

Arto Pokela

**PALVELUKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN KIINTEISTÖ- JA TOIMITILAPALVE-
LUISSA**

PALVELUKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN KIINTEISTÖ- JA TOIMITILAPALVE- LUISSA

Arto Pokela
Opinnäytetyö
Syksy 2024
YAMK, Palveluliiketoiminta
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Insinööri YAMK, Palveluliiketoiminnan kehittäminen

Tekijä: Arto Pokela

Opinnäytetyön nimi: Palvelukokemuksen kehittäminen kiinteistö- ja toimitilapalveluissa

Työn ohjaaja: Vesa Moilanen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: syksy 2024

Sivumäärä: 47 + 2 liitettä

Kiinteistö- ja toimitilapalveluiden tuotanto tapahtuu suurelta osin ihmisen tekemänä. Robotiikka ja sähköiset järjestelmät ovat helpottamassa osaltaan palveluntuotantoa, mutta nekin toimivat ihmisen käyttämänä. Kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palveluita tuottavat työntekijät tapaavat asiakkaansa päivittäin useita kertoja päivässä. Tämän takia palvelutapahtumia esiintyy usein samojen ihmisten välillä vuositasolla paljon. Jokaisesta palvelutapahtumasta muodostuu asiakkaalle palvelukokemus ja työntekijälle työntekijäkokemus.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli löytää kehitysideoita ja uusia toimintamalleja, joilla kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemusta ja asiakastytyväisyyttä saataisiin parannettua organisaatiosta ja palveluntuottajasta riippumatta. Tutkimustyö toteutettiin neljän tutkimuskysymyksen avulla:

1. Mitä palvelukokemus tarkoittaa kiinteistö- ja toimitilapalveluissa?
2. Mitkä asiat vaikuttavat positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?
3. Mitkä asiat vaikuttavat negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?
4. Mikä parantaisi palvelukokemusta kiinteistö- ja toimitilapalveluissa?

Tutkimustyö oli tutkimuksellinen kehitystyö, ja lähestymistapana oli tapaustutkimus, jonka tarkoituksena oli tuottaa kehitysideoita. Tutkimus sisälsi asiakkaille suunnatun kyselyn ja ideointityöpajat palveluntuottajaryityksien kanssa. Asiakaskyselyyn vastasi 54 asiakasta ja työpajoihin osallistui kahdeksan palveluntuottajan esihenkilöä kolmesta alan yrityksestä.

Tutkimuksen tulos vahvisti tietoa siitä, etteivät kiinteistö- ja toimitilapalveluiden asiakkaat tunne palvelukokemusermiä sen varsinaisen määritelmän mukaisesti. Suurelta osin vastaukset ja kommentit olivat enemmän asiakaskokemukseen ja työn lopputuloksen laatuun liittyviä asioita. Palvelukokemuksen määritelmän mukaisesti tutkimuksen tuloksista havaittiin, että vuorovaikutustilanteissa positiivisen palvelukokemuksen syntymisen varmistavat asiakkaan huomaaminen, huomioiminen ja tarpeen täyttäminen.

Tutkimustyön pohjalta valikoitui kymmenen kehitysideoa palvelukokemuksen parantamiseen: ennakkotiedottamisen parantaminen, kohdetapaamiset, ympäristöstävällisyyden korostaminen, asiakasläheisyyden lisääminen, palvelupyynnöprosessin nopeuttaminen, vuorovaikutustaitojen kehittäminen, palautekanavien kehittäminen, henkilöstön ja palveluiden esittely, chat-palvelun avaaminen ja työntekijäkokemuksen parantaminen.

Asiasanat:

palvelukokemus, asiakaskokemus, kiinteistö- ja toimitilapalvelut

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Master of Engineering, Degree Programme in Service Business Development

Author: Arto Pokela

Title of thesis: Development of Service Experience in Real Estate and Business Premises Services

Supervisor: Vesa Moilanen

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2024

Number of pages: 47+2 appendices

The production of real estate and facility services is largely man-made. Robotics and electronic systems are helping to facilitate service production, but they are also human-powered. Employees providing real estate and facility services meet their clients daily, and often several times a day. As a result, the number of service contacts between the same people on an annual basis is high. Each service contact constitutes a service experience for the customer and an employee experience for the employee.

The aim of this thesis was to find development ideas and new operating models to improve the service experience and customer satisfaction in real estate and facility services, regardless of the organization and service provider. The result of the thesis confirmed that customers in the real estate and facility services sector are not familiar with the term service experience in its actual definition. The responses were largely more related to the customer experience and the quality of the work. The results of the empirically based survey showed that in interaction situations, the positive service experience is ensured by listening to the customer, paying attention and fulfilling their needs.

Keywords:

service experience, customer experience, real estate and office services

SISÄLLYS

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | JOHDANTO | 6 |
| 1.1 | Tarkoitus, tavoite ja tutkimuskysymykset..... | 7 |
| 1.2 | Tutkimuksen lähtökohdat, tutkimusmenetelmät ja rakenne | 8 |
| 2 | PALVELUKOKEMUS KIIINTEISTÖ- JA TOIMITILAPALVELUISSA..... | 10 |
| 2.1 | Palvelukokemus | 11 |
| 2.2 | Palvelukokemuksen erityispiirteet kiinteistö- ja toimitilapalveluissa | 14 |
| 2.3 | Megatrendien vaikutus kiinteistö- ja toimitilapalveluihin..... | 15 |
| 2.4 | Palveluliiketoiminnan kehittäminen..... | 17 |
| 3 | PALVELUKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN KIIINTEISTÖ- JA TOIMITILAPALVELUISSA .. | 23 |
| 3.1 | Palveluiden järjestäminen Senaatti- kiinteistöjen asiakkaille | 23 |
| 3.2 | Kyselytutkimus asiakkaille | 24 |
| 3.2.1 | Tutkimuksen otanta..... | 24 |
| 3.2.2 | Kyselyn vastaukset | 24 |
| 3.3 | Ideointityöpajat palveluntuottajien esihenkilöstön kanssa..... | 33 |
| 3.3.1 | Ideointityöpajan osallistujat | 34 |
| 3.3.2 | Ideointityöpajan toteutus | 34 |
| 3.3.3 | Ideointityöpajan tulokset..... | 37 |
| 4 | TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET | 39 |
| 4.1 | Tutkimuskysymykset | 39 |
| 4.2 | Kehittämisehdotukset | 41 |
| 4.3 | Johtopäätökset..... | 43 |
| 5 | POHDINTA | 45 |
| | LÄHTEET | 46 |
| | LIITTEET | 50 |

1 JOHDANTO

Palvelukokemus on ihmisen luoma kokemus palvelutapahtumassa. Kiinteistö- ja toimitilapalveluissa ihmisen rooli on erittäin suuri. Vaikka monet palvelut ovat digitalisoituneet, kiinteistö- ja toimitilapalveluissa ihmiset suorittavat tehtäviään kiinteistöissä ja toimitiloissa asiakkaiden ollessa paikalla. Tämän takia asiakkaan kokema palvelukokemus vaikuttaa suoraan asiakastyytyvyyteen. Työntekijä on palveluntuottajan käyntikortti.

Palvelukokemus on yksi asiakaskokemuksen monista eri muodoista. Yleisesti palvelukokemuksella tarkoitetaan ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa rakentuvaa kokemusta palveluista. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 63.) Kiinteistö- ja toimitilapalveluissa esiintyy myös muita asiakaskokemuksen muotoja, kuten brändikokemus, käyttökokemus ja hintakokemus.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on Senaatti-kiinteistöt, ja opinnäytetyössä tutkitaan Senaatti-kiinteistöjen asiakkaiden palvelukokemukseen liittyviä kokemuksia ja käsityksiä. Asiakastyytyvyys on ratkaisevassa asemassa alati laajenevien palveluiden maailmassa. Tyytyväinen asiakas on palveluntuottajan ja tilaajan yhteinen tavoite.

Senaatti-kiinteistöt on Suomen valtion liikelaitos ja valtiohallinnon työympäristökumppani. Senaatti-kiinteistöjen toimintaa ohjaa laki Senaatti-kiinteistöistä. (Laki Senaatti-kiinteistöistä 1018/2020 2 §.) Palveluiden järjestäminen valtiohallinnon käytössä oleviin tiloihin on yksi Senaatti-kiinteistöjen tärkeimmistä tehtävistä ja palvelutuotteiden määrä kasvaa lähes vuosittain uusilla palveluilla.

Tällä hetkellä Senaatti-kiinteistöjen palvelutarjoamassa kiinteistö- ja toimitiloihin liittyviä palveluja ovat seuraavat palvelut: Toimitilapalvelut, digitaaliset palvelut ja turvallisuuspalvelut. Toimitilapalvelut sisältävät puhtauspalvelut, toimistopalvelut, kokous- ja cateringpalvelut, käyttöönotto- ja muuttopalvelut, kalustepalvelut ja kiertokalustepalvelut. Digitaaliset palvelut sisältävät infonäyttöpalvelut, tilavarauspalvelut, esitystekniset laitteet ja palvelut, käyttöasteenmittauspalvelut sekä tietotekniikkapalvelut yhteisiin työympäristöihin. Turvallisuuspalvelut sisältävät turvallisuuden asiantuntijapalvelut, aula- ja vartiointipalvelut, turvallisuusteknologiapalvelut, pääkäyttö- ja hälytysvalvontapalvelut ja suojelejohtamisen palvelut. Tämän lisäksi vuokrattuihin tiloihin järjestetään kiinteistönhoitopalvelut, jotka vastaavat normaalista kiinteistön ylläpidosta ja vikakorjauksista.

Palvelukokemuksen onnistumista mitataan Senaatti-kiinteistöissä vuosittain asiakastytyväisyys-tutkimuksella, joka on kohdennettu kiinteistöjen ja toimitilojen käyttäjille. Asiakastytyväisyystutkimuksesta saadaan numeerista dataa, josta voidaan analysoida palvelukokemuksen onnistumista. Asiakastytyväisyystutkimuksen tulokset käydään läpi asiakkaiden ja palvelutuottajien kanssa sekä pohditaan ongelmakohtiin parannuskeinoja. Yleensä kehityskohteiksi valikoituvat kiinteistöön tai toimitilaan liittyvät asiat. Tämän opinnäytetyön tutkimuksessa tutkitaan ihmisen luomia palvelukokemuksia ja haetaan vastauksia siihen, mitkä asiat vaikuttavat positiivisen tai negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen kiinteistö- ja toimitilapalveluissa.

1.1 Tarkoitus, tavoite ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyössä tutkitaan Senaatti-kiinteistöjen kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemukseen vaikuttavia tekijöitä sekä ilmiöitä, joita ovat esimerkiksi vallitsevat megatrendit. Työn tavoitteena on saada kehitysideoita ja löytää uusia toimintatapoja, joilla kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemusta ja asiakastytyväisyyttä saataisiin parannettua organisaatiosta ja palveluntuottajasta riippumatta. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Senaatti-kiinteistöjen yhden kiinteistöpäälliköalueen asiakkaiden ja palvelutuottajien käsityksiä ja kokemuksia palvelukokemuksesta.

Työssä vastataan neljään tutkimuskysymykseen, jotka on esitelty seuraavassa.

1. Mitä palvelukokemus tarkoittaa kiinteistö- ja toimitilapalveluissa?

Palvelukokemus on terminä kiinteistö- ja toimitilapalveluissa vielä osittain tuntematon käsite. Palveluiden määrä on ollut kasvussa Senaatissa jo useita vuosia. Eri alojen palvelutuottajien määrä on kasvanut myös. Tällä tutkimuskysymyksellä tutkitaan mitkä asiat tai tapahtumat asiakkaat mieltävät palvelukokemukseen kuuluvaksi.

2. Mitkä asiat vaikuttavat positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

Positiivisen palvelukokemuksen syntyminen voi olla monen asian summa tai vain yksi asia, josta syntyy asiakkaalle miellyttävä kokemus. Tällä tutkimuskysymyksellä tutkitaan mitkä asiat tuottavat positiivista palvelukokemusta kiinteistö- ja toimitilapalveluissa.

3. Mitkä asiat vaikuttavat negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

Negatiivisen palvelukokemuksen syntyminen voi olla monen asian summa tai vain yksi asia, josta syntyy asiakkaalle epämiellyttävä kokemus. Tällä tutkimuskysymyksellä tutkitaan mitkä asiat tuottavat negatiivista palvelukokemusta kiinteistö- ja toimitilapalveluissa.

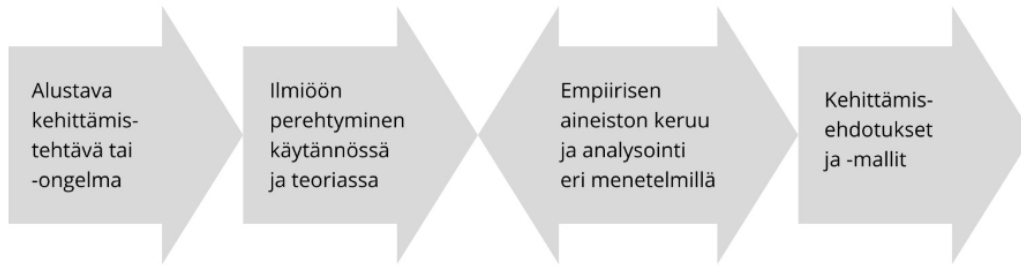
4. Mikä parantaisi palvelukokemusta kiinteistö- ja toimitilapalveluissa?

Onnistunut palvelukokemus ja hyvä asiakastyytyväisyys ovat palveluntuotannon onnistumisen ja yhteistyön jatkuvuuden tärkein tekijä. Palvelukokemuksen parantaminen ja ylläpito on tärkeää koko palvelusopimuskauden ajan. Kiinteistö- ja toimitilapalveluissa yhteistyö asiakkaan ja palveluntuottajan välillä voi kestää kymmeniäkin vuosia. Tällä tutkimuskysymyksellä tutkitaan, kuinka meneillään olevan palvelusopimuskauden palvelukokemusta voitaisiin kehittää nykyisestä tasosta myönteisempään suuntaan.

1.2 Tutkimuksen lähtökohdat, tutkimusmenetelmät ja rakenne

Tutkimuksen lähtökohtana on Senaatti-kiinteistöjen vuoden 2023 asiakastyytyväisyystutkimus, jossa asiakkaat ovat arvioineet palveluntuottajan tuottamaa palvelukokemusta seuraavanlaisissa arviointikohdissa. Siivous-, aulapalvelun-, kiinteistöhuollon- ja kunnossapidon henkilöstön palvelualltius ja työn laatu. Tutkimuksen vastaajamäärä oli 296 henkilöä tutkitun kiinteistöpäällikköalueen osalta. Tämän opinnäytetyön tutkimuksella syvennetään käsitystä ihmisen kokemaan palvelukokemukseen vaikuttavista asioista ja pyritään löytämään sekä kielteiset ja myönteiset vaikutustekijät. Tulosten perusteella voidaan luoda uusia toimintatapoja Senaatti-kiinteistöille, palveluntuottajille tai asiakkaalle itselleen ja vaikkapa koulutuksia kunkin organisaation henkilöstölle paremman palvelukokemuksen ja asiakastyytyväisyyden luomiseen.

Tutkimusmenetelmäksi on valittu tutkimuksellinen kehitystyö kuvan 1 mukaisesti. Tutkimuksellisen kehitystyön vaiheet ovat ideointivaihe, ideoiden kehitysvaihe, toteutusvaihe ja arviointivaihe. Tutkimuksellisessa kehitystyössä ei edetä käytännön toiminnan muuttamisen vaiheeseen ja näin ollen lähestymistapana käytetään tapaustutkimusta. Tapaustutkimus soveltuu lähestymistavaksi, kun tehtävänä on tuottaa kehitysideoita. Tutkimuksen kohde eli tapaus on esimerkiksi yrityksen tuote tai palvelu. Tapaustutkimuksella voi tuottaa tietoa nykyajassa tapahtuvasta ilmiöstä todellisessa ympäristössä. (Ojasalo, Moilanen, & Ritalahti 2014, 20, 52.)

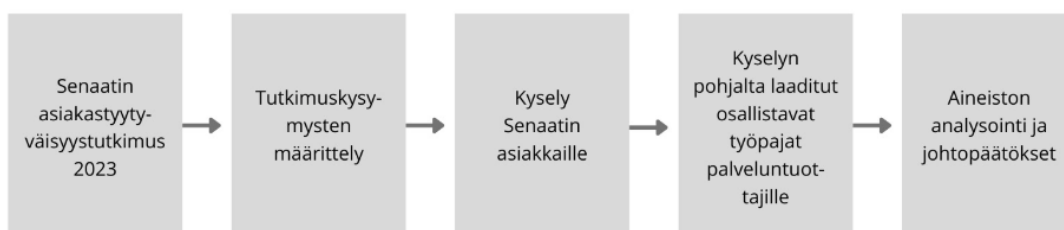


KUVA 1. Tapaustutkimuksen vaiheet (Ojasalo ym. 2014, 54)

Tutkimuksen tiedonkeruu toteutetaan sähköisenä kyselytutkimuksena (Ojasalo ym. 2014, 128). Kyselytutkimuksella kerätään ja tarkastellaan tietoa ihmisten mielipiteistä, asenteista ja arvoista. Kyselyssä käsiteltävät asiat voivat olla moniulotteisia ja monimutkaisia. (Vehkalahti 2014, 11.) Sähköinen kysely lähetetään kiinteistöpäällikköalueen tiloja ja palveluita käyttäville asiakkaille. Kokonaishenkilömäärä on useita satoja henkilöitä, mutta vastaaja määrän oletetaan pysyvän kohtuullisella tasolla. Mikäli vastaajia on tulosten käsittelyn kannalta liikaa, rajataan otantaa pienemmäksi.

Kyselytutkimuksen rinnalle otetaan aivoriihikokous, jota paremmin kuvaava termi on ideointityöpaja. Aivoriihikokous on yksi luovan ongelmanratkaisun standardimenetelmistä ja kokoukseen kutsutaan yleensä 6–12 henkilöä ja ohjaajan johdolla ideoidaan uusia lähestymistapoja tai etsitään ratkaisua ongelmaan. (Ojasalo ym. 2014, 160.) Ideointityöpaja toteutetaan kolmivaiheisena 1. Selvittelyvaihe. 2. Ratkaisujen etsiminen. 3. Toimintamallien valinta. (Honkanen 2006, 397). Ideointityöpajaan kutsutaan mukaan eri palveluottajien esihenkilöitä. Ideointityöpajassa etsitään kehitysideoita palvelukokemuksen kehittämiseen kyselytutkimuksen vastausten pohjalta.

Opinnäytetyön vaiheet ovat: Senaatin asiakastytyväisyyskyselyn analysointi Arto Pokela kiinteistöpäällikköalueen osalta, tutkimuskysymysten määrittely, kysely kiinteistöpäällikköalueen asiakkaille, ideointityöpaja palveluntuottajien esihenkilöille ja aineiston analysointi sekä johtopäätösten laadinta. Opinnäytetyön vaiheet on esitetty kuvassa 2.



KUVA 2. Opinnäytetyön vaiheet

2 PALVELUKOKEMUS KIINTEISTÖ- JA TOIMITILAPALVELUISSA

Kiinteistön hallinnalla ja hoidolla tarkoitetaan kiinteistön käytettävyyden ja arvon säilymisen ylläpitämistä huomioiden kiinteistön omistajan edut ja tarpeet. Toimitilajohtamisella tarkoitetaan käyttäjälähtöistä toimintaa, jolla johdetaan tilojen palveluiden ja järjestelmien toimivuutta. (KTI Kiinteistötalouden instituutti 2001, 13.)

Kiinteistö- ja toimitilakiinteistöissä palveluiden hankintaa ja järjestämistä säätelee osittain Suomen laki. Maankäyttö- ja rakennuslaki edellyttää rakennushankkeeseen ryhtyvän tai rakennustaan peruskorjaavan tai käyttötarkoitusta muuttavan laatimaan rakennukselleen käyttö- ja huolto-ohjeet. Käyttö- ja huolto-ohjeiden tulee sisältää rakennuksen käyttötarkoitus ja ominaisuudet, rakennusosien ja laitteiden käyttöikä huomioon ottaen tarvittavat tiedot asianmukaista käyttöä ja kunnossapitovelvoitteesta huolehtimista varten. (Maankäyttö- ja rakennuslaki 5.2.1999/132.)

Rakennustiedon ylläpitämä KiinteistöRYL käyttää käyttö- ja huolto-ohjeesta nimitystä kiinteistönpitokirja, joka voi olla paperinen tai sähköinen. Kiinteistöpitokirjan tulee olla ajantasainen ja siihen on tehtävä kirjaukset ajallaan luotettavasti. Kiinteistönpitokirja pitää sisällään kiinteistön ylläpidon koko sen elinkaaren ajan. (Rakennustieto KiinteistöRYL 3.1.1.)

Senaatti-kiinteistöjen tapauksessa palveluiden järjestäminen vuokralaisille on lakisääteinen tehtävä. Senaatti-kiinteistöjen tehtävä on toimia kiinteistö- ja toimitilaliiketoiminnan toimialalla tuottaen valtion tarpeisiin kiinteistö- ja toimitilapalveluita ja näihin välittömästi liittyviä muita palveluja palvelusopimusten perusteella asiakkailleen. (Laki Senaatti-kiinteistöistä ja Puolustuskiinteistöistä 1018/2020.)

Senaatti-konsernin asiakkaiden eli Suomen valtion virastojen ja laitosten tehtävänä on hoitaa lakisääteisiä tehtäviä ja niiden hoitamisen onnistumiseen vaikuttaa heille tuotettavat tilapalvelut. Tämän vuoksi Senaatti-konsernin liikelaitosten tehtävää palveluntarjoajana pidetään myös perustuslain 124 §:ssä tarkoitettuna julkisena hallintotehtävänä. (Valtioneuvosto 2022, 81.)

Senaatti-konsernin tilapalveluiden toimintaa ohjaa myös Valmiuslain 12 §:n mukainen valtion liikelaitoksen varautumisvelvollisuus. Liikelaitoksen on etukäteisvalmisteluin ja muilla toimin on varmistettava tehtäviensä hoitaminen mahdollisimman hyvin poikkeusoloissa. (Valmiuslaki 1552/2011.)

2.1 Palvelukokemus

Palvelukokemus on yksi asiakaskokemuksen monista eri muodoista. Yleisesti palvelukokemuksella tarkoitetaan ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa rakentuvaa kokemusta palveluista, joita ovat muun muassa ravintolat, hotellit, tapahtumat ja kaupoissa asiointi. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 63.)

Asiakaskokemus muodostuu usean kohtaamisten summasta. Asiakaskokemus sisältää kosketuspisteitä, joita ovat kaikki ne mahdolliset kanavat ja toimipisteet, joissa asiakas kohtaa brändin. Tyyppisiä kosketuspisteitä ovat esimerkiksi kivijalkamyymälät, verkkosivustot, puhelinkeskukset ja mobiiliapplikaatiot. Usein asiakas voi päättää haluamansa asiointikanavan ja palvelukokemuksen tulisi olla kanavasta riippumatta laadukas. Yrityksen kannalta haasteeksi voi nousta toiminnan organisointi siten, että palvelukokemus on tasalaatuinen kaikkien kanavien kautta. (Filenius 2015, 44–45.)

Prosessiteorian mukaan palvelutapahtuma sisältää seuraavat prosessit. Sosiaalinen prosessi, tekninen prosessi, taloudellinen prosessi, oikeudellinen prosessi ja ekologinen prosessi. (Rissanen 2005, 118.)

Asiakaskokemus jäsentyy aina subjektiivisena kokemuksena ja kokonaisvaltaisena kokemuksena. Kokemus rakentuu asiakkaan ja organisaation välille vuorovaikutushetkissä, joita kutsutaan myös kosketuspisteiksi. Asiakaskokemuksesta on tärkeää ymmärtää, että se on ollut olemassa niin kauan kuin vaihdantaan perustuva talous on ollut olemassa. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 20.)

Palvelut ovat subjektiivisesti koettavia prosesseja, joissa tuotanto- ja kulutustoimenpiteet tapahtuvat yhtäaikaista. Asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä syntyy vuorovaikutustilanteita. Vuorovaikutustilanteet voivat olla menestyksellisiä tai epäonnistuneesti hoidettuja hetkiä. Palvelun tekninen laatu ei sisällä kaikkea koettua laatua. (Grönroos 2015, 100–101.)

Asiakas muodostaa asiakaskokemuksensa eri kosketuspisteiden, yrityksen herättämien tunteiden sekä asiakkaan uusien ja vanhojen mielikuvien mukaisesti. Digitalisaatio on lisännyt kosketuspisteitä entisestään ja huomion arvoista on se, että ne eivät ole välttämättä yrityksen omistuksessa tai

hallinnassa. Näitä ovat esimerkiksi sosiaalinen media ja siellä käytävät keskustelut. Asiakaskokemus alkaa muodostua varhaisessa vaiheessa, kun ostopäätös on tehty ja siihen vaikuttavat ennen ostopäätöstä käydyt keskustelut ja yrityksen luoma brändi. (Korkiakoski 2019, 19.)

Palvelut sisältävät yleisluonteisesti kolme peruseriaatetta. Palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai joukoista toimintoja. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti. Asiakas osallistuu ainakin joissain määrin palvelun tuotantoprosessiin palveluntuottajan kanssa. Palvelut voidaan jakaa monella eri tavalla ajattelutavan mukaan. Grönroos jakaa palvelut kirjassaan kahdenlaisiin palveluihin: Inhimillisyyttä ja tekniikkaa korostavat palvelut tai ajoittain ja jatkuvasti tarjottavat palvelut. (Grönroos 2015, 79–84.)

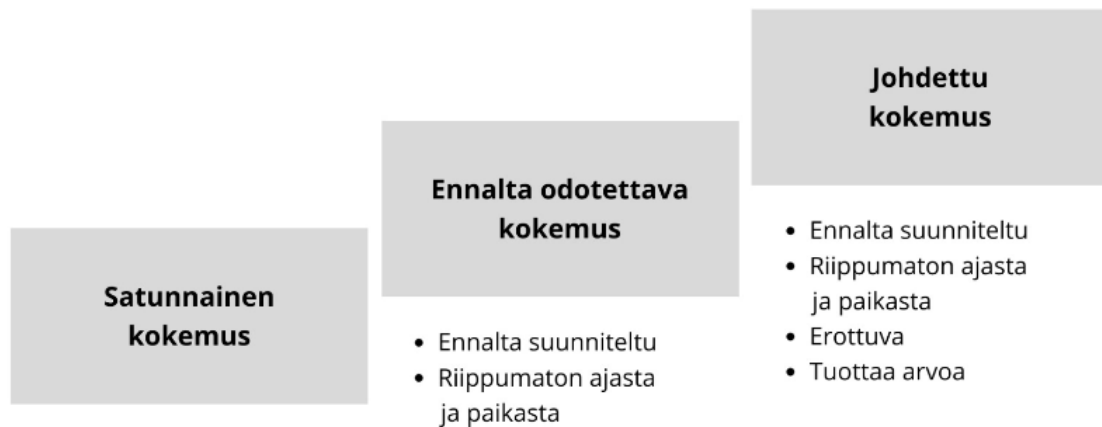
Useissa eri maissa tehdyissä tutkimuksissa hyväksi koetun palvelun laadun kriteereiksi on todettu seitsemän eri kriteeriä, joiden toteutuessa asiakas on kokenut palvelun laadun hyväksi. Kriteerit ovat: ammattimaisuus ja taidot, asenteet ja käyttäytyminen, lähestyttävyyys ja joustavuus, luotettavuus, palvelun normalisointi, palvelumaisema, maine ja uskottavuus. (Grönroos 2015, 121–122.)

Asiakaskokemus on kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa (Löytänä & Korteso 2011, 11). Löytänä ja Korteso määrittelevät psykologiselta kannalta ajateltuna asiakaskokemuksen muodostuvan neljästä eri näkökulmasta. Asiakkaan minäkuvan tukeminen, yllättävä ja elämyksiä luova, mieleen jäävä ja saa asiakkaan haluamaan lisää. (Löytänä & Korteso 2011, 43.)

Asiakaskokemus on luonteeltaan moniulotteinen. Kognitiivisen ulottuvuuden asiakas on tavoitehakuinen ja asiakas ostaa palvelua saavuttaakseen itse asettamansa tavoitteen, esimerkiksi junalla matkustaminen tavoitteen mukaisessa ajassa haluttuun paikkaan. Emotionaalisen ulottuvuuden asiakas kokee vuorovaikutustilanteissa erilaisia kokemuksia; Hyviä ja huonoja, joista asiakas muodostaa kokemuksensa ja yrityksen palvelutarjoama on tällöin pienemmässä roolissa. Sosiaalisen ulottuvuuden asiakkaan kokemukseen vaikuttavat yrityksen henkilökunta ja muiden asiakkaiden kokemukset palvelusta. Sensorisen ulottuvuuden asiakkaan kokemukseen vaikuttavat osto- ja kulutusympäristö ja tuotteiden sekä palveluiden aistikokemukset. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 78–79.)

Asiakaskokemusta voidaan parantaa hyvin tuotteistetuilla palvelukokonaisuuksilla. Palvelukokonaisuus on rakennettavissa tuotteistetuista komponenteista, mutta kokonaisuus vaikuttaa asiakkaasta juuri hänen tarpeisiinsa räätälöidyltä. (Parantainen 2010, 15.)

Löytänä ja Korteso määrittelevät asiakaskokemuksen jakautuvan kolmeen eri tasoon kuvan 3 mukaisesti. Satunnainen kokemus vaihtelee ajan, paikan ja etenkin henkilön mukaan. Odotettavissa oleva kokemus on suunniteltu, sisältää aina tietyt elementit ja on riippumaton ajasta ja paikasta. Johdettu kokemus on suunniteltu ajasta ja paikasta riippumaton, mutta erottuva ja asiakkaille arvoa tuottava. (Löytänä & Korteso 2011, 50–53.)



KUVA 3. Asiakaskokemuksen jakautuminen (Löytänä & Korteso 2011, 51)

Hyvä asiakaskokemus parantaa ihmisen elämää. Tämä humaani näkökulma jää usein huomiotta, kun asiakaskokemusta kehitetään liiketoiminnallisin ja kilpailullisin perustein. Ihmiset käyttävät päivittäin suuria määriä kaupallisia julkisia palveluita ja tuotteita. Se millaista palvelua ihminen saa vaikuttaa suoraan siihen miltä elämämme tuntuu. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 31.)

Digitaalisen asiakaskokemuksen merkitys on digitalisoituvassa maailmassa toimialasta riippumatta äärimmäisen tärkeä. Digitaalinen asiakaskokemus tarkoittaa sellaisia tilanteita, joissa asiakas kommunikoi digitaalisen palvelun kanssa. Digitaaliset ratkaisut ovat läsnä lähes kaikessa mahdollisessa asiassa työ- ja vapaa-ajalla. Usein digitaalisten palveluiden rooli voi vaikuttaa pieneltä, mutta vaikutus tuotteen asiakaskokemukseen voi olla ratkaiseva. (Filenius 2015, 76–78.)

Asiakaskokemuksen muodostuminen on riippuvainen asiakasodotuksesta. Asiakasodotukset muodostuvat monista eri tekijöistä ja ne voidaan ryhmitellä yleisiin ja erityisiin odotuksiin. Yleiset odotukset muodostuvat markkinatilanteesta tai toimialan vakiintuneista käytänteistä. Näitä ovat esimerkiksi yrityksen kyky vastata asiakkaiden kyselyihin, verkkosivujen toimivuus, helppo ja vaivaton asiointi, osaava ja ammattitaitoinen asiakaspalvelu ja näkyvyys sosiaalisessa mediassa. Erityiset asiakasodotukset muodostuvat odotuksista juuri tiettyä yritystä, tuotetta tai palvelua kohtaan. Asiakasodotukset ovat kuitenkin moninainen ilmiö, jotka muuttuvat ajan kuluessa ja muuttavat myös toimialojen normeja. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 92–98.)

Henkilösuhteet ja toiselta termiltään sosiaalinen pääoma on yksi yrityksen tärkeimmistä voimavaroista. Hyvät henkilösuhteet ja kontaktit edistävät liiketoimintaa. Hyvien henkilösuhteiden tuloksena yritys saa liiketoiminnan kannalta tärkeitä tietoja, informaatiota, resursseja sekä siirretään osaamista ja opitaan uusia asioita. Yrityksen uskottavuus ja luottamus rakentuu myös hyvistä henkilösuhteista. Henkilösuhteita voidaan tarkastella useilla eri tarkastelutasoilla. Yksittäisessä liikesuhteessa henkilösuhteet ovat osa infrastruktuuria, jossa on kaksi eri tasoa, jotka ovat yksittäinen henkilösuhte ja yritysten välinen henkilösuhteiden verkosto. Yksittäinen liikesuhde voi olla myös osa suurempaa liikesuhdeympäristöä, johon kuuluvat yritysten sisäiset henkilöstöverkostot ja yrityksen ulkoiset kontaktiverkostot. (Grönroos & Järvinen 2001, 208–212.)

Ihmisten välinen vuorovaikutus koostuu sanallisesta ja sanattomasta viestinnästä. Sanallinen viestintä tarkoittaa sanoista koostuvaa puhetta tai kirjoitusta. Puheviestinnän lisäksi ihminen viestii sanattomasti tiedostaen tai tiedostamatta monin erilaisin tavoin. Näistä tyypillisimpiä ovat erilaiset eleet, asennot, liikkeet, ilmeet ja katseet. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 11.)

2.2 Palvelukokemuksen erityispiirteet kiinteistö- ja toimitilapalveluissa

Tilaaajan ja palveluntuottajayritysten väliseen toimintaan liittyy usein suhteen laatua määrittäviä tekijöitä muuan muassa kumppanuus. Kiinteistö- ja toimitilapalveluiden sopimuksien yhteydessä on usein mukana kumppanuusajattelu, josta on todettu olevan hyötyä pitkäaikaisissa sopimussuhteissa. Myös julkishallinnon puolella puhutaan kumppanuudesta, mutta palvelusopimukset on kilpailutettava hankintalain mukaisesti. Tilaaajan ja palveluntuottajan yhteistyön tulee olla pitkäjä-

teistä, koska silloin opitaan tuntemaan kumppani paremmin ja luottamus syntyy ja kasvaa kumppanuuden edetessä. Tällöin palveluiden kehittäminen ja laadunvalvonta yksinkertaistuu. (Leväinen 2012, 59.)

Kiinteistöhoitoalalla sopimussuhteen kestäessä tulee asiakkaan ja palveluyrityksen olla jatkuvassa vuorovaikutuksessa ja aikaansaada viihtyisä työympäristö sekä turvata kiinteistönomistajan omaisuuden arvo. Toimisto- ja liikekiinteistöissä asiakkaan käsite on hyvin laaja, koska palvelua tuottavalle yritykselle asiakkaita ovat kiinteistönomistaja, kiinteistökäyttäjät, kiinteistöissä toimivat yritykset sekä heidän asiakkaansa. (Asikainen & Kaivanto 1997, 66–67.)

Kiinteistö- ja toimitilapalveluissa on osa-alueita, joissa asiakas voi omalla toiminnallaan vaikuttaa palvelun ja palvelukokemuksen onnistumiseen ja myös parantamiseen. Esimerkiksi siivouspalvelun sujuvuuteen asiakas voi vaikuttaa huolehtimalla oman työympäristönsä järjestyksestä ja tarkoituksen mukaisesta käytöstä. Siivottavuuden parantaminen vähentää myös siivouskustannuksia. (Rakennustieto KiinteistöRYL 5.7.)

Kiinteistönpidossa ylläpidetään erilaisissa kohteissa turvallisia ja terveellisiä olosuhteita. Kiinteistön ylläpidon laatujohtamisessa on tavoitteena, että asiakkaan kokemus ylläpidosta olisi myönteinen. Kiinteistönpidossa ihmisläheinen lähestymistapa on välttämätöntä kaikille organisaatioiden tasoille. Ihmisen eli asiakkaan kohtaamisen kehittäminen voikin olla tulevaisuudessa alan yritysten kilpailukeino. (Hekkanen 2020, 44.)

2.3 Megatrendien vaikutus kiinteistö- ja toimitilapalveluihin

Sitran julkaisemassa megatrendit 2023 vallitseviksi trendeiksi on määritetty seuraavat asiat. Luonnon kantokyvyn mureneminen, hyvinvoinnin haasteiden kasvaminen, demokratian kamppailun koveneminen, digivallasta kilpailamisen kiihtyminen ja talouden perustan rakoilu. (Sitra Megatrendit 2023, 6.)

Työ- ja elinkeinoministeriön työvoimabarometri 2024:n huhtikuun työvoiman kohtaanto tilanneraportin mukaan kiinteistö- ja toimitilapalveluiden ammateissa oli työvoimapulaa toimisto- ja laitossiivoojista. Kaikista ammateista koostuvassa raportissa siivoojat ovat sijalla seitsemän. Raportissa

on myös tilastoitu kymmenen osaamistasoissa havaittua puutetta, jotka vaikeuttavat työvoiman kohtaannossa. (Työvoimabarometri 2024.)

Baronan 2024 teettämän työelämä tutkimuksen mukaan 67 prosenttia kiinteistöhuolto- ja siivousalan työntekijöistä harkitsee työpaikan vaihtoa. Kasvua edellisvuoteen on 26 prosenttia. Syiksi työpaikan vaihdolle työntekijät ovat nostaneet palkan, työtehtävien sisällön, ura- ja etenemismahdollisuudet, yleinen työ- ja johtamiskulttuuri, työhyvinvoinnin tukeminen ja työn merkityksellisyyden. Työpaikan vaihtoa harkitsevista 53 prosenttia harkitsee vaihtavansa myös eri toimialan tehtäviin. Toimialalta pois vaihtajien määrä on edellisvuoteen verrattuna kasvanut 10 prosenttia. Kiinteistöhuolto- ja siivousalalle vaihtoa suunnittelee 6 prosenttia kaikista tutkimukseen osallistuneista työntekijöistä. (Barona 2024, 10, 18, 19.)

Käynnissä on suurin työelämän muutos vuosikymmeniin. Kriisit ja megatrendit vaikuttavat työelämän muutoksen suuntiin. Työterveyslaitoksen projektissa lähteenä käytettyjen tutkimusten perusteella on todettu suurimmiksi muutoksiksi; työn itsenäistyminen, digitalisaation kiihtyminen, pitkään jatkuvan etätöiden uuvuttavuus ja kiihtyvän digitalisaation aiheuttama jatkuva oppiminen työssä. (Ranki 2023, 12–19.)

Digitalisaatio on murtanut ja muokannut asiakaskokemusta jo pitkään ja sitä tapahtuu edelleen kasvavassa määrin. Digitalisaatio monistaa ja monimutkaistaa organisaatioiden ja asiakkaiden välistä vuorovaikutusta ja kosketuspisteiden määrä kasvaa huomaamatta. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 27.)

Digitaaliset järjestelmät ovat osana kokonaisasiakaskokemusta hyvin useassa palvelu- ja ostoprosessissa. Palveluprosessin digitaalinen asiakaskokemus voidaan jakaa esimerkiksi seuraavalla tavalla kuuteen eri osa-alueeseen. Saavutettavuus: onko palveluun pääsy mahdollista kaikissa mahdollisissa tilanteissa ja olosuhteissa? Hakeminen ja löytäminen: Kuinka löydän yrityksen ja palvelun? Valinta ja päätöksen teko: Kuinka valitsen oikean tuotteen ja palvelun? Transaktio: Kuinka suoritan haluamani toiminnon? Käyttöönotto: Kuinka saan palvelun käyttöni transaktion jälkeen? Hankinnan jälkeiset toimenpiteet: Kuinka palvelun käyttöä tuetaan ja asiakkuutta hoidetaan? (Filenius 2015, 78–79.)

Työympäristöt ja työntekemisen paikat muuttuvat. Ei ole olemassa yhtä työelämän tulevaisuutta, samoin kuin ei ole kaikilla samanlaista työelämää. (Sitra Heikot signaalit 2022, 21.)

Maailman tilanteen ja megatrendien muuttuessa kiinteistöjen omistajien on myös muokattava kiinteistöjohtamisessa tulevaisuuden strategioitansa. Julkisten rakennusten käyttöaste on alhainen. Tilatehokkuuden ja uusien toimintaympäristöjen suunnittelu onkin eräs tulevaisuuden kiinteistöjohtamisen haasteista. Avainkysymyksenä on selvittää asiakkaan muuttuneet tarpeet ja kiinteistöstrategiaa on muutettava vastaamaan asiakkaiden tarvetta. (Hekkanen 2020, 29.)

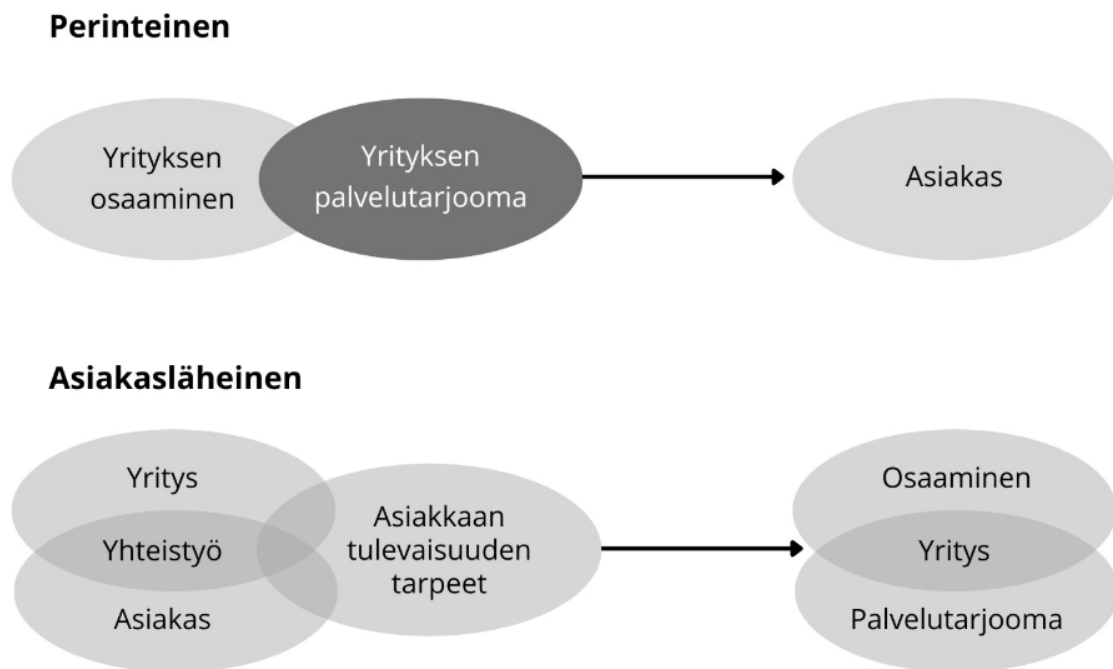
Luonnon kantokyky murenee. Ekologinen kestävyyskriisi on todellisuutta. Ihminen kuormittaa elollista ja elotonta luontoa yli sen kantokyvyn rajojen. Ekologinen jälleenrakennus on vallitseva ja kasvatettava megatrendi. Ilmaston lämpeneminen ilmenee Suomessa globaalia keskiarvoa enemmän. Suomessa luonnon monimuotoisuus hupenee eniten metsässä. Luontokatoa voidaan hidastaa hiilidioksidipäästöjä vähentämällä ja elinympäristöjä hoitamalla, ennallistamalla ja suojelemalla. (Sitra Megatrendit 2023, 17–24.)

Digitalisaation ja tekoälyn kehittyessä asiakaskokemuksen mittaamisen tavatkin tulevat muuttumaan. Asiakaskokemusta on mitattu perinteisesti asiakastyytyväisyys- ja asiakaskeksuysmittareilla. IT-ympäristön toimivuus vaikuttaa jo tälläkin hetkellä asiakaskokemukseen merkittävästi. Tekoäly on korvannut jo monia palveluiden rutiineja ja prosesseja, tulevaisuudessa sama kehitys tulee jatkumaan. Tekoälyteknologian tuottamista prosesseista ja niihin liittyvistä mittareista tulee jatkossa tärkeitä indikaattoreita asiakaskokemuksen seurannassa. (Gerdt & Eskelinen 2018, 78–79.)

2.4 Palveluliiketoiminnan kehittäminen

Asiakaslähtöinen toimintatapa palveluyrityksissä on perinteisempi ja paljolti myös käytössä oleva toimintatapa, jossa yrityksen toimintatapa on selvittää systemaattisesti asiakkaan tarpeet ja tyydyttää asiakkaan tarpeet, kun kilpailu kiristyy ja asiakkaan ymmärrys palvelutarjonnasta kasvaa sekä vaatimustaso ja odotukset kasvavat, on palveluyrityksen toimintatavankin muututtava. Palveluntarjoajan on syvennettävä tuntemustaan asiakkaista ja heidän tarpeistansa sekä otettava asiakas mukaan palveluprosessin suunnitteluun ja toteutukseen. Asiakaslähtöisen toimintatavan lisäksi tarvitaan asiakasläheisyyttä, jolla pyritään tarjoamaan palvelut julkituotuihin tarpeisiin sekä piileviin tarpeisiin. Asiakasläheisessä toimintamallissa palvelua tuottavan yrityksen liiketoimintaprosessit ovat yhteen sovitettu asiakkaan prosessien kanssa. Tällaisessa toimintatavassa on ajatuksena mahdol-

lisimman pitkäkestoinen yhteistyö ja asiakkuus sekä molempien osapuolten liiketoiminnan kannattavuuden varmistaminen ja parantaminen. Asiaksläheinen toimintatapa muuttaa palveluyrityksen osaamisen tunnistamista ja muodostaa tarpeen osaamisen parantamiseen. Palveluyrityksen henkilöstön osaamistarpeiden lähtökohtana tulee olla asiakkaan liiketoimintaprosessit ja vaatimukset sekä mahdolliset muutokset asiakkaan liiketoiminnassa. Asiakslähtöisen ja asiaksläheisen toimintatavan eroavaisuudet on esitetty kuvassa 4. (Helander & Kujala & Lainema & Pennanen 2013, 29–43.)



KUVA 4. Asiakslähtöinen ja asiaksläheinen toimintatapa. (Helander ym.2013, 43)

Palveluliiketoiminnan ketjun loppupäässä on aina maksava asiakas, joka arvioi aina palveluyritystä asiakaskokemuksen näkökulmasta. Asiakaskokemus on subjektiivinen odotusarvo palvelukohtamisesta. Palvelukohtaaminen henkilöityy helposti kasvokkain tapahtuvassa palvelussa, mutta palvelun onnistuminen rakentuu koko palvelua tuottavan organisaation toimivuudesta ja arvoketjuista. Arvoketjun onnistuneen lopputuloksen kannalta on kuitenkin tärkeää, että yksilötasolla riippumatta työyhteisön roolista on tahtotila tuottaa onnistunutta palvelua. Palvelun kohteena oleva asiakas on myös osana asiakaskokemusta ja näin ollen vaikuttaa suuresti lopputulokseen. (Fischer & Vainio 2014, 165–167.)

Asiakaskokemusta ja sen osia voidaan kehittää palvelumuotoilun eri tavoin. Palvelumuotoilulla voidaan kehittää, innovoida ja suunnitella sekä fyysisiä että aineettomia palveluita ja niiden palvelukokemusta. Palvelumuotoiluprojektit toteutetaan usein yhteistyössä asiakkaan kanssa tuottaen parempia kokemuksia tuottavaa palvelua. (Holma & Laasio & Ruusuvoori & Seppä & Tanner 2021, 164.)

Asiakokemuksen rinnalla on kehitettävä henkilöstökokemusta. Henkilöstön osaamisen kasvattaminen kouluttamalla ja rekrytoimalla ammattitaitosta henkilöstöä antaa hyvän pohjan asiakaskokemuksen kehittymiselle. Asiakaskokemuksen kannalta tärkeimmät asiat ovat tuotteen tai palvelun tehokkuus ja helppous sekä asiakkaan kokema tunne. Yrityksen asiakaskokemuksen kehittämisen tavat voidaan tunnistaa esimerkiksi seuraavasti. Teknologiaintensiivinen tie, prosessikehittämisen tie tai ihmiskeskeinen tie. Todellisuudessa kehittämisen strategia kuitenkin käsittää kaikkien osa-alueiden kehittämiseen. (Korkiakoski 2019, 45, 49, 54–55.)

Teknologian kehittyessä on syytä huomata, että asiakaskokemuksen kehittämisen peruselementit ovat edelleen samat kuin ennenkin. Yrityksen toimintakulttuuri, henkilöstö, prosessit, yrityksen brändi ja asiakaskokemuksen mittaaminen ovat keskeisiä asioita, mutta kaikissa osa-alueissa teknologia on apuna kuvan 5 mukaisesti. (Gerdt & Eskelinen 2018, 14–15.)



KUVA 5. Teknologia asiakaskokemuksen kehittämisessä (Gerdt & Eskelinen 2018, 15)

Teknologian ja tuoteinformaation sijaan kasvotusten tapahtuvassa kohtaamisessa tärkeintä tunnistaa asiakkaan tunnetilat ja tarpeet. Palvelukokemusta täytyy osata mukauttaa asiakkaalle sopivaksi

palvelutapahtuman aikana ja palvella asiakkaita yksilöllisesti sekä yksi kerrallaan. Palvelutapahtumaa voidaan kehittää kokoamalla omaan liiketoimintaan sopivan huoneentaulun, jossa kuvataan onnistunutta palvelutapahtumaa. Huoneentaulu voi sisältää esimerkiksi seuraavat kohdat: asiakkaan huomioiminen hymyllä tai nyökkäyksellä, positiivinen ja reipas tervehtiminen, keskustelun avaaminen kysymyksellä, ”miten voin palvella”, aito ja aktiivinen asiakaskuuntelu sekä asiakkaan tarpeen määrittäminen, asiantuntemuksen osoittaminen ja ratkaisun esittäminen asiakkaalle, ratkaisun sopivuuden varmistaminen asiakkaalta ja että, onhan molemminpuolinen ymmärrys tarpeesta, varmistamisella vahvistetaan, että asiakaspalvelija on kuunnellut asiakkaan tarpeet huolella ja asiakasta miellyttävä hyvästely, joka jättää miellyttävän kuvan tapahtumasta. (Ahvenainen & Gylling & Leino 2017, 57–59.)

Yrityksen toimintaympäristön muutosten takia yrityksen on jatkuvasti muutettava prosessejansa, opeteltava uusia asioita ja keksittävä ratkaisuja asiakkaan muuttuvien tarpeiden mukaisesti. Tämän ilmiön onnistumiseen tarvitaan muutosjohtamista, jolla ohjataan systemaattisesti muutosta tavoiteltuun suuntaan. Muutos voi olla pieni yksittäinen asia tai se voi koskea koko liiketoiminnan muuttamista. Muutoksen osana voi olla organisaation kehittäminen, jolla voidaan tavoitella esimerkiksi organisaation tehokkuuden ja suorituskyvyn parantamista. Yksittäisiä tavoitteita voivat olla tuottavuuden ja työhyvinvoinnin parantaminen, laatutietoisuuden vahvistaminen, Lean-toimintamallin käyttöönotto, arvoihin sitouttaminen ja yhdistyneiden yritysten toimintakulttuurin yhtenäistäminen. (Viitala & Jylhä 2019, 280, 288–289.)

Yrityskulttuurilla ja työntekijäkokemuksella on ratkaiseva merkitys asiakkaan saamaan kokemukseen yrityksen asiakkaana. Työntekijät tuottavat vastaavanlaista asiakaskokemusta kuin heidän oma työntekijäkokemus yritystään kohtaan on. (Luukka 2019, 136.)

Baronan tutkimuksen mukaan kiinteistö- ja siivousalan työntekijät kokevat työnantajan toiminnan työhyvinvoinnin ja sen edistämisen osalta muita aloja heikommaksi. Kaikkien alojen keskiarvo on 7,3 ja kiinteistö- ja siivousalalla 7,1. (Barona 2024, 30.)

Asiakaskokemusta täytyy johtaa systemaattisesti yrityksen johdon toimesta, mutta asiakaskokemuksen muodostuminen on organisaation jokaisen jäsenen tehtävä. Organisaation kaikkien tahojen tulee myös ymmärtää toimintansa tavoitteet ja vaikutukset asiakaskokemukseen. (Holma & Laasio & Ruusuvoori & Seppä & Tanner 2021, 153–159.)

Palveluliiketoiminnassa asiakkaan kanssa yhteisen arvonluomisen ja palveluperusteisen toimintatavan toteuttamisessa kriteereinä voivat olla esimerkiksi yhteistoiminnallisuus ja dialogisuus, autenttinen asiakaskokemus, luottamus markkinoilla, lisäarvoa tuottava kumppanuus, henkilöstön osaaminen, palveluperusteisen yhteisen arvonluomisen ja toimintalogiikan vaikuttavuus, vilpittömyys ja aitous sekä tarinallisuus. Palveluliiketoiminnan prosessien kehittämisen onnistuminen on riippuvainen systeemitason, henkilöstön ja palvelua käyttävän asiakkaan toimintavoista ja niiden toteutumisesta. (Virtanen 2018, 142–143, 153–154.)

Palvelun kehittämisessä on johtolankana pidettävä asiakkaan tarpeet ja liiketoiminta. Kehittämistyön kannalta projekti muotoinen työmenetelmä on tehokas ja osallistava tapa toteuttaa haluttu kehitystyö. Projektin onnistumisen kannalta on tärkeää tehdä ennen projektin aloitusta taustatyötä, tavoitteiden asettelu sekä varsinaisen kehittämistyön suunnittelu. (Rissanen 2005, 209, 235.)

Palveluliiketoiminnan muutoksen onnistumisen tärkein tekijä on yrityksen johdon ja henkilöstön kyky sisäistää uusia toimintamalleja ja muuttaa toimintakulttuuria sekä kasvattaa asiakasymmärrystään. (Hyötyläinen & Nuutinen 2010, 188–189.)

Organisaation muuttaminen kohti ihmis- ja asiakaskeskeisyyttä vaatii ensin yksilöihin kohdistuvien muutosnäkökohtien tarkastelun. Yksilön perusolettamuksien muuttaminen ihmis- ja asiakaskeskeisemmäksi tapahtuu asenteiden ja ajattelutapojen muutoksella sekä luomalla uskoa uusiin asiakaskeskeisiin työtapoihin. Organisaation tarkastelu on vasta toissijainen tarkastelun kohde. (Korpikoski 2023, 103.)

Työntekijän perehdyttäminen on tärkeää työsuhteen alkaessa tai työtehtävien muuttuessa. Perehdytys vaikuttaa siihen, kuinka nopeasti työntekijä pääsee tehtäväänsä kiinni ymmärtäen työn laadulliset ja liiketoiminnalliset yksityiskohdat. (Viitala 2021, 97–98.)

Baronan teettämän tutkimuksen mukaan kiinteistö- ja siivousalan työntekijät kokevat oman osaamisen kehittämisen mahdollisuuksien olevan muita toimialoja matalammalla. Kaikkien alojen keskiarvo on 7,2 ja kiinteistö- ja siivousalan 6,9. (Barona 2024, 24.)

Organisaatiot ovat ihmisten muodostamia ja sen vuoksi niihin voidaan soveltaa sosiaalisen järjestelmän muutosperusteita, kuten empiirisrationaaliset, normatiiviskasvatukselliset, vallankäyttöön ja rakenteiden muuttamiseen liittyvät strategiat. (Honkanen 2006, 349.)

Strategisessa asiakasajattelussa on ymmärrettävä kysynnän ja tarpeen ero. Kysynnän ymmärtävät asiakas ja kilpailijat, mutta asiakkaan todellinen tarve voi olla laajempikin, jopa sellainen ettei asiakkaan sitä tunnista. Yhteistyöllä ja asiakkaan tilanteeseen eläytymällä avautuu eri näköaloja sekä mahdollisuuksia kytkeä osaamista asiakkaan ja yrityksen toimintaan. (Pitkänen 2010, 42–43.)

Asiakassuhteiden seuranta ja kehittäminen on jatkuvaa oppimisprosessia, jossa yritys ja asiakas oppivat toistensa toimintatapoja kehittäen samalla asiakaskokemusta parempaan suuntaan. (Bergström & Leppänen 2021, 450.)

Tulosperusteisessa palveluntuotannossa palveluntuottajan ja asiakkaan liiketoiminnat ovat riippuvaisia toisistaan. Tulosperusteisten palveluiden tarjoukset, palvelusisällöt ja sopimukset ovat monimutkaisia ja haasteiltakaan ei voi välttyä. Tällaisessa sopimussuhteessa on tärkeää keksittyä legitimizeetin hallintaan, jolla varmistetaan suhteen ylläpito ja yhteistyön jatkuvuus. (Korkeamäki 2021, 63–64.)

3 PALVELUKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN KIINTEISTÖ- JA TOIMITILAPALVELUISSA

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Senaatti-kiinteistöjen järjestämien kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemukseen vaikuttavia tekijöitä. Opinnäytetyön tavoitteena on löytää kehitysideoita, joilla kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemusta ja asiakastyytyväisyyttä saataisiin parannettua organisaatiosta ja palveluntuottajasta riippumatta.

Selvitystyö aloitettiin Senaatti-kiinteistöjen vuoden 2023 asiakastyytyväisyyskyselyn tulosten läpikäynnillä. Kyselyssä asiakkaat ovat arvioineet numeraalisesti palveluntuottajan henkilöstön palvelualltiutta ja työn laatua. Vikatilanteista ilmoittamisen helppoutta ja asiakkaan informoinnista palvelupyynnön etenemisestä prosessissa sekä palvelupyynnön hoitamisen vasteaikaa. Lisäksi asiakkaat olivat antaneet runsaasti sanallista palautetta. Tulosten analysoinnin jälkeen tälle tutkimustyölle rakennettiin oma palvelukokemuksen kehittämiseen liittyvä asiakaskysely. Kyselylomake on esitetty liitteessä 1. Asiakaskyselyn tulokset kuvataan kohdassa 3.2.2. Asiakaskyselyn lisäksi tutkimustyöhön kuului ideointityöpajat palveluntuottajan esihenkilöstön kanssa. Ideointityöpajan ennakotehtävänä oli palvelukokemukseen liittyvä kysely. Kyselylomake on esitetty liitteessä 2. Ideointityöpajan kyselyn tulokset kuvataan kohdassa 3.3.2. Asiakaskyselyn ja ideointityöpajojen tulosten analysoinnin pohjalta saatiin kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemuksen kehittämisideoita ja toimintatavan muutosehdotuksia, jotka kuvataan kohdassa 3.4.

3.1 Palveluiden järjestäminen Senaatti- kiinteistöjen asiakkaille

Senaatti-kiinteistöjen lakisääteinen tehtävä on järjestää asiakkailleen tarvittavat palvelut. Valmiuslain mukaisesti palveluiden toiminta on turvattava osalle asiakkaista myös poikkeusoloissa, jotta yhteiskunnan kannalta tärkeät toiminnot pysyvät häiriöttä käynnissä. Palvelut järjestetään asiakaskohteisiin puitesopimuskumppaneita käyttäen. Järjestettävät kiinteistö- ja toimitilapalvelut kilpailutetaan kohdekohtaisia palvelunkuvauksia ja vaatimuksia käyttäen. Palveluntuottajan henkilöstölle on myös työkokemus- ja koulutusvaatimuksia. Sopimuskaudet ovat hankintalain rajoissa kestoltaan muutamia vuosia, jonka jälkeen kilpailutus suoritetaan uudelleen. Senaatissa kiinteistöpäällikkö ohjaa palveluntuottajien toimintaa ja vastaa asiakkaan suuntaan palveluiden toimivuudesta sekä asiakastyytyväisyyden valvonnasta ja kehittämisestä.

3.2 Kyselytutkimus asiakkaille

Tässä kyselytutkimuksessa kerättiin tietoa yhden kiinteistöpäällikköalueen kiinteistö- ja toimitilapalveluiden asiakkaiden ja palveluntuottajien välisen palvelutapahtuman ja palvelukokemuksen eri tekijöistä. Senaatin tarjoamista palveluista olivat mukana aula- ja vartiointipalvelut, kiinteistönhuolto- palvelut ja puhtauspalvelut.

Asiakkaille suunnattu kyselytutkimus toteutettiin sähköisenä kyselynä. Kysely lähetettiin Arto Pokelan kiinteistöpäällikköalueen asiakasyhteys henkilöille ja asiakkaille sähköpostitse. Vastausaikaa oli käytettävissä 1 viikko ajalla 30.9.–7.10.2024. Asiakkailta kysyttiin kiinteistö- ja toimitilapalveluiden koettuun palvelukokemukseen, palautteen antamiseen, yhteistyön sujuvuuteen ja palvelukokemuksen kehittämiseen liittyviä kysymyksiä.

3.2.1 Tutkimuksen otanta

Tutkimuksen otannaksi muodostuu kyselyyn vastanneet 54 Senaatti-kiinteistöjen järjestämiä palveluita käyttävää asiakasta Arto Pokelan kiinteistöpäällikköalueelta.

3.2.2 Kyselyn vastaukset

Kyselytutkimuksen ensimmäisessä osiossa saatiin vastaukset kahteen tutkimuskysymykseen: Mitä palvelukokemus kiinteistö- ja toimitilapalveluissa mielestäsi tarkoittaa? Mikä parantaisi palvelukokemusta kiinteistö- ja toimitilapalveluissa? Lisäksi pyydettiin arvioimaan kokonaisarvosanalla Senaatin järjestämien palveluiden toimivuus ja yhteistyön sujuvuus asiakkaan, Senaatin ja palveluntuottajan välillä.

Palvelukokemus kiinteistö- ja toimitilapalveluissa koettiin terminä vastaajien vastauksissa hyvin monella eri tavalla. Suurelle osalle vastaajista palvelukokemus tarkoitti Senaatin ylläpitämää rakennusta palveluineen, soveltuvuutta ja houkuttelevuutta työn tekemiseen työpaikalla kodin sijasta. Osalle vastaajista palvelukokemuksen tärkein piirre oli työn lopputuloksen laadulliset tekijät ja mahdollisimman nopea reagointi ja vastaavasti huono laatu ja hitaus ovat huonoa palvelukokemusta. Muutamissa vastauksissa korostui se, että paras palvelukokemus kiinteistö- ja toimitilapalveluissa on sellainen, ettei sitä edes huomaa tapahtuneen eli palvelut toimivat ja tukevat arjen toimintoja.

Tämän tyyppisissä vastauksissa huomion arvoista on se, että mikäli ilmenee poikkeavuuksia, vastaajat korostivat, että palvelupyyntökanavien tulee olla selkeitä ja helppoja, jotta poikkeamista ja vioista saa ilmoitettua palveluntuottajalle tai Senaatti-kiinteistöjen henkilöstölle.

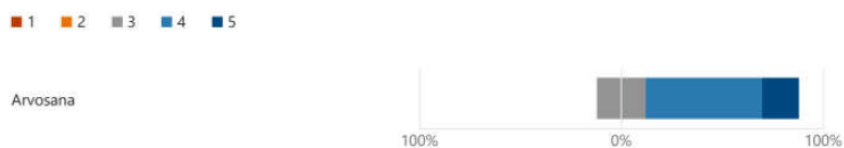
Vastaajista hyvin pieni osa koki palvelukokemuksen kiinteistö- ja toimitilapalveluissa olevan juuri palvelukokemuksen teoreettisen määritelmän mukaista ihmisten välistä vuorovaikutusta ja koettua tuntemusta palvelutapahtumasta. Näissä vastauksissa korostuivat palveluhenkilöstön ystävällisyys, palveluhalukkuus ja asiakkaan kanssa yhteistä arkea eläminen.

Kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemuksen parantamiseen vastaajat antoivat ehdotuksia myös hyvin laaja-alaisesti. Osalle vastaajista työn lopputuloksen laadun ja nopeuden parantaminen parantaa palvelukokemusta. Kiinteistössä tehtävien ylläpito- ja korjaustöiden ja siivouksen peruspesujen ennako- ja ajankohtaistiedottaminen korostui monissa vastauksissa. Palvelupyyntöihin ja palautteisiin reagoinnin nopeuttaminen ja loppuunsaattaminen sekä asiakkaan tiedottamisen koettiin parantavan huomattavasti palvelukokemusta. Osa vastaajista oli kokenut, että poikkeus- ja häiriötilanteissa palveluhenkilöstön ja Senaatin henkilöstön yhteystiedot ja yhteydenottokanavat ovat olleet puutteelliset tai eivät ole olleet asiakkaan tiedossa.

Palvelukokemuksen varsinaisen määritelmän pohjalta ajateltuna useissa vastauksissa nousi esiin asiakkaan tuntemus siitä, että hän on tullut huomatuksi ja huomioituksi sekä hänen tarpeensa on tullut täytetyksi. Osalle vastaajista on tärkeä, että hän on saanut olla mukana palvelutapahtumassa ja osa korosti, että palveluiden on toimittava ilman turhia kohtaamisia asiakkaan kanssa huomioiden asiakkaan toiminnan asettamat rajat, kuten esimerkiksi tilojen siivous- ja ylläpitotyöt, jotka on suoritettava virka-ajan ulkopuolella. Palveluntuottajien henkilöstön vuorovaikutus- ja viestintätaitojen kehittämistä toivottiin useissa vastauksissa. Yleisesti palvelukokemusta parantavana tekijänä nousivat esiin palveluhenkilöstön ystävällisyys, positiivisuus ja täsmällisyys sekä eri tilanteisiin sopiva huumori ja rento käyttäytyminen.

Senaatin järjestämille palveluille vastaajat antoivat kokonaisarvosanaksi 3,98. Palveluiden toimivuus on arvioitu tässä kyselyssä hieman korkeammaksi kuin 2023 asiakastytyväisyyskyselyssä. Vuosi sitten tehdyssä asiakastytyväisyyskyselyssä kiinteistöpäällikköalueen palveluiden toimivuus oli arvioitu 3,88 arvoiseksi ja vastaajia oli ollut 296. Kuvassa 6 on esitetty arvosanojen jakauma.

4. Minkä kokonaisarvosanan annat Senaatin järjestämistä palveluista? Arvoasteikko 1 tyydyttävä - 5 kiitettävä.



KUVA 6. Kokonaisarvosana Senaatin järjestämistä palveluista

Senaatin järjestämiin palveluihin liittyvän yhteistyön asiakkaan, palveluntuottajan ja Senaatin välillä koettiin olevan kokonaisarvosanaltaan 3,8. Arvosana on todella hyvä ja kommentteissa korostettiin sitä, että vaikka haasteita palveluiden järjestämisessä ja tuotannossa esiintyisikin niin asiat hoidetaan yhteistyöllä mallikkaasti kuntoon. Kiinteistö- ja toimitilapalveluiden kehityskokouksia toivottiin pidettäväksi nykyistä enemmän ja niiden sisältöä voisi kehittää. Senaatin henkilöstön näkyvyys kohteissa oli koettu useassa vastauksessa hyväksi asiaksi, mikä parantaa ja helpottaa osapuolten yhteistyötä samalla kehittämällä sitä. Kuvassa 7 on esitetty arvosanojen jakautuminen.

5. Minkä kokonaisarvosanan annat Teidän, Senaatin ja palveluntuottajien yhteistyön sujuvuudesta? Arvoasteikko 1 tyydyttävä - 5 kiitettävä.



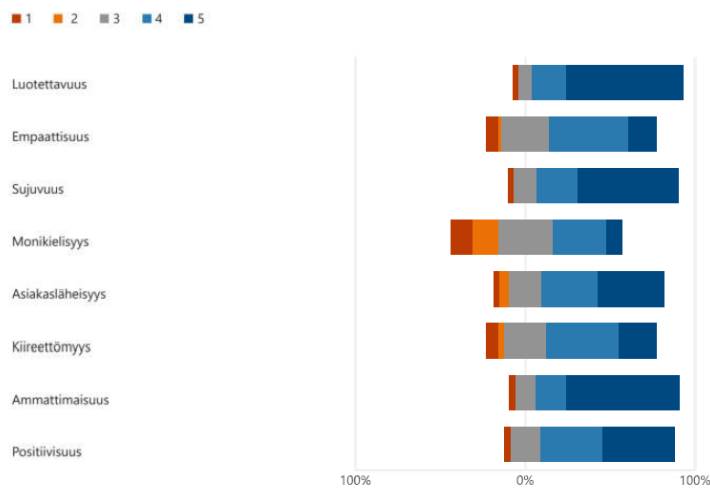
KUVA 7. Kokonaisarvosana yhteistyön toimivuudesta

Kyselytutkimuksen osioissa 2–4 haettiin vastauksia tutkimuskysymyksiin: Mitkä asiat vaikuttavat positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen? Mitkä asiat vaikuttavat negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen? Kysely oli jaettu palveluittain aula- ja vartiointipalvelu, kiinteistöpalvelu ja puhtauspalvelu. Vastaajia pyydettiin arvioimaan asteikolla 1–5 eri tekijöiden vaikutusta positiivisen ja negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen. Positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen vaikuttaviksi tekijöiksi kyselyssä oli valittu luotettavuus, empaattisuus, sujuvuus, monikielisyys, asiaksläheisyys, kiireettömyys, ammattimaisuus ja positiivisuus. Negatiivisen palvelukokemuksen muodostumiseen vaikuttaviksi tekijöiksi oli kyselyssä luottamuksen puute, empaattisuuden puute,

sujuvuuden puute, yhteisen kielen puute, asiakasläheisyyden puute, kiireellä tekeminen, ammattimaisuuden puute ja ”olen vain töissä täällä” asenne. Lisäksi vastaajilla oli mahdollisuus lisätä jokin muu tekijä minkä kokevat vaikuttavan koettuun palvelukokemukseen.

Aula- ja vartiointipalveluiden positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen vastaajat arvioivat vaikuttavat eniten luotettavuuden, sujuvuuden, asiakasläheisyyden, ammattimaisuuden ja positiivisuuden. Monikielisyys koettiin vähiten vaikuttavaksi tekijäksi. Vastaajat lisäsivät seuraavat asiat, jotka vaikuttavat heidän mielestään positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen: tavoitettavuus, jämäkkä ote asioiden hoidossa, vartijan ei tarvitse olla liian ystävällinen, kohteliaisuus, avulias, aulavartijalla katsekontakti ihmisvirtaan, ennakoiva toimintamalli, tiedottaminen asioista ja turvallisuuden tunteen luominen. Kuvassa 8 on esitetty eri tekijöiden vaikutus positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen aula- ja vartiointipalveluissa.

6. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta positiiviseen palvelukokemukseen aula- ja vartiointipalvelussa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus

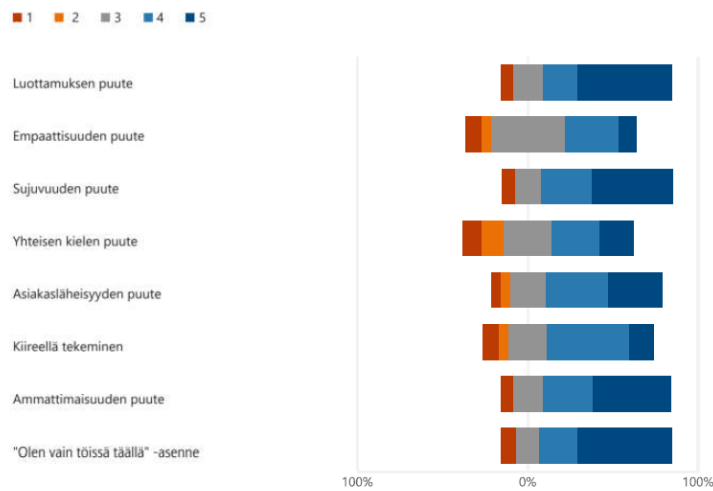


KUVA 8. Eri tekijöiden vaikutus positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen aula- ja vartiointipalveluissa

Aula- ja vartiointipalveluiden negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen vastaajat arvioivat eniten vaikuttavan: luottamus, sujuvuus, asiakasläheisyys, ammattimaisuus puuttumisen ja ”olen vain töissä täällä” asenne. Empaattisuuden ja yhteisen kielenpuute koettiin vähiten vaikuttavaksi tekijäksi. Vastaajat lisäsivät seuraavat asiat, jotka vaikuttavat heidän mielestään negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen: ei osata vastata asiakkaan kysymyksiin, asioista tiedottaminen ei ole ajantasaista, joka johtaa epätietoisuuteen ja huonoon palvelukokemukseen, joustamattomuus, pe-

rusilme, liiallinen byrokraattisuus, asioiden pallottelu ja selkeän palautekanavan puuttuminen. Kuvassa 9 on esitetty eri tekijöiden vaikutus negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen aula- ja vartiointipalveluissa.

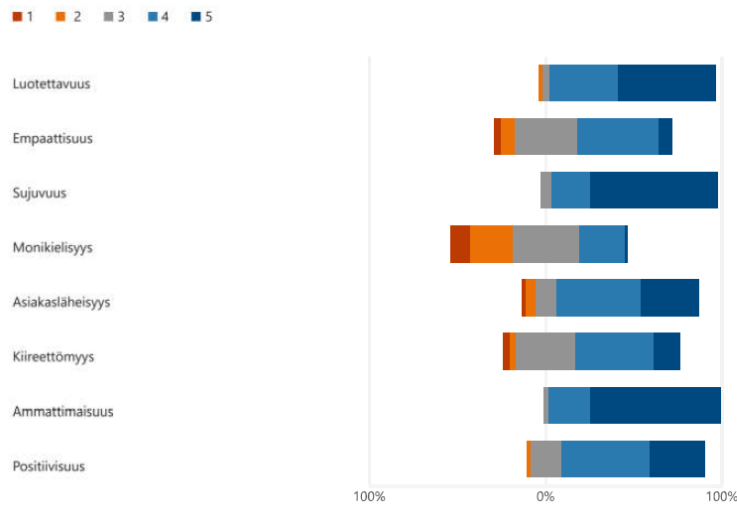
12. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta negatiiviseen palvelukokemukseen aula- ja vartiointipalvelussa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus



KUVA 9. Eri tekijöiden vaikutus negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen aula- ja vartiointipalveluissa

Kiinteistöpalveluiden positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen vastaajat arvioivat eniten vaikuttavat tekijät: ammattimaisuus, sujuvuus, luotettavuus, asiakasläheisyys ja positiivisuus. Monikielisyys koettiin vähiten vaikuttavaksi tekijäksi. Vastaajat lisäsivät seuraavat asiat, jotka vaikuttavat heidän mielestensä positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen: ympäristöpositiivisuus, henkilöstön pysyvyys lisää turvallisuuden ja luotettavuuden tunnetta, nopea reagointi palvelupyyntöihin, hymy ja tervehtiminen, monipuolisuus ja ajantasainen tiedottaminen. Kuvassa 10 on esitetty eri tekijöiden vaikutus positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen kiinteistöhoitopalveluissa.

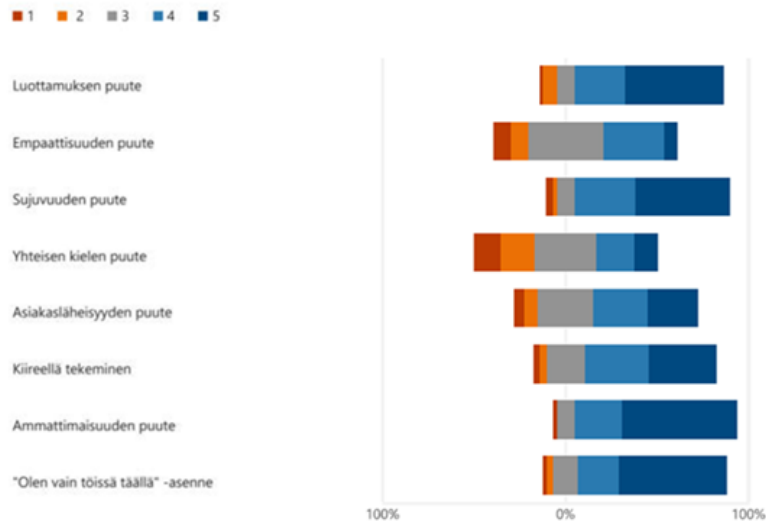
18. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta positiiviseen palvelukokemukseen kiinteistöhoitopalvelussa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus



KUVA 10. Eri tekijöiden vaikutus positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen kiinteistöhoitopalveluissa

Kiinteistöpalveluiden negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen vastaajat arvioivat vaikuttavan eniten tekijät: ammattimaisuus, sujuvuus, luotettavuus, asiakasläheisyyden puuttuminen ja ”olen vain töissä täällä” asenne. Empaattisuuden ja yhteisen kielenpuute koettiin vähiten vaikuttavaksi tekijäksi. Vastaajat lisäsivät seuraavat asiat, jotka vaikuttavat heidän mielestensä negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen: palvelupyyntöön ei reagoida, joka vaikuttaa negatiivisen palvelukokemuksen syntymisen jo ennen varsinaista kohtaamista, kiinteistöhoitaja ei arvosta omaa työtään ja palvelukokemus lopahtaa, läpinäkymättömyys, hidas reagointi palvelupyyntöön ja ääneen purnaavat työntekijät. Kuvassa 11 on esitetty eri tekijöiden vaikutus negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen kiinteistöhoitopalveluissa.

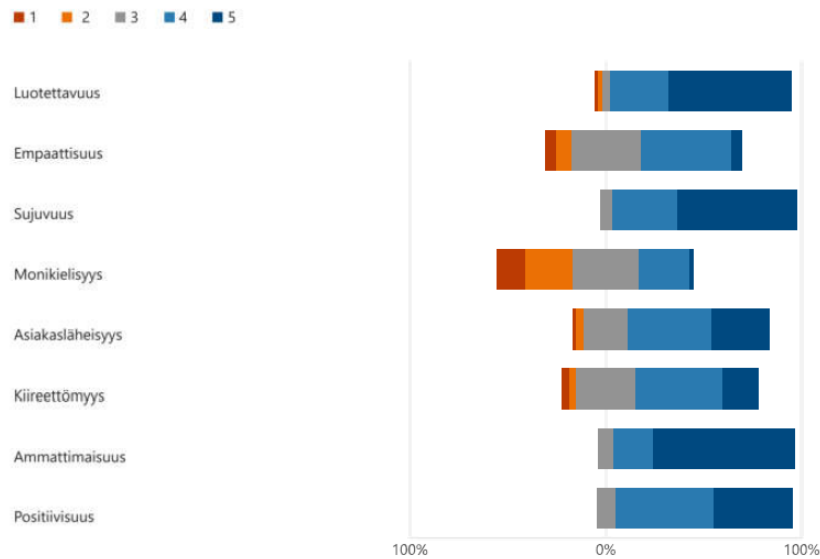
24. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta negatiiviseen palvelukokemukseen kiinteistöpalveluissa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus



KUVA 11. Eri tekijöiden vaikutus negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen kiinteistöhoitopalveluissa

Puhtauspalveluiden positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen vastaajat arvioivat vaikuttavan eniten tekijät: sujuvuus, ammattimaisuus, luotettavuus, positiivisuus ja asiakasläheisyys. Monikielisyys ja empaattisuus koettiin vähiten vaikuttavaksi tekijäksi. Vastaajat lisäsivät seuraavat asiat, jotka vaikuttavat heidän mielestensä positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen: työntekijän olemus, tilannetaju asiakkaan toiminta huomioiden, kohteliaisuus, kohtaamisissa hymy ja tervehtiminen ja oikea-aikainen töiden suorittaminen. Kuvassa 12 on esitetty eri tekijöiden vaikutus positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen puhtauspalveluissa.

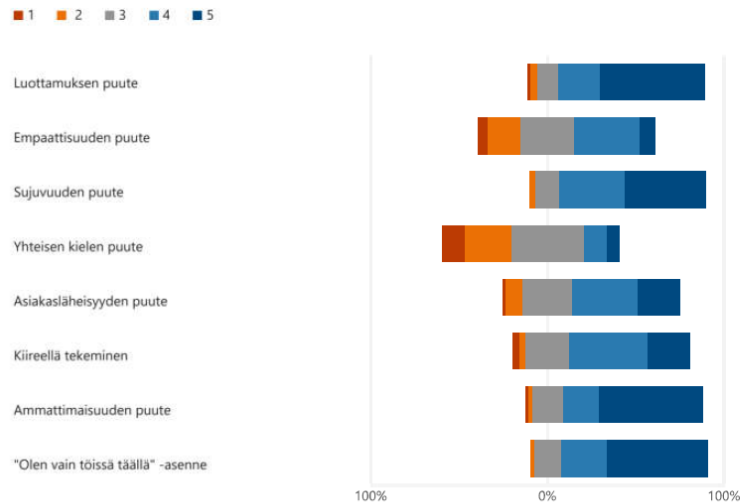
30. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta positiiviseen palvelukokemukseen puhtauspalvelussa . Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus



KUVA 12. Eri tekijöiden vaikutus positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen puhtauspalveluissa

Puhtauspalveluiden negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen vastaajat arvioivat vaikuttavan eniten tekijät: ”olen vain töissä täällä” asenne, ammattimaisuus, sujuvuus, luottamus puuttumisen ja kiireellä tekeminen. Empaattisuuden ja yhteisen kielenpuute koettiin vähiten vaikuttavaksi tekijäksi. Vastaajat lisäsivät seuraavat asiat, jotka vaikuttavat heidän mielestensä negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen: epäkohdasta huomauttamiseen reagoimattomuus, siivooja ei arvosta omaa tekemistään ja palvelukokemus lopattaa, huolimattomuus ja toistuva huono työn jälki. Kuvassa 13 on esitetty eri tekijöiden vaikutus negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen puhtauspalveluissa

36. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta negatiiviseen palvelukokemukseen puhtauspalvelussa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus



KUVA 13. Eri tekijöiden vaikutus negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen puhtauspalveluissa

Tutkimuskysymysten lisäksi kyselytutkimuksessa kysyttiin asiakkaiden palautteen antoaktiivisuudesta liittyen positiiviseen ja negatiiviseen palvelukokemukseen sekä kokemukseen onko palautteisiin reagoitu ja mitä kanavaa palautteen antoon on käytetty. Vastaajista noin 40 % oli antanut positiivista palautetta palvelukokemuksesta ja asiakaskokemukseen liittyvistä kokemuksista tai heränneistä tunteista. Positiivista palautetta antaneista vastaajista kaikki kokivat, että yhteistyö palveluntuottajan kanssa parani entisestään palautteen antamisen jälkeen. Vastaajista noin 10 % oli antanut negatiivista palautetta kokemastaan palvelusta. Negatiivista palautetta antaneissa vastaajissa ilmeni kahdenlaista kokemusta. Joissain tapauksissa negatiivinen palaute oli otettu rakentavana palautteena ja tehty korjaavat toimet nopeasti. Muutamissa vastauksissa koettiin, ettei negatiivista palautetta käsitelty lainkaan ja haasteet olivat vain jatkuneet huonontuen palvelukokemusta ja yhteistyötä entisestään. Yhteistä kaikissa vastauksissa on se, että jos positiivista tai negatiivista palautetta annetaan, tulee niihin reagoida nopeasti ja ottaa yhteyttä tarvittaviin osapuoliin avoimesti ja läpinäkyvästi. Selkeänä puutteena vastauksissa nousi esiin epätietoisuus, että mistä kautta yksittäinen tiloissa työskentelevä asiakkaan työntekijä voi antaa palautetta kokemastaan palvelusta.

Kyselyssä asiakkaita pyydettiin kertomaan, mitä kautta he antavat asiakaspalautetta kokemastaan palvelusta. Vaihtoehtoina olivat: Senaattilan palautekanava, suora palaute palvelua tuottavalle henkilölle, palaute palveluntuottajan työnjohtoon, palaute oman organisaation tilayhdyshenkilölle ja palaute Senaatin henkilöstölle. Positiivisen palautteen annossa käytetyin tapa oli suora palaute

palvelua tuottavalle henkilölle ja toisena oli tilayhdyshenkilön kautta annettava palaute ja kolmantena Senaattilan palautekanava. Negatiivisissa palautteissa käytetyin tapa oli Senaattilan palautekanava ja toisena tilayhdyshenkilön kautta annettava palaute ja kolmantena suora palaute palvelua tuottavalle henkilölle. Senaatin henkilöstö ja palvelutuottajan työnjohto olivat vähemmän käytettyjä kanavia kummassakin asiakaspalautteessa.

Työympäristöjen muutoksen ja Megatrendien vaikutuksesta tarvittavien palveluiden tarve lisääntyy tai muuttuu. Asiakkailta kysyttiin myös millaista uutta palvelua Senaatti-kiinteistöt voisi tarjota asiakkailleen. Useissa vastauksissa oltiin tyytyväisiä nykyisiin palveluihin ja todettiin tärkeimpänä asiana keskittyä ylläpitämään nykyisten palveluiden hyvä taso. Muutamille uusille palveluille olisi kuitenkin vastaajien mielestä tarvetta. Asiakkaan vuokra- ja leasing autojen hallinta ja käyttökunnossa pitäminen, työaikana käytettävien yhteiskäytössä olevien polkupyörien hallinta ja huolto, yhtenäiset sähköautojen latausmahdollisuudet helppokäyttöisillä maksutavoilla, työhyvinvointiin liittyvät palvelut, kuten hieronta tai taukojumppapalvelut, yhteisten työympäristöjen aamu- ja välipalapaalvelut, avainhallintapalvelut satunnaisille työpaikalla kävijöille, virastomestaripalvelut, infonäyttötaulujen lisääminen ja sisällön tuottaminen, kattava tilojen käyttöasteen mittauspalvelu, turvallisuuden ja työsuojelun palvelut ja Chat-palvelu, josta saisi apua kaikkiin työpaikan ongelmatilanteisiin.

3.3 Ideointityöpajat palveluntuottajien esihenkilöstön kanssa

Tutkimustyön osana toteutettiin ideointityöpaja, johon kutsuttiin Senaatti-kiinteistöille palveluita tuottavien yritysten esihenkilöitä ja palveluohjaajia kolmesta eri yrityksestä. Ideointityöpajassa käytiin läpi asiakaskyselyn numeraaliset ja sanalliset vastaukset palveluittain. Ideointityöpajan tarkoitus oli etsiä kyselyn vastausten pohjalta kehitysideoita, joilla palvelua käyttävä asiakas, Senaatti-kiinteistöt ja palvelua tuottavat yritykset voivat parantaa palvelukokemusta kiinteistö- ja toimitilapalveluissa. Ideointityöpaja koostui kolmesta vaiheesta. Selvittelyvaiheessa käytiin läpi asiakaskyselyn ja palvelutuottajakyselyn tuloksia ja sanallisia palautteita, ratkaisujen valintavaiheessa valittiin kehitettävät asiat sekä toimintamallien valintavaiheessa ideoitiin valituille asioille kehitettävät.

3.3.1 Ideointityöpajan osallistajat

Ideointityöpajaan osallistui aula- ja vartiointipalveluista kaksi henkilöä, kiinteistöhuoltopalveluista seitsemän henkilöä ja puhtauspalveluista kahdeksan henkilöä. Tilaisuuksia järjestettiin yhteensä 4 kappaletta huomioiden yritysrajapinnat.

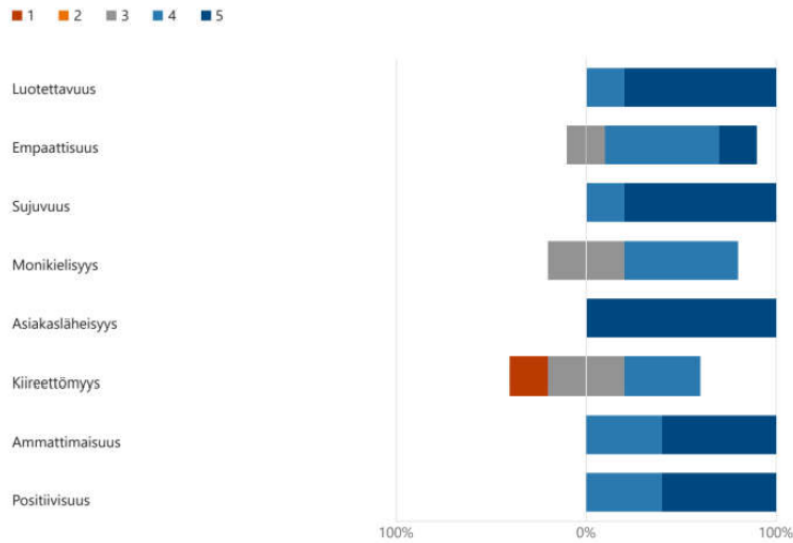
3.3.2 Ideointityöpajan toteutus

Ideointityöpajan ennakkotehtävänä toimi sähköinen kysely ja vastausaikaa oli käytettävissä 1 viikko ajalla 7.10.–11.10.2024. Kyselyssä kysyttiin palvelukokemukseen liittyviä asioita ja tekijöitä palveluntuottajan näkökulmasta ajateltuna. Kyselyn tarkoituksena oli alustaa palveluntuottajien edustajia ideointityöpajan aiheeseen ja käsiteltäviin asioihin. Kyselyyn vastasi kahdeksan henkilöä.

Palveluntuottajilta kysyttiin osin vastaavia kysymyksiä kuin asiakkailtakin. Palveluntuottajien esihenkilöiden vastauksissa oli havaittavissa vastaavanlaista jakaumaa kuin asiakkaiden vastauksissa. Osan mielestä palvelukokemus tarkoittaa asiakkaan kokemusta koko palveluprosessin toiminnasta. Osa vastaajista sijoitti palvelukokemuksen ihmisten väliseksi vuorovaikutukseksi ja siitä mielen jäävän tunteeseen ja kokemukseen. Palvelukokemuksen parantamiseen vastaajat esittivät seuraavia asioita: Senaatin, palveluntuottajan ja asiakkaan yhteistyön lisäämistä, palvelusisältöjen läpikäyntiä tiloja käyttävien ihmisten kanssa, palveluntuottajan henkilöstön työhön perehdyttämisen kehittämistä ja asiakkaan osallistamisen lisäämisen.

Palveluntuottajilta kysyttiin, mitkä tekijät vaikuttavat positiivisen ja negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen. Positiivisen palvelukokemuksen tärkeimmät tekijät olivat vastaajien mielestä asiakasläheisyys, luotettavuus, sujuvuus, positiivisuus, ammattimaisuus. Kuvassa 14 on esitetty eri tekijöiden vaikutus positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen.

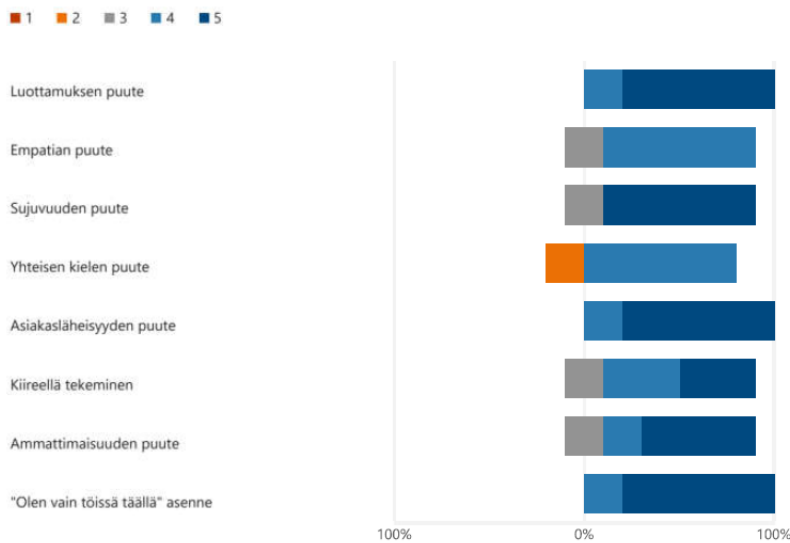
5. Arvioi yhdestä viiteen asteikolla miten eri tekijät vaikuttavat positiivisen palvelukokemuksen muodostumiseen.



KUVA 14. Eri tekijöiden vaikutus positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen

Negatiivisen palvelukokemuksen vaikuttavimpia tekijöitä vastaajien mielestä olivat ”olen vain töissä täällä” asenne, asiaksläheisyyden puute, luottamuksen puute ja sujuvuuden puute. Kuvassa 15 on esitetty eri tekijöiden vaikutus negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen.

7. Arvioi yhdestä viiteen asteikolla miten eri tekijät vaikuttavat negatiivisen palvelukokemuksen muodostumiseen.



KUVA 15. Eri tekijöiden vaikutus negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen

Palveluntuottajien edustajien mielestä asiakkaan, palveluntuottajan ja Senaatin välinen yhteistyö on kokonaisarvosanaltaan 4,25 tasolla. Lisäksi kysyttiin avointa palautetta yhteistyöstä Senaatti-kiinteistöjen kanssa. Vastaajien mielestä yhteistyö toimii hyvin Senaatin, asiakkaan yhteyshenkilön ja palveluntuottajan välillä. Kehitysideana nousi esille asiakkaalle järjestettävät teemapäivät liittyen tarjottaviin palveluihin. Kuvassa 16 on esitetty arvosanojen jakautuminen vastaajien kesken.

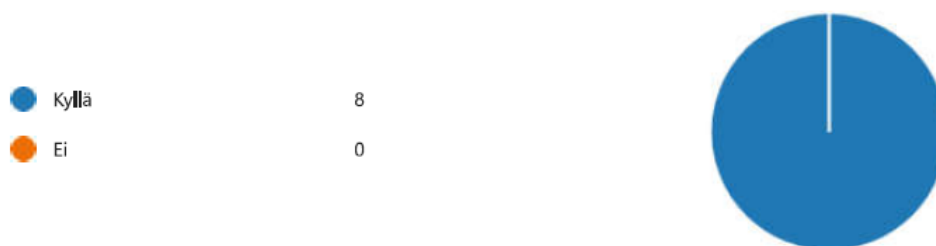
4. Minkä kokonaisarvosanan annat palveluntuottajan, asiakkaan ja Senaatin yhteistyölle? 1 heikko 5 kiitettävä



KUVA 16. Kokonaisarvosana yhteistyön toimivuudesta

Palveluntuottajilta kysyttiin, myös ovatko he saaneet positiivista tai negatiivista palautetta tuottamistaan palveluista. Vastaajista kaikki olivat saaneet positiivista palautetta tuottamistaan palveluista. Kommenteissa nousi esille, että palautekanavia tulisi kehittää siten, että yksittäisen tilankäyttäjän olisi helpompi antaa reaaliaikaisesti palautetta kokemuksistaan. Kuvassa 17 esitetty vastauksien jakautuminen.

9. Oletko saanut positiivisesta palvelukokemuksesta palautetta tuottamistanne palveluista?



KUVA 17. Positiivinen palaute tuotetuista palveluista

Vastaajista kuusi oli saanut negatiivista palautetta tuottamistaan palveluista. Kuvassa 18 esitetty vastauksien jakautuminen.

10. Oletko saanut negatiivisesta palvelukokemuksesta palautetta tuottamistanne palveluista?



KUVA 18. Negatiivinen palaute tuotetuista palveluista

3.3.3 Ideointityöpajan tulokset

Ensimmäiseen työpajaan osallistui kiinteistöhoidon ja puhtauspalveluiden esihenkilöstöä. Työpajassa käytyjen keskustelun pohjalta seuraavat asiat nousivat kehitettäviksi. Palveluntuottajien ja asiakkaan henkilöstöllä on epätietoisuutta kohteen tulevista ylläpito- ja korjaustöistä, mikä aiheuttaa huonoa palvelukokemusta, palveluntuottajan henkilöstö ei tunne asiakkaan toimintaa riittävästi, kohdetason perehdytystä tulee lisätä, palvelupyyntöihin reagoinnin merkitystä on korostettava, henkilöstön vuorovaikutustaitoja on kehitettävä.

Toiseen työpajaan osallistui aula- ja vartiointipalveluiden esihenkilöstöä. Työpajassa käytyjen keskustelun pohjalta seuraavat asiat nousivat kehitettäviksi. Aula- ja vartiointipalvelulle ei tule riittävästi tietoa kohteen tulevista ylläpito- ja korjaustöistä, asiakkaat eivät tunne henkilöstöä eivätkä palvelunkuvausta riittäväällä tasolla, aulavartijalla ei ole tietoa riittävästi asiakaskohteesta ja päivittäisistä tapahtumista, kielitaidon parantaminen, uhka- ja poikkeustilanneharjoitusten lisääminen ja yhteystietojen lisääminen näkyville kohteissa.

Kolmanteen työpajaan osallistui puhtauspalveluiden esihenkilöstöä. Työpajassa käytyjen keskustelun pohjalta seuraavat asiat nousivat kehitettäviksi. Palveluntuottajan henkilöstön tunnetuksi tekeminen kohteissa, palautteen antamisen helpottaminen, perussiivouksista ja loma-ajoista ilmoittamisen parantaminen, työntekijäkokemuksen parantaminen, asiakkaan toiminnan ymmärtämisen lisääminen ja chat-palvelun avaaminen kysymyksiä ja palautteen antoa varten.

Neljänteen työpajaan osallistui kiinteistönhoidon ja puhtauspalveluiden esihenkilöitä. Työpajassa käytyjen keskustelun pohjalta seuraavat asiat nousivat kehitettäviksi. Ympäristöpositiivisuuden

esille nostaminen palveluntuotannossa, luonnonmonimuotoisuus teeman korostaminen asiakkaille, robotiikan lisääminen, asiakaslähtöisyyden kehittäminen asiakasläheisyydeksi, koko henkilöstön vuorovaikutustaitojen parantaminen, palveluntuottajan henkilöstön kohdekoulutukset, jossa käydään läpi palvelukokonaisuuksien vastuurajoja, palvelupyyntöprosessin eri vaiheiden kehittäminen ja työntekijöiden vaihtuvuuden ehkäiseminen.

4 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Senaatti-kiinteistöjen kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemukseen vaikuttavia tekijöitä sekä ilmiöitä, kuten esimerkiksi kulloinkin vallitsevat megatrendit. Työn tavoitteena oli löytää kehitysideoita ja uusia toimintatapoja, joilla kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemusta ja asiakastyytyvääisyyttä voitaisiin parantaa palveluntuottajasta ja organisaatiosta riippumatta. Tutkimustyö oli kaksiosainen. Asiakkaille suunnattu sähköinen, jonka yksilöidyt vastaukset ovat esitetty kohdassa 3.2.2. ja ideointityöpajat palveluntuottajille, joiden yksilöidyt vastaukset on esitetty kohdassa 3.3.3.

4.1 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyöllä oli määritettynä neljä tutkimuskysymystä, jotka ovat esitetty alla vastauksineen.

1. Mitä palvelukokemus tarkoittaa kiinteistö- ja toimitilapalveluissa?

Kyselytutkimuksen perusteella asiakkaat mieltävät palvelukokemuksen terminä monella eri tavalla. Suurin osa vastaajista käsitti palvelukokemuksen tarkoittavan Senaatin ylläpitämää rakennusta palveluineen ja soveltuvuutta työn tekemiselle. Lisäksi korostui työtilojen houkuttelevuus työn tekemisen paikaksi kodissa tapahtuvan etätöiden sijasta. Osalle vastaajista palveluiden lopputuloksen laadulliset tekijät ja olivat palvelukokemuksen tärkein asia. Pienimmälle osalle vastaajista palvelukokemus tarkoitti teoreettisen määritelmän mukaista ihmisten välistä vuorovaikutusta ja koettua tunteista palvelutapahtumasta.

2. Mitkä asiat vaikuttavat positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

Palvelukokemuksen teoreettisen määritelmän mukaisesti ajateltuna tutkimuksen mukaan tärkeimmät tekijät positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen olivat asiakkaan huomaaminen, huomioiminen ja tarpeen täyttäminen. Vuorovaikutustilanteiden yksittäisistä tekijöistä, jotka vaikuttavat positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen korostuivat asiakasläheisyys, positiivisuus, luotettavuus, ammattimaisuus ja sujuvuus. Vä-

hemmän vaikuttavia tekijöitä olivat empaattisuus, kiireettömyys ja monikielisyys. Lisäksi palveluntuottajan henkilöstön ystävällinen käyttäytyminen, täsmällisyys ja palvelutilanteisiin sopiva rentous koettiin positiivisen palvelukokemuksen tekijöiksi. Laajemman asiakaskokemus termin kannalta ajateltuna koko palveluprosessin toimivuus ja läpinäkyvä toiminta mukaan lukien digitaaliset palvelupyynnöjärjestelmän kautta tehtävä palvelupyynnöt koettiin tuottavan hyvää palvelukokemusta.

3. Mitkä asiat vaikuttavat negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

Palvelukokemuksen teoreettisen määritelmän mukaisesti ajateltuna tutkimuksen mukaan negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen vaikuttavia tekijöitä ovat palveluntuottajan henkilöstön epätietoisuus työtehtävien sisällöstä ja vastuurajoista. Palveluntuottajan henkilöstö ei arvosta riittävästi omaa työtään ja se vaikuttaa suoraan henkilön käyttäytymiseen työkohteessa. Palvelupyynnöprosessin hitaus asian ilmoittamisesta työn valmistumiseen aiheuttaa negatiivisen palvelukokemuksen tuntemusta. Vuorovai-
kutustilanteiden yksittäisistä tekijöistä, jotka vaikuttavat negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen korostuivat luottamuksen, sujuvuuden ja ammattimaisuuden puuttuminen, kiireellä tekeminen sekä ”olen vain töissä täällä” asenne.

4. Mikä parantaisi palvelukokemusta kiinteistö- ja toimitilapalveluissa?

Palvelukokemusta parantavina asioina kyselyn vastauksissa korostui Senaatin järjestämien palveluiden toimivuuden varmistaminen ja tasalaatuisuus sekä niiden kehittäminen. Asiakkaat kokivat, että kohde- ja paikkakuntaakohtaisia erovaihteluita on ja toimintaa tulisi saada parannettua huomattavasti toimivissa kohteissa. Terveelliset, turvalliset ja tarpeeseen sopivat tilat toimivine palveluineen oli usean vastaajan mielestä tärkeä ja ylläpidettävä asia, johon liittyy paljon asiakaskokemuksen laadullisia tekijöitä. Yhteistyön ja asiakasläheisyyden lisääminen Senaatin, asiakkaan ja palveluntuottajan välillä koettiin myös erittäin tarpeelliseksi. Kohdekohtaisen ajantasaisen tiedottamisen koettiin parantavan palvelukokemusta, koska ennakkotiedottamisella voidaan ehkäistä negatiivisen palvelukokemuksen syntymistä.

4.2 Kehittämissuositukset

Asiakkaille suunnatun kyselytutkimuksen ja palveluntuottajien kanssa pidettyjen ideointityöpajojen tuloksista ja sanallisista palautteista kehitysideoiksi valikoitui kymmenen ehdotusta. Palvelukokemuksen kehittämisen kannalta viisi kehitysehdotusta, jotka ovat otettavissa käyttöön helposti. Toiset viisi kehitysehdotusta vaatii pidempiä valmisteluja ja toimenpiteitä käytännön arkeen ottamisessa. Jatkokehitysideat on jaettu kahteen eri kategoriaan riippuen siitä, kuinka nopeasti palvelukokemusta parantava asia on otettavissa käyttöön.

Palvelukokemuksen kehittämisen nopeat toimenpiteet

1. Ylläpito-, korjaus-, ja siivoustöiden ennakkotiedottamisen parantaminen asiakkaille ja palveluntuottajille. Toimivalla tiedottamisella ehkäistään negatiivisen palvelukokemuksen syntymistä ja saadaan lisänäkyvyyttä asiakasympäristössä tehtäville toimenpiteille. Käytännön toimenpiteenä on asiakaskohteissa olevien sähköisten ilmoitustaulujen käytön tehostaminen ja sähköpostilla jaettavien tiedotteiden määrän nostaminen riittävälle tasolle.
2. Kohdekohtaiset kuukausittain pidettävät tapaamiset, jossa on mukana kohteessa työskentelevät palveluita tuottavat henkilöt. Tapaamisessa käydään läpi lyhyesti kohteen mahdolliset muutokset, korjaustyöt ja asiakkaan esille tuomat asiat. Kohteen työntekijät raportoivat kiinteistöpäällikölle kohteen mahdolliset korjausta vaativat asiat tai palautteet asiakkaalta. Tällä tapaamisella saadaan parannettua palveluntuottajan henkilöiden ja kiinteistöpäällikön yhteistyötä ja tuottamaan parempaa palvelukokemusta ja ehkäisemään negatiivisten kokemusten syntymistä.
3. Ympäristöystävällisyyden esille nostaminen. Useille asiakkaille ympäristöasiat ja luontokadon estäminen hyvin tärkeä asia. Palveluntuottajilla on käytössä lukuisia ympäristöystävällisiä toimintatapoja ja tarvikkeita kuten, esimerkiksi sähkökäyttöiset autot ja työkoneet, pesuaineet, muovipussittomat roska-astiat. Kiinteistöhoitossa luontokatoa torjutaan vieraslajien poistolla ja luonnon monimuotoisuuden kehittämistoimenpiteillä. Käytännön toimenpiteenä palveluntuottajan henkilöstön ympäristöajattelun lisäkouluttaminen vuorovaikutustilanteita ajatellen ja tiedottamisen lisääminen sähköisille ilmoitustauluille.

4. Asiakslähtöisen ajattelutavan muuttaminen asiakasläheisemmäksi. Asiakkailta ja palveluntuottajilta saadun palautteen perusteella kummatkin osapuolet haluaisivat enemmän tietoa toisistaan ja sitä kautta parantaa palvelukokemusta. Käytännön toimenpiteenä kohteessa toimivien palveluntuottajien henkilöstölle järjestettävä infotilaisuus, jossa asiakas kertoo toiminnastaan ja toiminnan kannalta tärkeistä asioista palveluntuottajien tuottamien palveluiden kannalta. Kaikki tuotettavat palvelut tukevat asiakkaan toimintaa ja jos toimivaa yhteyttä ei ole niin syntyy turhia vuorovaikutustilanteita ja negatiivista palvelukokemusta.
5. Palvelupyynnön prosessin nopeuttaminen ja siihen liittyvän tiedottamisen parantaminen. Asiakaspalautteiden mukaan Senaattilan kautta jätettävien palvelupyynnöiden vasteajat ovat liian pitkiä. Asiakas odottaa pyynnön jättämisen jälkeen, että siihen reagoidaan nopeasti ja asia lähdetään edistämään. Useissa palautteissa nousi esiin myös, ettei asian edistymisestä saada riittävästi tietoa. Käytännön toimenpiteenä kehittämiseksi on palveluntuottajan ja asiakkaan lisäperehdyttäminen prosessin toimintaan ja asiakaskohtaisten vastuurajojen läpikäynti, koska tiloissa voi olla asiakkaan itsensä vastuulla olevia asioita.

Palvelukokemuksen kehittämisen pidemmän aikavälin toimenpiteet

1. Palveluntuottajan ja Senaatin henkilöstön vuorovaikutustaitojen ja vuorovaikutustilanteiden lisäkoulutus. Kaikilla yrityksillä on henkilöstölle suunnattuja koulutuksia, mutta saadun palautteen perusteella koulutukset tapahtuvat usein työsuhteen alussa ja lisäkoulutuksia on saatavilla harvakseltaan. Kehitystoimenpiteenä esitetään kohdekohtaista lisäkoulutusta yhteistyössä asiakkaan kanssa, koska asiakas on aina osana palvelutapahtumaa.
2. Reaaliaikaisten palautekanavien kehittäminen. Palvelukokemuksen kehittämisen kannalta reaaliaikaiset palautekanavat ja palautteisiin reagointi ovat erittäin tärkeitä. Kehitystoimenpiteenä esitetään, että käytössä olevaan huonekohtaiseen QR-koodin kautta toimivaan Senaattilan helppo palvelupyynnön järjestelmään lisätään ominaisuus palautteen antamiselle palvelukokemuksesta. Annettu palaute ohjataan kiinteistöpäällikölle jatkotoimenpiteitä varten.

3. Senaatin ja palveluntuottajien henkilöstön ja tehtäväkuvien esittely asiakkaille. Asiakkailta saadun palautteen mukaan Senaatin ja palveluntuottajan henkilöstö ja tehtäväkuvat vaativat lisäinformaatiota, että kuka vastaa mistäkin asiasta. Kehitystoimenpiteenä esitetään infotilaisuuksia, jossa Senaatin ja palveluntuottajien henkilöstö esittäytyvät ja esittelevät toimintaansa asiakaskohteessa esimerkiksi työnäytöksen muodossa.
4. Chat- palvelukanavan avaaminen. Palvelukanavan kautta asiakas voisi selvittää tilojen käyttöön ja palveluihin liittyviä asioita helposti ja anonymisti. Chatin kautta voisi antaa myös palautetta tiloista ja palveluista. Chatissa voisi olla asiakaspalvelurobotiikka vastaa-
massa mahdollisimman useaan asiaan, mutta tarvittaessa saisi yhteyden asiakaspalvelijaan.
5. Työntekijäkokemuksen kehittäminen. Palveluiden toteutumisesta vastaavat yksittäiset ihmiset osana isompaa prosessia. Ihmiset tarvitsevat työssään prosessin tukea ja tunnustusta onnistuakseen työssään tuottaen hyvää palvelua ja palvelukokemusta. Työntekijäkokemuksen vaikuttaa myös työntekijän kokema työnantajakokemus. Kehitystoimena esitetään kehittämistyöpajaa, jossa tilaajan ja palveluntuottajan henkilöstö etsivät yhdessä ratkaisuja työntekijäkokemuksen parantamiseen kohdekohtaisesti.

4.3 Johtopäätökset

Kiinteistö- ja toimitilapalvelualalle on ominaista, että asiakkaan, tilaajan ja palveluntuottajan yhteistyö on pitkäkestoista ja saattaa kestää vuosikymmeniäkin. Tämän takia asiakastyytyvyyden sekä koetun asiakaskokemuksen seuranta ja kehittäminen on ensiarvoisen tärkeää asiakkuuden toimivuuden kannalta. Toinen vahva ominaispiirre kiinteistö- ja toimitilapalveluissa on se, että palveluntuotannossa työskentelevät henkilöt kohtaavat tilojen käyttäjät eli asiakkaansa useita kertoja päivässä vuodesta toiseen. Palveluntuottajien henkilöstö on suuressa roolissa tuottaessaan yrityksensä brändin ja työn tilaajan vaatimusten mukaista palvelu- ja asiakaskokemusta. Megatrendit ja työelämän muutokset näkyvät vahvasti myös kiinteistö- ja toimitilapalveluissa monella eri tavalla ja vaikuttavat työvoimaan, asiakastarpeisiin, asiakasodotuksiin ja koettuun asiakas- ja palvelukokemukseen.

Palvelukokemuksen kehittämisen kannalta on tärkeää pyrkiä muuttamaan asiakaslähtöistä toimintaa asiakasläheisemmäksi toiminnaksi. Asiakasläheisessä toiminnassa palveluntuottaja tuntee asiakkaansa ja heidän nykyiset tarpeensa sekä tulevaisuuden tai piilevät tarpeet. Asiakasläheisessä toimintamallissa palveluntuottajan liiketoimintaprosessi ja asiakkaan prosessit ovat yhteensovitetut. Digitalisaation kehittymisen hyödyntäminen tulee myös huomioida kiinteistö- ja toimitilapalveluiden asiakaskokemuksen kehittämisessä. Kehittyvä digitalisaatio vapauttaa ihmisen resursseja suorittamaan niitä tehtäviä, jotka on ihmisen pakko tehdä ja antaa myös aikaa tuottaa parempia palvelutapahtumia vuorovaikutustilanteissa.

Asiakas- ja palvelukokemuksen kehittämisessä on huomion arvoista se, että hyvän lopputuloksen saavuttamiseksi asiakkaan on oltava mukana kehitystyössä. Asiakas on aina läsnä, jonkin kosketuspisteen kautta palveluntarjoajaan ja näin ollen kehittymistä ei voi tapahtua ilman asiakkaan antamia palautteita ja kehitysehdotuksia. Asiakaskokemuksen rinnalla tulee kehittää myös palveluntuottajan työntekijäkokemusta asiakkaasta, työnantajastaan sekä mahdollisesta työn tilaajasta, kuten tässä tapauksessa Senaatti-kiinteistöt. Työntekijä, jolla on työntekijäkokemus kunnossa tuottaa hyvää palvelua ja sitoutuu työskentelemään pitkään asiakaskohteissa.

Kiinteistö- ja toimitilapalveluiden asiakas- ja palvelukokemuksen kehittämisessä tulisi käyttää enemmän palvelumuotoilun eri kehittämismalleja ja periaatteita. Palvelumuotoilu on palvelukokemuksen käyttäjälähtöistä suunnittelua. Tavoitteena on, että tuotettu palvelu vastaa asiakkaan tarpeita ja palveluntuottajan sekä tilaajan tavoitteita.

Asiakas- ja palvelukokemuksen tulee olla johdettua ja tuottaa arvoa asiakkaalleen tai tilaajalleen. Hyvin johdettu asiakkuus ja asiakaskokemus takaavat pitkäkestoisuutta sopimus- ja ihmissuhteisiin, joita Senaatti-kiinteistöt kumppanuusajattelulla tavoittelee.

5 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää kehitysideoita kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemuksen kehittämiseksi. Asiakkaille ja palveluntuottajille suunnatuilla kyselyillä sekä palveluntuottajien kanssa pidetyillä ideointityöpajoilla kerättiin arvokasta tietoa asiakas- ja palvelukokemuksen kehittämiseen. Lisäksi saatiin tärkeää tietoa vallitsevien megatrendien aiheuttamista mahdollisista palveluntarvemuutoksista. Jatkokehittävaksi valikoitui kymmenen kehittämissuositusta, joilla on toteutuessaan huomattava vaikutus asiakas- ja palvelukokemuksen sekä asiakasläheisyyden parantamisessa. Kehittämissuositukset on räätälöity yhteistyössä kiinteistö- ja toimitilapalveluita tuottavien yrityksen kanssa sellaisiksi, että ne soveltuvat käytettäväksi kaikissa kiinteistö- ja toimitilapalvelualan yrityksissä ja organisaatioissa. Työllä saavutettiin sille asetetut tavoitteet erittäin hyvin. Lisäarvona palveluntuottajien kanssa pidettyjen ideointityöpajojen keskusteluissa nousi esiin, että vastaavanlaisia tilaisuuksia pitäisi järjestää useammin eri teemojen ympärille. Ihmiset oppivat paremmin tuntemaan toisensa ja asiakaslähtöisyys muuttuu asiakasläheisyydeksi. Senaatin tapauksessa jatkossa voisi pohtia myös tiloja käyttävien asiakkaiden kutsumista ideointitilaisuuksiin mukaan, koska heidän ovat palveluiden loppukäyttäjiä.

Tutkimustyössä kerättyjä tietoja on käsitelty ja säilytetty riittävän turvallisessa paikassa, ettei ulkopuoliset henkilöt ole päässeet materiaalia käsittelemään. Tutkimuksen kaikki kyselyt on tehty Forms- kyselyalustalla siten, että vastaajat pysyvät nimettöminä. Opinnäytetyön tekemiseen ei ole käytetty turvaluokiteltua materiaalia. Tutkimuksessa, ideointityöpajoissa ja opinnäytetyöraportin tekemisessä käytetty materiaali hävitetään asianmukaisesti opinnäytetyön valmistuttua.

Asiakas- ja palvelukokemuksen parantamisen kannalta tärkeä jatkotutkimusaihe olisi mielestäni kiinteistö- ja toimitilapalveluita tuottavaa henkilöstöä käsittelevä tutkimustyö. Tavoitteena työllä olisi kerätä tietoa henkilöstöltä palvelukokemuksen ja työntekijäkokemuksen kehittämiseen. Työntekijäkokemus ja työnantajakuva vaikuttavat suuresti yrityksen onnistumiseen markkinoilla. Kiinteistö- ja toimipalvelualalla on osin maantieteellisen sijainnin mukaan myös työvoimapula, joka hankaloittaa palveluiden saatavuutta ja laskee asiakastyytyvyyttä.

Tämän opinnäytetyön tulokset ja jatkotutkimuksen tulokset yhdistämällä löytyisi varmasti lisää kehittämissuosituksia kiinteistö- ja toimitilapalveluiden asiakas- ja työntekijäkokemuksen parantamiseen sekä parannettaisiin työvoiman pysyvyyttä kiinteistöalalla.

LÄHTEET

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

Asikainen, J. & Kaivanto, K. 1997. Kiinteistöhoitosopimusopas. Hakapaino Oy. Helsinki.

Barona 2024. Työelämä tutkimus 2024. Toimialojen ja alueiden tulokset. Luettavissa: https://pris-mic-io.s3.amazonaws.com/barona/938f181b-a0fc-4cc4-801e-ad707e002b52_Tyo%CC%88ela%CC%88ma%CC%88tutkimus+2024_toimialat+ja+alueet.pdf.
Luettu: 20.9.2024.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita. Helsinki.

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Docendo. Jyväskylä.

Fisher, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen, asiakaskokemus luodaan yhdessä. Talentum. Helsinki.

Gerd, B. & Eskelinen, S. 2018. Digiajan asiakaskokemus. Alma Talent. Helsinki.

Grönroos, C. 2015. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Talentum. Helsinki.

Grönroos, C. & Järvinen, R. 2001. Palvelut ja asiakassuhteet markkinoinnin polttopisteessä. Kauppa- ja palveluakatemia. Helsinki.

Hekkanen, M. 2020. Kiinteistönpidon laatu ja hyvä isännöinti. Rakennustieto. Helsinki.

Helander, N. & Kujala, J. & Lainema, K. & Pennanen, M. 2013. Avaimia asiakasläheisyyteen, Uudistuva verkostomainen palveluliiketoiminta. Tampere University Press. Tampere.

Holma, L. & Laasio, K. & Ruusuvaara, M. & Seppä, S. & Tanner, R. 2021. Menestys syntyy asiakaskokemuksesta B2B-johtajan opas. Alma Talent. Helsinki.

Honkanen, H. 2006. Muutoksen agentit, muutoksen ohjaaminen ja johtaminen. Edita. Helsinki.

Hyötyläinen, R. & Nuutinen, M. 2010. Mahdollisuuksien kenttä palveluliiketoiminta ja vuorovaikutteinen johtaminen. Teknologiainfo Teknova. Helsinki.

Korkeamäki, L. 2021. Manufacturer Perspectives on Outcome-based Service Offerings. Väitöskirja. Vaasan yliopisto. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-979-2> Luettu: 15.11.2024.

Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus, uusi aika, uudenlainen johtaminen. Alma Talent Oy. Helsinki.

Korpikoski, K. 2023. Organization Transformation Through Service Design. Väitöskirja. Lapin yliopisto. Luettavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-337-394-5> Luettu: 14.11.2024.

KTI Kiinteistötalouden instituutti. 2001. Nykypaino. Helsinki. Kiinteistötalouden ja kiinteistöjohtamisen keskeiset käsitteet. Luettavissa: <https://kti.fi/wp-content/uploads/Kiinteist%c3%b6talouden-ja-kiinteist%c3%b6johtamisen-keskeiset-k%c3%a4sitteet.pdf> Luettu: 20.9.2024.

Laki Senaatti-kiinteistöistä ja Puolustuskiinteistöistä 1018/2020. Luettavissa: <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2020/20201018> Luettu: 8.3.2024.

Leväinen, K. 2012. Kiinteistö- ja toimitilajohtaminen. Otatiето. Helsinki.

Lohtaja-Ahonen, S. & Tarkka, H. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. WSOYpro. Helsinki.

Luukka, P. 2019. Yrityskulttuuri on kuningas. Alma Talent. Helsinki.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus, palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Talentum. Helsinki.

Maankäyttö- ja rakennuslaki 5.2.1999/132 117 i §. Luettavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990132#L17-2P117i> Luettu: 10.3.2024

Ojasalo, K. & Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Sanoma Pro. Helsinki.

Parantainen, J. 2010. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä, Tuotteistaminen. Talentum. Helsinki.

Pitkänen, R. 2010. Johtamisen suurenmoinen keveys. Infor. Helsinki.

Rakennustieto KiinteistöRYL2023. Luettavissa:

https://ryl.rakennustieto.fi/ryl/KiinteistoRYL/2023_1/3.1.html Luettu: 8.3.2024.

Ranki, S. 2022. HELP-katsaus: Työelämän muutosnäkökulmat. Työterveyslaitos. Luettavissa:

<https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-391-067-6> Luettu: 23.3.2024.

Rissanen, T. 2005. Hyvän palvelun kehittäminen. Pohjantähti. Jyväskylä.

Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus. Docendo. Jyväskylä.

Sitra 2022. Heikot signaalit. Luettavissa: https://www.sitra.fi/wp/wp-content/uploads/2022/01/sitra_heikot_signaalit_2022_tarinoita-tulevaisuuksista.pdf Luettu: 23.3.2024.

Sitra 2023. Megatrendit 2023. Luettavissa: https://www.sitra.fi/wp/wp-content/uploads/2023/01/sitra_megatrendit-2023_ymmarrysta-yllatysten-aikaan.pdf

Luettu: 23.3.2024.

Työ- ja elinkeinoministeriö. Työvoimabarometri 2024. Luettavissa:

<https://tem.fi/tyovoimabarometri> Luettu: 16.8.2024.

Valmiuslaki 1552/2011. Luettavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20111552#O1L3P12> Luettu: 31.8.2024.

Valtioneuvosto. Valtioneuvoston julkaisuja 2022:63. Luettavissa:

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-867-3> Luettu: 31.8.2024.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Finn Lectura. Helsinki.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2019. Johtaminen, keskeiset käsitteet, teorit ja trendit. Edita. Helsinki.

Viitala, R. 2021. Henkilöstöjohtaminen, keskeiset käsitteet, teorit ja trendit. Edita. Helsinki.

Virtanen, P. 2018. Palvelujen yhteiskunta. Tietosanoma. Helsinki.

7,11,2024 klo 18,50

Palvelukokemukseen liittyvä kysely Senaatti-kiinteistöjen asiakkaille

Palvelukokemukseen liittyvä kysely Senaatti-kiinteistöjen asiakkaille

Tällä kyselyllä selvitetään asiakkaiden mielipiteitä ja toimintatapoja liittyen kiinteistö- ja toimitilapalveluiden palvelukokemukseen. Kyselyn on laatinut kiinteistöpäällikkö Arto Pokela Senaatti-kiinteistöistä. Kyselyn tulokset ovat osa Arto Pokelan YAMK opinnäytetyötä palvelukokemuksen kehittäminen kiinteistö- ja toimitilapalveluissa.

* Pakollinen

Palvelukokemus kiinteistö- ja toimitilapalveluissa

Osiossa 1 käymme läpi kiinteistö- ja toimitilapalveluita **yleisellä tasolla**. Vastaa kysymyksiin asiakasnäkökulmasta. Tulevissa osioissa kohdennamme kysymykset yksittäisiin palvelukokonaisuuksiin.

1. Mitä palvelukokemus kiinteistö- ja toimitilapalveluissa mielestäsi tarkoittaa? *

2. Mikä parantaisi palvelukokemusta kiinteistö- ja toimitilapalveluissa? *

3. Millaista uutta kiinteistö- ja toimitilapalvelua Senaatti-kiinteistöt voisi tarjota asiakkailleen? *

4. Minkä kokonaisarvosanan annat Senaatin järjestämistä palveluista? Arvoasteikko 1 tyydyttävä - 5 kiitettävä. *

| | | | | | |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Arvosana | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

5. Minkä kokonaisarvosanan annat Teidän, Senaatin ja palveluntuottajien yhteistyön sujuvuudesta? Arvoasteikko 1 tyydyttävä - 5 kiitettävä. *

| | | | | | |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| arvosana | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Palvelukokemus aula- ja vartiointipalveluissa

Osiossa 2 käsitellään aula- ja vartiointipalveluiden palvelukokemukseen liittyviä asioita. Vastaa kysymyksiin asiakasnäkökulmasta.

6. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta positiiviseen palvelukokemukseen aula- ja vartiointipalvelussa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Luotettavuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Empaattisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sujuvuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Monikielisyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiakasläheisyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kiireettömyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ammattimaisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Positiivisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

7. Haluatko lisätä muun tekijän, joka vaikuttaa positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

8. Oletko antanut asiakaspalautetta positiivisesta palvelukokemuksesta aula- ja vartiointipalveluissa viimeisen vuoden aikana? *

- Kyllä
- Ei

9. Koetko, että antamaasi positiiviseen palautteeseen on reagoitu? *

- Kyllä
- Ei
- En ole antanut positiivista palautetta

10. Jos vastasit edellisessä kysymykseen ei, miksi koet niin?

11. Mitä palautekanavaa käytät aula- ja vartiointipalvelussa positiivisessa asiakaspalautteessa? Valitse yksi tai useampi. *

- Senaattilan palautekanava
- Suora palaute palvelua tekeville henkilöille
- Palaute palveluntuottajan työjohtoon
- Palaute oman organisaation tilayhdyshenkilöille
- Palaute Senaatin henkilöstölle.

12. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta negatiiviseen palvelukokemukseen aula- ja vartiointipalvelussa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Luottamuksen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Empaattisuuden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sujuvuuden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yhteisen kielen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiakasläheisyyden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kiireellisen tekeminen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ammattimaisuuden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| "Olen vain töissä täällä" - asenne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. Haluatko lisätä muun tekijän, joka vaikuttaa negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

14. Oletko antanut asiakaspalautetta negatiivisesta palvelukokemuksesta aula- ja vartiointipalveluissa viimeisen vuoden aikana? *

Kyllä

Ei

15. Koetko, että antamaasi negatiiviseen palautteeseen on reagoitu? *

Kyllä

Ei

En ole antanut negatiivista palautetta

16. Jos vastasit edelliseen kysymykseen ei, miksi koet niin?

17. Mitä palautekanavaa käytät aula- ja vartiointipalvelun negatiivisessa asiakaspalautteessa? Valitse yksi tai useampi. *

Senaatin palautekanava

Suora palaute palvelua tekeville henkilöille

Palaute palveluntuottajan työnjohtoon

Palaute oman organisaation tilayhdyshenkilöille

Palaute Senaatin henkilöstölle.

Palvelukokemus kiinteistönhoitopalveluissa

Osiassa 3 käsitellään kiinteistöhoitopalveluiden palvelukokemukseen liittyviä asioita. Vastaa kysymyksiin asiakasnäkökulmasta.

18. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta positiiviseen palvelukokemukseen kiinteistönhoitopalvelussa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Luotettavuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Empaattisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sujuvuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Monikielisyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiakasläheisyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kiireettömyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ammattimaisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Positiivisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

19. Haluatko lisätä muun tekijän, joka vaikuttaa positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

20. Oletko antanut asiakaspalautetta kiinteistöhoitopalveluiden positiivisesta palvelukokemuksesta viimeisen vuoden aikana? *

- Kyllä
 Ei

21. Koetko, että antamaasi positiiviseen palautteeseen on reagoitu? *

- Kyllä
 Ei
 En ole antanut positiivista palautetta

22. Jos vastasit edellisessä kysymykseen ei, miksi koet niin?

23. Mitä palautekanavaa käytät kiinteistöpalveluiden positiivisessa asiakaspalautteessa? Valitse yksi tai useampi. *

- Senaattilan palautekanava
- Suora palaute palvelua tekeville henkilöille
- Palaute palveluntuottajan työnjohtoon
- Palaute oman organisaation tilayhdyshenkilöille
- Palaute Senaatin henkilöstölle.

24. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta negatiiviseen palvelukokemukseen kiinteistöpalveluissa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Luottamuksen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Empaattisuuden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sujuvuuden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yhteisen kielen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiakasläheisyyden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kiireellisen tekeminen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ammattimaisuuden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| "Olen vain töissä täällä" - asenne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

25. Haluatko lisätä muun tekijän, joka vaikuttaa negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

26. Oletko antanut asiakaspalautetta kiinteistöpalveluiden negatiivisesta palvelukokemuksesta viimeisen vuoden aikana? *

Kyllä

Ei

27. Koetko, että antamaasi negatiiviseen palautteeseen on reagoitu? *

Kyllä

Ei

En ole antanut negatiivista palautetta

28. Jos vastasit edelliseen kysymykseen ei, miksi koet niin?

29. Mitä palautekanavaa käytät kiinteistöpalveluiden negatiivisessa asiakaspalautteessa? Valitse yksi tai useampi. *

Senaattijan palautekanava

Suora palaute palvelua tekeville henkilöille

Palaute palveluntuottajan työnjohtoon

Palaute oman organisaation tilayhdyshenkilöille

Palaute Senaatin henkilöstölle.

Palvelukokemus puhtauspalveluissa

Osoissa 4 käsitellään puhtauspalveluiden palvelukokemukseen liittyviä asioita. Vastaa kysymyksiin asiakasnäkökulmasta.

30. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta positiiviseen palvelukokemukseen puhtauspalvelussa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta – 5 merkittävä vaikutus *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Luotettavuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Empaattisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sujuvuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Monipuolisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiakasläheisyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kiireettömyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ammattitaitoisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Positiivisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

31. Haluatko lisätä muun tekijän, joka vaikuttaa positiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

32. Oletko antanut asiakaspalautetta puhtauspalveluiden positiivisesta palvelukokemuksesta viimeisen vuoden aikana? *

- Kyllä
- Ei

33. Koetko, että antamaasi positiiviseen palautteeseen on reagoitu? *

- Kyllä
- Ei
- En ole antanut positiivista palautetta

34. Jos vastasit edelliseen kysymykseen ei, miksi koet niin?

39. Koetko, että antamaasi negatiiviseen palautteeseen on reagoitu? *

- Kyllä
- Ei
- En ole antanut negatiivista palautetta

40. Jos vastasit edelliseen kysymykseen ei, miksi koet niin?

41. Mitä palautekanavaa käytät puhtauspalveluiden negatiivisessa asiakaspalautteessa? Valitse yksi tai useampi. *

- Senaatin palautekanava
- Suora palaute palvelua tekeville henkilöille
- Palaute palveluntuottajan työjohtoon
- Palaute oman organisaation työyhdyskunnalle
- Palaute Senaatin henkilöstölle

35. Mitä palautekanavaa käytät puhtauspalveluiden positiivisessa asiakaspalautteessa? Valitse yksi tai useampi. *

- Senaatin palautekanava
- Suora palaute palvelua tekeville henkilöille
- Palaute palveluntuottajan työjohtoon
- Palaute oman organisaation työyhdyskunnalle
- Palaute Senaatin henkilöstölle

36. Arvioi asteikolla yhdestä viiteen seuraavien tekijöiden vaikutusta negatiiviseen palvelukokemukseen puhtauspalvelussa. Arvoasteikko: 1 ei vaikutusta - 5 merkittävä vaikutus *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Luottamuksen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Empaattisuuden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suorituksen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yhteisen kielen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiakasymmärryksen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kiireellisen tekemisen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ammattitaidon puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| *Olen vain toisella tähtillä - asenne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

37. Haluatko lisätä muun tekijän, joka vaikuttaa negatiivisen palvelukokemuksen syntymiseen?

38. Oletko antanut asiakaspalautetta puhtauspalveluiden negatiivisesta palvelukokemuksesta viimeisen vuoden aikana? *

- Kyllä
- Ei

Avoin palaute kyselystä

42. Jäikö jotain tärkeää kysymättä? Avoin palaute kyselystä.

Tämä ei ole Microsoftin luoma tai suosittelemaa sisältöä. Lähettämällä tiedot lähetetään lomakkeen omistajalle.



7.11.2024 klo 18.48

Palvelukokemuksen kehittäminen palveluntuottajan näkökulmasta

Palvelukokemuksen kehittäminen palveluntuottajan näkökulmasta

Arto Pokelan opinnäytetyön osana olevaan ideointityöpajaan liittyvä kysely

* Pakollinen

1. Mitä palvelukokemus kiinteistö- ja toimitilapalveluissa tarkoittaa *

2. Mikä parantaisi palvelukokemusta kiinteistö- ja toimitilapalveluissa? *

3. Millaista uutta palvelua yrityksesi voisi tarjota Senaatin asiakkaille? *

4. Minkä kokonaisarvosanan annat palveluntuottajan, asiakkaan ja Senaatin yhteistyölle? 1 heikko 5 kiitettävä *

| | | | | | |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Arvosana | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

5. Arvio yhdestä viiteen asteikolla miten eri tekijät vaikuttavat positiivisen palvelukokemuksen muodostumiseen. *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Luotettavuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Empaattisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sujuuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Monikielisyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiakasläheisyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kiireettömyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ammattimaisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Positiivisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

6. Jokin muu tekijä?

7. Arvio yhdestä viiteen asteikolla miten eri tekijät vaikuttavat negatiivisen palvelukokemuksen muodostumiseen. *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Luottamuksen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Empatian puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sujuvuuden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yhteisen kielen puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asiakasläheisyyden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kiireellään tekeminen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ammattimaisuuden puute | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| "Olen vain töissä täällä" asenne | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

8. Jokin muu tekijä?

9. Oletko saanut positiivisesta palvelukokemuksesta palautetta tuottamistanne palveluista? *

Kyllä

Ei

10. Oletko saanut negatiivisesta palvelukokemuksesta palautetta tuottamistanne palveluista? *

kyllä

ei

11. Avoin palaute Senaatti-asiakkuudesta palveluntuottajan kannalta sekä mahdolliset
lisäkehitysideat

Tämä ei ole Microsoftin luomaa tai suosittelemaa sisältöä. Lähettämäsi tiedot lähetetään lomakkeen omistajalle.

 Microsoft Forms

