

samk



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

ALEXANDRA WILLEMS

Chatbotin käyttöönotto Turun seudun joukkoliikenne Fölin asiakaspalvelussa

LIIKETALouden TUTKINTO-OHJELMA
2024

TIIVISTELMÄ

Willems, Alexandra: Chatbotin käyttöönotto Turun seudun joukkoliikenne Fölin asiakaspalvelussa
Opinnäytetyö, AMK
Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Lokakuu 2024
Sivumäärä: 50

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin huhtikuussa 2024 Fölin asiakaspalvelussa käyttöönotettua chatbottia asiakaspalvelun näkökulmasta. Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Turun seudun joukkoliikenne Föli. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää chatbot-kokeilun hyödyllisyys sekä käyttöönoton koetut hyödyt ja haasteet. Lisäksi arvioitiin tulisiko vuoden kestävästä chatbot-kokeilusta tehdä pysyvä ratkaisu.

Teoriaosassa käsiteltiin asiakaspalvelun peruskäsitteitä, digitaalisen asiakaspalvelun kehitystä sekä chat-palvelukanavan ja automaation merkitystä asiakaspalvelussa. Lisäksi tarkasteltiin chatbottien historiaa, niiden käyttöönottoa asiakaspalvelussa sekä chatbotin hyötyjä ja haasteita.

Tutkimuksen empiirinen osuus toteutettiin kvantitatiivisena, eli määrällistä tutkimusmenetelmää käyttäen. Kyselylomake laadittiin Google Forms -työkalulla ja sen verkkolinkki lähetettiin sähköpostitse 15 asiakaspalveluhenkilöstön jäsenelle.

Tutkimustulosten perusteella suurin osa vastaajista koki chatbotin käyttöönoton onnistuneeksi. Chatbotin koettiin vastaavan hyvin asiakkaiden yleisimpiin kysymyksiin ja chatbotin nykyisen toiminnallisuuden katsottiin onnistuneen vastaamaan asiakkaiden tarpeita. Tulosten pohjalta esitettiin myös kehitysideoita.

Avainsanat: asiakaspalvelu, automaatio, chat, chatbotit, joukkoliikenne

ABSTRACT

Willems, Alexandra: The implementation of a chatbot in Turku Region's public transport customer service

Business Administration

October 2024

Number of pages: 50

The purpose of this thesis was to study the introduction of a chatbot in Föli's customer service. The chatbot was launched in April 2024 and the thesis was commissioned by Turku Region's Public Transport Föli. The aim of the study was to determine the usefulness of the chatbot trial, as well as the benefits and challenges of the chatbot as a part of Föli's customer service. The thesis also evaluated whether the chatbot trial should be made into a permanent feature of Föli's customer service.

The theory chapter of the thesis discussed the basic principles of customer service, the development of digital customer service and the significance of chat as a service channel and automation in customer service. Additionally, the history of chatbots, their implementation in customer service, as well as the benefits and challenges of chatbots were discussed.

The empirical part of study was conducted by using a quantitative research method. The questionnaire was created using Google Forms, and the online link was sent via email to 15 members of Föli's customer service team.

Based on the results of the study, a majority of the respondents felt that the implementation of the chatbot was successful. The chatbot was perceived to respond well to the customers most common questions, and its current functionality met the customer needs adequately. Development ideas were also suggested based on the results.

Keywords: customer service, automation, chat, chatbots, public transport

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITE JA VIITEKEHYS	6
2.1 Tarkoitus, tavoite ja tutkimusongelma	6
2.2 Aiheen rajaus	7
2.3 Teoreettinen viitekehys.....	8
3 ASIAKASPALVELU JA AUTOMAATIO.....	9
3.1 Asiakaspalvelu	9
3.2 Digitaalinen asiakaspalvelu	11
3.3 Chat palvelukanavana	12
3.4 Automaatio asiakaspalvelun tueksi	14
4 CHATBOT.....	15
4.1 Chatbotin historia	15
4.2 Chatbotin käyttöönotto asiakaspalvelussa.....	17
4.3 Eri chatbottien toimintaperiaatteet	18
4.4 Chatbotin hyödyt	20
4.5 Chatbotin haasteet	22
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	23
5.1 Toimeksiantajaesittely	23
5.2 Työn lähtökohdat ja tutkimusmenetelmät	24
5.3 Tutkimuksen luotettavuus.....	26
5.4 Tutkimusetiikka.....	27
6 TUTKIMUSTULOKSET	28
7 YHTEENVETO.....	36
8 POHDINTA	37
LÄHTEET.....	42
LIITE 1	46
LIITE 2	50

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä käsittelen Turun seudun joukkoliikenne Fölin verkkosivuilla huhtikuussa 2024 käynnistettyä vuoden mittaista chatbot-kokeilua. Valitsin tämän aiheen, koska olen kiinnostunut asiakaspalvelun kehittämisestä ja digitalisaation kasvavasta merkityksestä asiakaspalvelussa. Aihe on ajankohtainen, sillä chatbotit eli virtuaaliset asiakaspalvelijat ovat yhä useamman yrityksen verkkosivuilla tai sovelluksessa osana asiakaspalvelua. Teknologian kehitys on mahdollistanut useammassa organisaatiossa chatbottien käyttöönoton ja parantanut asiakaspalvelun saatavuutta ympärivuorokautiseksi.

Chatbotin hyödyntäminen asiakaspalvelun tukena voi tuoda yrityksille monia etuja. Chatbot voi vähentää asiakaspalvelun kuormitusta vastaamalla esimerkiksi toistuviin kysymyksiin, joihin työntekijät tavallisesti käyttäisivät aikaa. Chatbotin tulee vastata asiakkaiden tarpeisiin ja asiakaspalveluhenkilöstön näkökulma on oleellista ottaa huomioon uuden ohjelmiston käyttöönotossa.

Opinnäytetyöstäni hyötyy Turun seudun joukkoliikenne Föli ja muut yritykset, jotka pohtivat chatbotin käyttöönottoa asiakaspalvelunsa tueksi. Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia miten Fölin chatbotin käyttöönotto on onnistunut asiakaspalveluhenkilöstön näkökulmasta ja miten se vastaa asiakkaiden tarpeisiin. Lisäksi tavoitteena on pyrkiä tunnistamaan mahdollisia kehityskohteita chatbotin toimintaan liittyen ja kartoittaa chatbot-kokeilun hyötyjä.

Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja tutkimuksesta. Teoriaosa on jaettu kahteen päälukuun. Ensimmäisessä pääluvussa käsitellään asiakaspalvelun peruskäsitteitä, digitaalisen asiakaspalvelun kehittymistä sekä chat-palvelukanavan ja automaation merkitystä asiakaspalvelussa. Toisessa pääluvussa käsittelen chatbottien historiaa, jonka jälkeen keskityn chatbotin käyttöönottoon asiakaspalvelussa. Tämän jälkeen tarkastelen chatbotin toimintaperiaatteita,

hyötyjä ja haasteita. Tutkimusluvussa käyn läpi tutkimuksen toteutuksen, menetelmät ja esitän tutkimustulokset. Seuraavassa luvussa on yhteenveto ja johtopäätökset tutkimuksen tuloksista ja viimeisenä lukuna on pohdinta.

2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS, TAVOITE JA VIITEKEHYS

2.1 Tarkoitus, tavoite ja tutkimusongelma

Teen tämän opinnäytetyön toimeksiantajayritykselle Turun seudun joukkoliikenne Fölille, joka on huhtikuussa 2024 ottanut käyttöön chatbotin omilla verkkosivuillaan. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on vastata työelämälähtöiseen ongelmaan ja selvittää, onko chatbotille tarvetta asiakaspalveluhenkilöstön näkökulmasta joukkoliikenteen asiakaspalvelussa. Lisäksi tutkimuksessa selvitetään miten chatbottia mahdollisesti tulisi kehittää, jotta käyttöönotto ei olisi tilapäinen kokeilu, vaan pysyvä ratkaisu.

Chatbotin käyttöönotto voi auttaa automatisoimaan tiettyjä asiakaspalvelutehtäviä ja esimerkiksi vapauttaa henkilöstöresursseja käsittelemään monimutkaisempia asiakaspalvelutilanteita. Aiheesta löytyy vielä suhteellisen vähän tutkimusta erityisesti asiakaspalveluhenkilöstön näkökulmasta. Tutkimus on tarpeellinen, sillä asiakaspalveluhenkilöstö tuntee asiakkaat ja heidän tarpeensa parhaiten. Tutkimus voi tarjota myös arvokasta tietoa yrityksille, jotka pohtivat chatbotin käyttöönottoa osaksi asiakaspalveluaan.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää automatisoidun vuoden kestävä chatbot-kokeilun hyödyllisyys Fölin asiakaspalvelussa sekä arvioida käyttöönoton hyötyjä ja haasteita asiakaspalveluhenkilöstön kokemusten perusteella kyselylomakkeen avulla. Toisena tavoitteena on selvittää, olisiko chatbot kokeilusta tehtävä pysyvä ratkaisu. Kyselytutkimuksen tulosten pohjalta esitän pohdintaluvussa toimenpide-ehdotuksia, miten chatbottia voitaisiin hyödyntää parhaalla mahdollisella tavalla Fölin asiakaspalvelussa.

Työn päätutkimuskysymys:

- Miten asiakaspalveluhenkilöstö kokee chatbotin käyttöönoton asiakaspalvelussa?

Alatutkimuskysymykset, joihin haetaan vastauksia:

- Onko joukkoliikenteen asiakaspalvelussa tarvetta chatbotille?
- Millaisia työtehtäviä voitaisiin korvata chatbotin avulla kokonaan tai osittain?
- Koetaanko chatbot hyödylliseksi apuvälineeksi asiakaspalvelutyössä?
- Tulisiko chatbot-kokeilun jäädä pysyväksi osaksi asiakaspalvelua?

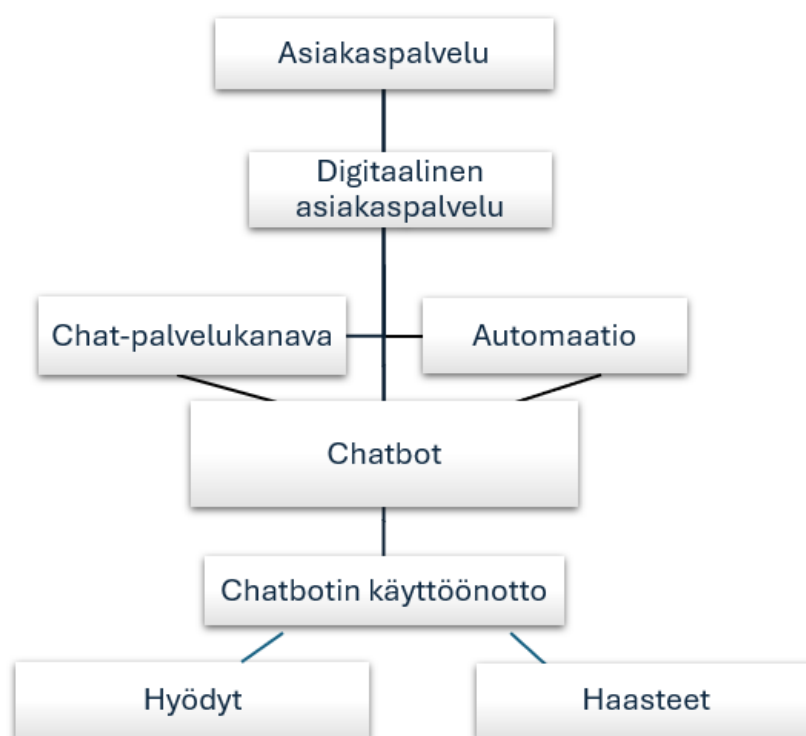
2.2 Aiheen rajaus

Tässä opinnäytetyössä keskityn ainoastaan Turun seudun joukkoliikenteen asiakaspalveluhenkilöstön näkemyksiin chatbotin käyttöönotosta ja asiakasnäkökulma jää täten käsittelemättä. Päätin rajata aiheen näin, koska uusien työvälineiden käyttöönotto organisaatioissa edellyttää henkilöstön kokemuksia ja näkemyksiä, jotka ovat ratkaisevia kehityksen kannalta. Asiakaspalveluhenkilöstöltä saatava palaute chatbotin toimivuudesta on Fölille erityisen tärkeää, sillä sen avulla voidaan varmistaa, että chatbot vastaa organisaation tarpeisiin. Opinnäytetyön rajallisen laajuuden takia keskityn asiakaspalveluhenkilöstön kokemukseen ja katson näkökulman olevan riittävän laaja opinnäytetyöhön.

Tutkimukseni mahdollistaa tulevaisuudessa jatkotutkimuksen tekemisen, joka voisi keskittyä erityisesti asiakaskokemuksen tutkimiseen, sillä palvelun kehittäminen edellyttää myös asiakasnäkökulman huomioimista. Asiakaskulman tutkiminen mahdollistaisi mielestäni laajemman näkökulman chatbotin hyödyllisyydestä.

2.3 Teoreettinen viitekehys

Teoreettinen viitekehys kuvaa työn teorian keskeisiä käsitteitä ja suhteita perustuen tietoperustaan. Viitekehys tukee tutkimusongelman ratkaisua tutkielman empiirisessä osassa (Kananen, 2015, s. 32). Tämän opinnäytetyön teoreettinen viitekehys esitetään kuviossa 1.



Kuvio 1. Teoreettinen viitekehys

Teoreettista viitekehystä tarkastellaan ylhäältä alaspäin ja käsitteistä johtavat viivat havainnollistavat eri asioiden yhteyttä toisiinsa. Opinnäytetyön teoriaosuudessa perehdyn ensin asiakaspalvelukäsitteeseen, joka on tärkeä ymmärtää kokonaisuuden kannalta. Asiakaspalvelu -luvussa käsitteelen asiakaspalvelun merkitystä, tarkoitusta ja asiakaskokemusta.

Digitaalinen asiakaspalvelu -luvussa avaan laajemmin, miten teknologia on mahdollistanut asiakaspalvelun toteuttamisen digitaalisessa ympäristössä.

Digitaalinen asiakaspalvelu on mahdollistanut joustavimmat asiointitavat, mistä päästään tarkastelemaan tarkemmin digitaalista chat- palvelukanavaa ja automaation hyödyntämistä asiakaspalvelun tukena. Chat-palvelun ja automaation yhdistäminen on keskeinen osa digitaalista asiakaspalvelua, jonka yksi automaation muoto on chatbotin hyödyntäminen asiakaspalvelussa.

Chatbot -luvussa perehdyn chatbottien historiaan ja kehitykseen vuosien saatossa. Chatbotin käyttöönotto asiakaspalvelussa vaatii syvällisempää perehtymistä sen toimintaperiaatteisiin, jotta chatbot toimii yrityksen tarpeisiin nähden optimaalisesti. Viimeisenä teoriassa tarkastelen chatbotteihin liittyviä hyötyjä ja haasteita. Työn empiirisessä osassa perehdyn asiakaspalveluhenkilöstön kokemuksiin chatbotista sekä sen hyötyihin että haasteisiin. Lisäksi pyrin tunnistamaan asiakaspalvelun näkökulmasta tarpeelliset kehityskohteet.

3 ASIAKASPALVELU JA AUTOMAATIO

3.1 Asiakaspalvelu

Asiakaspalvelu on osa yrityksen toimintaa ja keskittyy pääasiassa asiakkaan ja asiakaspalvelijan väliseen kohtaamiseen ja vuorovaikutukseen. Asiakaspalvelija edustaa yritystä palvellessaan asiakasta yrityksen arvojen mukaisesti ja ylläpitää suhdetta asiakkaaseen. Asiakaspalvelussa kohtaamisen onnistumiseen vaikuttaa paljon se, kuinka asiakaslähtöisesti asiakkaita palvellaan (Aarnikoivu, 2005, s. 46).

Asiakaspalvelu voidaan määritellä myös vielä laajemmin siten, että jokainen kohtaaminen asiakkaan kanssa on asiakaspalvelua. Onnistuneen asiakaskokemuksen rakentaminen on koko yrityksen vastuulla. Jokaisen työntekijän tehtäväkuva tulisi olla asiakaslähtöisesti suunniteltu, sillä jokaisella on vastuu positiivisen asiakaskokemuksen luomisesta asiakkaalle. (Korkiakoski & Gerdt, 2016, s.54)

Asiakaspalvelun merkitys on kasvanut viime vuosina, ja siitä on tullut yhä tärkeämpi osa yrityksen menestystä sekä keino erottautua kilpailijoista. Teknologian kehitys on muuttanut tapaa, jolla asiakas kohdataan ja sen myötä palveluiden saatavuus on helpompaa kuin ennen. Yritysten tulee olla niissä palvelukanavissa, joissa asiakkaatkin ovat, jotta asiakaspalvelu on helposti saavutettavissa (Filenius, 2015). Vuorovaikutusta voi tapahtua yrityksen ja asiakaspalvelijan välillä kasvotusten, puhelimitse ja sähköisten kanavien kuten sosiaalisen median tai chatin välityksellä. Asiakaspalvelun tarpeet ovat myös ajan saatossa muuttuneet ja nykyään asiakkaille tulee olla useampia palvelukanavia tarjolla, jotta asiakas voi valita itselleen sopivimman yhteydenottokanavan tilanteen mukaan. (Bergström & Leppänen 2018 s. 138).

Asiakaspalvelun perimmäisenä tarkoituksena on luoda asiakkaalle mahdollisimman hyvä asiakaskokemus yrityksen palveluista ja tuotteista ja edistää pitkäaikaisen asiakassuhteen syntymistä (Bergström & Leppänen 2021 s. 315). Hyvän asiakaskokemuksen luomiseksi on tiedostettava koko prosessi eli asiakaspolku, jonka asiakas käy läpi asioidessaan yrityksen kanssa. Asiakaspolku on monivaiheinen ja alkaa siitä hetkestä, kun asiakas ensimmäisen kerran havaitsee tarpeen. Tarpeen havaitsemisen jälkeen asiakas etsii tietoa tarpeeseen liittyen ja vertailee eri vaihtoehtoja. Asiakkaalla voi lisäksi olla erilaisia kriteerejä tarpeen suhteen, jotka vaikuttavat ostopäätökseen. Asiakaspolku ei kuitenkaan pääty vielä ostoon, vaan sen jälkeen on tärkeä varmistaa asiakkaan tyytyväisyys. Opastamalla tuotteen tai palvelun käyttöä voidaan vahvistaa asiakassuhdetta, mikä voi johtaa asiakasuskollisuuteen. Asiakasuskollisuuden myötä tyytyväinen asiakas voi suositella tuotetta tai palvelua myös mahdollisille käyttäjille (Uusitalo, 2022).

Onnistunut asiakaskokemus rakentuu useista eri tekijöistä ja on lopputulos koko prosessista, jonka asiakas käy läpi asioidessaan yrityksen kanssa. Asiakaskokemus riippuu myös siitä, kuinka hyvin asiakaspolun eri osat toimivat ja täyttävät asiakkaan odotukset (Uusitalo, 2022). Asiakaskokemukseen vaikuttavat myös asiakkaan yksilöllinen muodostama kokonaiskuva, johon vaikuttavat varsinaisen kohtaamisen lisäksi mielikuvat ja tunteet (Filenius, 2015, s. 14).

Hyvän asiakaspalvelun tarjoamiseksi on ymmärrettävä asiakkaan tarpeet asiakaspalvelun kanssa asioimiselle ja osattava asettua asiakkaan asemaan. Asiakaspalvelu on muuttumassa reaktiivisesta proaktiiviseksi, ja hyvä asiakaspalvelukokemus muodostuu nykyään proaktiivisesta asiakaspalvelusta (Elisa, 2021). Proaktiivisella asiakaspalvelulla tarkoitetaan sitä, että asiakkaan tarpeet pyritään tunnistamaan jo ennalta sen sijaan, että asiakas tekee aloitteen ja on yhteydessä yritykseen. Proaktiivinen asiakaspalvelun tarkoitus on tarjota asiakkaille personoidumpi ja henkilökohtaisemmalta tuntuva palvelukokemus. Proaktiivinen toimintamalli vaatii yritykseltä kykyä tunnistaa asiakkaiden tarpeet ja tarjota ratkaisuja oikea-aikaisesti ennen kuin asiakas edes havaitsee tarvitsevansa niitä (Koponen, 2022).

3.2 Digitaalinen asiakaspalvelu

Digitaalinen asiakaspalvelu on muuttanut perinteistä asiakaspalvelun rajapintaa, ja asiakkaat asioivat harvemmin kasvotusten asiakaspalvelijan kanssa. Kohtaaminen tapahtuu yhä useammin digitaalisessa ympäristössä. Digitaalinen asiakaspalvelu tarkoittaa erilaisten digitaalisten kanavien tarjoamista asiakkaille, mikä mahdollistaa useita joustavia yhteydenottotapoja asioiden hoitamiseen (Ilmarinen & Koskela, 2015 s. 55-58).

Digitaalinen ympäristö antaa asiakkaille mahdollisuuden löytää rajattomasti tietoa itsenäisesti verkosta, mikä myös on vaikuttanut asiakkaiden käsitykseen asiakaspalvelusta. Asiakkaat ovat tänä päivänä kärsimättömämpiä kuin koskaan ja asioiden hoidon pitäisi tapahtua helposti ja vaivattomasti kun tarve ilmenee (Ilmarinen & Koskela, 2015 s. 54).

Internetin ansiosta asiakkailta on nopea pääsy valtavaan määrään tietoa, mikä mahdollistaa tuotteiden ja palveluiden vertailun eri yritysten välillä vaivattomasti. Kilpailun lisääntyminen globaalilla tasolla on asettanut yrityksille uusia haasteita asiakaspalvelun suhteen. Tiedon helppo saatavuus on tehnyt asiakkaista entistä tietoisempia ja vaativampia. Asiakkailta on enemmän varaa valita ja odotukset yritysten toiminnalle asiakkaiden toiveiden mukaisesti

kasvavat. Jos asiakkaan odotuksiin ei pystytä vastaamaan, voi asiakas helposti valita toisen toimijan, joka pystyy vastaamaan tarpeisiin paremmin (Ahvenainen & Gylling, 2017, s. 10-11).

Digitaalinen ympäristö on lisännyt itsepalvelumahdollisuuksia ja asiakkaat voivat hoitaa itsenäisesti asioitaan ilman vuorovaikutusta asiakaspalvelijan kanssa. Itsepalvelulla tarkoitetaan sellaista toimintaa, jossa asiakas hoitaa asiat yrityksen kanssa itsenäisesti. Kun palveluntarjoajat tarjoavat itsepalveluvaihtoehtoja omilla verkkosivuillaan tai alustallaan tehostetaan sillä palveluprosessia. Käytännössä asiakasta tulee tässä kohtaa oma asiakaspalvelijansa (Kortas, 2024).

Itsepalveluratkaisujen etuna on se, että ne ovat asiakkaiden käytettävissä ajasta ja paikasta riippumatta, mikä parantaa joustavuudellaan kokonaisvaltaista asiakaskokemusta. Itsepalvelun tarkoituksena on antaa asiakkaalle mahdollisuus hoitaa asioitaan tehokkaammin ja itsenäisemmin. Yrityksen itsepalveluportaalien tulee olla asiakkaille käyttäjäystävällisiä, jotta asiakas voi helposti hoitaa asioita omaan tahtiinsa (Ilmarinen & Koskela, 2015 s. 54-56).

Gartnerin tekemän tutkimuksen mukaan nuoremmat sukupolvet kuten Z-sukupolvi ja millenniaalit suosivat ensisijaisesti itsepalveluratkaisuja asiakaspalvelutilanteissa. Tutkimuksen mukaan 38% asiakkaista on valmiita luopumaan asian hoitamisesta, jos sitä ei ole mahdollista ratkaista itsepalveluratkaisujen avulla (Gartner, 2023).

3.3 Chat palvelukanavana

Chat palvelukanava on digitaalinen asiakaspalvelun viestintäväline, joka mahdollistaa asiakaspalvelijan ja asiakkaan välisen reaaliaikaisen keskustelun yrityksen verkkosivuilla, sovelluksessa tai sosiaalisen median alustalla. Chat on nopea ja matalan kynnyksen asiakaspalvelukanava puhelimeen tai sähköpostiin verrattuna (Elisa, 2024).

Verkkosivuilla chat näkyy usein keskusteluikkunana kiinteänä painikkeena, usein sivun alareunassa tai popup -ikkunana, joka ponnahtaa esiin käyttäjän saapuessa sivulle. Ikkuna voi avautua automaattisesti tai käyttäjän klikatessa ikkunaa aloittaakseen keskustelun. Chattia voidaan käyttää myös tervehtimään sivulle saapuvaa kävijää ja tarjoamaan apua, mikä tekee chatin aloittamisesta helppoa (Huttunen, 2021).

Asiakkaille chat-palvelu tarjoaa helpon ja nopean tavan ottaa yhteyttä asiakaspalveluun ilman tarvetta asioida fyysisesti toimipisteessä. Palvelu mahdollistaa henkilökohtaisen neuvonnan etänä ja asiakas voi olla yhteydessä asiakaspalveluun omalta laitteeltaan. Potentiaalisella asiakkaalla saattaa verkkosivuja selatessa tulla mieleen kysymys, johon haluaisi nopeasti vastauksen. Jos vastausta ei löydy helposti, asiakas saattaa jättää asian selvittämättä (Huttunen, 2021). Useimmilla verkkosivuilla chat-ikkuna avautuu jo ennen asiakaspalvelijan liittymistä keskusteluun, jolloin asiakas voi kirjoittaa ja muotoilla kysymyksensä valmiiksi. Asiakaspalvelijan työ nopeutuu, kun ymmärretään heti, mihin kysymykseen asiakas haluaa vastauksen (Valtiovarainministeriö, 2015).

Chat-palvelu on nykyaikainen ja moderni työkalu yrityksen sivuilla ja se on vakiinnuttanut asemansa tärkeänä osana asiakaspalvelua. Nykyisin chat on lähes välttämätön yrityksille, jotka haluavat tarjota asiakkaille monipuolisempia vaihtoehtoja olla yhteydessä asiakaspalveluun (Line Carrier, 2024). Jos yrityksellä ei ole chat-palvelua käytettävissä voi se vaikuttaa negatiivisesti asiakkaan mielikuvaan yrityksestä, sillä asiakkaat odottavat saavansa asiakaspalveluun yhteyden nopeasti. Tarjoamalla erilaisia yhteydenottotapoja yritys voi parantaa asiakaskokemusta ja antaa asiakkaalle mahdollisuuden ottaa yhteyttä hänelle sopivimmalla tavalla. Soittaminen tai sähköpostin lähettäminen eivät välttämättä ole kaikille asiakkaille houkuttelevia vaihtoehtoja, joten chatin tarjoaminen tuo lisäarvoa asiakaspalveluun (Halmeaho, 2021).

Yrityksen näkökulmasta chat on tehokas asiakaspalvelukanava, sillä se lyhentää merkittävästi palveluaikoja. Asiakaspalvelijat voivat käydä useampia keskusteluja samanaikaisesti, mikä vähentää jonotusaikoja. Chat-keskusteluista kerättyä dataa voidaan hyödyntää laatimalla valmiita vastausvaihtoehtoja

usein kysytyjen kysymysten osalta. Vastaukset voidaan lisätä verkkosivuille, jolloin asiakkaat voivat vaivattomasti löytää itse tarvitsemansa tiedon. Chat asiakaspalvelu on erityisen hyödyllinen tilanteissa, joissa asiakas kohtaa vika-tilanteen oston yhteydessä. Asiakaspalvelija voi liittää chatiin kuvallisia ohjeita tai ohjata asiakasta vaihe vaiheelta ongelman ratkaisemiseksi, mikä mahdollistaa asian hoitamisen saman tien (Huttunen, 2021).

3.4 Automaatio asiakaspalvelun tueksi

Automaatio on yleistynyt monilla eri palvelualoilla ja erilaisten manuaalisten työtehtävien automatisointi säästää aikaa ja resursseja. Automaatiosta puhuttaessa tarkoitetaan ihmisen suorittaman työn tai prosessin korvaamista koneella. Erityisesti toistuvissa tehtävissä, jotka voidaan tehdä ilman ihmisten ohjausta kannattaa hyödyntää automaatiota (Marttinen, 2018).

Automaation hyödyntäminen asiakaspalvelun tukena on sekä asiakkaan, että yrityksen etu. Asiakastilanteet on tänä päivänä pyrittävä ratkaisemaan mahdollisimman nopeasti ja monille asiakkaille tuttu ongelma on jonottaminen asiakaspalveluun. Automaatio ei korvaa ihmiskontaktin merkitystä, mutta se tarjoaa nopean polun ongelman ytimeen. Asiakas on tyytyväinen saadessaan välitöntä palvelua ja samalla automaation avulla asiakaspalvelijalla vapautuu aikaa, kun sisäisiä prosesseja voidaan automatisoida. Automatisoitu asiakaspalvelu edellyttää toimintamalleja, jotka auttavat asiakasta löytämään valitsemansa tiedon nopeasti (Hiekkanen, 2020).

Esimerkki automaation tuomasta merkittävästä hyödystä on hollantilainen lentoyhtiö KLM, sen ottaessa käyttöön chatbotin sosiaalisen median Facebook Messenger -kanavassa. Vuonna 2016 KLM päätti automatisoida osan asiakaspalvelustaan runsaiden yhteydenottomäärien vuoksi. KLM sosiaalisen median viestintätiimissä työskenteli 235 työntekijää, jotka vastasivat viikoittain 15 000 yhteydenottoon. Automaation avulla pystyttiin hoitamaan yksinkertaisimmat kysymykset ja kun keskustelu eteni tiettyyn pisteeseen, asiakaspalvelu tuli mukaan keskusteluun. Ensimmäisen puolen vuoden aikana automaatio

onnistui vastaamaan 10 % asiakaskyselyistä ilman ihmisen väliintuloa, ja vastausnopeus oli nopeutunut 20 %. (Caffyn, 2016).

KLM automaatiokokeilun aikana taustalla käytettiin DigitalGeniuksen tekoälyä hyödyntävää alustaa (KLM, 2017). Tekoälyllä tarkoitetaan toimintaa, joka osaa päätellä, oppia ja ennakoida sekä ratkoa ongelmia (Merilehto, 2018, s. 18). KLM tapauksessa tekoäly ehdottaa asiakaspalvelijalle oikeaa vastausta, jota asiakaspalvelija voi joko hyödyntää vastatessaan asiakkaalle tai muokata valmisvastausta. Puolentoista vuoden aikana tekoäly on kehittynyt huomattavasti älykkäämmäksi ja pystyy käsittelemään 50 % kaikista kyselyistä (KLM, 2017).

4 CHATBOT

4.1 Chatbotin historia

Chatboteista on alettu puhumaan jo vuonna 1950. Englantilainen matemaatikko Alan Turing toi esille ajatuksen siitä, voisiko tietokone keskustella ihmisen kanssa ilman, että ihminen erottaisi käydäänkö keskustelua ihmisen vai tietokoneen välityksellä? Termi ”Turingin testi” onkin saanut nimensä tästä ajatuksesta. Turingin testissä arvioitiin ihmisen kykyä erottaa tietokoneen antamia vastauksia ihmiseltä saamiinsa vastauksiin. Jos ihminen ei keskustellessaan huomaa puhuvansa ihmisen sijaan tietokoneelle, kone läpäisee testin. Turingin testi onkin ollut merkittävässä osassa chatbotin historiaa (Zemčík, 2019).

Ensimmäinen chatbot kehitettiin jo 1960-luvulla. Vuonna 1966 otettiin käyttöön MIT:n professori Joseph Weizenbaumin luoma keskustelubotti ELIZA, joka suunniteltiin simuloimaan psykoterapeutin ja potilaan välistä keskustelua. ELIZAn toimintaperiaate oli hyvin rajallinen, ja se vastasi yleisluonteisesti ennalta määriteltujen vastausten perusteella (Adamopoulou & Moussiades, 2020).

1970-luvulla Stanfordin yliopiston psykiatrinen laitos otti käyttöön psykiatrien koulutustarkoituksessa chatbotin nimeltä PARRY. Kun ensimmäinen chatbot, ELIZA simuloi lääkäriä esittämällä avoimia kysymyksiä vastapuolelle, PARRY esitti paranoidia skitsofreenikkoja esittämällä provokatiivisia väitteitä (Zemčík, 2019). PARRYa pidettiin kehittyneempänä kuin ELIZAA, sillä se määritteli vastaukset emotionaalisten reaktioiden perusteella. PARRYlla oli kuitenkin ongelmia kielen ymmärtämisessä, vastausnopeudessa eikä se kyennyt oppimaan keskusteluista. 1980-luvulla luotiin chatbot Racter ja 1990-luvulla chatbot Dr. Sabaitso. Racter sepitti englanninkielistä proosaa ja Dr. Sabaitso oli puolestaan varustettu äänikortilla, pystyen kommunikoimaan verbaalisesti vastapuolen kanssa (Zemčík, 2019).

Vuonna 1995 tuli chatbot A.L.I.C.E. (Alice) jolla on merkittävä vaikutus chatbotin historiassa. Richard Wallacen suunnittelema Alice oli luotu ELIZAn toimintaperiaatteen mukaan ja se oli tähän mennessä ihmismäisin luonnollista kieltä käyttävä chatbot. Jos Alice ei osannut vastata esitettyyn kysymykseen, lisäsi Wallace siihen sopivan vastauksen. Alice tyyppistä chatbottia oli mahdollista muokata, jotta keskustelut jatkuisivat aina pidemmälle (Adamopoulou & Moussiades, 2020). Vaikka Alice ei onnistunut läpäisemään Turingin testiä, voitti se vuosina 2000, 2001 ja 2004 Loebnerin palkinnon ihmismäisimmän puhuvan robotin kehittäjälle (Debecker, 2017).

2000-luvusta nykypäivään chatbotit ovat tulleet tutuiksi älypuhelimien kautta, mm. virtuaalisen assistentin tai henkilökohtaisen avustajan muodossa. Lisäksi chatbotit vakiintuneet osaksi digitaalisia asiakaspalvelukanavia. On yleistä nähdä chat-painike verkkosivun tai sosiaalisen median kanavien alalaidassa tervehtimässä vierailijaa, ja chatbotin kanssa on mahdollista käydä jo pitkiäkin keskusteluja (Leadoo, 2024). Tutkimus- ja konsultointiyritys Gartner ennustaa, että vuoteen 2027 mennessä chatbotit tulevat olemaan ensisijainen asiakaspalvelukanava noin neljännekselle yrityksistä (Gartner, 2022).

4.2 Chatbotin käyttöönotto asiakaspalvelussa

Nykypäivänä keskustelubotit eli chatbotit ovat tietokoneohjelmalla luotuja virtuaalisia asiakaspalvelijoita tai avustajia, jotka simuloivat ihmisten välistä keskustelua. Chatbotit hyödyntävät joko tekoälyä tai ennalta määriteltyjä keskustelupolkuja vastatakseen käyttäjien kysymyksiin. Suurin osa chatboteista ei kuitenkaan vielä tänä päivänä hyödynnä tekoälyä, vaan ihmiset ovat luoneet tietokoneohjelmalle omat säännöt keskustelupolkuihin vastatakseen asiakkaiden kysymyksiin (Saksman, 2024).

Chatbot rakennetaan yleensä teknisenä ratkaisuna verkkopalvelun yhteyteen. Chatbotin käyttöönotto asiakaspalvelussa edellyttää yrityksen tunnistavan millaisissa asioissa asiakas on yhteydessä asiakaspalveluun ja miten chatbot voisi parhaiten palvella asiakkaita. Chatbotin tehtävänä on ratkaista yksinkertaisimmat usein kysytyt kysymykset, kuten aukioloaikoihin liittyvät tiedustelut tai lisätietojen antaminen haluttuun aiheeseen liittyen (Rubanovitsch, 2018).

Chatbotin sisältö koostuu kysymyksistä, vastauksista ja ohjeista, joita chatbot hyödyntää vastattaessa asiakkaiden kysymyksiin. Chatbotin sisällön rakentaminen on monivaiheinen prosessi ja vaatii hyvää asiakkaiden tuntemusta, suunnittelua, testausta ja jatkuvaa kehitystä. On tärkeä tunnistaa millaisia kysymyksiä ja ongelmia asiakkailla yleensä on, jotta chatbot voidaan suunnitella vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. Ennakoiva, proaktiivinen toimintamalli auttaa ennustamaan asiakkaiden tarpeet ja parantamaan asiakaspalvelun laatua ja tehokkuutta (Humm, 2024).

Chatbot voi toimia tehokkaana työkaluna yrityksen brändin ja imagon vahvistamisessa. Chatbotin käyttämä kieli ja sävy voidaan suunnitella vastaamaan brändin ilmettä ja toivottua äänensävyä. Virtuaalisen asiakaspalvelijan ilmeitä tai eleitä ei ole mahdollista nähdä keskustellessa chatbotin kanssa, joten äänensävy ja tekstin selkeys korostuvat vuorovaikutuksessa. Etukäteen määritellyt viestintäperiaatteet varmistavat tasalaatuisen, virheettömän ja yhdenmukaisen asiakaskokemuksen. Chatbotin avulla voidaan varmistaa, että vuorovaikutus on asiakaslähtöistä ja vastaa yrityksen tavoitteita. Haastavammat

kysymykset chatbot osaa ohjata asiakaspalvelijalle varmistaen, että asiakas saa ongelmansa ratkaistua (Oksanen, 2024). Yrityksen on lisäksi mahdollista saada chatbotin kautta erilaista dataa asiakkaiden käyttäytymisestä verkkosivuilla, esimerkiksi siitä mitä asiakkaat etsivät tai klikkaavat. (Leadoo, 2024).

4.3 Eri chatbottien toimintaperiaatteet

Chatbottien kehitys on tällä hetkellä nopeassa nousussa, ja yleisimmät chatbot-tyypit voidaan karkeasti lajitella viiteen eri luokkaan: valikko- ja painikepohjaiset-, sääntöpohjaiset-, tekoälypohjaiset-, äänipohjaiset- ja generatiiviset koneoppivat chatbotit. Edellä mainitut chatbot-tyypit voivat myös toimia hybridibotteina, jolloin on yhdistetty kahden bottityypin parhaat puolet (Church, 2023).

Valikko- ja painikepohjaiset eli toisin sanoen ”nappibotit” ovat kaikista yksinkertaisimpia chatbotteja (Šimonélyté, 2023). Kirjoittamisen sijaan käyttäjän tulee valita valikossa valmiista olevista vaihtoehdoista aihe tai kysymys, johon haluaa saada vastauksen. Valinnan jälkeen chatbot tarjoaa automaattisesti aiheeseen liittyen useamman tarkentavan vaihtoehdon, jonka tarkoituksena on saada käyttäjä tarkentamaan alkuperäistä valintaa. Keskustelun edessä käyttäjä tekee useamman kerran valintoja, edeten kohta kerrallaan tarkoitukseen löytää tarvitsemansa tieto. Tarkentavilla aihevaihtoehdoilla keskustelu saadaan jatkumaan niin kauan, että asiakas pääsee oikean tiedon luokse. Joissakin tapauksissa asiakas voi valita myös siirron oikean asiakaspalvelijan palveltavaksi, mikäli haluttua tietoa ei chatbotin kautta löydy (Church, 2023).

Sääntöpohjaiset chatbotit toimivat monilla tavoin samoilla toimintaperiaatteilla kuin valikkopohjaiset chatbotit, mutta eroavat tietyissä määrin näistä. Sääntöpohjaiset chatbotit toimivat esittäen käyttäjälle jos/ sitten -tyyppisiä kysymyksiä ja käyttäjän tulee valikko- ja painikepohjaisen botin tavoin valita valmiista olevista vaihtoehdoista aihe tai kysymys. Keskustelupolut ovat rakennettu siten, että on luotu listoja kysymysten ja avainsanojen pohjalta. Sääntöpohjaiset chatbotit eivät käytä tekoälyä vaan toimivat usein kysytyjen kysymysten (UKK) pohjalta (Church, 2023). Keskustelu chatbotin kanssa etenee määritellyn

polun mukaisesti, jossa kysymykset ja vastaukset on ennalta laadittu päätöspuun avulla. Kohdeyleisön kysymykset tuntiessa hyvin muutama vastausvaihtoehto riittää (Kottila, 2022).

Tekoälypohjaiset chatbotit ovat kehittyneempiä chatbotteja vuorovaikutukseltaan ja ne kykenevät ymmärtämään käyttäjän esittämät vapaamuotoiset kysymykset sekä ymmärtämään asiayhteyden yksittäisten sanojen perusteella. Tämän ansiosta keskustelu etenee nopeasti ja sujuvasti. Tekoälypohjaiset chatbotit voivat esittää käyttäjille lisäkysymyksiä saadakseen syvempää tietoa ja tarkentaakseen vastauksiaan. Lisäksi ne voivat esittää vastauksia eri muodoissa kuten tekstinä tai visuaalisessa muodossa (Leadoo, 2024).

Äänipohjaiset chatbotit kommunikoivat puheen avulla, mikä tarjoaa käyttäjälle erilaisen vaihtoehdon kirjoittamisen sijaan. Äänipohjaiset chatbotit vastaanottavat kysymyksiä puheen muodossa ja vastaavat käyttäjilleen takaisin myös puheella. Äänipohjainen chatbot on esimerkiksi useimmissa älylaitteissa valmiina ja sitä voidaan käyttää mm. tiedon etsimiseen, soittamiseen, viestin lähettämiseen ja moneen muuhun asiaan (Church, 2023). Gartnerin mukaan äänipohjaisten chatbottien kysyntä kasvaa tulevaisuudessa, koska niiden tarjonta on vielä vähäistä ja puhekommunikointi tarjoaa luonnollisen vuorovaikutustavan (Gartner, 2019). Yksi tunnetuimmista äänipohjaisista virtuaaliassistentteista on Applen Siri. Siri tunnistaa puheen ja suorittaa käyttäjän antamia komentoja, kuten lähettää viestejä ja etsii tietoa verkosta (Apple, 2024).

Generatiiviset chatbotit edustavat tekoälyn kehittyneintä käyttömuotoa, joka perustuu koneoppimiseen. Nämä chatbotit eivät reagoi ennalta määriteltyihin sääntöihin tai luotuihin valikkoihin, vaan ne kykenevät luomaan omia vastauksia ja oppimaan saamistaan vastauksista. Luonnollisen kielen käsittely (natural language processing eli NLP) on keskeinen osa niiden toimivuutta ja sen myötä chatbot kykenee ymmärtämään ja tulkitsemaan avainsanoja ja lauseita. Koneoppivat chatbotit pystyvätkin luonnollisen kielen ansiosta tarjoamaan aidontuntuisia keskusteluja, jotka tuntuvat samalta kuin keskustelu oikean ihmisen kanssa (Church, 2023).

4.4 Chatbotin hyödyt

Chatbottien hyödyt ovat usein liitoksissa niiden nopeaan reaktioaikaan ja joustavuuteen: chatbotit ovat valmiita palvelemaan useita asiakkaita samanaikaisesti mihin aikaan vuorokaudesta tahansa. Chatbottien mahdollistama jatkuva asiakaspalvelun saatavuus vuorokauden ympäri, toimistoajoista riippumatta, tarjoaa asiakkaille mahdollisuuden vierailta verkkosivuilla ja saada vastauksia kysymyksiinsä asiakkaan valitsemana aikana. Chatbotin nopean reagointikyvyyn ansiosta vastauksen voi saada jopa sekunneissa, mikä vähentää merkittävästi puhelinpalvelussa tai chatissa työskentelevän asiakaspalvelijan kirjoittaman vastauksen odotusaikaa ja pienentää samalla kirjoitus- ja asiavirheiden mahdollisuutta. Nopeus ja tarkkuus parantavat asiakaskokemusta huomattavasti, sillä asiakkaat saavat tarvitsemansa tiedot heti, ilman pitkiä odotusaikoja tai virheellisiä vastauksia (Komulainen, 2018).

Chatbotit voivat helpottaa ruuhkatilanteita palvellessaan useita asiakkaita samanaikaisesti, kun taas ihmisen suorittaman asiakaspalvelun on riippuvainen henkilökunnan määrästä (Komulainen, 2018). Ne eivät pelkästään tarjoa välitöntä apua, vaan ne parantavat lisäksi asiakaspalvelun tehokkuutta. Chatbotin hoitaessa usein toistuvia, rajattuja kysymyksiä, ei asiakaspalvelijan tarvitse enää käyttää aikaa rutiinikysymyksiin vastaamiseen, vaan aikaa vapautuu ratkaisemaan vaativimpia ja asiantuntijuutta vaativia asiakastapauksia (Rubanovitsch, 2018). Asiakastyytyväisyys paranee, kun asiakkaat saavat nopeita ja tarkkoja vastauksia kysymyksiinsä, ja tiedon löytäminen nopeutuu asiakkaan näkökulmasta huomattavasti (Hiekkänen, 2018).

Yrityksille chatbottien käyttö on kustannustehokasta ja voi auttaa yrityksiä säästämään henkilöstökuluissa, jos halutaan tarjota jatkuvasti saatavilla olevaa asiakaspalvelua. Chatbottiin ohjelmoidut automatisoidut peruskysymykset ja vastaukset vähentävät henkilöstön tarvetta, kun rutiinikysymyksiin vastaamiseen kuluu vähemmän henkilöstöresursseja. Työntekijöiden pitäminen asiakaspalvelutehtävissä vuorokauden ympäri on kallista ja uusien työntekijöiden palkkaaminen vie sekä aikaa että resursseja. Asiakkaiden saatavilla olevat

itsepalvelumahdollisuudet auttavat asiakasta saamaan ratkaisun ongelmaansa itsenäisesti koska tahansa (Leadoo, 2024).

Chatbotin sisällön nopea päivittäminen mahdollistaa yrityksille välittömän tiedottamisen asiakkaille muuttuvista tilanteista. Lisäämällä reaaliaikaisesti uusia vastauksia yleisimpiin kysytyihin kysymyksiin, joiden perusteella chatbot vastaa asiakkaille, voivat yritykset parantaa asiakaskokemusta ja vahvistaa luottavuuttaan asiakkaiden silmissä. Ajantasainen informaatio, myös chatbotin välityksellä, lisää asiakkaiden tyytyväisyyttä ja vaikuttaa positiivisesti yrityksen maineeseen (Groweo, 2022).

Chatbotit voivat aktivoida vierailijoita yrityksen verkkosivulla tarjoamalla välittömää ja henkilökohtaiselta tuntuvaa vuorovaikutusta asiakkaille. Chatbotit pystyvät opastamaan asiakasta siirtymään oikealle sivulle esimerkiksi laittamalla chat-keskusteluun linkin, josta hänen etsimästään aiheesta kerrotaan lisää. Lisäksi chatbotit voivat esittää erilaisia tarkentavia kysymyksiä asiakkaalle, jolloin ne ymmärtävät paremmin asiakkaan tarpeet ja tarjoavat erilaisia ratkaisuja ja lisävaihtoehtoja. Verkkosivuston helppo käytettävyys ja tiedon löydettävyys vähentää asiakkaiden turhautumista ja tekee asioiden hoitamisesta helpompaa (Leadoo, 2024).

Eri kielellä palvelua tarjoava chatbot tarjoaa mahdollisuuden tarjota tasalaatuisia asiakaspalvelua kaikille kieliryhmille kuten esimerkiksi suomen, ruotsin ja englannin kieltä puhuville asiakkaille. Chatbot voi tarjota parempia vastauksia asiakkaille tilanteissa, joissa henkilöstön kielitaito ei ole riittävä. Suomessa on useita kaksikielisiä kaupunkeja, kuten Turku, jossa 15,3% väestöstä puhuu äidinkielenään muuta kuin suomea. Muunkielisten kaupunkilaisten osuus on kasvanut viime vuodesta 1,5%, minkä vuoksi chatbotin kielivalikoimaa voitaisiin hyödyntää moninaisen asiakaskunnan palvelussa (Turku, 2024).

4.5 Chatbotin haasteet

Chatbotit tarjoavat useita hyötyjä, mutta niihin liittyy myös haasteita. Chatbotit ovat vielä melko uusi ilmiö ja chatbotin optimaalinen hyödyntäminen vaatii yritykseltä ymmärrystä siitä, millaisia asioita asiakkaat kysyvät ja milloin asiakkaan asiaa tulisi hoitaa asiakaspalvelijan kanssa (Rubanovitsch, 2018). Chatbot pystyy rajallisen sisällön vuoksi vastaamaan ainoastaan asiakkaiden ensimmäisiin kysymyksiin tietyistä aiheista toimien ennalta määritettyjen vastauksien pohjalta. Luonnollisesti keskustelun edetessä voi tulla vastaan tilanne, jossa chatbot ei pysty ratkaisemaan asiakkaan ongelmaa ja asian selvittämiseksi keskustelu on yhdistettävä asiakaspalvelijalle (Leadoo, 2024).

Chatbotin kanssa käytävä keskustelu eroaa olennaisesti aidosta ihmiskohtauksesta, koska keskusteluttavat botit omaavat vain joitakin ihmismäisiä piirteitä. Asiakkaat saattavat odottaa erilaista lähestymistapaa asioiden käsitteilyyn, ja tietyissä asiakastilanteissa tarvitaan inhimillistä harkintaa ja empatiaa asiakkaan ymmärtämiseksi. Vaikka chatbot ei pysty tarjoamaan samoja tunteita kuin ihminen, ei tunteiden puuttuminen ole välttämättä este onnistuneelle asiakaspalvelulle. Vaikka chatbot ei pystyisi saattamaan asiakaspalvelutilannetta loppuun asti, voi se kuitenkin ohjata asiakasta ratkaisua kohti auttamalla asiakasta keräämään tarvittavia tietoja ongelmien ratkaisemiseksi (Halmeaho, 2022).

Chatbotin ylläpito ja ajantasaisen tiedon päivittäminen vaativat yritykseltä resursseja. Jokaisen yksityiskohdan määrittäminen chatbottiin voi olla haastavaa ja tietoa täytyy päivittää säännöllisesti. Ilman tekoälyä tai koneoppimista toimivat chatbotit, eli toisin sanoen nappibotit ja sääntöpohjaiset botit vaativat ylläpitoa, jotta asiakas ei saa virheellistä tai vanhentunutta tietoa. Edellä mainitut chatbotit vaativat siis myös henkilöstöresursseja toimiakseen tehokkaasti ja tarkoituksenmukaisesti. Tilanteessa, jossa esimerkiksi palvelun hinta muuttuu, eikä tietoa päivitetä chatbotin tietokantaan hyvissä ajoin, voi chatbotin antama virheellinen vastaus herättää epäluottamusta asiakkaassa yritystä kohtaan (Leadoo, 2024).

Chatbotit ovat tänä päivänä vielä uusi palvelukanava ja osalla käyttäjistä voi olla kielteinen suhtautuminen chatbotin käyttämiseen. Chatbotin käyttämiseen voi liittyä kielteisiä tunteita erityisesti silloin, jos chatbottia ei ole koskaan kokeillut tai jos aiemmat kokemukset chatboteista ovat olleet negatiivisia niiden huonon toiminallisuuden vuoksi. Asiakkaalla henkilökohtaisen palvelun tarve tai digitaalisen osaamisen puute voi olla este chatbotin käytölle (Halmeaho, 2022).

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Toimeksiantajaesittely

Turun seudun joukkoliikenne Föli on seitsemän kunnan seudullinen joukkoliikennejärjestelmä, joka on perustettu 1.7.2014. Föli-alueeseen kuuluvat kunnat Turku, Kaarina, Naantali, Lieto, Raisio, Rusko ja Paimio. Föli vastaa edellä mainittujen seitsemän kunnan joukkoliikenteen järjestämisestä, aikataulujen suunnittelusta, lippujen hinnoittelusta joukkoliikenteen markkinoinnista sekä matkustajainformaatiosta. Fölin kokonaismatkamäärä oli vuonna 2023 25,4 miljoonaa matkaa (Foli, 2024a).

Fölin bussit tunnistaa katukuvassa pirteän keltaisesta väristä ja vuonna 2023 jo melkein puolet Fölin ajokilometreistä ajetaan sähköllä. Föliillä on ympärivuotisen bussiliikenteen lisäksi myös kesäisin vesibussiliikennettä. Vesibussit liikennöivät Turusta Aurajoen varrelta Ruissaloon ja Hirvensaloon (Foli, 2024b). Föliillä on lisäksi käytössään tanskalaisen järjestelmätoimittajan Donkey Republicin kaupunkipyörät, eli Föllärit. Föli-alueella on käytössä vyöhykkeetön taksatasa eli matka on saman hintainen riippumatta sen pituudesta alueen sisällä (Foli, 2024d).

Föliillä työskentelee tällä hetkellä noin kaksikymmentä henkilöä ja eri liikennöitsijöiden alaisuudessa ajaa noin 800 kuljettajaa (Foli, 2024a). Föliillä oli

aiemmin oma joukkoliikenteen palvelutoimisto, joka ulkoistettiin vuonna 2020. Fölin asiakaspalvelu siirtyi osaksi Turun kaupungin keskitettyä asiakaspalvelua Kauppatorin Monitoria (Föli, 2020). Kauppatorin Monitorissa asiakkaita palvelee monikanavaisesti kasvotusten, puhelimitse, chatin ja sähköpostin välityksellä. Jokaisessa Föli-kunnassa on myös oma palvelupisteensä (Föli, 2024e).

Fölin asiakastyytyväisyys on viime vuosien aikana ollut korkea ja Föli voitti neljännen kerran peräkkäin kansainvälisen BEST (Benchmarking in European Service of Public Transport) -tutkimuksen. BEST-tutkimuksella mitataan vuosittain asukkaiden tyytyväisyyttä oman alueensa joukkoliikenteeseen. Tutkimus toteutetaan vuosittain yhdelletoista eurooppalaisen jäsenkaupungin asukkailla. Föli toteuttaa BEST-tutkimuksen lisäksi kolme kertaa vuodessa oman asiakastyytyväisyystutkimuksen. Matkustajatyytyväisyys oli vuonna 2023 89% ja Föli sai arvosanan 4,23 asteikolla 1-5 (Föli, 2024c).

5.2 Työn lähtökohdat ja tutkimusmenetelmät

Tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää miten Fölin chatbot-kokeilun käyttöönotto on onnistunut asiakaspalveluhenkilöstön näkökulmasta ja tulisiko chatbotin jäädä kokeilun sijaan pysyväksi osaksi Fölin verkkosivuja. Tutkimuksella pyritään myös tunnistamaan mikä chatbotin käytössä on toiminut hyvin ja mitä kehittämistarpeita asiakaspalveluhenkilöstö pitää tärkeinä jatkokehityksen kannalta.

Tutkimuskysymyksille etsitään vastausta tutkimusmenetelmän avulla. Tutkimusongelman ratkaisemiseksi voidaan käyttää joko määrällistä, eli kvantitatiivista, tutkimusmenetelmää tai laadullista, eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimusmenetelmän valintaan vaikuttaa tutkimuksen aihe ja mikä tutkimusmenetelmä soveltuu toteutettavaan tutkimukseen parhaiten. Joissakin tutkimuksissa voidaan käyttää useampia tutkimusmenetelmiä yhdessä tutkimusongelman tutkimiseksi. (Kananen, 2014, s. 20-21).

Laadullisella tutkimusmenetelmällä pyritään ymmärtämään tutkimuksen ilmiötä paremmin ja saamaan syvällisempiä vastauksia erilaisten näkökulmien kautta. Laadullinen tutkimusmenetelmä mahdollistaa syvällisemmän analyysin kautta ja myös poikkeamat ovat analyysin kannalta mielenkiintoisia. Laadullisella tutkimusmenetelmällä tutkimusaineistoa kerätään avoimien kysymysten, haastattelujen kuten teemahaastattelun avulla (Vilkka, 2021, s.55, 58.)

Määrällisen tutkimusmenetelmän tarkoituksena on saada numeerista tietoa. Tutkimustulokset esitellään numeerisessa muodossa ja ne ovat helposti mitattavissa ja testattavissa. Tutkimustulokset ovat yleistettävissä eikä tutkimuksessa keskitytä poikkeavuuksiin, kuten esimerkiksi laadullisessa menetelmässä. Määrällistä menetelmää käyttäen pyritään esittämään lukujen keskiarvoja ja jakaumaa sekä etsimään syy-seuraussuhteita (Vilkka, 2021, s. 153). Tutkimusaineisto hankitaan kyselylomakkeen avulla. Kysymykset ja vastausvaihtoehdot määritellään siten, että vastaukset voidaan analysoida numeerisessa muodossa (Kananen 2015, s. 73).

Toteutan tämän opinnäytetyön tutkimuksen kvantitatiivisena, eli määrällistä tutkimusmenetelmää käyttäen. Tutkimusongelman ratkaisemiseksi laadin strukturoidun kyselylomakkeen, joka sisältää myös kolme avointa kysymystä. Kyselylomakkeen kysymykset muotoilen teorian ja tutkimusongelman pohjalta ja niissä on otettu huomioon työelämälähtöinen näkökulma.

Tutkimusaineisto hankitaan sähköisesti Google Forms -kyselylomakkeella (Liite 1). Sähköinen kysymyslomake on helpoin tapa toteuttaa kyselytutkimus, sillä tutkimukseen osallistujista osa työskentelee välillä etätöissä. Kyselylomake testataan ennen lähettämistä ulkopuolisella henkilöllä mahdollisten epäselvyyksien ja virheiden havaitsemiseksi.

Kyselylomakkeessa on yhteensä 13 kysymystä ja kaikki vastaavat kysymyksiin samassa järjestyksessä. Kysymykset 1-10 on muotoiltu väittämiksi käyttäen Likert-asteikkoa 1-5. Esitettyyn väittämään on mahdollista vastata seuraavasti: täysin eri mieltä (1), jokseenkin eri mieltä (2), ei samaa eikä eri mieltä (3), jokseenkin samaa mieltä (4) tai täysin samaa mieltä (5). Kysymykset 11-

13 ovat avoimia kysymyksiä. Kaikki kysymykset ovat pakollisia eikä kyselyssä päässyt etenemään ilman vastausta, koska viimeiset kysymykset olivat tutkimusongelman ratkaisemiseksi olennaisia.

Kyselylomake lähetettiin 20.6.2024 sähköpostitse 15 henkilölle, jotka työskentelevät Turun kauppatorin Monitorin asiointipalvelussa ja joiden työkuvaan kuuluu Fölin asiakaspalvelu. Vastausaikaa oli reilu viikko ja kyselyyn sai vastata 26.6.2024 klo 23.59 mennessä, jolloin vastauksia oli tullut 13 kappaletta. Sähköpostin saatekirje löytyy liitteenä (Liite 2).

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuus on keskeinen osa tutkimusprosessia ja sitä voidaan arvioida kahden käsitteen, reliabiliteetin ja validiteetin avulla (Vilkka, 2021, s. 153). Tutkimusprosessi on altis virheille ja luotettavuutta tarkastelemalla pyritään varmistamaan, että eri vaiheissa on tehty perusteltuja valintoja ja saadut tulokset ovat oikeita (Kananen, 2015, s. 342-343). Reliabiliteetilla tarkoitetaan mittauksen tarkkuutta ja toistettavuutta. Jos tutkimus toistettaisiin samalla tutkimuspopulaatiolla, tulosten odotettaisiin olevan samankaltaisia. Validiteetilla taas tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä eli mitaako tutkimus sitä mitä sen on tarkoitus mitata ja onko tutkimuksen kannalta tutkittu oikeita asioita (Vilkka, 2021, s. 150-154).

Arvioin seuraavaksi tämän opinnäytetyön luotettavuutta. Teoriaosuudessa olen pyrkinyt käyttämään monipuolisesti suomen- ja englanninkielisiä lähteitä. Kyselylomakkeen kysymykset on muotoiltu teorian ja tutkimuskysymysten pohjalta. Olen esittänyt tutkimustulokset mahdollisimman puolueettomasti sellaisena kuin ne ovat. Tarkkaan valittu kohderyhmä mahdollistaa, että tutkimus keskittyy juuri tämän ainutkertaisen käyttöönoton tarkasteluun. Saadut tulokset heijastavat tämän hetken tilannetta, eikä tutkimusta voida täysin toistaa pidemmän ajan kuluessa. Jos sama tutkimus tehtäisiin uudelleen samalle kohderyhmälle, vastaukset olisivat todennäköisesti samankaltaisia. Vastaajien mielipiteet ja näkemykset voivat kuitenkin muuttua ajan myötä. Erityisesti

henkilöstömuutokset ja chatbotin kehitys ovat tekijöitä, jotka vaikuttavat tutkimuksen toistettavuuteen. Asiakaspalveluhenkilökunnan asenteet saattavat muuttua sen mukaan, miten chatbotin kanssa työskentelyyn totutaan. Pidemmällä aikavälillä perusasiat saattavat pysyä samoina, mutta tulokset voivat olla eri tavoin tulkittavissa. Tutkimus olisi mahdollista toistaa soveltamalla kysymyksiä eri toimialojen asiakaspalvelun chatbotin käyttöönoton yhteydessä.

5.4 Tutkimusetiikka

Tutkimusta tehdessä on noudettava tutkimusetiikkaa ja hyviä tieteellisiä käytäntöjä. On otettava huomioon tutkimukseen osallistuvien yksityisyys ja toimitettava avoimesti koko tutkimusprosessin ajan. Lisäksi on oltava huolellinen, tarkka ja perusteltava tekemiään valintoja tutkimusta tehtäessä (Keckman-Koivuniemi & Borg, 2023). Tietosuojan noudattaminen tutkimusta tehdessä on äärimmäisen tärkeää, koska tietosuojan merkitys on digitalisaation myötä kasvanut ja tutkimusta tehdessä kerättyä aineistoa tulee käsitellä luottamuksellisesti (Tietosuoja, 2023).

Tässä opinnäytetyössä otin eettisyyden huomioon monin tavoin. Kyselytutkimusta laatiessa tein tietoisin päätöksen siitä, että en kerää demografisia tietoja kuten ikää tai sukupuolta, sillä tiedot eivät ole tarpeen tutkimukseni kannalta. Kyselyyn vastaaminen oli vapaaehtoista ja vastaaminen tapahtui anonyymisti. Yksittäisiä vastaajia ei ole mahdollista tunnistaa heidän antamiensa vastausten perusteella. Osallistujille kerrottiin saatekirjeessä mihin tietoja kerätään ja että vain minä pääsin tarkastelemaan tuloksia. Käsittelin tutkimusaineistoa luottamuksellisesti ja aineisto oli suojattu salasanalla sekä tallennettu paikkaan, johon kukaan muu ei päässyt tarkastelemaan tuloksia. Tutkimustulokset raportoitiin sellaisena kuin ne ovat ja kyselyyn sähköinen vastausmateriaali hävitetään tutkimuksen valmistuttua.

6 TUTKIMUSTULOKSET

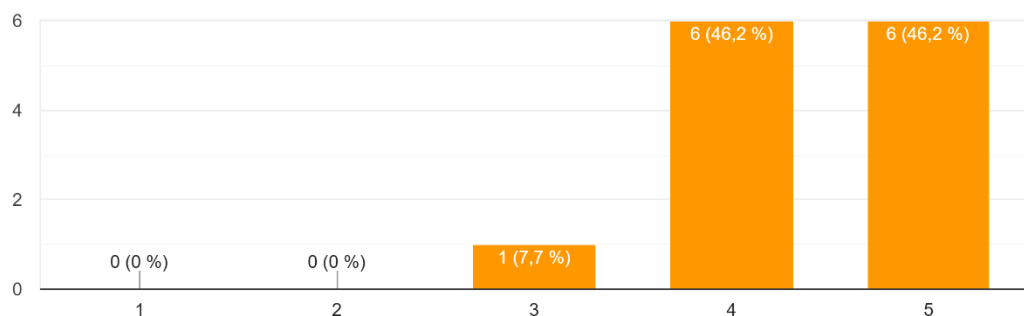
Kyselyyn vastasi yhteensä 13 työntekijää ja lopulliseksi vastausprosentiksi muodostui 86,6%. Kyselylomakkeessa oli 10 erilaista väittämää, joihin tuli vastata asteikolla 1-5 ja lopussa oli 3 avointa kysymystä.

Vastausvaihtoehdot esitettyihin väittämiin olivat seuraavanlaiset:

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä

Kyselyn ensimmäisellä väittämällä ”Olen ollut tyytyväinen chatbotin käyttöön Fölin asiakaspalvelussa” halusin selvittää, ovatko vastaajat olleet tyytyväisiä chatbotin käyttöönottoon Fölin asiakaspalvelussa. Kuviossa 1 nähdään, että vastaajista kuusi (46,2%) on ollut täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Kuusi vastaajaa (46,2%) oli jokseenkin samaa mieltä ja yksi vastaaja (7,7%) ei ole samaa eikä eri mieltä väittämän kanssa.

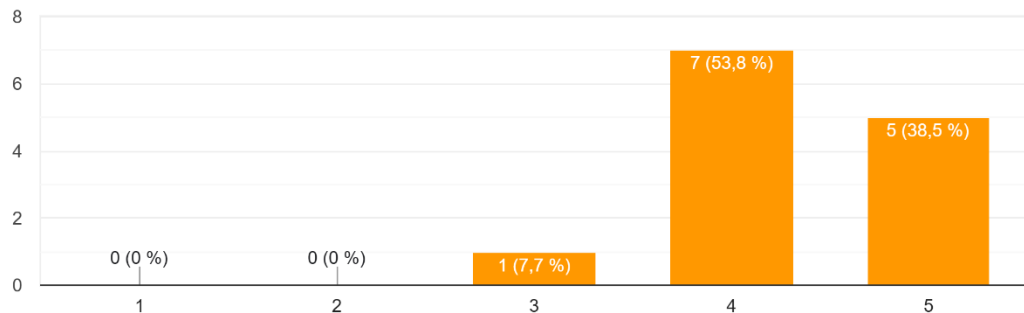
Olen ollut tyytyväinen chatbotin käyttöönottoon Fölin asiakaspalvelussa
13 vastausta



Kuvio 1. Työntekijöiden tyytyväisyys Fölin chatbotin käyttöönottoon.

Kuviossa 2 nähdään, että vastaajista seitsemän (53,8%) on jokseenkin samaa mieltä siitä, että valikkopohjainen chatbot vastaa asiakkaiden yleisimpiin kysymyksiin. Viisi vastaajaa (38,5%) on ollut täysin samaa mieltä ja yksi vastaaja (7,7%) ei ole samaa eikä eri mieltä.

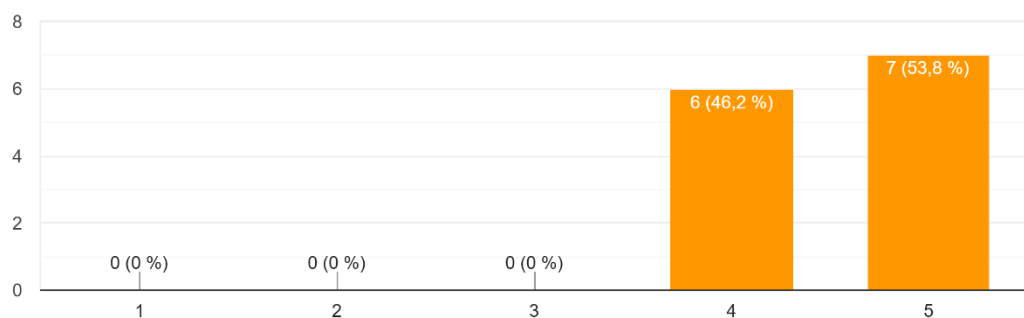
Fölin valikkopohjainen chatbot vastaa asiakkaiden yleisimpiin kysymyksiin
13 vastausta



Kuvio 2. Valikkopohjainen chatbot vastaa asiakkaiden yleisimpiin kysymyksiin.

Kuvio 3 näyttää, että seitsemän vastaajista (53,8%) on ollut samaa mieltä siitä, että chatbotin antamat vastaukset koetaan selkeiksi ja ymmärrettäviksi. Kuusi vastaajaa (46,2%) on ollut jokseenkin samaa mieltä.

Fölin chatbotin antamat vastaukset ovat selkeitä ja ymmärrettäviä
13 vastausta



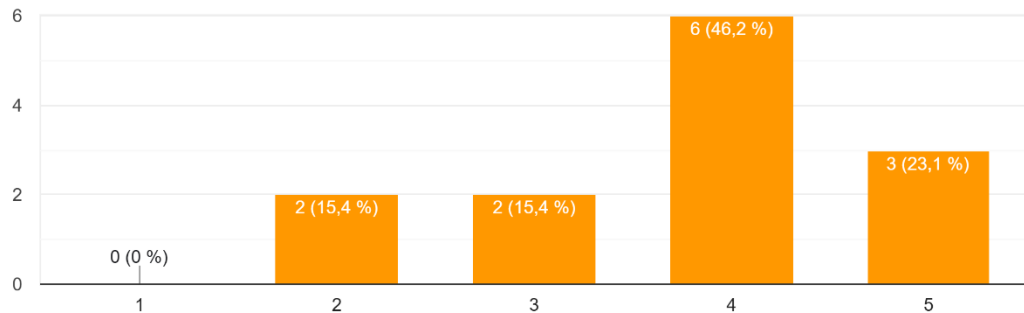
Kuvio 3. Chatbotin antamien vastauksien selkeys ja ymmärrettävyys.

Kuviossa 4 nähdään, että kuusi vastaajista (46,2%) on ollut jokseenkin samaa mieltä siitä, että chatbot ohjaa asiakasta kohti oikeaa ratkaisua. Kolme

vastaajaa (23,1%) on ollut täysin samaa mieltä. Kaksi vastaajaa (15,4%) on jokseenkin eri mieltä ja kaksi vastaajaa (15,4%) ei ole samaa eikä eri mieltä.

Fölin chatbot ohjaa asiakasta loogisesti kohti oikeaa ratkaisua

13 vastausta

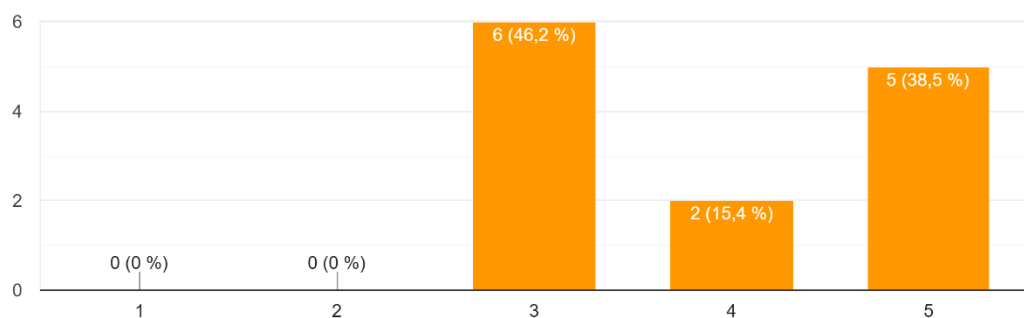


Kuvio 4. Chatbot ohjaa asiakasta loogisesti kohti oikeaa ratkaisua.

Kuvion 5 mukaan kuusi vastaajista (46,2%) ei ole samaa eikä eri mieltä siitä, onko chatbotin käyttöönotto vähentänyt yhteydenottoja chatin kautta. Viisi vastaajaa (38,5%) on täysin samaa mieltä, että yhteydenotot ovat vähentyneet ja kaksi vastaajaa (15,4%) on ollut jokseenkin samaa mieltä.

Fölin chatbotin käyttöönotto on vähentänyt yhteydenottoja chatin kautta

13 vastausta

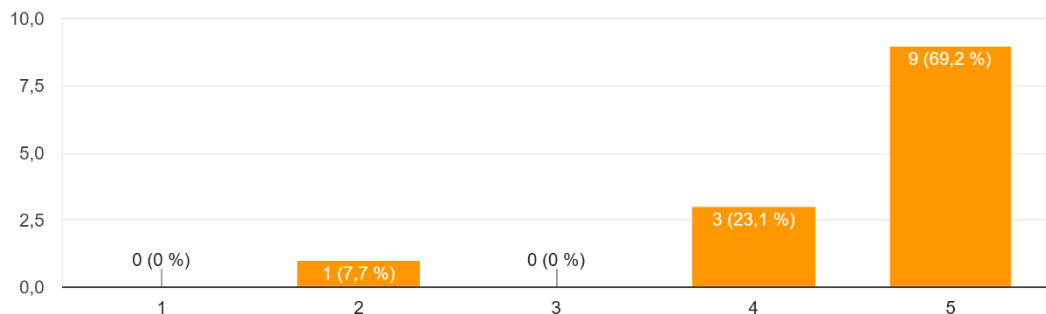


Kuvio 5. Chatbotin käyttöönotto on vähentänyt yhteydenottoja chatin kautta.

Kuvio 6 näyttää yhdeksän vastaajan (69,2%) olleen täysin samaa mieltä siitä, että kokee chatbotin olevan hyödyllinen asiakkaalle. Kolme vastaajaa (23,1%)

kokee olevansa jokseenkin olevan samaa mieltä ja yksi vastaaja (7,7%) on jokseenkin eri mieltä.

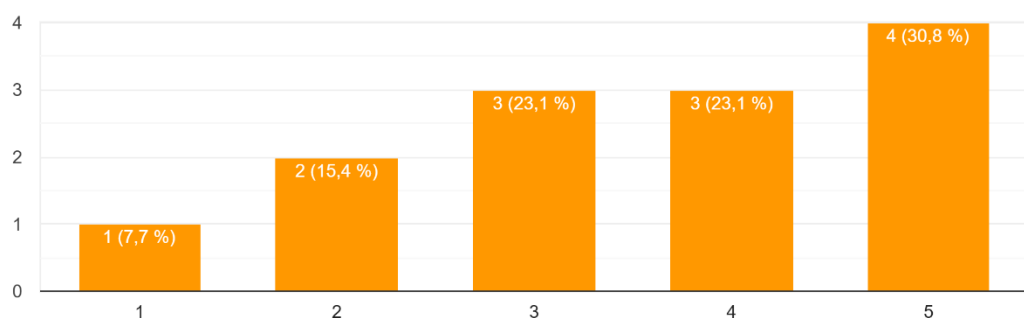
Koen Fölin chatbotin hyödylliseksi asiakkaalle
13 vastausta



Kuvio 6. Chatbotin hyödyllisyys asiakkaalle työntekijän näkökulmasta.

Kuviossa 7 nähdään, että neljä vastaajista (30,8%) on täysin samaa mieltä siitä, että chatbot olisi hyödyllisempi, jos asiakas voisi valmisvalikon vaihtoehdoista valitsemisen sijaan kirjoittaa avoimen kysymyksen chatbotille. Kolme vastaajaa (23,1%) on jokseenkin samaa mieltä. Kaksi vastaajaa (15,4%) jokseenkin eri mieltä ja yksi vastaaja (7,7%) on täysin eri mieltä. Kolme vastaajaa (23,1%) ei ollut samaa eikä eri mieltä.

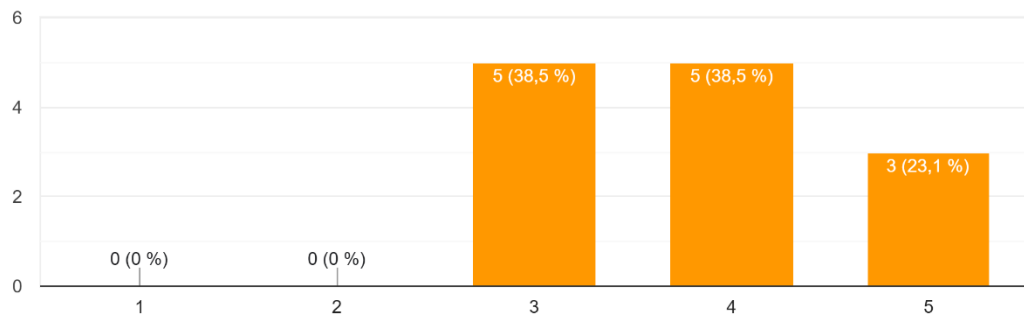
Fölin chatbot olisi hyödyllisempi, jos asiakas voisi valmisvalikon sijaan kirjoittaa avoimen kysymyksen chatbotille
13 vastausta



Kuvio 7. Avoimen kysymyksen kirjoittaminen chatbotille valmisvaihtoehdon sijaan.

Kuvio 8 mukaan viisi vastaajista (38,5%) on jokseenkin samaa mieltä siitä, että chatbot parantaa asiakaskokemusta. Vastaajista kolme (23,1%) on täysin samaa mieltä ja viisi vastaajaa (38,5%) ei ole samaa eikä eri mieltä.

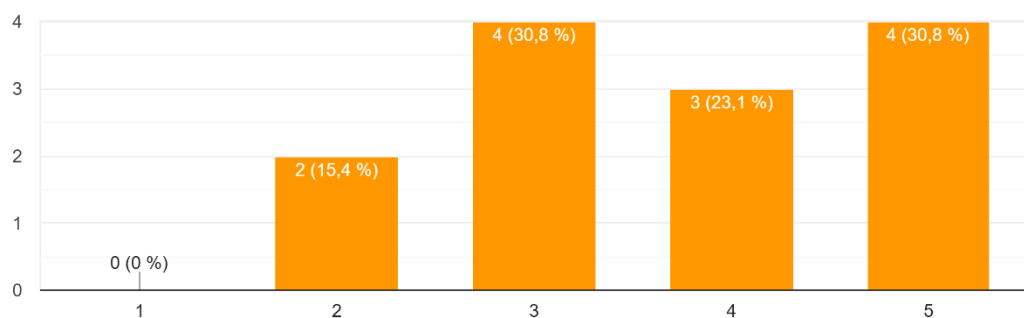
Fölin chatbot parantaa asiakaskokemusta
13 vastausta



Kuvio 8. Chatbot parantaa asiakaskokemusta.

Kuviossa 9 nähdään, että neljä vastaajista (30,8%) on täysin samaa mieltä siitä, että chatbot on helpottanut omaa työtä asiakaspalvelussa. Kolme vastaajaa (23,1%) on jokseenkin samaa mieltä ja kaksi vastaajaa (15,4%) jokseenkin eri mieltä. Neljä vastaajaa (30,8%) ei ole samaa eikä eri mieltä.

Koen Fölin chatbotin helpottaneen työtäni asiakaspalvelussa
13 vastausta



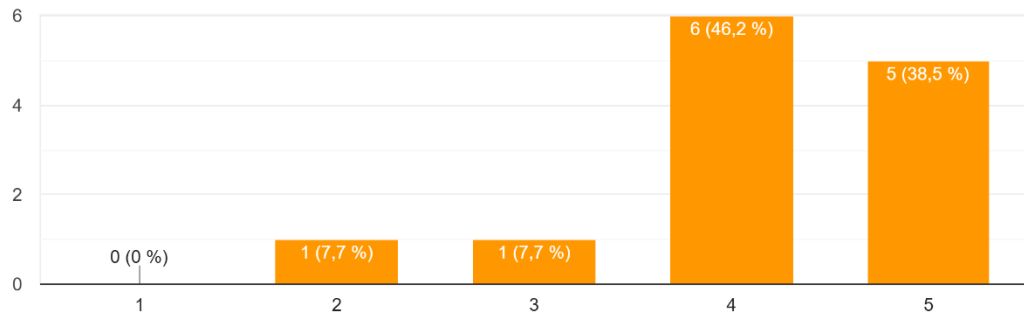
Kuvio 9. Chatbot helpottaa työntekijän työtä asiakaspalvelussa.

Kuvion 10 mukaan kuusi vastaajista (46,2%) on jokseenkin samaa mieltä siitä, että chatbot on tarpeellinen nykypäivän asiakaspalvelussa. Viisi vastaajaa

(38,5%) on täysin samaa mieltä. Yksi vastaaja (7,7%) jokseenkin eri mieltä. Yksi vastaaja (7,7%) ei ole samaa eikä eri mieltä.

Chatbot on tarpeellinen nykypäivän asiakaspalvelussa

13 vastausta



Kuvio 10. Chatbot on tarpeellinen nykypäivän asiakaspalvelussa.

Kyselylomake sisälsi kolme avointa kysymystä. Ensimmäinen avoin kysymys oli ”Tulisiko chatbot-kokeilun jäädä pysyväksi osaksi asiakaspalvelua? Perustele vastauksesi”. Avoimeen kysymykseen tuli 13 vastausta, joista 12 eli 92,3% oli sitä mieltä, että chatbotin pitäisi jäädä pysyväksi osaksi asiakaspalvelua. Perusteluja olivat esimerkiksi se, että chatbot vähentää asiakaspalvelun kuormitusta karsimalla helpot ja yksinkertaiset kysymykset. Chatbotin avulla asiakkaat löytävät itse tarvitsemansa tiedon ilman yhteydenottoa asiakaspalveluun, mikä vapauttaa asiakaspalvelijat käsittelemään vaativampia asiakastapauksia. Ympäri vuorokautinen chatbot vähentää yhteydenottojen määrää asiakaspalvelun aukioloaikojen aikana ja parantaa palvelun saavutettavuutta. Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että chatbotista ei juurikaan ole hyötyä nykyisessä muodossaan ja kehitystä tulisi jatkaa tarkastelemalla muiden palveluntarjoajien käytössä olevia chatbotteja, jotta siitä olisi riittävästi hyötyä asiakkaille.

Toinen avoin kysymys oli ”Mitä parannuksia haluaisit Fölin chatbotin toimintaan asiakaspalvelun näkökulmasta?”. Avoimeen kysymykseen tuli 12 vastausta, joissa ehdotettiin useita kehityskohteita. Ensimmäisenä nousi esiin monikielisyys, sillä chatbot toimii tällä hetkellä vain suomeksi. Verkkosivujen

toimiessa suomen-, ruotsin-, ja englannin kielellä tulisi chatbotin palvella asiakkaita myös englanniksi ja ruotsiksi.

Parannusehdotuksissa korostettiin myös, että live-chattiin siirtyminen asiakaspalvelun kanssa pitäisi tehdä helpommaksi ja live-chat painike tulisi sijoittaa paremmin näkyville chatbotin valikossa. Live-chatin löytäminen ”jokin muu asia” -napin kautta voi olla vaikeaa osalle asiakkaista, jos se ei ole heti näkyvillä chatbotin avaamisen jälkeen. Jokaisen keskustelupolun päätteeksi toivottiin live-chat painiketta, jotta asiakas voisi tarvittaessa ottaa yhteyttä asiakaspalveluun. Asiakaspalvelun jonoon pääseminen koettiin hankalaksi, koska chatbotin avattua asiakkaan tulee vierittää hiirtä asiakaspalvelun löytämiseksi. Asiakaskokemuksen parantamiseksi ehdotettiin myös, että asiakasneuvoja näkisi asiakkaan käymän keskustelun chatbotin kanssa heti live-chatin alkessa.

Usein kysytyt kysymykset koettiin hyvin saatavilla oleviksi, mutta osa vastaajista huomautti, että asiakas ei välttämättä löydä valmiista vaihtoehdoista haluamaansa. Otsikoiden samankaltaisuus koettiin epäkäytännölliseksi ja ne vaativat käyttäjältä liian monen vaihtoehdon tai asiasanan klikkaamista päästäkseen etsimänsä tiedon äärelle. Vastaajien mukaan on mahdollista, ettei asiakas välttämättä löydä haluamaansa yhdellä kertaa. Avoimen kysymyksen kirjoittamisen mahdollisuus chatbotille koettaisiin helpottavan tilannetta.

Osa vastaajista toivoi, että Fölin matkakorttien tuotevaihtoehdoista ja korttityypin muuttamisesta olisi saatavilla yksityiskohtaisempaa tietoa ja suurempia kysymyksiä asiakkaille. Chatbotin vastaukset korttityypin vaihtoon ja ominaisuuksiin liittyen koettiin liian rajallisiksi. Korvausasioissa nähtiin tarpeelliseksi lisätä chatbotin vastauksiin linkki liikennöitsijöiden yhteystietoihin.

Chatbotin alunäkymään liittyen useampi vastaaja toivoi, että reittiopas-vaihtoehto sijoitettaisiin ylemmäksi, koska reittien manuaalinen kirjoittaminen koettiin liian aikaa vieväksi. Kaksi vastaajista oli sitä mieltä, ettei heillä ollut antaa parannusehdotuksia ja yksi vastaajista kertoi, ettei osannut sanoa vähäisen käyttökokemuksen vuoksi.

Kolmas avoin kysymys oli "Onko sinulla muita kommentteja tai kehitysideoita liittyen Fölin chatbottiin?". Avoimeen kysymykseen tuli 12 vastausta.

Useampi vastaaja esitti toiveen, että chatbottia päivitetään aktiivisesti ja saatava tieto olisi aina ajantasaista. Yksi vastaajista nosti myös esille, että asiakkaiden kokemuksia chatbotin käytöstä tulevaisuudessa tulisi myös tarkastella, jotta siitä saataisiin kokonaisuudessaan kattavampi kuva chatbotista.

Vastaajat toivoivat, että asiakkailta tulisi olla mahdollisuus kirjoittaa omia kysymyksiä suoraan chatbotille. Jos chatbot ei osaisi vastata asiakkaan kysymykseen, sen tulisi ohjata asiakas keskustelemaan asiakasneuvojan kanssa "siirry live-chattiin" -painikkeen kautta. Useampi vastaaja ehdotti myös suoran live-chat painikkeen tuomista chatbottiin, jotta asiakkaan ei tarvitsisi mennä "jokin muu asia"-painikkeen kautta.

Useampi vastaaja toivoi myös, että chatbotista tehtäisiin pysyvä osa asiakaspalvelua. Perusteluna oli, että sen koettiin olevan juuri sopivan yksinkertainen vastaamaan Fölin asiakkaiden tarpeisiin ja että keskeiset asiat löytyvät sen kautta.

Yksi vastaajista ehdotti, että chatbot voisi opastaa asiakkaita Fölin nettilatauspalvelussa (Fölikauppa), erityisesti työmatkaedun ja koulumatkatukikorttien laatamisessa. Vastaaja toi esiin myös sen, että muilla palveluntarjoajilla, mm. Verohallinnolla, chatbot opastaa vaihe vaiheelta veroilmoituksen tekemisessä ja että samalla tavalla toimiva chatbot voisi olla hyödyllinen myös Fölin asiakkaille. Suurten tapahtumien, kuten Turussa Ruisrockin, lähestyessä chatbotin tulisi myös pystyä tarjoamaan valmiita vastauksia festivaalibussien lähimaksuveloituksista. Lisäksi ehdotettiin, että chatbotissa voisi olla saatavilla opiskelijoille ohjeita opiskelija-alennuksen hankkimiseen matkakortille sekä ajankoh- taista tietoa Fölin liikkuvan pop up- palvelupisteen vierailuista.

7 YHTEENVETO

Kyselytutkimuksen vastausten perusteella suurin osa asiakaspalveluhenkilöstöstä on ollut tyytyväisiä chatbotin käyttöönottoon puolentoista kuukauden jälkeen Fölin asiakaspalvelussa. Tutkimustulokset osoittavat, että suurin osa vastaajista koki chatbotin vastaavan hyvin asiakkaiden yleisempiin kysymyksiin. Nykyisessä muodossaan chatbot on onnistunut asiakaspalvelun näkökulmasta vastaamaan sisällöltään asiakkaiden tarpeisiin. Vastaajat pitivät chatbotin tarjoamia sisältölaatikoiden vastauksia selkeinä ja ymmärrettävinä ja lisäksi chatbotin kyky ohjata asiakasta loogisesti kohti oikeaa ratkaisua nostettiin esiin.

Fölin chatbotin käyttöönoton vaikutus chatin kautta tulevien yhteydenottojen määrään jakoi vastaajien mielipiteet. Hieman yli puolet vastaajista oli samaa mieltä siitä, että yhteydenotot ovat vähentyneet chatbotin myötä, kun taas noin puolet vastaajista ei ollut samaa eikä eri mieltä. Lähes kaikki vastaajat kokivat chatbotin hyödylliseksi asiakkaalle. Kuitenkin chatbotin nykyinen toiminnallisuus ja avointen kysymysten sallimisen tarpeellisuus jakoi mielipiteitä. Enemmistö vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä tai täysin samaa mieltä siitä, että chatbot olisi hyödyllisempi, jos avoimet kysymykset olisivat sallittuja. Toisaalta osa vastaajista oli eri mieltä ja piti nykyistä toiminnallisuutta riittävänä.

Vastaajat nostivat esille kehitystarpeita, kuten monikielisyyden lisäämisen, valikkovaihtoehtojen selkeyttämisen sekä mahdollisuuden asiakaspalveluhenkilöstölle nähdä chatbotin kanssa käydyt keskustelut live-chatin alkaessa. Lisäksi live-chat painikkeen näkyvämpi sijainti sivustolla parantaisi sen saavutettavuutta. Osa huomautti, että chatbotin keskustelupolut eivät aina päättyneet yhdenmukaisesti, sillä chatbot ei ehdottanut siirtymistä asiakaspalveluun keskustelun loppuksi.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että kyselyyn saatujen vastausten perusteella henkilöstö on suhtautunut chatbotin käyttöönottoon myönteisesti. Chatbot nähdään yleisesti hyödyllisenä ja tarpeellisenä nykypäivän

asiakaspalvelussa. Chatbotin avulla asiakkaat voivat itsenäisesti saada vastauksia usein kysytyihin kysymyksiin, mikä vähentää asiakaspalveluun tulevia yhteydenottoja. Koska chatbotin sisältölaatikot ovat ennalta määritellyt, asiakkaat voivat toistaiseksi valita vain valmiiksi annetuista vaihtoehdoista sopivimman.

Tutkimustuloksia tarkastellessa voidaan havaita yhteys teoriaosassa esitettyihin hyötyihin ja haittoihin. Chatbotit voivat parantaa asiakaspalvelun tehokkuutta ja vastata yleisimpiin kysymyksiin, mikä vahvistaa näkemystä siitä, että chatbot voi vähentää asiakaspalvelun kuormitusta ja tarjota asiakkaille mahdollisuuden itsenäiseen tiedonhakuun. Toisaalta kehitystarpeiden osalta monikielisuuden lisääminen ja avointen kysymysten salliminen osoittavat, että chatbotin käytettävyydessä on edelleen parantamisen varaa. Teoria tukee näkemystä siitä, että uusi teknologia vaatii jatkuvaa kehittämistä vastatakseen käyttäjien tarpeisiin optimaalisesti.

Tutkimustulosten pohjalta nousi esiin useita potentiaalisia kehitysideoita, jotka ovat toteuttamiskelpoisia lyhyellä aikavälillä ilman suuria investointeja. Chatbotin sisältölaatikoiden otsikot ja keskustelupolkujen sisältö ovat helposti muokattavissa, ja pienellä muutoksilla niitä voidaan kehittää asiakasystävällisemmäksi. Chatbotin kääntäminen ruotsin- ja englannin kielelle tai tekoälyn hyödyntäminen Fölin chatbotin jatkokehittämisessä ovat kehitysehdotuksia, jotka vaativat enemmän aikaa, mutta asiakaspalveluhenkilöstön mukaan ne parantaisivat palvelua ja auttaisivat palvelemaan asiakkaita entistä paremmin.

8 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi on ollut mielenkiintoinen projekti ja olen oppinut paljon uutta tutkimusta tehdessä. Opinnäytetyöni lähti liikkeelle otettuani yhteyttä Föliin keskustellakseni mahdollisista tutkimusaiheista ja aihe-ehdotukseni otettiin heti positiivisesti vastaan, mistä olen äärimmäisen kiitollinen.

Opinnäytetyön avulla pääsin syventymään itseäni kiinnostavan aiheeseen ja toivon valmiin tutkielman olevan myös toimeksiantajalleni hyödyllinen. Kokopäivätyöhön opinnäytetyön yhdistäminen on ollut ajoittain haastavaa aikataulullisesti, mutta palkitsevaa. Jos tekisin vastaavanlaisen työn uudestaan, aikatauluttaisin alusta asti tarkemmin työn eri vaiheet ja pyrkisin pitäytymään aikataulussa paremmin.

Mielestäni onnistuin vastaamaan opinnäytetyössäni asettamaani päätutkimuskysymykseen, joka käsitteli chatbotin käyttöönottoa. Asiakaspalveluhenkilöstölle teettämäni kyselyn avulla kartoitettiin chatbotin käyttöönoton kokemuksia ja saatiin selville, miten henkilöstö on suhtautunut chatbot-kokeiluun. Avoimien kysymysten vastaukset täydensivät tietoa chatbotin hyödyistä ja haasteista. Myös ala-tutkimuskysymyksiin saadut vastaukset toivat lisätietoa chatbot-kokeilun onnistumisesta. Chatbotin koettiin olevan tarpeellinen joukkoliikenteen asiakaspalvelussa, sillä osa työtehtävistä, kuten usein kysytyt kysymykset, voidaan automatisoida sen avulla. Vaikka chatbot ei nykyisessä muodossaan pysty korvaamaan työntekijäpohjaista asiakaspalvelua kokonaan, se voi täydentää ja keventää asiakaspalvelijoiden työkuormaa live-chatissa. Chatbot koettiin yleisesti hyödylliseksi apuvälineeksi ja kokeilun toivottiin jäävän pysyväksi osaksi asiakaspalvelua.

Olen pohtinut olisiko tutkimusmenetelmänä määrällisen sijaan ollut hyödyllisempää valita laadullinen tutkimusmenetelmä. Haastattelut olisivat voineet tarjota syvällisempää tietoa chatbotin käyttöönotosta ja mahdollistaa vielä perusteellisemmän perehtymisen aiheeseen. Esimerkiksi viiden henkilön haastattelu olisi voinut avata tutkimustuloksia entistä tarkemmin. Kuitenkin määrällinen tutkimusmenetelmä mahdollisti laajemman vastaajajoukon, mikä oli tärkeää tutkimuksen kattavuuden kannalta. Halusin myös, että mahdollisimman monella asiakaspalveluhenkilöstön jäsenellä olisi mahdollisuus osallistua tutkimukseen. Haastattelun järjestäminen 15 henkilölle ja niiden läpikäynti olisivat vaatineet huomattavasti enemmän aikaa, mikä ei olisi tutkimuksen kannalta tarkoituksenmukaista tai tuonut huomattavaa lisäarvoa.

Onnistuin työn osalta saavuttamaan itselleni asetetut tavoitteet ja koen olevani tyytyväinen lopputulokseen. Tavoitteenani oli saada tutkimustulosten avulla konkreettisia kehitysideoita toimeksiantajalleni. Vaikka tutkimusotanta ei ollut kovin suuri, koen että kyselyyni saamani vastausten määrä oli riittävä opinnäytetyötä varten. Lisäksi asiakaspalvelussa työskentelevän henkilöstön määrä ei mahdollistaisi kovinkaan paljon suuremman otannan saamista tutkimuksen pohjaksi.

Opinnäytetyöstäni on toivottavasti hyötyä tulevaisuudessa, sillä aiheeni liittyy vahvasti tulevaisuuden asiakaspalveluun. Laajempi perehtyminen aiheeseen on vahvistanut substanssiosaamistani aihealueen tiimoilta. Olen esimerkiksi saanut syvällisemmän ymmärryksen asiakaspalvelun kehittymisestä vuosien varrella sekä konkreettisemmän käsityksen siitä, miten chatbotit voivat toimia asiakaspalvelun tukena. Erilaisten teknologioiden käyttö asiakaspalvelun tukena on jo arkipäivää nyky-yhteiskunnassa. Asiakaspalvelu on digitaalisten välineiden myötä muuttunut ja digitaalisen asiakaspalvelun kehittäminen on noussut entistä tärkeämmäksi. Digitaalisuus on tuonut asiakaspalveluun uusia mahdollisuuksia ja nykypäivänä chatbot yrityksen nettisivuilla on alkanut olla uusi normaali ja asiakkaiden odotukset ovat kasvaneet asiakaspalvelun nopeutta ja joustavuutta kohtaan.

Tutkimuksen korkea vastausprosentti viittaa siihen, että suuri osa asiakaspalveluhenkilöstöstä oli kiinnostunut kyselyyn vastaamisesta. On kuitenkin otettava huomioon, että kaikkien työntekijöiden vastauksia ei saatu. Kaikilla vastaajilla ei välttämättä ole samanlaista pohjatietoa chatbotista, mikä on saattanut vaikuttaa vastauksiin. Vastaajat, joilla on enemmän kokemusta tai tietoa chatboteista, voivat nähdä toimivuuden eri tavalla kuin ne, jotka ovat vähemmän perehtyneitä chatbotin toimintaan. Tämän seurauksena vastauksissa voi luonnollisesti näkyä erilaisia näkökulmia ja aiempia kokemuksia.

Tutkimuksen kohderyhmän, eli asiakaspalveluhenkilöstön, valinta lisää tutkimuksen luotettavuutta, sillä heillä on syvälinen ymmärrys chatbotin käytöstä ja sen vaikutuksista päivittäisessä työssä. Asiakaspalveluhenkilöstö kykenee arvioimaan chatbotin sisällöllisen toimivuuden heidän työnsä näkökulmasta,

mikä tekee heidän havaintonsa erityisen arvokkaiksi ja merkittäviksi kehittämisen kannalta.

Toimeksiantajalle tutkimustulokset tarjoavat merkittävää hyötyä. Tutkimuksella on saatu selville arvokasta tietoa siitä, miten asiakaspalveluhenkilöstö kokee chatbotin toiminnan henkilöstön apuvälineenä ja tuo esiin kehittämismahdollisuudet. Vastauksissa nousi esiin useita kehitys- ja parannusideoita, jotka tarjoavat suoraa hyötyä toimeksiantajalle palvelun kehittämisessä. Föli voi annettujen ehdotusten pohjalta parantaa chatbotin toimintaa ja mukauttaa sitä sopimaan paremmin asiakaspalvelun tarpeisiin.

Chatbotin keskustelupolut ovat helposti muokattavissa, mikä antaa Fölille mahdollisuuden joustaviin ja nopeisiin muutoksiin tarpeen mukaan. Isoin kehitysidea olisi avoimien kysymysten salliminen, joka ei tällä hetkellä ole mahdollista chatbotin nykyisessä versiossa. Parannus edellyttäisi tekoälyn hyödyntämistä, mikä voi asettaa budjetillisen haasteen. Föli voi kuitenkin arvioida, olisiko idea toteuttamiskelpoinen ja miten se voisi vaikuttaa asiakaspalvelun laatuun ja tehokkuuteen. Live-chat-painikkeen sijoittaminen chatbotin valikkolaitikoiden alkuun mahdollistaisi asiakkaan suoran ohjautuvuuden chatbotilta asiakaspalvelijalle ongelmatilanteissa. Tällä hetkellä asiakkaan ohjautuminen live-chattiin kulkeutuu useamman välivaiheen kautta, mikä saattaa tietyissä tapauksissa heikentää asiakaspalvelukokemusta. Lisäksi Fölin tulisi kiinnittää huomiota chatbotin keskustelupolkujen päättymisen yhdenmukaistamiseen, jotta asiakas saisi kaikissa tapauksissa mahdollisuuden keskustella asiakaspalvelijan kanssa live-chatin kautta.

Jatkotutkimusmahdollisuuksia on useita, jotka voisivat täydentää tätä tutkimusta. Asiakaspalveluhenkilöstön näkökulman lisäksi asiakastyytyväisyyden tutkiminen tarjoaisi arvokasta tietoa chatbotin toimintaan liittyen. Asiakastyytyväisyys on Fölille keskeinen tekijä, sillä asiakkaat ovat palvelun varsinaiset käyttäjät. Heidän kokemuksensa tarjoaisivat erilaisen näkökulman kehityskohteisiin, jotka eivät välttämättä nouse esiin henkilöstön vastauksissa. Asiakkailta saadun palautteen avulla voitaisiin selvittää, miten chatbot vastaa heidän

tarpeisiinsa ja odotuksiinsa, ja sen perusteella palvelua voitaisiin kehittää entistä asiakaslähtöisemmäksi.

LÄHTEET

Aarnikoivu, H. (2005). Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WS Bookwell Oy.

Ahvenainen, P. & Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus. Helsinki: Kauppakamari.

Adamopoulou, E. & Moussiade, L. (2020). Sciencedirect. Chatbots: History, technology, and applications. Haettu 8.5.2024 osoitteesta <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666827020300062>

Apple, (2024). Siri. Haettu 18.6.2024 osoitteesta <https://www.apple.com/siri/>

Bergström, S. & Leppänen, A. (2018). Yrityksen asiakasmarkkinointi. 18. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Bergström, S. & Leppänen, A. (2021). Yrityksen asiakasmarkkinointi. 19. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Caffyn, G., (4.10.2016). How KLM uses artificial intelligence in customer service, Digiday. Haettu 2.6.2024 osoitteesta <https://digiday.com/marketing/klm-uses-artificial-intelligences-customer-service/>

Church, B., (5.9.2023). 5 types of chatbot and how to choose the right one for your business. Haettu 21.4.2024 osoitteesta <https://www.ibm.com/blog/chatbot-types/>

Debecker, A., (4.5.2017). A Closer Look at Chatbot ALICE. Ubisend. Haettu 10.5.2024 osoitteesta <https://blog.ubisend.com/discover-chatbots/chatbot-alice>

Elisa, (7.10.2021). Millainen on tulevaisuuden asiakaspalvelija. Haettu 27.5.2024 osoitteesta <https://yrityksille.elisa.fi/ideat/millainen-on-tulevaisuuden-asiakaspalvelija/>

Elisa, (2024). Chatilla ja chatbotilla palvelet asiakkaitasi nopeammin verkossa. Haettu 1.6.2024 osoitteesta <https://yrityksille.elisa.fi/chatpalvelu>

Filenius, M. (2015). Digitaalinen asiakaskokemus: Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo.

Foli, (2020). Toimintakertomus 2020. Haettu 22.5.2024 osoitteesta https://cms.foli.fi/sites/default/files/documents-2021-08/F%C3%B6li_vuosiker-tomus2020_saavutettava_0.pdf

Foli, (2024a). Tietoa Fölistä. Haettu 22.5.2024 osoitteesta <https://www.foli.fi/fi/etsitk%C3%B6n%C3%A4it%C3%A4/tietoa-f%C3%B6list%C3%A4>

Foli, (2024b). Hei ja tervetuloa. Haettu 22.5.2024 osoitteesta <https://www.foli.fi/fi/hei-ja-tervetuloa>

Foli, (2024c). Toimintakertomus 2023. Haettu 22.5.2024 osoitteesta <https://www.foli.fi/fi/etsitk%C3%B6n%C3%A4it%C3%A4/tietoa-f%C3%B6list%C3%A4/toimintakertomukset-ja-selvitykset>

Foli, (2024d). Föllärit. Haettu 23.5.2024 osoitteesta <https://www.foli.fi/fi/aika-aulut-ja-reitit/f%C3%B6lifillarit>

Foli, (2024e). Asiakaspalvelu. Haettu 23.5. osoitteesta <https://www.foli.fi/fi/asiakaspalvelu>

Gartner, (31.7.2019). Chatbots Will Appeal to Modern Workers. Haettu 3.6.2024 osoitteesta <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/chatbots-will-appeal-to-modern-workers>

Gartner, (27.7.2022). Gartner Predicts Chatbots Will Become a Primary Customer Service Channel Within Five Years. Haettu 29.5.2024 osoitteesta <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-07-27-gartner-predicts-chatbots-will-become-a-primary-customer-service-channel-within-five-years>

Gartner, (30.10.2023). Adapting to the Customer Service Preferences of Gen Z and Millennials. Haettu 15.6. osoitteesta <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2023-10-30-adapting-to-the-customer-service-preferences-of-gen-z-and-millennials>

Groweo, (26.2.2022). Flowchart vai Decision tree? Haettu 18.5.2024 osoitteesta <https://www.groweo.com/passiivinen-vai-aktiivinen-chatbot/>

Halmeaho, V., (6.10.2021). 5 syytä, miksi chattia kannattaa hyödyntää asiakaspalvelussa. Haettu 15.6.2024 osoitteesta <https://www.salesforce.com/fi/blog/2021/chat-asiakaspalvelun-valineena.html>

Halmeaho, V., (28.11.2022). Chatbot FAQ – kaikki mitä sinun tulee tietää chatboteista. Haettu 19.6.2024 osoitteesta <https://www.salesforce.com/fi/blog/2018/chatbot-usein-kysytyt-kysymykset.html>

Hiekkänen, K., (17.4.2020). Miten asiakaspalvelun automatisointi voi parantaa asiakaskokemusta? Novellus. Haettu 7.4.2024 osoitteesta <https://novellus.fi/asiakaspalvelu/miten-asiakaspalvelun-automatisointi-voi-parantaa-asiakaskokemusta/>

Humm, (18.1.2024). Asiakaspalvelun ulkoistajan opas. Haettu 16.5.2024 osoitteesta <https://hummm.fi/materiaalit/opas-asiakaspalvelun-ulkoistaminen/>

Huttunen, K., (21.1.2021). Chat-palvelu sivustolle. Haettu 31.5.2024 osoitteesta <https://www.zoner.fi/kotisivut/chat/>

Ilmarinen, V. & Koskela, K. (2015). Digitalisaatio: yritysjohton käsikirja. Talentum.

Kananen, J. (2014). Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. (2015). Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitat opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Keckman-Koivuniemi, H & Borg, S. (2023). Tietoarkisto. Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.

Komulainen, M., (2018). Menesty digimarkkinoinnilla. Kauppakamari.

Koponen, A., (8.11.2022). Säästä rahaa ja lisää samalla myyntiä? Avuksi proaktiivinen asiakaspalvelu. Haettu 28.5.2024 osoitteesta <https://firstgoal.fi/blogi/proaktiivinen-asiakaspalvelu/>

Korkiakoski, K. & Gerdt, B. (2016). Ylivoimainen asiakaskokemus: työkalupakki. Talentum.

Kortas, Tobias (7.2.2024). Self-service: what it means. Haettu 9.6.2024 osoitteesta <https://otrs.com/otrsmag/self-service/>

Kottila, S., (13.1.2022). Tekoälybotti vs. sääntöpohjainen botti. Leadoo. Haettu 2.5.2024 osoitteesta <https://leadoo.com/fi/blog/tekoalybotti-vs-saanto-pohjainen-botti/>

Leadoo, (2024). Kattava ChatBot-opas. Haettu 11.5.2024 osoitteesta <https://leadoo.com/fi/guides-new/kattava-chatbot-opas/>

Line Carrier, (13.3.2024). Chat – Myynnin vai asiakaspalvelun työkalu? Haettu 6.6.2024 osoitteesta <https://www.linecarrier.fi/artikkelit/chat-myyntin-vai-asiakaspalvelun-tyokalu/>

Marttinen, J., (2018). Palvelukseen halutaan robotti: tekoäly ja tulevaisuuden työelämä. Aula & Co.

Merilehto, A., (2018). Tekoäly matkaopas johtajalle. Alma Talent.

Oksanen, J., (16.4.2024). Tehokas chattibotti – 7 vinkkiä chatbotin hyödyntämiseen. Haettu 29.5.2024 osoitteesta <https://serviceform.fi/tehokas-chattibotti>

Rubanovitsch, M., (2018). Myyntikapina: korvaako kone ihmisen myyntityössä. OY Imperial Sales AB/Johtajatiimi, [2018]. 1. painos

Saksman, M., (15.6.2024). Chatbotit ja tekoäly – asiakaspalvelun uusi aikakausi. Haettu 26.6.2024 osoitteesta <https://www.sovellin.com/chatbotit-ja-tekoaly-asiakaspalvelun-uusi-aikakausi/>

Šimonélyté, M., (17.4.2023). Mikä on chatbot? Chatbot-tyypit, esimerkkejä ja käyttötapoja. NordVPN. Haettu 2.5.2024 osoitteesta <https://nordvpn.com/fi/blog/mika-on-chatbot/>

Tietosuoja, (2024). Tieteellinen tutkimus ja tietosuoja. Haettu 5.6. osoitteesta 2024 <https://tietosuoja.fi/tieteellinen-tutkimus>

Turku, (25.3.2024). Turun kaupungin tilinpäätös. Haettu 1.6.2024 osoitteesta https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/turun_kaupungin_tilinpaa-tos_2023_pdf.pdf

Uusitalo, I., (2.3.2022). Mitä asiakaspolut ovat ja miten niitä voi mallintaa? Haettu 30.5.2024 osoitteesta <https://www.salesforce.com/fi/blog/2020/asiakaspolut.html>

Valtiovarainministeriö, (2015). Etäpalvelujen käyttöönoton käsikirja. Haettu 31.5.2024 osoitteesta <https://vm.fi/documents/10623/360844/Et%C3%A4palvelujen+k%C3%A4ytt%C3%B6noton+k%C3%A4sikirja/6644b47c-3b1f-4d80-9629-12d0e0a2b394>

Vilka, H. (2021). Tutki ja kehitä. 5., päivitetty painos. PS-kustannus.

Zemčík, T. (2019). A Brief History of Chatbots. Haettu 28.4.2024 osoitteesta https://www.researchgate.net/publication/336734161_A_Brief_History_of_Chatbots

Fölin chatbotin tarjoamat sisältölaatikot vastaavat sisällöltään asiakkaiden tarpeita *

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

Fölin chatbotin antamat vastaukset ovat selkeitä ja ymmärrettäviä *

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

Fölin chatbot ohjaa asiakasta loogisesti kohti oikeaa ratkaisua *

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

Fölin chatbotin käyttöönotto on vähentänyt yhteydenottoja chatin kautta *

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

Koen Fölin chatbotin hyödylliseksi asiakkaalle *

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

Fölin chatbot olisi hyödyllisempi, jos asiakas voisi valmisvalikon sijaan kirjoittaa *
avoimen kysymyksen chatbotille

1 2 3 4 5

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

Fölin chatbot parantaa asiakaskokemusta *

1 2 3 4 5

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

Koen Fölin chatbotin helpottaneen työtäni asiakaspalvelussa *

1 2 3 4 5

Chatbot on tarpeellinen nykypäivän asiakaspalvelussa *

1 2 3 4 5

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

Tulisiko Fölin chatbot-kokeilun jäädä pysyväksi osaksi asiakaspalvelua? Perustele *
vastauksesi

Oma vastauksesi

Mitä parannuksia haluaisit Fölin chatbotin toimintaan asiakaspalvelun näkökulmasta? *

Oma vastauksesi

Onko sinulla muita kommentteja tai kehitysideoita liittyen Fölin chatbottiin? *

Oma vastauksesi

LIITE 2

Hei asiointipalvelun väki,

Teen opinnäytetyötä Fölin chatbotin käyttöönotosta asiakaspalvelussa. Tutkimukseni tarkoitus on selvittää vuoden kestävästä chatbot-kokeilun hyödyllisyys ja tarpeellisuus asiakaspalveluhenkilöstön näkökulmasta.

Kysely on tarkoitettu Kauppatorin monitorin asiointipalvelussa Fölin asiakaspalvelua tekeville työntekijöille. Kyselyyn vastataan anonymisti ja se vie noin 5-10 minuuttia. Tutkimusaineisto kerätään vain tätä opinnäytetyötä varten ja kerätyt tiedot hävitetään opinnäytetyön valmistuttua. Tutkimustulokset esitetään yleisellä tasolla eikä yksittäisiä vastauksia ole mahdollista tunnistaa.

Olen kiitollinen, jos ehdit vastaamaan kyselyyn. Kaikki vastaukset ovat tärkeitä tutkimukselleni ja toimeksiantajalleni Turun seudun joukkoliikenne Fölille.

Kyselyyn pääset tästä linkistä: <https://forms.gle/jiH9Qcigh48xYG2i9>

Kysely on auki 26.6.2024 asti.

Opinnäytetyö julkaistaan theseus.fi sivustolla syksyllä 2024. Mikäli sinulla on kysyttävää tutkimuksestani tai kyselyyn liittyen, voit laittaa minulle sähköpostia alexandra.willems@student.samk.fi.

Ystävällisin terveisin,

Alexandra Willems

ALT21SR

alexandra.willems@student.samk.fi