

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2022

Joachim Pippingsköld

Asiakkuudenhallintajärjestelmän loppukäyttäjäohjeet Avarn Security Oy:lle

Joachim Pippingsköld

Asiakkuudenhallintajärjestelmän loppukäyttäjäohjeet Avarn Security Oy:lle

Avarn Security Oy uudisti asiakkuudenhallintajärjestelmäänsä ja se otettiin käyttöön laajemmalla käyttäjäpohjalla marraskuussa 2021. Asiakkuudenhallintajärjestelmä on lyhyesti asiakasrekisteri, jonka avulla voidaan hoitaa jokaista asiakasta yksilöllisesti, ja sieltä saadaan hyödyllistä dataa. Ongelmana oli, että yhtiöllä ei ollut loppukäyttäjäohjeita, jotta järjestelmän käyttö sujuisi kokemattomiltakin käyttäjiltä. Ennen uudistusta paikoin monimutkaista järjestelmää oli käyttänyt vain myyntihenkilöstö, nyt sen käyttö laajennettiin kaikille asiakkuuksien kanssa toimiville. Tämän toiminnallisen opinnäytetyön produktina toteutettiin yhtiön käyttöön loppukäyttäjäohjeet. Opinnäytetyössä käsitellään ohjeiden laatimista, sekä sivujuonteena myös motivointia. Opinnäytetyö pyrkii antamaan kuvan siitä, millaiset ovat hyvät ohjeet ja mitä niiden laatiminen käsittää.

Työn toteutus alkoi jo syksyllä 2021, jolloin tehtiin produkti, eli loppukäyttäjäohjeet. Käytännön toteutuksessa hyödynnettiin järjestelmän testauksessa mukana olleiden henkilöiden kanssa käytyä dialogia ja saatua palautetta. Lisäksi syksyllä kerättiin aineistoa kyselytutkimuksella Webropol-alustaa hyödyntäen sekä toteutettiin muutama haastattelu Teamsin välityksellä. Syksyn tutkimuksissa selvitettiin enemmän asiakkuudenhallintajärjestelmän hyötyjä ja ohjeet käsiteltiin lyhyemmin. Keväällä 2022 toteutettiin loppukäyttäjäohjeita koskeva seurantakysely Webropol-alustalla.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi asiakkuudenhallintajärjestelmän loppukäyttäjäohjeet Avarn Security Oy:lle. Nämä ohjeet ovat olleet yhtiössä käytössä jo 2021 marraskuusta lähtien, jolloin asiakkuudenhallintajärjestelmä otettiin laajemmalti käyttöön yhtiössä. Lisäksi yhtiölle saatiin paljon arvokasta tietoa ohjeiden toimivuudesta ja kehittämisehdotuksia seurantakyselyn myötä.

Opinnäytetyöllä pyrittiin antamaan konkreettista hyötyä Avarn Security Oy:lle laadituilla asiakkuudenhallintajärjestelmän loppukäyttäjäohjeilla, jotka on pyritty toteuttamaan mahdollisimman ammattimaisesti ja siten, että niitä on helppo päivittää. Lisäksi seurantakyselyllä kerätty aineisto valmiiksi analysoituna kertoo, mihin suuntaan ohjeita toivotaan päivitettävän. Tärkeimpänä kehityskohteenä olisi tehdä vielä lyhyemmät pikaohjeet sekä kiinnittää huomiota ohjeissa olevien prosessikaavioiden kokoon, että ne olisivat paremmin luettavissa. Myös aihekohtaiset video-ohjeet voisivat olla hyvä kehityssuunta. Produkti on jo yhtiön käytössä ja täysin muokattavissa tarpeen mukaan. Tämä opinnäytetyö ei verrattain lyhyen seuranta-ajan vuoksi kata pitkän aikavälin kokemuksia loppukäyttäjäohjeiden käytöstä, ja tämä olisikin aihe uudelle seurantatutkimukselle.

ASIASANAT:

asiakkuudenhallintajärjestelmä, crm, ohjeet, käyttöohjeet, motivointi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business administration

2022 | 52 pages

Joachim Pippingsköld

End user instructions for the customer relationship management system for Avarn Security Oy

Avarn Security Oy renewed its customer relationship management (CRM) system and it was implemented with a wider user base in November 2021. The CRM system is a customer register that can be used to manage each customer individually and to provide useful data. The problem was that company did not have end-user instructions to allow even inexperienced users to use the system. Prior to the reform in some places, the complex system had only been used by sales staff, now its use was extended to everyone working with customers. The product of this functional thesis was implemented with end-user instructions for the company's use. The thesis deals with the preparation of instructions, as well as motivation as a side feature. The thesis aims to give an idea of what feasible instructions are and what compiling them involves.

The implementation of the thesis started already in autumn 2021, when the product, the end-user instructions was made. The practical implementation utilized the dialogue and feedback received from people involved in testing the system. In addition, data was collected in the autumn through a survey by using the Webropol platform. A few interviews were also conducted through Teams. In the autumn, the benefits of the CRM system were investigated and the instructions were discussed in a shorter period. In spring 2022, a follow-up survey on end-user instructions was conducted on the Webropol platform.

As a result of the thesis, end-user instructions for the customer relationship management system were created for Avarn Security Oy. These guidelines have been in use by the company since November 2021. At the time, the CRM system was also introduced more widely in the company. In addition, the company received a lot of valuable information on the functionality of the instructions and development suggestions through the follow-up survey.

The aim of the thesis was to provide concrete benefits to the company with the end-user instructions for the CRM system, which have been implemented as professionally as possible and in such a way that they are easy to update. The material collected through the follow-up survey indicates in which direction the instructions are expected to be updated. The main development would be to make Quick Guides even shorter and pay attention to the size of the process diagrams in the guides to make them more readable. Thematic video guidelines could also be a good development. The product is already in use by the company and can be completely customized as needed. This thesis does not cover the long term experiences using the end-user instructions due to a relatively short follow-up timeline.

KEYWORDS:

customer relationship management system (CRM), instructions, guidelines, motivation

SISÄLTÖ

KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO	6
1 JOHDANTO	7
2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY	9
3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS	10
3.1 CRM- , eli asiakkuudenhallintajärjestelmän teoriaa	10
3.2 Ohjeiden laatimisen teoriaa	12
3.3 Hyvä ohje	13
3.4 Motivaation teoriaa	16
3.5 Motivoinnin keinot	18
4 TYÖN TOTEUTUS MENETELMÄTASOLLA	22
4.1 Kysely	22
4.1.1 Kyselyn toteutus	23
4.1.2 Tulosten käsittely ja analysointi	25
4.2 Haastattelu	25
4.2.1 Haastattelun toteutus	26
4.2.2 Aineiston käsittely ja tulosten analysointi	26
4.3 Konstruktiivinen tutkimus	26
4.3.1 Konstruktiivisen tutkimuksen toteutus	27
4.3.2 Produktin laatiminen	27
5 PROSESSI PRODUKTIN SUUNNITTELUSTA VALMIISEEN OHJEESEEN	29
5.1 Suunnitteluvaihe	29
5.2 Ohjeen laatiminen käytännössä	30
6 AINEISTON ANALYSOINTI	32
6.1 Syksyllä 2021 toteutettu kysely	32
6.2 Keväällä 2022 toteutettu kysely	33
6.2.1 Taustoittavat kysymykset	33
6.2.2 Yksinkertaisuus	34
6.2.3 Tiedon saatavuus	35
6.2.4 Joustavuus	35

6.2.5 Tosielämävastaavuus	36
6.2.6 Yhtenäisyys	36
6.2.7 Virheiden estäminen	37
6.2.8 Tehtäväkeskeisyys	37
6.2.9 Oikea kirjoitustyyli	39
6.2.10 Kehittämissideoita	39
6.3 Haastattelut	40
7 TYÖN TULOKSET	42
7.1 Hyvän ohjeen teorian toteutuminen CRM-loppukäyttäjäohjeessa	42
7.2 Motivointi CRM-loppukäyttäjäohjeessa	45
7.3 Eettisyys ja luotettavuus	46
8 LOPUKSI	49
LÄHTEET	51

KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO

B2B-myynti	Business to business, suom. yritysten välinen myynti (Harju, M.2019. 49-50.)
CRM-järjestelmä	Asiakkuudenhallintajärjestelmä, engl. customer relationship management system (Bergström, S. ja Leppänen, A. 2015. 421)
GDPR	General Data Protection Regulation, suom. yleinen tietosuojasetus (Tietosuojavaltuutetun toimisto. N.D.)
Konstruktiivinen	Tutkimusmenetelmä, jolla käytännön ongelmaan luodaan uusi ja teoreettisesti perusteltu ratkaisu, ja tuotetaan uutta tietoa. (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015. 65).
Kvalitatiivinen	Tutkimusmenetelmä, jossa laatu on ratkaiseva tekijä. Vastauksia kerätään suppeammalla otannalla, mutta ne ovat syvällisempiä. Esimerkiksi haastattelut ovat kvalitatiivisia. (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015. 106-107.)
Kvantitatiivinen	Tutkimusmenetelmä, jossa kerätään mahdollisimman paljon vastauksia ja otanta voi olla suuri. Esimerkiksi kysely on tällainen. (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015. 128-129.)
Learning by doing	Tekemällä oppiminen (Mattila, K. 2012.)
Puolistrukturoitu	Teemahaastattelu, ei täysin ohjata haastateltavaa. Osa kysymyksistä ainakin valmiiksi mietittyjä. (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015. 41.)
VoC	Voice of Customer, suom. asiakkaan kuuntelua, esimerkiksi asiakaskyselyn muodossa. (Bergström, S ja Leppänen, A. 2015. 421)

1 JOHDANTO

Halusimme sitä tai emme, niin ohjeet ja ohjeistaminen kuuluvat hyvin kiinteänä osana elämämme eri osa-alueille. Varsinkaan työelämässä mukana oleva ei ole voinut välttyä kohtaamasta erilaisia ohjeita ja ohjeistamisia. Osa kohtaamistamme ohjeista on hyvin ja perusteellisesti laadittuja, osa taas on todella ylimalkaisia ja hutiloiden toteutettuja ja näiden väliin mahtuu myös paljon ohjeita, jotka eivät ole hyviä, mutteivät niin kovin huonokakaan.

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan mitä vaaditaan, jotta ohjeet ovat hyvät mahdollisimman monella mittarilla katsottuna. Pääpaino opinnäytetyössä on Avarn Security Oy:lle laadituissa asiakkuudenhallintajärjestelmän loppukäyttäjähjeissa ja työssä pyritään peilaamaan laadittuja ohjeita siihen, mitkä ovat niin sanotusti ihanne ohjeet. Työn päätaivoitteena oli luoda toimivat loppukäyttäjähjeet toimeksiantajan asiakkuudenhallintajärjestelmään. Sivutavoitteena on antaa lukijalle kuva siitä, millaiset ovat hyvä ohjeet.

Alkuun käydään läpi teoriaperustaa niin asiakkuudenhallintajärjestelmästä, ohjeista ja ohjeiden laatimisesta, kuin myös motivaatiosta ja motivoinnista. Nämä edellämainitut osa-alueet muodostavat tämän opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen. Miksi ohjeistamiseen ja ohjeisiin, sekä asiakkuudenhallintajärjestelmään on liitetty motivaatio ja motivointi? Opinnäytetyön kirjoittaja näkee motivaation ja motivoinnin linkittyvän melko tiiviisti ohjeisiin. Mikäli lukijalla ei ole mielenkiintoa ja motivaatiota lukea ohjeita, niin tällöin hän todennäköisesti tulee jäämään vaille tärkeää tietoa esimerkiksi asiakkuudenhallintajärjestelmän käyttöön liittyen, tällä taas on omat vaikutuksensa henkilön suoriutumiseen omasta työstään, jos hänen tällaista järjestelmää tulisi käyttää.

Opinnäytetyössä käytettiin kolmea erilaista menetelmää, joista kysely ja haastattelu kuuluvat perinteisempään osastoon laadittaessa opinnäytetöitä tai kehittämistehtäviä. Kolmas menetelmä, jolla oli tässä työssä suurin paino, on konstruktivinen menetelmä, jossa yhdistetään teoriaa ja aktiivista vuoropuhelua projektiin osallistuneiden kanssa. Lopputuloksena konstruktivisen menetelmän myötä syntyivät asiakkuudenhallintajärjestelmän loppukäyttäjähjeet.

Työssä tullaan käsittelemään myös prosessin kulkua itse produktin suunnitteluvaiheesta valmiiseen loppukäyttäjähjeeseen. Tässä on tarkoitus selostaa lukijalle millainen prosessi on laatia ohjeet yhtiötasolla käyttöön otettavasta isosta tietojärjestelmästä. Tämä

toivottavasti avaa sitä, että ohjeet vaativat paljon työtä, mutta eivät ole lainkaan mahdotomat kirjoittaa.

Opinnäytetyön loppupuolella analysoidaan saatuja kyselytutkimusten, sekä haastattelujen tuloksia. Ensimmäisestä syksyllä 2021 toteutetusta kyselytutkimuksesta ja haastatteluista analyysit ovat hiukan lyhyempiä ja tiiviimpiä, kuin sitten keväällä 2022 toteutetun kyselyn kohdalla. Tämä johtuu siitä, että toisessa kyselyssä lähdettiin hiukan syväluotaavammin selvittämään ohjeen laatimisen teoriaan pohjaten sitä, miten hyvin loppukäyttäjäohje järjestelmän käyttäjien mielestä kulkee yksi yhteen teorian kanssa.

Lopuksi vielä opinnäytetyössä esitetään, kuinka käytäntö ja teoria kohtaavat ja pyritään tätä perustelemaan lukijalle. Myös eettisyys ja luotettavuus on tärkeässä roolissa tässä työssä ja niitä käsitellään myös loppupuolella. Aivan viimeisenä lukuna nivotaan koko työ lyhyesti pakettiin ja pohditaan, mitä muutoksia tehtäisiin mikäli työ nyt aloitettaisiin alusta sekä esitellään muutamia produktin kehittämissuhteita. Yhtenä nostona kehittämissuhteista voidaan tehdä video-ohjeet, jotka ovat kovin vahvasti tätä päivää.

2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Opinnäytetyön kirjoittaja toteutti opinnäytetyön produktina olevan asiakkuudenhallintajärjestelmän loppukäyttäjäohjeen Avarn Security Oy:lle. Opinnäytetyö projekti alkoi syksyllä 2021 opintoihin liittyvässä syventävässä harjoittelussa Avarn Security Oy:llä, jonka palveluksessa opinnäytetyön kirjoittaja muutoinkin on.

Kyseessä on pohjoismainen yhtiö, jonka toimialana on yksityisten turvallisuuspalveluiden tuottaminen. Avarn Security Oy:llä on toimintoja Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. (Avarn Security Oy. N.D.)

Suomessa Avarn Security työllistää noin 3500 henkeä ympäri Suomen erilaisiin turvallisuuden ja turvallisuusteknologian työtehtäviin. Yhtiöllä on toimipisteitä Suomessa 15, joten ainakin isoimmat kaupungit on miehitetty. Palvelutarjontaa löytyy turvallisuusteknologian tarpeisiin (kamera-, kulun- ynnä muut valvontajärjestelmät ja niiden asennus ja huolto), sekä hälytyskeskuspalvelut, joihin kuuluvat muun muassa hälytysvalvonta ja mahdollisiin hälytyksiin vastaaminen ja toimiminen oikea-aikaisesti yhdessä toimeksiantajan kanssa sovituin tavoin. (Avarn Security Oy. N.D.)

Lisäksi Avarn Security Oy:n palveluvalikoimaan kuuluu turvallisuuspalvelut, mikä tarkoittaa asiakaskohteen ja siellä olevan asiakkaan omaisuuden turvaamista fyysisellä vartiointilla, eli paikalla on vartija, taikka piirivartija käy suorittamassa kierroksia ennalta sovitusti. Myös kauppakeskuksiin, liikennevälineisiin ja esimerkiksi sairaaloihin voidaan asettaa järjestyksenvalvojia taas huolehtimaan järjestyksen ylläpidosta ja näissä paikoissa asioivien turvallisuutta. (Avarn Security Oy. N.D.)

Avarn Security Oy kehittää myös jatkuvasti palveluitaan ja toimintaansa vastaamaan tulevaisuudenkin turvallisuushaasteisiin. Yllämainitut palvelut ja toiminnot ovat vain pieni pintaraapaisu siitä, mitä yhtiö tekee.

3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Teoreettisessa viitekehyksessä käydään läpi Customer Relationship Management, eli lyhennettynä CRM, tai vapaasti suomennettuna asiakkuudenhallintaan liittyvää teoriaa. Tämän opinnäytetyön osalta lähinnä keskitytään käsittelemään CRM-järjestelmää, eli tietojärjestelmää, johon tallennetaan asiakassuhteiden hoitoon liittyvät tiedot.

Toisena osana teoreettista viitekehystä keskitytään tarkastelemaan ohjeisiin ja ohjeiden laatimiseen liittyvää teoriaa, koska osana kehittämistehtävää ja syventävää harjoittelua yhtiössä kirjoittaja on laatinut CRM-järjestelmän loppukäyttäjäohjeet.

Kolmas osa teoreettisesta viitekehyksestä tarkastelee motivaatiota ja motivointia työelämässä. Tarkastelunäkökulma motivoinnissa painottuu motivoivaan ohjeistamiseen ja siihen, kuinka ohjeista saa mahdollisimman motivoivat.

3.1 CRM- , eli asiakkuudenhallintajärjestelmän teoriaa

Asiakassuhteet, asiakkuuksien hallinta, asiakkuuksien johtaminen, kaikki nämä edellämainitut voidaan lyhentää kolmeen kirjaimeen: CRM (customer relationship management). CRM ei ole mitenkään uusi ja tuore keksintö, koska muun muassa asiakassuhteisiin pohjautuvasta markkinoinnista alettiin puhua Suomessakin jo 1980-luvulla. Tämä käy ilmi Seija Bergströmin ja Arja Leppäsen kirjoittamasta kirjasta Yrityksen asiakasmarkkinointi (2015). Nykypäivänä asiakkuuksien johtamisesta puhutaan CRM:nä (engl. customer relationship management), eli tällöin kyse on yritys ja yhtiötasolla tapahtuvasta asiakassuhteiden hallinnointi- ja johtamistavasta. (Bergström, S. ja Leppänen, A. 2015. 418.)

Kun puhutaan CRM:stä (Customer Relationship Management) täytyy myös huomioida, että tänä päivänä tällä termillä voidaan tarkoittaa myös tietojärjestelmää, johon on kerätty kaikki oleellinen asiakastieto yrityksen ja yhtiön asiakkuuksien hoitamista varten. Eli riippuen hiukan puhujasta voi termin merkitys vaihdella jonkin verran. Toiset voivat siis CRM:stä puhuessaan puhua asiakkuuksien johtamisesta, kun taas toiset viittaavat termillä pelkkään tekniseen tietojärjestelmään ja joku muu taas puhuu asiakassuhteiden hallinnasta kyseisellä termillä. (Bergström, S. ja Leppänen, A. 2015. 418.)

Harju Mikko esitti 2019 kirjoittamassaan Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulun pro gradussaan CRM-järjestelmän tuottaman tiedon hyödyntäminen b2b-myyntissä, että yrityksen asiakkaat ovat keskenään sellaisessa vuorovaikutuksessa, johon monilla yrityksillä ei ole näkyvyyttä. Lisäksi Harju (2019) todentaa gradussaan saman ilmiön kuin Jeroen D'Haen kumppaniensa kanssa, eli mikäli käytössä on laadultaan huonoa dataa, niin se heikentää osaltaan CRM-järjestelmän hyötyjä. Kaikkien asiakassuhteita hoitavien tulisi syöttää dataa järjestelmään ja huolehtia sen ajantasaisuudesta. Käytettävissä oleva huono data heikentää motivaatiota käyttää järjestelmää. Tällä on siis ratkaiseva merkitys, kun työntekijöitä motivoidaan käyttämään CRM-järjestelmää. (Harju, M.2019. 49-50.)

Ennen, kuin asiakastietoja voidaan laittaa CRM-järjestelmään, tulee yrityksellä olla asiakkaita, joko olemassaolevia tai potentiaalisia asiakkaita. Olemassaolevilla asiakkailla tarkoitetaan tässä yhteydessä yritykseltä jo palveluita tai tuotteita ostavia asiakkaita, joilla on jo myyjän kanssa olemassaolevat sopimukset. Potentiaalisilla asiakkailla taas tarkoitetaan tässä yhteydessä mahdollisuuksia, jotkut voivat puhua myös liideinä näistä, mutta käytetään nyt liidin sijaan termiä mahdollisuus.

Jotta yritys tai yhtiö saa itselleen asiakkaita ja saa nämä asiakkaat pidettyä, tulee kiinnittää huomiota asiakasymmärrykseen. Ilman asiakasymmärrystä ei voida hallita tai johdattaa asiakkuuksia tarpeeksi laadukkaasti ja tavoitteellisesti. Asiakasymmärrys rakennetaan monesta pienestä palasesta, joita voivat olla esimerkiksi erilaiset tutkimusjulkaisut, tilastot ja ennusteet (Bergström, S. ja Leppänen, A. 2015. 421). Esimerkiksi CRM-järjestelmään voidaan tallentaa asiakassuhteiden hallinnan ja hoitamisen kannalta olennaisia asioita asiakkaista. Lisäksi järjestelmästä saadaan ulos erilaisia raportteja ja ennusteita niin yksittäisistä asiakkaista kuin kokonaisista asiakasryhmistä. Nämä tuottavat tärkeää tietoa asiakasymmärryksen tueksi. Toimiva CRM-järjestelmä on siis keskeisessä asemassa yrityksen asiakasymmärryksen kannalta, mutta myös asiakassuhteiden hallinnassa.

Voice of Customer (VoC) tarkoittaa asiakkaan kuuntelua, mikä taas edesauttaa asiakasymmärrystä. Ilman asiakkaan kuuntelua on todellisuudessa vaikea muodostaa täysin ehyttä kuvaa asiakkaasta, jota ollaan palvelemassa. Asiakkaan kuuntelua on kahden tyyppistä: aktiivista tai passiivista. Aktiivinen kuuntelu on kyselyitä, haastatteluja ja muita tutkimuksia, joilla selvitetään asiakkailta miten heitä voitaisiin palvella entistä paremmin. (Bergström, S ja Leppänen, A. 2015. 421) Esimerkkinä voidaan ottaa VoC -kyselyn lähettäminen CRM-järjestelmän kautta asiakkaalle, joka on hylännyt yrityksen

tarjouskilpailussa ja valinnut kilpailijan. Mikäli asiakas saadaan vastaamaan tähän kyselyyn, auttaa se taas muodostamaan asiakasymmärrystä ja seuraavaan tarjouskilpailuun valmistautumista.

Passiivinen asiakkaan kuuntelu tarkoittaa Bergströmin ja Leppäsen (2015) mukaan sitä, että asiakkailla on mahdollisuus ja kanavat antaa palautetta yrityksen palveluista tai yrityksestä. Mutta toisin kuin aktiivisessa kuuntelussa, niin passiivisessa ei erikseen kysytä tätä palautetta. Esimerkkinä voidaan ottaa vaikka yrityksen verkkosivuilla oleva palautelaatikko. (Bergström, S. ja Leppänen A. 2015. 422.)

3.2 Ohjeiden laatimisen teoriaa

Työterveyslaitoksen Työpiste -verkkolehdeissä on laadittu ohjeiden kirjoittajalle muistilista, miten laaditaan hyvät ohjeet. Tärkein on tallentaa ohjeet yhteen paikkaan, jotta ohjeet löytyvät helposti. Näin ohjeita tarvitsevan työntekijän ei tarvitse muistella, eikä arvailla, että mistä sähköpostin liitteestä tai miltä Teams-kanavalta ohjeet löytyivätkään. Onkin siis tärkeä sopia yksi paikka, josta kaikki tarvittavat ohjeet löytyvät. Ohjeiden löytämistä voikin esimerkiksi helpottaa laatimalla selkeät polut ja nimeämällä kansiot informatiivisesti ja selkeästi. (Sarkkinen, M. 2021.)

Ohjeella on myös oltava selkeä rakenne, ja ohjeen alussa käy heti selväksi, että kenelle ne on suunnattu ja mitä niissä käsitellään. Havainnollistavat ja selkeät otsikot ja väliotsikot ovat tärkeitä ohjeiden luettavuuden ja ymmärrettävyyden kannalta. Lisäksi tulee laatia ohjeen runkoa ja rakennetta selkeyttävä sisällysluettelo. (Sarkkinen, M. 2021.) Monesti ohjeessa voi toimia aikajärjestys ja joissakin tapauksissa ohjeen runko muodostuu siten, että käsitellään aihepiiri kerrallaan. Joka tapauksessa ohjeen olisi oltava mahdollisimman selkeä ja yksinkertainen. (Kotimaisten kielten keskus. N.D.) Ohjeen lopusta tai asian yhteydestä on hyvä löytyä myös yhteystiedot, että keneltä voi kysyä lisätietoa, jos tarvitsee (Sarkkinen, M. 2021).

Asiat tulee esittää riittävän tarkasti, eikä saa jättää tärkeitä ja ohjeen kirjoittajasta itseltään selvältä tuntuviakaan välivaiheita pois. Ohjeenlaatijan tulisi tunnistaa ohjeessa ohjattun toiminnan kannalta keskeiset välivaiheet (Kotimaisten kielten keskus. N.D.). Asia tulee siis esittää riittävän tarkasti ja aukottomasti, koska ohjeen aihepiiri voi olla osalle täysin uut-ta. (Sarkkinen, M. 2021.) Ohjeessa tulee käyttää myös käskymuotoa, jotta lukija hahmottaa, että mitä häneltä odotetaan (Kotimaisten kielten keskus. N.D.).

Mahdollisesti on myös hyvä tehdä lyhyt pikaohje käyttäjille, joille aihepiiri on tuttua. Testaus on myös tärkeä vaihe, eli olisi hyvä pyytää ohjeen käyttäjää testaamaan ohjetta ja sen toimivuutta. Testaajan ei tulisi osallistua ohjeen laatimiseen, jotta saadaan todellinen testituloks. (Sarkkinen, M. 2021.) Erikoissanaston ja termistön käyttämisestä tulee miettiä tarkkaan ja avata käsitteet, koska ohjeen lukija ei niitä välttämättä tiedä ja tunne (Kotimaisten kielten keskus).

Ohjetta tulee myös päivittää ja päivittämisen yhteydessä on tärkeä kertoa, että mikä on päivityksen myötä muuttunut. Eli ohjetta täytyy laatimisen jälkeen myös pitää jatkuvasti ajantasalla. Ohjeen muodosta huolimatta on pidettävä perusasiat kirkaana mielessä. Tämä tarkoittaa, että on kyse sitten videomuotoisesta tai word-tiedostosta, niin ohjeen on oltava selkeä ja helppokäyttöinen. (Sarkkinen, M.2021.)

Nykypäivänä työntekijät kohtaavat paljon ohjeita ja sääntöjä. Tämän vuoksi onkin tärkeä auttaa ihmisiä löytämään keskeiset ja tärkeät asiat ohjetulvasta. Ohjeet tulisi käydä yhdessä läpi työntekijöiden kanssa, koska jokaisella on oma tapansa käsitellä ja käsittää asiat sekä oppia uutta. Tällöin onkin tärkeää varata tarpeeksi aikaa, jotta voidaan kertoa miksi jokin asia halutaan tehtävän tietyllä tapaa ja mitä tämä tarkoittaa työntekijän kannalta. Tällä tavoin saadaan yksittäiset työntekijät sitoutettua mukaan muutokseen. Lisäksi heillä on mahdollisuus esittää kysymyksiä ja omia ajatuksia muutoksesta. (Sarkkinen, M. 2021.)

3.3 Hyvä ohje

Hyvä ohje muodostuu kahdeksasta osiosta, jotka Heidi Martikainen (2019) on koostanut omassa Pro Gradu-tutkielmassaan: Käyttöohjeiden käytettävyys, suunnitteluperiaatteiden kehittäminen sosiaali- ja terveydenhuollon asiakastietoja käsittelevien järjestelmien käyttöohjeita varten. Nämä osiot ovat: Yksinkertaisuus, tiedon saatavuus, joustavuus, tosielämävastaavuus, yhtenäisyys, virheiden estäminen, tehtäväkeskeisyys, sekä oikea kirjoitustyyli. Tämä Martikaisen koostama kiteytys hyvästä ohjeesta voisikin hyvin olla jokaisen ohjeen laatijan huoneentauluna. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Tarkastellaan seuraavaksi hiukan syvemältä, että mitä nämä yläkäsitteet tarkoittavat sitten käytännön tasolla itse ohjeessa. Otetaan ensimmäiseksi yksinkertaisuus, jonka voi tiiviisti mainita tarkoittavan, että ohje on lyhyt ja ytimekäs, sekä pitää sisällään vain olennaisen tiedon. Tällöin ohjeen lukijalla ei ole liikaa tietoa luettavana, vaan ja ainoastaan

olennainen. Näin saadaan pidettyä lukijan mielenkiinto yllä ja vietyä mahdollisimman vähän aikaa muusta työstä. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Tiedon saatavuudella Martikainen (2019) tarkoittaa sitä, että ohje on ensinnäkin helposti selattava ja samalla myös silmäiltävä. Eli ohjeesta löytyy esimerkiksi sisällys, hakemisto, sanasto, väliotsikoita ja aiheet on koottu kokonaisuuksittain. Muodoltaan ohje on tällöin myös havaittava, riippumatta siitä onko ohje muodoltaan word-dokumentti, video tai power-point, taikka ihan fyysinen ohjekirjanen. Ohjeen on myös hyvä ohjata lukijansa oikeaan paikkaan esimerkiksi järjestelmässä, jonka käyttöä varten ohje on tehty. Tämä tarkoittaa, että ohjeeseen otetaan suoraan käytännöstä erilaiset järjestelmän polut ja näistä käytetään samoja nimiä, kuin itse järjestelmässä. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Joustavuus on ohjeen kohdalla sitä, että sitä on mahdollisuus lukea ja selata vapaassa järjestyksessä, jos etsii esimerkiksi tietoa vaikka siitä, kuinka CRM-järjestelmässä perustetaan uusi asiakas. Tällöin ei ole kovin järkevää, että joudutaan kahlaamaan ohjeesta läpi kaikki taustatiedot järjestelmästä ja mitä siinä mahdollisesti onkaan laitettu, ennen kuin käydään läpi asiakkaan perustamisia ja muita toiminnallisuuksia. Vapaata selailua tukee erilaiset hyperlinkit, joiden kautta lukija voi siirtyä suoraan oikeisiin pitkin haluamaansa kohtaan ohjeessa – mikäli ohje on siis tällaisessa muodossa, että näitä linkkejä on mahdollisuus tehdä ja hyödyntää. Joustavuutta tukee myös se, että asiat on esitetty kokonaisuuksittain ja luvut ovat toisistaan riippumattomia. Esimerkiksi asiakkaan perustaminen ja siihen liittyvät toimenpiteet esitetään yhdessä luvussa ja toisessa luvussa sitten tarjouksen laatiminen ja siihen liittyvät toimenpiteet. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Tosielämävastaavuus tarkoittaa, että tieto esitetään siinä järjestyksessä, jossa se esiintyy todellisuudessa. Eli jos CRM-järjestelmässä on ensin kirjautuminen järjestelmään, navigointi järjestelmässä oikeaan näkymään, jossa voidaan luoda uusi asiakas, asiakkaan luonti, asiakasta koskevien aktiviteettien luonti, myyntimahdollisuudet, jotka johtavat toteutuneeseen kauppaan ja aina sitten asiakkuuden hoitoon. Tässä on tietty kiertosuunta, joten on tärkeä tuoda tämä sama suunta täsmällisenä ohjeeseenkin. Käyttöliittymäelementit on myös ensiarvoisen tärkeää nimetä, kuten oikeastikin järjestelmässä ja mikäli järjestelmästä tulee joitakin ohjelmistopalautteita, ponnahdusikkoina tai muita, niin nämä tulee myös nimetä samoin ohjeeseen. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Tosielämävastaavuuteen kuuluu Martikaisen (2019) mukaan myös hyvin laadittu sisällysluettelo, johdanto, hakemisto ja sanasto. Nämä helpottavat lukijaa navigoimaan

ohjeessa, mutta myös samalla järjestelmässä oikeaan paikkaan. Kannattaa myös muistaa, että vaikka nämä termit ovat monelle varmasti tuttuja isoista monisataasivuisista manuaaleista, niin näitä voidaan hyödyntää myös lyhyemmissäkin ohjeissa. Toki sisältö ja pituus voivat olla huomattavasti suppeampia, kuin isossa manuaalissa. Kun puhutaan tosielämävastaavuudesta on hyvä tarkistaa, että ohje on kirjoitettu yleiskielellä ja unohdetaan täysin se ammattisanasto. Näin varmistetaan, että kaikki ohjetta lukevat ymmärtävät, että mitä siinä sanotaan ja osaavat käyttää ohjeen myötä myös sitten järjestelmää, jonka käyttöön ohje opastaa. Lopuksi, muttei lainkaan vähäisimpänä ohjeesta tulee tarkistaa, että kaikki tiedot ovat varmasti oikein. Onkin hyvä, että joku muukin lukee ohjeen läpi ja testaa, että se varmasti toimii. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Yhtenäisyys ohjeessa tarkoittaa, että ulkoasu, rakenne, sanavalinnat ja kirjoitusasu ovat kaikki linjassa ja yhteneväisiä keskenään. Kaikista paras on käyttää esimerkiksi yrityksen oman brändin mukaista Word- tai PowerPoint -pohjaa, jolloin ulkoasun yhtenäisyys varmistuu automaattisesti. Sanavalintojen ja kirjoitusasun kohdalla yhtenäisyys tarkoittaa, että jos aloitetaan tietyllä tyylillä kirjoittamaan ohjetta, niin tämä valittu linja jatkuu loppuun asti. Eli jos käytetään mahdollisimman vähän erikoistermejä ja keskitytään käyttämään huoliteltua yleiskieltä, niin tällöin ei ole suotavaa vaihtaa tätä valintaa puolivälissä ohjetta. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Ohjeesta ei ole mitään hyötyä, jos siinä ei pyritä estämään virheitä. Tämä tarkoittaa sitä, että ohjeella on pyrittävä estämään tai ainakin minimoimaan virheiden määrä ja mahdollisuudet, sekä tarjota järjestelmän käyttäjälle apua syntyneen virheen ratkaisemiseksi. Mikäli kuitenkin ei täysin pystytä virheitä estämään, niin on tärkeä kertoa käyttäjälle, että miksi jokin virhe tapahtui ja myös se, että miten tämä korjataan. Virheenkorjauksen yleisperiaatteita eri käyttötilanteissa on hyvä löytyä ohjeesta ja niitä tulee korostaa lukijalle. Tässäkin kohtaa tosielämävastaavuus on tärkeässä roolissa, eli virheisiin liittyvä tieto tulee tuoda esiin mahdollisimman lähellä niitä kohtia, joissa virhe voi tapahtua. Tällä tarkoitetaan, että jos vaikka CRM-järjestelmässä tarjouksen luonnin kohdalla on mahdollisuus, että tapahtuu jokin virhe, tulisi ohjeen tarjouksen luontia käsittelevässä kohdassa olla myös selite tästä virheen mahdollisuudesta ja ratkaisu, kuinka käyttäjä voi korjata virheen. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Hyvä ohje on tehtäväkeskeinen, jolla tarkoitetaan sitä, että jo otsikkotasolla tulee selvästi näkyviin tehtävien suorittamisen kokonaisuus. Ohje myös tukee käyttäjän tavoitteita, kun siinä on ohjeistettu yksinkertaisia tehtäväsarjoja ja lopputulos on konkreettinen. Esimerkiksi valitse vasemmalta sivulta asiakkaat kohta, tee sen jälkeen toimet 1, 2, 3 ja 4

mainitussa järjestyksessä ja lopputulos on, että uusi asiakas on luotu järjestelmään. Tehdäväkeskisyyteen kuuluu myös kannustaa lukijaa kokeilemaan rohkeasti eri toimintoja ohjeen avustuksella ja toimimaan käytännössä. Tässä on myös tärkeä pitää balanssissa yksityiskohtaiset ohjeet ja toisaalta myös yleisluontoisempi avoin ohje, sekä toiminta ja teoria. Mikään näistä mainituista neljästä osa-alueesta ei saisi olla keskenään epätasapainossa, vaan pitäisi pyrkiä löytämään näiden välille tasapaino, mikä ei aina ole yksinkertaista ja toisaalta myös ajoin subjektiivistakin, että mikä on jollekin liikaa vaikka teoriaa ja toiselle sama määrä liian vähän. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Lopuksi käsitellään vielä kirjoitustyyli, minkä pitäisi olla mahdollisimman oikeaa. Tällä tarkoitetaan, että se on selkeää ja asiallista, sekä oikeinkirjoitukseen on syytä panostaa. Ohje olisikin hyvä luetuttaa ainakin muutamalla eri henkilöllä, ennen sen lopullista julkaisemista, jotta mahdolliset virheet ja epäloogisuudet olisi tekstistä huomattu ja korjattu. Muita kirjoitustyylin seikkoja, joita tulee huomioida on, että käytetään käskymuotoa eli imperatiivia. Lisäksi aktiivilausetta tulisi käyttää, joka tarkoittaa, että kyseessä on tekemistä koskeva lause, jossa tekijä on tiedossa. Tekijä on siis ohjeessa ohjeen lukija tai järjestelmän käyttäjä ja hänen tulee tehdä jokin toimenpide jotta asia x tapahtuu, esimerkiksi painaa asiakkaat -painiketta, jotta hän pääsee asiakasnäkymään. Myös suora lukijan puhuttelu on hyvä muistaa ohjetta laadittaessa. Ja lyhenteiden käyttöä tulisi mahdollisuuksien mukaan välttää. (Martikainen, H. 2019. 11.)

3.4 Motivaation teoriaa

Tässä keskitytään tarkastelemaan motivoinnin näkökulmasta, kuinka saadaan ihmiset käyttämään uutta työtapaa tässä tapauksessa CRM-järjestelmää. Tarkennettuna, kuinka saada ihmiset noudattamaan loppukäyttäjähjeita ja toimimaan niiden mukaan, kun käyttävät CRM-järjestelmää. Kun alkusysäys järjestelmän käytölle ja ohjeiden lukemiseksi tulee työnantajan suunnalta tarkoittaa se ulkoista motivaatiota, joka ei ole niin vahva, kuin jos henkilö saadaan sisäisesti motivoitua. Hän siis ajattelisi tällöin, että järjestelmän käyttöohjeiden lukeminen ja käytön opettelu, sekä käytön aloittaminen ja siitä tavan tekeminen palvelisivat hänen työskentelyään.

Ensiksi kuitenkin tulee selvittää ja määritellä motivaatio ja tunnistaa, miten se syntyy. Vasta tämän jälkeen voidaan lähteä tutkimaan tarkemmin, millaisia eri keinoja voidaan

käyttää ihmisen motivoinnissa. Matti Peltosen ja Pekka Ruohotien kirjoittamassa Motivaatio, Menetelmiä työhalun parantamiseksi -kirjassa (1987) on motivaatiota käsitelty työelämän näkökulmasta. Vaikka kirja toki on vanha, niin motivaation teoriat ja motivaatio käsitteenä eivät ole itsessään vanhentuneet siinä määrin, etteikö tätä teosta voisi käyttää vielä nykypäivänäkin motivaatio- ja motivointi- ajatuksien pohjana.

Motivaatio määritellään kirjan perusteella siten, että motivaatio on tilannesidonnainen asia. Eli se siis liittyy johonkin tiettyyn tilanteeseen. Toisin sanoen motivaatio ei ole asia, jota voidaan mitata joko aina olevana tai asiana, jota ei ole. Tähän motivaation olemassaoloon vaikuttavat monet asiat, kuten henkilön mielen tila. Jos henkilö siis on mieleltään virkeä ja suunnannut innostuksensa sekä fokuksensa tiettyyn asiaan, voidaan sanoa, että hän on motivoitunut asian suhteen. (Peltonen, M. ja Ruohotie, P. 1987. 19.)

Motivaatioon hyvin läheisesti kuuluva termi motiivi on määritelty vaikuttimeksi, joka saa meissä aikaan motivaation tunteen ja tämä motiivi myös ylläpitää motivaation tunnetta. Motiivit voidaan jakaa tiedostettuihin ja tiedostamattomiin motiiveihin. Tällöin tiedostettu tarkoittaa sitä, että tietoisesti teemme asioita saavuttaaksemme jotakin tiettyä asiaa, esimerkkinä vaikkapa tavoitteellinen juoksun treenaaminen, kun olemme ilmoittautuneet puolen vuoden päästä järjestettävään maratoniin. Tiedostamaton taas voi tarkoittaa sellaista asiaa, mikä ohjaa toimintaamme, kun emme tietoisesti edes ajattele sitä tai mielälämme sen jotenkin negatiiviseksi, ja haluamme kääntää toimintamme näyttämään positiiviselta. Esimerkiksi tiedämme, että yrityksessä on alkanut yhteistoimintaneuvottelut ja autamme työtoveriamme suoriutumaan tehtävistään sillä verukkeella, että auttaisimme häntä hyvästä hyvydestämme, vaikka todellisuudessa haluamme osoittaa johdolle olevamme korvaamattomia. Ja, että todellisuudessa me teemme eniten ja vedämme vielä muitakin perässä, joten meidät ainakin kannattaa pitää töissä ja antaa mieluummin näiden apua tarvitsevien työtovereiden lähteä. (Peltonen, M. ja Ruohotie, P. 1987. 20.)

Motiivi voi olla Peltosen ja Ruohotien (1987) määritelmän mukaan myös ulkoinen taikka sisäinen. Ulkoisella motiivilla tarkoitetaan, että jokin ulkopuolinen asia, esimerkiksi lisäbonus saa henkilön tekemään kaikkensa jonkin projektin onnistumisen eteen. Ulkoinen motiivi voi siis olla kannustin tai vastaavasti myös negatiivinen asia, esimerkiksi siirto vähemmän vastuullisiin tehtäviin, mikäli projekti ei suju odotetulla tavalla. (Peltonen, M. ja Ruohotie, P. 1987. 20, 25.)

Sisäinen motiivi taas tarkoittaa, että henkilöllä itsellään on sisäinen tarve mennä kohti jotain asiaa. Hänellä sisällään palaa motivaation liekki ja on kiinnostunut ottamaan selvää jostain tietystä asiasta ja tekemään sen mahdollisimman hyvin. Eli häntä ei tarvitse ulkopuolelta kovinkaan paljon tai lainkaan motivoida suorittamaan tehtävää. Hän voi olla esimerkiksi kiinnostunut tietotekniikasta ja haluaa ottaa tästä syystä mahdollisimman hyvin haltuun yrityksen uuden CRM-järjestelmän. Ei siis pelkästään siitä syystä, että yritys hyötyy siitä, vaan hän itse hyötyy ja omaa kiinnostuksen asiaa kohtaan. (Peltonen, M. ja Ruohotie, P. 1987. 20, 25.)

Sisäinen ja ulkoinen motiivi eivät Peltosen ja Ruohotien (1987) kirjoittaman mukaan ole toisistaan erillisiä ja täysin riippumattomia. Nämä ovat heidän mukaansa enemmänkin täydentämässä toinen toistaan. Tätä teoriaa tukee se, että sisäiset ja ulkoiset motiivit ovat hyvin usein samanaikaisesti esillä. Peltonen ja Ruohotie ovat kirjoittaneet, että toinen näistä yleensä on vahvempi kuin toinen. Kun mietitään sisäisen ja ulkoisen motiivin palkkioiden eroavaisuuksia, niin sisäisessä ne nähdään olevan kestävämpiä ja ulkoisessa taas niitä joudutaan antamaan useammin ja ovat näin ollen siis lyhytkestoisia. Mutta loppuhuomautuksena Motivaatio -kirjassa (1987) on kuitenkin mainittu, että näiden sisäisten ja ulkoisten palkkioiden toisistaan erottaminen ei ihan aina ole niin yksioikoista ja selvää. Tätä on havainnollistettu esimerkillä palkan sitomisesta suoritukseen. Tällä tavalla palkka on kirjoittajien mukaan pätemisen mitta, jolloin palkkaa saava saattaa kokea, että hän saa palkkion myös sisäisesti. (Peltonen, M. ja Ruohotie, P. 1987. 26.)

Peltosen ja Ruohotien Motivaatio -kirjan (1987) mukaan motiivi voidaan näiden yllä olevien jaottelujen lisäksi jakaa vielä biologiseen ja sosiaaliseen. Nämä motiivit menevät enemmän psykologian piiriin ja näistä voisi kirjoittaa kokonaan oman opinnäytetyön, joten käydään hyvin lyhyesti esimerkit läpi kummastakin. Biologisia motiiveja ovat muun muassa nälkä, jano ja lämpötilan säätely. Sosiaalisia taas ovat muun muassa vallan halu, pätemisen tarve ja suoriutuminen. (Teriö, L. Psykaa-blogi.)

3.5 Motivoinnin keinot

Nyt kun on selvitetty ja käsitelty motivaatioon liittyvää teoriaa, voidaan keskittyä käsittelemään motivoinnin keinoja. Motivoinnin keinot ovat siis erilaisia keinoja, joilla pyritään ohjaamaan henkilön, tiimin tai jonkin organisaation toimintaa esimerkiksi jotakin päämäärää kohden. Tässä kohtaa keskitytään tarkastelemaan motivoinnin keinoja työelämän näkökulmasta.

Koulutus.fi -sivulla on kerrottu kahdeksan vinkkiä esimiehille, joilla he voivat motivoida tiimiään (2019). Käsitellään näitä vinkkejä hieman seuraavaksi. Ensimmäisenä listauksessa on omalla esimerkillä johtaminen. Puolustusvoimien Johtajan käsikirjassa (2012) käsitellään esimerkillä johtamista. Johtajan tai esimiehen tulee muun muassa omalla esimerkillään innostaa ja kannustaa alaisiaan tai tiimiään tietyissä tilanteissa jopa ylittämään oma normaali suorituskykynsä, jotta saavutetaan asetetut tavoitteet (Kinnunen, T.; Herrala, J.; Perheentupa, C.; Aalto, J.; Intke, P.; Ohrankämmen, O.; Halonen, P.; Pukaralammi, P.; Collin, R.; Hyppönen, H.; Pesonen, J.; Horila, J.; Lehtonen, Y.; Leskinen, J.; Westerlund, M. ja Jokitalo, J. 2012. 55). Tämä tietysti korostuu Puolustusvoimien kaltaisessa organisaatiossa, mutta voi tulla kyseeseen myös yritysmaailmassakin, jos täytyy tiettyyn määräaikaan mennessä ratkaista jokin organisaation ongelma tai saavuttaa tietty tulostaso lyhyessä ajassa, jotta vältytään mahdollisesti konkurssilta. Esimerkillä johtaessaan esimies toimii siis esikuvana ja suunnannäyttäjänä alaisilleen ja tiimilleen. Tällöin alaisten ja tiimiläisten on helpompi lähteä mukaan, kun näkevät myös esimiehen tekevän niitä asioita, joista puhuu. Tekemisen meininki ja asenne siis tarttuvat hyvin helposti. (Koulutus.fi. 2019.)

Toisena motivointivinkkinä koulutus.fi -sivulla mainitaan palkitseminen ja virkistäminen. Tätä pidetään tehokkaana motivointikeinona, tämä toki on lyhytaikaista motivaatiota aikaansaavaa, koska palkitseminen on ulkoista motivointia. Sivuston mukaan palkitseminen voi olla esimerkiksi elokuvalippujen muodossa tapahtuvaa, eli tällöin palkitsemisen ei tarvitse aiheuttaa suuria kuluja yritykselle. Yleensä ihmisille riittääkin pienimuotoinen palkitseminen ja huomioimisen osoitus. Elokuvalippu antaa myös kuvan, että työnantaja haluaa työntekijänsä rentoutuvan vapaa-ajallaan, eikä aina ajattelevan työasioita. (Koulutus.fi. 2019.)

Menestyksen ja onnistumisten huomioiminen on myös yksi tapa, jolla voidaan motivoida esimerkiksi viikoittain tiimiläisiä. Tämä saattaa joillekin olla jopa toimivampi motivointikeino, kuin elokuvalippujen saaminen. Tällöin henkilöt saavat palautetta toiminnastaan ja hyväksyntää. Tällä tosin on myös kääntöpuolensa, jos tiimissä on vain kourallinen henkilöitä, jotka tuottavat isoa tulosta ja saavat näin joka kerta niitä huomioita ja kiitoksia. Tällöin henkilöt, jotka eivät yllä samalle tasolle, mutta ylittävät kyllä oman edellisviikon tuloksensa saattavat jäädä varjoon. Tuleekin ennen tämän mallin käyttöönottamista miettiä tarkasti, että miten menestymistä ja onnistumista mittaroidaan siten, että jokainen pääsee jossain kohtaa osalliseksi tästä huomioimisesta, eikä vain palkita kerta toisensa

jälkeen niitä isoja tuloksia tekeviä. Kun nämä asiat on mietitty tarkkaan, niin saadaan tiimihenki säilymään hyvänä ja kannustavana. (Koulutus.fi. 2019.)

Kehittymiseen kannustava ja tilaa sille antava organisaatio ja esimies ovat varsin houkuttelevia työpaikkoja, joissa viihdytään. Eli toisin sanoen, tähän motivoinnin keinoon kannattaa työyhteisöissä panostaa, koska kun henkilö saa omasta tahdostaan ja työnantajan tuella kehittää osaamistaan, niin se tuottaa tulevaisuudessa myös työnantajalle lisää. (Koulutus.fi. 2019.)

Yhtenä motivointikeinona koulutus.fi -sivuston artikkelissa mainitaan luottamus ja sen osoittaminen. Tämä tarkoittaa sitä, että esimiehen ei tulisi pitää kaikkia lankoja omissa käsissään, vaan luottaa alaisiinsa ja antaa vastuuta heille. Tällä tavoin alaiset ovat motivoituneempia suorittamaan myös työtehtäviä, kun saavat kantaa niistä vastuuta. Vastuun mukana kulkee käsikädessä myös valta tehdä päätöksiä asioihin liittyen, joista on vastuussa. Ilman tätä valtaa ei käytännössä ole oikeaa luottamustakaan. (Koulutus.fi. 2019.)

Lopuksi artikkelissa on käsitelty rentoutumista, viestinnän avoimuutta, sekä joustavuuden tarjoamista. Rentoutumisella tässä kohtaa tarkoitetaan, ettei esimiehen tulisi liiaksi pyrkiä täydellisyyteen ja töissä voi välillä lähteä alaisten kanssa lounaalle, sekä välillä myös esimies saa olla epätäydellinen, tällöin alaiset saavat samaistumis pintaa. (Koulutus.fi. 2019.)

Viestinnän avoimuus taas on lähtökohtana ylipäänsä kaikessa ihmisten välisessä toiminnassa. Tässä yhteydessä tarkoitetaan, että viestinnän tulee olla kahdensuuntaista eikä vain ylhäältä alaspäin tapahtuvaa yhdensuuntaista viestintää. On tärkeää, että viestintä kulkee myös työntekijöiltä johdolle ja myös työntekijät otetaan mukaan päätöksentekoon. Tällöin heitä pystytään sitouttamaan entistä paremmin yrityksen toimintaan, kun he kokevat tulleet kuulluiksi ja saavat omia ideoitaan ihan käytäntöön asti. (Koulutus.fi. 2019.)

Joustavuuden tarjoamisella voidaan tarkoittaa muun muassa sitä, että tarjotaan mahdollisuutta etätöiden tekemiseen ja/ tai liukuvaa työaikaa, jolloin työntekijän ei ole pakko olla työpaikalla heti kello kahdeksan aamulla ja lähteä kotiin kello neljä iltapäivällä. Etätö on nyt maailmanlaajuisen pandemiatilanteen myötä tullut kertarysäyksellä osaksi työelämää 2020 alkaen ja näyttää siltä, että se tulee olemaan myös jatkossa pysyvänä osana työelämää. Tämä mahdollistaa, että voidaan entistä paremmin sovittaa yhteen työ ja perhe-elämä, sekä vapaa-aika. Ja toisaalta tämä voi myös osaltaan hämärtää näiden

välistä rajaa. Joten etätyön yleistyminen ja normalisoituminen ei ole ihan yksiselitteinen asia. (Koulutus.fi. 2019.)

4 TYÖN TOTEUTUS MENETELMÄTASOLLA

Työn yhdeksi menetelmäksi valikoitui kvantitatiivinen tutkimus, jonka muotona käytetään kyselyä, eli tarkoituksena on kerätä määrällisesti paljon vastauksia. Kvantitatiivinen kysely on muodoltaan lomakemallinen, jossa osa kysymyksistä on pakollisia ja osa vapaaehtoisia. Pakollisissa kysymyksissä annetaan vastausvaihtoehdot ”Kyllä” ja ”Ei”. Vapaaehtoisissa kysymyksissä vastaaja pääsee halutessaan tarkentamaan omin sanoin, että miksi valitsi joko kyllä tai ei. (Ojasalo, K., Moilanen, T ja Ritalahti, J., 2015. 104.)

Toisena menetelmänä kehittämistyössä käytetään kvalitatiivista haastattelua, joka tarkoittaa laadullista menetelmää. Tällöin tarkoituksena ei ole saada mahdollisimman paljon dataa, vaan ennemmin vähän ja mahdollisimman laadukasta. Tämä menetelmä on hyvin suosittu kvantitatiivisen menetelmän ohella käytettäväksi, ja siihen törmääkin laajalti esimerkiksi opinnäytetöitä lukiessa. (Ojasalo, K., Moilanen, T ja Ritalahti, J. 2015. 104.)

Kolmas menetelmä on konstruktiiivinen tutkimus, jossa etsitään ratkaisua käytännönläheiseen ongelmaan. Ratkaisu on pystyttävä perustelemaan teoreettisesti, mutta samalla sen on rakennettava jotakin uutta, mistä on hyötyä liiketoiminnan kannalta. Tämä menetelmä soveltuu kehittämistyöhön, koska yhtenä osana harjoittelua kehittämistyön tekijä on tehnyt CRM-järjestelmän loppukäyttäjä ohjeet, eli niiltä osin soveltanut konstruktiiivista menetelmää. (Ojasalo, K., Moilanen, T ja Ritalahti, J. 2015. 65.)

4.1 Kysely

Tiedonkeruuta varten valikoitui menetelmäksi kyselytutkimus, joka toteutettiin Webropol-alustalla. Kysymyksiä ensimmäisessä kyselyssä, joka toteutettiin syksyllä 2021 on 13, joista suurin osa, eli kahdeksan on pakollisia ja loput viisi vapaaehtoisia. Näihin pakollisiin kysymyksiin on vastausvaihtoehtoina ”Kyllä” ja ”Ei”, joten näihin on helppo vastata. Lisäksi jos haluaa tarkentaa vastauksiaan, on mahdollisuus tarkennuksiin avoimissa kentissä, jotka ovat vapaaehtoisia.

Toinen kysely toteutettiin myös Webropol-alustalla, tässä kyselyssä kerättiin seuranta-tutkimuksen lailla dataa jo käytössä olleista ohjeista ja niiden toimivuudesta. Tätä saatua dataa analysoidaan luvussa viisi tarkemmin.

Verkossa toteutettava kvantitatiivinen (määrällinen) kyselytutkimus soveltuu kehittämis-tehtävän ja opinnäytetyön aineistonkeruumenetelmäksi todella hyvin, koska näin saa-daan kohtuullisen helposti kerättyä CRM-järjestelmää testaamassa olleilta työntekijöiltä määrällisesti paljon tietoa vähällä vaivalla. Eli kysely on hyvinkin ylivoimainen nopeu-tensa ja tehokkuutensa vuoksi tiedonkeruumenetelmänä. Vastaajilla on myös hyvin täy-det kalenterit, joten tältä kannalta tämä lyhyt 5 – 10 minuuttia vastaajan aikaa vievä ky-selytutkimus häiritsee mahdollisimman vähän vastaajien työpäivää. Näin ollen on myös mahdollisuus saada ainakin suurin osa näistä vastaajiksi valikoiduista henkilöistä vas-taamaan kyselyyn. Toinen kysely oli hiukan syväluotaavampi, joten siinä vastausaika oli noin 20 minuuttia. (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015. 128-129.)

Yksi syy myös siihen, että kyselytutkimus valikoitui käytettäväksi menetelmäksi on se, että tällä saatu tieto on kohtuullisen luotettavaa, vaikkakin Kehittämistyön menetelmät kirjassa myös mainitaan, että tämä tieto on myös hyvin pinnallista. Riippuu paljolti myös siitä, että kuinka hyvin vastaajat ovat perehtyneet asiaan, jota kysytään. Ensimmäiseen kyselyyn valitut vastaajat ovat osallistuneet CRM-järjestelmän testauksiin, joten he ovat perehtyneet jo jonkin verran aiheeseen. Näin ollen heiltä voi odottaa jo jonkin asteista tietämystä kysytyistä asioista. Toiseen kyselyyn osallistuneet käyttävät järjestelmää työ-tehtäviensä hoitamiseen lähes päivittäin, joten heilläkin voidaan olettaa olevan jo jonkin-asteista perehtyneisyyttä ja tietämystä kysytyistä asioista. (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015. 128-129.)

4.1.1 Kyselyn toteutus

Kyselytutkimuksia toteutettiin opinnäytetyöhön liittyen kaksi. Ensimmäinen toteutettiin jo syksyllä 2021 liittyen samalla myös Kehittämis-, tutkimus- ja innovaatiokurssin kehittä-mistyöhön, jota tässäkin opinnäytetyössä hyödynnetään. Ensimmäinen käsitteli enem-män testausvaiheessa olleen CRM-järjestelmän tulevia hyötyjä yhtiölle, mutta myös kä-siteltiin lyhyesti loppukäyttäjäohjetta.

Nyt keväällä 2022 puhtaasti opinnäytetyötä varten toteutettu kysely oli seurantakyselyn luonteinen ja käsitteli pelkästään opinnäytetyön aiheena olevaa ohjeen laatimista ja

kysymykset ovat suoraan ohjeen laatimisen teoriasta sovellettuja CRM-loppukäyttäjähjeeseen.

Ensimmäinen kysely

Tämä ensimmäinen kysely toteutettiin siten, että siihen kysyttiin alustavat luvat CRM-projektin vetäjiltä. Tämän jälkeen laadittiin kysymykset kehittämistyön teorioihin ja myös kokemuseräiseen tietoon nojaten Webropol-alustalle. Alustalta valittiin sopivaksi katsottu kyselyn muoto, eli tässä tapauksessa ”Kyllä” tai ”Ei” vaihtoehdot ja halutessa voi vastata myös avoimiin vastauskenttiin, jos on tarve tarkentaa vastauksiaan. Lisäksi kysymyksenasettelussa kiinnitettiin huomiota, että kysytään vain yhtä asiaa kerrallaan. Ja tämä kysyttävä asia tulee olla mahdollisimman yksiselitteisesti ymmärrettävissä (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J.2015. 131).

Henkilötietoja ei kysyty missään vaiheessa. Samaan aikaan, kun kyselyä laadittiin ja muotoiltiin oikeaan muotoon, laadittiin myös saatekirje kyselytutkimukseen osallistujille lähetettäväksi. Saatekirje noudattelee hyvin tarkasti kirjallisuudessakin ohjeistettua runkoa, jotta siitä löytyy kaikki tarvittava informaatio, kuten kuvaus tutkimuksesta, aineiston käyttö, anonymiteetti ynnä muut tärkeät seikat (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J.2015. 133). Saatteeseen laitettiin myös linkki kyselyyn, sekä tavallisena linkkinä että QR-koodina, jolloin kyselyyn pääsee halutessaan myös mobiililaitteella.

Toinen kysely

Keväällä 2022 toteutettiin seurantaluonteinen kyselytutkimus, jossa oli tarkoituksena kerätä laajemmalta loppukäyttäjäkunnalta vastauksia itse loppukäyttäjille laaditusta CRM-järjestelmän ohjeesta. Tästä sovittiin yhtiön edustajien kanssa samalla, kun pidettiin opinnäytetyötä koskeva kolmikantaneuvottelu yhdessä oppilaitoksen edustajan kanssa. Lisäksi kyselystä vaihdettiin muutamia sähköpostiviestejä yhtiön edustajien kanssa.

Kysely toteutettiin myös Webropol-alustalla, kuten ensimmäinenkin kysely. Lomakkeeseen luotiin kahdeksan osiota, joissa kussakin oli pari tai useampi väittämä, joita arvioitiin asteikolla 1-5, jolloin 1 tarkoitti, ettei vastaaja ole lainkaan samaa mieltä ja 5 tarkoitti, että vastaaja on täysin samaa mieltä. Lisäksi lomakkeella oli mukana muutamia Kyllä/Ei -kysymyksiä, sekä yksi monivalinta. Lomakkeen lopussa oli tilaa vapaalle palautteelle

koskien loppukäyttäjäohjetta, jotta saadaan suoraan loppukäyttäjien mielipiteitä, kuinka ohjetta tulisi kehittää entisestään.

4.1.2 Tulosten käsittely ja analysointi

Kyselyn tuloksista saatiin Webropol-alustalta kattavat ja hyvät koosteet. Nämä koosteet tallennettiin tietokoneelle ja varmuuskopiot myös ulkoiselle kovalevyille. Tuloksia säilytettiin salasanalla suojattuina, joten niihin ei ole kukaan muu kuin tutkija päässyt käsiksi. Kyselyn tuloksista katsottiin yhteenvedot, joita sitten analyysissa avataan tarkemmin. Analysointi tapahtui kriittisellä otteella ja objektiivisuus silmällä pitäen.

Työn tuloksissa käsitellään ja avataan tarkemmin kyselyn tuloksia ja analyysia muutenkin. Tarkoituksena ei ole käsitellä koko kyselyä, vaan nostaa sieltä kehittämistehtävän kannalta keskeisimmät asiat esiin ja tarkastella niitä.

4.2 Haastattelu

Toiseksi menetelmäksi valikoitui kvalitatiivinen (laadullinen) haastattelututkimus, joka toteutettiin puolistrukturoituna. Tämä tarkoittaa sitä, että haastattelun pohjana käytetään ennakkoon laadittuja kysymyksiä, mutta näiden järjestystä voidaan vaihdella sen mukaan, että miten haastattelu sattuu kulkemaan. Tämä siis eroaa strukturoidusta haastattelusta, jossa ennakkoon laaditut kysymykset kysytään täysin samassa järjestyksessä jokaiselta haastateltavalta. (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015. 106-107.)

Haastattelu valikoitui menetelmäksi, koska tällä tavalla saadaan kerättyä laadullisempaa ja syvällisempää tietoa kyselyn lisäksi. Näin saadaan parempi kokonaiskuva kehittämistehtävässä tutkittavasta asiasta, kun yhdistetään kyselyssä ja haastattelussa saatu tieto. Tämä mahdollistaa sen, että kerättyjä aineistoja voidaan analysoida paljon tarkemmin ja myös laaja-alaisemmin, kun käytössä on kaksi toisiaan tukevaa menetelmää.

Haastateltavat henkilöt valittiin CRM-projektin vetäjistä, eli haastateltiin projektipäälliköä ja hänen lisäksi tiiviisti projektin vetämisessä mukana ollut myyntijohtaja. Heillä on kaikista laajin näkemys CRM:n hyödyistä yritykselle. Lisäksi he ovat olleet määrittelemässä tavoitteet ja tarpeet järjestelmälle ja projektille. Näin ollen, he myös tietävät parhaiten projektin kulun alusta käyttöönottovaiheeseen asti ja mitä siinä matkalla on tapahtunut.

4.2.1 Haastattelun toteutus

Haastattelut toteutettiin Teamsilla, koska molemmat haastateltavat istuvat pääkonttorilla Helsingissä ja nykuteknologia mahdollistaa kuitenkin etänä haastattelun, joten ei ollut tarpeellista lähteä käymään Helsingissä. Haastatteluihin varattiin aikaa tunti, mutta molemmat toteutetuista haastatteluista saatiin suoritettua noin puolessa tunnissa. Haastattelut tallennettiin ja tähän tallentamiseen kysyttiin lupa jo ennen haastattelun alkua ja vielä uudestaan haastattelun alkaessa.

Haastattelun aluksi kerrottiin myös haastatteluaineiston käytöstä, eli sitä ei pääse sellaisenaan näkemään, kuin kehittämistehtävän tekijä, eli tutkija. Lisäksi kun aineistolle ei ole enää käyttöä, eli kehittämistehtävä ja opinnäytetyö ovat valmiit, hävitetään aineisto asianmukaisesti

4.2.2 Aineiston käsittely ja tulosten analysointi

Aineistoa säilytetään tutkijan tietokoneella ja kopiota ulkoisella kovalevyllä. Molemmissa aineisto pysyy salasanan takana. Haastattelujen jälkeen aineisto käytiin läpi ja litteroitiin, jotta voitiin aloittaa varsinainen analysointityö. Litteroinnin ja analysoinnin jälkeen voitiin aloittaa vasta aineiston hyödyntäminen kehittämistehtävän raportissa.

Haastattelussa esiin nousseiden tulosten analysointia ja analyysissa esiin nousseita asioita käsitellään tarkemmin työn tuloksissa. Mutta ei kuitenkaan koko haastattelun osalta, vaan esiin nostetaan ainoastaan kehittämistehtävän kannalta merkitykselliset sisällöt ja niiden analyysit.

4.3 Konstruktiivinen tutkimus

Yhtenä osana kehittämistehtävää toteuttiin loppukäyttäjälle ohjeet CRM-järjestelmän käytöstä. Siksi kolmanneksi menetelmäksi valikoitui konstruktiivinen tutkimus, koska se soveltuu hyvin jonkin käytännönläheisen ongelman ratkaisemiseen ja lopputuloksena konstruktiivisessa tutkimuksessa on usein jokin kehitystyön tuloksena syntynyt uusi rakenne, esimerkiksi kirja, tai koulutusmateriaali, vaikkapa loppukäyttäjäohjeet (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015. 65).

Konstruktiiivinen tutkimus pyrkii siis luomaan uutta todellisuutta tutkimustiedon pohjalta. Tarkoituksena on käytännönongelman ratkaisu siten, että tuotetaan esimerkiksi uudenlainen toimintatapa perustelemalla se teoreettisesti ja samalla tuodaan uutta tietoa niin liiketoimintaan, kuin myös tiedeyhteisöönkin. Teoreettinen perustelu ei kuitenkaan riitä, vaan on tärkeä myös osoittaa, että ratkaisu toimii kohdeorganisaatiossa, mutta tämän lisäksi olisi hyvä, että tämä toimisi myös laajemminkin. (Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015. 66.)

4.3.1 Konstruktiiivisen tutkimuksen toteutus

Loppukäyttäjähjeiden laatimisessa konstruktiiivista tutkimusta hyödynnettiin siten, että käytiin läpi vanhat ohjeet, järjestelmän laatineen Microsoftin monisataa sivuinen manuaali ja tämän lisäksi järjestelmän toimittaneen ja räätälöineen konsulttiyrityksen laatimat pikaohjeet. Lisäksi osallistuttiin järjestelmän testauksiin ja konsulttien järjestämiin testausworkshoppeihin. Käytiin myös jatkuvaa ja aktiivista dialogia harjoitteluohjaajien kanssa (CRM-projektin projektipäällikkö ja myyntijohtaja). Lisäksi oltiin yhteyksissä muihin testejä suorittaneisiin henkilöihin ja selvitettiin heidän näkökantojaan ohjeiden suhteen, jotta niistä saadaan mahdollisimman toimivat. Hyödynnettiin siis olemassa olevaa teoriaa ja tietoa, mutta samalla myös ollaan empiirisesti tutkittu asiaa.

Teoreettinen kytkentä tapahtuu CRM-järjestelmää koskevan teorian kautta, mutta samalla myös ohjeiden laatimista koskevaan teoriaan nojataan, jotta saadaan riittävän hyvä kokonaisuus aikaan. Kun huomioidaan myös ohjeiden laatimisen teoria, niin voidaan tarkastella aihetta ohjeiden kirjoittamisen näkökulmasta ja mieltä sitä kautta, että onko saavutettu lopputulos halutunlainen ja tukeutuuko se teoriaan riittävästi.

4.3.2 Produktin laatiminen

Produkti eli loppukäyttäjähjeet laadittiin hyvin pitkälle hyödyntäen empiiristä kokemuspohjaa järjestelmän testauksista ja käymällä dialogia projektin vetäjien ja muutaman muun projektiin osallistuneen tahon kanssa. Tällöin saatiin selville, mitä kaikkea pitää huomioida ohjeessa.

Ohjeessa korostuu kuvallinen ilmaisu ja hyvin lyhyet ja mahdollisimman yksiselitteiset tekstiohjeet. Näin ohjeenlaatimisen teoria,- jonka pääsanoma on, että pyritään pitämään

ohjeet mahdollisimman lyhyinä ja ytimekkäinä ja esitetään ohjeistettava asia mahdollisimman yksityiskohtaisesti kuvia hyödyntäen ja jättämättä välivaiheita väliin – kulkee käsikädessä käytännön kanssa. Seuraavassa pääluvussa käsitellään produktin laatimista tarkemmin.

5 PROSESSI PRODUKTIN SUUNNITTELUSTA VALMIISEEN OHJEeseen

Tässä osiossa käydään läpi opinnäytetyön produktina olevien Avarn Security Oy:n asiakkuudenhallintajärjestelmän loppukäyttäjien ohjeiden laatimisen alkumetreiltä lähtien lopulliseen valmiiseen ohjeeseen. Ohjeet ovat jo opinnäytetyön kirjoittamisen hetkellä olleet käytössä yhtiössä ja muutamia asioita niihin on myös jo päivitettykin vastuukäyttäjien toimesta.

5.1 Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaihe asiakkuudenhallintajärjestelmän loppukäyttäjien ohjeiden osalta alkoi orientaatiopäivällä syyskuussa 2021 Avarn Securityn pääkonttorilla yhdessä asiakkuudenhallintajärjestelmän projektijohdon kanssa. Asiakkuudenhallintajärjestelmäprojektin projektijohto (myöhemmin käytetään pelkkää projektijohtoa) toimi samalla myös opinnäytetyön kirjoittajan opintoihin liittyvän syventävän harjoittelun ohjaajina asiakkuudenhallintajärjestelmään liittyvien työtehtävien osalta.

Harjoittelun orientaation lisäksi keskusteltiin projektijohdon kanssa millaisten loppukäyttäjäohjeiden tulisi pääpiirteissään olla ja käytiin läpi yhden vanhemmat asiakkuudenhallintajärjestelmän ohjeet. Samalla perehdyttiin myös järjestelmän toimittajan lyhyempiin ohjeisiin ja Microsoftin omaan manuaaliin. Manuaalissa sivuja on pari sataa, mutta siinä on myös kattavimmin kaikki Microsoft Dynamics 365 asiakkuudenhallintajärjestelmää koskeva tieto.

Suunnitteluvaihetta jatkettiin siten, että orientaatiota seuraavat kaksi päivää sisäistettiin Microsoftin manuaalia, sekä tutustuttiin järjestelmän toimivuuteen käytännössä eristetyssä hiekkalaatikko ympäristössä, jolloin mitään peruuttamattomia virheitä ei pääse tapahtumaan. Tähän kohtaan huomattakoon, että koko loppukäyttäjäohje on laadittu hiekkalaatikko ympäristössä.

Itse testaamalla ja kokeilemalla järjestelmän toimintoja oppii ja sisäistää asioita eri tavalla, kuin pelkästään lukemalla manuaalia. Kyse on Learning by doing -teoriasta, eli tekemällä oppimisesta. Tämä on John Deweyn pragmatismiin, eli kasvatustieteeseen pohjaava ajatus. Ajatuksena kyseisessä filosofiassa on, että oppija käyttää omaa

oppimiskykyään toiminnallisessa ympäristössä, eli käytännön kokeilemisen kautta oppii esimerkiksi jonkin uuden tietojärjestelmän käytön. Tähän filosofiaan kuuluu myös se, että on lupa epäonnistua, näin ollen tietojärjestelmän suljettu hiekkalaatikkoympäristö on hyvä paikka tämän tyyppisille kokeiluille ja sitä kautta oppimiselle. Toisin sanoen, Deweyn pragmatismia noudattaen uusien asioiden oppiminen tapahtuu parhaiten käytännön harjoitteita tehden, jolloin tekijälle muodostuu kokemusta asiasta, eikä olla vain pelkän teoratiedon varassa. (Mattila, K. 2012.)

Microsoftin manuaalin lukemisen ja järjestelmän alkutestausten ja totuttelun jälkeen toteutettiin loppukäyttäjähjeille runko word-dokumenttina, jonka pohjana käytettiin vanhaa järjestelmäohjetta, sekä järjestelmän toimittajan lyhyttä ohjetta. Runko käsitti toisin sanoen sen, millaisia aiheita ja aihekokonaisuuksia ohjeessa tullaan käsittelemään. Tämä laadittu runko toimi myös pohjana järjestelmän toimittajien testaustyöpajalle/ koulutukselle, joka pidettiin järjestelmän testaajille. Näin ollen ohjeen toimivuutta käyttäjillä lähdettiin testaamaan jo heti alkuvaiheesta lähtien ohjeen rungolla.

5.2 Ohjeen laatiminen käytännössä

Ohjeet laadittiin yhtiön brändin mukaiselle Powerpoint-pohjalle, jotta saatiin ammattimainen vaikutelma ja pysytään yhtenäisenä brändin kanssa. Ohjeiden laatimisessa hyödynnettiin kuvakaappauksia itse järjestelmästä, jolloin saatiin havainnollistettua mahdollisimman informatiivisesti miten jokin asia tehdään. Tekstiselitteet pidettiin mahdollisimman lyhyinä ja ymmärrettävinä. Ohjeet altistettiin kehitysvaiheessa päivittäin ja jopa useamman kerran päivässä projektipäällikön ja myyntijohtajan palautteelle, jonka mukaan niitä paranneltiin. Kun oli tarpeeksi lihaa luiden ympärillä, eli versio 1.0 saatiin valmiiksi, niin tämä altistettiin muille testaajille luettavaksi ja kommentoitavaksi. Saadun palautteen mukaan ohjeita kehitettiin entisestään.

Ohjeiden kehittäminen jatkui vielä ihan viime metreille asti, viimeisiä päivityksiä tehtiin juuri ennen käyttöönottoviikonloppua. Kun järjestelmä otettiin käyttöön pitkän testaamisen ja kehittämisen jälkeen, vei markkinointi ohjeet pdf-muotoon ja tämän pdf-tiedoston intranettiin asiakkuudenhallinnan alle, josta ne on helposti löydettävissä. Helppo löydettävyys on kytköksissä myös ohjeiden laatimisen ja ohjeistamisen teoriaan.

Ohjeeseen tehtiin vielä viimeisiä päivityksiä opinnäytetyön kirjoitusvaiheessa keväällä 2022, jossa ohjeeseen lisättiin motivaatiota käsittelevä sivu. Ohjeiden laatimisen

loppuvaiheissa projektipäällikön pyynnöstä suunniteltiin ja laadittiin ohjeiden päivittämiseksi oma prosessi ja siitä lyhyt vajaan sivun ohje word-dokumenttiin. Lisäksi laadittiin exceliin loki, johon merkitään tehdyt päivitykset. Tämä päivitysohje, loki ja itse editoitava Powerpoint -muodossa oleva loppukäyttäjäohje siirrettiin asiakkuudenhallintajärjestelmän vastuukäyttäjien Teams-kanavalle, jolloin ohjeiden päivittäminen on kontrolloitua.

Produktia, eli loppukäyttäjäohjetta ei tähän raporttiin liitetä, koska siitä olisi pitänyt poistaa tiettyjä yhtiön liiketoimintaan ja sisäiseen ohjeistukseen liittyviä osia. Lisäksi olisi pitänyt joiltakin osin muokata myös tiettyjä prosessikuvauksia ja -ohjeistuksia, joten katsottiin paremmaksi vain käsitellä raportissa ohjeen laatimista ja siihen liittyviä vaiheita, muttei kuitenkaan tuoda lopputuotosta liitteeksi.

Lopulliseen ohjeeseen on myös laitettu näkyviin, että se on luottamuksellinen ja vain yhtiön sisäiseen käyttöön. Produkti kuitenkin esitellään opinnäytetyön esittelytilaisuudessa niiltä osin, kuin sen voi tehdä menemättä yksittäisiin prosesseihin ja yhtiötä koskeviin lukuihin. Pääpainona siis esittelyssä on itse ohje, eikä niinkään yksittäinen ohjeessa oleva sisältö. Produkti myös määrätään salassa pidettäväksi, eikä sitä tulla julkaisemaan opinnäytetyön raportin yhteyteen.

6 AINEISTON ANALYSOINTI

Kyselytutkimuksissa ja haastatteluissa saatiin kerättyä arvokasta aineistoa niin produktin luomisen aikaan, kuin myös jo käytössä olevasta valmiista produktista. Tässä luvussa on tarkoitus analysoida tuota aineistoa.

6.1 Syksyllä 2021 toteutettu kysely

Loogisinta on aloittaa syksyllä 2021 toteutetun kyselyn aineiston analyysistä. Tämä kysely käsitteli pääasiassa CRM-järjestelmän käytettävyyttä, sekä hyötyjä liiketoimintaan ja vain hiukan sivuttiin loppukäyttäjähjetta.

Kyselytutkimus lähetettiin 28 henkilölle, joista 16 vastasi tutkimukseen. Otanta oli näin ollen ihan riittävä antamaan osviittaa henkilöstön mielipiteistä CRM-järjestelmästä ja sen käytöstä. Kyselyn tulokset ovat ennakko-odotusten mukaiset, eikä esiin noussut mitään yllätyksiä. Yli puolet vastaajista, eli 63% ilmoitti, että CRM-järjestelmä ei ole heille ennestään tuttu ja 37% taas vastasi sen olevan tuttu. Tämä tulos oli hyvin odotettu, koska testaajissa oli paljon myyntihenkilöitä, jotka järjestelmää ovat jo aiemmin käyttäneet. Mutta suurin osa testaajista oli täysin uuden asian parissa. (CRM-kysely. 2021.)

Järjestelmän käyttö koettiin myös ajan mittaan entistä helpommaksi ja konsulttien järjestämät testaustyöpajat koettiin myös tarpeellisiksi. Tämä puoltaa sitä ajatusta, että henkilöstö vaatii hiukan aikaa tutustua uuteen järjestelmään ja myös ohjausta sen käyttöön. Sen jälkeen järjestelmän käyttö koetaan helpoksi ja arkista työtä helpottavaksi. Näin ollen olisikin hyvä pitää useampi koulutus yksikkökohtaisesti, jotta työntekijöillä olisi matalampi kynnyks opetella järjestelmän käyttöä. (CRM-kysely. 2021.)

Vastaajista 75% näkisi, että järjestelmä tulee tehostamaan liiketoimintaa ja vastaavasti 25% oli asiasta erimieltä. Tämä erimielisyys johtunee siitä, että järjestelmä koetaan vielä hitaaksi ja kankeaksi käyttää, kunnes siihen alkaa olemaan riittävästi kokemusta ja sen käytöstä on muodostunut uusi normaali. Vastaavasti sitten melkein kaikki, eli 94% vastaajista oli sitä mieltä, että järjestelmä parantaa asiakkuuksien hoitoa. Vain 6% oli erimieltä. Tämä on hyvä suuntaus, jos melkein kaikki ovat sitä mieltä, että järjestelmän käytöstä on hyötyä asiakkuuksien hoidollisesti, koska silloin ollaan selkeästi ymmärretty järjestelmän tarkoitus ja se, mitä sillä tavoitellaan. (CRM-kysely. 2021.)

6.2 Keväällä 2022 toteutettu kysely

Tässä luvussa käydään läpi kyselyn tulokset ja analysoidaan, minkälaisia toimia tämä voisi tarkoittaa ohjeen päivittämisen kannalta. Jotkin kohdat käydään hiukan lyhyemmin, jos vastaukset ovat hyvin selvästi sen mukaiset, että asia on hyvin nykyisellään. Mikäli selkeän enemmistön mielestä jokin asia ei toimi, niin siihen käytetään hiukan enemmän aikaa ja rivejä tästä raportista.

Vastaajia oli 11, joten kovin suuresta otoksesta ei voida puhua. Myöskään analyysi ei ole tällöin ihan täysin aukoton, koska kysely lähti 108 henkilölle, tällöin vastaajia oli prosentuaalisesti vain ~10,19%. Tämä alhainen vastaajien määrä voi selittyä monellakin tapaa. Yksi mahdollinen selittävä tekijä voi olla, että kyselystä lähetetty sähköposti on voinut vain unohtua muiden työsähköpostien alle. Myös kiire työtehtävissä on toinen mahdollinen syy. Kolmantena voidaan mainita, että kysely ei ollut mikään maksimissaan viiden minuutin mittainen lyhyt, vaan sen noudatella teoriaa, pituudeksi muodostui noin 20 minuutin mittainen kysely. Tämä on todennäköisesti vaikuttanut monen henkilön vastausintoon alentavasti.

6.2.1 Taustoittavat kysymykset

Tässä kyselyssä taustoittavilla kysymyksillä ei tarkoiteta vastaajan ominaisuuksiin tai ylipäänsä vastaajaan liittyviä asioita, kuten ikää, sukupuolta, asuinpaikkaa. Taustoittavilla kysymyksillä kysyttiin vastaajilta, että ovatko he ylipäänsä kokeneet loppukäyttäjäohjeen tarpeelliseksi. Onko ohjetta käytetty kerran, ei lainkaan vai useamman kerran. Selvitettiin myös, että onko ohje tuonut lisää ymmärrystä järjestelmästä. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Näihin yllä mainittuihin kysymyksiin on saatu seuraavanlaisia vastauksia. Vastaajista 82% on kokenut ohjeen tarpeelliseksi, kun taas 18% ovat sitä mieltä, ettei ohje ole ollut heille tarpeellinen. Näin ollen voidaan todeta, että tällä otannalla ohje on ollut hyödyllinen suurimmalle osalle järjestelmän käyttäjiä. Toiseksi kysyttiin ohjeen käyttökerroista. Taas suurin osa vastaajista, eli 82% oli käyttänyt ohjetta useamman kerran ja vain 18% oli käyttänyt ohjetta tasan kerran. Kukaan ei vastannut, että ei olisi käyttänyt ohjetta

lainkaan. Tästä voidaan tehdä varovainen päätelmä, että samat vastaajat ovat vastanneet tähänkin kysymykseen samalla tavalla, kuin aiempaankin, eli nämä vain kerran ohjetta käyttäneet kokivat, ettei ohje tuonut heille lisäarvoa. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Kolmas kysymys ohjeen tuomasta ymmärryksestä järjestelmän suhteen kysyttiin väittämän muodossa ja tämä toi hiukan hajontaa vastauksiin. Väittämässä siis arvioitiin asteikolla 1-5. Keskiarvo vastauksista oli 3,4 ja mediaani tasan 3,0. Prosentuaalisesti vastaukset jakaantuivat siten, että 1 (ei lainkaan samaa mieltä) vastasi 9,1% ja selkeästi suurin osa 54,5% vastaajista sijoittui mediaaniin ja vastasivat turvallisesti keskeltä 3. Väittämän 4 ja 5 kohdat valitsi molemmat 18,2% vastaajista. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Näiden vastausten valossa ohje on selkeästi lisännyt järjestelmän käyttäjien ymmärrystä järjestelmästä. Näin ollen voidaan olettaa, - toki taas hyvin varovaisesti – että he selviytyvät paremmin järjestelmän käytöstä osana työtehtäviään ohjeen avulla, kuin ilman ohjetta.

6.2.2 Yksinkertaisuus

Hyvän ohjeen teoriaan viitaten hyvä ohje on muodoltaan mahdollisimman yksinkertainen. Tämä tarkoittaa lyhyttä ja ytimekkyyttä, sekä toisaalta sitä, että vain olennainen löytyy ohjeesta ja ohje on helposti selattavissa (Martikainen, H. 2019. 11). Tässä osiossa kysyttiin ohjeen yksinkertaisuuteen liittyvistä asioista väittämä muodossa. Eli vastaajat arvioivat väittämiä asteikolla 1-5, jolloin vaihtoehto 1 tarkoittaa, ettei vastaaja ole lainkaan samaa mieltä väittämän kanssa ja 5 taas tarkoittaa vastaajan olevan täysin samaa mieltä. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Keskiarvo ohjeen lyhyttä ja ytimekkyyttä käsittelevän väittämän vastauksissa oli 2,7 ja mediaani 3,0 (CRM-seurantakysely. 2022). Ohje on kuitenkin kokonaispituudeltaan yli 70 sivua pitkä, joten tällä mittakaavalla ohjetta ei kovin hyvällä tahdolla voida pitää lyhyenä ja ytimekkäänä. Toisaalta ohje on selvästi monisataa sivuista Microsoftin omaa järjestelmän manuaalia lyhyempi. Pituutta selittää osaltaan se, että ohjeeseen haluttiin mukaan tietyt prosessit ja tiedot.

Ohje sisältää vain olennaisen keskiarvovastaus on 2,9 ja mediaani 3,0 (CRM-seurantakysely. 2022). Selkeästi ollaan sitä mieltä, että ohje sisältää hiukan tai jopa merkittävästi enemmän, kuin vain olennaisen. Se, mikä on vain olennaista, onkin hiukan vaikeampi

asia miettiä objektiiviselta kannalta. Joku toinen voi tarvita selkeästi enemmän tietoa, kun taas toinen pärjää vain hyvin vähällä tiedolla. Muistutetaan, että otanta on suppea ja mitään suuria linjanvetoja ei vielä kannata tehdä näillä vastausprosentteilla. Pieniä korjauksia voi kuitenkin miettiä, kuten esimerkiksi tulisiko jokin asia tiivistää.

6.2.3 Tiedon saatavuus

Tiedon saatavuuteen Martikaisen (2019) luoman teorian mukaan kuuluu ainakin ohjeen helppo selattavuus, selkeä ja havaittava muoto, lisäksi ohje ohjaa lukijansa oikeaan paikkaan järjestelmässä. Ohjeen helpon selailun puolesta puhuu se, että vastausten keskiarvo on 3,2 ja mediaani 3,0. Väittämän ohje on selkeä ja havaittava keskiarvo oli 3,1 ja mediaani jo tuttu 3,0. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Näiden vastausten perusteella voidaan tehdä varovainen arvio, että useimmat järjestelmän loppukäyttäjistä näkevät ohjeen nykymuotoisena olevan selkeä ja havaittava. On kuitenkin syytä huomioida alhainen vastaajien määrä, joten sen takia ei voida tehdä mitään lukkoon lyötyä arviota asiasta, mutta hiukan osviittaa saatiin kyselyllä.

Myös vastaajien hyvin selvä enemmistö oli sitä mieltä, että ohjeen perusteella järjestelmän käyttäjän on helppo päästä oikeaan paikkaan järjestelmässä. Vastausten keskiarvo oli 3,3 ja mediaani 3,0. (CRM-seurantakysely. 2022.)

6.2.4 Joustavuus

Joustavuuden osalta esitettiin seuraavanlainen väittämä kyselyn vastaajille. Ohjetta on mahdollista lukea vapaassa järjestyksessä. Sekä kysyttiin kyllä/ei -muotoisena, että onko käyttäjä löytänyt hyperlinkit, joilla voi siirtyä helposti haluttuun kohtaan. Hyvin selvä enemmistö on sitä mieltä, että ohjetta on mahdollista lukea vapaassa järjestyksessä, koska keskiarvo on 3,9 ja mediaani 4,0. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Hyperlinkit oli ohjeesta löytänyt vain 27% vastaajista ja suurin osa, eli 73% ei näitä ole löytänyt. Sisällysluettelosta näitä linkkejä käyttämällä pääsee liikkumaan haluttuun kohtaan. Myös ohjeessa matkan varrelta löytyy hyperlinkkejä, jos niitä on katsottu tarpeelliseksi lisätä, jotta lukija pääsee hyppäämään seuraavaan kohtaan. Tätä toki on syytä tarkastella, että pitäisikö ohjeen muillekin sivuille lisätä ainakin paluulinkit sisällysluettuun. (CRM-seurantakysely. 2022.)

6.2.5 Tosielämävastaavuus

Osiossa esitettiin Martikaisen (2019) kasaamaan teoriaan perustuen, että tieto ohjeessa esitetään luonnollisessa järjestyksessä. Tähän saatujen vastausten keskiarvo oli 3,1 ja mediaani 3,0. Vastaaajien enemmistö kallistui siihen suuntaan, että tosielämävastaavuus on melko hyvällä tolalla. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Vastaaajista 91% oli sitä mieltä, että ohjeessa käyttöliittymäelementit on nimetty samalla tavalla, kuin järjestelmässä. Vain 9% vastasi, että näin ei ole. Näiden muutaman kysymyksen vastausten perusteella voidaan tulkita, että ohje vastaa melko hyvin tosielämää. Toki aina voidaan parantaa, ja toisaalta tämä otanta on melko pieni kertomaan koko totuutta. Mutta tämän kyselyn valossa ei ole kovin suurta huolta tosielämävastaavuuden suhteen. (CRM-seurantakysely. 2022.)

6.2.6 Yhtenäisyys

Tässä osiossa selvitettiin kyselyssä ohjeen yhtenäisyyttä. Tämä on myös löydettävissä Martikaisen (2019) luomasta hyvän ohjeen teoriasta. Osiossa esitettiin väittämiä ohjeen yhtenäisestä ulkoasusta, rakenteesta, sanavalinnoista ja kirjoitusasusta. Yhtenäinen ulkoasuväittäjä sai keskiarvoksi 4,1 ja mediaaniksi 4,0. Selvästi oltiin sitä mieltä, että tämä väittäjä pitää paikkansa loppukäyttäjäohjeen osalta. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Yhtenäinen rakenne sai myös hyvän keskiarvon 3,7 ja mediaani oli 4,0. Tämäkin on oikein mainio tulos tämän kyselyn perusteella. Voitaneen päätellä, että rakenne on suhteellisen hyvin onnistuttu pitämään yhtenäisenä. Ohjeen sanavalintojen yhtenäisyyden suhteen tulos oli keskiarvon ja mediaanin suhteen sama, kuin rakennekysymyksen osalta. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Pyydettyäessä vastaaajia arvioimaan ohjeen kirjoitusasua asteikolla 1-5, saatiin keskiarvoksi 3,8 ja mediaaniksi 4,0. Yhteenvetona voitaisiin todeta, että ohje on hyvinkin yhtenäinen kysytyiltä osa-alueiltaan ainakin vastaaajien mielestä. Mutta tähän otantaan perustuen hyvin todennäköisesti jakauma olisi vastausten suhteen mennyt laajemmallakin otannalla hyvin saman suuntaisesti. (CRM-seurantakysely. 2022.)

6.2.7 Virheiden estäminen

Osiossa selvitettiin vastaajilta, kuinka hyvin heidän mielestään ohjeessa on pyritty estämään virheet ja tarjoamaan niihin apua. Väittämä, virheet on pyritty estämään sai vastauksissa keskiarvoksi 3,5 ja mediaaniksi 4,0. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Kysyttäessä kyllä/ei muotoisena vastaajilta sitä, että ovatko he tietoisia ohjeen lopusta löytyvästä prosessikaaviosta, josta löytyy apu mahdollisiin vikatilanteisiin, saatiin kyllä vastauksia 64% ja ei vastauksia 36%. Voi olla, että osalla on mennyt ohi tuo lopussa oleva kaavio. Tai sitten edellisestä ohjeen lukukerrasta on jo aikaa, eikä sitä vain muisteta. On myös mahdollista, että ei ole ollut tarvetta lukea ohjetta loppuun asti ja näin ollen tieto tästä prosessikaaviosta ei välttämättä ole tavoittanut kaikkia. (CRM-seurantakysely. 2022.)

6.2.8 Tehtäväkeskeisyys

Osiossa selvitettiin vastaajilta, kuinka hyvin loppukäyttjäohjeessa on onnistuttu pysymään tehtäväkeskeisinä. Ensimmäisenä esitettiin väittämä, että tehtävien suorittamisen kokonaisuus näkyy otsikkotasolla. Keskiarvoksi saatiin 3,5 ja mediaani 4,0. suurin osa taas oli sitä mieltä, että tehtäväkeskeisyys näkyy jo hyvin otsikkotasolla. Muutamat vastaajat ovat olleet sitä mieltä, että eivät ole ihan samaa mieltä kuitenkaan. Tämä voinee selittyä, että väittämä saattaa olla vaikeasti avautuva. Tai sitten on mahdollista, että ohjeen otsikointeihin täytyy vielä jatkossa kiinnittää huomiota ja miettiä mahdollisia parannuksia. Mutta lukujen perusteella tulos ei suinkaan ole huolestuttava. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Väittämä, tehtäväsarjat ovat yksinkertaisia sai keskiarvoksi 3,2 ja mediaaniksi 3,0. Tämä ei ole yksistään ohjeesta riippuvainen tekijä, että tehtäväsarjat eivät välttämättä ole kaikkien mielestä yksinkertaisia. Suuri paino on itseasiassa myös sillä, jos tehtäväsarjat ovat itse järjestelmässä monimutkaisia. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Osaltaan näihin vastauksiin on varmasti vaikuttanut, että järjestelmässä on mahdollisesti vielä joitakin keskeneräisyyksiä ja viilausta vaativia kohtia. Lisäksi toki vastaajien, sekä samalla järjestelmän käyttäjien taidoissa käyttää järjestelmää on eroavaisuuksia. Järjestelmä kuitenkin tuli suurelle osalle nykyisistä käyttäjistä uutena. Mikäli mahdollista, niin tätä tehtäväsarjojen yksinkertaisuutta tulisi selvittää, kun järjestelmä on ollut ainakin

vuoden käytössä, jolloin varmasti käyttökokemuksetkin ovat tasaisemmat ja ne eivät osaltaan vaikuttaisi arvioon ohjeesta.

Tehtävillä on konkreettinen lopputulos, väittämän keskiarvoksi muodostui 3,6 ja mediaaniksi 4,0. Kaikilla ohjeessa olevilla tehtävillä on konkreettinen lopputulos suurimman osan mielestä, kun näitä lukuja tulkitaan. Ohje on siis onnistunut välittämään tämän melko hyvin loppukäyttäjille. Tätäkin voidaan aina parantaa ja miettiä, että kuinka saadaan vielä selkeämmin ohjeeseen tuotua se konkreettisuus esiin. Toisaalta on muistettava taas vähäinen otanta. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Ohje kannustaa kokeilemaan väittämän keskiarvo on 2,7 ja mediaani 3,0. Keskiarvosta on jo nähtävissä, ettei ohje ole tältä osin onnistunut vastaamaan sitä, mitä hyvän ohjeen teorian mukaan tulisi olla. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Tässä kohtaa ei ole haluttu antaa kauheasti liikkumavaraa siihen, että miten tietyt toiminnot järjestelmässä suoritetaan. Vaan halutaan, että yhtiössä noudatetaan samoja toimintatapoja kaikkialla ja pidetään yllä samat standardit. Mutta asiaa voitaneen kuitenkin pohdita, että sulkevatko nämä toisensa pois, jos lisätään ohjeeseen kannustimia kokeilla itsenäisesti asioita järjestelmässä.

Tähän kokeilutarkoitukseen on kuitenkin hyvä valjastaa eristetty hiekkalaatikkoympäristö, jottei sitten yksittäinen pieleen mennyt kokeilu kadota esimerkiksi kokonaan jotain isoa asiakasta tai lähettä vahingossa oikeasti asiakkaalle jonkin sähköpostin. Ilman muuta olisi kuitenkin hyvä aktivoida käyttäjiä omatoimisesti kokeilemaan ja tekemään havaintoja järjestelmästä ja näin ollen he oppisivat entistä paremmin järjestelmän käytön.

Väittäjä, ohjeessa ei ole liikaa yksityiskohtia. Keskiarvoksi saatiin 3,2 ja mediaani 3,0. Ohjeessa on osan mielestä sopivasti tietoa ja yksityiskohtia ja toisten mielestä hiukan liikaakin. Tämä asia oli jo tiedossa ohjetta tehtäessä, koska siihen haluttiin saada kädestä pitäen opastus ja osat prosesseista olivat monivaiheisia ja ehkä hiukan monimutkaisiakin järjestelmässä. Tästä syystä yksityiskohtia ohjeessa on kieltämättä paljon. Toisaalta jos joitakin kohtia ei olisi avattu kunnolla ohjeessa olisi se jäänyt hiukan ylimalkaiseksi paikoitellen ja käyttäjillä olisi voinut olla vaikeuksia selvittää kaikkia prosesseja loppuun. (CRM-seurantakysely. 2022.)

6.2.9 Oikea kirjoitustyyli

Osiossa selvitettiin vastaajien näkemyksiä siitä, kuinka ohjeen kirjoitustyyli on onnistunut. Kirjoitustyyli on selkeä ja asiallinen väittämän keskiarvoksi muodostui 4,0 ja mediaaniksi saatiin myös 4,0. Näiden lukujen valossa voidaan vetää johtopäätös, että kirjoitustyylin selkeydessä ja asiallisuudessa ei ole moitittavaa. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Ohjeen oikeinkirjoitus on onnistunut väittämän keskiarvo 4,1 ja mediaani 4,0. Näin ollen oikeinkirjoituksessa toki on viilattavaa, muttei niin paljon, että sillä olisi ratkaisevaa merkitystä ohjeen toimivuuden kannalta. Oikeinkirjoitusta voitaisiin parantaa ainakin siten, että ohje luetutettaisiin tai jopa tehtäisiin yhdessä viestintään kuuluvan henkilön kanssa, koska heidän tulee jo lähtökohtaisesti työssään olla tarkkoja oikeinkirjoituksesta. Ohje kyllä luetutettiin tekovaiheessa viestinnän ja markkinoinnin henkilöille, joten nyt jo on tähän asiaan vaikutettu. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Ohjeessa tulisi myös käyttää imperatiivia, eli käskymuotoa ja pienellä enemmistöllä asia on tämänkin ohjeen osalta todennettu. 55% vastaajista on vastannut, että ohjeessa käytetään imperatiivia. Vastaajista 45% on kuitenkin vastannut, ettei ohjeessa käytettäisi imperatiivia. Tätä asiaa kannattanee vielä tarkastella, kun ohjetta päivitetään jatkossa. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Ohjeessa puhutellaan suoraan lukijaa ja kyllä vastauksia saatiin 82% ja ei vastauksia oli 18%. Näiden lukujen mukaan ohje on onnistunut tältä osin, jos selkeä enemmistö vastaajista kokee, että heitä puhutellaan suoraan. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Lyhenteitä ohjeessa käytetään vähän tai ei lainkaan oli saanut keskiarvoksi 3,7 ja mediaaniksi 4,0. Luvut näyttävät taas hyvältä ja voidaan tulkita, että ohjeen laatimisessa on onnistuttu välttämään lyhenteiden liika käyttäminen. (CRM-seurantakysely. 2022.)

6.2.10 Kehittämideoita

Lopuksi kyselyssä pyydettiin vastaajia kirjoittamaan vapaaseen tekstikenttään heidän toiveitaan ohjeen kehittämistä ajatellen. Näitä toiveita oli, että saataisiin lyhyempi ja suoraviivaisempi ohje. Tällainen pikaohje on joitakin kertoja ollutkin keskusteluissa. Lisäksi toivottiin, että kun järjestelmää päivitetään ja muokataan, niin nämä päivitykset muistutettaisiin myös tehdä ohjeeseenkin. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Yhtenä toiveena olisi saada ohjeessa olevista prosessikaavioista ja osasta kuvakaappauksista selvästi suurempia, jotta niitä olisi helpompi lukea ja hahmottaa. Tämä on tietysti ongelmallista, kun tilaa on rajallisesti ja muutamat kaaviot ohjeessa ovat kohtuullisen isoja. Näin ollen tulisikin miettiä, että voisiko näitä prosessikaavioita jotenkin typistää tai mahdollisesti jakaa kahdelle sivulle. Toki tässä kahdelle sivulle jakamisessakin on ongelmansa, kun silloin voi kokonaisuuden hahmottaminen kärsiä. (CRM-seurantakysely. 2022.)

Toivottiin myös ohjeen tarjouksen muuttamisen kohtaa ja sopimusosiota selkeämmäksi. Se toki on myös itse järjestelmässä monimutkainen ja monitahoinen asia. Siksi on hyvinkin mahdollista, että se ohjeestakin lukien vaikuttaa monimutkaiselta. Siihen tämän analyysin ja opinnäytetyön kirjoittaja ei osaa ottaa kantaa, että onko tämä jossain vaiheessa selkiytymässä esimerkiksi sopimus pohjien ja allekirjoitusasioiden osalta. Jos jossain kohtaa tämä asia selkiytyy, niin tulee se toki myös ohjeeseen muuttaa selkeämmäksi. Tästä tarjousten ja sopimusten tekemisestä järjestelmän kautta olisikin mahdollisuuksien mukaan hyvä pitää workshopeja tarvittaessa, jotta se selkeyttäisi asiaa käyttäjille. (CRM-seurantakysely. 2022.)

6.3 Haastattelut

Haastattelut toteutettiin Teamsin välityksellä ja ne nauhoitettiin. Nämä nauhat litteroitiin myöhemmin. Haastateltaville luvattiin jo ennen haastattelua, että kukaan ulkopuolinen taho ei pääse näkemään haastatteluja sellaisenaan, eikä myöskään litterointeja. Näin ollen tähän opinnäytetyöhön ei ole liitetty suoria lainauksia haastatteluista, eikä litterointeja. Tässä on haastattelun pääkysymyksiä, joista ensimmäinen on lämmittelykysymys ja samalla myös taustoittava: Oletko aiemmin työtehtävissäsi käyttänyt CRM-järjestelmää? Mikä on sinun näkemyksesi, saadaanko liiketoimintaa tehostettua? Saadaanko asiakkuuksien hoitamista parannettua? Kuinka saadaan työntekijät motivoitua ottamaan CRM käyttöön? Minkälaiset ovat hyvät ohjeet uuden järjestelmän käyttöä ajatellen?

Molemmissa haastatteluissa kysyttiin alkuun taustakysymyksenä, että onko henkilöillä aiempaa käyttökokemusta CRM-järjestelmästä työtehtävissään. Toisella oli ja toisella ei ollut, joten tässä saatiin hyvin pienellä otannalla varmasti myös se kuva, että mikä tilanne on yhtiötasolla, koska suurelle osalle tuotannon ja tekniikan toimihenkilöistä tämä järjestelmä tulee nyt täysin uutena käyttöön. Näin ollen käyttöönoton ensimmäiset kuukaudet ovat varmasti hyvin paljon hakemista, että mitä kaikkea ja millä tarkkuudella

järjestelmään tulee kirjata. Lisäksi työaikaa tulee kulumaan jonkin verran enemmän näihin kirjauksiin ja järjestelmän toimintojen ihmettelemiseen, ennen kuin jokainen on saanut rakennettua omat rutiinit käyttöön. (Haastateltava A. 2021.; Haastateltava B. 2021.)

Molempien vastaajien mielestä CRM-järjestelmä kehittää liiketoimintaa ja asiakkuuksien hallintaa. Mutta tämä ei tapahdu ilman, että jokainen kirjaa aktiivisesti tekemiään asioita CRM-järjestelmään. Eli toisin sanoen jokaisen, jonka tulee työssään käyttää CRM:ää, niin tulisi sinne myös viedä dataa. Näin saadaan kaikki yhteen paikkaan ja tämä palvelee osaltaan kaikkia toimihenkilöitä työnsä hoitamisessa. Alkuun tämä tietojen kirjaaminen ja sopimusten vienti ja asioiden hoitaminen järjestelmän kautta tulee olemaan toki työntekoa hidastava tekijä. Tämä asia voi olla monelle se kynnyskysymys, minkä takia saattaa olla vaikeaa aluksi aloittaa järjestelmän aktiivista käyttöä. Lisäksi, kun huomioidaan, että kaikki järjestelmää käyttävät henkilöt eivät ole tulleet vielä kovin sinuiksi uuden järjestelmän kanssa, niin tämä saattaa myös nostaa henkistä kynnystä järjestelmän käyttöön. (Haastateltava A. 2021.; Haastateltava B. 2021.)

Jotta järjestelmä saadaan otettua laajaan käyttöön ja palvelemaan koko yhtiötä, sekä oikeasti tehostamaan liiketoimintaa ja asiakkuuksien hallintaa, sekä parantamaan asiakkuuksien hoitoa, on äärimmäisen tärkeää, että jokainen järjestelmän käyttäjä tiedostaa järjestelmän hyödyt myös oman työnsä kannalta. Lisäksi jokaisen tulisi nähdä, että järjestelmän käytössä ja laadukkaan datan luomisessa on kyse yhden köyden vetämisestä samaan suuntaan, mikä taas palvelee yhteistä hyvää, niin asiakkaita, kuin myös yhtiötä ja jokaista työntekijää. Tässä kohtaa olisikin tärkeä pohtia yhtiön yhtenäisiä motivoimiskeinoja, joilla saadaan työntekijät käyttämään järjestelmää yhdessä sovitulla tavalla. Haastattelussa selvisi, ettei vielä ole mietitty mitään yhteisiä motivoimiskeinoja, vaan luotettiin hyvin paljon tiimien esimiehiin, yksiköiden päälliköihin, sekä yksilöön itseensä, että he huomaavat järjestelmän hyödyttävän heitä itseään työssään. (Haastateltava A. 2021.; Haastateltava B. 2021.)

7 TYÖN TULOKSET

Opinnäytetyössä on osattava yhdistää teoria käytäntöön ja tässä luvussa on tarkoitus tehdä juuri niin. Aiemmissa luvuissa on käyty läpi aiheeseen liittyvää teoriaa, selostettu produktin suunnittelua ja käytännön toteutusta. Näiden lisäksi otettu tutkimuksellisia elementtejä mukaan kyselytutkimuksen ja haastattelujen osalta. Nyt on tarkoitus kytkeä itse produkti Martikaisen (2019) omassa gradussaan kokoamaan hyvän ohjeen kahdeksan osaa käsittävään teoriaan.

7.1 Hyvän ohjeen teorian toteutuminen CRM-loppukäyttäjäohjeessa

Aloitetaan yksinkertaisuudesta, joka on yksi hyvän ohjeen osa-alueista. Yksinkertaisuus pitää sisällään muun muassa sen, että ohje olisi lyhyt ja ytimekäs, ja siitä löytyisi vain olennainen. Laaditussa CRM-järjestelmän loppukäyttäjäohjeessa ei tämä lyhyys ja ytimekkyys ehkä ihan siinä termien varsinaisessa tarkoituksessa täyty. Mutta perusteluna tähän on se, että haluttiin tehdä yksi ohjeistus, josta löytyy kaikki järjestelmän käyttöön liittyvät olennaiset asiat samasta paikasta. Näin tieto ei pirstaloidu kymmeniin erilaisiin ohjeisiin, lisäksi ohjeiden päivittäminen tapahtuu kontrolloidummin ja yksinkertaisemmin, kun ei tarvitse käydä päivittämässä samaa asiaa moneen erilliseen ohjeeseen. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Tiedon saatavuus pitää sisällään helpon selattavuuden, havaittavan muodon ja käyttäjän ohjaamisen järjestelmässä oikeaan paikkaan. Loppukäyttäjäohje on laadittu Powerpointilla ja intranetistä löytyvä ohje on pdf-tiedosto, jolloin sitä on helppo ja vaivaton selata niin tietokoneella, kuin myös mobiililaitteella (puhelin tai tabletti). Muoto on suhteellisen havaittava ja selkeä lukijan näkökulmasta. Lisäksi ohjeessa on panostettu siihen, että käyttäjä ohjataan varmasti oikeaan paikkaan järjestelmässä. Tämä on varmistettu sillä, että ohjeessa on kuvakaappauksia järjestelmästä. Ohjetta laadittaessa on myös samanaikaisesti tehty vaihevaiheelta prosesseja itse järjestelmässä ja testattu ne vielä ohjeen kanssa. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Joustavuus sisältää ohjeen lukemisen vapaassa järjestyksessä, luvut on toisistaan riippumattomia ja ohje sisältää oikopolkuja. Kaikki nämä teoriakytkennät löytyvät ohjeesta. Ohjetta on sen muodon (pdf-tiedosto) mahdollista ja myös hyvin helppoa lukea haluamassaan järjestyksessä. Myös sisällöllisesti tämä on toteutettu niin, että ohjeen luvut

käsittelevät aina yhtä kokonaisuutta ja ovat näin ollen riippumattomia toisistaan. Eli lukijan ei ole pakko lukea ohjetta alusta loppuun, vaan voi hypätä suoraan haluamaansa kohtaan. Ohje sisältää myös sisällysluettelosta hyperlinkit jokaiseen lukuun. Näitä hyperlinkkejä on myös laitettu muutamiin tarpeellisiin kohtiin matkan varrellekin ohjeeseen. Muun muassa järjestelmän kirjautumissivu on ohjeessa linkkinä. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Tosielämävastaavuus sisältää muun muassa, että tieto esitetään luonnollisessa järjestyksessä, käyttöliittymäelementit ja järjestelmäpalaute on nimetty, kuten järjestelmässä. Ohjeesta on myös löydyttävät sisällysluettelo ja lyhyt johdanto. Kielen on hyvä olla hyvää yleiskieltä ja ammattisanastoja ei kannata hirveästi viljellä. Avainasemassa on se, että tiedot ohjeessa ovat varmasti oikein. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Nämä mainitut tosielämävastaavuustekijät toteutuvat loppukäyttäjäohjeessa siten, että ohje lähtee liikkeelle ihan sieltä järjestelmään kirjautumisesta ja järjestelmässä navigoimisesta, sen jälkeen vasta aletaan luomaan asiakkuuksia ja vasta loppuvaiheessa on tarjousten laatimista ja sopimusten tekoa. Eli ohjeen kaari noudattelee täysin käytännön prosesseja. Ohjeeseen on otettu kuvakaappauksia, joissa näkyy käyttöliittymän elementtejä ja selitekohdissa käytetään samoja nimiä ja termejä, kuin itse järjestelmässä. Ohjeessa on sisällysluettelo, josta pääsee liikkumaan hyperlinkkien kautta haluttuun kohtaan. Ohjeeseen ei varsinaisesti ole nimetty johdantoa, mutta alkuun siinä käydään läpi prosessikaaviona myyntiputken vaiheet, lisäksi löytyy pieni seliteosio CRM-järjestelmästä ja sen hyödyistä, tämä toimii ohjeen johdantona.

Ohjeen kieli on yleiskieltä ja ammattitermejä siinä on pyritty välttämään viimeiseen asti, koska on tiedostettu, että ohjeen on oltava mahdollisimman informatiivinen ja samalla helppolukuinen. Tietojen paikkansapitävyys ohjeessa on varmistettu moneen kertaan ohjeen laatimisen aikana. Ohjeen laatija ja samalla tämän opinnäytetyön kirjoittaja on tarkistanut useaan otteeseen, että ohje toimii käytännössä. Lisäksi ohjetta on testattu useamman käyttäjän taholta ennen varsinaista järjestelmän käyttöönottoa ja ohjeen julkaisua.

Jotta ohje on hyvä, tulee sen olla myös yhtenäinen. Mitä yhtenäinen ohje sitten tarkoittaa? Yhtenäisyys näkyy sanavalinnoissa, kirjoitusasussa, rakenteessa ja myös ulkoasussa. Tässä ohjeessa yhtenäisyys taattiin ainakin ulkoasullisesti sillä, että käytettiin Avarnin brändin mukaista Powerpoint-pohjaa. Kuvakaappaukset ja selitteet tehtiin joka kerta samaa tyyliä noudattaen, lisäksi värimaailma toistuu samanlaisena läpi ohjeen.

Kirjoitustyyli oli helppo pitää yhtenäisenä, kun vain yksi henkilö huolehtii ohjeen laatimisesta ja pitää saman tyylin alusta loppuun. Rakenne noudattaa järjestelmää ja myyntiprosessin rakennetta, ja lukujen rakenteet pyrittiin pitämään suhteellisen yhteneväisiä muutoseikoiltaan, vaikka aihe menikin eteenpäin. Sanavalintojen yhtenäisyys hoituu myös parhaiten siten, että vain yksi henkilö on kirjoittamassa ohjetta. Ja mikäli on useampi henkilö laatimassa ohjetta, niin tällöin on ensiarvoisen tärkeä pitää jatkuva puhe-yhteys ja katsoa, että molemmat/ kaikki noudattavat yhdessä sitä valittua linjaa kirjoittamisen suhteen. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Yhtenäisyyden jälkeen tarkastellaan virheiden estämistä. Tämä sisältää sen, että virheet tulisi pyrkiä estämään, mikäli mahdollista. Ohjeessa tulee myös kertoa, että jos virhe sattuu, niin miksi se tapahtui ja antaa ohjeistus siihen, että kuinka tämä korjataan. Virheiden estäminen on pyritty tässä loppukäyttäjäohjeessa estämään ennalta laatimalla ohjeet siten, ettei virheitä pääse syntymään. Ohjeen laatimisvaiheen aikaan myös samalla kartoitettiin virheet ja pyydettiin järjestelmän toimittajaa korjaamaan syntyneet virheet. Mikäli kuitenkin pääsee jostain syystä käymään niin, että järjestelmän käyttäjä törmää järjestelmässä virhetilanteeseen, on ohjeen lopussa ensinnäkin sähköpostiosoite, jonne voi asiasta olla yhteyksissä. Lisäksi ohjeen lopusta löytyy prosessikaavio, jossa on toimintaohje vikatilanteita varten. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Tehtäväkeskeinen ohje sisältää seuraavat elementit: tehtävien suorittamisen kokonaisuus näkyy jo otsikkotasolla, tehtäväsarjat ovat yksinkertaisia, lopputulos on konkreettinen ja käyttäjän tavoitteiden mukainen. Ohjeessa ei saisi myöskään olla liikaa yksityiskohtia, avointa ohjetta, eikä toimintaa ja tietoa. Näiden välillä tulisi siis olla tasapaino. Lisäksi tulisi kannustaa kokeilemaan ja toimimaan. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Tehtäväkeskeisyys on toteutettu siten, että jo otsikkotasolta voidaan havaita mitä tehtäviä ollaan suorittamassa ja myös se, että mitkä tehtävät liittyvät toisiinsa. Tehtäväsarjoista on ohjeessa pyritty tekemään mahdollisimman yksinkertaisia ja ne on pilkottu pienemmiksi osiksi, jotka sitten on käyty kohta kohdalta läpi, jotta ohjeen lukija ei jää yksin, vaan ohje palvelee häntä mahdollisimman hyvin. Lopputulos on konkreettinen ja käyttäjän tavoitteiden mukainen, koska ohjetta ei ole laadittu vain ohjeen laatimisen ilosta, vaan taustalla on ollut tarve laatia käytännössä toimiva ohjeistus järjestelmästä. Lopputulosta ohjaavat myös yhtiössä noudatetut prosessit asiakkuudesta sopimukseen ja toimitusvaiheeseen. Tällöin lopputulos on konkreettinen ja halutunlainen.

Tasapainottelu liian yksityiskohtaisuuden ja sopivan välillä ei ole ollut ongelmattonta ja mahdollisesti jotkut voivat vielä olla sitä mieltä, että yksityiskohtia on liikaa. Mutta toisaalta on taas huomioitu, että varmasti tarpeellinen määrä tarvittavia yksityiskohtia löytyy ja taas on varmistettu, että ohjeen lukija ei jää oman onnensa nojaan. Avointa ohjetta ei juurikaan ole, vaan kaikki ohjeistetut asiat tähtäävät konkreettiseen lopputulokseen ja järjestelmän oikeanlaiseen käyttämiseen, joilla vältetään virheet. Kaikki ohjeessa oleva toiminta ja tieto kulkevat käsikädessä, joten kumpikaan puoli ei paina liikaa, vaan näiden suhteen mennään kohtuullisen hyvin tasapainossa.

Kokeilemaan ja testaamaan kannustaminen ei tässä ohjeessa juurikaan näy. Tämä ohje haluttiin pitää hyvin selkeästi sellaisena, jossa asiat opastetaan tekemään oikein. Mutta kehitysideaksi voisi ottaa sen, että voisi mahdollisissa seuraavissa versioissa pohtia käyttäjän oma-aloitteiseen kokeilemiseen ja testaamiseen kannustamista. Testaaminen ja kokeileminen, sekä erehdyksen kautta oppiminen ovat kuitenkin parhaita keinoja rakentaa sitä omaa oppimista eteenpäin.

Käsitellään vielä kahdeksas kohta, eli oikea kirjoitustyyli. Se tarkoittaa seuraavia asioita, ohje on selkeä ja asiallinen ja oikeinkirjoitukseen on panostettu. Käytetään käskymuotoa ja aktiivilauseetta, sekä puhutellaan suoraan tekijää. Ei käytetä lyhenteitä lainkaan, tai pyritään ainakin pitämään minimissä lyhenteet, jos niitä jostain syystä on pakko käyttää. (Martikainen, H. 2019. 11.)

Ohjeen tekstiosiot on pyritty pitämään lyhyinä ja selkeinä, sekä asiallisina. Kun ohje on laadittu Powerpointilla, niin siinä on mahdollisuus ainakin jonkinlaiseen kielioppitarkistukseen, kuten wordilla kirjoittaessa. Lisäksi ohje on luetutettu monella ihmisellä, käsitäten myös viestinnän ja markkinoinnin osaston henkilöstöä, joilla on jo lähtökohtaisesti oikeinkirjoitus hallussa työnsä puolesta. Käskymuotoa ja aktiivilauseita on käytetty ohjeessa jokaisella sivulla, jossa on jotakin käyttäjän toimenpiteitä vaativaa toimintaa opastettu. Lisäksi käyttäjää puhutellaan suoraan kaikissa ohjeen kohdissa. Lyhenteet on pyritty pitämään minimissä.

7.2 Motivointi CRM-loppukäyttäjäohjeessa

Loppukäyttäjäohjeen alkupäähän on opinnäytetyöprosessin aikana lisätty motivointisivu, jolla koitetaan motivoida mahdollisimman laadukkaaseen järjestelmän käyttöön. Tämä on keinona ulkoista motivointia, jolla koitetaan myös sytyttää henkilöiden sisäistä

motivaatiota. Kun motivointisivulla kerrotaan, että jokaisen käyttäessä järjestelmää mahdollisimman aktiivisesti ja täyttäessä mahdollisimman täydellisesti tarvittavat tiedot sinne, niin tällöin se tulee helpottamaan niin omaa kuin muidenkin työskentelyä. Lisäksi, mitä enemmän järjestelmää käyttää, sen paremmin sitä oppii käyttämään ja näin ajan myötä järjestelmä muuttuu helpommaksi ja vaivattommaksi käyttää. (Peltonen, M. ja Ruohotie, P. 1987. 20, 25.)

Se mitä ohjeeseen ei ole ollut mahdollista laittaa motivoinnista on se, että esimiesten ja johtavissa positioissa olevien CRM-järjestelmää osana työtään käyttävien tulisi muistaa kannustaa jatkuvasti alaisiaan käyttämään järjestelmää, sekä näyttää esimerkkiä sen suhteen. Esimerkillä johtaminen ja tätä kautta tapahtuva motivointi on äärimmäisen tehokas ja ennenkaikkea hyvin edullinen toimintatapa. Mikäli esimiehet ja johtajat itse epäilevät järjestelmää ja kokevat sen hankalaksi käyttää ja eivät tuo mitään positiivista järjestelmästä esiin, niin tämä motivointi tulee toimimaan myös toiseen suuntaan. Tällöin on turha odottaa, että kukaan muukaan sitä järjestelmää ottaa kunnolla käyttöön, ellei heitä johdeta esimerkillä oikeaan suuntaan. (Koulutus.fi. 2019.)

7.3 Eettisyys ja luotettavuus

Opinnäytetyötä tehtäessä on noudatettu hyvää tutkimusetiikkaa, johon kuuluu muun muassa rehellisyys, huolellisuus ja tarkkuus (Varantola, K., Launis, V., Helin, M., Spoof S., K., ja Jäppinen, S., 2012.). Nämä koskevat niin koko tutkimustyötä, kuin myös tulosten käsittelyä, tietojen tallentamista ja analysointia. Mikä ihmeen tutkimusetiikka? -artikkelissa käsitellään termiä tutkimusetiikka ja artikkelin mukaan se pitää sisällään laajan käsityksen ja ajatuksen vastuullisuudesta ja rehellisyydestä, sekä eettisyydestä (Mustajoki, H. ja Kohonen, I. 2021).

Kuinka hyvän tutkimusetiikan noudattaminen on sitten käytännössä toteutettu tässä opinnäytetyössä? Ensiksi tietysti koko työ perustuu rehellisyyteen, eli mitään osia raportista ei ole sepitetty, vaan ne on oikeasti tehty, kuten tekstiin on kuvattu. Kyselyiden ja haastattelujen tulokset ovat suoraan näistä tutkimuksista peräisin olevia tietoja, eli vastauksia ei ole lähdetty muuttamaan tutkimuksen kannalta edullisempaan suuntaan, eikä olennaisia asioita ole jätetty pois. Vaan tutkimuksen tuloksiin kuuluu myös ottaa kehitystarpeita huomioon. Työ ja sen eri vaiheet on toteutettu mahdollisimman huolellisesti ja

erityistä tarkkuutta noudattaen, sekä punnittu ja harkittu tarkasti miten asiat esitetään työssä. (Varantola, K., 2012.)

Opinnäytetyöhön tarvittu tieto on hankittu eettisesti kestäväällä tavalla ja siihen on sovellettu kriteerien mukaisia arviointimenetelmiä. Tiedon kerääminen eettisesti kestäväällä tavalla on toteutettu käytännössä siten, että kyselyihin ja haastatteluihin on kysytty lupa ennakkoon Avarn Security Oy:n CRM-projektin johdolta. Kyselytutkimukset on toteutettu vastaajien anonyymiteettiä suojaten, eli henkilötietoja ei ole kerätty missään vaiheessa, eikä minkäänlaisia henkilölistoja ole pidetty. Kyselyistä ensimmäinen lähetettiin tutkijan ja tämän opinnäytetyön tekijän toimesta CRM-järjestelmän testauksiin osallistuneelle ryhmälle, jossa tutkija ja opinnäytetyön tekijä itse oli osallisena, mutta tästä ei jätetty henkilölistaa mihinkään sähköpostin lähettämisen jälkeen ja sähköpostissa vastaanottajat olivat piilokopiona, joten kukaan ei päässyt näkemään kenelle muille kysely oli lähetetty. (Varantola, K., 2012.)

Seurantakyselyn 2022 tutkija ja opinnäytetyön tekijä lähetti CRM-projektin johdolle ja pyysi välittämään eteenpäin henkilöille, jotka käyttävät CRM-järjestelmää työssään. Näin päästiin tässäkin suojaamaan vastaajien anonyymiteettiä. Tässäkin kyselyssä ei kysytty henkilön tietoja ja vastauksista ei pysty näkemään, että kuka on kyselyyn vastannut. Lisäksi kyselyyn vastaajille kerrottiin molempien kyselyjen kohdalla saatekirjeessä mihin tarkoitukseen kyselyssä kerätään tietoja, sekä miten näitä tietoja käsitellään ja säilytetään. Lisäksi kyselyihin on ollut myös mahdollisuus jättää vastaamatta, ja osa on tätä mahdollisuutta myös käyttänytkin.

Syksyllä 2021 toteutettuihin haastatteluihin kysyttiin lupa CRM-projektin johdolta ja niidenkin tiedot on tähän työhön anonymisoitu, kun käytetään henkilöiden sijaan haastateltava A ja B. Näin ei ole tässäkin kohtaa päässyt muodostumaan henkilörekisteriä. Lisäksi, kun tämä työ on valmis ja julkaistu, niin kyselyistä saatu data ja kyselyt hävitetään asianmukaisesti. Myös haastattelutallenteet ja litteroinnit tuhotaan asianmukaisesti.

Lisäksi toteutetaan avoimuutta ja ollaan vastuullisia viestinnässä, kun julkaistaan tutkimuksen tuloksia. Näin ollen mitään olennaisuuksia ei jätetä käsittelemättä, mutta tietojen käsittely ja julkaisu toteutetaan siten, ettei ketään pystytä henkilöimään tutkimustuloksista. (Varantola, K., 2012.)

Muiden tutkijoiden aiemmat työt on huomioitu asianmukaisin lähdeviittauksin, joilla on annettu asiaankuuluva arvo ja merkitys näille saavutuksille. Suunnittelu, raportointi ja tallennusvaiheet on suoritettu noudattaen hyvää tutkimusetiikkaa ja huomioitu muun

muassa vallitsevat GDPR-säädökset, jolloin ei ole pidetty henkilörekisterejä ynnä muita (Tietosuojavaltuutetun toimisto. N.D.). Lisäksi tutkimukseen on kysytty asianmukaisesti lupa kehittämis- ja opinnäytetyön kohteena olevan projektin vetäjiltä. (Varantola, K., 2012.)

8 LOPUKSI

Tätä työtä tehdessä tutkija on ollut osana työharjoitteluaan mukana Avarn Security Oy:n CRM-projektitiimissä, jonka tehtävänä on ollut testata järjestelmää ja harjoittelijan tehtävänä oli vielä tehdä loppukäyttäjähjeet. Lisäksi harjoittelija on ollut työsuhteessa kyseiseen yritykseen, joten tästä voi herätä ajatuksia, että onko tutkimus ja kehittämistehtävä, sekä opinnäytetyö pystytty suorittamaan täysin objektiivisesti. On mahdollista, että tutkijan oma työhistoria ja harjoittelijastatus on voinut joiltakin osin vaikuttaa ja toisaalta, koska produkti toteutettiin osana harjoittelua projektin vetäjien pyynnöstä ja ohjauksen alaisena, niin se on toki ollut yritysvetoista. Mutta tutkija/harjoittelija on saanut kuitenkin äänensä kuuluviin projektissa ja projektin vetäjät antoivat myös melko vapaat kädet produktin toteutuksen suhteen.

Lisäksi kyselytutkimukset ja haastattelut suoritettiin hyvin ammattimaisesti ja tällöin harjoittelijastatus jäi pois ja tilalla oli tutkijastatus ja ensimmäiseen kyselyyn vastattiin hyvin, myös avoimiin kysymyksiin. Myös haastatteluissa keskustelut olivat hyvin luontevia ja avoimia. Mikäli jotain tekisin tutkimusten suhteen toisin, niin ensimmäinen kysely olisi voinut olla lyhyemmän aikaa auki. Lisäksi kysymyksenasettelua voi aina miettiä tarkemmin ja koettaa selkeyttää kysymyksiä entisestään.

Toisen kyselyn, joka oli muodoltaan seurantakysely tehtiin pieniä parannuksia ensimmäisestä kyselystä oppineena. Nyt kysely pidettiin auki vain viikon verran, mutta toisaalta vastauksia saatiin prosentuaalisesti paljon vähemmän, kuin ensimmäiseen kyselyyn. Tähän on esitetty omat tulkinnat ja pohdinnat seurantakyselyn analysointiosiossa, luku 6.2.

Jos nyt toteutettaisiin tämä seurantakysely uudestaan, niin siinä voisi miettiä, että saisiko tämän kyselyn jotenkin vielä lyhyemmäksi. Suunniteltaessa kyselyä tuntui tärkeältä selvittää hyvän ohjeen teoriaan nojaten kysely siten, että kaikki aihealueet tulee käsiteltyä. Mutta, jos kysely olisi ollut lyhyempi, niin todennäköisesti siihen olisi saatu paremmin vastauksia. Toisaalta tällöin olisi voinut tulla tulokseksi aika pintapuolinen raapaisu, kun olisi täytynyt jättää joitakin osia kysymättä. Eli nyt saatiin osoitettua myös kyselyllä, että loppukäyttäjähje noudattelee ohjeen laatimisen teoriaa, koska kyselyyn vastanneet tunsivat kyselyssä esitettyjä asioita ohjeesta, kun tuloksia analysoitiin. Mikäli siis kysely olisi ollut suppeampi, niin tällöin teoriakytkentä produktiin olisi saattanut olla hiukan heikommissa kantimissa.

Tässä opinnäytetyössä pyrittiin käsittelemään laadittua CRM-järjestelmän loppukäyttäjäohjetta ohjeistamisen ja hyvän ohjeen näkökulmasta, unohtamatta kuitenkaan motiivointia. Mitä olisi voinut tässä työssä vielä tehdä toisin? Olisi voinut haastatella vielä useampaa henkilöä, jotka käyttävät työssä tätä CRM-järjestelmää ja ovat lukeneet ja perehtyneet laadittuihin loppukäyttäjähjeisiin. Nyt kuitenkin todettiin, että materiaalia on siinä mielessä tarpeeksi, jotta toiminnallisen opinnäytetyön produktia tukeva raporttiosuus saadaan tehtyä riittävällä tarkkuudella.

Myös motiivointi olisi voinut itse produktissa olla isommassakin roolissa, kuin vain yhden sivun verran. Mutta toisaalta opinnäytetyö käsittelee ohjeen laatimista ja motiivointi on tässä kohtaa sivuroolissa, joten tältä kannalta katsottuna motiivointia on käsitelty sopivassa määrin. Ja mitä taas tulee järjestelmän käyttäjien motiivointiin, niin sitä ei voida toteuttaa pelkästään yhdellä ohjeella, se vaatii myös esimiesten ja johtajien sitoutumista motiivointiin ja esimerkillä johtamiseen.

Valitut tutkimusmenetelmät olivat kelvolliset tähän opinnäytetyöhön ja niillä saatiin riittävä aineisto kasaan niin määrällisesti, kuin myös laadullisestikin. Lisäksi, kun menetelmiä oli kolme, niin ne täydensivät toisiaan paremmin, kuin jos menetelmiä olisi ollut vain kaksi.

Miten tätä produktina olevaa CRM-järjestelmän loppukäyttäjähjeetta tulisi sitten jatkossa työstää eteenpäin? Video-ohje olisi tätä päivää, mutta se tulisi rakentaa siten, että tehdään lyhyet video-ohjeet aina aiheittain. Nyt tällä hetkellä on olemassa järjestelmän toimittajien pitämästä käytönopastuksesta videotallenne, mutta se on pitkä ja sieltä on melko vaikea löytää tietty kohta, jos tarvitsee opastuksen vaikka vain sopimuksen tekemiseen. Tällöin nämä aiheittain tehdyt lyhyet videot palvelisivat kaikista parhaiten käyttäjiä. Myös lyhyt pikaohje on varmasti monen toivoma ja varsinkin edistyneiden järjestelmän käyttäjien mieleen.

Mikäli oikein halutaan lähteä kehittämään ja löytyy aikaa, sekä resursseja, niin eräänlainen pelillinen ohje, joka sisältäisi näitä lyhyitä videoita ja sen lisäksi tekstiä ja kuvia. Tämä tosin vaatii jo enemmän osaamista ja oikeanlaiset ohjelmat, joten ei ole välttämätöntä lähteä tätä toteuttamaan. Mutta mahdollisuuksia kehittämiseen kyllä löytyy.

Tätä opinnäytetyötä varten toteutettiin seuranta tutkimus loppukäyttäjien kokemuksesta verrattain lyhyen seuranta-ajan jälkeen. Jatkossa olisi mielenkiintoista toteuttaa uusi kysely vuoden tai kahden kuluttua kun kokemusta järjestelmästä ja loppukäyttäjähjeista on kertynyt enemmän.

LÄHTEET

- Avarn Security Oy. N.D. Meistä. <https://www.avarnsecurity.fi/meista> viitattu 7.4.2022
- Bergström, S. ja Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki. Edita. (s.418-422)
- CRM-kysely. 2021. Avarn Security Oy. Webropol.
- CRM-seurantakysely. 2022. Avarn Security Oy. Webropol.
- Haastateltava A 1.11.2021. Avarn Security Oy. Haastattelu. Teams-ympäristö
- Haastateltava B 8.11.2021. Avarn Security Oy. Haastattelu. Teams-ympäristö
- Harju, M. 2019. CRM-Järjestelmän tuottaman tiedon hyödyntäminen B2B -myynnissä. Jyväskylä. Jyväskylän yliopisto Kauppakorkeakoulu. Pro-Gradu-tutkielma. (s. 49, 50) <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/62672/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201902041386.pdf?sequence=1&isAllowed=y> viitattu 10.11.2021
- Kinnunen, T.; Herrala, J.; Perheentupa, C.; Aalto, J.; Intke, P.; Ohrankämmen, O.; Halonen, P.; Pukaralammi, P.; Collin, R.; Hyppönen, H.; Pesonen, J.; Horila, J.; Lehtonen, Y.; Leskinen, J.; Westerlund, M. ja Jokitalo, J. 2012. Johtajan käsikirja (JOKÄ). Tampere. Juvenes Print Oy. (55.) <https://puolustusvoimat.fi/documents/1948673/2258487/PEVIESTOS-Johtajan-kasikirja.pdf/a2e5cfd6-b385-4893-87a4-dbb72a2ce1a9/PEVIESTOS-Johtajan-kasikirja.pdf> viitattu 16.1.2022
- Kotimaisten kielten keskus. N.D. Ohjeita ohjeiden tekijöille. https://www.kotus.fi/ohjeet/hyvan_virkakielen_ohjeita/ohjeita_ohjeiden_tekijoille viitattu 15.11.2021
- Koulutus.fi. 2019. Näin motivoit alaisesi – 8 yksinkertaista vinkkiä. <https://www.koulutus.fi/artikkelit/vinkit-alaisten-motivointiin-15146> viitattu 16.1.2022
- Mattila, K. 2012. Tekemällä ammatin oppimisen alkuun – Learning by doing. Oulu. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. (s. 26-27) <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/38967/kaija.mattila.pdf?sequence=1> viitattu 23.2.2022
- Martikainen, H. 2019. Käyttöohjeiden käytettävyys, suunnitteluperiaatteiden kehittäminen sosi-aali- ja terveydenhuollon asiakastietoja käsittelevien järjestelmien käyttöohjeita varten. Pro Gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto. Tampere. s. 11 <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/117021/MartikainenHeidi.pdf?sequence=2&isAllowed=y> viitattu 20.2.2022
- Mustajoki, H., ja Kohonen, I. 2021. Mikä ihmeen tutkimusetiikka? Vastuullinen tiede. <https://vastuullinentiede.fi/fi/tutkimuksen-suunnittelu/mika-ihmeen-tutkimusetiikka> viitattu 10.11.2021
- Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2015, Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki. Sanoma Pro Oy. (s.65, 104, 106, 108, 121, 132, 133,)
- Peltonen, M. ja Ruohotie, P. 1987. Motivaatio, menetelmiä työhalun parantamiseksi. Keuruu. Otava. (s.19-20, 25-26,)
- Sarkkinen, M. 2021 Millainen on hyvä ohje? Kahdeksan vinkkiä ohjeiden tekemiseen työpaikalla. Työpiste -verkkolehti. Työterveyslaitos. <https://www.ttl.fi/tyopiste/millainen-on-hyva-ohje-kahdeksan-vinkkia-ohjeiden-tekemiseen-tyopaikalla/> viitattu 3.11.2021
- Tietosuojavaltuutetun toimisto. N.D. EU:n tietosuojasetus. Mikä GDPR? <https://tietosuojafi.fi/gdpr> viitattu 24.4.2022

Varantola, K., Launis, V., Helin, M., Spoof S., K., ja Jäppinen, S., 2012. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje. Helsinki. https://tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf viitattu 9.11.2021