

samk



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

NURKSE KATARIINA

Asiakastyytyväisyys taloushallintokonsernissa

LIIKETALouden TUTKINTO-OHJELMA
2025

TIIVISTELMÄ

Nurkse, Katariina: Asiakastyytyväisyys taloushallintokonsernissa
Opinnäytetyö, AMK
Liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto
Maaliskuu 2025
Sivumäärä: 87

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää ovatko toimeksiantajan asiakkaat tyytyväisiä saamaansa asiakaspalveluun. Tutkimuksen tavoitteena oli luoda asiakastyytyväisyyskysely, jonka tulosten pohjalta voitiin arvioida asiakastyytyvää asiakaspalvelijoiden vuorovaikutusta sekä taloushallintopalveluiden laatua kohtaan. Tavoitteena oli myös kyselyn avulla selvittää asiakaspalvelun kehittämiskohteita ja esittää tutkimustulosten pohjalta kehittämisehdotuksia asiakastyytyvyyden parantamiseksi. Toimeksiantajana toimi taloushallintoalan konserni, joka muodostuu emoyhtiöstä ja yhdestä tytäryhtiöstä. Tutkimus kohdistui konsernin kaikkiin asiakkaisiin, lukuun ottamatta maa- ja metsätalouden asiakkaita.

Tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa selvitetään miten asiakaskokemukset vaikuttavat asiakastyytyvyyteen ja miten asiakaskokemukset muodostuvat. Teoriaosuudessa käydään läpi myös, miten asiakastyytyvää voidaan mitata. Lisäksi teoriaosuudessa käsitellään tarkemmin, mitä odotuksia asiakkailla on taloushallintoalan asiakaspalvelua kohtaan. Tässä opinnäytetyössä asiakaspalvelu jaettiin asiakaspalvelijan vuorovaikutustaitoihin ja teknisiin asiakaspalvelutaitoihin. Vuorovaikutustaidot sisältävät asiakaspalvelijan viestintätaidot sekä oikeanlaisen asenteen asiakasta ja asiakkaan ongelmia kohtaan. Tekniset asiakaspalvelutaidot sisältävät asiakaspalvelijan toimialakohtaisen osaamisen eli taloushallintoalan hallitsemisen. Tutkimuksen empiirinen osuus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Aineistonkeruumenetelmäksi valittiin verkkokysely. Tutkimustulokset analysoitiin kaavioiden ja prosentiosuuksien avulla.

Kyselyn tuloksista todettiin, että suurin osa toimeksiantajan asiakkaista ovat tyytyväisiä asiakaspalvelijoiden vuorovaikutustaitoihin sekä palkkahallinnon ja kirjanpidon palveluihin. Tuloksien pohjalta todettiin, että viestinnän räätälöinti entistä henkilökohtaisemmaksi kasvattaisi asiakastyytyvää. Myös toimeksiantajan palveluiden tarkempi esittely asiakkaille ja laskennallisten palveluiden sekä neuvontapalveluiden selkeä erottelu lisäisi toimeksiantajan läpinäkyvyyttä toiminnassa ja nostaisi mahdollisesti asiakastyytyvää.

Avainsanat: asiakaskokemus, asiakastyytyväisyys, taloushallinto, kvantitatiivinen tutkimus

ABSTRACT

Nurkse, Katariina: Customer satisfaction in a financial administration corporate group

Bachelor's thesis

Bachelor's degree in business administration

March 2025

Number of pages: 87

The purpose of this thesis was to find out if the client's customers are satisfied with the customer service they have received. The aim of the study was to create a customer satisfaction study. The study results were used to assess the impact of customer service interaction and the quality of financial management services on customer satisfaction. The aim was also to use the study to find out the development targets of customer service and to present development ideas based on the study results to improve customer satisfaction. The client was a financial administration corporate group consisting of a parent company and one subsidiary. The study targeted all the client's customers, except for agricultural and forestry customers.

The theoretical part of this thesis explores how customer experiences affect customer satisfaction and how customer experiences are formed. The theoretical part also contains how customer satisfaction can be measured. In addition, the theory part deals with information in detail about what expectations customers have for customer service for the financial administration industry. In this thesis, customer service was divided into customer service interaction skills and technical customer service skills. Interaction skills include the communication skills of customer service and the right attitude towards the customer and the customer's problems. Technical customer service skills include industry-specific expertise. So, in this thesis, technical customer service skills mean skills to master financial administration. The empirical part of this theses was implemented as quantitative research. An online survey was chosen as the data collection method. The results of the study were analyzed using graphs and percentages.

The results of the survey found that the majority of the client's customers are satisfied with the interaction skills of customer service as well as with the payroll administration and accounting services. Based on the results, it was found that tailoring communication to be more personal would increase customer satisfaction. A more detailed presentation of the client's services to their customers and a clear distinction between computational services and advisory services would also increase the client's transparency in operations and possibly increase customer satisfaction.

Keywords: customer experience, customer satisfaction, financial administration, quantitative research

ALKUSANAT

Haluan kiittää tämän opinnäytetyön toimeksiantajaa mahdollisuudesta toteuttaa tämä tutkimus osana todellista työelämää heidän konsernissaan. Tavoitteeni asiakastytyväisyyskyselyn toteuttamisesta taloushallintoyrityksen asiakkaiden keskuudessa olisi ollut mahdotonta ilman toimialan toimeksiantajaa. Haluan myös kiittää opinnäytetyöni ohjaajaa laadukkaasta ohjauksesta. Olen ohjaajani neuvoilla saanut pidettyä työni johdonmukaisena. Ohjaajani on myös mahdollistanut minulle hyvin itsenäisen työskentelyn, mutta tukenut aina tarvittaessa.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS, TAVOITE JA VIITEKEHYS	7
2.1 Tarkoitus, tavoite ja tutkimusongelmat	7
2.2 Teoreettinen viitekehys ja aiheen rajaus	9
3 ASIAKASKOKEMUS JA ASIAKASTYYTYVÄISYYS	11
3.1 Asiakaskokemuksen ja asiakastyytyväisyyden merkitys	11
3.2 Asiakaskokemuksen muodostuminen	14
3.3 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	18
4 AMMATTITAITOINEN ASIAKASPAVELU	24
4.1 Asiakaspalvelijan vuorovaikutustaidot	24
4.2 Tekniset asiakaspalvelutaidot.....	26
5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYN TOTEUTTAMINEN TOIMEKSIANTAJALLE	32
5.1 Tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmien valinta ja otanta	32
5.2 Kyselyn suunnittelu ja toteuttaminen	37
5.3 Analysointimenetelmien valinta ja tulosten analysointi	41
5.4 Reliabiliteetti, validiteetti ja tutkimusetiikka	42
6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYN TULOKSET	44
6.1 Vastausprosentti ja vastaajien taustatiedot	44
6.2 Asiakaspalvelijan vuorovaikutustaidot	47
6.3 Tekniset asiakaspalvelutaidot.....	49
6.4 Palvelutarjonta ja NPS-mittari.....	59
7 JOHTOPÄÄTÖKSET TULOKSISTA JA KEHITYSEHDOTUKSET	60
8 OPINNÄYTETYÖPROSESSIN POHDINTA.....	66
LÄHTEET.....	72
LIITE 1: ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY	76
LIITE 2: KUTSU ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYYN	86
LIITE 3: MUISTUTUSKUTSU ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYYN	87

1 JOHDANTO

Jokaisen yrityksen tavoitteena on menestyä markkinoilla. Nykypäivänä menestyksen avaimena on luoda onnistuneita asiakaskokemuksia täyttämällä asiakkaiden odotukset yritystä ja yrityksen tarjoamia tuotteita kohtaan. Palveluyrityksissä, eli yrityksissä, joissa myytävänä tuotteina ovat palvelut, asiakkaiden odotukset kohdistuvat myytävien palveluiden laatuun ja asiakaspalvelijoiden vuorovaikutustaitoihin. Palveluyrityksen on siis mahdollista tarjota hyviä asiakaskokemuksia tuottamalla laadukasta asiakaspalvelua. Asiakkaiden odotukset sekä palvelukanavat muuttuvat koko ajan nykyisessä digitalisaation valtaamassa maailmassa, joten asiakkaiden odotuksia ja toteutuneiden asiakaskokemuksien tasoa on seurattava jatkuvasti ja toimintaa kehitettävä niiden mukaisesti.

Yksi yleisimmin käytetyistä asiakaskokemuksen tason mittareista on asiakastytyväisyyden tutkiminen. Asiakastytyväisyyttä voidaan tutkia esimerkiksi asiakastytyväisyyskyselyllä, josta tässä opinnäytetyössäkin on kyse. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on toteuttaa asiakastytyväisyyskysely taloushallintopalveluita myyvälle konsernille. Asiakastytyväisyyskyselyn jälkeen työssä esitetään kyselyn tulosten pohjalta kehitysehdotuksia paremman asiakaskokemuksen ja asiakastytyväisyyden tuottamiseen. Tutkimuksen tarkoituksena on siis selvittää ovatko konserniin kuuluvien taloushallintoyritysten asiakkaat tyytyväisiä saamiinsa taloushallintopalveluihin ja asiakaspalvelijoiden vuorovaikutustaitoihin.

Tämän opinnäytetyön teoriaosassa perehdytään tutkimuksen lähtökohtien jälkeen asiakaskokemuksen muodostumiseen ja asiakastytyväisyyden mittaamiseen. Näiden jälkeen tarkastellaan tarkemmin, mitä odotuksia asiakkailla on asiakaspalvelijan vuorovaikutustaitoja ja teknisiä asiakaspalvelutaitoja kohtaan. Tässä opinnäytetyössä vuorovaikutustaidot sisältävät asiakaspalvelijan

viestintätaidot sekä oikeanlaisen asenteen asiakasta ja asiakkaan ongelmia kohtaan, ja tekniset asiakaspalvelutaidot asiakaspalvelijan toimialakohtaisen osaamisen eli taloushallintoalan hallitsemisen. Työn empiirisessä osiossa käydään läpi, miten tämän opinnäytetyön asiakastyytyväisyyskysely on toteutettu, millaisia tuloksia kyselystä saatiin ja esitetään kehitysehdotuksia asiakastyytyväisyyden parantamiseksi opinnäytetyön teoriaa hyväksikäyttäen. Työn lopussa pohditaan tutkimukseen liittyviä valintoja, tavoitteiden saavuttamista ja onko tutkimuksella onnistuttu tuottamaan hyödyllistä tietoa toimeksiantajakonsernille.

2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS, TAVOITE JA VIITEKEHYS

2.1 Tarkoitus, tavoite ja tutkimusongelmat

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää ovatko yrityksen asiakkaat tyytyväisiä saamaansa taloushallintokonsernin tarjoamaan asiakaspalveluun. Selvitys tehdään opinnäytetyön toimeksiantajakonsernin asiakkaiden mielipiteistä. Asiakastyytyväisyyden mittaamisella toimeksiantajakonserni saa arvokasta tietoa emo- ja tytäryhtiön nykytilasta asiakkaidensa näkökulmasta. Jatkossa tässä opinnäytetyössä käytetään toimeksiantaja-nimitystä viitaten koko toimeksiantajakonserniin. Osana opinnäytetyötä esitetään kehitysehdotuksia tutkimustulosten pohjalta. Toimeksiantajan on mahdollista tutkimustulosten perusteella sekä esitettyjen kehitysehdotusten mukaisesti kehittää toimintaansa entistäkin kannattavammaksi ja näin ollen opinnäytetyö tuottaa merkityksellistä tietoa toimeksiantajalle.

Opinnäytetyön tarkoituksena on vastata merkityksellisyyden lisäksi ajankohittaiseen ja työelämälähtöiseen ongelmaan. Opinnäytetyö tehdään toimeksiantajalle, jolloin se on suoraan yhteydessä todelliseen työelämän ongelmaan. Asiakaskokemus ja sen parantaminen on ollut jo pitkään yksi yritysmaailman nousevista trendeistä ja sen kehittämislle ei näy loppua. Asiakaskokemuksen

kehittämistä tukee myös Watermark Consultingin (n.d.) tuottama tutkimus. Tutkimuksen tuloksista voidaan todeta asiakaskokemukseen panostavan yrityksen kannattavuuden kasvavan jopa viisinkertaisesti verrattuna yrityksiin, jotka eivät panosta asiakaskokemukseen. Asiakaskokemuksen kehittämiseen tarvitaan tietoa asiakkaiden asiakastyytyväisyydestä, josta tässä opinnäytetyössä on kyse.

Toinen näkökulma tarkastella tämän opinnäytetyön aiheen merkityksellisyyttä on lainsäädännöllinen näkökulma. Osakeyhtiölaki (624/2006, 1 luku 5 §) ohjaa yhtiön toimintaa ja lain mukaan ”Yhtiön toiminnan tarkoituksena on tuottaa voittoa osakkeenomistajille...”. Jotta lain edellyttämän voiton tuottaminen on mahdollista, on yrityksen onnistuttava liikeideansa toteuttamisessa ja sen myymisessä asiakkailleen. Aihe on siis hyvinkin tärkeä toimeksiantajalle, sillä asiakastyytyväisyyskysely antaa työkaluja toiminnan kehittämiseksi ja sitä kautta voiton tuottamiselle.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tehdä asiakastyytyväisyyskysely. Asiakastyytyväisyyskyselyllä pyritään selvittämään toimeksiantajan asiakkaiden mielipiteitä toimeksiantajan asiakaspalvelun laadusta ja sitä kautta selvittämään mitä asiakkaiden mielestä pitäisi kehittää. Kun asiakkaiden mielipiteet ovat selvitetty kyselyn avulla, tavoitteena on esittää kehitysehdotuksia kyselytulosten perusteella.

Tutkimuksellisessa työssä on hyvä esittää tutkimuskysymyksiä, joihin vastaamalla on helpompi saavuttaa asetetut tavoitteet. Ensisijainen tutkimuskysymys on tutkimuksen tavoite kysymysmuodossa ja tarkentavat tutkimuskysymykset tarkentavat ja avaavat ensisijaista tutkimuskysymystä. Toisinaan puhutaan myös tutkimusongelmasta ja sen alaongelmista. Tutkimuskysymysten avulla tutkimuksen fokus pysyy tutkittavassa aiheessa eikä tutkimus lähde laajenemaan turhan laajaksi. (Kananen, 2015, s.46, 55.)

Tämän opinnäytetyön ensisijainen tutkimuskysymys on

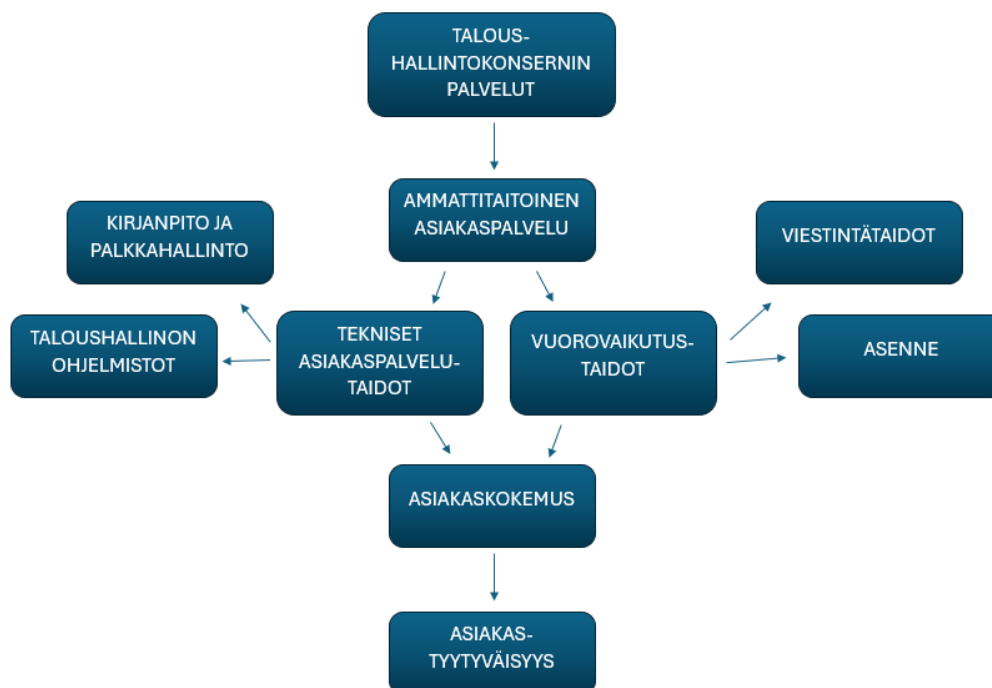
- Ovatko asiakkaat tyytyväisiä saamaansa taloushallintokonsernin tarjoamaan asiakaspalveluun?

Tämän opinnäytetyön tarkentavat tutkimuskysymykset ovat

- Miten taloushallinnon yrityksessä mitataan asiakastytyvääsyyttä?
- Millaisena yrityksen asiakaspalvelun vuorovaikutus koetaan?
- Millaisena yrityksen tarjoamat taloushallintopalvelut koetaan?

2.2 Teoreettinen viitekehys ja aiheen rajaus

Tämän opinnäytetyön teoreettinen viitekehys on esitettyä Kuviossa 1 Teoreettinen viitekehys. Teoreettinen viitekehys sisältää toimeksiantajan tarjoamat palvelut eli ammattitaitoisen asiakaspalvelun, joista muodostuvat asiakkaiden asiakaskokemukset. Asiakaskokemuksien pohjalta muodostuu mitattava asiakastytyväisyys.



Kuvio 1. Teoreettinen viitekehys

Teoreettinen viitekehys osoittaa opinnäytetyön kahden pääkäsitteen – taloushallintokonsernin palveluiden ja asiakastytyväisyyden – välisen yhteyden. Asiakastytyvyyttä voidaan mitata asiakastytyväisyyskyselyllä, jossa tiedustellaan asiakkaiden mielipiteitä yrityksen tarjoamista asiakaskokemuksista ja mahdollisista kehityskohteista. Jotta asiakaskokemuksien asiakastytyvyyttä voidaan mitata, on tunnettava mittaamisen kohde. Tässä opinnäytetyössä asiakastytyväisyyden mittaamisen kohteena on taloushallintokonsernin tarjoaminen palveluiden tuottamat asiakaskokemukset.

Tämän opinnäytetyön osalta taloushallintokonsernin palvelut ovat koottuna yhden pääotsikon alle: ammattitaitoinen asiakaspalvelu. Ammattitaitoinen asiakaspalvelu muodostuu asiakaspalvelutaidoista, jotka voidaan jakaa teknisiin asiakaspalvelutaitoihin ja vuorovaikutustaitoihin. Tekniset asiakaspalvelutaidot sisältävät asiakaspalvelijan toimiala- ja organisaatiokohtaisen osaamisen. Tässä opinnäytetyössä asiakaspalvelijan toimiala- ja organisaatiokohtainen osaaminen tarkoittaa taloushallintoalan hallitsemista. Vuorovaikutustaidot sisältävät asiakaspalvelijan viestintätaidot sekä oikeanlaisen asenteen asiakasta ja asiakkaan ongelmia kohtaan.

Opinnäytetyön aihe ja sitä kautta teoreettinen viitekehys on rajattu vastaamaan juuri toimeksiantajan palveluita ja toiveita. Taloushallinto käsitteenä on hyvin laaja ja käsiteltäväksi tähän työhön on otettu kirjanpito ja palkkahallinto. Palkkahallinto voidaan laskea osaksi kirjanpidon osapalveluita, mutta toimeksiantajalla on toiveena saada tutkimustuloksia eri kirjanpidon ja palkkahallinnon työntekijätiimien asiakastytyväisyydestä, jolloin kirjanpidon ja palkkahallinnon erottaminen toisistaan näin tuntui luonnolliselta. Teoreettisessa osuudessa käsitellään siis kirjanpidon ja palkkahallinnon ammattitaitoisen suorittamisen perusteita, joihin myös nykypäivänä sisältyy taloushallinnon ohjelmistojen tehokas käyttö.

Taloushallinnon ohjelmistot ovat iso osa nykypäivän taloushallintoa, jonka vuoksi halusin ne osaksi tätä opinnäytetyötä. Ohjelmistoja käsitellään tässä opinnäytetyössä kuitenkin hyvin suppeasti, koska niiden kehittäminen kuuluu ohjelmistojen valmistajille. Toimeksiantaja ei pysty vaikuttamaan ohjelmistojen

toimivuuteen asiakastyytyväisyyskyselyn tulosten pohjalta, jolloin myöskään laajaa teoriapohjaa aiheeseen ei tarvita. Toimeksiantajan on kuitenkin hyvä tiedostaa, jos asiakkaiden mahdollinen tyytymättömyys johtuu ohjelmistosta, eikä niinkään itse toimeksiantajan tarjoamasta asiakaspalvelusta.

Työssä käsitellään yritysten toimintaan kohdistuvia asiakkaiden odotuksia vain palveluyritysten osalta. Asiakaspalveluun kohdistuvien odotusten osalta tavoitteita ja muita fyysisiä tuotteita myyvien yritysten ja palveluyritysten välillä on joitakin eroavaisuuksia. Työssä on tarkoitus keskittyä vain toimeksiantajan toimintaan, joten rajausta palveluyrityksiin on hyvin oleellista.

Opinnäytetyötä suunnitellessa on otettava huomioon myös työn määrän rajaaminen ja fokuksen pitäminen opinnäytetyön tavoitteessa. Asiakastyytyväisyys on osa asiakaskokemusta, ja asiakaskokemus on hyvin laaja käsite. Asiakaskokemusta oli siis rajattava, mutta aihetta ei voinut sivuuttaa kokonaan. Tämän vuoksi asiakaskokemusta käsitellään hyvin rajatusti työn luvussa 3 Asiakaskokemus ja asiakastyytyväisyys.

3 ASIAKASKOKEMUS JA ASIAKASTYYTYVÄISYYS

3.1 Asiakaskokemuksen ja asiakastyytyvyyden merkitys

Asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan asiakaskokemuksista. Jokaisen onnistuneet asiakaskokemuksen jälkeen asiakkaan asiakastyytyväisyys yritystä kohtaan kasvaa. Asiakastyytyvyyden myötä taas asiakasuskollisuus kasvaa. (Hämäläinen & Patjas, 2018, s.123, 132.) Asiakasuskollisuus lisää yrityksen taloudellista menestymistä, sillä on tutkittu, että uuden asiakkaan hankkiminen kustantaa yritykselle huomattavasti enemmän, kuin vanhan asiakassuhteen ylläpitäminen (Reichheld, n.d.). Tyytyväiset asiakkaat usein myös suosittelevat yrityksen palveluita muille. Suositusten kautta yrityksen on mahdollista saada uusia asiakkaita, joka taas mahdollistaa liiketoiminnan kasvun.

(Kotler ym., 2024, luku 4, kohta The Future of Customer Experience: Fusing Physical and Digital for Complete Immersion.) Jokaisen yrityksen perimmäinen tarkoitus on menestyä, joten asiakaskokemukseen ja sitä kautta asiakastytyväisyyteen ja asiakasuskollisuuteen panostaminen on oleellinen osa jokaisen yrityksen toimintaa (Hämäläinen & Patjas, 2018, s.17).

Taloushallinnon toimialalla asiakaskokemusten ja asiakastytyväisyyden seuraaminen on äärimmäisen tärkeää toimialan suurten muutosten myötä. Toimiala on muuttunut digitalisaation myötä useiden eri vaiheiden kautta. Taloushallinnon kehityksen eri vaiheita ovat: paperinen, paperiton, sähköinen, digitaalinen ja älykäs vaihe. Perinteisen paperisen taloushallinnon ja digitaalisen taloushallinnon välinen ero on huima. Paperisessa taloushallinnossa kaikki työ hoidetaan taloushallinnon ammattilaisen toimesta paperilla manuaalisesti. Taloushallinnon ammattilaisella viitataan tässä opinnäytetyössä taloushallintopalveluita myyvän yrityksen työntekijään eli asiakaspalvelijaan. Digitaalisessa kirjanpidossa kaikki taloushallinnon aineisto käsitellään digitaalisessa eli koneuettavassa muodossa. Digitaalisessa taloushallinnon vaiheessa taloushallinnon tietojen siirrot taloushallinnon eri prosessista toiseen ja raporttien luonti on automatisoitua, mutta taloushallinnon ammattilaista tarvitaan edelleen järjestelmien ohjelmointiin, virheiden havaitsemiseen ja korjaamiseen ja erilaisien analyysien ja ennusteiden luomiseen. Viimeisessä vaiheessa eli älykäässä taloushallinnossa taloushallinnon järjestelmät käsittelevät ja tuottavat lähes kaiken tiedon itsenäisesti. (Kaarlejärvi & Salminen, 2018, s.14–17.)

Edellä esitetyn tiedon pohjalta voidaan todeta, että digitalisaation myötä teknologia korvaa vähitellen ison osan taloushallinnon ammattilaisten työstä. Teknologia ja tekoäly mahdollistavat numeroiden käsittelyn nopeasti ja virheettömästi, jolloin taloushallinnon ammattilaisen työksi jää asiakkaiden kohtaaminen sopivien palveluiden löytämiseksi ja lisäarvon tuottaminen tarjoamalla ihmisten välistä vuorovaikutusta sekä taloushallinnollisten aiheiden käsittelyyn neuvontaa asiantuntijapalveluilla. (Aho, 2019, s.17, 23–25.)

On kuitenkin hyvä huomata, että tällä hetkellä on menossa taloushallinnon toimialalla siirtymävaihe taloushallinnon kehityksen vaiheissa. Läheskään kaikki

taloushallintopalveluita myyvät yritykset eivät toimi täysin älykkäässä taloushallinnon vaiheessa. Esimerkiksi, tämän opinnäytetyön toimeksiantaja käsittelee edelleen tositteita paperisena sekä digitaalisessa muodossa, jolloin taloushallinnon ammattilaiselta vaaditaan edelleen manuaalista työtä. Suurimpana muutoksena tähän päivään taloushallinnon toimialalla on noussut taloushallinto-ohjelmistojen käyttö. Voisin olettaa, että jokaisessa taloushallintoyrityksessä taloushallinnon aineistot käsitellään erilaisissa taloushallinnon ohjelmistoissa.

Myös vuorovaikutuksen merkityksen kasvu ja palvelukanavien muutos digitalisaation myötä ovat vaikuttaneet taloushallinnon toimialaan. Digitalisaation myötä ihmisten välinen suora kohtaaminen on vähentynyt, jolloin jäljelle jäävien vähäisten vuorovaikutustilanteiden vaikutus ja merkitys korostuu. (Kotler ym., 2024, luku 4, kohta No One-Size-Fits-All Strategy.) Lisäksi asiakkaat vaativat asiakaspalvelijalta enemmän kuin aiemmin, kun digitaalisten kanavien kautta asiakkaiden odotuksia muokkaa runsas tiedonsaanti muiden yritysten toiminnasta (Ahvenainen ym., 2017, s.10–11). Digitalisaation tuomat etäyhteydet ja digitaaliset palvelukanavat ovat myös mahdollistanut asiakkaille valita itselleen tyydyttävän vaihtoehto entisen maantieteellisen etäisyyden sijaan (Charan & Willigan, 2021, s.32).

Asiakaspalvelijoiden erinomaisilla vuorovaikutustaidoilla on mahdollisuus erottua kilpailijoista toimialoilla, joilla itse myytävä tuote tai palvelu on hyvin samankaltainen kaikilla yrityksillä (Bergström & Leppänen, 2021, s.161; Hämäläinen & Patjas, 2018, s.8–9). Esimerkiksi, kaikki taloushallintoyritykset myyvät samoja taloushallintopalveluita, joiden sisältö on hyvin samankaltaista työn nojautuessa lakiin sekä erinäisiin säädöksiin ja ohjeisiin. Näin ollen työntekijöiden erinomaiset vuorovaikutustaidot voivat olla oman taloushallintoyrityksen etuna kilpailijoihin nähden.

3.2 Asiakaskokemuksen muodostuminen

Hyvä asiakaskokemus ja asiakastyytyväisyys yhdistetään ja sekoitetaan usein toisiinsa, vaikka kyseessä on kaksi eri termiä. Asiakastyytyväisyyttä voidaan pitää yhtenä yrityksen synnyttämän asiakaskokemuksen tason mittarina. Asiakastyytyväisyys mittaa asiakaskokemukseen kohdistuneiden odotusten täytymistä. Kun yritys täyttää, tai jopa ylittää, asiakkaan odotukset palvelun suhteen, ovat asiakkaat tyytyväisiä. Sama pätee myös toisin päin, eli jos yritys ei täytä asiakkaan odotuksia, on asiakas tyytymätön. Asiakastyytyväisyyden ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi yrityksen on siis tiedettävä, miten asiakaskokemukset syntyvät ja mihin odotukset kohdistuvat yrityksen toiminnassa, jotta yrityksellä on mahdollisuus tarjota odotuksia vastaavia asiakaskokemuksia asiakkailleen. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s.92, 100, 240.)

Asiakaskokemukset syntyvät asiakkaan ja yrityksen välisistä kohtaamisista, joita kutsutaan kohtaamispisteiksi. Asiakkaan ja yrityksen välisten kohtaamispisteiden tarkasteluun on olemassa useampi lähestymistapa, joista yksi jakaa kohtaamispisteet fyysiseen, digitaaliseen ja tiedostamattomaan kohtaamiseen. (Ahvenainen ym., 2017, s.34.) Jokainen näistä kolmesta asiakkaan ja yrityksen välisestä kohtaamistavasta on vahvasti sidoksissa toinen toisiinsa. Jos esimerkiksi digitaalinen ja tiedostamaton kohtaaminen yrityksen kanssa ovat tuottaneet hyviä asiakaskokemuksia, saattaa heikosti suoritettu fyysinen kohtaaminen johtaa huonoon asiakaskokemukseen. (Kotler ym., 2024, luku 4, kohta The Future of Customer Experience: Fusing Physical and Digital for Complete Immersion.)

Fyysinen kohtaaminen tapahtuu, kun asiakas kohtaa yrityksen nimensä mukaisesti fyysisesti. Tällöin on kyse esimerkiksi toimipisteessä tapahtuvasta asiainnista. (Ahvenainen ym., 2017, s.34, 56–57.) Digitaalinen kohtaaminen tapahtuu, kun asiakas kohtaa yrityksen jossakin sähköisessä kanavassa suorasti tai epäsuorasti. Digitaalisesta suoraan kohtaamisesta on kyse silloin, kun asiakas kohtaa yrityksen asiakaspalvelijan suoraan jossakin yrityksen käyttämistä palvelukanavista, esimerkiksi sähköpostin välityksellä. (Folcan, n.d.)

Kun asiakas kohtaa palveluyrityksen suoraan, kohdistuvat asiakkaan odotukset asiakaspalvelun laatuun. Asiakaspalvelun laatua voidaan tarkastella jakamalla asiakaspalvelu teknisiin asiakaspalvelutaitoihin ja asiakaspalvelijan vuorovaikutustaitoihin. Tekninen laatu muodostuu asiakaspalvelijan toimialakohtaisesta osaamisesta eli palvelun suorittamiskyvystä sekä palvelukanavien toimivuudesta ja saavutettavuudesta. (Bergström & Leppänen, 2021, s.164; Flink ym., 2024, s.104–105.) Toimialakohtaiseen osaamiseen ja asiakaspalvelijan vuorovaikutustaitoihin kohdistuvia odotuksia taloushallintoyrityksen asiakkaiden näkökulmasta käsitellään tarkemmin tämän työn luvussa 4 Ammattitaitoinen asiakaspalvelu.

Asiakkaat odottavat löytävänsä yrityksestä tietoa nopeasti ja helposti ja yrityksessä asioimisen on oltava nopeaa ja helppoa, jolloin palvelukanavien toimivuus ja saavutettavuus on huomioitava kaikilla yrityksen käyttämällä palvelukanavilla. Nykypäivänä asiakkaat myös odottavat saavansa palvelua useilla eri palvelukanavilla, joten palvelukanavavalikoimaan on myös panostettava. Eri palvelukanavien kohdalla toimivuus ja saavutettavuus merkitsee hieman eri asioita. Esimerkiksi, toimitiloihin odotetaan olevan esteetön pääsy, vaikeasti löydettäviin tiloihin vaaditaan opasteita ja puhelinpalvelusta on saavutettava yritys annettujen aukioloaikojen mukaisesti. Palvelun nopeuteen on hyvä kiinnittää huomiota erityisesti puhelinpalvelun ja sähköpostiviestinnän toteuttamisessa. Usein näiden palvelukanavien odotusaika saattaa heikentää asiakkaan asiakaskokemusta, joten jonottamista puhelinpalvelussa tai sähköpostiin vastauksen odottamista turhan pitkään on vältettävä. (Bergström & Leppänen, 2021, s.164–165, 167–168, 285.)

Yrityksen ja asiakkaan välisestä digitaalisesta epäsuorasta kohtaamisesta on kyse, kun asiakas kohtaa yrityksen muun muassa Google-haun tuloksissa, some-mainoksissa, yrityksen verkkosivuilla, yrityksen lähettämien uutiskirjeiden kautta ja muiden asiakkaiden arvosteluissa eri palstoilla, jolloin asiakas ei ole suoraan yhteydessä yrityksen asiakaspalvelijaan (Folcan, n.d.). Tiedostamaton kohtaaminen syntyy asiakkaan brändikokemuksesta (Ahvenainen ym., 2017, s.44). Brändi itsessään on hyvin laaja-alainen käsite, mutta lyhyesti kuvattuna brändikokemus on asiakkaalle syntynyt yleinen vaikutelma yrityksestä,

joka on syntynyt yrityksen ulkonäöllisistä piirteistä, palveluominaisuuksista, asiakkaan mielikuvista palvelusta ja yrityksestä sekä aiemmasta vuorovaikutuksesta yrityksen ja asiakkaan välillä (Bergström & Leppänen, 2021, s.220).

Epäsuorat ja tiedostamattomat kohtaamiset vaikuttavat asiakaspalveluun kohdistuviin odotuksiin asiakkaan aiempien asiakaskokemusten, yrityksen markkinointiviestinnän ja muun viestinnän, arvosteluiden, toimialan normien ja laatuviuhjeiden kautta. Asiakkaan aiemmat asiakaskokemukset antavat asiakkaalle kuvan, millaista asiakaspalvelua on saatavilla myös jatkossa. Jos asiakaspalvelun laatu on muuttunut seuraavalla kohtaamiskerralla, myös asiakaskokemus muuttuu. Muutos voi olla positiivinen tai negatiivinen sen mukaan, millaisen tunteen muutos asiakkaassa herättää. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s.95–100.)

Yrityksen markkinointiviestinä ja muu viestinä antaa asiakkaalle kuvan millaista asiakaspalvelua on odotettavissa. Yrityksen viestinnän on oltava realistinen, jotta asiakkaan odotukset eivät nouse liian korkealle todelliseen tarjolla olevaan tasoon nähden, ja näin ollen tuota asiakkaalle pettymystä. Sama pätee arvosteluiden kanssa. Jos arvostelija kehuu yrityksen palvelua, kasvaa asiakkaan odotukset. Jos asiakas ei koe saavansa samanlaista palvelua, mitä palveluiden suosittelijan kautta on odottanut saavansa, asiakaskokemus jää heikoksi. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s.97–100.)

Asiakkailla on mielikuvia eri toimialojen normeista, jotka vaikuttavat asiakasodotuksiin (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s.97–100). Esimerkiksi, asiakkaan odotukset asiakaspalvelijan kohtaamisesta taloushallintoyrityksessä ja grillikioskilla ovat hyvin erilaiset. Yrityksen on siis pyrittävä huomioimaan myös oman toimialansa käytänteet toiminnassaan, jotta yritys voi taata hyvän asiakaskokemuksen asiakkailleen.

Laatuvihjeet muodostavat tiedostaen ja tiedostamatta asiakkaan mieleen aistinvaraisia vihjeitä saatavasta asiakaspalvelusta. Esimerkiksi, vaikka asiakas ei olisi koskaan kuullut tai asioinut aiemmin tietyssä taloushallinnon toimistossa, odotustilassa asiakas luo tiettyjä odotuksia tulevasta kohtaamisesta

asiakaspalvelijan kanssa muun muassa sen perusteella miltä odotustilassa näyttää, tuoksu ja kuulostaa. Laatuvihteitä asiakkaille tarjoavat myös yrityksen seinällä olevat diplomit henkilökunnan taidoista ja sertifikaatit yrityksen sitoutumisesta erilaisten standardien käyttöön. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s.94, 97–100.) Esimerkiksi, Suomen Standardien (n.d.) ISO 9001 koskee laadunhallintajärjestelmää, jonka avulla yrityksen johto ja henkilökunta pystyy tuottamaan tasaisesti laadukkaita palveluita ja tuotteita asiakkailleen täyttäen asiakkaiden odotukset. Yhtenä ISO 9001:n hyötynä pidetäänkin asiakastyytyväisyyden parantamista. ISO 9001-sertifikaatin omaava yritys kasvattaa siis luottamusta asiakkaiden keskuudessa ja parantaa kokonaisuudessa asiakaskokemusta. (Suomen Standardit, n.d.)

Taloushallintoyrityksessä yrityksen ja asiakkaan välisiä suoria kohtaamispisteitä fyysisten tapaamisten kautta esimerkiksi toimitiloissa sekä puhelinpalveluna ja sähköpostin välityksellä. Lisäksi taloushallintoyritys voi tarjota asiakaspalvelua etäyhteyksien avulla, kuten Teamsin välityksellä, tai verkkosivujen chat-palvelun kautta. Epäsuoria ja tiedostamattomia kohtaamisia syntyy edellä esitetyn teorian mukaisesti, kun asiakas kohtaa yrityksen erilaista markkinointia ja arvosteluja. Osa asiakkaista käyttää myös itse taloushallinnon ohjelmistoja yhteistyössä taloushallintoyrityksen kanssa, jolloin taloushallinnon ohjelmistojen käyttöä voidaan pitää myös yhtenä kohtaamispisteenä ja yrityksen tarjoamana palvelukanavana.

Kuten jo aiemmin sanottiin, asiakaskokemuksen taso riippuu asiakaskokemukseen kohdistuneiden odotusten täyttymistä (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s.92). Odotusten täyttymistä arvioi asiakkaat itse saamiensa kokemustensa perusteella. Se, millaisen tunteen asiakaskokemus herättää asiakkaassa, vaikuttaa eniten asiakaskokemuksen tasoon. Jokainen kohtaamispiste asiakkaan ja yrityksen välillä synnyttää asiakkaassa tunteita, ja jokaisen kohtaamispisteen tavoitteena onkin luoda asiakkaalle parempi tunnejälki ja tunnetila, kuin ennen kohtaamista on ollut, ja näin parantaa asiakkaan asiakaskokemusta ja asiakastyytyväisyyttä. (Ahvenainen ym., 2017, s.34.) On tutkittu, että asiakkaat tekevät ostopäätöksiä enemmän tunteiden kuin järjen vaikutuksesta. Näin ollen tunteet voivat vaikuttaa asiakkaan päätöksentekoon joko positiivisesti tai

negatiivisesti esimerkiksi seuraavanlaisesti: ennen ostotapahtumaa nousseet negatiiviset tunteet voivat ohjata asiakkaan ostamaan muualta. Jos taas asiakaskokemus on herättänyt asiakkaassa positiivisia tunteita, asiakas mitä todennäköisemmin jatkaa yrityksen asiakkaana. (Killström, 2020, s.9, 13, 38.)

Taloushallintopalveluita myyvän yrityksen asiakkaiden odotukset kohdistuvat yrityksen tarjoamiin taloushallintopalveluihin ja niiden suorittamiseen ammattitaitoisesti täyttäen lain ja ohjeiden asettamat vaatimukset ja samalla tuottaen lisäarvoa asiakkaille tarjoamalla asiantuntijapalveluita ja erinomaista vuorovaikutusta. Taloushallintopalveluita myyvän yrityksen asiakkaiden asiakaskokemuksen taso muodostuu siis asiakaspalvelun teknisestä laadusta, asiakaspalvelijan vuorovaikutustaidoista ja kohtaamisten synnyttämistä tunteista. Syntyneen asiakaskokemuksen tasoa voidaan mitata asiakastyytyväisyyden avulla myös taloushallintoyrityksessä.

3.3 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen on yksi asiakastutkimuksien menetelmistä. Erilaisten asiakastutkimuksien avulla yritykset pyrkivät ymmärtämään nykyisiä ja mahdollisia tulevia asiakkaita ja heidän toimintaansa. Asiakastutkimuksilla selvitetään, miksi asiakkaat ostavat palveluita ja miten asiakkaat ostaisivat niitä enemmän. Asiakastutkimuksien ensisijaisena tehtävä on siis auttaa yritystä kehittämään liiketoimintaansa. (Pöyhönen ym., 2023, s.75.)

Käytännössä asiakastutkimuksen tekeminen koostuu neljästä eri vaiheesta: 1) asiakastutkimuksen aiheen valinta ja tutkimuksen suunnittelu, 2) datan kerääminen asiakkaista, 3) datan analysointi ja 4) tutkimustulosten pohdinta ja liiketoiminnan mahdollinen kehittäminen (Pöyhönen ym., 2023, s.133–138). Kun tutkitaan asiakaskokemusten synnyttämää asiakastyytyväisyyden tasoa, kerätään dataa asiakkaiden kokemuksista. Tuloksien analysoinnin jälkeen pyritään ymmärtämään, mistä asiakkaiden tuottamat tulokset johtuvat, jotta liiketoimintaa voidaan kehittää. Näin ollen tarvitaan myös tietoa asiakkaiden

asiakaskokemuksen muodostumisesta ja odotuksista. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s.233, 240.)

Datan keruuta on helpottanut huomattavasti digitalisaatio. Asiakaskokemuksiin vaikuttavista odotuksista ja asiakkaiden kokemuksista on mahdollista kerätä tietoa esimerkiksi Googlen erilaisten seurantatyökalujen avulla, sosiaalisesta mediasta ja erilaisilta arvostelusivustoilta. (Komulainen, 2023, s.34–35.) Lisäksi odotuksia voidaan ennakoida tutustumalla Sitran (n.d.) tuottamaan tietoon. Sitran (n.d.) tehtävänä on muun muassa ennakoida yhteiskunnan muutostarpeita ja auttaa yrityksiä muutoksien toteuttamisessa. Esimerkiksi, vuoden 2020 megatrendien perusteella yritysten on panostettava tunteiden ymmärtämiseen, joka viittaa liiketoiminnan kehittämisessä, tässäkin opinnäytetyössä läpi käytyyn, asiakaskokemukseen panostamisena (Dufva, 2020, s.52–53). Kun tutustuu vuoden 2023 megatrendeihin, voidaan todetta, että taloushallintopalveluita myyvän yrityksen on viimeistään nyt herättävä toimialan muutoksiin, sillä teknologia korvaa kovaa vauhtia ihmisten tekemän rutiinityön ihan kaikkialla (Dufva & Rekola, 2023, s.47–55).

Yksi hyvä tapa kerätä tietoa asiakkaiden odotuksista sekä kokemuksista on kysyä suoraan palautetta asiakkailta tai keräämällä tietoa erilaisten kyselyiden avulla (SurveyMonkey, n.d.a). Asiakkailta saatava palaute on yksi liiketoiminnan kehittämisen perusedellytyksiä ja palautteen antamisen yritykselle tulisi olla asiakkaalle helppoa. Palautteiden keruu ja kyselyt voidaan toteuttaa erilaisten palautekanavien kautta, kuten esimerkiksi kysyä suoraan suullista palautetta, käyttää toimipisteen palauteautomaattia tai toteuttaa asiakastyytyväisyyskysely sähköpostin välityksellä. (Hämäläinen & Patjas, 2018, s.105, 132–133.) Asiakastyytyväisyyskysely onkin yksi käytetyimmistä asiakastutkimusten muodoista ja keinoista mitata asiakaskokemuksen tasoa (SurveyMonkey, n.d.a), jota käytetään myös tämän opinnäytetyön empiirisen osuuden toteuttamisessa. Kyselylomakkeet sopivat hyvin tutkimusdatan keräämiseen silloin, kun halutaan tutkia tutkittavien mielipiteitä, asenteita ja kokemuksia, eli esimerkiksi juuri asiakkaiden tyytyväisyyden tasoa (Tähtinen, ym., 2020, s.25).

Asiakastyytyväisyyskyselyt koostuvat erilaisista kysymyksistä, joiden vastaukset saadaan numeerisessa muodossa. Numeeristen vastausten avulla pystytään laskemaan vastausten lukumääriä ja prosenttiosuuksia ja vertailemaan eri vastausten suhdetta keskenään. Numeeristen vastausten avulla pystytään siis mittaamaan tutkimuksen keskeisiä ilmiöitä ja ilmiöiden välisiä suhteita, ja näin ollen kyselyn kysymyksiä voidaan pitää mittareina. Tutkimuksessa mitattavia ilmiöitä kutsutaan yleensä muuttujiksi. (Tähtinen, ym., 2020, s.24–25, 31.)

Jokainen asiakastyytyväisyyskysely tulisi räätälöidä sopivaksi kokonaisuudeksi tutkimusta tekevän yrityksen tarpeisiin. Asiakastyytyväisyyskyselyt voivat syventyä yrityksen tarpeiden mukaan esimerkiksi tietyn palvelukanavan toimintaan, yksittäiseen palvelutilanteeseen, asiakaspalvelijan vuorovaikutukseen tai kyselyllä voidaan mitata asiakkaiden yleistä tyytyväisyyttä koko yritysseen. (Bergström & Leppänen, 2021, s.444.) Mittareita eli kysymyksiä luodessa on pohdittava tarkasti mitä halutaan kysyä ja millä mitta-asteikolla vastausvaihtoehdot esitetään ja kerätään, jotta kerätty data on tulosten tulkinnan kannalta oleellisessa ja sopivassa muodossa (Tähtinen, ym., 2020, s.26–33).

Kysymykset voidaan esittää joko avoimina tai strukturoidussa muodossa. Avoimien kysymysten vastaukset ovat avoimia, joihin vastaaja voi vastata avoimesti mitä haluaa. Avoimet kysymykset tuottavat tutkijalla lisätyötä, sillä avoimet vastaukset on käsiteltävä ja koodattava, jotta ne saadaan numeeriseen muotoon. Avoimien kysymysten plussana on rajaamaton vastaajan omien ajatusten esille tuominen. Strukturoidussa kysymyksessä vastausvaihtoehdot ovat annettu valmiiksi ja vastaaja valitsee niistä itselleen sopivimman. (Kananen, 2015, s.232–235.) Strukturoidut vastaukset eli mitta-asteikko voidaan esittää muun muassa tunnetun Likertin-asteikon tapaan. Likertin-asteikolla vastausvaihtoehtoina on perinteisesti viisi eri vastausporrasta. Likertin-asteikolla vastausvaihtoehdot esitetään sanallisesti esimerkiksi: 1) Hyvin tyytymätön, 2) Tyytymätön, 3) Neutraali, 4) Tyytyväinen ja 5) Erittäin tyytyväinen. Asteikkoon voidaan lisätä vielä vaihtoehdot 6) En osaa sanoa ja 7) En halua sanoa, jolloin nämä vastausvaihtoehdot voidaan tuloksia laskiessa tulkita puuttuviksi vastuksiksi, mutta jokaisella vastaajalle on mahdollistettu vastaaminen.

(Paaso, n.d.) Valmiit vastaukset voivat muodostua myös esimerkiksi vastausvaihtoehtoista kyllä/ei tai vaihtoehtoista oman vuositulon määrittelyyn.

Asiakastyytyväisyyskyselyn voi luoda kokonaan itse tai mukaan voidaan ottaa myös tunnettuja mittareita, joiden avulla asiakastyytyväisyyden tasoa voidaan pisteyttää. Asiakastyytyväisyyden mittaamisessa tunnetuimmat mittarit ovat CSAT eli customer satisfaction score, CES eli customer effort score ja NPS eli net promoter score. (Asiakastyytyväisyystutkimus, n.d.)

CSAT mittaa tietyn palvelutapahtuman asiakastyytyväisyyttä. CSAT-mittarilla asiakastyytyväisyyttä mitataan välittömästi esimerkiksi asiakaspuhelun jälkeen, jolloin kyselyn on tarkoitus kohdistua juuri kyseiseen palvelutapahtumaan ja puhelinpalvelun asiakastyytyväisyyteen. CSAT-mittari esittää esimerkiksi kysymyksen ”Oletko tyytyväinen saamasi asiakaspalveluun puhelinpalvelussa?”. Vastausvaihtoehdot esitetään Likertin-asteikossa hyvin tyytymättömästä erittäin tyytyväiseen. CSAT-pisteet lasketaan tyytyväisten ja erittäin tyytyväisten asiakkaiden prosenttiosuutena kaikista vastanneista. CSAT-tuloksen laskukaava on siis: $(\text{tyytyväisten ja erittäin tyytyväisten asiakkaiden määrä} / \text{kaikkien kyselyvastausten määrä}) \times 100 \%$. (DialOk, 2023.)

CES mittaa asiakkaiden kokemuksia asioinnin vaivattomuudesta. CES-mittarin kysymyksille ja vastausvaihtoehdoille ei ole olemassa tiettyä vakiintunutta asteikkoa, mutta yleisesti nähdään käytettävän esimerkiksi kysymystä ”Oliko yrityksessä asioiminen helppoa?” vastausvaihtoehdoilla 1) Täysin eri mieltä, 2) Jonkin verran eri mieltä, 3) En samaa enkä eri mieltä, 4) Jonkin verran samaa mieltä ja 5) Täysin samaa mieltä. CES-pisteet lasketaan CSAT-mittarin tavoin positiivisten tulosten prosenttiosuus kaikista vastanneista. (DialOk, 2023.)

NPS-mittari muodostuu kysymyksestä ”Kuinka todennäköisesti suosittelisit yrityksen Z palveluita ystäville tai kollegoillesi?”. NPS mittaa siis asiakkaiden halukkuutta suositella yritystä muille. NPS-mittarin vastausvaihtoehdot esitetään numeerisena nolasta kymmeneen, jossa nolla on matalin arvo ja 10 korkein arvo suositeluhaluudesta. Annetut vastaukset arvostellaan

seuraavasti: arvon 9–10 antaneet ovat suosittelijoita, arvon 7–8 antaneet ovat neutraaleja vastaajia ja arvon 0–6 antaneet ovat arvostelijoita. NPS-tulos lasketaan vähentämällä arvostelijoiden prosentuaalinen osuus suosittelijoiden prosentuaalisesta osuudesta. NPS-tulos sijoittaa -100 ja 100 välille, ja mitä korkeampi tulos, sitä paremmat suosittelupisteet. (Measuring Your Net Promoter Score, n.d.)

Mittaamisessa on aina haasteita ja tulosten luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä. Haasteita ilmenee myös asiakastyytyvyyden mittaamisessa kyselytutkimuksena. Kyselytutkimuksessa suurimmat haasteet ilmenevät oikeanlaisen kyselyn suunnittelussa. Kyselytutkimukset toteutetaan etukäteen suunnitelluilla strukturoiduilla kyselylomakkeilla. Kyselyt siis mittaavat kyselyn suunnittelijan valitsemia tietoja, jotka ovat suunnittelijan olettamuksia oikeista kysymyksistä ja mitattavista aiheista. Kyselyn vastaajien mielessä saattaa olla kuitenkin joitain kyselyn ulkopuolelle jääviä osioita, jotka vaatisivat myös huomiota esimerkiksi paremman asiakaskokemuksen ja asiakastyytyvyyden kehittämiseksi. (Pöyhönen ym., 2023, s.179–180.)

Kyselylomakkeeseen vastataan usein ilman kyselyn suunnittelijan läsnäoloa. Haasteena tässä on se, ettei kyselyyn vastaajan ole mahdollista kysyä itselleen epäselvistä kohdista tarkentavia tietoja. Näin ollen ei voida pitää varmana, ovatko vastaajat vastannut tarkoituksenmukaisesti kysymyksiin. Haasteena on siis luoda kysymykset ja vastaukset siten, että jokainen kyselyyn vastaaja ymmärtää kysymyksen ja vastausvaihtoehdot samalla tavalla ja miten suunnittelija on tarkoittanut. (Pöyhönen ym., 2023, s.209.)

Vastausvaihtoehdoissa on huomioitava kaikki vastaajat ja vältettävä puolueellista, johdattelevia tai kaksiosaisia kysymys- tai vastausmuotoa, joihin vastaajan on mahdotonta vastata rehellisesti ja tulosten kannalta luotettavasti. Vastausvaihtoehdot on esitettävä siten, ettei vastauksissa ole päällekkäisyyksiä. Esimerkiksi, vastaajan henkilökohtaisia tuloja kysyessä ensimmäiset vaihtoehdot voitaisiin esittää muodossa: 1) 0 € - 9 999 € ja 2) 10 000 € - 29 999 €. Vastausvaihtoehtoja ei siis voida esittää muodossa: 1) 0 € - 10 000 € ja 2)

10 000 € - 30 000 €, jolloin molemmissa vastausvaihtoehdoissa esiintyy 10 000 €. (SurveyMonkey, n.d.b.)

Toisena esimerkkinä heikoista kysymys- ja vastausvaihtoehdoista on mielipiteiden kysyminen suppeilla vastausvaihtoehdoilla. Jos kysytään ”Oletko tyytyväinen yritykseemme kaiken kaikkiaan?” ja vastausvaihtoehdoina on ”kyllä” ja ”en”, on vastaaminen hyvin vaikeaa ja epäluotettavaa. Pienikin negatiivinen tunne vastaajassa saattaa ohjata vastaamaan ”en”. Tällainen kysymys on parempi muotoilla ”Miten tyytyväinen olet yritykseemme kaiken kaikkiaan?” ja antaa useampia vastausvaihtoehtoja esimerkiksi Likertin-asteikon mukaisesti. Näin vastaajan on mahdollista antaa yrityksen yleiskuvasta hyvä arvosana, mutta huomioida myös negatiivisen tunteen herättänyt asiakaskokemus. (SurveyMonkey, n.d.b.)

Kyselyn suunniteltaessa on huomioita kyselyn pituus. Kyselystä ei saa tehdä liian pitkää. Jos kysely vaikuttaa vastaajan mielestä liian pitkältä, hän saattaa jättää vastaamatta. Toinen vaihtoehto on, että vastaaja kyllästyy kesken kyselyn vastaamiseen. Vastaajan kyllästyminen tuottaa epäluotettavia vastauksia, sillä kyllästynyt vastaaja vastaa keskittymättä ja ajattelematta. (Pöyhönen ym., 2023, s.209.)

Kyselytutkimuksissa lomakkeen suunnittelun haasteiden lisäksi haasteita tuottaa oikean otannan valinta ja vastaajien motivoiminen vastaamiseen. Tutkimuksissa otanta tarkoittaa tutkimuskohteena olevasta perusjoukosta valittua ryhmää, jolle kyselytutkimus toteutetaan. Otannan on oltava edustava ryhmä koko perusjoukosta, jotta vastaukset olisivat mahdollisimman luotettavia. Haasteena on siis, miten valitaan edustava otanta. (Kananen, 2015, s.266–267.) Tarkemmin otantaan ja sen merkitykseen syvennyttään tämän opinnäytetyön empiirisessä osiossa, työn luvussa 5.1 Tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmien valinta ja otanta.

Kyselyihin vastaa usein hyvin tyytyväiset ja hyvin tyytymättömät asiakkaat, jolloin väliin jäävien asiakkaiden kokemukset jäävät mittaamatta ja tulokset saattavat vääristyä (Hämäläinen & Patjas, 2018, s.133). Vastaajakadon

minimoiminen on yleisestikin haasteena kaikissa tutkimuksissa. Kyselyiden vastaajakato kohdentuu usein tiettyyn ihmisjoukkoon otoksesta, jolloin esimerkiksi tietty ikäryhmä jättää vastaamatta ja näin ollen vastaajien ryhmä ei ole enää edustava otos perusjoukosta. (Pöyhönen ym., 2023, s.212.)

4 AMMATTITAITOINEN ASIAKASPAVELU

4.1 Asiakaspalvelijan vuorovaikutustaidot

Ammattitaitoisen asiakaspalvelijan odotetaan olevan ymmärtäväinen, ystävällinen ja läsnä oleva, ja heiltä odotetaan saavan henkilökohtaista palvelua. Näiden odotusten täyttämiseen asiakaspalvelijalta odotetaan sosiaalisia taitoja eli vuorovaikutustaitoja. (Bergström & Leppänen, 2021, s.162; Flink ym., 2024, s.105.) Vuorovaikutus on sanansa mukaisesti vuorotellen vaikuttamista. Vuorovaikutustilanteessa asiakaspalvelija ja asiakas pyrkivät yhteisymmärryksessä löytämään ratkaisun asiakkaan ongelmaan viestinnän eri keinoin, joka tyydyttää asiakkaan odotukset. (Aho, 2019, s.138–139.) Vuorovaikutustilanteen ilmapiiriin vaikuttaa vahvasti viestinnän eri muodot. Vuorovaikutustilanteessa asiakaspalvelija ja asiakas viestivät toisilleen sanattomasti ja sanallisesti. Sanatonta viestintää on kehonkielellä kommunikointia. Kehonkieli muodostuu katsekontaktista, ilmeistä, kehon asennosta ja eleistä. (Flink ym., 2024, s.106–107, 115.)

Sanatonta viestintää on kehonkielen lisäksi puheen tyyli. Puheen tyyliin vaikuttavat äänensävy, äänen voimakkuus ja puheen rytmi. Äänensävyn vaikutuksesta voidaan käyttää samaa edellä mainittua esimerkkiä ”tervetuloa uudelleen” toivotuksesta. Jos toivotuksen esittää kireällä äänensävyllä, on toivotuksen vaikutus erilainen, mitä lempeällä äänensävyllä esitetty toivotus. Äänen voimakkuus ja puheen rytmi kertovat myös puhujan tunnetilasta ja motivaatiosta osallistua vuorovaikutustilanteeseen. (Flink ym., 2024, s.106–107.)

Sanallisessa viestinnässä on kiinnitettävä huomioita sanavalintoihin, sillä sanoissa on usein tulkinnan varaa. Esimerkiksi, sana "laadukas" tarkoittaa toiselle tuotteen kestämistä sukupolvelta toiselle, kun taas toiselle sana tarkoittaa esimerkiksi ekologisuutta. (Flink ym., 2024, s.120.) Sanavalinnoilla on myös väliä, kun halutaan pitää positiivinen ilmapiiri vuorovaikutustilanteessa. On hyvä pohtia esimerkiksi millä sanavalinnoilla voisi tarjota asiakkaalle parempaa vaihtoehtoa käyttämättä kielteisiä sanoja. (Parviainen, n.d.) Asiakkaat odottavat ammattitaitoiselta asiakaspalvelijalta kohteliasta viestintää, joten on hyvä pohtia esimerkiksi missä tilanteessa on hyvä teitillä (Flink ym., 2024, s.120, 144).

Henkilökohtaisen asiakaspalvelun tuottamista helpottaa, kun tiedostaa millaisesta palvelutilanteesta on kyse. Erilaisia palvelutilanteita voivat olla muun muassa ensikohtaaminen, rutiinitilanne ja kriittinen palvelutilanne. Ensikohtaamisen aikana asiakas tutustuu yritykseen ensimmäistä kertaa ja tarvitsee asiakaspalvelijalta syvempää tietoa ja opastusta yrityksen tarjoamista palveluista. Rutiinitilanteessa taas asiakas usein arvostaa asioinnin sujuvuutta ja nopeutta, kun palvelut ovat jo ennestään tuttuja. Asiakaspalvelijan on osattava räätälöidä asiakaspalvelu vastaamaan palvelutilannetta, jotta asiakas voi kokea palvelun henkilökohtaiseksi. (Bergström & Leppänen, 2021, s.163.)

Onnistuneen asiakaspalvelutilanteen lähtökohtana onkin asiakaspalvelijan todellinen halu ymmärtää ja auttaa asiakasta, jolloin viestitään kiinnostuksesta, läsnäolosta ja ystävällisyydestä (Flink ym., 2024, s.106, 108). Paras tapa ymmärtää asiakasta ja asiakkaan tunteita, on kuunnella asiakasta (Karpela & Parviainen, 2022, s.122–124). On eri asia kuulla kuin kuunnella aidosti, mitä toinen puhuu. Aktiivisella kuuntelulla asiakkaan ymmärtämisen lisäksi viestitään asiakkaalle läsnäolosta ja aidosta kiinnostuksesta hänen ongelmaansa. (Aho, 2019, s.144.)

Ammattitaitoinen asiakaspalvelija osaa käsitellä asiakkaan tunteiden lisäksi myös omia tunteitaan. Asiakaspalvelija ei voi provosoitua asiakkaan käytöksestä, tai muuten asiakaspalvelutilanne voi muuttua hyvinkin aggressiiviseksi. Asiakaspalvelijan on pyrittävä rauhoittamaan tilanne rauhallisella puheella,

osoittamalla empatiaa ja kysymällä tarkentavia kysymyksiä osoittaakseen kiinnostusta ja lisätäkseen omaa ymmärrystä asiakkaan ongelmaan. (Karpela & Parviainen, 2022, s.122–124.) Hyviä kysymyksiä ovat kysymykset, jotka saavat asiakkaan pohtimaan aihetta ja asiakaspalvelija saa vastauksesta mahdollisimman paljon lisätietoa (Aho, 2019, s.146).

4.2 Tekniset asiakaspalvelutaidot

Ammattitaitoisen asiakaspalvelun odotetaan olevan luotettavaa ja asiantuntevaa. Näiden odotusten täyttämiseen vaaditaan teknisiä asiakaspalvelutaitoja. Tekninen asiakaspalvelutaito tarkoittaa asiakaspalvelijan kykyä suoriutua asiakkaiden palvelemisesta. Tämä sisältää työnantajayrityksen toimialan ja organisaation tuntemuksen, kyvyn esitellä tarjolla olevat palvelut ja taidon suoriutua palvelun suorittamisesta. Ammattitaitoinen asiakaspalvelija on aina ajan tasalla oman organisaationsa tilanteesta, palveluiden hinnoittelusta ja saatavuudesta, erilaisista tukipalveluista ja palvelukanavista. Toisin sanoen, kyseessä on asiakaspalvelijan ammatillinen osaaminen yrityksen tarjoamista palveluista. (Flink ym., 2024, s.103–105, 142.)

Taloushallinnon yrityksissä työntekijöiden tekninen asiakaspalvelutaito sisältää ymmärryksen ja tietotaidon taloushallinnon alasta ja taloushallintoyrityksen tuottamien palveluiden sisällöstä ja palveluiden ammattitaitoisesta suorittamisesta. Tämän opinnäytetyön toimeksiantajan työntekijöiden ammattitaito sisältää tämän opinnäytetyön rajaukseen perustuen asiakkaan kirjanpidon ja palkkahallinnon suorittamisen lainsäädännön mukaisesti, virheettömästi ja oikeaan aikaan. Lisäksi taloushallinnon ammattitaito pitää nykypäivänä sisällään asiantuntijapalveluiden hallitsemista sekä taloushallinnon ohjelmistojen sujuvaa käyttöä.

Taloushallintopalveluita tarjoavassa yrityksessä kirjanpidosta huolehtii kirjanpitäjä. Kirjanpidon ammattitaitoinen suorittaminen vaatii kirjanpitäjältä tunte-
musta ja osaamista juoksevan kirjanpidon ja pääkirjanpidon käsittelystä,

raportoinnista, tilinpäätöksestä, verotuksesta ja arkistoinnista. (Salmi, 2020, s.23.)

Juokseva kirjanpito sisältää yrityksen menojen ja tulojen kirjaamista. Juoksevassa kirjanpidossa kirjanpitäjä käsittelee liiketoimintaan liittyvien osto- ja myyntilaskujen prosesseja. (Salmi, 2020, s.23.) Juokseva kirjanpito sisältää myös palkkahallinnon kirjaukset, käyttöomaisuusreskontrasta ja vaihto-omaisuusreskontrasta huolehtimisen ja erilaiset yrityksen rahoitukseen liittyvien tietojen kirjaukset. (Kaarlejärvi & Salminen, 2018, s.99, 121, 145.) Reskontra tarkoittaa kirjanpidollista luetteloa suoritetuista ja vastaanotetuista maksuista (Procountor, n.d.). Pääkirjanpito sisältää erilaisten maksutapahtumien koonnin juoksevan kirjanpidon tapahtumista. Pääkirjanpidon koonti sisältää eri reskonttien tietojen täsmäyttämistä ja tarvittavien oikaisujen tekemistä. Täsmäytyksellä varmistetaan esimerkiksi, että ostoreskontra vastaa tiliotteen mukaista rahavirtaa ja näin voidaan varmistua pääkirjanpidon tietojen ajantasaisuudesta ja oikeellisuudesta. (Kaarlejärvi & Salminen, 2018, s.145, 149–152.)

Pääkirjanpidosta kirjanpitäjä saa tarvittavat tiedot erilaisten kuukausi- ja tilikausikohtaisten raporttien laatimiseen (Kaarlejärvi & Salminen, 2018, s.94). Yksi liiketoiminnan tärkeimmistä raporteista on tilinpäätösraportti. Tilinpäätöksestä selviää yrityksen tulos- ja taselaskelmat päättyvän tilikauden osalta. Tuloslaskelmasta selviää, mistä yrityksen tulot ja menot ovat syntyneet ja paljonko yritys on tehnyt voittoa tai tappiota kuluneella tilikaudella. Taselaskelma on jaettu kahteen osaan: vastaava puoli ja vastattava puoli. Vastaava puoli kertoo yrityksen varoista ja vastattava puoli yrityksen veloista. (Salmi, 2020, s.24, 46–57, 59.) Pääkirjanpidon ja tuloslaskelman tiedoista selviää myös verotukseen liittyvät tiedot, kuten maksettavien arvonlisäverojen ja yritystuloista maksettavan tuloveron määrä. Kirjanpitäjä raportoi verotustiedot Verohallinnolle ja suorittaa tarvittavat toimenpiteet kirjanpitoon. (Kauppakamari, 2024; Lindblad, 2021, s.153.) Verohallinto ja usein myös muut sidosryhmät odottavat raportteja tiettyyn määräpäivään mennessä, joten kirjanpitäjän on huolehdittava raporttien ajantasaisuudesta (Kaarlejärvi & Salminen, 2018, s.194–201).

Jokaisesta kirjanpidollisesta tapahtumasta on oltava tosite, jolla todennetaan liiketapahtuma tapahtuneeksi. Tositteet voivat olla esimerkiksi kuitteja, laskuja, palkanlaskennan raportteja, kokouspöytäkirjoja tai sähköpostikeskusteluja asiakkaan kanssa. Tositteet voivat olla vielä nykypäivänä useassa eri muodossa: paperisena, sähköisenä tai taloushallinnon ohjelmiston automaatioon soveltu- vassa digitaalisessa muodossa. (Lindblad, 2021, s.31.) Jokainen näistä tositi- teista on arkistoitava, ja pääsääntöisesti tänä päivänä arkistointi tapahtuu säh- köisessä muodossa. Arkistoinnin osalta kirjanpitäjän tehtävänä on siis säh- köistä paperiset tositteet. (Kaarlejärvi & Salminen, 2018, s.90–91.)

Edellä esitettyjen kirjanpidon osa-alueiden ammattitaitoinen suorittaminen vaatii useiden lakien ja ohjeistusten tuntemusta ja tulkintaa (Lindblad, 2021, s.17). Esimerkiksi, kirjanpitolaissa (1336/1997) säädetään, kuka on kirjanpito- velvollinen, millainen on hyvä kirjanpitolapa, miten tilikauden pituus määritel- lään, tositteiden kirjaamisesta ja tilinpäätöksen sisällöstä (1 luku 1 §, 3 §, 4 §, 2 luku 5 §, 3 luku). Elinkeinoverolaissa (360/1698) ja arvonlisäverolaissa (1501/1993) säädetään, kuka on verovelvollinen ja mistä kaikesta veroa on maksettava. Lisäksi Verohallinto ohjeistaa vero-ohjeiden ja ennakkoratkaisu- jen avulla verotukseen liittyvissä käytänteissä, kuten esimerkiksi miten poistot käsitellään elinkeinoverotuksessa (Lehtonen, n.d.). Kirjanpitolautakunta eli KILA antaa ohjeistuksia kirjanpitolain soveltamisesta (Kirjanpitolautakunta, n.d.).

Taloushallintopalveluita tarjoavassa yrityksessä palkkahallinnosta huolehtii pal- kanlaskija. Palkkahallinnon ammattitaitoinen suorittaminen vaatii palkanlaski- jalta tuntemusta ja osaamista peruspalkan, ylityöpalkkojen, lomarahojen ja luontoisetujen laskennasta ja maksatuksesta, matka- ja kululaskujen käsitte- lystä, erilaisten palkasta tehtävien vähennysten käsittelystä, raportoinnista, ve- rotuksesta ja arkistoinnista. Peruspalkka voi muodostua kuukausi-, tunti- tai urakkapalkasta, johon voidaan lisäksi maksaa erilaisia lisiä ja luontoisetuja. Peruspalkasta ja sen lisistä muodostuu palkansaajan bruttopalkka. Kun brut- topalkasta on tehty tarvittavat vähennykset ja lisätty mahdolliset matka- ja ku- lulaskut, syntyy palkansaajana nettopalkka, jonka palkanlaskija kirjaa kirjanpi- toon ja maksaa palkansaajalle. Jokainen palkansaaja odottaa palkanmaksun

tulevan ajallaan, joten palkanlaskijan odotetaan huolehtivan palkanmaksusta ajallaan. (Eklund & Hakonen, 2019, s.118–119.)

Palkkahallinnon osalta raportointi muodostuu lakisääteisistä viranomaisille toimitettavista raporteista, kuten tulorekisteriin ilmoitettavista palkkatiedoista ja tilinpäätökseen liitettävistä palkkalaskemista. Raporttien ajantasaisuus on myös palkkahallinnon osalta tärkeää. Viranomaiset odottavat kirjanpidon raporttien tavoin palkkahallinnosta syntyviä raportteja tiettyyn määräpäivään mennessä, joista palkanlaskijan on huolehdittava. Lisäksi palkkalaskelma on lähetettävä jokaiselle palkansaajille. Myös palkkahallinnosta voidaan tuottaa raportteja yrityksen omaan sisäiseen käyttöön, kuten esimerkiksi erilaisiin kustannuslaskelmiin ja poissaolojen seurantaan. (Eklund & Hakonen, 2019, s.106–117.) Verotus ja arkistointi vastaavat palkkahallinnon osalta kirjanpidon vastaavia osa-alueita.

Kirjanpidon tavoin palkkahallinnon ammattitaitoinen suorittaminen vaatii useiden lakien ja ohjeiden tuntemusta ja tulkintaa. Esimerkiksi, työsopimuslaissa (55/2001) säädetään muun muassa työehtosopimuksen sitovuudesta, sairausajan palkanmaksusta ja palkanmaksun ajankohdasta (2 luku 7 §, 11 §, 13 §). Lakien lisäksi palkkausta ja sitä kautta palkanlaskentaan vaikuttaa International Labour Organization eli ILO, joka luo työelämän yleissopimuksia ja suosituksia (Työ- ja elinkeinoministeriö, n.d.). Edellä esitettyjä lakeja, ohjeistuksia ja suosituksia noudattaen työnantajajärjestöt ja ammattiliitot solmivat työehtosopimuksia ja työnantaja ja työntekijä solmivat työsopimuksia, jotka vaikuttavat myös palkan muodostumiseen ja palkanlaskentaan (Eklund & Hakonen, 2019, 127–128).

Taloushallinnon peruspalveluiden, eli kirjanpidon ja palkkahallinnon, lisäksi taloushallinnon ammattilaiset tuottavat asiantuntijapalveluita. Asiantuntijapalvelut taloushallinnon yrityksessä sisältävät erilaista neuvontaa ja ongelmanratkaisua taloushallinnollisten asioiden ratkaisemiseksi. Asiantuntijapalveluiden tarjoaminen tuottaa asiakkaalle lisäarvoa ja kasvattaa sitä kautta asiakastytyväisyyttä. Asiantuntijapalvelut voivat sisältää esimerkiksi controller- ja talouspäällikköpalveluitä, vero-oikeudellisia palveluitä, yhtiöoikeudellisia palveluitä ja

yrittäjärahoituspalveluita. Controller- ja talouspäällikköpalvelut sisältävät neuvontaa ja apua asiakkaan taloushallinnon kehittämisessä ja taloustietojen analysointiin. Vero-oikeudelliset palvelut koostuvat verosuunnittelusta ja verotukseen liittyvien kysymysten ratkaisemisesta. Yhtiöoikeudelliset palvelut auttavat uuden yrityksen perustamisessa tai vanhan purkamisessa sekä erilaisissa yhtiökaupoissa ja sukupolvenvaihdoksissa. Yrittäjärahoituspalvelut nimensä mukaisesti kohdistuvat asiakkaan yrityksen erilaisten rahoitusratkaisujen suunnitteluun. (Toimeksiantajan verkkosivut, n.d.)

Digitalisaation myötä taloushallintoyritysten käyttöön ovat tulleet erilaiset taloushallinnon ohjelmistot, joita taloushallintoyritykset käyttävät hyväkseen tuottaessaan palveluita asiakkailleen. Taloushallintoyritykset käyttävät ohjelmistoja taloushallintopalveluita tuottaakseen, riippumatta siitä, millä taloushallinnon kehityksen tasolla asiakkaan oma taloushallinnon hoito on. Taloushallinnon ammattilaiselta vaaditaan näiden ohjelmistojen tuntemusta ja tehokasta käyttöä. (Telkkä, 2024.)

Taloushallinnon ohjelmistojen avulla taloushallinnon ammattilainen käsittelee kirjanpidon ja palkkahallinnon kirjaukset, tuottaa erilaiset raportit ja viranomaisilmoitukset sekä arkistoi tositteet sähköisesti (Heeros, n.d.). Kun ohjelmistoa käyttää vain taloushallinnon ammattilainen, asiakas toimittaa eri muodoissa tarvittavat tiedot ja tositteet taloushallinnon yritykseen, jonka jälkeen taloushallinnon ammattilainen kirjaa tiedot ohjelmistoon ja suorittaa tarvittavat kirjanpidon ja palkkahallinnon toimet (Telkkä, 2024). On myös mahdollista, että asiakkaat käyttävät yhteistyössä taloushallinnon ammattilaisen kanssa ohjelmistoja, jolloin asiakas hoitaa ohjelmiston avulla esimerkiksi yrityksen laskutusta ja taloushallinnon ammattilainen suorittaa loput kirjaukset ja toimenpiteet (Visma Software Oy, n.d.).

Ohjelmistot mahdollistavat myös asiakkaan käyttämien toiminnanohjausjärjestelmien liittäminen osaksi ohjelmistoja (Telkkä, 2024). Asiakkaan käyttämät toiminnanohjausjärjestelmät voivat olla esimerkiksi varastohallinnassa tai tuotannossa käytettäviä järjestelmiä, joista kirjanpitoon tarvitaan muun muassa varastosaldot ja myynti määriä. Kun puhutaan asiakkaan

toiminnanohjausjärjestelmien liittämistä osaksi taloushallinnon ohjelmistoja, käytetään termiä integraatio. Integraatiossa taloushallinnon ohjelmisto ja asiakkaan käyttämien toiminnanohjauksen järjestelmien välille luodaan suora yhteys, jolloin tiedot kulkevat reaaliajassa automaationa järjestelmästä ja ohjelmasta toiseen. (Liuska, 2024.)

Taloushallinnon ohjelmistojen välinen kilpailu on kovaa ja uusia ohjelmistoja ilmestyy markkinoille säännöllisten väliajoin. Taloushallintoliitto on teettänyt useamman kerran ohjelmistotutkimuksen tunnetuimpien taloushallinto ohjelmistojen markkinaosuuksista ja käyttäjien tyytyväisyydestä ohjelmistoja kohtaan. Tutkimuksen mukaan toimialalla suosioon nousseita ohjelmistoja ovat muun muassa Heeros, Fennoa, Procountor, Netvisor ja Netbaron. (Fredman & Lyytinen, 2024.) Näitä edellä mainittuja ohjelmistoja käyttää myös tämän opinnäytetyön toimeksiantaja.

Taloushallinnon ammattilaisen ohjelmistojen tuntemus ja tehokas käyttö vähentää riskiä virheiden syntymiseen taloushallinnon tehtäviä suorittaessa. Ohjelmistojen tuntemus ja tehokas käyttö vähentää myös taloushallinnon ammattilaisen manuaalista työtä ja vapauttaa siten aikaa lisäarvoa tuottavien palveluiden – vuorovaikutuksen ja asiantuntijapalveluiden – tarjoamiseen. Virheetön taloushallinnon tehtävien suorittaminen ja lisäarvon tuottaminen asiakkaille parantaa asiakaskokemuksia ja lisää asiakastyytyväisyyttä. (Telkkä, 2024.) Yhtä yksinkertaista ei ole määritellä asiakaskokemuksen ja asiakastyytyväisyyden muodostumista ohjelmistojen osalta silloin, kun taloushallintoyrityksen asiakkaat ovat kosketuksissa itse taloushallinnon ohjelmistoihin. Kyseessä on silloin kosketuspiste sekä ohjelmistovalmistajan että taloushallintoyrityksen kanssa. Asiakkaiden tyytyväisyys ohjelmistoja suhteen vaikuttaa siis molempien yritysten asiakastyytyväisyyteen. Taloushallintoyrityksen on mahdollista ohjelmistojen osalta kehittää omaa asiakastyytyväisyyttä tarjoamalla asiakkaille käyttöön ohjelmistoja, joihin asiakkaat ovat tyytyväisimpiä.

Yritysten on huomioitava toimialakohtaisen ammattitaidon ylläpitämisestä ja kehittämisestä jatkuvasti. Ammattitaidon ylläpitämisestä ja kehittämisestä voidaan huolehtia erilaisten koulutusten avulla. Koulutukset on räätälöitävä

tarpeen ja työntekijöiden osaamistason mukaisesti mahdollisimman tehokkaan koulutuskokemuksen luomiseksi. (Bergström & Leppänen, 2021, s.157.) Taloushallintoyritysten osalta työntekijöiden ammattitaitoon ja työtehtävien ammattitaitoiseen suorittamiseen vaaditaan ammatillinen pohjakoulutus, kuten esimerkiksi merkonomitutkinto tai liiketalouden tradenomin tutkinto. Pohjakoulutuksen lisäksi taloushallinnon ammattilaisen on mahdollista suorittaa myös esimerkiksi eri tasoisia tilintarkastuskoulutuksia, joiden myötä on mahdollista toimia tilintarkastajana. Taloushallinnon ammattilaisen omien henkilökohtaisten tutkintojen lisäksi taloushallinnon yritykset järjestävät työntekijöille erilaisia koulutuksia yhteistyökumppaneiden kanssa, kuten esimerkiksi ohjelmistojen edustajien, eri koulujen ja yksityisten kouluttajien kanssa. Erityisesti ohjelmistokoulutukset ovat nykypäivänä iso osa taloushallinnon ammattitaidon ylläpitämistä.

Kuten aiemmin tässä työssä on jo käynyt ilmi, taloushallinnon toimialalla on huomioitava erilaiset lait ja ohjeistukset ja huomioon on otettava myös niiden muutokset. Taloushallinnon ammattilaisen on huolehdittava näiden osalta omasta ammattitaidostaan ja osattava toimia uusimpien säädösten ja ohjeistusten mukaisesti. Yritykset voivat tarjota merkittävien säädösmuutosten osalta erilaisia koulutuksia, joilla varmistetaan työntekijöiden ammattitaidon säilyminen. Yrityksen järjestämien koulutusten lisäksi eri viranomaistahot järjestävät koulutuksia ja tilaisuuksia, joihin osallistumalla työntekijän on mahdollista päivittää ammattitaitoaan vastaamaan uusimpia säädöksiä ja ohjeistuksia.

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYN TOTEUTTAMINEN TOIMEKSIANTAJALLE

5.1 Tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmien valinta ja otanta

Opinnäytetyötä tehdessä tutkimusmenetelmävaihtoehdot ovat laadullinen ja määrällinen tutkimusmenetelmä. Laadullisella eli kvalitatiivisella menetelmällä

pyritään ymmärtämään syvällisesti tutkittavaa ilmiötä ja se sopii hyvin tutkimuksiin, joissa tutkittavasta ilmiöstä ei ole aiempaa tietoa. Laadullisen tutkimusmenetelmän aineiston kerääminen ja analysointi perustuu sanoihin ja lauseisiin. Tutkimusaineiston ollessa sanoja ja lauseita, on tutkimusaineiston käsittely hyvin työlästä ja näin ollen laadullisen tutkimuksen tutkittavien joukko opinnäytetöiden kohdalla on hyvin pieni rajallisten resurssien ja ajan vuoksi. Määrällisellä eli kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä pyritään yleistämään ilmiöitä tukeutuen aiempaan teoriaan. Määrällisellä tutkimusmenetelmällä aineiston kerääminen ja analysointi tapahtuu lukujen ja tilastojen avulla, jolloin tutkittavien joukko voi olla hyvinkin suuri. (Kananen, 2015, s.65, 67, 70–74.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelman ratkaisemiseksi valitsin määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän. Tutkimusmenetelmän valinnan olin tehnyt jo ennen tutkimuksen aloittamista, sillä opinnäytetyöni aiheen valinnassa yhtenä pääkriteerinä oli työn toteuttaminen määrällisenä tutkimuksena. Halusin määrällisen tutkimuksen, jotta tutkimusaineiston keruu ja tulosten analysointi olisi itselleni mielekästä. Asiakastyytyväisyyden mittaaminen opinnäytetyön aiheeksi valikoitui aiempia opinnäytetöitä läpi käydessäni, sillä määrällisinä tutkimuksina toteutetuista opinnäytetöistä nousi vahvasti esille asiakastyytyväisyyden tutkiminen eri toimialojen yrityksissä. Tähtinen ym. (2020) toteaa, että tutkimusmenetelmän asettaminen ennen tutkimusongelmaa on epätavallista, mutta ei täysin pois suljettu vaihtoehto. Tutkimuksen toteuttamisessa epätavanomaisessa järjestyksessä on hyvä huomioida, että tutkimusmenetelmän valinta ohjaa tässä kohtaa tutkimuskysymysten asettamista sopivaan muotoon (s.18).

Omien mielenkiinnon kohteideni lisäksi myös edellä esitetty teoria tutkimusmenetelmistä tukee määrällisen tutkimusmenetelmän valintaa. Eri toimialojen asiakaskokemusten ja asiakastyytyväisyyden muodostumisesta ja sen mittaamisesta on runsaasti aiempaa teoriaa, johon tämän opinnäytetyön empiirinen osuus perustuu. Tämän opinnäytetyön empiirisen osuuden tavoitteena on mitata asiakastyytyväisyyttä suurelta joukolta, ja kyselyn tulosten pohjalta on tarkoituksena tuottaa yleistettävää tietoa toimeksiantajan asiakkaiden mielipiteistä. Opinnäytetyössä täyttyy siis määrällisen tutkimuksen lähtökohdat eli

tutkimuksen perustuminen aiempaan teoriaan ja tulosten yleistettävyys. Laadullisen tutkimusmenetelmän käyttö olisi myös aiheeseen sopiva, mutta silloin tutkittaisiin vain pienen joukon mielipiteitä aiheesta ja pyrittäisiin tarkemmin ymmärtämään mielipiteiden taustaa. Käytännössä laadullisen tutkimusmenetelmän käyttö sulkeutui pois jo opinnäytetyön aiheen pääkriteereitä määriteltessä.

Kun tutkimusmenetelmä on valittuna, on tutkijan valittava tutkimukseensa soveltuva aineistonkeruumenetelmä. Määrällisessä tutkimuksessa mahdollisia aineistonkeruumenetelmiä ovat haastattelut, systemaattinen havainnointi ja kyselyt. (Vilkka, 2007, s.27–28.) Määrälliset aineistonkeruumenetelmät ovat usein vakioituja. Vakioidun aineistonkeruumenetelmän perustana on, että jokaiselta tutkimukseen osallistuvalla kysytään täysin samat kysymykset samalla tavalla. (Hirsjärvi ym., 2015, s.193.)

Haastattelu aineistonkeruumenetelmänä määrällisessä tutkimuksessa tarkoittaa vakioitua haastattelua. Haastattelu toteutetaan etukäteen suunnitellun kyselylomakkeen mukaisesti. Määrällisen tutkimusmenetelmän haastattelut ovat usein hyvin lyhyitä ja nopeita ja ne toteutetaan usein siellä missä tutkijan on mahdollista kohdata valittu perusjoukko, kuten esimerkiksi kaupan ovella, työpaikoilla tai koulussa. Määrällisen tutkimuksen systemaattisella havainnoinnilla kerätään havaintoja eri aistien tai havainnointilaitteiden avulla. Havainnoinnin kohteena voi olla esimerkiksi tietty ääni, liike tai ele. (Vilkka, 2007, s.29–30.)

Kyselyllä tutkimusaineisto kerätään vakioidulla kyselylomakkeella, joka toimitetaan tutkimukseen valitulle joukolle vastattavaksi posti- tai verkkokyselynä, puhelinhaastatteluna tai henkilökohtaisesti toimitettuna. Kyselytutkimuksen etuna on, että sillä voidaan kerätä nopeasti suuri määrä tutkimusaineistoa ja kysymyksillä on mahdollista kysyä monia asioita. Kyselyllä voidaan tutkia aiheita lähes laidasta laitaan, jos kyselylomake on vain oikein laadittu. (Hirsjärvi ym., 2015, s.193–203.) Verkkokyselyt ovat nykypäivänä hyvin yleinen tapa toteuttaa kysely. Verkkokyselyllä tavoittaa helposti useita tutkittavia yhdellä kerralla. Verkkokyselyn yhtenä etuna on myös, että tutkimus on mahdollista

toteuttaa ilman tutkittavien yhteystietoja, jos kysely toteutetaan esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

Valitsin tämän opinnäytetyön aineistonkeruumenetelmäksi verkkokyselyn. Tutkimuksessani tutkitaan asiakkaiden mielipiteitä, joita ei voida havainnoida selvittää. Haastattelut taas olisivat olleet kovin työläitä ja aikaa vieviä. Lisäksi tutkittavien joukko haastatteluihin olisi ollut vaikea tavoittaa, kun taloushallintoyrityksien asiakkaat asioivat nykypäivänä hyvin paljon sähköisten asiointikanavien kautta, joten haastateltavia olisi tavannut toimipisteissä suhteellisen vähän. Näin ollen kyselyn käyttö jäi määrällisen tutkimusmenetelmän aineistonkeruumenetelmistä ainoaksi vaihtoehdoksi. Valintaa tukee myös tämän opinnäytetyön teoriaosuuden kohta, jossa todetaan kyselyn sopivan hyvin tutkimusdatan keräämiseen silloin, kun halutaan tutkia tutkittavien mielipiteitä, asenteita ja kokemuksia, eli esimerkiksi asiakastyytyväisyyttä. Kyselyn toteustavoista valitsin verkkokyselyn. Verkkokysely mahdollisti suuren joukon tavoittamisen yhdellä kertaa, kun toimeksiantajalla oli asiakkaidensa yhteystiedot valmiiksi saatavilla. Valitsin verkkokyselyn myös aineiston keruun ja analysoinnin helppouden vuoksi. Verkkokyselyllä tutkimusaineiston keruu tapahtuu nopeasti ja ilmaiseksi sähköisessä muodossa, jolloin myös tutkimusaineisto on valmiiksi sähköisessä muodossa tilastollisin menetelmin analysoitavaksi (Kananen, 2015, s.260). Verkkokyselyyn vastaaminen on myös hyvin yksinkertaista, helppoa ja nopeaa, joka lisää vastaajien motivaatiota vastata kyselyyn.

Tämän opinnäytetyön aiheen valinnassa oli valmiiksi valikoidun tutkimusmenetelmän lisäksi kaksi muuta pääkriteeriä: työhön liittyy vahvasti taloushallinto ja työ tehdään toimeksiantajalle. Taloushallinto aihepiirinä on itselleni hyvin mieluisa ja tulosten tuottaminen toimeksiantajalle motivoi itseäni paremmin pysymään suunnitellussa aikataulussa ja tuottamaan parempia tuloksia. Taloushallinto aiheena ja työn tekeminen toimeksiantajalle oli yksinkertaista yhdistää valitsemalla toimeksiantajaksi taloushallintoyritys. Toimeksiantaja löytyi helposti kyselemällä eri taloushallintoyrityksistä yhteistyömahdollisuutta. Toimeksiantajaksi valikoitui taloushallintoalan konserni, jonka emoyhtiö on toiminut yli 20 vuotta alalla. Emoyhtiön liikevaihto oli vuonna 2023 noin miljoona euroa ja

se työllistää noin 10 henkilöä. Konsernin tytäryhtiö on toiminut useita vuosikymmeniä alalla, työllistää 6 henkilöä ja liikevaihto oli noin 350 000 euroa vuonna 2023. Emo- ja tytäryhtiö palvelevat useita eri kokoisia asiakasyrityksiä. Asiakasyritykset ovat yhtiömuodoltaan osakeyhtiöitä, henkilöyhtiöitä (kommandiittiyhtiö tai avoin yhtiö), toiminimiyrittäjiä, yhdistyksiä tai säätiöitä. Asiakasyrityksiä on yhteensä noin 270. Lisäksi toimeksiantajakonserni palvelee myös maa- ja metsätalouselämän kirjanpidossa, mutta tämä asiakasryhmä rajattiin opinnäytetyön ulkopuolelle. Maa- ja metsätalouden asiakkaat ovat usein kertaluontoisia ja tutkimuksessa halutaan kartoittaa pidemmän ajan asiakassuhteita.

Kun tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmät ovat valittuna, on tutkijan päätettävä tutkittavien joukko eli havaintoyksiköt. Tutkittavien koko joukosta puhuttaessa voidaan käyttää myös termiä perusjoukko (Vilkkä, 2021, s.98). Tutkimus voi kohdistua koko perusjoukkoon, mutta aina se ei ole kannattavaa kustannuksellisista ja ajallisista syistä. Määrällisessä tutkimuksessa perusjoukko on yleensä suuri, jolloin perusjoukosta valitaan mahdollisimman edustava otos tutkimuksen kohteeksi. Otoksen on oltava edustava joukko havaintoyksiköitä perusjoukosta, jotta tutkimustulokset voidaan yleistää koskemaan koko perusjoukkoa. Otoksen valintaan on olemassa monia eri menetelmiä, joista tutkijan on valittava itselleen ja omaan tutkimukseensa sopivin vaihtoehto. (Kananen, 2015, s.266–268.) Koko otosta voidaan kuvata tunnuksella N (Tähtinen ym., 2020, s.16).

Tutkijan on tutkimusta suunniteltaessa huomioitava myös todennäköinen kato. Tutkimuksessa kato tarkoittaa puuttuvia vastauksia. Kato voi johtua joko siitä, ettei kaikkia otokseen valittuja tavoiteta, osa otokseen valituista eivät vastaa kyselyyn tai kyselyyn vastataan virheellisesti. Verkkokyselyissä suurena haasteena onkin kadosta johtuva pieni vastausprosentti, joka on yleensä noin 1–10 %. (Kananen, 2015, s.267, 277.) Tässä opinnäytetyössä perusjoukko on toimeksiantajan asiakkaat, pois lukien maa- ja metsätalouselämän asiakkaat. Alhaisen vastausprosentin todennäköisyyden vuoksi olen valinnut tämän tutkimuksen havaintoyksiköiden määräksi koko perusjoukon (N=276) pienemmän otannon sijaan. Kun tutkimuksissa koko otoksesta vähennetään kadon osuus,

jäljelle jää toteutunut otos eli todellisten vastausten määrä (Vilkkä, 2007, s.59). Toteutunutta otosta voidaan kuvata tunnuksella n (Tähtinen ym., 2020, s.16). Toteutunut otos tässä opinnäytetyössä on perusjoukosta eli tutkimukseen valituista toimeksiantajan asiakkaista se osuus, joka on vastannut hyväksytysti tutkimuksen kyselyyn (n=48).

5.2 Kyselyn suunnittelu ja toteuttaminen

Tämän opinnäytetyön teoriaosuuden pääpiirteiden valmistuttua, loin kyselystä alustavan version. Kyselyn asiasisältö rakennettiin teoriassa esille nousseiden aiheiden ympärille: asiakaspalvelijan vuorovaikutustaidot sekä taloushallintoyrityksen tekniset asiakaspalvelutaidot. Tavoitteena oli saada aikaiseksi mahdollisimman kattava ja tarpeita vastaava kyselylomake, joten kyselyn suunnittelussa huomioitiin myös toimeksiantajan mielipiteet ja toiveet. Kävin läpi kyselyn alustavan suunnitelman toimeksiantajan kanssa, kirjasin ylös toimeksiantajan toiveet muun muassa vastaajien perustietojen osalta ja perustietojen vastausvaihtoehdoista, ja viimeistelin kyselyn asiasisällön.

Toimeksiantaja kiinnitti erityisesti huomiota alustavan kyselyn otsikointiin. Olin alustavan otsikoinnin toteuttanut seuraavasti: Asiakastyytyväisyyskysely XX-konsernin asiakkaille. Konserni on nimetty emoyhtiön mukaan, joten toimeksiantaja toivoi otsikoinnissa esille myös tytäryhtiön nimen huomioimista. Alustavalla otsikoinnilla tytäryhtiön asiakkaat olisivat saattaneet jättää kyselyyn vastaamatta, kun hätäisesti luettuna otsikon olisi ajateltu viittavan vain emoyhtiön asiakkaisiin.

Kun kyselyn asiasisältö oli valmiina, ryhdyin suunnittelemaan kyselyn lopullisia kysymys- ja vastausmuotoja sekä verkkolomaketta. Verkkolomake on tämän opinnäytetyön Liite 1: Asiakastyytyväisyyskysely. Liitteenä olevaa verkkolomaketta on muokattu alkuperäisestä muuttamalla toimeksiantajan tunnistetiedot. X-yhtiöllä viitataan emoyhtiöön, Y-yhtiöllä tytäryhtiöön ja XX-konsernilla koko toimeksiantajaan. Verkkolomake koostui osioista, joista ensimmäinen oli

kyselyn aloitussivu kyselyn esittelyä varten. Esittelyssä vastaajalle kerrottiin kyselystä löytyvän kuusi kysymysosiota ja vastaamisen vievän noin 5–10 minuuttia. Kyselyn kysymysosiot olivat 1) Perustiedot, 2) Palkkahallinnon palvelut, 3) Kirjanpidon palvelut, 4) Asiantuntijapalvelut, 5) Palautteen antaminen XX-konsernille ja 6) Kehitystarpeiden kartoitus ja suosittelut. Kysymys- ja vastausmuotojen sekä verkkolomakkeen suunnittelussa otin huomioon tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa esille nousseet asiakastytyväisyyden mittaamiseen vakiintuneet mittarit ja mitta-asteikot sekä kyselyn toteuttamisen haasteet kadon minimoimiseksi. Esittelysivulla halusin avata vastaajalle kyselyn sisältöä ja painottaa lyhyttä vastausaikaa vastaajien motivoimiseksi. Verkkolomake oli jaettu eri osioihin asiakokonaisuuksien mukaan, jotta kysely oli mahdollisimman selkeä.

Kysely sisälsi sekä avoimia että strukturoituja kysymyksiä. Avoimilla kysymyksillä halusin selvittää mielipiteisiin johtaneita syitä. Avoimilla kysymyksillä halusin myös huomioida tämän opinnäytetyön teoriassakin mainitun ongelman: strukturoitujen kysymysten ja vastausvaihtoehtojen ulkopuolelle saattaa jäädä aiheita, joita vastaaja kuitenkin haluaisi tuoda ilmi.

Kyselyn perustiedot-osiossa käsiteltiin toimeksiantajan toivomat vastaajien taustatiedot, kuten vastaajan edustaman yrityksen yritysmuoto. Kyselystä löytyi perustieto-osioista myös kysymys ”Käyttääkö yrityksesi palkkahallinnon palveluita?”, jonka vastauksen perusteella kysely ohjautui joko palkkahallinnon palvelut-osioon tai palkkahallinto palvelut-osion yli kirjanpidon palvelut-osioon. Vastaava kysymys löytyi myös palkkahallinnon palvelut-osion lopusta koskien kirjanpidon palveluita. Näillä siirtymillä pyrittiin huomioimaan vastaamisen helppous ja mielekkyys, kun vastaajalla oli mahdollisuus vastata vain itseään koskeviin kysymyksiin.

Kysely sisälsi monivalintakysymyksiä muun muassa vastaajien taustatietojen ja käyttämien ohjelmistotietojen kartoittamiseen. Kyselyn monivalintakysymyksissä varmistin jokaiselle vastaajalle vastausvaihtoehdon vastausvaihtoehdolla ”Muu”, ”Yritykseni ei käytä ohjelmistoa itse” tai muulla vastaavalla

vaihtoehdolla. Lisäksi numeeriset vastausvaihtoehdot tarkistin useaan kertaan vastausvaihtoehtojen päällekkäisyyksien varalta.

Palkkahallinnon asiakaspalvelun ja palveluiden laatua sekä kirjanpidon asiakaspalvelun ja palveluiden laatua mitattiin monivalintaruudukoilla. Monivalintaruudukon mitta-asteikoksi valitsin mielipiteiden mittaamiseen perinteisesti käytetyn 5-portaisen Likertin-asteikon, jonka ääripäät olivat ”Täysin eri mieltä” ja ”Täysin samaa mieltä”. Lisäsin 5-portaiseen asteikkoon vielä ”En osaa vastata” vastausvaihtoehdon jokaisen vastaajan huomioimiseksi. Myös toimeksiantaja esitti Likertin 5-portaisen asteikon käytön mietityttävän häntä, sillä usein voisi ajatella epävarman vastaajan vastaavan 5-portaisen asteikon keskimmäisen vaihtoehdon. Nyt, kun vastausvaihtoehtoja oli kuusi, varmistettiin, että vastaaja joutui oikeasti pohtimaan, mihin sarakkeeseen vastauksensa laittaa.

Asiantuntijapalveluiden kartoittamiseen ja palautteen antamista koskeviin kysymyksiin valikoitui kysymysmuodoksi valintaruudut. Valintaruudukko oli näiden kysymysten osalta ainoa vaihtoehto. Valintaruudukko mahdollisti useamman vastausvaihtoehdon valitsemisen. Jos valintaruudukkojen jokainen vaihtoehto olisi kartoitettu erikseen kyllä/ei-kysymyksillä, olisi kyselystä tullut todella pitkä. Vastaajien motivaation ylläpitämiseksi halusin tehdä kyselystä mahdollisimman lyhyen.

Kyselyn loppuun valitsin mukaan NPS-mittarin. Halusin käyttää tutkimuksessa hyväkseni yleisesti hyväksi havaittua mittaria, ja NPS-mittari on todettu päteväksi asiakastyytyväisyyden mittaamiseen tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa. NPS-mittarilla oli mahdollista selvittää, ovatko asiakkaiden odotukset täytyneet XX-konsernin asiakaspalvelun vuorovaikutustaitoja ja teknisiä asiakaspalvelutaitoja kohtaan. Asiakkaiden odotusten täytyminen asiakaskokemuksia kohtaan saa asiakkaat suosittelemaan yritystä muille, ja NPS-mittarin tulokset kertovat juuri suositteluasteesta.

Kysymysten asettelussa varmistin kysymysten mittaavan vain yhtä asiaa kerrallaan. Tein myös kysymyksistä ja vastausvaihtoehdoista mahdollisimman

yksinkertaisia ja helposti ymmärrettäviä, jotta jokainen vastaaja osaisi vastata kysymyksiin. Yksinkertaiset kysymykset ja vastausvaihtoehdot vähentävät virheellisten vastausten mahdollisuutta. Lisäksi helposti ymmärrettävät kysymykset ja vastausvaihtoehdot pitävät vastaajien motivaatiota yllä vastata kysely loppuun asti.

Kysely luotiin Google Forms lomaketyökalulla. Päädyin Google Forms lomaketyökaluun suosittelujen kautta ja kokeiltuani sitä, totesin sen hyvin helppokäyttöiseksi. Vastaaminen kyselyyn tapahtui täysin anonymisti. Anonyymien vastaamisen varmistin verkkolomakkeen asetuksista. Valitun lomaketyökalun asetuksista on mahdollista valita, kerätäänkö vastaajien tietoja vai ei. Kiinnitin myös huomiota verkkolomakkeen visuaaliseen ilmeeseen, jotta kysely oli selkeä, houkutteleva ja ammattimainen ulkonäöltään.

Testasin kyselyä itse useaan kertaan kyselyn luomisen aikana ja korjasin huomaamiani virheitä ja puutteita. Ennen kyselyn lähettämistä asiakkaille, tämän opinnäytetyön ohjaaja sekä toimeksiantaja katsoivat kyselyn vastaavan odotuksia. Lisäksi kysely esitettiin testattavaksi kahdelle henkilölle virheettömyyden ja selkeyden varmistamiseksi.

Valmis kysely jaettiin toimeksiantajan asiakkaille sähköpostin välityksellä kutsukirjeessä linkkinä. Tämän opinnäytetyön liitteenä (Liite 2: Kutsu asiakastytyväisyyskyselyyn) on lähetetty kutsukirje, jota on muokattu alkuperäisestä poistamalla toimeksiantajan tunnistetiedot, linkki kyselyyn sekä tutkijan yhteystiedot. Kutsukirjeessä kerrottiin kyselyn tarkoitus ja tavoite, perusteltu vastaamisen merkitys, painotettu vastausten luottamuksellisuutta sekä kerrottu käytännön seikkoja vastaamiseen ja lisätietojen pyytämiseen liittyen. Myös kutsukirjeessä huomioitiin vastaajien motivoiminen asiasisällöllisesti sekä visuaalisen ilmeen muodossa kadon minimoimiseksi. Vastausaikaa oli kaksi viikkoa. Vastausajan puolella välissä toimeksiantajan asiakkaille lähetettiin muistutuskutsu, joka on tämän opinnäytetyön Liite 3: Muistutuskutsu asiakastytyväisyyskyselyyn. Muistutuskutsulla pyrittiin nostattamaan vastausprosenttia. Muistutuskutsusta löytyi ensimmäistä kutsukirjettä vastaavat tiedot.

Muistutuskutsua on muokattu liitteen 2 tavoin ja sen visuaalinen ilme vastaa liitettä 2.

Kutsukirjeet ja kysely jaettiin toimeksiantajan sähköpostin kautta. Toimeksiantajan sähköpostin käyttäminen oli yksinkertaisin vaihtoehto, kun toimeksiantajalla oli jo sähköpostissa valmiina tarvittava postituslista. Tällä myös varmistettiin tutkittavien tietojen leviämisen minimointi, kun en itse tarvinnut listaa asiakkaiden sähköpostiosoitteista. Lisäksi toimeksiantajan sähköpostia käyttämällä varmistettiin otoksen saavutettavuus. Kun sähköpostiosoite on ennestään tuttu, pienentää se todennäköisyyttä sähköpostin päätyemisestä roskapostiin tai lukemattomana roskakoriin. Kysely ja saatekirje valmistui viikonloppua vasten, mutta kysely ajastettiin lähtemään maanantai aamuna vastaajien motivaatio huomioiden. Kyselyjä lähetettiin X-yhtiön 174 asiakkaalle ja Y-yhtiön 102 asiakkaalle eli yhteensä kutsuja lähti 276.

5.3 Analysointimenetelmien valinta ja tulosten analysointi

Aineistonkeruun jälkeen kerätty tutkimusaineisto tarkistetaan ja muutetaan analysoitavaan muotoon. Esimerkiksi virheellisesti täytetyt kyselylomakkeet poistetaan aineistosta. (Vilka, 2007, s.105.) Kun tämän opinnäytetyön verkkokyselyn vastausaika päättyi, tarkistin kyselyn tulokset. Tarkistuksen yhteydessä en havainnut virheellisiä vastauksia, joten kaikki kyselyn vastaukset (n=48) hyväksyttiin analyysiin.

Määrällisen menetelmän analysoitava tutkimusaineisto on numeerista dataa, joka analysoidaan tilastollisilla menetelmillä. Analysoinnin apuna voidaan käyttää erilaisia tilasto-ohjelmistoja. Määrällisen tutkimuksen tulokset esitetään usein taulukoiden, kaavioiden ja muiden graafisten esittämismuotojen avulla. Kun taulukoita ynnä muita esittämismuotoja esitetään osana tuloksia, on taulukon sisältö avattava sanallisesti ja esitettävä sen yhteys tutkimusongelmaan. (Kananen, 2015, s.286, 298, 332.) Opinnäytetöissä resursseja ja aikaa on kovin rajallisesti, joten kovin syvällistä analyysiä tutkimustuloksista ei voi tehdä. Tämän opinnäytetyön tutkimusaineiston sai Google Forms lomaketyökalusta

ladattua Excel-taulukkona. Muutin tutkimusaineiston Excel-taulukosta yksinkertaisemmin tulkittavaan muotoon ympyrä- ja pylväskaavioiden ja prosenttiosuuksien avulla, ja kaaviot ovat avattuna sanallisesti kaavioiden yhteydessä. Tutkimustulokset ovat esitettynä osana tätä opinnäytetyötä luvussa 6 Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset.

Tulosten analysoitavaan muotoon muuntamisen jälkeen tutkimustuloksia tulkitaan tutkimusongelman näkökulmasta. Hirsjärven ym. (2015, s.229) teoksessa aineiston tulkinta määritellään hyvin ytimekkäästi ja kaiken kattavasti seuraavasti: ”Tulkinnalla tarkoitetaan sitä, että tutkija pohtii analyysin tuloksia ja tekee niistä omia johtopäätöksiä.” Tämän opinnäytetyön luvussa 7 Johtopäätökset tuloksista ja kehitysehdotukset olen pohtinut tutkimustuloksia ja esittänyt siitä omia johtopäätöksiä asiakastyytyväisyyden tasosta toimeksiantajan tarjoamaa asiakaspalvelua kohtaan.

5.4 Reliabiliteetti, validiteetti ja tutkimusetiikka

Osana tutkimusta tutkijan on pohdittava tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimusta tehdessä tutkijan on pyrittävä aina välttämään virheellisen tiedon syntymistä, joten tutkimusprosessin ja tutkimustulosten luotettavuuden arviointi on yksi tärkeä osa tutkimusta. (Hirsjärvi ym., 2015, s.231.) Jotta koko tutkimusprosessia ja tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina, on luotettavuuden arviointia tehtävä läpi tutkimusprosessin. Luotettavuuden arvioinnin jättäminen tutkimusprosessin loppuun saattaa johtaa luotettavuuteen vaikuttaviin vääriin valintoihin tutkimusprosessissa, eikä valintoja ole tutkimuksen valmistuttua enää mahdollista muuttaa. Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan tarkastelemalla reliabiliteettia ja validiteettia. (Kananen, 2015, s.343.) Reliabiliteetti kuvastaa tutkimuksen kykyä tuottaa ei-sattumanvaraisia tutkimustuloksia ja tutkimustulosten toistettavuutta. Reliabiliteetti mittaa tutkimuksen kykyä tuottaa täysin samat tulokset täysin samoilla menetelmillä ja valinnoilla uusintatutkimuksessa. Reliabiliteetin mittaamisen ainoa varma keino on toteuttaa tutkimus uudestaan, mutta uusintatutkimukset ovat harvoin mahdollisia, joten reliabiliteettia voidaan yleensä vain arvioida. (Kananen, 2015, s.343, 349.)

Validiteetti kuvastaa valitun tutkimusmenetelmän sopivuutta ja kykyä mitata juuri tutkittavissa olevaa tutkimusongelmaa. Validiteettia voidaan kuvata sanalla pätevyys. Kyselytutkimuksen pätevyyttä arvioitaessa tärkeimmiksi arvioinnin kohteiksi nousevat tutkimuksen otos ja tutkittavien ymmärrys kyselyn sisältöä kohtaan. Validissa tutkimuksessa otoksen tuottamia tutkimustuloksia voidaan pitää yleistettävänä tutkimukseen valitussa perusjoukossa. Tutkittavien ymmärrystä kyselyn sisältöä kohtaan on vaikea arvioida, mutta kyselyn ymmärrettävyyttä voidaan edistää huomioimalla se useilla eri tavoilla, kuten esimerkiksi määrittelemällä luomalla selkeä, helppokäyttöinen ja arkikielinen kyselylomake. (Kananen, 2015, s.343, 345–348.)

Tämän opinnäytetyön jokaisessa vaiheessa on huomioitu luotettavuus ja jokaisella valinnalla on pyritty tuottamaan virheetöntä tietoa. Tämän opinnäytetyön tutkimusongelma on kuvattuna tarkasti ja hyvin selkeästi, jotta sen ratkaisuun johtavien valintojen tekeminen olisi mahdollisimman yksinkertaista. Jokainen menetelmävalinta perustuu kirjallisuuteen ja valintojen tekoon on käytetty hyväksi myös aiemmin tehtyjen tutkimusten päteviksi osoittautuneita valintoja. Otosta voidaan pitää pätevänä, sillä se kattaa koko perusjoukon, jolloin tuloksia voidaan pitää yleistettävänä koko perusjoukossa. Jokainen kyselyn toteuttamiseen liittyvä valinta perustuu teoriaan: teoriassa on määriteltynä kaikki oleelliset kyselyn käsitteet ja teoriassa on selvitetty asiakastyytyväisyyskyselyn tuottamisen perusteet. Kyselylomakkeen suunnittelussa on huomioitu mahdolliset haasteet ja kyselylomake myös testattiin mahdollisten epäselvyyksien ja virheiden varalta. Reliabiliteetin näkökulmasta tärkein: koko tutkimus on dokumentoitu yksityiskohtaisesti, avoimesti ja jokainen valinta on perusteltuna.

Osana tutkimusta tutkijan on pohdittava tutkimuksen luotettavuuden lisäksi tutkimuseettisiä näkökulmia. Myös tutkimuseettisiä näkökulmia on huomioitava koko tutkimusprosessin läpi, sillä luotettavuus näkökulman tavoin, tehtyjä valintoja ei voida enää muuttaa tutkimuksen valmistuttua. (Tähtinen ym., 2020, s.58.) Tutkimuseetiikan mukaan tutkijan on huolehdittava tarvittavista luvista ja sopimuksista ennen varsinaisen tutkimuksen aloittamista. Tutkijan on

osoitettava tieteellistä osaamista tutkimusmenetelmistä, tiedonhankinnasta ja tutkimustulosten esittämisestä. Tutkijan on oltava toiminnassaan huolellinen ja esitettävä toimintansa avoimesti ja rehellisesti. Lisäksi tutkimuksen kohteena olevilta on saatava suostumus tutkimuksen tekoon ja henkilötietojen tietosuojakäytänteistä on huolehdittava asiaan kuuluvalla tavalla. Tutkimuksissa käytetään useita eri lähteitä, ja tutkimusetiikan mukaan lähteiden on oltava luotettavia ja niihin on viitattava asiaan kuuluvalla tavalla. (Vilkka, 2021, s.41–53.)

Tämän opinnäytetyön toteuttamisessa on huomioituna kaikki edellä kuvatut tutkimuseettiset näkökulmat. Tämän opinnäytetyöprosessin alussa solmittiin opinnäytetyösopimus Satakunnan ammattikorkeakoulun, tutkijan ja toimeksiantajan välille. Tutkimus on dokumentoitu avoimesti ja rehellisesti, ja jokainen tutkimukseen vaikuttava valinta on perusteluna, joka osoittaa tutkijan tieteellistä osaamista. Tutkimus on toteutettu tutkittavien osalta anonymisti ja henkilötietojen käsittely on huomioitu valintoja tehdessä. Myös toimeksiantaja halusi pysyä anonymiminä julkisissa tiedoissa ja se on huomioitu tutkimuksen raportoinnissa. Tutkimukseen käytetyt lähteet ovat tieteellisesti hyväksytyjä ja nykypäivää vastaavia. Lähteiden käyttö on toteutettu tutkimuseettisesti, sillä tutkimuksessa on esitettynä käytetyt lähteet ja niihin on viitattu asiaan kuuluvalla tavalla.

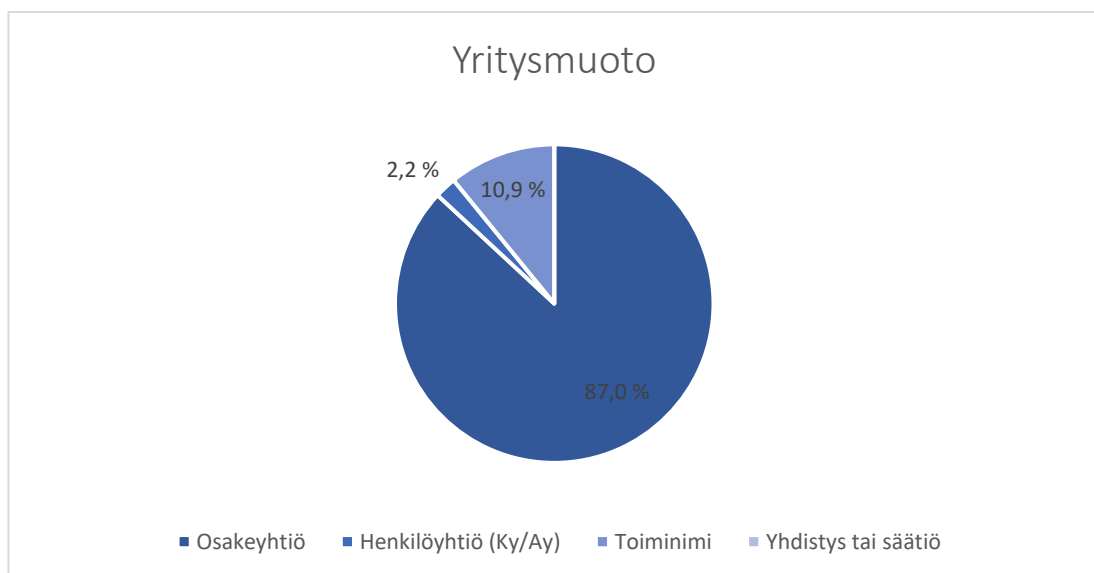
6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSSELYN TULOKSET

6.1 Vastausprosentti ja vastaajien taustatiedot

Kyselyyn vastasi yhteensä 46 henkilöä XX-konsernin kolmesta eri toimipisteestä. Toimipisteet ovat nimettynä tässä opinnäytetyössä Toimipiste 1, Toimipiste 2 ja Toimipiste 3. Toimipiste 1 ja 2 ovat X-yhtiön toimipisteitä ja Toimipiste 3 on Y-yhtiön toimipiste. Vastanneista 32 on X-yhtiön asiakkaita ja loput 14 on Y-yhtiön asiakkaita. Virheellisesti täytettyjä kyselylomakkeita ei ollut, joten kaikki annetut vastaukset hyväksyttiin mukaan analysointiin.

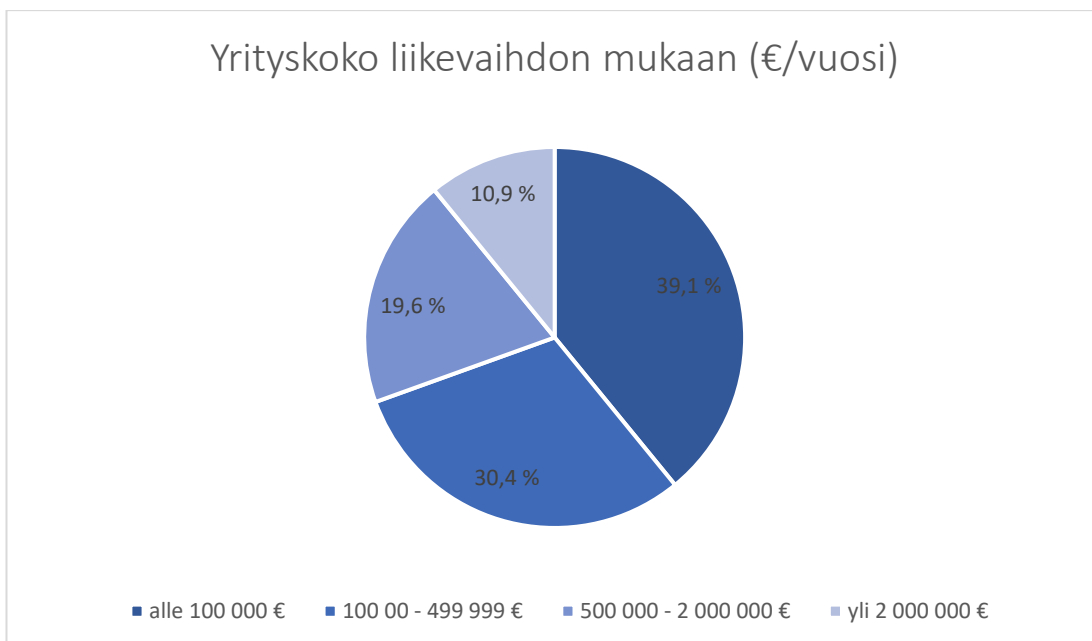
Kokonaisvastausprosentiksi saatiin 16,7 %. X-yhtiön osalta vastausprosentti on 18,4 % ja Y-yhtiön osalta 13,7 %. X-yhtiön toimipistekohtaiset vastausprosentit eivät ole laskettavissa, sillä lähetettyjen kutsujen määrä on tiedossa vain yhtiöittäin.

Vastanneiden yritysmuodot ovat jakautuneet Kaavion 1 mukaisesti. Vastanneista 87,0 % on osakeyhtiöitä (n=40), 2,2 % henkilöyhtiöitä (n=1) ja 10,9 % toiminimiyrittäjiä (n=5). Yhtään yhdistystä tai säätiötä ei vastannut kyselyyn. Kun yritysmuotoja tarkastelee eritellen X-yhtiön ja Y-yhtiön asiakkaat, on yritysmuotojakauma osakeyhtiöiden ja toiminimien välillä kokonaisjakauman mukainen. Kokonaisjakaumasta yksi henkilöyhtiön edustajana vastannut on X-yhtiön asiakas.



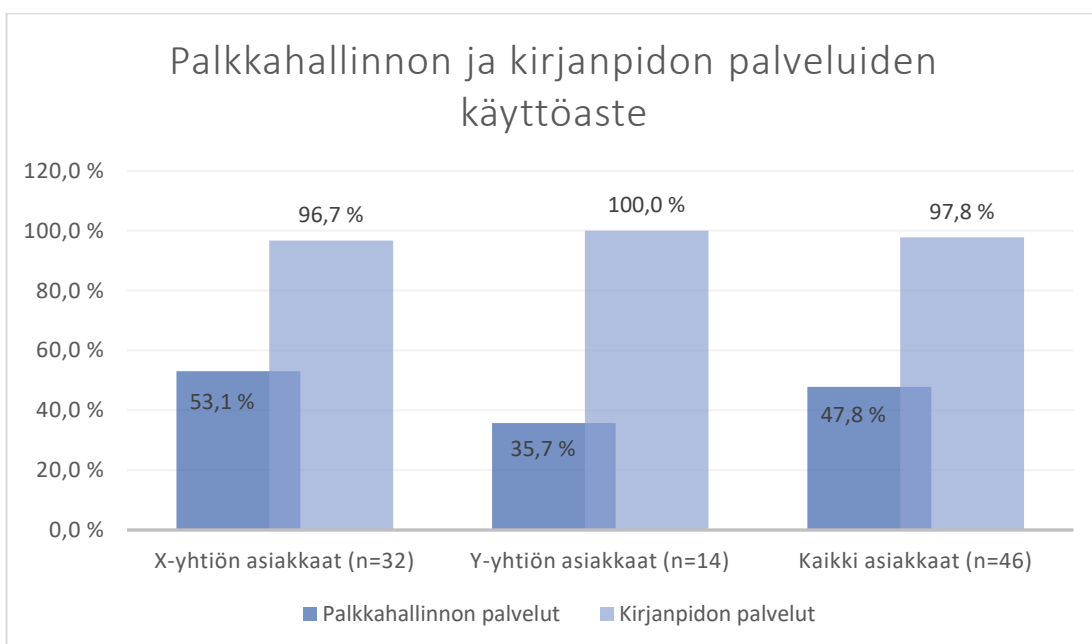
Kaavio 1. Vastanneiden yritysmuodot

Vastanneiden yrityskoko on jakautunut Kaavion 2 mukaisesti. Vastanneista 39,1 %:lla liikevaihto oli alle 100 000 euroa (n=18) viime vuonna. Vastanneista 30,4 %:lla vastaava liikevaihto oli 100 000-499 999 euroa (n=14), 19,6 %:lla 500 000-2 000 000 euroa (n=9) ja 10,9 %:lla yli 2 000 000 euroa (n=5). Kaikkien toiminimiyrittäjien sekä ainoan henkilöyhtiönä vastanneen yrityksen liikevaihdot sijoittuvat alle 100 000 euron liikevaihtoon. Osakeyhtiöitä sijoittuu jokaiselle liikevaihdon tasolle.



Kaavio 2. Vastanneiden yrityskoko liikevaihdon mukaan

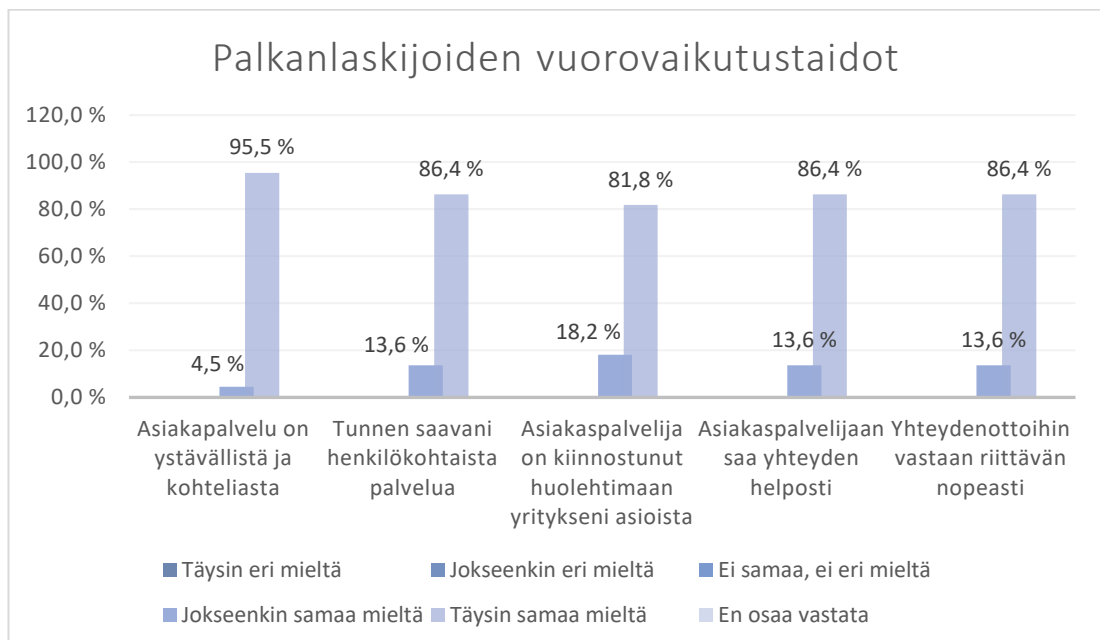
Kaaviossa 3 on esitettyä palkkahallinnon ja kirjanpidon palveluiden käyttöasteen jakautuminen vastaajien kesken. Palkkahallinnon palveluita käyttää vastanneista kaikkiaan 47,8 % (n=22). X-yhtiön asiakkaista 53,1 % (n=17) ja Y-yhtiön asiakkaista 35,7 % (n=5) käyttää palkkahallinnon palveluita. Vastanneista 97,8 % (n=45) käyttää kirjanpidon palveluita. Vastanneista vain yksi X-yhtiön asiakkaista ei käytä kirjanpidon palveluita.



Kaavio 3. Palkkahallinnon ja kirjanpidon palveluiden käyttöaste

6.2 Asiakaspalvelijan vuorovaikutustaidot

Kyselyssä kartoitettiin tyytyväisyyden tasoa asiakaspalvelijoiden vuorovaikutustaitoihin sekä palkanlaskijoiden että kirjanpitäjien osalta erikseen. Kaaviossa 4 on esitettynä asiakaspalvelijoiden vuorovaikutustaitoja kartoittavien kysymysten tulokset palkanlaskijoiden osalta. Väittämään ”Asiakaspalvelu on ystävällistä ja kohteliasta” vastanneista 4,5 % (n=1) on jokseenkin samaa mieltä ja 86,4 % (n=19) on täysin samaa mieltä. Väittämään ”Tunnen saavani henkilökohtaista palvelua” vastanneista 13,6 % (n=3) on jokseenkin samaa mieltä ja 86,4 % (n=19) on täysin samaa mieltä. Väittämään ”Asiakaspalvelija on kiinnostunut huolehtimaan yritykseni asioista” vastanneista 18,2 % (n=4) on jokseenkin samaa mieltä ja 81,8 % (n=18) on täysin samaa mieltä. Väittämään ”Asiakaspalvelijaan saa yhteyden helposti” sekä kysymykseen ”Yhteydenottoihin vastataan riittävän nopeasti” vastanneista 13,6 % (n=3) on jokseenkin samaa mieltä ja 86,4 % (n=19) on täysin samaa mieltä. Kaavion 4 sisältämien väittämien osalta jokseenkin samaa mieltä vastanneet ovat kaikki X-yhtiön asiakkaita, jotka ovat yhtiömuodoltaan osakeyhtiöitä kolmesta suurimmasta koko luokasta.

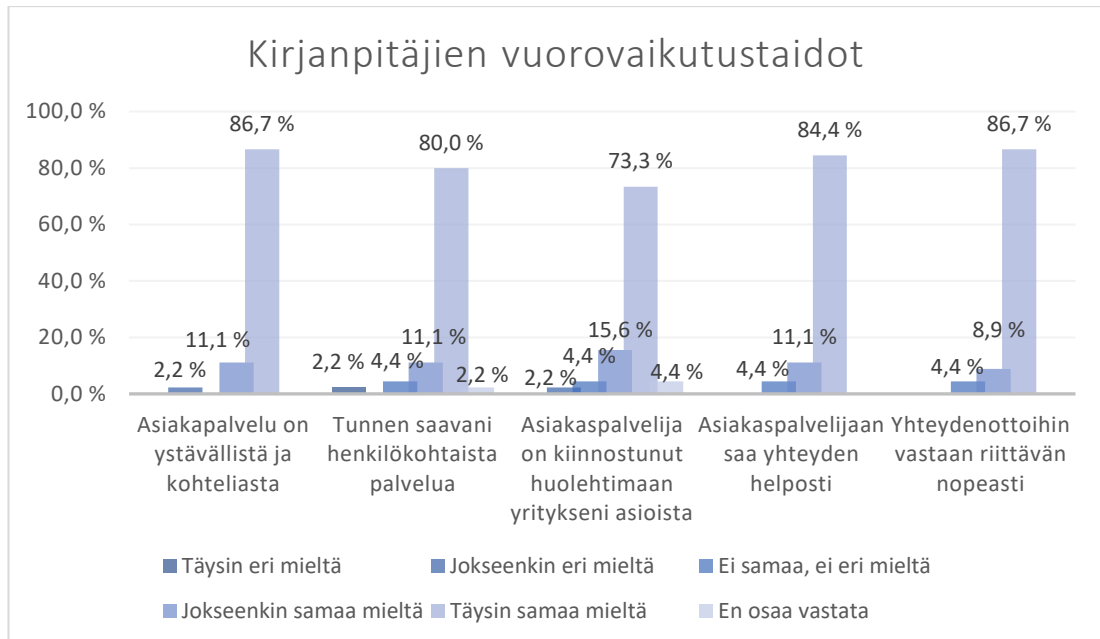


Kaavio 4. Palkanlaskijoiden vuorovaikutustaidot

Kyselyn avoimeen kysymykseen ”Voit halutessasi antaa tarkempaa palautetta palkkahallinnon asiakaspalveluun liittyen” vastauksia tuli neljä. Avoimissa vastauksissa kehuaan yhteistyön olevan sujuvaa, palvelu on asiantuntevaa, asiakaspalvelijat ovat mukavia ja palvelu nopeaa. Kehut koskevat sekä X-yhtiötä että Y-yhtiötä.

Kaaviossa 5 on esitettyä asiakaspalvelijoiden vuorovaikutustaitoja kartoittavien väittämien tulokset kirjanpitäjien osalta. Väittämän ”Asiakaspalvelu on ystävällistä ja kohteliasta” vastanneista 2,2 % (n=1) on jokseenkin eri mieltä, 11,1 % (n=5) on jokseenkin samaa mieltä ja 86,7 % (n=39) on täysin samaa mieltä. Väittämään ”Tunnen saavani henkilökohtaista palvelua” vastanneista 2,2 % (n=1) on täysin eri mieltä, 4,4 % (n=2) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 11,1 % (n=5) on jokseenkin samaa mieltä, 80,0 % (n=36) on täysin samaa mieltä ja 2,2 % (n=1) ei osaa vastata. Väittämään ”Asiakaspalvelija on kiinnostunut huolehtimaan yritykseni asioista” vastanneista 2,2 % (n=1) on jokseenkin eri mieltä, 4,4 % (n=2) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 15,6 % (n=7) on jokseenkin samaa mieltä, 73,3 % (n=33) on täysin samaa mieltä ja 4,4 % (n=2) ei osaa vastata. Väittämään ”Asiakaspalvelijaan saa yhteyden helposti” vastanneista 4,4 % (n=2) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 8,9 % (n=4) on jokseenkin samaa mieltä ja 86,7 % (n=39) on täysin samaa mieltä. Väittämään ”Yhteydenottoihin vastataan riittävän nopeasti” vastanneista 4,4 % (n=2) ei ole samaa eikä eri mieltä, 11,1 % (n=5) on jokseenkin samaa mieltä ja 84,4 % (n=38) on täysin samaa mieltä.

Kahden heikoimman arvosteluluokan, eli täysin eri mieltä ja jokseenkin eri mieltä, vastanneet ovat sekä X-yhtiön että Y-yhtiön asiakkaita, jotka ovat osakeyhtiöitä kokoluokasta 100 000–499 999 euroa. Ei samaa, ei eri mieltä vastanneista yksi on X-yhtiön asiakas ja kolme Y-yhtiön asiakkaita, jotka kaikki ovat kahden alimman kokoluokan osakeyhtiöitä tai toiminimiyrittäjiä. Y-yhtiön asiakkaista prosentuaalisesti suurempi osa on vastannut enemmän jokseenkin samaa mieltä kuin täysin samaa mieltä. En osaa vastata vastanneet ovat X-yhtiön asiakkaita, jotka ovat pienimmän kokoluokan osakeyhtiöitä.



Kaavio 5. Kirjanpitäjien vuorovaikutustaidot

Kyselyn avoimeen kysymykseen ”Voit halutessasi antaa tarkempaa palautetta kirjanpidon asiakaspalveluun liittyen” vastauksia tuli seitsemän. Noin puolessa vastauksista kehuaan yhteisyyttä sujuvaksi, palvelua erinomaiseksi ja asiantuntevaksi. Kehut koskevat sekä X-yhtiötä että Y-yhtiötä. Loput avoimen kysymyksen vastauksista ovat kehittämiskohteita. Yksi X-yhtiön asiakas kokee asiakaspalvelun olevan syyllistävä ja painostavaa. Yksi Y-yhtiön asiakas kaipaa enemmän kasvokkain tapahtuvaa kanssakäymistä kirjanpitäjän kanssa. Toinen Y-yhtiön asiakas kokee kirjanpitäjän käyttävän viestinnässä liian paljon ammattisanastoa.

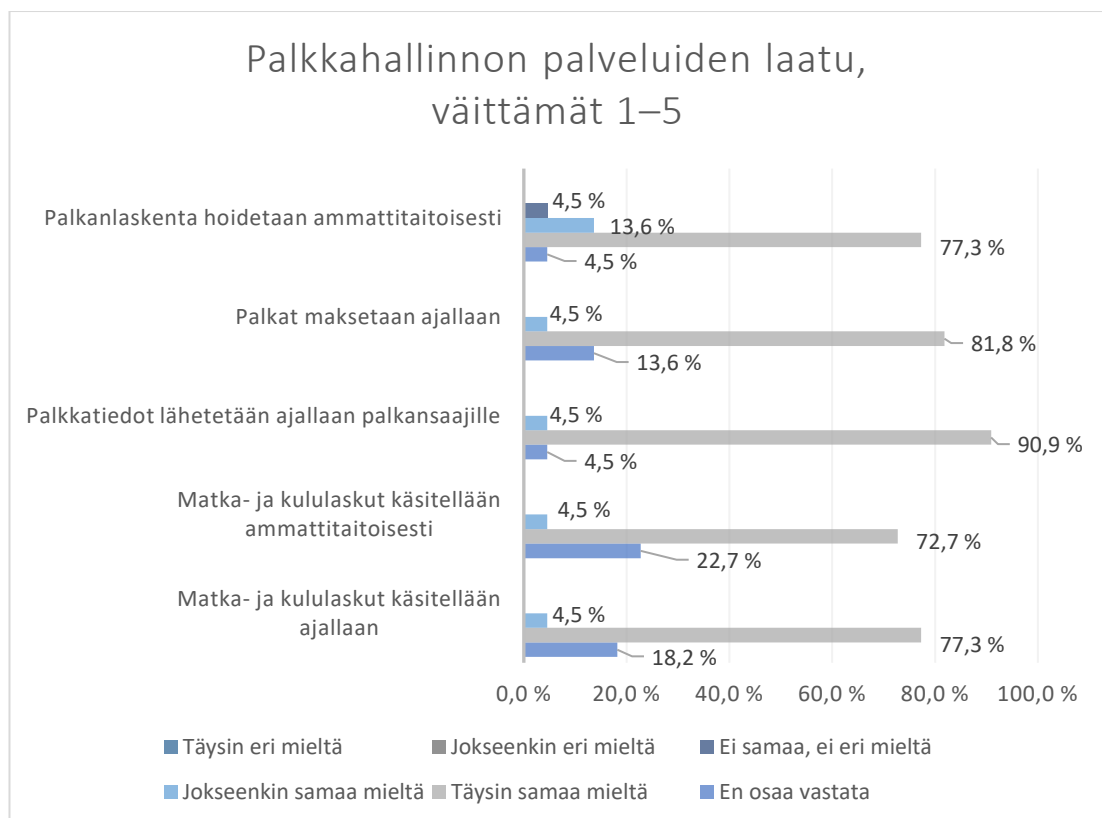
6.3 Tekniset asiakaspalvelutaidot

Kyselyssä kartoitettiin tyytyväisyyden tasoa teknisiin asiakaspalvelutaitoihin palkkahallinnon ja kirjanpidon palveluiden osalta. Kaaviossa 6 on esitettyjä vastastaukset palkkahallinnon palveluiden laadun tasosta ensimmäisen viiden väittämän osalta. Palkanlaskua ja -maksuja koskevista väittämistä väittämään ”Palkanlaskenta hoidetaan ammattitaitoisesti” vastanneista 4,5 % (n=1) ei ole samaa mieltä, eikä eri mieltä, 13,6 % (n=3) on jokseenkin samaa mieltä, 77,3 % (n=17) on täysin samaa mieltä ja 4,5 % (n=1) ei osaa vastata. Väittämään ”Palkat maksetaan ajallaan” vastanneista 4,5 % (n=1) on jokseenkin samaa

mieltä, 81,8 % (n=18) on täysin samaa mieltä ja 13,6 % (n=3) ei osaa vastata. Väittämään ”Palkkatiedot lähetetään ajallaan palkansaajille” vastanneista 4,5 % (n=1) on jokseenkin samaa mieltä, 90,9 % (n=20) on täysin samaa mieltä ja 4,5 % (n=1) ei osaa vastata.

Matka- ja kululaskuja koskevista väittämistä väittämään ”Matka- ja kululaskut käsitellään ammattitaitoisesti” vastanneista 4,5 % (n=1) on jokseenkin samaa mieltä, 72,7 % (n=16) on täysin samaa mieltä ja 22,7 % (n=5) ei osaa vastata. Kaaviossa 6 viimeisenä olevaan väittämään, eli väittämään ”Matka- ja kululaskut käsitellään ajallaan”, vastanneista 4,5 % (n=1) on jokseenkin samaa mieltä, 77,3 % (n=17) on täysin samaa mieltä ja 18,2 % (n=4) ei osaa vastata.

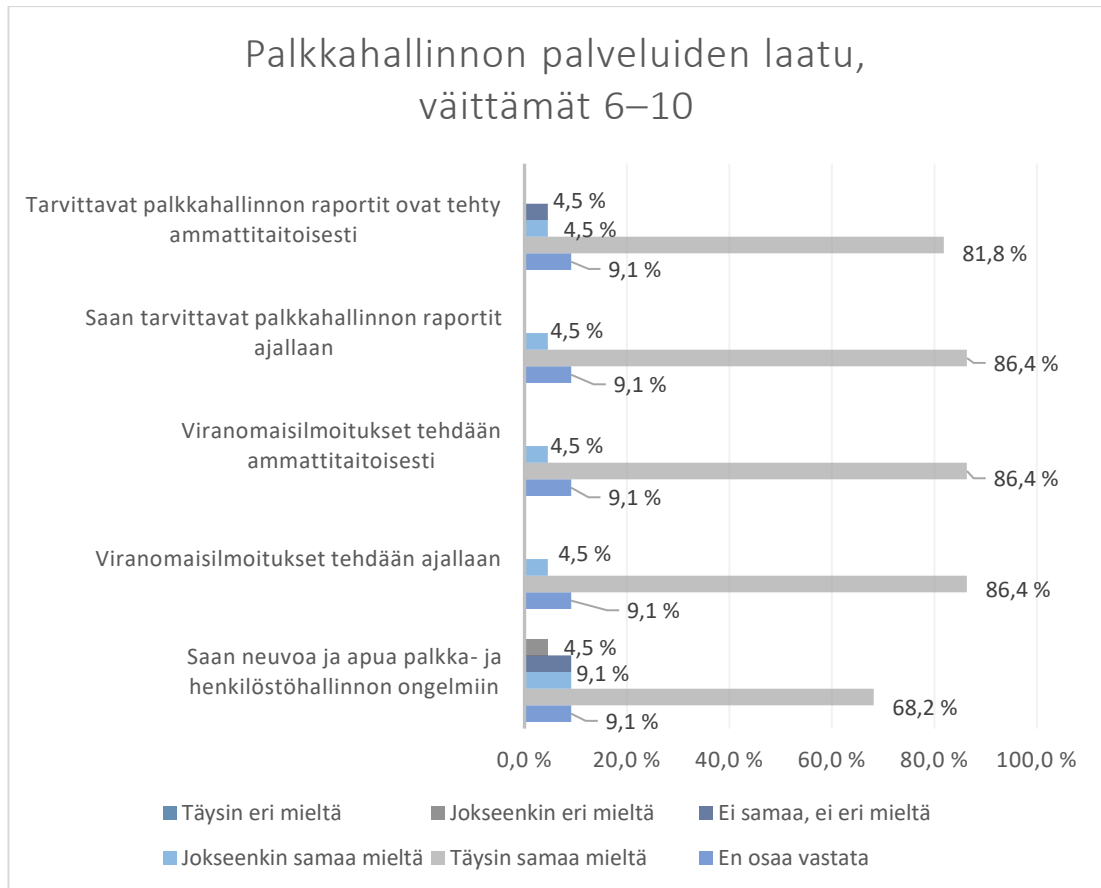
Täysin samaa mieltä ovat vastanneet kaikki Y-yhtiön asiakkaat sekä X-yhtiön Toimipisteen 2 asiakkaat. Ei samaa, ei eri, jokseenkin samaa mieltä sekä ei osaa vastata vastanneet Toimipisteen 1 asiakkaat ovat kolmen alimman kokoluokan osakeyhtiöitä. Yksi pienimmän kokoluokan osakeyhtiön edustaja on vastannut jokaiseen kysymykseen en osaa vastata.



Kaavio 6. Palkkahallinnon palveluiden laatu, väittämät 1–5

Kaaviossa 7 on esitetty vastaukset palkkahallinnon palveluiden laadun tasosta kysymysten 6–10 osalta. Kysymykseen ”Tarvittavat palkkahallinnon raportit ovat tehty ammattitaitoisesti”, vastanneista 4,5 % (n=1) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 4,5 % (n=1) on jokseenkin samaa mieltä ja 81,1 % (n=18) on täysin samaa mieltä. Kysymyksiin ”Saan tarvittavat palkkahallinnon raportit ajallaan”, ”Viranomaisilmoitukset tehdään ammattitaitoisesti” ja ”Viranomaisilmoitukset tehdään ajallaan” on vastattu jokaiseen täysin samoin. Näiden kolmen kysymyksen osalta vastanneista 4,5 % (n=1) on jokseenkin samaa mieltä ja 86,4 % (n=19) on täysin samaa mieltä. Osion viimeiseen kysymykseen, ”Saan neuvoa ja apua palkka- ja henkilöstöhallinnon ongelmiin”, vastanneista 4,5 % (n=1) on jokseenkin eri mieltä, 9,1 % (n=2) ei ole samaa, eikä eri mieltä sekä jokseenkin samaa mieltä ja täysin samaa mieltä on 68,2 % (n=15). Jokaiseen kaavion 7 sisältämään kysymykseen 9,1 % (n=2) on vastannut, ettei osaa vastata.

Täysin samaa mieltä vastanneet ovat kaikki Y-yhtiön asiakkaat. Muut vastaukset jakautuvat prosentuaalisesti tasan X-yhtiön kahden toimipisteen välille. Muuta kuin täysin samaa mieltä vastanneet ovat osakeyhtiöitä jokaisesta kokoluokasta. En osaa vastata vastanneet ovat molempien X-yhtiön toimipisteiden asiakkaita, jotka ovat osakeyhtiöitä kaikista eri kokoluokista, ja myös kaavion 7 kysymyksiin yksi vastaajista on vastannut kaikkiin en osaa vastata.



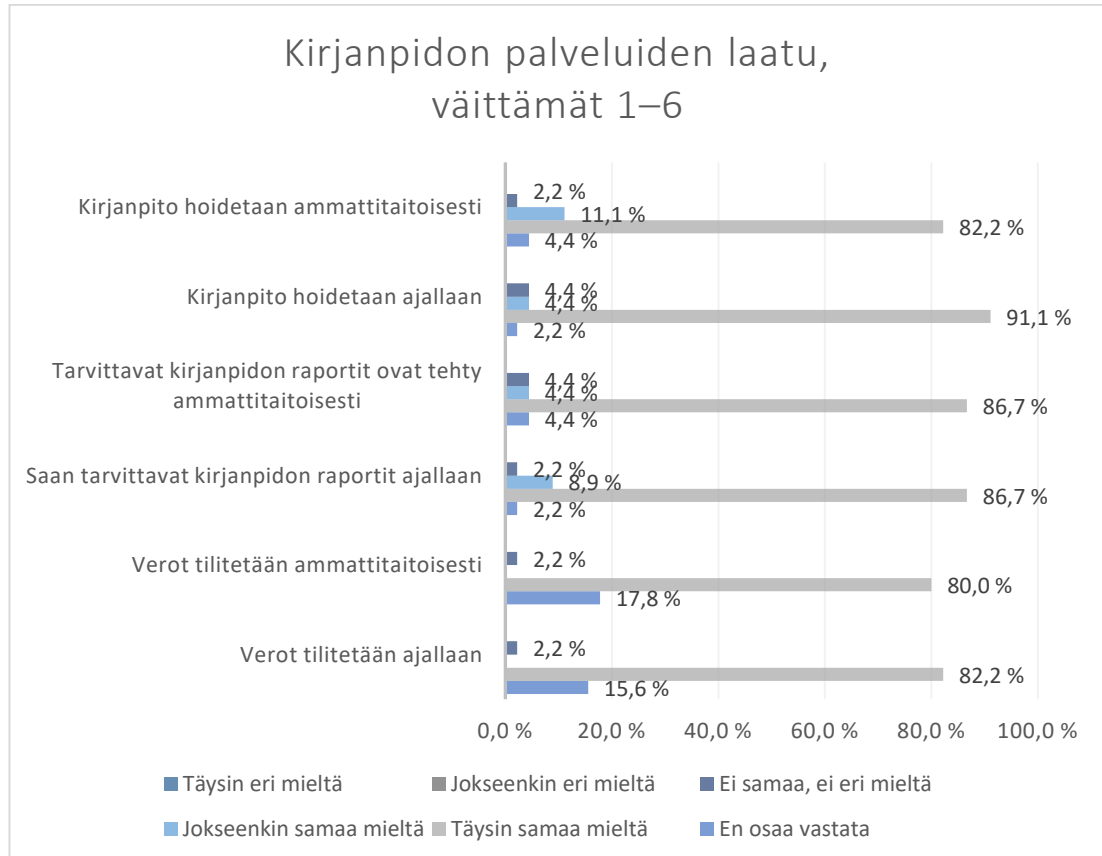
Kaavio 7. Palkkahallinnon palveluiden laatu, väittämät 5–10

Palkkahallinnon palveluihin kohdistuvan avoimen kysymyksen ”Voit halutesasi antaa tarkempaa palautetta palkkahallinnon palveluihin liittyen” vastaus kohdistuu X-yhtiöön. Vastaajan kokee, että palkanlaskentaan käytetään X-yhtiön toimesta turhan paljon aikaa ja laskutus ei täten vaikuta luotettavalta.

Kaaviossa 8 on esitettyä vastaukset kirjanpidon palveluiden laadun tasosta kuuden ensimmäisen väittämän osalta. Väittämään ”Kirjanpito hoidetaan ammattitaitoisesti” vastanneista 2,2 % (n=1) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 11,1 % (n=5) on jokseenkin samaa mieltä, 82,2 % (n=37) on täysin samaa mieltä ja 4,4 % (n=2) ei osaa vastata. Väittämään ”Kirjanpito hoidetaan ajallaan” vastanneista 4,4 % (n=2) ei ole samaa, eikä eri mieltä sekä jokseenkin samaa mieltä, 91,1 % (n=41) on täysin samaa mieltä ja 2,2 % (n=1) ei osaa vastata. Väittämään ”Tarvittavat kirjanpidon raportit ovat tehty ammattitaitoisesti” vastanneista 4,4 % (n=2) ei ole samaa, eikä eri mieltä, ovat jokseenkin samaa mieltä ja ei osaa vastata ja 86,7 % (n=39) on täysin samaa mieltä. Väittämään ”Saan tarvittavat kirjanpidon raportit ajallaan” vastanneista 2,2 % (n=1) ei ole

samaa, eikä eri mieltä, 8,9 % (n=4) on jokseenkin samaa mieltä, 86,7 % (n=39) on täysin samaa mieltä ja 2,2 % (n=1) ei osaa vastata. Väittämään ”Verot tilitetään ammattitaitoisesti” vastanneista 2,2 % (n=1) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 80,0 % (n=36) on täysin samaa mieltä ja 17,8 % (n=8) ei osaa vastata. Kaavion 8 viimeiseen väittämään, eli väittämään ”Verot tilitetään ajallaan”, vastanneista 2,2 % (n=1) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 82,2 % (n=37) on täysin samaa mieltä ja 15,6 % (n=7) ei osaa vastata.

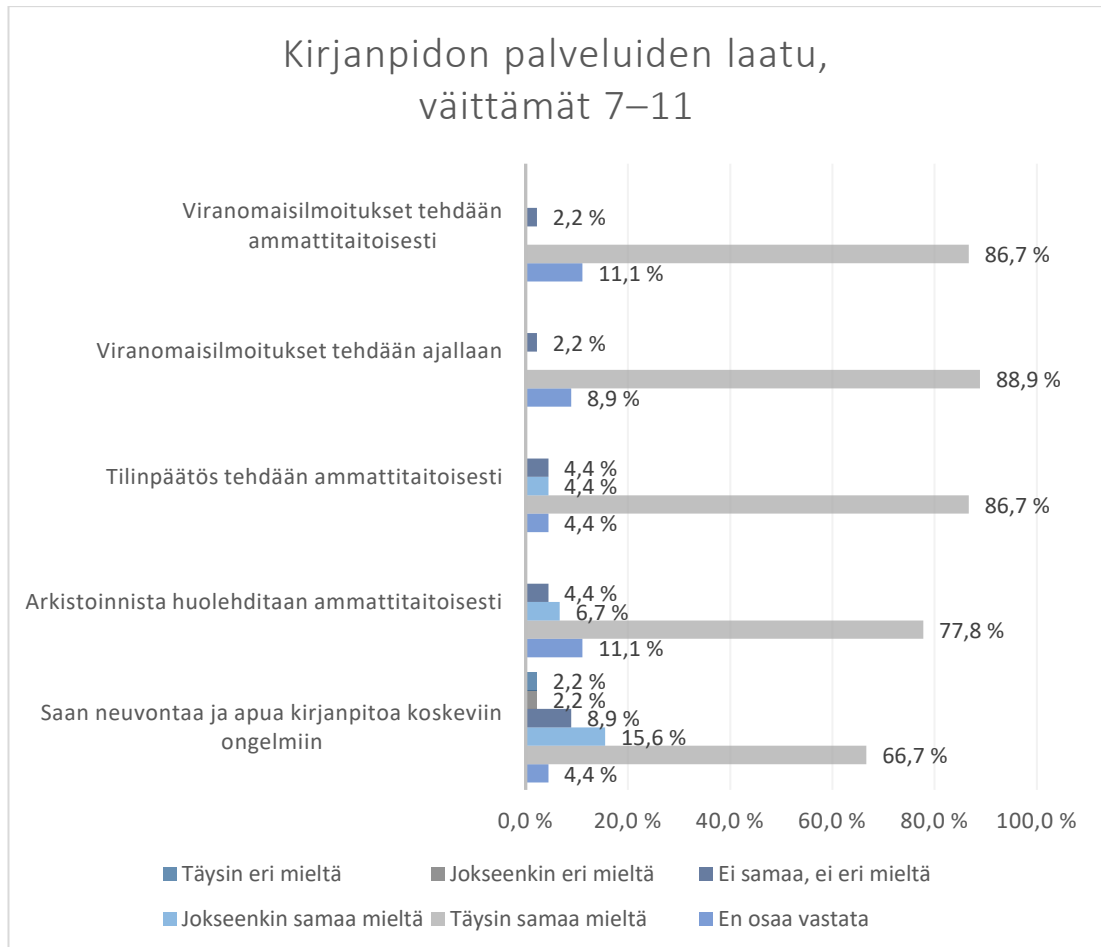
Ei samaa, ei eri mieltä vastanneista löytyy sekä X-yhtiön että Y-yhtiön asiakkaita. Yksi Y-yhtiön asiakas on vastannut kaikkiin Kaavion 8 väittämiin ei samaa, ei eri mieltä. Jokseenkin samaa mieltä vastanneet jakautuvat kaikkien toimipisteiden kesken. Ei samaa, ei eri mieltä ja jokseenkin samaa mieltä vastanneet ovat kaikki osakeyhtiöitä eri kokoluokista. En osaa vastata vastanneita löytyy myös kaikkien toimipisteiden asiakkaista. En osaa vastata vastanneet ovat kahden pienimmän kokoluokan osakeyhtiöitä ja mukana on myös yksi toiminimiyrittäjä.



Kaavio 8. Kirjanpidon palveluiden laatu, väittämät 1–6

Kaaviossa 9 on esitettyjä vastaukset kirjanpidon palveluiden laadun tasosta väittämien 7–11 osalta. Väittämään ”Viranomaisilmoitukset tehdään ammattitaitoisesti” vastanneista 2,2 % (n=1) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 86,7 % (n=39) on täysin samaa mieltä ja 11,1 % (n=5) ei osaa vastata. Väittämään ”Viranomaisilmoitukset tehdään ajallaan” vastanneista 2,2 % (n=1) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 88,9 % (n=40) on täysin samaa mieltä ja 8,9 % (n=4) ei osaa vastata. Väittämään ”Tilinpäätös tehdään ammattitaitoisesti” vastanneista 4,4 % (n=2) ei ole samaa, eikä eri mieltä, ovat jokseenkin samaa mieltä ja eivät osaa vastata ja vastanneista 86,7 % (n=39) on täysin samaa mieltä. Väittämään ”Arkistoinnista huolehditaan ammattitaitoisesti” vastanneista 4,4 % (n=2) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 6,7 % (n=3) on jokseenkin samaa mieltä, 77,8 % (n=35) on täysin samaa mieltä ja 11,1 % (n=5) ei osaa vastata. Kaavion 9 viimeiseen väittämään, eli väittämään ”Saan neuvontaa ja apua kirjanpitoa koskeviin ongelmiin”, vastanneista 2,2 % (n=1) on täysin eri mieltä ja jokseenkin eri mieltä, 8,9 % (n=4) ei ole samaa, eikä eri mieltä, 15,6 % (n=7) on jokseenkin samaa mieltä, 66,7 % (n=30) on täysin samaa mieltä ja 4,4 % (n=2) ei osaa vastata.

Kaavion 9 viimeiseen väittämään täysin eri mieltä vastannut on Y-yhtiön asiakas, joka on toiseksi pienimmän kokoluokan osakeyhtiö. Samaan kysymykseen jokseenkin eri mieltä vastannut on X-yhtiön asiakas, joka on toiseksi suurimman kokoluokan osakeyhtiö. Kaavion 9 väittämiin ei samaa, ei eri mieltä vastanneista suurin osa on Y-yhtiön asiakkaita, jotka ovat joko osakeyhtiöitä tai toiminimiyrittäjiä kolmesta alimmasta kokoluokasta. Myös Kaavion 9 väittämiin yksi Y-yhtiön asiakas on vastannut kaikkiin ei samaa, ei eri mieltä. Jokseenkin samaa mieltä vastanneet ovat sekä X-yhtiön Toimipisteen 1 ja Y-yhtiön asiakkaita, jotka ovat osakeyhtiöitä kaikista kokoluokista. Väittämiin en osaa vastata vastanneista löytyy kaikkien toimipisteiden asiakkaita. Prosentuaalisesti Toimipisteen 2 asiakkaista on vastannut eniten en osaa vastata. En osaa vastata vastanneet ovat osakeyhtiöitä sekä toiminimiyrittäjiä kaikista kokoluokista.

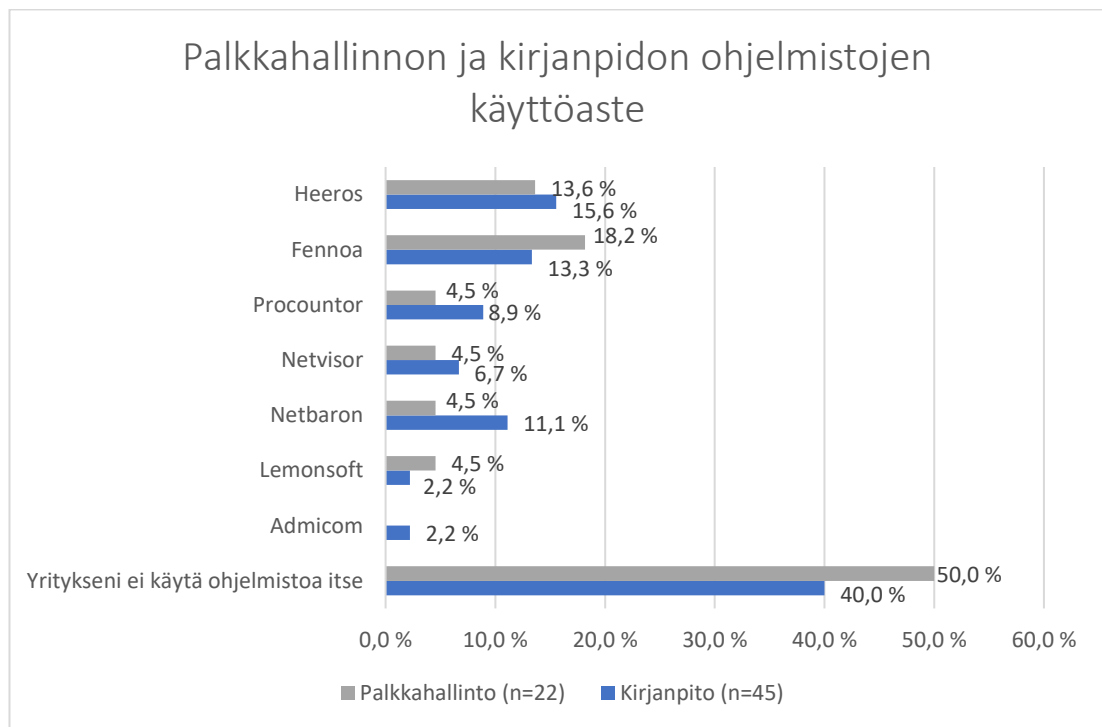


Kaavio 9. Kirjanpidon palveluiden laatu, väittämät 7–11

Kyselyn avoimeen kysymykseen ”Voit halutessasi antaa tarkempaa palautetta kirjanpidon palveluihin liittyen” tulleet vastaukset kohdistuvat Y-yhtiöön. Vastauksissa toivotaan enemmän neuvontaa kirjanpitoon ja verotukseen liittyen. Toinen Y-yhtiön asiakas kokee kirjanpitäjän käyttävän viestinnässä liian paljon ammattisanastoa. Sama avoin vastaus on annettu saman vastaajan toimesta myös kirjanpitäjän vuorovaikutustaitoja kartoittavassa avoimessa kysymyksessä.

Kaaviossa 10 on esitettyä vastanneiden käyttöaste eri ohjelmistojen välillä palkkahallinnon sekä kirjanpidon osalta. Suosituimmat ohjelmistot molemmissa käyttäjäkunnissa on Heeros sekä Fennoa. Myös Netbaron on suosittu kirjanpidon hoitamiseen. Kyselyn palkkahallinnon palveluita kartoittavaan osioon 50 % vastanneista ja kirjanpidon osioon 40 % vastanneista eivät käytä itse ohjelmistoa ollenkaan. Kyselyssä kysytään sekä palkkahallinnon että

kirjanpidon palveluita kartoittavissa osioissa onko vastaaja tyytyväinen käytössä olevaan ohjelmistoon. Vain yksi kirjanpidon palveluita kartoittavaan vastannut pienimmän kokoluokan osakeyhtiön edustaja on vastannut olevansa tyytymätön. Ohjelmistoon tyytymätön asiakas on vastannut käyttävänsä Procountor-ohjelmistoa.

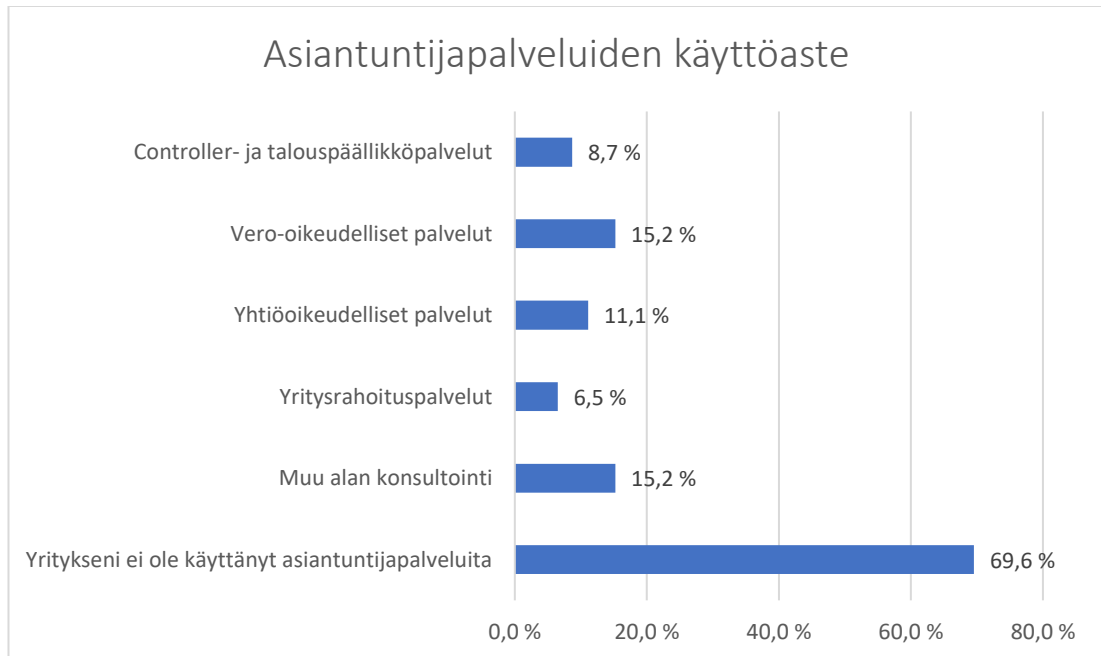


Kaavio 10. Palkkahallinnon ja kirjanpidon ohjelmistojen käyttöaste

Kyselyssä esitettiin myös avoin kysymys ”Voit halutessasi antaa palautetta ohjelmistoon liittyen” sekä palkkahallinnon että kirjanpidon palveluihin liittyvissä osioissa. Vastauksissa yksi kehuu Fennoan olevan toimiva palkanlaskuun ja yksi kehuu Netbaronin olevan toimiva kirjanpitoon, mutta haluaisi silti kuulla muista vaihtoehdoista.

Asiantuntijapalveluita, palautteen antamista, kehitystarpeiden kartoitusta ja suositteluja koskevat kyselyn osiot olivat kaikille vastaajille pakolliset, joten seuraaviin kysymyksiin on vastannut kaikki 46 kyselyyn vastannutta. Asiantuntijapalveluiden osalta kartoitettiin asiantuntijapalveluiden käyttöastetta ja onko palveluita tarjottu XX-konsernilta. Kaaviossa 11 on esitettyä asiantuntijapalveluiden käyttöaste. Eri asiantuntijapalveluita on käyttänyt kolmesta seitsemään asiakasta kaikista toimipisteistä. Asiantuntijapalveluita käyttävät

asiakkaat ovat osakeyhtiöitä kaikista koko luokista ja mukana on myös yksi pienimmän kokoluokan toiminimiyrittäjä. Kaikista vastanneista 69,6 % (n=32) ei ole käyttänyt asiantuntijapalveluita.



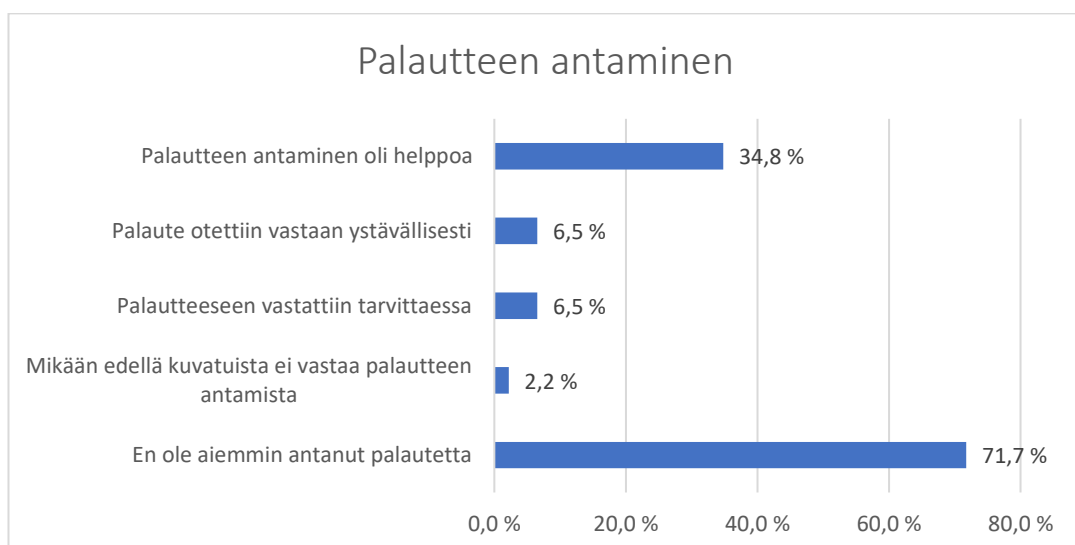
Kaavio 11. Asiantuntijapalveluiden käyttöaste

Kaaviossa 12 on esitetty vastaukset kysymykseen ”Onko yritykselle tarjottu edellä mainittuja asiantuntijapalveluita X-yhtiötä tai Y-yhtiöltä?”. Vastanneista yli puolet, 62,5 %:lle (n=30), on vastannut, ettei heille ole tarjottu asiantuntijapalveluita XX-konsernista. X-yhtiön asiakkaista yksi on vastannut, ettei hänelle ole tarjottu palveluita, vaikka on niitä vastannut käyttäneensä. Kolme X-yhtiön asiakkaista on vastannut, että heille on tarjottu palveluita, mutta he eivät ole niitä käyttäneet.



Kaavio 12. Onko yrityksellesi tarjottu asiantuntijapalveluita X-yhtiöltä tai Y-yhtiöltä?

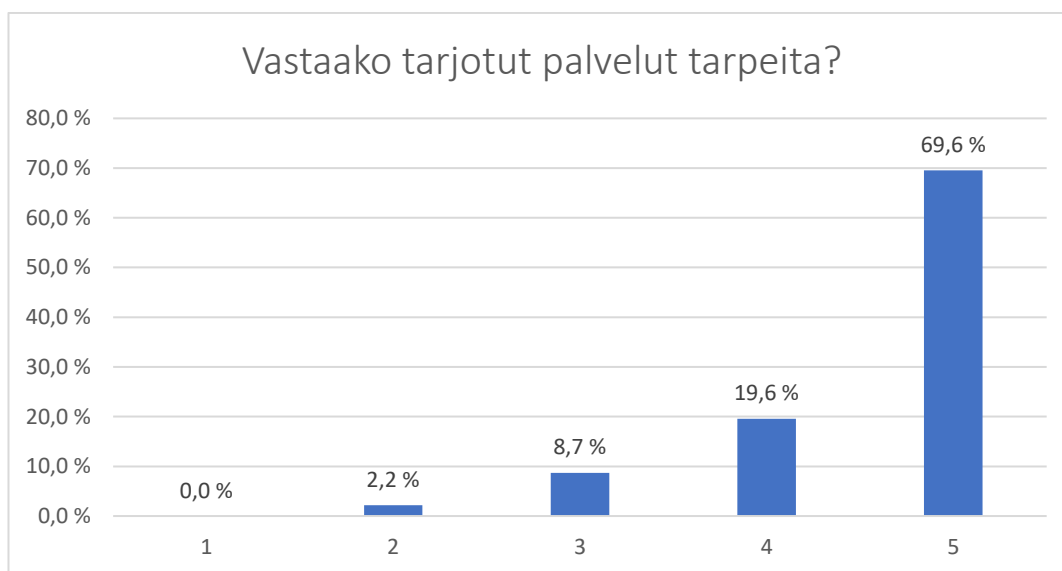
Kyselyn kysymykseen ”Oletko aiemmin antanut palautetta X-yhtiölle tai Y-yhtiölle?” vastanneista 17,4 % (n=8) on vastannut kyllä ja loput 82,6 % (n=38) on vastannut, ettei ole aiemmin antanut palautetta. Kaaviossa 13 on esitettyjä vastauksia, millaisena palautteen antaminen on koettu. Vastanneista 34,8 % (n=16) piti palautteen antamista helppona, 6,5 %:n (n=3) mielestä palaute otettiin vastaan ystävällisesti ja palautteeseen vastattiin tarvittaessa. Yhden vastaajan (2,2 %) mielestä mikään edellä kuvatuista vaihtoehdoista ei vastaa palautteen antamista.



Kaavio 13. Palautteen antaminen

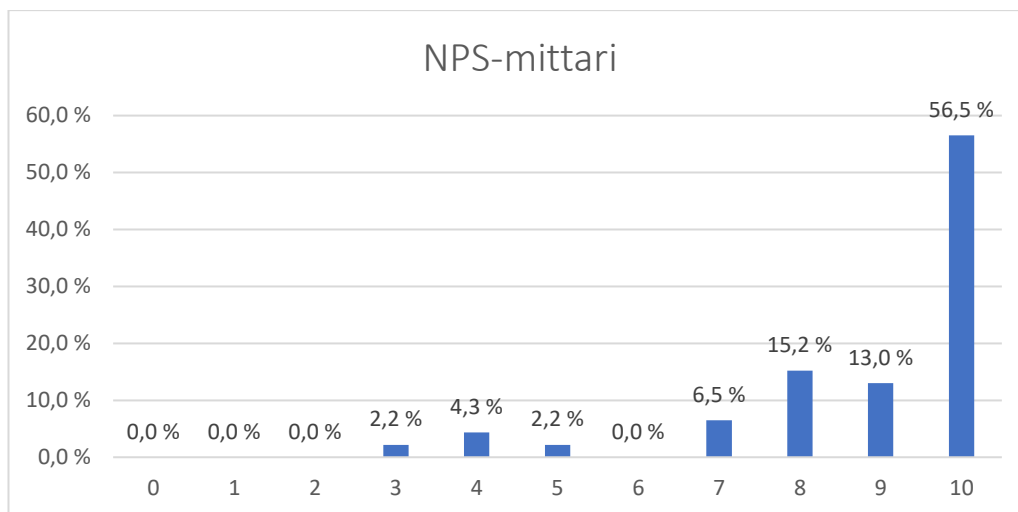
6.4 Palvelutarjonta ja NPS-mittari

Kyselyn viimeisessä osiossa kartoitettiin vastaavatko XX-konsernin tarjoamat palvelut asiakkaiden tarpeita ja kuinka todennäköisesti vastanneet suosittelisivat XX-konsernia muille. Kaaviossa 14 on esitetty vastaukset kysymykseen ”Vastaako XX-konsernin tarjoamat palvelut yrityksesi tarpeita?”. Kysymyksen arvosteluasteikko on asetettu yhdestä viiteen, ja vastanneista 2,2 % (n=1) on antanut arvosanan 2, 8,7 % (n=4) on antanut arvosanan 3, 19,6 % (n=9) on antanut arvosanan 4 ja parhaimman arvosanan on antanut 69,6 % (n=32) vastanneista.



Kaavio 14. Vastaako tarjotut palvelut asiakkaiden tarpeita

Kaaviossa 15 on esitetty NPS-mittarin tulokset eli vastaukset kysymykseen ”Kuinka todennäköisesti suosittelet XX-konsernin palveluita muille?”. NPS-mittarin arvosteluasteikko on asetettu nolasta kymmeneen. Vastanneista 2,2 % (n=1) on antanut arvosanan 3 ja 5, 4,3 % (n=2) on antanut arvosanan 4, 6,5 % (n=3) on antanut arvosanan 7, 15,2 % (n=7) on antanut arvosanan 8, 13,0 % (n=6) on antanut arvosanan 9 ja parhaimman arvosanan on antanut 56,5 % (n=26). Vastanneista NPS-mittarin arvostelijoita on 4, joka 8,7 % vastanneista, ja suosittelijoita on 32, joka 69,6 % vastanneista. Kun vastanneet vähennetään suosittelijoista, XX-konsernin suosittelupisteiksi saadaan 60,9.



Kaavio 15. NPS-mittarin tulokset

Kyselyn lopuksi vastanneilla oli mahdollisuus antaa palautetta ja kehitysehdotuksia avoimeen vastauskenttään mistä tahansa XX-konsernin toiminnan osa-alueesta. Vastauksista nousi esille samat kehityskohdat, kuin aiemmissa avoimissa kysymyksissä. X-yhtiön asiakkaat kaipaavat enemmän opastusta verotukseen, asiakaspalveluun panostamista sekä selkeämpää ja avoimempaa laskutusta. Y-yhtiön asiakkaat kaipaavat avoimempaa ja selkeämpää viestintää siitä, kuka hoitaa heidän yrityksensä asioita ja miten työt etenevät. Viestinnältä kaivataan myös asiakaslähtoisempää tyyliä ilman ammattisanastoa.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET TULOXSISTA JA KEHITYSEHDOTUKSET

Kyselyn kokonaisvastausprosentti (16,7 %) ja vastausten määrä (n=46) jäi aika pieneksi, vaikka vastausprosentti ylittääkin teoriassa esitettyyn odotukseen, joka on 10 % verkkokyselyissä. Alahaisen vastausprosentin takia, kyselyn tuloksia on tulkittava kriittisesti. Tuloksissa näkyy selkeästi tämän opinnäytetyön teoriassakin esille noussut ilmiö: kyselyihin usein vastaa hyvin tyytyväiset ja tyytymättömät asiakkaat, jolloin neutraalit vastaajat jättävät vastaamatta. Eritoten kyselyn palkkahallinnon osion tuloksissa on todennäköisesti vääristymää, sillä palkkahallinnon osioon vastanneita on vain 22. Palkkahallinnon ja

kirjanpidon osioiden tuloksissa on selkeästi huomattavissa vastausjakoumassa eroavaisuuksia niin asiakaspalvelijan vuorovaikutustaitoja kuin teknisiä asiakaspalvelutaitoja kartoittavissa väittämässä, ja tämän selittää todennäköisesti palkkahallinnon osion huomattavasti alhaisempi vastausten määrä kuin kirjanpidon osiossa. Kirjanpidon osioon on vastannut lähes kaikki kyselyyn vastanneet.

Yritysmuodolla tai yrityskoolla ei näytä olevan merkitystä tämän tutkimuksen tutkimustuloksissa. Vastanneista 87,0 % on osakeyhtiöitä, joten tuloksissa on todennäköisesti myös vääristymää, jos arvioidaan yritysmuodon vaikutusta tuloksiin. Muiden yhtiömuotojen puuttuminen lähes kokonaan heikommasta arvostelujoukosta johtuu todennäköisesti vastausten vähäisestä määrästä ja vääristymästä. Vain yksittäisiä toiminimiyrittäjiä on antanut yksittäisiä parhaimmasta arvosanasta poikkeavia vastauksia.

Kyselyn tuloksista voidaan nähdä, että suurin osa XX-konsernin asiakkaista ovat täysin tyytyväisiä asiakaspalvelijoiden vuorovaikutustaitoihin. Palkanlaskijoiden vuorovaikutustaitoja kartoittaviin väittämiin vastanneista yli 80 % on täysin samaa mieltä jokaisen väittämän kohdalla, ja loput vastanneet ovat jokseenkin samaa mieltä. Vastauksissa ei ole siis ainuttakaan neutraalia tai tyytymätöntä vastausta. Heikoimmat arvostelut ovat saaneet väittämät ”Tunnen saavani henkilökohtaista palvelua” ja ”Asiakaspalvelija on kiinnostunut huolehtimaan yritykseni asioista”. Kaikki kyselyyn vastanneet Y-yhtiön asiakkaat ovat täysin tyytyväisiä palkanlaskijoiden vuorovaikutustaitoihin. Jokseenkin samaa mieltä vastanneet ovat X-yhtiön asiakaskunnasta, mutta tätä vastausvaihtoehtoa voidaan kuitenkin pitää tyytyväisyyden merkinä, vaikka pientä parantamisen varaa onkin.

Kirjanpitäjien kohdalla samat ”Tunnen saavani henkilökohtaista palvelua” ja ”Asiakaspalvelija on kiinnostunut huolehtimaan yritykseni asioista” väittämät ovat saaneet myös heikoimmat arvostelut. Kirjanpitäjien kohdalla kolmen muun väittämän arvostelut yltyvät yli 80 % täyteen tyytyväisyyteen, mutta yksittäisiä neutraaleja tai heikompia vastauksia löytyy. Yksi vastaajista on täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä väittämässä ”Asiakaspalvelu on ystävällistä

ja kohteliasta” ja ”Tunnen saavani henkilökohtaista palvelua”. Vastaukset jakautuvat prosentuaalisesti X-yhtiön ja Y-yhtiön välillä lähes tasan, joten kummankin yhtiön asiakkaita voidaan pitää yhtä tyytyväisinä.

Kyselyssä asiakaspalvelijan vuorovaikutustaitoja ja kehittämiskohteita kartoitettavissa avoimissa kysymyksissä molemmat XX-konsernin yhtiöt ovat saaneet kehuja vuorovaikutustaidoista, mutta myös kehittämiskohteita löytyy. Avoimissa vastauksissa nousee ylös samat aiheet, mitä heikoimmin arvostellut väittämät käsittelevät. Itse koen väittämien ”Tunnen saavani henkilökohtaista palvelua” ja ”Asiakaspalvelija on kiinnostunut huolehtimaan yritykseni asioista” olevan sidoksissa toisiinsa. Kun taloushallintoyrityksen asiakas kokee saavansa henkilökohtaista palvelua, voidaan pitää todennäköisenä, että asiakas kokee myös asiakaspalvelijan olevan kiinnostunut asiakkaan yrityksestä. Kehittämällä siis avointen kysymysten kehittämiskohteita, voidaan kasvattaa molempien väittämien tyytyväisyyttä.

Vuorovaikutustaitoja käsittelevissä avointen kysymysten vastauksissa nousi esille toiveet kasvokkain tapahtuvasta kanssakäymisestä ja ammattisanaston vähentämisestä viestinnässä. Ehdoton, että XX-konsernissa paneudutaan tarkemmin jokaisen asiakkaan henkilökohtaisiin toiveisiin, mitä palvelukanavia he toivovat käytettävän ja voidaanko viestinnässä käyttää ammattisanastoa. Toive palvelukanavista sekä asiakkaan tietotaito ammattisanastoa kohtaan voidaan kartoittaa uusien asiakkaiden kohdalla aloitustapaamisella ja vanhojen asiakkaiden kohdalla toiveet voidaan ottaa puheeksi seuraavassa kanssakäymisessä. XX-konsernilla jokaisella asiakkaalla on oma nimetty palkanlaskija ja/tai kirjanpitäjä, joten palkanlaskijan ja/tai kirjanpitäjän on helppo tutustua oman asiakaskuntansa toiveisiin tarkemmin.

Avoimissa vastauksissa asiakkaat toivoivat myös parempaa tiedonantoa ja avoimempaa viestintää siitä, kuka heidän yrityksensä palkkahallintoa ja/tai kirjanpitoa hoitaa ja miten työt etenevät. Ehdotankin, että XX-konserni tiedottaisi asiakkailleen ajoissa tulevista muutoksista asiakaspalvelijoiden muutostilanteissa. Toisinaan muutokset voivat tulla myös yllättäen, jolloin tilanteen ennakointi ei onnistu. Yllättävissä tilanteissa asiakkaille on hyvä viestiä tilanteesta

rehellisesti ja kertoa asiakaspalvelijan vaihdoksen johtuvan äkillisestä esteestä. Pienikin selonteko asiakkaalle auttaa henkilökohtaistamaan tilannetta ja viestintää. Suosittelen myös XX-konsernin pohtimaan, riittääkö resurssit ilmoittamaan asiakkaille, miten asiakkaiden tilaamat työt etenevät. Ehdotan valmista viestinnän mallipohjaa, jonka avulla asiakkaille voidaan ilmoittaa esimerkiksi tietyn kuukauden palkanlaskennan tai kirjanpidon valmistumisesta.

Palkkahallinnon sekä kirjanpidon palveluiden laatua kartoittaviin väittämiin on jonkin verran vastattu ”En osaa vastata”. Tietämättömyys voi johtua siitä, ettei kyseinen palkkahallinnon tai kirjanpidon osa-alue ole asiakkaan käytössä tai palvelu sujuu XX-konsernin puolesta niin huomaamattomasti ja sujuvasti, ettei vastaaja ole kiinnittänyt palveluun huomioita eikä näin ollen osaa arvioida palvelun ammattitaitoisuutta tai ajantasaisuutta.

Kyselyn tulokset jakautuvat palkkahallinnon palveluiden laatua kartoittavissa väittämissä palkkahallinnon vuorovaikutustaitojen mukaisesti. Ylivoimaisesti suurin osa vastanneista on vastannut väittämiin olevansa täysin samaa mieltä ja lähes kaikki loput jokseenkin samaa mieltä. Väittämiin ”Palkanlaskenta hoidetaan ammattitaitoisesti”, ”Tarvittavat palkkahallinnon raportit ovat tehty ammattitaitoisesti” ja ”Saan neuvoa ja apua palkka- ja henkilöstöhallinnon ongelmiin” on tullut myös yksittäisiä neutraaleja tai tyytymättömiä vastauksia. Vastaukset jakautuvat prosentuaalisesti X-yhtiön ja Y-yhtiön välillä lähes tasan, joten kummankin yhtiön asiakkaat ovat yhtä tyytyväisiä tai tietämättömiä palkkahallinnon palveluiden laadun suhteen.

Myös kirjanpidon palveluiden laatua kartoittavien väitteiden vastauksissa ylivoimaisesti suurin osa on vastannut täysin samaa mieltä ja lähes kaikki loput jokseenkin samaa mieltä. Neutraaleja tai heikompia vastauksia löytyy yksittäisiä lähes jokaisesta väitteestä, joista suurin osa on yhden Y-yhtiön asiakkaan vastauksia, joka on vastannut kaikkiin kirjanpidon palveluiden laatua koskeviin väittämiin ”Ei samaa, ei eri mieltä”. Tämän vastaajan osalta on syytä pohtia, onko hänen antamansa vastaukset täysin luotettavia, vai onko vastaaja vastannut itselleen helpoimmalla tavalla antamalla neutraalin vastauksen kaikkiin.

Kirjanpidon palveluiden laatua kartoittavista väittämistä heikoimman arvostelun on saanut väite ”Saun neuvontaa ja apua kirjanpitoa koskeviin ongelmiin”.

Avointen kysymysten vastauksista nousee myös esille edellä mainittu väite ”Saun neuvontaa ja apua kirjanpitoa koskeviin ongelmiin”, jonka vastaava väittäjä myös palkkahallinnon osiossa oli saanut hieman heikompia arvosteluja. Avoimissa vastauksissa kaivataan neuvontaa enemmän erityisesti verotukseen liittyen. Neuvontapalvelut ovat suurin osa asiantuntijapalveluista, jotka ovat XX-konsernilta erikseen ostettava palvelu. Kyselyn tuloksista selviää, että 70 % vastanneista ei ole käyttänyt asiantuntijapalveluista ja 65 % ei ole niitä edes tarjottu. Pidän hyvin todennäköisenä, että suurin osa neuvon kaipaavista asiakkaista ei siis tiedosta, että neuvonta on erillinen palvelu. Ehdotan siis, että XX-konserni loisi käyttöönsä valmiin mallin, jonka mukaan heidän yhtiöiden toiminta esitellään uusille asiakkaille aina yhdenmukaisesti. Erityisesti X-yhtiöllä on loistavat verkkosivut, joita hyödyntäen on palvelut mahdollista esitellä asiakkaille. Esittelyssä olisi hyvä painottaa laskennallisten palveluiden ja neuvontaa ja suunnittelua sisältävien asiantuntijapalveluiden ero. Myös vanhoille asiakkaille voisi esimerkiksi sähköpostilla muistuttaa asiantuntijapalveluista mainoksen muodossa.

Avointen kysymysten vastauksista nousee esille myös asiakkaiden toive selkeämmästä laskutuksesta XX-konsernin puolelta. Kyselyn tulosten pohjalta suosittelen XX-konsernia paneutumaan paremmin heidän laskutukseensa. Laskuissa olisi hyvä selkeästi eritellä asiakasyrityksen eri kuukausien palkkahallinnon ja kirjanpidon työt. Lisäksi palkkahallinnon ja kirjanpidon työt olisi hyvä selkeästi erottaa asiantuntijapalveluiden laskutuksesta. Asiakkaat ovat toivoneet myös, että laskutuksesta selviäisi, kuka työn on tehnyt. Avoin ja selkeä laskutus takaa laskutuksen luotettavuuden ja asiakkaat tietävät mistä maksavat. Jos laskutuksessa on virheitä tai asiakkaalle epäselvyyksiä, on myös XX-konsernin helpompi lähteä asiaa selvittämään, kun laskutetut työt ovat selkeästi eriteltynä.

Taloushallinnon ohjelmistoja kartoittavista kysymyksistä selviää, että palkkahallinnon ja kirjanpidon ohjelmistoja käyttää itse vain noin puolet vastanneista.

Loput vastaajista ovat tyytyväisiä käyttämiinsä ohjelmistoihin, lukuun ottamatta yhtä asiakasta, joka on tyytymätön Procountor-ohjelmistoon. Voidaan siis päätellä, että mikään yksittäinen ohjelmisto ei laske asiakastyytyväisyyttä. Avoinmessä kysymyksessä yksi tyytyväinen asiakas kuitenkin kaipaa tietoa myös muista ohjelmistoista.

Kyselyn yhtenä osiona kartoitettiin aiempia palautteenantokokemuksia, ja yli 80 % vastanneista ei ole aiemmin antanut palautetta. Kyselyn kysymyksissä ”Oletko aiemmin antanut palautetta?” ja palautteen antamista koskevien väittämien vastaukset hieman poikkeavat toisistaan, sillä väittämissä noin 70 % kertoo, ettei ole aiemmin antanut palautetta. Tässä kyselyn osiossa kysymykset ovat selvästi virheellisesti muotoiltu, sillä missään ei ole suoraa mainintaa, että kysymykset kartoittavat aiempia palautteenantokokemuksia. Vastanneista 16 pitää palautteen antamista helppona ja aiemmin palautetta antaneita on vain 8, joten osa vastanneista on arvioinut todennäköisesti väittämissä myös tämän tutkimuksen kyselyyn vastaamista.

Palautteen antamista koskevassa osiossa ei käy ilmi, miksi asiakkaat eivät ole antaneet aiemmin palautetta, vaikka palautteen antaminen on XX-konsernille mahdollista. XX-konsernille voi antaa palautetta suoraan asiakaspalvelijalle käytössä olevien palvelukanavien kautta, mutta säännöllistä palautteen keruuta tai suoraa palautekanavaa ei ole käytössä. Suosittelisinkin kehittämään XX-konsernille esimerkiksi verkkosivuille matalan kynnyksen palautelomakkeen, johon on mahdollista antaa palautetta myös anonyymisti, sekä säännöllisesti muistuttamaan palautteen tärkeydestä asiakkaille. Palautekäytännöt olisi hyvä myös esitellä palveluiden esittelyn yhteydessä uusille asiakkaille. Palautekanavan kautta asiakkaiden olisi mahdollista esittää omia toiveitaan, kuten edellä ilmi käynyt toive muiden ohjelmistovaihtoehtojen läpi käymisestä, sekä tuoda ilmi tarvittavia kehittämiskohteita.

NPS-mittarin tulokset voivat olla välillä -100–100, ja kyselyn NPS-mittarin tuloksena on 60,9. Voidaan siis päätellä, että suurin osa asiakkaista ovat tyytyväisiä XX-konsernin palveluihin ja suosittelisi muille XX-konsernia. Itseäni yllätti NPS-mittarin vastausten hajonta verrattuna asiakaspalvelijoiden

vuorovaikutustaitojen ja palveluiden laatuja kartoittavien väittämien vastauksiin. Vaikka NPS-mittarin vastauksista suurin osa onkin suosittelijoiden joukossa, kyselyn aiempien väittämien vastausten perusteella odotin enemmän täysiä suosittelupisteitä. Voisiko tästä päätellä, että on yksinkertaisempaa vain itse pysyä yhtiön asiakkaana, vaikka olisi pientä parannettavaa, mutta pienikin kehityskohde saa asiakkaan epäröimään suosittelemista muille?

On myös syytä pohtia, ovatko kaikki vastanneet ajatuksella, rehellisesti ja luotettavasti kyselyn kysymyksiin ja väittämiin, sillä prosentuaalisesti ylivoimaisesti suurin osa on ollut täysin tyytyväisiä kartoitettaviin osa-alueisiin, mutta NPS-mittarin perusteella vain reilu puolet vastanneista ovat antaneet täydet suosittelupisteet. Onko siis kyselyyn ollut helpoin vain vastata ”Täysin samaa mieltä” pohtimatta tarkemmin, missä osa-alueessa olisi XX-konsernilla kehitettävää, mutta mahdolliset kehittämiskohteet ovat kuitenkin vaikuttaneet suositteluihin?

Kaiken kaikkiaan kyselyn tuloksien perusteella voidaan vastata tutkimuskysymykseen ”Ovatko asiakkaat tyytyväisiä saamaansa taloushallintokonsernin tarjoamaan asiakaspalveluun?” kyllä, asiakkaat ovat tyytyväisiä saamaansa asiakaspalveluun. Suurin osa asiakkaista pitää asiakaspalvelijoita ammattitaitoisina ja taloushallintopalveluita laadukkaina.

8 OPINNÄYTETYÖPROSESSIN POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää ovatko tämän opinnäytetyön toimeksiantajan eli XX-konsernin asiakkaat tyytyväisiä saamaansa asiakaspalveluun. Tavoitteena oli luoda asiakastyytyväisyyskysely, jonka tulosten pohjalta pyrittiin selvittämään XX-konsernin asiakkaiden asiakastyytyväisyyden taso asiakaspalvelijoiden vuorovaikutustaitoja sekä teknisiä asiakaspalvelutaitoja kohtaan. Tavoitteen saavuttamista varten tutkimusprosessin alussa tavoite käännettiin kysymysmuotoon eli tutkimuskysymykseksi. Ensisijaisena

tutkimuskysymyksenä oli ”Ovatko asiakkaat tyytyväisiä saamaansa taloushallintokonsernin tarjoamaan asiakaspalveluun?”. Tarkentavia tutkimuskysymyksiä olivat ”Miten taloushallinnon yrityksessä mitataan asiakastyytyväisyyttä?”, ”Millaisena yrityksen asiakaspalvelun vuorovaikutus koetaan?” ja ”Millaisena yrityksen tarjoamat taloushallintopalvelut koetaan?”. Jotta edellä esitettyihin tutkimuskysymyksiin oli mahdollista vastata, oli aluksi selvitettävä teoriaa hyväksikäyttäen mistä asiakastyytyväisyys yleisesti muodostuu, miten sitä mitataan sekä mitä asioita asiakkaat odottavat asiakaspalvelijan vuorovaikutustaidoilta sekä teknisiltä asiakaspalvelutaidoilta eli tässä tapauksessa taloushallintopalveluilta. Kaikki tarvittava tietopohja on esitettyä tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa.

Tämän opinnäytetyön empiirisessä osiossa vastataan esitettyihin tutkimuskysymyksiin. Luvussa 5 Asiakastyytyväisyyskyselyn toteuttaminen toimeksiantajalle kuvataan, miten asiakastyytyväisyyskysely on toteutettu taloushallintokonsernissa tämän opinnäytetyöprosessin osalta. Luvussa 6 Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset vastataan millaisena XX-konsernin asiakaspalvelijoiden vuorovaikutustaidot sekä taloushallintopalveluiden laatu koetaan. Ensisijaiseen tutkimuskysymykseen esitetään vastus luvussa 7 Johtopäätökset tuloksista ja kehitysehdotukset. Tiivistettynä tuloksista selviää, että valta osa XX-konsernin asiakkaista ovat tyytyväisiä saamaansa taloushallintokonsernin tarjoamaan asiakaspalveluun, mutta joitakin kehittämiskohteita löytyy. Asiakastyytyväisyyskyselyn avulla tavoiteltiin myös mahdollisia kehittämiskohteita, joiden pohjalta luvussa 7 Johtopäätökset tuloksista ja kehitysehdotukset esitettiin kehittämisehdotuksia asiakastyytyväisyyden parantamiseksi.

Haasteita tämän opinnäytetyön toteuttamisessa aiheutti asiakaskokemusten ja asiakastyytyväisyyden tutkimisen ja kehittämisen yleisyys aiheena. Teoriapohjaa löytyy valtavasti ja oli todella haasteellista valita niistä tähän opinnäytetyöhön sopivat näkökulmat lähestyä aihetta ja rajata ylimääräinen tieto pois.

Tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmän sekä otoksen valinnat ovat mielestäni onnistuneet, vaikkakin joitakin haasteita esiintyi menetelmien käytössä.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena ja määrällisen tutkimusmenetelmän käyttö oli perustelua, sillä tutkimuksessa haluttiin tavoitella mahdollisimman moni XX-konsernin asiakas. Verkkokyselyllä aineistonkeruumenetelmänä tavoittaa nopeasti tutkittavien joukon ja vastaaminen on nykypäivänä mielekäästä ja nopeaa verkkokyselyillä. Varjopuolena on, että verkkokyselyitä on nykypäivänä todella paljon, ja osa tutkimusjoukosta saattoi jättää vastaamatta eräänlaisen kyselyähkyn vuoksi. Yleisesti verkkokyselyyn vastaamiseen motivointi ja vastausprosentin kasvattaminen riittävän suureksi on myös haastavaa, kuten oli myös tämän tutkimuksen kohdalla.

Tämän opinnäytetyöprosessin teoriaosuutta kirjoittaessani kirjallisuudessa tuli vastaan ajatus, että asiakastytyväisyyskyselyiden käyttäminen on vanhanai-kaista eikä kyselyt mittaa oikeasti sitä mitä toivotaan. Tämä pitää mielestäni osittain paikkansa sillä harvoin kyselyt sisältävät riittävästi avoimia kysymyksiä, joilla mielipiteiden taustoja kartoitetaan. Kyselyillä siis saadaan selville mitä mieltä asiakkaat ovat, mutta ei sitä, miksi he ovat sitä mieltä. Yhtenä haasteena tässä opinnäytetyöprosessi olikin kyselylomakkeen laatiminen selkeäksi ja ymmärrettäväksi siten, että se tuottaa tarvittavan tiedon, mutta riittävän lyhyesti, jotta vastaajien motivaatio vastata luotettavasti pysyy yllä kyselyn loppuun asti. Kysymysten/väittämien muotoilussa on käytetty apuna teoriaosuudessa ilmi nousseet haasteet kyselylomakkeen laatimisessa, mutta kysymysten/väittämien muotoilu sopivaan muotoon vei silti yllättävän paljon aikaa. Vaikka käytin kyselylomakkeeseen suunnitteluun runsaasti aikaa, jäi osa kysymyksistä ja väittämistä silti epäselviksi ja osa kysymyksistä/väittämistä mittaa samaa tai lähes samaa asiaa toistamiseen.

Myös tuloksista tehtävien johtopäätösten pohtiminen oli haasteellista, sillä oli tarkoin mietittävä, ovatko tulokset yleistettävissä koko XX-konsernin asiakaskuntaan pienen vastausprosentin vuoksi. Yksittäisten eriävien mielipiteiden esiin tuominen kehityskohteina mietitytti suuresti. Yksittäisiä eriäviä mielipiteitä oli kuitenkin tarpeen käsitellä, jotta sain tämän opinnäytetyön kehittämisenäkökulman käsiteltyä. Kehittämisenäkökulmaan olenkin käyttänyt paljon apuna avointen kysymysten vastauksia.

Tämän opinnäytetyön tutkimusprosessia ja -tuloksia voidaan pitää pääasiallisesti luotettavina, sillä koko tutkimusprosessin ajan olen tarkkailtu valintoja reliabiliteetin ja validiteetin näkökulmasta. Tämän opinnäytetyön luvussa 5.4 Reliabiliteetti, validiteetti ja tutkimusetiikka on tarkemmin kuvattuna, miten luotettavuutta on edistetty tutkimusprosessin aikana. Lisäksi tutkimustuloksien luotettavuutta on edistänyt anonyymi vastaaminen kyselyyn, jolloin vastaajilla oli matalampi kynnyks antaa myös kriittistä palautetta. Koko tutkimusprosessin luotettavuutta on kasvattanut myös oma huolellinen työskentely tutkimuksen teon ja dokumentoinnin osalta. Lisäksi tässä opinnäytetyöraportissa pohdin tutkimusprosessin ja -tulosten kriittisiä kohteita, joka edistää tutkimusprosessin ja -tulosten luotettavuuden arviointia.

Joitakin luotettavuutta heikentäviä seikkoja on kuitenkin tutkimusprosessin aikana ilmennyt. Vastausprosentti jäi aika pieneksi, joten vääristymää tuloksista varmasti löytyy. Alhaisen vastausprosentin vuoksi eri yritysmuotojen ja yrityskoon vaikutusta XX-konsernin asiakastyytyväisyyteen ei voida arvioida. Osa vastanneista on myös vastannut saman vastauksen jokaiseen kyselylomakkeen väittämään, joten on syytä pohtia, onko jokainen vastaaja vastannut kyselyyn rehellisesti. Selvästi myös kyselylomake on ollut epäselvä esimerkiksi aiempia palautekokemuksia kartoittavassa osiossa, joka laskee tutkimuksen kykyä mitata juuri sitä mitä tutkijana olen halunnut mitata.

Olen toteuttanut tämän opinnäytetyöprosessin tutkimuseettisesti, sillä olen huomionnut tutkimuseettisen näkökulman koko opinnäytetyöprosessin läpi. Tämän opinnäytetyön luvussa 5.4 Reliabiliteetti, validiteetti ja tutkimusetiikka on luotettavuuden lisäksi kuvattuna tarkemmin, miten olen huomionnut tutkimuseettiset näkökulmat tutkimusprosessin aikana. Lyhyesti voidaan todeta, että avoin ja perusteltu dokumentointi tieteellisesti hyväksytyjä lähteitä tukena käyttäen osoittaa tieteellistä osaamistani. Olen myös käyttänyt lähteitä asiaan kuuluvalla tavalla. Tämän opinnäytetyön suurin tutkimuseettinen kysymys oli anonymiteetti, josta huolehdin jo tutkimusaineiston keruussa. En kerännyt tutkittavien henkilötietoja ollenkaan, joten tutkittavien vastaukset pysyivät täysin anonyymeinä. Lisäksi olen tarkistanut useaan kertaan, ettei toimeksiantajan tunnistetietoja ole esillä tässä julkaistavassa opinnäytetyöraportissa.

Tämän opinnäytetyön tutkimustuloksista toimeksiantaja sai arvokasta tietoa emo- ja tytäryhtiönsä asiakastytyväisyydestä palkkahallinnon ja kirjanpidon asiakaspalvelutiimien vuorovaikutustaidoista sekä taloushallintopalveluiden laadusta. Toimeksiantajalla ei ollut aiempaa käsitystä XX-konsernin asiakastytyväisyydestä, joten kyselyllä luotiin täysin uutta tietoa. Tutkimuksesta olisi saatu paremmin hyödynnettävä, jos kyselyllä olisi saatu enemmän tietoa asiakkailta, mutta myös nykyisillä tutkimustuloksilla ja antamieni kehitysehdotusten avulla toimeksiantajalla on mahdollisuus kehittää yhtiöidensä toimintaa entistä kannattavammaksi panostamalla asiakkaidensa esittämiin toiveisiin.

Opinnäytetyöprosessia toteuttaessani esille nousi joitakin jatkotutkimusaiheita. Ensinnäkin saman asiakastytyväisyystutkimuksen voisi toteuttaa uudestaan kehitysideoiden toteuttamisen jälkeen ja tarkastella, onko asiakastytyväisyys kasvanut ja löytyykö lisää kehittämiskohteita. Toinen mahdollinen jatkotutkimusaihe on paneutua vastaavalla kyselyllä XX-konsernin eri palvelukanavien, kuten kasvokkain tapahtuvan asiakaspalvelun, sähköpostilla tapahtuvan kanssakäymisen ja verkkosivujen, teknisiin ominaisuuksiin ja niiden kehityskohteisiin tarkemmin. Myös taloushallinto-ohjelmistojen osalta voisi tarkastella tarkemmin asiakastytyväisyyttä, jolloin tutkimus kohdistuisi enemmän ohjelmistovalmistajiin ja heidän asiakkaihinsa, mutta myös tämän opinnäytetyön toimeksiantaja hyötyisi tutkimuksesta. Toimeksiantajan olisi mahdollista suositella asiakkaidensa käyttöön ohjelmistotutkimuksessa parhaiten pärjänneitä ohjelmistoja ja näin edes auttaa myös omien asiakkaidensa asiakastytyväisyyttä.

Teoriapohjaan tutustuessani, kirjallisuudessa nousi esille yrityksen menestyksen edellytyksistä onnistuneiden asiakaskokemusten lisäksi myös onnistuneet henkilöstökokemukset. XX-konserni voisi tutkia henkilöstönsä tyytyväisyyttä esimerkiksi työn johtoon, työtapoihin ja työilmapiiriin liittyen ja näin kehittää asiakastytyväisyyskyselyn mukaisesti henkilöstön tyytyväisyyttä, joka taas puolestaan nostattaa asiakaskokemusten laatua ja asiakastytyväisyyttä.

Jos toteuttaisin tämän saman opinnäytetyöprosessin uudestaan, panostaisin vielä enemmän kyselylomakkeen laadintaan. Kysymysten ja väittämien tarkemmalla suunnittelulla voisi parantaa vastausten monipuolisuutta sekä laatua, ja avoimilla kysymyksillä lisätä ymmärrystä asiakkaiden tyytyväisyyteen/tyytymättömyyteen. Lisäksi pohtisin tarkemmin, miten vastaajia voisi motivoida vieläkin enemmän, jotta vastausprosenttia saisi kasvatettua. Jos pohdin opinnäytetyöprojektin uudestaan toteuttamista kokonaisuudessaan, aloitaisin tutkimusprosessin ihan uudella aiheella. Uusi aihe olisi jokin hieman harvinaisempi, sillä vaikka kuvittelin yleisen aiheen olevan helppo, ei se sitä todellisuudessa ollut valtavan tietomäärän vuoksi.

Opinnäytetyöprosessiin liittyvistä haasteista ja luotettavuutta horjuttavista seikoista huolimatta, tutkimusprosessi, raportointi sekä oma työskentely tämän opinnäytetyön parissa on onnistunut mielestäni hyvin. Tutkimuksen aihe on ajankohtainen, tutkimusprosessi on onnistunut täyttämään tarkoituksen ja tavoitteen, raportti on selkeä, johdonmukainen ja tutkimuksen kulku ja tulokset ovat esitettyinä avoimesti, rehellisesti ja luotettavasti. Olen itse työskennellyt huolellisesti ja uutta oppien. Olen oppinut asiakaskokemuksen merkityksen tärkeydestä, tutkimusprosessin vaiheista ja kyselylomakkeen laatimisen haasteista. Tärkein oppi itselleni tämän opinnäytetyöprosessin toteuttamisessa oli palautteen vastaanottamisen ja käsittelemisen kehittyminen. Sain valtavan hyviä neuvoja opinnäytetyöni eri vaiheissa ohjaajaltani ja opin myös hyödyntämään hänen antamia neuvoja ja ohjeita opinnäytetyöni toteuttamisessa. Pysyin tutkimussuunnitelman mukaisessa aikataulussa, lukuun ottamatta parin päivän viivästystä kyselylomakkeen lähettämisessä XX-konsernin asiakkaille. Aikataulua suunnitellessa en huomionnut ohjaajan loma-aikoja ja näin ollen joululoma viivästytti kyselylomakkeen tarkastusta ja eteenpäin lähettämistä. Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprosessi kehitti omia taitojani projektinhallinnassa, itsenäisessä työskentelyssä sekä onnistumisten ja kriittisten näkökulmien ajattelussa.

LÄHTEET

Aho, A. (2019). Kirjanpitäjistä konsultiksi; Pääkirja. Alma Talent.

Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. (2017). Viiden tähden asiakaskokemus: Tee asiakkaistasi faneja. Kauppakamari.

Arvonlisäverolaki 1501/1993. Haettu 6.3.2025 osoitteesta <https://finlex.fi/fi/lainsaadanto/1993/1501>

Asiakastyytyväisyystutkimus. (n.d.). Teetutkimus.fi. <https://www.teetutkimus.fi/tutkimukset/asiakastutkimus/asiakastyytyvaisyystutkimus/>

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

Charan, R. & Willigan, G. (2021). Rethinking competitive advantage: New rules for the digital age. Random House Business.

DialOk. (2023). CSAT, CES vai NPS? Asiakaskokemuksen mittarit selitettynä [artikkeli]. <https://www.dialok.fi/asiakaskokemus/asiakaskokemuksen-mittarit-selitettyna/>

Dufva, M. (2020). Megatrendit 2020: Tulevaisuus vähän jännittää. Sitra. <https://www.sitra.fi/wp/wp-content/uploads/2019/12/megatrendit-2020.pdf>

Dufva, M. & Rekola, S. (2023). Megatrendit 2023: Ymmärrystä yllätysten aikaan. Sitra. https://www.sitra.fi/wp/wp-content/uploads/2023/01/sitra_megatrendit-2023_ymmarrysta-yllatysten-aikaan.pdf

Eklund, I. & Hakonen, M. (2019). Palkanlaskennan taitajaksi. Sanoma Pro.

Elinkeinoverolaki 360/1968. Haettu 2.12.2024 osoitteesta <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1968/19680360>

Flink, K-M., Kerttula, T., Nordling, A-M. & Rautio, V. (2024). Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Edita.

Folcan. (n.d.). Mitä on digitaalinen asiakaskokemus ja miten kehittää sitä? Haettu 15.11.2024 osoitteesta <https://folcan.fi/digitaalinen-asiakaskokemus-kehitys/>

Fredman, J. & Lyytinen, E. (2024). Perinteinen ohjelmistotutkimuksemme julkaistu jo kolmannen kerran [artikkeli]. Tilisanomat. <https://tilisanomat.fi/teknologia/perinteinen-ohjelmistotutkimuksemme-julkaistu-jo-kolmannen-kerran>

Heeros. (n.d.). Heeros Kirjanpito [sähköinen tuote-esite]. <https://www.heeros.com/hubfs/Tuote-esitteet/HeerosKirjanpito.pdf>

- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2015). Tutki ja kirjoita (20. painos). Tammi.
- Hämäläinen, M. & Patjas, L-M. (2018). Palvelun taitajaksi (18., uudistettu painos). Sanoma Pro.
- Kaarlejärvi, S. & Salminen, T. (2018). Älykäs taloushallinto: Automaation aika. Alma Talent.
- Kananen, J. (2015). Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitat opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Karpela, T. & Parviainen, T. (2022). Kohtuuttomat valittajat: Opas vaativien valitusten ja reklamaatioiden hallintaan. Kauppakamari.
- Kauppakamari. (2024). Miten arvonlisävero käsitellään kirjanpidossa? [blogi]. Haettu 2.12.2024 osoitteesta <https://www.kauppakamari-kauppa.fi/blogs/news/miten-arvonlisavero-kasitellaan-kirjanpidossa>
- Killström, M. (2020). Vetoa tunteisiin: Luo parempia asiakaskokemuksia ja pysyvämpiä asiakassuhteita. Alma Talent.
- Kirjanpitolaki 1336/1997. Haettu 2.12.2024 osoitteesta <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336>
- Kirjanpitolautakunta. (n.d.). Haettu 2.12.2024 osoitteesta <https://kirjanpitolautakunta.fi/kirjanpitolautakunta>
- Komulainen, M. (2023). Menesty digimarkkinoilla 2.0 (3., uudistettu painos). Kauppakamari.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2024). Marketing 6.0: The Future Is Immersive. Wiley. <https://samk.finna.fi/>
- Lehtonen, S. (n.d.). Kirjallinen ohjaus/Ennakkoratkaisu [luentomateriaali]. SAMK-Moodle. <https://moodle4x.samk.fi/>
- Lindblad, U. (2021). Pien- ja mikroyrityksen tilinpäätös: Käytännönläheisesti (2., uudistettu painos). Kauppakamari.
- Liuska, H. (2024). Taloushallinnon ja toiminnanohjauksen (ERP) integrointi [blogi]. Haettu 3.12.2024 osoitteesta <https://www.heeros.com/blogi/taloushallinnon-ja-toiminnanohjauksen-integrointi>
- Measuring Your Net Promoter Score. (n.d.). Bain & Company. <https://www.netpromotersystem.com/about/measuring-your-net-promoter-score/>
- Osakeyhtiölaki 624/2006. Haettu 20.9.2024 osoitteesta <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>

Paaso, E. (n.d.). Mittaaminen: Muuttujien ominaisuudet. Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Haettu 1.1.2025 osoitteesta <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/mittaaminen/ominaisuudet/>

Procountor. (n.d.). Reskontra – mitä tarkoittaa reskontra? Haettu 2.12.2024 osoitteesta <https://procountor.fi/taloushallinnon-sanakirja/reskontra/>

Pöyhönen P., Santavuori, H. & Mustonen, S. (2023). Asiakastutkimus: Perusteet ja käytännöt. Alma Talent.

Reichheld, F. (n.d.). Prescription for cutting costs: Loyal relationships. Bain & Company. Haettu 21.11.2024 osoitteesta https://media.bain.com/lmages/BB_Prescription_cutting_costs.pdf

Saarijärvi, H. & Puustinen, P. (2020). Strategiana asiakaskokemus: Miksi, mitä, miten? Docendo.

Salmi, I. (2020). Mitä tilinpäätös kertoo? Edita.

Sitra. (n.d.). Strategiamme. Haettu 29.11.2024 osoitteesta <https://www.sitra.fi/aiheet/strategia-2/>

Suomen Standardit. (n.d.). ISO 9001 Laadunhallinta. Haettu 20.11.2024 osoitteesta <https://sfs.fi/standardeista/tutustu-standardeihin/suosittu-standardit/iso-9001-laadunhallinta/>

SurveyMonkey. (n.d.a). What is customer experience (CX)? And how can you measure and improve it? Haettu 29.11.2024 osoitteesta <https://fi.surveymonkey.com/mp/what-is-customer-experience-and-how-to-improve-it/>

SurveyMonkey. (n.d.b). Näin estät kyselytutkimusten yleisimmät tilastoharhat. Haettu 28.11.2024 osoitteesta <https://fi.surveymonkey.com/learn/survey-best-practices/how-to-avoid-common-types-survey-bias/>

Telkkä, K. (2024). Sähköinen taloushallinto pk-yrityksessä – mitä, miksi ja miten? [Blogi]. Haettu 3.12.2024 osoitteesta <https://www.heeros.com/blogi/sahkoinen-taloushallinto-pk-yritys-mita-miksi-miten>

Toimeksiantajan verkkosivut. (n.d.). (Verkkosivut salattu anonymiteettisuojaan vuoksi). Haettu 1.1.2025.

Työ- ja elinkeinoministeriö. (n.d.). Kansainvälinen työjärjestö ILO. Haettu 2.12.2024 osoitteesta <https://tem.fi/kansainvalinen-tyojarjesto-ilo1>

Työsopimuslaki 55/2001. Haettu 2.12.2024 osoitteesta <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20010055>

Tähtinen, J., Laakkonen, E. & Broberg, M. (2020). Tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan perusteet (2. uudistettu painos). Turun yliopiston kasvatustieteiden laitos.

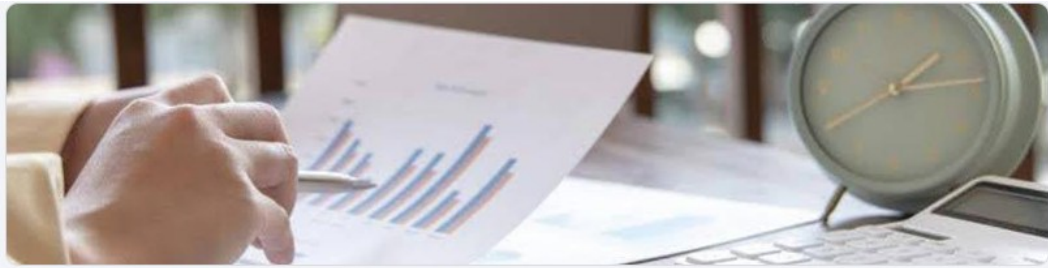
Vilka, H. (2007.) Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Tammi.

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

Visma Software Oy. (n.d.). Taloushallintojärjestelmän yhteiskäyttö tilitoimiston kanssa: Opas sähköistä taloushallintoa ja sen ulkoistamista harkitseville yrityksille. Haettu 1.1.2025 osoitteesta <https://actora.fi/wp-content/uploads/2016/01/talouhallintojarjestelman-yhteiskaytto-tilitoimiston-kanssa-opas.pdf>

Watermark Consulting. (n.d.). The Customer Experience ROI Study [blogi]. <https://watermarkconsult.net/blog/2024/08/20/customer-experience-roi-study/>

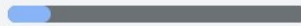
LIITE 1: ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY



Asiakastyytyväisyyskysely X-yhtiön ja Y-yhtiön asiakkaille

Kysely koostuu kuudesta kysymysosiosta. Osiot koskevat yrityksesi perustietoja, yrityksesi käyttämiä palkkahallinnon ja/tai kirjanpidon palveluita, asiantuntijapalveluiden kartoittamista, palautteen antamista ja viimeisessä osiossa selvitetään XX-konsernin suosittelupisteet. Vastaaminen kyselyyn vie 5-10 minuuttia.

[Seuraava](#)



Sivu 1 / 7

[Tyhjennä lomake](#)

PERUSTIEDOT

Valitse minkä XX-konsernin toimipisteen asiakkaana yrityksesi on *

- Toimipiste 1
- Toimipiste 2
- Toimipiste 3

Valitse yrityksesi yritysmuoto *

- Osakeyhtiö
- Henkilöyhtiö (Ky/Ay)
- Toiminimi
- Yhdistys tai säätiö

Valitse yrityksesi yrityskoko viime vuoden liikevaihdon mukaan (€/vuosi) *

- alle 100 000
- 100 000 - 499 999
- 500 000 - 2 000 000
- yli 2 000 000

Käyttääkö yrityksesi palkkahallinnon palveluita? Vastauksesi perusteella kysely ohjautuu sinulle kohdistettuun kyselyn osioon. *

- Kyllä
- Ei

[Takaisin](#)[Seuraava](#)

Sivu 2 / 7

[Tyhjennä lomake](#)

PALKKAHALLINNON PALVELUT

Kuinka monelle palkansaajalle yrityksesi maksaa palkkaa? *

- alle 3
- 4 - 10
- yli 10

Palkkahallinnon asiakaspalvelun laatu *

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Ei samaa, ei eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa vastata
Asiakaspalvelu on ystävällistä ja kohteliasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunnen saavani henkilökohtaista palvelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalvelija on kiinnostunut huolehtimaan yritykseni asioista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalvelijaan saa yhteyden helposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteydenottoihin vastataan riittävän nopeasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Voit halutessasi antaa tarkempaa palautetta palkkahallinnon asiakaspalveluun liittyen

Oma vastauksesi

Palkkahallinnon palveluiden laatu *

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Ei samaa, ei eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa vastata
Palkanlaskenta hoidetaan ammattitaitoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkat maksetaan ajallaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkkatiedot lähetetään ajallaan palkansaajille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matka- ja kululaskut käsitellään ammattitaitoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matka- ja kululaskut käsitellään ajallaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarvittavat palkkahallinnon raportit ovat tehty ammattitaitoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tarvittavat palkkahallinnon raportit ajallaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Viranomaisilmoitukset tehdään ammattitaitoisesti

Viranomaisilmoitukset tehdään ajallaan

Saan neuvontaa ja apua palkka- ja henkilöstöhallinnon ongelmiin

Voit halutessasi antaa tarkempaa palautetta palkkahallinnon palveluihin liittyen

Oma vastauksesi

Valitse yrityksesi käyttämä palkkahallinnon ohjelmisto *

- Heeros
- Fennoa
- Procountor
- Netvisor
- Netbaron
- Yritykseni ei käytä ohjelmistoa itse
- Muu: _____

Oletko tyytyväinen käytössänne olevaan palkkahallinnon ohjelmistoon? *

- Kyllä
- Ei
- Yritykseni ei käytä ohjelmistoa itse

Voit halutessasi antaa palautetta ohjelmistoon liittyen

Oma vastauksesi _____

Käyttääkö yrityksesi kirjanpidon palveluita? Vastauksesi perusteella kysely ohjautuu sinulle kohdistettuun kyselyyn osioon. *

- Kyllä
- Ei

Takaisin

Seuraava



Sivu 3 / 7

Tyhjennä lomake

KIRJANPIDON PALVELUT

Kirjanpidon asiakaspalvelun laatu *

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Ei samaa, ei eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa vastata
Asiakaspalvelu on ystävällistä ja kohteliasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunnen saavani henkilökohtaista palvelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalvelija on kiinnostunut huolehtimaan yritykseni asioista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalvelijaan saa yhteyden helposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteydenottoihin vastataan riittävän nopeasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Voit halutessasi antaa tarkempaa palautetta kirjanpidon asiakaspalveluun liittyen

Oma vastauksesi

Kirjanpidon palveluiden laatu *

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Ei samaa, ei eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa vastata
Kirjanpito hoidetaan ammattitaitoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjanpito hoidetaan ajallaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarvittavat kirjanpidon raportit ovat tehty ammattitaitoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tarvittavat kirjanpidon raportit ajallaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verot tilitetään ammattitaitoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verot tilitetään ajallaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viranomaisilmoitukset tehdään ammattitaitoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viranomaisilmoitukset tehdään ajallaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilin päätös tehdään ammattitaitoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arkistoinnista huolehditaan ammattitaitoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan neuvontaa ja apua kirjanpitoa koskeviin ongelmiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Voit halutessasi antaa tarkempaa palautetta kirjanpidon palveluihin liittyen

Oma vastauksesi

Valitse yrityksesi käyttämä kirjanpidon ohjelmisto *

- Heeros
- Fennoa
- Procountor
- Netvisor
- Netbaron
- Yritykseni ei käytä ohjelmistoa itse
- Muu: _____

Oletko tyytyväinen käytössäsi olevaan kirjanpidon ohjelmistoon? *

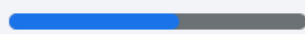
- Kyllä
- Ei
- Yritykseni ei käytä ohjelmistoa itse

Voit halutessasi antaa palautetta ohjelmistoon liittyen

Oma vastauksesi _____

Takaisin

Seuraava



Sivu 4 / 7

Tyhjennä lomake

ASiantuntijapalvelut

Valitse yrityksesi käyttämät asiantuntijapalvelut *

- Controller- ja talouspääällikköpalvelut
- Vero-oikeudelliset palvelut
- Yhtiöoikeudelliset palvelut
- Yritysrahoituspalvelut
- Muu alan konsultointi
- Yritykseni ei ole käyttänyt asiantuntijapalveluita

Onko yrityksellesi tarjottu edellä mainittuja asiantuntijapalveluita X-yhtiöltä tai Y-yhtiöltä? *

- Kyllä
- Ei

[Takaisin](#)[Seuraava](#)

Sivu 5 / 7

[Tyhjennä lomake](#)

PALAUTTEEN ANTAMINEN XX-KONSERNILLE

Oletko aiemmin antanut palautetta X-yhtiölle tai Y-yhtiölle? *

- Kyllä
- En

Valitse seuraavista sopivimmat vaihtoehdot koskien palautteen antamista *

- En ole aiemmin antanut palautetta
- Palautteen antaminen oli helppoa
- Palaute otettiin vastaan ystävällisesti
- Palautteeseen vastattiin tarvittaessa
- Mikään edellä kuvatuista ei vastaa palautteen antamista

[Takaisin](#)[Seuraava](#)

Sivu 6 / 7

[Tyhjennä lomake](#)

KEHITYSTARPEIDEN KARTOITUS JA SUOSITTELUT

Vastaako XX-konsernin tarjoamat palvelut yrityksesi tarpeita? *

	1	2	3	4	5	
Heikosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin hyvin

Kuinka todennäköisesti suosittelet XX-konsernin palveluita muille? *

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Erittäin epätodennäköisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin todennäköisesti

Mitä X-yhtiön tai Y-yhtiön pitäisi vielä kehittää? Voit antaa palautetta mistä tahansa XX-konsernin toiminnan osa-alueesta.

Oma vastauksesi

Takaisin

Lähetä

Sivu 7 / 7

Tyhjennä lomake

LIITE 2: KUTSU ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYYN

Kutsu asiakastyytyväisyyskyselyyn

X-yhtiön ja Y-yhtiön asiakkaille

Hei!

Opiskelen Satakunnan ammattikorkeakoulussa liiketalouden tradenomin opintoja. Osana opinnäytetyötäni toteutan XX-konsernille asiakastyytyväisyyskyselyn. Opinnäytetyön ja kyselyn tarkoituksena on selvittää X-yhtiön ja Y-yhtiön asiakkaiden tyytyväisyys tarjotuista palveluista. Opinnäytetyön ja kyselyn tavoitteena on selvittää, mitä XX-konserni voisi vielä kehittää palveluidensa parantamiseksi.

Kysely on luotu yhteistyössä allekirjoittaneen ja XX-konsernin kanssa, jotta kyselystä on saatu mahdollisimman kattava ja tarpeita vastaava. Kyselyn tulokset käsitellään täysin luottamuksellisesti ja anonymisti.

Pyydän ystävällisesti hetken aikaasi ja vastaamaan kyselyyn. Toivon mahdollisimman monen osallistuvan kyselyyn, sillä vastausprosentin suuruus vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen. Kyselyyn vastaamalla edistät opinnäytetyön etenemistä ja autat luomaan uutta taloushallinnon ammattilaista. Lisäksi kyselyyn vastaamalla on mahdollista antaa täysin anonymisti palautetta XX-konsernin tarjoamista ja yrityksesi käyttämistä palveluista, ja sitä kautta auttaa XX-konsernia kehittämään toimintaansa.

Kyselyyn on mahdollista vastata tämän linkin kautta: [linkki](#)

Kyselyyn vastaaminen vie 5–10 minuuttia. Vastauksia on mahdollista antaa 2.2.2025 asti. Tulemme lähettämään vielä muistutusviestin kyselyyn vastaamisesta.

Tarvittaessa lisätietoja voi kysyä allekirjoittaneelta tai XX-konsernilta.

Ystävällisin terveisin

Katariina Nurkse
SAMK-opiskelija
(sähköpostiosoite)



LIITE 3: MUISTUTUSKUTSU ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYYN

Kutsu asiakastyytyväisyyskyselyyn

X-yhtiön ja Y-yhtiön asiakkaille

Hei!

Olet saanut kutsun osallistua asiakastyytyväisyyskyselyyn 20.01.2025. Jos olet jo kyselyyn vastannut, tämä viesti ei koske sinua. Kiitos antamastasi ajasta ja vastauksista!

Jos et vielä ole vastannut kyselyyn, pyytäisin ystävällisesti sinua vastaamaan. Asiakastyytyväisyyskysely on osa opinnäytetyötäni, jonka toteutan osana Satakunnan ammattikorkeakoulussa käymääni liiketalouden tradenomien tutkintoa. Opinnäytetyön ja kyselyn tarkoituksena on selvittää X-yhtiön ja Y-yhtiön asiakkaiden tyytyväisyys tarjotuista palveluista. Opinnäytetyön ja kyselyn tavoitteena on selvittää, mitä XX-konserni voisi vielä kehittää palveluidensa parantamiseksi.

Kyselyyn vastaamalla edistät opinnäytetyön etenemistä ja autat luomaan uutta taloushallinnon ammattilaista. Lisäksi kyselyyn vastaamalla on mahdollista antaa täysin anonymisti palautetta XX-konsernin tarjoamista ja yrityksesi käyttämistä palveluista, ja sitä kautta auttaa XX-konsernia kehittämään toimintaansa. Toivon mahdollisimman monen osallistuvan kyselyyn, sillä vastausprosentin suuruus vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen.

Kysely on luotu yhteistyössä allekirjoittaneen ja XX-konsernin kanssa, jotta kyselystä on saatu mahdollisimman kattava ja tarpeita vastaava. Kyselyn tulokset käsitellään täysin luottamuksellisesti ja anonymisti.

Kyselyyn on mahdollista vastata tämän linkin kautta: [linkki](#)

Kyselyyn vastaaminen vie 5-10 minuuttia. Kysely sulkeutuu 02.02.2025.

Tarvittaessa lisätietoja voi kysyä allekirjoittaneelta tai XX-konsernilta.

Ystävällisin terveisin

Katariina Nurkse
SAMK-opiskelija
(sähköpostiosoite)

