

---

# **Asiakasohjeistuksen kehittäminen**

Case: MMD Networks Oy



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

Visamäki, kevät 2014

Taneli Jauhiainen



## VISAMÄKI

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma  
eLearning ja multimedia

---

<b>Tekijä</b>	Taneli Jauhiainen	<b>Vuosi</b> 2014
<b>Työn nimi</b>	Asiakasohjeistuksen kehittäminen Case: MMD Networks Oy	

---

## TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää toimeksiantajan asiakasohjeituksia ja samalla tutkia sosiaalista mediaa ja sen käyttöä yrityksissä. Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi MMD Networks Oy.

Teoriaosuudessa käsiteltiin sosiaalista mediaa ja hyödyntämistä asiakasohjeistuksien jakamisessa. Osuudessa tutustuttiin myös kuvaruutuvideoiden luomiseen ja UKK-osion rakentamista varten koskeviin tietoihin. Saatujen tietojen avulla voitiin alkaa työstämään videoita sekä UKK- osiota.

Käytännön osuudessa luotiin mallivideoita toimeksiantajalle käyttämällä Camtasia Studio 8 -ohjelmaa. Videoiden tarkoituksena oli toimia pohjana toimeksiantajan myöhempää käyttöä varten. Tämän lisäksi yrityksen sivuille tehtiin UKK. UKK:n tarkoituksena oli tuoda usein kysytyjä kysymyksiä ja niiden vastauksia helposti saataville.

Työssä lähetettiin myös asiakaskysely. Kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa ohjeistuksien ja asiakaspalvelun nykyinen tilanne. Saatujen tuloksien perusteella tekijä antoi jatkokehitysideoita toimeksiantajalle. Kyselyn tulokset olivat myös tärkeää dataa yrityksen asiakaspalvelun toiminnan seuraamista varten.

Työn tuloksien avulla toimeksiantaja voi kehittää omia asiakasohjeituksiaan sekä parantaa asiakaspalveluaan. Tulokset toimivat lähinnä suuntaa antavina parannuskeinoina.

**Avainsanat** sosiaalinen media, kuvaruutuvideo, asiakasohjeistus, UKK

**Sivut** 25 s. + liitteet 2 s.

VISAMÄKI

Degree Programme in Business Information Technology

---

<b>Author</b>	Taneli Jauhiainen	<b>Year</b> 2014
<b>Subject of Bachelor's thesis</b>	Improvement of customer instructions Case: MMD Networks Oy	

---

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to improve the instructions made for customers and to study the social media and its use in companies. This thesis was commissioned by MMD Networks Oy.

In the theoretical part the social media in general and its use were introduced. Screen casting and FAQ were also familiarized with to obtain information for recording screencast videos and building the FAQ. In addition, a questionnaire was sent to customers to get their opinion on the current state of customer support and instructions. The results of the questionnaire provide useful data for the company to follow the operations of their customer support.

In the practical part of the thesis screen casting test videos were made with the Camtasia Studio 8 program. The test videos will function as guidelines for a later use in MDD Networks Oy. Also, FAQ was added to the website of MMD to make the frequently asked questions and their answers easily available.

A poll was sent to customers to get their opinion about the current state of customer support and the instructions. Results were used to give ideas for future improvement. The poll also gave very useful data for MMD Networks Oy to improve their customer support later on.

Based on the results of this thesis MMD Networks Oy can now improve their instructions and customer support even more in the future. The results work as a great guideline for further improvements.

**Keywords** social media, screen casting, instructions, customer support

**Pages** 25 p. + appendices 2 p.

---

## KÄSITELUETTELO

### **UKK (Englanniksi FAQ)**

Usein Kysytyjä Kysymyksiä eli internetsivuille lisättävä osio, joka sisältää käyttäjien usein kysymiä kysymyksiä, sekä niiden vastaukset.

### **Yhteisöpalvelu**

Yhteisöpalvelu on verkkosivusto, jossa käyttäjä luo itsestään profiilin ja kommunikoi toisten käyttäjien kanssa. Esimerkkinä Facebook on yhteisöpalvelu.

### **Facebook**

Internetissä toimiva yhteisöpalvelu, jossa käyttäjät voivat jakaa esimerkiksi omasta elämästään tietoja.

### **Twitter**

Internetissä toimiva yhteisöpalvelu, jossa käyttäjät voivat jakaa omasta elämästään tietoja

### **PHP**

Websovelluksissa käytettävä ohjelmointikieli

### **WAV, AIFF, FIAC, MP2, MP3, Ogg Vorbis**

Äänitiedostomuotoja

### **Trial-versio**

Jonkin sovelluksen kokeiluversio. Yleensä mahdollista ladata maksullisista ohjelmista kokeeksi.

### **Resoluutio**

Ilmaisee näytön tarkkuudesta.

### **Zoomaus**

Tarkentaminen/kohdentaminen

### **Editointi**

Editointi tarkoittaa käsittelyä. Esimerkiksi videoita jälkikäsitellään eli editoidaan.

### **WWW-sisällönhallintajärjestelmä**

Sisällönhallintajärjestelmällä voidaan helposti lisätä sisältöä internetsivuilla ja muokata niitä.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	TOIMEKSIANTAJA .....	2
3	SOSIAALINEN MEDIA JA SEN KÄYTTÖ YRITYKSISSÄ .....	3
3.1	Sosiaalinen media yrityksissä.....	4
3.2	Asiakasohjeistuksien jakaminen sosiaalisessa mediassa.....	5
4	ASIAKASOHJEISTUKSEN NYKYINEN TILANNE .....	6
4.1	Ohjeistuksien etsintä ja lopputulos.....	7
5	ASIAKASOHJEISTUKSEEN TEHTÄVÄT UUDISTUKSET .....	8
5.1	Kuvaruutuvideot.....	8
5.1.1	Videoiden suunnittelu.....	8
5.1.2	Esitysten pituus.....	9
5.1.3	Työkaluja esitysten luomiseen .....	9
5.1.4	Vaihtoehtoinen työkalu .....	13
5.2	Äänet kuvaruutuvideoihin .....	15
5.3	UKK toimeksiantajan sivuille .....	16
5.4	Tulevaisuudessa mahdollinen wiki yrityksen sivuille.....	17
6	VIDEO-OHJEISTUKSIEN TEKEMINEN.....	18
6.1	Suunnittelu ja käsikirjoituksen teko .....	18
6.2	Kuvausprosessi.....	19
6.3	Puheen nauhoitus.....	20
6.4	Nauhoitusten editoimisvaihe .....	20
6.5	Youtube-kanavan luominen ja videoiden lisääminen .....	20
7	UKK RAKENTAMINEN YRITYKSEN SIVUILLE.....	20
7.1	Suunnittelu yhdessä asiakaspalvelun kanssa.....	21
7.2	UKK:n lisääminen sivuille .....	21
7.3	Päivitettävyys jatkossa .....	22
8	ASIAKASKYSELY .....	22
8.1	Kysymyksien valinta.....	22
8.2	Vastaukset .....	22
9	JATKOKEHITTÄMINEN .....	24
10	YHTEENVETO .....	25
	LÄHTEET .....	26



## 1 JOHDANTO

Asiakaspalvelun kehittäminen on yrityksille tärkeää ja monet yritykset jakavat erilaisista palveluistaan ohjeistuksia verkkoon. Sosiaalisen median yleistyessä ohjeistuksia on ollut helppo saada asiakkaiden nähtäväksi. Monilla yrityksillä on käytössä Facebook- ja Twitter-sivut ja asiakkaiden nähtäväksi jaetaan useita video-ohjeistuksia palveluista.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää toimeksiantajan tarjoamien palveluiden asiakasohjeistusta ja siihen liittyvää strategiaa. Toimeksiantaja toimii MMD Networks OY. Yritys tarjoaa monipuolisia internet-palveluita.

Työssä aluksi tutustutaan sosiaaliseen mediaan ja sen käyttöön yrityksissä, sekä esitellään erilaisia tapoja jakaa ohjeistuksia. Työssä kartoitetaan toimeksiantajan asiakasohjeistuksien nykyinen tilanne, sekä tutkitaan erilaisia vaihtoehtoja joiden avulla voidaan parantaa nykyisiä ohjeistuksia.

Vaihtoehtojen tutkimisen jälkeen työssä tehdään toimeksiantajan toivomia parannuksia, jotka ovat video-ohjeistukset ja UKK yritysten nettisivuille. Toimeksiantajalle annetaan myös ideoita ja ehdotuksia asiakasohjeistuksen jatkokehitykseen.

Työssä myös lähetetään toimeksiantajan asiakkaille kysely, jonka tarkoituksena on selvittää, millaisia parannuksia asiakkaat haluaisivat. Kyselyn avulla selvitetään myös asiakkaiden mielipiteitä nykyisestä asiakaspalvelusta.

Työssä keskeisiä tutkimuskysymyksiä ovat ”Millainen on ohjeistuksien nykyinen tilanne?”, ”Millainen on optimaalinen ohjeistus asiakkaille?”, ”Miten ohjeistukset jaetaan asiakkaille?” ja ”Miten ohjeistuksia voidaan kehittää jatkossa?”.

## 2 TOIMEKSIANTAJA

MMD Networks Oy on Tampereella sijaitseva yritys, jolla on yli 4000 asiakasta. Yrityksen arvoihin kuuluu ehdoton ahkeruus ja rehtiys asiakkaita kohtaan. Työntekijät koostuvat asiakaspalvelijoista, koodareista ja palvelinosajista. Vakituksia työntekijöitä on tällä hetkellä viisi.

Yrityksen päätuotteita ovat webhotellit, verkkotunnukset, sähköposti, palvelimet ja pilvi, sekä asiakkaiden toimintaa helpottavat ja parantavat palvelut ja sovellukset. Toimeksiantaja on palvellut ammattitaitoisesti asiakkaitaan jo kymmenen vuotta.

Toimeksiantajalle on myönnetty toiminnastaan suomalainen Avainlippu osoituksena laadukkaasta kotimaisesta palvelusta. Tuhansista asiakkaista yli yhdeksän kymmenestä suosittelee MMD Networks Oy:tä eteenpäin.

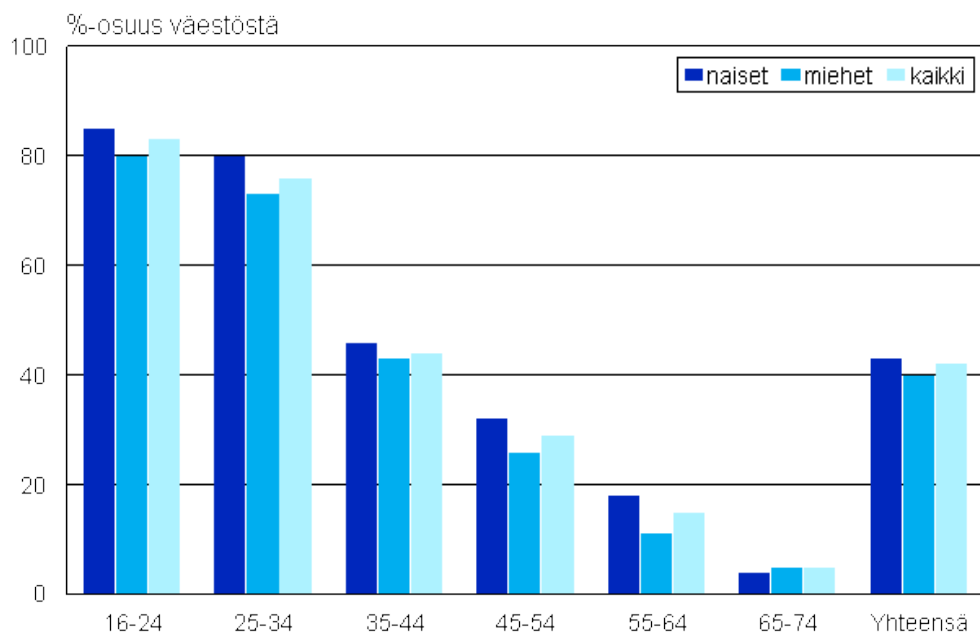
MMD Networks Oy pyrkii takaamaan laadukkaan palvelukokonaisuuden ja erinomaisen kokemuksen asiakkailleen.



### 3 SOSIAALINEN MEDIA JA SEN KÄYTTÖ YRITYKSISSÄ

Sosiaalinen media käsitteenä on yleensä tulkittu monella eri tapaa. Sanastokeskus TSK on julkaisemassaan sosiaalisen median sanastossaan määritellyt sen olevan tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita. (Sanastokeskus TSK 2010)

Sosiaalisen median tunnetuimpia palveluita ovat yhteisöpalvelu Facebook, videoiden jakelupalvelu Youtube, blogipalvelu Blogger ja mikroblogauspalvelu Twitter. Vuoden 2010 keväällä oli johonkin yhteisöpalveluun (Facebook, Twitter ja vastaavat) rekisteröitynyt 42 prosenttia 16 – 74 -vuotiaista suomalaisista. Nuoret ja nuoret aikuiset ovat eniten kiinnostuneita käyttämään yhteisöpalveluita. Jopa 83 prosenttia 16 - 24-vuotiaista ja 76 prosenttia 25 - 34-vuotiaista oli rekisteröitynyt jäseniksi, mutta kuitenkin 35 - 44-vuotiaista vain 44 prosenttia oli rekisteröitynyt jäseniksi. Kiinnostuksen taso yhteisöpalveluiden käyttöä kohtaan vanhimmissa ikäryhmissä on todella vähäistä. Naiset ovat hieman miehiä yleisimmin yhteisöpalveluiden jäseniä kaikissa ikäryhmissä. (Tilastokeskus 2010)



Kuvio 1. Yhteisöpalveluihin rekisteröityminen 2010 (Tilastokeskus 2010)

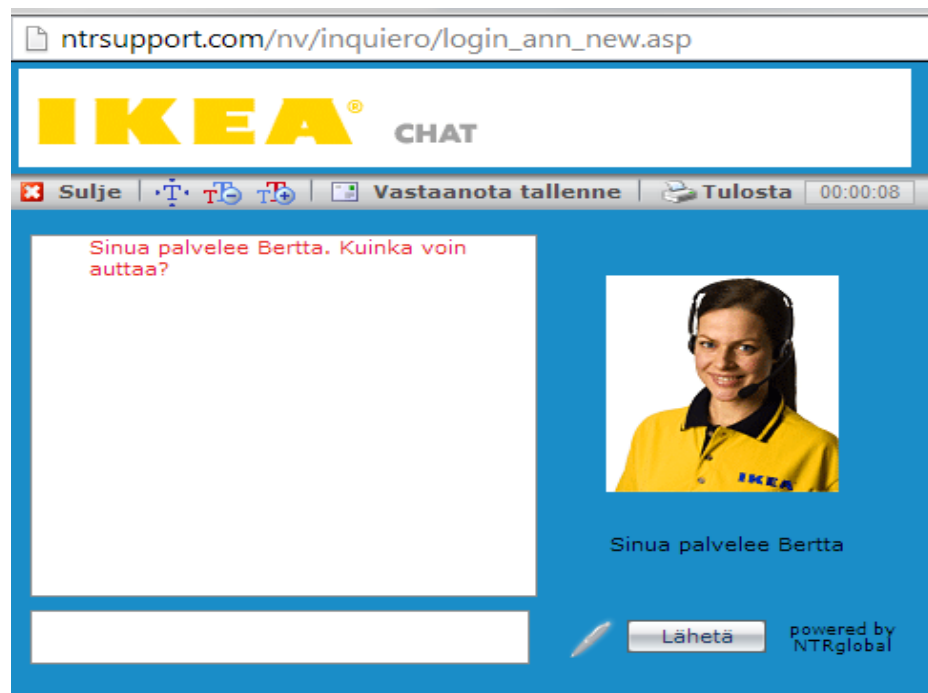
Kuviossa 1. on esitettyä vuonna 2010 yhteisöpalveluihin rekisteröityneiden %-osuus väestöstä.

Noin neljä kymmenestä suomalaisesta kirjoittaa internetiin, kun sähköposti pois lukien otetaan huomioon kaikki internetin tarjoamat mahdollisuudet kommunikointiin. Valtaosa internetissä tapahtuvasta kommunikoinnista kohdistuu yhteisöpalveluihin kuten Facebook ja Twitter. Noin kolmannes 16 - 74 -vuotias suomalainen seuraa viikoittain jotain yhteisöpalvelua. (Tilastokeskus 2010)

### 3.1 Sosiaalinen media yrityksissä

Yrityksissä, joissa palvelut tai tuotteet pyritään tuottamaan siten, että ne vastaavat mahdollisimman hyvin asiakkaiden tarpeita ja vaatimuksia, on pohdittu, miten asiakaspalvelua tulisi kehittää. Kontaktointi asiakkaiden kanssa on tärkeää, riippumatta siitä, minkäkokoinen palveluita tarjoava yritys on. (Viestintätoimisto Tulus n.d.)

Sosiaalisen median avulla asiakkaat voivat antaa palautetta yrityksille nopeasti ja helposti. Monien yritysten sivuilta löytyvä livechat-palvelu on erinomainen sosiaalisessa mediassa toimiva asiakaspalvelun väline. Esimerkiksi Ikea on jo ottanut käyttöönsä tällaisen palvelun ([http://www.ikea.com/ms/fi\\_FI/aktivitet/chat.html](http://www.ikea.com/ms/fi_FI/aktivitet/chat.html)). Niissä yrityksissä, joissa chat-palveluita hyödynnetään on aikaa vievistä ja asiakaspalvelua hidastavista sähköposteista päästy jo lähes kokonaan eroon. (Viestintätoimisto Tulus n.d.)



Kuva 1. Näkymä Ikean käyttämästä chat-palvelusta

Yrityksen julkaisema sisältö sosiaalisessa mediassa parantaa asiakassuhteiden syntymistä ja kehittymistä. Laadukas sisältö vaikuttaa siihen, että useampi sosiaalisen verkoston käyttäjä liittyy yrityksen Facebook sivuille tai vastaavasti siirtyy seuraamaan esimerkiksi yrityksen Youtube- tai Twitter-tiliä. Tämä mahdollistaa helpon tavan aloittaa keskustelu asiakkaiden kanssa, sekä se antaa asiakkaille mahdollisuuden jopa vaikuttaa yritykseen. (Viestintätoimisto Tulus n.d.)

### 3.2 Asiakasohjeistuksien jakaminen sosiaalisessa mediassa

Ohjeistuksia on mahdollista jakaa sosiaalisessa mediassa monella eri tavalla. Monet yritykset jakavat PDF- ja PowerPoint- esityksiään SlideShare- nimisessä palvelussa. Palvelua käyttävät esimerkiksi IBM ja Hewlett Packard. (SlideShare Inc n.d.)

SlideShare on palvelu, jossa käyttäjä voi ladata omia kalvoesityksiään muiden nähtäväksi. Palvelu on pääsääntöisesti tarkoitettu yrityksille, mutta myös yksityinen henkilö voi sitä käyttää. Esitykset voivat olla julkisia tai ne ovat mahdollista piilottaa myös yksityisiksi. SlideSharen ladattuja esityksiä on mahdollista jakaa eteenpäin Twitteriin ja Facebookiin. Palvelusta on myös saatavilla maksullisia versioita, joiden avulla käyttäjä voi parantaa esityksiensä esittämistä. SlideSharen sivuilla vieraile kuukausittain miljoonia ihmisiä, comScoren tekemän mittauksen mukaan vuoden 2012 marraskuussa sivuilla vieraili 51,6 miljoonaa ihmistä. (SlideShare Inc n.d.)

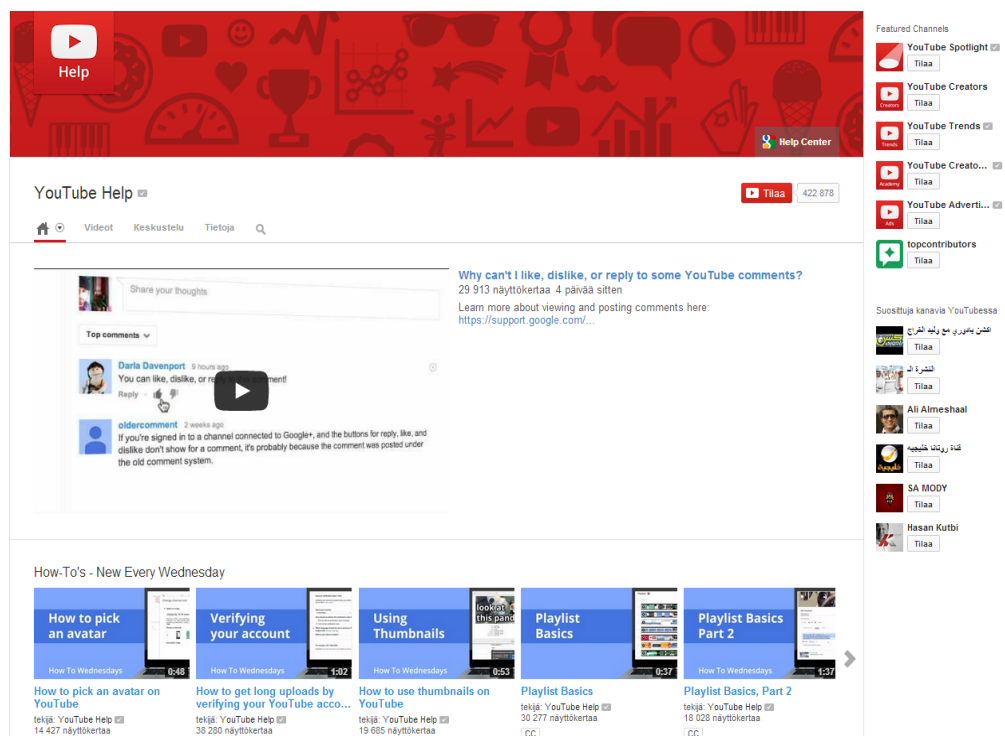


Kuva 2. Näkymä SlideShare palvelusta ja esityksestä.

Kuvassa 2. on esitetty näkymä SlideShare palvelusta. Vasemmassa reunassa ovat toiminnot sosiaalisessa mediassa jakamista varten. Kuvan keskellä on itse esitys ja oikeassa reunassa ovat esitykseen mahdollisesti liittyvät muut esitykset.

Toinen yleinen palvelu, jonka avulla yritykset jakavat ohjeistuksiaan on Youtube. Youtube on palvelu, johon käyttäjä voi ladata tekemiään videoita muiden käyttäjien katseltavaksi. Yli miljardi käyttäjää vierailee Youtubessa kuukausittain. Käyttäjistä yli 70 % tulee Yhdysvaltojen ulkopuolelta. Käyttäjät lataavat Youtubeen joka minuutti noin 100 tuntia videosisältöä. (Youtube n.d.)

Youtubessa käyttäjät luovat itselleen oman kanavan, johon he voivat lisätä omia videoita. Videoiden tulee kuitenkin noudattaa tekijänoikeuksia ja Youtuben yleisiä sääntöjä. (Youtube n.d.)



Kuva 3. Näkymä Youtuben omasta video-ohjeistuksia sisältävästä kanavasta.

Kuvassa 3. on esitetty näkymä Youtubesta. Keskellä on esitettävänä oleva video ja siihen liittyvät tiedot. Oikeassa reunassa ylhäällä on kanavan omistajan muut ylläpitämät kanavat esillä. Kuvan alareunassa on soittolista, jossa ovat tarjolla muut esitykseen liittyvät videot.

## 4 ASIAKASOHJEISTUKSEN NYKYINEN TILANNE

Toimeksiantajan mukaan asiakasohjeistus kaipaa kehittämistä. Nykytilanteen selvittämiseksi tarkasteltiin toimeksiantajan tarjoamia palveluita ja etsittiin niihin tarjolla olevia julkisia ohjeistuksia.

Ohjeistuksia tutkittaessa ja parannuksia selvittäessä toteutettiin ohjaavaa tutkimusta.

Ohjaavan tutkimuksen tavoitteena on esittää, kuinka kohdetta voidaan parantaa, eikä se keskity ainoastaan hankkimaan tietoa tutkimuskohteesta. Ohjaavan tutkimuksen tarkoituksena on antaa parannusehdotuksia mahdollisia myöhempiä vastaavia kohteita varten. (Routio 2007.)

### 4.1 Ohjeistuksien etsintä ja lopputulos

Tutkimuksessa etsittiin ohjeistuksia toimeksiantajan verkkosivuilta ja yrityksen tarjoamien yksittäisten palveluiden omilta sivuilta. Palveluihin liittyviä ohjeistuksia ei ollut julkisesti näkyvillä merkittävää määrää ja ne olivat ainoastaan kirjallisessa muodossa, sekä jääneet useaan kertaan päivittämättä.



Kuva 4. Toimeksiantajan tarjoaman julkaisujärjestelmän ohjeistuksia.

Tähän työhön on tuotu esimerkkinä toimeksiantajan tarjoaman julkaisujärjestelmän ohjeistukset (kuva 4.). Ohjeistukset ovat kirjallisia ja järjestelmän kehittyessä ne ovat jääneet päivittämättä.

Toimeksiantajan pyynnöstä ja ratkaisuna ohjeistuksien päivittämiseen on se, että ohjeistuksia tehtäisiin monella eri tapaa. Tarkoituksena on myös, että ohjeistuksia olisi helppo jakaa asiakkaille tulevaisuudessa ja ne olisivat selkeitä ja riittäviä. Tässä työssä kuitenkin pyritään tuomaan esille vain muutama tärkeä ratkaisu, jotta työ olisi rajattu järkevästi.

Työn lopussa tullaan antamaan toimeksiantajalle mahdollisia jatkokehitysideoita tulevaisuuden varalle.

## 5 ASIAKASOHJEISTUKSEEN TEHTÄVÄT UUDISTUKSET

MMD Networks Oy on käyttänyt asiakkaidensa ohjeistuksiin pääsääntöisesti kirjallisia ohjeita. Nykyiset asiakkaille kohdistetut ohjeet tarvitsevat monipuolisen päivittämisen ja koko asiakasohjeistukseen vaikuttava strategia vaatii uudistamista.

Käyttöohjeiden tarkoituksena on antaa tietyn palvelun käyttäjille sen turvallista ja oikeaa käyttämistä koskevaa tietoa. Käyttöohjeissa esiintyvää tietoa voidaan esittää tekstinä, sanoina, symboleina, näköön tai kuuloon perustuvana tietona. Tiedon esittämiseen voidaan käyttää yksittäistä esittämistapaa tai useampi tapa voidaan yhdistää keskenään esimerkiksi videossa. (Suomen Standardisoimisliitto n.d.)

### 5.1 Kuvaruutuvideot

Kuvaruutuvideo on digitaalinen video, jossa esitys luodaan tietokoneen näytöllä esitettävästä tapahtumasta. Kuvaruutuvideot ovat suunniteltu opetus- ja viihdekäyttöön. Kuvaruutuvideoiden avulla voidaan luoda selkeämpiä ja informatiivisempia ohjeistuksia kuin käyttämällä kirjallisia ohjeita, jotka sisältävät muutamia kuvankaappauksia. (Udell 2005)

Hyvän opetuskäyttöön tarkoitetun kuvaruutuvideon luominen vaatii hyvän suunnittelun ja käsikirjoituksen lisäksi myös huolellisen editoinnin. Editoinnin avulla voidaan poistaa huono ja tarpeeton sisältö. Esityksen on oltava helposti seurattava. (Ruffini 2012.)

#### 5.1.1 Videoiden suunnittelu

Ennen esityksen aloittamista on tärkeää kirjoittaa käsikirjoitus. Käsikirjoituksen lisäksi on oleellista harjoitella esitystä ennen videon nauhoittamista. Harjoittelun avulla esittäminen on tutumpaa ja lopullinen video on laadukkaampi. (Hay 2008.)

Käsikirjoituksessa esitys on järkevää jakaa erilaisiin vaiheisiin. Vaiheiden avulla on helppo seurata esityksen kulkua ja tarttua mahdollisiin ongelmiin. Käsikirjoitus auttaa poistamaan ylimääräisiä asioita, sekä pitää esityksen kulun järkevänä ja vähentää harhailua aiheesta. Suunnitelmaan on hyvä sisällyttää tarkasti sanottava asia. Esiintyjän on tärkeää puhua hitaasti, selkeästi ja luonnollisesti. Käsikirjoitus on hyvä asettaa tietokoneen näytön vierelle esityksen ajaksi, jotta sen seuraaminen on vaivatonta esitystä tehdessä. (Screencast n.d.)

### 5.1.2 Esitysten pituus

Opetuskäyttöön tarkoitettun kuvaruutuvideon pituus on normaalisti muutaman minuutin mittainen. Liian pitkän esityksen haittavaikutuksena on katsojan kiinnostuksen vähentyminen. (Zeitler 2010.)

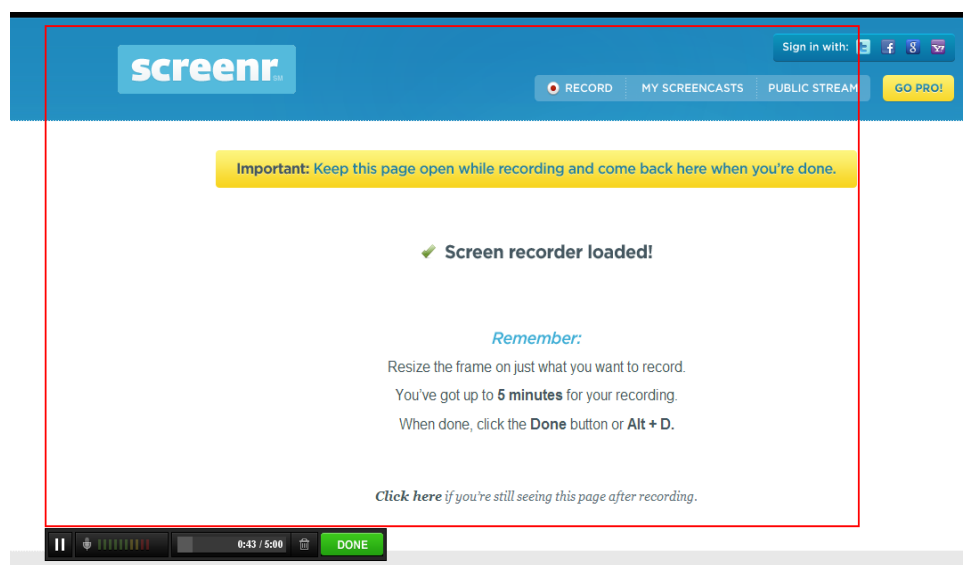
Hyvin käsikirjoitetun lyhyen esityksen pituus voi olla vain 90 sekuntia. Englanniksi tällaista lyhyttä esitystä kutsutaan short how-to videoksi. Lyhyen videon tekeminen vähentää editoimisen tarvetta. (Udell 2005.)

Suosittelava resoluutio esitysten kuvaamiseen on 800x600, mutta myös 1024x768 on mahdollista käyttää. Matalan resoluution avulla kuvattavat videot säilyvät sopivan kokoisina. Kuvaruutuvideoiden tavoite ja kohde mahdollistavat sen, että ne ovat mahdollista myös kuvata matalalla resoluutiolla ilman, että laatu heikkenee merkittävästi. (Udell 2005.)

### 5.1.3 Työkaluja esitysten luomiseen

Tässä aliluvussa on tarkoituksena tutustua ilmaisiin kuvaruutuvideoiden tekemiseen tarkoitettuihin ohjelmiin. Nämä ohjelmat ovat Screenr, Camstudio ja Screencast-O-Matic. Ohjelmat valittiin tutkittavaksi, koska ne olivat opinnäytetyön tekijälle tuttuja ennestään. Screenr ja Screencast-O-Matic olivat google haun kärjessä kun hakusanaksi asetettiin ”top online screen recorder”:

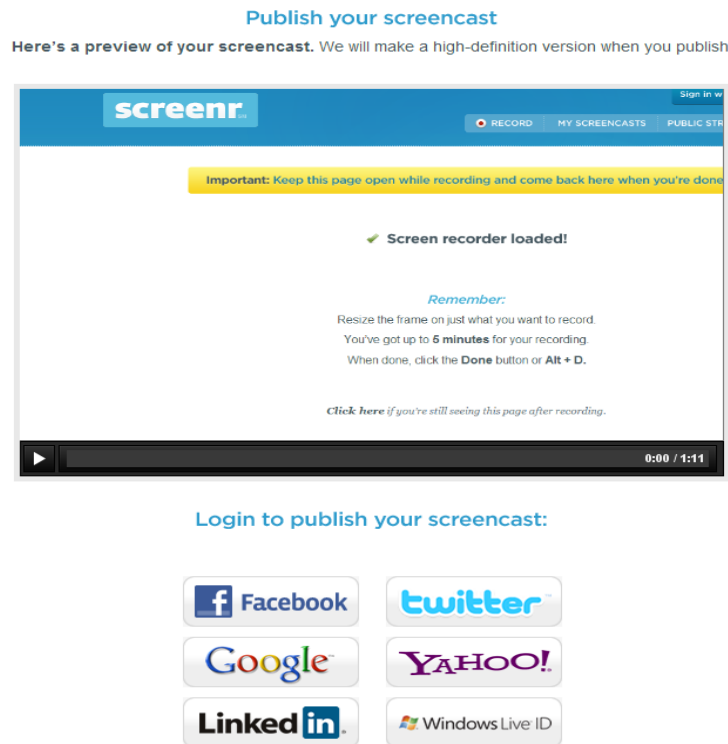
Screenr on verkossa toimiva kuvaruutuvideoiden tekemiseen tarkoitettu ohjelma. Screenr:n on kehittänyt Articulate, joka kehittää e-learning sovelluksia. Screenr:n avulla käyttäjä voi jakaa esityksiänsä sosiaaliseen mediaan. Kaikki tällä ohjelmalla tehdyt esitykset ovat julkisia ja yksittäinen video on rajattu kestämään maksimissaan viisi minuuttia. (Screenr n.d.)



Kuva 5. Screenr:n nauhoitusnäkyvä

Kuvassa 5. on esitettynä Screener ohjelman kuvankaappausikkuna. Kaappaukseen tarkoitettua aluetta voidaan laajentaa ja pienentää tarvittaessa. Kesken esityksen kuvaamisen on mahdollista pitää taukoja painamalla uudestaan nauhoituspainiketta. Screenr:lla tehtyihin videoihin ei ilmesty lainkaan ilmaisohjelmille tyypillisiä vesileimoja.

Screenr:ssa tehtyjen valmiiden videoiden julkaisemista varten käyttäjän tarvitsee olla rekisteröitynyt johonkin tarvittavista yhteisöpalveluista (kuva 6.). Valmiita videoita ei ole mahdollista jälkikäsitellä ja ne ovat mahdollista vain tallentaa käyttäjälle itselleen MP4- muodossa tai jakaa Youtubeen.



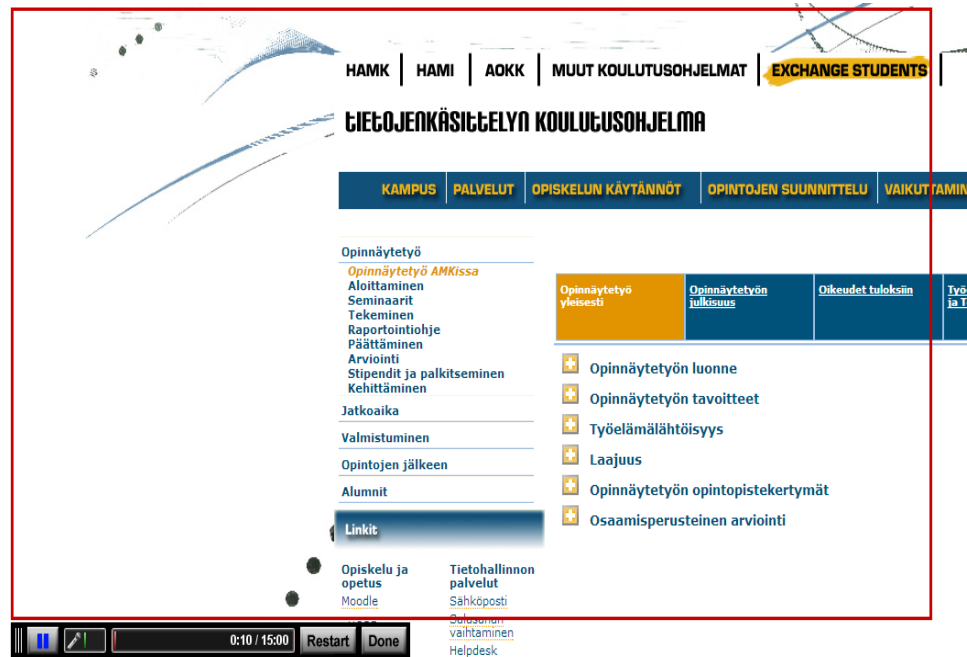
Kuva 6. Screenr:n näkymä ennen esityksen julkaisua

Screenr on toimiva vaihtoehto lyhyiden esitysten tuottamiseen, jotka eivät vaadi jälkikäsitelyä ja ne voidaan suoraan jakaa eteenpäin. Ohjelmaan tutustumista varten tehtiin lyhyt 30 sekunin kestoinen testivideo.

Screenr:sta on olemassa myös maksullinen business versio. Versio tarjoaa käyttäjälleen lisäominaisuuksia ja erilaisia uusia toimintoja. Version avulla käyttäjän on mahdollista muokata ulkoasua ja tuoda esiin esimerkiksi oman yrityksensä logon. Käyttäjä saa myös itsellensä analytiikka – toiminnon, jonka avulla on mahdollista seurata katsojien määrää. (Screenr Business n.d.)

Screenr:n jälkeen tutustuttiin Screencast-O-Matic nimiseen ohjelmaan. Screencast-O-Matic on verkossa toimiva kuvaruutuvideoiden kuvaamiseen tarkoitettu ohjelma. Screencast-O-Maticilla on mahdollista kuvata maksimissaan 15 minuutin mittainen esitys. (Screencast-O-Matic n.d.)



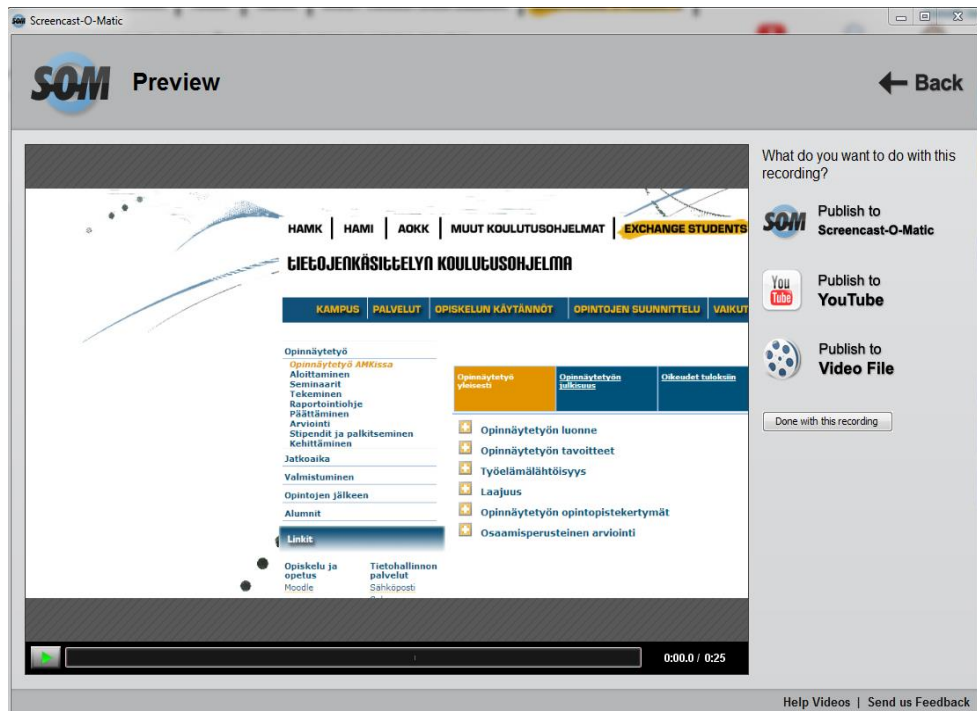


Kuva 7. Screencast-O-Matic ohjelman nauhoitusnäky

Screencast-O-Maticissa on mahdollista rajata haluttu nauhoitusalue (kuva 7). Ohjelmassa on myös mahdollista nauhoittaa web-kameran näkymää ja valita lähde äänelle. Esitys on mahdollista tauottaa halutussa vaiheessa painamalla uudestaan nauhoituspainiketta.

Screencast-O-Maticista on myös olemassa maksullinen versio. Pro –versio tarjoaa käyttäjälleen lisäominaisuuksia videoiden tekemiseen. Ominaisuuksiin kuuluu esimerkiksi työkaluja editointiin, web-kamera toiminto ja Pro –versiossa ei tule näkyviin vesileimoja. (Screencast-O-Matic n.d.)

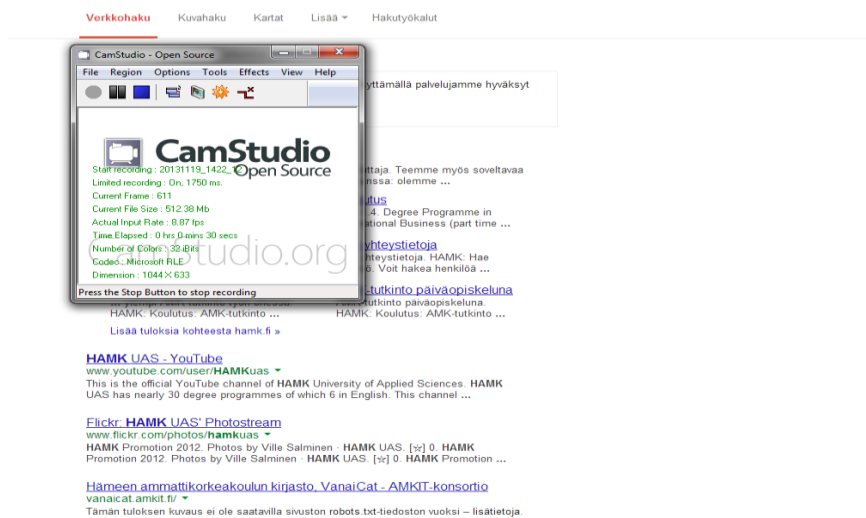
Nauhoituksen päätteeksi (kuva 8) video on mahdollista julkaista Youtubeen tai ohjelman omilla verkkosivuilla. Video on myös mahdollista ladata käyttäjälle itselleen. Screencast-O-Maticin ilmaisversiolla kuvatuihin videoihin tulee vesileima. Vesileima voi olla mahdollinen rajoittava tekijä ilmaista ohjelmaa valittaessa.



Kuva 8. Näkymä videon julkaisumahdollisuuksista kuvauksen jälkeen.

Molempien verkossa käytettävien kuvausohjelmien jälkeen tutustuttiin Camstudio ohjelmaan. Camstudio on verkosta ladattava ilmainen ohjelma kuvaruutuvideoiden tekemiseen. Tällä hetkellä Camstudio:sta on käytössä versio 2.7.2 ja ohjelmaa päivitetään ongelmien ilmentyessä. Camstudion lisenssi antaa käyttäjälle mahdollisuuden käyttää sitä kaupallisessa ja yksityisessä käytössä. (Camstudio n.d.)

Camstudion peruskäyttöliittymä avautuu näkyviin, kun käyttäjä on ladannut ja asentanut ohjelman tietokoneelleen. Käyttäjä voi valita kaapattavan kuvausalueen, sekä äänilähteen joko mikrofonia tai tietokoneesta itsestään. Videon tekniset tiedot ilmestyvät esille kuvauksen alkaessa (kuva 9).



Kuva 9. Näkymä videon nauhoituksesta Camstudion avulla

Valmis esitys voidaan tallentaa AVI -tiedostona. Video on mahdollista esikatsella heti tallennuksen jälkeen. Camstudiassa on mahdollista muokata kursorin ulkoasua ja sen väriä voi vaihtaa. Opinnäytetyön tekijä huomasi, että joidenkin kursorin asetusten vaihto aiheutti lievää tökkimistä ja hidastelua. Camstudio on kuitenkin monipuolinen ohjelma kuvaruutuvideoiden tekemiseen.

Jokainen tässä aliluvussa esitelty ohjelma on oivallinen työkalu kuvaruutuvideoiden tekemiseen. Screenr:n ja Screencast-O-Matic:n hyviksi puoleiksi voidaan mainita, että niitä on mahdollista käyttää missä vain, koska ne toimivat verkon kautta. Etuna on myös molempien ohjelmien helppokäyttöisyys.

### 5.1.4 Vaihtoehtoinen työkalu

Tässä aliluvussa on tarkoituksena tutustua lyhyesti maksulliseen kuvausohjelmaan trial-version avulla. Maksullisella ohjelmalla on tarkoituksena tuoda esiin vaihtoehto toimeksiantajalle videoiden luomiseen. Maksulliset ohjelmat sisältävät yleensä monipuolisempia ratkaisuja videoiden tekemiseen. Esittelyssä on Camtasia Studio 8, jonka on tehnyt TechSmith.

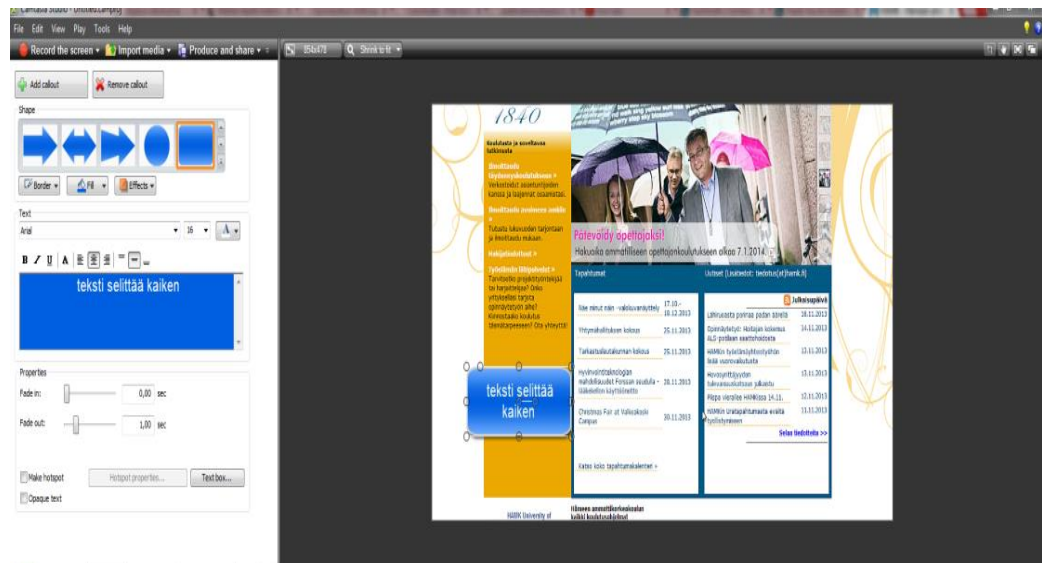
Camtasia Studio mahdollistaa kuvaruutuvideoiden kuvaamisen lisäksi myös videoiden jälkikäsitteilyn, sekä monipuoliset mahdollisuudet julkaista esityksiä. Camtasia studiosta on olemassa myös versio Mac käyttöjärjestelmään. (TechSmith Camtasia n.d.)



Kuva 10. Videon kuvaamista Camtasia Studio 8:lla

Kuvausvalikosta (kuva 10) on mahdollista valita kaappausalue, web-kameralla kuvaaminen ja äänilähde. Kuvaaminen aloitetaan painamalla isoa punaista rec-painiketta. Camtasiassa kuvatessa ei ole pakko käyttää ääntä, sillä editointi vaiheessa on mahdollista lisätä tekstilaatikoita

selittämään tapahtumia (kuva 11). Tekstilaatikot ovat yksi syy, jonka takia Camtasia Studio 8 otettiin tarkasteluun. Toimeksiantajalla oli toivomus, että kuvaruutuvideoihin olisi mahdollista äänen sijaan lisätä tekstiä tarvittaessa.



Kuva 11. Tekstikenttien lisääminen videoihin

Camtasia Studio 8 sisältää hyvät videoiden mahdollisuudet videoiden jälkikäsitteilyyn (kuva 12). Ääniraitoja on mahdollista muokata ja poistaa, sekä tuoda jälkeempään nauhoitettua ääntä lisäksi. Editointi vaiheessa on myös mahdollista lisätä erilaisia tehosteita.



Kuva 12. Editointi näkymä

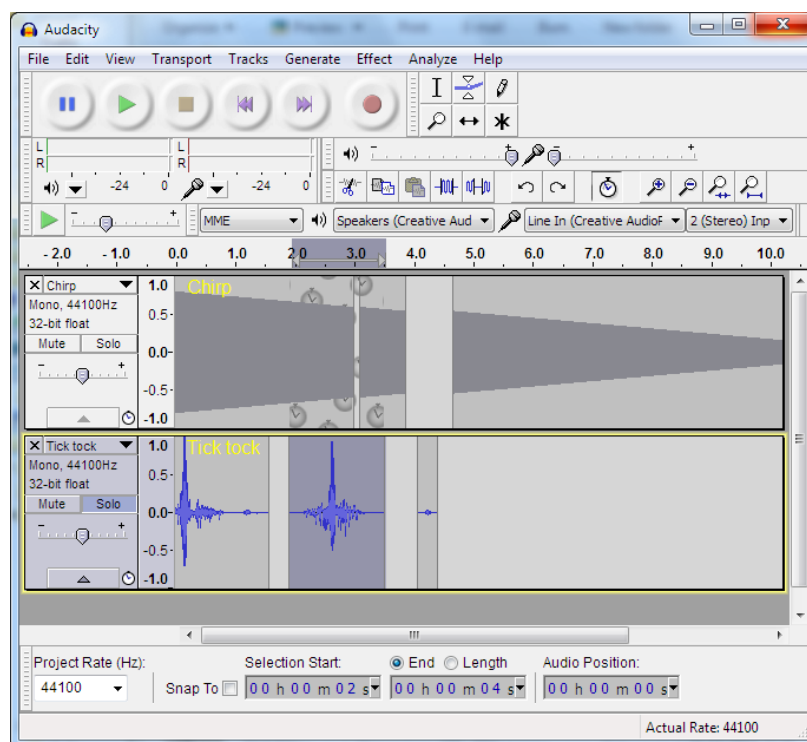
Camtasia Studio 8 on erinomainen maksullinen vaihtoehto videoiden tekemiseen, jos käyttäjä tarvitsee monipuolisia toimintoja ja mahdollisuuden jälkikäsitteilyyn. Tähän opinnäytetyöhön kuuluvan videon tekemiseen tullaan käyttämään Camtasia Studio 8 ohjelmaa, koska se sisältää mahdollisuuden lisätä toimeksiantajan toivomia tekstilaatikoita.

## 5.2 Äänet kuvaruutuvideoihin

Puheen nauhoittaminen samalla kun nauhoittaa itse videota on vaativaa ja mahdollistaa monien virheiden syntymisen. Hyvä vaihtoehto on kuvata ensin itse video ja lisätä jälkikäsitellyssä erikseen nauhoitettu ääniraita. (Udell 2005.)

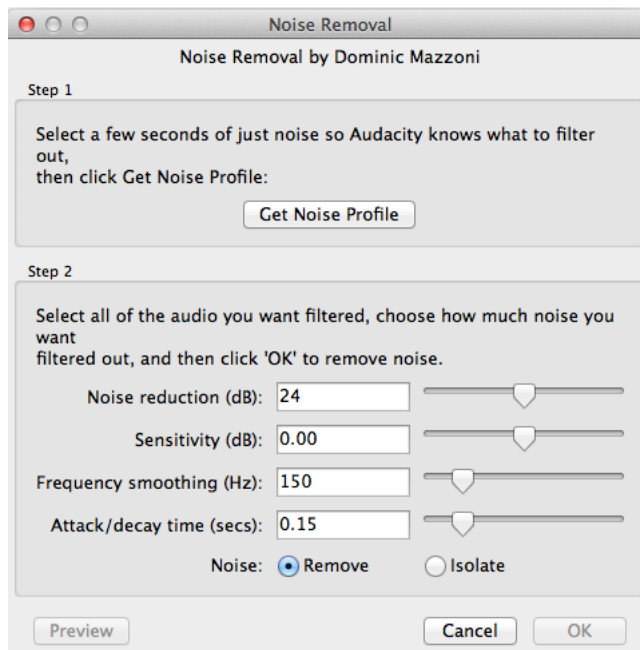
Audacity on ilmainen avoimen lähdekoodin ääniraitojen käsittelyyn tarkoitettu ohjelma. Ohjelma julkaistiin vuoden 2000 toukokuussa. Audacity on mahdollista ladata Windows, Mac OS X ja Linux käyttöjärjestelmille. (Audacity n.d.)

Ohjelman avulla käyttäjän on mahdollista editoida WAV, AIFF, FLAC, MP2, MP3 tai Ogg Vorbis äänitiedostoja. Käyttäjä voi liittää, leikata, miksata ja kopioida ääniä yhteen. (Audacity n.d.)



Kuva 13. Audacity Windows-käyttöjärjestelmällä käytettynä (Audacity n.d)

Kuvassa 13. on esitetty perusnäky Audacity ohjelmasta. Jokaiselle erilliselle ääniraidalle on oma rivinsä editoimista varten. Ylävalikosta käyttäjän on mahdollista valita erilaisia efektejä ja monipuolisia toimintoja ääniraitojen muokkaamiseen.



Kuva 14. Valikko kohinanpoistoeffektistä (Audacity n.d)

Yksi Audacityn monipuolisista efekteistä on kohinanpoisto(kuva 14). Kohinanpoiston avulla käyttäjä voi poistaa ääniraidastansa häiritsevän ja ylimääräisen kohinan.

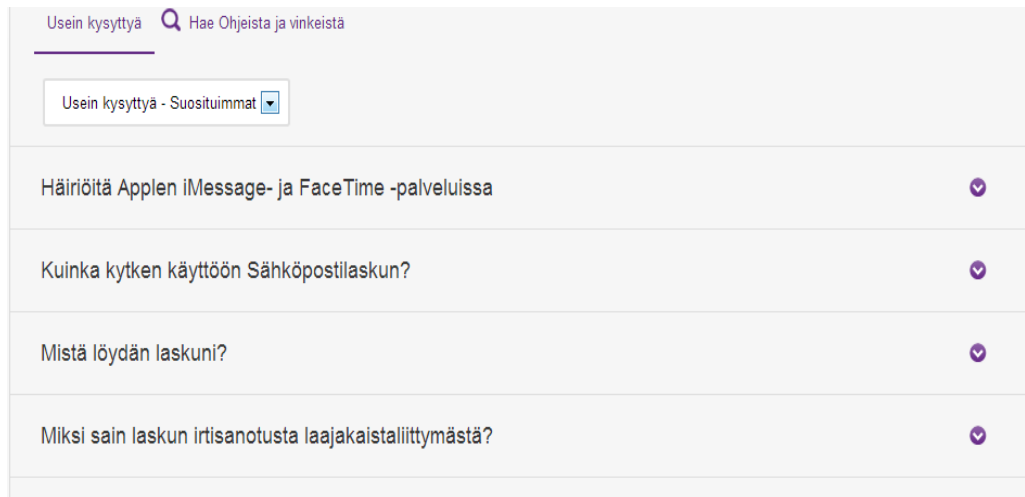
Audacityn avulla on myös mahdollista äänittää puhetta mikrofonilla. Käyttäjä voi myös nauhoittaa jo valmiin ääniraidan päälle saadakseen moniraitanauhoitteita. (Audacity n.d.)

### 5.3 UKK toimeksiantajan sivuille

Tässä aliluvussa oleva tieto pohjautuu erilaisten yritysten UKK osioiden tutkimiseen. Varsinaisia tietolähteitä on niukasti, joten sisältöön on suhtauduttava kriittisesti ja varauksella. Tieto perusteltiin antamalla muutama esimerkki.

UKK on listaus usein kysytyistä kysymyksistä ja niihin aneituista vastauksista. Useat yritykset lisäävät verkkosivuillensa osion, joka sisältää usein kysytyjä kysymyksiä ja niiden vastaukset. UKK:n avulla on helppo antaa tietoa asiakkaille yleisistä asioista.

Soneran verkkosivuilla (<http://www.sonera.fi/asiakastuki#ohjeet-ja-vinkit>) on UKK (kuva15), joka sisältää kysymyksiä ja niihin vastauksia eri palveluista. UKK sisältää myös hakumahdollisuuksia, sekä eri kategorioita.



Kuva 15. Ote Soneran verkkosivuilla olevasta UKK:sta

Yhteenvedona voidaan UKK käsittää osiona, jonka tarkoituksena on helpottaa asiakaspalvelun työtä. UKK sisältää yleisimpiin ongelmatilanteisiin annettuja ratkaisuja.

### 5.4 Tulevaisuudessa mahdollinen wiki yrityksen sivuille

Wiki on sisällönhallintajärjestelmä, jonka avulla käyttäjät voivat lisätä ja muokata sivuja. Käyttäjä voi lisätä tietoa, vaikka hänellä ei olisi osaamista verkkosivujen rakentamisesta. Tämä mahdollistaa sen, että käyttäjä voi keskittyä sisällön tuottamiseen wikiin. (Nations n.d.)

Kuka tahansa voi halutessaan muokata wikin sisältöä. Tämä on usein nähty wikien ongelmakohtana. Kun jokaisella on mahdollisuus vaikuttaa sisältöön, on olemassa mahdollisuus, että oikean sisällön joukkoon sekaantuu väärää tietoa. (Nations n.d.)

Wikin rakentamista varten on olemassa monia ohjelmistopaketteja. Tunnetuimpia pakettaja ovat MediaWiki, DokuWiki ja TikiWiki. Näistä MediaWikia käyttää esimerkiksi tunnetut Wikipedia ja wikiHow sivustot. (wikiHow n.d.)

Tähän lukuun otettiin tarkastelun kohteeksi MediaWiki. Valinnan perusteluna oli MediaWikin kuuluisuus. MediaWikin varsinaista asennusta ei suoritettu vaan tarkoituksena oli tutustua ohjelmiston tietoihin ja vaatimuksiin.

MediaWiki on avoimen lähdekoodin wiki-ohjelmistopaketti. Alunperin MediaWiki suunniteltiin Wikipediaa varten. Nykyään sen käyttäjinä toimii useat muut wikit. Tällä hetkellä ohjelmistosta on käytössä versio 1.21.3, jonka pitäisi olla vakaa. Ohjelmistosta on mahdollista saada käyttäjätukea englanniksi, vaikka nykyään useat ohjeet ovat jo suomeksi. (MediaWiki n.d.)



Kuva 16. MediaWiki alustaa käyttävien sivujen alareunaan ilmestynvä logo

MediaWikin asentamista varten olevat vaatimukset:

- Web-palvelin kuten Apache tai IIS
- PHP versio 5.1, mutta suositukseen 5.2.x
- Tietokantapalvelin: MySQL 4.0 tai uudempi tai PostgreSQL 8.0 tai uudempi

Lisäohjelmia tarvitaan esimerkiksi pienoiskuvien esittämistä varten. Siihen soveltuva lisäohjelma on ImageMagick. Mukana tulee asennuskripti, joka mahdollistaa konfiguroinnin web-pohjaisesti. Asentajalta vaaditaan PHP osaamista, jotta ohjelmistoa on mahdollista kustomoida. (MediaWiki Installation n.d.)

## 6 VIDEO-OHJEISTUKSIEN TEKEMINEN

Toimeksiantajalle tehtävät demovideot päätettiin kuvattavaksi käyttäen Camtasia Studio 8 ohjelmaa. Toimeksiantaja halusi demovideoiden sisältävän erilaisia ominaisuuksia, kuten lisättävät tekstikentät. Toimeksiantaja halusi myös suunnitelman siitä, miltä jokaisen yrityksen tulevaisuudessa tekemän videon tulisi näyttää. Videoiden kohteeksi valittiin etätukiohjelman lataaminen ja käyttö. Videoita tehtiin kaksi erilaista versiota. Molemmat videot tehtiin samasta kohteesta, mutta toinen sisälsi ääntä ja toisessa oli vain tekstikentät.

Valmiit videot ladattiin Youtube -palveluun piilotettuina, jotta vain toimeksiantajalla on mahdollisuus tarkastella niitä. Yritykselle luotiin myös testikäyttöön Youtube-tili mahdollista jatkokäyttöä varten.

### 6.1 Suunnittelu ja käsikirjoituksen teko

Videon kohteen päättämisen jälkeen oli käsikirjoituksen tekemisen vuoro. Toimeksiantajan pyynnöstä käsikirjoituksen tuli sisältää määrityksiä tekstikenttien fonteista, väreistä ja videon yleisestä ulkoasusta. Videoita suunniteltiin kaksi kappaletta. Kahden videon tarkoituksena oli antaa vertailupohjaa, sillä toinen sisälsi ääntä ja toinen tekstiä. Molemmat videot tehtiin samasta aiheesta. Teoriaosuudessa tehdyn tutkimuksen pohjalta



videot suunniteltiin muutaman minuutin mittaisiksi ja käsikirjoitus helposti seurattavaksi.

Tekstiä sisältävälle videolle annettiin nimeksi demo1. Videossa käsiteltiin vaiheittain etätukiohjelman lataamista asiakkaan näkökulmasta. Alussa siirryttiin yrityksen sivuilla oikeaan paikkaan. Seuraavassa vaiheessa valittiin ladattavaksi etätukiohjelma käyttäjän tietokoneelle. Viimeisessä vaiheessa näytettiin ohjelman asennus vaihe kerrallaan. Videossa käytetyissä tekstikentissä olisi selkeitä ja lyhyitä ohjeita eri vaiheille. Jokaisen tekstikentän olisi tarkoitus näkyä vuorollaan noin 10 sekuntia, koska esitys olisi kuitenkin mahdollista pysäyttää halutussa vaiheessa ja kentät olisi mahdollista lukea uudelleen. Videon kuvaus näkökulma olisi staattinen, jotta tekstikenttiä olisi helpompi seurata.

Ääntä sisältävälle videolle annettiin nimeksi demo2. Videon aihe oli sama kuin videossa demo1. Ääntä sisältävän videon suunnittelussa otettiin huomioon myös se, että videon ei tarvitsisi olla näkökulmaltaan staattinen. Näkymä suunniteltiin tarkentumaan koko näkymästä aina itse esitettävään kohteeseen.

Molempia videoita suunnitellessa keskityttiin siihen, että videot olisivat laadukkaita ja täyttäisivät niiden tarkoituksen. Suunnitelman avulla saatiin mahdolliseksi se, että videoista poistuisi kaikki mahdollinen ylimääräinen ja erilaiset häiriötekijät. Videot suunniteltiin tehtäväksi rauhallisessa tilassa, jossa ei olisi ylimääräisiä taustääniä tai muita mahdollisia ulkoisia haittavaikutuksia.

### 6.2 Kuvausprosessi

Videoiden kuvaaminen aloitettiin kun käsikirjoitus ja suunnittelu olivat valmiita. Työntekijä kuvasi itseään varten aluksi useita videoita, joiden tarkoituksena oli harjoitella erilaisia toimintoja, kuten zoomausta. Harjoitusvideot mahdollistivat myös sen, että lopullisista videoista tulisi laadukkaampia, koska erilaiset aloittelijan virheet poistuivat.

Työn teoriaosuudessa selvitetyn tiedon perusteella (sivu 8) kuvaamiseen pyrittiin käyttämään matalaa resoluutiota. Resoluutioksi valittiin 850x600 kuvapikseliä. Matala resoluutio auttoi kuvattavaa aluetta pysymään selkeänä.

Alhaiseksi valitun resoluution haitaksi havaittiin kuitenkin se, että kuvausvaiheessa oli tarve pysäyttää kuvaaminen tilapäisesti ja asettaa tarvittavat ikkunat aukeamaan kuvausalueelle tarvittavassa vaiheessa. Kuvausvaiheessa työntekijä joutui ottamaan useamman otoksen ennenkuin sai aseteltua ikkunat aukeamaan haluttuihin paikkoihin juuri oikealla tavalla.

Demo2. videon kuvausvaiheessa ongelmana oli esitettävän asian puhuminen. Aluksi tekijä kokeili puhua koko esityksen yhteen putkeen, mutta ongelmaksi havaittiin, että yksikin puhevirhe pilaisi koko

esityksen ja olisi pakko aloittaa alusta. Ongelma korjattiin kuvaamalla esitys ja ääni nauhoitettaiisiin jälkikäteen ja lisättäisiin videoon editointivaiheessa.

Molempia videoita kuvatessa tarkoituksena oli edetä rauhallisesti erilaisten virheiden välttämiseksi. Editointivaiheessa olisi ollut erittäin vaikeata korjata kuvaamisessa ilmenneitä pieniä virheitä, joten niiden eliminoiminen jo alkuvaiheessa oli tärkeää.

### 6.3 Puheen nauhoitus

Demo2 videota varten juontaminen nauhoitettiin jälkikäteen. Puheen nauhoituksen ongelmana ilmeni se, että normaalin äänen lisäksi taustalle ilmestyi kohinaa, vaikka ylimääräiset taustahäiriöt oli eliminoitu. Kohina poistettiin ääniraidasta käyttämällä erillistä muokkausohjelmaa. Muokkausohjelmaksi valittiin Audacity. Kun ääniraidasta oli poistettu kaikki ylimääräinen se lisättiin Camtasiaan.

### 6.4 Nauhoitusten editoimisvaihe

Esitysten jälkikäsitteilyä varten hyödynnettiin Camtasia Studio 8 omia ominaisuuksia. Editoinnissa lisättiin esityksen alkuun otsikko, josta ilmeni esityksen aihe. Videoita varten kehiteltiin toimeksiantajalle idea introsta, joka tulisi kaikkiin video-ohjeistuksiin tulevaisuudessa. Intro sisälsi yrityksen logon, sekä oli väri teemaltaan yritykseen sopiva. Intro oli lähinnä koevedos, jota toimeksiantaja voisi muokata myöhemmin halutun mukaiseksi, mutta tarkoituksena oli antaa ulkopuolinen näkemys.

### 6.5 Youtube-kanavan luominen ja videoiden lisääminen

Videoita varten luotiin Youtubeen oma testikanava, joka on mahdollista myöhemmin muuttaa myös toimeksiantajan käyttöön virallisia videoita varten. Kanavaa ei räätälöity loppuun asti, mutta kanavan banneriin on mahdollista lisätä myöhemmin esimerkiksi toimeksiantajan logo.

Videoiden lisäys vaiheessa ei tullut esille suurempia ongelmia, koska videot olivat kooltaan pieniä. Isoja videotiedostaja lisätessä on hyvä ottaa huomioon se, että videon lataaminen Youtubeen voi tällöin kestää useita kymmeniä minuutteja tai jopa tunteja riippuen internet-yhteyden toimivuudesta.

## 7 UKK RAKENTAMINEN YRITYKSEN SIVUILLE

Toimeksiantajan sivuille suunniteltiin lisättäväksi UKK eli usein kysytyjä kysymyksiä osio, jonka tarkoituksena on tarjota asiakkaille selkeitä vastauksia yleisesti esille tuleviin kysymyksiin. Osion perimmäisenä ideana on myös helpottaa asiakaspalvelun työtä, koska se vähentää puheluita ja sähköpostiviestintää.

### 7.1 Suunnittelu yhdessä asiakaspalvelun kanssa

UKK suunniteltiin yhdessä yrityksen oman asiakaspalvelun kanssa. Tarkoituksena oli kerätä yhteen yleisimmät esiin tulleet kysymykset jokaista palvelua kohden. Jokaista palvelua kohden esitetyt kysymykset muotoiltiin selkeään muotoon ja niihin annettiin riittävät vastaukset.

Asiakaspalvelun henkilökuntaa käytettiin avuksi, koska heillä oli tarkkaa tietoa siitä, mitä UKK- osion tulisi sisältää. Heidän kokemuspohjansa ansiosta UKK:n kysymyksiä valitseminen oli helppoa ja vaivatonta.

### 7.2 UKK:n lisääminen sivuille

Toimeksiantajan sivuille lisättiin palvelukohtaisia UKK- osioita. Tähän opinnäytetyöhön valittiin sopivaksi esimerkiksi webhotelleita koskeva UKK. Kysymyksiä lisättiin yhteensä 7 kappaletta ja niihin jokaiseen annettiin myös sopivat vastaukset.

UKK- osio lisättiin yrityksen sivuille toimeksiantajan omalla www-sisällönhallintajärjestelmällä. Kysymykset (kuva 17.) aseteltiin allekkain ja niiden vastaukset rakennettiin tulemaan esiin kysymystä klikattaessa.

Usein kysytyt kysymykset webhotelleista

Katso usein kysytyt kysymykset webhotelleistamme. Mikäli et löydä vastausta, ole yhteydessä asiakaspalveluumme niin autamme sinua eteenpäin.

- Mitä hallintapaneelia käytätte webhotellissanne?  
Emme käytä mitään kaupallista hallintapaneelia. Käytössämme oleva hallintaliittymä on itse kehittämämme. Tällöin kehitystyö etenee asiakastarpeen mukaisesti.
- + Voinko saada webhotellin testikäyttöön?
- + Minulla on oma verkkotunnus (domain) ja haluan siirtyä teidän asiakkaaksenne. Miten toimin?
- + Minkä päätteisiä verkkotunnuksia (domain) kauttanne on mahdollista rekisteröidä?
- + Varaatteko verkkotunnukset asiakkaan nimiin?
- + Kuuluuko webhotellipaketteihinne roska-postin suodatus?
- + Toimiiko webhotellissanne WordPress, Joomla, Drupal, OsCommerce, Magento tms?

Kuva 17. Näkymä webhotelleja koskevasta UKK- osiosta.

Myös muiden palveluiden UKK- osiot tehtiin noudattamalla samaa kaavaa kuin webhotellia koskeva osio. Tietenkin muissa palveluissa kysymykset ja niiden määrä vaihteli.

### 7.3 Päivitettävyys jatkossa

UKK tehtiin tarkoituksella riittävän yksinkertaiseksi ja selväksi, jotta sen laajentaminen jatkossa olisi helpompaa. Yhden UKK- osion pohjaa voidaan käyttää myös uusia palveluita koskevien osioiden perustana.

## 8 ASIAKASKYSELY

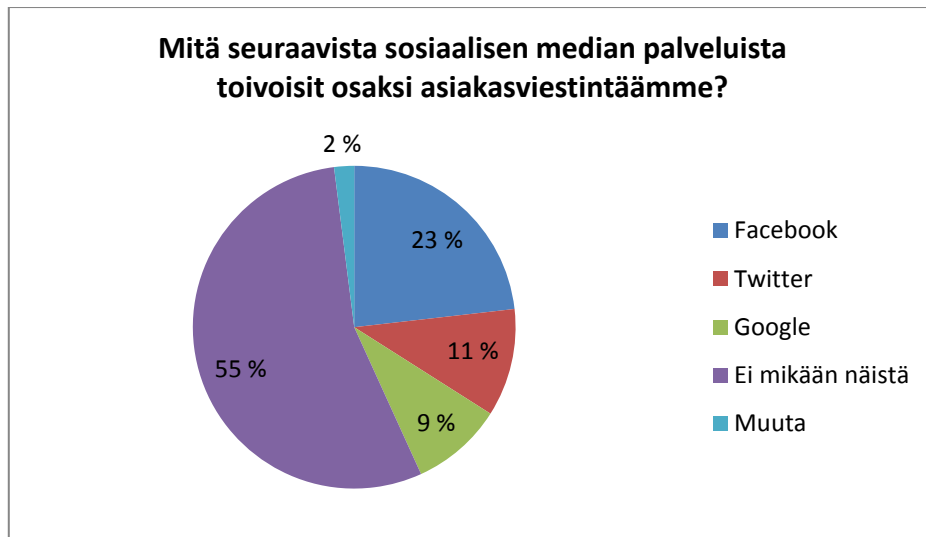
Asiakaskysely valittiin tähän työhön, koska toimeksiantaja halusi tietää asiakkaiden mielipiteen ohjeistuksien ja asiakaspalvelun nykytilanteesta ennen kehittämistä. Kysymykset laadittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Kysymykset lähetettiin massapostituksella asiakkaille sähköpostin välityksellä. Vastaanottajien suuri määrä takasi sen, että myös vastauksia tulisi mahdollisimman monta.

### 8.1 Kysymyksien valinta

Kysymykset valittiin toimeksiantajan toiveiden mukaisesti. Kysymyksien tarkoituksena oli kartoittaa mahdollisimman tarkasti asiakkaiden toiveet. Asiakkailta kysyttiin toiveita siitä, että mitkä sosiaalisen median alueet haluttaisiin toimeksiantajan palveluihin mukaan. Kysymykset löytyvät tarkemmin liitteestä 2.

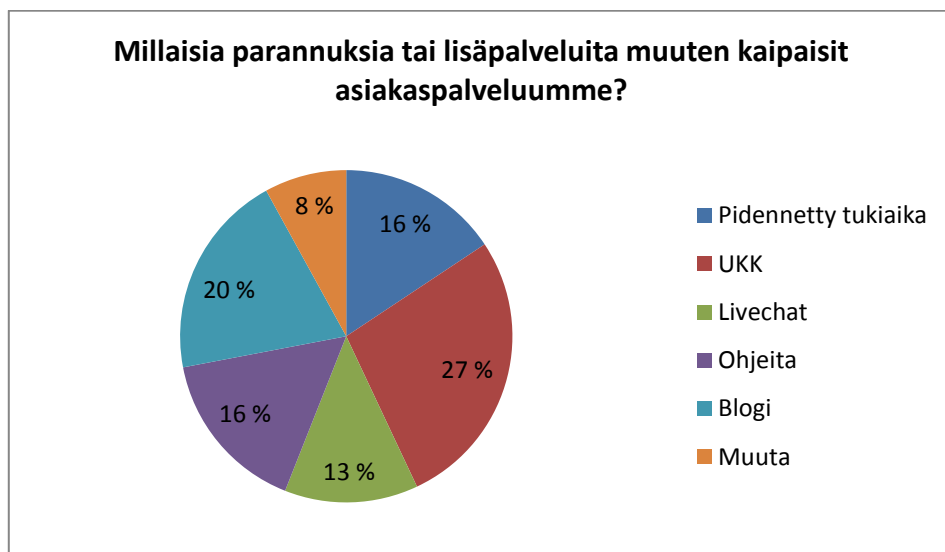
### 8.2 Vastaukset

Vastauksia saatiin kyselyyn yhteensä 224 kappaletta. Vastaustuloksien tulkitsemista varten työntekijä laati tuloksista kuviot.



Kuvio 2. Mitä seuraavista sosiaalisen median palveluista toivoisit osaksi asiakasviestintäämme?

Kuviossa 2. on annettu vastaukset siitä, että mitä eri sosiaalisen median palveluita toivottaisiin osaksi asiakasviestintää. Facebook oli selvästi vaihtoehtoista halutuim, mutta enemmistö vastaajista ei kuitenkaan halunnut yhtäkään vaihtoehtoista.



Kuvio 3. Millaisia parannuksia tai lisäpalveluita muuten kaipaisit asiakaspalveluumme?

Kuviossa 3. on annettuna vastausprosentit siitä, että mitä parannuksia tai lisäpalveluita asiakkaat toivoisivat toimeksiantajalta. UKK sai isoimman kannatuksen ja myös blogin lisääminen yrityksen sivuille oli toivottavaa.

Yrityksen asiakaspalvelu sai arvostukseensa keskiarvoltaan 8.8/10 ja yrityksen palveluita suosittelee eteenpäin 205 vastaajasta 91 %. Asiakaskyselystä saatujen tuloksien perusteella voidaan todeta palvelun olevan erinomaista, mutta asiakkaiden antamat kehitystoiveet on huomionarvoisia.

## 9 JATKOKEHITTÄMINEN

Toimeksiantaja halusi, että tämän työn tekijä antaisi erilaisia jatkokehitysideoita yrityksen asiakaspalvelun ja ohjeistuksien parantamiseksi jatkossa. Näitä kehitysideoita olisi mahdollista soveltaa tulevaisuudessa ja ne olisivat suuntaa antavia.

Asiakaskyselyssä saatujen tulosten perusteella voidaan todeta, että tulevaisuudessa yrityksen sivuille olisi hyvä idea lisätä esimerkiksi blogi. Blogissa voitaisiin käsitellä alan uusia asioita yleisesti, sekä erityisesti tuoda esiin vinkkejä asiakkaille joidenkin palveluiden käytöstä. Blogi olisi myös hyvä ja asiakasläheinen kanava palveluiden mainostamista varten.

Toimeksiantaja voisi myös tuoda itsensä esille Facebookissa ja Twitterissä. Näiden sosiaalisen median palveluiden avulla asiakaspalvelua voitaisiin helpottaa ja ne toimisivat myös hyvänä tiedotuskanavana. Facebookissa voisi esimerkiksi toimia päivystävä asiakaspalvelija, joka vastaisi kysymyksiin ja toiveisiin reaaliajassa.

Livechat-palvelu yrityksen sivuilla voisi mahdollistaa helpon tavan kommunikoida asiakkaiden kanssa perinteisen puhelinkeskustelun sijaan. Livechatin toimivana mallina voisi olla Ikealla käytössä oleva chat-palvelu.

## 10 YHTEENVETO

Tämän työn tarkoituksena oli kehittää MMD Networks Oy:n asiakasohjeistuksia ja antaa parannuskeinoja jatkoa varten. Toimeksiantajan alkuperäiset ohjeistukset olivat vanhentuneita ja ne olivat päivittämisen tarpeessa. Toiveena oli myös tarkastella sosiaalista mediaa ja sen käyttöä, jotta sitä olisi mahdollista hyödyntää myöhemmin yrityksen toiminnassa.

Työn alussa tutkittiin sosiaalista mediaa ja sen eri alueita, sekä sen käyttöä yrityksissä. Tutkimisen painopisteenä oli selvittää, että miten asiakasohjeistuksia olisi hyvä jakaa sosiaalisen median kautta. Tutkimisella selvitettiin myös, että miten sosiaalista mediaa hyödynnetään asiakaspalvelussa yleisesti.

Työn alussa selvitettiin myös toimeksiantajan ohjeistuksien nykyinen tilanne ja päätettiin, että mitkä asiat otetaan kehitettäväksi tässä opinnäytetyössä. Kohteiksi valittiin video-ohjeistukset ja UKK- osion lisääminen yrityksen sivuille.

Video-ohjeistuksien luomista varten työntekijä tutki kuvaruutuvideoiden tekemistä ja niiden jakamista. Teoriaosuudessa tutkittiin millainen on hyvä kuvaruutuvideo ja millainen on hyvä käsikirjoitus videoille. Osuudessa käsiteltiin myös videoiden tekemistä varten tarvittavia työkaluja ja tarkasteltiin niitä tarkemmin.

Teoriaosuudessa tutkittiin myös sitä, että millaisia UKK- osioita erilaiset yritykset käyttävät ja mitä ne oikeastaan ovat. Toimeksiantajan toiveesta tutkittiin myös wikiä, koska sellainen olisi tarkoituksena lisätä myöhemmin tulevaisuudessa yrityksen käyttöön.

Käytännönsuudessa luotiin demovideoita, joiden avulla toimeksiantaja voisi jatkossa tehdä videoita eri palveluista. Videoiden tekemistä varten valittiin työkaluksi Camtasia Studio 8, koska se oli työn tarkoitusta ajatellen kaikista monipuolisin. Videoiden ääniraitojen käsittelyä varten valittiin Audacity. Osuudessa luotiin myös UKK yrityksen sivuille.

Toimeksiantajan toiveesta tehtiin ja lähetettiin myös asiakaskysely, jonka tarkoituksena oli selvittää mielipide nykyisestä tilanteesta. Tuloksien avulla toimeksiantaja voi kehittää jatkossa omaa yritystoimintaansa. Tuloksien avulla myös työntekijä esitti jatkokehitysideoita, joita toimeksiantaja voisi mahdollisesti hyödyntää tulevaisuudessa.

Työstä saatavien tuloksien ja havaintojen avulla toimeksiantaja voi kehittää omaa toimintaansa ja asiakaspalveluaan. Tulokset toimivat hyvänä pohjana tulevaisuuden kehitystä varten.

## LÄHTEET

- Audacity, n.d. Viitattu 16.11.2013. <http://audacity.sourceforge.net/about/>
- Camstudio, n.d. Viitattu 16.11.2013. <http://camstudio.org/>
- Hay, A. 2008. Screencasting: How to Start, Tools and Guidelines. Viitattu 6.11.2013. <http://www.smashingmagazine.com/2008/08/19/screencasting-how-to-start/>
- MediaWiki Installation, n.d. Viitattu 20.11.2013. <http://www.mediawiki.org/wiki/Installation/fi>
- Nations, D. n.d. Wikis in a Nutshell. Viitattu 17.11.2013. [http://webtrends.about.com/od/wiki/p/wiki\\_nutshell.htm](http://webtrends.about.com/od/wiki/p/wiki_nutshell.htm)
- Routio, P. 2007. Tutkimuksen rajaaminen. Viitattu 1.11.2013. <http://www2.uiah.fi/projects/metodi/05a.htm>
- Ruffini, M.F. 2012. Screencasting to Engage Learning. Viitattu 5.11.2013. <http://www.educause.edu/ero/article/screencasting-engage-learning>
- Sanastokeskus TSK, 2010. Sosiaalisen median sanasto. Viitattu 4.10.2013. [http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen\\_median\\_sanasto](http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto)
- Screencast, n.d. Viitattu 14.11.2013. <http://www.screencast.com/help/tutorial.aspx?id=403>
- Screencast-O-Matic, n.d. Viitattu 16.11.2013. <http://www.screencast-o-matic.com/>
- Screenr Business, n.d. Viitattu 16.11.2013. <http://business.screenr.com/>
- Screenr, n.d. Viitattu 16.11.2013. <http://www.screenr.com/>
- SlideShare Inc, n.d. Viitattu 20.10.2013. <http://www.slideshare.net/about>
- Suomen Standardisoimisliitto, n.d Viitattu 2.11.2013 <http://www.sfs.fi/>
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. ISSN=2341-8699. 2010, 3. Sosiaalinen media: verkkomedian ja yhteisöpalvelujen käyttö. Helsinki: Tilastokeskus Viitattu 4.10.2013. [http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi\\_2010\\_2010-10-26\\_kat\\_003\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_kat_003_fi.html)
- TechSmith Camtasia, n.d. Viitattu 16.11.2013. <http://www.techsmith.com/camtasia.html>



Udell, J. 2005. What is Screencasting. Viitattu 5.11.2013. <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/digitalmedia/2005/11/16/what-is-screencasting.html?page=1>

Viestintätoimisto Tulus OY, n.d. Sosiaalinen media: Uhka vai mahdollisuus? Viitattu 5.10.2013. <http://193.208.197.11/osaamisellakasvuun/some-opas.pdf>

wikiHow, n.d. Viitattu 19.11.2013. <http://www.wikihow.com/Start-a-Wiki>

Youtube, n.d. Viitattu 1.11.2013 <http://www.youtube.com/yt/about/>

Zeitler, A. 2010. Most Common Mistakes in Screencasting. Viitattu 14.11.2013. <http://www.smashingmagazine.com/2010/12/09/most-common-mistakes-in-screencasting/>

## Video-ohjeistuksien käsikirjoitus

**Yleistä:** Suora ja selkeällä äänellä selostettu. Vaiheet kerrotaan selkeästi. Tekstiversiossa pidetään kuvatekstit lyhyinä, mutta informaatio on tultava selkeästi esiin. Kesto maksimissaan muutama minuutti riippuen palvelusta.

**Ulkoasu:** Fontti 16 tekstikentissä, tekstikenttien ja taustojen teemävärinä sininen. Tarkoituksena jäljitellä yrityksen logossa esiintyvää teemaa. Videon alkuun intro, jossa yrityksen logo ja aiheen otsikko.

Hiiren kursoria käyttämällä kerrotaan missä kohtaan mennään.

**Aihe:** Etätukiohjelman lataaminen koneelle asiakkaan näkökulmasta.

- Siirrytään yrityksen sivuille oikeaan paikkaan
- Valitaan oikea versio ohjelmasta
- ladataan ohjelma koneelle
- asennetaan

**Selostus/kommentit:**

”Tässä videossa esittelen, kuinka voit ladata itsellesi etätukiohjelman”

”Siirry yrityksemme sivuille osoitteeseen X”

”Valitse lataa Teamviewer koneellesi”

”Ohjelma latautuu koneellesi valitsemaasi kansioon”

”Asenna ohjelma esiin tulevien ohjeiden mukaisesti painamalla lataamaasi kuvaketta”

Asiakaskysely

Mitä seuraavista sosiaalisen median palveluista toivoisit osaksi asiakasviestintäämme?

- Facebook
- Twitter
- Google
- Ei mikään näistä
- Muu

Millaisia parannuksia tai lisäpalveluita muuten kaipaisit asiakaspalveluumme?

- Pidennetty
- UKK
- Livechat
- Ohjeita
- Blogi
- Muu

Minkä arvosanan antaisit asiakaspalvelullemme?

Arvosana 1-10

Onko palvelumme niin hyvää, että voisit suositella meitä tuttavillesi?

Kyllä / Ei

Muita kehitysideoita tai palautetta: