

Haaga-Helian opiskelijapalveluiden viestintäsuunnitelman laatiminen

Catharina Salonen

Opinnäytetyö
Liiketalouden ylempi amk-tutkinto
Liiketoiminnan kehittämisen
koulutusohjelma
2018



Tekijä Catharina Salonen	
Koulutusohjelma Liiketoiminnan kehittämisen koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Haaga-Helian opiskelijapalveluiden viestintäsuunnitelman laatiminen	Sivu- ja liitesivumäärä 74 + 4
<p>Haaga-Helia ammattikorkeakoulun ylemmän ammattikorkeakoulun kehittämishankkeen pää-tavoitteena oli Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijapalveluiden viestintäsuunnitelman laatiminen. Tavoitteena oli tehdä opiskelijapalveluiden viestintää näkyvämmäksi jokaiselle opiskelijapalveluissa työskentelevälle sekä tehdä viestinnän suunnittelu helpommaksi.</p> <p>Menetelmänä on kyselytutkimus, jossa tutkittiin henkilöstön ja opiskelijoiden mielipiteitä opiskelijapalveluiden viestinnästä. Kysely toteutettiin keväällä 2016. Valmis viestintäsuunnitelma julkaistiin opiskelijapalveluille lokakuussa 2016.</p> <p>Opiskelijapalveluiden viestintäpalvelut koettiin yleisesti tärkeänä ja kyselyn vastaajat kokivat saavansa tarpeeksi tietoa opiskelijapalveluista itselleen tärkeistä asioista. Tärkeimmät viestintäkanavat olivat opiskelijoiden MyNet ja sähköposti.</p> <p>Käyttäjiltä saadussa palautteessa tuli esille, että viestintäsuunnitelmalle oli todellinen tarve. Todettiin, että suunnitelmaan on koottu kattavasti tiedot eri viestintätehtävistä ja että se on suurena apuna uusien henkilöiden perehdytyksessä. Todettiin, että suunnitelman suuri hyöty oli se, että viestintäasiat nostettiin esille, niihin alettiin kiinnittää huomiota ja niitä alettiin kehittää.</p>	
Asiasanat Viestintä, viestintäsuunnitelma, suunnittelu, kehittäminen, vuosikello	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tavoitteet ja rajaus.....	1
1.2	Opiskelijapalveluiden esittely	2
2	Viestinnän suunnittelu	3
2.1	Muuttunut toimintaympäristö ja viestintä.....	3
2.2	Viestinnän tavoitteet ja vastuut.....	4
2.3	Sisäinen viestintä	6
2.4	Ulkoinen viestintä.....	7
2.5	Tiimiviestintä	8
2.5.1	Tiimin rakennusaineet	9
2.5.2	Tiimin kommunikaatio	9
2.6	Yhteydenottotavat, viestintävälineet ja –kanavat	11
2.6.1	Asiakaspalvelu	11
2.6.2	Sähköposti	12
2.6.3	Kokoukset ja palaverit	14
2.6.4	Intranet.....	14
2.6.5	Verkkosivut	15
2.6.6	Sosiaalinen media.....	15
3	Määrällinen tutkimus	17
3.1	Tutkimusprosessi, tutkimussuunnitelma ja tutkimusongelma.....	18
3.2	Validiteetti ja reliabiliteetti.....	18
3.3	Kyselylomakkeen suunnittelu	19
4	Viestintäkyselyn toteutus.....	23
4.1	Tutkimuksen tausta ja tavoite.....	23
4.2	Tutkimusongelma.....	25
4.3	Aineiston keruu- ja analyysimenetelmät	25
5	Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn tulokset.....	27
5.1	Taustatiedot.....	27
5.2	Viestintäpalveluiden tärkeys.....	28
5.3	Tietojen saatavuus.....	33
5.4	Tärkeimmät viestintäkanavat.....	34
5.5	Näkyminen sosiaalisessa mediassa.....	36
5.6	Kyselytutkimuksen yhteenveto ja päätulokset	38
6	Viestintäsuunnitelman laatiminen	42
6.1	Viestintäsuunnitelman suunnittelu kyselytulosten perusteella.....	42
6.2	Opiskelijapalveluiden viestinnän SWOT	43
6.3	Opiskelijapalveluiden viestinnän vastuut	45

6.4	Sisäinen viestintä	45
6.4.1	Viestintä opiskelijoille	47
6.4.2	Viestintä henkilökunnalle	48
6.5	Ulkoinen viestintä	48
6.5.1	Viestintä hakijoille	49
6.5.2	Viestintä yhteistyökumppaneille ja viranomaisyhteistyö	50
6.6	Opiskelijapalveluiden tiimiviestintä	50
6.7	Yhteydenottotavat, viestintävälineet ja -kanavat	52
6.7.1	Asiakaspalvelu	52
6.7.2	Sähköposti	53
6.7.3	Kokoukset ja palaverit	55
6.7.4	Opiskelijoiden sosiaalinen intranet (MyNet)	56
6.7.5	Henkilökunnan intranet	58
6.7.6	Verkkosivut haaga-helia.fi ja opintopolku.fi	59
6.7.7	Asiakaspalvelu-chat	60
6.7.8	Tapahtumat ja esitteet	60
6.7.9	Sosiaalinen media ja yhteisölliset työvälineet	63
6.8	Kehittämistoimenpiteitä	65
6.9	Seuranta ja arviointi	67
7	Pohdinta	69
7.1	Viestintäsuunnitelman arviointi ja hyödyt	69
7.2	Viestintäsuunnitelman kehittäminen	71
7.3	Prosessin arviointi	71
	Lähteet	73
	Liitteet	75
	Liite 1. Kyselylomake	75

1 Johdanto

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun ylemmän ammattikorkeakoulun kehittämishankkeena kehitettiin Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijapalveluiden viestintäpalveluita laatimalla opiskelijapalveluiden viestintäsuunnitelmaa ja siihen liittyen viestinnän vuosikello. Toimeksiantaja oli Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijapalvelut ja kehittämishanke toteutettiin vuoden 2015 ja 2016 aikana.

1.1 Tavoitteet ja rajaus

Kehittämishankkeen päätavoitteena oli viestintäsuunnitelman laatiminen. Tavoitteena oli tehdä opiskelijapalveluiden viestintää näkyvämmäksi jokaiselle opiskelijapalveluissa työskentelevälle sekä tehdä viestinnän suunnittelua helpommaksi. Tavoitteena oli myös parantaa opiskelijapalveluiden näkyvyyttä ja yhtenäistää ulkoasua eri viestintäkanavissa.

Kehittämishankkeessa tehtiin kyselytutkimus, jossa kysyttiin henkilöstön ja opiskelijoiden mielipiteitä opiskelijapalveluiden viestinnästä ja siitä, mitä muutoksia he siihen kaipasivat. Kyselyn tavoitteena oli kartoittaa opiskelijapalveluiden sisäisen ja ulkoisen viestinnän lähtötilanne. Tutkimuksen tulokset antoivat pohjaa viestintäsuunnitelman laatimiseen. Tulokset toivat esiin myös kehittämideoita.

Kehittämishanke esiteltiin opiskelijapalveluiden viestintätyöryhmälle helmikuussa 2016 ja kysely toteutettiin myöhemmin keväällä 2016. Tutkimuksesta saatua dataa analysoitiin kesän 2016 aikana. Viestintäsuunnitelman laatiminen tapahtui kesän ja syksyn 2016 aikana ja valmis viestintäsuunnitelma julkaistiin opiskelijapalveluille lokakuussa 2016. Kehittämishankkeen raportti kirjoitettiin lukuvuosina 2017–2018.

Kehittämishanke on ollut onnistunut. Viestintäsuunnitelman ja viestinnän vuosikellon hyöty opiskelijapalveluille on suuri. Sen avulla viestinnän suunnittelu on helpompaa ja sen avulla saadaan myös viestintä näkyvämmäksi jokaiselle opiskelijapalveluissa työskentelevälle. Suunnitelma on myös johtanut siihen, että viestintään panostetaan nykyään enemmän.

Viestintäsuunnitelma on rajattu opintotoimistoon, hakijapalveluihin ja palvelukeskukseen. Opiskelijapalveluihin kuuluu myös oppilaitospastori ja psykiatrinen sairaanhoitaja, mutta ne jäivät tämän viestintäsuunnitelman ulkopuolelle, koska heidän toimintansa ja viestintänsä on hyvin erilaista kuin muiden opiskelijapalveluiden.

1.2 Opiskelijapalveluiden esittely

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijapalveluihin kuuluu hakijapalvelut, opintotoimistot, palvelukeskus sekä oppilaitospastori ja psykiatrinen sairaanhoitaja.

Hakijapalvelut sijaitsevat Pasilan toimipisteessä ja ne palvelevat hakijoita ja opiskelijoita erilaisissa hakuprosessiin liittyvissä asioissa. Haaga-Helian jokaisessa toimipisteessä (Haaga, Malmi, Pasila, Porvoo ja Vierumäki) on opintotoimisto, joka palvelee ja neuvoa opiskelijoita opiskelun eri vaiheissa. Pasilan ja Haagan toimipisteissä on lisäksi palvelukeskus, joka palvelee Haaga-Helian kaikkia opiskelijoita. Palvelukeskuksista opiskelijat saavat esimerkiksi erilaisia opiskelutodistuksia, ateriatukikortteja ja matka-alennustodistuksia. Opiskelijapalvelut tekevät myös tiiviisti yhteistyötä muun Haaga-Helian henkilökunnan kanssa, erityisesti koulutusohjelmavastaavien kanssa.

2 Viestinnän suunnittelu

Viestintä kuuluu jokapäiväiseen toimintaamme. Keskustelemme ystävien, perheen ja työtovereiden kanssa joka päivä. Kun luemme tiedotteita tai osallistumme neuvotteluihin työpaikalla tai koulussa, olemme osa yhteisön viestintää. Televisiosta ja radiosta sekä käyttämällä internetiä seuraamme median viestejä. (Kaloinen, Suntinen & Vallisaari 2008, 9.) Elämme viestintäyhteiskunnassa ja maailmamme täyttyy erilaisista viesteistä. Rooleja on monia. Olemme viestin tuottajia, vastaanottajia, tulkitsijoita, etsijöitä ja muokkaajia. (Juholin 2009, 20.)

Tarkka viestintäsuunnitelma on tarpeen, koska kaikkea tietoa ei kannata koko ajan jakaa kaikille. On tärkeää, että sekä sisäinen että ulkoinen viestintä huomioidaan viestintäsuunnitelmassa. Silloin tarkoitetaan käytännössä viestintää tiimin sisällä, organisaation sisällä, kohderyhmille, johdolle ja muille sidosryhmille. Viestintäsuunnitelmassa pitää tulla esille mitä/miten/kenelle/milloin ja missä kerrotaan. Viestintätehtävät tulee organisoida yksityiskohtaisesti viestintäsuunnitelmassa. Jokaisen tiimin jäsenen viestintätehtävät ja viestinnän tarkka aikataulu tulee määrittellä. On syytä aikatauluttaa myös esimerkiksi projektipalaverit etukäteen. Jokaiselle viestintätehtävälle valitaan viestintävälineet ja -kanavat, jotka ovat tilanteeseen parhaiten sopivat. (Virtuaali ammattikorkeakoulu 2007.)

Viestintäsuunnitelman avulla toteutetaan käytännössä viestintästrategiaa. Viestintäsuunnitelmassa määritellään mitä tehdään, milloin, miten, kenen kanssa ja kenen vastuulla asiat ovat. Viestintäsuunnitelma auttaa ennakoimaan millaisia viestinnän resursseja tarvitaan erilaisiin toimenpiteisiin ja ajankohtiin. Tarkoitus ei silti ole kahlita tekemistä. Muutoksia saattaa tapahtua yhteisössä tai toimintaympäristössä, ja viestinnässä täytyy pystyä reagoimaan nopeasti ja ketterästi yllättäviin mutta tarpeellisiin toimenpiteisiin. Käytännön toimenpiteet viestinnässä sijoitetaan esimerkiksi vuosikalenteriin tai vuosikelloon. Ensin tulisi merkitä vuosittain tai säännöllisesti toistuvat tapahtumat ja sen jälkeen merkitään muut yksittäiset viestinnän toimenpiteet. On hyvä myös linjata päivittäisviestinnän käytännöt kuten esimerkiksi mitä asioita käsitellään, millä kanavilla ja kuinka usein. Päivittäisviestintä on työtehtäviin liittyvää jatkuvaa viestintää työyhteisön sisällä tai yhteistyökumppaneiden kanssa. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 60.)

2.1 Muuttunut toimintaympäristö ja viestintä

Kasvokkainviestintä, sähköinen ja painettu viestintä ovat viestinnän kolme perusmuotoa. Näiden jokaisen perusmuodon sisällä ja erityisesti välille on kuitenkin kehitetty erilaisia viestinnän muotoja, joita voidaan pitää uusina ja käytäntöihin vaikuttavina. Suurimmat

muutokset ovat sähköisen viestinnän puolella. Viestintä on työyhteisöissä noussut asiantuntijoiden tehtäväksi ja tiedottaminen on muuttunut enemmän strategisempaan suuntaan. Työyhteisöissä viestintää on joka puolella. Viestinnän tehtävä on näin ollen tukea työyhteisön tavoitteiden saavuttamista. Viestintä on myös johtamisen työväline, sillä ilman viestintää ei voi johtaa. (Åberg 2002, 18, 20–22.)

Pitkään on yritys- ja yhteisöviestinnässä luotettu siihen ajatukseen, että viestintää voidaan kontrolloida ja että ympäristö, mukaan lukien henkilöstö, on hallittavissa. Viimeistään sosiaalisen median myötä jouduttiin luopumaan tästä ajatuksesta. Muutosta tapahtuu viestintäympäristössämme ja kaikki eivät välttämättä pysy perässä. Henkilökohtainen joukko- viestintä yleistyy ja nykyään kaikilla on mahdollista tuottaa sisältöjä, osallistua keskusteluihin, vaikuttaa ja kerätä vaikutteita. Erityisesti se, mitä sisältöjä netissä jaetaan ja kuinka monet niitä lukevat ja seuraavat ovat ne asiat, jotka kiinnostavat organisaatioita. Tämän kaiken some-uudistuksen keskellä perinteinen media on vielä keskeinen linkki ihmisten ja sosiaalisen maailman välillä. Vanhoja toimintatapoja ja uskomuksia haastaa joka tapauksessa yhteisöviestinnässä käynnissä olevaa paradigman muutos. Organisaatiot ovat kaikki eri tavoin tilivelvollisia ympäröivälle yhteiskunnalle ja ne ovat jatkuvan arvioinnin kohteena. Ne joutuvat teoin ja viestein ansaitsemaan olemassaolonsa. Myös jokainen organisaation jäsen on tavalla tai toisella viestintävelvollinen. Kaikki voivat, saavat tai joutuvat viestimään nykyisessä viestintäympäristössä. (Juholin 2013, 19–20.)

Niin yksittäisten ihmisten kuin yhteisöjenkin viestintätavat ja -areenat ovat mullistaneet internetin ja sosiaalisen median kehityksen myötä yhteisöjen viestintäympäristö on muuttunut perusteellisesti. Yhteydenpito on nykyään helpompaa, mutta samalla se on vaativampaa ja kiireisempää. Halusivatpa yhteisöt sitä tai eivät, on myös heidän toiminnastaan tullut entistä julkisempaa ja läpinäkyvämpää. On myös tullut uusia vaatimuksia, kuten se, että jokaisen työntekijän tulisi osata viestiä eri tavoin eri tilanteissa ja erilaisten ihmisten kanssa. Nykyään edellytetään esimerkiksi monipuolisia kirjoittamisen ja puhumisen taitoja, tilannetajua ja malttia kuunnella, jotta työssä voisi menestyä. Asiantuntijatyön avaintaitoja ovat nykyään vuorovaikutus- ja yhteistyöosaaminen. Viestinnän perusasiat ovat kehityksestä huolimatta pysyneet samana. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 3.)

2.2 Viestinnän tavoitteet ja vastuut

Tänä päivänä viestintä nähdään työyhteisöissä hyvin vuorovaikutteisena toimintana. On kyse vähintään kahden ihmisen välisestä vaikutussuhteesta, jossa he tuottavat, jakavat ja tulkitsevat asioita yhdessä. Vuorovaikutus perustuu myös siihen, että jompikumpi haluaa tarkoituksellisesti välittää jonkun viestin. Vuorovaikutustaitoihin kuuluu monia osataitoja,

kuten esimerkiksi kuunteleminen ja havainnollistaminen, argumentoiminen, tuen osoittaminen, puheenvuorojen ottaminen ja pitäminen, toisten puheenvuorojen jatkaminen ja keskustelun ylläpitäminen. Nykypäivänä vuorovaikutuksena pidetään sekä puhuttua että kirjoitettua kielenkäyttöä, koska kirjallisessa viestinnässä verkon keskustelupalstoilla vuorovaikutus voi olla melkein yhtä nopeaa kuin viestintä kasvokkain. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 11.)

Työelämän viesteillä vastaanottajia on monia, esimerkiksi asiakkaat, yleisö, esimies, työ-kaverit ja yhteistyökumppanit. Viestintätilanne lähtee aina tarpeesta viestiä jotain. Viestinnässä, jossa pyritään vuorovaikutteisuuteen, suunnittelu käynnistetään aina miettimällä, mikä on viestin tavoite. Tavoitteet voi jakaa pää- ja alatavoitteisiin. Viesti rakentuu eri tavalla riippuen siitä, onko päätavoitteena tiedottaa, viihdyttää vai vaikuttaa. Tämän takia tavoitteen kirkastaminen on tärkeää. Aina on melkein kyse jonkinlaisesta vaikuttamisen yrityksestä viestinnässä. Ehtona vaikuttamisessa on, että viestin lähettäjää pidetään uskottavana. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 11–12.)

Sananvapauden, demokratian ja päätöksenteon edellytys on oikean ja riittävän tiedon saanti. Suunnitelmia ja investointeja ei ole mahdollista yrityksissä tehdä, jos ei voida luottaa siihen, että päätös perustuu parhaaseen mahdolliseen saatavilla olevaan tietoon. Yritystoiminnassa ja yhteiskunnassa informaatiolla on keskeinen merkitys. Viestintä on aina luottamuksellista. Viesti ja siihen liittyvät tunnistamistiedot sekä paikkatiedot ovat lain mukaan luottamuksellisia. Viesti on luottamuksellinen, vaikka se olisi lähetetty usealle vastaanottajalle. Julkinen viesti, jota kaikki voivat lukea ja on yleisesti saatavilla oleva, ei ole luottamuksellinen. Esimerkki tällaisesta viestistä on esimerkiksi intranetissä tai internetin keskustelupalstalle lähetetty viesti. (Pesonen 2012, 70, 159.)

Vastuu organisaation viestinnästä on viime kädessä ylimmällä johdolla ja johtoryhmällä sekä hallituksella. Nämä delegoivat asioita edelleen muille yksiköille. On monia lähtökoh-tia, joista vastuita voidaan määritellä. Vastuita voidaan määritellä esimerkiksi organisaati-on rakenteen mukaan, toiminnoista tai sidosryhmistä käsin. Verkostoissa, projekteissa ja poikkeustilanteissa on tärkeä määritellä viestintävastuut. Käytännöllisenä ratkaisuna on yleensä viestintävastuiden jakaminen ”paikallisesti” ja jos osaaminen ei riitä, voidaan hyö-dyntää myös esimerkiksi viestinnän tai markkinoinnin ammattilaisia. Viestintävastuut on hyvä kirjata ylös yleisellä tasolla, vaikka ne tuntuisivat itsestään selviltä. (Juholin 2013, 121–122.)

Jokaisella työyhteisön jäsenellä on viestintävastuu oman tehtävänsä kautta. Viestintäroo- leja voi jollain olla useampia. Juholinin (2013, 195) mukaan ”jokaisen tulisi omassa tehtä-

vässään kasvaa aktiiviseksi ja itseohjautuvaksi tiedon etsijäksi, tuottajaksi, välittäjäksi ja vaihtajaksi”. Viestintä on työyhteisötaito. Oman työn kannalta tähän kuuluu keskeisen tiedon seuranta ja vaihdanta sekä valmius kehittää omaa työtä ja työyhteisöä. Tämä tarkoittaa ideoiden ja ehdotusten esittämistä työyhteisölle ja esimiehelle. (Juholin 2013, 194–195.)

2.3 Sisäinen viestintä

Yritysjohdon ja esimiesten viestintää henkilöstölle on sisäistä viestintää. Sisäinen viestintä koskee yritystoiminnan tavoitteita, strategiaa, päätöksiä tai päivittäisten toimenpiteiden käskytyä. Sisäisellä viestinnällä halutaan muutostilanteessa varmistaa, että koko henkilöstö on ymmärtänyt tulossa olevat muutokset. Arkiviestintä alaisten ja esimiesten välillä on myös sisäistä viestintää. Nykyaikana käytetään yleisesti sähköpostia ja yrityksen omia sisäisiä tietoverkostoja sisäisen viestinnän toteutuksessa. Lisäksi pidetään tiedotustilaisuuksia. Kokouksia ja palavereita pidetään tärkeimmistä asioista. (Pesonen 2012, 145.)

On tärkeää, että henkilöstö tietää, mitkä ovat yrityksen sekä oman yksikön tavoitteet ja mikä on yksilön osuus kokonaisuudessa. On myös yhtä tärkeää kertoa, miten tavoitteet on saavutettu. Henkilöstö on nykyisin hyvin kiinnostunut yrityksen taloudellisesta tilanteesta sekä myös yrityksen imagosta. Olisi hyvä ottaa henkilöstö mukaan suunnitteluun ja heidät on pidettävä jatkuvasti ajan tasalla yrityksen toiminnasta. Sisäinen viestintä on tehokas johtamisen väline. Sisäisen viestinnän tavoitteet voidaan jakaa kolmeen osaan. Nämä ovat tiedonkulku, vuorovaikutus ja sitoutuminen. Kaikkien pitää saada tehtävien suorittamiseen tarvitsemaansa tietoa ja tietojen pitää olla helposti löydettävissä. Viestinnällä pitää pyrkiä vaikuttamaan siihen, että jokainen henkilöstön jäsen näkee oman työnsä suhteessa kokonaisuuteen. Viestintä pitää myös luoda avoimuutta ja edistää me-henkeä. Se ei riitä, että tietoa vaan annetaan. Tieto pitää tulla ymmärretyksi ja hyväksytyksi. Pitää havainnollistaa, mitä visio, strategia ja yrityksen arvot tarkoittavat jokapäiväisessä työssä. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 105–107.)

Oikea tieto pitää antaa heti kun se on mahdollista, tietotyhjiöitä ei saisi syntyä. On tärkeää muistaa kertoa myös se tieto, että mitään uutta kerrottavaa ei ole. Se pitää ihmiset rauhallisempina. Tämä on tärkeää varsinkin, kun isoista muutoksista viestitään. Nopeus on valttia, on hyvä ehtiä ennen puskaradiota. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 108.)

Yksi tärkeä osa yrityksen sisäistä viestintää on kouluttaminen ja perehdyttäminen. Uuden työntekijän perehdyttämisellä annetaan valmiudet työhön ja koulutuksella annetaan hänelle kehittymismahdollisuuksia. (Kaloinen ym. 2008, 72.)

Sisäisen tiedottamisen välineitä ja keinoja on monta, esimerkiksi sähköposti, intranet, tiedotteet, osastokokoukset, tiimipalaverit, tiedotustilaisuudet, käytäväkeskustelut, henkilötölehti, ilmoitustaulut, virtuaalipalaverit, puhelin ja tekstiviesti. On tärkeää, että sisäinen tiedote lähetetään oikeaan aikaan. Sitä ei saa lähettää liian aikaisin tai liian myöhään. Jos esimerkiksi opiskelijat saavat tiedotteen kevään koejärjestelyistä joulukuussa voidaan olettaa, että he ovat unohtaneet tärkeimmät asiat ennen kevään koetta. Mikäli tiedote lähetetään vasta ihan ennen koetta, on taas mahdollista, että he eivät ehdi valmistautua siihen tarpeeksi hyvin. Olennaista on viestin lähettämisen oikea ajankohta. Tiedote on hyvä aloittaa vastaanottajan puhuttelulla, esimerkiksi *Hyvät liiketalouden opiskelijat*, josta nopeasti näkee kohderyhmän. Tämä tapa lisää myös vastaanottajan kiinnostusta tiedotteeseen. Tiedoteteksti pitää myös sisältää tarpeeksi tietoa asiasta, jotta sisällön mukaan osataan toimia. (Honkala, Kortetjärvi-Nurmi, Rosenström & Siira-Jokinen 2009, 186–187.)

Vuorovaikutusta esimiehen ja alaisen välillä liittyy aina johtajuuteen. Kyse on niin sanotusta transaktionaalista johtamisesta, kun vuorovaikutus perustuu vaihdantaan kuten esimerkiksi lupauksiin, palkintoihin, tietoon tai palautteeseen. Transformationaalinen johtajuus taas on sitä, että vuorovaikutus perustuu prosessiin, jossa alaisten tarpeita huomioidaan ja jokainen saa tukea esimieheltä. Johtajan tulisi seurata neljä periaatetta transformationaalisessa johtamisessa. Ensimmäinen periaate on, että esimiehen ja alaisen välillä pitää osata rakentaa luottamussuhde. Johtaja pitää toimia esikuvana ja olla uskottava, jotta häneen voi samaistua. Toinen periaate on motivaatio, jonka kautta ihmiset saadaan innostumaan. Johtajan pitää osata inspiroida. Kolmas periaate on ajattelun stimulointia. Johtajan pitää osata saada alaisiaan toimimaan luovemmin ja oppimaan uutta esimerkiksi kannustamalla ideointiin ja kokeiluun. Neljäs periaate on johtajan aito välittäminen alaisistaan. Johtajan pitää osata kuunnella ja tukea. (Honkanen 2006, 194.)

2.4 Ulkoinen viestintä

Useimmiten yrityksillä on omaa pysyvää ja säännöllistä viestintää. Yrityksen kotisivut ja asiakaslehdet ovat tavallisimpia viestintämuotoja. Toimintakertomuksiin kannattaa myös panostaa koska hyvä toimintakertomus antaa kattavan tietopaketin yrityksestä. (Pesonen 2012, 126.)

Yrityksen uutisten välittäminen on ulkoista viestintää. Yhteiskunta- ja sidosryhmäsuhteiden hoitamista kuuluu myös ulkoiseen viestintään. Lisäksi ulkoinen viestintä tukee markkinointiviestintää. Kohderyhmä voi olla suuri tai pieni, rajattu ryhmä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 117.)

Ulkoisen viestinnän tavoitteita ovat yrityksen tunnettuuden ja kilpailukyvyn lisääminen. Ulkoista viestintää voi olla esimerkiksi uutisten välittäminen yrityksestä ja sen tuotteista eri kohderyhmille. Se voi myös olla sidosryhmäsuhteiden hoitamista ja markkinoinnin tukemista. Yksi tärkeimmistä ulkoisen viestinnän kanavista on yrityksen internetsivut. Internet-sivujen kautta käydään kauppaa ja asiakkaat voivat antaa yritykselle palautetta. (Kaloinen ym. 2008, 154.)

Ulkoisen viestinnän tavallisimpia kanavia ovat esimerkiksi internet, sähköposti, tiedotteet, kirjeet, julkaisut, tilaisuudet ja tapahtumat sekä myös henkilökohtainen tapaaminen ja yhteydenpito. Samoista asioista kerrotaan monien kanavien kautta sähköisen viestinnän lisääntymisen myötä. Painetut julkaisut ovat vähentyneet sähköisen viestinnän takia. Yhä useammin tiedot löytyvät esimerkiksi ainoastaan yrityksen verkkosivuilla. Hankalasti päivitettäviä painettuja esitteitä ei käytetä yhtä paljon kuin ennen. (Honkala ym. 2009, 188–189.)

2.5 Tiimiviestintä

Samoja piirteitä löytyy käsitteistä ryhmä ja tiimi, mutta silti niillä on enemmän eroavuuksia kun samanlaisuuksia. Silti osa tiimitutkijoista käyttää näitä sanoja synonyymeina. Suurin osa tekee silti selkeän eron näiden välillä. Ryhmä koostuu kahdesta tai useammasta yksilöstä, jotka yhdessä muodostavat yhteisön tai joukon. Tämä yhteisö tai joukko on jatkuvasti vuorovaikutuksessa ja heillä on yhteiset tavoitteet. Tiimi on kiinteä ryhmä ihmisiä, joilla on yhteinen päämäärä. Jokaisella tiimin jäsenellä on oma tärkeä työroolinsa ja osaamisensa, jotka täydentävät toisten tiimiläisten rooleja ja osaamista. Päämäärään pyritään siis yhteistyöllä, vastuunkannolla, keskinäisellä avunannolla, riippuvuudella ja yhteisillä sovituilla normeilla. Tiimi on ryhmä ihmisiä, jotka ymmärtävät toisiaan ja tietävät toistensa heikkoudet ja vahvuudet ja työskentelevät yhdessä toisiaan auttaen. (Heikkilä 2002, 16–17.)

Ryhmän jäseniltä ei vaadita, että he työskentelevät tehokkaasti yhdessä. Hallinnolliset syyt, kuten esimerkiksi tilankäytön vaatimukset ja johtamisrakenteet, ovat jakaneet ihmiset ryhmiin. Ryhmän jäsenten ei tarvitse kommunikoida paljon toistensa kanssa eikä heiltä odoteta ryhmäpäätöksiä. Heidän ei myöskään tarvitse tulla hyvin toimeen toistensa kanssa. Se, kuinka menestyvä tiimi on, riippuu siitä, kuinka hyvin yksilöt pystyvät tekemään tehokkaasti yhteistyötä toistensa kanssa. Tiimin jäsenet eivät välttämättä edes vietä paljon aikaa yhdessä, eivätkä edes välttämättä työskentele samassa maassa, mutta heidän työskentelynsä on koordinoitua. Kommunikointi on tehokasta ja yhdessä he ratkaisevat ristiriitoja. Kokemuksen perusteella on osoitettu, että tiimit, joissa on 4-8 henkilöä, ovat

tehokkaimpia. Mitä suurempi määrä ihmisiä, sitä vaikeampaa on yhteistyö. (Heikkilä 2002, 17–18, 32.)

Kahden tai useamman yksilön joukkoa, joilla on samat tavoitteet, kutsutaan ryhmäksi. Kun puhutaan tiimistä, tarkoitetaan yleensä työnantajan asettamaa ryhmää, joka suorittaa sille annettua tehtävää. (Kaloinen ym. 2008, 192.)

2.5.1 Tiimin rakennusaineet

Jotta tiimityöskentely olisi tehokasta, tarvitaan vahvasti tiimiin sitoutuneita ihmisiä ja vahva johtaja. Sitoutuneita jäseniä saadaan, jos heitä otetaan mukaan päätöksentekoon. Vuorovaikutus- ja ongelmanratkaisutaidot ovat tärkeitä. Keskusteluissa kysymysten pitäisi olla avoimia ja tunnustelevia, jotta ne edistävät uuden etsimistä ja pakottavat ajattelemaan itse. Merkittävä tiimitaito on myös toisten aktiivinen kuunteleminen. Tiimin vetäjän pitää olla suuntautunut ihmisten johtamiseen ja hänen pitää myös itse haluta tiimi johdettavakseen. (Heikkilä 2002, 42–43.)

Työnantaja vaatii työntekijöiltään hyviä yhteistyö- ja tiimityötaitoja, koska työpaikalla asioita käsitellään paljon yhteisesti. Nämä ovat vuorovaikutustaitoja, joissa tärkeimmät ovat keskustelu-, esiintymis- ja argumentointitaidot. Tavoitteeseen pääsee vain, jos tuntee myös palaverien ja kokousten toimintatapoja. Taitavan tiimityöskentelijän tuntee siitä, että hän on aktiivinen tiimissä toimiessaan. Taitava tiimityöskentelijä ottaa toiminnassaan muut huomioon, noudattaa yhteisiä sääntöjä ja kysyy tarkentavia kysymyksiä, jos ei ymmärrä. On hyvä jatkuvasti kehittää omia yhteistyö- ja vuorovaikutustaitojaan. Näitä voi kehittää ainoastaan kommunikoimalla. (Honkala ym. 2009, 149–150.)

2.5.2 Tiimin kommunikaatio

Kommunikointitaidot ovat yksi tärkeimmistä tiimityöskentelytaidoista. Kommunikointitaitoihin kuuluu kuunteleminen ja puhuminen, informaation jakaminen, yhdessä tekemisen taidot, luottamus ja avoimuus jäsenten kesken sekä ongelmaratkaisutaidot. (Heikkilä 2002, 177.)

Tärkeä neuvo on, että ensin kannattaa yrittää itse ymmärtää toisia ja vasta tämän jälkeen voit pyytää toisia ymmärtämään itseäsi. Anna ensin kysyjälle mahdollisuus tulla ymmärretyksi hänen näkökulmastaan ja todellisuudestaan. Vain tällä tavalla voimme rakentaa jotain uutta. Kommunikaatio tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että ymmärrämme, kuka sanoo, mitä sanoo ja kenelle. (Heikkilä 2002, 178.)

Kommunikaatiossa saattaa ilmetä ulkopuolisia ja sisäisiä häiriöitä. Ulkopuolinen häiriö on esimerkiksi viestin lähettäjä, joka puhuu epäselvästi. Sisäisiä häiriöitä ovat ne tekijät, jotka liittyvät kommunikoivien osapuolien tunnetiloihin tai asenteisiin, kuten esimerkiksi hermostuneisuus, tuomitseminen tai ennakoasenteet. Tällaisissa tilanteissa kommunikaatio vääristyy. Kannattaa ensin tarkastella itseään ja sitten vasta lähteä ruotimaan toisten kommunikaatiovalmiuksia. On tärkeää tiimityöskentelyssä, että kommunikaatio on sujuvaa ja suoraa. Koko tiimi kehittyy, kun yksilöt kehittyvät. (Heikkilä 2002, 181–182.)

Kommunikaatiotaitoihin kuuluvat luottamus ja avoimuus. Heikkilän (2002, 183) mukaan ”luottamuksen kehittyminen edellyttää avoimuutta ja avoimuus edellyttää luottamusta, toista ei voi olla ilman toista.” Tiimin jäsenten tulisi opetella tuntemaan toisiaan niin ammattilaisina kuin persooninakin ja tämän jälkeen luoda yhteinen visio ja yhteiset menettelytavat päämäärän saavuttamiseksi. Jokaisesta pitää tehdä tiimin jäsen. Kun kommunikaatioprosessin osapuolet yrittävät pitää informaation vaihdon niin häiriöttömänä kuin suinkin voidaan puhua avoimesta kommunikaatiosta. Informaatiota ei pantata, vaan kommunikaatiotilanne säilyy rakentavana. Tiimeissä tulisi rohkaista avoimeen palautteenantoon, kielen pitäisi olla yksinkertaista ja selkeää, ylikuormitusta tulisi välttää, sanoista tulisi ryhtyä tekoihin ja kuunnella tulisi sekä aktiivisesti että tehokkaasti. Huonot uutiset tulisi käsitellä avoimesti. Asioiden vähättelyä ja tiedon panttaamista ei tulisi esiintyä, koska se ei edistä tiimin kommunikaatiota. (Heikkilä 2002, 183, 197–198.)

Varsinkin tiimityössä on hyvin tärkeää kuunnella toisia empaattisesti ja osoittaa, että aidosti välittää heistä ihmisenä eikä vaan ammattiosaajana. Silloin kun kommunikoijat kohtaavat toisiaan, toisten kuunteleminen on avainasemassa. Yhteisissä palavereissa koko tiimi voi kehittää kuuntelutapojaan esimerkiksi harjoittelemalla sanoman uudelleenkertomista. Uudelleenkertomista tarkoittaa, että viesti peilataan takaisin sellaisena kuin se kuunneltiin ja omin sanoin tulkitaan, mitä kerrottiin. Yhteenvetoja kannattaa tehdä paperille, jotta niihin voi palata palaverin edetessä. Heikkilän (2002, 218) mukaan kuuntelemattomuudesta kannattaa antaa palautetta yksilökohtaisesti ja rakentavasti esimerkiksi näin: ”Eilen minusta tuntui, että et oikein saanut kiinni ajatuksesta, jota yritin kertoa.” On myös syytä antaa puhujalle hänen tarvitsemansa aikaa ja esimerkiksi sopia, ettei kukaan nosta kättään toisen vielä puhuessa, koska se on viesti puhujalle, että jotain on pielessä ja puhuja saattaa alkaa laimentaa omaa sanomaansa ja päättää puheensa ennenaikaisesti. (Heikkilä 2002, 204, 217–219.)

Informaation jakaminen on tärkeää ja tarkoittaa, että tiimin jäsenet jakavat avoimesti oman osaamisensa ja hankkimansa informaation. Informaation jakaminen välittömästi on tärkeää tiimin työskentelyssä, jotta kaikki varmasti ovat ajan tasalla. Tällä tavalla vältytään te-

kemästä turhaa työtä tai virheitä. Jokaisella tiimin jäsenellä pitää olla avoin pääsy informaatioon. Myös huonot uutiset tulee kertoa avoimesti heti. (Heikkilä 2002, 220.)

2.6 Yhteydenottotavat, viestintävälineet ja –kanavat

Mitä paremmin yritys onnistuu valitsemaan viestiinsä ja käyttämään kohderyhmille sopivat viestintäkanavat, sitä paremmin organisaation viestintä onnistuu. Monien organisaatioiden ongelma on monesti tiedon tulva. Viestin vastaanottajaa kannattaa kunnioittaa ja viesti kannattaa lähettää vain niille, joita se koskee. Sähköpostiviestiä ei esimerkiksi kannata lähettää kopiona isolle joukolle vain varmuuden vuoksi eikä kokoukseen kannata kutsua ihmisiä, joita käsiteltävä asia ei koske. Organisaatioissa on oma viestintäkulttuuri. Toisissa suositaan kasvokkaisviestintää ja toisissa tuorein tieto löytyy intranetistä. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 50.)

Yksi tapa jakaa viestintäkanavat on jakaa ne kirjallisiin ja suullisiin. Kirjallisissa kanavissa tieto jaetaan tekstin avulla, esimerkiksi tiedotteessa, muistiossa, raportissa, henkilöstölehdessä, vuosikertomuksessa ja verkkosivuilla. Suullisissa kanavissa tieto jaetaan usein kasvokkain keskustellen. Esimerkkejä suullisista kanavista ovat kehityskeskustelut, kokoukset, palaverit ja tiedotustilaisuudet. Toinen mahdollisuus jakaa viestintäkanavat on jakaa ne virallisiin ja epävirallisiin. Virallisia ovat esimerkiksi osastopalaverit, tiedotteet ja verkkosivut. Epävirallisia kanavia ovat esimerkiksi käytäväkeskustelut, kahvipöytäkeskustelut ja sähköpostikeskustelut. Näissä kanavissa työntekijä selkiyttää ja täydentää virallisten kanavien kautta tulleita tietoja. Jos virallisten kanavien kautta tulee tarpeeksi tietoa, jää epävirallisten kanavien tehtäväksi vain täydentää virallista viestintää. Uutistyhjiö syntyy silloin, kun virallinen viestintä ei välitä tarpeeksi tietoa. Uutistyhjiö saattaa täytyä huhuista, jotka usein ovat värityneitä. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 51, 53.)

Riittävät resurssit pitää olla tarjolla kaikille viestijöille. Välttämättömiä ovat tarpeelliset työvälineet, rahoitus, tiedot, materiaalit ja henkilöt. Resursseista huolehtiminen kertoo muun muassa siitä, että organisaatio arvostaa työntekijöiden työtä. Se, että organisaatio ei tarjoa tarpeeksi resursseja, aiheuttaa turhautuneisuuden tunnetta ja suuttumusta. (Amabile & Kramer 2012, 112–113.)

2.6.1 Asiakaspalvelu

Arjen vuorovaikutustilanteissa hymy ja ystävällinen ele ovat harvoin sopimattomia. Yleiskielellä selviää yleensä useimmissa työelämän viestintätilanteissa. Kohteliaalla puhetyylillä on merkitystä varsinkin asiakaspalvelutilanteissa. Kulttuurienvälisessä viestinnässä ei aina yksin riitä, että on hyvä kielitaito. Eri kulttuurien tapoja ja elekieltä on hyvä tuntea.

Myös se, mitkä puheenaiheet ovat sopivia ja mitkä sopimattomia, olisi hyvä selvittää. On tärkeää ensin tuntea omaa kulttuuriaan, jotta voi tulkita ja ymmärtää vieraita kulttuureita. (Kaloinen ym. 2008, 76.)

Jokainen työntekijä vaikuttaa siihen, millaisen kuvan asiakas saa yrityksestä. Ystävällisellä äänellä ja palveluhenkisellä asenteella tuet yrityksen myyntiä ja imagoa. Tärkeää on kuunteleminen. Puheen pitäisi olla rauhallista ja asiallista myös vaikeissa tilanteissa. On hyvä olla valmis merkitsemään muistiin kuulemansa ja kysyä tarkentavia kysymyksiä. Puheen pitäisi olla selkeää ja tarpeeksi hidasta. Puhelinkäyttäytymisen ohjeissa neuvotaan vastaamaan puhelimeen heti. Paperi ja kynä pitäisi olla käytössä ja soittajan nimi on hyvä laittaa muistiin. Tärkeää on myös keskittyä kuuntelemiseen. (Honkala ym. 2009, 92–93.)

2.6.2 Sähköposti

Sisäisen viestinnän useimmin käytetty kanava on nykyään sähköposti. Suuri osa työtehtäviä koskevista ohjeista ja tiedoista kulkee sähköpostin kautta työtoverilta toiselle tai esimieheltä alaisilleen. Tiedote on joko viestinä tai liitetiedostona. Samat ohjeet sopivat sekä sähköpostin kautta lähetetyille tiedotteille että paperilla jaettavalle. Tiedotteessa on vain yksi asia, se on helppo lukea ja otsikko kertoo jo pääasian. Vastaanottaja päättää jo otsikon ja lähettäjän perusteella, onko viestiä syytä avata vai ei. Tiedotteen ensimmäisessä kappaleessa tulisi kertoa pääasia, muissa kappaleissa yksityiskohdat ja mahdolliset perustelut ja lopuksi kerrotaan, kuka antaa asiasta tarvittaessa lisätietoja. Lyhyt, napakka teksti, jossa on kaikki oleellinen eikä mitään turhaa, on hyvä tiedote. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 112–113.)

Avainasioita tekstin suunnittelussa on viestin rakenteen pohtiminen, eli missä järjestyksessä kerrot asiiasi vastaanottajalle. On hyvä huomioida ainakin esitettävä asia ja näkökulma, viestin tarkoitus ja tekstilaji sekä vastaanottaja. Asiaan käydään joko suoraan tai epäsuorasti. Tiedotteisiin, ohjeisiin ja erilaisiin hakemuksiin sopii hyvin suora eteneminen ilman erillistä pohjustamista. Kun asiaan käydään epäsuorasti, käytetään yleensä psykologista tekstin rakentamista. Tämä tarkoittaa sitä, että perustellaan asiat ensin. Tämä tapa sopii hyvin suoramainoskirjeisiin, kielteisiin vastauksiin, reklamaatioihin ja erilaisiin pyyntöihin ja hakemuksiin. Työteksteissä suositaan tekstin jäsentämisessä tärkeysjärjestystä, koska usein halutaan aloittaa lukijalle tärkeimmällä asialla. Vähiten tärkeä tieto sijoitetaan viimeiseksi. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 18.)

Yksittäiset sanavalinnat ovat merkityksellisiä, koska valituilla sanoilla voidaan ohjata viestin vastaanottajan tulkintoja. Toinen hyvä keino ohjata lukijan tulkintoja on otsikointi. Tämä

on erinomainen tapa käyttää valtaa, koska otsikkoon voi lisätä koko tekstiä ohjaavan näkökulman ja sävyn. Otsikko pitää erottua vaativassakin viestintäympäristössä, joten se pitää olla kattava ja houkutteleva. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 24–25.)

Perustyyliilaji työteksteissä on hyvä asiatyyli ja sävy, joka on asiallinen ja kohtelias. Asiatyyliä viitataan selkeään, täsmälliseen, havainnolliseen ja normien mukaiseen tapaan ilmaista asiat. Tekstin sävyllä viitataan tekstin yleisvaikutelmaan ja vivahteisiin. Työteksteissä suositetaan tiivistä ilmaisua aina, kun mahdollista. Usein esimerkiksi tiedotteet, uutiset ja ohjeet ovat napakoita ja informatiivisia. Joskus tiivis ilmaisu voi vaikuttaa epäkohteliaalta esimerkiksi kieltävissä vastauksissa ja reklamaatiotilanteissa. Näissä tarvitaan usein pahoitteluja, pehmennyksiä ja perusteluja, sillä näin osoitetaan, että asiaan on paneuduttu huolella. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 32.)

Samat periaatteet on huomioitava sähköpostiviestinnässä kuin muussakin viestinnässä. Pitää huomioida, kuka on vastaanottaja ja mikä on viestin tarkoitus. Nämä asiat sekä tilanne vaikuttavat viestin tyyliin. Kirjoitat eri tavalla työtoverille tai ystävälle kuin yrityksen asiakkaalle. Viestejä ei kannata kirjoittaa suutuspäissään. Ei myöskään saisi piiloutua sähköpostiviestin persoonattomuuden taakse silloin, kun ikävistä asioista pitää kertoa. Paras tapa on kertoa ikävistä asioista henkilökohtaisesti. Hyvään asiakaspalveluun kuuluu nopea ja asiallinen vastaus ja tärkeää on, että asiakkaiden sähköpostiviesteihin vastataan. Jos tarvitset lisää aikaa ja selvityksiä sähköpostiviestin vastaamiseen, on se hyvä aina ilmoittaa vastaajalle. (Kaloinen ym. 2008, 117–118.)

Sähköpostiviestiä kirjoittaessa pitäisi ensin miettiä otsikkoa tarkkaan, koska otsikko ja lähettäjän nimi ovat ensimmäinen asia, jonka vastaanottaja näkee. Tämän jälkeen tulisi valita tilanteeseen sopiva tervehdys. Asia kannattaa kirjoittaa lyhyesti ja tekstiä kannattaa jakaa kappaleisiin. Vakioasettelua ei tarvitse noudattaa, koska sähköpostiviesti on epävirallisempi kuin kirje. On hyvä myös tarkistaa viesti ennen lähettämistä, koska lähetettyä viestiä ei saa takaisin. Asiatyylisessä sähköpostiviestissä ei käytetä hymiöitä. Viestin loppuun lisätään lopputervehdys ja oma allekirjoitus. (Kaloinen ym. 2008, 117.)

Sähköpostiviestinnästä on tullut tavallista arkipäivän viestintää. Vaikka se on suuri apu nopeassa päivittäisessä viestinnässä, on se myös tuonut mukanaan erilaisia haasteita. Haasteita ovat esimerkiksi viestinnän suuri määrä ja tärkeiden viestien hukkuminen, tietoturva-asiat, kieliasun rappeutuminen ja nopean viestinnän mukanaan tuomat tyylivirheet. Lyhyt ja yksinkertainen on paras sähköpostiviesti. Otsikko kertoo jo paljon ja tärkein asia tuodaan alkuun. (Honkala ym. 2009, 42.)

Viestinnän teho laskee ja tiedon saatavuus kärsii, kun ihminen ei pysty päivittäin lukemaan kymmeniä tai jopa satoja sähköpostiviestejä. Kun yritetään keskustella ja ratkoa ongelmia isoissa ryhmissä, sähköpostiin kohdistetaan myös epärealistisia odotuksia. Yhtenä syynä tietotyön tuottamattomuuteen on nykyään alettu pitää sähköpostia. Keskusteluun sähköposti ei sovi. Sen tarkoitus on ohjeistaa ja ilmoittaa. (Juholin 2013, 222.)

2.6.3 Kokoukset ja palaverit

Yleensä kokouksissa käsitellään ajankohtaisia asioita, jotka liittyvät päivittäiseen työhön. Kokouksia pitäisi tämän takia olla usein, jopa kerran viikossa. Kun tietovajetta ei ehdi syntyä, estetään myös puskaradion toimintaa. Kokouksissa etuna on se, että ne pidetään kasvotusten ja palautetta voi antaa ja saada heti. Kokoukset ovat myös tehokkaampia, jos käsiteltävät asiat jaetaan osanottajille etukäteen. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110.)

Jokaisen kokoukseen osallistuvan vastuulla on kokouksen ja päätöksenteon onnistuminen. Jo ennen kokousta kannattaa tutustua esityslistaan ja muodostaa omia mielipiteitä asioista, jotta keskustelu olisi aktiivista. Vain tuomalla omat mielipiteet esille jokainen voi vaikuttaa päätöksiin. Yhtä lailla on myös tärkeää muistaa kuunnella toisia. Kokouskeskustelu on niin ikään vuoropuhelua, jonka seurauksena mielipiteet voivat muuttua. Tämä osoittaa, että on tehnyt tarkkaa ajatustyötä, paneutunut asiaan ja on yhteistyökykyinen. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 230–231.)

Kokouksella ja palaverilla on ero. Kun puhutaan kokouksesta, tarkoitetaan, että kutsutaan koolle sääntöjen mukaan ja menettelytavat kokouksessa perustuvat lakiin ja kirjoitettuihin sääntöihin. Kokous etenee puheenvuoroineen ja päätökset syntyvät äänestämällä. Kokouksessa on vakiintuneita kokouskäytäntöjä. Laki ei säätele neuvottelua ja palaveria, vaan päätökset näissä syntyvät keskustelun tuloksena. (Kaloinen ym. 2008, 206.)

2.6.4 Intranet

Intranet on tietyn, suljetun ryhmän käyttöön rajattu lähiverkko. Yleensä lähiverkkoa käytetään yrityksen sisäisessä viestinnässä ja tietojen siirrossa. Intranetissä julkaistaan lähinnä henkilökunnalle tarkoitettua informaatiota. Silloin kun myös ulkopuoliset pääsevät käyttämään verkkopalvelujen tietoja, puhutaan ekstranetista. (Pesonen 2012, 150.)

Etuna intranetissä on se, että kaikilla on aina samat ajankohtaiset tiedot ja sähköisessä muodossa oleva tieto voidaan päivittää helposti ja nopeasti. Tiedon välittämisen ohella vuorovaikutus on intranetin tärkein toiminto. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113.)

Intran hyvä puoli on, että se on jossain määrin vähentänyt tai jopa korvannut sähköpostin käyttöä. Intran ensimmäinen vaihe oli yksisuuntainen ja se toimi enemmän sähköisenä ilmoitustauluna. Nykyään siihen suhtaudutaan vaihtelevasti. Jotkut käyvät siellä joka päivä kun taas toisille se on turhauttava kokemus ja tietoa on vaikea löytää. Nykyään suositaan vuorovaikutteisempaa intranetia, jossa on mahdollista keskustella ja kommentoida ajasta ja paikasta riippumatta. On tärkeää sopia, miten siellä keskustellaan ja miten keskusteluita hyödynnetään. (Juholin 2013, 216.)

2.6.5 Verkkosivut

Yhteisö omistaa omat verkkosivut ja siellä se pystyy näyttäytymään juuri sellaisena kuin se haluaa. Sosiaalisen median kautta yhteisö pyrkii yleensä ohjaamaan käyttäjiä omille kotisivuilleen. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 84.)

Paperilla oleva teksti on paljon nopeampaa lukea kuin verkkoteksti. Ruudulta luettaessa myös asiakokonaisuuden hahmottaminen voi tuntua vaikealta. Tämän takia verkkoteksti pitäisi olla helposti silmäiltävää ja tekstin ulkoasun pitäisi helpottaa lukemista. Samat ohjeet tekstin kirjoittamiseen pätevät verkossa kuin muussakin kirjoittamisessa. (Kaloinen ym. 2008, 118.)

Esimerkiksi sähköpostin, www-sivun, blogin, verkkolehden tai verkko-oppimateriaalin kirjoittaminen on verkkokirjoittamisen arkityötä. On tärkeää ottaa huomioon vastaanottajan mahdollisuus valita verkkoteksteistä häntä kiinnostavimmat asiat. Lukija luultavasti ei lue kaikkea alusta loppuun, vaan hän valitsee itseä kiinnostavimmat kohdat. Tämän takia on tärkeää, että verkkosivuston sisältö on visuaalisesti hahmotettavaa ja sisältö tarjoaa erilaisia vaihtoehtoja erilaisille lukijoille. Tärkeää on myös, että verkkoteksti on ajantasainen, joten tietoja pitäisi olla helppo päivittää. Palautteenantomahdollisuus tulisi myös löytyä. (Honkala ym. 2009, 38.)

2.6.6 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media mahdollistaa välittömän, ajantasaisen, monimediaisen, paikasta riippumattoman ja tasavertaisen viestinnän erilaisten ja erikokoisten joukkojen ja yleisöjen kesken. Sosiaalisen median sisältö on eräänlaista pikaviestintää. Pesosen mukaan (2012, 203) ”ilmaisijan eli käyttäjän oikeus toteutuu nettiympäristöissä jokaisen oikeutena päästä tietoverkkoihin”. Operaattoreilla ja ylläpitäjillä on omistusoikeuden vuoksi oikeus valita käyttäjät, joten yleistä oikeutta julkaista viestejä ja jakaa tiedostoja keskustelupalstoilla tai yhteisöpalveluilla ei ole. Eri medioiden yhdistäminen on mahdollista sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median sivustoille voi siirtää tai linkittää aineistoa televisiosta, radiosta,

verkkolehdestä tai web-sivustoilta. Lähes jokainen voi myös itse tuottaa ja jakaa uusia sisältöjä. Riski on, että nopea reagointi johtaa harkitsemattomiin, virheellisiin tai loukkaaviin kirjoituksiin. Julkaisemiskynnys on matala sosiaalisessa mediassa, koska jokainen voi julkaista tietoa ajasta ja paikasta riippumatta. On tärkeää muistaa, että on eri asia olla sosiaalisessa mediassa yksityishenkilönä tai yhteisön ja viranomaisen edustajana. (Pesonen 2012, 203–204.)

Sosiaalinen media on vakiinnuttanut paikkansa sidosryhmäviestinnän, markkinoinnin, asiakaspalvelun ja rekrytoinnin areenana. Samalla tavalla kuin muunkin viestinnän, tulee sosiaalisen median tukea yhteisön strategisten tavoitteiden saavuttamista. Kun yhteisö suunnittelee, mitä kanavia valita, sen tulee miettiä, mitä lisäarvoa sidosryhmät odottavat ja mitä vuorovaikutusta he toivovat. Käyttäjälähtöinen suunnittelu on tärkeää. Sosiaalisessa mediassa pitää olla valmis keskusteluun, mutta myös kritiikkiin. On tärkeää etukäteen käydä yhteisössä läpi, miten arvosteluun ja virheellisiin tietoihin pitäisi suhtautua ja reagoida. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 87–88.)

Sosiaalisen median avulla ylimääräistä dokumenttien vaihtoa voidaan vähentää. Sähköpostiviestit liitetiedostoineen kuormittavat ja aiheuttavat myös tietoturvariskejä. Työhön liittyvää tiedon- ja osaamisen vaihdantaa voi parantaa siirtymällä esimerkiksi wikeihin. Wikeissä muokataan yhdessä aineistoja. Työviestintää voidaan sujuvoittaa esimerkiksi pikaviestiohjelmien avulla ja tiedonhallintaa voidaan tehostaa pilviohjelmien avulla. (Juholin 2013, 217.)

Haasteena on viestinnän välittömien tulosten todentaminen. Viestintää on seurattava tässä ja nyt sekä arvioitava pitkällä aikavälillä. Viestinnän arvioinnilla tarkoitetaan mittaamista ja sen pohjalta tehtyjä analyyseja. Viestinnälle asetetaan tavoitteita ja niiden toteutumista seurataan. (Juholin 2013, 414.)

3 Määrällinen tutkimus

Tieteellinen tutkimus on luova prosessi, se on ongelmanratkaisua. Tutkimuksessa käytetään joko valmiina olevaa tietomateriaalia, eli se on teoreettista kirjoituspöytä tutkimusta, tai sitten se voi olla empiiristä eli havainnoivaa tutkimusta. Empiirisessä tutkimuksessa voidaan testata, toteutuuko jokin teoriasta saatu hypoteesi (olettaus) käytännössä, mutta myös esimerkiksi jonkin ilmiön tai käyttäytymisen syiden selvittäminen tai ratkaisun löytäminen siihen kuinka jokin asia pitäisi toteuttaa, voi olla tutkimusongelmana. Tutkimusmenetelmä perustuu siihen, mikä on tutkimusongelma ja tavoite. Joukkoa, josta tietoa halutaan, kutsutaan tutkimuksen perusjoukoksi. Kokonaistutkimuksessa koko perusjoukko tutkitaan, osatutkimuksessa tai otantatutkimuksessa tutkitaan vain tietty osa (otos) perusjoukosta. (Heikkilä 2014, 12–13.)

Kvantitatiivista tutkimusta voidaan kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Otos pitää olla riittävän suuri ja tutkimuksen avulla yritetään selvittää lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Käytetään yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita, jossa on valmiita vastausvaihtoehtoja. Tuloksia havainnoidaan yleensä taulukoissa ja kuvioissa. Riippuvuuksia tai muutoksia tutkittavassa ilmiöissä selvitetään usein myös. (Heikkilä 2014, 15.)

Työelämän tutkimuksessa tutkitaan asioita, jotka ovat osa omaa ammatti- tai toimialaa. Työelämän käytännöt, jotka kaipaavat kehittämistä, muuttamista tai uudistamista ovat yleensä tutkimuksen kohteena. Mielenkiintoa herättää esimerkiksi se, miten saatu tutkimustieto soveltuu käytäntöön. Tavoite työelämän tutkimuksessa on teorian, kokemuksen ja ammattikäytäntöjen yhdistäminen. Toinen tärkeä tavoite on luoda yhteistä kieltä, käsitteitä ja keskustelukulttuuria eri toimi- ja ammattialojen kesken sekä myös niiden sidosryhmien kesken. Kun ratkaisut ja päätökset perustuvat tutkimustietoon, on myös yhteinen päätöksenteko helpompaa. Päätöksiin sitoudutaan paremmin ja niitä on helpompaa arvioida yhdessä. (Vilkkä 2015, 18–20.)

Asioiden kokeilu ja testaaminen käytännössä kuuluu työelämään. On tärkeää säilyttää mahdollisuus kokeilla riskialttiita tutkimusmetodeita ja lupa haastaa tiedeyhteisössä koettuja hyviä metodeja. Kun odotamme tutkimuksesta tuloksia, yritämme tehdä siitä ennustettavaa. Tämä taas tappaa kaiken luovuuden ja pääsemme vain pieniin edistysaskeliin. Ottamalla riskejä parannamme innovatiivisuutta ja voimme luoda jotain uutta ja merkittävää. (Vilkkä 2015, 32–33.)

3.1 Tutkimusprosessi, tutkimussuunnitelma ja tutkimusongelma

Tutkimusprosessissa on viisi eri vaihetta. Voimme puhua ideatasosta, sitoutumisesta, toteuttamisesta, kirjoittamisesta ja tiedottamisesta. Ideatasolla ja sitoutumisessa tehdään yleensä tutkimusprosessin tärkeimmät päätökset. Kaikki ei ole aina ennakoitavissa, joten toteuttamisessa saattaa joutua tekemään täsmennyksiä tai muuttamaan alussa tehtyjä ratkaisuja. Hyvästä tutkimuksesta syntyy kysymyksiä. (Vilka 2015, 56–58.)

Tutkimusprosessi kuvaa tutkimuksen eri vaiheita. Tutkimusongelman määrittäminen käynnistää tutkimusprosessin. Yksityiskohtaiset tiedot kaikista tutkimuksen vaiheista sisältyy tutkimussuunnitelmaan. Tutkimussuunnitelma kertoo mitä ja miksi tutkitaan, mitä aineistoa käytetään ja miten tiedot hankitaan, käsitellään ja miten tutkimustulokset raportoidaan. Myös budjetointi ja aikataulu sisältyvät tutkimussuunnitelmaan. Tutkimusongelman täsmentämiseksi joudutaan joskus tekemään esitutkimus eli pilottitutkimus. Kolme elementtiä muodostaa tutkimusasetelman empiirisessä tutkimuksessa: tutkimusongelma, aineisto ja menetelmät. (Heikkilä 2014, 20.)

Tutkimuksen perusta on tutkimusongelmassa (pääkysymys) ja siitä johdetuissa tutkimuskysymyksissä (alakysymykset). Alakysymyksistä käytetään myös toista nimeä, teoreettiset tutkimuskysymykset, koska näitä kysymyksiä ei esitetä esimerkiksi kyselylomakkeen vastaajille, vaan nämä ovat ne kysymykset, joihin halutaan tutkimuksen kokonaisuudella vastata. Monen tutkimushankkeen tulokset jäävät ilman merkitystä, jos tutkimusongelmaa ja tutkimuskysymyksiä ei ole määriteltä tarpeeksi hyvin. Tutkimusongelman sisällä pystytään yhdellä tutkimuksella vastaamaan yleensä vain kahteen tai korkeintaan neljään teoreettiseen tutkimuskysymykseen. (Vilka 2015, 60–61.)

Tutkimussuunnitelmaa voidaan pitää yhteisenä sopimuksena toteutettavasta tutkimuksesta ja tutkimuskäytännöistä. Mitä tarkemmin tutkimussuunnitelma on tehty, sitä jouhevammin tutkimus etenee. Aihe, aihepiiri ja taustojen kuvaus tulevat yleensä ensimmäisenä tutkimushankkeen tutkimussuunnitelmassa. Seuraavaksi kerrotaan, onko samanlaisia tutkimuksia tehty aikaisemmin ja ketkä ovat tutkimuksen tutkittavia. Tämän jälkeen selvitetään tutkimusmenetelmät ja aineiston keruun ja viimeiseksi tutkimuksen tulokset. (Vilka 2015, 75–76.)

3.2 Validiteetti ja reliabiliteetti

Mittarin tai tutkimusmenetelmän kyky mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoitus mitata, on sama kun tutkimuksen pätevyys, eli validius. Systemaattista virhettä ei saisi olla pätevässä tutkimuksessa. Systemaattinen virhe tarkoittaa sitä, millä tavalla tutkittavat ovat

ymmärtäneet mittarin, kyselylomakkeen ja kysymykset. Tulokset eivät ole toivottuja, jos vastaaja ei ajattele, kuten tutkija oli ajatellut hänen ajattelevan. Tätä pitää miettiä jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa. Tärkeää on kyky siirtää tutkimuksessa käytetyn teorian käsitteet ja ajatuskokonaisuus kyselylomakkeeseen. (Vilka 2015, 193–194.) Saattaa olla, että osio tai mittari mittaa jotain ihan muuta kuin mitä luultiin. Mikään ei myöskään takaa mittareiden tai osioiden ajallista pysyvyyttä. Reliabiliteetilla ei ole mitään merkitystä, jos ei mitata oikeaa asiaa. (Vehkalahti 2014, 41.)

On hankalaa tarkastella validiutta jälkikäteen. Sen takia se on varmistettava etukäteen tekemällä suunnitteluosuus huolellisesti ja keräämällä tietoa harkitusti. Kysymysten tulee mitata oikeita asioita ja kattaa koko tutkimusongelma. Perusjoukko tulisi määritellä tarkkaan. (Heikkilä 2014, 27.)

Tutkimuksen luotettavuus tai reliabiliteetti tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta sekä tutkimuksen kykyä tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tutkijasta riippumatta mittaustulos on sama, jos mittaus toistetaan. Kokonaisluotettavuus muodostuu tutkimuksen pätevyydestä ja luotettavuudesta. Monet asiat voivat heikentää tutkimuksen luotettavuutta tutkimuksen aikana. Satunnaisvirheitä saattaa syntyä, jos esimerkiksi vastaaja muistaa jonkin asian väärin tai ymmärtää asian eri tavalla kuin tutkija. Myös haastattelija saattaa merkitä vastauksen väärin kyselylomakkeeseen tai tallentaessa saattaa tapahtua virheitä. Tutkimuksen tavoitteiden kannalta virheet eivät välttämättä ole kovin suuria. Tutkijan tulee vain muistaa ottaa kantaa satunnaisvirheisiin tutkimusraportissa. Tutkijan tulee olla rehellinen ja tuoda virheensä esille tutkimusraportissa, pohtia niiden vaikutusta tulkintaan ja tuloksiin sekä antaa lukijalle mahdollisuus arvioida virheiden merkittävyyttä. (Vilka 2015, 194, 204.)

Mitä vähemmän mittaukseen sisältyy mittausvirheitä, sitä parempi on reliabiliteetti. Eräs tutkimuksen luotettavuuden mittari on vastausprosentti. Se kertoo, kuinka moni vastasi kyselyyn. Edustavuus voi jäädä kyseenalaiseksi, jos vastausprosentti jää hyvin alhaiseksi. (Vehkalahti 2014, 41). Tutkijan tulisi olla tarkka ja kriittinen koko tutkimuksen ajan, ettei virheitä satu tietoja kerätessä, syötettäessä, käsiteltäessä tai tuloksia tulkittaessa. (Heikkilä 2014, 28.)

3.3 Kyselylomakkeen suunnittelu

Tutkimusmenetelmät voidaan jakaa määrällisiin ja laadullisiin tutkimusmenetelmiin. Tiedonintressinä määrällisessä tutkimuksessa on saavuttaa numeraalista tietoa, esimerkiksi halu kuvailla jokin asia yleisesti numeraalisesti tai halu kuvailla esimerkiksi missä määrin

jokin asia on muuttunut tai missä määrin se vaikuttaa johonkin toiseen asiaan. Kun tutkimusaineisto on muutettavissa mitattavaan ja testattavaan muotoon, voidaan käyttää määrällistä tutkimusmenetelmää. (Vilkkä 2015, 66–67.)

Määrällisessä tutkimuksessa tutkimusaineiston keräämiseen on valittavissa kyselylomake, systemaattinen havainnointi ja valmiiden rekisterien ja tilastojen käyttö. Kyselylomake on tavallisin aineiston keräämisen tapa ja sitä voidaan kutsua myös postikyselyksi, informoiduksi kyselyksi ja joukkokyselyksi (gallupiksi). Myös survey-tutkimuksesta puhutaan, joka viittaa siihen, että kysely on standardoitu, eli vakioitu, mikä tarkoittaa, että esitetään samat kysymykset samalla tavalla kaikille vastaajille. Informoitu kysely on kyselylomakkeen ja henkilökohtaisen haastattelun välimuoto eli tutkija saattaa tehdä myös lisäkysymyksiä. Kyselylomake sopii hyvin suurelle joukolle vastaajia. Haittana voi olla alhainen vastausprosentti. (Vilkkä 2015, 94.) Tutkittava asia pitää olla mitattavissa ja testattavissa (Vilkkä 2015, 101).

Kyselylomakkeen suunnittelussa on tärkeää, että tutkija tietää tutkimuksen tavoitteen, eli mihin kysymyksiin hän haluaa vastauksia. Tutkija voi määritellä, millä taustamuuttujilla on vaikutusta tutkittaviin asioihin. Pitää muistaa, että kyselylomakkeessa kysytään vain asioita, jotka tutkimussuunnitelmassa sanotaan mitattavan. Kohderyhmän tuntemus on tärkeää, kun kysymyksiä luodaan, koska ne pitää muotoilla vastaajalle tutulla tavalla. Turhat kysymykset karsitaan pois ja vain ne, jotka auttavat tutkimusongelman ratkaisemista otetaan mukaan. Kyselylomakkeen tarkoitus on vastata tutkimustehtävään, joka on esitetty tutkimussuunnitelmassa. Tämä on tärkeää tutkimuksen validiteetin kannalta. (Vilkkä 2015, 105, 107.)

Varsinkin työelämässä on tärkeää, että toimintaa ja sen muutosta pystytään seuraamaan pitkällä aikavälillä. Sen takia työelämässä kertatutkimus ei ole suosittu ratkaisu. Tutkimushankkeet, joissa on mahdollista tehdä seuranta, on aina hyvä suunnitella tarkasti. Seurantatutkimus samalla kyselylomakkeella antaa hyvää vertailutietoa. (Vilkkä 2015, 108.)

Erilaisia yhteiskunnan ilmiöitä, kuten ihmisten toimintaa, mielipiteitä, asenteita ja arvoja voi tarkastella kyselytutkimuksella. Haastattelulomake on hyvin samantyyppinen kuin kyselylomake, mutta ero näissä on, että kyselylomake toimii ilman haastattelijan apua. Mittareilla tarkoitetaan kokoelmaa kysymyksiä ja väitteitä, joiden avulla pyritään mittaamaan asenteita ja arvoja. On mahdollista joko käyttää aiemmin käytettyjä ”valmiita” mittareita tai rakentaa niitä itse. Valmiiden mittareiden toimivuus toisessa kyselyssä ei ole aina varmaa. (Vehkalahti 2014, 11–12.)

Internetin kautta tehtävät kyselyt ovat yleistyneet. Jokaisella vastaajalla pitää olla yhteys internetin. Internetlomakkeiden teko vaati asiantuntemusta ja kyselyn tekninen toteutus ratkaisee tutkimuksen onnistumisen. Pitää miettiä, miten tutkittava saa tiedon tutkimuksesta ja miten estetään tutkimuksen ulkopuolella olevien henkilöiden vastaaminen kyselyyn. Sama henkilö ei myöskään saa vastata kyselyyn kuin vain kerran. (Heikkilä 2014, 17.)

Yksittäistä kysymystä tai väitettä kutsutaan osioksi. Osio mittaa lähtökohtaisesti vain yhtä asiaa. Osioista koostuva kokonaisuus on mittari, joka mittaa useita asioita. Osiot voidaan jakaa avoimiin ja suljettuihin. Vastaaja vastaa avoimeen osioon vapaamuotoisesti. Vastausvaihtoehdot suljetussa osiossa on annettu lomakkeessa valmiiksi. Valmiit vastausvaihtoehdot eivät saa mennä päällekkäin, niiden on oltava toisensa poissulkevia. Suljettuja osioita käytetään enimmäkseen kyselytutkimuksessa. Suljetuissa ja avoimissa osioissa on hyvät ja huonot puolensa. Valmiiden vastausvaihtoehtojen hyvä puoli on, että ne selkeyttävät mittausta ja olennaisesti helpottavat tietojen käsittelyä. On työläämpi käsitellä sanallisia vastauksia, mutta joskus ne toimivat paremmin ja niistä voi saada tärkeää tietoa, joka muuten jäisi havaitsematta täysin. (Vehkalahti 2014, 23–25.) Etu suljetuissa kysymyksissä on, että vastaaminen on nopeaa ja tulosten tilastollinen käsittely on helppoa. Haitta suljetuissa kysymyksissä on se, että vastaajat voivat antaa vastaukset harkitsematta tai kokea, että ”en osaa sanoa” -vaihtoehto houkuttelee. Vaihtoehdot ja esittämisjärjestys voivat johdattaa vastaajaa tai vaihtoehto saattaa puuttua. Epäonnistunut luokittelu on vaikea korjata. (Heikkilä 2014, 49.)

Yleisin järjestysasteikko on Likertin asteikko. Käytettävän asteikon pitää muodostaa selvä jatkumo ääripäästä toiseen. ”Täysin samaa mieltä” ja ”täysin eri mieltä” ovat tyypillisiä ääripäitä. Asteikon keskellä ilmenee yleensä ongelmia, koska siihen sijoitetaan kaikenlaisia vaihtoehtoja. Likertin asteikossa keskimäinen vaihtoehto kuuluu olla ”neutraali”, esimerkiksi ”ei samaa eikä eri mieltä”. Jossain kyselyissä voidaan olettaa vastaajien ottavan kantaa, joten voidaan kysyä, tarvitaanko keskimäistä vaihtoehtoa ollenkaan. Yleensä keskimäinen vaihtoehto on syytä olla, koska neutraali on parempi kuin puuttuva tieto.. Kun tulokset analysoidaan, pitää muistaa, että ”en osaa sanoa” -vaihtoehto ei kuulu asteikkoon, vaan sen ulkopuolelle. Likertin asteikoissa on tyypillisesti viisi vaihtoehtoa. Joskus voi olla hyödyllistä laajentaa asteikkoa seitsemään vaihtoehtoon. (Vehkalahti 2014, 35–37.)

Yleisin tunnusluku on keskiarvo. Keskiarvo kertoo havaintomatriisin pystyriivien, niin sanottujen ”muuttujien”, keskimääräisen arvon. Keskihajonta kertoo keskimääräisen hajonnan.

Arvot ovat sitä tiiviimmin sijoittuneet keskiarvon ympärille, mitä pienempi keskihajonta on.
(Vehkalahti 2014, 51, 54–55.)

4 Viestintäkyselyn toteutus

Tämän opinnäytetyön tutkimuskohteena oli Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijapalvelut. Opiskelijapalvelut sisältävät hakijapalvelut, opintotoimistot sekä oppilaitospastorin ja psykiatrisen sairaanhoitajan. Oppilaitospastori ja psykiatrisen sairaanhoitaja jäivät tutkimuksen ulkopuolelle, koska heidän toimintansa ja viestintänsä on hyvin erilaista kuin muiden opiskelijapalveluiden. Hakijapalvelut palvelee hakijoita ja opiskelijoita erilaisissa hakuprosessiin liittyvissä asioissa (esimerkiksi yhteishaku ammattikorkeakouluun, siirto-haku, koulutusmarkkinointi). Haaga-Helian jokaisessa toimipisteessä (Haaga, Malmi, Pasila, Porvoo ja Vierumäki) on opintotoimisto, joka palvelee ja neuvoo opiskelijoita opiskelun eri vaiheissa (esimerkiksi erilaisten opiskelutodistusten saamisessa, orientointipäivillä, valmistujaisten järjestämisessä). Pasilan ja Haagan toimipisteissä on myös palvelukeskus, josta on mahdollista saada samat palvelut kuin opintotoimistoilta, esimerkiksi opiskelutodistuksia, ateriatukikortteja ja matka-alennustodistuksia. Pasilan palvelukeskus hoitaa myös uusintatentit Pasilan toimipisteessä.

4.1 Tutkimuksen tausta ja tavoite

Tutkimuksen konkreettinen tulos oli dataa siitä, mitä mieltä henkilöstö ja opiskelijat olivat opiskelijapalveluiden viestinnästä ja mitä muutoksia he siihen kaipasivat. Tutkimuksen tulosten merkitys oli suuri, koska tulokset antoivat pohjaa viestintäsuunnitelman laatimiseen. Tulokset toivat esiin myös kehittämideoita.

Viestintäsuunnitelman hyöty opiskelijapalveluille on suuri. Sen avulla viestinnän suunnittelu on helpompaa ja sen avulla saadaan myös viestintä näkyvämmäksi jokaiselle opiskelijapalveluissa työskentelevälle. Kehittämishankkeen tarkoitus oli kehittää Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijapalveluiden viestintäpalveluita laatimalla viestintäsuunnitelma.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu osallistui laatuauditointiin vuonna 2017 ja laatuauditoinnin osana oli oman toiminnan itsearviointi vuoden 2015–2016 aikana. Osana itsearviointia ja vertaisarviointia Haaga-Helian opiskelijapalvelut kirjasivat yhdeksi kehittämiskohteeksi viestintäsuunnitelman laatimisen. Opiskelijapalveluissa ei vielä silloin ollut olemassa lainkaan viestintäsuunnitelmaa.

Viestintäsuunnitelmassa huomioidaan sosiaalisen median kanavat ja opiskelijapalveluiden mahdollinen näkyminen niissä Haaga-Helian linjausten mukaan. Tehtävänä oli myös parantaa opiskelijapalveluiden näkyvyyttä ja yhtenäistää ulkoasua eri viestintäkanavissa.

Viestintäsuunnitelmassa huomioidaan keskeisimmät sidosryhmät, eli hakijat, opiskelijat ja henkilöstö.

Kehittämishankkeen alussa toteutettiin viestintäkysely henkilöstölle ja hakijoille/opiskelijoille. Tavoitteena oli kartoittaa opiskelijapalveluiden sisäisen ja ulkoisen viestinnän lähtötilanne ja mitä muutoksia viestintään kaivattiin. Kysely toteutettiin osana kvantitatiivisen tutkimuksen opintojaksoa Haaga-Heliassa keväällä 2016. Kyselyn tuloksilla pyrittiin saamaan kehittämisideoita viestinnän parantamiseksi ja viestintäsuunnitelman laatimiseksi.

Kehittämishankkeen konkreettinen tulos oli viestintäsuunnitelma ja siihen liittyen viestinnän vuosikello, josta selviää koko lukuvuoden suunnitelmat opiskelijapalveluiden viestintään liittyen. Kehittämishankkeen tavoitteena oli tehdä opiskelijapalveluiden viestintä näkyvämmäksi jokaiselle opiskelijapalveluissa työskentelevälle sekä tehdä viestinnän suunnittelu helpommaksi.

Opiskelijapalveluiden päällikkö vastaa ensisijaisesti opiskelijapalveluiden sisäisestä viestinnästä ja sen kehittämisestä. Työryhmissä tuodaan esille opiskelijapalveluiden jäsenten kehittämisideat. Opiskelijapalveluiden viestintään kuuluu myös vuoropuhelu asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa. (Haaga-Helia 2016a.) ”Opiskelijapalveluiden viestinnän tavoitteena on antaa tietoa opiskelijapalveluiden toiminnasta ja palveluista sekä ajankohtaisista hakuprosessiin ja muihin digitaalisiin muutoksiin liittyvistä asioista” (Haaga-Helia 2016a).

”Vuorovaikutteista viestintää tapahtuu asiakaspalvelutilanteissa, työryhmissä ja kokouksissa, erilaisissa infotilaisuuksissa (esimerkiksi opiskelijoiden orientointipäivät ja koulumarkkinointi) sekä henkilökohtaisissa kontakteissa” (Haaga-Helia 2016a).

Keskeisiä viestinnän kanavia ovat sähköposti, verkkosivut, opiskelijoiden sosiaalinen MyNet ja henkilöstön intranet. Viestinnässä käytetään myös sosiaalisen median työkaluja, kuten esimerkiksi Yammer ja Skype for Business. (Haaga-Helia 2016a.)

Opiskelijapalveluiden keskeisimpiä viestinnän työkaluja ovat: Haaga-Helian hakijan opas, Opetushallituksen opintopolku.fi-sivusto hakijoille, Haaga-Helian verkkosivusto ja chat, opiskelijoiden MyNet, henkilöstön intranet, sisäiset hakuseminaarit, Haaga-Helian Yammer ja muut some-kanavat, sisäiset koulutukset Haaga-Helian muille toimijoille, vakioasioinnit ja informaatio hakijoille, opiskelijoille ja talon sisäisille toimijoille, kokoukset ja palaverit (ml. Skype-kokoukset), koulumarkkinointi (Haaga-Helia 2016a).

Pääosin viestintä tapahtuu suomen ja englannin kielellä. Sisäinen viestintä toimii niin, että viestintäryhmän jäsen vie tietoa omaan toimipisteeseensä ja tarvittaessa asioita käsitellään myös koko yksikön kokouksissa. Opiskelijapalveluilla on yhteinen sisäinen verkkolevy, johon jokainen opiskelijapalveluissa työskentelevä pääsee. Tiedon vienti talon eri toimijoille, esim. koulutusohjelmavastaaville, on ollut pääosin opiskelijapalveluiden päällikön vastuulla. Kerran vuodessa on hakuseminaari, jossa hakijapalvelut tiedottaa uusista asioista yhteistyökumppaneille. Opintotoimisto tiedottaa palveluistaan uusille opiskelijoille orientointipäivinä kaksi kertaa vuodessa. (Haaga-Helia 2016a.)

Hakijapalvelut osallistuu ulkoiseen viestintään muun muassa laatimalla materiaaleja sekä osallistumalla Studia-messuille ja muihin tilaisuuksiin. Avoimen ammattikorkeakoulun tarjonnasta ja prosesseista viestii ensisijaisesti opintotoimisto. (Haaga-Helia 2016a.)

4.2 Tutkimusongelma

Viestintäkyselyn tavoitteena oli kartoittaa Haaga-Helian opiskelijapalveluiden sisäisen ja ulkoisen viestinnän lähtötilanne ja mitä muutoksia viestintään kaivattiin. Päättökysymys oli ”Millaisena koet Haaga-Helian opiskelijapalveluiden sisäisen ja/tai ulkoisen viestinnän?”. Tutkimuksen alateemat olivat: viestintäpalveluiden ja viestintäsisältöjen tärkeys, viestintäkanavien käyttö ja viestintään kaivatut muutokset.

4.3 Aineiston keruu- ja analyysimenetelmät

Sähköinen kysely tehtiin Webropolissa ja se analysoitiin Microsoft Excelissä. Tutkimukseen osallistuivat Haaga-Helian henkilöstö ja opiskelijat. Kyselylomake lähetettiin henkilöstölle ja opiskelijoille sähköpostilla toukokuussa 2016. Hakijoille jaettiin erillinen paperinen kyselylomake valintakoepäivien yhteydessä keväällä 2016. Tämän kyselyn toteuttivat hakijapalvelut.

Satunnaiset virheet, jotka voivat heikentää reliabiliteettia, voivat olla esimerkiksi kysymysten väärin ymmärtäminen, kuten esimerkiksi se, että ei ymmärretä, onko kyse sisäisestä vai ulkoisesta viestinnästä. Kysymyksissä pitää selkeästi kertoa vastaajalle, mitä ”viestinnällä” tarkoitetaan ja mihin viitataan. Pitää myös olla tarkkana, ettei keskiarvoihin virheellisesti lasketa mukaan vaihtoehtoa ”en osaa sanoa”. (Taanila 1.2.2016.)

Validiteettia heikentävä systemaattinen virhe voi olla esimerkiksi se, ettei käsitteiden muuttaminen mitattavaan muotoon ole onnistunut. (Taanila 1.2.2016.)

Kehittämishankkeen suunnittelu aloitettiin jo opintojen yhteydessä syksyllä 2015. Varsinaisen tutkimuskyselyn toteutus tapahtui keväällä 2016.

Aikataulu:

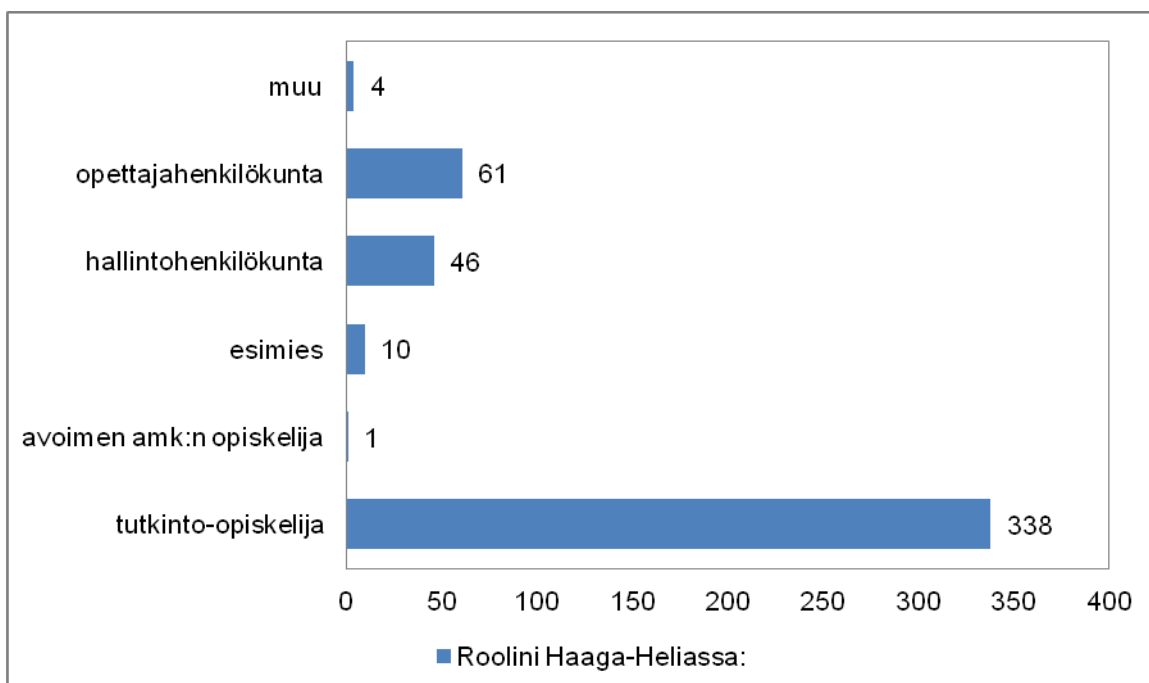
Aika	Tehtävä
22.2.2016	Viestintätyöryhmän tapaaminen (opiskelijapalveluiden päällikkö, opiskelijapalveluiden edustajat). Kehittämishankkeen esittely ja suunnittelu.
Maaliskuu-Toukokuu 2016	Kyselyn toteuttaminen ja datan kerääminen.
Kesäkuu 2016	Datan analysointi.
Heinäkuu 2016	Kehittämishankkeen teoriaosuuden kirjoittaminen ja vertailu aikaisempiin tutkimuksiin ja kehittämishankkeisiin.
Elokuu-Lokakuu 2016	Viestintäsuunnitelman laatiminen.
2017-2018	Kehittämishankkeen raportin kirjoittaminen.

5 Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn tulokset

Kyselylomake lähetettiin 4. toukokuuta 2016 sähköpostitse 9305:lle Haaga-Helian opiskelijalle ja 6. toukokuuta 2016 sähköpostitse 693:lle Haaga-Helian henkilökunnan jäsenelle. Kysely suljettiin 31. toukokuuta 2016. Ylemmän ammattikorkeakoulun opiskelijat saivat kyselyn sähköpostiin noin viikkoa muita opiskelijoita myöhemmin. Kysely lähetettiin yhteensä 9998:lle henkilölle. Kyselyyn vastasi yhteensä 460 henkilöä ja vastausprosentti oli noin 4,6.

5.1 Taustatiedot

Taustatiedot kyselyssä olivat: tutkinto-opiskelija, avoimen ammattikorkeakoulun opiskelija, esimies, hallintohenkilökunta, opettajahenkilökunta ja muu.



Kuvio 1. Roolit Haaga-Heliassa

Yllä olevassa kuviossa (kuvio 1) näkyy, että isoin vastaajaryhmä oli tutkinto-opiskelijat. Heitä oli yhteensä 338, eli 73,5 prosenttia. Avoimen ammattikorkeakoulun vastaajia oli yksi, esimiehiä 10, hallintohenkilökunta 46, opettajahenkilökunta 61 ja muita 4.

5.2 Viestintäpalveluiden tärkeys

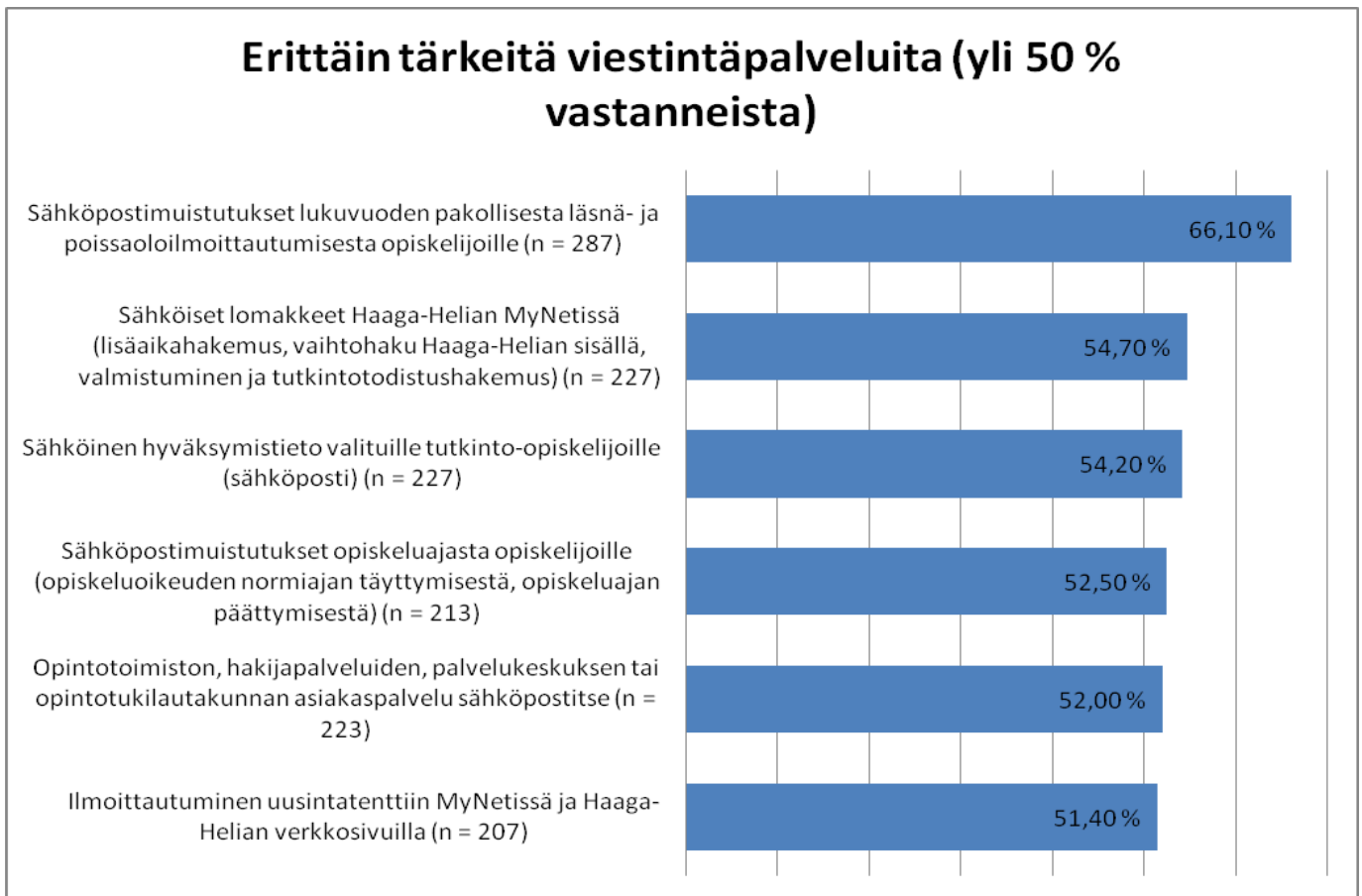
Opiskelijapalveluilla on paljon erilaisia viestintäpalveluita hakijoille, opiskelijoille ja henkilökunnalle. Kyselyssä haluttiin tietää niiden tärkeys vastaajalle.

Taulukko 1. Opiskelijapalveluiden viestintäpalveluiden tärkeys prosentteissa

Kuinka tärkeitä asteikolla 1-5 alla olevat opiskelijapalveluiden viestintäpalvelut ovat sinulle? Vastaa soveltuvin osin.:	Ei lainkaan tärkeä	n	Ei kovin tärkeä	n	Neutraali	n	Melko tärkeä	n	Erittäin tärkeä	n	Kaikki (n)
1. Koulumarkkinointi (esim. Studiamessut, opinto-ohjaajainfot toisen asteen opinto-ohjaajille, AMK-kampuspäivät tuleville hakijoille, kouluvierailut)	20,2 %	79	17,9 %	70	19,9 %	78	24,0 %	94	17,9 %	70	391
2. Hakukohde-handout, johon on koottu kaikki kuluvan hakukauden hakukohteet Haaga-Heliassa (jaetaan hakijapalveluiden asiakaspalveluluukulla ja koulumarkkinointitilanteissa)	20,9 %	75	20,1 %	72	20,9 %	75	22,6 %	81	15,6 %	56	359
3. Haaga-Helian hakijan opas	8,3 %	35	14,5 %	61	16,6 %	70	30,2 %	127	30,4 %	128	421
4. Opetushallituksen opintopolku fi-sivusto hakijoille	12,7 %	52	13,5 %	55	21,3 %	87	23,3 %	95	29,2 %	119	408
5. Koulutus- ja hakutieto hakijoille Haaga-Helian verkkosivuilla	6,7 %	29	7,9 %	34	12,1 %	52	29,3 %	126	44,0 %	189	430
6. Avoimen ammattikorkeakoulun opintotarjonta ja hakutieto Haaga-Helian verkkosivuilla	14,2 %	54	11,5 %	44	18,9 %	72	24,7 %	94	30,7 %	117	381
7. Sähköiset hakulomakkeet avoimen amk:n opiskelijoille	22,0 %	76	12,7 %	44	13,3 %	46	23,4 %	81	28,6 %	99	346
8. Sähköinen valintakoekutsu hakijoille (sähköposti)	13,7 %	56	5,1 %	21	10,8 %	44	22,8 %	93	47,5 %	194	408
9. Sähköinen hyväksymistieto valituille tutkinto-opiskelijoille (sähköposti)	12,9 %	54	2,6 %	11	8,1 %	34	22,2 %	93	54,2 %	227	419
10. Tervetuloa-sivut uusille opiskelijoille	8,5 %	35	6,8 %	28	16,3 %	67	28,6 %	118	39,8 %	164	412
11. Sähköinen hyväksymistieto avoimen amk:n opiskelijoille (sähköposti)	24,4 %	82	6,0 %	20	13,1 %	44	22,6 %	76	33,9 %	114	336
12. Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla	24,4 %	92	19,4 %	73	25,5 %	96	19,6 %	74	11,1 %	42	377
13. Opiskelijapalveluiden yhteystiedot verkkosivuilla	4,9 %	21	4,6 %	20	13,0 %	56	30,8 %	133	46,8 %	202	432
14. Haaga-Helian opas ulkomaisille tutkinto-opiskelijoille	29,3 %	100	8,8 %	30	11,1 %	38	21,1 %	72	29,6 %	101	341
15. Uusien opiskelijoiden orientaatiopäivät	8,6 %	36	9,5 %	40	8,8 %	37	23,8 %	100	49,3 %	207	420
16. Opintotuki-infot opiskelijoille	17,8 %	70	10,2 %	40	16,8 %	66	20,6 %	81	34,8 %	137	394
17. Ilmoittautuminen uusintatenttiin MyNetissä ja Haaga-Helian verkkosivuilla	4,5 %	18	5,7 %	23	14,6 %	59	23,8 %	96	51,4 %	207	403
18. Sähköiset lomakkeet Haaga-Helian verkkosivuilla (esim. hakemus opiskeluoikeuden palauttamiseksi, eroilmoitus)	7,8 %	31	8,1 %	32	13,4 %	53	24,7 %	98	46,0 %	182	396
19. Sähköiset lomakkeet Haaga-Helian MyNetissä (lisäaikahakemus, vaihtohaku Haaga-Helian sisällä, valmistuminen ja tutkintotodistushakemus)	4,3 %	18	4,6 %	19	12,0 %	50	24,3 %	101	54,7 %	227	415
20. Tietoa opiskelijapalveluiden palveluista opiskelijan MyNetissä	4,4 %	19	4,7 %	20	11,4 %	49	30,7 %	132	48,8 %	210	430
21. Sähköpostimuistutukset opiskelujasta opiskelijoille (opiskeluoikeuden normiajan täyttymisestä, opiskeluvuoden päättymisestä)	9,4 %	38	5,7 %	23	12,3 %	50	20,2 %	82	52,5 %	213	406
22. Sähköpostimuistutukset lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta opiskelijoille	6,9 %	30	1,4 %	6	9,0 %	39	16,6 %	72	66,1 %	287	434
23. Sähköpostimuistutukset yhteystietojen päivittämisestä opiskelijoille	8,6 %	37	6,5 %	28	21,5 %	92	23,6 %	101	39,7 %	170	428
24. Perinteinen asiakaspalvelu puhelimitse ja opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelupisteellä ja puhelimitse	3,7 %	16	8,3 %	36	19,2 %	83	28,5 %	123	40,3 %	174	432
25. Opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelu sähköpostitse	2,6 %	11	4,0 %	17	13,1 %	56	28,4 %	122	52,0 %	223	429
26. Hakuseminaarit henkilökunnalle	21,6 %	27	16,0 %	20	19,2 %	24	21,6 %	27	21,6 %	27	125
27. Hakuinfo henkilökunnan intranetissä (esim. hakumäärät, hakuaikeat)	13,1 %	19	8,3 %	12	17,2 %	25	26,9 %	39	34,5 %	50	145
28. Winha-ohjeet henkilökunnalle intranetissä	12,3 %	18	6,8 %	10	13,0 %	19	23,3 %	34	44,5 %	65	146
29. E-lomake-ohjeet henkilökunnalle intranetissä	13,0 %	18	7,2 %	10	15,2 %	21	31,2 %	43	33,3 %	46	138
30. E-lomake-tiedotteet sähköpostitse henkilökunnalle	15,7 %	21	9,7 %	13	19,4 %	26	26,9 %	36	28,4 %	38	134
31. Opiskelijapalveluiden kokousmuistiot henkilökunnan intranetissä	22,9 %	33	20,8 %	30	23,6 %	34	18,1 %	26	14,6 %	21	144

Yllä oleva taulukko (taulukko 1) kertoo asteikolla 1-5, jossa 1 on ei lainkaan tärkeä ja 5 erittäin tärkeä, kuinka tärkeitä opiskelijapalveluiden viestintäpalvelut ovat kyselyyn vastaajille. Vastaajien määrän näkee taulukosta väittämien oikealla puolella (n). Taulukosta (taulukko 1) näkee, että erittäin tärkeitä viestintäpalveluita (yli 50 prosenttia vastanneista) ovat: ilmoittautuminen uusintatenttiin MyNetissä ja Haaga-Helian verkkosivuilla (6), opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelu sähköpostitse (5), sähköpostimuistutukset opiskeluvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta opiskelijoille (1). Alla olevassa kuviossa (kuvio 2) näkyy tärkeimmät viestintäpalvelut prosentteissa. Prosentteissa suurin ei lainkaan tärkeä viestintäpalvelu on Haaga-

Helian opas ulkomaisille tutkinto-opiskelijoille, josta 29,3 prosenttia vastanneista ovat sitä mieltä, että tämä palvelu ei ole lainkaan tärkeä.



Kuvio 2. Erittäin tärkeitä viestintäpalveluita

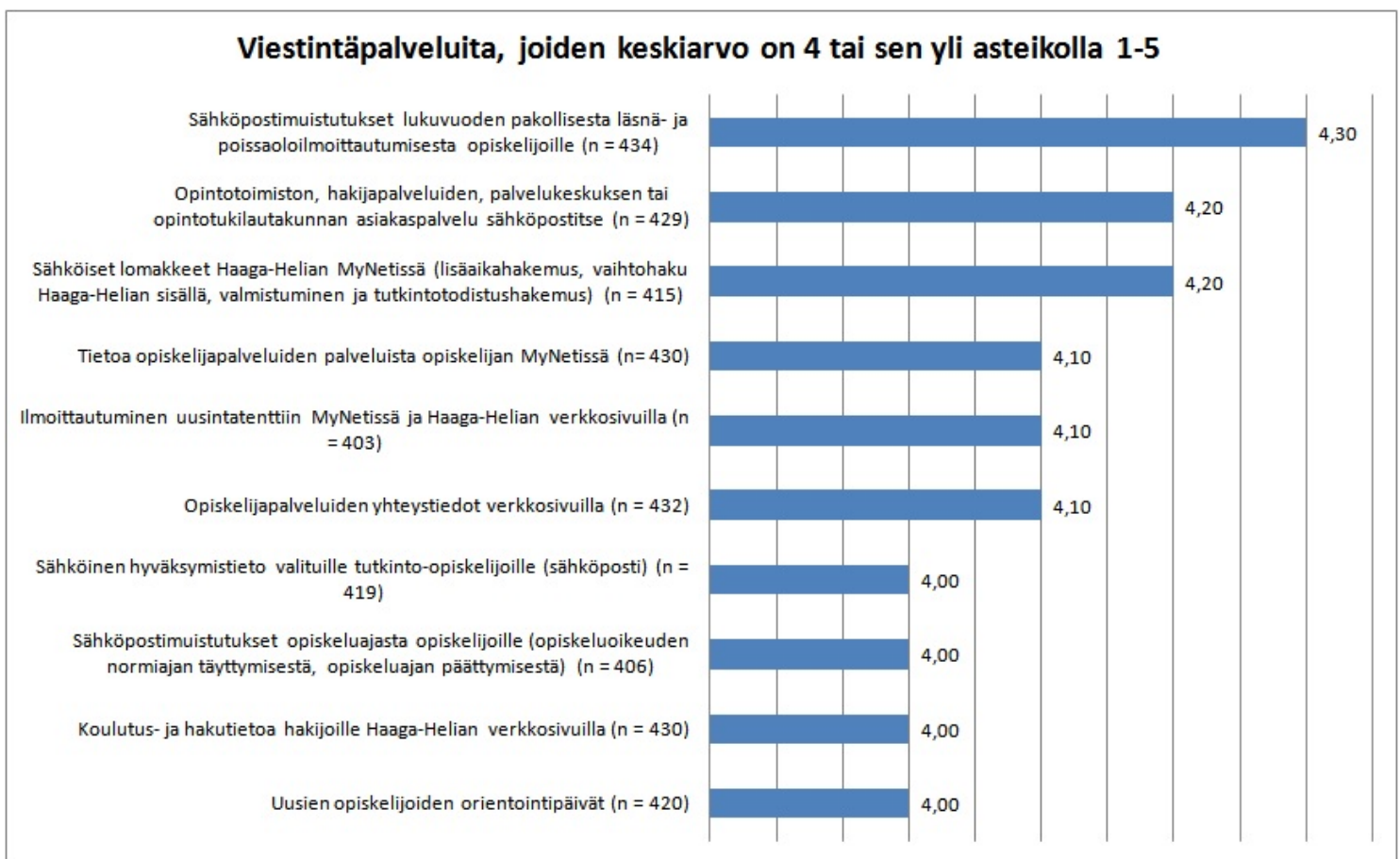
On tärkeää huomata, että ei lainkaan tärkeitä tai ei kovin tärkeitä viestintäpalveluita ovat vastaajien mielestä vähän. Vastaajien mielestä viestintäpalvelut ovat yleisesti melko tärkeitä tai erittäin tärkeitä.

Taulukko 2. Opiskelijapalveluiden viestintäpalveluiden tärkeys keskiarvoina

Kuinka tärkeitä asteikolla 1-5 alla olevat opiskelijapalveluiden viestintäpalvelut ovat sinulle? Vastaa soveltuvin osin.	Keskiarvo	Keskihajonta	n
22. Sähköpostimuistutukset lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta opiskelijoille	4,3	1,1	434
25. Opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelu sähköpostitse	4,2	1,0	429
19. Sähköiset lomakkeet Haaga-Helian MyNetissä (lisäaikahakemus, vaihto-haku Haaga-Helian sisällä, valmistuminen ja tutkintotodistushakemus)	4,2	1,1	415
20. Tietoa opiskelijapalveluiden palveluista opiskelijan MyNetissä	4,1	1,1	430
17. Ilmoittautuminen uusintatenttiin MyNetissä ja Haaga-Helian verkkosivuilla	4,1	1,1	403
13. Opiskelijapalveluiden yhteystiedot verkkosivuilla	4,1	1,1	432
9. Sähköinen hyväksymistieto valituille tutkinto-opiskelijoille (sähköposti)	4,0	1,4	419
21. Sähköpostimuistutukset opiskeluajasta opiskelijoille (opiskelu-oikeuden normiajan täyttymisestä, opiskeluajan päättymisestä)	4,0	1,3	406
5. Koulutus- ja hakutietoa hakijoille Haaga-Helian verkkosivuilla	4,0	1,2	430
15. Uusien opiskelijoiden orientointipäivät	4,0	1,3	420
24. Perinteinen asiakaspalvelu puhelimitse ja opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelupisteellä ja puhelimitse	3,9	1,1	432
18. Sähköiset lomakkeet Haaga-Helian verkkosivuilla (esim. hakemus opiskelu-oikeuden palauttamiseksi, eroilmoitus)	3,9	1,3	396
8. Sähköinen valintakoekutsu hakijoille (sähköposti)	3,9	1,4	408
10. Tervetuloa-sivut uusille opiskelijoille	3,8	1,3	412
28. Winha-ohjeet henkilökunnalle intranetissä	3,8	1,4	146
23. Sähköpostimuistutukset yhteystietojen päivittämisestä opiskelijoille	3,8	1,3	428
29. E-lomake-ohjeet henkilökunnalle intranetissä	3,6	1,4	138
27. Hakuinfo henkilökunnan intranetissä (esim. hakumäärät, haku-aikataulut)	3,6	1,4	145
3. Haaga-Helian hakijan opas	3,6	1,3	421
6. Avoimen ammattikorkeakoulun opintotarjonta ja hakutieto Haaga-Helian verkkosivuilla	3,5	1,4	381
16. Opintotuki-infot opiskelijoille	3,4	1,5	394
4. Opetushallituksen opintopolku.fi-sivusto hakijoille	3,4	1,4	408
30. E-lomake-tiedotteet sähköpostitse henkilökunnalle	3,4	1,4	134
11. Sähköinen hyväksymistieto avoimen amk:n opiskelijoille (sähköposti)	3,4	1,6	336
7. Sähköiset hakulomakkeet avoimen amk:n opiskelijoille	3,2	1,5	346
14. Haaga-Helian opas ulkomaisille tutkinto-opiskelijoille	3,1	1,6	341
26. Hakuseminaarit henkilökunnalle	3,1	1,5	125
1. Koulumarkkinointi (esim. Studiamessut, opinto-ohjaajainfot toisen asteen opinto-ohjaajille, AMK-kampuspäivät tuleville hakijoille, kouluvierailut)	3,0	1,4	391
2. Hakukohde-handout, johon on koottu kaikki kuluvan hakukauden hakukohteet Haaga-Heliassa (jaetaan hakijapalveluiden asiakaspalveluluukulla ja koulumarkkinointitilanteissa)	2,9	1,4	359
31. Opiskelijapalveluiden kokousmuistiot henkilökunnan intranetissä	2,8	1,4	144
12. Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla	2,7	1,3	377

Yllä olevasta taulukosta (taulukko 2) näkee, että samat viestintäpalvelut, jotka olivat pro-senteissa (taulukko 1) erittäin tärkeitä ovat myös keskiarvoissa tärkeimpien joukossa. Viestintäpalveluita, joissa keskiarvo on 4 tai sen yli (asteikolla 1-5, jossa 1 on ei lainkaan tärkeä ja 5 erittäin tärkeä) ovat: uusien opiskelijoiden orientointipäivät (keskiarvo 4), koulu-tus- ja hakutietoa hakijoille Haaga-Helian verkkosivuilla (keskiarvo 4), sähköpostimuistu-

tukset opiskeluajasta opiskelijoille (opiskelu-oikeuden normiajan täyttymisestä, opiskelu-ajan päättymisestä) (keskiarvo 4), sähköinen hyväksymistieto valituille tutkinto-opiskelijoille (sähköposti) (keskiarvo 4), opiskelijapalveluiden yhteystiedot verkkosivuilla (keskiarvo 4,1), ilmoittautuminen uusintatenttiin MyNetissä ja Haaga-Helian verkkosivuilla (keskiarvo 4,1), tietoa opiskelijapalveluiden palveluista opiskelijan MyNetissä (keskiarvo 4,1), sähköiset lomakkeet Haaga-Helian MyNetissä (lisäaikahakemus, vaihtohaku Haaga-Helian sisällä, valmistuminen ja tutkintotodistushakemus) (keskiarvo 4,2), opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelu sähköpostitse (keskiarvo 4,2) ja sähköpostimuistutukset lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta opiskelijoille (keskiarvo 4,3). Alla olevassa kuviossa (kuvio 3) näkyvät viestintäpalvelut, joiden keskiarvo on 4 tai sen yli asteikolla 1-5.



Kuvio 3. Viestintäpalvelut, joiden keskiarvo 4 tai sen yli

Taulukosta (taulukko 2) näkee myös, että alimmat keskiarvot (alle 3) ovat: hakukohdehandout, johon on koottu kaikki kuluvan hakukauden hakukohteet Haaga-Heliassa (jaetaan hakijapalveluiden asiakaspalveluluukulla ja koulumarkkinointitalanteissa) (keskiarvo 2,9), opiskelijapalveluiden kokousmuistiot henkilökunnan intranetissä (keskiarvo 2,8) ja asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla (keskiarvo 2,7).

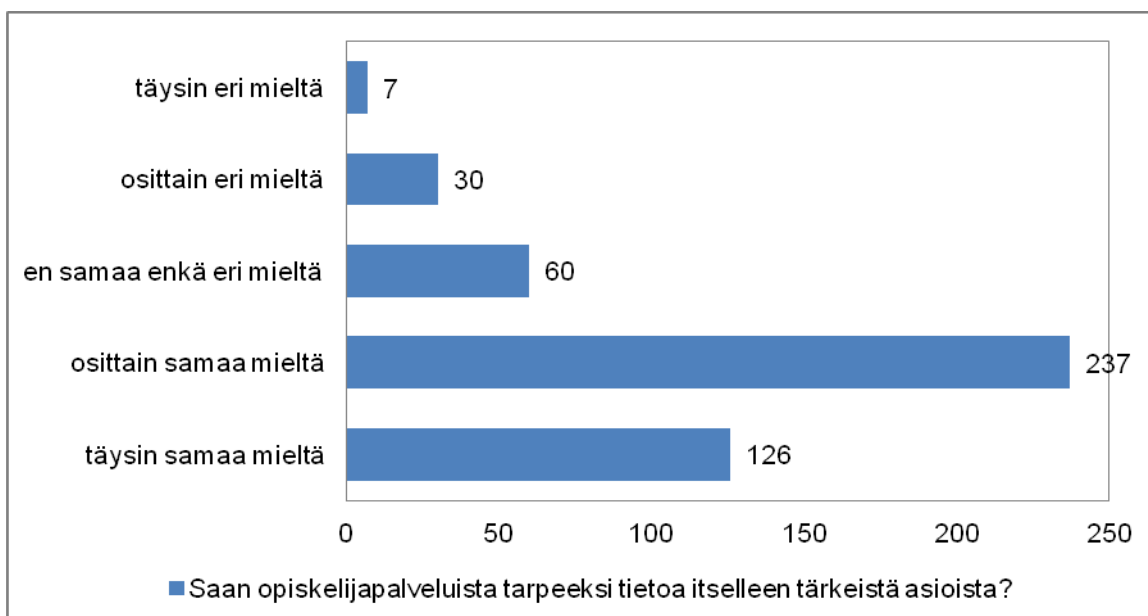
Taulukko 3. Opiskelijapalveluiden viestintäpalveluiden tärkeys ryhmittäin ja keskiarvoin

Keskiarvot	Tutkinto-opiskelija	n	Hallinto henkilökunta	n	Opettaja henkilökunta	n
1. Koulumarkkinointi (esim. Studiamessut, opinto-ohjaajainfot toisen asteen opinto-ohjaajille, AMK-kampuspäivät tuleville hakijoille, kouluvierailut)	3,0	293	2,8	32	3,2	54
2. Hakukohde-handout, johon on koottu kaikki kuluvan hakukauden hakukohteet Haaga-Heliassa (jaetaan hakijapalveluiden asiakaspalveluluukulla ja koulumarkkinointitilanteissa)	2,9	262	2,9	34	3,1	52
3. Haaga-Helian hakijan opas	3,6	314	3,5	38	3,5	57
4. Opetushallituksen opintopolku.fi-sivusto hakijoille	3,4	304	3,3	37	3,5	54
5. Koulutus- ja hakutietoa hakijoille Haaga-Helian verkkosivuilla	4,0	325	3,8	36	3,7	56
6. Avoimen ammattikorkeakoulun opintotarjonta ja hakutieto Haaga-Helian verkkosivuilla	3,4	275	3,6	38	3,7	55
7. Sähköiset hakulomakkeet avoimen amk:n opiskelijoille	3,2	248	3,4	32	3,0	53
8. Sähköinen valintakoe kutsu hakijoille (sähköposti)	4,1	310	3,1	33	3,0	53
9. Sähköinen hyväksymistieto valituille tutkinto-opiskelijoille (sähköposti)	4,3	320	3,1	33	3,0	53
10. Tervetuloa-sivut uusille opiskelijoille	3,9	308	3,6	35	3,8	57
11. Sähköinen hyväksymistieto avoimen amk:n opiskelijoille (sähköposti)	3,4	241	3,1	30	2,9	52
12. Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla	2,7	281	2,9	35	2,5	50
13. Opiskelijapalveluiden yhteystiedot verkkosivuilla	4,1	324	4,3	37	4,1	58
14. Haaga-Helian opas ulkomaisille tutkinto-opiskelijoille	3,0	241	3,5	34	3,1	54
15. Uusien opiskelijoiden orientointipäivät	3,9	317	3,9	34	4,1	57
16. Opintotuki-infot opiskelijoille	3,5	298	3,1	30	3,5	54
17. Ilmoittautuminen uusintatenttiin MyNetissä ja Haaga-Helian verkkosivuilla	4,2	304	3,4	32	4,3	55
18. Sähköiset lomakkeet Haaga-Helian verkkosivuilla (esim. hakemus opiskeluoikeuden palauttamiseksi, eroilmoitus)	4,0	294	3,3	35	3,7	55
19. Sähköiset lomakkeet Haaga-Helian MyNetissä (lisäaikahakemus, vaihtohaku Haaga-Helian sisällä, valmistuminen ja tutkintotodistushakemus)	4,4	310	3,4	36	3,9	56
20. Tietoa opiskelijapalveluiden palveluista opiskelijan MyNetissä	4,2	327	3,7	35	3,8	56
21. Sähköpostimuistutukset opiskeluaikasta opiskelijoille (opiskeluoikeuden normiajan täyttymisestä, opiskeluaikojen päättymisestä)	4,2	303	2,9	32	3,6	58
22. Sähköpostimuistutukset lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta opiskelijoille	4,6	333	3,4	32	3,5	56
23. Sähköpostimuistutukset yhteystietojen päivittämisestä opiskelijoille	3,9	326	2,9	32	3,7	57
24. Perinteinen asiakaspalvelu puhelimitse ja opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelupisteellä ja puhelimitse	3,9	317	3,9	43	4,0	57
25. Opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelu sähköpostitse	4,2	314	4,1	43	4,3	57
26. Hakuseminaarit henkilökunnalle	2,8	32	3,1	32	3,1	47
27. Hakuinfo henkilökunnan intranetissä (esim. hakumäärät, hakuaika taulut)	2,7	30	3,9	43	3,8	57
28. Winha-ohjeet henkilökunnalle intranetissä	3,1	34	3,8	39	4,3	59
29. E-lomake-ohjeet henkilökunnalle intranetissä	2,8	30	3,7	39	4,1	55
30. E-lomake-tiedotteet sähköpostitse henkilökunnalle	2,9	30	3,4	36	3,8	54
31. Opiskelijapalveluiden kokousmuistiot henkilökunnan intranetissä	2,8	32	2,9	40	2,7	57

Yllä olevasta taulukosta (taulukko 3) keskiarvot näkyvät ryhmittäin suurimpien vastaajaryhmien kesken. Keskiarvojen vieressä näkyy vastaajamäärät. Tutkinto-opiskelijat ovat antaneet parhaimman keskiarvon (4,6) sähköpostimuistutuksille lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta opiskelijoille. Hallinto henkilökunta on antanut parhaimman keskiarvon (4,3) opiskelijapalveluiden yhteystiedoille verkkosivuilla. Opettaja henkilökunta on antanut parhaimman keskiarvon (4,3) näille kolmelle viestintäpalvelulle: ilmoittautuminen uusintatenttiin MyNetissä ja Haaga-Helian verkkosivuilla, opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelu sähköpostitse ja Winha-ohjeet henkilökunnalle intranetissä. Yllä olevassa taulukossa (taulukko 3) näkyy vihreällä värillä korkeimmat keskiarvot (4 tai yli) ja punaisella värillä näkyy alhaimmat keskiarvot ryhmittäin (alle 3). Kaikki kolme vastaajaryhmää ovat antaneet korkean keskiarvon opiskelijapalveluiden yhteystiedoille verkkosivuilla ja opiskelijapalveluiden asiakaspalvelulle sähköpostitse. Opiskelijapalveluiden kokousmuistiot henkilökunnan intranetissä ja asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla ovat saaneet kaikilta kolmelta vastaajaryhmältä keskiarvon alle 3.

5.3 Tietojen saatavuus

Alla oleva kuvio (kuvio 4) kertoo sen saako vastaajat tarpeeksi tietoa opiskelijapalveluista itselleen tärkeistä asioista.



Kuvio 4. Tarpeeksi tietoa itselleen tärkeistä asioista

Vastaajista suurin osa 237 (51,5 prosenttia) oli osittain samaa mieltä väittämän kanssa (kuvio 4). Vastaajista 126 (27,4 prosenttia) oli täysin samaa mieltä, 60 (13 prosenttia) ei samaa eikä eri mieltä, 30 (6,5 prosenttia) osittain eri mieltä ja 7 (1,5 prosenttia) täysin eri mieltä.

Lähemmäs 80 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että he saavat täysin tai osittain tarpeeksi tietoa opiskelijapalveluista itselleen tärkeistä asioista.

Taulukko 4. Tarpeeksi tietoa itselleen tärkeistä asioista ryhmittäin

Saan opiskelijapalveluista tarpeeksi tietoa itselleen tärkeistä asioista?	Tutkinto-opiskelija	Avoimen amk:n opiskelija	Esimies	Hallintohenkilökunta	Opettajahenkilökunta	Muu	Kaikki
Täysin samaa mieltä	87	0	3	17	18	1	126
Osittain samaa mieltä	191	1	6	17	21	1	237
En samaa enkä eri mieltä	33	0	1	8	16	2	60
Osittain eri mieltä	23	0	0	4	3	0	30
Täysin eri mieltä	4	0	0	0	3	0	7
Kaikki	338	1	10	46	61	4	460

Yllä olevassa taulukossa (taulukko 4) näkyy, että ne vastaajaryhmät joiden joukossa on ollut henkilöitä, jotka ovat olleet osittain eri mieltä ja/tai täysin eri mieltä väittämän ”saan opiskelijapalveluista tarpeeksi tietoa itselleen tärkeistä asioista” ovat tutkinto-opiskelijat, hallintohenkilökunta ja opettajahenkilökunta. Koko vastaajaryhmästä (vastaajia 460) tämä on 8 prosenttia (37 vastaajaa). Eli todella pieni määrä, jotka ovat olleet osittain tai täysin eri mieltä.

5.4 Tärkeimmät viestintäkanavat

Alla oleva taulukko (taulukko 5) kertoo sen mitkä ovat vastaajien mielestä opiskelijapalveluiden kolme tärkeintä viestintäkanavaa. Suurin osa vastaajista 236 (51,3 prosenttia) oli sitä mieltä, että opiskelijoiden MyNet on heille tärkein viestintäkanava. Vastaajista 130 (28,3 prosenttia) oli sitä mieltä, että opiskelijoiden MyNet on heille toiseksi tärkein viestintäkanava. Vastaajista 129 (28 prosenttia) oli sitä mieltä että sähköposti on heille toiseksi tärkein viestintäkanava, 123 (26,7 prosenttia) oli sitä mieltä, että sähköposti on tärkein viestintäkanava ja 122 (26,5 prosenttia) oli sitä mieltä, että sähköposti on kolmanneksi tärkein viestintäkanava. Tärkeimmät viestintäkanavat ovat selkeästi opiskelijoiden MyNet ja sähköposti.

Taulukko 5. Kolme tärkeintä viestintäkanavaa

Mitkä ovat opiskelijapalveluiden sinulle kolme tärkeintä viestintäkanavaa?	Lukumäärä	Prosenttia otoksesta (n= 460)
Opiskelijoiden MyNet:1 = tärkein	236	51,3 %
Opiskelijoiden MyNet:2 = toiseksi tärkein	130	28,3 %
Sähköposti:2 = toiseksi tärkein	129	28,0 %
Sähköposti:1 = tärkein	123	26,7 %
Sähköposti:3 = kolmanneksi tärkein	122	26,5 %
Opiskelijoiden MyNet:3 = kolmanneksi tärkein	52	11,3 %
Henkilöstön intranet:1 = tärkein	33	7,2 %
Henkilöstön intranet:2 = toiseksi tärkein	32	7,0 %
Henkilöstön intranet:3 = kolmanneksi tärkein	30	6,5 %
Opintopolku.fi-sivusto hakijoille:3 = kolmanneksi tärkein	27	5,9 %
Joku muu, mikä?:3 = kolmanneksi tärkein	16	3,5 %
Opintopolku.fi-sivusto hakijoille:2 = toiseksi tärkein	13	2,8 %
Joku muu, mikä?:1 = tärkein	8	1,7 %
Opintopolku.fi-sivusto hakijoille:1 = tärkein	7	1,5 %
Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla:3 = kolmanneksi tärkein	6	1,3 %
Joku muu, mikä?:2 = toiseksi tärkein	2	0,4 %
Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla:2 = toiseksi tärkein	1	0,2 %
Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla:1 = tärkein	0	0,0 %

Alla oleva taulukko (taulukko 6) kertoo kolme tärkeintä viestintäkanavaa ryhmittäin. Suurin vastaajaryhmä on tutkinto-opiskelijat (73,5 prosenttia vastaajista).

Taulukko 6. Kolme tärkeintä viestintäkanavaa ryhmittäin

	Tutkinto-opiskelija (n= 338)	Avoimen amk:n opiskelija (n= 1)	Esimies (n= 10)	Hallinto-henkilökunta (n= 46)	Opettaja-henkilökunta (n= 61)	Muu (n= 4)	Kaikki (n= 460)
Opiskelijoiden MyNet:1 = tärkein	56,5 %	0,0 %	10,0 %	28,3 %	49,2 %	25,0 %	51,3 %
Opiskelijoiden MyNet:2 = toiseksi tärkein	31,1 %	100,0 %	30,0 %	13,0 %	21,3 %	50,0 %	28,3 %
Opiskelijoiden MyNet:3 = kolmanneksi tärkein	8,3 %	0,0 %	20,0 %	26,1 %	14,8 %	25,0 %	11,3 %
Henkilöstön intranet:1 = tärkein	0,6 %	0,0 %	30,0 %	30,4 %	21,3 %	25,0 %	7,2 %
Henkilöstön intranet:2 = toiseksi tärkein	0,3 %	0,0 %	0,0 %	17,4 %	36,1 %	25,0 %	7,0 %
Henkilöstön intranet:3 = kolmanneksi tärkein	1,8 %	0,0 %	30,0 %	21,7 %	18,0 %	0,0 %	6,5 %
Sähköposti:1 = tärkein	30,2 %	0,0 %	30,0 %	8,7 %	23,0 %	0,0 %	26,7 %
Sähköposti:2 = toiseksi tärkein	34,3 %	0,0 %	20,0 %	17,4 %	4,9 %	0,0 %	28,0 %
Sähköposti:3 = kolmanneksi tärkein	29,6 %	0,0 %	0,0 %	13,0 %	23,0 %	50,0 %	26,5 %
Opintopolku.fi-sivusto hakijoille:1 = tärkein	0,0 %	0,0 %	10,0 %	10,9 %	1,6 %	0,0 %	1,5 %
Opintopolku.fi-sivusto hakijoille:2 = toiseksi tärkein	1,5 %	0,0 %	20,0 %	6,5 %	4,9 %	0,0 %	2,8 %
Opintopolku.fi-sivusto hakijoille:3 = kolmanneksi tärkein	4,4 %	100,0 %	0,0 %	15,2 %	6,6 %	0,0 %	5,9 %
Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla:1 = tärkein	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla:2 = toiseksi tärkein	0,3 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,2 %
Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla:3 = kolmanneksi tärkein	1,5 %	0,0 %	10,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	1,3 %
Joku muu, mikä?:1 = tärkein	2,1 %	0,0 %	10,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	1,7 %
Joku muu, mikä?:2 = toiseksi tärkein	0,3 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	1,6 %	0,0 %	0,4 %
Joku muu, mikä?:3 = kolmanneksi tärkein	3,6 %	0,0 %	10,0 %	0,0 %	4,9 %	0,0 %	3,5 %

Tutkinto-opiskelijoille tärkeimmät viestintäkanavat ovat selkeästi opiskelijoiden MyNet ja sähköposti (taulukko 6). Muilla viestintäkanavilla on vastaajia alle 6,1 prosenttia. Muista vähän isoimmista ryhmistä, kuten hallinto-henkilökunta ja opettajahenkilökunta vastaajat ovat sitä mieltä, että opiskelijoiden MyNet ja henkilöstön intranet ovat tärkeimpiä viestintäkanavia. Opettajahenkilökunta kokee sähköpostin viestintäkanavana vähän tärkeämpänä kuin hallinto-henkilökunta. Hallinto-henkilökunnalle myös opintopolku.fi-sivusto on melkein yhtä tärkeä kuin sähköposti, opettajahenkilökunta ei koe tätä niin tärkeänä. Asiakaspalvelu-chat ei koeta juuri kenenkään mielestä tärkeänä.

Opiskelijapalveluiden kolmen tärkeimpien viestintäkanavien vastausvaihtoehtoina oli myös vastausvaihtoehto joku muu ja kysymyksen perään lisäkysymys mikä. Ne, jotka ovat vastanneet joku muu (26 henkilöä) ovat antaneet seuraavia esimerkkejä tärkeistä viestintäkanavista opiskelijapalveluille:

- Moodle (7 kpl)
- käytäväkeskustelut, suorat kontaktit, henkilökohtainen keskustelu/viestintä/face-to-face (5 kpl)
- puhelin
- Haaga-Helia Launchpad

- koulukaverit
- opintotoimiston infopiste koululla
- opettajat ja opinto-ohjaaja
- puskaradio
- WinhaWille opiskelutodistuksen tilaus
- oma koosteeni ajankohtaisista asioista opiskelijoille
- neuvonta
- henkilökohtainen osallistuminen orientointipäivillä

5.5 Näkyminen sosiaalisessa mediassa

Seuraava taulukko alla (taulukko 7) kertoo kuinka tärkeänä vastaajat kokevat opiskelijapalveluiden näkymisen sosiaalisessa mediassa. Prosenttilukujen oikealla puolella näkyy vastaajamäärät (n).

Taulukko 7. Näkyminen sosiaalisessa mediassa

Kuinka tärkeänä koet opiskelijapalveluiden näkymisen seuraavissa sosiaalisen median kanavissa?	Ei lainkaan tärkeää	n	Ei kovin tärkeää	n	Neutraali	n	Melko tärkeää	n	Erittäin tärkeää	n	Kaikki (n)
Facebook	14,5 %	59	8,6 %	35	14,5 %	59	34,7 %	141	27,6 %	112	406
Twitter	29,5 %	111	21,5 %	81	25,5 %	96	16,2 %	61	7,2 %	27	376
Instagram	31,6 %	121	17,2 %	66	23,5 %	90	18,8 %	72	8,9 %	34	383
YouTube	27,9 %	107	16,9 %	65	27,3 %	105	19,5 %	75	8,3 %	32	384
LinkedIn	19,5 %	74	13,9 %	53	24,5 %	93	24,2 %	92	17,9 %	68	380
Joku muu, mikä?	50,0 %	34	8,8 %	6	17,6 %	12	19,1 %	13	4,4 %	3	68

Taulukko 7 kertoo sen, että opiskelijapalveluiden näkyminen Facebookissa koetaan tärkeimpänä. Vastaajista 34,7 prosenttia olivat sitä mieltä, että Facebookissa näkyminen on melko tärkeää ja 27,6 prosenttia vastaajista koki tämän erittäin tärkeänä. Myös näkyminen LinkedInissä koettiin tärkeänä. Vastaajista 24,2 prosenttia olivat sitä mieltä, että LinkedInissä näkyminen on melko tärkeää ja 17,9 prosenttia vastaajista koki tämän erittäin tärkeänä. Suuri osa vastaajista oli sitä mieltä, että näkyminen Twitterissä (29,5 prosenttia), Instagramissa (31,6 prosenttia) ja YouTubessa (27,9 prosenttia) ei ole lainkaan tärkeää.

Taulukko 8. Näkyminen sosiaalisessa mediassa keskiarvoissa

	Keskiarvo	Keskihajonta	n
Facebook	3,5	1,4	406
LinkedIn	3,1	1,4	380
YouTube	2,6	1,3	384
Instagram	2,6	1,3	383
Twitter	2,5	1,3	376
Joku muu, mikä?	2,2	1,4	68

Taulukko 8 kertoo kuinka tärkeänä asteikolla 1-5 (1 = ei lainkaan tärkeä ja 5 = erittäin tärkeä) näkyminen sosiaalisessa mediassa on keskiarvolla. Tämä taulukko kertoo oikeastaan ihan samaa kuin edellinen. Tärkeimpänä koetaan Facebook (keskiarvo 3,5) ja LinkedIn (keskiarvo 3,1). Muut sosiaalisen median kanavat jäävät keskiarvossa alle 3.

Taulukko 9. Näkyminen sosiaalisessa mediassa ryhmittäin ja keskiarvoin

Keskiarvot	Tutkinto-opiskelija	n	Avoimen amk:n opiskelija	n	Esimies	n	Hallinto henkilökunta	n	Opettajahenkilökunta	n	Muu	n
Facebook	3,5	308	4,0	1	4,0	8	3,8	35	3,7	51	3,3	3
Twitter	2,3	285	2,0	1	3,6	7	3,2	31	3,1	49	2,7	3
Instagram	2,4	293	1,0	1	3,4	7	3,0	31	3,1	48	3,7	3
YouTube	2,4	287		0	3,6	8	3,1	34	3,3	52	3,0	3
LinkedIn	3,0	291		0	4,0	8	2,9	28	3,5	50	3,0	3
Joku muu, mikä?	2,0	49		0	5,0	1	3,3	8	2,0	9	1,0	1

Taulukko 9 yllä näyttää keskiarvot ryhmittäin. Keskiarvon vieressä näkyy vastaajamäärän (n). Ylivoimaisesti suurin vastaajaryhmä tutkinto-opiskelijat olivat sitä mieltä, että näkyminen Facebookissa (keskiarvo 3,5) ja LinkedInissä (keskiarvo 3) on tärkeintä. Muut sosiaalisen median kanavat jäivät keskiarvossa alle 3. Muut isoimmat vastaajaryhmät hallinto henkilökunta ja opettajahenkilökunta oli molemmat sitä mieltä, että näkyminen Facebookissa (keskiarvo 3,8 ja 3,7) on tärkeintä. Opettajahenkilökunta koki LinkedIn (keskiarvo 3,5) paljon tärkeämpänä kuin hallinto henkilökunta, joka antoi LinkedInille keskiarvon 2,9. Opettajahenkilökunta ja hallinto henkilökunta ovat antaneet kaikille muille sosiaalisen median kanaville (Twitter, Instagram ja YouTube) keskiarvon 3 tai yli.

Kysymyksessä kuinka tärkeänä koet opiskelijapalveluiden näkymisen seuraavissa sosiaalisen median kanavissa oli yhtenä vastausvaihtoehtona joku muu ja kysymyksen perään lisäkysymys mikä. Ne, jotka ovat vastanneet joku muu (68 henkilöä) ovat antaneet seuraavia esimerkkejä tärkeistä sosiaalisen median kanavista opiskelijapalveluille:

- Snapchat (12)

- Periscope (3)
- Whatsapp (3)
- blogit (2)
- VK.com (2)
- Moodle
- näytöt kouluilla
- ilta-aukiolo Pasilassa ja näkyvyyttä enemmän
- sähköposti
- Google+
- rekry sivut
- ihmisten välinen puhe
- henkilökohtainen palvelu tiskillä
- chat
- Slideshare

5.6 Kyselytutkimuksen yhteenveto ja päätulokset

Voidaan todeta, että vastaajamäärä on riittävä luotettavalle tutkimustulokselle. Suurin vastaajaryhmä on tutkinto-opiskelijat, joiden osuus vastaajista oli noin 74 prosenttia.

Opiskelijapalveluiden viestintäpalvelut koetaan yleisesti tärkeänä ja niitä kannattaa kehittää tutkimustulosten mukaisesti. Vastaajat kokevat myös saavansa tarpeeksi tietoa opiskelijapalveluista itselleen tärkeistä asioista.

Tärkeimmät viestintäkanavat ovat selkeästi opiskelijoiden MyNet ja sähköposti. Henkilökunnan mielestä tärkeää on myös luonnollisesti henkilöstön intranet. Asiakaspalvelu-chat ei koeta juuri missään vaiheessa tärkeänä.

Sosiaalisen median kanavista opiskelijapalveluiden näkyminen Facebookissa koetaan tärkeimpänä. Myös näkyminen LinkedInissä koettiin tärkeänä. Näkyminen sosiaalisen median kanavissa on tutkimustulosten mukaan yleisesti tärkeää ja tähän kannattaa viestintäsuunnitelmassa keskittyä.

Kyselylomake lähetettiin melkein 10 000 henkilölle ja 460 henkilöä vastasi siihen. Tämä tarkoittaa vastausprosenttina 4,6. Vastausprosentti on hyvin alhainen mutta perusjoukko oli niin iso, että vastaajamäärä on riittävä luotettavalle tutkimustulokselle.

Suurin vastaajaryhmä oli tutkinto-opiskelijat. Heitä oli yhteensä noin 74 prosenttia vastaajista. Tutkimustulokset ovat näin ollen suurimmaksi osaksi tutkinto-opiskelijoiden mielipiteitä. Tutkimus olisi voitu kohdentaa paremmin. Kysymys 2 (viestintäpalveluiden tärkeys) oli mielestäni ehkä liian pitkä ja liian täyteen ahdettu. Riski satunnaisiin virheisiin oli tässä kysymyksessä suurin. Kysymyksessä oli paljon opiskelijoille tarkoitettuja kysymyksiä viestintäpalveluista. Saattaa olla, että henkilöstö ei ole esimerkiksi jaksanut vastata loppuun asti tai eivät ole täysin ymmärtäneet kaikkia viestintäpalveluita. Sain muutamia kommentteja henkilökunnan jäseniltä, että kyselyyn oli vaikeaa vastata. Olisin ehkä voinut tehdä erillisen kyselylomakkeen opiskelijoille ja henkilökunnalle, koska heille tarkoitettujen viestintäpalvelut eroavat toisistaan aika paljon. Kysymys 2 ei ollut pakollinen. Kysymyksessä luki: ”vastaa soveltuvin osin”, eli vastaajalla oli kyllä mahdollisuus jättää vastaamatta, mikäli kokemusta asiasta ei ollut. On tärkeää myös huomioida, että palvelut, joita opiskelijat ovat käyttäneet koulutuksen hakuvaiheessa, eivät ehkä enää toisella, kolmannella tai neljännellä opiskeluvuodella ole heille niin tärkeitä. Avoimen ammattikorkeakoulun vastaajia oli vain 1, joten näitä mielipiteitä ei voi tutkimustuloksissa ollenkaan huomioida.

Vastaajien mielestä esimerkiksi uusintatentti-ilmoittautuminen koetaan tärkeänä opiskelijapalveluiden viestintäpalveluna (taulukko 1). Tätä on jo kehitetty syksyn 2016 aikana ja ilmoittautuminen tehtiin helpommaksi siirtämällä prosessi uuteen sähköiseen lomakejärjestelmään. Asiakaspalvelu sähköpostitse koetaan tärkeänä, joten tätä kannattaa ylläpitää ja kehittää. Tärkeänä koetaan myös sähköpostimuistutukset opiskeluajasta ja opiskeluasioista. Asiakaspalvelu tapahtuu yhä enemmän sähköpostitse ja kyselytulokset kertovat myös, että tämä koetaan tärkeänä. Palvelua halutaan sähköpostitse ja perinteinen asiakaspalvelu asiakaspalvelutiskillä vähenee koko ajan. Tämän takia on esimerkiksi tärkeää miettiä, millaista kielenkäyttöä ja asiakaspalvelua pitäisi suosia sähköpostitse käytävissä keskusteluissa. Tärkeänä koetaan myös sähköinen hyväksymistieto ja sähköiset lomakkeet. Digitaalisuus on selvästi tärkeä asia vastaajien mielestä. Siihen pitää keskittyä ja digitaalista viestintää täytyy ylläpitää ja kehittää.

Ei lainkaan tärkeänä viestintäpalveluna koetaan Haaga-Helian opas ulkomaisille tutkinto-opiskelijoille. Syy tähän saattaa olla, että ulkomaalaisia tutkinto-opiskelijoita ei vastaajien joukossa ollut. Vastaajien mielestä viestintäpalvelut ovat yleisesti melko tärkeitä tai erittäin tärkeitä.

Samat viestintäpalvelut, jotka olivat prosenteissa (taulukko 1) erittäin tärkeitä ovat myös keskiarvoissa (taulukko 2) tärkeimpien joukoissa. Keskiarvoissa tärkeänä koetaan yllä olevien lisäksi myös uusien opiskelijoiden orientointipäivät, koulutus- ja hakutietoa hakijoille Haaga-Helian verkkosivuilla, opiskelijapalveluiden yhteystiedot verkkosivuilla ja tietoa

opiskelijapalveluiden palveluista opiskelijan MyNetissä. Orientointipäivät koetaan tärkeänä, joten niitä kannattaa edelleen järjestää ja kehittää. Myös koulutus- ja hakutieto Haaga-Helian verkkosivuilla koetaan tärkeänä, joten näihin sivuihin kannattaa panostaa. Opiskelijapalveluiden yhteystiedot tulisi olla hyvin esillä verkkosivuilla ja tietoa opiskelijapalveluiden palveluista pitäisi löytyä helposti opiskelijoiden MyNetissä.

Alimman keskiarvon (taulukko 2) oli saanut asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla. Tätä ei koeta tärkeänä ja olisi hyvä miettiä, onko tämä tarpeellinen. Huonot keskiarvot saivat myös hakukohdemoniste, johon on koottu kaikki kuluvan hakukauden hakukohdet Haaga-Heliassa ja opiskelijapalveluiden kokousmuistiot henkilökunnan intranetissä. Hakukohdemonisteen huono keskiarvo johtuu varmasti siitä, että nykyään palveluita halutaan yhä enemmän sähköisessä muodossa ja perinteinen paperinen mainosinfo tai vastaava ei näyttäyty enää tarpeellisena. Opiskelijapalveluiden kokousmuistiot henkilökunnan intranetissä ovat enimmäkseen opiskelijapalveluiden omassa käytössä ja on siksi ymmärrettävää, etteivät muut koe tätä tärkeänä. Alhainen keskiarvo johtuu myös siitä, että suurin vastaajaryhmä (tutkinto-opiskelijat) eivät käytä tätä palvelua, sillä ainoastaan henkilökunta pääsee intranetiin.

Kuvio 4 kertoo, saavatko vastaajat tarpeeksi tietoa opiskelijapalveluista itselleen tärkeistä asioista. Lähemmäs 80 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että he saavat täysin tai osittain tarpeeksi tietoa opiskelijapalveluista itselleen tärkeistä asioista. Eli tietojen saatavuus on jo aika hyvä. Kun vielä kehitetään näkymistä sosiaalisen median kanavissa, tietojen saatavuus paranee entisestään.

Tärkeimmät viestintäkanavat ovat opiskelijoiden MyNet ja sähköposti. Hallinto henkilökunnan ja opettajahenkilökunnan vastaajat ovat luonnollisesti sitä mieltä, että myös henkilöstön intranet on yksi tärkeimmistä viestintäkanavista. Hallinto henkilökunnalle myös opinto-polku.fi-sivusto on melkein yhtä tärkeä kuin sähköposti. Asiakaspalvelu-chat ei koeta tärkeänä. Opiskelijapalveluiden tulisi tämän tuloksen perusteella viestiä eniten MyNetissä ja sähköpostitse. Henkilöstölle viestintä intranetissä on tärkeää.

Sosiaalisen median kanavista opiskelijapalveluiden näkyminen Facebookissa koetaan tärkeimpänä. Myös näkyminen LinkedInissä koettiin tärkeänä. Tähän tulisi panostaa. Sosiaalisen median kanavia ei hyödynnetä tällä hetkellä juuri ollenkaan, joten näkymistä sosiaalisen median kanavissa olisi hyvä kehittää. Erityisesti Facebook on tänä päivänä tärkeä sosiaalisen median kanava. Viestintä voisi tapahtua myös esimerkiksi Haaga-Helian omalla Facebook-sivulla. Monilla opiskelijoilla on nykyään omat Facebook-sivut ja viestit saavuttaisivat varmasti monet opiskelijoista.

Tutkimuksen luotettavuus on mielestäni hyvä. Keskiarvoihin ei ole laskettu mukaan vaihtoehtoa ”en osaa sanoa”. Käsitteiden muuttaminen mitattavaan muotoon on onnistunut hyvin. Satunnaiset virheet, kuten esimerkiksi kysymysten väärin ymmärtäminen, on saattanut tapahtua kysymyksen 2 kohdalla, koska viestintäpalveluita on monia ja kohderyhmät ovat erilaiset. Viestintäpalveluista suurin osa on tarkoitettu opiskelijoille, joten henkilökunnan jäsenillä on saattanut olla vaikeaa vastata kysymyksiin.

Kysymyksen ”kuinka tärkeänä koet opiskelijapalveluiden näkymisen seuraavissa sosiaalisen median kanavissa” ja vastausvaihtoehdon ”joku muu, mikä” kohdalla joku vastaajista oli kommentoinut, että ”tässä oli joku bugi, oli pakko vastata, jotta lomakkeen pystyi lähettämään”. Kaikki vastaajat ovat joutuneet laittamaan rastin ruutuun tähän, jotta lomakkeen pystyi lähettämään. Tätä vastausvaihtoehtoa en ole tämän takia huomionnut analysoinnissa ollenkaan.

Avoimia vastauksia tuli erittäin paljon. Kehittämideoita on tuli paljon, mutta huomasin heti, että suuri osa niistä koskee palveluita, jotka eivät kuulu opiskelijapalveluille. Esimerkiksi Moodlea ehdotettiin yhtenä tärkeänä viestintäkanavana, mutta tämä palvelu ei kuulu opiskelijapalveluille.

Tutkimusprosessin aikana olen oppinut paljon kvantitatiivisesta tutkimuksesta ja sen eri vaiheista. Osaan toteuttaa tutkimuksen alusta loppuun. Osaan myös käyttää Webropolia työkaluna kyselylomakkeen laatimiseen. Excel analyysityökaluna on myös tullut tutuksi ja osaan hyödyntää sitä nyt entistä paremmin tulosten raportoinnissa.

6 Viestintäsuunnitelman laatiminen

Kuukausittain vierailee yli 200 000 kävijää (Google Analytics) Haaga-Helia ammattikorkeakoulun julkisella verkkosivustolla haaga-helia.fi. Se, miten Haaga-Helia näkyy ja palvelee verkossa on tämän takia erittäin tärkeää. Avainasemassa verkkosivujen ja sosiaalisen median kanavissa ovat ajantasaisuus, läsnäolo, sisältö ja löydettävyyys. (Haaga-Helia 2016b.)

”Opiskelijapalveluiden viestinnän tavoitteena on antaa tietoa opiskelijapalveluiden toiminnasta ja palveluista sekä ajankohtaisista hakuprosessiin ja muihin digitaalisiin muutoksiin liittyvistä asioista” (Haaga-Helia 2016c).

Opiskelijapalveluiden viestinnän tavoitteena on informointi ja ajantasaisen tiedon saataavuus eli se, että opiskelijat, hakijat, henkilöstö ja muut sidosryhmät tietävät, mitä on tulossa ja mitä pitää tietää. Tällä tavalla luodaan myös sitoutumisen tunnetta. Tavoitteena on myös lisätä avoimuutta ja näkyvyyttä sekä tiedonvaihiantaa opiskelijapalveluiden sisällä ja sidosryhmien välillä. Tiedonvaihdanta luo yhteenkuuluvuuden tunnetta ja mahdollistaa yhdessä kehittämisen.

Opiskelijapalveluiden viestinnän tavoitteita:

- ❖ antaa tietoa opiskelijapalveluiden toiminnasta ja palveluista
- ❖ antaa tietoa ajankohtaisista hakuprosessiin ja digitaalisiin muutoksiin liittyvistä asioista
- ❖ informoida ja antaa ajantasaista tietoa
- ❖ antaa tietoa niin, että kaikki tietävät missä mennään, mitä on tulossa ja mitä pitää tietää
- ❖ lisätä avoimuutta ja näkyvyyttä
- ❖ lisätä tiedonvaihiantaa opiskelijapalveluiden sisällä ja sidosryhmien välillä

Yleisiä Haaga-Helian viestinnän tavoitteita ovat ”yhteisöllisyyden ja me-hengen rakentaminen, opiskelijoiden opiskelun ja valmistumisen tukeminen, työprosessien sujuvuuden tukeminen ja helposti saavutettavien ja sujuvien palvelujen tuottaminen” (Haaga-Helia 2016b). Nämä tavoitteet ovat myös opiskelijapalveluille tärkeitä.

6.1 Viestintäsuunnitelman suunnittelu kyselytulosten perusteella

Kyselytuloksista sain hyviä kehitysehdotuksia opiskelijapalveluiden viestintäpalveluiden kehittämiseen. Esitin tulokset opiskelijapalveluiden henkilökunnalle ja yhdessä opiskelijapalveluiden eri työryhmien kanssa mietimme eri kehittämiskohteita.

Päätökset viestintäsuunnitelman rakenteesta ja sisällöistä tein osin teorian perusteella ja osin kyselytulosten perusteella sekä vertaamalla muihin samantyyppisiin kehittämishankkeisiin.

Teorialähde, jota käytin suunnitteluvaiheessa, oli esimerkiksi Virtuaaliammattikorkeakoulun (2007) ohje viestintäsuunnitelman laatimiseen. Siinä kerrottiin tarkasti, mitä viestintäsuunnitelman tulisi sisältää. Tämän perusteella tein esimerkiksi päätöksen siitä, että organisoin viestintätehtävät yksityiskohtaisesti viestintäsuunnitelmassa sekä määritän tarkan aikataulun viestinnälle (viestinnän vuosikello).

Käytin suunnittelussa myös Kortetjärvi-Nurmen ja Murtolan vuonna 2015 kirjoittamaa Yritysviestinnän käsikirjaa. Kirjasta sain hyviä vinkkejä viestintäsuunnitelman ja vuosikellon laatimiseen.

Kyselytulosten perusteella pystyin päättämään, mihin minun tulisi keskittyä viestintäsuunnitelmassa. Kyselytulosten perusteella pystyin laatimaan listan kehittämis ehdotuksista.

Suurimman osan päätöksistä viestintäsuunnitelman rakenteisiin ja sisältöihin tein vertaamalla muihin samantyyppisiin kehittämishankkeisiin. Vertailemalla aiemmin tehtyjä suunnitelmia sain ideoita siihen, miten voisin rakentaa viestintäsuunnitelman. Sain ideoita esimerkiksi siihen, millaisia kuvia ja taulukoita voisin käyttää ja miten laatisin suunnitelmasta helppolukuisen ja selkeän.

6.2 Opiskelijapalveluiden viestinnän SWOT

SWOT-analyysi toimii tärkeänä analysointivälineenä työpaikalla. Sen avulla voidaan analysoida esimerkiksi työpaikalla tapahtuvaa oppimista sekä työpaikan toimintaympäristöä kokonaisuutena. Lyhenne SWOT tulee englannista ja tarkoittaa Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja Threats (uhat). SWOT-analyysi kannattaa tehdä, kun työpaikalla on tehty toteuttamis- tai kehittämispäätös ja ennen työpaikalla tapahtuvan oppimisen suunnitteluvaihetta. Tulosten avulla prosessia voidaan ohjata. (Opetushallitus 2016.)

Sisäisiä tekijöitä ovat vahvuudet ja heikkoudet ja ulkoisia tekijöitä ovat mahdollisuudet ja uhat. SWOT-analyysia tehtäessä kannattaa huomioida sitä, että kaksi henkilöä harvoin päätyy samaan analyysiin, vaikka heillä olisi samat tiedot organisaatiosta ja sen toimintaympäristöstä. SWOT-analyysin tulosten tulisi näin ollen olla enemmän suuntaa-antavia kuin toimia tarkkoina ohjeina. (Opetushallitus 2016.)

<p style="text-align: center;">Opiskelijapalveluiden viestinnän vahvuudet (Strengths)</p> <p>Opiskelijapalveluiden asiantuntijuus opiskelijapalveluiden prosesseissa Aktiivisuus kehitystyössä Oikea-aikaiset viestinnän toimenpiteet Opiskelijapalveluiden henkilökunnan sitoutuneisuus</p>	<p style="text-align: center;">Opiskelijapalveluiden viestinnän heikkoudet (Weaknesses)</p> <p>Viestinnän suunnittelun puute Avainhenkilöiden ajanpuute Kokemattomuus ja koulutuksen puute Liian tiukka aikataulu</p>
<p style="text-align: center;">Opiskelijapalveluiden viestinnän mahdollisuudet (Opportunities)</p> <p>Toiminnan kehittäminen Parempi näkyvyys Tyytyväiset sidosryhmät ja asiakkaat Sitoutuneet sidosryhmät ja asiakkaat Vahva verkostoituminen Informaation jakaminen Viestintäkanavien monipuolisuus</p>	<p style="text-align: center;">Opiskelijapalveluiden viestinnän uhat (Threats)</p> <p>Sidosryhmien ja asiakkaiden yhteistyöhaluttomuus viestinnässä Sidosryhmien ja asiakkaiden sitoutumattomuus viestinnässä Eri kohderyhmien tavoittaminen Avainhenkilöiden lisätty työmäärä Henkilöstövaihdot Henkilökunnan muutosvastarinta Tietoteknisiä ongelmia</p>

Yllä oleva SWOT-analyysi kertoo opiskelijapalveluiden viestinnän vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhista. Vahvuutena voidaan nähdä opiskelijapalveluiden jäsenten asiantuntijuus eri opiskelijapalveluiden prosesseissa. Opiskelijapalveluissa myös aktiivisesti kehitetään eri toimintoja ja palveluita. Viestinnän toimenpiteet tehdään oikea-aikaisesti ja henkilökunta on sitoutunut kehitystoimenpiteisiin ja muutoksiin.

Viestinnän heikkous on viestinnän suunnittelun puute. Tätä on todettu opiskelijapalveluissa useamman kerran ja sen takia viestintäsuunnitelman laatiminen on myös nostettu yhdeksi kehittämistoimenpiteeksi. Rajalliset resurssit, ajanpuute ja liian tiukat aikataulut ovat myös syitä siihen, miksi viestinnän suunnitteluun ei ole aikaisemmin laitettu enemmän aikaa. Opiskelijapalveluiden vuosikello ja aikataulu on tiukka ja viestintä on välillä kärsinyt tästä. Vaikka opiskelijapalveluissa on erinomaisia oman alansa asiantuntijoita, on viestinnän osaamisessa paljon kehittämistä ja viestinnän koulutusta tulisi lisätä.

Viestinnän mahdollisuuksia ovat esimerkiksi toiminnan kehittäminen, parempi näkyvyys, tyytyväisemmät ja sitoutuneemmat sidosryhmät ja asiakkaat, vahva verkostoituminen, informaation jakaminen ja viestintäkanavien monipuolisuus. Viestinnän kehittäminen luo monia mahdollisuuksia opiskelijapalveluille.

Viestinnän uhkia ovat esimerkiksi sidosryhmien ja asiakkaiden yhteistyöhaluttomuus ja sitoutumattomuus, eri kohderyhmien vaikea tavoittaminen, liian suuri työmäärä, henkilöstön vaihtuvuus ja siihen liittyvä tiedon ”häviäminen”, muutosvastarinta ja tietotekniset ongelmat.

6.3 Opiskelijapalveluiden viestinnän vastuut

Opiskelijapalveluiden päällikkö vastaa ensisijaisesti Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijapalveluiden sisäisestä viestinnästä ja sen kehittämisestä. Tiedon vieni talon eri toimijoille, esimerkiksi koulutusohjelmavastaaville, on ollut pääosin opiskelijapalveluiden päällikön vastuulla. Opiskelijapalveluiden työryhmissä tuodaan esille opiskelijapalveluiden jäsenten kehittämisideat. Jokaisella työryhmän jäsenellä on vastuu tiedon viemisestä omaan toimipisteeseensä ja tarvittaessa asioita käsitellään myös koko yksikön kokouksissa. (Haaga-Helia 2016c.) Jokaisella opiskelijapalveluiden jäsenellä on näin ollen viestintävastuu oman tehtävänsä kautta.



Muista!

Jokaisella työryhmän jäsenellä on vastuu tiedon viemisestä omaan toimipisteeseensä ja on näin ollen viestintävastuu oman tehtävänsä kautta.



Haaga-Helia ammattikorkeakoulun viestintä- ja markkinointipalvelut vastaavat ensisijaisesti opiskelijapalveluiden ulkoisesta viestinnästä ja sen kehittämisestä, kuten esimerkiksi mainonnasta Haaga-Helian verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Ulkoiseen viestintään hakijapalvelut osallistuu muun muassa laatimalla materiaaleja ja osallistumalla koulutuksen markkinointitilaisuuksiin. Avoimen ammattikorkeakoulun tarjonnasta ja prosesseista viestii ensisijaisesti opintotoimisto. (Haaga-Helia 2016c.)

6.4 Sisäinen viestintä

Opiskelijapalveluiden sisäinen viestintä tapahtuu pääosin opiskelijapalveluiden päällikön ja opiskelijapalveluiden jäsenten välillä. Sisäinen viestintä tapahtuu työryhmissä ja kokouksissa sekä erilaisissa viestintäkanavissa kuten esimerkiksi sähköpostilla, sovelluksessa Skype for Business ja yhteisöpalvelu Yammerissa. Sisäinen viestintä tapahtuu myös asiakaspalvelutilanteissa ja erilaisissa infotilaisuuksissa, kuten esimerkiksi opiskeli-

joiden orientointipäivillä ja henkilökunnan hakuseminaareissa. Tärkeimmät sisäisen viestinnän kanavat ovat opiskelijoiden sosiaalinen intranet (MyNet), henkilökunnan intranet, kokoukset ja palaverit sekä sähköposti. Pääosin viestintä tapahtuu sekä suomen että englannin kielellä.

Sisäinen viestintä tapahtuu myös koko Haaga-Helian korkeakoulupalvelut-yksikön sisällä. Korkeakoulupalveluihin kuuluu opiskelijapalveluiden lisäksi myös kirjasto- ja tietopalvelut, viestintä ja markkinointi, kansainväliset palvelut, lakipalvelut ja verkko-opetuksen tukipalvelut (Haaga-Helia 2016d).



Kevään 2016 opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa nousi esille muun muassa se, että viestintää on ollut riittävästi, mutta tieto on voinut olla ristiriitaista esimerkiksi verrattuna opettajilta saatuun viestiin.



Muista!

Kaikilla sidosryhmillä pitää olla ajantasaiset tiedot.



Avointen vastausten mukaan on tärkeä huolehtia, että kaikilla sidosryhmillä on ajantasaiset tiedot. Tämä on erittäin tärkeä huomio. Avoimissa vastauksissa kommentoitiin myös, että haluttaisiin enemmän tietoa siitä, millaista viestintää opiskelijapalvelut tekevät eri ajankohtina. Tämän takia viestintäsuunnitelman laatiminen on tärkeää opiskelijapalveluille: se tekee toimintaa läpinäkyvämmäksi läpi organisaation.

Yksi tärkeimmistä sisäisen viestinnän tehtävistä on tiedon vienti talon eri toimijoille. Opiskelijapalveluiden tärkeimmät sisäiset sidosryhmät ovat opiskelijat ja henkilökunta.

6.4.1 Viestintä opiskelijoille

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijat ovat opiskelijapalveluiden tärkein sidosryhmä ja asiakas. Suurin osa viestinnästä kohdentuu heihin.

Pääviestit, jotka kohdentuvat opiskelijoille ovat ensisijaisesti sähköpostimuistutukset opiskeluajasta opiskelijoille. Nämä sähköpostimuistutukset koskevat esimerkiksi opiskeluajan normiajan täyttymistä ja opiskeluajan päättymistä. Toinen tärkeä viestintätoimenpide ovat sähköpostimuistutukset lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta opiskelijoille. Tämä on erittäin tärkeää, koska opiskelija menettää opiskelu-oikeutensa, jos hän unohtaa tehdä läsnä- tai poissaoloilmoittautumisen seuraavalle lukuvuodelle määräaikaan mennessä. Muita toimenpiteitä ovat esimerkiksi sähköpostimuistutukset yhteystietojen päivittämisestä opiskelijoille. Sähköpostin lisäksi opiskelijapalvelut ovat viestineet näistä asioista myös opiskelijoiden sosiaalisessa intranetissä (MyNet) ja sosiaalisessa mediassa, kuten esimerkiksi Haaga-Helian Facebook-sivuilla.

Näiden lisäksi tärkeisiin toimenpiteisiin kuuluu myös viestintä, jota opiskelijat saavat opiskelijapalveluilta sen jälkeen, kun he ovat vastaanottaneet opiskelupaikkansa. Nämä pääviestit liittyvät opintojen aloitukseen ja löytyvät Haaga-Helian verkkosivuilla ja opiskelijoiden orientointipäivinä saamassaan infomateriaalissa. Pääviesteihin kuuluu myös esimerkiksi opiskelijoiden asiakaspalvelutiskillä ja puhelimitse saama tieto ja neuvonta sekä tieto opiskelijapalveluiden palveluista Haaga-Helian verkkosivulla ja opiskelijoiden sosiaalisessa intranetissä (MyNet).

Viestintä opiskelijoille:

- ❖ sähköpostimuistutukset opiskeluajasta
- ❖ sähköpostimuistutukset lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta
- ❖ sähköpostimuistutukset yhteystietojen päivittämisestä
- ❖ viestintä opiskelupaikan vastaanoton jälkeen (uusien opiskelijoiden infomateriaali)
- ❖ asiakaspalvelutiskillä/puhelimitse saama tieto ja neuvonta
- ❖ tietoa opiskelijapalveluiden palveluista verkkosivulla ja MyNetissä

6.4.2 Viestintä henkilökunnalle

Opiskelijapalveluiden sisäinen viestintä kohdentuu myös Haaga-Helian muulle henkilökunnalle. Opiskelijapalvelut viestivät ensisijaisesti koulutusohjelmavastaaville, opinnäytesyökoordinaattoreille ja opinto-ohjaajille.

Viestintätoimenpiteet, jotka kohdentuvat henkilökunnalle, ovat esimerkiksi tiedottaminen erilaisissa sisäisissä kokouksissa, palavereissa, koulutuksissa ja hakuseminaareissa. Pääviestit liittyvät esimerkiksi hakuprosesseihin tai digitaalisiin uudistuksiin. Tärkeitä ovat myös henkilökunnan intranetissa ja sähköpostitse jaettavat tiedot esimerkiksi hakuprosesseista (hakumäärät ja hakuakataulut), uusintatenteistä sekä ohjeet liittyen esimerkiksi sähköisiin järjestelmiin (E-lomake).

Opiskelijapalvelut tekee myös ahkerasti yhteistyötä esimerkiksi muiden Haaga-Helian yksiköiden kanssa, kuten viestintä- ja markkinointipalvelut, kirjasto- ja tietopalvelut sekä tietohallintopalvelut. Näiden kanssa jokapäiväinen viestintä on myös tärkeää.

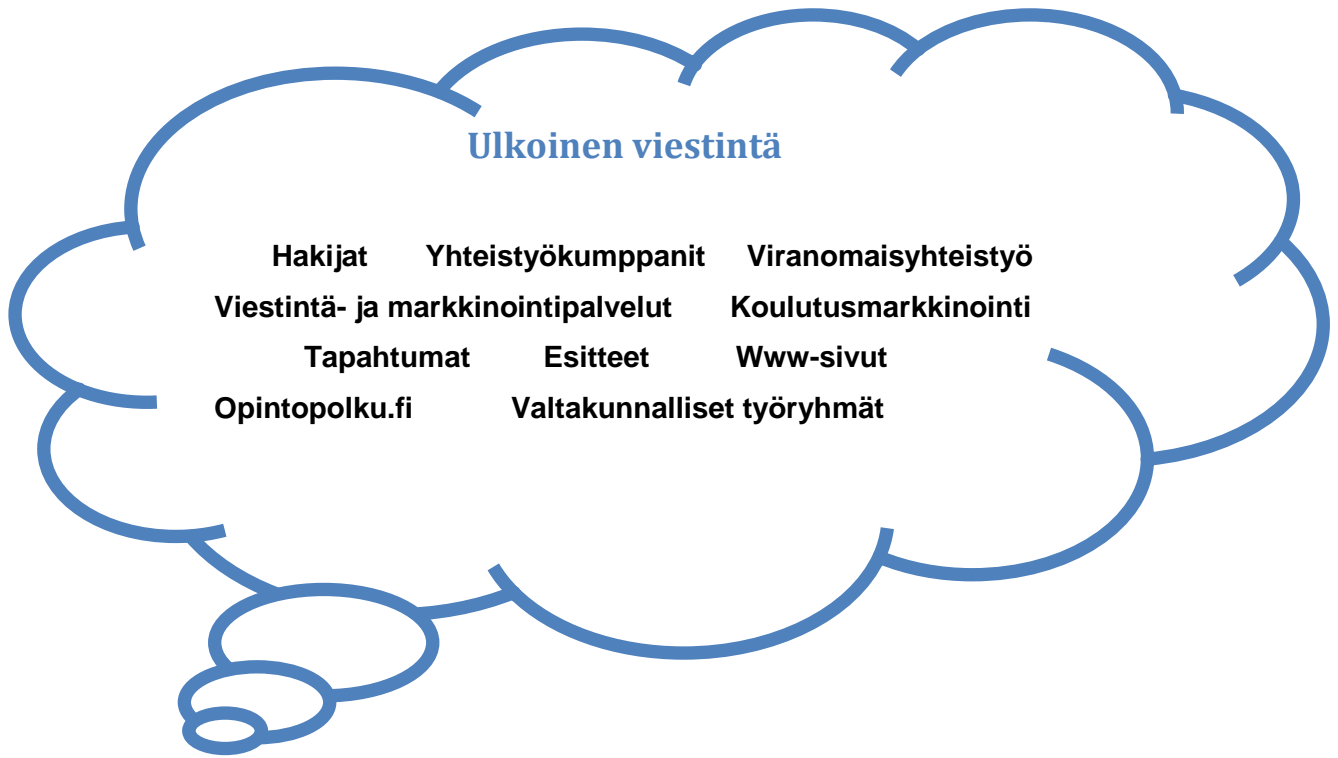
Muihin tärkeisiin sisäisiin sidosryhmiin kuuluu esimerkiksi opiskelijayhdistys HELGA, jonka kanssa opiskelijapalvelut viestii ja tekee yhteistyötä. HELGAN kanssa opiskelijapalvelut tekee yhteistyötä esimerkiksi uusien opiskelijoiden orientointipäivien aikana.

Viestintä henkilökunnalle:

- ❖ kaikki tieto ja informaatio jota henkilökunnalle jaetaan erilaisissa sisäisissä kokouksissa/palavereissa, koulutuksissa ja hakuseminaareissa
- ❖ ajankohtaiset tiedotteet liittyen esimerkiksi hakuprosesseihin tai digitaalisiin uudistuksiin
- ❖ henkilökunnan intranetissä löytyvä tieto hakuprosesseista (esim. hakumäärät, hakuakataulut), uusintatenteistä sekä muita ohjeita liittyen esimerkiksi sähköisiin järjestelmiin (E-lomake)

6.5 Ulkoinen viestintä

Haaga-Helian viestintä- ja markkinointipalvelut vastaavat ensisijaisesti opiskelijapalveluiden ulkoisesta viestinnästä ja sen kehittamisestä. Hakijapalvelut osallistuu ulkoiseen viestintään muun muassa laatimalla materiaaleja ja osallistumalla eri koulutusmarkkinointitilaisuuksiin. Avoimen ammattikorkeakoulun tarjonnasta ja prosesseista viestii ensisijaisesti opintotoimisto. Pääosin viestintä tapahtuu sekä suomen että englannin kielellä. (Haaga-Helia 2016c.)



Opiskelijapalveluiden tärkeimmät ulkoiset sidosryhmät ovat hakijat ja erilaiset yhteistyökumppanit.

6.5.1 Viestintä hakijoille

Opiskelijapalveluiden tärkein ulkoinen sidosryhmä on hakijat, jotka hakevat Haaga-Helian eri koulutuksiin. Haaga-Helian viestintä- ja markkinointipalvelut hoitavat ensisijaisesti hakijoille suunnatun viestinnän ja markkinoinnin.

Opiskelijapalveluiden viestintätoimet, jotka kohdentuvat hakijoille, sisältävät muun muassa tiedon jakamisen Haaga-Heliasta erilaisissa tapahtumissa ja koulumarkkinointitilaisuuksissa, kuten esimerkiksi Studia-messuilla, tulevien hakijoiden AMK-kampuspäivillä, kouluvierailuilla sekä Haaga-Helian hakijan oppaassa.

Pääviesteihin kuuluu myös koulutus- ja hakutietoa Haaga-Helian verkkosivuilla ja Opetushallituksen opintopolku.fi-sivustolla. Näiden lisäksi pääviesteihin kuuluu myös kaikki se viestintä, joka tapahtuu hakijoille hakuprosessin aikana, esimerkiksi hyväksymistieto valituille tutkinto-opiskelijoille ja Haaga-Helian Tervetuloa-sivut uusille opiskelijoille verkkosivuilla. Näissä on tärkeää tietoa opiskelun aloituksesta.

Viestintä hakijoille:

- ❖ kaikki tieto ja informaatio Haaga-Heliasta erilaisissa tapahtumissa ja koulumarkkinointitilaisuuksissa
- ❖ koulutus- ja hakutietoa verkkosivuilla ja Opetushallituksen opintopolku.fi-sivustolla
- ❖ viestintä hakuprosessin aikana (esim. hyväksymistieto valituille tutkinto-opiskelijoille, Haaga-Helian Tervetuloa-sivut uusille opiskelijoille)

6.5.2 Viestintä yhteistyökumppaneille ja viranomaisyhteistyö

Hakijapalvelut tekee yhteistyötä muiden korkeakoulujen ja Opetushallituksen kanssa. Opetushallitus pitää kerran viikossa korkeakouluille infotunnin sähköisen palvelun kautta. Tässä tilaisuudessa Opetushallitus jakaa tietoa ja korkeakoulut voivat kysyä kysymyksiä. Lisäksi korkeakouluilla on valtakunnallisia yhteistyöryhmiä, joissa laaditaan korkeakouluille yhtenäisiä prosesseja. Ammattikorkeakouluilla on jo pitkään ollut yhteistyötä valintaperusteiden laatimisessa. Ammattikorkeakoulut pyytävät ahkerasti virka-apua toisiltaan muun muassa ulkomaisten kelpoisuuksien osalta.

Myös opintotoimistot tekevät valtakunnallista yhteistyötä muiden korkeakoulujen kanssa. Opintosihteerit osallistuvat jokavuotisiin Opintoasiainpäiviin ja saavat sieltä alan ja tehtäviin liittyvää ajankohtaista tietoa eri toimijoilta sekä jakavat tarvittaessa tietoa ja voivat esittää kysymyksiä. Opintoasiainpäivät järjestetään eri ammattikorkeakoulussa joka vuosi. Valtakunnalliseen ammattikorkeakoulu-yhteistyöhön kuuluu myös valtakunnallisen opiskelijapalautekyselyn AVOPin yhteyshenkilökokoukset. Yhteistyötä tehdään myös E-lomakejärjestelmätoimittajan Eduixin kanssa.

Näiden lisäksi opiskelijapalvelut tekee paljon yhteistyötä eri viranomaisten kanssa, kuten esimerkiksi maahanmuuttoviraston, työ- ja elinkeinokeskuksen, poliisin ja erilaisten asu-mispalvelujen tarjoajien.

Opiskelijapalveluilla ei ole säännöllistä viestintää ulkopuolisille yhteistyökumppaneille tai viranomaisille, mutta pyydämme virka-apua toisiltamme pääsääntöisesti sähköpostitse ja puhelimitse.

6.6 Opiskelijapalveluiden tiimiviestintä

Opiskelijapalveluissa on seuraavia kehittämistyöryhmiä: opiskelijaviestinnän työryhmä, hakijaviestinnän työryhmä, rajapinta-työryhmä, laadun arvioinnin työryhmä, opiskelijarekisteri-työryhmä ja palvelukeskus-työryhmä. Opiskelijapalveluiden jokaiseen työryhmään kuuluu jäseniä jokaisen toimipisteen opintotoimistosta (ainakin viisi henkilöä) ja hakijapal-

veluista, jotta tiedon kulku ja kehittämisenäkökulmien kattavuus turvataan mahdollisimman hyvin.

Näiden omien työryhmien lisäksi opiskelijapalvelut osallistuu erilaisiin ulkoisiin työryhmiin sekä sisäisiin työryhmiin, joissa tehdään yhteistyötä muiden Haaga-Helian yksiköiden kanssa.

Opiskelijapalveluiden omat työryhmät tapaavat noin kaksi kertaa lukukaudessa sekä aina tarvittaessa. Tapaamiset ovat tilanteesta riippuen lähitapaamisia Haaga-Helian eri toimipisteissä tai virtuaalisia tapaamisia Skype for Business -yhteyden kautta.

Opiskelijapalvelut toimivat viidessä eri toimipisteessä: Haagassa, Malmilla, Pasilassa, Porvoossa ja Vierumäellä. Opiskelijapalveluissa tehtiin kysely tiimiviestinnän kehittämiseksi keväällä 2016 ja kyselyssä selvisi, että toimipistekohtaisia eroja oli vastaajien mielestä aika paljon. Jokaisessa työryhmässä on jäseniä joka toimipisteestä ja työryhmän jäsenet vievät tietoa muille opiskelijapalveluiden jäsenille omissa toimipisteissään. Viestintäsuunnitelman ja viestinnän vuosikellon avulla toimipistekohtaisia eroja voidaan vähentää. Viestintäsuunnitelman avulla toimintaa voidaan yhtenäistää ja viestinnän suunnittelu helpottuu.

Opiskelijapalveluissa tehtiin kysely tiimiviestinnän kehittämiseksi keväällä 2016. Siitä selvisi, että avoimuutta olisi hyvä lisätä opiskelijapalveluiden tiimiviestinnässä. Työryhmissä tulisi huomioida jokaisen jäsenen mielipide. Yhteisöpalvelu Yammer on otettu käyttöön opiskelijapalveluissa ja siellä keskustelua voi käydä avoimesti ja jokaisella jäsenellä on mahdollisuus kommentoida.

Keväällä 2016 tehdyssä kyselyssä selvisi myös, että tiimityöskentelyssä olisi hyvä lisätä jäsenten vaikuttamismahdollisuuksia. Olisi hyvä, jos esimies pystyisi valtuuttamaan päätöksentekoa enemmän työryhmien jäsenille. Tämä lisäisi työryhmien jäsenten sitoutuneisuutta ja luottamusta.

Koulutusta tulisi myös lisätä. Koulutus esimerkiksi kommunikointitaidoissa ja sosiaalisen median kanavien käytössä olisi tärkeää. Myös yleistä viestintäosaamista kuten esimerkiksi sähköpostin ja Skype for Businessin käyttöä ja hyödyntämistä tulisi kehittää.

Kyselyssä tiimiviestinnän kehittämiseksi selvisi myös, että opiskelijapalveluiden tärkeimmät tiimiviestintäkanavat ovat sähköposti, Skype for Business ja yhteinen verkkolevy. Näitä käytetään eniten ja toimivat myös tiimiviestinnässä parhaiten. Seuraavaksi eniten käy-

tetyt ovat henkilöstön intranet ja yhteisöpalvelu Yammer. Yammer toimii jo hyvin yhteisenä keskustelu- ja ideointipalstana.

Kyselyssä selvisi myös, että keskusteluille tulee antaa riittävästi aikaa. Palavereissa pitää olla riittävästi aikaa asioiden käsittelyyn. Jos aika ei riitä, pitää palavereita olla useammin. Myös sähköpostiryhmiä olisi hyvä tarkentaa, jotta jokaiselle tulee juuri häntä koskevia viestejä ja tiedotteita.

Toimi näin tiimiviestinnässä:

- ❖ yritä vähentää toimipistekohtaisia eroja
- ❖ lisää avoimuutta
 - työryhmissä huomioidaan jokaisen jäsenen mielipiteitä
 - jokaista kuunnellaan tehokkaasti
 - yhteisöpalvelu Yammer käyttöön avointa keskustelua varten
- ❖ lisää vaikuttamismahdollisuuksia työryhmien jäsenille antamalla enemmän päätösvaltaa ja vastuuta
- ❖ lisää koulutusta (esim. kommunikointitaidot ja yleistä viestintäosaamista)
- ❖ käytä seuraavia tiimiviestintäkanavia: sähköposti, Skype for Business, yhteinen verkkolevy, henkilöstön intranet ja yhteisöpalvelu Yammer
- ❖ anna keskusteluille riittävästi aikaa (esim. työryhmäpalavereissa ja yhteisissä kokouksissa)
- ❖ tarkenna sähköpostiryhmiä

6.7 Yhteydenottotavat, viestintävälineet ja -kanavat

Opiskelijapalveluissa on käytössä paljon erilaisia yhteydenottotapoja, viestintävälineitä ja -kanavia. Tärkeimmät on mainittu alla.

6.7.1 Asiakaspalvelu

Perinteinen asiakaspalvelu puhelimitse ja opintotoimistojen, hakijapalveluiden ja palvelukeskuksen asiakaspalvelupisteellä on edelleen yksi opiskelijapalveluiden tärkeimmistä yhteydenottotavoista.

Palvelukeskus-konseptia kannattaa kehittää, jotta opiskelijat saisivat mahdollisimman paljon palveluita yhdestä ja samasta paikasta kerralla. Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa nousi esille toive joustavasta asiakaspalvelusta niin opiskelijoille kuin opettajillekin.

Sähköinen asiointi on lisääntynyt, mutta edelleen on tarvetta myös perinteiselle asiakaspalvelulle puhelimitse ja asiakaspalvelutiskillä.

6.7.2 Sähköposti

Sähköposti on yksi opiskelijapalveluiden tärkeimmistä yhteydenottotavoista ja viestintävälineistä. Perinteisen asiakaspalvelun sijaan asiakaspalvelu tapahtuu nykyään entistä enemmän myös sähköpostitse. Sähköpostitse opiskelijapalvelut neuvoo erilaisissa opiskeluun liittyvissä asioissa ja lähettää pyynnöstä esimerkiksi erilaisia opiskelutodistuksia. Opiskelijapalveluiden jäsenillä pitäisi kaikilla olla sähköinen kalenteri käytössä sekä sähköpostiviestin allekirjoitukset kunnossa.

Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyssä selvisi, että opiskelijoiden mielestä yksi tärkeimmistä opiskelijapalveluiden viestintäpalveluista on sähköpostimuistutukset esimerkiksi lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta sekä opiskeluajasta (opiskelu-oikeuden normiajan täyttymisestä ja opiskeluajan päättymisestä). Muistutukset lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta tulisi sähköpostin lisäksi näkyä myös opiskelijoiden MyNetissä ja Haaga-Helian Facebook-sivuilla. Muistutukset opiskeluajasta lähtevät sähköpostitse opiskelijoille, mutta MyNetissä ja Haaga-Helian Facebook-sivuilla voitaisiin jakaa samaa tietoa sekä muistuttaa opiskelijoita tarkistamaan sähköpostinsa.



Muista!

Palvelukeskus-konseptia kannattaa kehittää. Edelleen on tarvetta perinteisestä asiakaspalvelusta puhelimitse ja asiakaspalvelutiskillä.



Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa tuli esille, että opiskelijoiden mielestä tärkeistä päivämääristä kuten uusintatenttipäivistä voisi ilmoittaa useammin sähköpostitse. Uusintatenteistä tuli paljon kommentteja opiskelijoilta ja myös henkilökunnalta. Joku ei ollut löytänyt uusintatenttien ilmoittautumisohjetta ja toinen oli joutunut soittamaan opintotoimistoon kysyäksään moneltako uusintatentti on. Jonkun mielestä olisi hyvä, jos uusintatentti-ilmoittautumisen vahvistussähköpostissa lukisi uusintatentin paikka ja aika.

Henkilökunnan jäseneltä oli tullut kommentti siitä, että sähköpostitiedotteissa on linkkejä intranettiin, mutta ne eivät toimi etäkäytössä VDI-yhteydellä, joten esimerkiksi uusintatentteihin ilmoittautuneiden lista pitäisi lähettää liitetiedostona. Uusintatenttien ohjeita voisi siis tarkistaa ja selventää. Uusintatentti-ilmoittautumisissa on tullut muutos syksyllä 2016. Uusintatentit siirrettiin sähköiseen E-lomake-järjestelmään ja pois verkkosivuilta. Uusintatentit on tarkoitettu Haaga-Helian nykyisille opiskelijoille, joten oikea paikka ohjeille on MyNet. E-lomakkeella on mahdollista muun muassa palauteviestissä lisätä tietoa uusintatentin ajasta ja paikasta. Tämän lisäksi tulisi miettiä, olisiko hyvä tiedottaa uusintatenteistä opiskelijoille vielä sähköpostitse tai jonkun muun kanavan kautta. Mikäli ohjeet ovat selkeät MyNetissä ja E-lomakkeella, ei välttämättä ole tarvetta tiedottaa uusintatenteistä opiskelijoille ainakaan sähköpostitse.

Kevään 2016 opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa tuli myös esille, että opiskelijoiden mielestä myös erilaisista muutoksista ja tapahtumista voisi tiedottaa sähköpostin kautta koska osa asioista voi mennä ohi MyNetissä. Toiset taas olivat eri mieltä sähköpostin käytöstä ja kirjoittivat, että opiskelijoille tärkeimmistä asioista pitäisi tiedottaa myös koulussa eikä vain sähköpostitse. Joku oli sitä mieltä, että sähköpostia tulee niin paljon, että joskus tärkeät viestit jäävät huomioimatta. Sähköpostia ei kannata käyttää liikaa. Ainoastaan tärkeimmät ja varsinkin opiskeluoikeuden menettämiseen liittyvä viestintä kannattaa tiedottaa myös sähköpostilla. Avoimissa vastauksissa tuli myös esille, että pitkissä teksteissä pitäisi käyttää selkeämpiä otsikoita ja yksinkertaisempaa kieltä. Jonkun mielestä ohjeiden tulisi olla lyhyempiä ja ytimekkäämpiä. Tämä on asia, jota kannattaa miettiä sähköpostiviestinnässä. Avoimissa vastauksissa oli myös kommentti siitä, että englanninkielisten sivujen käännökset pitäisi aina tarkastuttaa esimerkiksi englanninkielen opettajilta. Vastajan mielestä ohjauspalvelujen tiedotuksen on oltava oikeakielistä, helppolukuista ja todenmukaista.

Viestintäkyselyssä tuli myös esille, että läsnäoloilmoitusmuistutukset tulevat aivan liian aikaisin (esimerkiksi kuukausi ennen kuin itse läsnäoloilmoittamisen mahdollisuus aukeaa). Opiskelijan mielestä ilmoituksen saapuessa pitäisi olla mahdollisuus ilmoittautua muutaman vuorokauden sisällä. Viestinnän ajankohta on todella tärkeä. Viestin ei pitäisi lähteä liian aikaisin, koska opiskelijaa turhauttaa, kun hän ei pääse heti hoitamaan asiaa. Viesti läsnäoloilmoittautumisesta pitäisi lähettää muutama päivä ennen kuin läsnäoloilmoittautuminen aukeaa ja muistutusviesti voisi lähteä silloin, kun ilmoittautuminen on jo mahdollista.

Muista nämä sähköpostiviestinnässä:

- ❖ sähköinen kalenteri kaikilla käytössä
- ❖ sähköpostiviestin allekirjoitukset kaikilla kunnossa
- ❖ yksi tärkeimmistä opiskelijapalveluiden viestintäpalveluista on sähköpostimuistutukset lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta sekä opiskeluajasta
 - muista myös MyNet ja Facebook
- ❖ mieti olisiko hyvä tiedottaa uusintatenteistä opiskelijoille vielä sähköpostitse tai jonkun muun kanavan kautta
- ❖ sähköpostia ei kannata käyttää liikaa
- ❖ pitkissä teksteissä enemmän selkeyttä otsikkoihin ja yksinkertaisempaa kielenkäyttöä
- ❖ ohjeet lyhyempiä ja ytimekkäämpiä
- ❖ englanninkielisten tekstien käännökset pitäisi tarkastuttaa esimerkiksi englanninkielen opettajalta
- ❖ viestinnän ajankohta mietittävä (esim. pakollinen läsnä- ja poissaoloilmoittautuminen)

6.7.3 Kokoukset ja palaverit

Sisäisenä viestintävälineenä toimivat opiskelijapalveluiden omat kokoukset ja työryhmäpalaverit. Niissä jaetaan tietoa ja viesti välittyy jokaiselle opiskelijapalveluissa työskentelevälle. Nämä ovat tärkeitä kanavia informaation jakamiseen. Jokainen on viestijä ja kokouksissa on tärkeää, että jokainen jakaa informaatiota ja osallistuu avoimesti keskusteluihin.

Opiskelijapalvelut osallistuvat myös ulkoisiin työryhmiin, jotka ovat: KSHJ-hankkeen ohjausryhmä, korkeakoulujen KSHJ-asiakaspalveluryhmä (ASPA), vastuukorkeakoulut, siirto-opiskelijaryhmä, hakemuksen käsittelymaksuryhmä, AMKOPE-projektiryhmä ja valtakunnallinen AVOP-työryhmä. Näissä työryhmissä tietoa jaetaan ammattikorkeakoulujen kesken.

Kevään 2016 opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa nousi esille toive yhteispalavereista opiskelijapalveluiden ja opinto-ohjaajien välillä. Tätä ehdotusta kannattaa miettiä opiskelijapalveluissa ja keskustella asiasta opinto-ohjaajien kanssa. Onko opinto-ohjaajilla mahdollisesti tarvetta tällaiseen ja kokevatko useampi, että viestintä heille päin voisi olla parempi.

6.7.4 Opiskelijoiden sosiaalinen intranet (MyNet)

Haaga-Helian verkkoviestintäsuunnitelman (2016b) mukaan opiskelijoiden sosiaalisessa MyNetissä on vajaat 70 000 käyntiä kuukaudessa (marras-joulukuu 2015), sivulatauksia on 400 000 kuukaudessa ja yksittäisiä kävijöitä noin 2 000 päivässä (pois lukien viikonloput, jolloin kävijämäärä laskee reilusti). Opiskelijan valmistumisen tukemista on MyNetin tärkein tavoite. Tärkeää on myös tietojen ajantasaisuus, löydettävyyys ja saavutettavuus. (Haaga-Helia 2016b.)

Opiskelijoiden sosiaalinen intranet (MyNet) on tärkeä viestintäkanava opiskelijoille. Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyssä selvisi, että sähköpostin lisäksi MyNet on opiskelijo-



Muista!

Jokainen on viestijä.



den mielestä opiskelijapalveluiden tärkein viestintäkanava. Ajankohtaisista ja tärkeistä opintoihin liittyvistä asioista kannattaa aina viestiä MyNetissä. Hyvänä esimerkkinä muistutus pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta.

MyNetissä on myös opiskelijapalveluiden sähköisiä lomakkeita kuten opiskelun lisäaika-hakemus, hakemus koulutusohjelman vaihtamisesta Haaga-Helian sisällä, hakemus läsnä- tai poissaoloilmoittautumisen muuttamisesta ja valmistumishakemus, johon sisältyy ammattikorkeakoulujen valtakunnallinen opiskelijapalautekysely ja tutkintotodistushakemus. Nämä ovat kaikki tärkeitä lomakkeita, joita käytetään paljon ja niiden tulee olla hyvin löydettävissä MyNetissä. Syksyllä 2016 näille on tehty paikka etusivulla pikalinkkien alla (otsikko "Lomakkeet"), jotta nämä löytyvät yhdestä paikasta. Opiskelijapalveluiden sähköiset lomakkeet päivitetään Haaga-Helian E-lomake-järjestelmässä ja linkit lomakkeisiin löytyvät MyNetistä.

Tietoa uusintatenteistä löytyy myös MyNetistä. Näistä sivuista vastaa jokaisen toimipisteen uusintatenteistä vastaava henkilö. MyNetissä on myös yleistä tietoa opiskelijapalveluiden palveluista. Tätä sivua olisi hyvä päivittää aina lukukauden alussa ja tarkistaa, että tieto ja linkit ovat edelleen oikeat ja ajantasaiset.

Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyssä nousi avoimissa vastauksissa useasti esille, että varsinkin opiskelijat halusivat tietoa siitä, mitä opiskelijapalvelut oikeasti tekevät. Jonkun

mielestä sana opiskelijapalvelut on käsitteenä kovin laaja ja toinen kirjoitti, ettei tiedä, mitä opiskelijapalvelut varsinaisesti tekevät. Avoimissa vastauksissa tuli myös esille, että opintojen alkaessa olisi voinut olla selvempi infotilaisuus palveluista ja mitä opiskelijapalvelut tekevät ja missä asioissa heiltä voi saada apua. Tämä on asia, jota opiskelijapalveluiden tulisi kehittää. MyNetissä voisi tuoda selkeämmin esiin opiskelijapalveluiden palveluita esimerkiksi etusivulla. Myös opiskelijajyhdistyksen uutiskirjeessä (Helga Splash) sekä henkilökunnan sähköisessä julkaisussa (Spirit) voisi esitellä opiskelijapalvelut.

Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa nousi myös esille, että opiskelijat kaipaavat tietoa siitä, mistä opiskelijapalvelut löytää fyysisesti ja milloin voi mennä paikan päälle juttelemaan. Myös poikkeusaukioloajoista kaivattiin tietoa. Tätä asiaa opiskelijapalvelut ovat jo lähteneet kehittämään ja syksyllä 2016 on opiskelijoiden MyNetin etusivulle tullut aukiolokaruselli, josta opiskelijat näkevät opiskelijapalveluiden aukioloajat 14 päivää etukäteen. Aukiolokarusellista näkee myös poikkeusaukioloajat ja klikkaamalla kyseistä opintotoimistoa aukeaa sivu, josta löytyy jokaisen opintotoimiston yhteystiedot. Viestintäkyselyssä nousi avoimissa vastauksissa myös useaan otteeseen esille opiskelijoiden toive chat-palvelusta tai ”usein kysytyt kysymykset” -palstasta. Tätä on kehitetty yhteistyössä viestintä- ja markkinointipalveluiden kanssa ja MyNetiin on tullut chat-palvelu opiskelijoille.

MyNetin päivitysvastuun tulisi olla selkeä, jotta tieto pysyy ajantasaisena ja oikeana. Kaikilla opiskelijapalveluissa on vastuu siitä, että väärä tieto korjataan heti, mikäli se huomataan opiskelijapalveluiden sivuilla. Tieto päivitystarpeesta tulee viedä eteenpäin henkilölle, joka vastaa kyseisen sivun päivittämisestä. Kirjoitusvirheitä jokainen voi itse korjata sivulle suoraan. Päivitys tulee muistaa tehdä myös englanniksi.

Muista nämä MyNet-viestinnässä:

- ❖ sähköpostin lisäksi MyNet on opiskelijoiden mielestä opiskelijapalveluiden tärkein viestintäkanava
- ❖ ajankohtaisista ja tärkeistä opintoihin liittyvistä asioista kannattaa aina viestiä MyNetissä
- ❖ sähköiset lomakkeet tulee olla hyvin löydettävissä
- ❖ tietoa uusintatenteistä ja yleistä tietoa opiskelijapalveluiden palveluista olisi hyvä päivittää aina lukukauden alussa ja tarkistaa, että tieto ja linkit ovat edelleen oikeat ja ajantasaiset
- ❖ tietoa siitä mitä opiskelijapalvelut oikeasti tekevät, ketkä he ovat ja mistä heitä löytää pitäisi olla saatavilla vaikka jo etusivulla
- ❖ opiskelijapalveluiden aukioloajat pitäisi tuoda hyvin esille MyNetissä
- ❖ toive chat-palvelusta opiskelijoille MyNetiin

6.7.5 Henkilökunnan intranet

Haaga-Helian henkilöstöviestinnän päätiedotuskanava on intranet-sivusto ja sivusto uudistettiin loppuvuodesta 2015. Uudistuksella haluttiin tuoda intranetiin sosiaalisia elementtejä sekä mahdollistaa tiedonvaihto ja jakaminen ajasta ja paikasta riippumattomasti. Yammer integroitiin intranetiin uudistuksen myötä. Koko henkilöstö voi nyt julkaista uutisia ja tapahtumia intrassa. (Haaga-Helia 2016b.)

Istuntoja on ollut noin 18 000 ja kävijöitä n. 1 900/kk intranetin uudistuksen jälkeen. Keskimäärin on n. 500 kävijöitä päivässä. Päivittäisten kävijöiden määrä on kasvanut 100:lla henkilöllä eli 25 %:n kasvu verraten aikaan ennen uudistusta. (Haaga-Helia 2016b.)

Henkilökunnan intranet on tärkeä viestintäkanava henkilökunnalle. Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyssä selvisi, että sähköpostin lisäksi intranet on henkilökunnan mielestä opiskelijapalveluiden tärkein viestintäkanava. Henkilökunnalle ajankohtaisista ja tärkeistä asioista ja uudistuksista kannattaa aina viestiä intranetissä. Hyvä esimerkki ovat hakuprosesseihin tai sähköisiin palveluihin liittyvät uudistukset.

Henkilökunnan intranetissä on tietoa esimerkiksi vaihtohakemuksesta Haaga-Helian sisällä, siirtohakemuksesta ja valmistumisprosessista. Näiltä sivuilta kannattaa linkittää suoraan opiskelijoiden MyNetiin tai verkkosivuille, joissa ajantasaisin tieto näistä prosesseista löytyy. Näin tietoa ei tarvitse päivittää moneen paikkaan.

Intranetissä on myös E-lomake-ohjeita henkilökunnalle. Näitä sivuja kannattaa päivittää säännöllisesti, jotta tieto niissä pysyy oikeana. Kevään 2016 opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa nousi esille, että joku on halunnut kattavia E-lomake-ohjeita hakemusten käsittelyyn, mutta löytänyt intranetistä vain yhden osittaisen ohjeen. Intranetistä löytyy muun muassa video-ohjeita hakemusten käsittelystä E-lomakkeella henkilökunnalle. Opiskelijapalveluiden E-lomakkeen pääkäyttäjän tulisi vielä tarkistaa ohjeiden löydettävyyden intranetissä.

Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa nousi myös esille, että jonkun mielestä intranetiin voisi laittaa useammin tietoa vuosikellon eri vaiheista. Tämä on hyvä idea ja intranetiin voisi hyvin nostaa tärkeimpiä asioita opiskelijapalveluiden vuosikellosta, jotta myös henkilökunta saisi tiedon näistä.

Intranetin päivitysvastuu tulisi olla selkeää, jotta tieto pysyy ajankohtaisena ja oikeana. Kaikilla opiskelijapalveluissa on vastuu siitä, että väärä tieto korjataan heti, mikäli tällaista

Muista nämä henkilökunnan intranet-viestinnässä:

- ❖ sähköpostin lisäksi intranet on henkilökunnan mielestä opiskelijapalveluiden tärkein viestintäkanava
- ❖ ajankohtaisista ja tärkeistä asioista ja uudistuksista kannattaa aina viestiä intranetissä
- ❖ intranetissä on tietoa vaihtohakemuksesta Haaga-Helian sisällä, siirtohakemuksesta ja valmistumisprosessista. Sivuilta kannattaa linkittää suoraan MyNetiin tai verkkosivuille, jossa ajantasaisin tieto löytyy.
- ❖ E-lomake-ohjeet kannattaa päivittää säännöllisesti
- ❖ opiskelijapalveluiden E-lomakkeen pääkäyttäjä tulisi tarkistaa E-lomake-ohjeiden löydettävyyttä intrassa
- ❖ intranetiin voisi useammin laittaa tietoa vuosikellon eri vaiheista

6.7.6 Verkkosivut haaga-helia.fi ja opintopolku.fi

Haaga-Helian verkkosivuilla on noin 30 % mobiilikäyttäjiä ja 70 % pöytäkoneen käyttäjiä ja istunnoista 90 % tapahtuu Suomessa (Haaga-Helia 2016b). Haaga-Helian verkkoviestintäsuunnitelman mukaan (2016b) ”seuraavaksi eniten istuntoja rekisteröidään Venäjältä (0,69 % eli 17 000 istuntoa), USA:sta (0,67 %), Saksasta (0,64 %) ja Ruotsista (0,56 %)”.

Haaga-Helian verkkosivut ja Opetushallituksen opintopolku.fi-sivusto ovat myös yksi opiskelijapalveluiden tärkeimmistä viestintäkanavista. Nämä sivut ovat ensisijaisen tärkeitä hakijoille, jotka hakevat opiskelemaan Haaga-Helian eri koulutuksiin.

Hakijapalvelut vastaavat ensisijaisesti koulutus- ja hakutiedoista Haaga-Helian verkkosivuilla sekä opintopolku.fi-sivustolla (Haaga-Helian osalta). Avoimen ammattikorkeakoulun tarjonnasta Haaga-Helian verkkosivuilla vastaa ensisijaisesti avoimen ammattikorkeakoulun koulutusvastaava yhteistyössä avoimen ammattikorkeakoulun vastuuopintosihteerin kanssa. Avoimen ammattikorkeakoulun sähköiset hakulomakkeet päivitetään Haaga-Helian E-lomake-järjestelmässä.

Haaga-Helian verkkosivulla löytyy myös tietoa opiskelijapalveluiden palveluista, opiskelijapalveluiden sähköisiä lomakkeita sekä opintotoimistojen ja hakijapalveluiden yhteystietoja. Myös uusien aloittavien opiskelijoiden infomateriaalit löytyvät verkkosivulla (uusien opiskelijoiden Tervetuloa-sivut). Opiskelijapalveluiden sähköiset lomakkeet päivitetään Haaga-Helian E-lomake-järjestelmässä, linkit lomakkeisiin löytyvät verkkosivuilla.

Haaga-Helian verkkosivujen päivitysvastuu tulisi olla selkeä, jotta tieto pysyy ajankohtaisena ja oikeana. Kaikilla opiskelijapalveluissa on vastuu siitä, että väärä tieto korjataan heti, mikäli tällaista huomataan opiskelijapalveluiden sivuilla. Tieto päivitystarpeesta tulee viedä eteenpäin henkilölle, joka vastaa kyseisen sivun päivittämisestä. Kirjoitusvirheitä jokainen voi itse korjata sivulle suoraan. Päivitys tulee muistaa tehdä myös englanniksi.

6.7.7 Asiakaspalvelu-chat

Opiskelijapalveluilla oli asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla. Chat-palvelu on siirretty opiskelijoiden MyNetiin. Tämä chat-palvelu palvelee enemmän Haaga-Heliassa jo opiskelevia opiskelijoita. Chat-palvelusta vastaa ensisijaisesti Pasilan palvelukeskus. Opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn tulokset osoittivat, että verkkosivuilla olevaa chat-palvelua ei koettu juurikaan tärkeänä. Syy tähän voi olla, etteivät vastaajat tienneet, millaisesta chat-palvelusta oli kyse. Chat-palvelu verkkosivuilla oli aika piilossa ja käyttö oli sen takia myös vähäistä.

Viestintä- ja markkinointipalveluiden tavoitteena on lisätä chat-asiakaspalvelun määrää internetissä vuoden 2016 aikana. Hakemiseen liittyvä chat-asiakaspalvelu yhteishaun aikaan on yksi tavoite. Perinteisten yhteydenottojen määrän toivotaan vähenevän tämän ansiosta. (Haaga-Helia 2016b).

6.7.8 Tapahtumat ja esitteet

Erilaiset tapahtumat toimivat myös tärkeinä viestintävälineinä opiskelijapalveluissa. Hakijapalvelut järjestävät kerran vuodessa hakuseminaarin henkilökunnalle, jossa he jakavat ajankohtaista tietoa tulevasta hakuprosessista. Hakijapalvelut käyvät myös markkinointimassa Haaga-Heliassa erilaisissa koulumarkkinointitilaisuuksissa, kuten esimerkiksi Studia-messuilla ja AMK-kampuspäivillä. Opettajakorkeakoulun hakujen markkinoinnin suunnittelusta ja hakujen tiedotustilaisuuksista vastaa Ammatillinen opettajakorkeakoulu, viestintä- ja markkinointipalvelut sekä hakijapalveluiden suunnittelijat.

Myös muita sisäisiä koulutuksia järjestetään tarvittaessa, kuten esimerkiksi E-lomakekoulutuksia. Näitä on järjestänyt opiskelijapalveluiden E-lomakkeen pääkäyttäjä.



Opiskelijoiden orientointipäivät ovat opiskelijoiden mielestä tärkeitä. Orientointipäivien aikana opiskelijat saavat tärkeää tietoa opintojen aloituksesta opintotoimistoista. Kevään 2016 opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa yksi opiskelija oli kommentoinut, että orientointipäivä oli ylemmässä ammattikorkeakoulussa ainoastaan yhden illan pituinen ja sieltä he olivat saaneet ison määrän papereita mukaansa. Opiskelijan mielestä ohjeita olisi kuitenkin voinut tulla tämänkin jälkeen ja ne olisivat voineet olla sähköisinä. Opiskelijapalvelut voisi miettiä ohjeiden sähköistämistä. MyNetissä voisi olla esimerkiksi oma sivu, johon kerättäisiin kaikki se materiaali, jota opiskelijat mahdollisesti tarvitsevat orientointipäivien aikana (esimerkiksi tietoa palveluista, opintojaksoille ilmoittautumisista ynnä muuta). Materiaaleissa voisi olla sekä yleisiä että ohjelmakohtaisia ohjeita. Näin vähentäisimme paperin käyttöä ja helpottaisimme ohjeiden löytymistä opiskelijoille. Näin myös varmistaisimme, että kaikki saavat saman ja tarvitsemansa tiedon.

Yksi opiskelija oli viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa maininnut, että orientointipäivät saavat opiskelijat hieman hämmentyneiksi, koska tietoa on niin paljon. Opiskelija ehdottaa, että opiskelijat voitaisiin jakaa pieniin ryhmiin ja antaa tutoropiskelijoiden kertoa asioista enemmän henkilökohtaisella tasolla. Näin opiskelijoilla olisi helpompaa esittää kysymyksiä ja saada tarkempia selityksiä. Tämä on hyvä ehdotus, jota opiskelijapalvelut voisi viedä eteenpäin tutoropiskelijoille orientointipäiviä suunnitellessa.

Yksi opiskelija oli sitä mieltä, että opiskelijapalvelut voisi järjestää seminaarin tai tapahtuman opiskelijoille, jossa opiskelijat voisivat tulla kysymään mitä tahansa opiskeluun liittyvää. Opiskelijan mielestä myös muita henkilökunnan jäseniä voisi osallistua seminaariin tai tapahtumaan.

Muista nämä tapahtumien järjestämisessä:

- ❖ Orientointipäivät ovat opiskelijoiden mielestä tärkeitä
- ❖ Orientointipäivien ohjeet voisivat olla sähköisinä esimerkiksi MyNetissä
- ❖ Orientointipäivien järjestäminen
 - asioista kertominen enemmän henkilökohtaisella tasolla pienissä ryhmissä, olisi helpompaa esittää kysymyksiä ja saada tarkempia selityksiä
- ❖ opintotuesta kaivataan enemmän tietoa
- ❖ toive seminaarista/tapahtumasta opiskelijoille, jossa voisivat tulla kysymään ihan mitä vaan

Olemme siirtymässä sähköiseen viestintäympäristöön, joten opiskelijapalveluiden kannattaa harkita paperisena jaettavan mainosmateriaalin tarpeellisuutta. Muun muassa seuraavia esitteitä jaetaan edelleen myös paperisena:

- hakijan opas
- hakukohde-handout
- toimipisteopas (joissain toimipisteissä jo sähköinen)

Hakijan oppaassa on koottuna kaikki Haaga-Helian seuraavassa hakuperiodissa mukana olevat suomenkieliset ja englanninkieliset koulutukset. Hakijan oppaan päivitysvastuu kuuluu hakijapalveluiden suunnittelijalle yhteistyössä viestintä- ja markkinointipalveluiden kanssa. Hakijan opas löytyy myös sähköisessä muodossa Haaga-Helian verkkosivuilla.

Hakukohdemoniste on esite, johon on koottuna kaikki kuluvan hakukauden hakukohteet Haaga-Heliassa. Tämä esite jaetaan hakijapalveluiden asiakaspalveluluukulla ja koulu-markkinointitilanteissa. Hakukohdemonisteesta vastaavat hakijapalvelut.

Toimipisteoppaat tai kampusoppaat ovat vielä joillakin kampuksilla paperisina, mutta esimerkiksi Porvoossa ainoastaan sähköisenä opiskelijoiden MyNetissa. Toimipisteoppaita toimittavat ja päivittävät johdon assistentit, mutta opintotoimistot ovat jakaneet näitä uusille opiskelijoille muun muassa orientointipäivien aikana. Nämä voisivat olla täysin sähköisessä muodossa opiskelijoiden sosiaalisessa MyNetissa.

Sisäisessä viestinnässään opiskelijapalvelut voisi harkita osaavan henkilöstön ja monipuolisen toiminnan esille tuomista esimerkiksi Haaga-Helian digitaalisessa henkilöstölehdessä Spiritissä sekä opiskelijajyhdistyksen uutiskirjeessä Helga Splashissä. Tämä toisi näkyvyyttä opiskelijapalveluille sekä tehostaisi toiminnan ja ihmisten esittelyä muille henkilöstölle ja opiskelijoille.

Muista nämä:

- ❖ paperisena jaettavan mainosmateriaalin tarpeellisuus mietittävä
- ❖ opiskelijapalveluiden osaavan henkilöstön ja monipuolisen toiminnan esille tuomista esimerkiksi Haaga-Helian digitaalisessa henkilöstölehdessä Spiritissä sekä opiskelijajyhdistyksen uutiskirjeessä Helga Splashissä

6.7.9 Sosiaalinen media ja yhteisölliset työvälineet

Haaga-Helian verkkoviestintäsuunnitelman (2016b) mukaan ”sosiaalisen median parissa vietetään aikaa, jaetaan tietoa, keskustellaan, kommentoidaan ja pelataan”. Haaga-Helian henkilöstöä kannustetaan verkostoitumaan ja tuomaan ammattiosaamistaan ja asiantuntijarooliaan esille sosiaalisen median verkostoissa ja yhteisöissä. Ammattiosaamistaan voi tuoda esille esimerkiksi blogeissa, Twitterissä, wikeissä ja erilaisilla asiantuntijafoorumeilla ja -keskustelualueilla. ”Periaate on: seuraa meitä, me seuraamme sinua”. (Haaga-Helia 2016b.)

Haaga-Helia keskittyy tiettyihin sosiaalisen median kanaviin. Syy tähän on sosiaalisen median monimuotoisuus, mutta toisaalta myös rajalliset resurssit. Haaga-Heliolla on virallisia sosiaalisen median yhteisöjä, joilla on sovittu vastuuhenkilö. Vastuuhenkilö vastaa yhteisösivujen toiminnasta ja ylläpidosta. Jokainen voi tämän lisäksi perustaa omia yhteisöjä ja hyödyntää sosiaalisen median tarjoamia palveluja, mikäli työtehtävissään niitä tarvitsee. (Haaga-Helia 2016b.) Haaga-Helia käyttää seuraavia sosiaalisen median kanavia: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram ja Haaga-Helian blogit (Haaga-Helia 2016b).

Sisältö on Haaga-Helian Facebook-sivustossa kevyempää, vapaampaa ja viihteellisempää kuin virallisen Haaga-Helian internet-sivuston ja sen tarkoitus on tarjota jotain hieman extraa verrattuna esimerkiksi internet-sivustoon. Facebookissa halutaan kertoa, mitä Haaga-Heliasta saa tutkinnon lisäksi (esimerkiksi tapahtumat, kilpailut ja opiskelun arkea). Facebookin sisältö tulisi olla sellaista, jota on helppo jakaa. Sivustolla on noin 9 000 tykkääjää. (Haaga-Helia 2016b.)



Muista!

Haaga-Helian ”Sosiaalisen median käytön periaatteet” ovat luettavissa Haaga-Helian verkkoviestintäsuunnitelmasta (Haaga-Helia 2016a.)



Sosiaalinen media yhtenä opiskelijapalveluiden viestintäkanavana koettiin tärkeänä opiskelijapalveluiden viestintäkyselyssä keväällä 2016. Opiskelijoiden mielestä opiskelijapalvelut tulisi näkyä ainakin Facebookissa. Opiskelijapalveluille ei ole tulossa omia Facebook-sivuja, vaan viestintä tapahtuu Haaga-Helia ammattikorkeakoulun Facebook-sivujen kautta. Haaga-Helian viestintä- ja markkinointipalvelut ovat ensisijaisesti vastuussa Haa-

ga-Helian Facebook-sivuista, joten kaikki Facebook-tiedotteet menevät heidän kauttaan. Opiskelijapalvelut viestii tärkeistä ajankohtaisista hakuun ja opiskeluun liittyvistä asioista Facebookissa, kuten esimerkiksi haku-ajoista ja lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta.

Kevään 2016 opiskelijapalveluiden viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa nousi usein esille opiskelijoiden toiveita saada enemmän tietoa valmistumisen anomisesta. Valmistuminen on nostettu paremmin esille opiskelijoiden sosiaalisessa MyNetissa, mutta tätä voisi markkinoida vielä enemmän. Valmistumisjuhlien päivämäärät ja tutkintotodistushakemuksen viimeiset jättöpäivät olisi hyvä tiedottaa esimerkiksi Facebookissa. Viestintäkyselyn avoimissa vastauksissa nousi esille myös, että monien mielestä viestintää pitäisi olla enemmän sosiaalisen median kanavissa.

Sosiaalisen median kanavien lisäksi opiskelijapalveluilla on käytössään yhteisöllisiä työvälineitä kuten Skype for Business ja yhteisöpalvelu Yammer. Skype for Business käytetään kokouspaikkana aina kun mahdollista. Yhteisöpalvelu Yammer toimii avoimena keskustelupalstana opiskelijapalveluiden jäsenille. Yammerissa käydään keskustelua ajankohtaisista asioista ja keskustelut viedään tarvittaessa yhteisiin kokouksiin.

Haaga-Helian verkkoviestintäsuunnitelman (2016b) mukaan Haaga-Heliolla on käytössä Yammer henkilökunnan sisäisen keskustelun kanavana. Yammerissa on mahdollista keskustella ajasta ja paikasta riippumatta ja se on myös uudenlainen johtamisen väline. Helpoiten Yammeriin pääsee henkilökunnan intranetin kautta. Muutamassa kuukaudessa yli 90 % henkilöstöstä on kirjautunut Yammeriin Intra-uudistuksen jälkeen (syksy 2015). Haaga-Heliassa kannustetaan henkilöstöä keskustelemaan ja perustamaan ryhmiä Yammeriin. Tavoitteena vuodelle 2016 on saada koko henkilökunta liittymään HH Yammeriin sekä saada myös isompi joukko aktivoitumaan Yammerissa. ”Yammer tukee Haaga-Helian yhteisöllisyyttä ja tiedon jakamista ja kannustaa henkilöstöä yksikkörajat ylittävään keskusteluun” (Haaga-Helia 2016b.). Sähköpostin määrä vähentyy Yammerin käytön takia ja yhdessä työskenteleminen tehostuu. (Haaga-Helia 2016b.)

Muista nämä some-viestinnässä:

- ❖ opiskelijoiden mielestä opiskelijapalvelut tulisi näkyä ainakin Facebookissa
- ❖ opiskelijapalveluiden viestintä tapahtuu Haaga-Helian Facebook-sivujen kautta
- ❖ opiskelijat toivovat enemmän tietoa valmistumisen anomisesta > Facebook
- ❖ Skype for Business käytetään kokouspaikkana aina kun mahdollista
- ❖ yhteisöpalvelu Yammer käyttöön avoimena keskustelupalstana

6.8 Kehittämistoimenpiteitä

Alla oleva lista kehittämistoimenpiteistä perustuu yllä olevissa teksteissä tehtyihin havainnointiin sekä opiskelijapalveluiden viestintäkyselyssä (kevät 2016) esille tulleisiin kehitysehdotuksiin.

nro	Kehittämistoimenpide	Vastuuhenkilö	Aloitettu/asia viety eteenpäin (X)	Lisätietoja
1	Toimipistekohtaisia eroja vähennetään	Opiskelijapalveluiden päällikkö/ opiskelijaviestinnän työryhmä	X	Viestintäsuunnitelma/ vuosikello avuksi
2	Avoimuutta lisätään tiimiviestinnässä	Opiskelijapalveluiden päällikkö/ opiskelijaviestinnän työryhmä	X	Yammerissa avointa keskustelua
3	Palaverissa/kokouksissa riittävästi aikaa myös vapaalle keskustelulle	Opiskelijapalveluiden päällikkö	X	
4	Tiimityöskentelyssä lisätään jäsenten vaikuttamismahdollisuuksia	Opiskelijapalveluiden päällikkö	X	
5	Koulutusta lisätään (esim. kommunikointitaidot, viestintäosaaminen)	Opiskelijapalveluiden päällikkö	X	Sisäisiä ja ulkoisia koulutuksia tarjotaan
6	Sähköpostiryhmiä tarkennetaan (jokaiselle juuri häntä koskevia viestejä/tiedotteita)	Opiskelijaviestinnän työryhmä		
7	Sähköinen kalenteri kaikilla käytössä	Opiskelijapalveluiden päällikkö	X	Asiasta on tiedotettu
8	Sähköpostiviestin allekirjoitukset kunnossa	Opiskelijapalveluiden päällikkö	X	Asiasta on tiedotettu
9	Palvelukeskus-konseptia kehitetään (mahdollisimman paljon palveluita yhdestä ja samasta paikasta, samalla kerralla)	Opiskelijapalveluiden päällikkö	X	Asia viety Haaga-Helican tasolla eteenpäin
10	Uusintatenttien ohjeita tarkennetaan ja selvennetään (tiedotus uusintatenteistä sähköpostitse tai jonkun muun kanavan kautta)	Jokaisen toimipisteen uusintatenteistä vastaava henkilö	X	Uusinnat E-lomakkeella syksyllä 2016
11	Pitkissä teksteissä enemmän selkeyttä otsikkoihin ja yksinkertaisempaa kielenkäyttöä, ohjeet lyhyempiä ja ytimekkäämpiä	Opiskelijaviestinnän työryhmä		
12	Englanninkielisten sivujen/tekstien käännökset pitäisi aina tarkastuttaa esimerkiksi englanninkielen opettajalta	Opiskelijapalveluiden päällikkö/ opiskelijaviestinnän työryhmä	X	Asia huomioitu (esim. valittujen opiskelijoiden hyväksymisilmoitukset)
13	Läsnä- tai poissaoloilmoitusten muistutusviestien ajankohta mietitään	Opiskelijapalveluiden päällikkö/ opiskelijaviestinnän työryhmä	X	

nro	Kehittämistoimenpide	Vastuuhenkilö	Aloitettu/asia viety eteenpäin (X)	Lisätietoja
14	Sähköisten lomakkeiden löydettävyyttä parannetaan MyNetissä	Opiskelijapalveluiden E-lomakkeen pääkäyttäjä	X	Löydettävyyttä parannettu. Pikalinkkeihin etusivulla lisätty otsikko "Lomakkeet".
15	Yhteispalavereita opiskelijapalveluiden ja opinto-ohjaajien välillä, selvitetään onko tarvetta?	Opiskelijapalveluiden päällikkö		
16	Opiskelijapalveluiden aukioloajat tuodaan myös MyNetiin	Opiskelijapalveluiden E-lomakkeen pääkäyttäjä	X	Aukiolokaruselli MyNetissä syksyllä 2016
17	Chat-palvelu opiskelijoille MyNetiin (verkkosivulta pois?)	Viestintä- ja markkinointipalvelut	X	
18	Henkilökunnan intranetissä on tietoa vaihtohakemuksesta Haaga-Helian sisällä, siirtohakemuksesta ja valmistumisprosessista > linkitetään suoraan opiskelijoiden MyNetiin tai verkkosivuille, jossa ajantasaisin tieto näistä prosesseista löytyy	Opiskelijapalveluiden E-lomakkeen pääkäyttäjä		
19	E-lomake-ohjeiden löydettävyyttä intranetissä tarkistetaan	Opiskelijapalveluiden E-lomakkeen pääkäyttäjä		
20	Henkilökunnan intranetiin tuodaan useammin tietoa vuosikellon eri vaiheista	Opiskelijapalveluiden päällikkö/ opiskelijaviestinnän työryhmä		
21	Orientointipäivien ohjeet sähköiseksi MyNetiin (yleiset ja ohjelmakohtaiset ohjeet)	Opiskelijaviestinnän työryhmä		
22	Orientointipäivinä opiskelijat jaetaan mahdollisuuksien mukaan pienempiin ryhmiin (helpompaa esittää kysymyksiä ja saada tarkempia selityksiä)	Tutoropiskelijat		
23	Opiskelijapalvelut järjestävät seminaarin/tapahtuman opiskelijoille ("kysy mitä vaan" opiskelijapalveluista)	Opiskelijapalveluiden päällikkö/ opiskelijaviestinnän työryhmä		
24	Paperisena jaettavan mainosmateriaalin tarpeellisuus mietitään: hakijan opas, hakukohde-handout ja toimiohjeet	Opiskelijapalveluiden päällikkö/ opiskelijaviestinnän työryhmä		
25	Tietoa siitä mitä opiskelijapalvelut tekevät, osaavan henkilöstön ja monipuolisen toiminnan esille tuomista MyNetissä, Haaga-Helian digitaalisessa henkilöstölehdessä Spiritissä sekä opiskelijajyhdistyksen uutiskirjeessä Helga Splashissa	Opiskelijapalveluiden päällikkö/ opiskelijaviestinnän työryhmä		
26	Valmistumisen anomisesta tiedotteita myös Facebookiin	Opiskelijapalveluiden päällikkö/ opiskelijaviestinnän työryhmä/ viestintä- ja markkinointipalvelut		

6.9 Seuranta ja arviointi

Viestintäsuunnitelma tulisi uudestaan arvioida ja päivittää kerran lukuvuodessa. Päivitysvastuu on viestintäsuunnitelman laatijalla suunnittelijalla Catharina Salosella. Viestintäsuunnitelman päivitys tehdään yhteistyössä opiskelijapalveluiden jäsenten kanssa.

Viestintäsuunnitelman päivityksessä tulee huomioida Haaga-Helian verkkoviestintäsuunnitelma ja siinä tehdyt linjaukset. On tärkeää huomioida myös Haaga-Helian strategia ja osastrategia. Tarvittaessa on syytä tehdä yhteistyötä Haaga-Helian verkkoviestintäpäällikön kanssa. Viestintäpalvelut tekevät esimerkiksi kävijätilastoja (Google Analytics) ja tarkistavat sosiaalisen median kanavien omat tilastot ja siellä käytävät keskustelut. He tekevät myös kyselyitä hakijoille, opiskelijoille ja henkilökunnalle. Myös spontaani palaute on tärkeä huomioida. (Haaga-Helia 2016b.)

Opiskelijapalveluiden laadun arviointi -työryhmän tehtävänä on muun muassa eri palautteiden keruutapojen kehittäminen, kyselyiden päivittäminen sekä saadun palautteen analysointi ja niistä tiedottaminen toiminnon henkilöstölle.

Haaga-Helian opiskelijakysely ja henkilökunnan PALKE-kysely toteutetaan yleensä kahden vuoden välein ja tulokset analysoidaan aina saman tien niiden valmistuttua. Tulosten perusteella päivitetään opiskelijapalveluiden kehittämissuunnitelmaa ja uusia kehitysehdotuksia viedään tarvittaessa listalle.

Haaga-Helian kyselyiden lisäksi opiskelijapalveluilla on myös omia kyselyitä. Viestintäkysely toteutettiin ensimmäisen kerran keväällä 2016 sähköisenä Webropolissa. Tällä hetkellä ei vielä tiedetä, toteutetaanko kysely uudestaan. Hakijakysely on jatkuva ja toteutetaan aina valintakokeiden yhteydessä keväisin. Hakijapalvelut keräävät tutkimustulokset valintakokeiden jälkeen ja tulokset analysoidaan laadun arvioinnin työryhmässä. Sähköinen E-lomake-kysely on jatkuva ja tutkimustulokset kerätään kaksi kertaa vuodessa aina lukukauden päättyttyä elokuussa ja tammikuussa. Tulokset analysoidaan tämän jälkeen laadun arvioinnin työryhmässä.

Näiden lisäksi opiskelijapalvelut kerää spontaania palautetta esimerkiksi asiakaspalvelutilanteissa. Jokaisen opintotoimiston, palvelukeskuksen ja hakijapalveluiden ulkopuolella on mahdollista jättää kirjallista ja anonyymia spontaania palautetta. Palaute kerätään jatkuvasti ja analysoidaan laadun arvioinnin työryhmässä. Myös Haaga-Helian viestintä- ja markkinointipalveluiden kyselyiden tutkimustuloksia ja verkkoanalytiikka käytetään tarvittaessa.

Alla oleva taulukko listaa mittareita, joita opiskelijapalvelut käyttää viestinnän seurannassa ja arvioinnissa.

Mittareita viestinnän seurantaan ja arviointiin:

- ❖ Kyselyitä
 - Haaga-Helian henkilökunnan PALKE-kysely (noin kahden vuoden välein)
 - Haaga-Helian opiskelijakysely (noin kahden vuoden välein)
 - Opiskelijapalveluiden viestintäkysely (kertakysely keväällä 2016)
 - Opiskelijapalveluiden hakijakysely (jatkuva valintakokeissa keväisin)
 - Opiskelijapalveluiden E-lomake-kysely (jatkuva)
- ❖ Spontaani palaute (esim. asiakaspalvelutilanteissa)
- ❖ Viestintä- ja markkinointipalveluiden kyselyitä ja verkkoanalytiikka (tarvittaessa)

7 Pohdinta

Yritysviestinnässä puhaltaa uusia tuulia ja on erittäin tärkeää, että organisaatiot pysyvät muutoksessa mukana. Sosiaalisen median ja digitalisaation myötä viestinnästä on tullut entistä haasteellisempaa ja hyvää suunnittelua ja kehitystyötä tarvitaan.

7.1 Viestintäsuunnitelman arviointi ja hyödyt

Lähetin sähköpostitse kyselyn opiskelijapalveluissa työskenteleville (24 henkilöä) lokakuussa 2018 ja pyysin palautetta viestintäsuunnitelmasta. Pyysin palautetta suunnitelman käytöstä ja hyödyistä sekä konkreettisia kehittämissuhteita. Noin kolmasosa opiskelijapalveluissa työskentelevistä antoi palautetta viestintäsuunnitelmasta. Puolet palautetta antaneista oli käyttänyt viestintäsuunnitelmaa ja näki siinä paljon hyötyjä. Toinen puolikas ei ollut käyttänyt viestintäsuunnitelmaa, ei tiennyt siitä tai siitä oli vain hämärä muistikuva. Kukaan ei ollut sitä mieltä, että suunnitelmasta ei olisi ollut hyötyä opiskelijapalveluille.

Palautteissa todettiin esimerkiksi, että opiskelijapalveluiden viestintäsuunnitelmaa ei aiemmin ollut talossa käytössä ja sille oli olemassa todellinen tarve. Todettiin myös, että suunnitelmaan on koottu kattavasti tiedot eri viestintätehtävistä ja se on suurena apuna myös uusien henkilöiden perehdytyksessä.

Palautteissa todettiin myös, että Haagan toimipisteessä on käytössä niin sanottu Oma Polku -viestintä Moodlessa ja eri opiskelijaryhmille on luotu omat sivustot. Samalla sivustolla ryhmille viestitään opintojen aloituspäivistä aina valmistumiseen asti. Hyvä puoli tässä on se, että kaikki tiedot säilyvät yhdessä paikassa ja niihin voi palata myöhemminkin. Tätä voisi mielestäni käyttää jokaisessa toimipisteessä ja se olisi hyvä lisätä myös viestintäsuunnitelmaan.

Palautteissa kävi ilmi, että jollekin oli jäänyt vain heikko muistikuva viestintäsuunnitelmasta eikä hän ollut käyttänyt sitä. Vastaaja koki, että omankaan yksikkömme sisällä ei tieto aina kulje sinne, missä sitä tarvittaisiin ja sama toistuu laajemmalla mittakaavalla Haa-ga-Helian sisällä. Koulutusohjelmissa esimerkiksi suunnitellaan paljon asioita, joilla voi olla suora vaikutus johonkin opiskelijapalveluiden toimintaan, mutta tieto saattaa tavoittaa meidät viimeisenä tai kuulemme sen vasta asiakkaalta. Palautteissa tuli usein ilmi, että viestinnässä muiden talon yksiköiden kanssa on ongelmia (vrt. SWOT-analyysin sidosryhmien sitoutumattomuus) Ongelmana ovat yhteisten foorumien puute ja ajankäytön haasteet.

Ulkoisille sidosryhmille kohdennettu viestintä on parantunut: nettiin on luotu Hakijalle-sivusto ja osana sitä valintakoesivu, johon on tarkoitus jokaisen valintakokeesta vastuussa olevan päivittää samalla kaavalla valintakoetiedot. Eli enää ei ole kirjavia, hakijaa hämmentäviä käytäntöjä eri toimipisteiden välillä, vaan samanlainen informaatio samalla kaavalla kaikista hakukohteista.

Palautteissa tuli esiin, että toivotaan enemmän yhteistyötä viestinnän ja markkinoinnin kanssa. Yhteistyötä olisi tiivistettävä, jotta viestintä saataisiin oikea-aikaiseksi ja virheetömäksi. Palautteissa todettiin myös, että hakijoita palvellaan läpi vuoden, mutta hakijapalvelut on Haaga-Helian sisällä aika yksinäinen ja eristyksissä oleva toiminto.

Palautteissa kävi myös ilmi, että moni asia on mennyt eteenpäin. Palautteissa kerrottiin, että viestintätyöryhmä on jaettu suunnitelman tekemisen jälkeen kahtia muun muassa työmäärän jakamiseksi ja kohtuullistamiseksi (vrt. SWOT-analyysi). Hakijaviestintää on yritetty parantaa hakijapalveluiden viestintätyöryhmässä ja työryhmä on ollut hyvin aktiivisesti. Esimerkiksi nettisivut on uudistettu yhteistyössä viestintäpalveluiden kanssa niin, että sieltä löytyy nyt Hakijalle-sivusto. Hakemiseen liittyvät asiat ovat hakijoille helpommin löydettävissä nettisivuilla. Samoin Opintopolun tekstejä on pyritty yhdenmukaistamaan ja selkeyttämään viestintätyöryhmän toimesta. Hakijoille lähtevien viestien sisältöjä sekä erityisesti myös Opintopolun ohjetekstejä on selkeytetty. Palautteissa todettiin myös, että työ jatkuu edelleen.

Palautetta tuli myös siitä, että viestinnän suunnittelun puutetta ei enää ole, vaan viestintä on suunnitelmallista ja siihen paneudutaan. Tämä tuntuu kuitenkin olevan henkilökysymys: osa työntekijöistä on hyvinkin sitoutunut oikea-aikaiseen ja oikein kohdistettuun sekä kaikki tarpeelliset sidosryhmät huomioivaan viestintään, kun taas osa ei ole samalla tavalla sitoutunut.

Palautteissa todettiin myös, että viestintää opiskelijapalveluiden sisällä ollaan parantamassa ottamalla käyttöön intranet-koontisivu valinnoista. Muutenkin intrassa on pyritty selkeyttämään ohjeita ja ohjeistuksella yhdenmukaistamaan käytäntöjä esimerkiksi valintakokeisiin liittyen.

Yksi viestintäsuunnitelman kehittämistoimenpide oli uusien opiskelijoiden materiaalien sähköistäminen ja tämä on jo toteutettu. Uusille opiskelijoille on luotu omat Tervetuloa-sivut verkkosivuilla, johon opiskelijapalvelut keräävät kaiken heille tarpeellisen materiaalin opintojen aloittamiseen liittyen. Ainoastaan Kelan ateriatukikortti jaetaan vielä paperisena uusille opiskelijoille.

Palautteissa todettiin, että viestintäsuunnitelman suurin hyöty oli se, että viestintäasiat nostettiin esille, niihin alettiin kiinnittää huomiota ja niitä alettiin kehittää.

7.2 Viestintäsuunnitelman kehittäminen

Seuraavaksi lähtisin miettimään opiskelijapalveluissa, tehdäänkö toista viestintäkyselyä ja milloin. Prosessin kannalta olisi hyvä saada tietää, onko tuloksista ollut hyötyä tärkeimmille sidosryhmille.

Tämän jälkeen viestintäsuunnitelma tulisi päivittää, jotta se vastaa sen hetkistä tilannetta. Jatkossa olisi syytä myös miettiä, pitäisikö hakijapalveluille ja opintotoimistoille olla omat viestintäsuunnitelmat.

Viestintäsuunnitelman sisältö olisi hyvä myös tuoda entistä paremmin esille opiskelijapalveluissa. Sen pitäisi olla vakituinen osa toimintaa. Sitä tulisi hyödyntää jo uuden henkilön perehdyttämisvaiheessa.

Lisäksi voisi vielä kehittää suunnitelman pituutta ja ulkonäköä. On syytä pohtia, voisiko suunnitelma olla lyhyempi ja voisiko kuvia ja taulukoita käyttää vielä enemmän. Mitä lyhyempi teksti, sitä useampi jaksaa sen lukea. Miettisin jopa, voisiko suunnitelma olla ihan eri muodossa, eli ei perinteinen word- tai pdf-tiedosto, vaan esimerkiksi nettisivuna tai jopa applikaationa. Olisi mielenkiintoista tehdä jotain perinteisestä poikkeavaa.

7.3 Prosessin arviointi

Kehittämishanke on ollut hyvin onnistunut. Kehittämisideat ja viestintäsuunnitelma ovat olleet tarpeellisia opiskelijapalveluille. Viestinnän suunnittelusta on tullut entistä tärkeämpää. Moni asia on jo viety eteenpäin ja toimintaa kehitetään koko ajan. Tutkimuksesta saatiin paljon hyviä kehittämisideoita ja toiminta on jo muuttunut näiden tulosten perusteella. Viestintäsuunnitelman avulla myös uusien työntekijöiden perehdyttäminen on helpompaa ja viestinnän vuosikellosta pystyy nopeasti hahmottamaan opiskelijapalveluiden viestinnän koko vuoden aikataulun.

Tutkimustulokset olivat odotusten mukaisia, esiin ei tullut mitään yllättävää. Tulokset vahvistivat sen, että kehitystyö oli menossa oikeaan suuntaan. Muutaman vuoden päästä olisi hyvä tehdä uusi kysely, jotta saisimme tietoa siitä, miten hyvin olemme onnistuneet. Maailma ja teknologia muuttuvat kovaa vauhtia ja muutaman vuoden päästä saattaa jo olla paljon uusia työkaluja ja mahdollisuuksia viestinnän kehittämiseen.

Viestintä kiinnostaa minua yleisestikin ja tämä hanke on ollut selkeä ja kiinnostava alusta loppuun. Olen oppinut paljon prosessin aikana. Eri opintojaksojen aiheet ja teemat ovat auttaneet ja tukeneet prosessia. On hyvä, että kehittämishankkeen suunnittelu aloitetaan opintojen varhaisessa vaiheessa ja että muut opintojaksot tukevat kehittämishanketta. Olen erityisen iloinen siitä, että tutkimus pystyttiin tekemään osana Kvantitatiivisen tutkimuksen opintojaksoa. Opintojakson aikana saatiin paljon hyviä neuvoja tutkimuksen tekemiseen ja tulosten raportoimiseen. Tutkimusprosessin aikana olen oppinut todella paljon kvantitatiivisesta tutkimuksesta ja sen eri vaiheista. Osaan toteuttaa tutkimuksen alusta loppuun. Osaan myös käyttää Webropolia työkaluna kyselylomakkeen laatimiseen. Excel analyysityökaluna on myös tullut erittäin tutuksi ja osaan hyödyntää sitä nyt entistä paremmin tulosten raportointia varten.

Olen myös oppinut paljon organisaation viestinnästä tämän hankkeen aikana. Viestintä voi olla hyvin monimutkaista, mutta paljon erilaisia työkaluja onnistumiselle on olemassa. Olen hankkeen aikana myös huomannut entistä vahvemmin sen, miten aikaa on rajallisesti nykyään. Moni asia tehtäisiin paljon paremmin, jos vain olisi aikaa siihen. Tämä on asia, jota organisaatioiden tulisi mielestäni kehittää. "Multitasking" ei useinkaan tuo parhaimpia tuloksia eikä ole tehokasta.

Olen tyytyväinen hankkeeseen ja sen lopputulokseen. Toivon, että viestintäsuunnitelma käytetään viestinnän suunnittelussa ja työkaluna viestinnän kehittämiseen. Itse viestintäkysely olisi voitu kohdentaa paremmin ja opiskelijoille ja henkilökunnalle olisi voinut olla erilaiset kyselyt. Henkilökunnalle ja opiskelijoille tarkoitetut viestintäpalvelut eroavat toisistaan aika paljon. On tärkeää myös huomioida, että palvelut, joita opiskelijat ovat käyttäneet koulutuksen hakuvaiheessa, eivät ehkä enää toisena, kolmantena tai neljäntenä opiskeluvuonna ole heille niin tärkeitä. Hakijoille tarkoitetut viestintäpalvelut ovat kyselyssä eri asemassa ja ne jättäisin pois seuraavasta kyselystä, koska hakijoille tehdään jo muutenkin erillistä kyselyä.

Lähteet

Amabile, T. & Kramer, S. 2012. Pienet suuret teot. Opi johtamaan kehitystä. Talentum. Helsinki.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2016a. Intranet. Opiskelijapalveluiden itsearviointiraportti. Luettu: 22.1.2016.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2016b. Intranet. Palvelumme. Markkinointi- ja viestintäpalvelut. Verkkoviestintä. Verkkoviestintäsuunnitelma. Luettu: 25.9.2016.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2016c. Intranet. Johtaminen. Toiminnan tunnusluvut. Laatupalautteet. Itsearviointiraportit. Itsearviointi- ja auditointiraportit. Luettu: 22.1.2016.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2016d. Intranet. Yksiköt. Korkeakoulupalvelut. Luettu: 26.8.2016.

Heikkilä, K. 2002. Tiimit – avain uuden luomiseen. Kauppakaari. Helsinki.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita. Helsinki.

Honkala, P. Kortetjärvi-Nurmi, S. Rosenström, A. & Siira-Jokinen, S. 2009. Linkki. Työyhteisön viestintä. Edita. Helsinki.

Honkanen, H. 2006. Muutoksen agentit. Muutoksen ohjaaminen ja johtaminen. Edita. Helsinki.

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Management Institute of Finland MIF Oy. Helsinki.

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Infor Oy. Helsinki.

Kaloinen, M-L. Suntinen, R. & Vallisaari, M. 2008. Viesti ja vaikuta. WSOY Oppimateriaalit Oy. Helsinki.

Kortetjärvi-Nurmi, S. Kuronen, M-L. & Ollikainen, M. 2008. Yrityksen viestintä. Edita. Helsinki.

Kortetjärvi-Nurmi, S. & Murtola, K. 2015. Areena. Yritysviestinnän käsikirja. Edita. Helsinki.

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. WSOYpro. Helsinki.

Opetushallitus 2016. Sädökset ja ohjeet. Laadunhallinnan tuki. WBL-TOI Manual. Menetelmiä ja työvälineitä. SWOT-analyysi. Luettavissa:
http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi Luettu 27.9.2016.

Pesonen, P. 2012. Yritysviestinnän säännöt. Edita. Helsinki.

Taanila, A. 1.2.2016. Kvantitatiivinen tutkimus. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Luento. Helsinki.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Oy Finn Lectura Ab. Helsinki.

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. PS-kustannus. Jyväskylä.

Virtuaali ammattikorkeakoulu 2007. Tiimin projektiviestintä. Viestinnän suunnittelu. Viestintäsuunnitelma. Luettavissa:
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030905/1133356297030/1133360764173/1133361194443/1133361948694.html> Luettu 25.8.2016.

Åberg, L. 2002. Viestinnän johtaminen. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Opiskelijapalveluiden viestintäkysely

Hyvä Haaga-Helien opiskelija tai henkilökunnan jäsen:

Opiskelen ylemmän AMK:n tutkintoa Liiketoiminnan kehittämisen koulutusohjelmassa Haaga-Heliassa. Kehittämishankkeenani laadin viestintäsuunnitelman Haaga-Helien opiskelijapalveluille (hakijapalvelut, opintotoimistot, palvelukeskus ja opintotukilautakunta).

Kyselyn tavoitteena on kartoittaa opiskelijapalveluiden sisäisen ja ulkoisen viestinnän lähtötilanne sekä selvittää, minkälaisia muutoksia viestintään tarvitaan. Kysely lähetetään Haaga-Helien opiskelijoille ja henkilökunnalle toukokuussa 2016. Vastauksiasi hyödynnetään viestinnän kehittämiseen.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10-15 minuuttia. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Kaikkien yhteystietojensa jättäneiden kesken arvotaan 3 kpl 4 lipun leffalippupaketteja Finnkinon elokuvateattereihin. Mikäli haluat osallistua arvontaan, jätäthän yhteystietosi kyselyn jälkeen.

Taustatiedot

1. Roolini Haaga-Heliassa: *

- tutkinto-opiskelija
- avoimen amk:n opiskelija
- esimies
- hallintohenkilökunta
- opettajahenkilökunta
- muu

Viestintäpalveluiden/-sisältöjen tunnettuus ja tärkeys

2. Kuinka tärkeitä asteikolla 1-5 alla olevat opiskelijapalveluiden viestintäpalvelut ovat sinulle? Vastaa soveltuvin osin.

1 = ei lainkaan tärkeä, 2 = ei kovin tärkeä, 3 = neutraali, 4 = melko tärkeä, 5 = erittäin tärkeä, en osaa sanoa

Viestintäpalvelut pääosin opiskelijoille ja hakijoille:

1. Koulumarkkinointi (esim. Studiamessut, opinto-ohjaajainfot toisen asteen opinto-ohjaajille, AMK-kampuspäivät tuleville hakijoille, kouluvierailut)

1	2	3	4	5	En osaa sanoa
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Hakukohde-handout, johon on koottu kaikki kuluva hakukauden hakukohteet Haaga-Heliassa (jaetaan hakijapalveluiden asiakaspalveluluukulla ja koulumarkkinointitilanteissa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Haaga-Helian hakijan opas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Opetushallituksen opintopolku.fi-sivusto hakijoille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Koulutus- ja hakutietoa hakijoille Haaga-Helian verkkosivuilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Avoimen ammattikorkeakoulun opintotarjonta ja hakutieto Haaga-Helian verkkosivuilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Sähköiset hakulomakkeet avoimen amk:n opiskelijoille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Sähköinen valintakoekutsu hakijoille (sähköposti)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Sähköinen hyväksymistieto valituille tutkinto-opiskelijoille (sähköposti)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Tervetuloa-sivut uusille opiskelijoille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Sähköinen hyväksymistieto avoimen amk:n opiskelijoille (sähköposti)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Opiskelijapalveluiden yhteystiedot verkkosivuilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Haaga-Helian opas ulkomaisille tutkinto-opiskelijoille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Uusien opiskelijoiden orientointipäivät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Opintotuki-infot opiskelijoille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Ilmoittautuminen uusintatenttiin MyNetissä ja Haaga-Helian verkkosivuilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Sähköiset lomakkeet Haaga-Helian verkkosivuilla (esim. hakemus opiskeluoikeuden palauttamiseksi, eroilmoitus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. Sähköiset lomakkeet Haaga-Helian MyNetissä (lisäaikahakemus, vaihtoisku Haaga-Helian sisällä, valmistuminen ja tutkintotodistushakemus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Tietoa opiskelijapalveluiden palveluista opiskelijan MyNetissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. Sähköpostimuistutukset opiskeluajasta opiskelijoille (opiskeluoikeuden normiajan täyttymisestä, opiskeluajan päättymisestä)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. Sähköpostimuistutukset lukuvuoden pakollisesta läsnä- ja poissaoloilmoittautumisesta opiskelijoille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. Sähköpostimuistutukset yhteystietojen päivittämisestä opiskelijoille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintäpalvelut opiskelijoille, hakijoille ja henkilökunnalle:						
24. Perinteinen asiakaspalvelu puhelimitse ja opintotoimiston, opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelupisteellä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Opintotoimiston, hakijapalveluiden, palvelukeskuksen tai opintotukilautakunnan asiakaspalvelu sähköpostitse

Viestintäpalvelut ainoastaan henkilökunnalle:

26. Hakuseminaarit henkilökunnalle

27. Hakuinfo henkilökunnan intranetissä (esim. hakumäärät, hakuakataulut)

28. Winha-ohjeet henkilökunnalle intranetissä

29. E-lomake-ohjeet henkilökunnalle intranetissä

30. E-lomake-tiedotteet sähköpostitse henkilökunnalle

31. Opiskelijapalveluiden kokousmuistiot henkilökunnan intranetissä

3. Saan opiskelijapalveluista tarpeeksi tietoa itselleen tärkeistä asioista? *

- täysin samaa mieltä
- osittain samaa mieltä
- en samaa enkä eri mieltä
- osittain eri mieltä
- täysin eri mieltä

Viestintäkanavien käyttö

4. Mitkä ovat opiskelijapalveluiden sinulle kolme tärkeintä viestintäkanavaa?

Merkitse kolme tärkeintä.

	1 = tärkein	2 = toiseksi tärkein	3 = kolmanneksi tärkein
Haaga-Helian verkkosivut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opiskelijoiden MyNet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Henkilöstön intranet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sähköposti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opintopolku.fi-sivusto hakijoille	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asiakaspalvelu-chat Haaga-Helian verkkosivuilla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Joku muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Kuinka tärkeänä koet opiskelijapalveluiden näkymisen seuraavissa sosiaalisen median kanavissa? *

1 = ei lainkaan tärkeä, 2 = ei kovin tärkeä, 3 = neutraali, 4 = melko tärkeä, 5 = erittäin tärkeä, en osaa sanoa

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joku muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kehitysehdotuksia

6. Mistä asioista haluaisit opiskelijapalveluiden viestivän enemmän?

7. Miten kehittäisit opiskelijapalveluiden viestintää?

KIITOS ARVOKKAASTA PALAUTTEESTASI!