

**NEW ZENLER -VERKKOKURSSIALUSTAN
KÄYTTÖÖNOTTO-OPAS**

Digitaalisen oppaan suunnittelu



Tradenomi

Hevosalan liiketoiminnan koulutus

Kevät 2022

Heidi Nordman

Verkkokurssit ja koulutukset ovat maailmanlaajuisesti kasvava ilmiö, jota Covid-19 pandemia kiihdytti. Verkossa järjestettäviä erilaisia kurseja ja koulutuksia toteuttavat yhä useammin pienet kaupalliset toimijat, pienyrittäjät ja yksittäiset asiantuntijat, joiden osaaminen verkkoympäristöistä on vaihtelevaa. Kurssien järjestäjältä edellytetään kuitenkin laaja-alaista osaamista niin koulutusalan kuin koulutusalan hallinnasta.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ohje, jonka avulla sujuvoitetaan yhden markkinoilla olevan digitaalisen verkkokoulutusalan käyttöönottoa pääkäyttäjän näkökulmasta. Työelämälähtöinen opinnäytetyö toteutettiin loppukeväästä 2022 kirjoittajan omassa yrityksessä, joka toimii New Zenler -partnerina ja konsulttina alustan käyttöön liittyvissä haasteissa. Keskeiseksi tutkimuskysymykseksi opinnäytetyössä nostettiin ”Miten helpotetaan New Zenler -alustan käyttöönottoa digitaalisen oppaan avulla?”

Opinnäytetyön teoriaosuudessa määritellään digitaalista oppimisympäristöä ilmiönä, perehdytään digitaalisen alustan käyttöönottoon ja käytettävyyteen, sekä avataan keskeisimpiä alustatalouteen liittyviä käsitteitä. Lisäksi teoriaosuudessa esitellään New Zenler -alustan tärkeimpiä ominaisuuksia. Toiminnallisen opinnäytetyön toteutustavaksi valikoitui digitaalinen opas, jonka sisältö rakennettiin hyvän sisällön kennoa ja havainnointimenetelmää hyödyntäen.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi laaja suunnitelma suomenkielisen New Zenler käyttöönotto-opaan toteutuksesta, jossa on otettu huomioon toimivan oppaan rakenne sekä ilmiö työn taustalla. Oppaan toteutus, testaus, viimeistely, julkistaminen ja seurantamittareiden käyttöönotto tapahtuu syksyllä 2022.

Avainsanat Alustatalous, verkkoliiketoiminta, oppimisalustat, verkkokurssit, käyttöohjeet.

Sivut 39 sivua ja liitteitä 3 sivua

The Covid-19 pandemic accelerated the supply and demand for online courses worldwide. Online courses are being increasingly implemented by small commercial operators, small entrepreneurs and individual experts. Competencies and knowledge for using different online platforms of each person differ. The online course organizer is required to have extensive knowledge of the field of education and good skills in using the training platform.

The aim of this thesis was to design a guide to streamline the introduction of a single digital e-learning platform on the market. The issue is approached in this work from the perspective of the administrator. The work-based thesis was implemented out in the spring of 2022 in the author's own limited company. The company is involved in the New Zenler Partner Program and help using the platform. The main research question in the thesis was chosen "How to facilitate the implementation of the New Zenler platform with the help of a digital guide?"

The theory section of the thesis defines the digital learning environment as a phenomenon, introduces the introduction and usability of the digital platform, and opens up the most important concepts related to the platform economy. The theory section also introduces the features of the New Zenler platform. The method of implementing a functional thesis was to make a digital guide. The content of the guide was constructed using a good content cell and an observation method.

As a result of the thesis, an extensive plan was created for the implementation of the New Zenler introduction guide in Finnish. The implementation of the guide has taken into account the functional structure and the phenomenon behind the work. The guide will be launched in the fall of 2022.

Keywords Platform economy, electronic business, virtual learning environments, online courses, instruction manuals.

Pages 39 pages and appendices 3 pages

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Kehittämistehtävän tausta.....	1
1.2	Kehittämistehtävän tavoite	1
1.3	Toimeksiantajan esittely ja kirjoittajan tausta.....	2
2	Digitaalinen oppimisympäristö.....	3
2.1	Verkkokurssien laaja kirjo	4
2.2	Digitaaliseen oppimiseen liittyviä käsitteitä	5
2.3	Verkko-oppimisen tulevaisuus.....	8
2.4	Alustatalous.....	9
2.4.1	Alustatalousyrittäjäyys.....	12
2.4.2	Verkkokoulutus alustat	13
2.5	New Zenler verkkokoulutus -ja markkinointi alusta.....	14
2.5.1	Verkkokoulutus alustan ominaisuudet	14
2.5.2	Markkinointiin liittyvät ominaisuudet.....	15
2.6	Helppokäyttöisyys.....	15
2.6.1	Käytettävyys.....	16
2.6.2	Digitaalisen alustan käyttöönotto.....	17
3	Menetelmät digitaalisen oppaan toteuttamiseen	19
3.1	Digitaalinen opas sisällön lajina	19
3.1.1	Hyvän sisällön kenno.....	19
3.1.2	Sisällön rakenne	20
3.2	Havainnointi tutkimusmenetelmänä	21
4	Digitaalisen oppaan suunnittelu ja toteutus	22
4.1	Suunnittelu hyvän sisällön kennoa hyödyntäen	22
4.2	Oppaan toteutus.....	25
4.2.1	Oppaan visuaalinen ilme.....	25
4.2.2	Oppaan sisältö.....	26
4.2.3	Oppaan kieliasu	27
4.3	Oppaan toimivuuden testaus ja viimeistely	29
4.4	Oppaan käyttö, markkinointi ja seurantaan käytettävät mittarit	29

4.4.1	KPI-mittaristo myynnin ja markkinoinnin seurannassa	30
4.4.2	NPS-mittari suositteluhaluuden mittaamisessa	31
5	Johtopäätökset	32
5.1	Opinnäytetyön tavoitteen täytyminen.....	32
5.2	Opinnäytetyön luotettavuus, lähteiden arviointi ja eettisyys	33
5.3	Ammatillinen kehittyminen	34
5.4	Omat pohdinnat.....	35
	Lähteet.....	37

Liitteet

Liite 1	Aineistonhallintasuunnitelma
Liite 2	Oppaan kansi ja sisällysluettelo

1 Johdanto

Johdantoluvussa käydään läpi tässä opinnäytetyössä toteutettavan kehittämistehtävän taustoja ja tavoitteita sekä esitellään lyhyesti toimeksiantaja, joka tässä työssä on myös opinnäytetyön kirjoittaja.

1.1 Kehittämistehtävän tausta

Erilaisten kaupallisten verkkokurssien tarjonta on kasvanut viime vuosina valtavasti. Kursseja tarjoavat niin yksityiset asiantuntijat kuin erilaiset koulutusorganisaatiot. Covid-19 pandemian myötä entistä enemmän myös pienyrittäjiä ja yksittäisiä asiantuntijoita on siirtynyt tarjoamaan osaamistaan ja palveluitaan verkossa. Changin (n.d.) kertoman mukaan pandemian myötä verkkoon äkillisesti siirtynyt opetus ja koulutus on jo ilmiönä nimetty koulutuksen ”Netflix-hetkeksi.” Tällä viitataan siihen, että ennen videot ja dvd-levyt haettiin filmivuokraamosta ja nyt sisältö haetaan verkosta. Netflix osasi tarttua tähän hetkeen uudistamalla toimintansa, mikä toi tilaisuuden räjähtävään kasvuun.

Digitalisoituvassa yhteiskunnassa on lähes mahdoton ylittää erinomaiseen asiakaskokemukseen ilman investointeja teknologiaan, (Gerdt & Eskelinen, 2018, s. 17) eli tässä tapauksessa toimivaan koulutusalaan. Verkkokurssien järjestäjältä ja kouluttajalta vaaditaan laaja-alaista osaamista, johon kuuluu koulutusalan osaamisen lisäksi myös sähköisen koulutusalan hyvä hallinta. Kouluttaja toimii usein etenkin pienissä organisaatioissa oppilaan apuna myös tietoteknisissä haasteissa. (Mäkitalo & Wallinheimo, 2012, s. 14)

1.2 Kehittämistehtävän tavoite

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tehdä suunnitelma, jonka avulla Hestnord Oy toteuttaa pienyritysasiakkaille eli alustan pääkäyttäjille kohdennetun oppaan New Zenler - verkkokurssialustan käyttöön otosta. Oppaan pääasiallinen kohderyhmä on yksinyrittäjät ja yksittäiset asiantuntijat, jotka tarjoavat omaa ammattitaitoaan verkkokurssien muodossa

omille asiakkailleen ja haluavat ottaa käyttöön uuden verkkokurssialustan. Hestnord Oy:n asiakaskunta koostuu pääasiassa naisryttäjistä.

Oppaassa on tavoitteena esitellä alustan käyttöönotto ja sen tärkeimmät ominaisuudet suomenkielillä. Opinnäytetyön keskeiseksi kehittämiskysymykseksi nostettiin kysymys ”Miten helpotetaan New Zenler -alustan käyttöönottoa digitaalisen oppaan avulla?”. Itse opas vastaa kysymyksiin ”Miten aloittaa New Zenler -verkkokurssialustan käyttö?” ja ”Mitä ominaisuuksia alustalla on käytettävissä?”

Oppaan avulla yritys palvelee tulevaisuudessa omatoimisia asiakkaita ja vapauttaa aikaa henkilökohtaisesta ohjauksesta. Opas tulee myyntiin yrityksen verkkokauppaan tai osaksi valmisteilla olevaa verkkokurssia. Sisältö palvelee erityisesti yrityksen suomenkielisiä asiakkaita. Tällä hetkellä New Zenler -alustan käyttöönottoon ei ole vapaasti saatavilla suomenkielisiä ohjeita. Yritys hyötyy oppaasta, sillä se vähentää henkilökohtaiseen neuvontaan käytettävää aikaa ja tuo esille yrityksen erityisosaamista kyseisen alustan osalta.

Toiminnallisella opinnäytetyöllä tavoitellaan ammatillisesta näkökulmasta työn tai toiminnan ohjeistamista, opastamista tai muuta työn järjeistämistä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä lopputuotos voi olla kirja, opas, portfolio tai lähes mikä tahansa käytännön toteutus, josta raportoidaan tutkimusviestinnän keinoin. (Vilkkä & Airaksinen, 2003, s. 9) Tästä syystä tämän työelämälähtöisen opinnäytetyön toteutustavaksi valikoitui toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tavoite on kehittää yrityksen toimintaa.

1.3 Toimeksiantajan esittely ja kirjoittajan tausta

Hestnord Oy on Uudellamaalla toimiva vuonna 2019 perustettu pienyritys. Yritys järjestää verkkokursseja ja henkilökohtaista ohjausta New Zenler -verkkokurssialustalla. Yritys työllistää pääsääntöisesti vain yrittäjän, mutta satunnaisesti myös harjoittelijoita ja kesätyöntekijöitä. Hestnord Oy toimii New Zenler -partnerina suositellen palvelua muille käyttäjille. Tulevaisuudessa yritys panostaa yhä vahvemmin New Zenlerin käyttöön liittyviin palveluihin.

Tällä hetkellä yrityksen rajallisia henkilöresursseja kuluu New Zenlerin toimintojen esittelyyn ja käyttöönoton ohjaamiseen. Opinnäytetyö perustuu yrityksen tarpeisiin ja ratkaisee osittain ajankäyttöön liittyvää haastetta. Samalla opas palvelee yrityksen asiakkaita entistä laajemmin ja laadukkaammin.

Tämä kehittämisluento opinnäytetyö toteutetaan omalle yritykselle. Yrittäjänä olen järjestänyt verkkokoulutuksia erilaisilla alustoilla vuodesta 2018 alkaen. Vuonna 2020 yritys otti käyttöön New Zenlerin beta-version. Alustan käytöstä kertyneen kokemuksen avulla olen tukenut ja ohjeistanut muita yrittäjiä alustan käyttöönotossa ja siihen liittyvissä haasteissa.

Vaikka monet yrittäjät suosivat Wordpress-alustalle luotuja verkkokoulutuksia, tästä huolimatta näen New Zenler -alustan pienelle toimijalle taloudellisempänä vaihtoehtona, sillä se tarjoaa laajan valikoiman ominaisuuksia ja vähentää tarvetta useiden ohjelmallisenssien hankinnalle. Alustan käytön puolesta on luontevaa puhua kun henkilökohtaiset kokemukset sen käytöstä ovat positiivisia.

Hestnord Oy luopui New Zenleriin keskittämisen jälkeen useista maksullisista alustoista, kuten Active Campaign -sähköpostiohjelmasta, Zoom kokous- ja webinaarialustasta, LeadPages -markkinoinnin työvälineitä tarjoavasta palvelusta sekä Wix -verkkosivualustasta. Koska yritys liittyi New Zenler käyttäjäksi varhaisessa beta-vaiheessa, sen vuosimaksu on hieman edullisempi kuin nykyisin. Näin ollen yritys säästi toiminnat keskittämällä noin 1000 euroa vuodessa erilaisissa käyttölisenssimaksuissa.

2 Digitaalinen oppimisympäristö

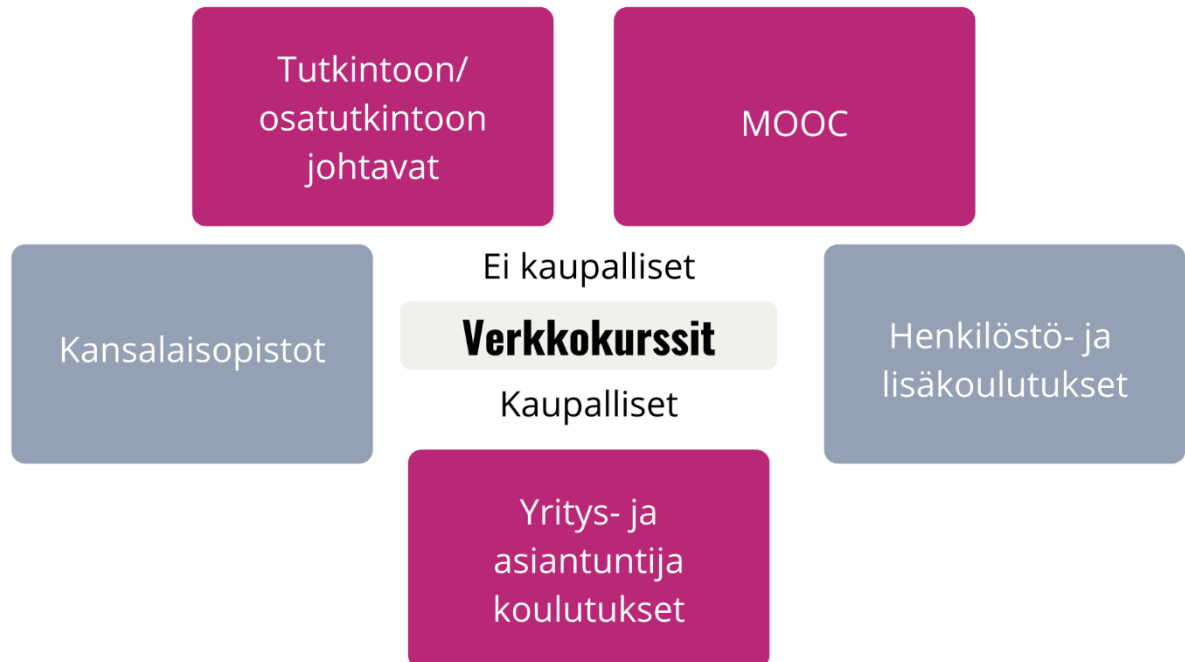
Tässä luvussa avataan keskeisiä käsitteitä digitaalisen oppimisympäristön käyttöönottoon liittyen erityisesti alustan pääkäyttäjän näkökulmasta. Lisäksi perehdytään laajemmin alustatalouteen ja helppokäyttöisyyteen käsitteinä, sekä esitellään tiiviisti New Zenler -alustan ominaisuuksia.

2.1 Verkkokurssien laaja kirjo

Verkkokurssi-käsitettä käytetään varsin laajasti monissa eri yhteyksissä kun tarkoitetaan verkossa sähköisellä alustalla tapahtuvaa kouluttamista. Avoin Tiede (2020) verkkosivulla julkaistun artikkelin perusteella voi tehdä tulkinnan, että oppimateriaalina verkkokurssit on karkeasti jaettavissa kaupallisiin ja avoimiin eli ei-kaupallisiin koulutuksiin.

Tätä jakaumaa on pyritty havainnollistamaan alla olevassa kuvassa. Kaikki koulutukset ja kurssit eivät ole yksiselitteisesti luokiteltavissa kaupallisiksi tai ei-kaupallisiksi. Yhä useimmat julkiset koulutusorganisaatiot tarjoavat avoimien koulutuksien lisäksi myös kaupallisia koulutuksia ja vaikka esimerkiksi kansalaisopistojen rahoitus tulee pääosin valtiolta ja kunnilta, niin osallistujilta peritään myös osallistumismaksuja. Henkilöstö- ja lisäkoulutuksiin puolestaan lukeutuu laajakirjo hyvin eri tyyppisiä koulutuksia virallisista lupa- ja direktiivikoulutuksista aina henkilöstön sisäiseen kouluttamiseen.

Kuva 1: Verkkokurssien luonne vaihtelee järjestävästä tahosta riippuen. (Nordman, 2022)



Verkossa on tarjolla kursseja yliopistojen ja korkeakoulujen tutkinto-opiskelijoille sekä avoimen ammattikorkeakoulun ja yliopiston kaikille avoimia, joskin maksullisia kursseja.

Verkkokursseista puhutaan myös silloin, kun yritys kouluttaa sisäisesti omaa henkilöstöään sähköisellä alustalla.

Edellämainittujen lisäksi järjestetään kaikille maksuttomia MOOC-verkkokursseja. MOOC-lyhenne tulee sanoista massive open online course, jolla tarkoitetaan kaikille avoimia itsenäisesti suoritettavia verkkokursseja. Kurssit on usein myös automatisoitu niin, että arvion tenteistä ja muista tehtävistä saa automaattisesti. (Itä-Suomen Yliopisto, n.d.) MOOC-kursseja järjestävät Suomessa muun muassa yliopistot. Suomen kielinen tarjonta on kasvanut viime vuosina, mutta erityisesti englannin kielellä on saatavilla runsas valikoima koulutuksia mm. Courseran ja Udacityn alustoilla.

Kaupalliset verkkokurssit ovat usein yrityksen tai yksittäisen asiantuntijan tarjoamia kursseja, joiden valikoima on varsin laaja. Kursseja tarjotaan markkinoinnin ja taloushallinnon osaamisesta aina polkupyörän keväthuoltoon perehtymiseen. Kaupallisten verkkokurssien näkökulmasta kurssin suunnittelussa tulee ottaa huomioon tuotteistaminen omalle asiakasryhmälle sopivaksi. Usein markkinoinnin onnistumisella on suurin rooli kurssin menestymisen kannalta. Tässä opinnäytetyössä verkkokursseja tarkastellaan nimenomaan kaupallisesta näkökulmasta.

2.2 Digitaaliseen oppimiseen liittyviä käsitteitä

Digitaalisella oppimisympäristöllä tarkoitetaan verkon avulla toimivia erilaisia ohjelmistoja ja sivustoja, jotka luovat ympäristön oppimiselle. Perinteisesti oppimisympäristöllä kuvataan fyysisiä tiloja, paikkoja ja yhteisöjä, jotka tukevat oppimista. Näitä ovat mm. koulut, luokat, kirjastot, museot ja muut rakennetut ympäristöt. (Opetushallitus, n.d.-b). Digitaalinen oppimisympäristö on ymmärrettävissä vastaavana ympäristönä, joka on siirretty sähköiselle alustalle.

Digitaalisesta oppimisympäristöstä puhutaan laajasti myös virtuaalisena oppimisympäristönä. Toisin kuin Mäkitalo ja Wallinheimo kirjassa *Virtuaaliset ympäristöt* (2012, s. 36) Kalliala näkee virtuaalinen termin ongelmallisena verkko-oppimisesta puhuttaessa. Hänen mukaansa sana virtuaalinen kuvaa ensisijaisesti kuvitteellista tilannetta,

joka saattaa olla mahdollinen. Kalliala pohtii kirjassaan Verkko-opettamisen käsikirja ”onko virtuaaliopetus sitä, että oppija on opiskelevinaan ja virtuaalioppiminen sitä, että oppija on oppivinaan?” (2002, s. 19). Tämän ristiriidan lisäksi virtuaalista oppimisympäristöä terminä haastaa käytössä oleva termi virtuaalitodellisuus, jota myös hyödynnetään opetuksessa. Selkeyden vuoksi tässä opinnäytetyössä käytetään termiä digitaalinen oppimisympäristö.

Sähköinen oppimisalusta, verkkokoulutuslusta ja verkkokurssialusta tarkoittavat terminä samaa asiaa. Ne ovat se digitaalinen oppimisympäristö, joka tarjoaa teknisen alustan opetukselle. Selkeä alusta helpottaa e-oppimismateriaalien jäsentelyä niin, että oppilaan on helppo löytää ja käyttää sinne tuotuja visuaalisesti yhteneväisiä sisältöjä. Lisäksi oppimisalusta auttaa opettajaa hallinnoimaan tehtävienpalautuksia järjestelmällisesti. Oppimisalustat tarjoavat paljon erilaisia ominaisuuksia, mutta vain harvat alustat pystyvät tuottamaan kaikkia niitä palveluita, joille opetuksessa on tarve. Oppimisalusta määrittelee hyvin pitkälle sen, millaista sisältöä kurssille pystytään tuomaan. (Kalliala, 2002, ss. 110–111). Alustan valintaa tehdessä on tärkeää tutustua eri vaihtoehtoihin ja pohtia millaiset ominaisuudet ovat kurssin kokonaisuuden ja toimivuuden kannalta olennaisimmat.

Kallialan (2002, s. 108) mukaan jo vuonna 2000 erilaisia oppimisalustoja oli tarjolla yli 3000 ja määrä on vain kasvanut. Antti Sekki kertoo puolestaan kirjassaan Alustatalousyrittäjyys – opas sivutuloista kiinnostuneelle, että erilaisten koulutukseen liittyvien hallintajärjestelmien markkinoiden koko oli vuonna 2019 noin 101 miljardia dollaria ja ennusteissa sen katsotaan olevan yksi nopeiten kasvavista alustatalouden alasegmenteistä. (Sekki, 2021, s. 77)

Alustan pääkäyttäjä on tässä opinnäytetyössä sähköisen oppimisalustan ensisijainen käyttäjä, tilaaja ja käyttöönottaja. Lähes poikkeuksetta uutta tietojärjestelmää käyttöönotettaessa nimetään pääkäyttäjä, jolla on laajimmat admin- eli järjestelmänvalvojan oikeudet alustan kaikkiin muokattavissa oleviin ominaisuuksiin.

Pääkäyttäjä toimii usein apuna alustaan liittyvissä ongelmatilanteissa ja toimii viestinviejänä loppukäyttäjän ja alustan toimittajan välillä. Loikkanen kiteyttää taloushallinto-ohjelma Visman blogiartikkelissa hyvän pääkäyttäjän 1) olevan valmis sitoutumaan käyttöönottoprojektiin, 2) tuntevan yrityksen ja sen henkilöstön hyvin, 3) olevan avoin,

ennakkoluuloton ja motivoitunut, 4) pyrkivän jatkuvaan kehitykseen ja olevan proaktiivinen. Lisäksi Loikkanen muistuttaa, että pääkäyttäjätunnukset tulisi olla vähintään kahdella henkilöllä. (Loikkanen, 2018) Erityisesti tämä asia tulisi huomioida niiden yksinyrittäjien ja yksittäisten asiantuntijoiden, jotka ylläpitävät verkkokursseja. Jos oma kirjautuminen ei syystä tai toisesta alustalle onnistu, pääkäyttäjän oikeudet tulisi olla toisella luotetulla henkilöllä.

Verkko-opetus, verkko-opiskelu ja verkko-oppiminen termeinä kuvaavat oppimisen prosessia eri näkökulmista. Opettaja tuottaa digitaalisten kanavien kautta verkko-opetusta ja opiskelija hankkii oppinsa digitaalisilla alustoilla. Digitaalisin keinoin tapahtuvaa oppimisen prosessia kutsutaan puolestaan verkko-oppimiseksi. Verkko-opiskelusta käytetään yleisesti myös termejä e-learning ja e-oppiminen.

Verkko-opetus voidaan jakaa kolmeen eri toteutustapaan. 1) Digitaalisuuden tukemaan lähiopetukseen, 2) verkkoon painottuvaan monimuoto-opetukseen, jossa kuitenkin osa opetuksesta järjestetään lähiopetuksessa ja 3) itsenäiseen opiskeluun verkossa. (Kotakorpi, 2021). Yrityksien ja asiantuntijoiden järjestämät kaupalliset koulutukset ovat yleisesti verkossa itsenäisesti opiskeltavia kokonaisuuksia.

E-oppimismateriaaleilla tarkoitetaan digitaalisen teknologian avulla tuotettuja opiskelumateriaaleja. Teknologian avulla on mahdollisuus toteuttaa materiaalia, joka toimii vuorovaikutuksessa opiskelijan kanssa. Painettu oppimateriaali kykenee vuorovaikutukseen heikommin. E-oppimateriaalien laatua arvioidaan juuri vuorovaikutteisuuden pohjalta. Ilomäki kiteyttää Opetushallituksen kustantamassa oppaassa laadukkaan e-oppimismateriaalin pedagogisen tutkimuksen näkökulmasta seuraavasti:

sitä voi käyttää joustavasti oppilaan osaamisen tason, kiinnostuksen ja tarpeiden mukaan, se tukee yhteisöllistä, pitkäkestoista työskentelyä ja aktivoi oppijan ajattelua, keskittyy opittavan ilmiön ydinasioihin ja tukee oppimisen taitojen kehittymistä. Toiminnallisesti hyvä e-oppimateriaali on teknisesti helppokäyttöistä ja ulkoasultaan pedagogisia ja sisällöllisiä tavoitteita tukeva. (Ilomäki, 2012, s. 11)

Oppimisalustalla on iso merkitys siihen, millaisia materiaaleja alustalle pystytään luomaan. Laadukas e-oppimismateriaali johtaa opiskelijan vertailemaan, arvioimaan, valitsemaan ja pohtimaan opetetun aiheen sisältöä tehtävien muodossa. (Opetushallitus, n.d.-a)

Tyypillisesti oppimismateriaaleina kaupallisilla verkkokursseilla hyödynnetään videoita, audioita, PDF-muotoisia tiedostoja ja jonkin verran erilaisia osaamistestejä.

2.3 Verkko-oppimisen tulevaisuus

Verkko-oppimisen trendejä seurataan kansainvälisesti monien eri tahojen toimesta.

Suomessa verkko-oppimista seurataan ja tilastoidaan toistaiseksi lähinnä verkkokauppaan liittyvien ostojen osalta, jossa koulutukset katsotaan ostettaviksi digitaalisiksi palveluiksi.

Palveluiksi luetaan myös verkosta ostettujen tapahtumien ja matkojen lippuhankinnat, jotka ovat viime vuosina romahtaneet Covid-19 pandemian seurauksena. (SVT, 2021) Tästä syystä verkkokurssien ja koulutuksien kasvanut suosio ei juuri näy kotimaisissa tilastoissa.

Maailman talousfoorumin (World Economic Forum, WEF) sivuillaan julkaisemassa artikkelissa Johnny Wood kertoo Coursera -verkkokoulutuslustralle rekisteröityneen vuoden aikana 2021 yli 20 miljoonaa uutta opiskelijaa. Kasvutrendi käynnistyi jo ennen Covid-19 pandemiaa, mutta pandemian alettua uusien opiskelijoiden määrä kaksin- ja kolminkertaistui. Verkko-oppiminen nähdään tärkeänä työkaluna nopeasti muuttuvassa maailmassa ja sen katsotaan paikkaavan maailmanlaajuisista osaamisvajetta. (Wood, 2022)

Verkkokoulutusten nousevana trendinä nähdään erityisesti **mobiliioppiminen** eli sellaisten koulutuslustojen käyttö, joita on mahdollista käyttää tabletin ja matkapuhelimen selaimessa tai täysin erilliset laitteille ladattavat oppimissovellukset. Tulevaisuudessa myös **mikro-oppiminen** eli pienien helposti omaksuttavien asioiden opiskelu tulee nousemaan yhä voimakkaammin esille. (Chang, n.d.) Näistä hyvänä esimerkkinä on muun muassa suositut kielenoppimissovellukset, kuten suomessa kehitetty WordDive.

Nousussa ovat myös virtuaaliset luokkahuoneet, tapaustutkimusoppiminen, pelillistäminen, personointi sekä mukautuva oppiminen, lisätty todellisuus eli virtuaalitodellisuus, sosiaalisuus oppimisessa, datan visualisointi ja vertaisoppiminen, joka tuo mukanaan sen,

että koulutuksen painopiste siirtyy tulevaisuudessa yhä laajemmin markkinavetoiseksi. (Chang, n.d.; Holon IQ, 2018)

2.4 Alustatalous

Tässä luvussa tarkastellaan alustataloutta ilmiönä ja sen monimuotoisuutta niin alustojen kuin käyttäjienkin osalta. Alustatalous tuo mukanaan laajan kirjon termejä, jotka mm. luokittelevat alustoja karkeasti käyttötarkoituksen mukaan ja kuvaavat alustoilla tehtäviä toimintoja. Näiden termien käyttö suomenkielessä ei ole vielä kaikilta osin vakiintunutta ja erityisesti puhekieleen on ilmaantunut monia lainasanoja kuvaamaan alustoilla tapahtuvaa vuorovaikutusta.

Alustatalous on liiketoiminnan organisointi malli ja se osuus taloudellisesta liiketoiminnasta, jota toteutetaan alustojen avulla. Digitaalisiksi alustoiksi kutsutaan kaikkia niitä internet-infrastruktuurin päälle rakennettuja palveluita, jotka tarjoavat toisille yrityksille, yhteisöille tai yksityisille ihmisille mahdollisuuden hyödyntää palvelua oman taloudellisen toimintansa kehittämiseksi. (Koponen, 2019, s. 7; Gerdt & Eskelinen, 2018, ss. 47–48)

Alustojen tavoitteena on tuoda yhteen eri osapuolet ja mahdollistaa heidän välinen vuorovaikutus ja kaupankäynti erilaisten hyödykkeiden osalta. Hyödykkeet voivat olla konkreettisia tuotteita, palveluita tai tietoa. Digitaalisen alustan omistaja määrittelee alustan käyttöehdot sekä sen, millaista sisältöä, tuotteita tai palveluita alustan kautta voidaan käyttäjälle tarjota. Kilpailukykyinen alusta houkuttelee tuottajia ja käyttäjiä tarjoamalla erilaisia työkaluja kehittämiseen sekä partneriyhteistyötä tai muita vastaavia palkitsemismalleja. (Kääriäinen ym., 2021, ss. 3–4)

Alla oleva kuvio ilmentää vuorovaikutuksen välisiä suhteita digitaalisella alustalla. Alustan omistaja tarjoaa puitteet, joiden avulla tuottajat voivat tarjota omia palveluitaan käyttäjälle. Digitaalisia alustoja voidaan verrata perinteiseen toriin, jossa kunta tai kaupunki tarjoaa torialueen usein maksua vastaan torikauppiaille. Tässä mallissa kunta tai kaupunki on alustan omistaja ja torimyyjä palvelun tuottaja. Tuottajan asiakkaat ovat puolestaan käyttäjiä.

Digitaaliset alustat tarjoavat mahdollisuuden tavoittaa huomattavasti laajemman käyttäjämäärän, mutta usein tämä edellyttää tuottajalta tehokkaita markkinointi toimia.

Kuva 2: Toimijoiden välinen vuorovaikutus digitaalisilla alustoilla. (Mukaillen Kääriäinen ym., 2021, s. 3)



Alustatalous on ilmiönä kasvava ja monille internetin käyttäjille ovat tuttuja mm. Amazon, Facebook ja Google. Näitä alustoja hyödyntämällä tuottaja voi kehittää omaa liiketoimintaansa ja parhaimmillaan tuloksena on käyttäjälle täysin uusi palvelu.

Antti Sekki (2021, s. 12) esittelee kirjassaan alustatalouden eri muotoja jakamalla ne alla olevan kuvan mukaisesti kuuteen eri kategoriaan. **Mikrotehtävälustat** tarjoavat mahdollisuuden tehdä pieniä yksittäisiä töitä globaalisti eri toimijoille. Näissä tuntiansiot ovat usein pieniä ja tehtävät lähes kaikille sopivia. Tehtävät voivat olla pieniä käännöstitä, mielipidekyselyitä tai muuta sisällöntuotantoa. (Sekki, 2021, ss. 19–30)

Työntekijälustat tarjoavat mahdollisuuden tehdä niin sanottuja keikkatöitä eli alustat toimivat keikkojen välittäjänä. Tunnetuimpia näistä ovat mm. Wolt ja Uber, joiden toiminta on on herättänyt paljon yhteiskunnallista keskustelua lainsäädännöstä ja siitä, tulisiko alustan kautta työskenteleviin suhtautua työntekijöinä vai yrittäjinä. (Sekki, 2021, ss. 31–45)

Harrastealustoiksi Sekki nostaa kaikki sellaiset alustat, joiden avulla on mahdollisuus kaupallistaa omaa harrastustoimintaa tai sen kautta syntynyttä osaamista, kuten valokuvaus, videointi, graafinen suunnittelu, elämyspalveluiden tuottaminen ja käsityöt.

Elämyspalveluihin hän nostaa mm. Airbnb -toiminnan, jossa pääasiassa vuokrataan omaa kotia tai vapaa-ajanasuntoa majoitusta vailla oleville. Alustalle on tuotu uutena palveluna elämyspalvelut, jotka saattaa sisältää esimerkiksi kaupunkikierroksen natiiviasukkaan kanssa. (Sekki, 2021, ss. 55–74)

Osaamisalustoiksi Sekki (2021, ss. 75–104) luokittelee kaikki kirjojen, musiikin ja blogien julkaisualustat, verkkokurssialustoja tarjoavat yritykset sekä alustat, joilla asiantuntijat voivat jakaa oma osaamistaan. Opinnäytetyössä käsiteltävä New Zenler -verkkokurssialusta kuuluu osaamisalustojen kategoriaan.

Freelanceralustoiksi Sekki luonnehtii kirjassaan niitä alustoja, jotka välittävät ammattilaisten tekemää työtä samaan tapaan kuin harrastealustat sillä erotuksella, että Freelancerit ovat oman alansa asiantuntijoita. Freelanceralustoilla palautetta annetaan niin toimeksiantajista kuin fleelancertyöntekijöistäkin ja alustoilla tehty työ on perinteistä freelancertoimintaa läpinäkyvämpää. Suomessa freelanceralustojen käyttö on toistaiseksi melko vähäistä. (Sekki, 2021, ss. 105–117)

Myyntialustat ovat useimmille verkon käyttäjille tuttuja. Ne tarjoavat useita eri mahdollisuuksia myydä konkreettisia tai digitaalisia tuotteita yrityksille ja yksityisasiakkaille. Kategorian alle kuuluvat niin verkkokauppoja tarjoavat alustat kuin alustaverkkokaupat, kuten esimerkiksi Ebay. Sekki kategorioi myyntialustoihin kuuluvaksi myös joukkorahoituslustoja ja jakamistalouteen keskittyneet alustat. (Sekki, 2021, ss. 119–121)

2.4.2 Verkkokoulutuslustoat

Ominaisuuksiltaan eri laajuisia verkkokoulutuslustoja on vuonna 2022 saatavilla hyvinkin laajasti. Alustoihin tutustuminen ennen varsinaisen valinnan tekemistä kannattaa tehdä huolella. Alustojen tarjoamat sisällöt ja hinnoittelu vaihtelevat paljon. Hintoja vertaillaessa on hyvä huomioida, että suurin osa alustoista veloittaa kuukausi- tai vuosimaksujen lisäksi myös asiakkaiden ostotapahtumista prosenttiosuuden.

Valmiita verkkokoulutuslustoja ja maksullisia jäsen sivuja hyvillä ominaisuuksilla tarjoavat New Zenlerin lisäksi mm. Camwire, Verkkokurssille.fi, Verkkovalmentajat.fi, Udemy, Kajabi, Teachable, Thinkific, Podia, Simplero, Xperienify, LearnWorlds, Pathwright, Skillshare, MasterClass, Coursera, EdX, Udacity ja monet muut alustat. Yksi, joskin kohtuullisen paljon teknistä osaamista vaativa vaihtoehto on myös verkkokoulutuslustan toteutus WordPressillä hyödyntäen esimerkiksi LearnPress-, LifterLMS-, Namaste!LMS-, WP Courseware-, Optimizepress-, tai LearnDash-lisäosia ja Woocommerce verkkokauppaa. Woocommercen verkkokauppaan on myös mahdollisuus lisätä Sensei-lisäosa, jolle verkkokoulutuksia ja kursseja voi rakentaa.

Yksinkertaisimmillaan yksittäisen verkkokurssin voi toteuttaa myös ns. kirjekurssina sähköpostilla, Facebookin suljetussa ryhmässä tai omilla verkkosivuilla suojaten sisällön salanoilla. Näiden toimintamallien heikkoutena on, että käytettävyyks on usein huonompi ja sisällön hallinta on opiskelijan näkökulmasta haasteellisempaa. Lisäksi riski materiaalien luvattomaan leviämiseen on suurempi.

Verkkokoulutuslustojen keskinäinen vertailu on haasteellista, sillä ominaisuudet vaihtelevat laajasti eikä selkeät hintatiedot välttämättä ole julkisesti saatavilla. Pääasiallisesti pientoimijoita tavoittelevien alustojen hinnoittelu on usein avoimempaa kuin niiden yritysten, joiden kohderyhmänä on isot organisaatiot. Tärkeintä on kuitenkin alustaa valitessa huomioida oman toiminnan tarpeet ja perehtyä alustan omistajan käyttöehtoihin huolella.

2.5 New Zenler verkkokoulutus -ja markkinointi alusta

New Zenler Ltd on kansainvälinen yritys, joka on rekisteröity Iso-Britaniaan. New Zenler -alusta on ensisijaisesti verkkokoulutus alusta, mutta se tarjoaa käyttäjilleen myös monia markkinointiin liittyviä ominaisuuksia. Alustan koekäyttäjäksi on mahdollisuus liittyä veloitusetta, mutta ilmaisversion ominaisuudet ovat rajattuja.

Maksullisesta versiosta on saatavilla kaksi eri vaihtoehtoa, jotka eroavat toisistaan lähinnä määrällisesti. Pro -versio tarjoaa mahdollisuuden mm. kolmen eri verkkosivuston laatimiseen siinä missä Premium -versiolla voi toteuttaa 10 eri verkkosivua. Molemmissa toteutettavien kurssien määrä on kuitenkin rajaton. (Zenler Ltd, 2022-a)

2.5.1 Verkkokoulutus alustan ominaisuudet

Maksullisen New Zenler -alustan ominaisuuksiin kuuluu mahdollisuus luoda verkkosivu sekä verkkokurssi myyntisivuineen. Maksuvaihtoehtoista on tätä kirjoittaessa mahdollista integroida käyttöön PayPal ja Stripe, mutta alusta kehittyy ja laajenee myös näiden osalta. Kurssit voi myydä erillisessä verkkokaupassa, mutta tämä edellyttää pääkäyttäjältä opiskelijoiden lisäämistä alustalle manuaalisesti.

Verkkokursseja voi luoda moduulimuotoon ja ajastaa niiden eri osiot aukenevaksi tiettyinä ajankohtina tai kun kurssille liittymisestä on kulunut tietty aika. Alusta mahdollistaa myös sen, että opiskelijan tulee suorittaa aiemmat tehtävät ennen kuin hän pääsee etenemään materiaaleissa. Alustalta on mahdollista lähettää ajastettuja sähköposteja kurssilaisille.

Varsinaista oppimismateriaalia alustalle voi ladata monessa eri muodossa. Alusta mahdollistaa videot, audiot, selaimessa selattavat e-kirjat, Power Point -esitykset ja PDF-tiedostot. Lisäksi käytettävissä on ominaisuudet, joissa opiskelija pääsee lataamaan tietoa alustalta omalle laitteelle, palauttamaan tehtävätiedostoja alustalle ja suorittamaan kyselyitä tai tenttejä. Verkkokurssi osioihin on mahdollisuus lisätä sisältöä suoraan alustalla kirjoittaen, lisäämällä kustomoitua koodia tai SCORM/HTML-koodia. Lisäksi alustalle on upotettu Zoom-integraatio, jonka avulla voi pitää kurssiluentoja ja webinaareja.

Kurssialustaa täydentää myös keskustelupalsta, jonka avulla keskinäistä vuorovaikutusta opiskelijoiden välillä on helppo lisätä.

2.5.2 Markkinointiin liittyvät ominaisuudet

New Zenler -alustan markkinointiominaisuuksiin kuuluvat postituslistojen ylläpito, markkinointitunnelit ja myyntisivujen luominen. Myyntisivu on verkkosivu, jolta on poistettu kaikki ylimääräiset häiriötekijät eli käytännössä navigaatiopalkit ja muut kaupanteon kannalta epäolennaiset asiat, joita varsinaisilla yrityksen verkkosivuilla saattaa olla. Myyntisivujen, kuten muidenkin New Zenlerin avulla toteutettujen verkkosivujen visuaalisuutta pystyy muokkaamaan sekä koodilla että valmiiksi suunnitelluilla elementeillä, joita voi muokata oman yrityksen visuaaliseen ilmeeseen sopivaksi.

New Zenlerin tarjoamien erilaisten markkinointisuppiloiden ja myyntitunnelien avulla pystyy keräämään laajan postituslistan, jonka vaiheet on täysin automatisoitu. Alusta tarjoaa myös seurantatilastoja, joiden avulla voi seurata eri toimintojen konversioita ja näiden avulla kehittää omaa toimintaansa oikeaan suuntaan.

Liidimagneetteina eli houkuttimina, joilla asiakas liittyy postituslistalle voi käyttää mm. e-kirjoja, webinaareja tai videosarjoja. New Zenler tarjoaa näille kaikille toimivan alustan, joka on myös asiakkaille miellyttävä käyttää. Sähköpostien lähettämistä voi koordinoida segmentoimalla asiakkaat tiettyjen tunnisteiden alle, jolloin New Zenler tarjoaa lähes rajattoman määrän mahdollisuuksia kohdistaa viestit juuri oikeille henkilöille. Segmentointia voi automatisoida myös asiakkaan tekemien toimintojen perusteella.

2.6 Helppokäyttöisyys

Alustan käytettävyyttä tulisi tarkastella niin pääkäyttäjän, opettajan kuin opiskelijankin näkökulmasta. Harva alusta on niin helppokäyttöinen, etteikö se edellyttäisi käyttöönottovaiheessa perehdytystä. (Kalliala, 2002, s. 116). Koulutukseen ja alustaan perehtymiseen kannattaa varata riittävästi aikaa, jotta alustan kaikki ominaisuudet tulevat laajasti ja yhdenmukaisesti käyttöön.

E erityisesti kaupallisissa koulutuksissa alustan käytettävyys nousee suureen rooliin. Asiakkaat eli opiskelijat haluavat saada vastinetta taloudelliselle sijoitukselleen ja edellyttävät, että sisällöt ovat selkeästi, johdonmukaisesti ja visuaalisesti rakennettu kokonaisuus. Sisältöjen osalta tärkeää on myös se, että opetettava asia on tiivistetty ja kiteytetty tehokkaasti eikä opiskelijan aikaa kulu olennaisen tiedon etsimiseen. Opiskelija haluaa kaupalliselta verkkokurssilta helpon ratkaisun häntä askarruttavaan asiaan tai ongelmaan.

Käyttäjystävällisyys on osa digiajan asiakaskokemuksen nelikenttää, johon kuuluvat lisäksi reaaliaikainen palvelu, personointi ja teknologiaympäristö. Hyvän käytettävyyden katsotaan myös lisäävän asiakasuskollisuutta. (Gerd & Eskelinen, 2018, ss. 56–58)

2.6.1 Käytettävyys

Helppokäyttöisyys terminä on suoraan johdettavissa siitä, millainen on alustan käytettävyys. Käytettävyys on laatuattribuutti eli laatumääre, joka arvioi helppokäyttöisyyden astetta. Tanskalaista ihmisen ja tietokoneen vuorovaikutuksen tutkijaa ja tohtori Jakob Nielsenä pidetään maailman johtavana käyttäjystävällisen suunnittelun asiantuntijana. Hänen mukaansa on nimetty niin kutsuttu Jakobin laki, joka pohjautuu hänen hypoteesiinsa siitä, että ihmiset käyttävät mieluiten sellaisia verkkosivuja ja ohjelmia, joiden toimintamalli on heille muilta alustoilta entuudestaan tuttu. Samankaltaisuus on siis verkkoalustajoja suunniteltaessa tärkeässä roolissa. (Nielsen Norman Group, n.d.)

Nielsen (2012) jaottelee käytettävyyden arvioinnin viiteen vaiheeseen; 1) **Opittavuus**, eli miten helppoa käyttäjien on suorittaa perustehtävät kun he aloittavat alustan käytön ensimmäisen kerran. 2) **Tehokkuus**, kuinka nopeasti käyttäjät pystyvät suorittamaan tehtäviä kun he ovat oppineet perusteet. 3) **Muistettavuus**, kuinka helposti alustan toiminnot on palautettavissa mieleen kun edellisestä käyttökerrasta on jo aikaa. 4) **Virheet**, eli miten paljon käyttäjät tekevät virheitä, kuinka vakavia virheet voivat olla ja miten ne saadaan korjatuksi? 5) **Tyytyväisyys**, kuinka miellyttävää alustan käyttö on?

Nielsenin (2012) mukaan käytettävyyttä tulisi aina arvioida testikäyttäjien avulla. New Zenler on huomioinut tämän hyvin tarjoamalla alustansa beta-version käyttöön tuottajille jo hyvin

varhaisessa vaiheessa. Tuottajien välityksellä he saavat palautetta myös loppukäyttäjiltä eli kurssien asiakkailta. Tuottajien palautteen perusteella New Zenler on kehittänyt verkkokoulutusalaustaan ja sen markkinointi ominaisuuksia toivotulla tavalla viimeisen kahden vuoden ajan nopealla tahdilla.

Yleisesti käytettävyyden parantamiseksi on luotu myös sarjastandardi ISO 9241, joka on koottu toimimaan laatu- ja käytettävyyksivaatimusten määrittelyn ja arvioinnin pohjana. ISO 9241 alaosa 210 määrittelee verkkopalveluiden käyttäjälähtöisen suunnitteluun kuuluvan kuusi pääperiaatetta: 1) Suunnittelu perustuu käyttäjien, tehtävien ja ympäristön ymmärrykseen. 2) Käyttäjät ovat mukana koko suunnittelu- ja kehitysprosessin ajan. 3) Suunnittelun ohjaus ja viimeistelu suoritetaan käyttäjakeskeisellä arvioinnilla. 4) Koko suunnittelu- ja kehitysprosessi on iteratiivinen, eli toteutetaan lyhyillä toistuvilla työjaksoilla. 5) Suunnittelu käsittelee koko käyttäjäkokemusta. 6) Suunnitteluryhmä koostuu monialaisista ja eri näkökulmia omaavista ihmisistä. Standardit luovat yhdenlaisen pohjan, jonka avulla käytettävyyttä voidaan kehittää. Niiden haasteena on se, että niitä sovelletaan kaikkeen vuorovaikutteiseen teknologiaan, ei pelkästään verkkopalveluihin. (Martikainen, 2019)

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta (306/2019) määrittelee julkisen sektorin osalta minimitason sille, miten saavutettavuus tulee ottaa huomioon heidän verkkosivuilla ja mobiilisovelluksissa. Laki tulee koskemaan myös niitä järjestöjä, jotka saavat yli puolet rahoituksestaan valtiolta. Saavutettavuuden osalta myös muiden toimijoiden on järkevää tuottaa sisältöä noudattamalla lain saavutettavuusperiaatteita. Saavutettavuus lisää sivujen helppokäyttöisyyttä ja luo eri tasoille käyttäjille yhdenmukaiset mahdollisuudet teknisten alustojen käyttöön.

2.6.2 Digitaalisen alustan käyttöönotto

Uuden tietoteknisen alustan käyttöönotto on aina aikaavievä prosessi, johon tulisi varautua huolella. Ihanteellisessa tilanteessa isommassa organisaatiossa henkilöstö tutustuu yhdessä uuden järjestelmän ominaisuuksiin ja työstää työprosesseja käytännöllisemmäksi työkokemuksensa perusteella, jolloin oppiminen ja kehittäminen tukevat toisiaan. (Ala-

Laurinaho, ym., 2019, ss. 3–9). Käytännössä yksinyrittäjä joutuu käymään itsenäisesti läpi kaikki uuden alustan ominaisuudet ja pohtimaan millaiset toimintamallit tukevat parhaiten juuri hänen tapansa työskennellä.

Työterveyslaitoksen oppaassa *Järjestelmät hyötykäyttöön – opas osaamisen kehittämiseen järjestelmämuutoksessa* (2019) esitellään malli osaamisen kehittämiseen tietojärjestelmämuutoksessa eli niin kutsuttu OK-malli. Malli on kehitetty kuvaamaan tietojärjestelmäosaamisen monitasoisuutta ja oppimisen ajallista kestoa. Mallin perustana on näkemys siitä, että uuden tietojärjestelmän tehokas käyttöönotto vaatii myös toimintatapojen arviointia ja kehittämistä.

Kuva 4: Osaamisen kehittäminen tietojärjestelmämuutoksessa eli OK-malli (Mukaiillen Ala-Laurinaho, ym., 2019, s. 10)



Kuten kuvasta havaitaan, OK-mallissa uuden järjestelmän käyttöönotto nähdään perinteistä käsitystä pidempiaikaisena ja jopa jatkuvana prosessina. Prosessin vaiheet suunnittelu ja valmistautuminen, käyttöönotto, käytön vakiinnuttaminen sekä jatkuva arviointi ja kehittäminen ovat limittäisiä vaiheita. Erityisesti arviointi ja kehittäminen jatkuvat läpi koko tuotteen käyttöiän. Kun pääkäyttäjä on ymmärtänyt kokonaiskuvan käyttöönotetusta

alustasta, voi nousta tarpeita erilaisten yksityiskohtien opiskelulle. (Ala-Laurinaho, ym., 2019, s. 13)

3 Menetelmät digitaalisen oppaan toteuttamiseen

Kehittämistehtävän tavoitteen mukaisen käyttöönotto-ohjeen toteuttamisen menetelmiksi valikoitui hyvän sisällön kenno sekä New Zenler -alustan ja sen käytön havainnointi. Ohjeen toteutustavaksi valittiin digitaalinen opas. Tässä luvussa esitellään tarkemmin ne menetelmät, joita työn toiminnallisen osuuden toteutuksessa hyödynnettiin.

3.1 Digitaalinen opas sisällön lajina

Opinnäytetyön toiminnallisen osuuden onnistumisen kannalta oli keskeistä perehtyä hyvän ohjeen ja oppaan laatimisen menetelmiin. Menetelmäksi oppaan toteutukseen valikoitui hyvän sisällön kenno ja rakenteeksi yksinkertainen rakenne, joita tässä alaluvussa avataan tarkemmin.

3.1.1 Hyvän sisällön kenno

Hyvän sisällön laatukriteerinä voidaan käyttää hyvän sisällön kennoa, jonka Keronen ja Tanni esittelevät kirjassaan Sisältöstrategia – Asiakaslähtöisyydestä tulosta. (2017, 2.1. Hyvän sisällön tuottaminen -luku)

Kuva 5: Hyvän sisällön kenno (Mukaiillen Keronen & Tanni, 2017, 2.1. Hyvän sisällön tuottaminen -luku)



Hyvän sisällön kenno menetelmä perustuu tarinan kerrontaan, mutta on täysin sovellettavissa hyvän oppaan kirjoittamiseen.

Yllä olevassa kuvassa havainnollistuu hyvin, miksi puhutaan kennosta. Kerosen mukaan jokaisella tuotetulla tarinalla eli tässä tapauksessa oppaalla tulisi olla tavoite siitä, mitä sisällöllä halutaan saada aikaan (kenno 1). Opas tulee tuottaa suoraan toiselle ihmiselle niin, että hän voi tunnistaa samaistuttavan tarinan (kenno 2). Tarina tulee sijoittaa tiettyyn kohtaan asiakkuusvaihetta (Kenno 3). Tarinan kertoja valitaan sen mukaan, ketä halutaan puhutella. Yrittäjä kuuntelee toista yrittäjää ja asiakas toista asiakasta (Kenno 4). Kanavat valitaan sen mukaisesti millä alustoilla tavoitetaan valittu kohderyhmä (Kenno 5). Samasta sisällöstö voi luoda monia eri variaatioita niille alustoille, joilla parhaiten tavoitetaan valittu kohderyhmä. (Keronen & Tanni, 2017, 2.1. Hyvän sisällön tuottaminen -luku)

3.1.2 Sisällön rakenne

Hyvän oppaan rakenteessa huomioidaan erityisesti toiminnan konkreettinen ohjaaminen ja helppokäyttöisyys, joka takaa yksittäisenkin tiedon nopean löytymisen. Ohje on ennen kaikkea laadittava käyttäjän näkökulmasta ja ottaen huomioon vaihteleva osaamistaso. Rakenteelta helppokäyttöisyys edellyttää loogista etenemistä, hyvin jäsenneltyä tekstiä ja

asianmukaisesti nimettyjä väliotsikoita. Ohjeiden helppokäyttöisyyttä erityisesti pidempien oppaiden osalta lisää asiahakemisto, joka on loogista sijoittaa oppaan loppuun. Paras tulos helppokäyttöisyyden osalta saavutetaan yleensä sillä, että peruskäyttöä varten tehdään oma ohjeensa ja erityisosamista vaativista vaiheista joko erilliset luvut tai täysin erillinen opas. (Nykänen, 2002, ss. 17, 50–51)

Oppaassa tarinallinen rakenne ei ole paras mahdollinen vaihtoehto, sillä tekstin tulisi olla nopeasti omaksuttavissa. Tästä syystä tämän oppaan rakenteeksi valikoitui yksinkertainen rakenne, jossa sisällöt järjestyvät toimintavaiheiden mukaisesti. (Strellman & Svinhufvud, 2020, ss. 80–81) Oppaan edetessä toimintavaiheiden mukaisesti on lukijan helppo edetä vaihe kerrallaan eteenpäin kirjautuessaan New Zenler -alustalle.

Valmiissa oppaassa tullaan hyödyntämään kuvituksena New Zenler -alustalta otettuja kuvakaappauksia. Käyttöohjeen ja oppaan kuvituksessa on tyypillisesti keskeistä asioiden havainnoillistaminen erilaisina kuvasarjoina. Kuvien ja tekstin tulee oppaassa muodostaa yhtenäinen kokonaisuus, eikä niiden välillä saa olla ristiriitoja. (Nykänen, 2002, s. 51) Siksi on erityisen tärkeää, että opas etenee loogisessa järjestyksessä ja lukija voi havaita opasta vastaavan näkymän samanaikaisesti omalla laitteellaan.

3.2 Havainnointi tutkimusmenetelmänä

Opinnäytetyön tiedonkeruu perustuu lähinnä New Zenler -verkkokurssialustan käytön havainnointiin ja taustailmiön eli verkkokurssien rakentamisen osalta sekundäärisiin lähteisiin tutustumiseen. Suoran havainnoinnin tarkoituksena on taltioida tietoa alustan käytöstä mm. kuvakaappauksin ja käydä läpi erityisesti ne vaiheet, jotka Hestnord Oy:n asiakkaat ovat kokeneet käyttöön otossa hankalaksi ilman suomenkielistä ohjetta.

Havainnoinnin käyttö tiedonkeruumenetelmänä on perusteltua tilanteissa, joissa ilmiöstä ei ole tietoa tai tiedon määrä on varsin vähäistä. Tietoa voidaan kerätä teknisin välinein, kuten esimerkiksi kameraa hyödyntämällä. Strukturoidussa havainnoinnissa on tiedossa, mitä havainnoitsija seuraa ja usein käytössä on lomake, johon havainnot kirjataan.

Strukturoimattomassa havainnoinnissa kirjataan ylös mahdollisimman paljon huomioita,

jotta voidaan tarvittaessa palata alkuperäiseen tilanteeseen. Ongelmana tässä on suureksi kertyvä aineiston määrä. (Kananen, 2010, ss. 49–50)

Tämän opinnäytetyön osalta voinee puhua puolistrukturoidusta havainnoimisesta, johon havainnoija osallistuu. Tiedossa on, että alustan käytettävyyteen liittyvät vaiheet täytyy saada taltioitua ja asiakkaiden kynnyksysymykset havainnoitua, mutta valmista listausta ei vaiheista voi tehdä ennen työn etenemistä.

Havainnointi on osallistuvaa silloin, kun havainnoija itse osallistuu tutkittavaan toimintaan. Kananen (2010, s. 50) toteaa kirjassaan Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännönopas, että ”Osallistuvan havainnoinnin etuna on, että tutkija pääsee syvälle kiinni tutkittavan ilmiön olemukseen, vaikka hän ei itse ole työyhteisön jäsen.”

4 Digitaalisen oppaan suunnittelu ja toteutus

Opinnäytetyön lopputuloksena syntyy suunnitelma digitaalisen oppaan toteutuksesta. Oppaan sisällössä perehdytään New Zenler -verkkokurssialustan käyttöönottoon. Tässä luvussa kuvataan suunnitelman toteutusta, lopullisen oppaan julkaisun aikataulua sekä niitä mittareita joilla oppaan tavoitteita tulevaisuudessa mitataan.

4.1 Suunnittelu hyvän sisällön kennoa hyödyntäen

Varsinaisen oppaan suunnittelu aloitettiin tutustumalla muihin vastaaviin kaupallisessa käytössä oleviin teknisiin oppaisiin, joissa erityisesti käytettävyys, selkeys ja visuaalisuus on otettu huomioon. Oppaan sisällön suunnittelun menetelmäksi valikoitui hyvän sisällön kenno, jonka perusteella opasta lähdettiin suunnittelemaan. Erikseen suunniteltiin jokainen kennon kuudesta vaiheesta.

Kuva 6: Hyvän sisällön kenno mukailtuna tämän oppaan työstä misessä (vrt. Keronen & Tanni, 2017)



- Oppaan tavoitteen valinta (Kenno 1)

Oppaan tavoitteeksi otettiin toimeksiannon mukaisesti vastata kysymykseen "Miten aloittaa New Zenler -verkkokurssialustan käyttö?". Näin ollen oppaan koko sisällön tärkeimpänä tavoitteena on se, että oppaan avulla uusi pääkäyttäjä pystyy luomaan tilin New Zenler -alustalle.

Lisäksi oppaan sisällöissä esitellään lyhyesti New Zenlerin ominaisuuksia.

Ominaisuuksien esittelyn tarkoituksena on pääasiallisesti tuoda pääkäyttäjälle tiedoksi mihin kaikkeen alustaa voi hyödyntää.

- Oppaan kohderyhmän valinta (Kenno 2)

Oppaan kohderyhmäksi valikoitui toimeksiantajan asiakasprofiilin perusteella pienyrittäjät ja asiantuntijat, jotka haluavat jakaa omaa osaamistaan verkkokurssien avulla.

- Asiakasvaiheen valinta (Kenno 3)

Oppaalle valittu kohderyhmä on asiakkuusvaiheessa, jossa he ovat jo tehneet alustavan päätöksen siitä, että he haluavat laajentaa omia palveluitaan verkkoon tarjoamalla verkkokursseja omille asiakkailleen tai ovat jo pienimuotoisesti vetäneet kurseja ja haluavat siirtyä laajemmat ominaisuudet tarjoavalle alustalle.

- Kertojan valinta (Kenno 4)

Opas pohjautuu pienyrittäjän ja verkkokouluttajan kerrontaan aiheesta ja asiaa kerrotaan toiselle pienyrittäjälle, joka haluaa olla tulevaisuudessa myös verkkokouluttaja.

- Alustan valinta (Kenno 5)

Opas tulee ladattavaksi yrityksen verkkosivuille ja niiltä löytyvään verkkokauppaan. Kohderyhmää ohjataan sivuille sosiaalisen median avulla, joista vahvimpina käytössä Facebook. Sosiaalisen median alustoille luodaan oppaan markkinointiin soveltuvaa kuvamateriaalia, jolle ostetaan myös maksettua mainontaa. Markkinoinnissa hyödynnetään erityisesti sosiaalisen median ryhmiä, joissa toimeksiantaja on verkostoitunut aiheesta kiinnostuneiden ihmisten kanssa.

- Muodon valinta (Kenno 6)

Oppaan toteutustavaksi valikoitui sähköinen PDF-opas, jolloin sen lataaminen ja lukeminen on kaikilla laitteilla helppoa. Oppaan kertakäyttöisen luonteen vuoksi sitä ei ole tarkoituksenmukaista painattaa paperille. Harvan käyttäjän tarvitsee turvautua oppaaseen sen jälkeen, kun alusta on jo otettu käyttöön. New Zenler -alusta myös päivittyy kaiken aikaa ja tästä syystä oppaan sisällön helppo muokattavuus on toimeksiantajalle tärkeä ominaisuus.

4.2 Oppaan toteutus

Opas toteutettiin Canva -kuvankäsittelysovelluksella, johon Hestnord Oy:llä on maksullinen käyttölisenssi. Oppaan sivujen ulkoasussa hyödynnettiin Canvan valmiita mallipohjia, jotka kustomoitiin vastaamaan Hestnord Oy:n visuaalista ohjeistusta, joka esitellään tarkemmin seuraavassa alaluvussa. Mallipohjista käyttöön valittiin useamman eri mallin yksittäisiä sivuja, jotka sovitettiin ulkoasultaan keskenään yhtenäisiksi.

Oppaan sisällön koostaminen aloitettiin luomalla New Zenler -alustalle uusi käyttäjätunnus ja taltioimalla kaikki kirjautumisen vaiheet kuvakaappauksin talteen. Kuvakaappaukset jaksotettiin oppaaseen etenemään vaihe kerrallaan eteenpäin lisäten jokaisen kuvan yhteyteen lyhyet ohjeet, miten käyttäjän tulisi toimia.

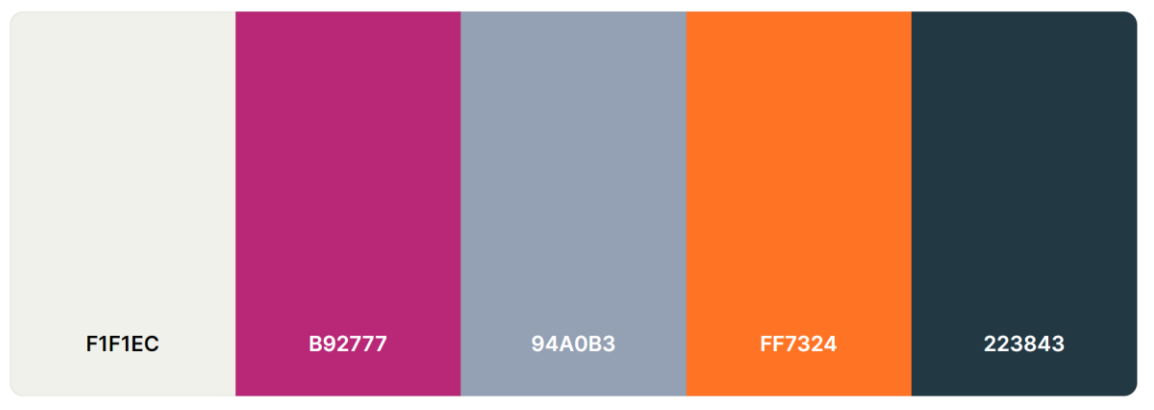
Oppaan sisältö kokoamista jatketaan vaihe vaiheelta havainnoiden New Zenler -alustaa ja ottaen kuvakaappauksia eri käyttövaiheista, kunnes olennaisimmat asiat käyttöönottoon liittyen on esitelty.

4.2.1 Oppaan visuaalinen ilme

Oppaan värityksessä ja fonteissa hyödynnettiin Hestnord Oy:n visuaalisen ohjeistuksen mukaisia valintoja. Yrityksen visuaalisen ohjeistuksen mukaisesti oppaan otsikoissa käytetään Oswald -fonttia. Pääotsikot kirjoitetaan versaalilla, eli suuraakkosilla ja alaotsikot gemena -muodossa eli pienaakkosilla. Leipätekstissä käytetään Open Sans -fonttia.

Visuaalisen ohjeistuksen mukaisesti oppaan pääväreiksi valittiin Isabelline (#F1F1EC) ja Magenta Dye (#B92777). Tehosteina hyödynnettiin värejä Manatee (#94A0B3), Pumpkin (#FF7324) ja Gunmetal (#223843). Värimaailmaa havinnollistaa alla oleva kuva, sekä myöhemmin työssä esiteltävä mallisivu (kuva 9), sekä liitteessä 2/1 esiteltävä kuva oppaan kannesta.

Kuva 7: Oppaan toteutuksessa käytetty väripaletti. (Kuvakaappaus sovelluksesta colors.co)



4.2.2 Oppaan sisältö

Oppaan sisältöä ja sisällysluetteloa aloitettiin rakentamaan hyvän sisällön kennon ja oppaaseen liittyvien tutkimuskysymyksiä pohjalta. Opas vastaa kysymyksiin ”Miten aloittaa New Zenler -verkkokurssialustan käyttö?” ja ”Mitä ominaisuuksia alustalla on käytettävissä?”

Kuten seuraavasta kuvasta (kuva 8) voi havaita, ensimmäisessä luvussa kerrotaan hieman yleistä alustasta sekä siitä, millaisiin käyttötarpeisiin alusta erityisesti soveltuu. Toisessa luvussa neuvotaan kohta kohdalta, miten alustan käyttäjäksi voi saada kutsun ja kolmannessa luvussa käydään vaiheittain läpi pääkäyttäjän tilin luominen.

Oppaan ollessa PDF-muotoinen pyrittiin sivumäärä pitämään mahdollisimman vähäisenä, jotta selailu eri laitteilla sujuisi ongelmitta. Lisäksi vähäinen sivumäärä auttaa käyttäjää löytämään oikeat asiat helposti hänen tehdessä alustalle rekisteröitymistä samanaikaisesti opasta lukiessa. Tästä syystä myös otsikoiden fontiksi valittiin koot 41 ja 64, mikä helpottaa asioiden löytämistä nopealla selaamisella, vaikka lukulaitteena olisi matkapuhelin.

Oppaan neljännessä luvussa esitellään alustan päävalikot ja mistä eri toiminnot alustalta löytyvät. Viidennessä luvussa käydään läpi alustan tärkeimpiä ominaisuuksia ja viimeisessä luvussa kerrotaan mistä asiakas saa tarvittaessa lisäapua alustan eri vaiheiden kanssa. Vaikka lopullisen oppaan sivumäärä on pyritty pitämään hyvin rajallisena, se pitää kuitenkin sisällään kaikki ne olennaiset tiedot joita alustalle kirjautuva uusi pääkäyttäjä tarvitsee.

Kuva 8: New Zenler käyttöönotto-oppaan sisällysluettelo (Nordman, 2022)



4.2.3 Oppaan kieliasu

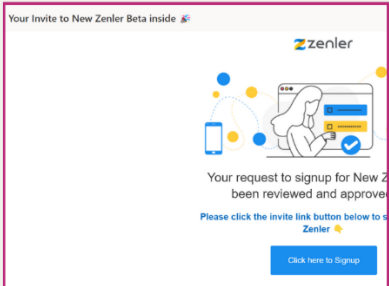
Kotimaisten kielten keskus ohjeistaa käyttämään käskymuotoja ohjeita annettaessa. Tämä auttaa ohjeiden lukijaa tunnistamaan olennaisimmat tiedot ja sen missä vaiheissa hänen pitää itse toimia. Käskymuodon käyttäminen auttaa erottelmaan myös sen, mitä tapahtuu automaattisesti tai jonkun muun toimesta. Yleensä lukijalle on hyödyllistä noudattaa ohjeita ja tällöin asioiden esittäminen käskymuodossa eli imperatiivissa ei vaikuta tarpeettoman tyylyltä. Hyvänä esimerkkinä ohjeen laatimiseen pidetään ruokareseptiä, joka etenee johdonmukaisesti vaihe vaiheelta eteenpäin ja auttaa lukijaa toteuttamaan halutun lopputuloksen. (Kotimaisten kielten keskus, n.d.)

Oppaassa käytettiin pääasiassa imperatiivimuotoja ja verbejä aktiivimuodossa välttämällä niiden korvaamista substantiiveilla. Tekstiosiot pyrittiin pitämään mahdollisimman suppeina ja selkeälukuisina. Kuten Olli Nykänen (2002, s. 52) kirjassaan *Toimivaa tekstiä – Opas tekniikasta kirjoittaville* kehoittaa, ohjeissa tavoiteltiin myönteistä ilmaisua. Ohjeissa

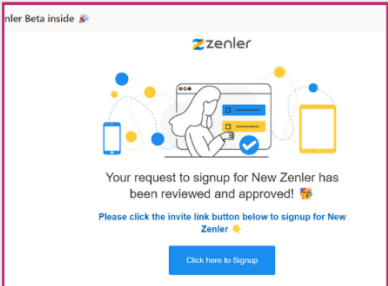
kerrotaan siitä, mitä käyttäjän pitää tai kannattaa tehdä ja selkeyden vuoksi jätetään esittelemättä ne asiat, joita käyttäjän ei tulisi tehdä. Esimerkkinä teksti oppaasta, jossa ohjeistetaan sisäänkirjautumiskutsun tilaamista ”Kirjoita sähköpostiosoitteesi kohtaan ”Enter Your Email Address” ja paina ”Request invite” -painiketta.” Lyhyet ja selkeät ohjeet kunkin kuvan yhteydessä ohjaavat oppaan käyttäjää etenemään loogisesti. Opas ja siihen kerätty tieto myös rajattiin tiukasti koskemaan vain New Zenler -alustalle kirjautumista ja alustan ominaisuuksien esittelyä, vaikka tietyt niitä seuraavat vaiheet varmasti herättävät käyttäjissä myös lisäkysymyksiä. Alla oleva mallikuva oppaan ohjesivusta havainnollistaa tapaa viestiä.

Kuva 9: Mallisivu havainnollistaa oppaan kieliasua ja visuaalista ilmettä. (Nordman, 2022)


3. TILIN LUOMINEN



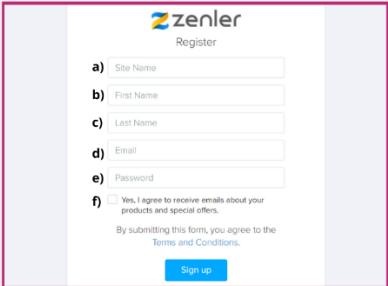
5. Avaa sähköpostisi. Olet saanut sinne viestin otsikolla ”Your Invite to New Zenler Beta Inside”.



6. Napsauta hiirellä sähköpostissa olevaa sinistä painiketta ”Click here to Signup”.



7. Napsauta sivulla sinistä painiketta ”Signup Now” ja siirryt uudella välilehdelle antamaan kirjautumistietosi.



8. Kirjoita **a)** verkkosivulle annettava nimi*, **b)** oma etunimi, **c)** sukunimi, **d)** sähköposti, **e)** keksi sopiva salasana ja **f)** anna suostumus siihen, että Zenler saa lähettää sinulle tietoa ja tarjouksia. Lopuksi napsauta hiirellä ”Sign up”.

Hestnord Oy
*Nimen voi vaihtaa myöhemmin

4.3 Oppaan toimivuuden testaus ja viimeistely

Ohjeita laatiessa tulee huolehtia erityisesti siitä, että ohjeet testataan huolella ennen varsinaista käyttöönottoa. Testauksessa tulisi olla mukana useampi henkilö, jotka ovat asiakaspolun eri vaiheissa. (Nykänen, 2002, s. 51)

Testaamisen apuna voi käyttää mm. seuraavia kysymyksiä: 1) Antaako ohje käyttäjälle varmasti riittävät tiedot ottaen huomioon, että käyttäjän taitotaso voi vaihdella. 2) Pitävätkö kaikki ohjeessa annetut tiedot paikkansa? 3) Kattaako ohje käytön kaikki vaiheet? 4) Eteneekö ohje loogisesti ja onko jäsenitys tehty käyttäjän näkökulmasta? 5) Löytyykö ohjeen yksityiskohdat helposti? 6) Onko ohjeen kieli ymmärrettävää ja helppotajuista? 7) Onko kuvitus havainnollista ja riittävää? Onko kuvituksen ja tekstin välillä ristiriitoja? 8) Onko ohje selkeä ja helppolukuinen? Tekstin koko riittävän suuri? Kuvien kontrasti riittävä? 9) Tunnistaako käyttäjä mitkä osat ovat suosituksia, mitkä varoituksia ja mitkä mahdollisesti vain lisätietoja? 10) Sopiiko ohje ulkonaisesti käyttötilanteeseen? (Nykänen, 2002, s. 51)

Opasta tullaan tarkastelemaan viimeistelyvaiheessa näiden kymmenen kysymyksen kautta ja sen toimivuus tullaan testaamaan käyttäjillä viimeistelyvaiheessa ennen kaupalliseen käyttöön ottamista. Opas myös toimitetaan nähtäväksi New Zenlerille sisällön oikeellisuuden arviota varten.

4.4 Oppaan käyttö, markkinointi ja seurantaan käytettävät mittarit

Tässä luvussa esitellään niitä keinoja, joilla oppaan myyntiä ja asiakkaiden suositteluhalukkuutta tullaan myöhemmässä vaiheessa konkreettisesti seuraamaan. Esitellyt keinot mittaamiseen otetaan käyttöön heti oppaan julkaisun yhteydessä. Toteutumisen seuranta varten asetettuja tavoitelukuja ei esitellä tässä opinnäytetyössä niiden salassapidettävän luonteen vuoksi.

Valmistuttuaan oppaalle luodaan myyntisivu Hestnord Oy:n New Zenler -alustalle. Lisäksi opas tulee osaksi New Zenleriin liittyvän verkkokurssin sisältöä ja jakotuotteeksi niille Hestnord Oy:n asiakkaille, jotka ovat päättäneet ottaa alustan käyttöön. Tuotteen on

tarkoitus olla alkuun kohtuuhintainen sisäänheittotuote ja mahdollisesti joidenkin vuosien päästä liidimagneetti postituslistalle liittymiseen. Yksittäisiä osia tai sivuja oppaasta saatetaan hyödyntää liidimagneettina jo aikaisemmassa vaiheessa.

Oppaasta markkinoidaan alkuun lähinnä yrityksen asiakkaille henkilökohtaisesti, sekä yrityksen omalle postituslistalle sähköpostitse. Myöhemmässä vaiheessa oppaan myyntisivuille ohjataan liikennettä myös yrityksen blogin kautta, johon ohjataan liikennettä sosiaalisen median kanavista myös maksullisten mainosten avulla.

Ensisijaisesti oppaan on alkuun tarkoitustoimia työvälineenä niissä tilanteissa, joissa Hestnord Oy:n asiakas on tehnyt päätöksen ottaa New Zenler -alusta käyttöön. Aiemmin käyttöönottilanteissa on usein konsultoitu asiakasta etäyhteyksin. Mahdollisuus konsultointipalveluun tulee olemaan myös jatkossa, mutta oppaassa on vastattu kaikkiin niihin kysymyksiin, joita rekisteröitymisvaiheessa on tyypillisimmin esitetty. Oppas auttaa myös perehdytystilanteessa, jos Hestnord Oy laajentaa toimintaansa henkilöstöä palkkaamalla.

4.4.1 KPI-mittaristo myynnin ja markkinoinnin seurannassa

Key Performance Indicator eli lyhyemmin KPI-mittari on suorituskykymittaristo, jolla voidaan määritellä arvo sille, kuinka tehokkaasti yritys saavuttaa liiketoiminnalliset tavoitteensa. Ylätason mittareilla mitataan koko liiketoimintaa, mutta alatason mittareilla pystytään seuraamaan esimerkiksi myynnin tai asiakaspalvelun tehokkuutta. (Huttunen, 2021)

Oppaan markkinoinnin KPI-mittareina käytetään verkkosivuille ohjattua liikennettä ja sen tavoitavuutta. Myös orgaanista liikennettä seurataan, jotta voidaan arvioida miten oppaan tunnettavuus pidemmällä ajanjaksolla kehittyy. New Zenler -alustalla olevan myyntiseurannan avulla pystytään seuraamaan tarkasti myynnin konversioita. Oppaan myynnille asetettiin tarkat euro- ja kappalemääräiset tavoitteet, joista johdettiin myös myynninkonversioprosentti ja sen mukainen kävijämäärätavoite sivuille. Näitä lukuja ei kuitenkaan liikesalaisuuteen vedoten julkaista tässä opinnäytetyössä. Käytännön työssä

seurataan lisäksi, miten usein asiakas konsultaatiotilanteissa saadaan ohjattua oppaan pariin ja millaista palautetta he oppaan käyttämisestä antavat.

4.4.2 NPS-mittari suositteluhaluuden mittaamisessa

Suositteluhaluuden tarkastelussa hyödynnetään NPS-mittaria. NPS-lyhenne muodostuu sanoista Net Promoter Score. NPS-mittaristo on Fred Reichheldin ja Bain & Companyn vuonna 2003 julkaisema malli, jossa asiakkaalta kysytään ”kuinka todennäköisesti suosittelisit käyttämäsi palvelua läheiselle tai ystävällesi?” Mallissa kysymykseen vastataan arvolla 0–10. Vastauksen perusteella asiakkaat luokitellaan siten, että 0–6 vastanneet ovat tyytymättömiä arvostelijoita (detractors), jotka eivät ole sitoutuneet yritykseen, 7–8 vastanneet ovat neutraaleja (passives) ja 9–10 vastauksen antaneet asiakkaat ovat positiivisia suosittelijoita (promoters) ja näin olleen myös uskollisia asiakkaita. Tulos näiden vastausten perusteella eli nettosuosittelevuus saadaan vähentämällä suosittelijoiden prosentuaalisen osuus arvostelijoiden prosentuaalisella osuudella. Mitatun yksikön, eli tässä tapauksessa oppaan NPS-kokonaistulos asettuu skaalalle -100–100. (Tuurala, n.d.; Kataja, 2019)

Huolimatta siitä, että Kataja (2019) blogikirjoituksessaan ”NPS ei ole asiakaskokemuksen mittari” kritisoi NPS-mittaamista ja vertaa sitä kielikuvissaan noppatutkimukseen, joka kätkee onnistumisia ja suurentelee pikkuasioita omintakeisen laskentakaavan vuoksi, on NPS-mittaristo asiakkaille helppo keino antaa nopeasti palautetta. Myös Joseph Kay (2018) kirjoituksessaan ”The problem with NPS benchmarking” kritisoi NPS-mittareita ja muistuttaa, että jopa sillä, missä vaiheessa asiakkaalta asiaa kysytään ja millainen mittaristo on visuaalisesti, vaikuttaa asiakkaan vastaukseen.

NPS-mittariston hyödyntäminen erityisesti yksittäisen tuotteen kohdalla on kuitenkin perusteltua, sillä laajemman palautteen saaminen asiakkaalta, joka on ostanut yksittäisen tuotteen, ei välttämättä tuota laajaa vastauspohjaa. NPS-mittaamisen haasteena saattaa olla se, että vaikka palautetta kysytään itse tuotteesta, antaa asiakas arvosanan koko palvelukokemuksen perusteella. Jos asiakkaalla on ollut ongelmia esimerkiksi

verkkoyhteyksien kanssa oppaan latausta tehdessä, niin tämä täysin tuotteesta riippumaton syy saattaa vaikuttaa arviointiin.

5 Johtopäätökset

Tässä luvussa pohditaan opinnäytetyön luotettavuutta ja esitetään opinnäytetyöstä tehtyjä johtopäätöksiä. Opinnäytetyössäni esitän, että New Zenler -alustalle kirjautumista voidaan sujuvoittaa ja näin käyttää vähemmän aikaa uuden digitaalisen alustan käyttöönottovaiheessa, sillä hyvin laadittu opas auttaa käyttäjää etenemään loogisesti ja vähentää henkilökohtaisen tuen tarvetta käyttöönottovaiheessa. Tämän opinnäytetyön pohjalta pystyy toteuttamaan riittävän laajan ja eri näkökulmat huomioon ottavan oppaan, joka palvelee New Zenler -alustan käyttöönottovaiheessa.

5.1 Opinnäytetyön tavoitteen täytyminen

Kehittämistehtävän tarkoituksena oli suunnitella New Zenlerin käyttöönotto-opas, joka palvelisi yrityksen asiakkaita kyseisen verkkokoulutus-alustan käyttöönottovaiheessa ja tekisi käytön aloittamisesta asiakkaalle helpomman. Oppaan yhtenä tavoitteena oli myös samalla säästää toimeksiantaja yrityksessä perusasioiden neuvontaan käytettävää aikaa. Pääasiallisena tutkimuskysymyksenä oli ”Miten helpotetaan New Zenler -alustan käyttöönottoa digitaalisen oppaan avulla?”

Opinnäytetyön aikana perehdyttiin oppaan laatimisen taustoihin, helppokäyttöisyyteen, alustan käyttöönottoon liittyviin prosesseihin sekä ilmiöihin digitaalisen oppimisen ja alustatalouden taustalla. Näiden tietojen pohjalta syntyy opinnäytetyön tuloksena opas, jossa on otettu huomioon erilaiset näkökulmat niin helppokäyttöisyyden, käytettävyyden kuin itse käyttöönottoprosessinkin kannalta. Vaikka New Zenler -alustan käyttöönotto ei ole kaikkein helpointa ja uuden alustan käyttöönottoon jouuu varaamaan aikaa, yksityiskohtaisilla ohjeilla alustan käyttöönotto helpottuu ja säästää niin käyttöönottajaa kuin toimeksiantajayrityksenkin aikaa.

Alustojen käyttöönottoon liittyviä teorioita ja prosessinkuvausta löytyi kirjallisista lähteistä lähinnä isojen organisaatioiden näkökulmasta. Toimeksiantajan kohderyhmänä on kuitenkin pääasiassa yksinyrittäjät. Uuden alustan käyttöönotto edellyttää yksinyrittäjältä erityisesti aikaa paneutua aiheeseen sekä olemassa olevan tiedonsiirtoon. Yksinyrittäjällä aika on yksi tärkeimmistä resursseista ja siksi oppaan katsotaan hyödyntävän toimeksiantajan lisäksi myös loppukäyttäjää eli tässä tapauksessa käyttöönottajaa.

Opinnäytetyön kirjoittamisen aikana opasta ei vielä kokonaisuudessaan saatu valmiiksi, vaan sen viimeistely toteutetaan kesän 2022 aikana. Ennen oppaan kaupallista käyttöä se tullaan kokonaisuutena testaamaan useamman eri käyttäjän toimesta ja toimitetaan tiedoksi alustan omistajalle. Näiden vaiheiden on tarkoitus olla valmiina syksyllä 2022.

5.2 Opinnäytetyön luotettavuus, lähteiden arviointi ja eettisyys

Tätä opinnäytetyötä laadittaessa hyödynnettiin useita kirjallisia lähteitä niin painettujen kirjojen, e-kirjojen kuin verkkolähteiden osalta. Tietoperustaa rakentaessa tärkeimmäksi lähteeksi muodostui Eija Kallialan kirja Verkko-oppimisen käsikirja (2002). Kirja tarjosi hyvän pohjan muun muassa siihen mitä aiheita tietoperustassa nostettiin esille, mutta 20 vuotta vanhana kirjana se sisälsi osin jo hieman vanhentunutta tietoa.

Lähteinä käytettiin tietoisesti pääasiassa kotimaista kirjallisuutta, sillä opinnäytetyöhön ja oppaaseen haluttiin niitä suomenkielisiä termejä ja käsitteitä, joita yleisesti käytetään. ISO 9241 standardia käsittelevässä kappaleessa jouduttiin turvautumaan toissijaiseen lähteeseen, sillä standardit eivät ole vapaasti saatavilla.

Työssä noudatettiin hyvää tieteellistä käytäntöä ja huomioitiin eettisen tutkimuksen periaatteet. Opinnäytetyö kokonaisuudessaan tarkastettiin plagiointitunnistuksen verkkopalvelussa Urgundissa, joka Hämeen ammattikorkeakoululla on käytössä.

Ennen opinnäytetyön käynnistymistä pyydettiin ohjelmiston omistajalta Zenler Ltd:ltä lupaa opinnäytetyön toteuttamiseen. Luvan saamiseksi edellytettiin valmiin työn toimittamista Zenler Ltd:lle tietojen oikeellisuuden toteamista varten. New Zenlerin verkkosivuilla

löytyvissä käyttöehdoissa käsitellään logon käyttöön liittyviä rajoituksia, jotka huomioitiin työssä. (Zenler, 2022-b)

5.3 Ammatillinen kehittyminen

Opinnäytetyön aihe oli henkilökohtaisesti erityisen mieleinen, sillä se mahdollisti ajan käyttämisen kehittämistehtävään, joka vie omaa yritystä eteenpäin. Ajatus oppaan toteuttamisesta oli ollut mielessä jo pidemmän aikaa ja opinnäytetyön laatiminen antoi hyvän mahdollisuuden syventyä oppaan suunnittelun eri vaiheisiin. Opinnäytetyön aikana tehty suunnittelutyö auttaa toteuttamaan oppaan parhaalla mahdollisella tavalla ja antaa hyvän pohjan muihin tulevaisuuden työelämässä toteutettaviin sisältöihin.

Siitä huolimatta, että aiheen valinta nousi varsin vahvasti työelämästä, oli opinnäytetyön aikana helppo löytää yhtymäkohdat liiketalouden opintoihin. Opinnäytetyössä koostui hyvin yhteen niin liiketoimintaympäristön, käytännön liiketoiminnan kuin liiketoiminnan kehittämisenkin ymmärrys, erityisesti alati uudistuvassa digitaalisessa maailmassa. Oma ymmärrys kokonaisuuden laajuudesta kasvoi työn etenemisen myötä.

Edellä mainittujen opintokokonaisuuksien lisäksi pystyin opinnäytetyön teossa soveltamaan erityisesti sisällöntuotannon, graafisen suunnittelun, viestinnän ja vastuullisen markkinoinnin kursseilla opittuja asioita. New Zenler -alustan sisältöjen kääntämisessä avuksi olivat myös yritysmaailman ja työelämän Englannin kieliopinnot. Täysin uutena asiana opinnäytetyötä kirjoittaessa nousi hyvän sisällön kenno ja oppaan toimivuuden testaukseen liittyvät asiat.

Luin opinnäytetyöhön liittyen laajasti aihetta käsitteleviä ja sitä sivuavia kirjoja, joista vain osa päätyi opinnäytetyön varsinaiseksi lähteiksi. Kiinnostava aihe olisi innostanut lukemaan enemmänkin, mutta opinnäytetyöprosessiin varattu aika rajoitti tähän käytettävissä olevaa aikaa. Käytettävien termien kirjo erityisesti digitaalisista alustoista ja niiden toiminnoista puhuttaessa on erittäin laaja, eikä niitä käytetä kaikilta osin johdonmukaisesti. Erityisesti eri verkkolähteissä käytetään herkästi englanninkielisiä sanoja kuvaamassa tiettyjä toimintoja ja toimintamalleja. Opasta varten tehtyjen käännösten apuna toimi hyvin kotimaiseen kirjallisuuteen perehtyminen, jolloin selkiytyi yleisemmin käytettyjen termien käännökset.

Opinnäytetyö prosessina antoi eväitä tiivistähtisten projektien läpiviemiseen ja ajanhallintaan myös tulevaisuudessa. Vaikka olen yrittäjänä tottunut johtamaan omaa työtä ja priorisoimaan asioita, antoivat erityisesti opinnäytetyöhön valmistavat kurssit hyviä ajatuksia siitä, millaisin tekniikoin opinnäytetyö voidaan viedä tehokkaasti loppuun. Kirjoitusprosessissa auttoi erityisen paljon opinnäytetyön sprintti -ryhmä ja viikoittaiset ohjaustapaamiset, jotka pitivät työskentelytahtia yllä. Koen opinnäytetyöprosessin antaneen paljon hyviä eväitä työelämään.

5.4 Omat pohdinnat

Tässä alaluvussa pohdin opinnäytetyötä prosessina ja siihen liittyneitä työvaiheita.

Opinnäytetyön rajaamisen haasteellisuus tuli esille heti sen taustatyötä tehdessä. Verkko-opetuksesta ja sen tulevaisuudesta, alustataloudesta, helppokäyttöisyydestä sekä New Zenler -verkkokoulutus alustaa vastaavista verkkokurssialustoista ja niiden vertailusta olisi saanut helposti omat aiheensa opinnäytetyötä varten. Laajoista aihealueista huolimatta näen, että työn rajaus onnistui hyvin. Tietoperustassa päädyttiin avaamaan vain niitä keskeisiä käsitteitä, joiden katsottiin olevan edellytys oppaan laadukkaalle toteuttamiselle ja työn taustalla olevien ilmiöiden riittävän laajalle kuvaamiselle.

Oppaan tarpeellisuutta on pystynyt jo ennakkoon arvioimaan niiden ongelmatilanteiden perusteella, joita käyttöönottovaiheessa on ilmennyt Hestnord Oy:n asiakkaille. Kirjoittajan suora yhteys asiakkaisiin ja läsnäolo ongelmatilanteissa työn kautta on antanut hyvän taustan oppaan toteuttamiselle.

Oman objektiivisuuden arvioiminen työn eri vaiheessa oli haasteellista. Opinnäytetyön sisältö on tehty tarkastelemalla kriittisesti alustan toimintoja, mutta kaupallinen yhteistyö New Zenler-partnerina on omiaan värittämään omaa ajattelutapaa. Kahden vuoden tiivis työ alustan parissa on väistämättä tehnyt henkilökohtaisesta mielipiteestä jossain määrin subjektiivisen. Eri verkkokurssialustojen tarkempi vertailu suhteessa New Zenleriin olisi tuonut työhön lisää objektiivisuutta ja antanut myös työn lukijalle paremman käsityksen siitä, miten laajasti New Zenler -alustalla on eri ominaisuuksia käytössä. Alustojen tasa-

arvoinen ominaisuuksien ja käytettävyyden vertailu olisi kuitenkin ollut mahdotonta ilman maksullisia lisenssejä kaikille vertailtaville alustoille.

Oppaan tekemisen käytännön haasteena oli New Zenler -alustan luonne. Beta-versiossa eli testausvaiheessa edelleen oleva alusta päivittyi ahkerasti ja tämän myötä myös oppaassa olevat kuvakaappaukset saattavat olla vanhaa tietoa jo hyvinkin lyhyellä aikajänteellä. PDF-muotoinen opas on kuitenkin helppo päivittää niiltä osin, kun tieto vanhenee. Oppaan ajanmukaisuutta tullaan tulevaisuudessa tarkastelemaan kolmen kuukauden välein ja aina huomattaessa alustan tiedottavan suuremmista päivityksistä.

On helppo olla yhtä mieltä käytettävyydsiantuntija Nielsenin (2012) kanssa hänen hypoteesistaan eli Jakobin laistan osalta, että verkkosivut kannattaa toteuttaa samankaltaisuuteen perustuen. Näen, että oppaan suunnitteluun pätee sama lainalaisuus käytettävyyden suhteen, erityisesti silloin, kun kyse on digitaalisesta oppaasta. Jo tästä syystä oli erityisen tärkeää opinnäytetyössä perehtyä oppaan kirjoittamiseen ja siihen liittyviin ohjeistuksiin.

Ennen opinnäytetyön aloittamista oli tiedossa, että toimeksiantajan lisäksi Suomessa ainakin yksi yritys tarjoaa tukea New Zenler -alustan käyttöön suomenkielellä. Työn aikana havaittiin, että muutamat muut toimijat kotimaassa ovat alkaneet tai aloittamassa tarjoamaan vastaavia palveluita. Opinnäytetyössä hyvin tehty pohjatyö tarjoaa Hestnord Oy:lle mahdollisuuden tuoda nopealla aikatalulla tarjolle perusoppaan aiheesta, mutta samalla myös oppaan mallipohjan valmistuminen nopeuttaa seuraavien työvaiheiden oppaiden tekoa.

Tämä opinnäytetyö tarjoaa tiedollisen ja toiminnallisen viitekehyksen, jonka ansiosta opas on toteutettavissa tavoitteiden mukaisesti helppokäyttöisenä, loogisena ja toimeksiantajan asiakkaita palvelevana kokonaisuutena.

Lähteet

- Ala-Laurinaho, A., Tuomivaara, S., & Perttula, P. (2019). *Järjestelmät hyötykäyttöön: opas osaamisen kehittämiseen järjestelmämuutoksessa*. Työterveyslaitos.
<https://urn.fi/URN:ISBN:9789522619020>
- Avoin tiede (21.10.2020). *Avointa vai kaupallista opetusta – tarvitseeko valita?* Avoimen tieteen ja tutkimuksen kansallisen koordinaation sihteeristö, Tieteellisten seurain valtuuskunta. <https://tinyurl.com/avointiede>
- Chang, J. (n.d.). *10 eLearning Software Trends for 2022/2023: Latest Forecasts You Should Know*. Finances Online. <https://financesonline.com/elearning-software-trends/>
- Gerdt, B. & Eskelinen S. (2018). *Digiajan asiakaskokemus, oppia kansainvälisiltä huipuilta*. Alma Talent.
- Holon IQ (2018). *Education in 2030—Five scenarios for the future of learning and talent*. Raportti ladattavissa verkosta. <https://www.holoniq.com/2030/>
- Huttunen, K. (4.3.2021). *KPI – yrityksen tärkeät tunnusluvut*. Zoner.
<https://www.zoner.fi/yrittajyys/kpi/>
- Ilomäki, L. (2012). *Laatua e-oppimateriaaleihin*. E-oppimateriaalit opetuksessa ja oppimisessa, 5. <https://tinyurl.com/ilomaki>
- Itä-Suomen Yliopisto (n.d.). *Avointa oppimista verkossa, MOOC-kurssit*. Haettu 8.4.2022
<https://www.uef.fi/fi/mooc-kurssit>
- Kalliala, E. (2002). *Verkko-opettamisen käsikirja*. Finn Lectura.
- Kananen, J. (2010). *Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännönopas*. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja.
- Kataja, T. (23.10.2019). *NPS ei ole asiakaskokemuksen mittari*. Timo Kataja, *Digipalvelut on jänniä*. <https://timokataja.fi/nps-ei-ole-asiakaskokemuksen-mittari/>
- Kay, J. (11.7.2018). *The problem with NPS benchmarking*. *Medium / UX Collective*.
<https://tinyurl.com/UxDesing>
- Keronen, K. & Tanni, K. (2017). *Sisältöstrategia, asiakaslähtöisyydestä tulosta*. [e-kirja] Alma Talent.
- Koponen, J. (2019). *Alustatalous ja uudet liiketoimintamallit: Kuinka muodonmuutos tehdään*. Alma Talent.

- Kotakorpi, A. (22.11.2021). E-learning: Mitä on verkko-oppiminen ja miten toteutetaan hyvä verkkokoulutus? *Mediamaisteri*. <https://www.mediamaisteri.com/blog/e-learning-verkko-oppiminen>
- Kotimaisten kielten keskus. (n.d.). *Hyvän virkakielen ohjeita. Ohjeita ohjeiden tekijöille*. <https://tinyurl.com/kotimaisten>
- Kääriäinen, J., Pussinen, P., Wallin, A., Valkokari, K., Saari, L. (2021). *Alustatalouden esimerkkejä Suomesta*. Teknologian Tutkimuskeskus VTT Oy. <https://tinyurl.com/kaariainen>
- Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190306#Pidm45237816824160>
- Loikkanen, R. (3.9.2018). Millainen on hyvä pääkäyttäjä? *Visma*. <https://psa.visma.fi/blog/millainen-hyva-paakayttaja/>
- Martikainen, S. (17.6.2019). Käytettävyyden standardit – pieni piipahdus määritelmä-viidakkoon. *Aucor*. <https://tinyurl.com/martikainen>
- Mäkitalo, E. & Wallinheimo, K. (2012). *Virtuaaliset ympäristöt: Innostava oppiminen, tehokas koulutus*. Talentum.
- Nielsen Norman Group. (n.d.) *Jakob Nielsen*. Haettu 6.5.2021. <https://www.nngroup.com/people/jakob-nielsen/>
- Nielsen, J. (3.1.2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
- Nykänen, O. (2002). *Toimivaa tekstiä, opas tekniikasta kirjoittaville*. Tekniikan Akateemisten Liitto TEK.
- Opetushallitus (n.d.-a). *E-oppimateriaalin laatukriteerit*. <https://www.oph.fi/fi/julkaisut/e-oppimateriaalin-laatukriteerit>
- Opetushallitus (n.d.-b). *Oppimisympäristö varhaiskasvatuksessa* <https://www.oph.fi/fi/koulutus-ja-tutkinnot/oppimisymparisto-varhaiskasvatuksessa>
- Sekki, A. (2021). *Alustatalousyrittäjyys – opas sivutuloista kiinnostuneelle*. Kirjapaino Bookcover.
- Strellman, U., & Svinhufvud, K. (2020). *Kupliva kirjoittaminen – Iloa ja tehoa työelämän teksteihin*. Art House

SVT, Suomen virallinen tilasto. (30.11.2021). *Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 1.*

Verkkokauppa murroksessa. Tilastokeskus.

http://www.stat.fi/til/sutivi/2021/sutivi_2021_2021-11-30_kat_001_fi.html

Tuurala, T. (n.d.) *NPS-suosittelevä kysymys asiakaskokemuksen mittaamisen välineenä.*

Tampereen kaupunki. <https://tinyurl.com/tuurala>

Vilkka, H., & Airaksinen, T. (2003). *Toiminnallinen opinnäytetyö.* Gummerus kirjapaino Oy.

Wood, J. (27.1.2022) *These 3 charts show the global growth in online learning.* World Economic

Forum. <https://tinyurl.com/wefwood>

Zenler Ltd. (2022-a). *Insane Discounts Exclusively for Founding Members.* Haettu 26.3.2022.

<https://www.newzenler.com/pricing>

Zenler Ltd. (2022-b). *Terms and Conditions.* Haettu 17.3.2022.

<https://www.newzenler.com/terms>

Liite 1: Aineistonhallintasuunnitelma

Aineistonhallintasuunnitelma

Aineiston yleinen kuvaus

Opinnäytetyön ja oppaan laatimista varten kerättiin tietoa pääasiassa sekundäärilähteistä ja havainnoimalla New Zenler -verkkokurssialustaa. Lähteiden alkuperä ja tekijät kirjattiin ylös opinnäytetyön lähdelistaukseen. Aineistoihin ei kerätä arkaluontoisia henkilötietoja tai muita salassa pidettäviä tietoja. Aineistoja kerättiin kevään 2022 aikana ja niiden kerääminen päättyi opinnäytetyön valmistuessa.

Aineistojen säilytys prosessin aikana

Aineistoa ja sen varmuuskopioita säilytettiin työn valmistelun aikana toimeksiantaja yrityksen Google Workspace -pilvipalvelussa, jonne pääsy on vain toimeksiantajalla, joka tässä työssä on myös oppaan ja raportin laatija. Google Workspace käyttö edellyttää kaksivaiheista tunnistautumista. Oppaan laatimiseen hyödynnettiin lisäksi Canva -sovellusta, johon Hestnord Oy:llä on maksullinen lisenssi. Käyttöoikeus alustalle on vain toimeksiantajalla.

Opinnäytetyön raportti työstettiin Hämeen Ammattikorkeakoulun opiskelijoille tarjoamalla Microsoft OneDrive 365 -pilvipalvelimella, johon oli pääsy vain selvityksen kirjoittajalla ja jaettu katseluoikeus opinnäytetyön ohjaajalla. Alustan käyttöönotto edellyttää vahvaa tunnistautumista ja tämän jälkeen sisäänkirjautuminen vahvistetaan aina kaksivaiheisella tunnistautumisella.

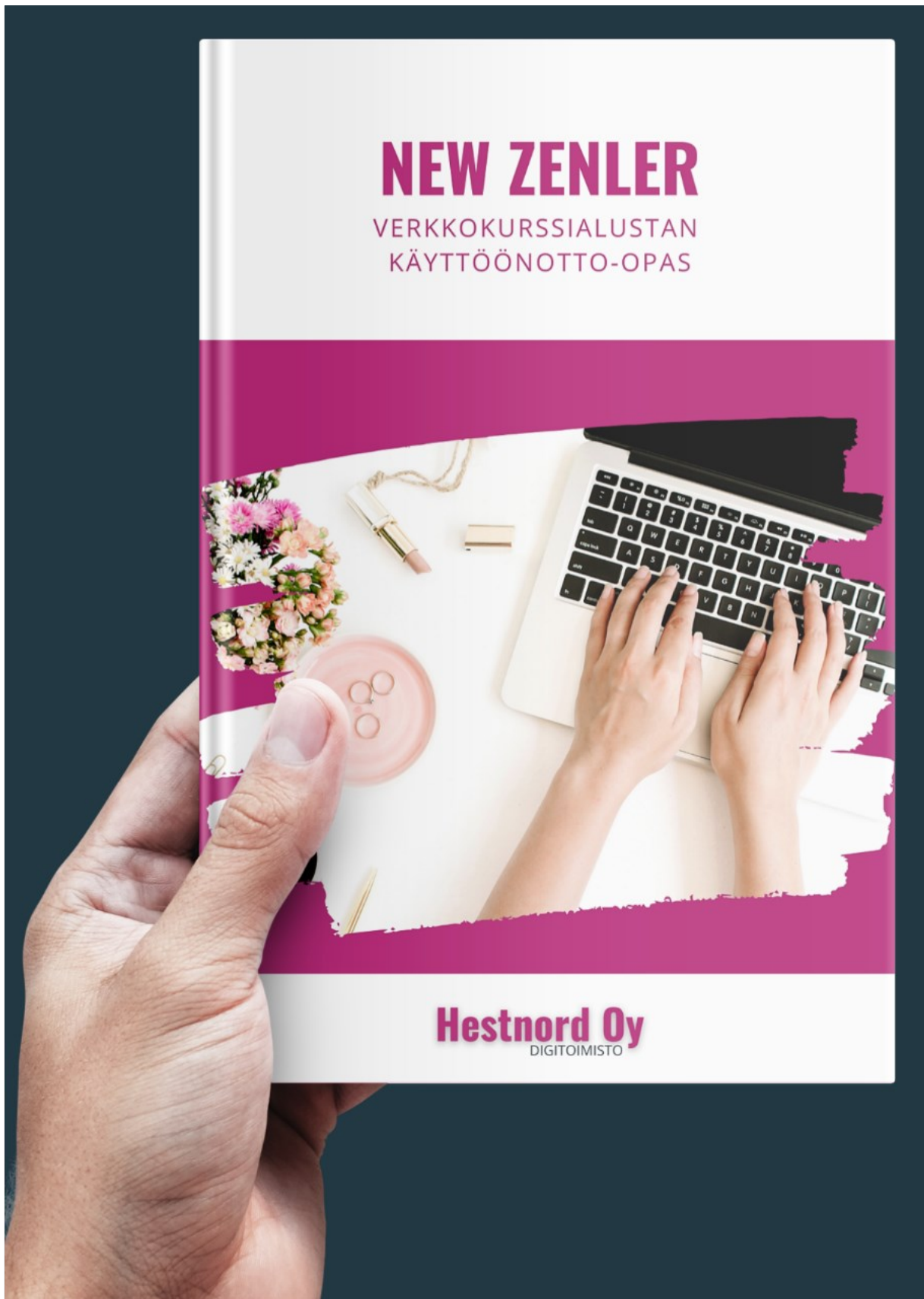
Omistus

Omistus aineistoon, oppaaseen ja selvityksen tuloksekseen kuuluu selvityksen kirjoittajalle ja toimeksiantaja yritys Hestnord Oy:llä on siihen käyttöoikeus.

Aineistojen käsittely raportin valmistuttua

Kerätty aineisto, valmista työtä lukuunottamatta hävitetään asianmukaisesti työn valmistuttua.

Liite 2: Oppaan kansi ja sisällysluettelo



SISÄLTÖ

Tämän oppaan avulla pääset helposti alkuun New Zenler - verkkokurssialustan parissa.

