

Henna Ruuskanen

Sosiaalinen media asiakaspalvelun tueksi kirjastoissa

Case Opastusvideot YouTubeissa

Opinnäytetyö

Kevät 2018

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tradenomi (AMK), Kirjasto- ja tietopalvelualan tutkinto-ohjelma

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Tradenomi (AMK)

Suuntautumisvaihtoehto: Kirjasto- ja tietopalvelualan tutkinto-ohjelma

Tekijä: Ruuskanen, Henna

Työn nimi: Sosiaalinen media asiakaspalvelun tueksi kirjastoissa, Case opastusvideot Youtubessa

Ohjaaja: Ari Haasio

Vuosi: 2018

Sivumäärä: 49

Liitteiden lukumäärä: 0

Osa kirjastojen asiakaspalvelusta on viime vuosien aikana siirtynyt verkkoon. Tarkastelin tässä opinnäytetyössäni kuinka sosiaalista mediaa voisi hyödyntää kirjastojen asiakaspalvelussa.

Case-tapauksena oli Keiteleen kunnankirjasto, jonne tein opastusvideoita Rutakko-verkkokirjaston käytöstä. Keiteleen kunnankirjasto kuuluu Rutakko-kirjastoihin sekä Nilakan alueen kirjastoihin. Nilakan alueen kirjastoilla on ollut käynnissä eMaa-seutu-hankkeen yhteydessä virtuaalikirjasto-hanke. Nilakan kirjastot ovat tarjonneet asiakaspalvelua chatin ja videochatin kautta asiakkailleen. Opastusvideot olivat jatkumoa virtuaalikirjasto-hankkeeseen, jossa pyrittiin mahdollistamaan asiakkaiden virtuaaliasiointi. Keiteleen kunnankirjastossa on käytössä omatoimikirjasto.

Opastusvideoita tein neljä erilaista: Lainojen uusiminen, Maksut, Omien tietojen päivittäminen sekä Varauksen tekeminen. Opastusvideoilla pyritään palvelemaan asiakkaita myös kirjaston aukioloaikojen ulkopuolella. Opastusvideot tehtiin Powerpoint ohjelmalla ja julkaistiin kirjaston YouTube-kanavalla.

Opastusvideoista kysyttiin asiakkailta palautetta niiden julkaisemisen jälkeen. Kyselymenetelmänä käytettiin lomakekyselyä. Lomakekysely suoritettiin sähköisenä sosiaalisessa mediassa ja paperisena kirjaston tiloissa. Kyselyyn vastasi 14 henkilöä. Palautteen mukaan opastusvideot koettiin pääosin havainnollisina ja selkeinä.

Opastusvideot palvelevat verkossa etäkäyttöasiakkaita ja omatoimikirjaston käyttäjiä niin Keiteleen kirjastossa kuin muissakin Nilakan alueen kirjastoissa sekä myös kaikissa Rutakko-kirjastoissa.

Avainsanat: kirjastot, asiakaspalvelu, sosiaalinen media

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Library and Information Services

Specialisation:

Author: Henna Ruuskanen

Title of thesis: Social media and customer service in libraries: Case tutorial videos on Youtube

Supervisor: Ari Haasio

Year: 2018 Number of pages: 49 Number of appendices: -

Some of libraries' customer services have moved to the Internet over the last few years. This thesis examines how social media could be of use for the customer services of libraries.

The case is the municipal library of Keitele, for which tutorial videos were made about the use of the Rutakko web library. The municipal library of Keitele is part of the Rutakko libraries and the libraries in the Nilakka area. The libraries of the Nilakka area have had an ongoing virtual library project as part of the eMaaseutu project. The libraries of Nilakka have offered customer services through chat and video chat to their customers. The tutorial videos are a continuation to the virtual library project, aimed at enabling customers to use virtual services. The library of Keitele has a self-service library.

The four tutorial videos made relate to four different topics: Renewing loans, Payments, Updating personal information, and Making a reservation. The tutorial videos are aimed at serving customers also when the library is closed. The tutorial videos were made with PowerPoint and published on the library's YouTube channel.

Feedback was collected from customers after the tutorial videos were published. The survey was conducted using a questionnaire. The survey was executed online through social media and as a paper version at the library. The survey was answered by 14 people. According to the feedback, the tutorial videos were considered as illustrative and clear.

The tutorial videos serve online remote access customers and the users of the self-service libraries at both the Keitele library and the other libraries of the Nilakka area, as well as at each Rutakko library.

Keywords: libraries, customer service, social media

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Käytetyt termit ja lyhenteet	5
1 JOHDANTO	6
2 ASIAKASPALVELU.....	8
2.1 Asiakaspalveluprosessi.....	10
2.2 Kirjaston asiakaspalvelu.....	15
3 SOSIAALINEN MEDIA.....	18
3.1 Sosiaalisen median verkkopalvelut	19
3.2 Sosiaalinen media ja kirjastot.....	23
4 ASIAKASPALVELU SOSIAALISESSA MEDIASSA	25
4.1 Suunnitelma sosiaaliseen mediaan.....	26
5 KEITELE	28
5.1 Keiteleen kunta	28
5.2 Keiteleen kunnankirjasto	29
6 EMAASEUTU-HANKE	32
6.1 Palvelu tulevaisuuteen: eMaaseutu-hanke.....	32
6.2 Nilakan virtuaaliasiointi sekä virtuaalikirjasto-pilotti	33
6.2.1 Omatoimikirjaston osuus pilotissa	34
7 TUTKIMUSMENETELMÄ	36
7.1 Kyselytutkimus	37
8 CASE OPASTUSVIDEOT YOUTUBESSA.....	39
8.1 Opastusvideoiden tekoprosessi	39
8.1.1 Opastusvideoiden suunnittelu	40
8.1.2 Opastusvideoiden teko.....	41
8.2 Palaute opastusvideoista	42
8.3 Yhteenveto.....	45
LÄHTEET	47

Käytetyt termit ja lyhenteet

Asiakaspalvelu	Asiakkaan vuorovaikutteinen palvelu (Lovio & Tiihonen 2005, 11).
eMaaseutu-hanke	Hanke, jonka tavoitteena on edistää sähköisten palveluiden kehitystä ja käyttöönottoa maaseudulla.
Nilakan kunnat	Keitele, Pielavesi, Tervo, Vesanto
Rutakko kirjastoverkko	Ylä-Savon kirjastoverkko, johon kuuluvat: Iisalmen kaupunginkirjasto, Keiteleen kunnankirjasto, Kiuruveden kaupunginkirjasto, Lapinlahden kunnankirjasto, Pielaveden kunnankirjasto, Sonkajärven kunnankirjasto, Tervon kunnankirjasto, Vesannon kunnankirjasto sekä Vieremän kunnankirjasto.
Sosiaalinen media	Tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti käyttäjien tuottamaa ja jakamaa sisältöä sekä luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita (TEPA).
Verkkopalvelu	Verkkosivuston kautta tarjottava palvelu (TEPA).

1 JOHDANTO

Kirjastojen rooli on muuttunut viime vuosikymmeninä koko viestintäjärjestelmän nopean muutoksen myötä. Kirjastojen perustehtävä sen sijaan on tullut entistä tärkeämmäksi. Tieto- ja viestintätekniiikan liittyttyä meidän kaikkien arkiseen elämään kirjastot ovat alkaneet kävellä ulos kirjastoista. (Juntunen & Saarti 2014, 9.)

Kirjastot ovat siirtyneet palvelemaan asiakkaitaan verkkoon ja sosiaaliseen mediaan. Sosiaalisessa mediassa on oltava asiakaspalvelun takia. Fiksu organisaatio auttaa asiakkaitaan siellä, missä nämä ovat. Se ei oletta, että asiakkaat ryhtyvät jonnottamaan palvelunumeroihin tai lähettelemään fakseja. Moni suomalainen tekee työtä, jossa ei pääse puhelimeen virka-aikana. Sosiaalisessa mediassa pitää siis olla myös asiakkaan takia. Mitä nopeammin asiakkaat palvellaan, sitä tyytyväisempiä he ovat. (Kortesuo 2018, 27.)

Tässä opinnäytetyössä tutkin sosiaalisen median käyttöä kirjaston asiakaspalvelun apuna. Casena on Keiteleen kunnankirjasto, jonne tein opastusvideoita Rutakko-verkkokirjaston käytöstä. Opastusvideoita on neljästä eri aiheesta: Lainojen uusiminen, Maksut, Omien tietojen päivittäminen sekä Varauksen tekeminen. Opastusvideot julkaistiin kirjaston YouTube-kanavalla.

Keiteleen kirjasto kuuluu Rutakko-kirjastoihin ja Rutakko-kirjastojen sisällä Nilakan alueen kirjastoihin. Nilakan alueen kirjastoilla on ollut käynnissä eMaaseutu-hankkeeseen liittyen pilottihanke Nilakan virtuaaliasiointi sekä virtuaalikirjasto. EMaaseutu-hanke on hanke, jonka tarkoituksena on edistää sähköisten palvelujen kehittämistä Pohjois-Savon kunnissa ja yrityksissä sekä kuntalaisten kykyä käyttää niitä. Opastusvideot ovat jatkumoa virtuaalikirjastohankkeeseen ja niillä pyritään palvelemaan asiakkaita kirjaston aukioloaikojen ulkopuolella. Nilakan kirjastoilla on kaikilla käytössään omatoimikirjasto.

Monet asiakkaat kokevat edelleen kirjaston virtuaalipalveluiden käytön hankalana. Käyttöä vaikeuttavat erilaiset käyttöliittymät ja kirjautumiset useisiin palveluihin. Myös kirjaston asiakkaiden ikärakenne vaikuttaa asiaan. Esimerkiksi Keiteleen kunnankirjastossa iso osa asiakkaista on vanhempaa väestöä, jotka eivät kunnolla hal-

litse tietokoneen käyttöä tai eivät välttämättä edes omista sellaista. Tällaiselle asiakaskunnalle asiointi kirjastossa tarkoittaa edelleen fyysistä kirjastokäyntiä ja lainaamista asiakaspalvelutiskiltä. Haaste onkin saada tämä asiakaskunta käyttämään kirjaston virtuaalipalveluita esimerkiksi uusimista, varausten tekoa sekä omatoimikirjastoa. Tähän haasteeseen olen pyrkinyt vastaamaan tämän opinnäytetyön opastusvideoilla. Mielestäni on tärkeää, että opastus on saatavilla ajankohdasta riippumatta ja sitä voi katsoa uudelleen ja uudelleen, kohta kohdalta edeten.

Videoiden hyvä puoli opastuksessa on se, että ne näyttävät saman näkymän kuin asiakas itse kohtaa esimerkiksi varausta tehdessään. Pelkät kirjalliset ohjeet eivät sitä tee ja ovat näin vaikeampia ja hankalampia epävarmalle käyttäjälle. Asiakkaan on oltava valmis käyttämään virtuaalipalveluita ja empivän asiakkaan kohdalla hyvä opastus on tärkeää. Selkeillä opastusvideoilla on helppo näyttää asiakkaille, kuinka yksinkertaista esimerkiksi varauksen tekeminen lopulta on. Aina saatavilla olevat opastusvideot myös vapauttavat kirjaston asiakaspalvelun resursseja. Koko ajan saatavilla olevat opastusvideot palvelevat asiakkaita esimerkiksi kirjaston omatoimiaikoina henkilökunnan puuttuessa tai muulloin kirjaston ollessa kiinni ja asiakkaan palvelutarpeen ollessa akuutti. Opastusvideot ovat myös vapaasti saatavilla ja nähtävillä kirjaston YouTube-kanavalla sekä muissa sosiaalisen median kanavissa, jolloin asiakkaan ei tarvitse erikseen kirjautua mihinkään palveluun nähdäkseen ja saadakseen opastusta. Asiakkaan ei myöskään tarvitse lähteä etsimään verkkokirjaston sivulta ohjesivua ja ohjeistusta ja näin hukata sivua, jolla on hän tekemässä esimerkiksi varausta.

Opinnäytetyön tavoitteena oli helpottaa asiakkaiden verkko- ja omatoimista asiointia kirjastossa aukioloaikojen ulkopuolella opastusvideoiden avulla. Opastusvideoiden toimivuutta on tutkittu kvantitatiivisen tutkimuksen kautta järjestämällä asiakaskysely opastusvideoiden toimivuudesta. Tutkimus kokoaa yhteen asiakkaiden ajatuksia ja mielipiteitä opastusvideoiden toimivuudesta ja informatiivisuudesta.

2 ASIAKASPALVELU

Asiakaspalvelu on asiakkaan vuorovaikutteista palvelua ennen asiakkaan haluaa palvelua, sen yhteydessä ja sen jälkeen. Se on sarja toimenpiteitä, jotka ovat suunniteltu parantamaan asiakastyytyvää. Myös asiakaspalvelu voi olla ihmisen tuottamaa tai automatisoitua. Lyhyesti sanottuna ja tiivistettynä asiakaspalvelu on asiakkaan odotuksien täyttämistä. (Jokinen 2015, 5.)

Palvelulla tarkoitetaan aineetonta hyödykettä, esimerkiksi työsuoritetta, joka tehdään asiakkaan puolesta. Palvelu voi kohdistua suoraan asiakkaaseen, kuten esimerkiksi terveystarkastus. Palvelu voi olla ihmisen tuottamaa tai automatisoitua kuten esimerkiksi Internet-palvelut. (Jokinen 2015, 5.)

Valvio (2010, 45-46) määrittelee palvelun suhteessa konkreettisiin tuotteisiin, jolloin niillä voidaan nähdä olevan seuraavat neljä erityispiirrettä: Palvelut ovat ainakin osaksi aineettomia, palvelut ovat prosesseja tai toimintasarjoja, palvelut kulutetaan – tai koetaan – samanaikaisesti, kun niitä tuotetaan ja käyttäessään palveluja asiakas itse osallistuu palvelutapahtuman tuottamiseen.

Kirjaston perinteisiä palvelutuotteita ovat esimerkiksi aineiston lainaus ja käyttö kirjastossa sekä neuvonta ja tietopalvelu. Palvelu voidaan myös määritellä asiakkaalle tarjottavana toimintona tai hyötynä, joka voi olla aineetonta. Usein puhutaan monikossa kirjasto- ja tietopalveluista. (Lovio & Tiihonen 2005, 11.)

Palvelutuote on tavallisimman toimintasarja, esimerkiksi kirjaston lainauspalvelu. Asiakas näkee toimintoketjusta vain yhden vaiheen ja käsittää sen usein yhtenä kokonaisuutena. Esimerkiksi edellä mainitusta kirjaston lainauspalvelusta asiakas näkee vain kirjan kirjaston hyllyssä ja lainaa sen, eikä ajattele mitä kirjalle on tapahtunut ennen kirjaston hyllyyn päätymistä. Asiakas voi myös itse osallistua asiakaspalvelutapahtumaan, esimerkiksi tiedonhaun ohjaukseen. Palvelutapahtuman alkessa asiakkaan tarpeet ja odotukset eivät välttämättä ole vielä tiedossa, vaan selviävät vasta palvelutapahtuman aikana. (Lovio & Tiihonen 2005, 12.)

Asiakaspalvelu on toiminto, jonka olennaisena osana on ihmisten kanssa tekemisissä oleminen ja vuorovaikuttaminen. Asiakaspalvelija ei voi tietää etukäteen, millä

tuulella asiakas on, mikä hänen tarpeensa on ja mitä vanhoja kokemuksia tai uutta tietoa hän kantaa mukanaan. Itse palvelutilanteen kulkua on tämän vuoksi vaikea ennustaa. Asiakaspalvelijan tulee olla nöyrä palvelutapahtumaa kohtaan ja valmistautua asiakkaan kohtaamiseen parhaimman tietotaitonsa mukaan. (Flink ym. 2015, 74.) Osaamistavoitteina asiakaspalvelutaitoihin voisi mainita mm. taidon avulla asiakkaita ottaen huomioon yrityksen palvelukonseptin ja viestinnän eri ulottuvuudet, asiakaspalveluun liittyvät esiintymistaidot, ammattietiikan ymmärtämisen sekä itsetuntemuksen sekä sen millaisia ominaisuuksia asiakaspalvelijana kannattaa kehittää. (Jokinen 2015, 22.)

Asiakaspalvelun keskeisiin osaamisalueisiin kuuluu tuoteosaaminen, vuorovaikutustaidot sekä pelisääntöjen hallinta. Yksi asiakkaiden eniten arvostamista asiakaspalvelutaidoista on tuoteosaaminen. Mitä monimutkaisempi tuote tai palvelu on, sitä suurempi merkitys on sillä, kuinka hyvin asiakaspalvelija tuntee tuotteen ominaisuudet ja toiminnan. Tuotetuntemuksen kautta asiakaspalvelija osaa poimia asiakasta kiinnostavat ominaisuudet ja myydä tuotteen tai palvelun asiakkaalle asiakkaan ymmärtämällä tavalla. Syvällisen tuotetuntemuksen omaaminen voi kuitenkin olla haastava tai jopa mahdoton tehtävä. Esimerkiksi kirjastossa täydellinen tuotetuntemus koko kokoelmasta on mahdotonta. Kirjaston asiakaspalvelijan ammattitaitoa on kuitenkin osata löytää kokoelmien kätköistä asiakkaan tarvitsemat aineistot. (Jokinen 2015, 22.)

Vuorovaikutustaidot asiakaspalvelutyössä ovat välttämättömiä. Asiakas on lähes poikkeuksetta ihminen, jonka kohtaamiseen tarvitaan vuorovaikutustaitoja. Asiakaspalvelu on konkreettisen tuotteen tai palvelun lisäksi tilanteeseen sidottu aineeton vuorovaikutustapahtuma asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä. Kasvokkain tavatessa se on muun muassa sanallista viestimistä, ilmeitä ja eleitä sekä oikeaa palveluasennetta ja -alttiutta. Koska palvelu koetaan, se näkyy, kuuluu ja tuntuu jokaiselle asiakkaalle erilaisena. Asiakaspalvelijana tuotettu hetki on aina ainutlaatuinen ja peruuttamaton. (Flink ym. 2015, 75–76.) Asiakkaan asiakaspalvelijaan kohdistuvat odotukset ovat aika yksinkertaisia ja kulttuurista riippumattomia: ihmisillä on tarve tulla hyväksytyksi, kuulluksi, nähdyksi, ymmärretyksi ja arvostetuksi. Esimerkiksi kirjastossa työskennellessä vuorovaikutusta asiakkaiden kanssa tulee päivittäin to-

della paljon. Asiakaspalvelijan täytyy osata kohdata niin pikaisesti varaamiaan kirjoja hakemaan tullut yrittäjä kuin yksinäisyyttään poteva naapurin mummo. Jokaista asiakasta ei voi palvella samalla lailla ja tarvitaan vuorovaikutustaitoja, että osaa lukea oikean lähestymistavan eri asiakkaille. (Flink ym. 2015, 74.)

Asiakaspalvelutyön pelisääntöjen hallintaan kuuluu lainsäädäntö, sopimukset ja yleiset käytännöt. Asiakaspalvelijan tulee olla tietoinen omaan asiakaspalveluprosessiinsa liittyvistä valtuuksista ja käytännöistä. Minkälaiset arvot ohjaavat tapaa toimia asiakaspalvelutilanteessa? Millaisia päätöksiä asiakaspalvelijalla on valtuudet tehdä? Kuinka erilaiset lait rajoittavat tai mahdollistavat työn tekemistä. Kuinka mahdollisten reklamaatioiden käsittely hoidetaan? Esimerkiksi kirjastossa työskennellessä, onko asiakaspalvelijalla valtuuksia hoitaa aineistonkorvauksiin liittyviä asioita tai kuinka käsitellään sakkomaksuihin tyytymätön asiakas. Myös kirjastonkäyttöä koskevista laista, kuten kirjastolaki, tekijänoikeuslaki, järjestyslaki jne. tulee asiakaspalvelussa olla tietoinen. (Jokinen 2015, 22.)

2.1 Asiakaspalveluprosessi

Asiakaspalvelu koostuu monista pienistä yksityiskohdista, joiden kaikkien pitää täytyä muodostaakseen ehyen palvelukokemuksen. Asiakaspalveluprosessi voidaan jakaa useaan eri osaan. Vaiheet voivat vaihdella jonkin verran erilaisten yritysten ja palvelutuotteiden välillä. Pääsääntöisesti asiakaspalveluprosessi on kuitenkin hyvin samanlainen. Jokinen (2015, 16) jakaa asiakaspalveluprosessin kahdeksaan eri osaan. Hämäläinen ym. (2016, 19–36) puolestaan nimeävät asiakaspalveluprosessin palvelupeliksi, jossa on yhdeksän eri palvelurastia. Eroja Jokisen malliin ei liiemmästi ole, joskin Hämäläinen ym. ovat nostaneet asiakaskohtaamisen valmistelun omaksi palvelurastikseen.

Asiakaspalveluprosessi (Jokinen 2015, 16)

1. Asiakkaan kohtaaminen. Asiakkaan saama ensivaikutelma on pitkään vaikuttava tunne, joka ohjaa asiakassuhteen syntyä. Asiakkaan tulee kokea

olevansa tervetullut, ja siihen vaikuttaa monet pienet yksityiskohdat; tila, asiakaspalveluhenkilön olemus ja käytös sekä ennako-odotukset.

2. Tarpeen tunnistaminen. Asiakkailla on sekä tiedostettuja että tiedostamattomia tarpeita. Tiedostetut tarpeet on suhteellisen helposti saatavissa selville keskustelemalla asiakkaan kanssa. Tiedostamattomat tarpeet ovat hankalampia selvittää ja edellyttää asettumista asiakkaan asemaan.
3. Ratkaisuvaihtoehtojen etsiminen. Ratkaisuvaihtoehtojen etsimisessä korostuu asiakaspalveluhenkilön ammattitaito, sekä kyky tunnistaa asiakkaalle oleelliset seikat. Omat henkilökohtaiset mieltymykset on pidettävä erossa.
4. Vaihtoehtojen esittäminen. Asiakkaat pitävät siitä, että heillä on mahdollisuus valita useammasta vaihtoehdosta mieleisin. Mutta liiallinen määrä vaihtoehtoja hankaloittaa päätöksen tekoa ja asiakkaasta saattaa tuntua, ettei hänen tarpeitaan selvitetty riittävän hyvin. Yleisesti toimiva ratkaisu on esitellä kolme vaihtoehtoa.
5. Asiakkaan päätöksen tukeminen. Asiakaspalvelussa on tärkeää antaa asiakkaan tehdä päätös ostamisesta. Jos päätöksenteko kuitenkin osoittautuu hankalaksi, asiakaspalvelu voi helpottaa valintaa korostamalla asiakkaan tärkeäksi kokemia ominaisuuksia. Jos tuotteella on palautusoikeus, voi kertoa, että tuotteen voi tulla palauttamaan, jos ei se enää kotona tunnu oikealta ratkaisulta.
6. Mahdollisen lisätarpeen selvitys. Asiakkaalla saattaa olla lisätarpeita joko liittyen jo ostettuun hyödykkeeseen tai muuhun yrityksen tarjontaan. Asiakaspalvelun tehtävänä on hienovaraisesti saada se selville ja tarjota sitä asiakkaalle. Tärkeää on muistaa, että asiakkaan tulee kokea tapahtuma palveluna, eikä innokkaana lisämyyntinä.
7. Palvelutapahtuman päättäminen. Asiakaspalvelutapahtuma päättyy yleensä maksamiseen tai maksusta sopimiseen. Etenkin jos asiakas on päättänyt hankkimaan arvokkaamman tuotteen kuin oli ajatellut, on kohteliasta ohjata ajatukset tuotteen etuihin. ”Hyvän laadun muistaa vielä silloinkin, kun hinta on unohtunut.”
8. Asiakassuhteen jatkuvuuden varmistus. Asiakaspalvelun yksi tärkeimmistä tehtävistä on varmistaa, että asiakas palaa takaisin. Paras tae on se, että asiakas kokee tyytyväisyyttä asiakaspalvelun kokonaisuuteen,

mutta sitä voidaan vahvistaa yhteyden pidolla asiakkaaseen myös ostotahtuman jälkeen esimerkiksi kanta-asiakasohjelman tai tyytyväisyysmittauksen avulla.

Hämäläisen ym. (2016, 19–36) asiakaskaspalveluprosessi esitellään palvelupelinä. Asiakaspalvelu on heidän mukaansa ikään kuin peli, jossa asiakas ja asiakaspalvelija antavat toisilleen vihjeitä ja ehdotuksia siitä, kuinka olisi hyvä toimia. Pelissä asiakaspalvelija ja asiakas pallottelevat yhdessä tai etenevät saatujen vinkkien perusteella maalia kohti. Heidän mukaansa palvelupeli etenee yhteisymmärryksessä rasti rastilta kohti päätöksentekoa ja tyytyväistä asiakasta. Palvelurastit ovat kuin kartta, jotka johdattavat perille vaihe vaiheelta.

Palvelupeli (Hämäläinen ym. 2016, 19–36)

1. Palvelurasti: Valmistelu. Asiakas haluaa palvelua ja ratkaisuja ongelmiinsa. Usein asiakkaan ensivaikutelma palveluympäristöstä ratkaisee ja värittää jatkon. Tunteeko asiakas olonsa tervetulleeksi, ovatko toimitilat siistit, onko henkilökunta siistin ja ammattimaisen näköistä. Tai vastaavasti verkkoympäristössä, millaiset nettisivut ovat käytettävyydeltään. Palveluympäristön tulee olla kutsuva, oli sitten kyse fyysisistä toimitiloista tai verkkokaupasta.
2. Palvelurasti: Kohtaaminen. Asiakkaan kohtaaminen ja tervehtiminen ovat alku hyvälle yhteistyölle. Katsekontaktin sanotaan olevan vuorovaikutuksen väkevin väline. Katseella asiakaspalvelija voi kutsua ja luoda ystävällisyyden ilmapiiriä. Hyvän asiakaspalvelijan olemus on luotettava, asiantunteva ja helposti lähestyttävä. Verkkoympäristössä toiminta tapahtuu pääasiassa itsepalveluperiaatteella, mutta asiakkaan ja asiakaspalvelijan yhteys voi syntyä esimerkiksi chat-toiminnon avulla. Kohtaamista leimaa paljon sanaton viestintä. Sanattoman viestinnän tulkitsemisessa täytyy myös muistaa, että eleet ja ilmeet riippuvat paljon ihmisen luonteesta ja kasvatuksesta, myös kulttuuri vaikuttaa tapaan viestiä.
3. Palvelurasti: Keskustelun aloitus. Hämäläisen ym. mukaan hyvä asiakaspalvelija on aktiivinen. Hän ei odota vaan, tiedustelee itse asiakkaalta, voiko hän olla avuksi. Täyty muistaa, että asiakaspalvelijan tärkein tehtävä on asiakaspalvelu, ei esimerkiksi hyllyjen tms. täyttö. Aktiivisesti mielen-

kiinnon ja palvelualltiuden osoittaminen kasvokkain tapahtuvassa palvelutilanteessa ehkäisee myös varkauksia ja väärinkäytöksiä Verkkopalveluympäristössä apua voi tarjota esimerkiksi chat-palvelun avulla. Tässä ympäristössä sanaton viestintä puuttuu, joten on erityisen tärkeää käyttää kohteliasta ja virheetöntä kieltä.

4. **Palvelurasti: Kiinnostuksen herättäminen.** Hyvä asiakaspalvelija osaa herättää asiakkaan kiinnostuksen ja vangita tämän huomion. Hän myös tuntee tuotteensa läpi kotaisin ja osaa kertoa asiakkaalle asioita, joita tämä ei edes osaa kysyä tuotteesta. Asiakaspalvelija selvittää mitä hyötyä asiakas kaipaa ja mikä on asiakkaan tilanne ja tarjoaa ratkaisun asiakkaan ongelmaan.
5. **Palvelurasti: Ratkaisun tarjoaminen.** Asiakaspalvelija tarvitsee tiedon siitä, mitä asiakas todella haluaa ja mitkä ovat hänen tarpeensa. Ne hän saa selville, kun muistaa kolmen k:n menetelmän: katselu, kuuntelu ja kysely. Kun asiakkaan kanssa on keskusteltu ja selvitetty hänen tarpeensa, voidaan esitellä sopivia vaihtoehtoja. Erittäin tärkeää on kuunnella asiakasta ja etsiä aidosti oikeaa ratkaisua. On asiakaspalvelijan tehtävä opastaa asiakasta niin, että tämä osaa vertailla eri vaihtoehtoja keskenään ja tehdä ratkaisunsa.
6. **Palvelurasti: Vastaväitteet.** Aina keskustelu asiakkaan kanssa ei suju yhteisymmärryksessä. Asiakkaalla saattaa olla hyvinkin voimakkaat näkemykset ja ennakkoluuloja tuotteesta. On hyvä muistaa, että mielipiteitä tai asenteita on vaikea muuttaa, tästä syystä asiakkaan kanssa ei koskaan pitäisi ryhtyä väittelemään. On kuitenkin mahdollista, ja suotavaa, antaa asiakkaalle uusia näkökulmia. Asiakaspalvelijan arvo ei alene, vaikka hän antaa asiakkaan loistaa tiedoilla aja suo hänelle viimeisen sanan. Tärkeintä on, että asiakas on tyytyväinen.
7. **Palvelurasti: Päätöksenteon ehdottaminen.** Kun asiakas ja asiakaspalvelija ovat punninneet erilaisia vaihtoehtoja ja löytäneet yhdessä mielestään sopivan ratkaisun, asiakasta on syytä rohkaista päätöksen tekemisessä. On asiakkaita, jotka tarvitsevat rohkaisua päätökselleen ja toisia, jotka osaavat tehdä ostopäätöksen ilman asiakaspalvelijan avustusta. Asiakkaalle voi päätöksen teon tueksi ehdottaa sopivaa vaihtoehtoa, kerrata vaihtoehdon

hyvät puolet ja kiteyttää tuotteen oleelliset asiat ja lopulta rohkaista asiakasta valitsemaan.

8. **Palvelurasti: Lisämyynti.** Asiakaspalvelijan ammattitaidosta yksi tärkeä osa on kyky nähdä asiakkaan kokonaistilanne. Hyvä myyjä tekee tilaisuuden tullen lisämyyntiä. Lisämyynti ei ole tyrkyttämistä, vaan usein myyjä tekee palveluksen asiakkaalle tarjotessaan hänelle tuotteen tai palvelun, josta on lisäapua. Lisämyynnin avulla asiakkaalta säästyy aikaa ja vaivaa, kun hän ostaa kaiken kerralla ja samalla asiakkaan keskiostos suurenee.
9. **Palvelurasti: Palvelun jälkitoimet.** Kun asiakas on tehnyt valintansa, hän haluaa siirtyä mahdollisimman sujuvasti eteenpäin ostoprosessissa. Pienetkin asiat ovat tärkeitä loppuvaiheessa. Esimerkiksi kaupassa asiakkaalta kysytään kanta-asiakaskorttia ja ostettu tuote ojennetaan asiakkaalle niin, että tämän on helppo tarttua siihen. Kaikissa palvelutilanteissa asiakkaalle voi toivottaa hyvää päivän jatkoa tai jotakin muuta ajankohtaan sopivaa. Tärkeää on myös hymyillä ja toivottaa asiakas tervetulleeksi uudelleen. Hyvä asiakaspalvelija oppii myös tuntemaan asiakkaansa ja pystyy näin palvelemaan heitä entistä yksilöllisemmin. Aito kiinnostus asiakasta kohtaan kuuluu palvelun jatkotoimiin. Asiakkaat kuitenkin yleensä muistavat varsinkin loistavan asiakaspalvelun, joka saa asiakkaan palaamaan uudelleen. Parhaimmillaan tyytyväinen asiakas suosittelee yritystä muillekin ja toimii näin yrityksen markkinoijana tuoden sille uusia asiakkaita.

Jokisen (2015, 16) asiakaspalveluprosessimalli ei huomioinut ollenkaan nykyään jo suurta osaa näyttelevää verkkoasiointia ja sen asiakaspalvelua. Hämäläisen ym. (2016, 19–36) palvelupelissä se mainittiin muutamissa palvelurasteissa erikseen. Kummassakaan mallissa ei otettu erikseen kantaa puhelinpalveluun. On huomiotava, että palvelutapahtuma on tyystin erilainen fyysisessä kohtaamisessa asiakkaan kanssa kuin verkko- tai puhelinpalvelussa. Kirjallinen viestintä vaatii hyvää yleiskielen hallintaa ja kykyä esittää asia selkeästi (Juntunen & Saarti 2014, 54). Jos aloitat viestin asiakkaan teitittelyllä, teitittelyä jatketaan viestin loppuun asti, tyylin muutos kesken viestin antaa epäammattimaisen ja huolimattoman vaikutelman. Viestityyliin ero eri välineiden kesken täytyy myös ottaa huomioon. Sosiaalisessa

mediassa voi olla tyyliltään hieman rennompia kuin perinteisessä sähköpostiviestittelyssä. Tärkeintä on kuitenkin pyrkiä mukauttamaan omaa viestintäänsä asiakkaan tyyliin. Hymiöiden käyttöä kannattaa välttää, sillä eri ihmiset tulkitsevat niitä eri tavoin. (Hämäläinen y. 2016, 56–57.) Puhelinpalvelussa kannattaa kiinnittää huomiota äänensävyyn ja selkeään puhutapaan. On myös tärkeää kuunnella tarkkaavaisesti ja kiinnittää huomiota siihen, mitä asiakas sanoo. Muistiinpanoja kannattaa tehdä, jotta asiakkaan kertomat asiat pysyvät varmasti mielessä ja oikein. Asiakaspalvelijasta tulee epäammattimainen kuva, jos asioita täytyy kysellä uudestaan ja uudestaan. (Hämäläinen ym. 2016, 53–54.)

2.2 Kirjaston asiakaspalvelu

Ilman asiakkaita ei olisi kirjastoa. Kirjaston tärkein tavoite on siis palvella asiakkaansa mahdollisimman hyvin varmistukseksi olemassaolonsa. Kirjaston asiakas-kuntaan kuuluvat asiakkaat vauvasta vaariin, joten kaikkien hyvin palveleminen on haasteellinen tehtävä ja vaatii paljon asiakaspalvelijoita.

VanDuinkerkenin & Kasparin (2015, 15) mukaan kirjaston ollessa julkinen voittoa tavoittelematon organisaatio, sen päätavoite – ja ainoa tehtävä – on palvella. Palvella asiakkaansa hyvin. Kun organisaation päätehtävä on palvella vastikkeetta, se asettaa organisaation erityisasemaan ja luo asiakkaaseen erityisen suhteen.

Kirjastotyössä on kunnioitettava asiakkaita tarpeineen. Palvelun on oltava laadukasta ja asiakkaiden helposti saatavilla. Kirjasto on palvelu, jossa hyvänä asiakaspalveluna pidetään myöskin sitä, että kirjasto on lähellä. (Lovio & Tiihonen 2005, 9.) Kirjastoa käytetään usein esimerkkinä hyvästä asiakaspalvelusta. Kirjasto on julkinen palvelu, jonka asiakaspalvelutaidoista ja -tiedoista opitaan ja otetaan mallia myös yksityiselle sektorille. (Massis 2010, 434–438.)

Asiantuntemus kirjastotyössä tarkoittaa kokonaisvaltaista palvelua, työprosessiin kuuluvien työtehtävien osaamista ja asiakkaiden erilaisten tarpeiden oivaltamista. Se on myös rohkeutta ja taitoa osata ohjata asiakas eteenpäin, mikäli omat resurssit tai toimenkuva eivät riitä. Näin voi käydä esimerkiksi kirjastossa, jossa eri aloille tai

aihealueille on omat vastuuhenkilönsä. Oman vajavaisuutensa myöntäminen asiakkaalle ja eteenpäin ohjaaminen oikean vastuuhenkilön puheille on parasta asiakaspalvelua, mitä asiakkaalle voi siinä tilanteessa suoda. (Lovio & Tiihonen 2005, 35.)

Palvelualttius tarkoittaa yleensä asiakkaan aktiivista palvelua, mutta kirjastotyössä se mielletään enemmänkin niin, että aktiivista palvelua tarjotaan vain pyydettyäessä. Ovathan kirjastot paikkoja, jonne tullaan viettämään aikaa, olemaan omissa oloissa ja rauhassa tutkimaan ja katselemaan luettavaa. Kirjastotyössä voitaisiinkin puhua ennemminkin palveluvalppaudesta. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakaspalvelijan tulisi olla aloitteellinen ja huomaavainen myös sanattoman viestinnän osalta. Asiakasta ja tilannetta tulee osata lukea eikä hyökätä heti asiakkaan kimppuun, jos tämä on selkeästi tullut katselemaan ja tutkimaan. Asiakaspalvelijan on osattava viestiä tällaisellekin asiakkaalle, että tervetuloa kirjastoon – olen valmiina palvelemaan halutessasi. Helposti lähestyttävyydsikin on osa hyvää asiakaspalvelua. (Lovio & Tiihonen 2005, 35.)

Palveluorganisaatioiden, kuten kirjaston, on tärkeää kiinnittää huomiota asiakaspalveluunsa ja kehittää sitä, jotta asiakkaille voidaan toimittaa ja tuottaa sellaista palvelua kuin he haluavat. Jokainen asiakaskohtaaminen on tärkeä ja merkityksellinen ja sisältää vastavuoroisuutta kirjaston ja asiakkaan kesken. Nämä asiakaskohtaukset eivät nykyään enää välttämättä ole fyysisesti tapahtuvia kohtauksia, vaan kirjasto voi tarjota palvelujaan myös verkossa ja aukioloaikojen ulkopuolella. Kirjaston asiakkaat käyttävät nykypäivänä paljon kirjaston sähköisiä palveluja ja kirjaston täytyy pystyä tarjoamaan asiakkailleen hyvät ja toimivat verkkopalvelut pystyäkseen hyvään asiakaspalveluun. Palvelua halutaan myös aukioloaikojen ulkopuolella. Asiakkaan kohdatessa toimimattomat verkkopalvelut hän voi pettyä palveluun niin pahasti, että lopettaa koko kirjaston käytön. On siis tärkeää, että asiakaspalvelu toimii niin kirjaston fyysisissä tiloissa kuin verkossakin. Asiakastyytyväisyys nostaa asiakkaiden lojaaliutta ja käyttöä kirjastoa kohtaan. Kirjastojen ollessa julkisia voittoa tavoittelemattomia palveluja asiakastyytyväisyys on niille tärkeää. Kirjastot myyvät ilmaista palvelua ja sen tarpeellisuuden ja käytettävyyden mittaaminen perustuu kirjaston käyttöön, joka perustuu tyytyväisiin asiakkaisiin. (VanDuinkerken & Kaspar 2015, 139–140.)

Kirjastojen asiakaspalvelua leimaa usein ihmiskeskeisyys. Lainaustiskin asiakaspalvelija oppii muistamaan vakiasiakkaiden nimet ja heidän erikoistoiवेensa tai lempikirjailijansa. Tämä tuo asiakkaalle tunteen siitä, että hän on tärkeä ja hänet muistetaan ja hänestä on siksi mukava tulla käymään kirjastossa. Kirjastoammattilaisen työhön kuuluu vaitiövelvollisuus, mutta myös luottamuksellisuus ja hienotunteisuus, tämä täytyy muistaa rupatellessa vakiasiakkaiden kanssa. Vaitiövelvollinen henkilöstö ei saa kertoa muille asiakkaille mitään asiakkaita koskevia asioita ja kollegoillekin vain mikäli se on välttämätöntä palvelun kannalta. (Lovio & Tiihonen 2005, 35–36 ja 56–57.)

Asiakaspalvelu kirjastossa on siis samanlaista kuin muissakin palveluorganisaatioissa – ja kuitenkin jotenkin erilaista. Jo lähtökohtaisesti kirjasto on asiakkaalle hyvänmielen paikka tulla ja olla. Kirjastossa käynti on vapaaehtoista ja kirjaston käyttäminen ilmaista. Jotenkin ehkä juuri tämä yhtälö on tuonut joidenkin asiakkaiden mieleen ajatuksen, että ”kyllähän siellä tiskin takana voi kuka tahansa istua”. Näin asia ei kuitenkaan todellakaan ole. Kirjastoammattilaisuus on vaativa ammatti, jossa täytyy päivittäin kohdata monia erilaisia asiakkaita ja asiakaspalvelutilanteita. Kirjastoammattilaisen on oltava koko ajan tehtäviensä tasalla ja perinteisesti tiedettävä kaikesta vähän kaikkea.

3 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalinen media on yksi niistä fraaseista, sanoista, joista jokainen ajattelee automaattisesti tietävänsä tarkkaan mitä se tarkoittaa, kunnes se pitäisi selittää lyhyesti ja ytimekkäästi.

Sosiaalinen media on ihmisten vuorovaikutuksellista toimintaa verkossa. On hyvin todennäköistä, että jokainen meistä on joskus lukenut blogia, katsonut YouTubevideota tai lähettänyt tekstiviestin toiselle samaan yhteisöön kuuluvalla ja näin ollen on ollut osallisena sosiaaliseen mediaan, käyttänyt sosiaalista mediaa ja luonut sosiaalista mediaa. Ilmauksella tarkoitetaan siis Internetissä yhteisöllisesti tuotettua ja jaettua mediasisältöä. (Safko & Brake 2006, 6.)

Ennen sosiaalisen median käsitettä puhuttiin Web 2.0:sta. Tätä ennen uudentyypisille käyttäjien vuorovaikutukseen ja sisällöntuotantoon perustuville verkkopalveluille ei ollut yhteistä käsitettä. Web 2.0 ja sosiaalinen media eivät ole suoraan synonyymeja, vaan Web 2.0:n on nähty sosiaalista mediaa teknisempänä käsitteenä, jolla viitataan tiettyihin web-tekniikoihin, jotka mahdollistivat aiempaa toiminnallisten ja vuorovaikutteisempien verkkopalvelujen tekemisen. Sosiaalisen median käsite sen sijaan pureutuu käyttäjien väliseen vuorovaikutukseen sekä sisältöjen tuottamiseen ja jakamiseen. (Pöngä 2014, 34.)

Pöngän (2014, 34–35) mukaan sosiaalinen media on sateenvarjokäsite, jonka alla sille annetaan erilaisia merkityksiä. Varsinkin alkuvaiheessa sosiaalinen media määriteltiin luettelemalla joukko verkkopalveluita tai niiden ominaisuuksia, joiden sanottiin olevan sosiaalista mediaa Pöngä jatkaa. Pöngän mukaan suomessa laajimmin lainattu sosiaalisen median määritelmä on lähtöisin VTT:n tutkijoilta vuodelta 2007. Sen mukaan sosiaalinen media rakentuu sisällöistä, yhteisöistä ja Web 2.0 -teknologioista. Edelleen määritelmän mukaan sosiaalisen median sovellukset ja palvelut perustuvat joko kokonaan käyttäjien tuottamaan sisältöön tai käyttäjillä on muu merkittävä rooli niiden toiminnassa.

Kortesuo (2018, 16) määrittelee sosiaalisen median olevan tietoverkossa kulkevaa viestintää, joka perustuu yleisesti tarjolle annettuun sovellukseen tai ohjelmaan, jossa kuka tahansa lähettäjä voi saattaa viestinsä julkisesti kenen tahansa samassa

verkossa olevan nähtäväksi ja jossa vastaanottaja voi jakaa ja kommentoida näitä sisältöjä.

3.1 Sosiaalisen median verkkopalvelut

Pöngän (2014, 36) mukaan sosiaalisen median käsite on jopa ehditty julistaa monta kertaa turhaksi sillä perusteella, että kaikki nettisivut sisältävät nykyään sosiaalisen median elementtejä. Tarkkaan ottaen tämä ei hänen mukaansa pidä paikkaansa, mutta väite kuvaa hyvin sitä, miten laajalle levinneitä ja suosittuja sosiaalisen median toiminnot netissä nykyään ovat.

Sosiaalisen median verkkopalveluiksi kutsutaan niitä verkkopalveluita, joiden ensisijainen käyttötarkoitus liittyy tai jotka muutoin perustuvat sosiaaliseen mediaan – esimerkiksi keskusteluun, sisältöjen tuottamiseen ja jakamiseen tai verkostoitumiseen. Sosiaalisen median palveluilla tarkoitetaan yleensä web-pohjaisten verkkopalvelujen ohella mobiililaitteiden pikaviesti-, chat-, ja yhteistyösovelluksia sekä muita sovelluksia, joissa sosiaalisen median toiminnot ovat hallitsevia. (Pönkä 2014, 36.)

Kortesuon (2018, 17) mukaan sosiaalinen media ei ole sosiaalista, ellei siinä ole jako- ja kommentointimahdollisuutta. Kommentointi voi toki olla rajoitettua, esimerkiksi vain kirjautuneille käyttäjille tai kavereille, mutta silti sen tulee olla mahdollista. Vanhan ajan verkkosivut, joista kommentointimahdollisuus puuttuu eivät siis ole sosiaalista mediaa. Sosiaalisen median verkkopalvelu tarjoaa kenelle tahansa seinän tai sivun, jossa aloitukset ja ulostulot ovat koottuna. Kyseessä voi olla niin Facebook-seinä, blogin etusivu kuin Twitter-profiilikin.

Yhteisöpalvelut. Yhteisöpalvelut muodostavat merkittävimmän osan koko sosiaalisesta mediasta. Niille ominaista on, että käyttäjä luo palveluun liittyessään henkilökohtaisen käyttäjätunnuksen ja siihen liittyvän profiilin, joka näkyy muille käyttäjille. Palvelussa käyttäjä voi verkostoitua muiden käyttäjien kanssa ja siitä muodostuu käyttäjän sosiaalinen verkosto, jonka kautta yhteisöpalveluun lähettyt viestit ja muut sisällöt välittyvät käyttäjiltä toisille. (Pönkä 2014, 83.) Tilastokeskuksen mukaan 56% väestöstä seurasi jotain yhteisöpalvelua vuonna 2016 (Suomen virallinen

tilasto, [viitattu 1.5.2017]). Yhteisöpalveluista Facebook ja Twitter soveltuvat niin työ- kuin vapaa-ajan käyttöön. LinkedInissä voi verkostoitua työelämän merkeissä. (Korteso 2018, 84–96.)

Videopalvelut. Monet videonjakopalvelut ovat nostaneet suosiotaan viime vuosina. Mukaan on tullut niin eri alojen harrastajien sekä ammattilaisten tekemiä opetusvideoita kuin tietokone- ja konsolipelien pelaamisen esittämistä suoratoistavideoinakin. (Pönkä 2014, 115.) Videopalveluissa pidetään myös vlogeja eli videoblogeja. Se on päiväkirjamaista pohdintaa, jossa vloggaaja pitää videopäiväkirjaa tekemisistään, ajatuksistaan, töistään, opiskeluistaan ja kokemuksistaan. Vlogeista käytetään enemmän termiä tubetus, koska vlogit julkaistaan yleensä YouTubessa. (Korteso 2018, 77.)

Podcastit. Podcastit ovat ikään kuin nettiradio-ohjelmasarjoja, joita voi ladata omalle laitteelle ja kuunnella koska tahansa. Niitä voi seurata myös tilaamalla tai syötteellä. Yhtenä esimerkkinä voi mainita Sanoman Suplan, joskaan sieltä podcasteja ei voi ladata itselle. Suplasta voi kuunnella koska tahansa radio-ohjelmia ja äänitiedostoja. ”Oikeat” podcastit eivät ole sidottuja tiettyyn sovellukseen, kuten Supla, vaan niitä voi tallentaa eri palveluihin. (Korteso 2018, 81.)

Kuvanjakopalvelut. Kuvanjakopalvelut ovat olleet näkyvä osa sosiaalista mediaa sen alusta lähtien, mutta älypuhelinien tulo laajemman ihmisryhmän käyttöön on nostanut kuvien jakamisen yhdeksi isoimmista sosiaalisen median trendeistä viime vuosien aikana. (Pönkä 2014, 120.) Tämän ovat huomanneet myös sosiaalisen median yhteisöpalvelut. Facebook esimerkiksi näyttää käyttäjilleen enemmän kuvallisia julkaisuja kuin pelkkiä tekstipohjaisia. Nykyään valokuvien merkitys on kasvanut ja niitä otetaan, julkaistaan, jaetaan, katsotaan ja kommentoidaan ympäri vuorokauden. (Korteso 2018, 100.)

Blogit. Ensimmäiset blogit syntyivät jo 1990-luvulla kauan ennen käsitteitä web 2.0 ja sosiaalinen media. Blogien myötä internettiin syntyi ensimmäiset sosiaaliset verkostot, kun bloggaajat seurasivat toistensa kirjoituksia ja linkittivät omia suosikkiblogejaan eteenpäin. Blogin olennainen osa onkin kirjoitusten yhteydessä olevat kommenttipalstat, joiden kautta lukijat voivat antaa palautetta sekä olla muutoin yhteydessä blogin kirjoittajan sekä muiden lukijoiden kanssa. (Pönkä 2014, 124.) Blogit

ovat hyvä keino monenlaiseen viestintään: uutisointiin, keskusteluun, ideoiden kehittelyyn, viihdyttämiseen, markkinointiin, verkostoitumiseen, itsen kehittämiseen ja tiedon jakamiseen (Kortesuo 2018, 71).

Wikit. Wiki tarkoittaa yhdessä tuotettua, jatkuvasti päivittyvää sanastoa tai tietosanakirjaa (Kortesuo 2018, 108). Useimmille netinkäyttäjille tutuin wiki on tietosanakirja Wikipedia, ja jotkut luulevat wiki-sanalla tarkoitettavan vain sitä. Wikipedia on kuitenkin vain yksi wiki tuhansien muiden joukossa. Erilaisia ja eri tarkoituksiin tehtyjä wikejä on lukemattomia samoin kuin niiden tekemiseen käytettyjä wikiohjelmiä ja -palveluja. (Pönkä 2014, 130–131.)

Pikaviestit- ja keskustelusovellukset. Pikaviestit- ja keskustelusovellukset on tarkoitettu erityisesti älypuhelimilla käytettäväksi, vaikka monia näistä sovelluksista pystyy käyttämään myös tietokoneella. Ne keskittyvät sosiaalisen median ytimeen: ihmisten väliseen vuorovaikutukseen ja viestintään. Suosittuja sovelluksia ovat WhatsApp, Facebookin Messenger, Snapchat ja Skype. (Pönkä 2014, 135.)

Keskustelufoorumit. Erilaisia keskustelufoorumeja voi pitää varhaisimpina verkko-sosiaalisuuden ilmentymänä. Tämän päivän näkökulmasta keskustelufoorumeita voi pitää sosiaalisen median pioneeripalveluina. Keskustelufoorumeilla keskustelijat muodostavat tiiviin verkkoyhteisön. Ehkä juuri sen vuoksi monet suhteellisen pienet keskustelufoorumit ovat säilyttäneet paikkansa käyttäjiensä verkkoelämässä, vaikka uudemmat sosiaalisen median palvelut vievätkin käyttäjien enemmistön huomion. Tällaisia eri aiheisiin ja harrastuksiin keskittyviä foorumeita on olemassa paljon. Suosittuja keskustelufoorumeita on esimerkiksi Suomi24, Vauva.fi sekä ask.fm. (Pönkä 2014, 141.)

Pilvitalennuspalvelut. Pilvitalennuspalvelut ovat verkkopalveluita, joissa käyttäjän tiedostot tallentuvat palveluntarjoajan internet-palvelimelle eli pilveen. Tätä voi pitää vastakohtana sille, että tiedostoja säilytetään oman tietokoneen tai muun laitteen muistissa. Pilvitalennuspalvelut voidaan jakaa niihin, joissa tiedostoja ainoastaan säilytetään, sekä niihin, jotka mahdollistavat lisäksi tiedostojen muokkaamisen ilman erillisten ohjelmien asentamista. Pilvitalennuksen etuna pidetään tiedostojen säilytyksen turvallisuutta, sillä niiden tallennusjärjestelmät ovat useaan kertaan varmistettuja. Käyttäjät voivat yleensä myös helposti jakaa tiedostoja palvelun muille

käyttäjille tai vapaasti kenen tahansa saataville. Myös tiedostojen synkronointi käyttäjän laitteiden välillä lisää pilvitallennuksen turvallisuutta, kun tiedostoista säilytetään useita varmuuskopioita myös käyttäjän eri laitteilla. Tällaisia pilvitallennuspalveluita on mm. Googlen Drive, Microsoftin OneDrive sekä Dropbox. (Pönkä 2014, 146.)

Jaetut muistiinpanot. Monet eri sosiaalisen median palvelut ja erityisesti pilvitallennuspalvelut sopivat yhteisten muistiinpanojen tekoon. Jaetuille muistiinpanoille on kuitenkin kehitetty myös omia verkkopalveluita, joissa esimerkiksi kauppalistat, to do -listat ja muut muistettavat asiat on helppo jakaa vaikkapa puolison kanssa. Esimerkiksi Evernotessa muistiinpanojen teko ja jakaminen onnistuu sekä omalla sovelluksella että selaimella. (Pönkä 2014, 150.)

Sosiaaliset kirjanmerkit. Sosiaalisilla kirjanmerkeillä tarkoitetaan sosiaalisen median palvelujen kautta jaettuja tai tallennettuja linkkejä (Pönkä 2014, 153). Toiset palvelut keräävät itse dynaamisesti sisältöä itse määritellyistä blogeista ja yhteisöpalveluista, toisten toiminta taas perustuu siihen, että kiinnostavimmat linkit tallennetaan ja luokitellaan palveluun itse (Kortesuo 2018, 106).

Jaetut esitykset. Esitystenjakopalvelut ovat hyviä alustoja esimerkiksi yrityksille ja erilaisille organisaatioille sekä opettajille ja kouluttajille julkaista erilaisia tutkimuksia, raportteja sekä muita esityksiä ja dokumentteja verkossa. Tavallisille internetinkäyttäjille nämä palvelut taas tarjoavat hyvän vaihtoehdon hakea tietoa eri asioista helposti esitetyssä muodossa. Prezi ja SlideShare ovat hyviä esimerkkejä tällaisista palveluista. (Pönkä 2014, 156.) Esitystenjakopalvelut, ja varsinkin SlideShare, on esityksille sama kuin YouTube videoille. Kortesuon (2018, 105) mukaan se on kuitenkin aivan liian alihyödynnetty yritysmaailmassa, vaikka hakukoneet osaavat indeksoida diojen sisällöt paremmin kuin videoiden sisällöt.

Vertailu- ja suosittelupalvelut. Näissä palveluissa käyttäjät voivat suositella ja arvostella esimerkiksi lomakohteita, hotelleja, ravintoloita, kauppoja sekä erilaisia yksittäisiä tuotteita, palveluita ja yrityksiä. Suosittelupalvelut ovat käteviä esimerkiksi matkalla kun voi nopeasti kartoittaa lähialueen ravintolat tai nähtävyydet ja nähdä muiden käyttäjien suositukset eri kohteista. Erilaisia vertailu- ja suosittelupalveluita on mm. TripAdvisor, FourSquare, Eat.fi sekä hintaseuranta.fi (Pönkä 2014, 159.)

Ajankäytön hallinta. Monissa sosiaalisen median palveluissa on ajanhallinnan ominaisuuksia, mutta varsinaisia kalenteripalveluitakin on tarjolla. Näissä palveluissa voi luoda sekä henkilökohtaisia että julkisia kalentereita. Eri vaihtoehdoista päättämiseenkin on olemassa palveluita. Esimerkiksi koulutuspäivän päivämäärän päättämiseen, jossa palveluun ladataan vaihtoehtoiset päivät ja osallistujat pystyvät äänestämään itselle parhaiten sopivaa ajankohtaa. Ajankäytön hallinnan palveluita on mm. Googlen sekä Outlookin kalenterit ja Doodle. (Pönkä 2014, 163.)

3.2 Sosiaalinen media ja kirjastot

Kirjastoissa ei kannata kiirehtiä kirjautumaan sosiaalisen median palveluihin ilman suunnitelmaa. Sosiaalisen median strategian tulisi sisältää vastaukset kysymyksiin mihin palveluihin liitytään ja miksi, kuka huolehtii päivittämisestä, millaista sisältöä tuotetaan ja millainen on päivitystiheys. Kannattaa pohtia jo ennakkoon, mitä tehtäviä palvelun ylläpito vaatii niin päivittäin, viikoittain kuin kuukausittainkin. Täytyy myös miettiä kuinka ja millä palvelulla asiakkaat tavoitetaan parhaiten sekä se annetaanko asiakkaille mahdollisuus jotenkin tuottaa sisältöä vai onko kyseessä enemminkin tiedotuskanava. Ennen kaikkea tärkein on tiedostaa se, miksi liitymme kyseiseen palveluun, mitä se antaa kirjastolle ja asiakkaille. Sitoutuminen sosiaaliseen mediaan on tärkeää, pelkkä alkuinnostus ei riitä. (Haasio 2013, 18–19.)

Kaul (2016, 257–260) listaa artikkelissaan ”Libraries and the Social Media Networks” haasteita kirjastojen sosiaalisen median käytölle. Artikkelin kirjoittaja on Intialainen, ja vaikka muutamat artikkelissa mainituista haasteista ovat selkeästi paikallisia on artikkelissa paljon myös meidän kirjastomaailmaamme osuvia haasteita. Näitä ovat mm. kirjaston sisäiset resurssit ja mahdollisuudet. Kirjaston työntekijöiden innokkuus sosiaalista mediaa ja sen käyttämistä kohtaan. Onnistuakseen kunolla sosiaalisen median käytössä sen käyttäjien täytyy olla innostuneita ja motivoituneita. On myös paljon pieniä kirjastoja, joissa tulee vastaan resurssi- ja aikapula. Sosiaalisen median sisältöjen päivittäminen ja tuottaminen vaativat aikaa ja resursseja eikä kaikissa kirjastoissa näitä välttämättä ole saatavilla.

On myös huomioitava, että kirjastoja ja kirjastojen asiakaskuntia on erilaisia ja räätälöitävä sosiaalisen median käyttö sen mukaan. Tieteellisen kirjaston asiakaskunta

on aivan erilaista kuin pienen sivukylän kirjaston asiakaskunta. Kuinka kannattavaa on luoda monia eri sosiaalisen median tilejä pienen sivukylän kirjastolle, jonka asiakaskunta todennäköisesti hakee perinteistä palvelua kirjastosta verrattuna tieteellisen kirjaston akateemiseen maailmaan, jossa on totuttu käyttämään erilaisia verkkopalveluja.

4 ASIAKASPALVELU SOSIAALISESSA MEDIASSA

Kirjastojen asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa on jo arkipäivää. Useimmilla kirjastoilla on käytössään edes jokin sosiaalisen median palvelu. Kun asiakkaat puhuvat kirjastojen asiakaspalvelusta he useimmiten tarkoittavat kirjastojen näkyvää asiakaspalvelua: kirjojen lainausta, palautusta sekä neuvontapalveluita. Nykyään it-sepalvelun ja omatoimikirjastojen lisääntyessä asiakaspalvelua on myös kirjaston verkossa tarjoamat materiaalit ja oppaat – asiakaspalvelu verkossa. Kirjastojen tulisi muistaa ja osata mieltää myös etäasiakkaan tarpeet ja pyrkiä tuottamaan tälle asiakasryhmälle yhtä hyvää asiakaspalvelua kuin kirjastossa fyysisesti asioiville asiakkaillekin. (Juntunen & Saarti 2014, 47.)

Valvio (2010, 23–24) puhuu sähköisen palvelun asettamasta haasteesta, jossa nopeus on tärkeässä asemassa. Yrityksissä joudutaan miettimään, kuinka nopeasti kyetään vastaamaan asiakkaiden kyselyihin. Nopea toiminta ja ilman turhia hidasteluja tapahtuva palveluprosessi ovat tärkeitä asiakkaalle. Asiakkaiden ja palvelun tarjoajien välinen yhteydenpito sähköisesti on osa tätä päivää. Jälkimmäinen on olta-va näkyvillä myös sähköisessä muodossa. Aikaisemmin sanottiin, että asiakkaiden tiedusteluihin vastaaminen oli vielä laadukasta, jos niihin vastattiin 48 tunnin sisällä. Nykypäivänä asiakkaiden tiedusteluihin tulisi vastata 24 tunnin sisällä tai seuraavan työpäivän aikana. Tämä aikajänne asettaa haasteen palveluorganisaatioiden tekemälle työlle.

Uusimmassa kansallisessa asiakaspalvelupalautetutkimuksessa parhaiten on sijoitunut kirjasto. Kirjasto on pitänyt kärkipaikkaa kyseisessä tutkimuksessa jo viisi vuotta. Tutkimuksessa on kysytty kuluttajien mielipiteitä yritysten ja kunnallisten toimijoiden asiakaspalvelusta. Tutkimuksessa vastaajat ovat ottaneet kantaa muun muassa ensivaikutelmaan, odotus- ja asiointiaikaan, hinta-/laatusuhteeseen, asiantuntemukseen ja halukkuuteen käyttää palvelua uudestaan. Kuinkakohan kirjasto olisi menestynyt vastaavanlaisessa tutkimuksessa koskien virtuaalipalveluita. Veikkaukseni on, että ei aivan yhtä hyvin. Uskon kuitenkin, että menestys olisi ollut kohtuullinen, vaikkakin oman käsitykseni mukaan esimerkiksi osa pienistä yleisistä kirjastoista on tässä asiassa huimasti jäljessä suurimpia yleisiä kirjastoja sekä tieteellisiä kirjastoja. (Taloustutkimus, [viitattu 11.12.2017].)

4.1 Suunnitelma sosiaaliseen mediaan

Kirjastojen ottaessa käyttöön eri sosiaalisen median palveluita, tulisi henkilökunnalla olla joku suunnitelma ja raamit joiden puitteissa toimia. On tärkeää, että kaikki palvelun päivittäjät ja sisällöntuottajat pitävät saman, yhtenäisen linjan. Päätettävien ja keskusteltavien asioiden joukossa täytyisi olla vähintään henkilö- ja vastuukysymykset, sisältö, yleiset toimintaperiaatteet sekä välineet. Sosiaalisen median suunnitelmaa voi ajatella yhtenä osana kirjaston markkinointistrategiaa. (Haasio 2013, 18–19.)

Henkilö- ja vastuukysymykset. Kuka vastaa kirjaston toiminnasta sosiaalisessa mediassa, ketkä ovat sisällöntuottajia ja kuinka paljon sosiaaliseen mediaan käytetään aikaa. Kuinka sosiaalisen median päivittäminen ja seuraaminen resursoidaan. Valitaanko kirjastosta vain yksi henkilö, joka on vastuussa kirjaston sosiaalisen median välineistä ja palvelusta vai onko kirjastolla useampia asiakaspalvelijoita sosiaaliseen mediaan. (Haasio 2013, 18–19.)

Sisältö. Mistä asioista kirjasto haluaa viestiä ja milloin sekä millaista mielikuvaa se rakentaa kirjastosta. Ovatko kirjaston päivitykset vain asiapitoisia tiedotteita vai jaetaanko myös ajankohtaisia linkkejä sekä asioita. Onko huumorilla asiaa kirjaston käyttäytymiseen sosiaalisessa mediassa? (Haasio 2013, 18–19.)

Yleiset toimintaperiaatteet kuten päivitystiheys ja kuinka palautteisiin reagoidaan. Vastaako palautteeseen ja kysymyksiin vain yksi henkilö vai useampi. Julkaistaanko sisältöä säännöllisesti vai ”tarvittaessa”. Mahdollistetaanko asiakkaille yhteydenottaminen ja kuinka. Rajataanko kirjaston vastausaikoja jotenkin aikataulullisesti vai onko joku aina päivystämässä? (Haasio 2013, 18–19.)

Välineet. Mitkä ovat ne sosiaalisen median palvelut, joita kirjasto haluaa hyödyntää ja joille sillä on sisällöllisesti annettavaa. Mitä sosiaalisen median palveluita kirjaston asiakkaat käyttävät ja mistä heidät tavoittaa. (Haasio 2013, 18–19.)

Keskeinen osa sosiaalisen median suunnitelmaa on aikatauluttaminen. Mitkä ovat toistuvia asioita, joita kirjasto haluaa tehdä ja tiedottaa? Kuinka tiiviisti näiden lisäksi jaetaan esimerkiksi ajankohtaisia aiheita? Mikä on sopiva määrä julkaisuja juuri

omalle kirjastolle ja asiakaskunnalle? Sosiaalisen median tiliä ei saa jättää unho-
laan, mutta monta kertaa päivässä julkaiseminenkaan ei ole hyväksi. (Haasio 2013,
18–19.)

5 KEITELE

5.1 Keiteleen kunta

Keiteleen kunta sijaitsee aivan Savon ja historiallisen Hämeen rajamailla, Pohjois-Savon maakunnassa. Seudulta löytyykin hämäläisten erämiesten leiripaikkoja 1300-luvulta. Pysyvä asutus tuli Keiteleelle parisataa vuotta myöhemmin. Keiteleen kunta on perustettu vuonna 1879. (Keitele, [viitattu 12.11.2017].) Kunnan asukasluku vuoden 2016 lopussa oli 2346 asukasta (Tilastokeskus, [viitattu 12.11.2017]). Kunnan kokonaispinta-ala on 578,32 km², josta maata 481,78 km² ja vettä 96,54 km² (Maanmittauslaitos, [viitattu 12.11.2017]).

Keitele on saanut nimensä melkoisen sattumanvaraisesti maanmittari Thomas Vibreeniltä hänen merkitessään Äyräpään kylän tilan numero 4 Keiteleen tilaksi. Satakunta vuotta myöhemmin tila päätyi seurakunnan pappilaksi ja näin siitä tuli myös 1871 perustetun Keiteleen seurakunnan nimi. Seurakunnan nimi vakiintui myöhemmin perustettavan kunnan nimeksi. (Räisänen & Kumpulainen 1981, 33.)

Alkutuotanto työllisti valtaosan keiteleläisistä 1960-luvulle saakka. Seuraavalla vuosikymmenellä teollisuuden ja sen mukana palveluelinkeinojen merkitys korostui ja maa- ja metsätalouden vastaavasti väheni. (Räisänen & Kumpulainen 1981, 226.) 1960-luvun lopulla alettiin pohtia Keiteleen kykyä toimia itsenäisenä kuntana. Keitelettä uhkasi yhdistäminen joko Pielaveteen tai Viitasaareen, jota keiteleläiset itse pitivät parempana vaihtoehtona. Halu puolustaa itsenäistä Keitelettä johti kunnanjohtajan viran perustamiseen vuoden 1969 lopulla. Vuonna 1970 Keiteleen kunnanvaltuusto päätti aloittaa erittäin voimakkaan kehitystyön paikkakunnalla, syntyi Kehittyvä Keitele -suunnitelma. (Kanta-Oksa 1992, 1–4.) Ensimmäisenä Keiteleelle saatiin Euroopan modernein suksitehdas, sitä seurasi sahalaitos (Kanta-Oksa 1992, 9). Keiteleelle perustettiin vaatetustehdas Blueman. M.A.S.I Company vuonna 1972 (M.A.S.I Company, [viitattu 21.11.2017].) ja vuonna 1981 Keitele Forest (Keitele Group, [viitattu 21.11.2017]).

5.2 Keiteleen kunnankirjasto

Keiteleen kunta perusti oman kirjaston 2.11.1881. Kirjasto oli käytettävissä aina kuu-kauden ensimmäisenä sunnuntaina, joten ilmeisesti marraskuun kuudentena, pyhäinmiestenpäivänä, kirjaston ovet avattiin ensimmäisen kerran yleisölle. Kirjastonhoitajana toimi alkuun seurakunnan pappi. Lainausta oli maksullista. Vuonna 1894 kunnan kirjastossa oli 168 nidettä, mistä varat näkyvät paljolti käyttömaksun turvin hiljalleen kasvaneen. Vuonna 1901 kirjastoa johtamaan asetettiin erityinen toimikunta. Vuonna 1912 oli pitäjässä jo neljä kirjastoa. Niissä oli käytettävissä yhteensä 1029 nidettä, joita lainattiin vuoden kuluessa 2144 kertaa. (Kumpulainen 1983, 314–316.)

Kirkonkylän kirjasto oli alusta lähtien kunnan hoidossa ja ohjauksessa, ensin kansakoulun johtokunnan ja sittemmin erityisen kirjaston johtokunnan valvonnassa. Kuitenkin se tavallaan järjestettiin uudelleen vuonna 1925, nyt virallisestikin ”kunnan lainakirjastoksi”. Se mahdollisti valtionavun saannin ja merkitsi myös kunnan velvollisuuksien kasvamista. Vanha kirjasto käsitti tuolloin noin 800 nidettä, mutta niiden todettiin olevan vanhentuneita ja ”läpiluettuja”, koska uusia kirjoja ei ollut ostettu vuosikausiin. Uusi kirjasto joutuikin aloittamaan vähemmästä, kun se oli siirretty koululta kunnantalon suojiin, jossa kirjat sijoitettiin tyyppilliseen kirjastokaappiin. Vielä vuonna 1930 Keiteleen kunnankirjastosta löytyi vain noin 700 kirjaa. Siitä varat kasvoivat seuraavina vuosina, mutta lainausluvut pikemmin alenivat vuoden 1900 noin 900 lainauksesta. Noihin aikoihin oli kirjaston johtoon jo asetettu kirjastolautakunta. Ensi sijassa sen tehtäväksi jäi Keiteleen kirjastotoimen kohottaminen lamatilasta. (Kumpulainen 1983, 316.)

Kunnankirjaston toimintaa laajennettiin pitäjälle perustamalla vuosien 1934–1947 kuluessa 7 sivukirjastoa (Kumpulainen 1983, 316). Näiden kirjastojen lisäksi kaikissa kyläkouluissa oli kirjakaapit oppilaiden lainauskäyttöön Tyni (2017) kertoo. Vuonna 1964 perustettiin lisäksi laitoskirjastot kunnansairaalaan ja kunnalliskotiin. Keiteleen kirjastojen verkko saavutti näin suurimman tiheydensä. Seuraavana askeleena oli piirikirjastojen korvaaminen kirjastoautolla vuonna 1972. Kirjastonhoitajasta tuli päätoiminen vuonna 1974 samalla kun työvoiman määrä oli muutenkin kasvanut. (Kumpulainen 1983, 316.) Kirjastoapulaisen virka perustettiin vuonna 1980 (Tyni 2017). Keiteleläiset lainasivat vuonna 1982 kirjoja vilkkaammin kuin muut

lääniläiset, keskimäärin 23 kirjaa vuoden aikana. Aktiivisuus saattaa paljolti johtua siitä, että lähes puolet pitäjäläisistä asui taajamassa pääkirjaston vaikutuspiirissä. (Kumpulainen 1983, 316.)

Vuonna 1979 kunnanvaltuusto teki juhlapäätöksen kulttuuritalon rakentamisesta kunnan 100-vuotisjuhlan merkeissä. Sijaintipaikaksi esitettiin ja myöhemmin vahvistettiin koulualueen tontti. Pääkirjaston rakentamista varten saatiin vuonna 1983 työvoimaministeriön myöntämää valtionapua. Kirjaston rakentaminen aloitettiin viimein vuonna 1984 ja kirjastorakennus valmistui saman vuoden lopulla nykyiselle paikalleen. Uuden pääkirjaston avajaiset olivat 14.1.1985 ja kirjastotalon vihkiäisiä juhlittiin 4.8.1985. Uuden pääkirjaston myötä kirjastoon saatiin toinen kirjastovirkailijan virka. (Tyni 2017.)

Vuonna 1987 Keiteleelle saatiin uusi kirjastoauto ja ensimmäinen tietokone. Lainamäärät jatkoivat nousuaan ja vuonna 1988 lainoja oli yhteensä jo 82 000 kpl eli asukasta kohti 24,5 lainaa. Uudistuvan ja kehittyvän henkensä mukaisesti Keiteleen kirjasto pyrki taas uudistuksiin ja parempaan saatavuuteen ja palvelurakenteeseen ja liittyi Ylä-Savon kirjastoverkko Rutakkoon vuonna 1992. Asiakkaille Rutakko ja sen mukanaan tuomat ison kirjastoverkon edut tulivat käyttöön kesäkuussa 1993. (Tyni 2017.)

Vuonna 2003 kirjastoauto jouduttiin lakkauttamaan. Vuonna 2009 kulttuuritoimi liitettiin kirjastotoimeen. Syntyi nykyinen Keiteleen kirjasto- ja kulttuuripalvelut vastuualueenaan kunnan kirjasto- ja kulttuuripalveluiden tuottaminen. Tähän vastuualueeseen kuului, ja kuuluu yhä, kirjasto- ja kulttuuripalveluiden tuottaminen, Keiteleellä sijaitsevan Aholan talomuseon hoito sekä Keiteleen kotiseutuarkiston hoito. Muutos vaati paljon silloiselta kirjaston henkilökunnalta, koska kulttuurityö oli kokonaan uudenlainen maakenttä toimia. Kirjastotyön arkeen tuli mukaan eri kulttuuritoimijat, tapahtumien järjestäminen sekä museon ja kotiseutuarkiston ylläpito. Myös yhteistyö paikallisten yhdistysten ja järjestöjen kanssa syveni ja laajeni. Onkin huomattavaa, että järjestöjen ja yhdistysten kanssa tehtävää yhteistyötä on tehty Keiteleellä jo vuosikausia. (Tyni 2017.) Yhteistyöstä on ollut keskustelua syksyllä 2017 mm. yleisten kirjastojen neuvostossa (Yleisten kirjastojen neuvosto 2017).

Omatoimikirjasto Keiteleelle avattiin lokakuussa 2016. Paljon keskustelua ja epäilyksiä aiheuttanut omatoimikirjasto on Keiteleellä toiminut moitteettomasti. Asiakkaat ovat pitäneet palvelusta kuin myös henkilökuntakin. Saman vuoden joulukuussa starttasi myös virtuaalikirjastokokeilu. Virtuaalikirjastokokeilusta saadut eväät ja ideat ovat jääneet kirjaston käyttöön ja jokapäiväisiksi toimintatavoiksi vielä hankkeen päättymisen jälkeenkin. (Tyni 2017.)

Vuonna 2017 Keiteleen kirjaston kokonaislainaus oli 35 800 lainaa. Fyysisiä kirjastokäyntejä oli 42 739, verkkokäyntejä 6583 ja lainaajia yhteensä 907. Kokonaislainaus per asukasluku oli 15,26, kun se vastaavasti Pohjois-Savossa oli 15,96 ja koko maassa 15,57. Fyysisiä käyntejä per asukasluku Keiteleellä oli 18,22, Pohjois-Savossa 9,99 ja koko maassa 9,15. (Kirjastot.fi, [viitattu 29.4.2018].)

Tulevaisuudessa Keiteleen kirjastoa on tarkoitus kehittää Keiteleen kuntalaisten omaksi paikaksi. On mahdollista, että kirjastolle tulee kunnan tai esimerkiksi Kelan tai vastaavien virastojen asiointipisteitä. Virtuaalikirjastoa kehitetään edelleen ja pyritään saamaan käyttöastetta suuremmaksi esimerkiksi chat-palvelun suhteen. Tulevaisuuden visioissa on toimivat ja laajalti käytetyt kirjastopalvelut, ajanmukaiset laitteistot ja tilat sekä osaava ja pätevä henkilökunta.

6 EMAASEUTU-HANKE

6.1 Palvelu tulevaisuuteen: eMaaseutu-hanke

Palvelu tulevaisuuteen: eMaaseutu-hankkeen tavoitteena on edistää sähköisten palveluiden kehitystä ja käyttöönottoa maaseudulla. Palveluiden kehitystä ja käyttöönottoa tuetaan tarvekartoituksin, pilotoimalla, käyttöönottoneuvonnalla sekä tiedotus- ja markkinointityöllä. Sähköisten palvelujen edistämiseksi halutaan vaikuttaa myös tietoliikenneyhteyksien kehittämiseen maaseudulla. (SavoGrow[a], [viitattu 22.11.2017].)

Hankkeen tuloksina Pohjois-Savoon saadaan käyttökelpoista, kansainvälistä tietoa siitä, millaisia sähköisiä palveluja on jo käytössä, rohkaistutaan ottamaan ja räätälöimään käyttöön uusia palvelutuotantomalleja, tehostetaan palvelutarjontaa, tarjotaan saavutettavampia palveluja ja tuetaan uusien liiketoimintamahdollisuuksien syntyä maaseudulle. Yhä useampi maaseudun asukas osaa ja haluaa hankkeen myötä käyttää tarjolla olevia ja kehitettäviä, asiakaslähtöisiä palveluita haluamaan aikana haluamastaan paikasta. Uudenlaista kyvykkyyttä maaseudulle rakentavat palvelut tukevat kestävästä kehitystä, vähähiilisyttä ja energiatehokkaiden ratkaisujen kehittämistä pitkien etäisyyksien ja harvaan asutulla maaseudulla.

Hankkeen tehtävät ovat kiteytetysti:

- Sähköisten palveluiden kehitys ja käyttöönotto.
- Sähköisten työkalujen ja palveluiden käyttöönottoon liittyvä neuvonta ja tiedotus.
- Laajakaistayhteyksien edistäminen markkinoinnin ja muiden tukitoimenpiteiden avulla.

Hanke toimii 1.2.2016-30.6.2018 välisen ajan. Rahoituksen on myöntänyt Pohjois-Savon liitto EAKR:stä sekä Pohjois-Savon kehittämisrahastosta. (SavoGrow[a], [viitattu 22.11.2017].)

6.2 Nilakan virtuaaliasiointi sekä virtuaalikirjasto-pilotti

Nilakan kunnissa (Keitele, Pielavesi, Tervo, Vesanto) kokeiltiin videon ja chatin käyttöönottoa eri toimialoilla sekä perustettiin Suomen ensimmäinen virtuaalikirjasto.

Nilakan kunnat halusivat heti ensimmäisissä eMaaseutu-hankkeen järjestämässä pilottien ideointitilaisuuksissa ottaa käyttöön virtuaaliasiointin, jossa sekä videolla että chatilla pääsisi yhteyteen virkamiesten kanssa. Vastaavaa mallia on pilotoitu aikaisemminkin, mutta Nilakka oli ensimmäinen usean kunnan muodostama alue, jossa otettiin yhtäaikaaisesti käyttöön sekä video että chat. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].)

Pilotilla haluttiin helpottaa virastossa asiointia erityisesti toispaikkakuntalaisilla tai syrjäseutujen asukkaille sekä tarjota perinteisten asiointiväylien rinnalle entistä nykyaikaisempia, nopeita ja turvallisia asiointivälineitä. Nilakan kunnat saivat vapaasti valita, mitkä toimialat lähtevät pilotoimaan video- ja chatasiointia. Virtuaalikirjasto oli yksi iso ja paljon julkisuutta saanut osio pilotin sisällä. Nilakan kirjastot tarjosivat ensimmäisinä kirjastoina videoyhteyttä asiakaspalvelun välineeksi. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].)

Sähköisiä palveluja pääsi käyttämään kuntien verkkosivujen kautta, jotka ohjasivat asiakkaita sähköisiin palveluihin. Yleinen neuvonta ja virtuaalikirjasto käyttivät sähköisenä palvelukanavana chattia. Videoaikoja pystyi varaamaan kunnanjohtajilta, tekniseltä toimelta, sosiaalitoimelta, sivistystoimelta sekä ympäristötoimelta. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].)

Pilotin onnistumista vaikeutti alusta asti heikosti toiminut chat-yhteys. Asiakaspalvelijat eivät päässeet teknisen vian vuoksi vastaamaan asiakkailta tulleisiin kysymyksiin. Palveluntarjoaja ei pilotin aikana pystynyt korjaamaan chat-palvelussa ollutta vikaa. Videoyhteyksien kanssa teknisiä ongelmia ei ollut. Asiakkaiden mielenkiinto kohdistui kuitenkin lähes täysin chatin hyödyntämiseen. Asiakaspalveluhenkilöstö lakkasi markkinoimasta pilotoitavaa palvelua kesken hankkeen, koska asiakkaalle ei pystytty takaamaan sen toimivuutta. Noin viisi kuukautta kestäneen kokeilun aikana asiakaspalvelupyynnöitä tuli vähän yli 40, näistä lähes puolet virtuaalikirjastoon. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].)

Pilotin jälkeen Nilakan kunnat päätyivät jatkamaan chat- ja videopalvelujen tarjoamista kunnan vakiintuneena palveluna, koska kuntien yhteinen kanta on ollut, että tulevaisuuden palvelut pohjautuvat yhä enemmän digitaalisille ratkaisuille. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].)

6.2.1 Omatoimikirjaston osuus pilotissa

Nilakan kirjastoissa otettiin käyttöön 2015-2017 Pohjois-Savon ensimmäiset omatoimikirjastot. Omatoimikirjastoon pääsee sisään kirjastokorttia ja PIN-koodia käyttämällä aamusta iltaan. Omatoimikirjastoilla on saatu laajennettua kirjastojen aukioloaikoja verrattuna aikaisempiin henkilöstöllisiin aukioloaikoihin. Yhden Nilakan omatoimikirjaston pisteen asiakkuus koskee ilman erillistä sopimusta kaikkia Nilakan kirjastoja. Vastaavaa kuntayhteistyötä ei ole Suomessa missään. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].)

Omatoimikirjastoihin on perustettu myös Suomen ensimmäinen virtuaalikirjasto, jossa chat ja video on otettu asiakasneuvonnan välineiksi osana eMaaseutu-hankkeen virtuaaliasiainnin pilottia. Chat on tunnustettu asiakaspalvelun työkalu Suomen kirjastoissa jo 2000-luvun alusta lähtien, sen sijaan videota ei ole käytössä missään muussa Suomen kirjastossa. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].)

Kun asiakas ottaa yhteyttä virtuaalikirjastoon, palvelupyyntö menee kaikille Nilakan kirjastoille. Kirjaston henkilöstö palvelee siis virtuaaliasiakkaita yli kuntarajojen. Kirjastoille on jaettu päivystysvuorot virtuaalikirjastoon, jotta koko henkilöstöllinen aukioloaika saadaan katettua. Nilakan kirjastojen henkilöstölliset aukioloajat iltavuorojen suhteen on jaettu niin, että jokaisena iltana on jossain kirjastossa kirjaston henkilöstöä paikalla kello 19.00:n asti. Poikkeuksen tähän tekee perjantai, jolloin asiakaspalvelua on saatavilla kello 16.00:n asti. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].)

Kuntien välinen yhteistyö on lisännyt henkilöstön työhyvinvointia, sillä uuden, suuremman työyhteisön etuna on laajempi kollegiaalinen verkosto, lisääntynyt ajatusten vaihto yksiköiden välillä sekä työtehtävien jakaminen ja jopa sijaistaminen. Kaikki tämä on tapahtunut ”vapaaehtoisena” yhteistyönä yksiköiden välillä ilman,

että siihen on hallinnollisesti ohjattu tai että siitä on tehtyä erillisiä sopimuksia. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].)

Jatkossa virtuaalikirjaston toimintaa on tarkoitus kehittää mm. aloittamalla tapahtumien striimaaminen kirjastosta toiseen sekä asiakkaille kotiin asti. Tapahtumista esimerkiksi lukupiiri, kirjailijavierailut ja erilaiset tapahtumat olisivat luonteeltaan sellaisia, jotka varmasti kiinnostaisivat kuntarajojen yli. Kotiin asti tarjoiltuna todennäköisesti myös osallistujamäärät nousisivat. Tarkoituksena oli myös kehittää kirjastojen valvontajärjestelmiä siten, että videovälitteisesti olisi mahdollista opastaa henkilöstöttömän kirjaston asiakkaita, kun valvontajärjestelmästä nähtäisiin missä he liikkuvat. Asiakkaan ohjaaminen esimerkiksi tietyn teoksen etsimiseen kirjastosta helpotuisi. (SavoGrow[b], [viitattu 22.11.2017].) Tähän asiaan kuitenkin odotetaan tällä hetkellä kannanottoa kuntaliitosta, että onko näin mahdollista toimia (Tyni 2017).

7 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tutkimusmenetelmänä tässä opinnäytetyössä on käytetty määrällistä tutkimusmenetelmää eli kvantitatiivista menetelmää. Määrällisessä tutkimuksessa tutkija saa tutkimustiedon numeroina tai hän ryhmittelee tutkimustiedon numeeriseen muotoon. Tutkija tulkitsee ja selittää olennaisen numerotiedon sanallisesti. Hän kuvaa, millä tavalla eri asiat liittyvät toisiinsa tai eroavat toistensa suhteen. (Vilkkä 2007, 14.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeistä on:

- Johtopäätökset aiemmista tutkimuksista
- Aiemmat teoriat
- Hypoteesien esittäminen
- Käsitteiden määrittely
- Koejärjestelyjen tai aineiston keruun suunnitelmat, joissa on tärkeää, että havaintoaineisto soveltuu määrälliseen, numeeriseen mittaamiseen.
- Koehenkilöiden tai tutkittavien henkilöisen valinta, useinkin tarkat koehenkilömäärittelyt ja otantasuunnitelmat: määritellään perusjoukko, johon tulosten tulee päteä, ja otetaan tästä perusjoukosta otos
- Muuttujien muodostaminen taulukkomuotoon ja aineiston saattaminen tilastollisesti käsiteltävään muotoon
- Päätelmien teko havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin perustuen, mm. tulosten kuvailu prosenttitaulukoiden avulla ja tulosten merkitsevyyden tilastollinen testaus. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 140.)

Luonnon ilmiöiden ja henkilöitä koskevien asioiden tutkiminen määrällisellä tutkimuksella on mahdollista siten, että ennen aineiston keräämistä tutkittavat asiat muutetaan rakenteellisesti. Eli tutkittava asia operationalisoidaan ja strukturoidaan. Operationalisointi tarkoittaa teoreettisten ja käsitteellisten asioiden muuttamista sellaiseen muotoon, että tutkittava ymmärtää asian arkiymmärryksellään. Strukturointi tarkoittaa sitä, että tutkittava asia ja sen ominaisuudet suunnitellaan ja vakioidaan.

Tutkittavat asiat siis vakioidaan lomakkeeseen kysymyksiksi ja vaihtoehtoiksi ennalta niin, että kaikki ymmärtävät kysymyksen samalla tavalla ja kysymykset voidaan kysyä kaikilta vastaajilta samalla tavalla. (Vilkkä 2007, 15.)

7.1 Kyselytutkimus

Kysely on aineiston keräämisen tapa, jossa kysymysten muoto on standardoitu eli vakioitu. Vakiointi tarkoittaa sitä, että kaikilta kyselyyn vastaajilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Aineiston keruutavaksi kysely sopii silloin, kun tutkittavia on paljon ja he ovat hajallaan. (Vilkkä 2007, 28.)

Kyselytutkimuksen etuna pidetään yleensä sitä, että niiden avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto. Menetelmä on myös tehokas, koska se säästää tutkijan aikaa ja vaivannäköä. Kyselylomake voidaan lähettää suurelle joukolle ja mikäli lomake on suunniteltu huolellisesti, aineisto voidaan nopeasti käsitellä ja analysoida tietokoneen avulla. (Hirsjärvi ym. 2010, 195.)

Hirsjärven ym. (2010, 195) mukaan kyselytutkimuksen haittoina pidetään aineiston pinnallisuutta ja tutkimusta teoreettisesti vaatimattomana. Ei myöskään voida varmasti tietää, kuinka vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen ja ovatko he siten pyrkineet vastaamaan huolellisesti ja rehellisesti. Myöskään väärinymmärryksiä vastausvaihtoehtoihin ei voida kontrolloida. Ei myöskään tiedetä sitä, kuinka perehtyneitä aiheeseen vastaajat ovat. Myös lomakkeen laatiminen itsessään vie aikaa ja vaatii tutkijalta monenlaista tietoa ja taitoa. Lopulta myös vastaamattomuus voi nousta suureksi ja vaikuttaa näin tutkimukseen.

Aineistoja kyselyyn voidaan kerätä ainakin kahdella päätavalla: posti- ja verkkokyselyllä sekä kontrolloidulla kyselyllä. Posti- ja verkkokyselyssä lomake lähetetään tutkittaville, he täyttävät sen itse ja postittavat lomakkeen takaisin tutkijalle. Postikyselyssä lomakkeen mukana on lähetettävä palautuskuori, jonka postimaksu on hoidettu. Posti- ja verkkokyselyn etuna on nopeus ja vaivaton aineiston saanti, suurimpana haittana puolestaan vastaamattomuus. Kontrolloituja kyselyjä on kahdenlaisia. Informoitu kysely, jossa tutkija jakaa lomakkeet henkilökohtaisesti ja vastaajat täyt-

tävät lomakkeet ja palauttavat ne joko postitse tai johonkin sovittuun paikkaan. Henkilökohtaisesti tarkistetussa kyselyssä tutkija lähettää lomakkeet ennalta ja noutaa ne itse ilmoitetun ajan kuluttua. (Hirsjärvi ym. 2010, 196–197.)

Kyselylomakkeen laadinta täytyy tehdä huolellisesti. Lomakkeen laadinnalla ja kysymysten tarkalla suunnittelulla voidaan tehostaa tutkimuksen onnistumista (Hirsjärvi ym. 2010, 198). Jokaisen tutkimukseen vastaajan on ymmärrettävä käsitteet ja kysymykset samalla tavalla, koska muuten tutkimustulos ei ole luotettava ja yleistettävissä (Vilkkä 2007, 37).

Kyselyn ajoitukseen täytyy myös kiinnittää huomiota. Kyselyn lähettämisen ajankohta ja mahdollisen muistutuksen lähettäminen kannattaa suunnitella hyvin, jotta tutkimuksen vastausprosentti ei jää sen vuoksi liian alhaiseksi. Muun muassa vuodenaikoihin ja sesonkeihin kiinteästi liittyvät asiat eivät ole korjattavissa uusintakyselyllä tai muistutuksella. (Vilkkä 2007, 28.)

8 CASE OPASTUSVIDEOT YOUTUBESSA

Keiteleen kunnankirjastossa ilmeni tarve opastusvideoille eri verkkokirjaston toiminnoista. Sain tehtäväkseni toteuttaa kyseiset videot verkkokirjaston keskeisistä toiminnoista. Näin aluksi päädyin tekemään neljä erilaista opastusvideota.

Opastusvideot

- Omien tietojen päivittäminen
- Lainojen uusiminen
- Myöhästymismaksut
- Varauksen tekeminen

Tulevaisuudessa on tavoitteena tehdä opastusvideoita ainakin kirjaston lainaus- ja palautusautomaatin toiminnasta sekä omatoimikirjastoon kirjautumisesta.

Keiteleen kunnankirjasto on osa Ylä-Savon kirjastoverkko Rutakkoa. Näin ollen opastusvideoita voivat käyttää myös muut Rutakko-kirjastot. Opastusvideot liittyvät myös Nilakan kuntien (Keitele, Pielavesi, Tervo ja Vesanto) virtuaalikirjastohankkeeseen.

Työvälineet. Ohjelmistona käytin käytännön pakosta kirjastolla jo olemassa olevaa Power Point 2016 -ohjelmaa, josta tiedoston sai käännettyä videoksi MP4-muotoon. Julkaisualustaksi valikoitui YouTube sen helppouden ja saavutettavuuden vuoksi. YouTube on asiakkaille helppo käyttää ja toimii kaikilla alustoilla ja kirjaston on vaivatonta jakaa videoita omiin kanaviinsa kuten kotisivuille ja sosiaaliseen mediaan. Myös muut Nilakka-kirjastot sekä Rutakko-kirjastot pystyvät halutessaan ja tarpeensa mukaan jakamaan ja käyttämään opastusvideoita sitä kautta.

8.1 Opastusvideoiden tekoprosessi

Keiteleen kirjasto on ollut mukana virtuaalikirjasto hankkeessa, joka oli osa eMaa-seutu-hanketta. Opastusvideot tukevat virtuaalikirjaston toimintaa niin Keiteleellä kuin muissakin hankkeeseen osallistuneissa Nilakan kirjastoissa. Keiteleen kirjasto

kuuluu myös kirjastoverkko Rutakkoon. Näin ollen opastusvideoita voivat käyttää myös muut Rutakko-kirjastot.

Opastusvideoita lähdin tekemään virtuaalikirjaston ajatuksen pohjalta. Toiveena oli, että asiakkaiden olisi mahdollista saada ohjausta kirjaston perustoimintoihin silloin, kun he sitä tarvitsevat. On tärkeää, että asiakkaille on saatavilla ohjeita myös kirjaston aukioloaikojen ulkopuolella varsinkin, kun omatoimikirjasto jo ajatuksena ohjaa asiakkaita omatoimisemmiksi kirjaston peruspalvelujen suhteen. Opastusvideot palvelevat sekä kirjaston etäkäyttäjiä, että kirjastossa asioivia asiakkaita. Opastusvideot ovat hyvä työväline myös kirjaston omalle henkilökunnalle.

8.1.1 Opastusvideoiden suunnittelu

Opastusvideoita lähdin suunnittelemaan sen pohjalta, mitä kysymyksiä asiakaspalvelussa useimmiten tulee eteen verkkokirjaston käytöstä. Pohdin myös, mitkä ovat ne asiat, joihin asiakkaat toivovat eniten ohjausta ja neuvoja verkkokirjaston käytössä.

Aihealueiksi opastusvideoihin valikoitui neljä verkkokirjaston eniten käytettyä ominaisuutta. Ne vastaavat myös kysymyksiin, jotka useimmiten tulevat eteen asiakaspalvelussa. Harkitsin myös tekeväni opastusvideot mm. lainaus- ja palautusautomaatin käytöstä sekä omatoimikirjastoon kirjautumisesta, mutta päädyin kuitenkin opastusvideoihin, jotka käsittelevät vain verkkokirjaston toiminnallisuuksia. Pidin tärkeänä, että asiakkaat oppivat käyttämään verkkokirjastoa kunnolla. Kirjaston etäkäyttäjille on hyvä olla kunnolliset ja selkeät ohjeet verkkokirjaston käytöstä, kun kirjaston asiakaspalvelijat eivät ole tavoitettavissa.

Omien tietojen päivittäminen ja asetusten muuttaminen. Kirjaston asiakasrekisteri ei päivity automaattisesti, joten esimerkiksi muuttojen yhteydessä on tärkeää, että asiakkaat muistavat päivittää muuttuneet yhteystietonsa kirjastoon. Omissa tiedoissa on myös mahdollista esimerkiksi vaihtaa oma PIN-koodi, jota tarvitaan omatoimikirjaston sisään kirjautumiseen, e-aineistojen lainaamiseen sekä lainaus- ja palautusautomaatin käyttämiseen.

Varauksen tekeminen on paljon käytetty ominaisuus verkkokirjastossa. Rutakko-verkkokirjastossa asiakkaille hämmennystä aiheuttaa usein varauksen kaksi erilaista tyyppiä. On normaalivaraus aineistolle, jota on asiakkaan oman kirjaston kokoelmissa sekä seutuvaraus aineistolle, jota asiakkaan kirjaston kokoelmassa ei ole lainkaan saatavilla. Seutuvarauksen voi myös tehdä tapauksessa, jossa asiakkaan oman kirjaston kokoelman teos on lainassa, mutta teos on paikalla jossain toisessa Rutakko-kirjastossa.

Lainojen uusiminen on luultavasti eniten käytetty verkkokirjaston ominaisuus. On tärkeää, että asiakkaille tarjotaan mahdollisuus lainojen uusimiseen tarvitsematta tulla paikan päälle kirjastoon. Verkkokirjaston kautta uusiminen on mahdollista ajasta ja paikasta riippumatta.

Maksuista tehty opasvideo kertoo, mistä verkkokirjastossa voi nähdä omat kertyneet maksunsa. Keiteleen kirjaston maksukäytännöt ovat vähän aikaa sitten muuttuneet ja koin tärkeäksi vielä muistuttaa ja tiedottaa asiakkaita aiheesta tälläkin tavalla.

8.1.2 Opastusvideoiden teko

Opastusvideoiden teon aloitin käsikirjoittamalla videot. Käsikirjoittaminen tapahtui etsimällä kunkin aihealueen toiminnallisuudet sekä kartoittamalla kukin tapahtuma vaihe vaiheelta. Pohdin mitkä ovat ne kiinnostavat kohdat, jotka ovat ratkaisevassa roolissa kulloisenkin videon aiheen kohdalla. Esimerkiksi mitkä vaiheet asiakkaan on suoritettava, jotta varauksen teko onnistuu. Halusin myös korostaa aiheen etenemistä klikkaus klikkaukselta, jotta video olisi mahdollisimman informatiivinen ja selkeä.

Jokaiseen opastusvideoon täytyi etsiä ja pohtia ne tärkeimmät klikkaukset asiakkaan kannalta ja se, kuinka ne saa havainnollistettua parhaiten. Täytyi myös pohtia, mikä on se kirjallinen informaatio, joka opastusvideoihin tarvitaan. Oli tarpeellista, että kukin vaihe oli sekä havainnollistettu kuvallisesti, että selitetty sanallisesti. Sen

lisäksi opastusvideoihin tuli muuta aiheeseen liittyvää informaatiota. Esimerkiksi varauksen tekeminen -opastusvideoon tuli tiedot varausmaksuista, noutaajoista sekä varauksen noutamatta jättämisestä.

Opastusvideot päätin tehdä ilman ääniraitaa, koska en kokenut sitä tarpeelliseksi. Lyhyet ja informatiiviset tekstit ja ohjeet opastusvideoissa ovat mielestäni selkeämmät kuin puhuttu ohjeistus.

Sisällöltään pyrin tekemään opastusvideoista mahdollisimman lyhyitä ja ytimekkäitä, mutta silti kaiken tarpeellisen informaation sisältäviä. Mielestäni tämänlaisten opastusvideoiden pituuden tulee pysyä todella maltillisena, että asiakas jaksaa katsoa sen loppuun ja saa siitä tarvitsemansa hyödyn ja informaation.

Opastusvideoiden tekoon käytin PowerPoint-ohjelmaa. Ohjelmisto, jota opastusvideoiden tekoon käytin ei varsinaisesti ole tarkoitettu tähän käyttöön ja se aiheuttikin välillä ongelmia tekovaiheessa. Ohjeiden ja klikkausten ajoitukset suhteessa toisiinsa sekä näkymien vaihtuminen oli paikka paikoin haastavaa saada ajoitettua, mutta tarpeeksi yksinkertaistamalla toimintoja sain opastusvideot toimimaan.

Opastusvideoita koe katsottiin kirjaston henkilöstön voimin ja niihin päädyttiin tekemään pieniä muutoksia sanamuotoihin sekä ajoituksiin. Muutosten jälkeen opastusvideot olivat julkaisuvalmiit. Opastusvideot julkaistiin kirjaston YouTube-kanavalla @keitelekirku.

8.2 Palaute opastusvideoista

Opastusvideoista pyydettiin asiakkailta palautetta niiden julkaisemisen jälkeen. Kysely oli esillä kahden viikon ajan opastusvideoiden julkaisemisesta. Kyselyä jaettiin sähköisenä kirjaston Facebook-sivulla, josta sitä jaettiin eteenpäin paikkakunnan ja Nilakan alueen Facebook-ryhmiin. Opastusvideot ja kyselylinkki jaettiin myös kaikille Rutakko-kirjastojen johtajille jaettavaksi eteenpäin. Tästä huolimatta kysely ei ole ollut esillä muissa Rutakko-kirjastoissa. Paperisena versiona kysely oli täytettävissä Keiteleen kirjastossa. Kyselyyn tuli vastauksia yhteensä 14 kappaletta.

Määrällisen tutkimuksen aineistolle suositeltava vastausten määrä olisi 100, jos tutkimuksessa käytetään tilastollisia menetelmiä (Vilka 2007, 17). Ainoastaan suurella aineistolla tutkija kykenee muodostamaan havaintoja näkökulmasta, joka vuorostaan tekee mahdolliseksi tutkittavien asioiden selittämisen numeerisesti (Alasuutari 1996, 55, Vilkan 2007, 17 mukaan).

Tämän kyselyn vastausmäärä on vähäinen ja heikentää pienen otantansa takia tulosten luotettavuutta. Kysely oli esillä suhteellisen vähän aikaa, joka vähentää vastausten määrää. Uskoisin, että vastausmäärään vaikuttaa myös kirjaston asiakaskunnan ikäjakauma. Vaikka asiakaskunta onkin aktiivista ja käyttää omatoimikirjastoa paljon ja ongelmitta, verkkokirjasto on oman kokemukseni mukaan vieraampi. Uskoisin, että vastausmäärät olisivat paremmat myöhemmin, kun asiakkaat ovat kunnolla huomanneet ja omaksuneet opastusvideoiden olemassaolon ja käyttäneet niitä. Nyt toteutetussa kyselyssä suurin osa vastaajista ei ollut katsonut opastusvideoita.

Kyselyssä kysyttiin mistä opastusvideoista vastaaja halusi jättää palautetta ja syytä sille, mikäli asiakas ei ollut katsonut opastusvideoita ollenkaan. Kyselyssä myös tiedusteltiin mistä muista aiheista ja toiminnoista vastaaja haluaisi opastusvideoita vai haluaisiko mistään. Ennen opastusvideoiden arvioimista kyselyssä vielä kysyttiin, ovatko opastusvideot vastaajan mielestä tarpeellisia vai turhia. Opastusvideoista vastaaja pystyi arvioimaan katsomansa ja niitä pyydettiin arvioimaan asteikolla 1 (ei) – 5 (kyllä) aiheissa ”Oliko opastusvideo havainnollinen?”, ”Oliko opastusvideo selkeä” ja ”Jäikö jokin kohta epäselväksi?”. Jokaisesta opastusvideosta oli mahdollista jättää myös sanallista palautetta. Taustatiedoiksi kyselyyn vastanneista kysyttiin ikää, sukupuolta ja kirjastoa, jossa vastaaja useimmiten asioi.

Kyselyn taustatiedoista käy ilmi, että vastaajista 4 oli miehiä ja 10 naisia. Ikähaarukalta vastaajista suurin osa, 10 kpl, sijoittui ikäluokkaan 65-, kolme kappaletta ikäluokkaan 46–65 ja yksi ikäluokkaan 31–45. Vastaajista yksi asioi pääasiassa Piela-veden kirjastossa ja 13 Keiteleeseen kirjastossa.

Vastaajista 10 ei ollut katsonut opastusvideoita ollenkaan. Näistä kymmenestä 7 aikoi katsoa opastusvideot myöhemmin, kahta vastaajaa opastusvideot eivät kiin-

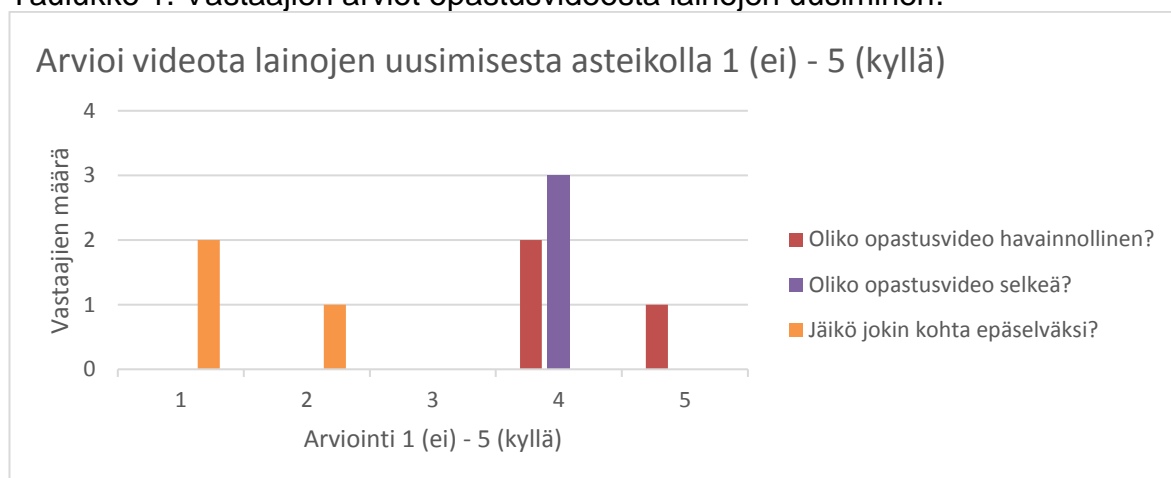
nostaneet ja yksi vastasi, että opastusvideoita ei ollut tarvittavasta aiheesta. Vastaja ei kuitenkaan ollut jättänyt kommenttia, mikä olisi ollut hänen tarvitsemansa aihe.

Kysymykseen ”Mistä muista aiheista ja toiminnoista haluaisit opastusvideoita?” vastaajat olivat vastanneet kahdesti vaihtoehdon omatoimiaikana sisään kirjautuminen, kolmesti lainaus- ja palautusautomaatin käyttö ja kerran kirjojen löytäminen kirjastosta sekä uutuuksien hakeminen. Kymmenen vastaajista oli vastannut ”Ei mitään”.

Opastusvideot olivat 12 vastaajan mielestä tarpeellisia ja kahden vastaajan mielestä turhia.

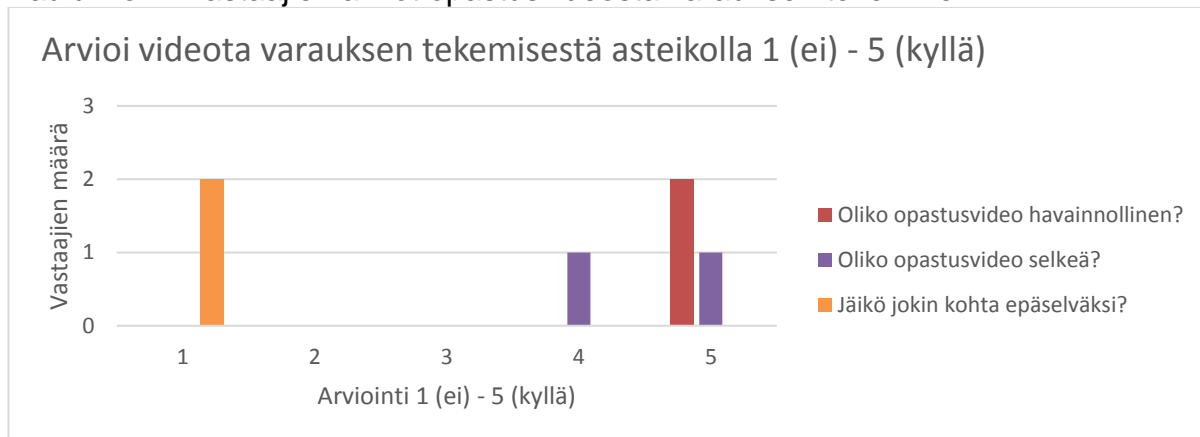
Vastaajista kolme oli katsonut opastusvideon lainojen uusimisesta, omien tietojen päivittämisen oli katsonut yksi, varauksen tekemisen kaksi ja maksuja koskevaa opastusvideota ei oltu katsottu kertaakaan.

Taulukko 1. Vastaajien arviot opastusvideosta lainojen uusiminen.



Vastaajien, 3kpl, arviot lainojen uusimisen opastusvideosta olivat pääsääntöisesti hyviä. Kaksi vastaajista antoi havainnollisuudelle arvosanan 4 ja yksi vastaajista 5. Selkeydestä kaikki antoivat arvosanan 5. Kahdelle vastaajalle ei ollut jäänyt opastusvideosta epäselviä kohtia, yksi vastaaja oli antanut arvosanan 2. Avoimessa vastauksessa oli kommentti, että tekstit ilmestyvät ruutuun välillä liian nopeasti sekoittaen lukemista, mutta lopulta aika kuitenkin oli riittänyt tekstien ja informaation lukemiseen.

Taulukko 2. Vastaajien arviot opastusvideosta varauksen tekeminen.



Varauksen tekemisen opastusvideota oli katsottu kaksi kertaa. Havainnollisuudesta molemmat vastaajat olivat antaneet arvosanan 5, selkeydestä arvosanat olivat 4 ja 5. Mitään opastusvideossa ei ollut jäänyt epäselväksi vastaajille. Avoimia vastauksia ei ollut.

Opastusvideon omien tietojen päivittämisestä oli katsonut yksi vastaaja, joka antoi arvosanoiksi havainnollisuus 5, selkeys 4. Epäselvyyksiä ei ollut jäänyt. Opastusvideota maksuista ei oltu katsottu kertaakaan, joten siitä ei kyselyssä saatu arvioin-teja.

8.3 Yhteenveto

Tarkoituksenani oli tuottaa kirjaston asiakkaiden ja henkilökunnan käyttöön opastusvideoita verkkokirjaston käytöstä. Opastusvideoiden aiheet valitsin käytännön tarpeen perusteella. Opastusvideot on julkaistu kirjaston YouTube-kanavalla.

Kirjasto oli tyytyväinen opastusvideoihin ja niiden todettiin edistävän asiakkaiden omatoimisuutta. Myös ajatus siitä, että ne palvelevat omatoimikirjaston asiakkaita sekä etäasiakkaita kirjaston aukioloaikojen ulkopuolella koettiin hyväksi.

Palautekyselyssä opastusvideot todettiin havainnollisiksi ja selkeiksi. Kehittämiskohteeksi kyselyn yhden vastauksen perusteella jäi videon tekstien nopeuden säätäminen. Vastauksia kyselyyn tuli vain 14. Kysely oli esillä vain kaksi viikkoa heti opastusvideoiden julkaisemisen jälkeen. Uskoisin kyselyn toteuttamisen niin nope-

asti videoiden julkaisemisen jälkeen vaikuttaneen vastausmääriin. Mikäli opastusvideot olisivat olleet kauemmin katsottavissa ja useammat asiakkaat olisivat ne kerenneet löytää, olisivat vastausmäärät voineet olla vähän korkeammat. Jatkotoimenpiteenä ehdottaisin kyselyn uusimista esimerkiksi ensi syksynä, kun asiakkaat ovat löytäneet videot ja kerenneet kunnolla tutustua niihin. Uudessa kyselyssä voisi tulla myös esille uusia kohteita, joihin asiakkaat tarvitsevat opastusta. Mukaan voisi myös ottaa muut Rutakko-kirjastot, koska opastusvideot voivat palvella myös heitä yhtä hyvin kuin Keiteleen kirjastonkin asiakkaita.

Kyselyn perusteella kaivattiin selkeästi opastusvideoita omatoimiaikaan sisäänkirjautumisesta sekä lainaus- ja palautusautomaatin käytöstä. Nämä opastusvideot ovat suunnitelmissa toteuttaa myöhemmin Keiteleen kirjastoon.

Varmistaakseni opastusvideoiden ylläpidon jatkuvuuden olen suunnitellut, että pidän kirjaston henkilökunnalle pienen koulutuksen opastusvideoiden teosta. Koulutuksessa käymme läpi, kuinka jo olemassa olevia opastusvideoita saa muokattua ja kuinka kokonaan uusi opastusvideo luodaan.

Kaiken kaikkiaan opastusvideoiden tekeminen oli hyvä ratkaisu. Ne palvelevat asiakkaita vuorokauden ympäri ja ovat saatavilla ajasta ja paikasta riippumatta.

LÄHTEET

- Flink, K-M., Kerttula, T., Nordling, A-M., Rautio, V. 2015. Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Helsinki: Edita.
- Haasio, A. 2013. Sosiaalinen media ja kirjastot. Helsinki: Avain.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15.-16. painos. Helsinki: Tammi
- Hämäläinen, M., Kiiras, H., Korkeamäki, A. & Pakkanen, R. 2016. Palvelun taitajaksi. 9. uud. p. Helsinki: Sanoma Pro
- Jokinen, J. 2015. Asiakaspalvelu ammattina – Osa 1: Asiakaspalvelun perusteet. [Verkkokirja] Espoo: MIG Design [Viitattu 1.5.2017]. Saatavana Ellibs-palvelusta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Juntunen, A. & Saarti, J. 2014 Ulos kirjastosta: kirjastojen markkinointiviestintä. Helsinki: Avain.
- Kanta-Oksa, R. 1992. Keiteleen teollisuus 20 vuotta. Sonkajärvi: Ylä-Savon instituutti.
- Kaul, H.K. 2016. Libraries and the Social Media Networks [Verkkolehtiartikkeli] Journal of Library & Information Technology. 36 (5). 257-260 [Viitattu 29.5.2017]. Saatavana: EbscoHost-palvelusta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Keitele. Ei päiväystä. Tietoa Keiteleestä. [Verkkosivu]. [Viitattu 12.11.2017]. Saatavana: <https://www.keitele.fi/fi/Hallinto-ja-talous/Tietoa-Keiteleesta>
- Keitele Group. Ei päiväystä. Keitele Group – puuta maailman huipulta. [Verkkosivu]. [Viitattu 21.11.2017]. Saatavana: <http://www.keitelegroup.fi/yritys>
- Lovio, M. & Tiihonen, V. 2005. Kirjaston asiakaspalvelu. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu.
- Maanmittauslaitos. Ei päiväystä. Suomen pinta-ala kunnittain 1.1.2017. [Verkkopublication]. [Viitattu 12.11.2017]. Saatavana: http://maanmittauslaitos.fi/sites/maanmittauslaitos.fi/files/attachments/2017/02/alat17_su_nimet.pdf
- M.A.S.I Company. Ei päiväystä. M.A.S.I Companyn historia. [Verkkosivu]. [Viitattu 21.11.2017]. Saatavana: <http://www.masicompany.fi/site/content/view/975/86/>

- Massis, B. 2010. Librarians as providers of “legendary” customer service. [verkko-lehtiartikkeli] New Library World. 111 (9/10). 434-438. [Viitattu: 25.5.2017] Saatavana: EbscoHost-palvelusta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Kirjastot.fi. Ei päiväystä. Suomen yleisten kirjastojen tilastot. [Verkkosivu]. [Viitattu 29.4.2018]. Saatavana: <http://tilastot.kirjastot.fi/>
- Kortesuo, K. 2018. Sano se someksi (1+2=3): sosiaalisen median suuri laskuoppi. Helsinki: Kauppakamari
- Kumpulainen, K. 1983. Pielaveden ja Keiteleen historia. 2, 1870-luvulta nykyaikaan. Pielavesi: Pielaveden kunta, Pielaveden seurakunta, Keiteleen kunta, Keiteleen seurakunta
- Pönkä, H. 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä: Docendo.
- Räisänen, T. & Kumpulainen, K. 1981. Pielaveden ja Keiteleen historia. 1, 1870-luvulle. Pielavesi: Pielaveden kunta, Pielaveden seurakunta, Keiteleen kunta, Keiteleen seurakunta
- Safko, L. & Brake, D. 2009. The social media bible. [Verkkokirja] New Jersey: John Wiley & Sons. [Viitattu 1.5.2017]. Saatavana Ellibs-palvelusta. Vaatii käyttöoikeuden.
- SavoGrow kehitysyhtiö.[a] Ei päiväystä. Palvelu tulevaisuuteen: eMaaseutu tuo digitalisaation lähemmäs. [Verkkosivu]. [Viitattu 22.11.2017]. Saatavana: http://www.savogrow.fi/kehittamispalvelut/sahkoiset_palvelut/emaaseutu
- SavoGrow kehitysyhtiö.[b] Ei päiväystä. Pilottiyhteenveto: Nilakan virtuaaliasiointi sekä virtuaalikirjasto. [Verkkosivu]. [Viitattu 22.11.2017]. Saatavana: http://www.savogrow.fi/kehittamispalvelut/sahkoiset_palvelut/pilotit/pilottiyhteenveto_nilakan_virtuaaliasiointi_seka_virtuaalikirjasto.469.news
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkajulkaisu]. ISSN=2341-8699. 2016, Liitetaulukko 16. Internetin käyttötarkoitusten yleisyys 2016, %-osuus väestöstä 1) . Helsinki: Tilastokeskus [Viitattu 1.5.2017]. Saatavana: http://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tau_016_fi.html
- Taloustutkimus. Ei päiväystä. Kansallisen Asiakaspalvelupalautetutkimuksen kärki selvillä!. [Verkkosivu]. [Viitattu 11.12.2017]. Saatavana: https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/kansallisen-asiakaspalvelupalautetutkimuksen-karki-selvilla.html?utm_source=Joulukuun+uutisia&utm_medium=email&utm_campaign

TEPA-termipankki. Ei päiväystä. Erikoisalojen sanastojen ja sanakirjojen kokoelma – Sanastokeskus TSK. [Verkkosivu]. [Viitattu 1.5.2018]. Saatavana: <http://www.tsk.fi/tepa/fi/>

Tilastokeskus. Ei päiväystä. Kuntien avainluvut. [Verkkosivu]. [Viitattu 12.11.2017]. Saatavana: <http://www.stat.fi/tup/alue/kuntienavainluvut.html#?year=2017&active1=239>

Tyni, S. 2017. Kirjastonjohtaja. Keitelelen kunta, kirjasto- ja kulttuuripalvelut. Haastattelu 28.11.2017.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsinki: Kauppakamari

VanDuinkerken, W. & Kaspar, W. 2015. Leading libraries: how to create a service culture. [Verkkokirja] Chicago: ALA Editions. [Viitattu 29.4.2018] Saatavana EbscoHost-palvelusta. Vaatii käyttöoikeuden.

Yleisten kirjastojen neuvosto. 2017. Yleisten kirjastojen neuvoston kokous 2/2017 pöytäkirja 2/2017.