



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

# Uuden markkinatutkijan perehdyttämisopas

Kemppainen Taneli

2016 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Uuden markkinatutkijan perehdyttämisopas  
Yritys X

Kemppainen Taneli  
Liiketalous P2P  
Opinnäytetyö  
Joulukuu, 2016

Kemppainen Taneli

### Uuden markkinatutkijan perehdyttämisopas

Vuosi	2016	Sivumäärä	46
-------	------	-----------	----

---

Opinnäytetyön aiheena on perehdyttämisoppaan toteuttaminen yritys X:lle. Yritykseltä puuttui selkeää ja yhtenäistä perehdyttämisopasta, joka voitaisiin jakaa jokaiselle uudelle markkinatutkijalle hänen perehdyttämiskäytäntönsä. Tavoitteena oli toteuttaa yhtenäinen perehdyttämisopas, joka sisältää uudelle markkinatutkijalle tärkeät asiat työn aloittamisessa ja siinä menestymisessä.

Työn teoriapohja perustuu perehdyttämiseen liittyvien asioiden ympärille. Opinnäytetyössä käsitellään perehdyttämisen suunnitteluun ja sisältöön liittyviä elementtejä sekä käydään läpi yleisimpiä perehdyttämisen tavoitteita teoreettisesta näkökulmasta katsottuna.

Perehdyttämisoppaan sisällön suunnitteluun kysyttiin yritys X:n työntekijöiltä toiveita ja mielipiteitä kyselylomakkeen avulla. Lisäksi lopulliseen sisältöön ja perehdyttämisoppaan muotoon kysyttiin korjausehdotuksia yritys X:n kenttätoiminnan johtajalta ja aluepäälliköltä.

Opinnäytetyön lopputuloksena valmistui tavoitteiden mukainen perehdyttämisopas yritys X:n käyttöön. Perehdyttämisopas luovutettiin opinnäytetyön valmistuttua yritys X:n kenttätoiminnan johtajalle. Lopputulokseen ollaan tyytyväisiä toimeksiantajan puolelta ja se tullaan ottamaan käyttöön uuden markkinatutkijan perehdyttämisessä.

Kemppainen Taneli

**An orientation guide for new market researcher**

Year	2016	Pages	46
------	------	-------	----

---

The aim of this thesis was to create an orientation guide for company X as they did not have a clear and unified orientation guide for orientating new employees. The goal of this thesis was to achieve a unified orientation guide which would include all the necessary things that a new employee needs in his/her job.

The theoretical part of the thesis is based on orientation-related literature. The thesis includes basic elements involved in planning orientation and its contents. The common goals of the orientation are also explained from a theoretical point of view.

The requirements and opinions of company X employees on the orientation guide were canvassed through a questionnaire during the planning. In addition some suggestions concerning the orientation guide were also obtained from company X director and a team leader.

The outcome of the thesis was an orientation guide which achieved its goals. The commissioner was pleased with the end result of this thesis and they will start using it as a part of their new employees initiation period.



## Sisällys

1	Johdanto .....	6
1.1	Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet .....	6
1.2	Dokumentointisuunnitelma.....	7
2	Yritys X .....	8
2.1	Historia ja tulevaisuus .....	8
2.2	Markkinatutkija .....	9
3	Perehdytyksen suunnittelu .....	9
3.1	Perehdytyksen keskeisimmät asiat.....	10
3.2	Perehdyttämistavat .....	11
4	Perehdytyksen tavoitteet ja sisältö.....	12
4.1	Työntekijän tavoitteet.....	13
4.2	Organisaation tavoitteet .....	13
4.3	Perehdytyksen sisältö .....	14
5	Perehdyttämisosas .....	15
5.1	Prosessin läpivienti .....	15
5.2	Kyselylomake .....	17
5.3	Yhteistyö.....	18
6	Perehdyttämisosas sisältö .....	18
6.1	Vastausten analysointi .....	19
6.2	Palaute .....	20
7	Johtopäätökset.....	21
	Lähteet.....	22
	Liitteet .....	23

## 1 Johdanto

Perehdyttämistä tarvitaan uuden työn ja työympäristön kohdatessa uusi työntekijä. Perehdyttäminen tarkoittaa uuden työn alussa tapahtuvaa uuden työntekijän valmentamista ja kouluttamista (Kupias & Peltola 2009, 9). Yritys X:n nykyinen perehdytysjakso kestää muutamasta päivästä ja yhteen viikkoon. Kyseessä on lyhyt aika, jonka aikana on tarkoitus tehokkaasti opettaa uudelle markkinatutkijalle työssä vaadittavat käytänteet ja toimintatavat. Perehdyttämisosas tulee tukemaan tätä perehdytysjaksoa tuomalla uudelle markkinatutkijalle apuvälineen itsenäiseen työhön perehtymiseen.

Opinnäytetyö ja sen sisältämä perehdyttämisosas on tehty Yritys X:lle. Yrityksellä ei entuudestaan ollut yhtenäistä perehdytys suunnitelmaa tai perehdyttämisosasta, joten opinnäytetyölle oli selkeä tarve. Opinnäytetyön tavoitteena on luoda perehdytysosas uusille markkinatutkijoille, jota voidaan tulevaisuudessa käyttää uusien markkinatutkijoiden perehdyttämisessä. Perehdytysoppaan avulla uusi markkinatutkija saa tukea perehdytysjaksoonsa tutustumalla omatoimisesti oppaan sisältöön. Yrityksen kannalta toimiva perehdytysosas sisältää selvityksen työntekijän ensimmäisestä päivästä aina työvälineen käyttöohjeisiin. Markkinatutkijan työ on pääsääntöisesti itsenäistä työtä, joten perehdyttämisosaan on tarkoitus valmentaa uutta markkinatutkijaa tulevaan työhönsä opastamalla häntä käytännön asioilla ja vinkeillä.

### 1.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyön on tarkoitus tuoda yritykselle perehdyttämisosas, jota voidaan käyttää sellaisenaan uuden markkinatutkijan perehdyttämisessä ja perehdytyksen suunnittelussa. Teoriaosuuksien on tarkoitus tukea tehtyjä valintoja siitä mitä perehdyttämisosas sisältää ja mikä takia.

Yrityksellä ei ole entuudestaan varsinaista perehdyttämisosasta, vaan työhön liittyvät ja siihen sisältyvät tiedot ovat osissa, eikä niitä ole organisoitu perehdyttämiseen sopivalla tavalla. Tästä syystä jokainen uusi markkinatutkija voi saada hieman erilaisen perehdytyksen työhön, joka voi vaikeuttaa heidän yhteistyötään kentällä työskentelyssä. Opinnäytetyön on tarkoitus tuoda yritykselle selkeä perehdyttämisosas, jonka avulla voidaan uusi markkinatutkija perehdyttää työhönsä tehokkaasti ja suunnitellusti. Suunnitellun perehdyttämisen avulla voidaan kaikki tulevat markkinatutkijat perehdyttää saman kaavan kautta ja varmistetaan siitä, että jokainen uusi aloittava markkinatutkija saa saman kattavan perehdytyksen työhönsä.

Perehdytystyö on perinteisesti ollut aluepäällikön vastuulla. Hän on muutamasta päivästä kokonaiseen viikkoon tehnyt töitä perehdytettävän kanssa ja opastanut tätä uuteen työhön.

Opinnäytetyön tarkoitus on myös opastaa perehdyttäjää tiedostamaan omaa rooliaan ja hänen vastuutaan perehdyttämisessä. Pääsääntöisesti opinnäytetyön perehdyttämisopas on kuitenkin tarkoitettu uudelle markkinatutkijalle, jolla ei alasta ole välttämättä vielä minkäänlaista kuvaa. Tarkoituksena on, että perehdyttämisopas sisältää kaikki tarvittavat tiedot markkinatutkijan työkuvasta ja hänen roolistaan yrityksessä. Tarvittaessa esimies auttaa aina kysymyksissä, mutta kun perusasiat ovat selvillä on myös helpompi lähestyä esimiestä työhön liittyvissä asioissa.

Perehdyttämisoppaan ajatuksena on, että se toimii pitkälle uuden markkinatutkijan tukena. Useimpiin kysymyksiin ja mieltä askarruttaviin asioihin löytyvät vastaukset perehdyttämisoppaasta, jolloin näiden asioiden kanssa ei tunne olevansa yksin. Uusia asioita ja uutta opetettavaa tulee aina uuden työsuhteen alussa paljon. Perehdyttämisopas toimii uuden markkinatutkijan henkilökohtaisena tiedonlähteenä. Uuden työntekijän ei tarvitse näin heti alkuun tietää kaikkea, vaan hän voi perehdyttämisoppaasta opiskella omatoimisesti asioita ja kysyä jatkokysymyksiä jos hänelle jää jotain epäselväksi.

## 1.2 Dokumentointisuunnitelma

Toimiva yhteistyö toimeksiantajan kanssa oli ratkaisevassa roolissa perehdyttämisoppaan onnistumisen kannalta. Yhteydenpito suoritettiin pääasiallisesti sähköpostien ja puhelujen välityksellä. Dokumentoinnin näkökulmasta oli ratkaisevaa, että kaikki vaihdetut sähköpostiviestit säilytettiin ja niitä voitiin tarkastella myöhemmin. Jokainen projekti on erilainen ja dokumentaation tulee olla tarkoituksenmukaista projektin kannalta. (Thomsett 2010, 173). Säilytettyjen sähköpostiviestien tarkoituksena oli helpottaa sovittujen asioiden seuraamista ja loppujen lopuksi verrata projektin toteutumista. Aktiivisen sähköpostiviestittelyn ansioista sain koko projektin ajan tietoa siitä, eteneekö projekti oikeaan suuntaan ja minkälaisia ehdotuksia oppaaseen tulee toimeksiantajan puolelta.

Dokumentoinnin tarkoituksena opinnäytetyössä oli kerätä sähköpostiviestien avulla perusta siitä, että keskusteluja on käyty minun ja toimeksiantajan välillä. Puhelinkeskustelujen dokumentointi jäi muistiinpanojen omaiseksi, siitä syystä, että keskustelut saattoivat kestää kymmeniä minutteja eikä ole mielekästä dokumentoida koko keskustelua, vaan poimia keskustelun tärkeimmät ja merkittävimmät asiat muistiin. Puhelinkeskustelujen sisältö oli sähköpostiviestien sisällön kaltaista ja keskustelut painottuivat suoritettujen asioiden palautteeseen ja parannusehdotuksiin.

Dokumentoidut sähköpostiviestit tukevat kappaleen kuusi sisältöä, jossa esitellään prosessin läpiviemi. Tarkoituksena on, että lukija pystyy näkemään, kuinka projekti on edennyt ja kuinka olen ollut vuorovaikutuksessa toimeksiantajan kanssa projektin eri vaiheissa. Lähetete-

tyistä sähköpostiviesteistä lukija pystyy näkemään toimeksiantajan palautteita ja ehdotuksia perehdyttämispöytäkirjaan sisältöön. Lisäksi erilaiset kommentit projektin eri vaiheista on luettavissa kyseisessä kappaleessa.

Perehdytysopas oli projekti, jonka toteutin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Kommenttien ja palautteen kerääminen ja niiden dokumentoiminen tuki omaa tekemistäni, sekä helpotti toimeksiantajaa auttamalla tiedostamaan missä vaiheessa projekti etenee ja minkälainen lopputulos on odotettavissa.

## 2 Yritys X

Yritys X on yksityinen yritys, joka on perustettu vuonna 200X. Yrityksen liikeidea on tarjota päivittäistavarakaupoille ja tavarantoimittajille erilaisia ratkaisuja kyseisellä alalla. Yrityksen päätoimipaikka Suomessa sijaitsee pääkaupunkiseudulla ja työllistää yli 200 alan ammattilaista. Näistä 200 työntekijästä noin 85 työskentelee Yritys X:n puolella. Tällä hetkellä yrityksen muiden toimistojen maantieteelliset sijainnit ovat Yhdysvalloissa ja Meksikossa. Yritys X konsernin liikevaihto vuoden 2016 tilikaudella on noin 6,5 miljoonaa.

### 2.1 Historia ja tulevaisuus

Yritys X perustettiin osaksi Yritys X konsernia liiketoimintakaupan myötä vuonna 201X, jolloin se osti tiedonkeruuliiketoiminnan Yritys Y:ltä. Tiedonkeruun historia ylettyy kuitenkin vuosia pidemmälle ennen kuin nykyinen Yritys X on perustettu. Vuonna 200X kansainvälinen markkinatutkimus Yritys A ulkoisti tiedonkeruuliiketoimintansa myynninedistämiseen erikoistuneelle Yritys Z:lle. Tämän liiketoimintakaupan yhteydessä Yritys Z:lle siirtyi Yritys A:lta noin 50 markkinatutkijaa. Vuonna 200X Yritys P:hen kuulunut Yritys B osti Yritys Z:n liiketoiminnan ja samalla tiedonkeruu eriytettiin omaksi liiketoimintayksikökseen. Näiden monien vaiheiden jälkeen toimintaa jatkettiin aina vuoden 201X loppuun asti, kunnes tammikuussa vuonna 201X Yritys X perustettiin.

Yritys X:n toimialana ovat markkinatutkimukset. Yrityksen toiminta on levittäytynyt laajasti kattamaan koko Suomen. Lähitulevaisuudessa on suunniteltu kartoittaa mahdollisuuksia laajentua yli Suomen rajojen muualle Eurooppaan, sekä Baltian maihin. Kyseiset laajentumisen mahdollisuudet koskettavat Yritys X:ää, sillä Yritys X konserni toimii jo Yhdysvalloissa, Virossa, sekä osassa Eurooppaa.

## 2.2 Markkinatutkija

Markkinatutkijan työ on itsenäistä työtä, jota suoritetaan yhteistyökumppaneiden päivittäistavarakaupoissa. Työ on käytännönläheistä ja vaatii tekijältään tarkkuutta sekä hyvää peruskuntaa. Markkinatutkija saapuu myymälään suorittamaan hänelle annettua tutkimusta, jonka hän käy ilmoittamassa kauppiaille, myymäläpäällikölle tai henkilökunnan edustajalle. Tutkimus voi olla lajiltaan esimerkiksi laaja hintatutkimus, facing-tutkimus tai koritutkimus. Markkinatutkijan työväline on opticon-lukija jonka avulla myymälässä sijaitsevien tuotteiden hinnat ja tutkimuksessa vaaditut tiedot kerätään. Työ perustuu luottamukseen työnantajan ja työntekijän välille, koska markkinatutkija toimii usein tutkimuksia tehdessään yksin ja vastaa omasta työn jäljestään.

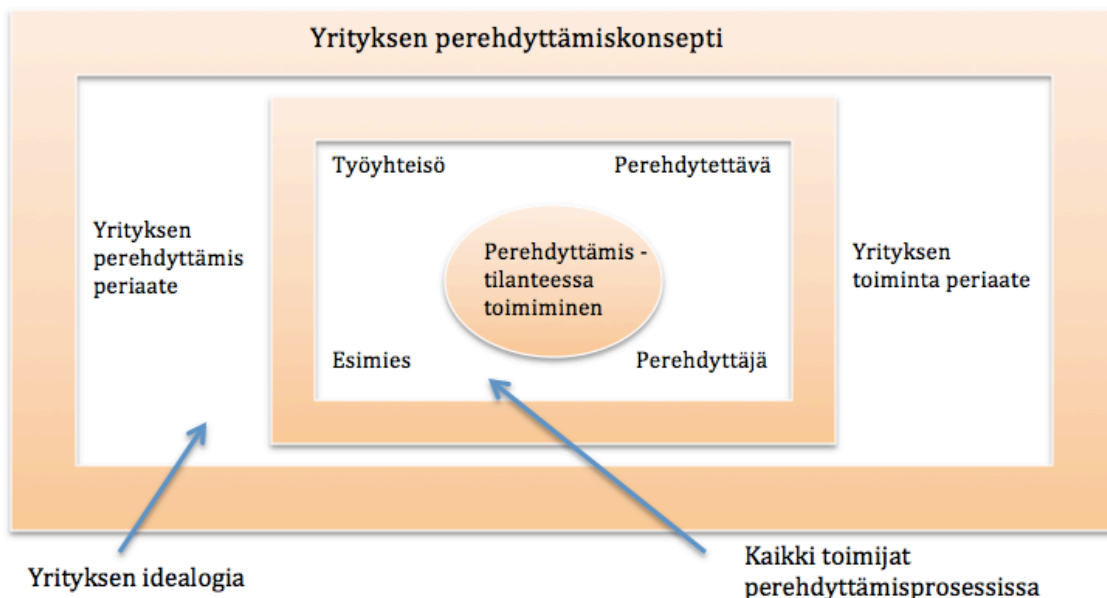
Luottamuksen rakentaminen on ihmissuhdetyön ja työnohjausprosessin perusta (Ruutu & Salmimies 2015, 73). Itsenäisessä työskentelyssä tämä korostuu, koska työnantajan on pystyttävä luottamaan siihen, että työntekijä hallitsee työssä vaadittavat osa-alueet ja on kykeneväinen itsenäiseen työskentelyyn. Perehdyttämisoppaan on tarkoitus luoda myös pohjaa uuden markkinatutkijan itsenäiselle työskentelylle. Luottamuksen ollessa luja, ei aikaa tarvitse tuhlaata työnantajan puolelta jatkuvaan työntekijän työn vahtimiseen ja erinäisten asioiden varmisteluun. (Ruutu & Salmimies 2015, 73).

## 3 Perehdytyksen suunnittelu

Perehdytystyö on tilanteeseen mukautumista ja sitä suunniteltaessa tulee ottaa huomioon yksilön valmiudet ottaa oppia vastaan. Se suunnitellaan ja toteutetaan yksilön tarpeiden mukaisesti. Perehdytyksen suunnitelman punainen lanka ja keskeinen asia voi olla sama, mutta sitä tulee soveltaa aina tapauskohtaisesti. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2)

Suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon koko perehdyttämisprosessi ja sen sisältämät alueet kokonaisuudessaan. Hyvin suunniteltu kokonaisuus helpottaa suunnitelmassa pysymistä. Perehdyttäminen voidaan aloittaa jo rekrytointivaiheessa kertomalla haastateltavalle työnhakijalle yrityksestä sekä organisaatiosta ja tällä tavoin valmistella häntä tulevaan. Rekrytointi- ja perehdyttämisprosessia tuleekin tarkastella yhtenä kokonaisuutena. Haastattelussa annetut tiedot auttavat myös perehdyttäjää tiedostamaan omat työtehtävänsä perehdyttämisvaiheessa. Suunnitelmaan voidaan sisällyttää selkeä polku siitä, miten perehdytys viedään läpi, missä ajassa ja mitä tavoitteita sille asetetaan. Tätä suunnitelmaa varten on tärkeää tarjota perehdyttäjälle apuvälineet ja verkostot, jotta hänen ei tarvitse toimia yksin. Yrityksissä toimivat henkilöstöammattilaiset voivat auttaa perehdyttäjää paljon tarjoamalla hänelle tarvittavat tukityökalut ja rakenteet perehdyttämisprosessin onnistumiselle. Näitä apuvälineitä voivat olla muun muassa perehdyttämistä helpottavat materiaalit, muistilistat, jatkuvasti päivitettyt

yrityksen sisäiset tietopankit ja perehdyttäjille valmistetut valmennukset ja koulutukset. Tarkoituksena on pitää suunnitelma perehdytyksestä selkeänä ja realistisena tavoitteineen. (Kupias & Peltola 2009, 72-73.)



Kuva 1: Yrityksen perehdyttämiskonsepti. (Kupias & Peltola 2009, 111.)

### 3.1 Perehdytyksen keskeisimmät asiat

Perehdytystä suunniteltaessa tulee tiedostaa tärkeimmät asiat, jotka tulee kertoa ja opettaa uudelle työntekijälle ensimmäisenä. Mistä ja miten perehdytysjakso alkaa ja mihin se päättyy. Mitkä ovat organisaation, yrityksen ja työn kannalta tärkeimmät asiat jotka täytyy kertoa uudelle työntekijälle ensimmäisenä. Näihin asioihin varautumalla perehdyttäminen voidaan aloittaa suunnitellun ja tavoitteiden mukaisesti. Tavoitteena yrityksillä on osaamisen lisääminen ja sen kehittäminen. Yrityksien menestyksen merkittävänä tekijänä on pystyä kehittämään osaamista kilpailijoitaan nopeammin. (Helsilä 2002, 77.) Hyvin suunniteltu ja organisoitu perehdytys luo pohjaa tämän tavoitteen saavuttamiseksi. Tärkeimpien asioiden käsittely perehdytyksen alussa varmistaa, että työntekijä ymmärtää alusta alkaen selkeästi oman vastuunsa työntekijänä ja työn kuvansa. Tarjoamalla työntekijälle työhön vaadittavat tiedot annetaan heille myös välineet työn suorittamiseen. Näin toimimalla työnantajan on helppompaa arvioida työntekijöiden suoriutumista ja antaa rakentavaa palautetta jatkossa. (Bogardus 2004, 199.)

Uusi työntekijä tarjoaa myös vanhoille työntekijöille mahdollisuuden tarkastella omaa työkentelytapaansa ja tehokkuuttaan. Perehdyttämistä suunniteltaessa on tärkeää hyödyntää käytössä olevia resursseja. Vanhat työntekijät, jotka hallitsevat omat työtehtävänsä rutiinilla voivat tarjota korvaamatonta tietoa kuinka uuden työntekijän perehdytystä voitaisiin paran-

taa. Kuinka he kokivat oman perehdytyksensä ja tuleeko heillä mieleen jotain parannusehdotuksia. Yrityksen pelisäännöistä keskusteltaessa vanhat työntekijät voivat vaikuttaa merkittävästi siihen mitä uudelle työntekijälle pelisäännöistä olisi hyvä kertoa heti alussa. Uusi työntekijä toimii alussa ulkopuolisena tarkkailijana siitä syystä, että yrityksen toimintatavat ja mallit voivat olla hänelle täysin vieraita. Tätä mahdollisuutta voidaan hyödyntää perehdytyksen suunnitteluvaiheessa. Mitä uusi työntekijä voi tuoda organisaatiolle tarkastelemalla toimintaa kolmantena osapuolena turvallisessa ympäristössä? Vanhojen toimintatapojen ja käytäntöjen havaitseminen voi olla hankalaa huomata organisaation sisältä. (Kupias & Peltola 2009, 77.)

Perehdytystä suunniteltaessa huomioon tulee ottaa, että työyhteisöön on tulossa uusi tekijä jonka toimintatavoista ei välttämättä ole entuudestaan kokemusta. Kaikkiin asioihin ei voi valmistautua täysin, mutta juuri tästä syystä asioihin tulee suhtautua avoimesti ja realistisesti. Kaikki työntekijät ovat yksilöitä ja heidän toimintatapansa poikkeavat yksilötasolla toisistaan. Suunnittelussa tulisi miettiä, kuinka voidaan perehdytyksessä ottaa huomioon yksilön omat valmiudet sisäistää tarvittavat asiat ja kuinka nopeasti hän pystyy sen tekemään. Perehdytyksen aikataulun tulee tästä syystä olla joustava ja tarvittavaa lisäperehdytystä tulee tarjota, jos työntekijä kokee sen tarpeelliseksi. Kyseiset oppimistavat ovat erilaisia eri yksilöillä. Perehdyttäjän vastuulla on muokata tarpeen mukaan omaa perehdyttämistyyliään ja ymmärtää, että kaikki eivät välttämättä toimi ja opi samalla tavalla. Suunnittelu vaiheessa perehdyttäjän on tärkeä perehtyä eri oppimistyyliin ja valmistaa itseään tiedostamalla ne. Perehdytettävä voi oppia parhaiten visuaalisesti, jolloin hänen tarvitsee nähdä fyysisesti eri toimenpiteet esimerkiksi kuvien muodossa. Vastaavasti hän voi oppia parhaiten auditiivisesti, eli kuuloaistin perusteella esimerkiksi toimia kuulo-oppilaana jolloin perehdyttäjä käy käsiteltävät asiat puheen muodossa läpi ja perehdytettävä kuuntelee. Kolmas vaihtoehto on kineettinen oppimismuoto, jolloin perehdytettävä itse pääsee suorittamaan työtehtäviään fyysisesti jolloin eri toimenpiteet ja työvaiheet tallentuvat lihaskuistiin. (Kupias & Peltola 2009, 77).

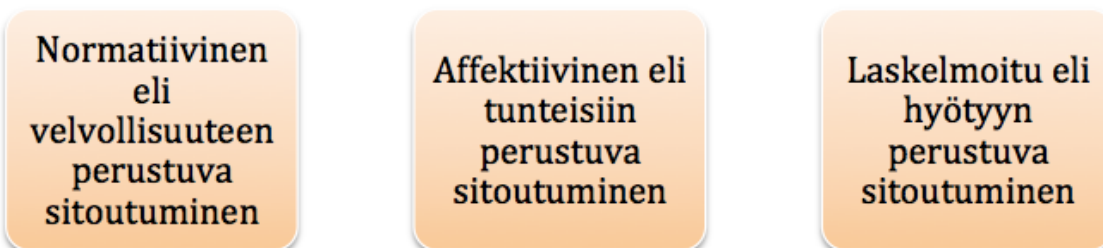
### 3.2 Perehdyttämistavat

Perinteinen perehdyttämisen tapa on ollut pitkään behavioristinen tapa, jossa perehdyttäjä jakaa tietoa ja perehdytettävä ottaa opin vastaan. Kyseisessä tavassa ei yleensä oteta huomioon yksilön valmiutta oppia vaan keskitytään opetuksen suunnitteluun ja tavoitteiden määrittelyyn. Behavioristisen perehdyttämisen tyylissä on kyseessä enemmän kouluttaminen kuin opettaminen. Tätä näkemystä on arvosteltu paljon, mutta se ei ole täysin väärässäkään. Kyseisessä tavassa rajataan oppiminen kapealle ja keskitytään itse kouluttamiseen. Humanistinen suuntaus perehdytykseen tarjoaa päinvastaisen asetelman behavioristiseen tapaan. Kyseisessä tavassa korostetaan yksilön valmiutta oppia ja arvostetaan oppimiskokemusta. Tärkeinä elementteinä humanistisessa suuntauksessa on yksilön henkilökohtainen motivaatio ja siitä

huolehtiminen, tarpeet ja keskittyminen hyvinvointiin ja itsetuntoon. Perehdytysprosessi voidaan luoda henkilölähtöiseksi, eikä niinkään vain osaksi perehdyttämiskoneistoa. Toinen henkilölähtöinen perehdyttämistapa on kognitiivinen oppimisenäkemyks. Tässä tavassa keskitytään muistin ja ajattelun merkitykseen osana oppimisprosessia. Perehdyttäjä on kiinnostunut perehdytettävän havainto- ja ongelmanratkaisukyvyistä ja siitä kuinka opittu asia on ymmärretty. Edellä mainitut tavat ja näkemykset ovat tärkeitä tiedostaa perehdytysprosessia suunniteltaessa. Usein nämä eri tavat ja näkemykset lähtevät perehdyttäjältä itsestään ja omista tavoista toimia, mutta on hyvä tiedostaa, että muitakin vaihtoehtoja on olemassa ja valmistaa itseään siihen, että aina oma opittu tapa toimia ei ole välttämättä parhain tapa toimia. (Kjelin & Kuusisto 2003, 40-41.)

#### 4 Perehdytyksen tavoitteet ja sisältö

Uuden työntekijän perehdyttäminen on aikaa vievää ja kuluttavaa organisaation ja yrityksen näkökulmasta. Se vie resursseja pois muualta ja sitoo henkilöstöä omista työtehtävistään. Tärkein tavoite perehdytyksessä on saattaa uusi työntekijä yrityksen toiminnan sisälle ja opettaa hänelle tarvittavat asiat, jotta hän voi selviytyä omasta roolistaan tuottavana ja tehokkaana osana yrityksen toimintaa. Yrityksen toiminnan kannalta on tärkeää, että perehdyttämispöcessia ei jouduta toistamaan useasti. Tästä syystä on yrityksen näkökulmasta katsottuna tärkeää, että pystytään sitouttamaan yksilö yritykseen ja organisaation pitkäksi aikaa. Työntekijä voi kokea henkilökohtaiset sitoutumisensa syyt monella eri tavalla. Sitoutumisen syitä voivat olla muun muassa velvollisuuteen perustuva sitoutuminen, tunteisiin perustuva sitoutuminen ja hyötyyn perustuva sitoutuminen. Velvollisuuteen perustuva sitoutuminen voi tarkoittaa sitä, kun työntekijä kokee oman työpanoksensa olevan niin merkittävä, että hänen lähtönsä haittaisi yrityksen toimintaa. Tunteisiin perustuva sitoutuminen on voimakkain sitoutuminen. Tällöin työntekijän henkilökohtaiset arvot ja tavoitteet kohtaavat työnantajan kanssa, jolloin syntyy vahva side heidän välilleen. Hyötyyn perustuva sitoutuminen lähtee työntekijän omasta näkökulmasta. Ne voivat olla esimerkiksi työpaikan edut, jotka houkuttelevat työntekijää jäämään ja sitoutumaan yritykseen.



Kuva 2: Työntekijän kokema sitoutuminen. (Kjelin & Kuusisto 2003, 27.)



Hyvistä työntekijöistä ja osaaajista on aina ollut kilpailua ja tämä kilpailu on jatkuvasti kiihtymässä. Hyvä työntekijä, joka omaa hyvän koulutustaustan on usein päättävä osapuoli suhteessa, jossa päätetään työpaikasta. Tässä kilpailussa menestyvät usein ne organisaatiot jotka tiedostavat kilpailutilanteen ja ovat valmiita panostamaan henkilöstöön ja ottamaan työntekijät vastaan yksilöinä, eikä vain osina organisaation koneistoa. Yksilöllisyys ja sen arvostaminen ovat yksi keskeisimpiä asioita nykyajan työmarkkinoilla. Enää ei tunneta niin vahvaa lojaalisuuden tarvetta yritystä kohtaan vaan lojaalisuutta itseään, omaa hyvinvointia ja asiakkaita kohtaan. (Kjelin & Kuusisto 2003, 23-27.)

#### 4.1 Työntekijän tavoitteet

Tavoitteiden asettamisella on huomattu, että työntekijä suoriutuu työtehtävistään paremmin, kun on asetettu selkeät ja täsmälliset tavoitteet, jotka ovat haastavuudeltaan riittävät. Liian alhaiset tai helpot tavoitteet eivät saa työntekijää motivoitumaan työhönsä ja usein työn tulokset jäävät alhaisiksi tästä syystä. Perehdyttämisvaiheessa tavoitteet voivat olla alkuun yleistasolla muun muassa työn nopeuttamista ja sen helpottamista, työturvallisuuden huomiointia, realistisen kuvan muodostamista työstä ja työviihtyvyyden lisäämistä. Näiden perustavoitteiden jälkeen voidaan itse työlle asettaa riittävän haasteelliset tavoitteet, joiden saavutettavuus on realistisella tasolla uudelle työntekijälle. Työntekijälle voidaan asettaa esimerkiksi jokin tietty myyntitavoite, johon hän pyrkii tietyssä ajassa. Tavoitteiden tarkoituksena on motivoida työntekijää ja helpottaa häntä ymmärtämään minkälaisia tavoitteita koko organisaatio pyrkii saavuttamaan. Suotavaa on myös, että uusi työntekijä pääsee itse vaikuttamaan tavoitteidensa asettamiseen. Työntekijä itse vastaa omasta työstään ja tiedostaa parhaiten millä tasolla hänen oppimisensa on perehdyttämisvaiheessa ja sen edetessä. Henkilökohtaiset tavoitteet kumpuavat henkilöstä itsestään ja sisäinen motivaatio toimii näiden tavoitteiden saavuttamisessa vahvana tukena. Tavoitteiden asettaminen tulee käydä esimiehen kanssa lävitse ja yhdessä pohtia realistinen tavoiteasetelma. (Kjelin & Kuusisto 2003, 215.)

#### 4.2 Organisaation tavoitteet

Organisaatiot tarvitsevat oppivia yksilöitä, jotta ne voivat oppia ja kehittyä. Oppiminen ja kehittyminen organisaatiossa tapahtuu suunnitellusti tai sattumalta, mutta oppimista tapahtuu jatkuvasti. Tämä vaatii kuitenkin henkilöitä jotka toimivat hyvin yhdessä ja erikseen organisaation sisällä. Rekrytointivaiheessa on tärkeää pystyä erottamaan ne henkilöt, joilla on kyky ja potentiaali tuoda organisaatioon jotain annettavaa sekä ovat kykeneväisiä tuomaan oppia ja mahdollisesti uusia toimintatapoja ja näkökulmia organisaatioon. Tavoitteena on löytää parhaat mahdolliset työntekijät tukemaan organisaation toimintaa ja niille asetettuja tavoitteita. (Kjelin & Kuusisto 2003, 28-29.)

### 4.3 Perehdytyksen sisältö

Perehdytyksen keskeinen sisältö rakentuu tavoitteen ympärille, joka on uuden työntekijän opettaminen ja tutustuttaminen yritykseen, alaan ja uusiin työtehtäviin. Oman työpaikkansa tunteminen on tärkeää heti ensi päivästä lähtien. Mikä on uuden työpaikan toiminta-ajatus, millä alalla toimii ja mikä on liikeidea. Näiden asioiden selvittäminen uudelle työntekijälle voi olla ratkaisevaa hänen oppimisensa kannalta. Perehdyttämisessä voidaan puhua yritykseen ja työyhteisöön perehdyttämisestä, kun esitellään uudelle työntekijälle työpaikan toimintatapoja ja toimintaperiaatteita. Samalla selvitetään miksi työpaikalla asiat tehdään juuri näin. Toimintamallit ovat usein syvälle juurtuneita oppeja työyhteisöissä ja näille toimintamalleille on omat syynsä. Uuden työntekijän oppimisen kannalta ajateltuna on perehdyttämisessä otettava huomioon vanhan tiedon opettaminen, jotta työntekijä voi kehittyä ja jakaa mahdollisia parannusehdotuksia. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2.)

Uuden työntekijän sopeutuminen työyhteisöön on perehdyttämistyössä yksi keskeisimpiä asioita. Perehdytettävän on tarkoitus perehdyttämisyksikön aikana oppia tuntemaan hänen työtoverinsa, työyhteisönsä ja esimiehet. Asiakkaiden tunteminen kuuluu myös tähän perehdyttämisen piiriin. Tutustumalla työyhteisöön eli työtovereiden ja esimiehiin, pyritään tarjoamaan perehdytettävälle apuvälineet tiedonhankintaan ja tarjoamaan verkostoa siihen mistä löytyy vastaukset työhön liittyviin kysymyksiin. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2.)

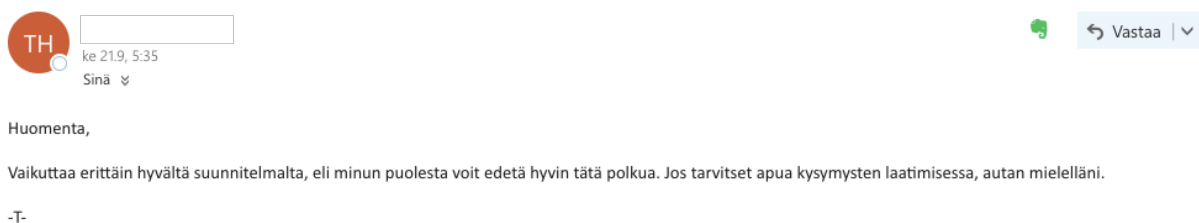
Perehdytettävälle eli uudelle työntekijälle tulee tehdä selväksi hänen omat tulevat työtehtävänsä ja pitää huoli siitä, että hän tiedostaa häneltä odotettavat asiat ja omat vastuut. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2). Oman roolin tiedostaminen uudessa työpaikassa ja työtehtävässä on tärkeää, jotta pystyy tiedostamaan oman paikkansa ja omat työtehtävänsä uudessa organisaatiossa. Työntekijän roolin hahmottamisella tarkoitetaan hänen asemaansa muihin työntekijöihin. Mitä kyseinen rooli häneltä työntekijänä edellyttää muihin nähden ja mitä odotuksia hänelle on asetettu. Työntekijän roolin löytäminen rekrytointivaiheessa on vaikea ennakoita, mutta perehdyttämistilanteessa on tärkeää tunnistaa työntekijöiden valmiudet ja pystyä asettamaan heidät omaan rooliinsa organisaatiossa. (Kjelin & Kuusisto 2003, 81-82.) Oman roolin tiedostaminen organisaatiossa on niin ikään tärkeää oman hyvinvointinsa kannalta. Moni negatiivinen asia kuten loppuun palaminen, ahdistus ja sitoutumattomuus organisaatioon ovat usein yhdistetty ongelmaan jossa työntekijä on epätietoinen omasta roolistaan organisaatiossa. (Johnson 2009, 213.)

## 5 Perehdyttämisopas

Aiheen valinta lähti ajatuksesta ja huomiosta siihen, että varsinaista perehdyttämissuunnitelmaa tai perehdyttämisopasta ei yrityksessä ole. Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda toimiva perehdyttämisopas, johon on koottu kaikki tärkeimmät asiat, jonka aloittavan markkinatutkijan tulee työstä tietää. Oppaan on myös tarkoitus tukea perehdyttämisjaksoa, jonka avulla työntekijä voi omatoimisesti perehtyä ja opiskella asioita. Lähtökohtaisesti opas tulee yrityksen käyttöön sellaisenaan, joten opinnäytetyölle oli selkeä tarve.

### 5.1 Prosessin läpivienti

Opinnäytetyön aihe lähti omasta aloitteesta ja ehdotuksesta toimeksiantajalle. Keskustelun päätteeksi lopputuloksena oli, että uudelle markkinatutkijalle tarvitaan perehdyttämisopas jonka opinnäytetyöntekijä voi toteuttaa. Suunnitelmaan sisältyi kyselylomakkeen luominen, jonka avulla kartoitettiin pitkään markkinatutkimuksia tehneiden työntekijöiden ajatuksia ja ideoita perehdyttämisoppaan sisällöstä. Lisäksi keskusteluja käytiin Yritys X:n kenttätoiminnan johtajan ja yritys X:n aluepäällikön kanssa.



Kuva 3: Suunnitelman hyväksyminen.

Perehdyttämisoppaan ja opinnäytetyön suunnittelu ja toteutus alkoivat aikataulun luomisella. Perinteisin tapa lähestyä projektin suunnittelua on purkaa projektin osa-alueet osiin ja sisällyttää ne aikataulu suunnitelmaan. (Maylor 2010, 131). Aikataulun avulla nähtiin mitä asioita opinnäytetyöhön ja perehdyttämisoppaaseen tarvitaan ja missä järjestyksessä ne ovat mielekkäintä toteuttaa. Lopullinen aikataulutus rakentui opinnäytetyön viitekehyksen ja perehdyttämisoppaan sisällön ympärille. Suunnittelussa ajassa oli tarkoitus toteuttaa teoria osuudet liittyen perehdytyksen keskeisimpiin sisältöihin, sekä toteuttaa kyselylomake.

Hei,

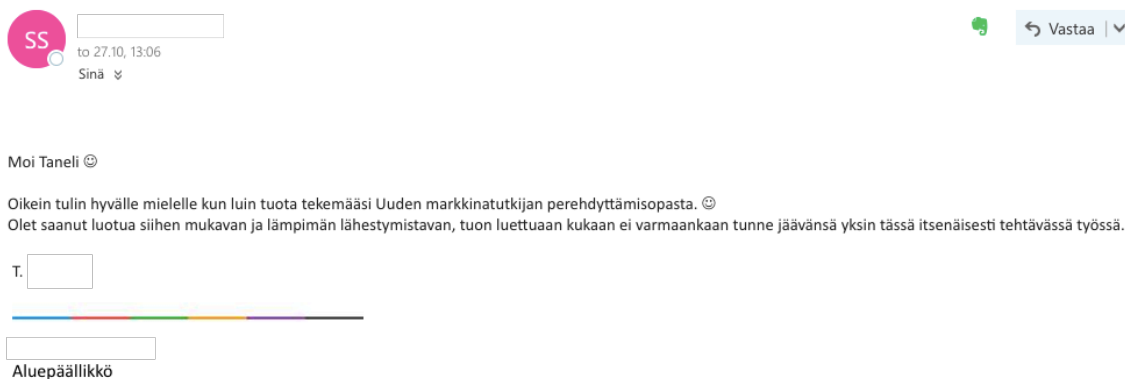
Tässä opinnäytetyön alustava aikataulu. Miltä tämä vaikuttaa?

	Viikko
<b>Teorian keruu</b>	38-41
<b>Kyselylomakkeen suunnittelu/lähetys</b>	39-40
<b>Kyselylomakkeen vastausten analysointi</b>	41-42
<b>Perehdytysoppaan teko</b>	41-43
<b>Perehdytysoppaan viimeistely</b>	44-45
<b>Opinnäytetyö/perehdytysopas valmis</b>	48-49

-Taneli

Kuva 4: Aikataulun hyväksyttäminen.

Opinnäytetyön suunnittelussa kävin läpi mahdolliset riskitekijät ja kuinka kyseiset riskitekijät voidaan sulkea pois. Perehdyttämisoppaan sisällön merkittävin riski oli sen tavoitteen saavuttaminen ja aikataulussa pysyminen. Opinnäytetyön ja sen tuottaman perehdyttämisoppaan tarkoituksena ja tavoitteena oli tulla yritykselle käyttöön oikeana perehdyttämisoppaan. Tästä syystä perehdyttämisoppaan sisällön ja ulkonäön tuli olla toimeksiantajan toiveiden mukainen. Perehdyttämisoppaan sisältöä koskevaa riskitekijää pyrittiin pienentämään ja poistamaan kokonaan jatkuvalla yhteydenpidolla toimeksiantajaan sekä suunnittelemani kyselylomakkeella. (Pelin 2011, 224).



Kuva 5: Palaute perehdytysoppaasta.

Toimeksiantajan eli yritys X:n johdon ja opinnäytetyöntekijän välillä käytiin useita keskusteluja puhelimitse, kasvokkain ja sähköpostin välityksellä. Viikoittaisen yhteydenpidon avulla toimeksiantaja ja opinnäytetyöntekijä pysyivät ajan tasalla siitä mitä opinnäytetyön heidän mielestään tulisi sisältää ja mitä odotuksia opinnäytetyöntekijää kohtaan asetettiin. Käytyjen keskustelujen aihe painottui perehdyttämisoppaan sisältöön ja siihen mitä seikkojen sen tulee ehdottomasti sisältää ja mitä jätetään opinnäytetyöntekijän oman harkinnan varaan. Perehdyttämisopasta muokattiin toimeksiantajan palautteen mukaisesti kolme kertaa, jonka seurauksena valmistui lopullinen perehdyttämisopas.

Moro,

Ja sori, en ehtinyt lupauksista huolimatta aiemmin tähän palata.

Joka tapauksessa opas (versio 1.) näyttää jo tuollaisenaan hyvältä eikä asiavirheitä ole.

Muutama ehdotus kuitenkin;

- 1.) työssä jaksaminen & työhyvinvointi on kaikille tärkeitä asioita. Siitä(kin) johtuen voisit tästä asiasta tehdä ihan oman osion, 1-2 sivua, jossa todetaan ensin työn fyysisyys, annetaan pientä vinkkiä venyttelyyn jne. (ihan niin kuin olet jo tehnytkin), sekä mainitaan se että yritys tukee työntekijöiden liikuntaa liikunta/kulttuuriseteleillä pari kertaa vuodessa.
- 2.) Liitän tähän mukaan vanhan Opticon ohjeen. Poimi sieltä uuteen oppaaseen ainakin maininta HelpDesk palvelusta josta löytyy myös  yhteystiedot.
- 3.) Harkitse: voisiko opas alkaa hyvin lyhyellä yhden sivun mittaisella esittelyllä,

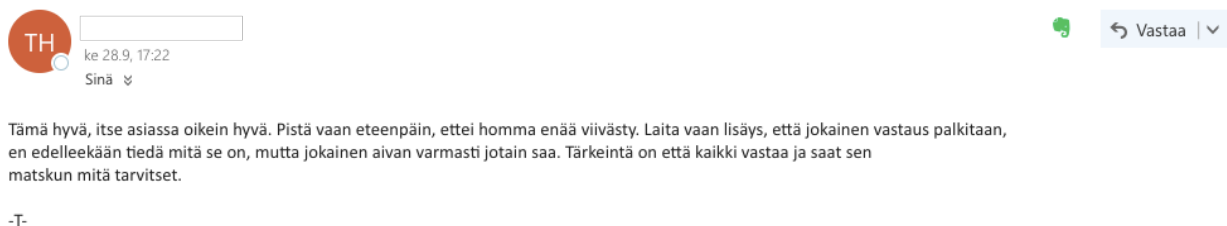
-T-

Kuva 6: Korjausehdotuksia oppaaseen.

## 5.2 Kyselylomake

Kyselylomakkeen luominen tapahtui opinnäytetyöntekijän oman suunnitelman pohjalta. Toeutin opinnäytetyössä käytetyn kyselyn kvantitatiivisella eli laadullisella tutkimusmenetelmällä. Tutkimusmenetelmällä tutkitaan merkityksiä jotka ovat sosiaalisia ja ihmisten välisiä. Tavoitteena on saada selville ihmisten omat kuvaukset ja mielipiteet tutkitusta asiasta. Nämä kuvaukset oletettavasti sisältävät asioita jotka ihmiset kokevat olevan tärkeitä itselleen. Laadullisella tutkimusmenetelmällä toteutettu tutkimus sisältää kysymyksen siitä, mitä tutkimuksessa tutkitaan. Tämä tilanne asettaa tutkimuksen tekijän miettimään tutkitaanko käsityksiin vai kokemuksiin liittyviä asioita. (Vilcka 2005, 97). Ensimmäinen versio kyselylomakkeesta toimitettiin Yritys X:n kenttätöiminnasta vastaavalle henkilölle, jonka ehdotusten ja korjausten jälkeen valmis kyselylomake lähetettiin kuudelle markkinatutkijalle ja kahdelle aluepäällikölle. Kyselylomakkeen toimittamisesta haastattelun kohteille vastasi yritys X:n aluepäällikö. Yhteistyössä aluepäällikön kanssa rajasimme vastaajat vankan kokemuksen omaaviin ja pitkään töissä olleisiin markkinatutkijoihin. Kyselylomakkeen toimittaminen tapahtui sähköpostin välityksellä. Sähköpostiviestin yhteyteen opinnäytetyöntekijä oli suunnitellut saatekirjeen, jonka tarkoituksena oli avata haastatteluun valituille henkilöille syyt kyselylle ja mihin

kyselyn tuloksia käytetään. Saatekirjeessä painotettiin erityisesti sitä, että kysely suoritetaan anonymisti. Tämän tarkoituksena oli tarjota työntekijöille mahdollisuus mahdollisimman rehelliseen vastausten antamiseen. Vastausaikaa annettiin yksi viikko ja osallistuneille oli luvattu yrityksen johdon valitsema palkinto vaivannäöstä. Yhteensä kyselylomakkeeseen vastasi kahdeksan Yritys X:n työntekijää. Kyseisen kyselylomakkeen pohjalta opinnäytetyöntekijä sai luotua pohjan perehdyttämisoppaan sisällölle.



Kuva 7: Kyselomakkeen hyväksyminen.

### 5.3 Yhteistyö

Perehdyttämisoppaan tueksi oli käytössä Yritys X:n matkustus- ja yleiset säännöt. Näiden sääntöjen sisällyttäminen perehdyttämisoppaaseen oli tärkeää, jotta uusi markkinatutkija saa kokonaiskuvan siitä mikä kuuluu hänelle ja millä perusteilla. Lisäksi yhteisten pelisääntöjen tarkoituksena on kertoa uudelle markkinatutkijalle työyhteisön sovittuja toimintatapoja ja periaatteita. (Furman & Ahola & Hirvihuhta 2004, 7). Opticon-info osuuteen tulleet kuvat ja materiaalit toteutin itse. Apua sain tarvittaessa Yritys X:n helpdeskistä, eli neuvonnasta. Opticon-info osio on tärkeä apuväline uudelle markkinatutkijalle. Osion avulla uusi markkinatutkija voi tutustua opticon-laitteeseen rauhassa ja perehtyä sen lukuisiin ominaisuuksiin.

## 6 Perehdyttämisoppaan sisältö

Perehdyttämisoppaan sisältöön vaikutti suuresti omakohtainen kokemukseni työntekijänä yritys X:ssä. Työssä onnistuminen ja työssä jaksaminen osiot ovat pitkälti omiin kokemuksiini perustuvaa tietoa. Yrityksen tavoitteena on, että jokainen markkinatutkija noudattaa sen asettamaa linjausta siitä minkälainen on yritys X:n markkinatutkija. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi uusi markkinatutkija tarvitsee neuvontaa ja perehdytystä siitä, mitä yritys häneltä työntekijänä odottaa. Työssä onnistuminen osion tarkoituksena on kertoa työntekijälle käytännön ohjeita ja neuvoja siitä, kuinka työssä tulee toimia. Näiden käytännön ohjeiden tarkoitus on auttaa uutta työntekijää valmistautumaan ensimmäiseen kohtaamiseen yhteistyökumppaneiden kanssa. Ajatuksena on myös rohkaista uutta työntekijää kysymään reippaasti kysymyksiä ja neuvomaan häntä tilanteissa jossa hän ei hänelle esitettyihin kysymyksiin osaa vastata.

Työssä jakaminen osion tarkoituksena on käsitellä työhön liittyviä fyysisiä elementtejä ja työvaatetusta. Markkinatutkijan työ on fyysisesti raskasta tietyille lihasalueille. Samantapaisia liikkeitä toistetaan päivän aikana useita kertoja ja nämä voivat altistaa työntekijän lihasten kipeytymiselle ja jumiutumiselle. Pehdyttämisosoppaassa pyritään uudelle markkinatutkijalle kertomaan tapoja välttää lihasten kipeytymistä ja suositella erilaisia venyttely menetelmiä. Myymälöissä työskentely olosuhteet ovat usein viileitä ja niissä vietetään pitkiä aikoja työpäivän aikana. Työvaatetus korostuu näissä tilanteissa. Pehdyttämisosoppaassa uudelle markkinatutkijalle kerrotaan työvaatteiden merkitys ja korostetaan kenkien valintaa. Työtä tehdään useita tunteja seisten, joten kenkien tulee olla mukavat ja tukevat. Kyseisiin osioihin on lisäksi kysytty ehdotuksia ja käyty keskusteluita yritys X:n aluepäällikön kanssa, joka on ollut usean vuoden ajan pehdyttämässä uusia markkinatutkija työntekijöitä ja omaa pitkän työkokemuksen alalta.

## 6.1 Vastausten analysointi

Kyselyn tavoitteena oli selvittää mitä asioita jo työssä olevat markkinatutkijat pitävät tärkeänä pehdyttämisenä. Lisäksi tarkoituksena oli selvittää mitä asioita pehdyttämisosoppaan tulisi heidän mielestään sisältää ja miten he olivat kokeneet oman pehdyttämisosoppansa. Kyselylomakkeen kaikki kysymykset olivat avoimia kysymyksiä, joka mahdollisti työntekijöille mahdollisuuden vapaaseen sanaan. Kyselylomake lähetettiin sähköpostitse kuudelle markkinatutkijalle ja kahdelle aluepäällikölle. Kaikki kahdeksan henkilöä vastasivat kyselylomakkeeseen, joten vastausprosentti oli 100%.

Vastauksista nousi yksi aihealue selkeästi yli muiden, joka oli opticon-laitteen käyttö ja ymmärrys laitteen toiminnoista ja tarkoituksesta. Työntekijät pitivät tärkeänä asiana, että opticon-laite käydään uuden markkinatutkijan kanssa läpi vaihe vaiheelta ja pyritään varmistamaan, että uusi työntekijä ymmärtää laitteen tärkeimmät toiminnot ja niiden tarkoitukset. Tämä seikka vahvisti oman suunnitelmani siitä, että pehdyttämisosoppaan tulee sisältää laitteen käytön sisältämien osien ja laite-esittelyn. Opticon-laite on markkinatutkijan tärkein työväline ja tästä syystä laitteen ominaisuuksien ja toimintojen ymmärtäminen on välttämätöntä työn kannalta. Laitteen info-osuuteen toivottiin myös kuvia, jotka selkeyttäisivät ja helpottaisivat ymmärtämään eri toimintojen suorittamisen kulkua.

Markkinatutkijan työ ei ole ainoastaan hyllyjen välissä työskentelemistä ja viivakoodien keräämistä. Tärkeä osa työtä on sosiaalinen kanssakäyminen yhteistyökumppaneiden kanssa. Kyselyn tuloksissa pidettiin tärkeänä, että uudelle markkinatutkijalle kerrotaan vinkkejä ja neuvoja siitä, kuinka näissä sosiaalisissa tilanteissa toimitaan. Kuten esimerkiksi mitä tulee vastata oikeaoppisesti markkinatutkijalle esitettyihin kysymyksiin huomioiden tarkat työntekijän vaihtolovelvollisuudet. Työssä onnistuminen-osio käsittelee uudelle markkinatutkijalle tär-

keitä asioita siitä, kuinka erilaisissa tilanteissa tulee toimia. Selkeät ohjeet ja toimintatavat auttavat uutta markkinatutkijaa ymmärtämään omat vastuunsa. Osion tärkein asia on saada uusi markkinatutkija ymmärtämään yrityksen toimintatavat ja kuinka yritys haluaa, että se nähdään yhteistyökumppaneiden silmissä. Markkinatutkija on yritys X:n kasvatustyöntekijä ja työntekijän tehtävänä on edustaa yritystä sen asettamien tavoitteiden mukaisesti.

Kyselyn tuloksista ilmeni myös tarve työn fyysisen puolen esittelylle. Perehdyttämisoppaaseen toivottiin käytännön esimerkkejä siitä, kuinka työ voi vaikuttaa fyysisesti ja kuinka raskasta on mahdollista ehkäistä. Työssä viihtyminen osio sisältää ohjeita ja neuvoja kuinka mahdollista lihasraskasta voi ehkäistä tai hoitaa työn ohessa ja työpäivän jälkeen. Työssä jaksaminen koettiin kyselyn perusteella tärkeäksi asiaksi, joka täytyy huomioida uuden työntekijän perehdyttämisoppaassa selkeästi.

## 6.2 Palaute

Keräsin perehdyttämisoppaasta palautteen avoimen kyselylomakkeen avulla, jonka lähetin yritys X:n kenttätoiminnan johtajalle sähköpostitse. Kyselylomake sisälsi neljä tärkeintä kysymystä projektin onnistumisen määrittelyn kannalta. Yritys X:n kenttätoiminnan johtaja oli projektin hyväksyjä, sekä toimeksiantaja Yritys X:n puolelta ja vastasi hänelle perehdyttämisoppaan sisällöstä ja työn laadusta. Kyseisestä syystä palautteen kerääminen häneltä oli ratkaisevaa määriteltäessä perehdyttämisoppaan onnistumista.

Ensimmäinen kysymys koski perehdyttämisoppaan tavoitteen saavuttamista. Yritys X:n kenttätoiminnan johtajan mukaan perehdyttämisoppaan tavoite saavutettiin ja se sisältää kaikki tarvittavat tiedot uudelle markkinatutkijalle. Hänen mukaansa opas palvelee hyvin myös talossa jo pidempään olleita työntekijöitä. Ydinasiat ovat saatu kompaktiin pakettiin, eikä opas ole pituudeltaan liian pitkä ja se on helposti luettavissa.

Toisena kysymyksenä oli lopputuloksen arviointi perehdyttämisoppaan näkökulmasta. Toimeksiantajan mukaan lopputulos oli vähintäänkin hyvä. Samojen kansiin sisään on saatu lähes kaikki perehdytyksessä tarvittava informaatio. Ennen perehdytyksessä käytetty materiaali on ollut vaihtelevaa eikä laisinkaan säännönmukaista. Tämän oppaan avulla jokaiselle perehdytettävälle markkinatutkijalle voidaan tarjota samanlainen perehdytys.

Seuraavana kysymyksenä arvioitiin perehdyttämisoppaan käyttökelpoisuutta ja sen tarpeellisuutta. Kenttätoiminnan johtajan mukaan opas tulee käyttöön uuden markkinatutkijan perehdyttämisessä. Tarve oppaalle on ollut koko ajan olemassa, eikä laatimani oppaan käyttökelpoisuutta tarvitse kyseenalaistaa.



Viimeisenä kysymyksenä esitin kysymyksen liittyen projektin läpivientiin ja yhteistyöhömmme. Projekti todettiin yrityksen näkökulmasta todella tarpeelliseksi. Yritys X:n kenttätoiminnan johtajan mukaan se kyseenalaisti yrityksen nykyisen toimintamallin ja markkinatutkijan nykyisen perehdyttämistavan. Perehdyttämisopas sai yrityksen johdon miettimään mitä he voisivat tehdä paremmin. Projekti sujui toimeksiantajan mukaan hyvässä yhteishengessä ja lopputulokseen oltiin tyytyväisiä.

## 7 Johtopäätökset

Perehdyttämisoppaan rakentamisessa käytettiin apuna yritys X:n matkustussääntöä, vanhaa opticon ohjeistusta sekä työntekijöille suunnattua kyselylomaketta. Vanha opticon ohjeistus ei esittänyt uudelle markkinatutkijalle yksinkertaista polkua tutkimuksen aloittamisesta ja lopettamisesta kuvien ja selitysten avulla. Opticon-laitetta ja sen ominaisuuksia ei myöskään oltu esitelty. Perehdyttämisoppaan opticon-info osuuden kuvat ja tekstit olen itse tuottanut ja hyväksyttänyt toimeksiantajalla. Kyselylomakkeen vastaukset on otettu perehdyttämisoppaan sisällössä huomioon ja osalta rakennettu näiden toiveiden mukaisesti. Perehdyttämisopas on luovutettu yritys X:n kenttätoiminnan johtajalle sähköisessä muodossa. Sähköisessä muodossa olevaa perehdyttämisopasta on helppo muokata ja siitä kopioidaan uusille markkinatutkijoille paperiversiot. Perehdyttämisopas tulee käyttöön uusille yritys X:n markkinatutkijoille.

## Lähteet

### Kirjalliset lähteet:

Bogardus, Anne M 2004. Human Resources JumpStart. Yhdysvallat.

Furman, Ben - Ahola, Tapani - Hirvihuhta, Harri 2004. Työpaikan pelisäännöt ja kuinka ne tehdään. Hämeenlinna: Tammi.

Helsilä, Martti 2002. Käytännön henkilöstötyö. Helsinki: Tammi.

Johnson, J. David 2009. Managing Knowledge Networks. Yhdysvallat: Cambridgen Yliopistopaino.

Kangas, Pirkko - Hämäläinen, Juha 2007. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. Työturvallisuuskeskus.

Kjelin, Eija - Kuusisto, Pia-Christina 2003. Tulokkaasta tuloksetekijäksi. Jyväskylä: Gummerus.

Kupias, Päivi - Peltola, Raija 2009. Perehdyttämisen pelikentällä. Tampere: Juvenes Print.

Maylor, Harvey 2010. Project Management. Englanti.

Pelin, Risto 2011. Projektihallinnan käsikirja. Keuruu: Otava.

Ruutu, Sirkka - Salmimies Raija 2001. Työnohjaajan opas. Valmentava ja ratkaisukeskeinen ote. Vantaa: Hansaprint.

Thomsett, Michael C 2009. The little black book of project management. Yhdysvallat.

Vilka, Hanna 2007. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

### Sähköiset lähteet:

Tietoa meistä. 2016. Yritys X. Verkkodokumentti. Luettu 5.10.2016.

## Liitteet

Liite 1: Kyselylomake .....	24
Liite 2: Uuden markkinatutkijan perehdyttämisopas .....	25

Liite 1: Kyselylomake

## Markkinatutkijan perehdyttämisopas

Teen opinnäytetyötä jonka aiheena on uuden markkinatutkijan perehdyttämisopas.

Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa tulevan perehdyttämisoppaan sisältöä.

Vastaathan kysymyksiin huolellisesti ja ajatuksella. Kiitos

### Kyselylomake

1. Miten uudet markkinatutkijat perehdytetään tällä hetkellä työhön?

2. Kerro mielestäsi kolme tärkeintä asiaa uuden työntekijän perehdyttämisessä?

3. Onko käytössänne perehdyttämismateriaaleja?

4. Mitä asioita toivoisit perehdyttämisoppaan sisältävän?

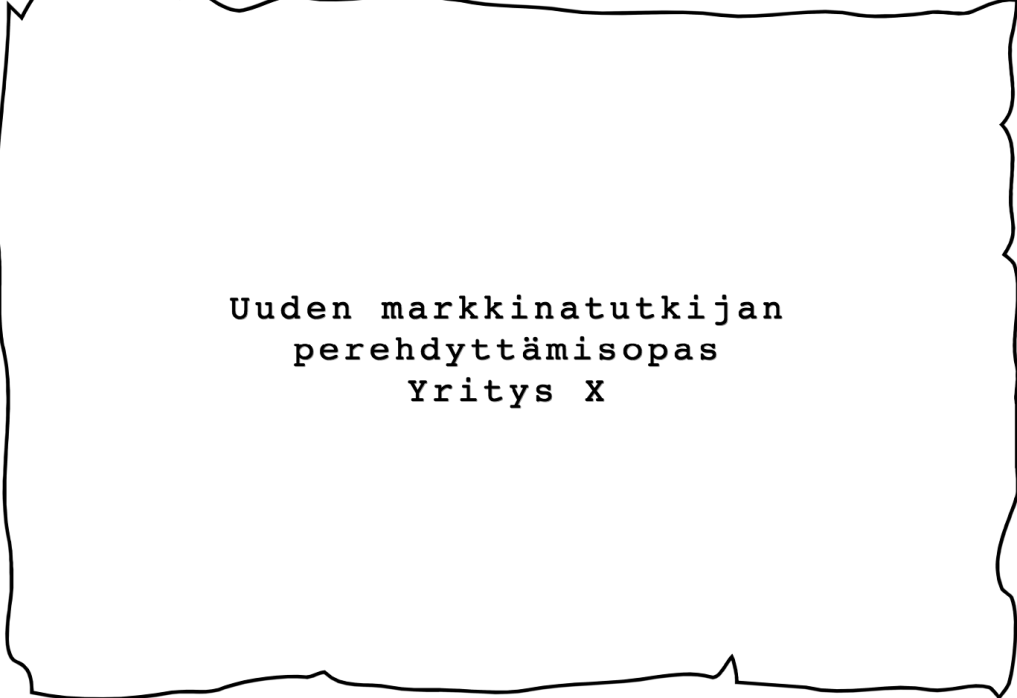
5. Mitkä asiat auttavat työntekijää jaksamaan työssään ja pitämään työn mielekkäänä?

### Tietojen lähetyk

Tallenna

**Kiitos vastaamisesta!**

Liite 2: Uuden markkinatutkijan perehdyttämisopas



Uuden markkinatutkijan  
perehdyttämisopas  
Yritys X

## Sisällys

1. Johdanto
2. Ensimmäinen työpäivä
3. Työntekijälle
4. Työssä onnistuminen
5. Työssä jaksaminen
6. Yhteiset pelisäännöt
  - 6.1 Yrityksen matkustussäännöt
  - 6.2 Päivärahan ja ateriakorvauksen maksuperusteet
  - 6.3 Kotityöt
  - 6.4 Ilta- ja lauantailisät
  - 6.5 Lounas- ja kahvitauot
7. Opticon-info
  - 7.1 Opticon edestä
  - 7.2 Opticon sivusta
  - 7.3 Opticon sivusta
  - 7.4 Opticon päältä
  - 7.5 Opticon alhaalta
  - 7.6 Opticon takaa
8. Tutkimuksen aloittaminen
9. Tutkimuksen lopetus
10. Helpdesk
11. Yhteystiedot

## 1. Johdanto

Tervetuloa Yritys X:lle. Tämän perehdyttämisoppaan tarkoituksena on tukea uuden markkina-tutkijan perehdyttämistä ja auttaa sinua tutustumaan uuteen työhösi. Oppaan tarkoitus on tukea ja auttaa sinua työssäsi ja vastata yleisimpiin kysymyksiin. Oppaasta löydät Yritys X:n pelisäännöt ja toimintatavat, sekä lyhyen infon opticon lukijasta, jonka tarkoituksena on auttaa sinua tutustumaan laitteeseen.

Kaikissa kysymyksissä sinua auttaa Yritys X:n aluepäälliköt, sekä kentällä kohtaamasi työtoverit. Kaikissa sinua mietityttävissä kysymyksissä tai tilanteissa jossa et ole täysin varma kuinka sinun tulee toimia on apu aina yhden puhelinsoiton päässä. Älä epäröi kysyä apua.

Toivotamme sinut tervetulleeksi Yritys X:lle ja toivomme, että viihdyt työssäsi ja autat omalla panoksellasi meitä kehittymään.

## 2. Ensimmäinen työpäivä

Ensimmäisenä työpäivänä saat työhön vaadittavan opticon lukijan. Laite on markkinatutkijan tärkein työväline ja sitä tulee käsitellä huolellisesti. Perehdyttäjän kanssa tutustutte laitteen ominaisuuksiin ja tärkeisiin toimenpiteisiin työn kannalta. Muista kysyä perehdyttäjältä jos sinulla ilmenee kysymyksiä tai ongelmia. On tärkeää pitää opticon aina ladattuna, jotta seuraavana työpäivänä siinä on täysi akku ja se on valmiina työpäivään. Perehdyttäjän opastuksella työpäivä etenee yhdessä tutkimusta tehdessä. Kyseessä voi olla esimerkiksi laaja hinta-tutkimus, hintaseuranta tai facing-tutkimus.

Perehdyttämisjakson aikana on tärkeää kysyä perehdyttäjältä kaikkia mieleen juolahtavia kysymyksiä. Yksikään kysymys ei ole turha tai vähäpätöinen. Perehdyttäjä on sinua varten ja huolehtimassa siitä, että saat työssä tarvittavan tiedon ja taidon, jotta pääset jatkamaan töitä tulevaisuudessa itsenäisesti.

Ensimmäisen työpäivän jälkeen on hyödyllistä kerrata tämä opas ja pohtia opittuja asioita rauhassa. Asioita tulee ensimmäisen päivän aikana paljon, mutta siitä ei tarvitse huolestua. Kysymyksiin löytyy aina vastaus ja apua on tarvittaessa aina saatavilla. Kysymyksiä esittämällä saat lisätietoa ja autat itseäsi kehittymään työssäsi.



### 3. Työntekijälle

Tärkein työvälineesi on opticon lukija, joka kulkee aina mukanasit töitä tehdessä. Opticon lukijan jälkeen toiseksi tärkein asia on Yritys X:n kuvallinen henkilökortti. Henkilökortti todistaa henkilöllisyytesi ja ennen kaikkea toimintasi luottamuksellisuuden. Pidä aina henkilökorttisi näkyvillä ja mukana töissä. Henkilökortti tulee esittää tullessa myymälään ja kun sitä kauppias/myymäläpäällikkö tai joku henkilökuntaan kuuluva työntekijä sitä sinulta pyytää.

Markkinatutkija toimii Yritys X:n kasvoina kentällä. Muista käyttäytyä sen mukaisesti. Tärkein yhteistyökumppanisi on kauppias, oli hän itsenäinen yrittäjä tai toisen palveluksessa toimiva esimies. Toimiva yhteistyökumppanuus saavutetaan ennen kaikkea kohteliaisuuden ja kärsivällisyyden kautta. Markkinatutkijan roolissa sinun tehtävänä on käyttäytyä asiallisesti ja kunnioittavasti myymälää ja sen henkilökuntaa kohtaan. Ilman tätä yhteistyökumppanuutta meidän toimintamme ei olisi mahdollista.

Yritys X:n markkinatutkijoilla on vaitiolovelvollisuus. Toimimme täysin puolueettomasti ja olemme asiakkaillemme luotettava yhteistyökumppani. Emme koskaan luovuta kerättyä dataa eteenpäin kolmansille osapuolille. Muista aina oma vaitiolovelvollisuutesi. Alla listattuna tärkeimpiä muistettavia asioita liittyen omaan vaitiolovelvollisuuteesi.

Kenellekään ei saa koskaan kertoa muiden otosmyymälöiden nimiä ja tutkimuksen toimeksiantajaa.

Älä koskaan kerro myymälästä saamiasi tietoja kenellekään.

Tutkimusten ajankohtaa ja kestoaikaa ei saa ilmoittaa ulkopuolisille.

Myymälässä nähtyjä ja kuultuja asioita ei saa kertoa ulkopuolisille.

Älä puhu myymälässä oleville asiakkaille tutkimuksista, asiakkaat saattavat olla uteliaita työmme suhteen, mutta vastauksena kysymyksiin voi antaa esimerkiksi, että ”kerään tuotetietoja”.

Tutkimusmateriaalit ovat luottamuksellisesti luovutettu vain sinulle, niitä ei saa luovuttaa ulkopuoliselle.

**Markkinatutkija on**

**Luotettava**

**Tarkka**

**Tehokas**

#### 4. Työssä onnistuminen

Myymälään saavuttaessa on hyvien käytöstapojen mukaista ja vaadittavaa, että työntekijä käy esittäytymässä ja ilmoittautumassa. Ensisijaisesti ilmoitus tehdään kauppiaille / myymäläpäällikölle tai jos hän ei ole tavoitettavissa ilmoitus tehdään myymälän henkilökunnalle. Ilmoituksen tarkoituksena on kertoa mitä olemme tulossa tekemään. Näin toimimalla luomme luotettavan ja avoimen ilmapiirin tulevalle yhteistyökumppanuudelle. Jos sinulle esitetään kysymyksiä joihin et osaa vastata, älä lähde arvailemaan tai kiertelemään vaan ohjaa kysymykset aluepäällikölle. Vaikka saatat toimia yksin kaupassa, et kuitenkaan ole yksin mahdollisissa ongelmatilanteissa, apua on aina saatavilla yhden puhelinsoiton avulla.

Yritys X:n markkinatutkija on luotettava, tarkka ja tehokas. Työ perustuu huolellisuuteen ja kärsivällisyyteen. Markkinatutkijan työn oppii parhaiten tekemällä ja kysymällä ja lopulta kehittyminen tapahtuu näiden summana. Hätiköinti ja arvailu ei johda tavoiteltuun lopputulokseen. Keskity töitä tehdessäsi huolellisuuteen, tarkkaan ja huoliteltuun lopputulokseen. Tavoitteesi on, että työnjälkesi kestää kenen tahansa arvostelun.

Asiakkaat kääntyvät myymälässä usein puoleemme halutessaan palvelua. Emme kuitenkaan ole osa myymälän henkilökuntaa, emmekä käytä työaikaamme asiakkaiden palvelemiseen. Ohjaamme näissä tapauksissa asiakkaat ystävällisesti henkilökunnan puoleen. Mikäli havaitset ongelman myymälässä, hae henkilökunta apuun tai auta itse tilanteesta riippuen.

## 5. Työssä jaksaminen

Markkinatutkijan työ voi olla fyysisesti kuluttavaa ja energiaa vievää työtä. Hyvä peruskunto on edellytys työssä jaksamiseen. Työ suoritetaan pääsääntöisesti seisten, mutta kumartelua, kyykkäämistä ja kurottelua tulee vastaan työpäivän aikana useita kertoja. Tästä johtuen hartaseutu ja selkälihakset voivat joutua koetukselle. Niska- ja hartaseudun, sekä selkälihasten kipeytymistä voi ehkäistä venyttelemällä niska- ja hartaseudun, sekä selän lihaksia työpäivän aikana ja päätteeksi. Kahvi- ja wc tauot ovat hyviä hetkiä nopealle verryttelylle ja jaloittelulle. Myymälän taka- ja sosiaaliset tilat eivät ole käytössämme. Kauppakeskuksista ja myymälöistä löytyy asiakkaille tarkoitettut wc:t ja kahvilat joiden saniteettitiloja käytämme.

Lyhytkestoiset venyttelyt jotka kestävät noin 5-10 sekuntia ovat hyviä työpäivän aikana. Tavoitteena on lisätä lihaksen rentoutta ja parantaa sen verenkiertoa. Kipeytyvien paikkojen nopeat venyttelyt auttavat työssä jaksamiseen ja helpottavat työn suorittamista. Keskipitkäkestoiset venyttelyt, jotka kestävät noin 10-30 sekuntia ovat suositeltuja heti työpäivän jälkeen. Tavoitteena näillä venyttelyillä on palauttaa lihasten lepopituus ja nopeuttaa siten palautumista. Ajatuksena on välttää lihasten jumiutumista ja kipeytymistä. Pitkäkestoiset venytykset, jotka kestävät noin 30-120 sekuntia ovat hyviä ajan kanssa suoritettuja venytyksiä. Tavoitteena näillä venytyksillä on lisätä liikkuvuutta ja avata liikeratoja. Nämä venytykset voi tehdä ennen nukkumaan menoa illalla, jolloin työpäivän loppumisesta on kulunut jo muutamia tunteja. Työnantajalta saat venyttelyyn apuvälineeksi kuminauhan sekä ohjeet.

Yritys tukee työntekijöiden liikuntaa liikunta- ja kulttuuriseteleillä kaksi kertaa vuodessa. Työntekijällä on mahdollisuus saada liikuntaseteleitä omien tehtyjen työtuntien mukaisesti. Molempien seteleiden omavastuu on 25%.

Markkinatutkijan työssä seisot lähes koko työpäivän, joten työkengiksi kannattaa valita jalkoja tukevat kengät. Jalkojen väsymistä voi ehkäistä pienellä jaloittelulla, vaihtamalla painoa toiselta jalalta toiselle ja jalkojen lihasten verryttelyllä. Työasun tulee olla siisti, mutta huomioon kannattaa ottaa myymälän viileät työskentelyolosuhteet. Yritys tarjoaa työntekijöilleen takit, joita on suositeltavaa käyttää. Takissa on useita taskuja joihin voit laittaa kaikki päivän aikanasi tarvittavat asiat ja esineet, kuten lompakon, puhelimen ja opticon lukijan. Ylimääräiset tavarat on suositeltavaa jättää autoon tai asiakkaille tarkoitettuihin lukittaviin säilytyslokeroihin. Kaikki ylimääräiset tavarat joita kannat mukana työpäivän aikana lisäävät hieman painoa joka tuntuu pitkän päivän päätteeksi. Joustavat ja mukavat työvaatteet helpottavat myös työssä tapahtuvaa jatkuvaa käsien, selän ja polvien liikuttamista. Työnantaja tarjoaa sinulle työhansikkaat, jotka on hyvä pitää töissä mukana, sillä joissakin myymälöissä voit joutua käsittelemään pakastetuotteita käsin. Huomio noudattaa pysäköintisääntöjä, työnantaja ei korvaa pysäköinnistä aiheutuneita virhemaksuja.

## 6. Yhteiset pelisäännöt

Tässä osiossa on listattu Yritys X:n viralliset säännöt ja korvauseriaatteen. Tutustumalla alla oleviin sääntöihin saat kokonaisvaltaisen kuvan siitä, millä perusteella olet oikeutettu korvauksia saamaan.

### 6.1 Yrityksen matkustussäännöt

\* Työkohteesta toiseen siirtymiseen käytetty aika on työnantajan korvaamaa palkallista matka-aikaa.

\* Työpäivän aikana kotoa-työkohteisiin-kotiin ajatetut kilometrit työnantaja korvaa täysmääräisesti, verottajan vuosittain vahvistamien korvausten perusteella, vuonna 2016 X,XX€/km.

\* Kodin ja ensimmäisen työkohteen, sekä viimeisen työkohteen ja kodin väliset matka-ajat eivät ole palkallista matka-aikaa.

\* Ajoreitit suunnitellaan yhdessä aluepäällikön kanssa.

\* Lisämatkustajista korvataan X,XX€/km/matkustaja.

\* Kohtuulliset parkkimaksut korvataan.

### 6.2 Päivärahan ja ateriakorvauksen maksuperusteet

Ateriakorvaus maksetaan työmatkan kestäessä yli 6 tuntia ja työntekijällä ei ole mahdollisuutta tavanomaiseen tai sitä vastaavaan työpaikkaruokailuun tai kotiruokailuun. Ateriakorvausta ei myöskään makseta työntekijän saadessa koko- tai osapäivärahan tai työntekijän työskennellessä yrityksen saman paikkakunnan toisessa toimipaikassa. Mikäli työpäivä on yhtäjaksoisesti kestänyt 7 tuntia ja työntekijä on oikeutettu palkattomaan lounastaukoon (30min), lasketaan tämä aika työntekijän hyväksi päivärahan perusteeseen.

Työmatkan kesto yli X tuntia, kotoa XX km tai alle

= Ateriakorvaus X,XX€

Työmatkan kesto = matka-ajat kotoa - kotiin, työaika kohteessa, palkalliset tauot.

Työkohde kotoa yli XX km, työmatkan kesto yli X tuntia

= Osapäiväraha X,XX€

Työkohde yli XX km kotoa, työmatkan kesto yli XX tuntia

= Kokopäiväraha X,XX€

### 6.3 Kotityö

Kotityö maksetaan automaattisesti tehtyjen päivien perusteella. Kotitöitä ovat seuraavanlaiset työt, jotka tehdään kotoa käsin:

- \* Otoslistoihin ja tutkimusmateriaaliin tutustuminen
- \* Työsuunnitelma
- \* Opticon ohjelmiston päivitys
- \* Raportointi; tunti- ja matkalaskut
- \* Yhteydenpito aluepäällikköihin, työsähköpostien lukeminen & lähettäminen

Kotitöistä maksetaan markkinatutkijoille seuraavanlaisesti:

- \* Töitä vähintään X päivänä viikossa = XX tunti maksettavaa kotitöitä
- \* Töitä alle X päivänä viikossa = XX tuntia maksettavaa kotityötä
- \* Maksettava summa ei ole sama kaikille, vaan perustuu jokaisen omaan tuntipalkkaan

### 6.4 Ilta- ja lauantailisät

Ilta- ja lauantailisä korvataan mikäli tutkimus on selkeästi määrätty tehtäväksi ilta-aikaan. Ilta- ja lauantailisän maksuperuste ei ole se, että markkinatutkija on omavalinteisesti aloittanut työt ilta- tai lauantai-työpäivällä ja työpäivän kesto siitä syystä venyy yli klo 18.

Ilta- ja lauantailisä maanantai-perjantai klo 18-24

- Hki X,XX€/tunti

- Muu suomi X,XX€/tunti

Lauantai on aina ns. "varapäivä". Sen korvausperusteeksi ei riitä, että markkinatutkija on omavalinteisesti jättänyt töitä lauantaille, jotka hän olisi voinut suorittaa arkena aikavälillä maanantai-perjantai.

-Hki X,XX€/tunti

-Muu suomi X,XX€/tunti

Lauantai ja sunnuntaityöhön tarvitaan aina aluepäällikön suostumus ja hyväksyntä.

## 6.5 Lounas ja kahvitauot

Työssä jaksamisen kannalta on tärkeää pitää lounas- ja kahvitauot. Työ vaatii energiaa ja keskittymistä, jotta voidaan saavuttaa huolellisesti ja virheettömästi suoritettu tutkimus. Taukojen avulla päästään hetkeksi pois töiden ääreltä ja muihin ajatuksiin joka auttaa jaksamaan lopputyöpäivän. Lounas- ja kahvitauot ovat myös erinomainen mahdollisuus tutustua työtovereihin.

- Työpäivän kestäessä XX tuntia tai alle ei palkallista taukoa.

- Työpäivän kestäessä yli XX tuntia - alle XX tuntia on työntekijällä oikeus yhteen XX minuutin mittaiseen kahvitaukoon.

- Työpäivän kestäessä yli XX tuntia on työntekijälle oikeus kahteen XX minuuttia kestävään kahvitaukoon.

- Työpäivän kestäessä yhtäjaksoisesti XX tuntia on työntekijällä oikeus kahteen XX minuutin kahvitaukoon, sekä yhteen XX minuutin mittaiseen lounastaukoon. Lounastauko tulee aina leimata opticoniin tauko/lopetus näppäimellä. Työnantaja ei korvaa lounastaukoja, mutta kahvitauot kuuluvat työnantajan korvaamaan aikaan.

## 7. Opticon-info

Opticon on markkinatutkijan henkilökohtainen ja tärkein työväline. Ilman laitetta työtä ei pysty tekemään. Uuden työntekijän kannalta on tärkeää tutustua opticon laitteeseen ja perehtyä sen ominaisuuksiin. Laite pidetään aina ladattuna, jotta akussa on virtaa seuraavana työpäivänä. Tässä osiossa käsitellään opticon laitteen tärkeimpiä piirteitä ja tutustutaan hie-  
man laitteen ominaisuuksiin.

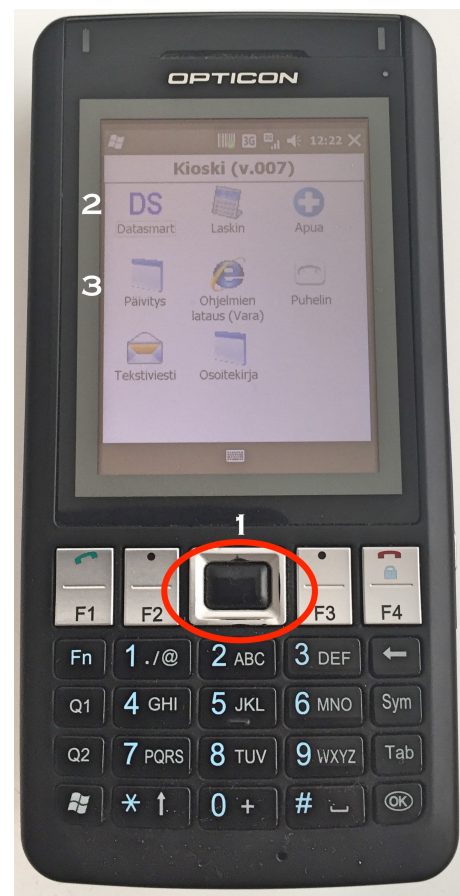
### 7.1 Opticon edestä

Opticon laitteen oletusnäky näkyy kuvassa.

Numero 1. Tarkoittaa kuvassa näkyvää näppäinkursoria. Kes-  
kellä on "OK" painike jolla hyväksytään kaikki toimenpiteet.  
"OK" painike tutkimusta tehdessä lähettää viivakoodin lukija  
säteen. "OK" painikkeen vieressä olevat painikkeet neljään  
eri suuntaan ovat tarkoitettu sitä varten, että niillä liikutaan  
opticonin näytöllä. Opticonissa on kosketusnäyttö, joten näy-  
töllä voi liikkua myös laitteen mukana tulleen kynän avulla.

Numero 2. Tutkimus sovellus. Tutkimus sovelluksesta löydät  
tutkimukset, kaupat, raportoinnin ja työaikaan liittyvät asiat.

Numero 3. Päivitys-valikko. Opticon päivittyy automaattises-  
ti, mutta jos jostain syystä päivitykset täytyy tehdä itse, ta-  
pahtuu se ohjelmasta kioski-sivulla.



## 7.2 Opticon sivusta



Numero 1. Tarkoittaa laitteen sivussa olevaa äänenvoimakkuuden säädin painiketta. Opticon kertoo äänimerkin avulla, kun viivakoodi on luettu.

Numero 2. Scan-painike on poistettu käytöstä. Mikäli painike olisi käytössä sitä painamalla viivakoodin lukemiseen tarvittava skannaus säde lähtisi koneesta. "OK" painike korvaa tämän painikkeen.

Numero 3. Reset-piste. Laite saattaa joskus huonon yhteyden tai muun vian yhteydessä jumittua. Laitteen mukana tulleen kynän avulla voi varovasti painaa reset-pistettä jolloin laite ensin sulkeutuu ja sitten käynnistää itse itsensä uudelleen. Tämä on ensimmäinen toimenpide joka tulee itsenäisesti suorittaa jos laite jumittuu.

Numero 4. Muistikortin paikka. Opticonissa on muistikortti sisällä jo valmiiksi, joten sitä ei tarvitse itse koneeseen laittaa.



### 7.3 Opticon sivusta



Numero 1. Kamera-painike. Tutkimuksesta riippuen on mahdollista, että tehdystä työstä tai muusta vastaavasta täytyy ottaa lopuksi kuva. Kuvaa ottaessa opticon laitetaan sivuttaisasentoon Kamera-painike ylöspäin. Kamera-näppäintä painetaan ensin varoen, jolloin opticonin kamera automaattisesti tarkentaa kuvan. Tämän jälkeen Kamera-painike voidaan painaa loppuun asti, jolloin opticon ottaa kuvan.

Numero 2. Scan-painike on poistettu käytöstä. Mikäli painike olisi käytössä sitä painamalla viivakoodin lukemiseen tarvittava skannaus säde lähtisi koneesta. "OK" painike korvaa tämän painikkeen.

#### 7.4 Opticon päältä



Numero 1. Virtanäppäin. Painiketta painamalla saa opticonin näytön pimeäksi joka säästää laitteen virtaa. Painamalla virtanäppäintä pohjassa pitkään opticon sammuu tai vastaavasti käynnistyy.

Numero 2. Tutkimusta tehdessä, painamalla "OK" painiketta opticon lähettää skannaus säteen joka lukee viivakoodin. Säde voi olla haitallista silmille, eikä sitä tule koskaan osoittaa itseään tai muita ihmisiä silmiin.

Numero 3. Laitteen kulmasta löytyy opticonin mukana tuleva kynä. Kynän avulla voidaan opticonin näytöllä liikkua ja valita suoritettavia toimenpiteitä.

### 7.5 Opticon alhaalta



Numero 1. Lataus piste. Opticon lukijan alareunasta löytyy luukun takaa USB-portti jonka kautta opticon ladataan. Laitteen mukana saat lataus piuhan, jonka avulla lataus onnistuu.

Numero 2. Kuuloke portti.

## 7.6 Opticon takaa

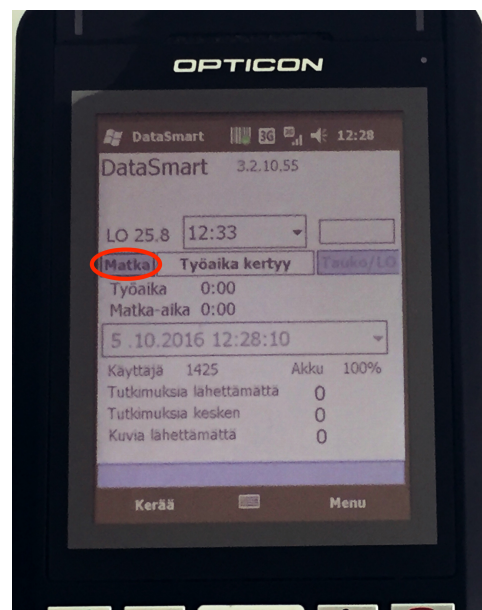
Numero 1. Opticon lukijan kamera sijaitsee laitteen takana. Opticon lukijassa on 3.2 megapikselin kamera ja automaattitarkennus. Lisäksi lukijassa on salama joka parantaa kuvien laatua.

Numero 2. Laitteen takakansi aukeaa työntämällä vipu vasempaan reunaan ja kääntämällä pyöreää lukkoa myötäpäivään. Takakannen lukko on usein tiukassa, mutta sen saa rauhallisesti toimien auki. Takakannen alta paljastuu opticon lukijan akku. Akkujen on tarkoitus kestää koko työpäivän ajan, mutta on mahdollista, että joudut vaihtamaan akun kesken työpäivän. Tällaisessa tapauksessa on tärkeää, että vara-akku on myös ladattuna.

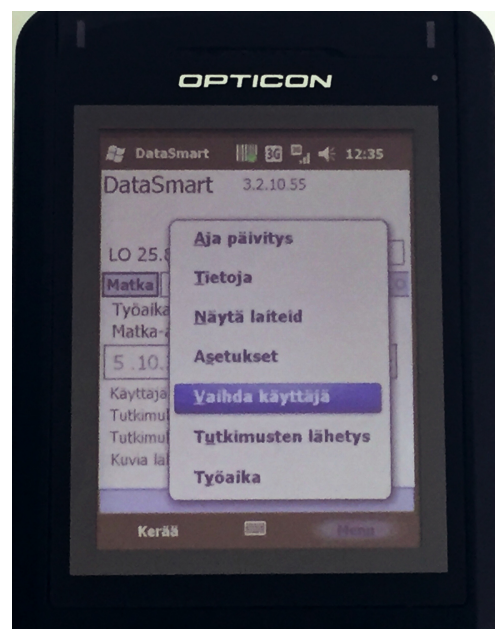


## 8. Tutkimuksen aloittaminen

Kuva 1. Aloittaessasi työpäivän ensimmäiseksi siirrytään tutkimus sovellukseen. Tutkimus sovelluksesta aukeaa kuvassa näkyvä tila. Matka-ajan saa käyntiin painamalla ”Matka” painiketta. Näytöllä näkyy ”Työaika” ja ”Matka-aika” jotka päivittyvät työpäivän aikana automaattisesti. Matka-aika on käynnissä, kun yläpuolelle ilmestyvät kirjaimet ”MA”. Kilometrit pääset syöttämään oikealla näkyvään lokeroon. Oma henkilökohtainen tutkijatunnus näkyy kohdassa ”Käyttaja”. Alhaalla näkyy tutkimusten tila, eli onko tutkimuksia lähettämättä tai kesken ja onko kuvia lähettämättä. Tutkimukset ja mahdolliset kuvat lähetetään heti, kun ne on saatu kaupassa valmiiksi.

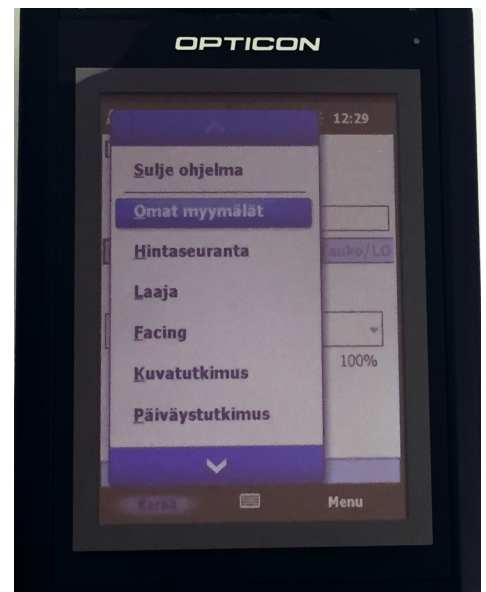


Kuva 2. Opticonin näytölle saattaa välillä ilmestyä teksti ”Vaihda käyttäjä”. Kyseisessä tapauksessa painetaan oikealla alhaalla olevaa ”Menu” painiketta josta aukeaa kuvassa näkyvä valikko. Valikosta valitaan ”Vaihda käyttäjä” kohta ja syötetään oma neljä (4) numeroinen tutkijatunnus ja hyväksytään toimenpide. Tämän jälkeen oma tunnusnumero näkyy näytöllä kohdassa ”Käyttaja”.





Kuva 3. Myymälään tultaessa painetaan painiketta ”Kerää” jolloin aukeaa kuvassa näkyvä valikko. Valikosta valitaan kohta ”Omat myymälät” johon on listattu kaikki työntekijälle annetut työt.

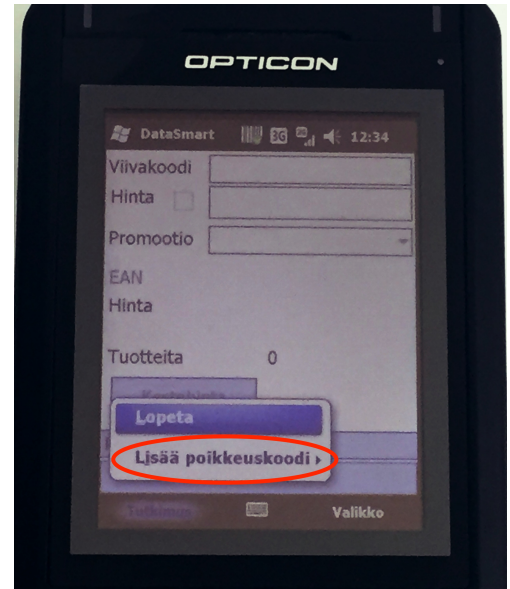


Kuva 4. Päivitä myymälälista aina kun aloitat työn myymälässä, samalla päivittyvät myös mahdolliset muutokset sekä ohjeet pysyvät ajan tasalla. Oikealta alhaalta valitaan kohta ”Toiminnot” josta aukeaa kuvassa näkyvä valikko. Valikosta valitaan ”Hae myymälät” kohta jota painamalla opticon päivittää omat myymälät listan. Haun päätteeksi kuitataan kaikki tehtävät, jotta voidaan todeta, että työntekijä on rekisteröinyt omat työnsä ja tiedostaa niiden suorittamisen. Listasta valitaan tutkimus ja kauppa jota ollaan menossa tekemään ja ryhdytään töihin.

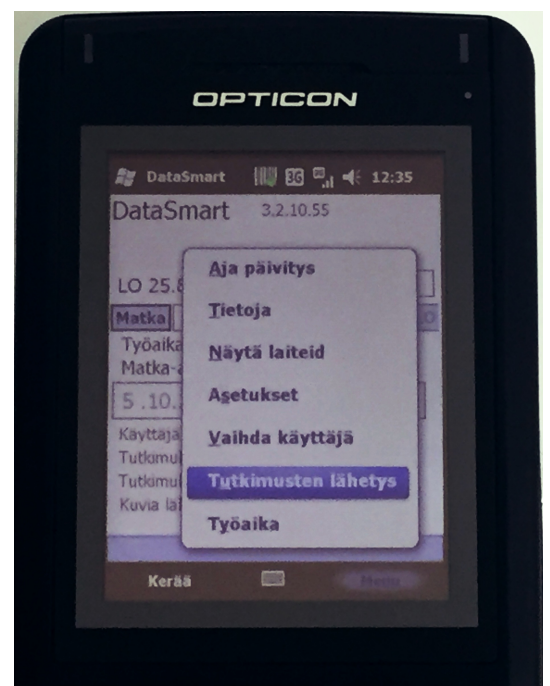


## 9. Tutkimuksen lopetus

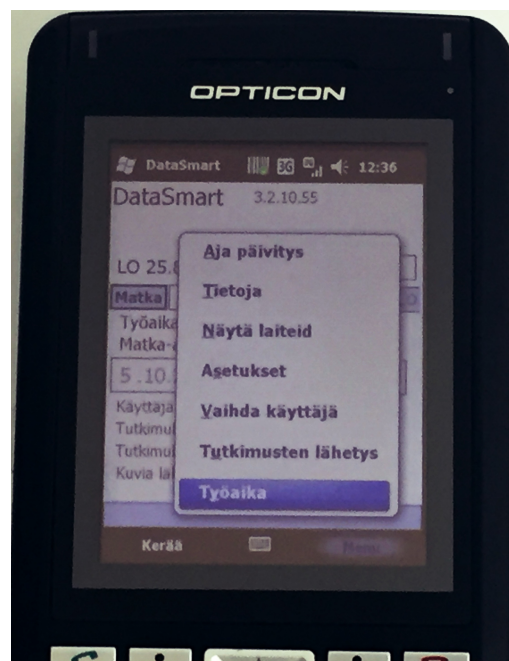
Kuva. 5 Tutkimuksen ollessa valmis painetaan vasemmalla alhaalla kohtaa ”Tutkimus” josta aukeaa kuvassa näkyvä valikko. ”Lisää poikkeuskoodi” painikkeesta valitaan tehty toimenpide kaupalle. Toimenpiteet ovat Valmis, Kieltäytyy, Lopetettu ja Remontissa. Oikean toimenpiteen valitsemisen jälkeen valitaan ”Lopeta” kohta, jonka jälkeen valitaan, että tutkimus kaupassa on valmis.



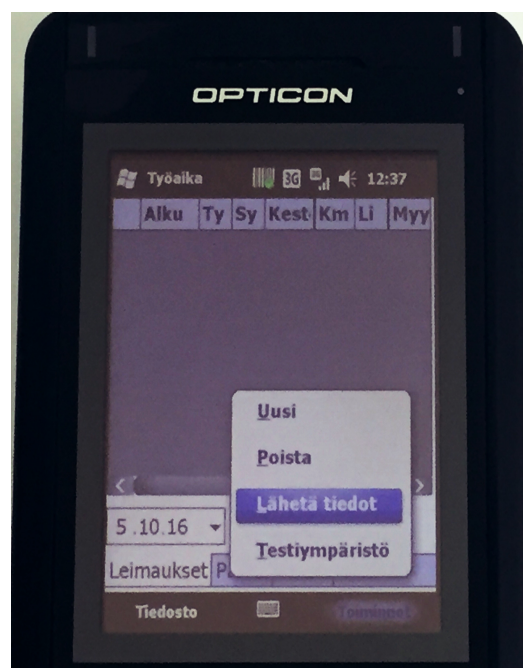
Kuva 6. Tutkimukset lähetetään valitsemalla oikealta alhaalta kohta ”Menu” josta aukeaa kuvassa näkyvä valikko. Valikosta valitaan kohta ”Tutkimusten lähetykset” jonka jälkeen painetaan kohtaa ”Lähetä tutkimukset”. Mikäli työpäivän aikana on otettu kuvia lähetetään kuvat painamalla kohtaa ”Lähetä kuvat”.



Kuva 7. Työpäivän päätteeksi lähetetään työpäivän tiedot eteenpäin. Tutkimus sovelluksen oletusnäkymän oikeasta alareunasta valitaan kohta "Menu" josta aukeaa kuvassa näkyvä valikko. Valikosta valitaan kohta "Työaika" jota painamalla päästään työaika näkymään.



Kuva 8. Työpäivänä tehdyt siirtymät, tauot ja työpäivän pituus näkyy tässä valikossa. Työpäivän tiedot lähetetään eteenpäin valitsemalla oikeasta alareunasta "Toiminnot" kohta josta aukeaa kuvassa näkyvä valikko. Valikosta valitaan kohta "Lähetä tiedot" jonka jälkeen opticon lähettää työpäivän tiedot eteenpäin. Tietojen lähettämisen jälkeen voidaan poistua työajan seuraamistilasta valitsemalla "Tiedosto" ja "Sulje" jolloin palataan tutkimus sovelluksen oletusnäkymään.





## 10. Helpdesk

Mikäli kohtaat tutkimuksen tekoon liittyvän ongelmatilanteen, etkä sitä pysty itsenäisesti ratkaisemaan ota ensisijaisesti yhteyttä aluepäällikköosi. Aluepäälliköt auttavat ja vastaavat kaikkiin kentällä tapahtuviin ja tutkimuksiin liittyviin kysymyksiin. Mikäli ette pysty aluepäällikön kanssa yhdessä ratkaisemaan ongelmatilannetta joka liittyy tutkimuksen tekoon, ota yhteyttä Helpdeskiin. Helpdesk voi tarvittaessa muodostaa etäyhteyden laitteeseesi ja auttaa ongelma tilanteen selvittämisessä heti paikanpäällä myymälässä. Helpdesk on tavoitettavissa myymälöiden aukioloaikoina. Tallenna alla mainittujen henkilöiden puhelinnumerot puhelimeesi ongelma tilanteiden varalta.

Helpdeskissä sinua auttavat:

Henkilö X  
0400-XXXXX

Henkilö Y  
040-XXXXXX

Mikäli asia ei ole kiireinen voit lähettää sähköpostitse kysymykset Helpdeskiin osoitteeseen:  
[www.xxx@xxx.fi](mailto:www.xxx@xxx.fi)

## 11. Yhteystiedot

Tässä listattuna tärkeimmät osoitteet ja yhteyshenkilöt, jotka vastaavat kysymyksiisi tarvittaessa.

Yritys X Oy

Osoite XXXX postinumero, Paikkakunta

Henkilö X, Aluepäällikkö

henkilöx@xxx.com

040-XXXXXX

Henkilö Y, Aluepäällikkö

henkilöy@xxx.com

0400-XXXXX

Henkilö Z, Kenttätoiminnan johtaja

henkilöz@xxx.com

040-XXXXXX

Lisätietoa yrityksestä löydät osoitteesta: [www.yritysX.com](http://www.yritysX.com)

Löydät meidät myös sosiaalisesta mediasta:



Kiitos, että olet perehtynyt oppaan sisältöön. Toivotamme sinulle menestystä markkinatutkijana. Antoisia työhetkiä!