

Opinnäytetyö (AMK)

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Aikuiskoulutus

2012

Marjo Kuitunen

ASIAKASKUUNTELUN KEHITTÄMINEN KOULUTUSORGANISAATIOSSA

– Case: Salon seudun koulutuskuntayhtymä



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Marjo Kuitunen

ASIAKASKUUNTELUN KEHITTÄMINEN KOULUTUSSORGANISAATIOSSA

— Case: Salon seudun koulutuskuntayhtymä

Asiakkaan kuunteleminen, asiakastyytyväisyystutkimukset sekä niiden kautta asiakkaan tarpeen ymmärtäminen on tie liiketoiminnan menestykseen. Tässä opinnäytetyössä tehtiin kartoitus Salon seudun koulutuskuntayhtymässä käytössä olevista asiakaskuuntelun toimintamalleista ja järjestelmistä. Tämä oli osa opinnäytetyön toimeksiantajan eli kuntayhtymän viestinnän strategiatyötä.

Johdannossa käsitellään kehittämistyön tutkimuksellisia menetelmiä ja tavoitteita. Osiossa esitellään myös case-organisaationa olevaa koulutuskuntayhtymää, sen strategiaa sekä organisaatiossa toimivaa kolmea oppilaitosta. Työn tavoitteena oli tuottaa kehittämissuhteita ja –ideoita koulutuskuntayhtymälle asiakastyytyväisyyden ja suoran palautteen järjestelmien integrointiin, niiden systemaattisempaan hallintaan ja käsittelyyn sekä löytää ehdotuksia ja mahdollisuuksia sähköisten järjestelmien hyödyntämiseen asiakkaiden kuuntelussa.

Teoriaosuudessa käsitellään teorian perustana olevaa asiakasta, asiakastyytyväisyyttä ja sen rakenteita, asiakastyytyväisyyden toteuttamista ja mittaamista sekä palvelun laatua ja laadun mittaamista. Toimeksiantajan toivomuksena oli myös perehtyä sähköisten järjestelmien hyödyntämiseen asiakaskuuntelussa. Aihe rajattiin syventyksen yhteisöllisen median ja asiakashallinnanjärjestelmän mahdollisuuksiin.

Tutkimuksellinen osuus toteutettiin toimintaympäristössä tapaustutkimuksen menetelmin, perehtymällä käytössä oleviin toimintamalleihin ja järjestelmiin. Työ toteutettiin haastatteleamalla laatutyökentelystä ja asiakastyytyväisyyskyselyistä vastaavia ja niitä toteuttavia henkilöitä koulutuskuntayhtymän kolmessa oppilaitoksessa. Haastattelut litteroitiin ja tutkimustulokset esitellään oppilaitoksittain ja toteutusmenetelmittain.

Työn tuloksena syntyi kehittämissuhteita ja ajatuksia oppilaitoksittain sekä muutamia ehdotuksia kyselyjen integraatio mahdollisuuksista. Suurimpana haasteena on kuitenkin sellaisen järjestelmän rakentaminen, joka mittaa systemaattisesti asiakastyytyväisyyttä ja integroi saadun tiedon asiakastietokantaan. Järjestelmä on suunniteltava tarkkaan ja rakennettava koko organisaation näkökulmasta. Tärkeää on myös pohtia, miten saatu tieto hyödyttää organisaatiota ja miten sitä jatkajalostetaan.

ASIASANAT:

Asiakaskuuntelu, asiakastyytyväisyys, asiakastyytyväisyyden mittaaminen, suoran palautteen järjestelmä, palvelun laatu, laadunmittaaminen, sähköinen media ja asiakastiedonhallinta

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Hospitality Management | Adult Education

2012 | Total number of pages 54

Eija Koivisto

Marjo Kuitunen

DEVELOPING THE WAYS OF LISTENING TO THE CUSTOMER IN A TRAINING ORGANIZATION

Listening to the customer, customer satisfaction surveys and using these methods to understand the customer's needs is the way to business success. The present bachelor's thesis includes a survey on the operating models and systems of listening to the customer at Salo Region Educational Federation of Municipalities. This survey was a part of the communications strategy work in the thesis sponsor organization.

The introduction of the thesis introduces the theories on customers, customer satisfaction and service quality as well as the research methods and goals of the study. The section presents the educational organization of the case study, as well as its strategy and the three divisions belonging to the organization. The aim of the study was to produce proposals and ideas for developing the customer satisfaction and direct feedback system of the case study organization, namely the integration, the systematic management and the processing of the feedback and to find suggestions and possibilities for adapting electronic systems to the listening of the customer.

The theoretical part of the study discusses the theory on customers, customer satisfaction and its structures, the execution and the measurement of customer satisfaction, as well as service quality and how it is measured. The study sponsor presented a wish to study the use of electronic systems in the listening to the customer. The scope of the study was limited to the possibilities presented by the use of social media and customer database.

The empirical part of the study was carried out in the operating environment of the educational organization by using case study methods, by familiarizing oneself with the operating models and systems in use. The work was carried out by interviewing those in charge of and carrying out the quality of work and customer satisfaction surveys in the three divisions or schools of the organization. The interviews were transcribed and the research results are presented separately for each division or school according to the methods used.

The result of the study was a group of development proposals and ideas for each division or school as well as a few suggestions integration opportunities of the surveys. The biggest challenge, however, is the construction of such a system that measures systematically the customer satisfaction and integrates the information into the customer database. The system needs to be carefully designed and constructed from the perspective of the whole organization. In addition, it is important to reflect on how the knowledge gained will benefit the organization and how it will be further processed.

KEYWORDS: Listening to the customer, customer satisfaction, customer satisfaction measurement, direct feedback system, quality of service, quality measurement, electronic media, customer data management

SISÄLTÖ

KÄYTETYT LYHENTEET	6
1 JOHDANTO	6
1.1 Kehittämistyön tavoitteet ja menetelmät	7
1.2 Salon seudun koulutuskuntayhtymän esittely	8
2 KILPAILUETUINA ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU	11
2.1 Asiakastyytyväisyys	11
2.1.1 Asiakas-ulottuvuus	13
2.1.2 Tyytyväisyys-ulottuvuus	15
2.1.3 Asiakastyytyväisyyden kuuntelu- ja mittausjärjestelmät	16
2.2 Asiakastyytyväisyys koulutusorganisaation näkökulmasta	20
2.3 Palvelun laatu	22
2.4 Laadun mittaaminen	24
3 YHTEISÖLLINEN MEDIA JA SÄHKÖINEN ASIAKAS-TIEDONHALLINTA OSANA ASIAKASKUUNTELUA	26
3.1 Sosiaalinen eli yhteisöllinen media (some)	27
3.2 Asiakastiedonhallintajärjestelmä	30
4 ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN MITTAAMINEN SSKKY:SSÄ	32
4.1 Salon seudun ammattiopisto	32
4.1.1 Asiakastyytyväisyyskyselyt opiskelijoilta	32
4.1.2 Työelämänpalaute	34
4.2 Salon seudun aikuisopisto	35
4.2.1 Työvoimakoulutus	35
4.2.2 Omaehtoinen ja oppisopimuskoulutus	37
4.2.3 Henkilöstö- ja täydennyskoulutus	37
4.2.4 Kehittämistoiminta	38
4.2.5 Työelämäpalaute	39
4.3 Salon seudun oppisopimuskeskus	40
4.3.1 Oppisopimuskeskuksen asiakaspalautekyselyt	40
4.4 SSKKY:n muut asiakaskuuntelumenetelmät	41
5 KEHITTÄMISEHDOTUKSET	43
5.1 Asiakastyytyväisyyskyselyt	43
5.2 Suorapalautejärjestelmä	46

5.3 Työelämänpalaute	47
5.4 Sisäinen markkinointi	47
5.5 Sähköisten järjestelmien hyödyntäminen	48
6 YHTEENVETO	52
LÄHTEET	54

LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset	
Liite 2. SSKKY Asiakastyytyväisyyskyselyjen kartoituksen koontilomake	
Liite 3. Ammattiopiston valmistuvien opiskelijoiden kysely	
Liite 4. Ammattiopiston työelämäpalautekysely	
Liite 5. Aikuisopiston työvoimapoliittisen koulutuksen OPAL-palautelomake	
Liite 6. Aikuisopiston omaehtoisen ja oppisopimuskoulutuksen AIPAL-palautelomake	
Liite 7. Aikuisopiston henkilöstö- ja täydennyskoulutus kysely	
Liite 8. Aikuisopiston työelämäpalautekysely	
Liite 9. SSKKY:n henkilöstön tyytyväisyyskysely	

KUVIOT

Kuvio 1. Yrityksen ja asiakaskunnan välinen kontaktipinta (Rope, 2005, 537).	14
Kuvio 2. Odotusten ja kokemusten muodostama tyytyväisyys (Rope, 2005, 538).	15
Kuvio 3. Asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmän osatekijät (Rope, 2005, 576).	18
Kuvio 4. Kyselyn yleinen rakenne (Korpi, 2004, 11).	21

KÄYTETYT LYHENTEET

SSKKY	Salon seudun koulutuskuntayhtymä
OPH	Opetushallitus
some	yhteisöllinen (sosiaalinen) media

1 JOHDANTO

”Palvelu merkitsee sitä, että asetat juuri sillä hetkellä toisen ihmisen edun oman etusi edelle.”, ”Maailman luetuimmassa palveluoppaassa on yksi loistava ohje yli muiden: ”Kaikki minkä tahdotte ihmisten tekevän teille, tehkää se heille” (Raamattu)”. Palvelu merkitsee asennetta. Se on osa arvoketjua, jossa asiakas kohtaa tuotteen tai palvelun toisen ihmisen kautta. Siitä syntyy myynti, menestys ja yhteiskunnan tarpeisiin verokertymää, jolla pidämme yllä yhteistä hyvinvointia. (Lundberg & Töytäri 2010, 31–32.) Olemme kaikki joskus asiakkaita ja joskus palvelijoita ja siten nuo palveluohjeet koskettavat sinua, minua ja meitä kaikkia. Palvelussa kaikki on siis kiinni siitä, miten kohtelemme ja kuuntelemme toisiamme.

Kannattavan liiketoiminnan takana on aina asiakas. Asiakastyytyväisyysjohtamisen perustana on asiakas ja asiakkaan tavoittamisen keinona asiakas-suuntainen markkinointi ja laatujohtaminen. Yrityksen visio ja strategiat määrittävät asiakasstrategiassa tavoiteltavat kohderyhmät ja segmentoinnit. Yrityksen tai organisaation on oltava ajanhermolla mitä markkinoilla tapahtuu, miten asiakkaan tarpeet muuttuvat ja mitä asiakas on valmis ostamaan. Tämä vaatii yritykseltä / organisaatiolta asiakaslähtöistä ajattelua ja johtamistapaa.

Jokaisesta vuorovaikutustilanteesta on mahdollista selvittää asiakaskokemusta ja sen onnistuneisuutta. Jokaisen yrityksen tai organisaation työntekijän tulee olla työpaikallaan silmät ja korvat avoinna näkemään, kuulemaan ja aistimaan asiakkaidentarpeita sekä olemaan valmis auttamaan ja tarjoamassa asiakkaalle ratkaisua. Palvelualalla kontakti on avainsana ja parasta palautetta voi saada kysymällä ja keskustelemalla asiakkaan kanssa palvelutuotannon aikana, pyytämällä palautetta palveluprosessin aikana ja kun palvelu on saatettu loppuun. Saatu palaute tulee ottaa käsittelyyn ja tarvittaessa viedä siitä viestiä eteenpäin organisaatiossa. Asiakasta tulisi myös osata kuunnella ja asiantuntijana ohjata häntä oikeaan suuntaan. Työtään ja asiakkaitaan arvostava henkilökunta on ystävällistä ja avointa sekä asiakaskuuntelulle herkkiä osaajia.

1.1 Kehittämistyön tavoitteet ja menetelmät

Tämän kehittämistyön tavoitteena oli selvittää asiakaskuuntelussa käytettyjen asiakastytyväisyysmenetelmien ja toimintamallien toimivuutta koulutusorganisaatiossa. Toimeksiantajan viestinnän strategiatyöhön on määritelty tehtäväksi: ”Asiakaspalautejärjestelmien, toimintamallien ja palautteiden hyödyntämismahdollisuuksien kartoittaminen, selkeyttäminen ja kehittäminen”, joka toimii tämän työn tutkimuksellisenä pohjana.

Tein kevään ja kesän 2012 aikana työnantajalleni Salon seudun koulutuskuntayhtymälle projektityönä selvityksen koulutuskuntayhtymässä käytössä olevista asiakaskuuntelumenetelmistä ja asiakaspalautejärjestelmistä. Kartoitin asiakastytyväisyyskyselyt, suoran palautteen järjestelmät sekä kaikki muut mahdolliset menetelmät, jotka ovat organisaation käytössä asiakaskuuntelussa. Tarkoituksena oli tutkia käytännöt ja kyselyjen sisällöt sekä selvittää käyttökohteiden määrittelyt.

Projektityö toimi tutkimuksellisenä pohjana tälle opinnäytetyölle. Saatujen tulosten ja kehittämissuositusten pohjalta on tarkoituksena työstää yhtenäisempi toisiaan tukeva asiakaspalautekäytäntö sekä maksimoida niistä saatava hyöty toimintaan ja tuloskorttiin sekä laatutyöskentelyyn. Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää kehittämissuosituksia toimintamallien ja palautteiden hyödyntämismahdollisuuksiin, järjestelmien selkeyttämiseen ja systemaattisempaan hallintaan. Tavoitteena oli myös kartoittaa mahdollisuuksia sekä löytää keinoja kyselyjen integrointiin koulutuskuntayhtymän oppilaitosten välillä. Yhtenä toimeksiantajan toiveena oli myös sähköisten järjestelmien entistä parempi hyödyntäminen asiakaskuuntelussa. Lähtökohtana oli myös asiakaslähtöinen näkemys, ettei kyselyjä menisi samoille vastaajille jokaisesta oppilaitoksesta vuorotellen.

Työ toteutettiin tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmin. Tämä menetelmä perustuu organisaation kehittämistarpeeseen ja haluan saada muutosta aikaan. Tutkimukselliseen menetelmään kuuluu yleensä käytännön ongelmien ratkaisua, uusien ideoiden, käytäntöjen, tuotteiden tai palveluiden kehittämistä ja toteuttamista. Menetelmä toimii parempien vaihtoehtojen ja asioiden eteenpäin

viemisen välineenä. (Ojasalo, Moilanen & on Ritalahti ym. 2009, 19.) Lähestymistavaksi valittiin tapaustutkimus (Case study). Tämän menetelmän ei vie muutosta eteenpäin, eikä kehitetä mitään konkreettista, vaan sen avulla luodaan kehittämisideoita tai ratkaisuehdotuksia. (Ojasalo, ym. 2009, 37—38). Tässä työssä menetelmän avulla pyrittiin ymmärtämään ja selvittämään asiakas kuuntelun tilanne Case-organisaatiossa sekä löytämään siihen kehittämis-ehdotuksia.

1.2 Salon seudun koulutuskuntayhtymän esittely

Salon seudun koulutuskuntayhtymän tarina alkaa vuodesta 1958, jolloin ammatillisen koulutuksen ylläpitäjäksi perustettiin Kuntainliitto. Miltei heti alusta alkaen ammatillisen koulutuksen rinnalle tuli kurssitoiminta. Vuonna 1968 kuntayhtymä sai tehtäväkseen myös seudun oppisopimuskoulutusten järjestämisen ja ohjaamisen. Vuodesta 1976 kuntayhtymä toimi myös taustayhteisönä seudun työelämän turvaavalle aikuiskoulutustoiminnalle. Vuodesta 2001 kuntayhtymä on toiminut nimellä Salon seudun koulutuskuntayhtymä. Vuodesta 2005 Salon kaupan ja terveyden ammattiopiston siirryttyä kuntayhtymään on seudun toisen asteen ammatillinen koulutus ollut kokonaan kuntayhtymän vastuulla.

Salon seudun koulutuskuntayhtymä on alueen johtava toisen asteen ammatillisen koulutuksen järjestäjä. Omistajina ovat seudun kuusi kuntaa: Salo, Somero, Koski TL, Paimio, Sauvo ja Kemiönsaari.

Kuntayhtymän perustehtävä eli missio on tuottaa *osaamista työelämän tarpeisiin*. Visio *Olemme oman alueemme vastuullinen, merkittävä ja asiakaslähtöinen työelämän kehittäjä* kuvastaa tahtotilaa ja tavoitteita, joita on tarkoitus toteuttaa vuoteen 2014 asti. Brändiä vahvistetaan tunnuslauseella *Takuulla parhaita tekijöitä*.

Strategian toteutumista seurataan viiden keskeisen mittarin avulla: käyttöaste, toimintakate, työtyytyväisyys, opiskelijapalaute ja työelämäpalaute. Seuranta toteutetaan vuositasolla. Ainoastaan työtyytyväisyyttä mitataan kahden vuoden välein. Käytetystä mittaristosta käsitellään tässä raportissa opiskelijapalautetta,

työelämäpalautetta ja työtyytyväisyyttä. (Salon seudun koulutuskuntayhtymä 2012)

SSKKY:n oppilaitokset ovat nuorisokoulutuksesta vastaava Salon seudun ammattiopisto, aikuiskoulutuksesta ja työelämän kehittämistehtävästä huolehtiva Salon seudun aikuisopisto ja oppisopimuskoulutuksen järjestäjä Salon seudun oppisopimuskeskus. Kuntayhtymän oppilaitoksissa opiskelee vuosittain yhteensä n. 8000 opiskelijaa. Työntekijöitä on yli 300.

Salon seudun ammattiopisto järjestää ammatillista peruskoulutusta vuosittain n. 1700 opiskelijalle. Ammattiopiston tarjonnassa on 35 erilaista koulutusohjelmaa. Ammattiopiston opiskelijat ovat pääsääntöisesti toisen asteen nuorisop opiskelijoita. Suoritettavat tutkinnon ovat ammatillisia perustutkintoja. Oppilaitoksesta valmistuu vuosittain 450–500 opiskelijaa. Koulutuksen kesto on 2–4 vuotta. Ammattioppilaitoksen toiminta on jakautunut usealle eri kampusalueelle koulutusalaista riippuen.

Salon seudun aikuisopisto on vuonna 1996 perustettu aikuiskoulutuksen ja työelämäpalveluiden tarjoaja. Oppilaitoksessa opiskelee vuosittain 5700 opiskelijaa. Henkilöstöä on reilu 100, josta opetushenkilöstöä on n. 80–90 (kokoaikaiset ja tuntikouluttajat) ja tällä hetkellä 18 henkilöä hallinnon ja tukipalveluiden tehtävissä.

Aikuisopistossa voi opiskella ammatilliseen tutkintoon valmistavassa koulutuksessa tai lisä- ja täydennyskoulutuksessa. Suoritettavia perus-, ammatti- ja erikoisammattitutkintoja on 36 neljällätoista eri ammattialalla. Tutkintoon valmistavan koulutuksen rahoitusmuotoina ovat valtionosuus-rahoitteiset omaehtoinen ja oppisopimuskoulutus sekä työ- ja elinkeino-ministeriön ylläpitämä työvoimapolitiittinen koulutus. Lisäksi Aikuisopisto järjestää henkilöstön lisä- ja täydennyskoulutusta, johon kuuluvat lupakorttikoulutukset, kuten työturvallisuuskortti, tilityö, ensiapu, elintarvikehygienia, tieturvallisuus, vesityökortti, ja alkoholiaasiat ravintolassa osaamistesti sekä muu lyhytkestoinen koulutus (alle 10 vrk).

Aikuisopisto toimii myös ohjaavan ja maahanmuuttajakoulutuksen järjestäjänä, joita toteutetaan työvoimahallinnon hankkimana. Aikuisopistossa tutkinnon suo-

rittaminen tapahtuu näyttötutkintoperusteisesti, joka on erityisesti aikuisille opiskelijoille kehitetty tutkinnon suorittamismuoto.

Aikuisopisto toimii myös alueen työelämän palveluiden kehittäjänä. Työelämän palveluiden kehittämistehtävää suunnittelee ja toteuttaa kehittämisspalvelutiimi kehittämisspalveluhankkeiden avulla. Hanketoiminta on EU-rahoitteista. Kehittämishankkeisiin liittyy usein täydennyskoulutusta. Kehittämistoimintatiimi toimii yhteistyössä alueen yritysten, julkisen sektorin, viranomaisten, rahoittajien, kolmannen sektorin, muiden oppilaitosten ja yksittäisten opiskelijoiden kanssa.

Salon seudun oppisopimuskeskus koordinoi oppisopimuskoulutusta SSKKY:n toimialueella. Oppisopimuskoulutuksella opiskelija voi hankkia itselleen ammatillisen perustutkinnon, ammattitutkinnon tai erikoisammattitutkinnon. Valittavana on n. 350 työelämälähtöistä tutkintoa. Oppisopimuskoulutukseen sisältyy tietopuolista koulutusta ja sitä voidaan hankkia opiskelijoille n. 40 eri oppilaitoksesta. Koulutusmuoto soveltuu sekä nuorille että aikuisille. Oppisopimuskeskus solmii vuosittain n. 300 oppisopimusta ja tutkinnon suorittaneita on n. 220 henkilöä.

Oppisopimus on määräaikainen ja perustuu työsopimukseen opiskelijan ja työnantajan välillä. Oppisopimukseen sovelletaan normaalia työlainsäädäntöä mm. työsopimus-, työaika- ja vuosilomalakia. Työnantaja sitoutuu mm. perehdyttämään ja kouluttamaan opiskelijaa niin, että oppisopimuksen työssä oppimisen tavoitteet toteutuvat, nimeämään opiskelijalle työpaikkakouluttajan, tarjoamaan monipuolisia, oppimista tukevia työtehtäviä, järjestämään opiskelijalle mahdollisuuden osallistua sovittuun tietopuoliseen opetukseen ja arvioimaan yhdessä opiskelijan kanssa työssä oppimista.

Oppisopimus voidaan solmia myös yrittäjälle, jolloin oppisopimus perustuu yrittäjän ja oppisopimuskeskuksen väliseen sopimukseen. Oppisopimuskeskus hankkii yrittäjälle tietopuolisen koulutuksen ja työssä oppiminen tapahtuu omassa yrityksessä. Yrittäjän oppisopimuksessa työssä oppimisen ohjaajana toimii toinen yrittäjä. (Salon seudun koulutuskuntayhtymä 2012)

2 KILPAILUETUINA ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA PALVELUN LAATU

1990-luvulta lähtien johtavien markkinointiviestintä liiketoimintaoppien mukaan palvelualojen merkittävimpinä kilpailuetuina pidetään asiakastyytyväisyyttä ja palvelun laatua. Palvelujen aineettomuudesta johtuen, pyritään asiakas sitouttamaan asiakassuhteeseen tyytyväisyyden kautta minimoimalla tyytymättömyystekijät (Rope, 2005, 535, 550.). Toiminnalliseen laatuun verrattuna palvelun laatuun liittyy paljon erityispiirteitä, joista voimakkaimpina koetaan yksilöllisyys, hetkellisyys ja inhimilliset tekijät. Muita palvelun laatuun vaikuttavia tekijöitä ovat mm. luotettavuus, saavutettavuus, ammattitaito, huomaavaisuus, uskottavuus, turvallisuus, asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen sekä erilaiset aineelliset asiat. (Tervonen, 2001, 17.)

2.1 Asiakastyytyväisyys

Asiakas käsitteenä on laaja. Asiakas voi olla henkilö, yritys, organisaatio tai kuka tai mikä tahansa yrityksen kanssa kontaktissa oleva taho. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat kaikki asiakkaan kanssa toimijat, niin asiakaskontaktipinnassa kuin myös välisessä kontaktissa olevat, kuten alihankkijat ja yritykset, joilta ostamme tuotteita ja palveluitamme ja joita edelleen markkinoimme asiakkaillemme tai jotka ovat osa meidän tuotettamme tai palveluamme. Asiakas voi olla siis myös välisessä kontaktissa oleva henkilö, yritys tai organisaatio. Se voi olla myös joku tai jokin, joka on kontaktissa yrityksen tai organisaation tukijärjestelmien (esim. tietotekniikka, laskutus jne.) tai miljööseen (toimitilapalvelut, kiinteistöhuolto jne.) liittyvien toimintojen kanssa. (Rope, 2005, 536.) Asiakas voi olla myös ryhmä. Kun palvelua tarjotaan organisaatioille, myyjä voi tavata vain ostavan yrityksen edustajan, jolloin yksi henkilö toimii palvelun ostajana. Palvelun loppu käyttäjät ja kuluttajat voivat kuitenkin muodostua suuresta ryhmästä henkilöitä, jotka ovat palvelun laadun kokijat. (Grönroos, 2009, 419–420.)

Asiakas on myös sisäinen. Sisäisestä palvelusta puhutaan usein sisäisenä markkinointina, joka tarkoittaa liikeidean sitouttamis- ja toteuttamisjärjestelmää. Sisäisen markkinoinnin tavoite on, saada liikeidea toteutumaan suunnitellulla tavalla jokapäiväisessä työssä jokaisen asiakkaan kohdalla. Sisäisten toimijoiden toimiessa - johto, osastot, henkilökunta - samansuuntaisesti, liikeidean ja asiakkaan odotukset ymmärtäen, varmistetaan ulkoisen asiakkaan tyytyväisyys parhaimmalla mahdollisella tavalla. (Rope, 2005, 605, 609). Oman henkilöstön kuunteleminen ja tyytyväisyyden mittaaminen on tärkeää, jotta voidaan analysoida liikeidea sisäistämistä, mikä on merkittävä tekijä ulkoisen asiakkaan tyytyväisyyden varmistamisen kannalta.

Asiakaista muodostuvat yrityksen tai organisaation asiakkuudet. Asiakkuudet syntyvät asiakaskohtamisista ja niiden erilaisista toiminnoista. Jokainen asiakaskohtaaminen on oma prosessinsa, joita asiakastyytyväisyyttä mittaamalla ja analysoimalla voidaan kehittää. Kehittämistyötä varten asiakkuuksia kootaan asiakaskannoiksi, jolloin niitä on helpompi analysoida. Asiakkuuksien ero yksittäisen asiakkaan määritelmään on siinä, että asiakkuustasolla mitataan ja korostetaan asiakkaan kokemaa ja saamaa arvoa asiakkuudesta. Vaikka asiakas ei olisikaan tyytyväinen jokaiseen asiakaskohtamiskertaansa, hän voi olla tyytyväinen palveluun kokonaisuutena. Hyvin hoidetut prosessien avulla asiakas kokee saavansa itselleen enemmän arvoa. (Storbacka & Lehtinen, 2002, 53–55.)

Asiakaskuuntelu on vuoropuhelua asiakkaan kanssa. Tuotteitaan myyvän tai palvelujaan tarjoavan yrityksen tai organisaation olisi ymmärrettävä asiakkaan liiketoimintaympäristö, organisaatio ja toimintakulttuuri. Kun ymmärtää ja osaa tulkita organisaation sisällä olevia valtasuhteita ja päätöksentekijöiden rooleja, avautuvat asiakkaan ajatusmallit ja yhteistyömahdollisuudet tulevat paremmin esille. ”Olemalla lähempänä asiakasta tunnistetaan yrityksen todelliset menestystekijät.” Yrityksen tai organisaation tulisi uudistaa kilpailuetuihin liittyvää toimintaa sen mukaan, minkälaisia signaaleja asiakas välittää. Syvällisesti asiakasta kuuntelemalla syntyy tietoa, joka tuottaa palvelun tai tuotteen tarjoajalle ainutlaatuista osaamista. (Mattinen, 2006, 8–9.)

Asiakastyytyväisyyden kuunteluun kuuluu asiakastyytyväisyystutkimukset ja suoran palautteen järjestelmä. Asiakastyytyväisyystutkimukset ovat erilaisin tutkimusmenetelmin toteutettuja tutkimuksia, kuten kyselyt, haastattelut, ”mysterisoppaajat” ja ”secretvisitorit”, jne. Suoran palautetta taas kerätään sitä varten kehitetyllä menetelmällä, kuten esim. lipukkeet, asiakaspalautepuhelin, palaute-linkki yrityksen kotisivuilla jne. Suorapalaute on tehtävä asiakkaalle mahdollisimman vaivattomaksi ja helpoksi, ja oikein kanavoituna se avulla saadaan suu-relta asiakasjoukolta keskeistä palautetta. (Rope & Pöllänen, 1998, 56–58.) Onnistunut ja jatkuvaksi toimintamalliksi kehitetty suorapalautejärjestelmä, jota myös taltioidaan raporteiksi antaa pitkällä aikavälillä paljon tietoa palvelunlaadusta.

Asiakastyytyväisyyslaatu on aineetonta ja kokemusperäistä. Palveluun vaikuttavat asiakkaan ennakko-odotukset, minimi-odotukset ja kokemustaso. Palvelun odotusten mukainen toiminta on odotustekijä, jonka uskotaan toteutuvan, jos palvelun laatu ylittää asiakkaan ennakko-odotukset asiakas kokee positiivisen yllätyksen. Toisaalta taas odotustekijöiden täyttymättömyys laukaisee tyytymättömyyden. (Rope, 2005, 558.) Asiakastyytyväisyyden mittaamisen välineinä ovat kaikki asiakaskuuntelun menetelmät: asiakastyytyväisyyskyselyt ja suoran palautteen järjestelmät.

Asiakastyytyväisyysjohtamisen peruselementtejä ovat asiakas, tyytyväisyys ja johtaminen. Ne on määriteltävä ja niitä on tarkasteltava ja toteutettava elementtien ulottuvuudet huomioiden, jotta asiakastyytyväisyysjohtamista pystytään toteuttamaan. (Rope, 2005, 535.)

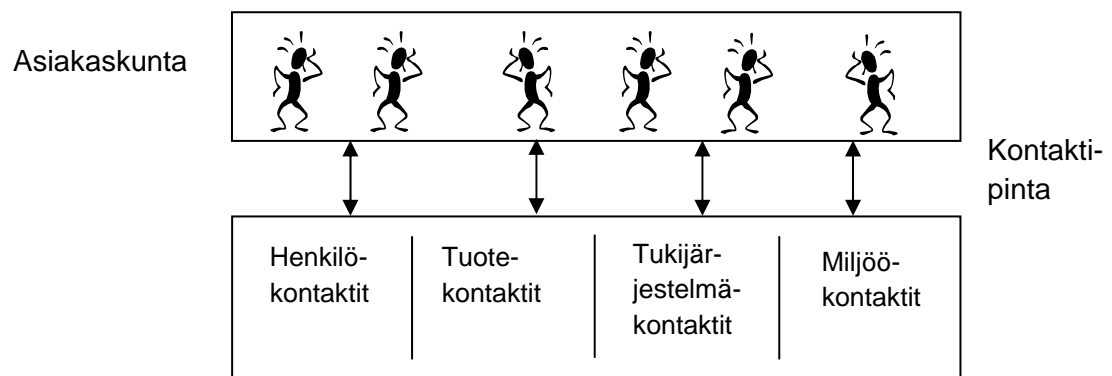
2.1.1 Asiakas-ulottuvuus

Asiakastyytyväisyysjohtamisessa asiakas on enemmän kuin vain yritys tai organisaatio tai henkilö. Asiakastyytyväisyysjohtamisen asiakas-käsitteeseen kuuluvat myös kaikki ne, jotka ovat

- ostaneet eli joiden kanssa on asiakassuhde

- potentiaaliset asiakkaat, jotka kuuluvat kohderyhmään, mutta eivät ole vielä ostaneet palveluita
- kaikki, jotka ovat olleet yrityksen palveluiden kanssa välillisessä kontaktissa

Ropen mukaan asiakastytyväisyysjohtamisen mallissa, asiakas on se, jonka kanssa yritys on kontaktissa. Asiakas-käsite ei välttämättä edellytä asiakassuhdetta eikä välitöntä henkilökontaktia yritykseen, vaan tyytyväisyys tai tyytymättömyys voi syntyä palvelun välillisistä toiminnoista, kuten esim. logistiikasta, jonka toimittaja on eri, kuin varsinainen palveluntuottaja. Aina, kun henkilö on kontaktissa jonkun yrityksen osan kanssa, syntyy asiakastytyvyyden edellyttämä kontaktipinta yrityksen ja henkilön välillä. (Rope, 2005, 536.)



Kuvio 1. Yrityksen ja asiakaskunnan välinen kontaktipinta (Rope, 2005, 537).

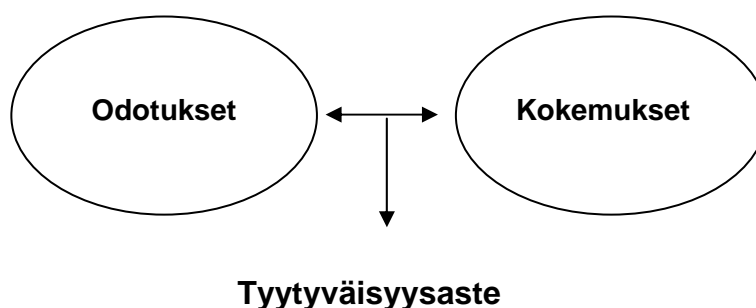
Kuvion 1 mukaan kaikista kontakteista syntyy kokemuksia, jotka on suhteutettava odotuksiin tai niistä positiiviseen tai negatiiviseen suuntaan poikkeavaksi.

Asiakaskäsitteistöön kuuluvat myös kaikki sidosryhmät, joiden kontakteista syntyy kokemuksia ja siten perusta kokemus- eli tyytyväisyysperusteinen mielikuva yrityksestä tai organisaatiosta. Tähän kuuluvat kaikki nk. väliportaassa toimijat, kuten esim. osakkaat, yhteistyökumppanien henkilöstö, rahoittajien yhteishenkilöt, julkisen vallan henkilökontaktit, jakelukanavien avainhenkilöt. (Rope, 2005, 537.)

2.1.2 Tyytyväisyys-ulottuvuus

Tyytyväisyys syntyy kaikista niistä kokemuksista, jotka asiakkaalle muodostuvat tuntemuksista kontaktipintojen toiminnasta, ts. henkilöstö-, tuote-, tukijärjestelmä ja/tai miljöökontakteista. Kun asiakkaan odotukset suhteutetaan kokemuksiin, tuottavat ne tyytyväisyys-tyytymättömyys reaktion.

Tätä suhdetta kuvataan Ropen mukaan seuraavasti:



Kuvio 2. Odotusten ja kokemusten muodostama tyytyväisyys (Rope, 2005, 538).

Kuvion 2 oleellinen informaatio on, että odotustaso muodostaa lähtökohdan ja vertailuperustan kokemukselle. Palvelun tuottaessa korkean odotustason yrityksessä pettymyksen ja vastaavasti matalan odotustason tuottaessa yllätyksen, vaikuttaa asiakkaan odotustaso tyytyväisyys-tyytymättömyys reaktioon. Tyytyväisyyden aikaansaamisessa, pyritään vaikuttamaan sekä odotuksiin että kokemuksiin. Odotukset ovat lähtökohta, jonka puitteisiin toiminta tulee rakentaa, siten että tyytyväisyyden kautta saadaan paras tulos. (Rope, 2005, 538.)

Tyytyväisyysasteet jaetaan kolmeen luokkaan:

1. Aliodotustilanne = myönteinen kokemus
2. Tasapainotilanne = odotusten vastaavuus
3. Yliodotustilanne = kielteinen kokemus

Tämä odotus/tyytyväisyys – ristiriita aiheuttaa sen että, mielikuvan nostaminen tuottaa paineita ja ongelmia asiakastytyväisyyden varmistamiselle ja toisaalta vaatimaton mielikuva tuottaa puolestaan ongelmia markkinoinnin vetovoimatekijöille. Asiakastytyväisyyden varmistamiseksi onkin osattava luoda riittävän korkea mielikuva palvelusta ilman, että luodaan liian suuria paineita toiminnan tasolle. (Rope, 2005, 560–561.)

Odotuslottuvuuksia ovat ihanneodotukset, ennakko-odotukset ja minimiodotukset. Ihanneodotukset kuvaavat asiakkaan oman arvomaailman mukaisia odotuksia, esim. halpa hinta, läheinen sijainti, ystävällinen ja henkilökohtainen palvelu. Ennakko-odotukset tarkoittavat sitä odotustasoa, mikä asiakkaalla on eri ominaisuuksista, kuten hintataso, tekninen taso, palvelu jne. Ennakko-odotukset kuvaavat asiakkaan mielikuvaa yrityksestä tai palvelusta ja sitä kautta asiakastytyväisyysjohtaminen kytkeytyy imago-markkinointiin. Minimiodotukset kuvaavat sitä tasoa, minkä asiakas on asettanut vähimmäistasoksi itselleen palvelusta ja yrityksen/organisaation toiminnasta. (Rope, 2005, 538–545.)

Ennakko-odotuksiin ts. mielikuviin vaikuttavat tekijöitä ovat toimiala, liikeidea, markkinoinnin peruselementit, markkinointiviestintä, julkisuus, kokemukset ja suusta-suuhun – viestintä. Kaikki edellä mainitut tekijät ovat välillisessä tai välittömässä vaikutussuhteessa toisiinsa. Mielikuva on näiden tekijöiden yhteisvaikutuksen tulos ja siten hyvin monisäikeinen. Mielikuvaan vaikuttavat tekijät peilautuvat aina henkilön oman arvomaailman ja asenneperusteiden kautta, siten jokaiselle meistä muodostuu oma mielikuva. Mielikuvat ohjaavat, ostetaanko palvelua, miten viestintään suhtaudutaan, millainen hinta tuotteelle muodostuu, ja miten asiakkaat saadaan ostamaan tuotetta. (Rope, 2005, 540–541.)

2.1.3 Asiakastytyväisyyden kuuntelu- ja mittausjärjestelmät

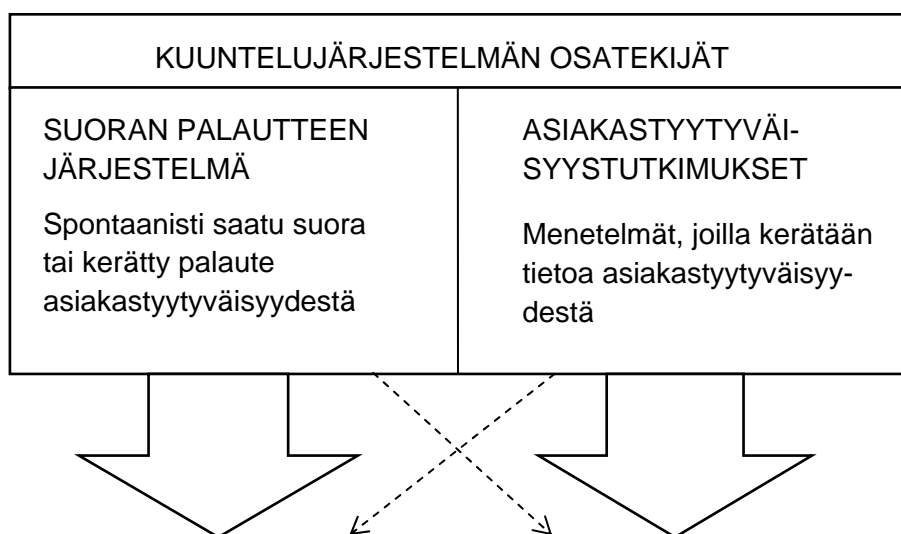
Laadukas asiakastytyväisyysjohtamisen toteuttaminen edellyttää, että organisaatiolla on

- Mittaustekniikka, joka on systemaattista ja rakennettu siten, että sillä saadaan selville tyytyväisyys / tyytymättömyystekijät, jotta toimintaratkaisut ovat oikein tehtyjä
- Käytössä asiakastietokanta, jonka avulla viestintä on oikein kohdistettua
- Kehittynyt johtamiskulttuuri, joka kehittää ja operoi liiketoimintaa asiakaspalautteita hyödyntäen

(Rope, 2009, 572)

Asiakastyytyväisyysmittausten tulokset ja asiakaskontaktit ovat perustana sekä ulkoisten asiakassuhteiden että sisäisen toiminnan kehittämiseksi. Saatujen impulssien perusteella kehitetään asiakassuhdetta, kehitetään toimintaa, markkinointia hoidetaan ajantasaisen asiakastietokannan kautta, asiakassuhdemarkkinointia hoidetaan asiakassuhdetta syventäen ja liiketaloudellista tulosta tarkkaillen sekä imagomarkkinointia hyödyntäen. Organisaation sisäistä toimintaa kehitetään laatujohtamisen ja liikeidean sisäistämisen keinoin, siten että asiakastyytyväisyys filosofian sisäistäminen näkyy toiminnassa. (Rope, 2009, 572–574.)

Asiakastyytyväisyyttä selvitetään asiakastyytyväisyystutkimuksilla ja suoran palautteen menetelmillä, jotka antavat impulsseja organisaation sisäiselle toiminnalle ja asiakassuhteiden kehittämiseksi. Ilman toimivaa kuuntelujärjestelmää on vaikea toteuttaa tuloksellista asiakastyytyväisyysjohtamista.



Kuvio 3. Asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmän osatekijät (Rope, 2005, 576).

Kuvion 3 mukaan molemmilla järjestelmillä on oma roolinsa, ja koska niistä saatava tieto asiakastyytyväisyyden kokemisesta on erilaista, on tarkoituksenmukaista käyttää järjestelmiä rinnakkain. Tutkiminen ja suoran palautteen kysyminen eivät korvaa toisiaan, vaan ovat kuuntelujärjestelmän toisiaan täydentäviä osia (Rope, 2005, 577.)

Suoran palautetta kerätään yleensä, esim. lipukkeilla, asiakaspalautepuhelimella, palautelinkin avulla yrityksen kotisivuilla. Myös jokaisesta vuorovaiikutustilanteesta on mahdollista selvittää asiakaskokemusta ja sen onnistuneisuutta. Asiakkaiden valitukset, kiitokset, ideat ja mielipiteet ovat erittäin tärkeitä suoran palautteen mittareita. Suorapalaute on tehtävä asiakkaalle mahdollisimman vaivattomaksi ja helpoksi ja oikein kanavoituna sen avulla saadaan suurelta asiakasjoukolta keskeistä palautetta. Onnistunut ja jatkuvaksi toimintamalliksi kehitetty suorapalautejärjestelmä, jota myös taltioidaan raporteiksi, antaa pitkällä aikavälillä paljon tietoa palvelunlaadusta. (Rope, 2005, 581–582.)

Asiakastyytyväisyys on hyvin pitkälti sidottu nykyhetkeen ja sen vuoksi se onkin lunastettava aina uudelleen päivittäisissä asiakaskontakteissa. Palautetta on hankittava jatkuvasti ja systemaattisesti kaikissa asiakaskontaktitilanteissa. Sel-

vittämisvälineistön toteuttaminen ja vaiheistus tulee rakentaa, siten että perustana ovat aina käyttökohteet, johon tuloksia aiotaan käyttää.

Mittausjärjestelmän rakentamisessa ja toteuttamisessa on selvitettävä:

- Käyttökohteet ja niiden yksilöinti sekä tietojen hyödyntäminen
- Mittaustavan suunnittelu, kohteiden suunnittelu ja mittausten määrä
- Kysymysten muotoilu ja testaus sekä mittarin kokonaisrakenne
- Mittaussystematiikan toteutus; mittaaminen, tulostaminen, koulutus ja mittarin hyödyntäminen
- Kehytysseuranta, kehitys- ja markkinointitoimenpiteet

Tarkoituksenmukaisempaa on rakentaa kerralla mahdollisimman kattavasti palveleva järjestelmä kuin aina uusien hyödyntämistarpeiden myötä korjata vanhaa järjestelmää tai laatia uutta.

Tyytyväisyystiedon käyttöalueita ovat:

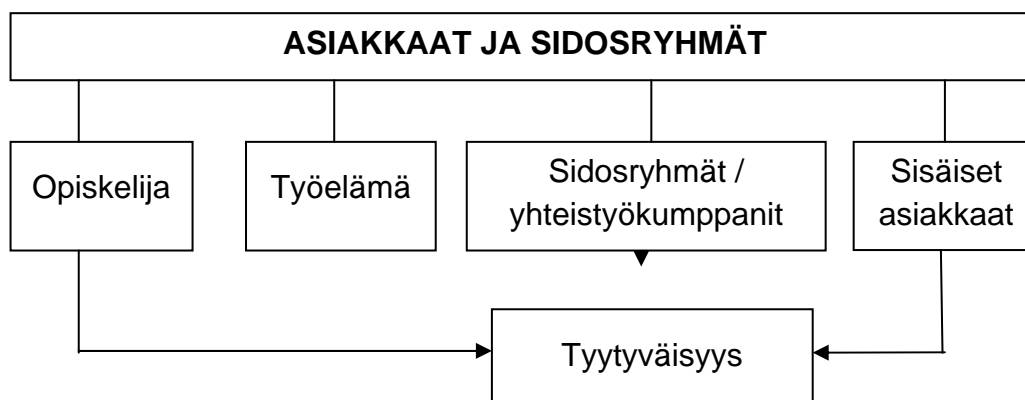
- toiminnan laadun ongelmakohtien selvittäminen
- toiminnan tason ylläpitäminen
- kannuste- ja johtamisjärjestelmän perusta
- systemaattisemman palautetiedon saaminen ja asiakkaiden arvostuksen selvittäminen
- perusta markkinointiin

Järjestelmä kannattaa rakentaa heti alun alkaen siten, että kaikkiin edellä mainittuihin hyödyntämisalueisiin saadaan vastauksia. (Rope, 2005, 577–579.)

2.2 Asiakastyytyväisyys koulutusorganisaation näkökulmasta

Asiakastyytyväisyyden lähtökohtana on, että asiakkaan kokemukset vastaavat hänen tarpeitaan ja odotuksiaan tai ylittävät ne (Korpi, 2004, 13). Koulutusorganisaation on aina oltava ajan hermolla. On osattava ennakoida mitä ympäröivässä yhteiskunnassa ja markkinoilla tapahtuu sekä miten asiakkaan tarpeet muuttuvat. Tämä vaatii organisaatiolta asiakaslähtöistä ajattelua ja johtamista. On osattava ottaa huomioon muuttuvat työelämäntarpeet, eri aloilla tapahtuvat muutokset, trendit ja taloudelliset näkymät, niin yritysten kuin henkilöasiakkaiden kannalta katsottuna. On oltava herkkä aistimaan, mitä yhteiskunnassa tapahtuu. Esimerkiksi Salossa Nokia Oyj:n tehtaan loppumisen myötä on nyt osattava löytää irtisanotuille henkilöille oikeaa koulutusta, jotta heillä olisi paremmat mahdollisuudet työllistyä. Ei riitä, että koulutus suunnitellaan sen mukaan mistä asiakkaat ovat kiinnostuneita, jos työelämän tarpeet eivät ole niitä vastaavat. Tämän tyyppiset äkilliset rakennemuutokset vaativat myös viranomaisten nopeaa ja ajantasaista toimintaa. ”Koulutusaloja on pohdittu tulevaisuuden työpaikkatilannetta mieltien” kertoo Salon työ ja elinkeinotoimiston toimialajohtaja Helena Stenroos (Salon Seudun Sanomat, 2012). Koulutusorganisaatiolla on kuitenkin ratkaiseva asema, jotta kaikkeen löytyy osaaminen, resurssit sekä nopea reagointi ja organisointi.

Koulutusorganisaatiossa ammatillisten oppilaitosten ja oppisopimuskeskusten keskeisiksi teorioiksi on määritelty asiakas- ja prosessilähtöisyys, jotka ovat kiinteässä yhteydessä toisiinsa. Opetushallitus on määritellyt laatuprojektissaan asiakas- ja sidosryhmät, jotka perustuvat koulutuksen järjestäjien näkemyksiin ammatillisten oppilaitosten ja oppisopimustoimistojen keskeisistä asiakkaista. Ammatillisten koulutusten asiakkaita ovat opiskelijat ja työelämä: yritykset ja niiden edustajat: työnantaja, yrittäjä, työpaikkaohjaaja. (Korpi, 2004, 10–11.) Oppisopimuskoulutusten asiakkaina ovat lisäksi yhteistyökumppaneina toimivat oppilaitokset, joilta hankitaan oppisopimuskoulutukseen liittyvää tietopuolista koulutusta. Yhtenä kuuntelun tärkeänä ryhmänä ovat myös sisäiset asiakkaat.



Kuvio 4. Kyselyn yleinen rakenne (Korpi, 2004, 11).

Koulutusorganisaatiossa asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun mittaamisen tavoitteena on saada tukea ja kehitysehdotuksia organisaation keskeisten prosessien hallintaan sekä palveluiden ja tuotteiden kehittämiseen. Asiakastyytyväisyyskyselyillä sekä muilla asiakasta kuuntelevilla menetelmillä tuotetaan tietoa, niistä asioista joihin asiakas kiinnittää huomiota, käyttäessään palveluita tai arvioidessaan niistä saamaansa hyötyä. Koulutuksen järjestäjän näkökulmasta tämä tarkoittaa mm. opiskelijan näkemystä saamastaan ammattitaidosta tai koulutuksen päättyessä työllistymis- tai jatko-opintomahdollisuuksistaan sekä työnantajan näkemystä esimerkiksi työssä oppimisyhteistyön tuomasta hyödystä. Kyselyistä saadaan myös tietoa asiakkaiden imagollisesta näkemyksestä koulutusorganisaatiosta palveluiden tuottajana ja yhteistyökumppanina. (Korpi, 2004, 13.) Koulutusorganisaatiossa myös opiskelija on vahvasti itse mukana palveluntuotantoprosessissa, joten kuuntelun tulisi olla jatkuvaa ja systemaattista.

Koulutusorganisaatioiden tuottamat palvelut ovat pääsääntöisesti pitkäkestoisia, tutkintoon valmistavissa koulutuksissa asiakas opiskelee 2–4 vuoteen ja siten palvelun laatua olisi syytä tarkkailla koulutuksen alussa, toteutus vaiheessa ja päättövaiheessa. Vaikka tutkinnonperusteet pysyvät yleisesti ottaen voimassa kohtuullisen pitkän ajan, tapahtuu yhteiskunnassa muutoksia entistä nopeampaan tahtiin, joihin tulee reagoida ja ottaa huomioon koulutuksen järjestämisessä.

Asiakastyytyväisyyskyselyiden tarkoitus on tukea koulutuksenjärjestäjiä niiden kehittäessä toimintaansa ja palvelujen laatua keskeisten asiakkaidensa näkemysperustuen. Palautetietoa hyödyntämällä pystytään puuttumaan toiminnan laadun- ja arviointijärjestelmien kriittisiin kohtiin.

2.3 Palvelun laatu

Asiakastyytyväisyyslaatu on laatukäsite, joka

- tuottaa asiakkaalle tyytyväisyystunteen niistä kokemuksista, joita hänelle on muodostunut yrityksen toiminnasta
- kattaa kaikki ne osa-alueet, joista asiakkaan tyytyväisyys muodostuu

(Rope, 2005, 556.)

Palvelunlaatuun vaikuttavat ominaisuudet ovat palvelun peruselementti ja arvoa lisäävät houkutus tekijät. Peruselementin puuttuessa tai ollessa viallinen aiheuttaa se tyytymättömyyttä asiakkaassa. Houkutus tekijä puolestaan tuo asiakkaalle odottamattoman ja miellyttävän yllätyksen. Näiden avulla pyritään erottumaan kilpailijoista. Kun kilpailijat jäljittelevät edelläkävijää, houkutus tekijöiden arvo laskee, ja ne muuttuvat peruselementeiksi. Yhtenä keinona palveluun laadun maksimointiin on kaikkien vikojen ja puutteellisuuden minimointi ja arvoa lisäävien positiivisten tekijöiden maksimointi, jotta saavutetaan mahdollisimman korkea asiakastyytyväisyys. Tällöin kriittinen tekijä on tyytymättömyystekijöiden minimointi, jolloin menestyminen varmistetaan tasalaatuisuudella, jolloin se usein on jo konseptoitu toimintamalli. Tällä tavalla varmistetaan – jokaiselle asiakkaalle, joka tilanteessa, kaikissa kontaktipisteissä ja kaikkien toteuttamana – että tuote toimii liikeidean mukaisesti sillä laatu tasolla kuin sille on määritelty. (Rope, 2005, 560.)

Grönroosin (2009, 79.) mukaan palveluilla on kolme yleisluontoista peruspiirrettä:

1. Palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai niiden joukosta
2. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan jokseenkin samanaikaisesti
3. Asiakas osallistuu palvelun tuotantoprosessiin

Palvelu laadun määääviä tekijöitä ovat luotettavuus, myötämieelisyyt, ammattitaito, saavutettavuus, huomaavaisuus, viestintä, uskottavuus, turvallisuus, asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen sekä erilaiset aineelliset asiat (Tervonen, 2001, 17). Palvelujen laadun tuottamisessa laatua määää voimakkaasti myös tilannekohtaisuus ja ainutkertaisuus. Palvelun menestyksellinen hoitamisen vaatii asiakaspalvelijalta monipuolista ammattitaitoa; asiakkaan tarpeiden nopeaa aistimista, ystävällisyyttä, viestintätaitoja sekä tehtävien hyvää hallintaa ja niihin panostamista.

Palvelun laatuun vaikuttavat myös erityispiirteet, joita ovat yksilöllisyys, hetkellisyys ja inhimilliset tekijät. Palvelun laatua kuvataan myös asiakkaan tärkeimpien odotusten, toteutuneen prosessilaadun ja todellisen lopputuloksen kokeman laadun summana.

Palvelu on jatkuvaa vuorovaikutusta asiakkaan kanssa, asiakkaat ovat mukana tuottamassa palvelua. Samalla kun he ostavat palvelua, he myös osallistuvat sen tuottamiseen. (Grönroos, 2009, 426.) Yrityskulttuurilla on palveluorganisaatiossa merkittävä asema. Se määää organisaation yhteiset arvot ja normit sen jäsenille ja tuottaa vakautta, mielekkyyttä ja ennustettavuutta. Yrityskulttuuri on aistittavissa organisaation sisäisestä ilmapiiristä. Palveluorganisaatiossa kulttuuriarvot ohjaavat työntekijöiden käyttäytymistä. Vahvan palvelukulttuurin omaava organisaation houkuttelee palveluhenkisiä työntekijöitä ja uudet työntekijät sulautuvat helposti vallitsevaan kulttuuriin. (Grönroos, 2009, 478–480.)

Palvelukeskeisyys parantaa palvelun laatua, joka puolestaan parantaa kannattavuutta. Asiakkaan kokema hyvin toimiva palvelun toiminnallinen laatu edistää puolestaan palvelun teknistä laatua. Se parantaa myös sisäistä ilmapiiriä ja sisäisen palvelun ja tuen laatua. (Grönroos, 2009, 482–483.)

Christian Grönroosin mukaan laatua pidetään yhtenä menestyksen avaintekijöistä. Yrityksen kilpailuedun sanotaan riippuvan sen tarjoamien tuotteiden tai palveluiden laadusta ja arvosta. (2009, 104.) Laadulla on kaksi ulottuvuutta: mitä ja miten, ts. toiminnallinen ja tekninen laatu. Kokonaislaatu muodostuu prosessista, jossa tuotanto ja kulutustoimenpiteet tapahtuvat samanaikaisesti. Asiakkaalle on tärkeää *mitä hän saa*, mutta kokonaislaatuun vaikuttaa myös se *miten* hän sen saa. Mitä ja miten ulottuvuuksien lisäksi voidaan Grönroosin mukaan malliin lisätä myös palvelumaisema (missä) ulottuvuus ja taloudelliset laatu tekijät. Koettuun kokonaislaatuun vaikuttavia tekijöitä ovat myös markkinointiviestintä, sanallinen viestintä, yrityksen imago, asiakkaan tarpeet ja odotukset. Laatu on hyvä, kun koettu laatu vastaa asiakkaan tarpeita ja odotuksia eli odotettua laatua. (Grönroos, 2009, 103–105.) Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat myös yrityksen aikaisempi menestys ja se millainen kuva asiakkaalla on organisaatiosta palvelun tuottajan (imago) (Korpi, 2004,13).

2.4 Laadun mittaaminen

Laadun mittaaminen on yrityksen toimenpiteiden muuttamista numeeriseen muotoon. Mittarit, tunnusluvut ja mittajärjestelmät tulee olla tarkkaan mietittyjä niiden käyttötarkoituksen ja tarkastelutapojen pohjalta. Mittareiden keskeisiä ominaisuuksia ovat relevanttius, edullisuus ja uskottavuus. Relevanttius tarkoittaa, että tuloksella on oleellinen merkitys päätöksenteolle. Mittarilla tulee olla yksinkertaiset, järkevät ja hyvin dokumentoidut laskentasäännöt, jotta se on uskottava ja päätöksentekijä voi luottaa siihen. Mittarin arvon tulee saada tuotettua edullisesti verrattuna saataviin tuloksiin (Tervonen, 2001, 110).

Laadun mittaamisen tulee olla nopeaa, jotta päätöksenteossa käytettävä informaatio on tuoretta. Myös mittaamista tulee olla paljon, jotta pysytään ajanhermolla ja päätöksenteko on jämäkkää ja perusteltua.

Grönroosin (2009, 113–117, 120.) mukaan palvelun laatua mitataan attribuuttipohjaisilla palvelun ominaisuuksia kuvaavilla mittausvälineillä ja kvalitatiivisilla mittausvälineillä, jotka esimerkiksi pohjautuvat kriittisten tapahtumien arviointiin.

Attribuuttipohjaisista mittausmenetelmistä käytetyin ja tunnetuin on SERVQUAL-menetelmä. Menetelmä perustuu organisaation konkreettisen ympäristön tarkasteluun, luotettavuuteen, reagoitavuuteen, vaikuttavuuteen ja empatiaan. Menetelmää tulee soveltaa harkitusti ja osa-alueet ja attribuutit tulee mukauttaa kulloiseenkin tilanteeseen sopivaksi. Kriittisiin tapahtumiin perustuvassa menetelmässä, vastaajaa pyydetään kuvailemaan seikkaperäisesti mitä tapahtui ja miksi hän piti tapahtumaa ongelmallisena. Tästä menetelmästä saadaan paljon aineisto ja ongelma-alueista ja kehittämisen kohteista.

Laatumittaamiseen kuuluvat myös asiakas- ja henkilöstötyytyväisyyden mittaukset sekä itse arvioinnit. Nämä mittaustavat saattavat olla jonkin verran subjektiivisia, ja niiden tuloksia tulee analysoida luotettavuus näkökulmat huomioon ottaen. Saatu tulos on kuitenkin parempi kuin pelkästään omaan mielikuvaan luottaminen.

Laadun mittaaminen ymmärretään nykyään entistä enemmän organisaation suorituskyvyn mittaamisena. Suorituskyvynmittaamisella saadaan selville organisaation nykytilanne, ja kuinka organisaatio kehittyy (Tervonen, 2001, 109).

Yrityksen kokonaisvaltaisen suorituskyvyn mittareina käytetään nykyään mm. Balanced Score Card (BSC) eli tulokorttia, Total quality management (TQM), laatupalkkiokriteeristöä, suorituskykypyramidia tai dynaamisen suorituskyvyn mittausjärjestelmää. BSC korostaa enemmän taloudellisen suorituskyvyn mittaamista, kun TQM korostaa asiakastytyväisyyden tärkeyttä. Laatuajattelussa korostetaan yleensä enemmän asiakastytyväisyyttä ja tulokortti nähdäänkin usein TQM:n työkaluna.

Laadunmittariston tulee olla monipuolinen. Mittaamista ei tule tehdä kuitenkaan pelkästään mittaamisen vuoksi, vaan siitä on aina saatava jotain lisäarvoa. Jokaista mittaamista ja siitä saatua tulosta tulee pystyä hyödyntämään. Tulosten tarkastelun tulee myös olla systemaattista.

3 YHTEISÖLLINEN MEDIA JA SÄHKÖINEN ASIAKAS- TIEDONHALLINTA OSANA ASIAKASKUUNTELUA

Vuonna 2011 Internetiä käytti jo 89 % 16–74 vuotiaista suomalaisista ja kolme neljästä käytti sitä päivittäin. 42 prosentilla suomalaisista oli keväällä 2011 käytössä älypuhelin. Kannettava tietokone oli 67 prosentissa talouksista. Kolmanneksella talouksista oli tietokoneesta langaton laajakaistayhteys matkapuhelinverkkoon. Internetin käyttöön kodin ja työn ulkopuolella sopivat laitteet ja nettiyhteydet yleistyvät, myös netin käyttö liikkeellä ollessa yleistyy, jo 30 % 16–74 vuotiaista käytti nettiä kodin ja työ tai opiskelupaikan ulkopuolella 2011. (Tilastokeskus 2012)

Internetin mukaan tulo yritysten arkeen on muuttanut yritysten toimintaa viimeisen kymmenen vuoden aikana. Internetin myötä yhteisöllinen media jatkaa samaa kehityskulkua ehkä vieläkin voimallisemmin. Yhteisöllinen median mukaan tuoma muutos on paljon syvällisempi ja se tulee vaikuttamaan toiminnan ja toimintojen uudelleen arviointiin yrityksissä ja organisaatioissa. Yritykset joutuvat pohtimaan aivan uudella tavalla mikä sen rooli on yhteisöllisillä markkinoilla, miten keskusteluja voi hallita, miten yhteisöllisyys tulee muuttumaan tulevaisuudessa ja minkä vaiheiden kautta muutokset etenevät. (Soininen, 2010, 72–73.) Yhteisöllisyys elää vielä varhaisvaihetta, mutta nykYTEKNOLOGIAN kehityksen myötä, se tulee olemaan osan yrityksiensä ja organisaatioidensa arkea ja muovaamaan niiden toimintaa.

Merkittävä sähköinen ohjelma on myös asiakkuudenhallintajärjestelmä, jota ilman yritysten ja organisaatioiden on vaikea pitää hallinnassa asiakkuuksiaan. Manuaaliset kortistot, Excel-listat, kenkälaatikkotiedostot yms. ovat historiaa ja auttamattomasti aivan liian hidasta toimintaa, jotta pysytään asiakkaiden tahdissa tai askeleen edellä ennakoimassa asiakkaan tarpeita.

Nykyteknologia tarjoaa sähköisiä järjestelmiä ja toimintamalleja ja uutta putkahtaa tuutista ulos jatkuvasti, kuten esim. tällä hetkellä tarjontaan nousseet pilvi-

palvelut. Päädyin kuitenkin käsittelemään tässä työssäni yhteisöllisen median ja asiakkuudenhallintajärjestelmän merkitystä asiakaskuuntelussa.

3.1 Sosiaalinen eli yhteisöllinen media (some)

”Sosiaalinen media tarkoittaa verkkoviestintäympäristöjä, joissa jokaisella käyttäjällä tai käyttäjäryhmällä on mahdollisuus olla aktiivinen viestijä ja sisällöntuottaja tiedon vastaanottajana olon lisäksi.” (Wikipedia, 2012). Sosiaalisella medialla tarkoitetaan Internetissä yhteisöllisesti tuotettua ja jaettua mediasisältöä. Kotimaisten kielten keskus suosittelee sosiaalisen median nimen sijaan käytettäväksi yhteisöllistä mediaa, joka on yksiselitteisempi ilmaus (Kotimaisten kielten keskus, 2012).

Sosiaalisessa mediassa yksilöt verkostoituvat ja muodostavat yhteisöjä. Yhteisöllisiä medioita tyypitetään esim. sen mukaan korostaako se yksilöä vai joukkoa. Tunnuspiirteitä ovat helppokäyttöisyys, nopea omaksuttavuus, maksuttomuus ja mahdollisuus kollektiiviseen tuotantoon. Yhteisölliset verkostopalvelut, kuten Facebook, IRC-Galleria, Suomi24, LinkedIn, korostavat yksilöä ja sosiaalisuutta. Facebook on näistä edellä mainituista kasvattanut käyttäjämääriä eniten Suomessa ja maailmalla. (Vesterinen & Suutarinen, 2011, 28.)

Yhteisöllinen media on tullut myös osaksi yrityksen arkea. Vaikka vuonna 2010 vielä 44 % yrityksistä ei hyödyntänyt sosiaalista mediaa mitenkään, niin kiinnostus oli kuitenkin vahvasti kasvavaa ja Mainostajien liiton Mainosbarometrin mukaan 94 % aikoi hyödyntää vuonna 2010 sosiaalista mediaa markkinoinnissa. (Vesterinen & Suutarinen, 2011, 29.)

Perinteisen ja yhteisöllisen asiakkuudenhallinta järjestelmän eroja ovat mm.

- viestien julkisuus, kun aiemmin tiedusteluja tehtiin asiakaspalvelijalle puhelimitse, sähköpostilla jne., yhteisöllisessä mediassa kysymykset tulevat välittömästi koko verkkoyhteisön näkyviin.

- koko henkilöstö ja yhteisö jäsenet osallistuvat asian ratkaisuun. Keskiössä on että, asia saadaan kuntoon kaikkien etu huomioiden, eikä se kuka antaa oikean ja virallisen vastauksen
- verkossa dialogi on jatkuvaa, aiemman kausiluontoisuuden sijasta
- suhdetta pidetään yllä jatkuvasti, kun aiemmin tehtiin vain pakollinen
- myynti ja markkinointi organisoidaan kohtaamaan asiakkaansa lähes missä tahansa mediassa, minkä asiakas on valinnut
- perinteisessä järjestelmässä korostuu automaatio ja tietojärjestelmä,
- yhteisöllisessä järjestelmässä puolestaan vuorovaikutus ja keskustelut

(Soininen, Wasenius, Leponiemi, 2010, 168–172.)

Yhteisöllisen median käyttö on nuorta ja yritykset / organisaatiot lähtevät siihen enemmän työkalut kuin hyödyntämiskohteet edellä. Tärkeää olisi kuitenkin miettiä, mitä sillä halutaan saada aikaan. Ennen palvelun käyttöön ryhtymistä organisaation on mietittävä sosiaalisen median strategia, millä resursseilla, miten tuloksia mitataan ja kuka ne suorittaa.

Organisaatio voi valita neljästä erilaisesta läsnäolon strategiasta sosiaalisessa mediassa:

- Absence – organisaatio ei osallistu ennakoivasti, viestintä on yksisuuntaista
- Presence – organisaatio kuuntelee ja tiedostaa somen, mutta viestintä keskittyy perinteisiin kanaviin ja on yksisuuntaista
- Attendance – organisaatio kuuntelee, kerää ja hyödyntää informaatiota ja voi myös lähettää sitä yksisuuntaisesti
- Omnipresence – organisaatio osallistuu aktiivisesti someen, viestintä on rikasta ja vuorovaikutteista

(Vesterinen & Suutarinen, 2011, 30.)

Koulutusorganisaatioiden esiintymisestä ja toiminnasta sosiaalisessa mediassa tehdyn tutkimuksen mukaan eivät organisaatiot onnistuneet hyödyntämään kovin hyvin sosiaalisen median sosiaalisia piirteitä some-viestinnässään. Tutkimuksen mukaan koulutuspalveluja tarjoavalle organisaatiolle suositellaan Presence- ja Attendance-tason strategiaa, jos sillä ei ole vielä viestinnällistä innovaatiota, jota lähdetään toteuttamaan.

Yhteisöllisen median hyötyjä ovat, että sillä saa tuotua esiin kustannustehokkaasti haluamaansa imagoa. Positiivisia piirteitä ovat myös reaaliaikainen palaute, suora kontakti ja markkinointimahdollisuus. Organisaatio saa sieltä arvokasta tietoa siitä mistä asiakkaat puhuvat, myyntimahdollisuuksia ja mahdollisuuden reagoida nopeasti, jos siitä kirjoitetaan negatiivisesti. (Vesterinen & Suutarinen, 2011, 31.)

Yhteisöllisessä mediassa toimiminen vaatii aivan uudenlaista tapaa ajatella, toimia ja johtaa. Yhteisöllinen viestintä on kahden suuntaista ja se aiheuttaa yritysten toimintakenttään strategisia muutoksia. Aiemmin organisaatio oli tiedonantaja sen palveluista ja tuotteista, mutta nyt asiakkaiden mielipiteet muodostuvat pitkälti yhteisöllisten verkostojen keskusteluissa. Asiakkaiden rooli on kasvanut merkittävästi suuremmaksi kuin aiemmin yrityksen ja asiakkaan välisessä rooliassa. Yhteisöllisestä mediasta saatava hyöty tuo tuloksia, jos organisaatio sisäistää toimintamallien muutoksen arjen tasolle asti. Organisaation on mietittävä mukaan lähtö tavoitteiden näkökulmasta. Huomion tavoittelusta ja kampanja ajattelusta on siirryttävä jatkuvaan asiakkaiden aktivoimiseen ja keskusteluista on tehtävä jatkuva prosessi. Todellinen hyöty tullaan saavuttamaan pitkäkestoisen toiminnan, asiakkuuksien vaalimisen ja järjestelmällisen ja suunnitelmällisen toiminnan myötä. Itse työkalut ovat halpoja, mutta tämä media vaatii uudenlaista osaamista ja enemmän henkilöstöresursseja. (Soininen ym. 2010, 16–17.)

Yhteisöllisen median vaikutukset tulevat yltämään aivan kaikkeen, vaikei se ehkä ole aivan kaikille. ”Verkossa käytävistä keskusteluista tulee primääri kollektiivisen mielipiteen muodostuksen ympäristö.” ”Yhteisöllisen median miljardit keskustelut ovat jo käynnissä. Niiden sivuuttaminen vain eristää yrityksesi sieltä

missä voimakkaimmin määritellään yrityksesi markkinat. Sivuuuttamalla ilmiön, poista yrityksesi asiakkaiden päätietolähteestä.” (Soininen ym., 2010, 25.)

Koulutusorganisaation kannalta on tärkeää olla liikkeellä siellä missä asiakkaatkin ovat. Nuorisoasteen opiskelijat, useat oppisopimusopiskelijat ja aikuisopistonkin opiskelija ovat Internetin aikakauteen syntyneitä Y-sukupolven kasvattajia, jotka ovat tottuneet keskustelemaan globaalisti sosiaalisen median kautta ja ottamaan reaaliaikaisesti kantaa yhteiskunnallisiin ja elämäänsä koskettaviin kysymyksiin (Vesterinen & Suutarinen, 2011, 23). Yhteisöllinen media työntyy yrityksiin nuorten kautta ja vanhempien suurten ikäluokkien (1943–1960 syntyneet), X-sukupolvien kasvattien (1960–1980 syntyneet) on pystyttävä vastaamaan nuoremman sukupolven asettamille haasteille. Johtajien on kyettävä johtamaan eri tavoin eri sukupolvia. Sukupolvet on saatava ymmärtämään toisiaan sekä työskentelemään yhdessä toinen toistensa osaamista täydentäen. Organisaatioiden toimintatapoja ja työmenetelmiä on uudistettava sosiaalisessa mediassa aktiivisesti sukukuloivan digijajan sukupolven tarpeita ja vaatimuksia vastaavaksi. (Vesterinen & Suutarinen, 2011, 116.) Edellisten sukupolvien on mentävä niihin medioihin, missä nuoriso keskustelelee.

3.2 Asiakastiedonhallintajärjestelmä

Teknologian kehitys ja Internet ovat tuoneet mukanaan entistä paremmat edellytykset asiakkaille etsiä ja löytää tietoa palvelu- ja tuotevaihtoehdoista ja tarjonnan vertailusta. Asiakkaiden tietämys ja valinnan mahdollisuudet ovat kasvaneet räjähdysmäisesti Internetin myötä. On alettu jopa puhua asiakasvallankumouksesta, millä tarkoitetaan markkinoiden voimasuhteiden kallistumisesta yrityksistä asiakkaille. Yritykset / organisaatiot ovat alkaneet panostamaan asiakashallintaan pystyäkseen vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. (Hellman, Peuhkurinen & Raulas, 2005, 15.)

Asiakashallinnassa onnistuminen edellyttää, että organisaatiolla on käytössä laadukas ja ajantasainen asiakastieto. Järjestelmän tuottama tieto (output) on korkeintaan yhtä laadukasta kuin sinne syötetty tieto (input), mikä tarkoittaa,

että tiedon kerääminen tuottaa tulosta vasta, kun järjestelmää hoidetaan systemaattisesti, ja se on vastuutettu riittävän monelle. (Hellman, ym. 2005, 17).

Tiedonhallintaan on oltava systemaattinen järjestelmä ja välineet, jotta organisaatio pystyy hyödyntämään asiakastietoa. Tieto ei ole hallittavissa, jos se on hajallaan ympäri organisaatiota: ruutuvihossa, tiedostoissa ja muistilapuissa. Asiakastiedon on oltava koko organisaation pääomaa, jotta sitä on mahdollista hyödyntää liiketoiminnan kehittämiseen. Sen on myös oltava keskitetty yhteen paikkaan, jotta se on hallittavissa. Sähköiset järjestelmät ovat tuoneet tähänkin asiaan mahtavat mahdollisuudet.

Järjestelmään on kirjattava asiakaskohtaisesti mm. ostohistoria ja tyytyväisyyspalautetieto ja sen on oltava yrityksen jokapäiväiseen toimintaan sisältyvä työväline. Tietokannan kriittiset menestystekijät ovat tiedon oikeellisuus, tiedon käyttökelpoisuus (käyttöarvo), tietojen tarkkuus ja yksityiskohtaisuus, toiminnan helppokäyttöisyys, taloudellisuus, tietojen ajantasaisuus (jatkuva päivitys), järjestelmän joustavuus ja sen hyödynnettävyys. Näiden menestystekijöiden ylläpitäminen edellyttää kehittyntä, valveutunutta ja määrätietoista yrityskulttuuria, jotta järjestelmän hyödyntäminen ei jää vajaakäyttöiseksi. (Grönroos, 2009, 596–597)

Aikuisopistossa on otettu käyttöön Microsoft Dynamics CRM–asiakashallintajärjestelmä vuodesta 2009. Viime vuodesta lähtien järjestelmän käyttö on laajennettu koko kuntayhtymätasolle. Työtä tehdään koko ajan, jotta järjestelmä saadaan toimivaksi ja koko henkilöstön aktiivisesti käyttöön otetuksi. Edellä mainittujen tietojärjestelmän kriittisten menestystekijöiden valveutunut hoitaminen, on ehdoton edellytys asiakkuuksien hallintaan, jotta pystymme tuottamaan arvoa asiakkaallemme.

4 ASIAKASTYYVÄISYYDEN MITTAAMINEN SSKKY:SSÄ

Kehittämistyöni tutkimuksellisessa osassa kartoitin koulutuskuntayhtymässä käytössä olevat asiakaskuuntelujärjestelmät. Pyrkimyksenäni oli tehdä kartoitus, jonka avulla kuntayhtymän strategiatyöhön saada yleisnäkemys tämän hetkestä asiakaskuuntelutilanteesta sekä antaa omalta osaltani kehittämissuhteita jatkotyöskentelyyn.

Projektityön metodina käytin haastatteluja, jotka toteutin seuraavasti:

- Salon seudun ammattiopisto: lehtori, laatukoordinaattori Elise Anttalainen-Kulmala
- Salon seudun oppisopimuskeskus: koulutussuunnittelija Anu Eeronaho
- Salon seudun aikuisopisto: koulutusjohtaja Paula Ekman, koulutussihteerit Virpi Toivonen, Paula Pettilä ja Marja Viitanen sekä kehittämistoimintatiimin tiiminvetäjä Reija Kiviluoto

Haastattelujen jälkeen tein asiakastyytyväisyyskyselyistä kartoituksen Excel-
taulukkoon, (liite 2).

4.1 Salon seudun ammattiopisto

4.1.1 Asiakastyytyväisyyskyselyt opiskelijoilta

Valmistuvien opiskelijoiden palaute

Salon seudun ammattiopisto kerää palautetta valmistuvilta opiskelijoilta. Opiskelijapalautteet kerätään pääsääntöisesti keväisin, mutta myös muina aikoina valmistuvilta opiskelijoilta pyydetään palaute. Esimerkiksi sosiaali- ja terveysalan opiskelijoita valmistuu jakson 2 ja 4 lopussa sekä kulttuurialan opiskelijoita jakson 3 lopussa. Kaksoistutkintoa suorittavilta, ts. yo-tutkintoa ja ammattilista

perustutkintoa rinnakkain suorittavilta, kysytään palaute samalla tavoin opiskelijien päättövaiheessa.

Kysely tehdään Webropol-ohjelmalla. Ammattiopiston laatutiimi vastaa kyselyistä ja tekee niihin vuosittain tarvittavat muutokset. Valmistuvien opiskelijoiden palautekyselyssä kysytään jatko-opiskeluhaluudesta, työllistymisestä, halukuudesta yrittäjyyteen sekä summamuuttujien avulla opiskelijan omaan opiskeluun ja oppilaitokseen sekä opetukseen ja tukipalveluihin liittyvistä asioista. Kyselyn lopussa on avoin kenttä, johon opiskelijat voivat kirjoittaa kehittämisehdotuksia.

Laatuvastaavat ohjeistavat ryhmänohjaajat kyselyn suorittamiseen. Valmistuvien ryhmien ryhmänohjaajat vievät ryhmänsä atk-luokkaan, jossa vastaaminen tapahtuu. Vastaaminen kestää n. 15 min - se on vapaaehtoista, koska lomakkeen voi jättää tyhjäksi, (liite 3). Vastaajia on n. 400 / vuosi.

Webropol-ohjelmalla saadaan suoraan loppuraportti ja tarvittavat erillishaut. Sanalliset vastaukset analysoidaan laatutiimissä. Vastauksia verrataan edellisten vuosien tuloksiin, jotta nähdään kehitystrendi. Kaikki tulokset viedään ammattiopiston johtoryhmän käsittelyyn ja kehittämiskohteet tuodaan ammattiopiston kerran vuodessa syksyllä järjestettävään strategiapäivään. Laatuvastaavat – joita laatukoordinaattorin lisäksi toimii kolme henkilöä – vie tiedot koulutusalojen kokouksiin, jotta myös opettajat saavat tiedon tuloksista ja voivat miettiä alakohdaisen kehittämistarpeen. Tuloksia ei verrata muihin oppilaitoksiin.

Ammattiopisto hoitaa asiakas- tyytyväisyyskyselyä systemaattisesti, analysoi tulokset ja vie ne eteenpäin organisaatiossa. Tarkoituksen on että, kysytään kerran ja laadukkaasti, jotta saadaan laadukkaammat vastukset. Palauteiden yhteenveto viedään oppilaitoksen nettisivuille, josta vastaajat pääsevät katsomaan niitä. Tarkennetut tulokset, kirjoitetut vastaukset jäävät organisaation sisäiseen käyttöön kehittämisen työvälineiksi.

Jaksopalaute

Ammattiopiston toimintajärjestelmän kehittämistyöstä vastaava lehtori, laatu-koordinaattori Elise Anttalainen-Kulmalan mukaan opintojaksokohtaista palautekyselyä on kokeiltu. Usein toistuva palautteen antaminen oli kuitenkin opiskelijoiden mielestä turha (puuduttava) ja siksi kokeilun perusteella päädyttiin keräämään palautetta systemaattisesti ainoastaan valmistuvilta opiskelijoilta opiskelujen loppuvaiheessa. Jokainen opettaja kysyy harkintansa mukaan opintojen aikaista palautetta, ja tekee niistä itse päätelmät. Näin saadun palautteen opettaja vie tarvittaessa tiedoksi alakohtaisiin kokouksiin, koulutuspäiviin tai keskustele palautteesta kehityskeskustelujen yhteydessä koulutusjohtajan kanssa.

Suorapalautejärjestelmä

Ammattiopistolla ei ole käytössä varsinaista suoranpalautteen järjestelmää; opilaitoksessa ei ole asiakaspalautte lipukelaatikoita, eikä palautetta kysytä kuntayhtymän ammattiopiston nettisivuilla.

Suoraa palautetta – opettajan jaksopalautteiden ohella - saadaan kerran vuodessa käytävän koulutusjohtajan ja opiskelijaryhmän / ryhmän edustajien tapaamisessa. Ryhmäkohtaisia keskusteluja käydään alojen koulutusjohtajien johdolla hieman eri tyyleillä. Keskustelu voidaan käydä opetusryhmittäin tai sitten, että opetusryhmät valitsevat keskuudestaan edustajan, joka edustaa ryhmää alakohtaisessa ryhmäkeskustelussa. Ryhmän vastuu opettaja osallistuu ryhmäkeskusteluihin ja koulutusjohtaja ja opettaja voivat jatkaa keskinäistä keskustelua tarvittaessa esimerkiksi kehityskeskustelussa. Ryhmäkeskusteluissa esiin nousseita kehittämiskohtia viedään koulutusalojohtajien harkinnan mukaan alakohtaisiin kokouksiin, kehittämispäiviin tai alan strategiapäivään.

4.1.2 Työelämänpalaute

Laatutiimin tehtävänä on kerätä Ammattiopiston työssä oppimiskohtien edustajilta työelämäpalautetta kerran vuodessa tammi-helmikuussa, (liite 4). Kyselyssä kartoitetaan edellisen vuoden toiminta. Asteikolla 1 – 5 kerätään palautetta seuraavista asioista:

- työssä oppimisen tuoma lisäarvo
- koulutuksen antamat valmiudet
- oppilaitosyhteistyö
- ammattiosaamisen näytöt (vaihtuva osa)

Laatutiimi toteuttaa kyselyn, laatii kysymykset ja laatukoordinaattori lähettää sen työelämäedustajille. Kysely toteutettiin vuonna 2011 ensimmäistä kertaa siten, että osoitteisto kerättiin asiakkuudenhallintaohjelma CRM:stä. Kyselyitä lähti n. 500 ja vastauksia saatiin 130. Alakohtaisesti osasta tuli vähän vastauksia, joiden analysointi oli mahdotonta. Laatukoordinaattori teki analyysin - joka meni samaan tapaan kuin opiskelijakyselytkin - koulutusaloittain kokouksiin, johdoteimille ja strategiapäivään käsiteltäväksi.

Ammattiopistossa on koulutusaloittaiset jaostot, jotka koostuvat seudun työelämäedustajista ja alan opettajista. Jaostossa on lisäksi ko. alan opiskelijaedustaja. Jaostojen kokouksista saatavaa palautetta käsitellään alakohtaisissa kokouksissa.

4.2 Salon seudun aikuisopisto

4.2.1 Työvoimakoulutus

Salon seudun aikuisopistossa järjestetään työ- ja elinkeinohallinnon rahoittamaa työvoimakoulutusta. Työvoimakoulutus on pääasiallisesti työikäisten ammatillista koulutusta, jonka tavoitteena on parantaa henkilön työmarkkinoilla pysymistä tai parantaa työmarkkinoille uudelleen sijoittumista.

Työvoimapolitiiselta opiskelijalta, jonka koulutus kestää pidempään kuin 10 työpäivää, kerätään opiskelusta välipalaute ja päättöpalaute. Palaute kerätään sähköisesti internetin välityksellä OPAL-järjestelmään. Kyselyihin vastataan nimettömänä. Työvoimahallinto vastaa järjestelmästä ja sen sisällöstä ja se toimii laadunmittaamisen välineenä viranomaisille ja koulutuksen järjestäjälle. Järjes-

telmä lähettää koulutuksen järjestäjälle tiedon, siitä jos koulutuksen laatu on alittanut hälytysrajan (tulos alle 3,5 asteikolla 1-5). Kouluttajalla on mahdollisuus kommentoida avoimena palautteena yhteenvetoraporttiin oma näkemyksensä.

Välipalautteessa kerätään tietoa asiakkaan informoinnista koskien koulutuksen sisältöä, tavoitteita ja toteutusta, asiakkaan aikaisemman osaamisen huomioon ottamista henkilökohtaisen opiskelusuunnitelman laatimisessa, ohjauksesta ja -palautteesta, omasta aktiivisuudesta, opetustiloista ja – laitteista sekä oppimateriaalista, kouluttajan asiantuntemuksesta ja ammattitaidosta, oppimistehtävistä ja -menetelmistä, ohjauksesta työssä oppimispaikan/työn saamiseksi ja itse työssä oppimisesta sekä koulutuksen tähänastisesta onnistumisesta. Lisäksi on mahdollista antaa sannallista palautetta.

OPAL päättöpalautteessa (liite 5) kysytään hyvin pitkälti samoja asioita, mutta edellisten lisäksi työllisyystilannetta koulutuksen päättyessä, oman ammattitaidon kehittymistä sekä tarkempaa arviota työpaikoilla tapahtuneesta oppimisesta.

Palauteraportit menevät järjestelmästä tiedoksi työvoimahallintoon ja vastuu kouluttajalle sekä koulutus- ja asiakkuusjohtajille. Työvoimapolittisia koulutuksia hoitava koulutussihteeri kirjaa tulokset kolme kertaa vuodessa laadunmittarina toimivaan tulokorttiin tiimeittäin (koulutusalat). Rehtori ja johtoryhmä tarkastelevat tulokorttia ja tulokset tuodaan koko henkilöstölle tiedoksi kerran vuodessa henkilöstökokouksessa.

Asiakkaalle ei mene palautetietoja kyselystä. Kouluttajalla on mahdollisuus käydä ryhmäkeskusteluja välipalautteen jälkeen ja sitä kautta pyrkiä hyödyntämään saatua palautetta tai ryhtyä korjaaviin toimenpiteisiin koulutuksen tason nostamiseksi. Palautteet käsitellään alakohtaisissa toiminnansuunniteluissa.

Arviointia ja vertaisarviointia opiskelijalla on mahdollisuus saada erillisestä ARVI-asiakasarviointijärjestelmästä, joka liittyy koulutuksen toteutukseen. Järjestelmällä laaditaan opiskelijan jatkosuunnitelma koulutuksen lopussa ja siinä kouluttaja ja opiskelija arvioivat yhdessä opiskelijan osaamista työllistymisen näkökulmasta. Se ei siis ole asiakaspalautejärjestelmä.

4.2.2 Omaehtoinen ja oppisopimuskoulutus

Omaehtoisen valtionosuusrahoitteisen tutkintoon valmistavan koulutuksen aikuisopiskelijoille on käytössä Opetushallituksen organisoima Internet-pohjainen AIPAL-palautejärjestelmä, (liite 6). Järjestelmän avulla antavat palautetta kaikki näyttötutkintojen suorittajat lukuun ottamatta työvoimapoliittisella rahoituksella kouluttautuvia. AIPAL-järjestelmä on ollut käytössä vuodesta 2008. Palaute kerätään opiskelujen hakeutumis- ja päättövaiheessa. Hakeutumisvaiheen palaute kerätään heti opiskelijan henkilökohtaistamissuunnitelman laatimisen jälkeen.

Kysely kerää palautetietoa koulutuksen toimivuudesta ja sen eri vaiheista; hakeutuminen, tutkinnon suorittaminen ja tarvittavan ammattitaidon hankkiminen. Se antaa asiakaslähtöisen ja laadullisen näkökulman aikuiskoulutuksen kehittämiseen ja sitä käytetään kehittämistyössä ja laadunseurannassa. Se tuottaa tietoa aikuisten näyttötutkintojärjestelmän toimivuudesta koulutuksen/tutkinnon järjestäjille, tutkintotoimikunnille, Opetushallitukselle sekä opetusministeriölle. (OPH, 25.9.2012)

Oppisopimuskeskus saa tiedon oppisopimusopiskelijan palautteesta tietopuolisen koulutuksen osalta.

4.2.3 Henkilöstö- ja täydennyskoulutus

Aikuisopistossa opiskelee vuosittain lyhytkestoisissa henkilöstö – ja täydennyskoulutuksissa sekä lupakorttikoulutuksissa (työturva, tilityö, ensiapu, elintarvikehygienia, tieturva, vesityö, alkoholiasiat ravintolassa) yhteensä n. 2800 opiskelijaa. Kaikilta koulutukseen osallistujilta kerätään asiakaspalaute Webropol-järjestelmän avulla.

Asiakaspalautteiden raporteista tehdään yhteenveto, jota verrataan vuositasolla alakohtaisiin saatuihin tuloksiin. Asiakaspalautteiden keskiarvot viedään alakohteisesti tulokorttiin, joka toimii laadunmittausvälineenä Aikuisopistossa.

Henkilöstö- ja täydennyskoulutukset järjestetään pääsääntöisesti luokissa, joissa opiskelijoilla ei ole käytössään tietokoneita ja tämä aiheuttaa sen, että palautteet on annettava paperiversioina kirjallisesti. Opintotoimiston henkilökoulutuksia hoitava koulutussihteerin syöttää, jokaisen vastauksen järjestelmään ja tekee sen jälkeen raportin. Tämä menetelmä on aikaa vievä ja siinä myös virheiden mahdollisuus on suurempi, kuin jos asiakas antaisi palautteen suoraan järjestelmään. Vuonna 2011 palautekyselykertoja oli 135 kappaletta ja kyselyihin vastasi keskimäärin n. 20 opiskelijaa per ryhmä. Palautekyselyjen manuaalinen syöttäminen vie sihteerin työaikaa n. tunti / kysely eli n. 19 työpäivää vuodessa. Kyselyistä tehtävä raportti lähetetään vastuu kouluttajalle, koulutus- ja asiakkuusjohtajille sekä koulutuksen ostajalle mikäli kyseessä on nk. yritykselle räätälöity koulutus. Henkilöstö- ja täydennyskoulutus palautekysely on liitteessä 7.

4.2.4 Kehittämistoiminta

Kehittämistoiminnan järjestämissä koulutuksissa, palautetta on aiemmin kerätty koulutuksen loppuvaiheessa Webropol-järjestelmän avulla samalla tapaa kuin henkilöstö- ja täydennyskoulutuksissa.

Tämän vuoden aikana kehittämistoiminta on Laatumittari-hankkeen kautta pilotoitu koulutuksen vaikuttavuus arviointia. Tavoitteena on saada koulutukseen osallistujilta ja työnantajalta palautetta koulutuksesta saavutetuista annista ja hyödystä, ts. siirtykö työhön jotain mikä näkyy konkreettisesti työn organisoinnissa tai työn tekemisessä tai sen nopeutumisessa. Vaikuttavuuskyselyitä on tehty pilotointivaiheessa koulutuskohtaisesti alku-, toteutus- ja päättövaiheessa. Koulutuksen vaikuttavuusarviointi poikkeaa perinteisestä asiakastytyväisyyskyselystä siltä osin, että siinä ei kartoiteta muita koulutukseen liittyviä palveluita, kuten esim. tukitoiminnot. Mallin kehittäminen on työn alla ja sitä kehitetään yhteistyössä ohjausryhmän avulla. Ohjausryhmä on hanketta varten perustettu työryhmä, johon kuuluu viranomaisia ja työelämäedustajia.

Kehittämistoimintatiimissä jokaisen hankkeen toteutukseen vaikuttavat aina työelämälähtöiset ohjausryhmät. Kehittämistoiminta saa suoraa palautetta työryhmän jäseniltä ohjausryhmän kokouksissa.

4.2.5 Työelämäpalaute

Aikuisopisto kerää kerran vuodessa marraskuussa työelämäedustajilta palautetta. Kysely on laadittu Webropol-järjestelmällä ja se on tähän asti lähetetty sähköpostilla kaikille henkilöstö- ja täydennyskoulutusta vuoden aikana ostaneiden yritysten edustajille. Palautteen tarkoituksena on kehittää ja kartoittaa koulutuksen järjestäjän ja työelämän yhteistyön toimivuutta.

Kyselyssä taustatietoina kysytään vastaajan asemaa yrityksessä, yrityksen/organisaation kokoa, paikkakuntaa ja toimialaa.

Varsinaista palautetta kerätään seuraavista asioista:

- mitä palveluita yritys/organisaatio on käyttänyt:
 - koulutus- ja kehittämisspalveluita, asiantuntijapalveluita; työnohjausta, johtamisen arviointia, neuvontapalveluita, osallistunut seminaariin jne.
- mitä koulutuspalveluita on käytetty
 - tutkintoon valmistava koulutus, henkilöstökoulutus, lupakorttikoulutus
- mitä kehittämiseen liittyviä palveluita on käytetty (suunnittelupalvelut, kehittämisentarvekartoitus)
- mitä muita palveluita on käytetty; kokous- ja tilapalvelut, työharjoittelu- ja rekrytointipalvelut
- kuinka tyytyväinen on ollut käyttämiensä palveluiden sisältöön

- kuinka tyytyväinen on ollut Salon seudun aikuisopiston tarjoamiin palveluihin kokonaisuudessaan (asiakaspalvelu, ruokailut, palvelun sisältö jne.)
- summamuuttujien avulla kysytään seikkojen paikkaansa pitävyyttä mm. palvelujen vastaavuudesta kysyntään, palvelun laadusta, aika-tilasta, hinnasta jne.
- henkilökohtaisesta kanssakäymisen määrästä nykyiseen ennen ja jälkeen toteutetun palvelun
- palveluihin toteutukseen käytettävästä ajan määrästä, hyödyistä, suositelusta ja uudelleen valinnasta

Työelämänpalautetta (liite 8) on nyt kerätty kolmena perättäisenä vuotena ja sitä on tarkoitus laajentaa siten, että se lähetettäisiin myös työpaikkaohjaajille. Tähän asti palautetta on kerätty n. 80–90 työelämäedustajalta.

4.3 Salon seudun oppisopimuskeskus

4.3.1 Oppisopimuskeskuksen asiakaspalautekyselyt

Salon seudun oppisopimuskeskus on kerännyt asiakaspalautetta opiskelijoilta, työpaikkaohjaajilta ja työnantajilta Opetushallituksen antaman mallin mukaan koulutuksen aloitus-, toteutus- ja päättövaiheessa kaikilta oppisopimusopiskelijoilta.

Vuoden 2012 alusta Oppisopimuskeskus on ottanut käyttöön uuden kyselyohjelman, jonka tekninen toteuttaja on Rediteq Oy. Sama ohjelma on käytössä myös useassa muussa oppisopimuskeskuksessa, mutta ei vielä kaikissa. Edelleen palautetta kerätään opiskelijoilta, työpaikkaohjaajilta ja työnantajilta koulutuksen aloitus-, toteutus- ja päättövaiheessa. Uusi ohjelma tekee järjestelmän kautta otannan, jonka se lähettää tietylle joukolle (ei kaikille).

Kysely koostuu 12 kysymyksestä: työssä oppimisesta, henkilökohtaistamissuunnitelmasta, oppisopimustoimiston palveluista sekä kokonaisvaltaisesti oppisopimusprosessista. Kyselyssä on mahdollisuus antaa myös sanallista palautetta. Arvosteluasteikko on 1–4.

Ohjelma lähettää raportin oppisopimuskeskukseen kolme kertaa vuodessa. Ensimmäinen koko vuosi raportti saadaan keväällä 2013. Kysely lähetetään opintojensa alku-, toteutus- ja päättövaiheessa oleville opiskelijoille, työpaikkaohjaajille ja työnantajille. Järjestelmän otanta toimii kuitenkin saamani tiedon siten, että kyselyt eivät mene välttämättä saman opiskelijan työnantajalle tai työpaikkaohjaajalle joka saa opiskelijakyselyn.

Palautteet tulevat sähköisenä järjestelmästä ja tiedot kerätään tuloskorttiin. Oma oppisopimuskeskusta koskevat palautteet raportoidaan oppisopimuskeskuksen henkilöstöpalaverissa. Muilta oppisopimuskeskukset antavat myös vertaispalautetta ja tuloksia verrataan keskenään. Itse kyselyyn vastaajat eivät saa tietoa kyselyn tuloksista.

Anu Eeronahon (2012) mukaan uusi ohjelma ja järjestelmä luo vielä haasteita ennen kuin sitä osataan hyödyntää sataprosenttisesti. Järjestelmän käyttöönotto on vielä sisäänajovaiheessa ja sen kaikkiin ominaisuuksiin ei ole vielä ehditty täydellisesti perehtyä. Ensimmäisen vuoden käyttökokemusten jälkeen, ohjelmaa ja sitä saatavia tuloksia pystytään arvioimaan ja analysoimaan paremmin.

4.4 SSKKY:n muut asiakaskuuntelumenetelmät

Sisäinen markkinoinnin onnistuminen palvelujen tuottamisessa on tärkeä osa asiakastytyväisyyden johtamisessa. Tämä tarkoittaa, että liikeidea on saatava toteutumaan jokapäiväisessä työssä ja toiminnassa, ja jokaisen asiakkaan kohdalla suunnitellulla tavalla. Sen tärkein tehtävä on, että organisaation jokainen henkilöstöjäsen on sisäistänyt liikeidean sisällön, oman roolinsa omassa yksikössään ja tietää mitä liikeidea tarkoittaa hänen tehtäväkentässään sekä ne toimintatavat, joiden mukaan liikeidea toteutuu. Liikeidea on pilkottava useampaan osaan organisaation koosta riippuen. Se on myös pilkottava jokaisen yksi-

kön toimintaan asti, jotta sitä voidaan valvoa ja ohjata asiakastytyvyyden toteutumisessa sekä toteuttaa sisäisessä markkinoinnissa. Tämä toteutetaan parhaiten huolehtimalla jokaisen kohdalla perehdytyksestä, koulutuksesta sekä luomalla yrityksen sisäiset tiedotus- ja kannustusjärjestelmät. Myös vahva yrityskulttuuri, joka ohjaa uutta työntekijää toimimaan yrityksen arvojen ja sääntöjen mukaisesti tukee sisäisen markkinoinnin hyvää toteutumista.

SSKKY:ssä työtyytyväisyyttä mitataan kerran kahdessa vuodessa. Kysely toteutetaan Webropol-ohjelmalla osastoittain (liite 9). Aikuisopistossa tulokset käydään läpi tiimeittäin ja lisäksi ne käsitellään myös henkilöstökokouksessa. Aikuisopiston koko henkilöstön kokous pidetään kerran kuukaudessa syyskuusta toukokuuhun. Alakohtaisilla tiimeillä on toiminnansuunnittelupäivät keväisin ja syksyisin ja koko henkilöstöllä kerran vuodessa kesäkuussa. Työtyytyväisyyskyselyssä esiin nousseita kohtia käsitellään tarvittaessa toiminnansuunnitteluisa. Ammattiopisto ja Oppisopimuskeskus käsittelevät omat palautteensa strategia- ja toiminnansuunnittelupäivillään.

Kuntayhtymän organisaatiossa toimivat eri työelämäalojen jaostot, joissa jäsenenä toimii alansa työelämän toimijoita sekä alan opettajia ja kouluttajia. Jaoston jäseniltä saatu palaute kirjataan suoraan jaostojen pöytäkirjoihin ja viedään sitä kautta alakohtaisten tiimien käsiteltäväksi.

Tehtyjen haastattelujen perusteella koulutuskuntayhtymän suorat palautteet jäävät lähes kokonaan ryhmäkeskusteluiden ja henkilökohtaisten kontaktien varaan. SSKKY:n etusivulla ja sen alla toimivilla oppilaitosten nettisivustoilla ainoastaan Aikuisopistolla on palautteenantomahdollisuus. Aikuisopistolle netin kautta lähetetyt palautteet menevät markkinointi – ja viestintäjohtajan sähköpostiin, josta hän välittää sen tiiminvetäjälle. Sen jälkeen he sopivat keskenään, kuka vastaa asiakkaalle ja vastaavat yhdessä siitä, että asiakas ja asia on hoidettu.

5 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tässä osassa pyrin vastaamaan kehittämistyön tavoitteille asetettuihin tarpeisiin kehittämisehdotuksin. Ehdotukset esitellään toteutusmenetelmittäin ja oppilaitoksittain. Lopuksi esitän myös näkemyksiäni tietohallintajärjestelmien integroimisesta. Tällöin organisaation tunnuslauseelle "Takuulla parhaita tekijöitä" saadaan enemmän katetta.

5.1 Asiakastyytyväisyyskyselyt

Ammattiopiston kyselyt ovat hyvin organisoitu laatutiimin koordinoimana. Myös niistä saatu palaute tarkastellaan systemaattisesti ja esiin nousseet kohdat vietään eteenpäin organisaatiossa. Lähinnä jäin miettimään, mikä on tarkoituksena, siinä että palautetta pyydetään ainoastaan valmistuvilta opiskelijoilta. Heidän antama palaute tosin auttaa perässä seuraavia ryhmiä, mutta heidän omiin opintoihinsa se ei voi enää vaikuttaa.

Mikäli opiskelijoilla on tahtotila ainoastaan yhden palautteen antamiseen, siirtäisin sen opintojen toteutusvaiheeseen, esim. toisen vuoden kevääseen. Enemmän olisin kuitenkin sen kannalla, että opiskelijoille tarjotaan ensimmäisen ja toisen lukuvuoden aikana koulun sähköpostiosoitteen kautta nettilinkkiä asiakastyytyväisyyskyselyyn, johon vastaaminen on vapaaehtoista. Valmistuville opiskelijoille kysely järjestettäisiin kuten aiemminkin koulun tiloissa kouluajalla. Tällä menetelmällä saataisiin reaaliaikaisempaa tietoa opiskelijoiden tyytyväisyydestä tai tyytymättömyydestä ja siten korjaaviin toimenpiteisiin pystyttäisiin tarttumaan heti.

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen edellyttää jatkuvan palautteen hankkimista asiakkaalta hänen kokemuksistaan. Kokonaislaadun muodostaa ennen kaikkea prosessilaatu, ja kokonaistyytyväisyys on yhtä hyvä kuin sen heikoin lenkki. Korjaamalla seuraavassa toimintaprosessin vaiheessa edellisen aiheuttamia tyytymättömyystekijöitä, ja jos vielä viimeisessä prosessin vaiheessa onnistutaan erinomaisesti, pystytään sillä pyyhkäisemään asiakkaan mielestä tyytymät-

tömyyskokemuksia. (Rope, 2005, 562–564.) Ammatillinen koulutus ja sen toiminta muodostuu useista eri koulutusosioista ja kontakteista pitkällä aika välillä. Tiedonkeruujärjestelmää tulee suunnitella tarkasti ja järjestelmällisesti, jotta voidaan ennakoida ja suorittaa korjaavia toimenpiteitä reaaliaikaisesti ja jotta se palvelee parhaillaan opintojaan suorittavia opiskelijoita.

Oppisopimuskeskuksella on uusi järjestelmä, ja se tuntui tässä vaiheessa olevan vielä sisäänajovaiheessa. Oppisopimuskeskuksella ja Aikuisopistolla, joka on valmistavan koulutuksen tietopuolisen opetuksen tarjoaja, ei tuntunut olevan mitään yhteneväisyyttä tai keskinäistä palautteiden tarkastelua. Mielestäni palautteita tulisi ainakin jonkin verran pyrkiä vertamaan keskenään, ja tarkastella ovatko opiskelijoiden antamat palautteet verrannollisia toisiinsa. Koulutuksen järjestäjä ei pyydä palautetta työelämänedustajilta oppisopimuskoulutuksen osalta erikseen, joten työnantaja ja työpaikkaohjaaja osuutta on vaikeampi verrata.

Oppisopimuskeskus toimii 40 eri koulutuksenjärjestäjän kanssa, joten on lähes mahdotonta verrata palautteita kaikkien koulutuksenjärjestäjien kanssa. Sen sijaan oman organisaation sisällä sitä olisi helpompi ja järkevämpi tehdä. Uuden järjestelmän sisäänajovaiheessa olisi hyvä pohtia antaako keskinäinen vertailu lisäarvoa palvelun laadun kehittämiseksi ja onko organisaatioiden keskinäisissä prosesseissa asiakkaan kokemia ”kuiluja”, joissa asiakas kokee palvelun parantamisen varaa. Keskinäistä arviointia voisi toteuttaa esim. kuiluanalyysimallin avulla.

Kuiluanalyysimalli on kehitetty laatuongelmien analysointiin ja parantamiskeinojen määrittämiseen. Palvelun odotettu laatu muodostuu asiakkaan menneistä kokemuksista, henkilökohtaisista tarpeista ja viestinnästä sekä yrityksen markkinointiviestinnällisistä toimenpiteistä. Koettu palvelun laatu syntyy päätöksistä ja toimenpiteistä. Palvelun laatuvaatimuksia ohjaavat johdon käsitykset asiakkaan odotuksista, joita toteutetaan palveluprosessin aikana. Rakenne muodostaa palvelun laadun suunnittelun, jonka jälkeen voidaan löytää ja analysoida laatuongelmia ja rakenteiden välisiä laatukuiluja. Jokaiseen havaittuun laatuongelmaan voidaan liittää tutkimustoiminnan parantaminen. (Grönroos, 2009,

143–145.) Kuiluanalyysin avulla voidaan löytää epä johdon mukaisuuksia asiakkaan käsitysten ja toimijan välillä. Laatuongelmia analysoimalla, löydetään perusta strategioiden ja taktiikoiden määrittämiselle, jotka takaavat asiakkaalle odotusten ja kokemusten johdon mukaisuutta ja lisäävät myönteisen laatu arvon ja tyytyväisyyden todennäköisyyttä. (Grönroos, 2009,149.)

Aikuisopisto kerää paljon palautetta eri viranomaistahojen velvoittamana ja omaehtoisesti. Koulutusjohtaja Paula Ekmanin (2012) mukaan palautetta ei kuitenkaan tarkastella systemaattisesti. Avoimissa palautteissa esiin nousevat asiat, jäävät usein ainoastaan vastuu kouluttajan vastuulle, niiden eteenpäin viemisestä. Niin kauan kuin asiaan ei varata resursseja, ei myöskään palautteiden hyödyntäminen voi olla sataprosenttista. Ammattiopiston malli laatutiimistä ja laatukoordinaattorista voisi olla kehittämisen arvoinen idea myös Aikuisopiston puolella.

Jos asiakastytyväisyystiedon käyttökohteeksi on määritelty palautetiedon hyödyntäminen systemaattisesti korjaavissa ja markkinointitoimenpiteissä, edellyttää se, että asiakastytyväisyyden kehittymistä seurataan asiakaskohtaisesti. (Rope, 2005, 579). Etenkin määriteltyjen kanta-asiakkuuksien palautetta tulisi seurata systemaattisesti ja saatujen palautteiden kirjautua asiakastiedonhallintajärjestelmään. Asiakastytyväisyystietojen kirjaantumista järjestelmään, tulisi miettiä tietojärjestelmien integrointi mahdollisuuksien yhteydessä. Aikuisopistossa kyselyjen sisältöön vaikuttavat viranomaistahot OPH ja työ- ja elinkeinoministeriö, mikä asettaa lisää haasteita kehittämistyölle.

Henkilöstö- ja täydennyskoulutuksen manuaalinen kirjaaminen vie kohtuuttomasti koulutussihteerin aikaa. Järjestelmä tulisi pystyä hoitamaan sähköisesti ainakin suurimmalta osalta opiskelijoita. Tässä tulee kyseeseen, miten opiskelijat saadaan koulutuksen lopussa ohjattua joko tietokone luokkaan tai onko mahdollista saada luokkiin ainakin muutama tietokone, joilla palaute voidaan ottaa. Ongelmana on se, että jos vastaaminen jätetään myöhempään ajankohtaan, ei vastauksia saada enää likimainkaan kaikilta opiskelijoilta. Yksi vaihtoehto on myös, että johto pohtii ja ratkaisee onko sata prosenttisen vastausmäärän saaminen tarpeellista vai voidaanko palautetta ottaa esimerkiksi otantamenetelmää

hyödyntäen tai voidaanko kysely organisoida jälkikäteen, esim. sähköpostiin lähetettävän nettilinkin kautta. Tämän järjestelmän ongelma on se, että ei voida olla varmoja, onko kaikkien asiakkaiden sähköposti osoite tiedossa tai onko kaikilla asiakkailla olemassa sähköpostiosoite. Esimerkiksi G-mail-osoite on helppo perustaa, mutta voimmeko edellyttää asiakasta ottamaan sähköpostia käyttöön, jos hän ei tee sitä vapaaehtoisesti.

5.2 Suorapalautejärjestelmä

Suoranpalautteen järjestelmä perustuu Aikuisopiston palautelinkin lisäksi ryhmä- ja henkilökohtaisiin keskusteluihin. SSKKY:n ja oppilaitosten kotisivuille voitaisiin avata palautelaatikot, josta tiedot menisivät yhdelle henkilölle, esim. tiedottajalle, joka jakaisi ne eteenpäin käsiteltäväksi. Lisäksi olisi varmistettava, että palautteesta lähtee asiakkaalle vastaus sen vastaanottamisesta. Palautteen käsittelijän vastuulle olisi asettava pelisäännöt, jotta palaute tulisi varmasti hoidettua ja asiakkaalle vastattua.

Aikuisopisto on kysynyt vuosittain järjestettävänä aikuisopiskelijan päivänä joi-nakin kertoina opiskelijoilta palautetta lipukkeilla, mutta niistä saatu palaute on ollut kovin vähäistä. Opiskelijan näkökulmasta olisi varmastikin mielekkäintä, että oppilaitokset järjestäisivät aulatiloihin paikan, jossa voi halutessaan antaa suoraa palautetta sekä kehittämissuhteita nettilinkin kautta.

Myös Ammattiopiston jonkin verran käyttämä malli ryhmäkeskusteluista, olisi varmasti hyödyllinen menetelmä myös Aikuisopiston puolella.

Suoran palautteen antaminen tulee tehdä mahdollisimman helpoksi. Suoraa palautetta tulee myös voida antaa nimettömänä, ja se madaltaa osaltaan palautteenantokynnystä. Suoran palautteen antaminen lieventää kynnystä kertoa myös lievästä epäonnistumisista kuin myös pienistä positiivisista kokemuksista. (Rope, 2005, 582.)

5.3 Työelämänpalaute

Ammattiopisto ja aikuisopisto keräävät molemmat työelämäpalautetta. Kyselyjen sisältöä kannattaisi vertailla ja tehdä mahdollisimman paljon molempia palvelevaksi. Kysely voitaisiin hoitaa yhdessä Webropol-järjestelmän avulla ja kerätä vastaajat CRM-asiakashallintajärjestelmästä. Kyselyn alussa voitaisiin kysyä, kumpi oppilaitos on vai ovatko molemmat yhteistyökumppani. Tätä ehdotan lähinnä siitä syystä, että todennäköisesti moni työnantaja saa kyselyn molemmista oppilaitoksista, ja se saattaa aiheuttaa ihmetystä. Lisäksi kyselyt ovat eri tavalla organisoidut ja ulkonäöltään erilaiset, mikä ei nosta imagoarvoa.

SSKKY:n toiminta on hyvin pitkälle rajautunut kuntayhtymän kuntien alueelle, joten palvelut koetaan paikallisina. Tämä antaa organisaatiolle mahdollisuuden kehittää omaa paikallista imagoaan. Kuntayhtymän brändiä on kehitetty, mm. ilmeeltään yhtenäistettyjen logojen sekä graafisen ohjeen päivittämisellä. Seuraava askel imagon rakentamisessa on tietyllä tasolla toimintojen yhtenäistäminen, joka viestittää asiakkaalle yhteisen organisaation palvelumahdollisuuksia ja voimaa. (Grönroos, 2009, 396–399.)

5.4 Sisäinen markkinointi

Työyhteisössä tulee saada, antaa ja vastaanottaa palautetta jatkuvasti. Ihmiset kaipaavat tietoa siitä, ovatko he tehneet asioita oikein vain väärin. Jos työ kulttuuri on avointa ja keskustelevaa, kaikkien mielipiteet ja ehdotukset huomioivaa, pitää se henkilöstön ja johdon ajan tasalla. Jatkuvan palautteen avulla jokainen organisaation päätöksentekijä saa tarvitsemaansa tietoa, mitä tarvitaan jokapäiväisen toiminnan onnistumiseen. Palaute ei kuitenkaan korvaa hyvin suunniteltuja ja toteutettuja henkilöstötutkimuksia. (Ahonen & Lohtaja-Ahonen, 2011, 33.)

Sisäinen markkinointi on liikeidean toteuttamista arkipäivässä, ja se on vietävä jokaisen työyhteisön jäsenen arjen työn tasolle. Koulutuskuntayhtymässä henkilöstötyytyväisyyskysely tehdään kerran kahdessa vuodessa. Kysely pitäisi tehdä useammin, vähintään kerran vuodessa, mieluummin niin, että kerran vuo-

nessa tehdään laajakysely ja mahdollisesti vielä toinen pienempi kysely, jonka sisältö rajattaisiin arjentyössä tapahtuviin toimintoihin. Tähän asti tehdyn kyselyn sisältöä tarkastetaan ja siihen tehdään tarvittavat muutokset / lisäykset, mutta ovatko ne olleet riittävät? Edellisen kerran kysely tehtiin loppuvuodesta 2010, ja sitä seuraava kysely toteutetaan tämän vuoden loppupuolella. Edelliseen kyselyyn oli lisätty kysymys työpaikkakiusaamisesta, mutta valitettavasti sen asetelu ei ollut oikein onnistunut. Aihetta olisi tullut käsitellä laajemmin ja kysyä jokaisen omia havaintoja koko työyhteisössä, jotta asiasta olisi saatu laajempaa näkemystä.

Palvelukulttuurin ja liikeidean sisäistämisen näkökulmasta tarkasteltuna koulutusorganisaatiossa henkilöstön hyvinvointi ja kulttuuriarvot ovat tärkeitä työntekijöiden käyttäytymisen ohjaamisessa. Vahva kulttuuri antaa työntekijöille mallin toimia asiakaskeskeisesti ja palveluhenkisesti. Vahva kulttuuri saattaa myös toimia toiseen suuntaa eli toimia jarruna. Johto saattaa olla liiaksi kiinni perinteisissä liiketoimintatavoissa ja palvelustrategiaa toteutetaan rajallisesti, tilaa asennemuutokselle ei synny. (Grönroos, 2009, 479–480.) Henkilöstöä, joka toimii asiakasrajapinnassa, olisikin kuultava mahdollisimman usein ja tutkimustuloksia analysoitava palvelun laadun parantamiseksi.

5.5 Sähköisten järjestelmien hyödyntäminen

Ihmiset keskustelevat ja tuovat mielipiteitään entistä enemmän verkossa ja verkostoissa. Sen vuoksi väittäisin, että yhteisöllisen media tulee tulevaisuudessa olemaan merkittävä tekijä asiakaskuuntelussa.

Ammattiopisto ja Aikuisopisto ovat avanneet sivustot Facebookissa vuoden 2012 aikana. Toiminta on alkanut Ammattiopiston osalta keväällä ja Aikuisopiston on avannut sivuston tänä syksynä. Myös tätä mediaa tulee tarkastella asiakaskuuntelemisen välineenä.

Henkilöstölle on laadittu ohjeet ja säännöt, joiden mukaan mediassa toimitaan. Facebook toimintaa tulee kuitenkin tarkastella kriittisesti ja sen tekemiseen on varattava aika- ja henkilöresurssit. Ammattiopiston puolella toiminnalla on yksi

päivittäjä. Aikuisopisto toiminta on niin uutta, että resurssit ovat määritelty tämän vuoden loppuun. Facebookissa viestiminen on kahdensuuntaista ja asiakailta saadut kommentit, tykkäämiset ja tietojen jakamiset ovat todella arvokkaita, kun verkon jäsenistö on saatu riittävän suureksi. Vuoden vaihteessa toimintaa on tarkasteltava kriittisesti, jotta näkyvyys ei anna väärää kuvaa koko organisaation toiminnassa.

Asiakasrekisterienhallinnan järjestelmälliseksi käyttöön saamiseen tehdään työtä koko ajan ja koulutusta on järjestetty osalle käyttäjiä. Järjestelmän käyttö on kuitenkin määritelty kaikille hallinnon jäsenille ja opettajille sekä kouluttajille. Tässä tapauksessa tehtävät ja vastuuhenkilöt tietojen päivittämisestä on määriteltävä, jotta vältetään järjestelmän väärille raiteille ajautumisesta. Tällä hetkellä ollaan tilanteessa, että järjestelmään ei päivitetä muuttuneita asiakastietoja tai ei tulla ajatelleeksi, että se on jokaisen tehtävä, silloin kun on kyseessä oman alan asiakas. Jos päivitystyötä ei ole vastuutettu kaikille järjestelmänkäyttäjille, tulee siinä tapauksessa nimetä henkilö, joka tekee tätä työtä ja kenelle muuttuneet tiedot toimitetaan. Tämä on kuitenkin resurssien haaskaamista, koska samalla kun tiedon välittää, sen olisi jo itse muuttanut järjestelmään. Olen ollut mukana CRM:n järjestelmän käyttöönotossa ja käyttänyt ja opiskelut sitä sen hankinnasta lähtien. Tietämykseeni pohjautuen uskon, että kun vain jokainen ottaa sen käyttöön, se ei ole sen vaikeampaa kuin Outlookin kalenterin tai sähköpostin käyttökään tämän asian osalta. Järjestelmää toimii näiden kahden ohjelman rinnalla ja se on mahdollista avata samassa ikkunassa.

”Tietolähteiden integroijat tuottavat uusinta uutta. Näyttäisi siltä, että niissä yrityksissä, joissa on osattu luoda selkeä logiikka tavalle yhdistää eri tietolähteiden vahvuuksia, on myös kyetty terävimminkin tuottamaan kilpailukykyisiä liiketoimintamalleja. Ne rakentavat todistusketjuja hyvin erilaisista lähteistä kerättyjen tietojen välille.” (Mattinen, 2006, 177).

Asiakastieto on sirpaleista ja sitä on valtavasti. Tiedon määrä kasvaa koko ajan, ja se tulee pystyä muuttamaan tietämykseksi. Kuka on asiakastietämyksen vastuuhenkilö ja kenelle kuuluu vastuu tiedon kokoamisesta? Tämä johtajiston tulee miettiä, jotta tietoa pystytään hallitsemaan ja hyödyntämään. Osaavimmat

organisaatiot käsittelevät tietämystä strategiaan liittyvänä asiana, kytkevät sen johtamisjärjestelmiin ja priorisoivat syntyvää tietoa. (Mattinen, 2006, 179–180.)

Organisaation brändin vahvistamisen tunnuslause on ”*Takuulla parhaita tekijöitä*”. Jotta lause muuttuisi enemmän todellisuutta vastaavaksi, tulisi sähköisiä järjestelmiä kehitettäessä ottaa huomioon niiden integrointi mahdollisuus. Järjestelmien integroituminen palvelisi laadunhallintaa ja asiakastyytyväisyyttä monella tapaa.

Parhailaan kehitystyön alla koulutuskuntayhtymässä on SharePoint-tiedonhallintajärjestelmän käyttöönotto. Järjestelmän avulla tullaan hoitamaan Intranetti ja kotisivut, dokumentaatiohallinto sekä sähköinen arkistointi. CRM-asiakashallintajärjestelmän käyttöönotto on saatu hyvään vauhtiin ja myös tässä Microsoft-pohjaisessa järjestelmässä löytyy toimintojen integroimismahdollisuuksia, mm. uutiskirjeet. Aikuisopistoon tullaan hankkimaan seuraavan vuoden aikana uusi oppilaitoshallinto-ohjelma, jota hankittaessa tulisi tarkkaan miettiä sen integrointi mahdollisuuksia ainakin SharePoint-järjestelmään ja asiakkuudenhallintajärjestelmään.

Otan tässä esimerkiksi aikuisopiston, jonka toiminnot ovat minulle tutuimmat. Aikuisopiston tutkintoon valmistavaan omaehtoiseen koulutukseen hakija täyttää hakemuksen oppilaitoksen kotisivuilla. Hakemuksessa kysytään mm. tietolähdettä, mistä opiskelija on saanut tiedon koulutuksesta. Hakemuksen saavutua oppilaitokseen, tiedot siirretään manuaalisesti opintotoimistossa oppilaitosjärjestelmään. Hakemuksessa kysyttyä tietoa markkinointikanavasta ei kuitenkaan hyödynnetä, eikä sitä viedä raporteihin. Jos järjestelmät integroitaisiin, saavutettaisiin sillä monta etua. Kun markkinointihenkilö avaa koulutuksen haun nettiin, avautuisi samalla koulutus oppilaitoshallintojärjestelmään ja jos netin hakulomake olisi myös integroitu, kirjautuisivat hakijat suoraan koulutukselle. Jos vielä järjestelmä keräisi raportin markkinointikanavasta, palvelisi se myös markkinoinninsuunnittelua. Kun tietojen manuaalinen avaaminen ja hakijoiden syöttäminen järjestelmään jäisi kokonaan pois, parantaisi tämä asiakaspalvelua ja tietojen syöttämisessä tapahtuvat virheet minimoituisivat. Samaa järjestelmää voitaisiin soveltaa myös henkilöstö- ja täydennyskoulutusten kohdalla.

Aikuisopiston opiskelijoille tulisi myös avata oppilaitoksen sähköpostiosoitteet ainakin tutkintoon valmistavassa koulutuksessa heti oppilaaksi valitsemisen jälkeen. Tällöin palautetta voitaisiin saada kaikilta opiskelijoilta sähköpostin välityksellä. Uudessa järjestelmässä tulisi myös olla laajat raportointimahdollisuudet, jolloin mm. markkinointikanava tietoa pysyttäisiin hyödyntämään. Tulisi miettiä tarkkaan, mihin kysyttävää tietoa voidaan hyödyntää ja mikä sen arvo on.

Elämme neljättä maailman vallankumousta - tiedonvallankumousta - joka asettaa tulevaisuudelle ja koulutusten ja niiden organisoinnille monenlaisia uusia haasteita. Sähköiset järjestelmät haastavat asiantuntijuuden. Kyseenalaistettavaksi nousee, minkä verran tulevaisuudessa tarvitaan sisäistettyä tietoa, kun tieto voidaan hakea järjestelmistä. Tätäkin asiaa tulisi tarkastella vakavasti tulevaisuuden strategioita ja visioita työstettäessä. Sähköisten tietojärjestelmien hyödyntämiseen olisi syytä syventyä esim. hanketoiminnan tai esimerkiksi laajemman opinnäytetyön kautta.

6 YHTEENVETO

Tässä kehittämistyössä oli tarkoituksena löytää kehittämissuhteita Salon seudun koulutuskuntayhtymän asiakaskuuntelumenetelmien ja toimintojen kehittämiseen. Lähtökohtana oli ensin kartoittaa kaikki käytössä olevat asiakaskuuntelumenetelmät, jotta niistä saataisiin kokonaiskäsitys. Tutkimustyö tehtiin tapaustutkimuksen menetelmällä, haastatteleamalla laatuvaastavia ja asiakastyytyväisyyskyselyjen kanssa työskenteleviä henkilöitä.

Koulutusorganisaatiossa asiakaskuuntelun keskeiset kohderyhmät ovat opiskelija, työelämä ja organisaation henkilöstö. Kehittämistyössä tarkasteltiin asiakaskuuntelua oppilaitoksittain ja toteutusmenetelmittäin.

Koulutusorganisaation laajuus ja monimuotoisuus asetti haasteita kehittämistyölle. Erilaiset oppilaitosten rakenteet, asiakassegmentit, alojen moninaisuus, toimintojen monimuotoisuus, viranomaistahot toivat mukanaan erilaisia näkökulmia. Koulutusta tarjotaan hyvin monen eri-ikäisille opiskelijoille; nuorisosaasteelle ja aikuisille 18–65-vuotiaille, mikä tuo mukanaan asiakastyytyväisyydelle ja asiakkaiden kuuntelulle oman vaatimustasonsa. Toimintaa määrääviä tekijöitä ovat myös monet viranomaistahot, ja niiden mukanaan tuomat koulutusten rahoitusmuodot.

Monimuotoisuudesta huolimatta kehittämissuhteita löytyi jonkin verran. Ehdotuksina esitettiin Aikuisopiston ja Oppisopimuskeskuksen kyselyjen vertailua ja analysointia sekä Aikuisopiston kyselyjen systemaattisempaa jatkotyöstämistä. Ammattiopiston oppilaskyselyjen lisäämistä, jolloin korjaavia liikkeitä pystyttäisiin tekemään nopeammin, mikä palvelisi opiskelijoita paremmin. Henkilöstön työtyytyväisyyskyselyjen kyselykertoja ehdotetaan myös lisättäväksi. Kyselykertoja lisäämällä, saataisiin paremmin selville liikeidean sisäistäminen ja palvelukulttuurin taso. Lisäksi ehdotettiin Ammattiopiston ja Aikuisopiston työelämäpalautekyselyn yhdistämistä, mikä parantaisi organisaation imago näkökulmaa.

Lisäksi pohdittiin sähköisten järjestelmien parempaa hyödyntämistä, integroimisesta ja sitä kautta parempaa palvelua asiakkaalle, henkilöstön manuaalisen työn vähenemistä sekä parantuvaa informaatiota raportointiin. Sähköisten järjestelmien käyttö ja teknologian hyödyntäminen on nyky-yhteiskunnan etuoikeus. Järjestelmiä, internettiä ja yhteisöllistä mediaa tulee hyödyntää asiakaskuuntelussa kokonaisvaltaisesti. Järjestelmiä ja ohjelmia tulee kehittää siten, että järjestelmät keskustelevat keskenään ja tietoja pystytään integroimaan ohjelmas- ta toiseen. Ideaali tilanne tulevaisuuden organisaatiossa olisi, että yhteen järjes- telmään kirjautumalla saisi hoidettua koko koulutusprosessin. Tämä näkyisi varmasti parempana ja joustavampana palveluna asiakkaalle, helpottaisi henki- löstön työtä ja vapauttaisi resursseja.

Tämän työn avulla organisaation toimijat saavat kokonaisnäkömyksen tällä het- kellä käytössä olevista asiakaskuuntelujärjestelmistä ja toimintamalleista ja voi- vat halutessaan edelleen jatko työstä joiakin ehdotuksiani. Toivottavaa on myös, että yhteisöllisen median räjähdysmäinen kasvu ja sen mukanaan tuomat muutokset otetaan huomioon vakavasti etenkin nuorisoasteen puolella, mutta myös aikuiskoulutuksessa.

LÄHTEET

Ahonen, R. & Lohtaja-Ahonen, S. 2011. Palaute kuuluu kaikille. Kuopio: Suomen Graafiset Palvelut Oy

Grönroos, C. 2009. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Juva: WS Bookwell Oy

Hellman, K.; Peuhkurinen, E. & Raulas, M. 2005. Asiakasjohtamisen työkirja. Juva: WS Bookwell Oy

Heinonen, U. 2008. Sähköinen yhteisöllisyys. Kokemuksia vapaa-ajan, työn ja koulutuksen yhteisöistä verkossa. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy

Korpi, A. 2004. Asiakastytyväisyyskyselyt ammatillisia oppilaitoksia ja oppisopimustoimintaa varten. Helsinki: Yliopistopaino

Kotimaisten kielten keskus 2012. Yhteisöllinen mieluummin kuin sosiaalinen media. Viitattu 28.10.2012. Etusivu > Julkaisu > Kielipalstat > Kuukauden kielijutut > Yhteisöllinen mieluummin kuin sosiaalinen media

Lundberg, T. & Töytäri, J. 2010. Asiakaspalvelun Pikku-Jättiläinen. Taitoa, tunnetta, intoa & intohimoa. Osajan asenne ratkaisee. Aina. Lahti: Markprint Oy

Mattinen, H. 2006. Asiakkuusosaaminen kuuntele asiakastasi. Hämeenlinna: Karisto Oy

Ojasalo, K.; Moilanen T. & Ritalahti J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYPro Oy

Opetushallitus 2012..Sähköinen näyttötutkintojen palautejärjestelmä AIPAL. www.oph.fi > tietopalvelut > arviointi ja seurantatieto > aipal

Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastytyväisyysjohtaminen. 4. painos, Juva: WSOY

Salon seudun koulutuskuntayhtymä 2012. Viitattu 25.9.2012. www.sskky.fi

Salon seudun koulutuskuntayhtymä 2012. Salon seudun koulutuskuntayhtymän esittely. Viitattu 25.9.2012. www.sskky.fi > Esittely

Kulla, S. 2012. Salon työttömyyttä suitsitaan lisäämällä koulutuspaikkoja. Salon seudun sanomat 5.11.2012

Soininen, J.; Wasenius, R. & Leponiemi, T. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy

Teleranta, S.; Lepistö, M. & Wickman-Viitala, T. 2010. Johtamisen näkökulmat. Tampere: Tampereen ammattikorkeakoulu.

Tervonen, A. 2001. Laadun kehittäminen suomalaisissa yrityksissä. Lappeenranta: Lappeenrannan tekninen korkeakoulu.

Tilastokeskus 2012. Internetin käyttö kodin ja työpaikan ulkopuolella yleistyy. Viitattu 26.10.2012. Etusivu > Tilastot > Tiede, teknologia ja tietoyhteiskunta > Väestön tieto- ja viestintäteknologian käyttö > 2011

Vesterinen, P-L. & Suutarinen, M. 2011. Y-sukupolvi työ(elämä)ssä. 2011. Hansaprint.

HAASTATTELURUNKO: SALON SEUDUN KOULUTUSKUNTAYHTYMÄSSÄ KÄYTÖSSÄ OLEVAT ASIAKASPALAUTEJÄRJESTELMÄT

ASIAKAS > Opiskelija > työelämäedustaja < SSKKY

Keneltä /mitä/ kuinka usein / käsittely, raportointi / tulosten vertailu

Palautejärjestelmät:

Opiskelijat:

- Opal /Aipal / Webropol -järjestelmät
- avoin kysely
- aloite / palaute
- netti / facebook
- henkilökohtaiset palautekeskustelut
- vertaispalaute opiskelussa

Työelämä /Yritysassiakkaat:

- työelämäpalaute
- yritysasiakkaat
- sidosryhmät / jaostot

Henkilöstö (sisäiset asiakkaat, sisäinen markkinointi)

- työtyytyväisyyskysely
- muuta?

Palautekyselyiden sisältö:

- taustatiedot
- opetusmenetelmät
- opetusjärjestelyt
- materiaalit
- opetus / ohjaus
- vastaavuus opetussuunnitelmien tavoitteiden kanssa

Kyselyiden määrä:

- milloin, kuinka usein kysytään

Palautteiden käsittely:

- kuka tekee, kenelle tekee
- kuka vastaa palautteiden tekemisestä
- ketä hyödyttää (opetushenkilöstö, hallinto, sidosryhmät, opiskelija)
- palautteiden hyödynnettävyys
- laatujärjestelmä
- yhteiskuntavastuu
- jälkiseuranta
- hyödyntäminen
- asiakkaalle vastaaminen /ilmoitetaanko asiakkaalle tuloksesta
- raportointi
- kuka käsittelee vastaukset
- lakisääteisyys
- mihin järjestelmään kirjataan
- palautejärjestelmien kehittäminen / luonti / kuka
- työllistymisseuranta

Tulosten vertailu:

- mihin verrataan?

SSKKY Asiakastyytyväisyyskyselyjen kartoituksen koontilomake

SALON SEUDUN KOULUTUSKUNTAYHTYMÄN ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYT

LIITE 2

31.8.2012

Oppilaitos	Järjestelmä	Keneltä	Kerrat	Hallinnointi/omistaja	Käyttökohde
SSAO		Valmistuvat opiskelijat	Päättövaiheessa	Oppilaitos	Laatutyöskentely
		Työelämän palautekysely	Kerran vuodessa	Oppilaitos	Laatutyöskentely
SSAKO	OPAL	Työvoimapoliittiset koulutukset	Aloitukset, väli- ja päättöpalaute	Työ- ja elinkeinoministeriö	Tuloskortti
	AIPAL	Omaehtoiset (VOS koulutus)	Hakeutumis- ja päättövaihe	OPH	Tuloskortti
	AIPAL	Oppisopimuskoulutukset	Hakeutumis- ja päättövaihe	OPH	Tuloskortti
	Webropol	Henkilöstökoulutukset	Päättövaihe	Oppilaitos	Tuloskortti
	Webropol	Työelämänpalautekysely	Kerran vuodessa	Oppilaitos	Tuloskortti
SSOPSO	OPH / netti	Opiskelijäkysely	Aloitukset, toteutus ja päättövaihe	OPH:n määrittelemä	
	OPH / netti	Työnantajäkysely	Aloitukset, toteutus ja päättövaihe	" useimmilla oppisopimuskeskuksilla käytössä	
	OPH / netti	Yrittäjäkysely	Aloitukset, toteutus ja päättövaihe	"	
	OPH / netti	Kysely yrittäjän ohjaajalle	Aloitukset, toteutus ja päättövaihe	"	
SSKKY / HALLINTO	Henkilöstön tyytyväisyyskysely	Koko SSKKY henkilöstö	Kerran kahdessa vuodessa	Henkilöstöosasto	

SSAO = Ammattiopisto

SSAKO = Aikuisopisto

SSOPSO = Oppisopimuskeskus

OPAL = Työ- ja elinkeinohallinnon ylläpitämä nettiselainpohjainen järjestelmä

AIPAL = Opetushallituksen ylläpitämä nettiselainpohjainen järjestelmä

OPH = Opetushallitus

VOS = valtion rahoittama, nk. valtiosuus koulutus

Kysely opintojen päättyessä 2012

TAUSTATIEDOT

Valitse ammattinimikkeesi

Ajoneuvoasentaja

Koulupohjani on

- Peruskoulu
- Lukio
- Muu koulutus

Olen ollut työssä opiskelun ohella

- iltaisin
- viikonloppuisin
- oppilaitoksen lomien aikana
- muuna aikana
- en lainkaan

Olen hakenut jatko-opintoihin

- kyllä, AMK / korkeakoulu
- kyllä, muu toisen asteen tutkinto
- en

Onko sinulla joko oman alan tai jonkin muun alan työpaikka valmistumishetkellä

- kyllä

ei

Mikäli vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, niin vastaa myös tähän kysymykseen.

Onko työpaikkasi entinen työssäoppimispaikkasi

kyllä

ei

Oletko perustanut tai perustatko oman yrityksen

kyllä

en

Kerro mitä teet, jos et mene töihin tai jatko-opintoihin valmistumisesi jälkeen

varusmiespalvelu / siviilipalvelu

äitiys- ja vanhempainloma

Muu, Mikä?

OPISKELUNI

Valitse vastausvaihtoehdoista / väittämistä se, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi ko. asiasta.

1= ei ollenkaan 2= heikosti 3= kohtalaisesti 4= hyvin paljon 5= erittäin paljon

	1	2	3	4	5
Opiskeluilmapiiri on ollut mielestäni hyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jos nyt olisin opiskeluni alussa, valitsisin saman perustutkinnon uudelleen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen ollut motivoitunut opiskeluuni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opiskeluni on ollut tavoitteellista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen kehittynyt omatoimiseksi ja itseohjautuvaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteistyökykyni on kehittynyt opiskelun aikana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kädentaitoni ovat hyvät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osaan arvioida omaa työskentelyäni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen tyytyväinen saavuttamaani ammattitaitoon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Uskon, että koulutustani arvostetaan työelämässä

OPETUS

Valitse vastausvaihtoehdoista / väittämistä se, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi ko. asiasta.

1=ei ollenkaan 2= heikosti 3= kohtalaisesti
4= hyvin paljon 5= erittäin paljon

	1	2	3	4	5
Opetus on ollut asiantuntevaa ja motivoivaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opettajat ovat käyttäneet erilaisia työtapoja opetuksessaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetuksessa käytettävissä oleva oppimateriaali on ollut riittävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppilaitoksessa on ollut sopivasti käytännön työskentelyä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetuksen tilat ja välineet ovat olleet toimivat ja ajanmukaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen saanut opettajilta hyvän ohjauksen työssäoppimisjaksojen aikana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen saanut työelämän ohjaajilta hyvän tuen työssäoppimisjaksojen aikana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen saanut opettajilta riittävän perehdytyksen ammattiosaamisen näyttöihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen saanut halutessani tukiopetusta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen saanut opettajilta kannustavaa palautetta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen saanut halutessani keskustella luottamuksellisesti henkilökohtaisista asioistani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

OMA KOULU

Valitse vastausvaihtoehdoista / väittämistä se, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi ko. asiasta.

1=ei ollenkaan 2= heikosti 3= kohtalaisesti 4= hyvin paljon 5= erittäin paljon

	1	2	3	4	5
Opiskeluympäristömme on ollut viihtyisä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opiskelualallamme on hyvä maine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppilaitoksessamme tiedotettiin asioista hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lähetä





SALON SEUDUN AMMATTIOPISTON TYÖELÄMÄKYSELY VUODESTA 2011

Valitse listasta se ammattinimike, jonka opiskelijoiden näkökulmasta vastaat kyselyyn (jos olet ohjannut usean koulutusalan opiskelijoita, niin täytä kustakin oma lomake)

Ajoneuvoasentaja
 Artesaani, puuala
 Artesaani, sisustusala
 Artesaani, sisustustekstiiliala
 Artesaani, vaatetusala
 Artesaani, visualisti
 Autokorinkorjaaja
 Automaatioasentaja
 Autonkuljettaja
 Datanomi
 Elektroniikka-asentaja
 Hienomekaanikko
 Koneistaja
 Kunnossapitoasentaja
 Levyseppähitsaaja
 LVI-asentaja
 Lähihoitaja
 Maalari
 Merkonomi
 Palveluvastaava
 Parturi-kampaaja
 Puuseppä
 Ravintolakokki
 Suunnitteluassistentti
 Suurtaloukokki
 Sähköasentaja
 Talonrakentaja
 Tarjoilija

Valitse ympäröimällä vastausvaihtoehdoista / väittämistä se, joka parhaiten vastaa mielipidettäsi ko. asiasta.

1= ei ollenkaan 2= heikosti 3= kohtalaisesti 4= hyvin paljon 5= erittäin paljon

A. TYÖSSÄOPPIMISEN TUOMA LISÄARVO

Työssäoppiminen helpottaa uusien työntekijöiden rekrytoinnin 1 2 3 4 5

Opiskelijan työpanoksesta on hyötyä työpaikallemme 1 2 3 4 5

Työssäoppiminen mahdollistaa koulutusalan kehittämisen 1 2 3 4 5

Millaisessa kehittämistyössä haluaisitte olla mukana?

B. KOULUTUKSEN ANTAMAT VALMIUDET

Huom!

Pyydämme teitä ystävällisesti huomioimaan minkä vuosikurssin opiskelijasta on kyse.

Opiskelijat pääsääntöisesti...

- | | |
|---|-----------|
| - toimivat vastuuntuntoisesti | 1 2 3 4 5 |
| - toimivat työpaikan pelisääntöjen mukaan | 1 2 3 4 5 |
| - omaavat hyvät vuorovaikutus-, yhteistyötaidot | 1 2 3 4 5 |
| - toimivat työpaikalla asiakaslähtöisesti | 1 2 3 4 5 |
| - toimivat oma-aloitteisesti | 1 2 3 4 5 |
| - hallitsevat ammatin vaatimat teoretiedot | 1 2 3 4 5 |
| - hallitsevat ammatin vaatimat kädentaidot | 1 2 3 4 5 |
| - osaavat arvioida omaa työtään | 1 2 3 4 5 |

Mitkä ovat mielestänne keskeiset teoriaopetuksen / työssäoppimisen kehittämiskohteet?

C. OPPILAITOSYHTEISTYÖ

Salon seudun ammattiopistolla on hyvä maine työssäoppimisen yhteistyökumppanina

1 2 3 4 5

Millaista yhteistyötä haluaisitte tehdä ammattiopiston kanssa?

D. AMMATTIOSAAMISEN NÄYTÖT

Tänä vuonna haluamme erityisesti selvittää ammattiosaamisen näyttöihin liittyviä asioita. Mikäli teillä on ollut ammattiosaamisen näyttöjä kuluneen vuoden aikana, niin vastatkaa myös seuraaviin kysymyksiin.

1= ei ollenkaan 2= kohtalaisesti 3= Erittäin hyvin

Onko työpaikkaohjaajat perehdytetty ammattiosaamisen näyttöihin 1 2 3

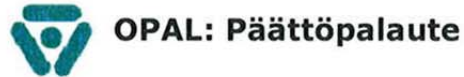
Miten paljon pystytte ohjaamaan opiskelijaa näytön aikana 1 2 3

Onko työpaikallanne mahdollista antaa näyttö laajana työtehtäväkokonaisuutena
KYLLÄ / EI

Ammattiosaamisen näyttöihin liittyvät kehittämiskohteet

KIITOS VASTAUKSESTANNE !

Salon seudun ammattiopisto / Laatutiimi



Hyvä opiskelija!

Olet ollut opiskelemaan työhallinnon rahoittamassa koulutuksessa. Tällä kyselyllä halutaan saada tietoja siitä, miten koulutus on sinun mielestäsi onnistunut. Opiskelijoiden vastauksia käytetään koulutuksen kehittämiseen.

Vastaa valitsemalla jokaisesta kysymyksestä yksi vaihtoehto, joka kuvaa parhaiten omaa mielipidettäsi tai tilannettasi. Vastaaminen on pakollista tähdellä (*) merkittyihin kysymyksiin. Muista merkitä myös koulutuksen alkamis- ja päättymispäivä.

Sinulla on 45 minuuttia aikaa täyttää sähköinen lomake. Yleensä tämä aika riittää hyvin. Jos arvelet, että aika ei riitä, tulosta vastauslomake tai pyydä se opettajalta. Kirjoittaudu ulos järjestelmästä ja täytä tulostettu lomake kaikessa rauhassa. Kirjoittaudu uudelleen järjestelmään ja täytä sähköinen lomake. Nyt lomakkeen täyttäminen onnistuu varmasti.

Käyttäjätunnukseksi voimassaolo päättyy, kun olet lähettänyt lomakkeen.

[Takaisin](#)

KOULUTUKSEN TIEDOT	
Numero:	637353
Nimi:	maarakennuskoneenkuljettaja
Koulutuksen järjestäjä:	Salon seudun aikuisopisto
Opiskelijoiden lukumäärä:	6
Alkamispäivämäärä:	01.02.2012
Päättymispäivämäärä:	30.12.2012

KOULUTUKSESI ALKAMIS- JA PÄÄTTYMISPÄIVÄMÄÄRÄ	
Koulutukseni alkoi (pp.kk.vvvv):	01.02.2012
Koulutukseni päättyi (pp.kk.vvvv):	30.12.2012

TAUSTAKYSYMYKSET

*** 1. Sukupuoli (u)**

1. Nainen 2. Mies

*** 2. Äidinkieli (u)**

1. Suomi 2. Ruotsi 3. Muu

*** 3. Ikä (vuosina) (u)**

1. alle 25 2. 25-34 3. 35-44 4. 45-54 5. 55-

*** 4. Koulutus: Korkein tutkinto, jonka olet suorittanut ennen tätä koulutusta (u)**

1. Kansa-, kansalais-, perus- tai keskikoulu 2. Lukio / ylioppilastutkinto 3. Ammatillinen tutkinto tai opistoaste 4. Ammattikorkeakoulu 5. Yliopisto 6. Muu

*** 5. Koulutukseen hakeutumisen syy (u)**

1. Ammatin hankkiminen 2. Ammatin vaihtaminen 3. Ammattitaidon kehittäminen 4. Muu peruste

*** 6. Tilanne työmarkkinoilla koulutuksen alkaessa (u)**

1. Työssä toisen palveluksessa 2. Työssä yrittäjänä 3. Muussa koulutuksessa 4. Työtön 5. Muu tilanne

7. Tilanne työmarkkinoilla koulutuksen päättyessä. Minulla on tiedossa (u)

*

- | | | | | | | |
|---------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------|-------------------------------|----------------|---|
| 1. Pysyvä työpaikka | 2. Määräaikainen työpaikka | 3. Harjoittelupaikka | 4. Ryhdyn yrittäjäksi | 5. Aloitan toisen koulutuksen | 6. Olen työtön | 7. Muu tilanne (työmarkkinoiden ulkopuolella esim. varusmiespalvelus, lastenhoito yms.) |
|---------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------|-------------------------------|----------------|---|

* 8. (Vastaa tähän kysymykseen vain, jos valitsit edellisessä kysymyksessä jonkin vaihtoehdoista 1-4.) Jos sinulle on varmistunut työpaikka, liittykö se saamaasi työvoimakoulutukseen (u)

- | | | | |
|------------------|--------------------|------------------|----------------|
| 1. Kyllä, täysin | 2. Kyllä, osittain | 3. En osaa sanoa | 4. Ei lainkaan |
|------------------|--------------------|------------------|----------------|

9. (Vastaa tähän kysymykseen vain, jos valitsit kysymyksessä 7 vaihtoehdon 6 "Olen työtön") Milloin arvioit saavasi työpaikan? (u)

- | | | | | |
|------------------------------------|---|---|---|--------------|
| 1. Kuukauden sisällä koulutuksesta | 2. Kahden kuukauden sisällä koulutuksesta | 3. Kolmen kuukauden sisällä koulutuksesta | 4. Kuuden kuukauden sisällä koulutuksesta | 5. Myöhemmin |
|------------------------------------|---|---|---|--------------|

OPPIMISYMPÄRISTÖ

10. Välineet, tarvikkeet, tilat ja oppimateriaalit ovat vastanneet koulutuksen vaatimuksia (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

11. Opettajien ja opiskelijoiden vuorovaikutus on mielestäni sujunut (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

12. Olen saanut kouluttajalta/kouluttajilta tarvitsemaani ohjausta ja palautetta (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

KOULUTUKSEN TOTEUTUS JA SISÄLTÖ

13. Koulutuksen tavoitteet on käyty läpi opiskelun alkuvaiheessa (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

14. Oppimistarpeeni, aikaisempi koulutus ja työkokemus on otettu huomioon henkilökohtaista opiskelusuunnitelmaani laadittaessa (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

15. Henkilökohtainen opiskelusuunnitelmani on toteutunut tavoitteiden mukaisesti (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

16. Saamani oppimistehtävät ovat tukeneet oppimistavoitteiden saavuttamista (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

17. Kouluttajan/kouluttajien asiantuntemus ja ammattitaito ovat vastanneet koulutuksen vaatimuksia (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

18. (Vastaa kysymykseen vain, jos olet tarvinnut lisäohjausta) Koulutuksen aikana saamani lisäohjaus esim. tukiopetus on toteutunut (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

19. (Vastaa kysymykseen vain, jos koulutuksen tavoitteena oli tutkinnon tai tutkinnon osan suorittaminen) Koulutus on antanut valmiudet osallistua näyttökokeisiin (u)

- | | | | | |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|
| 1. Huonosti | 2. Välttävästi | 3. Tyydyttävästi | 4. Hyvin | 5. Erinomaisesti |
|-------------|----------------|------------------|----------|------------------|

AMMATTITAIIDON KEHITTYMINEN

20. Koulutus kokonaisuutena on lisännyt ammattitaitoani (u)

Palautelomake

Sivu 3/3

1. Huonosti 2. Välttävästi 3. Tyydyttävästi 4. Hyvin 5. Erinomaisesti

21. Voin hyödyntää koulutuksessa oppimaani työelämässä (u)

1. Huonosti 2. Välttävästi 3. Tyydyttävästi 4. Hyvin 5. Erinomaisesti

TYÖPAIKOILLA TAPAHTUVA OPPIMINEN (Vastaa kysymyksiin vain, jos koulutukseen sisältyi työssäoppimista työpaikassa)

22. Työssäoppimisen sisältö ja tavoitteet sovittiin yhteisesti opiskelijan, kouluttajan ja työnantajan kesken (u)

1. Huonosti 2. Välttävästi 3. Tyydyttävästi 4. Hyvin 5. Erinomaisesti

23. Työssäoppiminen oli järjestetty työpaikalla mielestäni (u)

1. Huonosti 2. Välttävästi 3. Tyydyttävästi 4. Hyvin 5. Erinomaisesti

24. Työssäoppimisen aikana työnantajalta/työpaikkaohjaajalta saamani ohjaus oli hoidettu (u)

1. Huonosti 2. Välttävästi 3. Tyydyttävästi 4. Hyvin 5. Erinomaisesti

25. Työssäoppimisen aikana kouluttajalta saamani ohjaus ja tuki oli hoidettu (u)

1. Huonosti 2. Välttävästi 3. Tyydyttävästi 4. Hyvin 5. Erinomaisesti

26. Työssäoppimisjakson aikana saamani työtehtävät ovat tukeneet oppimistäni (u)

1. Huonosti 2. Välttävästi 3. Tyydyttävästi 4. Hyvin 5. Erinomaisesti

YLEISARVIO KOULUTUKSESTA

*** 27. Miten arvioit koulutuksen onnistuneen kokonaisuutena (u)**

1. Huonosti 2. Välttävästi 3. Tyydyttävästi 4. Hyvin 5. Erinomaisesti

MIELIPITEITÄ KOULUTUKSESTA JA TÄSMENNYKSIÄ VASTAUKSIIN

28. Mielipiteitä koulutuksesta ja täsmennyksiä vastauksiin (Enintään 1900 merkkiä)

Merkkien lkm:

[Takaisin](#)

© Työ- ja elinkeinoministeriö 2002-2011

Kiitos, että arvioinnillasi osallistut Salon seudun aikuisopiston koulutusten kehittämiseen!

Täytä lomake rastimalla se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa omaa mielipidettäsi. Joihinkin kohtiin voit vastata kirjoittamalla omin sanoin mielipiteesi.

Ole ystävällinen ja vastaa kaikkiin kohtiin.

Koulutus:

Kouluttaja(t): _____

Aika: _____

Taustatiedot

Ikä	<input type="checkbox"/> alle 20 vuotta	<input type="checkbox"/> 35 - 44 vuotta	
	<input type="checkbox"/> 20 - 24 vuotta	<input type="checkbox"/> 45 - 54 vuotta	
	<input type="checkbox"/> 25 - 34 vuotta	<input type="checkbox"/> yli 55 vuotta	
Asuinkunta	<input type="checkbox"/> Salo	<input type="checkbox"/> Sauvo	<input type="checkbox"/> Raasepori
	<input type="checkbox"/> Kemiönsaari	<input type="checkbox"/> Somero	<input type="checkbox"/> Hanko
	<input type="checkbox"/> Koski TL	<input type="checkbox"/> Turku	<input type="checkbox"/> Lohja
	<input type="checkbox"/> Paimio	<input type="checkbox"/> Kaarina	<input type="checkbox"/> Muu, mikä _____

Koulutuksen sisältö

		1	2	3	4	5	
Asiasisältö	erittäin huono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin hyvä
Opetusmateriaali	erittäin huono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin hyvä
Opetus- ja työtavat	erittäin huonot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin hyvät
Koulutuksen vaatavuustaso	erittäin helppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin vaikea
Koulutuksen sovellettavuus omaan työhön	erittäin huono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin hyvä
Oma aktiivisuuteni ja motivaationi koulutuksen aikana	erittäin huono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin hyvä
Koulutuksen kokonaisarvosana	erittäin huono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin hyvä

Järjestelyt

Koulutuksen yleisjärjestelyt (kutsut, opasteet jne.)	erittäin huonot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin hyvät
Koulutustilat	erittäin huonot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin hyvät
Mikäli koulutus sisälsi ruokailua/tarjoiluja, olitko tyytyväinen?	erittäin tyytymätön	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	erittäin tyytyväinen

Käännä!

Palautetta kouluttajalle/kouluttajille**Ehdotuksia ja ideoita oppilaitokselle / Mitä täydennyskoulutuksia haluaisin tulevaisuudessa**

Sain tiedon koulutuksesta

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> lehdestä | <input type="checkbox"/> esitteestä | <input type="checkbox"/> työ- ja elinkeinotoimistosta |
| <input type="checkbox"/> aikuisopiston nettisivuilta | <input type="checkbox"/> työnantajalta | <input type="checkbox"/> aikuisopiston koulutuskalenterista |
| <input type="checkbox"/> sähköpostilla | <input type="checkbox"/> radiosta | <input type="checkbox"/> muualta, mistä _____ |

**Kiitos arvokkaasta palautteestasi!
Hyödynnämme palautteita Salon seudun aikuisopiston
tulevien koulutusten suunnittelussa.**



Salon seudun aikuisopiston työelämäpalautekysely 2012

Salon seudun aikuisopiston työelämäpalautekysely 2012

Taustatiedot

Toimin *

yrittäjänä johto- tai esimiestehtävissä työntekijänä

Yrityksen/organisaation koko *

1-9 10-49 50-249 250 tai enemmän

Paikkakunta *

Salon seutu Muu, mikä paikkakunta?

Valitse sektori *

Yksityinen sektori Julkinen sektori

Toimiala *

- Asfaltti ja maarakennus
- Elektroniikka, sähkövoimatekniikka, kiinteistö- ja teollisuusautomaatio
- Kiinteistöhoito, rakentaminen ja LVI
- Koulutus
- Liiketalous ja hallinto
- Maatalous
- Matkailu- ja ravintotalous
- Metalliala
- Myynti ja markkinointi
- Puhdistuspalvelut ja kotityöpalvelut
- Terveystieteiden, hyvinvointi- ja sosiaalipalvelut
- Tietojenkäsittely
- Tukku- ja vähittäiskauppa
- Kunta, srk, muu julkinen hallinto
- Muu ala, mikä?

<http://www.webpolsurveys.com/Answer/SurveyParticipation.aspx?SDID=Fin588873&SID=deed0e77-c385-473a-bb5c-75c3437e6be5&dy=1368824036>[30.11.2012 15:18:03]

Ymmärtää alan ja työelämän tarpeita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuottaa laadukkaita palveluja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuottaa palvelut lupaamassaan ajassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuottaa palvelut lupaamallaan hinnalla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoaa tarvitsemani kaltaisen asiantuntijatuon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ratkaisee palveluissa ilmenevät ongelmat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuinka usein henkilökohtaista kanssakäymistä Salon seudun aikuisopiston kanssa tulisi mielestänne olla nykyiseen verrattuna ennen ja jälkeen toteutetun palvelun?

- Paljon useammin
- Hieman useammin
- Suunnilleen yhtä usein kuin nykyisin
- Hieman harvemmin
- Paljon harvemmin

Käyttääkö Salon seudun aikuisopisto mielestänne riittävästi aikaa suunnitellakseen sopivimman ratkaisun työyhteisönne/yrityksenne toiveiden ja odotusten mukaisesti?

- Aina
- Useimmiten
- Joskus
- Harvoin
- Ei koskaan

Koulutuksesta tai muusta saamastani palvelusta oli minulle henkilökohtaisesti hyötyä työelämässä.

- Erittäin samaa mieltä
- Jokseenkin samaa mieltä
- En juurikaan samaa mieltä
- Eri mieltä

Koulutuksesta tai muusta saamastani palvelusta oli työyhteisölleni/yritykselleni hyötyä.

- Erittäin samaa mieltä
- Jokseenkin samaa mieltä
- En juurikaan samaa mieltä
- Eri mieltä

Oletko suositellut Salon seudun aikuisopistoa muille?

- Kyllä
- En

Voisitko suositella Salon seudun aikuisopistoa muille?

- Ehdottomasti
- Mahdollisesti
- Tuskin. Miksi?
- En missään tapauksessa. Miksi?
- En osaa sanoa. Miksi?

Valitsisitko jatkossa Salon seudun aikuisopiston, kun tarvitset vastaavanlaista palvelua?

Vastaa Salon seudun aikuisopistosta saamasi kokemuksen perusteella.

- Hyvin todennäköisesti
- Melko todennäköisesti
- Ehkä, ehkä en
- Tuskin
- En missään tapauksessa

Mitä vielä haluaisit sanoa Salon seudun aikuisopistolle sen palveluista?

