



Sokos Hotel Ilveksen itsepalveluauto- maattien kehittäminen asiakasystä- vällisyyden ja käytettävyyden näkö- kulmasta

Saila Urjo

OPINNÄYTETYÖ
Maaliskuu 2025

Restonomi Ylempi Ammattikorkeatutkinto
Palveluliiketoiminnan Johtaminen

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Restonomi Ylempi Ammattikorkeatutkinto
Palveluliiketoiminnan Johtaminen

URJO, SAILA:

Sokos Hotel Ilveksen itsepalveluautomaattien kehittäminen asiakasystävällisyyden ja käytettävyyden näkökulmasta

Opinnäytetyö 38 sivua, joista liitteitä 3 sivua
Maaliskuu 2025

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Original Sokos Hotel Ilves ja tutkimustyössä haluttiin selvittää, kuinka itsepalveluautomaattien käytettävyyttä ja palvelua saataisiin parannettua sekä laitteita kehitettyä asiakasystävällisimmiksi. Tutkimustyössä tutkittiin digitalisaatiota sekä empatian lisäämistä digitaalisiin palveluihin. Tutkimuksen aineisto kerättiin kyselyllä, joka tehtiin Original Sokos Hotel Ilveksessä IPA-laitteita käyttäneille asiakkaille.

Teoriaosuudessa keskityttiin digitalisaatioon ja sen tuomiin mahdollisuuksiin sekä palvelumuotoiluun. Myös käytettävyys ja saavutettavuus olivat keskeisiä tekijöitä, joita tuli ottaa huomioon itsepalvelun osalta. Teoriaa sekä kyselyn tuloksia hyödyntämällä IPA-laitteisiin löytyi paljon kehitysideoita tulevaisuudessa.

Tutkimusprosessissa Original Sokos Hotel Ilveksen itsepalveluautomaatilla sisään kirjautuneilta asiakkailta kysyttiin kyselyllä, mitä mieltä he olivat IPA-laitteista tällä hetkellä ja mitä he toivoisivat jatkossa laitteella voitavan tehdä. Tutkimuksella tavoiteltiin tulevaisuuden kehitykselle uusia mahdollisuuksia sekä ideoita, mihin suuntaan itsepalveluautomaatteja voitaisiin kehittää ottaen huomioon asiakkaiden toiveet sekä näkemykset. Tutkimuksessa oli mukana myös Sokos Hotellien Digicoachit, joilta pyydettiin apua kyselyn laatimisessa ja myös heiltä nousi hyviä kehitysehdotuksia IPA-laitteiden palvelun kehittämiseen.

Tutkimuksen tuloksissa nousi esille asiakkaiden arvostamat nopeus, helppous ja sujuvuus. Vastaajat toivoivat tulevaisuudessa IPA-laitteilla voitavan tehdä pöytävarauksia hotellin ravintoloihin ja selailtavan hotellin infoa. Vastaajilla nousi myös huoli henkilökunnan häviämisestä hotellin sisäänkirjautumisessa. IPA-laitteiden empaattisuus koetaan tällä hetkellä olevan riittävä, mutta tuloksissa nousi esille myös pieniä kehityskohteita, joilla empaattisuutta pystytään lisäämään itsepalveluautomaatteihin, kuten esimerkiksi ääni. Sen toteutuksessa tulee kuitenkin huomioida EU:n lakisääteisyys GDPR:n osalta.

Toimeksiantajana toiminut Original Sokos Hotel Ilves hyötyi tutkimustyöstä, sillä hotellissa löydettiin IPA-hostin toiminnankuvan osalta tärkeitä oivalluksia sekä IPA-laitteiden saavutettavuutta parannettiin aulassa. Tutkimuskyselyn tuloksista saatiin kehitysehdotuksia Sokos Hotellien Digitaalisten palveluiden kehitystiimille itsepalveluautomaattien kehittämiseen tulevaisuuden osalta sekä kuinka lisätä hieman lisää empaattisuutta IPA-laitteisiin tuomaan asiakkaille arvoa.

Asiasanat: itsepalveluautomaatti, digitaaliset palvelut, käytettävyys, e-hospitality, saavutettavuus

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Master of Hospitality Management
Service Business Management

URJO, SAILA:

Developing Self-Service Devices from the Perspective of Customer-Friendliness and Usability at Original Sokos Hotel Ilves

Bachelor's thesis 38 pages, appendices 3 pages
March 2025

The thesis was commissioned by Original Sokos Hotel Ilves. The study aimed to explore how the usability and service of self-service kiosks could be improved and how the devices could be developed to be more customer friendly. The research focused on digitalization and increasing empathy in digital services. The study data was collected through a survey conducted among customers who had used IPA devices at Original Sokos Hotel Ilves.

The theoretical section focused on digitalization and its opportunities, as well as service design. Usability and accessibility were also key factors to consider in the context of self-service. By utilizing both theoretical insights and survey results, numerous development ideas for IPA devices were identified for future implementation.

During the research process, customers who checked in using the self-service kiosks at Original Sokos Hotel Ilves were asked about their current opinions on the IPA devices and what additional functionalities they would like to see in the future. The study aimed to identify new opportunities and directions for the development of self-service kiosks, considering customer preferences and expectations. Sokos Hotels' Digicoaches were also involved in designing the survey, and they contributed valuable suggestions for improving IPA device services.

The results highlighted those customers valued speed, ease of use, and smooth service. Respondents expressed interest in using IPA devices for restaurant table reservations and accessing hotel information in the future. However, some concerns were raised about the diminishing presence of hotel staff during check-in. The current level of empathy in IPA devices was considered sufficient, but minor improvements were suggested, such as the addition of voice features. However, the implementation of such features must comply with the EU's GDPR regulations.

Original Sokos Hotel Ilves benefited from the study by gaining important insights into the role of IPA hosts and improving the accessibility of IPA devices in the hotel lobby. The survey results provided development suggestions for Sokos Hotels' Digital Services Development Team, offering future directions for self-service kiosk improvements and ways to enhance the empathetic aspects of IPA devices to create added value for customers.

Key words: self-service kiosk, digital services, usability, e-hospitality, accessibility

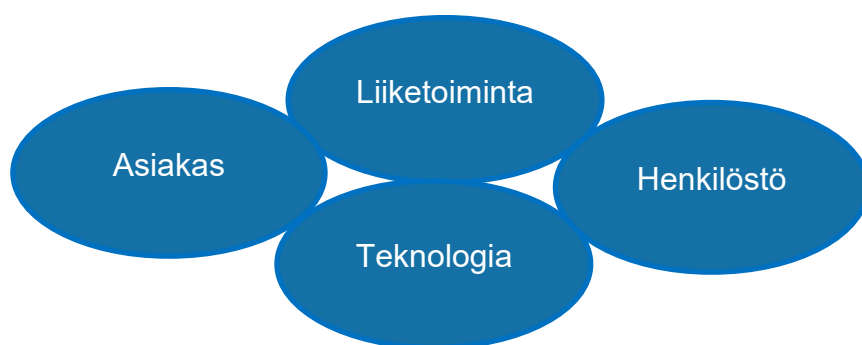
SISÄLLYS

1	Johdanto	5
2	Digitaalisten palveluiden yleistyminen, hyödyt ja palvelumuotoilu	8
2.1	Palvelumuotoilu ja käyttäjälähtöisyys digitaalisissa palveluissa	8
2.2	Digitaalisten palveluiden muodot ja mahdollisuudet.....	9
2.3	Itsepalvelu	11
2.4	Tekoäly	13
3	Käytettävyys ja saavutettavuus digitaalisissa palveluissa	16
4	Kyselyn tulokset	19
5	Tulosten analysointi ja käyttöliittymän jatkokehittäminen	25
5.1	Havainnot käytettävyydestä sekä saatavuudesta.....	25
5.2	Palvelumuotoilun hyötyjä	26
5.3	Empaattisuuden kokeminen itsepalvelussa	27
5.4	Toiveet sisäänkirjautumisen lisäksi	29
5.5	Kehitysehdotuksia henkilökunnalta	30
6	Pohdinta.....	34
	LÄHTEET	37
	LIITTEET	39
	Liite 1. Kyselylomake itsepalveluautomaatin käytöstä	39

1 Johdanto

Opinnäytetyössäni tarkastellaan Sokos Hotellien itsepalveluautomaatteja, joita kutsutaan tutummin nimellä IPA. Tutkimuskysymykseni on, miten Sokos Hotel Ilveksen IPA-laitteita voidaan kehittää käytettävyyden ja asiakasystävällisyyden kannalta paremmiksi. Työssä tutkitaan digitalisaatiota, sen tuomia mahdollisuuksia palvelussa sekä kuinka lisätä empatiaa digitaalisiin palveluihin. Tutkimusaineisto on kerätty kyselyllä, jonka otanta (n=19) on tehty Sokos Hotel Ilveksen IPA-laitteilla sisään kirjautuneille asiakkaille.

Kehittämistyön taustalla on aina tarve, miksi jotain kehitetään. Asiakas haluaa saada huoneen käyttöönsä nopeasti ja sujuvasti. Asiakaskokemuksen kannalta Sokos Hotel-ketju tarjoaa asiakkaalle erilaisia sisäänkirjautumisen mahdollisuuksia, jotta check-in olisi sujuvampaa. Henkilökunta haluaa palvella asiakkaita niin hyvin kuin osaa, ja että siihen on myös riittävästi aikaa. Teknologian näkökulmasta käytössä oleva järjestelmä on vanhentunut ja se tulee uusia, jotta se toimii uusien järjestelmien kanssa. Tällä hetkellä digipalvelut sekä niiden koodaus ovat Sokos Hotel-ketjun omistuksessa, joten se mahdollistaa paljon enemmän, kuin kolmannelta osapuolelta ostetuissa valmispalveluissa. Tämä mahdollistaa esimerkiksi omat määrittelyt, kuten S-etukortin käyttämisen. Palvelukehityksessä on ketterä eteneminen (Digicoachien perehdytysmateriaali, julkaisematon lähde).



Kuva 1. Kehittämistyön tarve

Lisäksi Sokos Hotelleissa on vastaanotossa ruuhka-aikoina ”IPA-host”. Hänen roolinsa on olla asiakkaita varten aulassa sekä asiakkaiden saatavilla. Ilveksessä hän ohjaa asiakkaita ottamaan joko palvelunumeron vastaanottoon tai kirjautu-

maan itse IPA-laitteella sisään ja tarvittaessa avustaa asiakkaita laitteiden käytössä. Tarkoituksena on pienentää jonotusaikaa ja sujuvoittaa asiakkaiden sisäänkirjautumista. ”IPA-host” myös tuo samalla palvelukokemukseen henkilökohtaisuutta sekä tarvittaessa avaa matkatavarasäilytystä ja kertoo hotellin muista palveluista (Itsepalveluautomaattien perehdytysmateriaali, julkaisematon lähde).

Onnellistaminen on osana Sokos Hotels-konseptia. Tälläkin hetkellä esimerkiksi televisiossa voi nähdä mainoksen Sokos Hotels – tehtävänä onnellistaminen. Tämä tarkoittaa pienempiä ja isompia oivalluksia asiakkaan odotusten täyttämiseksi – ja ylittämiseksi. Sokos Hotel-ketjun tavoitteena siis on, että vieraat lähtevät hotellista onnellisempina kuin mitä he olivat tullessaan. Sokos Hotellissa halutaan saada ihmiset rakastamaan hotelleja. Vieraille pyritään tarjoamaan enemmän kuin he osaavat pyytää ja pyritään ylittämään odotukset – myös silloin, kun he sitä vähiten odottavat. Parhaimmillaan se on pieni asiakaskohtaaminen, joka jättää huikean muistijäljen ja asiakas lähtee Sokos Hotellista onnellisempina ja paremmalla mielellä, mitä oli saapuessaan (Original-coachien perehdytysmateriaali, julkaisematon lähde.)

Myös IPA-laitteet on pyritty toteuttamaan asiakaslähtöisesti, jotta nekin voisivat osaltaan päästä onnellistamaan asiakkaita. Niiden tarkoituksena on nopeuttaa ja sujuvoittaa asiakkaan kokemusta. Sokos Hotellissa. IPA-laitteet ovat käytettävissä sisäänkirjautumista varten klo 13–21 välisen ajan. Sokos Hotels-ketju lupaa asiakkailleen, että huone ovat saatavilla alkaen klo 15. Itsepalveluautomaatilla sisään kirjautuva asiakas voi kuitenkin saada huoneen siivoustilanteen salliessa jo klo 13, joten IPA asiakkaita onnellistetaan antamalla huone käyttöön normaalia sisäänkirjautumisaikaa hieman aikaisemmin. Ilveksessä IPA-laitteet jakavat huoneita 10. kerroksesta alkaen, joten IPA:lta sisään kirjautuvaa asiakasta onnellistetaan myös hieman ylemmillä kerroksilla. Vastaanotto ruuhkautuu usein lauantaisin sekä loma-aikoina. Ruuhkaisissa tilanteissa asiakas voi jonottamisen sijaan tehdä sisäänkirjautumisen itse ja välttää näin pitkän jonotusajan. Tietoturvasyistä IPA-laitteet eivät lue tekstejä ääneen samaan tapaan kuin kaupoissa olevat itsepalveluautomaatit. IPA:n näytölle tulee kuitenkin tervehdykseksi teksti asiakkaan etunimellä, jotta palvelukokemus olisi henkilökohtaista. Viimeisessä näkymässä

IPA-laite kertoo välisiivouksen tarpeen ilmoittamisesta vastaanottoon sekä uloskirjautumis- ja aamiaisajat. Samassa tilassa saa myös antaa hymynaamoilla palautetta, kuinka hyvin sisäänkirjautuminen onnistui asiakkaan omasta mielestä (Sokos Hotels, sisäinen materiaali).



Kuva 1. Original Sokos Hotel Ilveksen vastaanoton IPA-automaatit.

2 Digitaalisten palveluiden yleistyminen, hyödyt ja palvelumuotoilu

Arjessa näkyy monenlaisia teknologisia apureita. Joihinkin laitteisiin liitetään myös inhimillisiä ominaisuuksia, kuten esimerkiksi robotti-imuri voi vaikuttaa nimensä ja kömpelyytensä vuoksi enemmän lemmikiltä kuin laitteelta. Laitteita voi ohjailla myös eri toiminnoilla, kuten koskettamalla tai äänellä ja tulevaisuudessa varmasti myös muilla kielillä kuin englanniksi (Digi- ja väestötietovirasto, Verkkosivu).

2.1 Palvelumuotoilu ja käyttäjälähtöisyys digitaalisissa palveluissa

Palvelumuotoilu on prosessi, joka toimii hyvänä työkaluna palveluiden kehittämiseksi. Sen avulla palvelun kehittäjä pystyy syventämään omaa osaamistaan sekä rakentaa toimintaympäristössä entistä parempia työkaluja ja -menetelmiä. Palvelumuotoilu auttaa organisaatiota havaitsemaan palveluiden strategiset mahdollisuudet liiketoiminnassa, kehittämään olemassa olevia palveluita sekä innovoimaan uusia palveluita. Palvelumuotoilu on osaamisala, jonka avulla tuodaan muotoilusta tutut toimintatavat palveluiden kehittämiseen ja yhdistetään ne palvelun kehittämisen perinteisiin menetelmiin. Palvelumuotoilu ei ole uusi keksintö vaan siinä yhdistetään vanhoja tapoja uudella tavalla. Palvelumuotoilu elää koko ajan kehittämisen tilassa (Tuulaniemi 2011).

Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg (2021) viittaavat artikkelissaan, että palvelujen kehittämisessä oli useimmiten unohdettu kiinnittää huomio palvelun tuottamaan asiakaskokemukseen sekä asiakasarvoon. Tämä huomattiin, kun palveluja kehitettiin organisaatio- tai asiantuntijälähtöisesti.

Havainto on ollut merkityksellinen, sillä palveluissa tulisi ottaa huomioon, kuinka asiakas palvelun kokee ja mitä arvoa se hänelle tuo. Palvelun tuottaminen voi olla organisaatiolähtöisestä näkökulmasta hyvä, mutta jos asiakas ei koe sitä hyväksi tai saa siitä sellaista arvoa, jota hän haluaa, ei hän käytä kyseisen organisaation palveluita.

Teknologia on kehittynyt paljon ja sen myötä myös palvelukokemukset, ja asiakkaiden suhde palveluntarjoajiin ovat muuttuneet suuresti. Tutkimuksen mukaan monet hoitavat esimerkiksi pankkiasiat mieluummin verkossa, pankkiautomaatin

tai matkapuhelimen kautta. Suuri osa myös mieluummin ostaa vähittäiskauppatavarat tai päivittäistavaransa netistä ja iso osa lentoyhtiöiden asiakkaista tekevät lähtöselvityksensä verkossa, matkapuhelimella tai itsepalveluautomaatilla. Näiden teknologiapohjaisten itsepalvelukanavien käyttöönoton kautta asiakkaista on tullut "aktiivisia osallistujia" palveluntarjonnan "passiivisen yleisön" sijaan. Yrityslehdistö kehuu itsepalvelukanavia, sillä niillä on mahdollisuus lisätä yrityksen tuottavuutta ja samalla alentaa palvelun toimituskustannuksia. Esimerkiksi pankkitapahtuman kustannukset voidaan alentaa 1,15 \$:sta 2 senttiin vaihtamalla paikalla suoritettava verkkotapahtuma itsepalveluun, lennolle käsiteltyjen matkustajien määrää voidaan nostaa jopa 50 prosentilla omatoimisten lähtöselvitysten avulla tai 2,5 työntekijää voidaan korvata yhdellä itsepalvelukassalla ruoka-kaupassa. Ennusteiden mukaan tällainen suuntaus jatkuu liiketoiminnassa mobiili-itsepalvelusovellusten nousun myötä, etenkin hotelli- ja terveydenhuoltoalalla (Scherer, Wunderlich & von Wangenheim 2015).

Digitaalinen asiakaskokemus on sitä, missä kaikissa digitaalisissa palveluissa asiakas brändiin kohtaa ja mitä tuntemuksia se hänessä herättää. Digitaalisen ratkaisun rooli voi olla pieni, mutta kokonaisuus ratkaisee asiakkaalle sen kokemuksen. Tärkeää on ymmärtää, kuinka hyvin digitaalinen palvelu suoriutuu tehtävästään koko palveluketjussa, jotta sen käyttökokemus on hyvä (Filenius 2015).

2.2 Digitaalisten palveluiden muodot ja mahdollisuudet

Ääniohjattavat kodin apurit toimivat yksinkertaisilla käskyillä. Haluttu toiminto saadaan aikaan ilman kohteliasta lähestymistapaa tai pyyntöä eikä laitetta tarvitse kiittää. Siksi laitteet voivat vaikuttaa lasten empatiaan ja oppimiseen, jos niiden vuorovaikutus on rajallista. Paljon laitteita käyttävät lapset voivat oppia mallin, joka kaventaa vuorovaikutustaitoja. Käyttäjien tulee ymmärtää hyvin, miten teknologiset apurit toimivat. Pitkällä aikavälillä uhkana on, että ihmiset alkavat puhua toisilleen kuten laitteille digissä ja sen ulkopuolella. Ääniohjaus on kuitenkin monille arjen välttämättömyys, joten teknologian kehityksessä tulee huomioida diversiteetti ja arvioida vaikutuksia huolellisesti (Digi- ja väestötietovirasto. Verkkosivu).

Digitalisaatiolla on vahvoja mahdollisuuksia. Se kehittyi tekstipohjaisesta kohti visuaalisempia ääneen ja symboleihin perustuvia ratkaisuja. Moniaistillisuus ja kokemuksellisuus korostuvat ja ääniohjaus tukee yksilöllistä asioiden hoitamista. Ääniohjauksella toimivat digipalvelut voivat yleistyä myös Suomessa tulevaisuudessa (Digi- ja Väestötietovirasto, Verkkosivu).

Empatiaa on mahdollista digitalisoida ja soveltaa digitaalisiin kosketuspisteisiin ja palveluhetkiin. Monet ovat varmasti kokeneet vaikeuksia chatbotin kanssa matkaa varatessaan yritysten nettisivuilla, sillä chatbot ei ole osannut auttaa. Se saattaa jakaa saman linkin, jonka asiakas on jo lukenut tai huonoimmassa tapauksessa ei jaa mitään. Chatbot saattaa myös osata yhdistää asiakkaan suoraan asiakaspalvelijalle, jolloin palvelupolku on jossain määrin empaattinen. Kuitenkaan moni ei halua jatkaa tällaista palvelua (P. Hanni-Vaara, Videomateriaali).

Vuorovaikutuksessa empatia tarkoittaa reaktiota toisen kokemuksiin ja tunteisiin. Se perustuu yksilön taustaan ja kykyyn eläytyä, jossa on erilaisia lähestymistapoja, kuten kognitiivinen ja emotionaalinen empatia. Kognitiivinen empatia tarkoittaa kykyä ja valmiutta asettua toisen asemaan, kun taas emotionaalinen empatia on tunteiden jakamista. Digitaalisessa asiakaskokemuksessa kognitiivisen empatian osalta matkailupalvelun tarjoaja käy läpi asiakaspolun asiakkaan näkökulmasta ja havainnoi sekä arvioi kokemusta asiakkaan kanssa. Tavoitteena tässä on ymmärtää asiakkaan mielentila ja käsittää, mitä asiakas ajattelee, tuntee ja kokee. Emotionaalinen empatia puolestaan on tärkeää digitaalisessa asiakaskokemuksessa, jos halutaan luoda suhteita sekä sosiaalista vuorovaikutusta. Tämä korostuu erityisesti pitkäaikaisissa suhteissa, joissa luottamus muodostuu useiden kontaktien sekä ajan myötä (P. Hanni-Vaara, Videomateriaali).

Empaattinen asiakaskokemus rakentuu sujuvista ja helposti käytettävistä digitaalisista kosketuspisteistä. Näitä ovat esimerkiksi laitteet, kanavat ja sovellukset, joissa asiakkaan tarpeet, tunteet ja tilanteet huomioidaan. Palveluntarjoajien on tärkeää tarjota monipuolisia kosketuspisteitä ja samalla säilyttää luottamus pysymällä palvelulupauksissaan. Empatia on olennainen osa kaikkia vuorovaikutustilanteita, riippumatta siitä, tapahtuuko palvelu ihmisen vai teknologian kautta (P. Hanni-Vaara, Videomateriaali).

2.3 Itsepalvelu

Itsepalveluteknologioiden houkuttelevuuden ovat tunnustaneet myös monet tutkijat, eivät pelkästään niiden harjoittajat. Itsepalvelutarjousten ja teknologiapohjaisten itsepalvelukanavien käyttöönotosta lähtien tutkimus on korostanut teknologian arvoa kustannusleikkauksen ja tehokkuuden näkökulmasta, sillä asiakkaat ovat "osatyöntekijöitä". Tutkimuksessa on tullut esiin myös itsepalvelukanavien palveluntarjoajien etujen lisäksi paljon etuja asiakkaille, kuten lisääntynyt mukavuus ja parantunut hallinta palveluprosessin aikana. Tutkimuksessa korostetaan itsepalvelukanavien etuja, mutta siinä jätetään huomioimatta havainnot henkilökohtaisten palvelukanavien eduista sekä asiakaan että yrityksen kannalta. Tällaisia ovat esimerkiksi räätälöinti, luottamus tai läheinen asiakas-yrityssuhde. Palveluntarjoajat työntävät asiakkaitaan kohti itsepalvelukanavia sen sijaan, että pohdittaisiin molempien palvelukanavien etuja enemmän. Tämä on huolestuttavaa, sillä viimeaikaiset tutkimukset viittaavat siihen, että asiakkaiden saama arvo itsepalvelukanavista poikkeaa henkilökohtaisista palvelukanavista. Siten se ei mahdollista näiden kanavien yksinkertaista korvaamista. Yhä enemmän on viitteitä siitä, että itsepalveluasiakkaat eivät välttämättä ole tyytyväisiä palveluntarjoajan itsepalvelukanavaan, vaan ovat yksinkertaisesti juuttuneet siihen. Itsepalvelukanavat voivat myös vahingoittaa asiakasuskollisuutta, kun niitä käytetään täytenä korvaajana henkilökohtaiselle palvelukanavalle. Useat tutkijat kyseenalaistavat itsepalvelukanavien innostuksen ja vaativat perusteellista tutkimusta niiden pitkäaikaisista vaikutuksista asiakassuhteisiin (Scherer, Wunderlich & von Wangenheim 2015).

Nykyisen teknologian hyödyntämisessä on tärkeää huomioida sekä teknologian ominaisuudet että sen käyttöympäristö, kuten aika, paikka ja ihmiset. Artikkelin tutkimuksen mukaan asiakkaat, jotka käyttävät sekä itsepalvelu- että henkilökohtaisia palvelukanavia keskimäärin kolmen kuukauden sisällä, siirtyvät harvemmin pois palveluntarjoajalta. Sen sijaan asiakkaat, jotka käyttävät harvoin itsepalvelutarjontaa, mutta turvautuvat siihen enimmäkseen kolmen kuukauden aikana, siirtyvät todennäköisemmin pois. Tästä voi päätellä, että asiakkaat, jotka käyttävät molempia palvelukanavia, jäävät todennäköisemmin palveluntarjoajalleen (Scherer, Wunderlich & von Wangenheim 2015).

Internet sekä verkossa saatavilla olevat digitaaliset resurssit vaikuttavat jatkuvasti koko maailmantaloudessa. Internetin monimutkaisuus ja kilpailuympäristö sekä ekosysteemi kasvavat entisestään. Nämä mahdollistavat uuden liiketoiminnan ja taloudellisia sekä sosiokulttuurisia mahdollisuuksia. Uusien ekosysteemien lisäksi kilpailijat, infrastruktuurit, lähestymistavat ja tietoprosessit sekä viestintäteknologia ovat muotoutumassa yhä nopeampien verkkojen muodossa. (Miettinen, Ryttilahti, Vuontisjärvi, Kuure & Rontti 2014).

Palvelumuotoilun näkökulmasta digitaalitalouden kehityksen ja paradigman muutos pyrkii tukemaan uuden digitaalisen liiketoiminnan syntymistä tarjoamalla välitöntä arvoa tuottavia työkaluja. Painopiste on palvelusuunnittelussa ja palvelun suunnittelututkimuksessa, jonka tavoitteena on kehittää työvälineitä kokonaisuuden hankkimiseksi ja konkretisoimiseksi asiakaskokemuksessa (syvä asiakasnäkemys) jokapäiväisessä ja reaaliaikaisessa käytössä yrityksille, jotka toimivat digitaalisten palvelujen alalla (Miettinen ym. 2014).

Digitaalisessa kontekstissa palvelujen kehittämiseen, tämä näkökulma on vieläkin tärkeämpi. Palvelumuotoilun lähestymistapa digitaalisten palveluiden tutkimuksessa ja kehittämisessä on vahvasti keskittynyt palvelua ympäröiviin konteksteihin. Tähän lukeutuu tuotteet, teknologiat, ja kyseiseen digitaaliseen palveluun liittyvät kulttuurit. Siitä syystä suunnittelun ja palvelun muotoilututkimus on parhaimmillaan sekä yritys- että loppukäyttäjä- tai asiakaslähtöistä. Palvelusuunnittelun lähestymistavalla voidaan tarkastella palvelukokemuksen muodostumista asiakaspolun ja erilaisten palveluiden kosketuspisteiden kautta. Palvelusuunnittelu sisältää visualisoinnin, käytännön kokeilun ja nopeiden prototyyppien luomisen. Palveluprototyyppien tekeminen keskittyy aineettoman tekemiseen konkreettiseksi käyttämällä erilaisia visualisointimenetelmiä. Näitä ovat mm. konseptiluonnokset, karkeat fyysiset prototyypit, tarinat ja kuvakäsikirjoitukset.

Uusia liiketoimintamahdollisuuksia pyritään löytämään prototyyppien avulla. Uusia liiketoimintatapoja voi olla olemassa olevin tuotteiden muokkaaminen tai tuoteportfolioiden hyödyntäminen, mutta se voi johtaa myös osaamisen hyödyntämiseen uusilla markkinoilla ja uusilla liiketoiminta-alueilla (Miettinen ym. 2014).

Palvelusuunnittelusta on tullut kattotermi asiakasymmärrykseen. Sen menetelmät keskittyvät kokonaisvaltaisten konseptien suunnitteluun, jossa konkretisoidaan aineellisista ja aineettomista elementeistä koostuvia kokemuksia. Palvelusuunnittelijan roolina on tulkita ja helpottaa ammattilaisia ja sidosryhmäverkostoja. Samanaikaisesti ICT-teknologian ja digitaalisten ratkaisujen kehittäminen mahdollistavat uusia työkaluja suunnittelijoille. Prototyypeillä saadaan nopeasti uusia ideoita, simuloidaan kokemuksia ja uusia kanavia sekä kehitetään uutta logiikkaa liiketoiminnan kehittämiseen. Esimerkiksi älypuhelimien viimeaikainen yleistyminen ja erilaiset ilmaiset tai maksulliset sovellukset tarjoavat uudenlaisia mobiilipalveluiden liiketoimintamahdollisuuksia. Reaaliaikainen talous, monikanavaiset palvelut ja kyky kerätä erilaista tietoa asiakkaista. Tieto verkossa edellyttää uudenlaista liiketoimintatiedonantoa, mutta mahdollistavaa myös uusia tapoja virtaviivaistaa liiketoiminnan kehittämisprosesseja (Miettinen ym. 2014).

2.4 Tekoäly

Tekoäly tarkoittaa tietokonejärjestelmiä, jotka jäljittelevät ihmisen kognitiivisia toimintoja, kuten esimerkiksi oppimista, päättelyä ja ongelmanratkaisua. Sen sovellukset vaihtelevat kielten kääntämisestä ja puheentunnistuksesta aina itsestään ajaviin autoihin ja vanhuksia hoitaviin robotteihin. Tekoälyn määritelmä kehittyä ajan kanssa – aiemmin edistyksellisinä pidetyt sovellukset muuttuvat arkipäiväisiksi. Kaikille tekoälyjärjestelmille on kuitenkin yhteistä kyky toimia itsenäisesti ja vuorovaikuttaa ympäristönsä kanssa (Tietopolitiikka, Verkkosivu).

Tekoälyn kehitys alkoi jo 1950-luvulla, kun alettiin tutkia tietokoneiden mahdollisuuksia jäljitellä ihmisen kognitiivisia toimintoja. Ensimmäiset tekoälysovellukset, kuten shakkia pelaavat ohjelmat ja laskentakoneet, loivat pohjan alalle. Vuonna 1956 Dartmouth-konferenssissa määriteltiin tekoälyn tavoitteet ja samalla se käynnisti kehityksen, joka on johtanut nykyisiin tekoälysovelluksiin. 1980-luvulla tekoäly sai uuden käänteen, kun neuroverkot ja syväoppiminen keksittiin. Näiden teknologioiden avulla koneet voivat oppia, tunnistaa kuvioita ja mukautua. Syväoppiminen ja "backpropagation"-algoritmi ovat mahdollistaneet merkittäviä edistysaskelia, kuten Google Translate-käännöspalvelun, joka parantaa kään-

nösten tarkkuutta kontekstin avulla. Tekoäly on kehittynyt yksinkertaisista laskutoimituksista itseoppiviksi järjestelmiksi ja sen potentiaali kasvaa jatkuvasti (Salo, 2023).

Tekoälyä voidaan hyödyntää myös ulkoisessa viestinnässä ja asiakaspalvelussa. Tekoäly toimii vähän kuin yrityksen ystävällisenä vastaanottajana, joka tervehtii asiakkaita nimeltä, tunnistaa heidän tarpeensa sekä auttaa heitä parhaalla mahdollisella tavalla. Yritykset pystyvät tarjoamaan esimerkiksi chatbotien avulla henkilökohtaista palvelua ympäri vuorokauden, vähentää asiakaspalvelussa olevaa odotusaikaa sekä parantaa asiakastyytyvää. Sovelluksissa tulee kuitenkin huomioida laatu sekä se, että viimeisimpänä vastuu on ihmisellä. Myös EU-alueella GDPR ja muualla vastaava lainsäädäntö määrittävät, miten henkilötietoja saa tallentaa, käsitellä, hyödyntää ja yhdistellä (Salo, 2023).

Tekoäly (AI) ja robotiikkapalvelut ovat laajasti hotellialan tulevaisuuden keskeisiä tekijöitä. Joissain hotelleissa on jo otettu käyttöön tekoälyä, jotta ne voivat kehittää seuraavan sukupolven palveluita tarjoamalla uusia elämyksiä, mutta myös tehokkuutta, toimintaa ja palvelun laatua. Esimerkkeinä Aloft-hotelli, jossa on robottihovimestari asiakkaiden toimituksia varten tai Henn Na hotellissa robotit toimivat vastaanotto- sekä concierge-palveluissa, lisäksi hotellissa on myös huonekohtaisia ratkaisuja, joissa käytetty robotiikkaa sekä kasvojen tunnistusta. FlyZoo-hotelli puolestaan on halunnut viedä kehitystä vieläkin pidemmälle ja pyrkii siten olemaan ensimmäinen hotelli, jossa voi asioida täysin ilman ihmiskontakteja. Palveluprosessi halutaan viedä alusta loppuun tekoälylaitteilla (A. Wong, T.Zhang, Z. Lin & Q. Peng, 2025).

Teknologian, tekoällyn ja robotiikan kehityksen myötä toimijat ovat alkaneet kiinnittää huomiota yhä enemmän älykkäisiin palvelukokemuksiin. Älykkään hotellialan palvelun käsite viittaa kehittyneeseen teknologiaan, kuten esimerkiksi tekoällyn ja robotteihin, jotka toimivat menestyksenä hotelli- ja matkailualalla. Nämä toimivat apuna yrityksille ymmärtämään paremmin asiakkaidensa mieltymyksiä sekä parantamaan palveluja. Älykkäässä palveluteknologiassa älylaitteet on integroitu hotelliympäristöön ja henkilökunnan tarve on saatu minimaaliseksi tai jopa olemattomaksi, mutta haluavatko asiakkaat tulla palvelluiksi ilman henkilökunnan läsnäoloa. Kaikki asiakkaat eivät suosi kehittyneitä teknologiaratkaisuja

hotellivierailunsa aikana vaan haluavat, että heillä on mahdollisuus saada edelleen henkilökohtaista palvelua työntekijöiltä (A. Wong ym. 2025).

3 Käytettävyys ja saavutettavuus digitaalisissa palveluissa

Digitaalisten palveluiden saavutettavuusvaatimuksille on asetettu laki, joka velvoittaa julkista sektoria sekä osaa yksityistä ja kolmannen sektorin organisaatioista noudattamaan tätä. Digipalvelulaissa on kolme vaatimusta, jotka ovat saavutettavuusvaatimukset, saavutettavuusseloste sekä palaute- ja valvontamekanismit. Nämä tarkoittavat, että palvelun ja sen sisällön pitää täyttää sille asetetut tekniset saavutettavuusvaatimukset, saavutettavuus tulee arvioida sekä tila ja mahdolliset puutteet tulee kertoa saavutettavuus selosteessa. Lisäksi käyttäjillä on oltava mahdollisuus antaa palautetta toimijalle ja palautteeseen pitää vastata 14 vuorokauden aikana. Digitaalisten palveluiden saavutettavuuslain tavoitteena on, että jokaisella on mahdollisuus käyttää digitaalisia palveluita yhdenvertaisesti (Aluehallintovirasto, Verkkosivu).

EU:n saavutettavuusdirektiivin (2016/2102) tarkoitus on pyrkiä varmistamaan, että julkisen sektorin verkkosivustot ja mobiilisovellukset ovat kaikkien, erityisesti vammaisten henkilöiden, käytettävissä. EU:n jäsenvaltioiden on varmistettava julkisen sektorin verkkosivujen ja mobiilisovellusten on oltava saavutettavuuden ja käytettävyyden kannalta havaittavia, hallittavia, ymmärrettäviä ja toimintavarmoja. Nämä tekijät tulee ottaa huomioon palvelun sisällön suunnittelussa tarkasti. Direktiivi perustuu eurooppalaiseen standardiin EN 301 549, joka määrittelee tekniset vaatimukset saavutettavuudelle. Tämä standardi pohjautuu kansainvälisiin verkkosisällön saavutettavuusohjeisiin (WCAG). Julkisen sektorin elinten on julkaistava saavutettavuusseloste, jossa kerrotaan verkkosivuston tai mobiilisovelluksen saavutettavuuden tila. Selosteessa pitää tulla ilmi kuvaus sisällön saavutettavuudesta, mahdolliset poikkeamat saavutettavuusvaatimuksista ja niiden perustelut sekä yhteystiedot palautteen antamista ja saavutettavuusongelmien ilmoittamista varten. Jäsenvaltioiden tulee myös seurata säännöllisesti direktiivin noudattamista ja raportoitava tuloksista Euroopan komissiolle. Direktiivin tavoitteena on yhdenmukaistaa saavutettavuusvaatimukset EU:n alueella, parantaa digitaalisten palveluiden laatua ja varmistaa, että kaikki kansalaiset voivat käyttää julkisia digitaalisia palveluita yhdenvertaisesti (Euroopan Unioni, Verkkosivu).

Sanavalintojen sekä lauseiden tulisi olla käytettävyyden kannalta tuttuja eikä esimerkiksi ammattikieltä, jota käyttäjä ei ymmärrä. Tällöin käyttäminen on helpompaa ja käyttökokemus tuntuu vaistovarasemmalta. Käyttäjällä tulee olla myös mahdollisuus keskeyttää käyttötilanne tai kumota jokin tehty asia, jonka hän kokee virheelliseksi. Myös mahdolliset virhetilat on otettava huomioon käyttökokemuksen kannalta ja pyrkiä poistamaan olosuhteet, jotka voivat aiheuttaa virhetilan tai ohjata käyttäjää pois tilanteista, jotka voivat päättyä virhetilaan. Mikäli käyttäjä kuitenkin saisi virheilmoituksen, hänelle olisi hyvä näkyä myös syy, miksi tähän tilaan päädyttiin. Suunnittelussa tulee huomioida käytettävyys, esimerkiksi näytön valikko tulisi olla helposti näkyvässä käyttäjälle. Tässä tulisi ottaa huomioon myös, onko käyttäjä ensikertalainen vai käyttänyt kyseistä tuotetta tai palvelua jo aikaisemmin. Esimerkiksi ensikertalailla olisi erilainen polku, mutta kokenut käyttäjä voisi hypätä yli hänelle tarpeettomat kohdat (Nielsen 1994, päivitetty 2020).

Nielsen (1994, päivitetty 2020) on kehittänyt käytettävyyden sekä saavutettavuuden näkökulmasta kymmenen kohdan teorian, jotka tulee ottaa huomioon digitaalisten palveluiden suunnittelussa. Nämä kymmenen kohtaa ovat:

1. Järjestelmän statuksen näkyvyys: Pidä käyttäjät jatkuvasti ajan tasalla järjestelmän statuksesta tarjoamalla oikea-aikaista palautetta.
2. Yhteys järjestelmän ja todellisen maailman välillä: Käytä käyttäjien tuntemaa kieltä ja käsitteitä sekä noudata reaali maailman konventioita.
3. Käyttäjän hallinta ja vapaus: Tarjoa selkeät "häätäpoistumistiet" virheellisten toimintojen perumiseksi helposti eli ns. "undo"-toiminto.
4. Johdonmukaisuus ja standardit: Varmista, että samanlaiset toiminnot ja elementit esitetään yhtenäisesti ja että ne noudattavat alan standardeja.
5. Virheiden ehkäisy: Suunnittele järjestelmä siten, että mahdolliset virheet estetään ennen niiden syntymistä.
6. Ennemmin tunnistaminen kuin muistaminen: Minimoi käyttäjän muistikuorma tekemällä elementit, toiminnot ja vaihtoehdot näkyviksi.
7. Joustavuus ja tehokkuus: Mahdollista sekä aloittelijoille että kokeneille käyttäjille sopivat tavat käyttää järjestelmää, kuten esimerkiksi pikanäppäimet.
8. Esteettisyys ja minimalistinen suunnittelu: Pidä käyttöliittymässä vain oleelliset tiedot. Ylimääräinen sisältö voi häiritä tärkeitä elementtejä.

9. Auttaa käyttäjiä tunnistamaan, diagnosoimaan ja korjaamaan virheitä: Tarjoa selkeitä ja helposti ymmärrettäviä virheilmoituksia sekä ohjeita ongelmien ratkaisemiseksi.
10. Apu ja dokumentaatio: Vaikka järjestelmän tulisi olla käytettävissä ilman ohjeita, tarjoa tarvittaessa helposti haettavaa apua ja tehtäväkeskeistä dokumentaatiota.

Käytettävyydellä on iso merkitys digitaalisten palveluiden käytössä. Järjestelmän suunnittelulla on tässä merkittävä rooli siinä, kuinka hyvin järjestelmä toimii, kun käyttäjät ovat kaikki erilaisia. Käyttökokemuksesta on tullut kilpailutekijä. Käyttökokemus on henkilökohtainen ja se myös muuttuu ajan kuluessa. Käyttäjät voivat myös kokea eri ostoprosessit eri tavalla käytettävyyden kannalta, jokin toinen prosessi toimii helposti mobiililaitteella, kun taas toinen ei toimi yhtä helposti ja vaivattomasti (Filenius 2015).

Fileniuksen (2015) mukaan digitaalisessa asiakaskokemuksessa palveluprosessi on jaettu eri vaiheisiin, jotta yrityksillä olisi helpompi löytää mahdollisuuden sekä mahdolliset sudenkuopat. Palveluprosessi jakautuu saavutettavuuteen, hakemiseen ja löytämiseen, valintaan ja päätöksentekoon, transaktioon, käyttöönottoon sekä hankinnan jälkeisiin toimenpiteisiin. Asiakkaalla tulisi olla helppoa päästä palveluun ja löytää yrityksen palvelut. Valita oikea palvelu kaikkien muiden vaihtoehtojen seasta ja suorittaa vielä tämän jälkeen ostos. Ostotapahtuman jälkeen palvelu tulisi saada käyttöön ja saada tukea palvelun käytössä.

Digitaalisten palveluiden tulisi olla myös näkö- sekä kuulovammaisten henkilöiden saavutettavissa. Verkkopalvelut tulisi rakentaa niin, ettei ne syrji ketään vaan kaikilla olisi niihin helppo pääsy eikä ketään voi estää käyttämästä tiettyjä palveluita. Saatavuus tarkoittaa siis sitä, että kaikkien tulisi pystyä käyttämään palveluita yhdenvertaisesti, myös kuulo- sekä näkövammaisten. Tästä syystä verkkopalveluiden tulisi pystyä tuottamaan sisältö joko pistekirjoituksena tai puheena, jotta käyttö olisi kaikille mahdollista (Blogi: Lindh, Suomen Kuurosokeat ry).

4 Kyselyn tulokset

Kysely toteutettiin Original Sokos Hotel Ilveksen asiakkaille, jotka käyttivät IPA-laitteita sisään kirjautuessaan hotelliin. Kyselyyn vastasi yhteensä 19 vastaajaa. Kysymyksistä suurin osa toteutettiin avoimina kysymyksinä, joihin vastaajat saivat kirjoittaa omin sanoin vastauksensa sekä vastaajien toivottiin myös hieman perustelevan vastauksiaan ohjatuilla kysymyksillä. Vastauksissa oli hyvin paljon yhtäläisyyksiä tai samaa tarkoittava asia oli kerrottu hieman eri sanoin, joten teemoittelin vastauksia samaa tarkoittaviin kategorioihin.

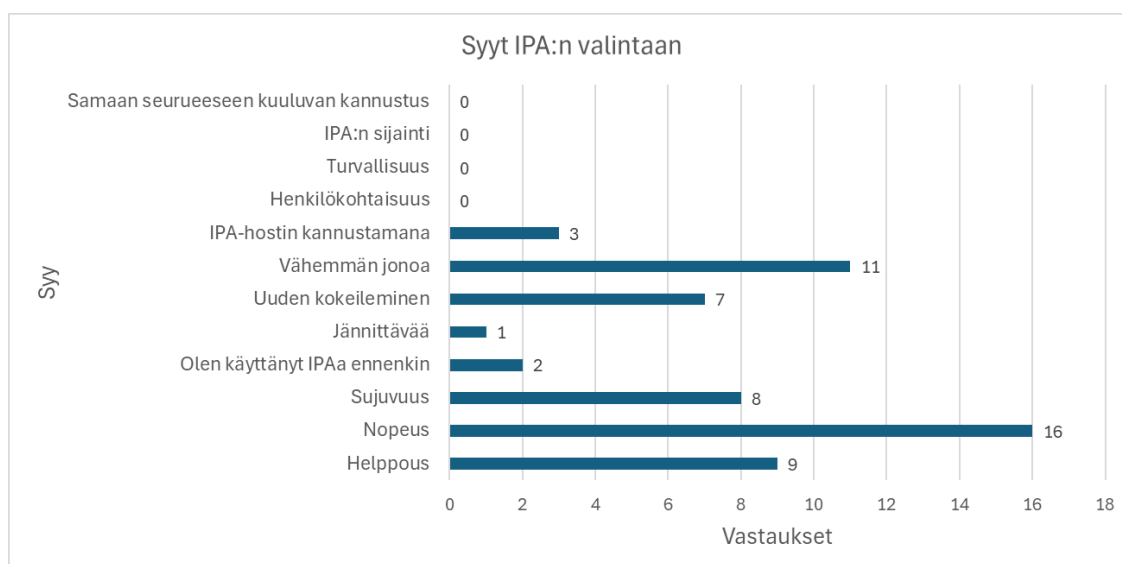
Ensimmäisenä kysyttiin vastaajien ikää avoimella kysymyksellä. Vastaajien ikähaarukka sijoittui 20–65-vuotiaiden välille eli vastaajissa oli kaiken ikäisiä hotellivieraita. Eniten vastaajia oli ikävälillä 51–63-vuotiaiden joukossa eli yhteensä seitsemän vastaajaa. Toiseksi eniten eli viisi vastaajia oli 31–40-vuotiaissa. Alle 30-vuotiaista vastaajia oli kaksi ja puolestaan yksi yli 65-vuotias. Kolmanneksi eniten vastaajia oli 41–50-vuotiaiden joukossa, joita oli yhteensä neljä.

Seuraavana vastaajilta kysyttiin matkan tarkoitusta eli mistä syystä ovat tulleet majoittumaan Sokos Hotel Ilvekseen. Kaikki vastaajat olivat vapaa-ajan matkajia. Vastaajista 63 % kategorioitui lomamatkajaksi ja loput 37 % matkusti tapahtuman vuoksi Tampereelle. Suurimman osan vastaus oli ollut pelkästään vapaa-aika, mutta mukaan mahtui myös paljon syyslomalaisia sekä teatterin tai konsertin varanneita asiakkaita.

Kolmantena kysymyksenä haluttiin tietää vastaajien aiempaa kokemusta itsepalvelulaitteista. Vastaajia pyydettiin myös kertomaan, missä he olivat käyttäneet itsepalvelulaitteita aikaisemmin, jos kokemusta löytyi ennestään. Vastaajista 52 % ei ollut laisinkaan aiempaa kokemusta itsepalvelulaitteiden käytöstä. Vastavasti 15 % vastaajista oli käyttänyt pari kertaa ja lopuilla 31 % vastaajista oli käyttökokemusta useammalta kerralta. Pari kertaa käyttäneistä vastaajista aiempi kokemus oli nimenomaan hotelleista. Useamman kerran käyttäneet olivat käyttäneet itsepalveluautomaatteja mm. lentokentillä, junalla matkustettaessa, ravintoloissa, kaupassa sekä majoittuessaan.

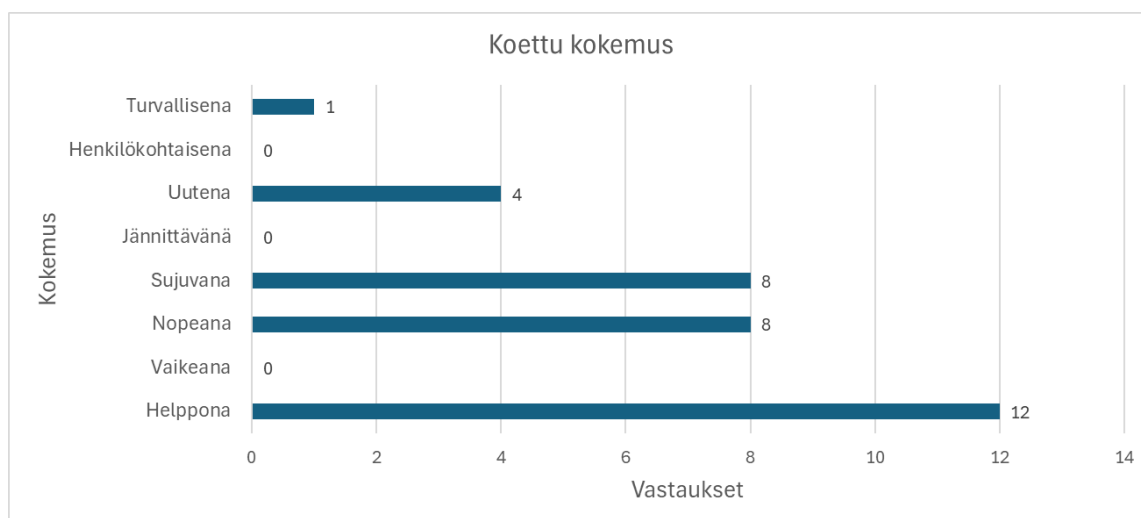
Seuraavana haluttiin selvittää, millaista apua vastaajat toivoisivat IPA-laitteen kanssa. Vastaajista 63 % oli sitä mieltä, etteivät he kaipaa apua vaan pärjäävät hyvin ilman. 37 % vastaajaa kuitenkin kaipaa apua henkilökunnalta ongelmatilanteen kohdatessaan.

Viidennessä kysymyksessä vastaajilta kysyttiin, miksi he valitsivat IPA-laitteen mieluummin kuin perinteisen vastaanoton. Kysymys esitettiin avoimena kysymyksenä, joten eri tyyliä vastauksia oli paljon. Vastaajat olivat kuitenkin melko yksimielisiä siitä, että itsepalveluautomaatti valikoitui vastaanoton ruuhkautuneisuuden vuoksi, sillä yhteensä 68 % vastaajista valitsi sen ensimmäiseksi. 26 % vastaajista kertoi IPA:n olevan sujuva tapa kirjautua sisään. Yksi vastaajista koki tämän uutena kokemuksena, jonka hänen tyttärensä oli valinnut. Kaikkien vastaajien vastauksissa nousi eniten esiin sanat nopea, helppo ja vähemmän jonoa.



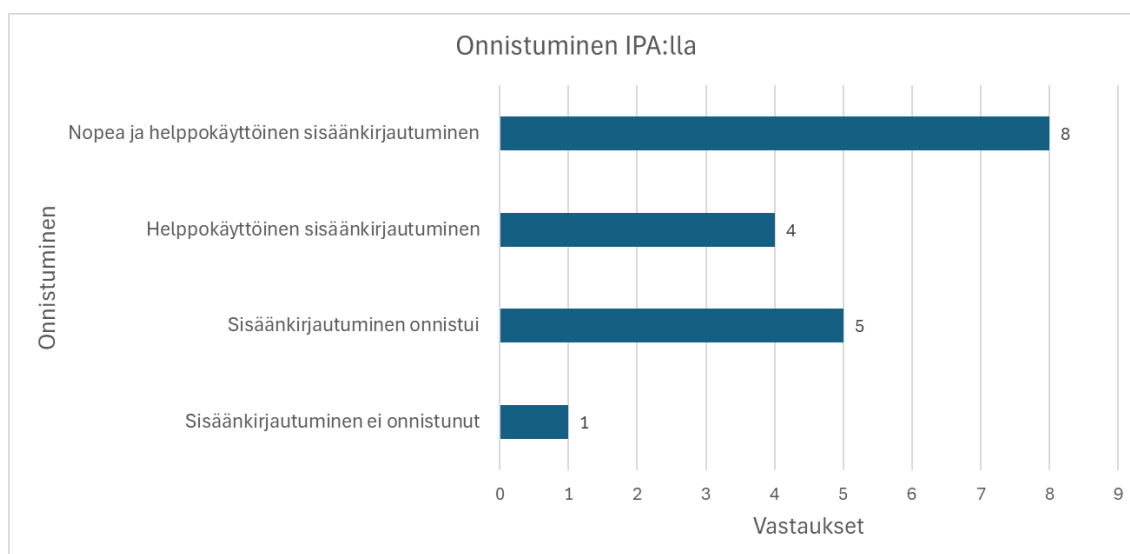
Kuva 2. Syyt IPA:n valintaan sisäänkirjautumisvaihtoehtona

Tässä kysymyksessä vastaajille annettiin valmiit vaihtoehdot, joista heillä tuli ympäröidä kolme heidän mielestään parasta vaihtoehtoa. Vastaajilta kysyttiin, miksi he valitsivat IPA-laitteen vaihtoehtona sisäänkirjautumiseen. Kuvasta 2. näkee vastaajien jakauman eri vaihtoehtojen välillä. Nopeus sai eniten ääniä eli yhteensä kuusitoista. Toisena oli vähemmän jonoa 11 vastauksella. Helppous, sujuvuus ja uuden kokeileminen saivat myös paljon ääniä vastaajilta. Puolestaan henkilökohtaisuus, turvallisuus, IPA:n sijainti tai samaan seurueeseen kuuluvan kannustus eivät keränneet yhtään ääntä vastaajilta. Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että valitsi IPA-laitteen jännittävyyden vuoksi.



Kuva 3. IPA-automaatilla koettu käyttökokemus

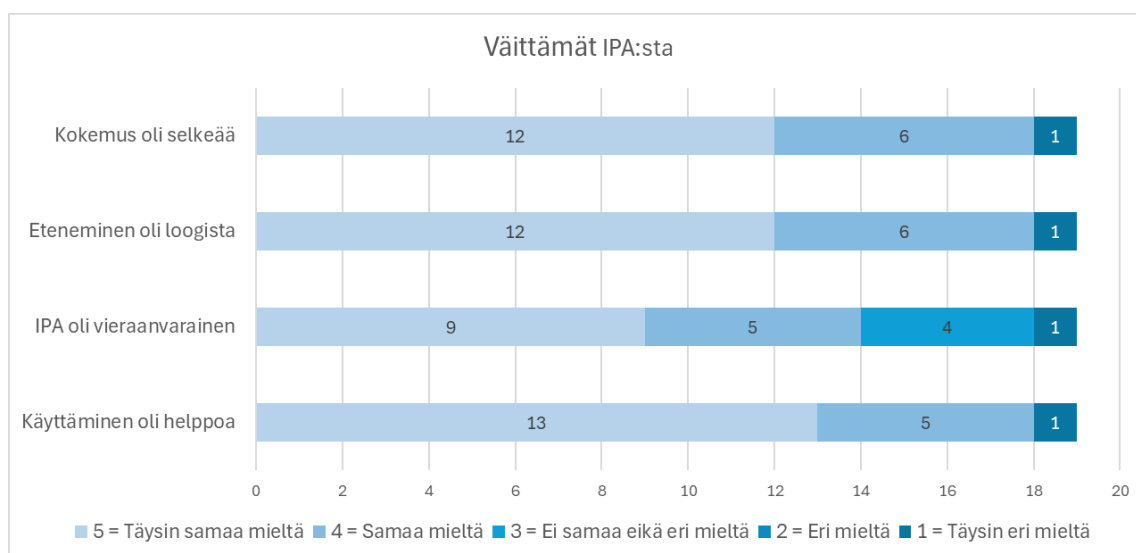
Myös seitsemäs kysymys toteutettiin samalla periaatteella, kuin edeltävä. Vastajaalle annettiin valmiit vaihtoehdot, joista hän sai ympyröidä kolme mielestään parasta vaihtoehtoa. Tällä kysymyksellä haluttiin tietää vastaajien koettua kokemusta IPA-laitteella sisään kirjautuessaan. Kuvan 3. taulukossa näkyy vastaajien koetut kokemukset. Vastaajista suurin osa eli 12 koki sisäänkirjautumisen helppona. Seuraavaksi eniten ääniä keräsivät sujuvuus ja nopeus, molemmat saivat kahdeksan ääntä vastaajilta. Kolmanneksi eniten vastaajat kokivat käytön uutena ja yhden mielestä IPA-laitteen käyttö oli myös turvallista.



Kuva 4. Vastaajien onnistuminen IPA-laitteella

Tämän jälkeen vastaajilta kysyttiin, missä asioissa he kokivat onnistuneensa IPA-laitteella. Kysymys oli avoin ja vastaajat saivat kertoa omin sanoin vastauksensa. Vastauksista sai kuitenkin neljä selkeää teemaa, jotka näkyvät kuvassa 4. Näitä olivat nopea ja helppo sisäänkirjautuminen, helppokäyttöinen sisäänkirjautuminen, sisäänkirjautuminen onnistui sekä sisäänkirjautuminen ei onnistunut. Enemmistö eli kahdeksan vastaajaa oli sitä mieltä, että onnistuivat nopeassa ja helppokäyttöisessä sisäänkirjautumisessa. Viisi vastasi onnistuneensa sisäänkirjautumisessa ja neljän mielestä onnistumista koettiin helppokäyttöisessä sisäänkirjautumisessa. Yksi vastaajista ei ollut onnistunut kirjautumaan IPA:lla itsenäisesti sisään vaan oli joutunut mennä perinteiseen vastaanottoon. Hän oli avannut vastaustaan, että epäonnistui maksamisvaiheessa IPA-laitteella.

Sitten vastaajat saivat puolestaan kertoa, millaisissa asioissa he kokivat hankaluuksia IPA-laitteella. Suuri osa eli 14 vastaajaa ei kokeneet minkäänlaisia hankaluuksia itsepalveluautomaatin käytössä. Viisi vastaajaa kertoi kokeneensa hankaluuksia, mutta vastauksissa ei noussut selkeää teemaa esille, sillä jokaisen vastaajan koettu hankaluus oli erilainen. Yksi koki hankaluutta maksun kanssa, toinen kosketusnäytön kanssa ja kolmas ei ollut ymmärtänyt ohjeita. Yksi vastaajista epäili tietosuojaa ja yksi vastaaja koki hankaluutena IPA:n käytön, sillä kokemus oli hänelle uusi.



Kuva 5. Väittämät IPA:sta

Seuraavaksi esitettiin väittämiä IPA-laitteesta ja vastaajien annettiin pisteyttää väittämät asteikolla 5-1, jossa arvosana viisi on täysin samaa mieltä ja yksi vastaavasti täysin eri mieltä. Vain yksi vastaajista oli antanut arvosanan yksi kaikille väittämille. Suurin osa eli 12 vastaajaa oli täysin samaa mieltä, että kokemus oli IPA:lla oli selkeää ja kuusi vastaajista oli samaa mieltä. Myös IPA:n loogisuus sai samat määrät vastaajilta. IPA:n vieraanvaraisuus toi hajontaa vastauksiin ja sai myös lisäksi neutraalin ei samaa eikä eri mieltä vastauksen neljältä vastaajalta. Yhdeksän vastaajaa oli täysin samaa mieltä ja viisi vastaajaa samaa mieltä IPA:n vieraanvaraisuudesta. Käyttämisen helppous sai kolmetoista täysin samaa mieltä olevaa vastaajaa ja viisi vastaajista oli helppoudesta samaa mieltä.

Väittämien jälkeen selvitettiin IPA-laitteen vieraanvaraisuutta. Vastaajilta kysyttiin, oliko IPA heidän mielestään vieraanvarainen. 52 % vastaajista piti itsepalveluautomaattia vieraanvaraisena. Perusteluja vieraanvaraisuudesta IPA:lle annettiin mm. siitä, että se tervehti nimellä, se kysyi henkilökohtaisia tietoja ja se oli niin henkilökohtainen, kuin automaatti vain pystyy olla. 31 % vastaajista puolestaan vastasi, että IPA-laite ei ollut henkilökohtainen. Perusteluina näille vastauksille tuli mm., ettei sen edes tarvitse olla henkilökohtainen, henkilökohtaista palvelua ei voi korvata ja että kone ei ollut henkilökohtainen, mutta host teki palvelusta henkilökohtaista. Kaksi vastaajaa ei ollut vastannut kysymykseen ollenkaan ja yksi vastaaja kertoi, ettei ymmärtänyt kysymystä.

Kyselyyn vastaajilta haluttiin myös mielipidettä, mikä voisi tehdä IPA-laitteen palvelusta henkilökohtaisempaa. Kuitenkin vastaajista lähes kaikki eli 84 % vastaajaa oli sitä mieltä, ettei itsepalveluautomaatin tarvitse olla henkilökohtaisempi palvelussa. Yhden mielestä oma osallistuminen prosessiin oli riittävän henkilökohtaista. Yksi toivoi, että IPA-laitteessa olisi ääni, kun taas puolestaan yksi vastaaja halusi seinät.

Seuraavana vastaajat saivat omin sanoin kertoa, mitkä kolme asiaa ovat heidän mielestään tärkeimpiä ominaisuuksia IPA-laitteille. Vastaajista viisi ei ollut vastannut kysymykseen lainkaan. Nopeuden oli vastannut 58 % prosenttia kaikista vastaajista. Seuraavaksi tärkeimpänä pidettiin helppoutta, jonka oli valinnut yh-

teensä 42 %. Tämän jälkeen kolmantena olivat selkeys ja sujuvuus, joista molemmat saivat 21 % vastauksia. Muita mainintoja tuli mm. varmuus, loogisuus, toimivuus, sijainti ja että kone osaisi ratkaista ongelmatilanteen itse.

Tämän jälkeen kysyttiin, kuinka IPA-laite onnistuu näissä tekijöissä tällä hetkellä. Myös tähän kysymykseen viisi vastaajaa oli jättänyt vastaamatta. Suurin osa eli 68 % vastaajista oli sitä mieltä, että IPA onnistuu hyvin näissä tekijöissä tällä hetkellä. Mainintoja tuli mm. siitä, ettei tarvinnut täytellä papereita, nopeuttaa sisäänkirjautumista ja antaa myös toisen vaihtoehdon. Vain yksi vastaaja oli sitä mieltä, ettei onnistu. Perusteluksi hän oli kertonut, että oli joutunut mennä perinteiseen vastaanottoon.

Viimeisenä kysymyksenä vastaajilta haluttiin tietää IPA-laitteen tulevaisuuden kehityksestä. Kysymyksenä esitettiin, mitä vastaajat toivoisivat voitavan IPA:lla tehdä. Suurin osa eli 63 % vastaajista ei toivonut mitään. 16 % vastaajista toivoi, että tulevaisuudessa IPA-laitteella voisi tehdä hotellin ravintoloihin pöytävarauksia. Vastaajista 11 % toivoi, että itsepalveluautomaatti osaisi kertoa enemmän hotellin palveluista, kuten esimerkiksi aamiaisajoista tai sauna-allasosastosta. Myös 11 % toivoi henkilökunnan läsnäoloa IPA-laitteista huolimatta.

5 Tulosten analysointi ja käyttöliittymän jatkokehittäminen

Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 19. Kaikki vastaajat ovat vapaa-ajan matkustajia, joka jättää työmatkustajien näkemykset sekä kehitystoiveet tutkimuksesta. IPA-laitteista on kuitenkin henkilökunnan näkökulmasta enemmän apua vapaa-ajan matkustajien ruuhkien purkamisessa verrattuna työmatkustajiin. Sokos Hotelleilla on käytössä puhelimeen ladattava sovellus S-card by Sokos Hotels, joka on tarkoitettu nimenomaan työmatkustajille ja tämä onkin heidän käytössään suosittu. Tästä syystä IPA-laitteet eivät välttämättä palvele työmatkustajia yhtä hyvin kuin vapaa-ajan matkustajia. Sovelluksella voi kuitenkin kirjautua sisään ja hakea huoneenavaimet sekä hoitaa maksut itsepalveluautomaatilta ruuhkassa.

Kyselyyn vastanneilta haluttiin saada näkemyksiä myös IPA-laitteiden kehityksen osalta tulevaisuudessa. Miten Sokos Hotelleissa voitaisiin kehittää itsepalvelua vieläkin paremmaksi tai voisiko asiakkaat mahdollisesti tulevaisuudessa tehdä näillä itsepalvelulaitteilla jotain muutakin pelkän huoneeseen sisäänkirjautumisen lisäksi. Vastaajat saivat viimeisessä kysymyksessä esittää toiveitaan. Myös IPA-laitteen vieraanvaraisuutta sekä empaattisuutta voi vastausten perusteella lisätä lähitulevaisuudessa automaattien toimintaan.

5.1 Havainnot käytettävyydestä sekä saatavuudesta

Kyselyyn vastanneista hieman yli puolella ei ollut aiempaa käyttökokemusta itsepalvelulaitteista. Vastaajilta kysyttiin myös IPA-laitteiden käytön helppoudesta sekä mahdollisen avun tarpeesta. Näihin kysymyksiin valtaosa oli sitä mieltä, etteivät kaipaa apua ja laitteen käyttäminen on helppoa. Myös onnistumisia koettiin IPA-laitteiden käytössä. Vastauksien perusteella voi todeta, että IPA-laitteen käyttöliittymän suunnittelussa on otettu huomioon Nielsenin (1994, päivitetty 2020) mainitsema huomiointi esimerkiksi käyttäjän aiemmasta taustasta eli laite on suunniteltu helpoksi myös ensikertalaisille. Avoimissa kommentteissa vastaajat olivat maininneet mm. loogisen etenemisjärjestyksen perusteina helppokäyttöisyydelle. Tämä tukee myös Nielsenin (1994, päivitetty 2020) teoriaa käyttökokemukseen.

Myös Filenius (2015) painottaa käytettävyyttä sekä saavutettavuutta ja IPA-laitteet ovatkin suunniteltu aulatiloihin siten, että ne ovat näkyvillä asiakkaille heti saapuessaan. Sokos Hotel Ilveksessä kaksi IPA-laitetta ovat pöytäversioita ja niille on osoitettu yläpuolella kyltti tekstillä ”Self-check in”, jotta asiakkaat näkevät ne helposti. Yksi laitteista on sijoitettu Lynx-baarin tiskin viereen, jotta esimerkiksi baarin tarjoilija voi helposti työnsä ohella avustaa asiakkaita sisäänkirjautumiseen. Yksi IPA-laitteista oli sijoitettuna alkuperin hotelliin tuovan pyöröoven viereen, mutta henkilökunta on todennut paikan olevan vaikeasti löydettävissä. Tästä syystä automaatti on siirretty Lynx-baarin lähetyvillä olevan automaatin vierelle. Tämä helpottaa myös aulassa työskentelevää IPA-hostia, kun laitteet ovat kahdessa paikkaa. Myöhemmin on vielä suunnitteilla oma pöytä myös näille kahdelle laitteelle.

Kyselyyn vastanneista yksi oli toivonut IPA-laitteelle ääntä. Vastaajan toive palvelisi myös mahdollisia näkövammaisia käyttäjiä hyvin, sillä tällä hetkellä laitteet eivät palvele heitä kuuro-sokealiiton kriteerien mukaisesti. Kuulovammaisia asiakkaita IPA-laitteet puolestaan palvelevat jopa paremmin kuin perinteinen vastaanotto, sillä asiakas voi lukea tarvitsemansa tiedot näytöltä. Itsepalveluautomaatille on haasteellista toteuttaa ääni, sillä laite käsittelee henkilötietoja ja tietosuojan tuomat kriteerit lisäävät haastavuutta. Tästä saadaankin hyvä kehityskohde, miten IPA-laitteille voitaisiin kehittää ääntä ilman tietosuojalain rikkomista.

5.2 Palvelumuotoilun hyötyjä

Nopeus, helppous ja sujuvuus olivat useammassa kyselyn vastauksissa teemana IPA-laitteiden käyttöön. Kuten Tuulaniemi (2011), Säynäjäkangas ym. (2021) sekä Schrer ym. (2015) mainitsevat, palvelumuotoilun avulla voidaan kehittää jo olemassa olevaa tuotetta tai palvelua tai kehitellä uusia innovaatioita. Sokos Hotelleissa onkin onnistuttu löytämään oikeanlainen tuote, joka palvelee niin asiakkaita kuin henkilökuntaa ruuhkissa – itsepalveluautomaatit eli tutummin IPA:t. Sokos Hotelleissa tarjotaan asiakkaalle vaihtoehtoja sisäänkirjautumiseen ja asiakas saa itse päättää, haluaako ruuhkassa jonottaa perinteiseen vastaanottoon, jossa saa palvelua vai vastaavasti hoitaa sisäänkirjautumisen nopeasti itse automaatilta. Tällöin asiakas voi myös niin sanotusti ohittaa vastaanotossa olevan jonon.

Kyselyn vastausten perusteella nopeus, helppous ja sujuvuus ovat tekijät, jotka luovat asiakkaalle arvoa itsepalveluautomaatin käytössä. Asiakkaat valitsivat samoista syistä itsepalveluautomaatin tavallisen vastaanoton sijaan, joten IPA-laitteet eivät ole pelkästään henkilökunnan näkökulmasta hyödyksi vaan myös asiakkaat arvostavat näitä. Itsepalveluautomaateista on myös tuloksellisesti apua, sillä kuten Scherer ym. (2015) mainitsee artikkelissaan itsepalvelun osallistavan asiakkaita aktiivisemmin ja lisää yrityksen tuottavuutta alentamalla samalla palvelukustannuksia. IPA-laitteet toimivatkin Sokos Hotelleissa lisäämällä tuottavuutta sekä alentamalla palvelukustannuksia. IPA-laitteet ovat myös kooltaan pieniä ja vähemmän tilaa vieviä kuin palvelutiski. Ilveksessä aulatilän pohjaratkaisu on haasteellinen isoille asiakasmäärille, joten aulaan ei mitenkään mahtuisi useita vastaanoton palvelutiskejä tai asiakasjonoa. Puolestaan IPA-laitteita on helppo sijoittaa aulan eri sisääntulopaikkojen lähetyville, ja ne toimivat hyvänä lisänä nopeuttamaan ruuhkissa.

Vastaajien eniten vastattu helppous vahvistaa myös sen, että Sokos Hotelleissa itsepalveluautomaattien kehittämisessä on ymmärretty ottaa huomioon digitaalisen palvelun suoriutuminen tehtävästään osana palvelukokemusta, kuten Filenius (2015) on sanonut. Sokos Hotellien asiakkaat voivat halutessaan hoitaa koko vierailunsa digitaalisesti, sillä varaukset ovat kätevä tehdä nettisivujen kautta tai puhelinsovelluksella ja sisään- ja uloskirjautumiset voi hoitaa itsepalveluautomaatilla helposti.

5.3 Empaattisuuden kokeminen itsepalvelussa

Vastausten perusteella enemmistö oli kokenut IPA:n olevan vieraanvarainen esimerkiksi siksi, että se osasi tervehtiä käyttäjää nimellä. Salo (2023) viittaa tekstissään esimerkiksi chatbottien käytössä käytettävän tekoälyä, jotta ne olisivat empaattisempia ja tervehtisivät asiakasta nimellä. Vastaajat mainitsivat myös, ettei se ole vieraanvarainen, muttei laitteen edes tarvitsi olla. Hanni-Vaara mainitsee videomateriaalissaan empatian olevan olennainen osa kaikissa vuorovaiikutustilanteissa niin digitaalisissa kuin ihmisen kautta tapahtuvissa, joten IPA-laitteen voi todeta olevan vieraanvarainen jonkin verran. Kyselyyn vastanneiden

mielipide sujuvasta ja helposti käytettävästä IPA-laitteesta kertoo myös empaattisesta asiakaskokemuksesta, sillä Hanni-Vaaran videomateriaaliin perustuen empaattinen digitaalinen asiakaskokemus rakentuu juuri näistä tekijöistä.

Kyselyyn vastanneet eivät kuitenkaan osanneet määrittää, mikä voisi tehdä IPA-laitteesta entistäkin vieraanvaraisemman, sillä valtaosan vastanneiden mielipiteistä oli, ettei sen tarvitsisi edes olla empaattinen. Moni vastaaja koki itsepalveluautomaatin olevan tällä hetkellä tarpeeksi vieraanvarainen. IPA-laite täyttää tehtävänsä olemalla aulassa tarjoamassa nopean ja sujuvan sisäänkirjautumisen vaihtoehtona, ja asiakkaat ovat tähän tyytyväisiä siltä osin, mitä se on tällä hetkellä. Empaattisuus teknologisessä kehityksessä on vielä kovin uutta, joten käyttäjät ja kyselyyn vastaajat eivät välttämättä osaa vielä ajatella, mihin kaikkeen kehitys on vielä menossa.

Salo (2023) viittaa myös tekstissään EU-alueella olevaan GDPR:ään henkilötietojen käsittelyn, tallennuksen, hyödyntämisen ja yhdistelyn osalta, jotta ne otetaan huomioon digitaalisten sovellusten käytössä. Kyselyn vastauksissa huoli tietoturvasta esiintyi. Yksi vastaaja epäili majoituskortin täytön osalta hänen tietojensa näkyvän muille aulassa oleville sekä yksi vastaaja toivoi kehityskohteena IPA-laitteelle seiniä, jotta palvelu olisi henkilökohtaisempaa. Seinät ehkä toisivat enemmän yksityisyyttä sekä suojaavat, mutta palvelulle empaattisuuden tai henkilökohtaisuuden osalta se ei niinkään toisi lisäarvoa. IPA-laitteissa on tummennettu näyttö, joten henkilötiedot eivät näy muille aulassa oleville. Jatkosuunnittelun osalta on kuitenkin tärkeää huomioida uusien mahdollisuuksien noudattavan GDPR:ää.

Schererin ym. (2015) kirjoittamasta artikkelista voidaan todeta, että itsepalvelu on nykypäivää ja tulee olemaan suuressa roolissa yhä enemmän myös tulevaisuudessa. Monet yritykset eri aloilla ovat ottaneet itsepalvelun käyttöönsä juuri lähes pakottamalla asiakkaansa haluamattaan itsepalvelun pariin ja unohtaneet asiakaskokemuksen kokonaan palveluiden tuotosta. Sokos Hotels-keijun hotelleissa on myös otettu itsepalveluautomaatit nopealla tahdilla käyttöön ja näiden käyttöä seurataan aktiivisesti. Itsepalvelun käyttöä pyritään lisäämään jatkuvasti sekä IPA-laitteita tulee käyttöön yhä enenevässä määrin hotelleihin. Opinnäyte-

työssä onkin tarkoituksena löytää asiakaskokemuksen kannalta merkittäviä kehitysideoita ja osallistaa asiakkaita löytämään heille merkityksellisiä ja arvoa tuovia asioita itsepalvelun osalta. Sokos Hotels-yrityksen arvoihin kuuluukin lause: ”Olemme asiakkaitamme varten”, joten he eivät halua itsepalvelussakaan unohtaa tätä tärkeää arvoa.

5.4 Toiveet sisäänkirjautumisen lisäksi

Vastaajat toivoivat IPA-laitteella jatkossa pystyttävän tehdä ravintolavarauksia hotellin ravintoloihin sekä mahdollisuutta tutustua hotellin muihin oheispalveluihin. Wong ym. (2025) viittaavat tekoälyn ja robottien toimivan menestyksenä hotelli- ja matkailualalla, sillä ne parantavat mm. palveluita. Tekoälyn lisääminen itsepalveluautomaatin toimintoon toisi mahdollisuudet myös asiakkaiden toiveiden toteuttamiseen, sillä laite voisi toimia sisäänkirjautumisen ohella chatbotin tavalla. Sisäänkirjautumisen jälkeen IPA-laitteen näytöllä voisi esittää kysymyksenä haluaako asiakas mahdollisesti varata pöytää hotellin ravintoloista tai tietää mahdollisesti muista palveluista. Vaiheessa on kuitenkin otettava huomioon jälleen Nielsenin (1994, päivitetty 2020) käytettävyyden teoria perustuen käyttäjän taustaan. Hotellin uusille vieraille tämä varmasti olisi hyvä ja tarpeellinen osio, mutta paljon hotellissa vierailevalle hotellin palvelut tulevat mieleen jo ulkomuistista ja todennäköisesti he ovat osanneet varata pöydänkin jo samassa yhteydessä, kun ovat varauksenkin tehneet.

Kyselyyn vastanneilla oli myös toiveena, että henkilökuntaa olisi saatavilla myös itsepalvelumahdollisuuden rinnalla. Wong ym. (2025) viittaa tekstissään myös samaan, etteivät kaikki asiakkaat halua tulla palvelluksi ilman henkilökunnan läsnäoloa. Asiakkaat haluavat, että heillä on edelleen mahdollisuus saada henkilökohtaista palvelua työntekijöiltä. Teknologia toimii hyvänä apuna henkilökunnan lisäksi, mutta ihmistä se ei vielä ainakaan lähitulevaisuudessa korvaa. Kyselyyn vastanneista yksi asiakas ei onnistunut kirjautumaan sisään IPA-laitteella vaan oli joutunut mennä vastaanottoon henkilön palveltavaksi. Tämä vahvistaa myös sitä, että koneillakin tulee virhetiloja, jolloin henkilökunnan läsnäolo on välttämätöntä, jotta apua on saatavilla helposti ja nopeasti. Myös ihmishenkilö pystyy sel-

vittämään vian, joka koneelle tuli sekä parantamaan laitteen toimintaa, jotta jatkossa samalta virheeltä välttyttäisiin. Asiakkaalle sujuvan palvelukokemuksen saa siten toteutettua.

Vastaajat toivat kyselyssä esille myös piirteitä, joilla IPA-laitteesta saisi vielä henkilökohtaisemman ja yhtenä toiveena oli mm. ääni. Osittain ääntä ei pysty toteuttamaan tietoturvasyistä, sillä sisäänkirjautumisessa tarvitsee täyttää omat henkilötiedot. Tekoälyn avulla itsepalveluautomaatille varmasti olisi mahdollisuus kehittää ääntä jättämällä tietoturvan piirissä olevat asiat hiljaisiksi. Esimerkiksi olisi mahdollista toteuttaa chatbotin tavoin toimivat asiat, kuten pöytävarausten tekeminen tai hotellin tietojen selailu ääntä hyödyntäen. Miksei IPA-laitteet voisi myös puhua aulassa ja pyytää asiakkaita äänellä kutsuen kirjautumaan sisään esimerkiksi lauseella: ”Tervetuloa, kovasti on ruuhkaa, mutta minulla voi myös kirjautua sisään!”. Kehityksen myötä IPA-laitteet voisivat muuttaa muotoaan roboteiksi, jotka toimivat ja liikkuvat aulassa. Tällöin myös IPA-hostin roolista voisi mahdollisesti luopua kokonaan, sillä automaattit pystyisivät itse mainostamaan itseään asiakkaille nopeampana ja sujuvampana sisäänkirjautumismahdollisuutena. Vastaavasti voisiko vastaanoton henkilökuntaa vähentää huomattavasti ja paikalla olisikin vain yksi vastaanottovirkailija ja hänen lisänään IPA-host, jotka antavat mahdollisuuden perinteiseen vastaanottoon sekä host avustamassa IPA-laitteiden kanssa.

5.5 Kehitysehdotuksia henkilökunnalta

Opinnäytetyössäni käyttämää kyselylomaketta varten pyysin apua myös Sokos Hotellien Digicoacheilta kuukausittain järjestettävässä Teams-palaverissa. Pidin heille pienen Workshop-tiimityön, jossa kysyin heidän ehdotuksiansa sekä ideoita, mitä IPA-laitteita käyttäviltä asiakkailta voisi kyselyssä kysyä. Pidin alkuun pienen esitelmän, mitä opinnäytetyöni tulee sisältämään, tärkeimmät tutkimuskysymykset sekä millaista apua tarvitsen. Tämän jälkeen työskentely jatkui Miro board-alustalla kysymysten parissa. Jokainen Digicoach sai kirjoittaa omia huomioita sekä mahdollisia kysymyksiä alustalle. Vastauksien avulla sain koottua asiakkaille kyselypohjan sekä esille nousi myös hyviä kehitysideoita henkilökunnan näkökulmasta.

Kaikkia kysymyksiä ei pystynyt ottaa kyselylomakkeeseen, mutta kehityksen sekä palvelumuotoilun näkökulmasta nämä ehdotukset ovat nousseet uudelleen esille tutkimustyön näkökulmasta. Esimerkiksi yhtenä kysymysehdotuksena oli ”Mitä ominaisuuksia toivoisit IPA:an, jotta sen käyttö olisi miellyttävää”. Kysymysmuoto vetoaa suoraan vastaajan tunteisiin, koettuun kokemukseen sekä arvon luontiin. Koivisto ym. (2021) viittaa tekstissään palvelun tuomaan arvoon asiakkaalle, joten tämän avulla olisi voitu saada asiakkaalta enemmän tietoa IPA:n käytettävyydestä sekä jatkokehityksenä muuttaa mahdollista käyttöliittymää paremmaksi käytettävyyden kannalta. Siten IPA-laitetta olisi voitu kehittää myös Nielsenin (1994, päivitetty 2020) käytettävyyden teoriaa tukevimmiksi.

Myös Digicoacheilla nousi kehitysehdotukseksi mahdollisuus pöytävarausten tekemiseen hotellin ravintoloihin IPA-laitteen avulla. Perusteluina tähän tuli, että asiakkaat ovat myös muissa Sokos Hotelleissa Ilveksen lisäksi esittäneet tätä toivetta. Lisäksi info hotellin muista palveluista IPA-laitteelle tuli ehdotuksena Digicoachien ryhmästä. Kyselyssä ei esitetty näitä kysymyksiä suoraan näillä kysymyksillä, sillä vastaajalta haluttiin saada mahdollisimman erilaisia ideoita ilman, että vastaajalle annettaisiin johdatusta mahdollisuuksiin.

Digicoacheille teetetyssä workshopissa nousi myös hyvä ehdotuskysymys kyselyä varten siitä, että kokisiko asiakas hotellin pohjakartan sekä huoneenvalintamahdollisuuden tärkeäksi itsepalveluautomaatilla sisään kirjauduttaessa. Usealla asiakkaalla on toiveita joko huoneen sijaintiin tai maisemiin. IPA-laitteella voisi avautua hotellin pohjapiirros huonekerroksesta, jossa asiakas voisi itse valita huoneensa sijainnin joko lähempänä tai kauempana hisseistä sekä maisemat valitsemaansa suuntaan vapaana sekä puhtaana olevista huoneista. Scherer ym. (2015) viittaavat artikkelissaan asiakkaiden olevan teknologian kehityksen sekä itsepalvelun myötä enemmän aktiivisia osallistujia palveluiden tarjonnassa. Puolestaan Hanni-Vaara painottaa videomateriaalissaan empaattisuuden olevan tärkeää kaikissa asiakkaan kohtaamisissa, myös digitaalisesti tapahtuvissa palvelutilanteissa. Sokos Hotel Ilveksessä tehdyssä kyselyssä vastaajista yksi koki IPA-laitteen palvelun empaattiseksi, sillä sai itse täyttää omat tietonsa. Digicoachien ehdottama pohjakartta toisi varmasti lisää empaattisuuden tunnetta,

sillä itsepalveluautomaatilla voitaisiin tarjota asiakkaan näkökulmasta vaihtoehtoja, joista hän saisi itse valita mieleisen sekä osallistua vieläkin enemmän prosessiin.

Kysymysehdotuksissa nousi esille myös kysymys: ”Mikä estää IPA-check inin tekemisen?”. Kysymys viittaa enemmän ongelmiin, joita voisi tulla vastaan sisäänkirjautumisessa ja hakee ehkä enemmän syitä henkilökunnan näkökulmasta kuin asiakkaan. IPA-laitteen käyttöä estävät esimerkiksi, jos asiakas on tehnyt useamman varauksen samalla varausnumerolla tai haluaa maksaa majoituksensa kokonaan tai osittain lahjakortilla. Nämä syyt ovat usein myös asiakkaalla itsellään tiedossa ja osaavat kertoa tämän IPA-hostina toimivalle. Scherer ym. (2015) kertovat artikkelissaan, että etenkin hotellipalveluissa itsepalvelun merkitys on alkanut näkyä tuottavana palveluvaihtoehtona. Siten näiden kohteiden kehitys olisi tärkeää, jotta yhä useammat varaukset voisivat toimia IPA-laitteilla ja luoda Sokos Hotelleille lisää mahdollisuuksia parantaa tuottavuutta itsepalvelussa sekä ennen kaikkea luoda asiakkaiden toivomaa sujuvuutta, nopeutta ja helppoutta heidän näkökulmastaan.

Pelkän sisäänkirjautumisen lisäksi IPA-laitteilla on mahdollista myös uloskirjautuminen. Sokos Hotel Ilveksessä tehty kysely koski vain sisäänkirjautumisen yhteydessä toivottaviin parannuksiin, sillä kyselyn ajankohta sijoittui 2023 syksylle. Tuolloin haluttiin keskittyä sisäänkirjautumisprosessiin Sokos Hotellien toimesta sekä pyrkiä saamaan itsepalveluautomaateille lisää suosiota. Hiljattain asiakkaiden huomio on keskittynyt myös mahdolliseen uloskirjautumiseen IPA-laitteella, ja palautetta on tullut Ilveksen vastaanottoon, kun itsepalveluautomaatilla ei ole pystynyt maksamaan esimerkiksi minibar-ostoksia tai ravintolasta huonelaskuun siirrettyjä ostoksia. Esimerkiksi Ilveksen kokoisessa suuressa hotellissa IPA-laitteista on suuri hyöty sisäänkirjautumisessa, joten uloskirjautumisen maksuominaisuus kasvattaisi automaattien hyötyä vielä lisää, sillä uloskirjautuminen ruuhkautuu usein juuri huonelaskulla olevien maksettavien ostosten vuoksi. Schererin ym. (2015) artikkeliin viitaten IPA-laitteiden maksuominaisuus uloskirjautumisvaiheessa toimisi tuottavuuden näkökulmasta hyvänä lisänä ruuhkassa. Asiakkailla on usein kiire poistua hotellista ja siten nopea vaihtoehto vastaanottoon jonotuksen sijaan olisi hoitaa maksut itsepalveluautomaatilla. Asiakkaiden oppiessa käyttämään itsepalvelua tehokkaasti voisi tulevaisuudessa myös sunnuntain

ruuhka-ajasta vähentää yhden työntekijän, mikä lisää myös tuottavuutta. Työntekijää voisi myös roolittaa enemmän check out-hostin rooliinkin, jonka tehtävänä olisi ohjata sekä neuvoa asiakkaita uloskirjautumisessa joko IPA-laitteille tai vastaanottoon maksamaan tai vastaavasti jättämään avaimia jo maksetuista huoneista hänelle.

Henkilökunnan ehdotuksissa nousi esille myös mahdollinen viestin lähettäminen vastaanottoon, jossa asiakas voisi mainita esimerkiksi pysäköinnin tarpeesta huonelaskulle. Tällä hetkellä hotelleissa pysäköinti on hotellikohtaisesti eri pysäköintifirmojen kautta toteutettu, joten teknisesti pysäköinnin maksaminen IPA-laitteella on mahdotonta. Tekniikan kehittyessä tulevaisuudessa tämä varmasti on mahdollista. Tietynlainen viestin lähetys IPA-laitteelta vastaanottoon voisi olla toteutuskelpoinen idea jo nyt, mutta tämä ei toisi asiakkaalle palvelukokemuksen osalta mitään lisäarvoa, kuten Koivisto ym. (2021) tekstissään viittaavat arvon luontiin. Usealla on puhelimessaan sähköposti käytössä, joka tavoittaa vastaanoton yhtä nopeasti, kuin IPA-laitteella viestin lähettämisen ominaisuus. Tekoälyn avulla IPA-laitteille voisi kehittää chatbot-tyylistä apuosiota, jossa asiakas voisi kysellä tietoa lisäpalveluista kuten pysäköinnistä. Mikäli pysäköinti olisi hotellin omistuksessa, miksei myös IPA-laitteelle voisi lisätä myös pysäköintiautomaattia maksujen hallinnan osalta ja ehkäpä kehityksen myötä itsepalveluautomaatit voisivat myös alkaa tekemään muutakin lisämyyntiä esimerkiksi huoneluokan korotuksia, huonelahjoja ja huoneaamiaista.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä oli, miten Sokos Hotel Ilveksen IPA-laitteita voitaisiin kehittää asiakasystävällisimmäksi. Tavoitteena oli löytää vastauksia digitalisaation sekä sen tuomien mahdollisuuksien kautta tekemällä kyselytutkimus Sokos Hotel Ilveksen asiakkaille, jotka käyttivät sisäänkirjautumiseen IPA-laitteita tavallisen vastaanoton sijaan. Vastaajilta haluttiin tietoa myös kokemastaan palvelupolusta sekä kuinka empaattisena ja vieraanvaraisena he ovat kokeneet palvelupolun.

Tutkimusaineisto kerättiin kyselyllä, johon vastasi yhteensä 19 vastaajaa. Aineisto kerättiin syksyllä 2023 syyslomaviikkojen aikaan. Otos on pieni, mutta vastaajat ovat eri ikäryhmistä ja kaikilla on myös erilainen tausta aikaisemmasta käyttökokemuksesta, mikä lisää tulosten luotettavuutta. Vastaukset toimivat hyvin suuntaa antavina kehityskohteina. Vastaajat olivat vapaa-ajan matkustajia, jotka lukeutuvat Sokos Hotel Ilveksen suurimpaan asiakasryhmään IPA-laitteiden käytössä. Vastaukset siis kuvaavat hyvin Ilveksen asiakkaiden yleistä mielipidettä. Vastauksissa näkyy myös valtaosan olevan yhtenäisesti samaa mieltä ja näistä nouseekin paljon trendejä esille, kuten esimerkiksi teemoina sujuvuus, helppous ja nopeus.

Kyselyn ajankohta sekä keräystapa olivat toimeksiantajan valitsemat, joten tämä vaikutti osaltaan kyselyn vastausten määrään sekä kysymyksiin. Kysely toteutettiin paperisena versiona, jota jaettiin asiakkaille mukaan huoneeseen vastattaviksi sekä pyydettiin heitä toimittamaan vastauslomake vastaanottoon myöhemmin oleskelun aikana. Jaettava paperilomake varmasti vaikutti vastausmäärien vähyyteen osaltaan, sillä nykyisen digitaalisen kehityksen myötä ihmiset eivät viitsi ottaa kynäpaperi tehtäviä vastaan tai jaksaa sellaisia täyttää sekä palauttaa. He kokevat, että tästä on liikaa vaivaa. Kyselyn olisi voinut toteuttaa nykyaikaisemmassa muodossa hyödyntäen QR-koodia ja luoda kyselyn suoraan verkossa, jolloin asiakkaat olisivat voineet nopeasti vastata kyselyyn omalla mobiililaitteellaan, kun itselle sopii. Tämä olisi helpottanut myös opinnäytetyön tekoa, sillä olisin säästänyt itsekin aikaa sekä vaivaa, kun vastaukset olisivat olleet suoraan analysoitavassa datamuodossa ilman manuaalista syöttämävaihetta.

Tutkimustyö toi esille useita kehitysideoita Sokos Hotellien itsepalveluautomaattien palvelun parantamiseksi. Kyselyn vastauksissa IPA-hostin rooli koettiin tuovan lisäarvoa sekä vieraanvaraisuutta itsepalveluautomaatin käyttöön, joten Original Sokos Hotel Ilveksessä hostin rooliin on alettu kiinnittämään huomiota enenevässä määrin. Myös saavutettavuuteen on kiinnitetty huomiota Ilveksessä, sillä hotellin aulatila ja IPA-laitteiden sijainti otettiin paremmin huomioon. Saavutettavuutta ei ollut aikaisemmin osattu edes ajatella itsepalvelulaitteiden näkökulmasta, mutta tutkimustyön myötä tätä on ajateltu enemmän ja laitteiden paikka aulassa on parempi aiempaan verrattuna.

Tutkimustyö toi lisäksi esille kehitettäviä kohteita IPA-laitteiden käyttöliittymän jatkokkehitykseen, joten myös Sokos Hotellien digitaalisen kehityksen tiimi pystyy hyödyntämään opinnäytetyötä kehityksessä. Itsepalveluautomaatteja on Ilveksen lisäksi muissa Sokos Hotelleissa, joten mahdolliset kehityksen myötä tulevat muutokset hyödyttävät kaikkia hotelleja sekä niitä käyttäviä asiakkaita. Kyselyyn vastanneet asiakkaat toivat esille useita toiveita, jotka koskevat IPA-laitteiden kehittämistä yhä paremmiksi palvelun osalta. Näiden avulla myös itsepalvelun käytön suosiota voitaisiin nostaa Sokos Hotelleissa.

Opinnäytetyöstä on ollut itselle paljon hyötyä, sillä työ itsessään on kannustanut vahvistamaan omaa rooliani Digicoachina sekä IPA-hostina. Tutkimustyön teoria osuus on avannut paljon mielenkiintoisia aiheita sekä mahdollisuuksia, ja tutkimustyössä niitä on päässyt yhdistämään käytännöntyöhön. Hyvä esimerkki on saavutettavuus sekä käytettävyys, joista ei ollut aiemmin niin paljon tietoa, mutta työn ansiosta näitä osaa huomioida paremmin. Aiemmin IPA-hostin rooli oli itselkin haasteellinen ja Ilveksen vastaanotossa sitä suorastaan pelättiin. Tutkimustyötä tehdessä pääsi paremmin seuraamaan asiakkaiden näkökulmasta IPA-laitteiden käyttöä ja huomaamaan sen tuomaa arvoakin. Toisaalta digitaalisen kehitystyiimin näkökulma IPA-laitteiden hyödyistä on avautunut paremmin teorian osalta, sillä nyt näiden merkitystä ymmärtää paremmin. Tekoäly on mielenkiintoinen aihe itsessään ja tutkimustyöstä mielenkiintoisen teki se, kuinka aihetta pystyi yhdistämään omaan työhön ja tekemiseen sekä asiakaspalveluun. Tulevaisuudessa olisi hienoa päästä kehittämään lisää myös omia taitoja sekä osamista aiheen parissa.

Tekoäly on vasta melko uusi ilmiö eikä sitä ole vielä kovin paljon hyödynnetty esimerkiksi hotelli- ja matkailualalla. Opinnäytetyön teon myötä heräsi lisää mielenkiintoa aiheeseen sekä kuinka tekoälyä voisi hyödyntää yhä enemmän hotellialalla sekä itsepalvelussa. Empaattisuus teknologisissa palveluissa on myös mielenkiintoa herättävä aihe, sillä jo pienillä asioilla palvelua voidaan parantaa tuomaan enemmän arvoa asiakkaalle digitaalisissa kosketuspisteissä. Tutkimustyö toi paljon lisää kysymyksiä tulevaisuudesta, mutta myös ideoita, kuinka digitaalisia palveluita voi kehittää yhä paremmiksi hotellialalla. Tulevaisuudessa hotellikokemus voi olla digitalisaation sekä tekoälyn myötä hyvin erilainen, mitä se on tällä hetkellä.

LÄHTEET

Aluehallintovirasto. Digipalvelulain vaatimukset. Verkkosivu. Viitattu 17.12.2024 <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/>

Digi- ja väestötietovirasto. Digitalisaation heikot uhkat ja vahvat mahdollisuudet. Verkkosivu. Viitattu 15.1.2025 <https://dvv.fi/-/digitalisaation-heikot-uhkat-ja-vahvat-mahdollisuudet>

Euroopan Unioni. Verkkosivu. Viitattu 24.2.2025 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX%3A32016L2102>

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

Koivisto, M. Säynäjäkangas J. & Forsberg, S. 2021. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent Oy. Alma Nettiversio.

Lapland University of Applied Sciences. Hanni-Vaara, P. Empathy in Digital Tourism Encountering. Videomateriaali. Viitattu 27.1.2025 <https://www.youtube.com/watch?v=pt-ltr-yo&t=12s>

Lindh, M. 2023. Saavutettavuus on yhtä kuin omaehtoinen elämä. Viitattu 25.8.2023 <https://research.tuni.fi/taccu/blog/saavutettavuus-on-yhta-kuin-omaehtoinen-elama/>

Miettinen, S. Ryttilahti, P. Vuontijärvi, H-R. Kuure, E. & Rontti, S. 2014. Experience Design in Digital Services. Viitattu 18.7.2023 <file:///C:/Users/OMIS-TAJA/Downloads/53-236-1-PB.pdf>

Nielsen, J. 1994. Päivitetty 2024. 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Viitattu 25.8.2023 <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Salo, I. Luova tekoäly mullistaa kaiken - ChatGPT näyttää tietä. 2023. Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy ja tekijä. Nettiversio

Scherer, A. Wunderlich, N. von Wangenheim, F. March 2015. The Value Of Self-Service: Long -Term Effects Of Technology-Based Self-Service Usage On Customer Retention. Verkkosivu. Viitattu 27.8.2024 <https://web-p-ebsohost-com.libproxy.tuni.fi/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=46d9fa8a-7273-4810-ada3-2c6eb0c30bc5%40redis>

Sokos Hotels- ketjun sisäinen materiaali, julkaisematon lähde

Tietopolitiikka. 2024. Käsikirja tekoälystä päätöksentekijöille. Verkkojulkaisu. Viitattu 1.2.2025 https://tietopolitiikka.fi/wp-content/uploads/2024/09/Kasikirja-tekoalysta-paatoksentekijoille-LUONNOS-16.9.2024.pdf?utm_source=chatgpt.com

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum Media Oy. Nettiversio

Wong, I. Zhang, T. Lin, Z. Peng, Q. Hotel AI service: Are employees still needed? 2023. Elsevier. Verkkosivu. Viitattu 2.2.2025 <https://www-sciencedirect-com.libproxy.tuni.fi/science/article/pii/S1447677023000724>

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake itsepalveluautomaatin käytöstä

SOKOS  HOTELS

 Tampere University
of Applied Sciences

Kysely IPA-itsepalveluautomaatin kehitykseen

Kysely liittyy Tampereen ammattikorkeakoulussa tehtävään Palveluliiketoiminnan johtamisen (restonomi yamk) tutkinto-ohjelman opinnäytetyöhön. Tarkoituksena on kehittää IPA-automaatteja asiakasystävällisimmiksi. Yksittäiset vastaajat eivät ole tunnistettavissa aineistosta. Aineistoa käytetään vain tähän opinnäytetyöhön ja itsepalveluautomaattien kehittämiseen.

Taustatiedot

Ikä? _____

Matkan tarkoitus?

Miten usein olet käyttänyt itsepalveluautomaatteja, missä?

Millaista apua toivoisit saavasi IPA:n kanssa?

Miksi valitsit mieluummin IPA:n tai vastaanoton sisäänkirjautuessasi, perustele valintasi. _____

Valitse vaihtoehdoista

Valitse seuraavista vaihtoehdoista **3 tärkeintä** tekijää ympyröimällä.

Miksi valitsit IPA:n sisäänkirjautumiseen?

- Helppous
- Nopeus
- Sujuvuus
- Olen käyttänyt IPAa ennenkin
- Jännittävää
- Uuden kokeileminen

- Vähemmän jonoa
- IPA-hostin kannustamana
- Henkilökohtaisuus
- Turvallisuus
- IPA:n sijainti
- Samaan seurueeseen kuuluvan kannustus

Millaisena koit käyttökokemuksen?

- Helppona
 - Vaikeana
 - Nopeana
 - Sujuvana
 - Jännittävänä
 - Uutena
 - Henkilökohtaisena
 - Turvallisena
 - Jonain muuna, millaisena?
-

Käyttökokemus

Missä asioissa koit onnistuneesi IPA:lla?

Missä asioissa koit hankaluuksia IPA:lla?

Kuinka arvioisit seuraavia väittämiä IPA:sta asteikolla 1-5, jossa arvo 1 on täysin eri mieltä ja 5 täysin samaa mieltä.

Käyttäminen oli helppoa	1	2	3	4	5
IPA oli vieraanvarainen	1	2	3	4	5
Eteneminen oli loogista	1	2	3	4	5
Kokemus oli selkeää	1	2	3	4	5

Kehittäminen

Oliko IPA-automaatin palvelu henkilökohtaista, Kyllä / Ei ? Perustele vastauksesi.

Mikä tekisi IPA:n palvelusta mielestäsi henkilökohtaisempaa?

Kehittyminen jatkossa

Mitkä ovat mielestäsi 3 tärkeintä ominaisuutta IPA:lle?

Miten IPA onnistuu näissä asioissa tällä hetkellä?

Mitä toivoisit IPA:lla voitavan tehdä tulevaisuudessa?

Kiitos antamistasi vastauksista