



## **Perehdyttäjän työkalupakki – asiakaskokemuksen näkökulmasta**

Noora Määttä

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

TRALI - Tradenomi

Opinnäytetyö

Raportin valmistumisvuosi 2025

## Tiivistelmä

<b>Tekijä</b> Noora Määttä
<b>Tutkinto</b> Tradenomi
<b>Opinnäytetyön nimi</b> Perehdyttäjän työkalupakki – asiakaskokemuksen näkökulmasta
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 20 + 4
<p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja laatia opas Pohjola Vakuutus-ajoneuvokorvauspalvelun perehdyttäjille ja kaikille perehdyttäjän apuna toimiville. Oppaan tarkoituksena on auttaa ottamaan asiakaskokemus huomioon perehdytyksessä, parantaa perehdytyksen laatua sekä yhtenäistää perehdytyskäytäntöjä kohdeyrityksen kaikissa toimipisteissä. Työelämälähtöisen projektin lähtökohtana oli kohdeyrityksen tarve selkeälle ja yhtenevälle oppaalle, joka tehostaa perehdytysprosessia.</p> <p>Oppaassa hyödynnettiin kohdeyrityksessä jo olemassa olevaa materiaalia. Tiedonkeruuvaiheessa haastateltiin kohdeyrityksen vastaavaa perehdyttäjää, jotta saatiin kattava käsitys perehdytyksen nykytilasta ja kehittämistarpeista. Lisäksi opasta varten analysoitiin aihepiiriä käsittelevää kirjallisuutta, blogeja ja internetsivuja. Saadun tiedon pohjalta opas suunniteltiin vastaamaan sekä perehdyttäjien että työntekijöiden tarpeita.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu muun muassa perehdyttämisestä, perehdyttämisen hyödyistä sekä perehdyttäjän vastuusta ja osaamisesta. Teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään myös ajoneuvokorvauspalveluiden prosesseja, korvausneuvojan roolia, vastuuta ja asiakaskokemusta.</p> <p>Lopputuloksena syntyi käytännönläheinen opas, joka sisältää johdatuksen kohdeyrityksen toimintatavoista, kulttuurista, arvoista ja perehdyttäjän vastuusta. Opas on digitaalisessa muodossa ja se on toimitettu kohdeyrityksen vastaavalle perehdyttäjälle. Vastaava perehdyttävä jakaa opasta sitä tarvitseville ja pystyy muokkaamaan opasta tarpeen tullen. Tulevaisuudessa opasta voidaan kehittää edelleen esimerkiksi muihin korvauslajeihin. Päivittämällä sisältöä opas saadaan vastaamaan muuttuvia työympäristön tarpeita.</p>
<b>Asiasanat</b> Perehdytys, perehdytysopas, perehdyttävä, asiakaskokemus, organisaatiokulttuuri, vakuutusyhtiö.

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Oppaan käyttö ja tarkoitus .....	1
1.2	Kohdeyrityksen esittely .....	1
1.2.1	Henkilöstömäärän kehitys .....	1
2	Perehdyttäminen .....	3
2.1	Perehdytyksen tavoitteet .....	3
2.2	Perehdyttäjän vastuu .....	3
2.2.1	Perehdyttäjän vastuu kohdeyrityksessä .....	4
2.3	Millaista osaamista perehdyttäminen vaatii .....	4
2.3.1	Vuorovaikutus ja viestintä .....	4
2.3.2	Positiivinen asenne ja motivointi .....	5
2.3.3	Yrityskulttuurin ja arvojen tunteminen .....	5
2.3.4	Ajan- ja resurssienhallinta .....	6
2.3.5	Tuntemus perehdytettävistä työtehtävistä .....	6
2.4	Perehdyttämisen hyödyt .....	6
3	Yrityskulttuuri ja arvot .....	8
3.1	Pohjola Vakuutusyrityskulttuuri, arvot ja toimintaperiaatteet .....	8
3.2	Työyhteisön toimintatavat .....	8
3.2.1	Toimintatavat kohdeyrityksessä .....	8
3.3	Viestintäkanavat ja yhteistyö kohdeyrityksessä .....	9
4	Ajoneuvokorvauspalvelun prosessit .....	10
4.1	Prosessien yleiskatsaus .....	10
4.2	Asiakaspalvelukanavat kohdeyrityksessä .....	11
4.3	Korvauskäsittelyn eri vaiheet kohdeyrityksessä .....	11
4.4	Korvausneuvojan roolin yleiskatsaus ja vastuu kohdeyrityksessä .....	12
5	Asiakaskokemus .....	13
5.1	Sisäinen asiakaskokemus .....	13
5.2	Perehdyttäjän rooli asiakaskokemuksessa .....	14
6	Opinnäytetyön vaiheet .....	15
6.1	Produktin suunnittelu .....	15
6.2	Produktin toteutus .....	16
7	Pohdinta .....	17
7.1	Prosessin arviointi .....	17
7.2	Tuotoksen arviointi .....	18
7.3	Yhteistyö ja vuorovaikutus kohdeyrityksen kanssa .....	18

7.4	Jatkokehittämisideat.....	18
Lähteet.....		19
Liitteet.....		21
Liite 1. xxx.....		21

# 1 Johdanto

## 1.1 Oppaan käyttö ja tarkoitus

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä on lähdetty tekemään perehdytysopasta kohdeyrityksen ajoneuvokorvauspalveluille. Opas on työkalupakki, joka on tarkoitettu yrityksessä perehdyttäjänä sekä perehdyttäjän apuna toimiville. Sen tarkoituksena on olla perehdyttäjän ja perehdytykseen osallistuvien esim. korvausneuvojen tukena. Oppaaseen on koottuna materiaalia liittyen asiakaskokemukseen, yrityskulttuuriin ja yrityksen arvoihin. Opas auttaa ymmärtämään asiakaskokemuksen tärkeyden yrityksessä ja kokoaa yhteen jo yrityksessä olevan materiaalin helposti saataville.

## 1.2 Kohdeyrityksen esittely

Pohjola Vakuutus on osa OP ryhmää, joka on suomen suurin finanssiryhmä, se on alun perin perustettu vuonna 1891 nimellä Palovakuutus-Osakeyhtiö Pohjola. Osaksi OP ryhmää Pohjola Vakuutus yhdistyi 2000-luvulla, kun pankki- ja vakuutuspalvelut yhdistettiin palvelukokonaisuudeksi. (OP s.a.)

Pohjola Vakuutus tarjoaa laajan valikoiman vakuutustuotteita sekä yksityishenkilöille että yrityksille. Yhtiön tuotevalikoima kattaa muun muassa koti-, ajoneuvo-, terveys- ja matkavakuutukset henkilöasiakkaille. Yritysassiakkaille Pohjola Vakuutus tarjoaa kattavia vakuutusratkaisuja, kuten omaisuus-, vastuu-, keskeytys- ja kuljetusvakuutuksia. Nämä tuotteet on suunniteltu suojaamaan monenlaisilta riskeiltä ja turvaamaan niin yksityishenkilöiden kuin yritystenkin toimintaa. (OP s.a.)

Pohjola Vakuutuksen liiketoimintamalli perustuu asiakaslähtöisyyteen ja kokonaisvaltaiseen palvelutarjontaan. Yrityksen strategia keskittyy digitaalisten palveluiden kehittämiseen ja asiakaskokemuksen parantamiseen. Verkkopalvelut ja mobiilisovellukset mahdollistavat asiakkaille vakuutusasioiden hoitamisen joustavasti ja tehokkaasti. Lisäksi Pohjola Vakuutus panostaa jatkuvasti tuotekehitykseen vastatakseen asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin ja markkinoiden kehitykseen. Viimeaikaisia suuria investointeja on tehty tietosuojan ja kyberturvallisuuden kehittämisessä. Tekoälyn hyödyntämisessä OP ryhmä aikoo olla edelläkävijöiden joukossa ja käytössä onkin jo tekoäly OP Aina, joka auttaa mobiilisovelluksessa asiakkaita niin pankki- että vakuutusasioissa. (OP s.a.)

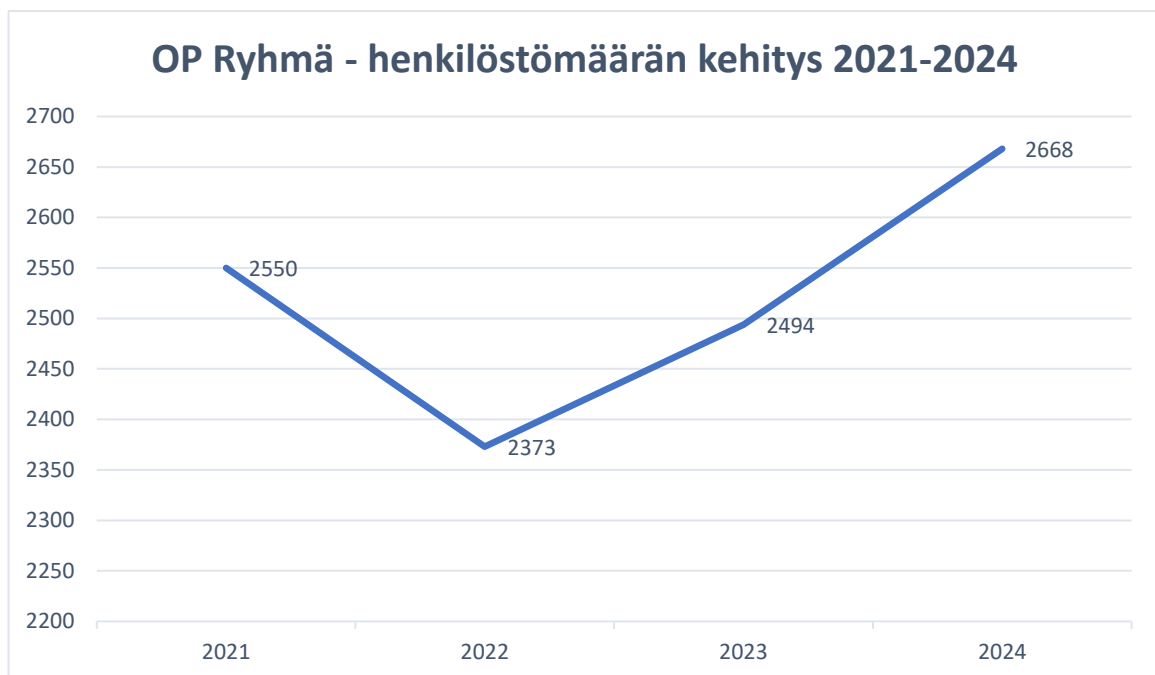
### 1.2.1 Henkilöstömäärän kehitys

Kun katsotaan OP Ryhmän henkilöstömäärän vuodesta 2021 vuoden 2024 puoleen väliin nähdään selvä kasvu henkilöstömäärässä. Vuonna 2022 Pohjola Vakuutuksen henkilöstömäärä väheni yrityksen myytyä Pohjola Sairaalan, mutta kasvatti silti henkilöstömäärää asiakaspalvelun osalta. Sen

jälkeen henkilöstömäärä on kasvanut tasaisesti ja kasvua on tapahtunut asiakaspalvelun ja palveluiden kehittämisen osa-alueilla. (OP s.a.)

Taulukosta nähdään henkilöstömäärän kehitys. Vaikka vuodesta 2021 vuoteen 2022 henkilöstömäärä laski Pohjola Sairaalan myynnin vuoksi, nousi se vuodesta 2022 vuoteen 2023 5,1 prosenttiyksikköä. Ja vuodesta 2023 vuoteen 2024 melkein 7 prosenttiyksikköä.

Taulukko 1. OP Ryhmän henkilöstömäärän kehitys vuodesta 2021 vuoteen 2024 (OP s.a.)



## 2 Perehdyttäminen

Perehdyttäminen on prosessi, jossa uusi työntekijä tai organisaation jäsen otetaan osaksi työyhteisöä ja perehdytetään hänen uusiin tehtäviinsä, organisaation toimintatapoihin, kulttuuriin ja arvoihin. (Huhtala 8.4.2021) Perehdyttäminen on yksi yrityksen kalleimmista ja tärkeimmistä prosesseista. Onnistunut perehdytys voi positiivisesti vaikuttaa työnantajamielikuvaan ja tuoda yritykselle kilpailuetua. (Eklund 2023, 23)

### 2.1 Perehdytyksen tavoitteet

Perehdyttämisen tarkoituksena on varmistaa, että uusi työntekijä tuntee itsensä tervetulleeksi, ymmärtää roolinsa ja vastuualueensa sekä pystyy toimimaan tehokkaasti ja itsenäisesti mahdollisimman nopeasti. Perehdytys on tärkeä osa yrityksen toimintoja, se ohjaa yritystä kohti tavoitteita ja se on myös yritykselle tapa toteuttaa strategiaansa. Perehdytyksen tavoitteet voivat vaihdella työsuhteen tyyppin mukaan, esim. kesätyöntekijöiden, osa-aikaisten ja kokoaikaisten työntekijöiden välillä. (Eklund 2023, 23–27)

### 2.2 Perehdyttäjän vastuu

Perehdyttäminen ei ole pelkästään perehdyttäjän ja esihenkilön vastuulla vaan koko työyhteisön. Mitä nopeammin työntekijät oppivat tekemään työn sitä nopeammin heistä on hyötyä koko työyhteisölle. (Työterveyslaitos s.a.) Perehdyttäjän vastuulla on huolehtia omalta osaltaan, että perehdytysprosessi on läpinäkyvä, tasalaatuinen ja oikeudenmukainen. Ennen perehdytyksen alkamista tulee viestiä työyhteisölle tulevasta perehdytyksestä ja pitää kaikki perehdytykseen osallistuvat tietoisena perehdytyksen kulusta. Paras tapa osallistaa koko työyhteisö mukaan perehdytykseen on yhdessä ideoiden ja vastuuta jakaen. Näin perehdyttäjä varmistaa sen, että koko työyhteisö jakaa yrityksen arvoja ja kulttuuria toivotulla tavalla. (Eklund 2023, 28–29)

Uudet työntekijät tarvitsevat myös alkuun paljon tukea, onhan uuden työn aloittaminen suuri muutos ihmiselle monella eri osa-alueella. Perehdyttäjän on tärkeää tiedostaa tämä ja ottaa huomioon se perehdytyksessä, uudelle työntekijälle tulee olla aikaa ja läpi perehdytyksen on hyvä kerätä palautetta ja varmistaa uudelta työntekijältä, miten oppiminen on lähtenyt käyntiin. Palautteen kysyminen auttaa varmistamaan miten oppiminen edistyy ja palautteen avulla voidaan oppimista kohdentaa paremmin. Tarkoituksena ei ole kuormittaa uutta työntekijää liiallisella tiedon määrällä, sillä emme pysty ottamaan kuin tietyn määrän uutta tietoa kerralla vastaan. Kärsivällisyyttä vaaditaan myös koska asioiden oppiminen vaatii useita toistoja, myös esimerkit ja kokemukset ovat tehokkaita keinoja oppia asioista. (Eklund 2023, 143–145)

### 2.2.1 Perehdyttäjän vastuu kohdeyrityksessä

Kohdeyrityksessä perehdyttäjän vastuulle on annettu perehdytysuunnitelman laatiminen. Perehdyttäjän vastuulla on myös sopia eri sidosryhmien kanssa missä vaiheessa perehdytystä heitä tarvitaan. Näitä sidosryhmiä ovat muun muassa:

- Ajoneuvovahinkotarkastajat
- Erityiskäsittelijät
- Liikenteenhenkilövahinkokäsittelijät
- Ulkomaanvahinkokäsittelijät
- Lakimiehet
- Tutkijat

Opittavaa asiaa ajoneuvokorvauspalveluissa on paljon ja näin ollen perehdytysuunnitelman laatimisessa tulee ottaa huomioon perehdytyksen tavoitteet, kuten työsuhteen tyyppi ja kesto. Perehdytystä voi myös tarpeen tullen jaksottaa, kuten oppimalla ensin kaskovahingot, jonka jälkeen liikenevahingot.

Perehdyttäjän tulee huomioida kohdeyrityksen kulttuuri ja arvot läpi perehdytyksen. Erityisesti asiakaskokemuksen merkitystä tulee korostaa perehdytysmateriaaleissa sekä perehdytystilanteissa. Paras tapa perehdyttäjän vaikuttaa kulttuuriin on omaksumalla sen itse.

### 2.3 Millaista osaamista perehdyttäminen vaatii

Perehdyttäminen vaatii laajaa osaamista, joka kattaa vuorovaikutuksen, viestinnän, organisoinnin, ihmissuhteiden hallinnan, teknisen osaamisen, tiedonhallinnan ja strategisen ajattelun. Hyvä perehdyttäjä pystyy mukautumaan erilaisiin oppijoihin ja tilanteisiin, ja hänen tehtävänsä on varmistaa, että uusi työntekijä tuntee olonsa tervetulleeksi ja pystyy aloittamaan työnsä mahdollisimman sujuvasti ja tehokkaasti. (Työterveyslaitos s.a.) Hyvä perehdyttäjä on myös itse aidosti kiinnostunut ja sitoutunut työtehtäviinsä sekä rooliinsa. (Eklund 2023, 140)

#### 2.3.1 Vuorovaikutus ja viestintä

Vuorovaikutus on olennainen osa perehdyttäjän roolia, ja se vaikuttaa merkittävästi siihen, kuinka onnistunut perehdytysprosessi on. Perehdyttäjän vuorovaikutustaidot heijastuvat monin eri tavoin hänen toiminnassaan ja ominaisuuksissaan. Kyky kuunnella ja kuulla toisia, selkeä itsensä ilmaisu sekä omien näkemysten ja käsitysten mukauttaminen kuin myös vaihtoehtoisten tapojen etsiminen ovat tärkeitä ominaisuuksia. (Ruutu & Salmimies 2015, 23–25)

Vuorovaikutusta ja viestintää tapahtuu monessa eri kanavassa kuten kasvotusten, Teams -puhe- lussa, chatissa ja sähköpostilla. Kanavasta huolimatta vuorovaikutuksen tulee olla yhdenmukaista, laadukasta ja riittävää. Mikäli vuorovaikutus jää riittämättömäksi saattaa se aiheuttaa ongelmia tu- levaisuudessa. (Eklund 2023, 146)

### **2.3.2 Positiivinen asenne ja motivointi**

Positiivisen psykologian avulla voidaan tuoda merkittävää lisäarvoa perehdytysprosessiin. Sen avulla luodaan tukeva ja kannustava työympäristö, jossa keskitytään yksilöiden vahvuuksiin ja hy- vinvointiin. Tarkoituksena on tunnistaa ja hyödyntää vahvuuksia, ajatella myönteisesti ja optimisti- sesti ja kasvattaa resilienssiä. Positiivinen psykologia pyrkii vahvistamaan yksilön voimavaroja ja tukemaan heidän kykyään saavuttaa täysi potentiaalinsa. Hyvä perehdyttäjä osaa motivoida uutta työntekijää omalla innostuksellaan ja positiivisella asenteellaan. Perehdyttäjä, joka osaa viestiä ta- voitteista ja niiden merkityksestä, voi auttaa uutta työntekijää ymmärtämään, miten hänen panok- sensa vaikuttaa omaan ja koko organisaation menestykseen. (Ruutu & Salmimies 2015, 26–27)

### **2.3.3 Yrityskulttuurin ja arvojen tunteminen**

Yrityksen kulttuuri ja arvot ovat jokaisella yrityksellä erilaiset, jotka ovat kehittyneet ajan myötä. Yri- tuskulttuuri on laaja käsite, ja sen tarkastelu perehdytyksen näkökulmasta edellyttää ymmärrystä siitä, mistä elementeistä ja piirteistä tämä kulttuuri muodostuu sekä miten se ilmenee käytännössä. Arkikielessä organisaatiokulttuuria kuvataan monin eri tavoin, ja siihen liitetään usein arvoja, nor- meja, toimintatapoja, sosiaalisia rakenteita ja yhteisiä tarinoita. Kun uusi työntekijä perehdytetään yrityskulttuuriin, tarkoituksena ei ole pakottaa häntä sopeutumaan väkisin kulttuuriin, vaan ennem- minkin opastaa häntä yrityksen toimintatavoissa ja tutustumaan yritykseen. (Grade 25.5.2021)

Yrityskulttuurin perehdytys tapahtuu jatkuvasti perehdytys suunnitelman aikana, sekä hiljaisen tie- don välityksellä että muodollisesti, kun käydään läpi yrityksen arvoja ja strategioita. Uudelle työnte- kijälle esitellään esimerkiksi tarkemmin yrityksen arvot, ja hän saa mahdollisuuden tutustua työka- vereihinsa. Tavanomaiseen yrityskulttuuriin perehdytykseen kuuluu myös yhteisten pelisääntöjen esittely tai niiden luominen riippuen tilanteesta ja päätöksentekoprosessien kulku eri tilanteissa. (Grade 25.5.2021)

Kulttuurin omaksuminen, työyhteisöön liittyminen ja työkalereiden kanssa tutustuminen ovat usein ratkaisevassa roolissa, kun uusi työntekijä pohtii, miten hyvin hän sopii osaksi työyhteisöä. Mitä pa- remmin hän kokee kulttuurin omakseen, sitä vahvemmin hän sitoutuu yritykseen. Perehdytyksen suunnittelussa onkin tärkeää pysähtyä miettimään yrityskulttuuria ja miten sitä sanoitetaan yrityk- sen tasolla kuin myös oman tiimin tasolla. (Grade 25.5.2021)

### **2.3.4 Ajan- ja resurssienhallinta**

Perehdytyksen tulee olla osa pitkäjänteistä strategiaa, joka tähtää uuden työntekijän menestykseen ja integroitumiseen yritykseen. Perehdyttäjän on osattava suunnitella ja toteuttaa perehdytys niin, että se tukee työntekijän kehitystä myös perehdytyksen jälkeen. Perehdytyksen suunnittelu ja aikatauluttaminen vaativat hyvää ajanhallintaa. Perehdyttäjän tulee varmistaa, että kaikki tarvittava sisältö käydään läpi kohtuullisessa ajassa ja että uusi työntekijä saa riittävästi aikaa oppia ja kysyä. Perehdyttäjän on osattava hyödyntää olemassa olevia resursseja, kuten perehdytykseen osallistuvia muita tahoja, koulutusmateriaaleja, työkalupakkia ja yrityksen tietojärjestelmiä, tehokkaasti perehdytysprosessin tukemiseksi. (Eklund 2023, 142)

### **2.3.5 Tuntemus perehdytettävistä työtehtävistä**

Työtehtävien tuntemus on kriittinen tekijä perehdytyksessä, koska se mahdollistaa tarkan, käytännönläheisen ja tehokkaan opastuksen. Hyvä perehdyttäjä tuntee perusteellisesti ne tehtävät, joihin hän perehdyttää uuden työntekijän, ja osaa tarjota tarvittavan tuen, ohjauksen ja palautteen, joka auttaa työntekijää menestymään roolissaan (Työterveyslaitos s.a.).

Pohjola Vakuutuksella työssä käytettävien järjestelmien ja ohjelmistojen tuntemus ja käyttö on erittäin tärkeää, sillä työtä tehdään tietokoneella. Järjestelmiä on paljon ja niiden käytön opettelu vie aikaa, perehdyttäjän on siis erittäin tärkeää osata itse käyttää näitä järjestelmiä tai pyytää avuksi perehdytykseen henkilö, joka osaa näitä järjestelmiä käyttää.

## **2.4 Perehdyttämisen hyödyt**

Perehdyttämisen hyödyt ovat moninaiset. Hyvin toteutettu perehdyttäminen parantaa työntekijän sitoutumista ja tyytyväisyyttä, vähentää virheiden ja työntekijävaihtuvuuden määrää, lisää tuottavuutta ja auttaa luomaan positiivisen työympäristön. Kunnollinen perehdytys on investointi, joka maksaa itsensä moninkertaisesti takaisin. Näin ollen hyvin suunniteltu ja toteutettu perehdytysprosessi on keskeinen osa yrityksen menestystä ja kestäväää kilpailuetua. (Työterveyslaitos s.a.)

Perehdyttämisestä on siis hyötyä niin yritykselle kuin työntekijälle. Kohdeyrityksessä perehdyttäminen on pitkä prosessi ja se on jaettu osiin. Nämä osiot koostuvat perehdyttäjän valitsemista kokonaisuuksista, jotka yhdistetään työssä oppimiseen. Opittavaa asiaa ja lakeja on niin paljon, että on koettu molemmin puolin paremmaksi jakaa aihealueita pienempiin osiin. Etenkin perehdytettävän kannalta pienemmissä osissa oppiminen on sujuvampaa, sillä liian ison tietomäärän vastaanottaminen on vaikeaa ja johtaa herkästi virheisiin tai työsuhteen lopettamiseen.

Työntekijän integroiminen kohdeyrityksen kulttuuriin edellyttää arvopohjaista perehdytystä, tiimityötä ja vuorovaikutusta. Kohdeyrityksessä on myös käynnissä kulttuurinmuutos, jossa tahtotila on olla asiakaskeskeisempi ja lisätä sujuvuutta niin sisäisesti kuin ulkoisesti. Hyvä perehdytys tutustuttaa työntekijän kohdeyrityksen arvoihin, toimintatapoihin ja pelisääntöihin. Myös tulevat työkaverit ovat avainasemassa perehdytyksessä, sillä heiltä perehdytettävät myös oppivat käytännön tasolla kohdeyrityksen kulttuurin tiimitasolla ja asiakaskohtaamisissa.

### 3 Yrityskulttuuri ja arvot

Yrityskulttuuri tarkoittaa organisaation sisäistä ilmapiiriä, arvoja, normeja ja toimintatapoja, jotka määrittävät, miten työntekijät toimivat ja suhtautuvat toisiinsa sekä ympäröivään yhteisöön. Se muodostuu pitkälti organisaation historiasta, johtamistavoista, henkilöstön arvoista ja käytännöistä. Yrityskulttuurilla luodaan perustaa sille, miten yritys toimii päivittäisessä työssään ja millaisen työympäristön se tarjoaa työntekijöilleen. (Luukka 2019, 19–22)

Arvot ovat periaatteita tai uskomuksia, jotka ohjaavat organisaation toimintaa ja päätöksentekoa. Arvot ovat niin sanottuja toimintaperiaatteita, ne ovat organisaation identiteetin ja kulttuurin ytimessä ja vaikuttavat siihen, miten yrityksessä suhtaudutaan asiakkaisiin, työyhteisön jäseniin ja muihin sidosryhmiin. (Kulmala & Rosvall 2022, 51–54)

#### 3.1 Pohjola Vakuutuksen yrityskulttuuri, arvot ja toimintaperiaatteet

Näin sanoitetaan OP Ryhmän toimesta yrityksen arvoista ja toimintaperiaatteista.

”OP Ryhmän perustehtävänä on edistää omistaja-asiakkaidensa ja toimintaympäristönsä kestävää taloudellista menestystä, turvallisuutta ja hyvinvointia. Tämä perustehtävä on lähes muuttumattomana muodostanut perustan ja tarkoituksen työllemme jo historiamme alkuvaiheista asti. Päivittäistä arkeamme ohjaavat vahvat arvomme: ihmisläheisyys, vastuullisuus ja yhdessä menestyminen.” (OP s.a.)

OP ryhmä muodostaa toimintansa asiakaskokemuksen ja käyttäjäystävällisyyden ympärille. Tämä tarkoittaa sitä, että organisaatiokulttuurin keskiöön nostetaan asiakkaiden kokemukset (Juuti 2015, 9).

#### 3.2 Työyhteisön toimintatavat

Työyhteisön toimintatavat ovat osa yrityskulttuuria ja se viittaa niihin käytäntöihin, periaatteisiin ja normeihin, jotka ohjaavat työntekijöiden välistä vuorovaikutusta ja yhteistyötä. Ne määrittävät, miten työntekijät toimivat yhdessä, miten päätöksiä tehdään ja miten asioita hoidetaan. Toimivat ja selkeät toimintatavat parantavat työilmapiiriä, lisäävät tehokkuutta ja tukevat yrityksen tavoitteiden saavuttamista. (Grade 25.5.2021)

##### 3.2.1 Toimintatavat kohdeyrityksessä

Kohdeyrityksessä on käytössä ketterä toimintatapa. Ketterä eng. agile toimintatapa on työskentely- ja johtamismenetelmä, joka korostaa joustavuutta, nopeaa reagointia muutoksiin ja tiivistä yhteistyötä tiimien ja sidosryhmien välillä. Ketterässä toimintatavassa pyritään jatkuvasti parantamaan työskentelytapoja ja prosesseja. Tämä tapahtuu usein retrospektiivien kautta, joissa tiimi arvioi, mikä on mennyt hyvin ja mitä voitaisiin tehdä paremmin seuraavalla kerralla. Tämä jatkuva

oppiminen ja parantaminen auttavat tiimejä kehittymään tehokkaammiksi ajan myötä. (Layton & Maurer 2012, luku 1)

Kohdeyrityksessä tiimit koostuvat noin 10–15 työntekijästä. Jokainen tiimi on erilainen ja jokainen tiimi saa päättää itse heille parhaiten soveltuvan tavan työskennellä. Perustavoitteet ovat jokaisella tiimillä samat, mutta päätösvalta siitä miten tavoitteisiin päästään on annettu tiimille.

Aiemmin vahingonhoito on ollut prosessinomaista eikä siinä ole juurikaan otettu huomioon asiakkaan tarvetta vaan enemmänkin mietitty yrityksen sisäisiä prosesseja. Nykyään vahinkoja hoidetaan asiakkaan tarpeen näkökulmasta. Suoria käskyjä ei tule enää ylhäältäpäin vaan tiimit itse kehittävät toimintaa ja tekevät muutoksia nopeastikin. Esihenkilöt ja asiantuntijavalmentajat tarjoavat tukea ja keinoja, sekä haastavat tiimejä ajattelemaan toimintatapojamme asiakkaidemme kannalta. Pääosassa on sujuvuus kaikessa toiminnassa. Sisäiset prosessit vaikuttavat myös asiakkaisiin ja siksi on tärkeää kehittää toimintaa koko ajan asiakas kaiken keskiössä. Asiakasrajapinnassa työskentelevät kuulevat asiakkaiden tarpeet ja ovat siksi tehokkaita myös kehittämään toimintaansa asiakkailta saamiensa palautteiden pohjalta. (OP s.a.)

### **3.3 Viestintäkanavat ja yhteistyö kohdeyrityksessä**

Yrityksessä perehdytyksen hoitaa perehdyttäjäksi valittu asiantuntijavalmentaja. Perehdyttäjän apuna perehdytyksessä on kuitenkin koko työyhteisö. Perehdyttäjän vastuulla on luoda perehdytysuunnitelma ja aikatauluttaa perehdytyksen eri vaiheet. Perehdytyksessä on monta eri osa-aluetta ja jokaisen osa-alueen asiantuntija osallistuu perehdytykseen. Myös ns. työssäoppimista tehdään perehdytyksessä, jossa perehtyjä pääsee seuraamaan toisen korvausneuvojan kanssa työtä reaaliajassa.

Viestintä tapahtuu sähköpostin ja Teamsin kautta. Perehdyttäjä luo Teamsiin erilaisia kanavia ja chattejä työn tueksi. Kalenterikutsut välitetään osallistujille sähköpostilla. Teamsin kautta viestitään, annetaan apua ja jaetaan materiaaleja. Teamsin käyttöön kannustetaan jo heti alussa, sillä se on työn tekemisen kannalta jatkossa hyvin olennainen, sillä yrityksessä tehdään paljon etätöitä. Yrityksellä on toimipisteitä useassa kaupungissa ympäri suomen, joissa tehdään samaa työtä ja näin ollen yhteydenpito Teamsin välityksellä on välttämätöntä.

## 4 Ajoneuvokorvauspalvelun prosessit

Kohdeyrityksen ajoneuvokorvauspalveluissa käsitellään liikennevahinkoja ja kaskovahinkoja, jotka ovat kaksi yleistä vakuutusluokkaa, jotka liittyvät ajoneuvoihin ja niiden käyttöön. Liikennevakuutus näistä kahdesta on lakisääteinen eli pakollinen, kun taas kaskovakuutus on vapaaehtoinen.

Liikennevahingot kattavat ajoneuvon aiheuttamat vahingot muille osapuolille, kuten toisille ajoneuvoille, jalankulkijoille, pyöräilijöille tai infrastruktuurille. Suomessa liikennevahingot korvataan pakollisella liikennevakuutuksella, joka kattaa:

- Toisen osapuolen ajoneuvon vauriot
- Lääkärikulut ja muut hoitokulut, jos joku loukkaantuu
- Mahdolliset pysyvän vamman korvaukset
- Kuolemantapauksen sattuessa omaisille maksettavat korvaukset

Kaskovahingot kattavat ajoneuvolle itselleen sattuneet vahingot. Kaskovakuutus on vapaaehtoinen, mutta se on hyödyllinen monissa tilanteissa, kuten ajoneuvoosi kohdistuneessa ilkivallassa, lasivahingossa tai aiheuttamassasi liikennevahingossa kattamaan oman ajoneuvosi vauriot. Kaskovakuutuksen kattavuus vaihtelee vakuutusyhtiön ja valitun vakuutustuotteen mukaan, mutta yleensä se korvaa:

- Kolari- ja törmäysvahingot, omalle ajoneuvolle
- Varkausvahingot
- Tulipalo- ja ilkivaltavahingot
- Lasivahingot
- Luonnonilmiöiden aiheuttamat vahingot, kuten myrsky tai tulva
- Teknisen vian aiheuttamia matkakeskeytyksiä, kuten hinaus, sijaisauto

Kaskovakuutuksesta voidaan ottaa eritasoisia tuotteita kuten esimerkiksi osakasko, kevytkasko ja superkasko, jotka kattavat eri vahinkotyyppit. Näitä tuotepaketteja pystyy myös muokkaamaan oman tarpeen mukaan. Tuotepaketit sisältävät erilaisia turvia ja niitä pystyy valikoimaan omien tarpeiden mukaan. (OP s.a.)

### 4.1 Prosessien yleiskatsaus

Kohdeyrityksessä ajoneuvokorvauspalvelut ovat jaettu eri osiin, näin käsittely on sujuvampaa, kun osaaminen on jaettu eri alueisiin. Sujuvuutta edistää se, että kaikilla käsittelijöillä on kuitenkin tuntemus kokonaisuudessaan siitä mistä kaikista osa-alueista ajoneuvokorvauspalvelut koostuvat. Liikenne- ja kaskovakuutuksia on monenlaisia ja niihin kuuluu sekä yksityis- ja yritysasiakkaita.

Näiden vahinkojen yhteydessä yleensä sattuu myös muita vahinkoja kuten henkilö- ja omaisuusvahinkoja. Sujuvuuden kannalta on tärkeää, että jokaiselta löytyy tieto tarjottavista vakuutusturvista.

#### 4.2 Asiakaspalvelukanavat kohdeyrityksessä

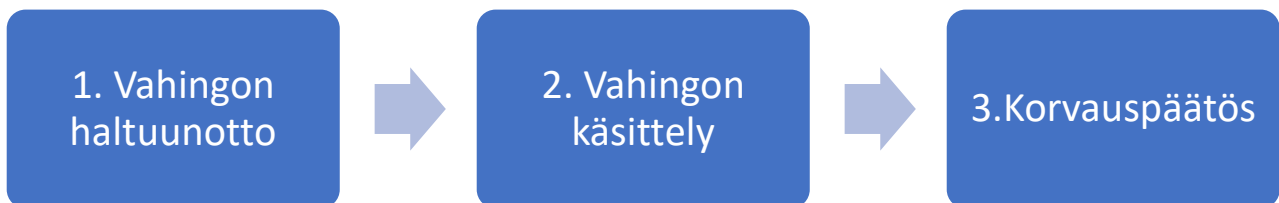
Kohdeyrityksessä asiakkaita palvellaan monipuolisesti eri kanavissa kuten

- puhelimessa
- chatissa
- OP verkkopalvelussa

Chatissa ja OP verkkopalvelun kautta asiakkaat ovat vahvasti tunnistautuneita, jolloin asiakkaat tietävät asioivansa luotettavasti yrityksen edustajan kanssa. Nykyään myös asiakkaiden pyynnöstä on mahdollista varmentaa puhelu käyttäen OP:n tunnuksia, näin sekä asiakas ja asiakaspalvelija varmentuvat siitä että puhelimen päässä on Pohjola Vakuutuksen edustaja sekä asiakaspalvelija saa myös varmennettua puhuvansa oikean asiakkaan kanssa. Etenkin asiakkaalle on positiivista voida varmentua siitä, että puhelu tulee todella Pohjola Vakuutuksesta.

#### 4.3 Korvauskäsittelyn eri vaiheet kohdeyrityksessä

Korvausneuvojan työ koostuu eri vaiheista, yleisin järjestys käsittelylle on seuraavanlainen:



1. **Vahingon haltuunotto:** asiakkaan ilmoittama vahinko otetaan käsittelyyn. Vahingon ilmoittamiseen asiakas voi käyttää useampaa eri kanavaa kuten puhelin, OP verkkopalvelu tai OP mobiili -sovellus.
2. **Vahingon käsittely:** käsittelijä edistää korvauskäsittelyä mahdollisimman pitkälle. Tarkoituksena on saattaa vahingon käsittely kerralla kuntoon aina korvauspäätökseen asti. Joissakin tilanteissa korvauspäätöksen antaminen heti ei ole mahdollista.
3. **Korvauspäätös:** Tulee aina ilmoittaa asiakkaalle ensisijaisesti puhelimitse, mutta myös asiakkaan valitsemalla tavalla kuten sähköposti tai verkkopalveluviesti.

#### **4.4 Korvausneuvojan roolin yleiskatsaus ja vastuu kohdeyrityksessä**

Korvausneuvojan rooli ja vastuu on hyvin keskeinen korvausprosessin sujuvuuden ja asiakastytyväisyyden kannalta. Korvausneuvoja auttaa asiakkaita navigoimaan korvausprosessin läpi ja varmistaa, että he saavat oikeudenmukaiset korvaukset vakuutusehtojen mukaisesti. Korvausneuvoja auttaa asiakkaita ennakoimaan eri vahinkoja sekä antaa neuvoja eri vakuutusturvien korvattavuudesta. Korvausneuvoja on yleensä yrityksessä asiakkaiden ensimmäinen kontakti vahingon sattuessa. Hän opastaa vahinkotilanteissa asiakasta kuten esimerkiksi oikean korjaamon valinta tai ohjaus kumppanille hinausavun saamiseksi. Korvausneuvojan työ ei siis ole pelkästään korvauspäätöksien tekemistä ja niiden ilmoittamista vaan se sisältää kokonaisvaltaisesti asiakkaiden auttamista.

Ajoneuvokorvauspalveluissa käsitellään myös liikennevahinkoja, joissa vahingonkärsineinä voi olla myös yrityksen ulkopuolisia asiakkaita. Korvausneuvojat ovat näissäkin tilanteissa ensimmäinen kohtaaminen näille ulkopuolisille asiakkaille, ja palvelun sujuvuus voi auttaa yritystä saamaan uusia asiakkaita näistä ulkopuolisista asiakkaista. Näin ollen iso vastuu asiakkaan kokemuksesta saattaa pohjautua korvausneuvojan kanssa käytyyn kohtamiseen.

## 5 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus tarkoittaa asiakkaan kokonaisvaltaista kokemusta ja tuntemuksia, jotka syntyvät hänen ollessaan vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa, se kattaa sekä fyysiset että digitaaliset kohtaamiset. Tämä kokemus muodostuu kaikista kohtaamispisteistä ja vuorovaikutustilanteista, joita asiakas käy läpi asiakaspolulla aina lähtötilanteesta asioinnin jälkeiseen kokemukseen asti (Filenius, alaluku Mistä asiakaskokemus muodostuu).

Asiakaskohtaamiset ovat kriittisiä yrityksen menestykselle monella tasolla. Ne vaikuttavat suoraan asiakastyytyväisyyteen, brändin maineeseen, kilpailuetuun, taloudellisiin tuloksiin ja yrityskulttuuriin. Hyvin hoidettuina asiakaskohtaamiset voivat luoda pitkäaikaisia ja arvokkaita asiakassuhteita, jotka edistävät yrityksen kestävästä kasvusta ja arvolutusta. Asiakaskokemuksen johtamisessa keskeistä on varmistaa, että jokaisessa asiakaskohtaamisessa tarjotaan asiakkaalle juuri niitä kokemuksia, joita hän arvostaa ja pitää merkityksellisinä. Vaikka asiakas lopulta muodostaa kokemuksensa omista lähtökohdistaan, se ei tarkoita, etteikö yritys voisi vaikuttaa siihen. Suunnittelemalla palvelua ja toimintatapoja yritys määrittelee tavoitteet sille, millaisia kokemuksia se haluaa tarjota ja millaisia tunteita sekä mielikuvia se pyrkii asiakkaissaan herättämään. (Javne)

### 5.1 Sisäinen asiakaskokemus

Yrityksen ulkoisten asiakkaiden lisäksi on myös sisäisiä asiakkaita. Sisäinen asiakas on työntekijä, tiimi tai osasto, joka vastaanottaa palveluita tai tuotoksia toiselta työntekijältä, tiimiltä tai osastolta saman yrityksen sisällä. Sisäisen asiakaskokemuksen luominen on myös yhteydessä yrityksen ulkoisille asiakkaille tuotettaviin palveluihin. On siis tärkeää luoda hyvää asiakaskokemusta myös sisäisesti sillä se vaikuttaa paljon yrityksen menestykseen ja lisää asiakaskeskeistä ajattelutapaa. (Löytänä & Korteso 2011, 66–67)

Etenkin suuressa yrityksessä, jossa on paljon eri osastoja, yhteinen ajattelutapa ja kulttuuri ovat erittäin tärkeitä. Kuten luvussa 2.2.1 kerrotaan perehdyttäjän vastuusta, on perehdyttäjän vastuulla viestiä yrityksen kulttuurista sekä auttaa uusia työntekijöitä omaksumaan se.

Asiakaskokemus ja työntekijäkokemus ovat vahvasti sidoksissa toisiinsa, ja niiden välinen suhde vaikuttaa suoraan yrityksen menestykseen. Työntekijät luovat suuren osan asiakkaiden kokemuksesta. Hyvinvoivat, osaavat ja motivoituneet työntekijät parantavat asiakaskokemusta. Yritykset, jotka tasapainottavat molemmat ja pitävät ne osana strategiaansa, saavuttavat usein kestävästä kasvusta ja parempaa asiakasuskollisuutta. (Huhta & Myllyntaus 2021, 13–14)

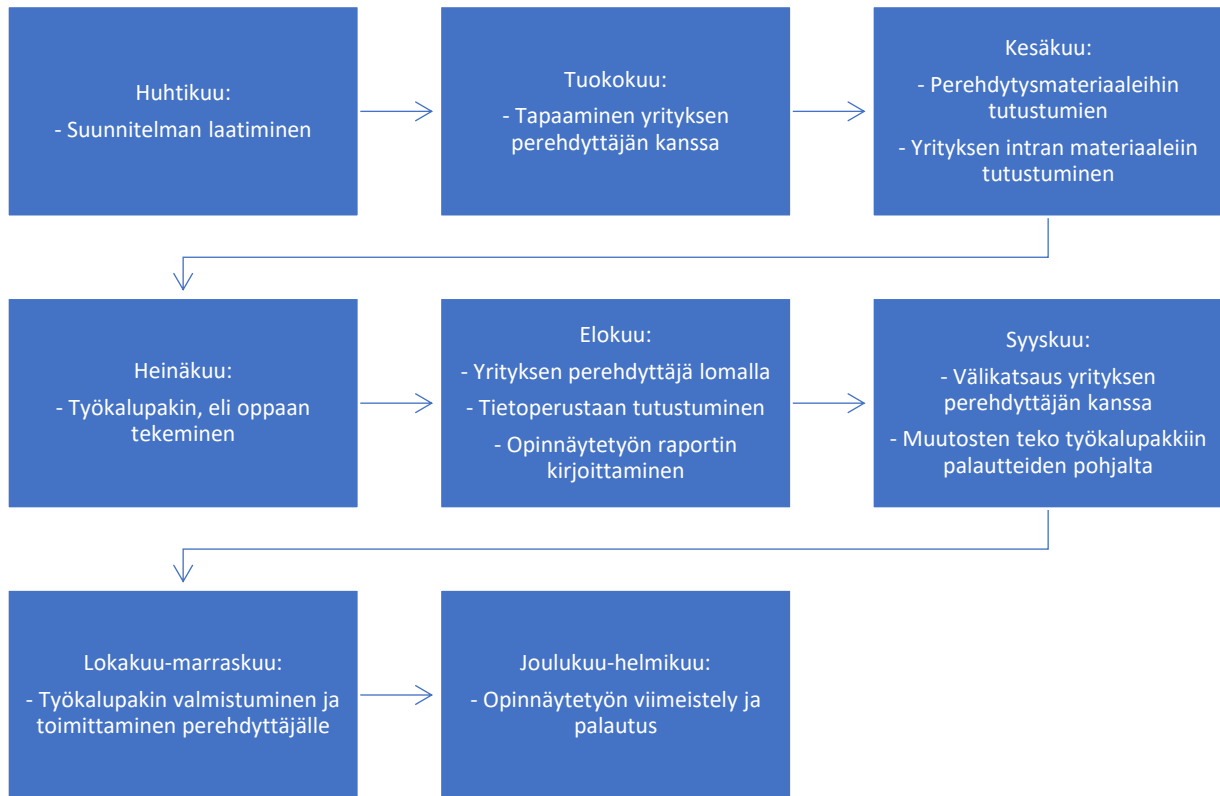
## 5.2 Perehdyttäjän rooli asiakaskokemuksessa

Perehdyttäjän rooli asiakaskokemuksessa on keskeinen, sillä perehdyttäjä toimii usein uuden työntekijän ensimmäisenä kosketuspintana yrityksen toimintatapoihin, arvoihin ja asiakaskeskeiseen ajattelutapaan. Perehdyttäjän tehtävä on varmistaa, että uusi työntekijä omaksuu yrityksen asiakaskokemuksen parantamiseen tähtäävät periaatteet ja käytännöt alusta alkaen. (Roidu Oy s.a.)

Kohde yrityksessä perehdyttäjä vastaa pidettävistä koulutuksista ja asiakaskokemus on hyvä ottaa perehdytykseen mukaan jo heti alkuvaiheessa. Perehdyttäjän rooli ei kuitenkaan rajoitu vaan alkuvaiheen perehdytykseen. Yrityksen perehdyttäjä toimii myös asiantuntijavalmentajana, joten hänen vastuullaan on jatkuvasti tukea korvausneuvoja kehittymään työssään. Onkin erityisen tärkeää, että perehdyttäjä itse on ajan tasalla yrityksen tuotteista, palveluista sekä strategiasta, jotta hän pystyy tukemaan ja auttamaan muita kehittymään työssään.

## 6 Opinnäytetyön vaiheet

Opinnäytetyö on edennyt alla olevan kaavion aikataulun mukaisesti. Kaavioon on kuvattu kuukausitasolla toteutunut aikataulu.



Seuraavissa alaluvuissa avataan opinnäytetyöprosessin keskeisiä tapahtumia ja kerrotaan tarkemmin aikataulun mukaisista työvaiheista.

### 6.1 Produktin suunnittelu

Produktin suunnittelu lähti liikkeelle yrityksessä jo olemassa olevan materiaalin keruusta. Suunnittelun alkuvaiheessa käytiin keskustelua niin esihenkilön kuin yrityksen perehdyttäjän kanssa. Ensimmäisessä palaverissa perehdyttäjän kanssa katsottiin jo olemassa olevaa materiaalia läpi. Samalla kartoitettiin mitä ei vielä ole ja millaiselle oppaalle olisi tarvetta. Päädyimme yhteistuumiin siihen, että perehdytyksessä on ollut haasteita, sillä eri toimipisteiden perehdyttäjät ovat jokainen käyttäneet omia materiaaleja, jotka ovat poikenneet toisistaan.

Yrityksen intranetissä on tarjolla paljon oppaita ja tietoa mitä ei ole käytetty aiemmin perehdytyksen tukena. Ideaksi syntyi koota perehdyttäjän työkalupakki, joka painottuu yrityskulttuuriin, arvoihin ja asiakaskokemuksen tärkeyteen. Keräsin tietoa yrityksen intranetistä, kuten erilaisia oppaita ja ohjeistuksia. Sain myös pääsyn nykyisiin perehdytysmateriaaleihin. Tarkoituksena oli perehtyä

kaikkeen jo olemassa olevaan materiaaliin ja koota niistä työkalupakki, joka auttaa perehdyttäjää ja perehdyttäjän apuna toimivia. Suunnitteluvaiheessa tutustuin myös aiheen tietoperustaan kuten kirjallisuuteen, blogeihin ja julkisiin verkkosivustoihin.

Oppaan suunnitteluvaiheessa alkoi pikkuhiljaa hahmottua se, ettei ollut tarkoitus kirjoittaa jo kaikkea olemassa olevaa uudelleen vaan koostaa ne yhteen, jotta ne olisi helpompi löytää. Oppaan tavoitteena on auttaa perehdyttäjää sekä kaikkia perehdytykseen osallistuvia ymmärtämään yrityksen arvojen ja kulttuurin tärkeyttä. Oppaasta ei kuitenkaan ollut tarkoitus tulla liian pitkä, vaan paremminkin helppolukuinen ja korostaa tärkeimpiä asioita. Se ei saisi viedä liikaa aikaa lukijaltaan vaan pikemminkin nopeasti auttaa oikeiden aiheiden pariin.

## 6.2 Produktin toteutus

Itse opas tehtiin PowerPoint -ohjelmalla, käyttäen yrityksen omaa mallipohjaa. Halusin valita valmiin mallipohjan, jotta oppaan ulkoasu on yrityksen muiden materiaalien kanssa yhteneväinen. Tarkoituksena oli tehdä helposti luettava ja ei liian pitkä opas, jossa oli koottuna tärkeimmät jo olemassa olevat materiaalit. Opas on tarkoitettu sähköiseen jakeluun sillä se sisältää linkkejä, tarvittaessa oppaan voi myös tulostaa. Opasta voi jakaa PowerPoint -tiedostona tai siitä voi luoda .pdf -tiedoston.

Keräsin oppaaseen materiaalia ja nostin tärkeimpiä asioita liittyen asiakaskokemukseen ja yrityksen kulttuuriin. Pidimme palaveria yrityksessä perehdytyksestä vastaavan henkilön kanssa ja kävimme läpi yhdessä mitä oppaasta olisi hyvä löytyä. Työstin opasta itsenäisesti ja esitin aina tuloksia perehdyttäjälle. Kun opas oli valmis, kävimme sen vielä vastaavan perehdyttäjän kanssa läpi ennen julkaisemista.

Opas jakautui neljään eri aihealueeseen;

- Mitä asiakaskokemus tarkoittaa Pohjola Vakuutuksessa
- Yrityksen arvot ja yrityskulttuuri
- Kuinka asiakaskokemus otetaan huomioon perehdytyksessä
- Perehdyttäjän rooli/vastuu

Opas on perinteinen tekstipohjainen opas, jossa jokaiseen aihealueeseen liittyvät materiaalit ovat linkitettyinä sivun alalaitaan tutustu -osioihin. Navigointi sivujen välillä on helppoa sillä opas ei ole pitkä. Opas etenee järjestyksessä ensin asiakaskokemuksesta yrityskulttuuriin ja yrityksen arvoista kertomiseen, jonka jälkeen näitä kuvataan perehdytyksen kannalta ja mikä vastuu näissä on perehdyttäjällä. Itse opas jäi PowerPoint tiedostoksi, jotta sitä on helpompi muokata jatkossa. Opas sisältää myös linkkejä yrityksen intraan, joten on tärkeää voida muokata opasta tarpeen tullen.

## 7 Pohdinta

Tämä opinnäytetyö prosessi on osoittanut perehdyttämisen tärkeyden ja etenkin yhtenäisen perehdytystavan tärkeyden ison yrityksen sisällä. Prosessin myötä on korostunut ja kirkastunut itselle kuinka tärkeää johdonmukaisuus ja yhtäläisyys ovat. Kun yritys on suuri ja osastoja paljon on luonnollisesti perehdyttäjiä myös paljon. Se että jokaisella perehdyttäjällä on oma materiaali ja tapa perehdyttää ei auta yritystä pääsemään tavoiteltuun tahtotilaan, joka kohdeyrityksessä on yhtenevä ja asiakaskeskeinen kulttuuri.

Prosessin aikana tutustuin kohdeyrityksessä jo olemassa olevaan materiaaliin, jotka käsittelevät monipuolisesti kohdeyrityksen arvoja, kulttuuria, tahtotilaa ja asiakaskokemusta. Opin myös itse paljon uusi asioita kohdeyrityksestä ja samalla ymmärrykseni laajentui. Opasta kootessani sain kaattua uuden oppimani yhteen ja sitä myötä nidottua yhteen kokonaisuuden mikä kaikki asiakaskokemuksen tahtotilaan kohdeyrityksessä liittyy.

Opas sisällöllisesti käsittelee yrityksen kulttuuria sekä arvoja asiakaskokemuksen näkökulmasta. Opas on tehty kohdeyrityksen ajoneuvokorvauspalveluille ja siinä korostetaan asiakaskokemusta ajoneuvokorvauspalveluiden prosesseissa. Aluksi opas johdattelee lukijaa kohdeyrityksen arvoluokkaan, kulttuuriin ja asiakaskeskeiseen toimintatapaan. Oppaan lopussa opastetaan, kuinka asiakaskokemus otetaan huomioon perehdytyksessä sekä kirkastetaan perehdyttäjän roolia ja vastuuta kohdeyrityksessä. Opas on yrityksen vastaavan perehdyttäjän käytössä, joka pystyy muokkaamaan opasta tarpeen tullen. Vastaava perehdyttäjä jakaa opasta apunaan toimiville perehdyttäjille.

### 7.1 Prosessin arviointi

Projekti oli pitkä ja antoisa. Alkuun pääseminen käynnistyi hyvin ja suunnitelman laatiminen eteni sujuvasti. Suunnitelman tekemisen jälkeen tarkoitus oli alkaa keräämään materiaalia opinnäytetyön tietoperustaa varten sekä tutustua jo yrityksessä olevaan perehdytysmateriaaliin ja käydä sitä läpi vastaavan perehdyttäjän kanssa.

Aikatauluun tuli viivettä materiaalin keräysvaiheessa sillä yrityksessä oli parhaillaan perehdytysmenossa, joten yhteisten tapaamisten sopiminen vastaavan perehdyttäjän kanssa oli haastavaa. Projekti ei valmistunut aivan suunnitellussa aikataulussa myöskään omien kiireiden vuoksi. Suunnitteluvaiheessa olisi hyvä ollut ottaa huomioon mahdolliset viivytykset ja muutokset. Opin sen, että on hyvä jättää hieman enemmän aikaa ja pelivaraa tulevaisuuteen sillä koskaan ei voi tietää mitä muutoksia eteen tulee.

## 7.2 Tuotoksen arviointi

Itse oppaasta tuli hyvä, opas on visuaalisesti yrityksen muiden materiaalin ja oppaiden kanssa yhtenevä. Se ei ole liian pitkä ja se on helppo esittää ja lukea nopeasti. Ensimmäinen ajatukseni oli tuoda kaikki tarvittava tekstin muodossa itse oppaaseen mutta päädyin käyttämään jo olemassa olevaa materiaalia ja kokoamaan linkkejä oppaaseen. Olen erittäin tyytyväinen siihen, että yrityksessä on jo olemassa hyvin selkeitä oppaita niin tekstin kun videoiden muodossa. Opas itsessään on todella tiivis mutta se palvelee kohdeyrityksen tarpeita näin parhaiten. Tekemäni opas auttaa löytämään aiheeseen sopivat materiaalit yhdestä paikasta, sen sijaan että niitä pitäisi etsiä monista lähteistä.

Opas toimii mielestäni myös hyvänä työkalupakkina perehdyttäjille, sitä on nopea selata aina tarvittaessa ja perehdyttäjä voi jakaa siinä olevia materiaaleja myös perehdytettäville. Tärkeimmät asiat oppaassa on korostettu kohdeyrityksen tunnusvärillä oranssilla, tämä auttaa löytämään avainasiat jo pelkällä silmäilyllä.

## 7.3 Yhteistyö ja vuorovaikutus kohdeyrityksen kanssa

Kokonaisuudessaan koin yhteistyön ja vuorovaikutuksen aktiivisena yrityksen vastaavaan perehdyttäjän kanssa. Yhteistyö yrityksen vastaavan perehdyttäjän kanssa toimi erittäin hienosti ja joustavasti. Ajatuksia oli helppo vaihtaa ja omaa edistymistä oli luontevaa kertoa eteenpäin. Sain paljon tukea ja tuntui että työni oli tärkeää. Sain vaikuttaa itse hyvin paljon sisältöön ja toteutukseen. Yrityksen vastaava perehdyttäjä antoi hienosti palautetta ja myös neuvoja siitä mitä asioita oppaassa olisi hyvä olla.

## 7.4 Jatkokehittämissideat

Opas on toteutettu kohdeyrityksen ajoneuvokorvauspalveluille mutta pienillä muutoksilla opasta voisi hyödyntää koko korvauspalvelussa. Asiakaskokemuksen tärkeys on koko kohdeyrityksen laajuinen ja sen yhtenäistäminen olisi järkevää kokonaisuuden kannalta. Säilyttämällä samat perusarvot ja miettimällä esimerkiksi omaisuuskorvauspalveluiden näkökulmasta samaan sävyyn eli kulttuurin ja asiakaskokemuksen näkökulmasta, voisi opasta laajentaa myös näille osa-alueille ja muillekin.

Oppaassa ei ole täysin otettu huomioon liikenteenhenkilövahinkoja, jotka kuuluvat myös osaksi ajoneuvokorvauspalveluita. Heidän prosesseissansa on hieman eroavaisuuksia verrattuna pelkkiin ajoneuvoihin, mutta pienillä muutoksilla oppaasta saisi myös heille soveltuvan.

## Lähteet

- Eklund, A. 2023. Tervetuloa meille!: Uuden työntekijän perehdytys. 3. painos. Brik Impact. Espoo. E-kirja. Luettu: 27.7.2024
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo. E-kirja. Luettu: 30.6.2024
- Grade. 25.5.2021. Perehdytyksen neljä tukipilaria. Blogi. Luettavissa: <https://introperehdytys.fi/blogit/perehdytyksen-nelja-tukipilaria/> Luettu: 25.8.2024
- Huhta, M. & Myllyntaus, V. 2021. Työnantajabrändi ja työntekijäkokemus: Rakenna vetovoimainen työpaikka, jota tavoittelemasi työntekijät rakastavat ja kilpailijasi kadehtivat. Helsinki. Alma Talent. E-kirja. Luettu: 25.9.2024
- Huhtala, M. 8.4.2021. Perehdytys on osa onnistunutta rekrytointia. Tikissä. Luettavissa: <https://blogit.metropolia.fi/tikissa/2021/04/08/perehdytys-on-osa-onnistunutta-rekrytointia/>. Luettu: 5.5.2024.
- Javne, B. Johda asiakas kohtaamisia – johda asiakaskokemusta. Marckwort koulutusyhtiöt blogi. Luettavissa: <https://www.marckwort.fi/johda-asiakas kohtaamisia-johda-asiakas kokemusta/> Luettu: 5.10.2024
- Juuti, P. 2015. Johda henkilöstö asiakas keskeisyyteen. PS-kustannus. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 2.8.2024
- Kulmala, S. & Rosvall, P. 2022. Yrityskulttuuri käytännössä: Konkretiaa tavoite kulttuurin johtamiseen. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu: 3.8.2024
- Layton, Mark C., ja Rachele Maurer. 2012. Agile Project Management For Dummies. For Dummies. E-kirja. Luettu: 25.9.2024
- Luukka, P. 2019. Yrityskulttuuri on kuningas: Mikä, miksi, miten?. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu: 3.8.2024
- Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus: Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Talentum. Helsinki. E-kirja. Luettu: 5.8.2024
- OP. s.a. Strategia. Luettavissa: <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/op-lyhyesti/strategia> Luettu: 26.6.2024

OP. s.a. Kaskovakuutus. Luettavissa:

<https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/vakuutukset/ajoneuvovakuutus/kasko> Luettu: 24.7.2024

OP. s.a. Liikennevakuutus. Luettavissa:

<https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/vakuutukset/ajoneuvovakuutus/liikennevakuutus> Luettu: 24.7.2024

OP. s.a. Liiketoimintasegmentit. Luettavissa: <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/op-lyhyesti/liiketoiminta-alueet> Luettu: 25.7.2024

OP. s.a. Historia. Luettavissa: <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/op-lyhyesti-historia> Luettu: 25.7.2024

OP. s.a. OP Ryhmän toimintakertomus ja tilinpäätös 2022. Luettavissa:

<https://vuosi.op.fi/siteassets/pdf/2022/op-ryhman-toimintakertomus-ja-tilinpaatos-2022-pdf.pdf> Luettu: 11.8.2024

OP. s.a. Puolivuosisikatsaus 1.1.–30.6.2024. Luettavissa: <https://www.op.fi/op-ryhma/medialle/tiedotteet?id=zj6khPIGujFD2Hj9YbwcxhyfvAcBAXnxzQtmHMX9q6BS94U%3D> Luettu: 25.7.2024

OP. s.a. Itseohjautuva toimintatapa. Luettavissa: <https://www.op.fi/op-ryhma/tietoa-ryhmasta/op-lyhyesti/kettera-toimintatapa> Luettu: 25.9.2024

Ruutu, S. & Salmimies, R. 2015. Työnohjaajan opas. Talentum. Helsinki. E-kirja. Luettu: 25.8.2024

Roidu Oy. s.a. Miten organisaation toiminnasta tehdään asiakaslähtöistä?. Luettavissa:

<https://roidu.com/blogi/miten-organisaation-toiminnasta-tehdaan-asiakaslahtoista/> Luettu: 5.10.2024

Työterveyslaitos. s.a. Perehdytystaidot ovat koko työyhteisön asia. Luettavissa:

<https://www.ttl.fi/oppimateriaalit/onnistunut-perehdytys-palvelualoilla/perehdytystaidot-ovat-koko-tyoyhteison-asia> Luettu: 26.7.2024

Työterveyslaitos. s.a. Perehdytys lähtee suunnittelusta. Luettavissa: <https://www.ttl.fi/oppimateriaalit/onnistunut-perehdytys-palvelualoilla/perehdytys-lahtee-suunnittelusta> Luettu: 25.8.2024

## Liitteet

### Liite 1. xxx

Opinnäytetyön tuotoksena syntynyt opas on liitetty seuraavalle neljälle sivulle kokonaisuudessaan. Kansi- ja lopetussivua mukaan laskematta on opas kuuden sivun mittainen. Oppaasta on ainoastaan liitetty kuvatiedostot, jotta oppaassa olevia linkkejä ei voi käyttää. Linkit ovat tarkoitettu ainoastaan kohdeyrityksen sisäiseen käyttöön. Linkit on jaoteltu kunkin sivun aihealueisiin liittyen ja sisältävät kokonaisvaltaisemmin tietoa käsiteltävästä sivun aihealueesta.



## Tämän työkalupakin tarkoitus

- Auttaa perehdyttäjää ymmärtämään asiakaskokemuksen tärkeys sekä huomioimaan asiakaskokemus ajoneuvokorvauspalveluiden perehdytyksen jokaisessa eri vaiheessa.
- Korostaa asiakaskokemuksen tärkeyttä kaikissa ajoneuvokorvauspalveluiden prosesseissa.
- Työkalupakin tarkoitus on yhtenäistää perehdytystä niin että se on samanlainen jokaisessa yrityksen toimipisteessä.
- Perehdyttäjälle on intrassa paljon materiaalia, tämän oppaan tarkoituksena on keskittyä siihen kuinka perehdyttäjä voi viestiä yrityksen kulttuuria työntekijöille.

## Mitä asiakaskokemus tarkoittaa Pohjola Vakuutuksessa?

- Arvolupaus on yksi yhteinen tarina ja tapa, jolla tuotamme koettua arvoa Pohjola Vakuutuksen asiakkaille.
- **Arvolupaus ohjaa tapamme toimia, palvelua ja viestiä.**
- Meillä asiakaskokemus lähtee jo kulttuurista, tuotekeskeisen kulttuurin sijaan keskitymme tuottamaan asiakaskeskeistä kulttuuria.

### Tutustu:

- [Asiakaskeskeinen tapamme toimia \(sharepoint.com\)](#)
- [Digitaaliset vahingonhoitokanavat-valmennus.pptx \(sharepoint.com\)](#)
- [Pohjola Vakuutuksen arvolupaus \(sharepoint.com\)](#)

## Yrityksen arvot ja yrityskulttuuri

- Arvolupauksemme mukaan olemme asiakkaillemme ennakkoinnin ja auttamisen ammattilaisia, ja tapamme toimia perustuu tähän lupaukseen.
  - Asiakkaalle ulospäin näkyvä arvolupaus "Kaikki kyllä järjestyy".
- Nämä arvot myös heijastuvat yrityskulttuuriimme.
- Työtehtävästä riippumatta jokainen omalla toiminnallaan luo ja vaikuttaa yrityksen kulttuuriin.
- Koko OP Ryhmän kulttuurimuutosta ohjaavat ketterän, itseohjautuvan toimintatapamme peruseriaatteen:
  - Asiakas on aina toimintamme keskiössä
  - Reagoimme nopeasti ja korjaamme suuntaa tarvittaessa
  - Vastuu on itseohjautuvilla, moniosaavilla tiimeillä
  - Toimintamme on läpinäkyvää.

### Tutustu:

- [Kulttuuri ja toimintatapa \(sharepoint.com\)](#)

## Kuinka asiakaskokemus otetaan huomioon perehdytyksessä

- Uusille työntekijöille jaetaan perehdytysmateriaaleja, joissa käsitellään myös asiakaskokemusta. Näissä materiaaleissa kerrotaan, millaisen asiakaskokemuksen Pohjola Vakuutus haluaa tarjota asiakkailleen ja millaisia odotuksia siihen liittyy.
- Koulutuksessa on hyvä tarjota ymmärrystä asiakkaiden tarpeista ja odotuksista. Esim. asiakaspalautteiden analysointi, asiakasprofiilien tarkastelu, puheluiden kuuntelu. Käytä apuna esimerkkejä, jo tapahtuneista asiakaskohtaamisista.
- Kerätään palautetta läpi perehdytyksen niin perehdytettäviltä kuin asiakkailta jotta voidaan oppia yhdessä. Käydään keskustelua yhdessä ja mietitään voisiko olla jotain kehitettävää ja muistetaan iloita onnistumisista!
- Hyödynnetään kaikkea yrityksessä jo olemassa olevaa materiaalia ja esitetään niitä säännöllisesti läpi perehdytyksen. Useat toistot auttavat sisäistämään opittavat asiat paremmin.

### Tutustu:

- Tutustu itse asiakaskeskeiseen ajattelutapaan ([Asiakaskeskeinen kulttuuri, CRM ja kannattavaa kasvua tukevat kyvykkyydet - katso strategiajuttutuvan tallenne \(sharepoint.com\)](#)).

## Kuinka asiakaskokemus otetaan huomioon perehdytyksessä

- Mieti miten asiakas on perehdytysvaiheessa koko ajan keskiössä, korosta asiakaskeskeisen ajattelutavan merkitystä. Voit käyttää esimerkkejä omista kokemuksistasi asiakkaiden kanssa.
- Innosta ja motivoi onnistumisten kautta, kuten
  - Asiakaspalautteet
  - Tiistain timanttiset
- Painottamalla yrityksen arvoja ja kulttuuria, voidaan lisätä ymmärrystä siitä, miten jokainen työntekijä on merkittävä osa Pohjola Vakuutuksen arvolupausta ja sitouttaa sen toteuttamiseen. Tämä auttaa vahvistamaan organisaation yhteenkuuluvuutta ja yhteistyötä yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi.
- Valmennuksen avulla auta myös kehittymään ja oppimaan haastavista asiakaskohtaamisista. Kuuntele ja esitä kysymyksiä ja auta havainnoimaan jo käytyjä asiakaskohtaamisia. Mieti yhdessä perehtyjän kanssa miten vastaavissa tilanteissa voisi toimia jatkossa.

## Perehdyttäjän rooli/vastuu

- Viesti selkeästi tulevasta perehdytyksestä ja sen tavoitteista.
- Osallista työyhteisö mukaan perehdytykseen, pidä perehdytykseen osallistuvat tietoisena aikataulusta.
- Muista asiakaskokemuksen merkitys läpi perehdytyksen, korosta miten se näkyy eri toiminnoissa.
- Noudata perehdytyksessä koulutussuunnitelmaa, jotta oppinen tapahtuu loogisessa järjestyksessä.
- Pidä perehdytysmateriaali ajan tasalla.
- Opettele ja sisäistä yrityksen kulttuuri ja arvot. Toimimalla itse niiden mukaisesti annat esimerkkiä muille.
- Seuraa aktiivisesti organisaatiossa tapahtuvaa viestintää ja jaa sitä eteenpäin. Uusien työntekijöiden voi olla aluksi haastavaa löytää kaikkea materiaalia ja eri kanavilla olevaa viestintää. Opasta mistä tietoa löytyy ja mitkä Teams -kanavat kannattaa ottaa aktiiviseen seurantaan.

### Tutustu:

- [Laadukkaiden tilaisuuksien suunnittelun malli.pptx \(sharepoint.com\)](#)

Kiitos