AIG Travel Assistance App – Sovelluksen käyttöohje asiakaspalvelun tueksi

Helena Pennanen

2018 Laurea

Laurea-ammattikorkeakoulu

AIG Travel Assistance App – Sovelluksen käyttöohje asiakaspalvelun tueksi

Helena Pennanen
Liiketalouden koulutus
Opinnäytetyö
Lokakuu, 2018

Laurea-ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutus
Tradenomi (AMK)

Tiivistelmä

Helena Pennanen

AIG Travel Assistance App – Matkavakuutussovelluksen käyttöohje asiakaspalvelun tueksi

Vuosi 20182018 Sivumäärä 49

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa AIG Europe Limited, Suomen sivuliikkeen yritysasiakaspalvelun käyttöön toimiva ja selkeä matkavakuutussovelluksen (AIG Travel Assistance App) käyttöopas. Oppaan avulla mahdollistetaan henkilöstön yhtenäinen toimintatapa, jolloin asiakaspalvelusta saadaan tasalaatuista ja voidaan tuottaa entistä parempia asiakaskokemuksia.

Opinnäytetyön tietoperustassa avataan vakuuttamiseen, asiakaspalveluun ja digitaalisuuteen liittyvää käsitteistöä sekä selvitetään, mitä hyvien asiakaskokemusten tuottaminen vaatii organisaatiolta. Hyvä asiakaspalvelu ja ylivertaiset asiakaskokemukset ovat yrityksen kilpailuvaltti, joten niiden hyödyntäminen on ensiarvoisen tärkeää. Lisäksi teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään työn kehittämistä asiakaslähtöisestä näkökulmasta Lean-ajattelun avulla. Leania soveltaen voidaan toteuttaa myös pienimuotoista työelämän kehitystyötä, joten se sopii perustaksi tähän opinnäytetyöhön.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus on käyttöopas, jonka tarkoituksena on Leanin periaatteiden mukaisesti parantaa yritysasiakkaiden asiakaspalveluprosessin virtaustehokkuutta sekä vähentää hukkaa. Oppaaseen on koottu seikkaperäinen selostus matkavakuutussovelluksen toiminnoista sekä yleisimpiä sovelluksen käyttöön liittyviä ongelmatilanteita vastausvaihtoehtoineen. Visuaalisuutta hyödyntämällä oppaasta on saatu selkeä ja havainnollinen. Oppaan avulla vastaukset ongelmatilanteisiin löytyvät kätevästi yhdestä paikasta, jolloin asiakaspalvelu nopeutuu ja laatu paranee.

Käyttöopas on otettu AIG:n Suomen sivuliikkeen yritysasiakaspalvelun käyttöön loppuvuodesta 2018. Tuotos on arvioitu onnistuneeksi ja käyttökelpoiseksi. Opas on toteutettu englannin kielellä, joten se on mahdollista jatkossa implementoida pienin muutoksin myös konsernin muiden maiden toimistoihin.

Asiasanat: asiakaspalvelu, käyttöopas, Lean, työn kehittäminen

Laurea University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Bachelor's Thesis

Abstract

Helena Pennanen

AIG Travel Assistance App – User quide for customer service

Year 2018 Pages 49

The objective for this thesis was to create a functional and clear user guide of the AIG Travel Assistance App for AIG Europe Limited, Finland Branch business customer service. This user guide enables a coherent procedure for the organization's personnel and helps to provide better quality customer service and customer experiences.

The knowledge base of the thesis, opens the concepts of insurance, customer service and digital environment, and examines what the organization needs to produce good customer experiences. Good customer service and superior customer experience are the company's competitive edge, thus utilizing them is of paramount importance. In addition, the theoretical framework addresses the development of work from a customer-oriented point of view through "Lean" thinking. Applying "Lean" methods can also take the form of small-scale development of working life. This is why the "Lean" idea forms the basis for this thesis.

The functional part of the thesis is the actual user guide. The purpose of the guide is to improve the flow efficiency of corporate customer service processes in accordance with "Lean" principles and reduce any loss. The guide contains a detailed description of the travel insurance application's functions as well as the most common problem situations associated with the use of the AIG Travel Assistance App, along with its response options. Using the visuals, the user guide has been made clear and illustrative. With this user guide, responses to problem situations can be found conveniently in one place, thus customer service becomes more efficient and its quality improves.

The user's guide of business customer service in the AIG Finland Branch was launched at the end of 2018. It has been estimated as successful and useful. The user guide is in English which makes it possible to implement it globally at other AIG offices.

Keywords: customer service, user guide, Lean, development

Sisällys

1 Johdanto 6
2 Vakuuttaminen ja asiakaspalvelu 7
2.1 Matkavakuutus 8
2.2 Asiakaspalvelu ja asiakaskokemus 9
2.3 Toiminnan ja osaamisen kehittäminen asiakaspalvelutyössä 11
2.4 Hyvä käyttöopas 12
3 Digitalisaatio ja mobiilisovellukset 14
3.1 Digitaalinen käyttökokemus 15
3.2 Mobiilisovellus 16
3.3 AIG Travel Assistance App – Matkavakuutussovellus 16
4 Lean-ajattelu 17
4.1 Resurssitehokkuudesta virtaustehokkuuteen 18
4.2 Visuaalisuus - Jidoka 19
4.3 Jatkuva parantaminen – Kaizen 20
5 Sovelluksen käyttöoppaan laatimisprosessi 22
6 Tulokset 25
7 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset 27
8 Arviointia 28
Lähteet 30
Kuviot 32
Liitteet 33

1 Johdanto

Menestyäkseen jatkuvasti kiristyvillä markkinoilla yrityksen liiketoiminnan tulee olla asiakaslähtöistä eli asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin perustuvaa. Hyvien asiakaskokemusten tuottaminen on ensiarvoisen tärkeää. Digitalisaation lisääntyessä mahdollisuudet kasvavat, palveluiden käytettävyys helpottuu ja yritysten palveluprosessit tehostuvat, nopeutuvat ja joustavoituvat. Sähköistyvän liiketoiminnan lisääntyessä asiakaspalvelun tarve ei lopu vaan muuttaa muotoaan ja sen laatuun on kiinnitettävä entistä enemmän huomiota. Asiakkaan näkökulmasta olennaista on palvelun käyttäjäystävällisyys ja henkilökohtaisen asiakaspalvelun saatavuus ongelmatilanteissa.

Muuttuvien työympäristöjen ja työtehtävien myötä kaikki aika on käytettävä tehokkaasti hyödyksi ja monia asioita on tehtävä yhtä aikaa. Tehokkuusvaatimusten lisääntyessä työtä tehdään entistä tiiviimmin ja tuottavuus kasvaa. Henkilöstöltä se vaatii jatkuvaa osaamisen päivittämistä, uuden oppimista sekä työn kehittämistä. Työntekijä voi Lean-ajattelua hyödyntämällä kehittää aktiivisesti omaa ammattitaitoaan ja keskittyä henkilökohtaisen tehokkuuden kasvattamiseen. Työn ja toimintatapojen kehittäminen lisäävät työn mielekkyyttä ja sitä kautta työntekijän motivaatio ja sitoutuminen työnantajaa kohtaan kasvaa.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on vakuutusyhtiö AIG Europe Limited, Suomen sivuliike. AIG Europe Limited on American International Group Inc. (AIG):n tytäryhtiö. AIG on yksi maailman johtavista vahinkovakuutuskonserneista, joka palvelee asiakkaita ympäri maailmaa yli 130 maassa tarjoamalla yksilöllisiä vakuutusratkaisuja yritys-, yksityis- ja institutionaalisille asiakkaille. Suomen sivuliikkeen palveluksessa on yli 50 asiantuntijaa, jotka vastaavat yritysasiakkaiden vakuutusten räätälöinnistä sekä vahinkokäsittelystä. Suomen sivuliike palvelee myös Baltian maiden asiakkaita.

AIG:n liikematkavakuutusasiakkaat saavat veloituksetta käyttöönsä matkapuhelimeen ladattavan sovelluksen, josta löytyy monipuolista tietoa esimerkiksi matkustusturvallisuuteen liittyen. Asiakkaat käyttävät sovellusta itsenäisesti, mutta ongelmatilanteissa he ottavat yhteyttä yritysasiakaspalveluun. Tällä hetkellä sovelluksen käyttöön ei ole olemassa kirjallista ohjeistusta, vaan asiakkailta tulleet kysymykset referoidaan yksitellen sähköpostitse tai puhelimitse sovelluksen pääkäyttäjälle New Yorkin toimistoon. Prosessi on hidas ja kankea ja vaikeuttaa asiakaspalvelua.

Client Policy Servicing-tiimi, jossa olen työskennellyt noin kahden vuoden ajan, vastaa Suomen sivuliikkeen yritysasiakkaiden asiakaspalvelusta. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on työstää tiimin sisäiseen käyttöön toimiva ja selkeä matkavakuutussovelluksen (AIG Travel Assistance App) käyttöopas. Käyttöoppaan avulla voidaan parantaa toimeksiantajayrityksen

asiakaspalvelua ja luoda aiempaa miellyttävämpiä asiakaskokemuksia. Kun yritysasiakastiimin jäsenet saavat opastusta matkavakuutussovelluksen käyttöön, asiakaspalvelu tehostuu ja nopeutuu ja on yhtä hyvää asiakaspalvelijasta riippumatta, jolloin tuloksena on aiempaa tyytyväisempiä asiakkaita. Käyttöopasta on tarkoitus hyödyntää sekä päivittäisessä työssä sekä uuden työntekijän perehdytyksessä. Oppaan avulla mahdollistetaan asiakaspalveluhenkilöstölle yhtenäinen toimintapa, jolloin asiakaspalvelusta saadaan tasalaatuista. Ohjeistuksen myötä asiakas saa tarvitsemansa tiedon ja avun aiempaa nopeammin ja informaatio on mahdollisimman oikeaa.

Opinnäytetyö on tyypiltään toiminnallinen ja koostuu kahdesta toisiinsa liittyvästä kokonaisuudesta. Tietoperustassa käsitellään työn kehittämistä Lean-ajattelun avulla ja avataan vakuuttamiseen, mobiilisovelluksiin sekä asiakaspalveluun liittyvää terminologiaa. Toiminnallinen osuus on AIG Europe Limited, Suomen sivuliikkeen käyttöön koottu opas matkavakuutussovelluksen käytöstä sekä yleisimmistä sovellukseen liittyvistä ongelmista ratkaisuehdotuksineen. Opinnäytetyö on toteutettu suomeksi, mutta opas on englanninkielinen, koska AIG on kansainvälinen organisaatio ja konsernikieli on englanti. Näin ohjetta on mahdollista hyödyntää Suomen toimiston lisäksi tarvittaessa myös organisaation muissa maissa.

Henkilökohtaisena oppimistavoitteenani on lisätä osaamistani asiakaspalvelusta ja hyvien asiakaspalvelukokemusten tuottamisesta sekä perehtyä Lean-ajattelun käsitteistöön ja oppia sen avulla parantamaan ja kehittämään käytännön työelämää entistä paremmin.

2 Vakuuttaminen ja asiakaspalvelu

Vakuutuksen nimi ja käsite syntyivät keskiajan lopulla Italiassa. Suomen kieleen vakuutus-termi on vakiintunut 1800-luvulla. Vakuutuksen ideana on tasata riskiä suuremman ryhmän kesken siten, että kenenkään kantokyky ei vaarannu. Vakuutuksenantaja eli vakuutuslaitos korvaa riskin toteutuessa siitä aiheutuneen vahingon ja vakuutuksenottajan suorittaa korvauksensaantioikeuden vastikkeeksi vakuutuksenantajalle vakuutusmaksun. Tätä oikeussuhdetta vakuutuksenantajan ja vakuutuksenottajan välillä kutsutaan vakuutukseksi. Oikeussuhde voi perustua lakiin, kuten työtapaturmavakuutus ja liikennevakuutus, tai se luodaan yksityiskohtaisella vakuutussopimuksella, jossa määritellään esimerkiksi millainen riski korvauksen piiriin kuuluu. (Rantala & Kivisaari 2014, 69-71.)

Suomalainen vakuutustoiminta on tarkoin säänneltyä ja valvottua. Sosiaali- ja terveysministeriön (STM) valmistelee vakuutustoimintaa ja vakuutus- ja eläkelaitoksia koskevan lainsäädännön, ohjaa lakisääteistä työeläkejärjestelmää ja päättää työeläkevakuutusyhtiöiden toimiluvista sekä käsittelee ja koordinoi sosiaalivakuutuksia. Oikeusministeriön vastuulle kuuluu vakuutussopimuslain sekä vakuutusoikeutta koskevan lainsäädännön valmistelu, kun taas valtionvarainministeriö valmistelee Finanssivalvontaa

koskevan lainsäädännön. Finanssivalvonta on rahoitus- ja vakuutusvalvontaviranomainen, jonka tehtäviin kuuluu muun muassa vakuutus- ja eläkelaitosten valvonta- ja tarkastustehtävät. Vakuutustoimintaa valvoo myös kilpailu- ja kuluttajavirasto ja riitatilanteissa asian voi viedä kuluttajariitalautakunnan ratkaistavaksi. Lisäksi Euroopan unionilla on merkittävä rooli suomalaista vakuutustoimintaa ja sen lainsäädäntöä koskien. Unionin oikeus on osa Suomen oikeusjärjestystä ja sitä myöden velvoittaa viranomaisten lainvalmistelua ja soveltamiskäytäntöä. EU:n lainsäädäntötoiminnan välineitä ovat esimerkiksi asetukset, direktiivit ja suositukset. (Rantala & Kivisaari 2014, 120-127.)

2.1 Matkavakuutus

Matkavakuutus on henkilövakuutus, joka korvaa matkustajille ja matkatavaroille matkalla sattuneita vahinkoja. Se voi olla määräaikainen, esimerkiksi yhtä matkaa varten otettava, tai jatkuva vuosivakuutus. Matkavakuutus voi sisältää sekä matkustajavakuutuksen että matkatavaravakuutuksen tai vain jommankumman vakuutusturvista. Matkavakuutuksen voimassaoloalue vaihtelee eri vakuutusyhtiöiden ja matkavakuutusten välillä ja vakuutuksenottaja valitsee voimassaoloalueen tai voimassaolomaan omien tarpeidensa mukaisesti. Matkavakuutukset eivät yleensä ole voimassa työaikana. Myös kilpaurheilu tai riskialttiit harrastukset ja toiminnot on useimmiten rajattu matkavakuutuksen ulkopuolelle. (Salo 2017, 3-6.)

Yrityksen matkavakuutus on ryhmävakuutus, joka on voimassa virka-, työ- tai komennusmatkalla. Ryhmävakuutuksessa vakuutettuna tulee olla vähintään kolme henkilöä, ja yleensä yrityksen matkavakuutus kattaa koko henkilöstön. Matkavakuutus korvaa vakuutusehtojen mukaisesti tapaturmasta ja/tai äkillisestä sairaudesta aiheutuneet kulut sovittuun vakuutusmäärään saakka. (Rantala & Kivisaari 2014, 506-508.) Vakuutusyhtiö AIG Suomen sivuliikkeen liikematkavakuutus on palvelukokonaisuus, joka tarjoaa työntekijälle matkaan ja vahinkotilanteisiin liittyviä palveluita. Vakuutus antaa kattavan perusturvan, joka tarjoaa nopeasti apua mahdollisen vahingon sattuessa. Perusturva sisältää sovittuun vakuutusmäärään saakka muun muassa matkatapaturman tai matkasairauden hoitokulut, ambulanssikuljetuksen kustannukset, henkilökohtaisen ja yrityksen omaisuuden, matkan viivästymiskulut sekä vastuu- ja oikeusturvavakuutuksen. Lisäksi liikematkavakuutus kattaa työmatkan yhteydessä tehtävän lomamatkan. Yrityksen tarpeiden mukaan perusturvaan on mahdollisuus valita myös erilaisia maksullisia lisäturvia. (Liikematkavakuutus – AIG)

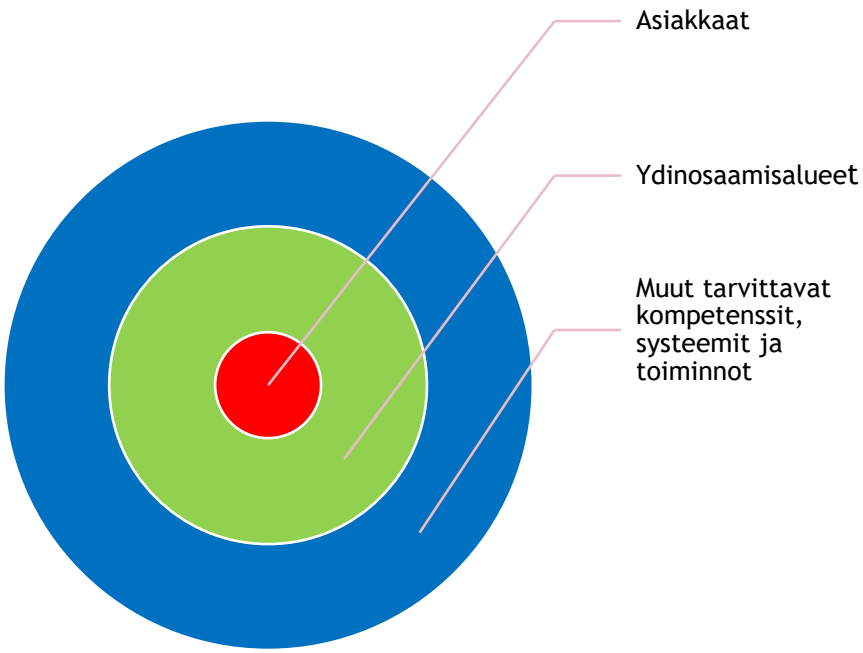
Matkavakuutuksen yhteydessä on erittäin tärkeää, että vakuutuksenantajalla on ulkomailla sopimuslääkäreitä ja –sairaaloita, jotka laskuttavat hoidosta aiheutuneet kulut suoraan vakuutusyhtiöltä. Joillakin vakuutusyhtiöillä on yhteistyöhön perustuva maailmanlaajuinen palveluverkosto ja omia toimistoja ulkomailla tai ne ovat järjestäneet ympärivuorokautisen puhelinpäivystyksen, johon voi ottaa yhteyttä vahinkotilanteissa. (Rantala & Kivisaari 2014,

508.) Vakuutusyhtiö AIG on järjestänyt asiakkailleen hätäpuhelinpäivystyksen, johon voi ottaa yhteyttä mistä ja milloin tahansa ja apua saa useilla eri kielillä. (Liikematkavakuutus – AIG.)

2.2 Asiakaspalvelu ja asiakaskokemus

Asiakaspalvelulla (Customer Service) tarkoitetaan asiakkaan auttamista, opastamista ja ongelmien ratkaisemista. Käytännössä se on molemminpuolista viestintää ja vuorovaikutusta. Asiakaspalvelu on yksi liiketoiminnan kilpailuvalteista, joten yrityksen kannattaa panostaa asiakaspalvelun laatuun. (Hämäläinen & Patjas 2018, 8-9.) Laadukas asiakaspalvelu on asiakaslähtöistä eli asiakkaan tarpeet ymmärtävää ja huomioon ottavaa. Kuuntelemisella on erittäin merkittävä osa. (Valvio 2010, 67-68.) Asiakaslähtöinen organisaatio keskittyy ydinasiakkaisiinsa ja pureutuu sisälle asiakkaan maailmaan. Asiakasta kohdellaan proaktiivisesti ja yrityksen tehtävänä on auttaa asiakasta ymmärtämään muutos ja kääntämään se uudeksi mahdollisuudeksi. (Keronen & Tanni 2017, 39-41.)

Juuti (2015, 87-89) korostaa, että organisaation perustehtävä liittyy aina asiakkaiden tarpeiden hyvään täyttämiseen. Toiminnan keskiössä on asiakas, ja ympäröivien ydinosaamisalueiden tulisi liittyä suoranaisesti asiakkaiden tarpeiden tunnistamiseen ja tyydyttämiseen. Organisaation on otettava johtamisessa, toiminnassa ja kehitystyössä huomioon koko ajan asiakkaan näkökulma ja pidettävä yllä jatkuvaa vuorovaikutteista suhdetta asiakkaan kanssa. Ulkokehälle jäävää osaamista, systeemejä ja muita toimintoja tarvitaan ylläpitämään ydinosaamista ja siihen liittyviä järjestelmiä (Kuvio 1).



Kuvio 1: Asiakaskeskeisen organisaation ydinosaamisalueet (Mukaellen Juuti 2015, 89)

Asiakaspalvelua hoidetaan organisaatioissa eri kanavissa. Vaikka kasvokkain tapahtuva asiakaspalvelu on edelleen monelle ensisijainen palvelumuoto, yhä suurempi osa asiakaspalvelusta tapahtuu sähköisesti esimerkiksi sähköpostitse tai erilaisissa pikaviestipalveluissa. Palveluidea voi myös perustua asiakkaan itsenäiseen toimintaan, jolloin asiakaspalvelua tarvitaan vain ongelmatilanteissa. Sähköisessä asiakaspalvelussa on tärkeää noudattaa työnantajan antamia viestintäohjeita ja käyttää kohteliasta ja ymmärrettävää kieltä. Asiakkaan yhteydenottopyyntöihin tulee reagoida nopeasti ja vastausten tulee olla asiallisia ja asiakkaan tyyliä mukailevia. Tavoitteena on saada asiakas käyttämään palvelua yhä uudelleen, ja erinomainen asiakaspalvelu voi mahdollistaa sen. (Hämäläinen & Patjas 2018, 72-103.)

Asiakaslähtöisessä organisaatiossa työntekijät ja johto toimivat laadukkaasti yrityksen arvojen ja palvelulupausten mukaisesti. On tärkeää, että yrityksen koko henkilöstö toimii asiakaslähtöisesti, koska silloin asiakas voi luottaa saavansa parasta mahdollista palvelua. Asiakaslähtöisessä toimintamallissa yritys oppii asiakkailta siitä tavasta, jollaista he toivoisivat palvelutapahtumassa itselleen. (Valvio 2010, 63-67.) Hyvä asiakaspalvelija kerää koko ajan tietoa siitä, miten hänen asiakkaansa toimivat ja suunnittelee sen pohjalta omaa toimintaansa. Asiakasta tulee kuunnella tarkoin ja hänen toiveisiinsa pitää pyrkiä vastaamaan mahdollisimman hyvin. On kuitenkin muistettava, että kaiken liiketoiminnan tarkoitus on tuottaa asiakkaille palveluita kannattavalla tavalla, eli kustannusten jälkeen yritykselle on jäätävä voittoa. (Hämäläinen & Patjas 2018, 16-19.)

Asiakaskokemus (Customer Experience) koostuu tunteista ja mielikuvista ja on aina yksilöllinen, henkilökohtainen ja tilannesidonnainen. Kysymys on siis laajasta kokonaisuudesta, joka muodostuu yksittäisten kokemusten tuottamien kokemusten summasta. Asiakokemuksella on erittäin merkittävä vaikutus liiketoimintaan, koska asiakas muodostaa sen kautta näkemyksensä yrityksen koko toiminnasta. (Filenius 2015, 24-26.) Miellyttävän asiakaskokemuksen luominen lisää asiakkaiden tyytyväisyyttä, jolloin myönteisyys yritystä kohtaan kasvaa. Miellyttävän ja merkityksellisen asiakaskokemuksen luominen onkin yritykselle varteenotettava keino erottua vastaavaa palvelua tuottavista kilpailijoista. (Hesso 2015, 54-58.)

Hyvän asiakaskokemuksen tuottaminen edellyttää hyvää asiakaspalvelua. Jokaista asiakasta on arvostettava yksilöllisesti ja määrällisten kriteereiden sijaan tulee korostaa laadullisia kriteereitä. Voidakseen tuottaa hyviä asiakaspalvelukokemuksia, organisaation henkilöstö on valtuutettava tekemään itsenäisiä päätöksiä. Lisäksi heidät on perehdytettävä työtehtäviinsä niin hyvin, että he kykenevät ylittämään asiakkaan odotukset, mutta samalla myös ottamaan huomioon organisaation näkökulman ja tekemään liiketoiminnan kannalta hyviä päätöksiä. (Juuti 2015, 31.)

Palvelupuutteet, kuten pitkät odotusajat tai asiakaspalvelijan osaamattomuus harmittavat asiakasta, mutta ne voivat aiheuttaa joskus jopa vaaratilanteita. Esimerkiksi matkalla olevan henkilön on saatava hätätilanteessa yhteys vakuutusyhtiön hätäpuhelinpalveluun tai muuhun järjestelmään milloin ja missä tahansa, joten asiakaspalvelun tulee olla kunnossa. Organisaation tulee suunnitella huolella, miten tällaiset kriittiset palvelutapahtumat hoidetaan käytännössä, ja ottaa huomioon, että palvelun määrän ja palvelutavan tulee vastata asiakkaan tarpeita ja odotuksia. Määrittelemällä ennakolta, miten palvelutapahtumat käytännössä toteutuvat, voidaan mitata ja varmistaa helpommin palvelun laatua ja kehittää palvelua koko ajan paremmaksi. On kuitenkin muistettava, että hyvä palvelu ei voi olla liukuhihnatuote, koska asiakkaat haluavat tulla kohdelluiksi yksilöinä. (Bergström & Leppänen 2015, 171-173.)

Juuti (2015, 40-42) toteaa, että asiakaskokemus liittyy mihin tahansa vuorovaikutussuhteeseen asiakkaan ja organisaation välillä ja kokemus voi olla rationaalinen, tunnetasoinen, fyysinen tai sosiaalinen tai näiden kaikkien yhdistelmä. Kireässä kilpailutilanteessa asiakkaat etsivät organisaatioita ja palveluita, joista he saavat parhaan palvelukokemuksen. On tärkeää huomata, että asiakas on yhteydessä organisaation kanssa nimenomaan organisaation työntekijöiden kautta, ja tällainen henkilötasoinen yhteydenpito on useimmiten kaikkein ratkaisevinta asiakaskokemuksen laatua ja sisältöä mitatessa.

Koska asiakaskokemus on subjektiivinen tunne, sen absoluuttinen mittaaminen on lähes mahdotonta. Yrityksen toiminnan kehittämisen kannalta on kuitenkin ehdottoman tärkeää arvioida minkä tasoista asiakaskokemusta yritys tuottaa sekä tunnistaa kehittämistä vaativat kohteet. Asiakaskokemusta mittaamalla voidaan osoittaa kehitys aikaisempaan tilanteeseen sekä verrata yrityksen tilannetta kilpailijoiden tarjoamiin asiakaskokemuksiin. Lisäksi asiakaskokemuksesta ja sen laadusta saadut tulokset voivat auttaa yrityksen johtoa päätöksenteossa. (Filenius 2015, 122.)

2.3 Toiminnan ja osaamisen kehittäminen asiakaspalvelutyössä

Käytännön työn kehittäminen on jokaisen palveluyrityksen arkipäivää, ja on ensiarvoisen tärkeää, että asiakasrajapinnassa olevat ihmiset tuntevat työnantajansa palvelutuotteet ja yrityksen käytännöt. Toiminnan kehittäminen vaatii rohkeutta kokeilla uutta ja käyttää luovuutta. Keskeistä on selvittää aluksi se, mitä on kehitettävä ja miksi ja ennen kaikkea onko sille olemassa asiakastarvetta. Organisaation aiempia toimintatapoja ja käytänteitä on tärkeää haastaa ja arvioida sekä kannustaa henkilöstöä kyseenalaistamiseen, koska siten päästään parhaaseen mahdolliseen lopputulokseen. Osallistamalla käytännön työtä tekevät ihmiset kehittämistyöhön, saadaan kehittämisen perustaksi oikeisiin kokemuksiin perustuvaa tietoa väitteiden tai olettamusten sijaan. (Hämäläinen, Maula & Suominen 2016, 180-181.)

Asiakaspalveluosaaminen ei synny itsestään, vaan sitä on kehitettävä ja täydennettävä koko ajan asiakkaiden tarpeita vastaavaksi. Asiakaspalveluhenkilöstön osaamista voi kehittää erilaisten sisäisten ja ulkoisten koulutusten avulla, mikäli se on yrityksen resurssien puolesta mahdollista. (Hämäläinen & Patjas 2018, 66.) Juutin (2015, 31) mukaan asiakaspalvelutyötä tekevät henkilöt on valmennettava työhönsä niin hyvin, että he pystyvät tekemään organisaation kannalta hyviä päätöksiä, mutta samalla myös vastaamaan asiakkaan tarpeisiin ja ylittämään tämän odotukset.

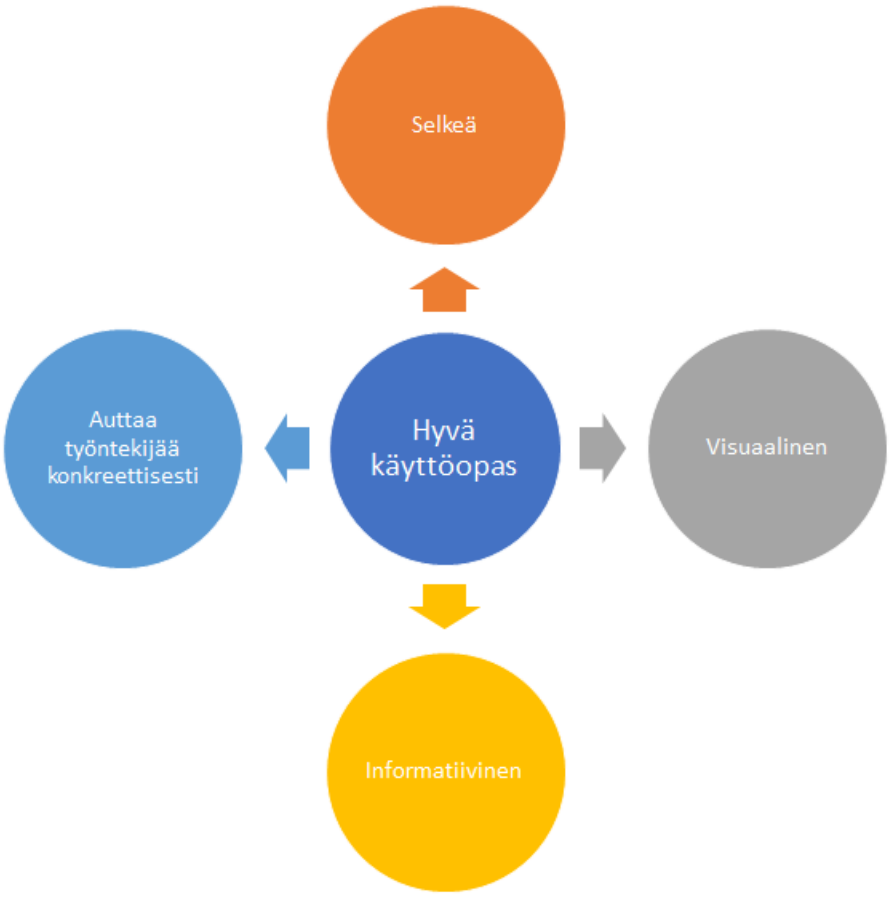
Yksi tärkeimmistä osaamisen kehittämiskeinoista on työn ohessa tapahtuva osaamisen kehittyminen. Jokaisesta asiakaspalvelukontaktista voi oppia jotain uutta, joka on hyödynnettävissä tulevaisuuden tilanteissa. (Helander ym. 2013, 48-49.) Asiakkailta, kollegoilta ja esimieheltä voi ammentaa päivittäin uutta tietotaitoa ja osaamista, jota voi itse jakaa eteenpäin. Omalla asenteella on suuri merkitys ammattitaidon ja oman osaamisen kehittymisessä. Palvelutehtävissä on yleensä tarjolla lukuisia mahdollisuuksia opetella uusia asioita ja tilaisuuksia kehittymiseen. On raaka tosiasia, että työmarkkinoilla menestyvät ne henkilöt, jotka oppivat nopeimmin, mutta oppimistakin voi opetella. Omia toimintatapojaan arvioimalla ja muuttamalla voi oppia palvelemaan asiakkaita entistä paremmin ja myönteisellä palveluasenteella pääsee jo pitkälle. (Lundberg & Töytäri 2010, 125-127.)

Asiakaspalvelutyössä on tärkeää pysyä mukana digitaalisessa muutoksessa, seurata aikaa ja olla kiinnostunut uusista mahdollisuuksista. Digitaalista teknologiaa on mahdollista hyödyntää liiketoiminnassa lukemattomin eri tavoin. Vanhoja käytäntöjä kannattaa tutkia ja haastaa ja siirtyä välillä kokonaan pois omalta mukavuusalueelta. (Hämäläinen ym. 2016, 63.) Palvelua tai toimintamallia kehittäessä tulee kuitenkin muistaa, että kaiken kehittämisen keskiössä on asiakas. Hallitakseen kokonaisuuden, organisaation henkilöstön on kyettävä näkemään kehitettävä palvelu myös asiakkaan kannalta ja osattava asettua asiakkaan asemaan palvelun käyttäjänä. (Mertanen 2012, 71.) Hyvä asiakaskokemus on keino erottua kilpailijoista, ja asiakaspalvelulla on kokemuksen muodostumisessa tärkeä osuus. Ammattitaitoisella asiakaspalveluhenkilöllä on riittävä osaaminen työnsä tekemiseen sekä valta tehdä tarvittavia päätöksiä. Tällaisen motivoimisen ja sitouttamisen kautta asiakaspalvelija kykenee tuottamaan asiakkaalle parhaan mahdollisen asiakaskokemuksen. (Filenius 2015, 45.)

2.4 Hyvä käyttöopas

Asiakaspalvelutyössä onnistuminen vaatii monenlaisia tietoja ja taitoja, ja omaa osaamista täytyy pitää yllä ja päivittää koko ajan. Asiakaspalvelijan ei tarvitse muistaa ulkoa tai osata kaikkea, vaan tarkoituksena on, että selkeiden ohjeiden avulla hän kykenee suoriutumaan työtehtävistään oma-aloitteisesti ja itsenäisesti. (Hämäläinen & Patjas 2018, 66.) Nykäsen (2002, 50-51) mukaan hyvä ohje tai opas on laadittu käyttäjän näkökulmasta ja se ohjaa turvalliseen, tehokkaaseen, taloudelliseen ja miellyttävään käyttöön. Hyvässä ohjeistuksessa on selkeät väliotsikot ja sisällysluettelo ja rakenteeltaan sen tulee olla loogisesti etenevä

sekä helppotajuinen. Kupias & Koski (2012, 74-76) puolestaan lisäävät, että koulutuksessa tai perehdytyksessä käytettävän materiaalin on oltava selkeää sekä sisällöllisesti että ulkoasun puolesta eikä sivuille saa lisätä liikaa asiaa. Käsiteltävää teemaa kannattaa havainnollistaa esimerkiksi kuvin tai videoin, jolloin siitä tulee kiinnostavaa ja monipuolista. Kuviossa 1 esitellään hyvän käyttöoppaan edellytyksiä.



Kuvio 2: Hyvä käyttöopas (Mukaellen Nykänen 2002; Filenius 2015)

Käyttöopasta suunniteltaessa ja laadittaessa tulee selvittää kohderyhmä ja ottaa huomioon, mitä loppukäyttäjä tietää ja mitä ei tiedä etukäteen. Oppaan sisältö, kieliasu ja tyyli on valittava kohderyhmän mukaan, ja kirjoittajan on tekstiä laatiessa koko ajan arvioitava sen ymmärrettävyyttä ja vaikutusta loppukäyttäjän näkökulmasta. Työelämään tarkoitetussa käyttöoppaassa voi käyttää ammattikielisiä ilmauksia ja tarvittaessa jopa ammattislangia. Kirjoittajan on kuitenkin oltava huolellinen termien kanssa ja pidettävä kiinni ammattikielen oikeellisuudesta ja johdonmukaisuudesta, ettei loppukäyttäjälle synny väärinkäsityksiä. Kohderyhmälle vieraita termejä ja vaikeaselkoisia ilmauksia on vältettävä mahdollisuuksien mukaan ja kielellisen ilmaisun tulee olla selkeää ja helppotajuista. (Nykänen 2002, 19.)

Visualisoinnilla ja erilaisilla tekstin tehostuskeinoilla voidaan selkeyttää ja korostaa haluttuja asioita. Esimerkiksi eri värien tai kirjaintyylien käyttö voi helpottaa ja nopeuttaa käyttöohjeen silmäilyä. Visuaalisia keinoja käyttäessä täytyy kuitenkin muistaa pitää koko ajan mielessä loppukäyttäjä ja olla tarkkana, että hän osaa tulkita sen oikein. (Filenius 2015, 93.) Teksti, kuvat ja kuviot on sijoiteltava harkitusti, ja avainasioiden täytyy erottua selkeästi. (Kupias & Koski 2012, 96). Kuvituksen tarkoituksena on esimerkiksi täsmentää, tehostaa tai konkretisoida käsiteltävää asiaa, ja se on vahva keino ohjata loppukäyttäjän mielenkiintoa. Kuvan ja tekstin on sovittava yhteen ja kuvituksen on edistettävä tiedon välittämistä kohderyhmälle. Hyvä kuva voi korvata suurenkin määrän tekstiä, mutta teksti puolestaan selittää, perustelee ja erittelee tarvittavat yksityiskohdat. (Nykänen 2002, 119-120.)

Käyttöopas tulee testata ennen kuin se otetaan varsinaiseen käyttöön. Testauksessa tulee olla mukana varsinaisia loppukäyttäjiä tai heihin rinnastettavia henkilöitä. Käyttöoppaan kirjoittajan oma testaaminen ei riitä arvioimaan tuotteen käytettävyyttä objektiivisesti, koska mahdolliset puutteet voivat jäädä täysin huomaamatta. (Nykänen 2002, 51-52.) Ennen oppaan käyttöönottoa on myös tärkeää pohtia, pystyvätkö loppukäyttäjät oman osaamisensa pohjalta ymmärtämään oppaan sisällöt vai tulisiko niitä vielä yksinkertaistaa tai monipuolistaa. Lisäksi on mietittävä tarkoin, kenelle opastusmateriaali jaetaan ja miten sitä on tarkoitus käyttää jatkossa. (Kupias & Koski 2012, 74-75.)

3 Digitalisaatio ja mobiilisovellukset

Digitalisaatio on sana, jolle ei toistaiseksi löydy yhtä oikeaa ja yksiselitteistä määritelmää. Valtiovarainministeriö (2015) määrittelee digitalisaation olevan palvelujen sähköistämistä sekä prosessien ja toimintatapojen uudistusta, ja palvelukehityksen keskiössä on asiakas. Digitalisaatio näkyy konkreettisesti esimerkiksi verkkosivustoina, mobiilisovelluksina sekä erilaisina sähköisinä asiointipalveluina. Digitalisaation avulla syntyy jatkuvasti uusia liiketoimintamalleja, palveluja, tuotteita ja prosesseja, joiden avulla sekä organisaatio että sen asiakkaat hyötyvät kehityksestä. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22-33.)

Nykyisin käytännössä jokaisella suomalaisella kuluttajalla on matkapuhelin ja mahdollisuus kytkeytyä sillä internetiin, joten he pystyvät käyttämään erilaisia digitaalisia palveluita missä ja milloin vain (Filenius 2015, 18-19). Älypuhelinympäristö tarjoaa yrityksille mahdollisuuden rakentaa monipuolisia mobiilipalveluita asiakkaidensa käyttöön perinteisten kanavien rinnalle tai niiden sijaan. Mobiilipalveluiden avulla voidaan parantaa yrityksen myyntiä ja asiakastyytyväisyyttä, koska niiden kautta asiakkaalle on tarjolla ajasta ja paikasta riippumatta suora ja henkilökohtainen kommunikointikanava. Voidakseen hyödyntää yrityksen tarjoamia mobiilipalveluita, asiakkaan on löydettävä palvelut ja pystyttävä käyttämään niitä, joten sovellusten on oltava riittävän houkuttelevia ja helppokäyttöisiä. (Luhtala, From & Jäppinen 2013, 8-31.)

Digitaalinen muutos ja kehittyvä teknologia vaativat uudenlaista osaamista organisaatioiden henkilöstöltä. Kilpailukyvyn edellytyksenä on kyky sopeutua teknologisiin innovaatioihin ja oppia uutta jatkuvasti. Uudistumisen myötä asiakkaiden vaatimustaso nousee. (Hämäläinen, Maula & Suominen 2016, 151-152.) Digitalisaatio on kasvattanut sisällöntuotannon määrää räjähdysmäisesti ja tiedon välitys on helppoa. Tuotetun sisällön täytyy kuitenkin olla suunnattu nimenomaan asiakkaalle eikä yritykselle itselleen. Asiakkaat arvostavat osaamista ja valitsevat palvelun sieltä, missä heitä pystytään parhaiten auttamaan. Merkityksellisen sisällön avulla asiakkaat pystyvät paremmin hyödyntämään heille suunnattua tuotetta tai palvelua. (Tanni & Keronen 2013, 20-35.)

3.1 Digitaalinen käyttökokemus

Yhä useammat yritykset tarjoavat palveluja asiakkailleen digitaalisesti. Digipalvelu perustuu yleensä asiakkaan itsenäiseen toimintaan. (Hämäläinen & Patjas 2018, 10.) Digitaalinen asiakaskokemus syntyy yrityksen verkkosisältöjen tuottamien kokemusten perusteella ja kattaa yrityksen koko sisällön omista verkkosivuista erilaisiin hakukoneisiin ja sosiaaliseen mediaan saakka. Tästä syystä yrityksen verkkosisällöt tulisi suunnitella nimenomaan asiakasta varten ja esimerkiksi erilaiset tekniset ratkaisut ovat asiakkaan näkökulmasta toissijaista. (Tanni & Keronen 2013, 104-105.) Asiakkaalle merkityksellistä on, että kokonaispalvelu on mahdollisimman helppo, selkeä ja kattava (Helander, Kujala, Lainema & Pennanen 2013, 15).

Käyttökokemus on merkittävä kilpailutekijä. Käyttökokemuksella tarkoitetaan hyvin henkilökohtaista tunnetta, joka muodostuu erilaisista elementeistä. Tärkeimpänä käyttökokemuksen muodostumisessa ovat ymmärrettävyys ja käytön helppous. Organisaation digitaaliset kanavat ja erilaiset sovellukset tulisi suunnitella niin, että niiden käyttö on vaivatonta jo ensimmäisestä kerrasta lähtien. On tärkeää, että järjestelmä opastaa käyttäjää ja pitää hänet ajan tasalla. Visuaalisuudella ja ulkoasusuunnittelulla voi selkeyttää ja parantaa käyttökokemusta ja luoda käyttäjälle uutta arvoa. (Puro 2017.) Käyttäjän näkökulmasta tärkeää on myös se, että siirtyminen laitteelta toiselle on saumatonta ja vaivatonta. Tällaiset pienet yksityiskohdat oikein toteutettuna tuottavat erinomaisen asiakaskokemuksen. (Filenius 2015, 47.)

Digitaalinen palvelukokemus ei ole riippuvainen esimerkiksi asiakaspalvelijan osaamisen tasosta tai ihmissuhdetaidoista vaan periaatteessa se on aina tasalaatuista. On kuitenkin haasteellista kehittää palvelu sellaiseksi, että se täyttää asiakkaan tarpeet ja jättää jälkeensä positiivinen mielikuvan, koska jokainen käyttäjä on yksilö ja käyttötilanne yksilöllinen. (Filenius 2015, 26-28.) Sosiaalisen median kautta on vaivatonta saada tietoja muiden asiakkaiden palvelukokemuksista ja peilata omaa ennakkokäsitystään muiden kokemuksiin. Asiakkaan ennakkokäsitys organisaatiosta ja sen palveluista vahvistuu, heikkenee tai muuttaa muotoaan sen mukaan, millaisia kohtaamisia asiakkaalla on organisaation kanssa. On siis hyvin

keskeistä pyrkiä luomaan mahdollisimman monen asiakkaan palvelukokemus myönteiseksi ja miellyttäväksi. (Juuti 2015, 40-42.)

Hyvä asiakaskokemus näkyy organisaation tuloksessa, joten siihen kannattaa satsata. Usein ajatellaan hyvän asiakaskokemuksen edellyttävän, että asiakkaan odotukset on ylitettävä joka kerta. Tällainen toiminta edellyttäisi organisaatioilta jatkuvaa innovointia ja isoa resursointia kehitystyöhön. Yleensä kuitenkin vähempikin riittää. Asiakkaan näkökulmasta hyvä kokemus on yksinkertaistettuna sujuvaa, vaivatonta ja virheetöntä. Aina ei tarvitse luoda jotakin uutta, vaan pitkälle päästään jo sillä, että keskitytään nykyisten prosessien hoitamiseen aiempaa paremmin. Asiat on hyvä hoitaa kuntoon yksi kerrallaan ja mieluiten asiakasta kuunnellen. (Filenius 2015, 34-36.)

3.2 Mobiilisovellus

Informaatioteknologian alueella käsitteellä sovellus tarkoitetaan ohjelmaa, joka on suunniteltu suorittamaan käyttäjän puolesta määriteltyjä tehtäviä. Kun sovellus on kehitetty toimimaan mobiililaitteella, kuten älypuhelimessa tai tabletissa, sitä kutsutaan mobiilisovellukseksi tai applikaatioksi. Joissakin yhteyksissä myös palveluntarjoajan palvelimella toimivat verkkosivut voidaan mieltää mobiilisovelluksiksi, mutta yksinkertaistettuna mobiilisovelluksella tarkoitetaan mobiilipäätelaitteessa suoritettavaa sovellusta, joka asennetaan itse. Alati kehittyvät digitaaliset laitteet mahdollistavat aina vain monipuolisempien sovellusten rakentamisen ja mobiilisovellukset kehittyvät laitteiden mukana. (Jussila 2012, 4-5.)

Bhosen (2013) mukaan matkapuhelinvalmistajien sovelluskaupoista on ladattavissa satojatuhansia erilaisia mobiilisovelluksia, joiden niiden tehtävänä on helpottaa ja monipuolistaa ihmisten arkea. Jokaisella puhelinvalmistajalla on oma yksilöllinen käyttöjärjestelmä, jonka pohjalta sovelluskauppa on luotu, esimerkiksi Android käyttöjärjestelmä ja Googlen Play-kauppa tai Applen iPhone iOS-käyttöjärjestelmä ja App Store. Sovellukset voivat olla käyttäjälleen ilmaisia tai maksullisia. Ne tarjoavat käyttäjälleen viihdettä tai ajanvietettä tai kuuluvat niin sanottuihin hyötysovelluksiin, jotka pyrkivät ratkaisemaan jonkin arkisen tai sosiaalisen ongelman. Esimerkiksi terveyden ja hyvinvoinnin puolella on lukuisia erilaisia hyötysovelluksia, jotka ovat saaneet kiinnostuneen vastaanoton. Yleisesti kuluttajat eivät ole halukkaita maksamaan käyttämistään mobiilisovelluksista, mutta erityisesti suomalaiset pelisovellukset menestyvät hyvin maailmalla niiden maksullisuudesta huolimatta. (Eskonen 2016.)

3.3 AIG Travel Assistance App – Matkavakuutussovellus

AIG Travel Assistance App on American International Group Inc:n vuonna 2014 lanseeraama mobillisovellus, joka on AIG:n liikematkavakuutusasiakkaiden käytössä. Sovelluksen voi ladata veloituksetta Apple- ja Android-matkapuhelimeen. Asiakkaat saavat vakuutussopimuksen

yhteydessä sovelluksen yksityiskohtaiset latausohjeet sähköpostitse tai postitse. Sovelluksesta löytyy monipuolista tietoa esimerkiksi matkustusturvallisuuteen, vakuutusturvaan ja korvauksiin liittyen. Applikaatio on suunniteltu tehokkaaseen matkustusriskien hallintaan, ja se vastaa liikematka-asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin. Matkavakuutussovellus on käytettävissä 24 tuntia vuorokaudessa ympäri maailmaa ja se sisältää myös Help Now! -näppäimen, jonka avulla matkailija saa välittömästi yhteyden hätäpalveluun. (AIG Travel Assistance Website User Guide; Download the Improved Mobile App Available Now!)

AIG matkavakuutussovellus tarjoaa matkailijalle monipuolista tietoa, apua ja tukea ennen matkaa, matkan aikana sekä sen jälkeen. Maakohtaiset raportit tarjoavat tärkeitä tietoja esimerkiksi kohteen turvallisuudesta, kulttuurista ja terveydenhuoltopalveluista. Sovellus sisältää myös turvallisuustietoisuuden koulutusta verkkoympäristössä ja siitä löytyy erilaisia yhteystietoja, joista saa apua vahingon sattuessa matkalla. Yhteydenottolomakkeen avulla voi tiedustella kiireettömiä asioita tai tehdä esimerkiksi ilmoituksen matkavahingosta. (AIG Travel Assistance Website User Guide; Download the Improved Mobile App Available Now!)

4 Lean-ajattelu

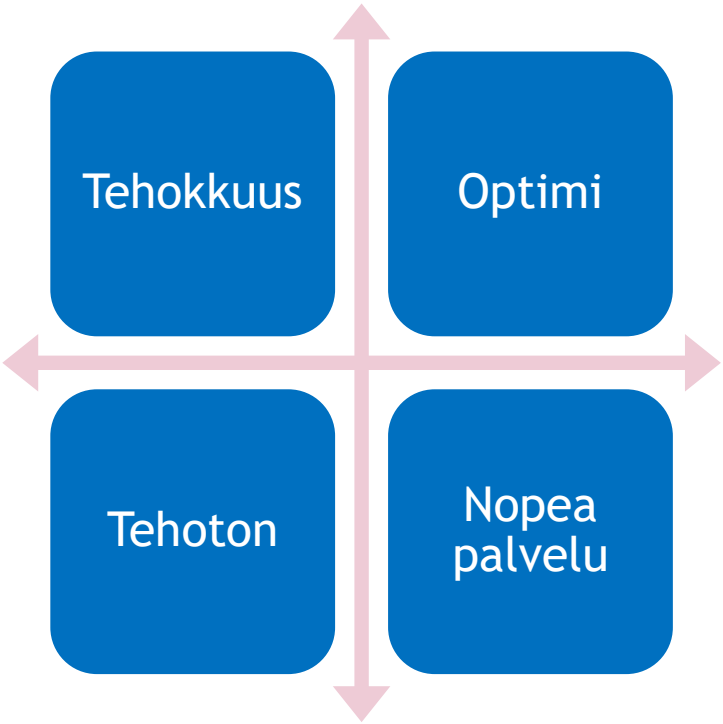
Lean on johtamisfilosofia, joka perustuu asiakasarvon kasvattamiseen vähentämällä prosessin hukkaa ja turhia toimintoja. Leanin avulla organisaatio voi vähentää hukkaa ja virheitä eli tuottaa asiakkaalle lisäarvoa kustannustehokkaasti. (Vuorinen 2014, 71-72.) Lean voidaan nähdä strategisena työkaluna, jonka avulla organisaation on mahdollista pitää asiakkaat tyytyväisenä, hankkia kilpailuetuja sekä kehittää uusia asiakkaiden tarpeisiin ja odotuksiin vastaavia tuotteita ja palveluita. Lisäksi se tarkoittaa tarvittavan ajan lyhentämistä ja muuttamista ennustettavaksi. (Rope & Tuominen 2010, 4; Torkkola 2015, 11). Näistä syistä Lean-ajattelu valikoitui tämän opinnäytetyön tietoperustan pohjaksi. Matkavakuutussovellusta käyttävät asiakkaat olettavat ongelmatilanteissa saavansa erinomaista asiakaspalvelua eli täsmällisiä vastauksia kysymyksiinsä sekä lyhyempiä odotusaikoja vastauksien saamisessa. Ongelmaa on mahdollista lähteä ratkomaan Lean-ajattelun avulla, koska Lean pohjautuu asiakaskeskeisyyteen ja siinä korostuu nopeus ja joustavuus. (Vuorinen 2014, 71-72; Torkkola 2015, 23).

Leanin perustan ovat luoneet Toyota Motor Corporationin tekemät valinnat, jotka keskittyivät virtaustehokkuuteen. Kun Toyota perustettiin toisen maailmasodan jälkeen, Japanissa oli valtava resurssipula ja niukkuuden talous. Nämä syyt pakottivat Toyotan ajattelemaan tehokkuutta uudella tavalla ja reagoimaan resurssipulaan virtaustehokkuuteen keskittymällä ja kehittämällä niin sanotun imuohjausjärjestelmän. Tämän prosessin avulla Toyota näki koko tuotantoprosessin yhtenä virtauksena, joka koostui eri tuotantovaiheista. Materiaali imeytyi koko prosessin läpi jouhevasti, eikä turhaa tuotevarastoa muodostunut. Prosessin avulla myös työntekijöillä oli tieto, mitä piti tehdä milloinkin ja kuinka paljon. (Modig & Åhlström 2016, 70-74.) Parhaan mahdollisen virtaustehokkuuden varmistamiseksi Toyota kuvasi koko

toimintaprosessin ja pyrki karsimaan siitä kaiken, mikä voisi hidastaa virtausta prosessin läpi. Toyotan Production System -mallin mukaan seitsemän alkuperäistä hukkaa olivat ylituotanto, odottelu, tarpeeton kuljettaminen, turha käsittely, ylimääräiset varastot, tarpeeton liikkuminen ja virheet. Myöhemmin kahdeksanneksi hukaksi on lisätty vielä kehittämistyötä keskeisesti estävä hukka eli käyttämättä jätetty työntekijän luovuus. (Vuorinen 2014, 72.)

4.1 Resurssitehokkuudesta virtaustehokkuuteen

Resurssitehokkuudella tarkoitetaan resurssien mahdollisimman hyvää hyödyntämistä. Silloin päähuomion saavat tuotteen tai palvelun tuottamiseen tarvittavat resurssit, kuten henkilöstö, koneet sekä erilaiset liiketoimintajärjestelmät. Resurssitehokkuus osoittaa, kuinka hyvin organisaatio käyttää kaikkia resurssejaan ja saadaanko niistä kaikki hyöty irti. Virtaustehokkuudessa taas huomio kohdistetaan resurssien sijaan organisaatiossa jalostettavaan yksikköön, joka palvelualoilla on useimmiten asiakas. Virtaustehokkuus mittaa sitä, kuinka paljon virtausyksikkö jalostuu tiettynä ajanjaksona eli esimerkiksi sitä, kuinka nopeasti asiakkaan tarve on tyydytetty sen tunnistamisesta lukien. (Modig & Åhlström 2016, 9-13.) Prosessissa olevan vaihtelun vuoksi resurssi- ja virtaustehokkuutta on vaikeaa tai jopa mahdotonta rakentaa samaan organisaatioon, kuten kuvio 2 osoittaa.



Kuvio 3: Virtaustehokkuus vai resurssitehokkuus? (Mukaellen Torkkola 2015, 57)

Virtaustehokkaan kehitystyön keskiössä on asiakas, joka määrittää kaikkien tuotteiden ja palveluiden arvon. Organisaation on selvitettävä tarkoin, mitä asiakas haluaa ja millaisista ominaisuuksista hän on valmis maksamaan. Lisäksi yrityksen täytyy kuvata arvoketjunsa

tarkoin, jotta voidaan määritellä asiakkaan arvoa luovat toiminnot ja poistaa lisäarvoa tuottamattomat toiminnot. (Vuorinen 2014, 73.) Leanin periaatteiden mukaisesti organisaatio tulisi rakentaa mahdollisimman virtaustehokkaasti, eli asiakkaan kokema läpimenoaika minimoida ja keskittyä siihen, että työtehtäviä valmistuu mahdollisimman paljon. Työtehtäviä on oltava aina odottamassa, jotta organisaation resurssien ei tarvitse odottaa työtä. Suurin syy virtauksen katkeamiseen ovat keskeytykset, jotka syövät turhaan resursseja. Esimerkiksi kyselemällä kollegalta apua ongelmaansa työntekijä keskeyttää kollegan tekemisen ja kummankin työn tehokkuus ja laatu kärsii. (Torkkola 2015, 57-61.) Asiakaspalvelutyössä on tärkeää, että työprosessi rakennetaan niin virtaustehokkaaksi, että asiakkaan odotusaika pysyy kohtuullisena. Jos työt keskeytyvät ja jäävät odottamaan vastausta muualta, asiakkaan odotusaika kasvaa, jolloin myös tyytymättömyys lisääntyy. Siksi on tärkeää ymmärtää asiakkaan tarpeet ja tarjota mahdollisimman sujuva ja nopea asiakaspalvelukokemus.

Yksi virtaustehokkuutta heikentävistä seikoista on pullonkaulojen laki. Pullonkaulateorian (Theory of Constraints) mukaan jokaisessa systeemissä on kullakin hetkellä yksi sen toimintaa rajoittava tekijä, joka määrittää kokonaisuuden maksiminopeuden. Tätä systeemin tai prosessin heikointa lenkkiä kutsutaan pullonkaulaksi. Pullonkaulat lisäävät läpimenoaikaa, mikä näkyy asiakkaalle esimerkiksi odotusaikojen kasvamisena. Parantamalla systeemin suorituskykyä pullonkaulan kohdalta, saadaan aikaan parhaat tulokset. (Torkkola 2015, 98-99.) Toimeksiantajayrityksessä systeemin pullonkaulaksi on tunnistettu matkavakuutussovelluksen ohjeistuksen puuttuminen, joten parannustoimenpiteet tulee kohdistaa siihen. Työtehtävä on suhteellisen pieni, mutta sillä on huomattava vaikutus asiakastyytyväisyyteen.

Virtaustehokkuutta on mahdollista parantaa monin erilaisin keinoin. Toyotan arvojen mukaan virtauksen saamiselle tehokkaaksi on kaksi edellytystä, jotka ovat kunnioitus ja yhteistyö. Kunnioittamalla toisia ja tekemällä yhteistyötä kaikki henkilöt organisaatiossa tulevat riippuvaisiksi toisistaan, jolloin virtaustehokkuus kasvaa. Virtaustehokkuutta voi kasvattaa myös luomalla tietoinen organisaatio, jonka tavoitteena on tunnistaa, ehkäistä ja eliminoida kaikki, mikä estää, häiritsee tai huonontaa virtausta. Erilaisista keinoista huolimatta tärkeintä ei kuitenkaan ole se, miten virtausta parannetaan vaan se, että sitä parannetaan. Organisaatiot voivat kopioida toimintastrategioita toisiltaan, mutta kaikki Leanin toteuttamistyökalut eivät välttämättä toimi kaikissa yhteyksissä. Keinot eivät siis ole yleispäteviä, vaan organisaatioiden täytyy kehittää omia ratkaisuja, menetelmiä ja työkaluja parantamaan virtaustehokkuuttaan. (Modig & Åhlström 2014, 142-146.)

4.2 Visuaalisuus - Jidoka

Torkkolan (2015, 49) mukaan yksi Lean-ajattelun perusperiaatteista on visuaalisuus. Työn tehokkaan sujumisen kannalta on ensiarvoisen tärkeää, että olennaisen informaation saamiseksi ei tarvitse nähdä turhaa vaivaa. Visuaalisuudella on siinä merkittävä osa, koska se

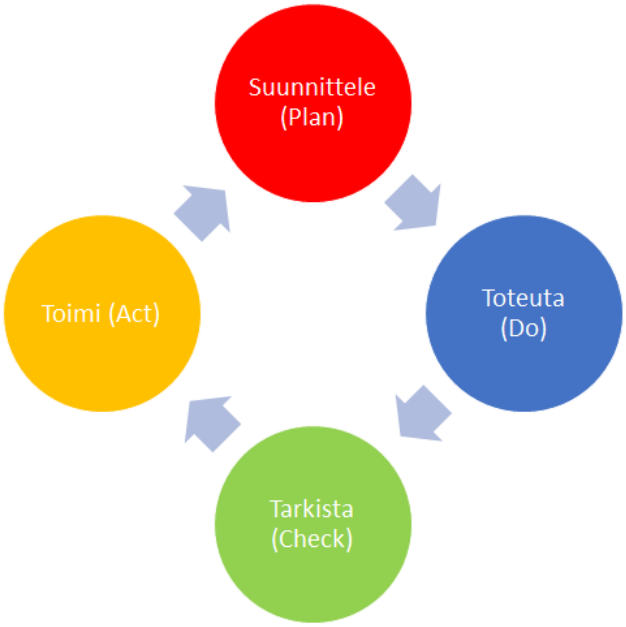
on kaikkein tehokkain viestintätapa. Visualisonnin avulla kokonaiskuva on mahdollista hahmottaa muutamassa sekunnissa ja siten antaa työntekijöille mahdollisimman kattava käsitys organisaation tilanteesta. Tällöin henkilöstön yhteinen aika voidaan käyttää tehokkaasti hyödyksi ja keskittyä ongelmien ratkomiseen ja tarvittavista toimenpiteistä sopimiseen. (Torkkola 2015, 49-50.)

Jidokan tarkoituksena on siis luoda niin läpinäkyvä ja visuaalinen organisaatio, että voidaan huomata heti, jos jokin haittaa tai estää virtausta. Visuaalisen suunnittelun avulla kaikki voivat nähdä yhdellä silmäyksellä, mitä yrityksessä tapahtuu. Käytännössä visuaalinen suunnittelu tarkoittaa sitä, että esimerkiksi seinätauluihin päivitetään koko ajan kaikkea organisaation toimintaan kuuluvaa informaatiota. Jos jotain odottamatonta sattuu, voidaan asiaan puuttua samantien, tehdä tarvittavat korjaukset ja sitten jatkaa toimintaa. (Modig & Åhlberg 2014, 133-137.)

4.3 Jatkuva parantaminen – Kaizen

Lean-ajattelun mukaan jatkuva parantaminen (Continuous Improvement) on organisaation perusedellytys. Vaikka Lean voidaan käsittää kokonaisvaltaisena johtamisen filosofiana tai strategiatyökaluna, ”leanausta” voidaan toteuttaa organisaatioissa myös pienimuotoisemmin. Yksittäinen työntekijä voi organisaation strategiasta ja arvoista riippumatta kehittää pienilläkin muutoksilla omaa työtään ja etsiä olemassa oleviin toimintatapoihin parannuksia, joilla saadaan välittömästi hyötyjä päivittäisessä työssä. Tällainen ruohonjuuritason jatkuva parantaminen ei vaadi organisaatiolta suuria resursseja tai investointeja ja hyödyt realisoituvat nopeasti. (Sarpola & Kemppainen 2016.)

Kehittämistyön ja jatkuvan parantamisen keskeisessä roolissa ovat itse työtä tekevät ihmiset, koska heillä on kokonaiskäsitys työhönsä liittyvistä ongelmista, ja Lean-ajattelun mukaisesti henkilöstön osaamisen käyttämättä jättäminen on hukkaa. Jotta toimintaa voidaan parantaa jatkuvasti systemaattisesti, ongelmat on tutkittava huolella, ratkaisuvaihtoehtoja on testattava ja niiden toimivuutta seurattava ja toimivat ratkaisut on vietävä laajasti tuotantoon. Tällaista systemaattista logiikkaa kutsutaan kehittäjänsä mukaisesti Demingin ympyräksi tai PDCA-malliksi. (Logistiikan maailma.) Lyhenne muodostuu sanoista suunnittele (Plan), toteuta (Do), tarkista (Check) ja toimi (Act). PDCA-malli, jonka tavoitteena on kehittää jotain toimintatapaa lähemmäs täydellisyyttä, esitetään kuviossa



Kuvio 4: PDCA-malli (Mukaellen Torkkola 2015, 39)

Torkkola (2015, 39) nimittää PDCA-sykliä kokeilujen kehäksi, ja kuvailee sen olevan avain muutoksen tekemiseen. Syklin toistuvien askelten myötä parannetaan suorituskykyä ja luodaan kokeilemalla uutta tietoa. Havaintojen perusteella muodostetaan hypoteesi, joka vahvistetaan empiirisesti kokeilemalla. Torkkola (2015, 39-40) käyttää omassa johtamisessaan ajatusmallista lyhennettä PDSA, koska hänen mukaansa study-sana korostaa kokeen tulosten tutkimista ja analysointia ennen päätöksiä jatkosta.

Haluttu kehitysidea tai parannusprosessi on suunniteltava (plan) huolella. On määriteltävä hypoteesi eli mitä parannuksella odotetaan tapahtuvan, miten muutosta mitataan ja miten sitä arvioidaan. Lisäksi suunnitteluvaiheessa on pohdittava, miten prosessi käytännössä toteutetaan. Kehitysidea voi olla esimerkiksi toiminta, muutos tai testi. Mallin toisessa vaiheessa toteutetaan (do) valittu kehitysidea ja mitataan sen suorituskykyä. Kokeen ei tarvitse olla näyttävä tai vaatia investointeja, koska Lean-mallin mukaan suurimman osan parannuksista pitäisi olla ilmaisia tai hyvin halpoja. Suoritusvaihe kannattaakin toteuttaa mahdollisimman pienessä mittakaavassa, jolloin siitä ei tule turhan hidas ja kallis. Tuotoksen ei tarvitse näyttää heti hienolta, vaan tärkeintä on kokeilla ideaa käytännössä. (Torkkola 2015, 41-45.)

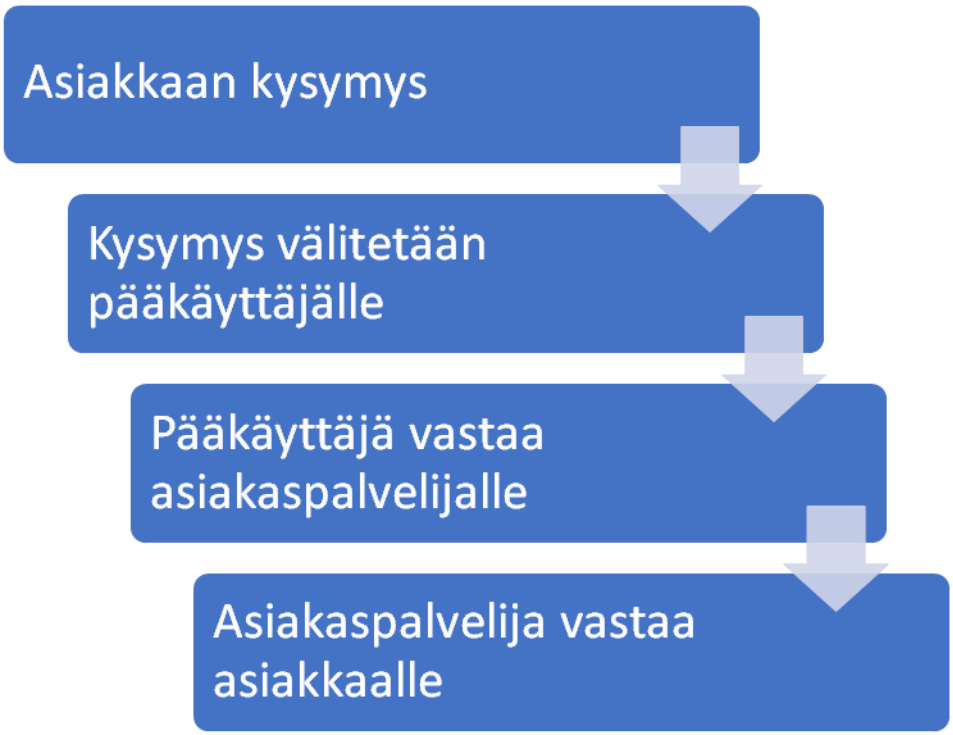
Toteutuksen jälkeen on aika pysähtyä tarkistamaan (check), mitä on tullut tehtyä. Tässä vaiheessa pohditaan, onnistuiko koe ja saavutettiinko odotettu tulos eli tutkitaan, onko ongelma ratkennut. Lisäksi on syytä tarkastella huolella, mitä uusia esteitä löytyi ja mikä meni pieleen. Tätä vaihetta hankaloittaa, jos lähtötasoa ei tiedetä. Silloin ei voida luotettavasti mitata, onko muutos tapahtunut parempaan vai huonompaan suuntaa. Siksi plan-vaiheessa on tärkeää suunnitella muutos mahdollisimman tarkkaan. Kierroksen

viimeisessä vaiheessa (act) päätetään, vakiinnutetaanko muutos osaksi käytäntöä vai hylätäänkö se. Jos ongelma ei ole ratkennut, siihen tehdään korjauksia ja palataan takaisin suunnitteluvaiheeseen. Kokeen aikana esiin tulleet virheet on pyrittävä korjaamaan, jotta syntyisi syvällistä oppimista. Onnistuneen kokeilun jälkeen on varmistettava, että tulokset otetaan käyttöön osaksi yhteistä toimintamallia. PDCA-kehän pyörähdysten avulla organisaation toiminta paranee jatkuvasti, koska edellisellä kierroksella opittuja asioita ja löydettyjä faktoja voidaan käyttää hyväksi seuraavalla pyörähdyksellä. (Torkkola 2015, 42-45.)

5 Sovelluksen käyttöoppaan laatimisprosessi

Tämä opinnäytetyö on toteutukseltaan toiminnallinen. Toiminnallisella opinnäytetyöllä voin osoittaa kykeneväni itsenäiseen, tavoitteelliseen ja päämäärätietoiseen työskentelyyn työelämälähtöisesti. Koko prosessin tärkeimpänä antina näen sen, että laatimalla matkavakuutussovelluksen käyttöoppaan, opin itse paljon kirjoittamiseen ja työn kehittämiseen liittyvistä asioista, mutta voin samalla parantaa myös lähimpien kollegoideni osaamistasoa ja työviihtyvyyttä.

Tarve liikematkasovelluksen sisäisen käyttöoppaan tekemiseen kumpusi suoraan päivittäisestä työstä. Lähtötilanteessa (kuvio 5) AIG Travel Assistance App – matkavakuutussovelluksen käyttöön ei ollut olemassa kirjallista ohjeistusta, vaan asiakkailta tulleet kysymykset ja ongelmatilanteet jouduttiin referoimaan sähköpostitse yksi kerrallaan sovelluksen pääkäyttäjälle New Yorkin toimistolle.

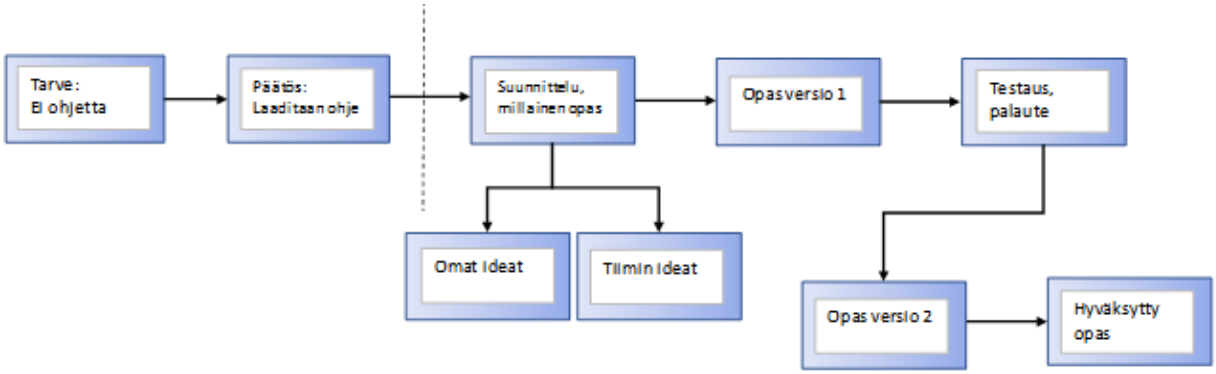


Kuvio 5: Lähtötilanteen kuvaus

Prosessi haluttiin tehokkaammaksi ja toimivammaksi niin asiakkaiden kuin työntekijöidenkin näkökulmasta. Lean-ajattelun mukaan asiakkaan kysymyksen välittäminen eteenpäin pääkäyttäjälle ja vastauksen odottaminen voitiin nähdä hukkana ja varastointina, joista oli pyrittävä eroon mahdollisuuksien mukaan. Vastausten saaminen oli hankalaa ja aikaa vievää aikaerosta sekä pääkäyttäjän resursseista ja aikatauluista johtuen, joten asiakas joutui odottamaan omaa vastaustaan jopa useita päiviä. Asiakkaan saama palvelu ei myöskään ollut tasalaatuista, koska kaikilla tiimin jäsenillä ei ollut samaa osaamistasoa matkavakuutussovelluksen käyttöön liittyen. Tilanteen muuttamiseksi laadin tiimin käyttöön selkeän käyttöoppaan (liite 1), jonka avulla kaikkien tiimin jäsenten on jatkossa mahdollista hoitaa selvitystyötä ja vastata asiakkaiden kysymyksiin. Kun asiakaspalvelu nopeutuu ja tehostuu, saadaan tuotettua entistä enemmän positiivia asiakaskokemuksia, joilla on suora yhteys liiketoiminnan tulokseen.

Kuviossa 6 kuvataan yritysvakuutusasiakaspalvelun käyttöön tarkoitetun matkavakuutussovelluksen käyttöoppaan laatimisprosessia Lean-ajattelua mukaillen tarpeen

kartoituksesta ja suunnittelusta aina valmiiseen oppaaseen saakka.



Kuvio 6: Käyttöoppaan laatimisprosessi

Kehittämistyö lähti liikkeelle siitä, että keräsin kokoon keväällä ja kesällä 2018 matkavakuutussovelluksesta esiin tulleita ongelmatilanteita ja kysymyksiä ja esitin idean käyttöoppaasta esimiehelleni, liikematkavakuutuksesta vastaavalle asiantuntijalle sekä matkavakuutussovelluksen pääkäyttäjälle. Heti aluksi sovimme, että teen oppaan itsenäisesti ja pyydän muilta tarvittaessa apua. Olin siihen asti vastannut pääosin yksin sovellusta koskeviin kyselyihin, joten minulla oli kattavin kokonaiskuva tilanteesta.

Käyttöoppaan toteutus alkoi elokuussa 2018 opinnäytetyön suunnitelman ja alustavan aikataulun laatimisella. Kirjoitin ensin opinnäytetyön tietoperustan, koska sen tarkoituksena oli tukea käytännön osan toteutusta. Voidakseen kehittää työelämän käytäntöjä oikeansuuntaisesti, täytyy tuntea alan teoreettista taustaa ja osata soveltaa sitä omiin tarpeisiin. Tietoperustan punaiseksi langaksi valikoitui ohjaajan ehdotuksesta toiminnan kehittäminen Lean-ajattelun avulla. Lean on monikäyttöinen strateginen työväline, joka sopii myös pienimuotoiseen työelämän kehittämiseen, joten koin mahdolliseksi soveltaa sitä tässä opinnäytetyössä. Tietoperustan laatimiseen hain lähteitä mahdollisimman laajasti ja monipuolisesti, lähdekriittisyys huomioiden, ja peilasin käsitteitä omaan käytännön työhön sekä matkavakuutussovelluksen käyttöoppaaseen.

Suunnitteluvaiheessa otin huomioon loppukäyttäjien osaamistason. Yritysasiakaspalvelutiimissä olevat työntekijät ovat olleet toimeksiantajaorganisaation palveluksessa useamman vuoden. Myös uuden perehdytettävän on jo alkuvaiheessa sisäistettävä päivittäin käytössä oleva termistö voidakseen työskennellä vakuutusasiakkaiden kanssa. Tästä syystä oppaassa ei käydä läpi ammattitermien sisältöä, vaan kaikkien sovelluksen kanssa tekemisissä olevien voidaan olettaa jo hallitsevan ne. Keskityin avaamaan oppaassa sovelluksen oleelliset seikat tiivistetysti ja mahdollisimman selkeästi käyttäjän näkökulmasta katsottuna, jolloin asiakasta olisi helppo ohjeistaa puhelimen tai sähköpostin välityksellä mahdollisissa ongelmatilanteissa.

Työn ulkoasulle ei annettu toimeksiantajan puolelta vaatimuksia. Kirjasintyylinä ja -kokona oppaassa on käytetty Arial 11, koska ne ovat yrityksen viralliset ohjeistukset. Myös väritys on noudattanut pitkälti AIG:n virallisia värejä, ja tehostuskeinona on käytetty kursivointia. Toimintojen havainnollistamiseen on käytetty kuvankaappaus-ohjelmalla ja print screen:lla otettuja kuvia sovelluksesta. Visuaalisuutta hyödyntämällä mahdollisimman paljon oppaasta on ollut tarkoitus saada selkeä ja informatiivinen nopeastikin vilkaisemalla. Torkkolan (2015, 49) mukaan Lean-ajatteluun perustuen olennaisen informaation pitää olla saatavilla vaivatta. Visualisoinnin avulla tiimin jäsenet saavat asiasta tai ongelmasta kokonaiskuvan nopeasti, jolloin päätösten teko nopeutuu. Koska asiakaspalvelutyö on hektistä eikä työntekijöillä ole aikaa perehtyä ohjekirjojen lukemiseen, täytyy tarvittava tieto olla nopeasti ja helposti saatavilla. Käytin oppaassa paljon kuvia, minkä tarkoituksena oli parantaa ja lisätä informaation ymmärrettävyyttä.

Oppaan teksti on pyritty pitämään lyhyenä ja ytimekkäänä, jotta lukijan on helppo löytää sieltä tärkeimmät asiat. Oppaan ohjenuorana on käytetty ajatusta ’yksi selkeä kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa’. Teksti on kohteliasta ja ohjeistavaa, jotta sitä voi käyttää sellaisenaan tai hiukan soveltaen asiakkaan kysymykseen vastatessa.

Ensimmäisen raakaversion oppaasta tein itsenäisesti omiin sovelluksen testauskokemuksiin ja AIG:n tuottamiin kaupallisiin markkinointimateriaaleihin perustuen. Testatessani matkavakuutussovellusta asetuin asiakkaan asemaan sen käyttäjänä. Pääkäyttäjältä saamani testitunnukset eivät toimineet, mutta pääsin rekisteröitymään sovellukseen aidoilla henkilökohtaisilla käyttäjätunnuksilla. Kokemus avarsi näkemystäni sovelluksen käytettävyydestä, ja ymmärsin asiakkailta tulleita kommentteja aiempaa paremmin. Sovellukseen rekisteröityminen ei ollut niin sujuvaa ja vaivatonta, kuin olin ajatellut sen olevan. Vaikka teoriassa tiesin, miten rekisteröityminen ja kirjautuminen tapahtuvat, käytännössä se oli monimutkaisempaa.

Esittelin oppaan ensimmäisen version esimiehelle ja tiimin jäsenille syyskuussa 2018. Pyysin ottamaan kantaa esimerkiksi ulkoasuun, tekstin ymmärrettävyyteen ja selkeyteen, valittuihin kuviin sekä antamaan rohkeasti mitä tahansa palautetta. Saadun palautteen ja kommenttien avulla muokkasin käyttöoppaan valmiiksi lokakuussa 2018 ja toimitin sen tiimille testikäyttöön.

6 Tulokset

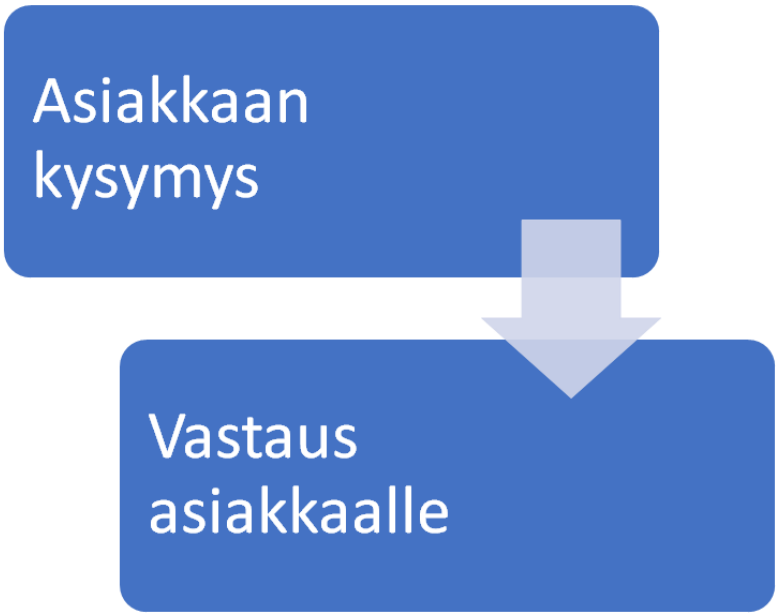
Opinnäytetyön tuloksena syntyi käyttöopas matkavakuutussovelluksen käyttöön. Opas alkaa mobiilisovelluksen yleisillä tiedoilla. Asiakkailta aiemmin tulleista kysymyksistä yli puolet liittyi sovellukseen kirjautumiseen. Siksi oppaassa kerrotaan alussa hyvin seikkaperäisesti rekisteröitymiseen ja sisäänkirjautumiseen liittyvät asiat selkeine kuvituksineen. AIG Travel Assistance App –sovellukseen rekisteröitymiseen tarvitaan yrityksen liikematkavakuutuksen 10

numeron mittainen vakuutusnumero, joka täytyy syöttää oikeassa muodossa. Asiakkaita saattaa sekoittaa se, että useimmiten vakuutusnumero merkitään yrityksen vakuutusdokumentteihin selkeyden vuoksi lyhyempänä numerosarjana, jossa on myös väliviiva. Sovellukseen kirjautuessa numerossa ei saa kuitenkaan käyttää mitään välimerkkejä. Lisäksi käyttäjä syöttää rekisteröityessään oman nimensä ja sähköpostiosoitteensa pyydettyihin kenttiin. Sähköpostiosoite toimii jatkossa sovelluksen käyttäjätunnuksena. Onnistuneesta rekisteröinnistä tulee kuittaus ja tilapäinen salasana annettuun sähköpostiosoitteeseen. Käyttäjän on muutettava salasana ensimmäisen sisäänkirjautumisen yhteydessä.

Oppaassa käydään läpi sovelluksen kaikki toiminnot kohta kohdalta. Sivun alussa kerrotaan kirjallisesti, miten kyseinen toiminto avataan ja mitä siitä löytyy ja tekstin alla on kuvitus havainnollistamassa kirjoitettua asiaa. Halusin pitää tekstin osuuden vähäisenä, jotta oppaan käyttö olisi mahdollisimman nopeaa ja sujuvaa. Teksti on käyttäjää ohjaavaa ja etenee loogisessa järjestyksessä. Sovelluksesta otettuihin havainnekuviin on merkitty punaisin kehyksin tärkeimmät kohdat, jotta ne on helppo löytää silmäilemällä.

Loppuun on koottu yleisimpiä sovelluksen käyttöön liittyviä kysymyksiä ratkaisuvaihtoehtoineen. Osa kysymyksistä on tullut suoraan yritysasiakkailta puhelimitse tai sähköpostitse ja osan on vakuutusmeklari toimittanut asiakkaan puolesta. Lisäsin osioon myös muutaman itselleni sovellusta testatessa nousseen kysymyksen. Tarkoituksena on, että oppaan kysymys- ja vastauspatteriston avulla tiimin jäsenet löytäisivät nopeasti ja helposti sopivan vastauksen asiakkaalta tulleeseen kysymykseen. Mikäli vastausvaihtoehdoissa ei ole sopivaa, on oppaaseen lisätty myös pääkäyttäjän yhteystiedot. Tarkoituksena on kuitenkin hoitaa asiakaspalvelu oman tiimin sisällä niin pitkälle kuin mahdollista, koska pääkäyttäjän kontaktointi pidentää palveluaikaa.

Muutoksen myötä asiakaspalveluprosessi tehostui ja siitä jäi pois turhia vaiheita. Kuviossa 7 esitetään tavoitetila, jossa asiakas saa viipymättä vastauksen kysymykseensä mahdollisimman virtaustehokkaasti ilman hukkaa.



Kuvio 7: Tavoitetila käyttöoppaan käyttöönoton jälkeen

Matkavakuutussovelluksen käyttöopas on luovutettu toimeksiantajayrityksen käyttöön yhteiselle verkkoasemalle tallennettavaksi Word-muodossa, jotta sen käyttö, päivitys ja jatkokehitys tarpeen tullen on sujuvaa.

7 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Matkavakuutussovellusta testatessa pyrin luomaan aitoja käyttötilanteita asiakkaan näkökulmasta katsottuna, jotta saisin oppaaseen kuvattua mahdollisimman kattavasti erilaisia ongelmatilanteita ratkaisuvaihtoehtoineen. Asiakkailta saatujen ennakkotietojen perusteella osasin odottaa, että rekisteröitymisessä ja sisäänkirjautumisessa voisi olla hankaluuksia. Oli kuitenkin yllättävää todeta itse käytännössä, että juuri nämä toiminnot aiheuttivat eniten epäselvyyksiä. Sovellukseen rekisteröityminen oli monimutkaisempaa kuin olisi voinut olettaa, joten ymmärrän nyt asiakkaiden kysymyksiä ja tuskastumista aiempaa paremmin. Testatessa huomasin myös, että sovelluksesta ei ole mahdollista valita suomen kieltä, joten asiakkaalta voi jäädä ymmärtämättä toiminnon kannalta jotakin olennaista. En ollut ajatellut sovelluksen käyttökieltä aiemmin asiakkaan näkökulmasta, koska olen itse tottunut työskentelemään englanniksi. Olikin tärkeä huomata, että mitään asioita ei saa pitää itsestäänselvyyksinä, vaan asiakaspalvelutyössä kaiken tekemisen ja kehittämisen keskiössä on pidettävä aina asiakas.

Sovelluksen muiden toimintojen kohdalla en huomannut itse testatessani ongelmia, joten oppaaseen ei välttämättä ole saatu kaikkia ongelmatilanteita kuvattua. Siksi opas ei ole kaikenkattava yleisopus, vaan sitä pitää muokata ja päivittää koko ajan asiakkailta tulevien kysymysten ja palautteiden avulla. Ehdotin tiimissä, että lisäämme asiakkailta tulevat kysymykset ja mahdolliset ongelmatilanteet oppaaseen viipymättä, ja selvitämme niitä

yhdessä. Näin opas saadaan pidettyä ajan tasalla, jolloin siitä saa parhaan mahdollisen hyödyn.

Valitsin oppaan toteutusmuodoksi perinteisen Word-tiedoston, koska sitä on helppo muokata ja päivittää jatkossa ja halutessa tulostaa myös paperiversioksi työpisteelle. Opasta voisi kehittää edelleen esimerkiksi lisäämällä siihen internet-linkkejä, joista löytyisi asiakaspalvelijaa hyödyttäviä lisätietoja aihepiireittäin. Lyhyiden videoiden avulla oppaaseen saisi lisää visuaalisuutta ja ne elävöittäisivät sitä entisestään.

8 Arviointia

Opinnäytetyöprosessi alkoi loppukeväästä 2018. Valitsin toiminnallisen opinnäytetyön, koska halusin toteuttaa jotain konkreettista koulussa opitun teoriapohjan lisäksi ja toteuttaa vahvasti työelämälähtöisen kehitystehtävän. Opinnäytetyön aihe löytyi luontevasti omasta työstäni ja oli siksi hyvin ajankohtainen ja mielenkiintoinen. Opinnäyteprosessin myötä tarjoutui mahdollisuus tarkastella ja haastaa kehittämistyön näkökulmasta omia taitoja, pohtia haasteita ja kehittymistarpeita sekä suunnitella konkreettinen apuväline lisäämään sekä omaa että työyhteisön osaamista.

Opinnäyteprosessi oli laaja kokonaisuus, ja opin sen aikana paljon sekä itse kirjoittamisesta että teoreettisesta viitekehyksestä. Alkuun pääseminen oli vaikeaa, mutta palaverit ohjaavan opettajan kanssa auttoivat jäsentelemään ajatuksia ja tekstiä alkoi syntyä vähitellen. Tietoperustaa kootessani koin aluksi erittäin haasteelliseksi rajata aihetta ja löytää sopivaa lähdemateriaalia. Hankalinta oli rajata Lean-ajattelun teoriaosuutta ja valita sieltä sopivimmat käsitteet, koska Lean johtamisfilosofiana on niin laaja ja monitahoinen. Lean-ajattelu osoittautui kuitenkin erittäin käyttökelpoiseksi strategiamalliksi tähän opinnäytetyöhön, koska sitä soveltaen työelämäkehittämistä voi toteuttaa myös pienessä mittakaavassa. Jatkuva kehittyminen ja työn kehittäminen ovat tätä päivää, ja niihin tulisi kiinnittää enemmän huomiota organisaatioissa. Opinnäytetyöprosessin myötä ymmärsin, että aina ei tarvita isoja investointeja ja mittavia resursseja, vaan yksittäinenkin työntekijä voi omalla toiminnallaan ja aktiivisuudellaan tehostaa toimintaa.

Opinnäytetyön toiminnallisena osana toteutin helppokäyttöisen, visuaalisen ja informatiivisen käyttöoppaan AIG Europe Limited, Suomen sivuliikkeen yritysasiakaspalvelun sisäiseen käyttöön konkreettiseksi apuvälineeksi matkavakuutussovellukseen liittyviin asiakaspalvelutilanteisiin. Oppaan sisältö perustui vahvasti omiin käyttökokemuksiini, ja peilasin näkemyksiäni koko tiimin kanssa. Asiakkailta kerättyjen kysymysten perusteella olin saanut ennakkotietoa sovelluksen hankalista kohdista, jolloin tiesin keskittyä juuri niihin opasta laatiessa. Toiminnallisen osan tekemisen koin helpommaksi ja mielekkäämmäksi kuin tietoperustan kokoamisen, koska aihe oli tuttu ja pystyin hyödyntämään oppaan tekemisessä

omaa ammattitaitoani. Uuden oppimisen ja ammattitaidon kehittymisen kannalta näen kuitenkin teoriapohjan kokoamisesta saadun tiedon tärkeämmäksi itselleni.

Henkilökohtaisena tavoitteenani oli lisätä osaamistani ja tietämystäni asiakaspalvelun laadusta ja hyvien asiakaskokemusten tuottamisesta. Tietoni ja osaamiseni ovat karttuneet huomattavasti lähtötilanteeseen verrattuna. Etenkin digitaalisten asiakaskokemusten tuottamisesta opin paljon uutta, jota voin soveltaa suoraan käytännön työhöni. Ymmärsin, että ongelmatilanteita kannattaa tarkastella lähtökohtaisesti asiakkaan näkökulmasta, jolloin niissä päästään parhaaseen mahdolliseen lopputulokseen.

Palautteen saaminen opinnäytetyön eri vaiheissa on ollut tärkeää, koska sen avulla sain kehitettyä tietoperustaa ja opasta laadukkaammaksi. Saamani palaute oli positiivista, rakentavaa ja hyödyllistä, ja pystyin katsomaan sen kautta opinnäytetyötä ja opasta uusista näkökulmista.

Käyttöopas on otettu Suomen sivuliikkeen yritysasiakaspalvelun käyttöön loppuvuodesta 2018. Tuotos on arvioitu käyttökelpoiseksi, ja se on mahdollista jatkossa implementoida myös konsernin muiden maiden toimistoihin. Matkavakuutussovellusoppaan hyödyllisyyttä ei ehditty mitata opinnäytetyöprojektin aikana rajallisesta aikataulusta johtuen. Se on kuitenkin mahdollista tehdä haluttaessa myöhemmin. Hyödyllisyyttä voidaan mitata ja arvioida sillä, nopeutuuko ja tasalaatuistuuko asiakaspalvelu oppaan käyttöönoton jälkeen ja kokevatko tiimin jäsenet oppaan tarpeelliseksi ja käyttökelpoiseksi työkaluksi päivittäisen työn parantamiseen.

Lähteet

Painetut

AIG Travel Assistance Website User Guide. Sisäinen ohje.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Download the Improved Mobile App Available Now! Esite asiakkaalle.

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo Oy.

Hesso, J. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. 2. uudistettu. painos. Helsinki: Helsingin kauppakamari Oy.

Hämäläinen, M. & Patjas, L-M. 2018. Palvelun taitajaksi. 11. uudistettu. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Hämäläinen, V., Maula, H. & Suominen, K. 2016. Digiajan strategia. Helsinki: Alma Talent Oy.

Ilmarinen, V. & Koskela K. 2015. Digitalisaatio yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum.

Juuti, P. 2015. Johda henkilöstö asiakaskeskeisyyteen. Jyväskylä: PS-kustannus.

Keronen, K. & Tanni, K. 2017. Sisältöstrategia. Asiakaslähtöisyydestä tulosta. Helsinki: Alma Talent Oy.

Kupias, P. & Koski, M. 2012. Hyvä kouluttaja. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Luhtala, M., From, T. & Jäppinen, M. 2013. Onnistumisen avaimet mobiilimarkkinointiin. Helsinki: Mainostajien Liitto.

Mertanen, E. 2012. Palvelujen kehittämisestä asiakaslähtöiseen palvelujärjestelmien kehittämiseen. Teoksessa Kohti laadukasta palveluliiketoimintaosaamista. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja – sarja. Jyväskylä: Suomen Yliopistopaino Oy.

Modig, N. & Åhlström, P. 2016. Tätä on lean. Ratkaisu tehokkuusparadoksiin. 5. painos. Tukholma: Rheologica Publishing.

Nykänen, O. 2002. Toimivaa tekstiä. Opas tekniikasta kirjoittaville. Helsinki: Tekniikan Akateemisten liitto TEK.

Rantala, J. & Kivisaari, E. 2014. Vakuutusoppi. Helsinki: Finva.

Rope, T. & Tuominen, K. 2010. Lean – kohti täydellisyyttä. Tehoa ja laatua markkinoinnin kehittämiseen. Jyväskylä: WS Bookwell Oy.

Tanni, K. & Keronen, K. 2013. Johdata asiakkaasi verkkoon. Opas koukuttavan sisältöstrategian luomiseen. Helsinki: Talentum.

Torkkola, S. 2015. Lean asiantuntijatyön johtamisessa. Helsinki: Talentum Pro.

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Vuorinen, T. 2014. Strategiakirja – 20 työkalua. Helsinki: Talentum.

Sähköiset

Bhose, C. 2013. Tässä ovat kuumimmat mobiilisovellukset. Viitattu 6.9.2018. https://www.kauppalehti.fi/uutiset/tassa-ovat-kuumimmat-mobiilisovellukset/dKi69cNE

Eskonen, H. 2016. Kännykkäsovellusten tekijät kärvistelevät bisneksen kanssa – ”Siinä jää joku euro lapaan”. Viitattu 6.9.2018. https://yle.fi/uutiset/3-8689661

Jussila, K. 2012. Käytön laadun tärkeys mobiilisovelluskehityksessä. Tampereen yliopisto. Informaatiotieteiden yksikkö. Pro gradu –tutkielma. Viitattu 6.9.2018. https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/83474/gradu05839.pdf

Liikematkavakuutus – AIG:n vakuutus Suomessa. Viitattu 11.9.2018. https://www.aig.fi/yrityksille/vakuutukset-yritys/henkilovakuutukset/matkavakuutukset

Logistiikan maailma. Lean-ajattelu. Viitattu 7.9.2018. http://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikka/tuotanto/lean-ajattelu/

Puro, J. 2017. Miten suunnitella laadukas käyttäjäkokemus digitaaliseen palveluun? Artikkeli 13.4.2017. Viitattu 11.9.2018. https://www.itewiki.fi/blog/2017/04/miten-suunnitella-laadukas-kayttajakokemus-digitaaliseen-palveluun/

Salo, H. 2017. Perustietoa matkavakuutuksista. Vakuutus- ja rahoitusneuvonta FINE:n julkaisu 2017. Viitattu 6.9.2018. https://www.fine.fi/media/julkaisut-2017/perustietoa-matkavakuutuksista-2017.pdf

Sarpola, S. & Kemppainen, K. 2016. Strategista Leania vai ruohonjuuritason jatkuvaa parantamista? Suomen Lean-yhdistys. Viitattu. 7.9.2018. http://www.leanyhdistys.fi/strategista-leania-vai-ruohonjuuritason-jatkuvaa-parantamista/

Valtiovarainministeriö 2015. Digitalisaatio. Viitattu 14.9.2018. https://vm.fi/digitalisaatio

Kuviot

Kuvio 1: Asiakaskeskeisen organisaation ydinosaamisalueet (Mukaellen Juuti 2015, 89) 9

Kuvio 2: Hyvä käyttöopas (Mukaellen Nykänen 2002; Filenius 2015) 13

Kuvio 3: Virtaustehokkuus vai resurssitehokkuus? (Mukaellen Torkkola 2015, 57) 18

Kuvio 4: PDCA-malli (Mukaellen Torkkola 2015, 39) 21

Kuvio 5: Lähtötilanteen kuvaus..... 23

Kuvio 6: Käyttöoppaan laatimisprosessi 24

Kuvio 7: Tavoitetila käyttöoppaan käyttöönoton jälkeen 27

Liitteet

Liite 1: AIG Travel Assistance App – User quide 34

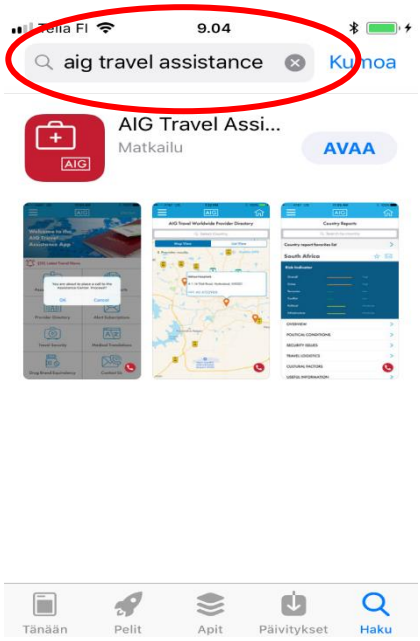
Liite 1: AIG Travel Assistance App – User quide

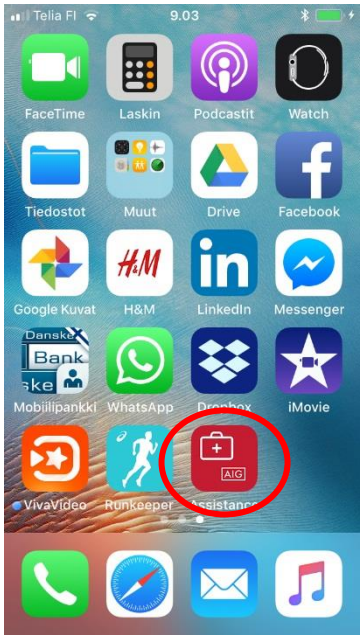
AIG TRAVEL ASSISTANCE APP – USER QUIDE

- AIG Business Travel App is available to all employees covered by the Business Travel Insurance master policy.
- The App can be downloaded to a smartphone, allowing the traveler to access information about their insurance cover and services anytime, anywhere.
- AIG Business Travel App is a free service.
- The app is only available on smartphones – not tablets.

Downloading the AIG Travel Assistance App

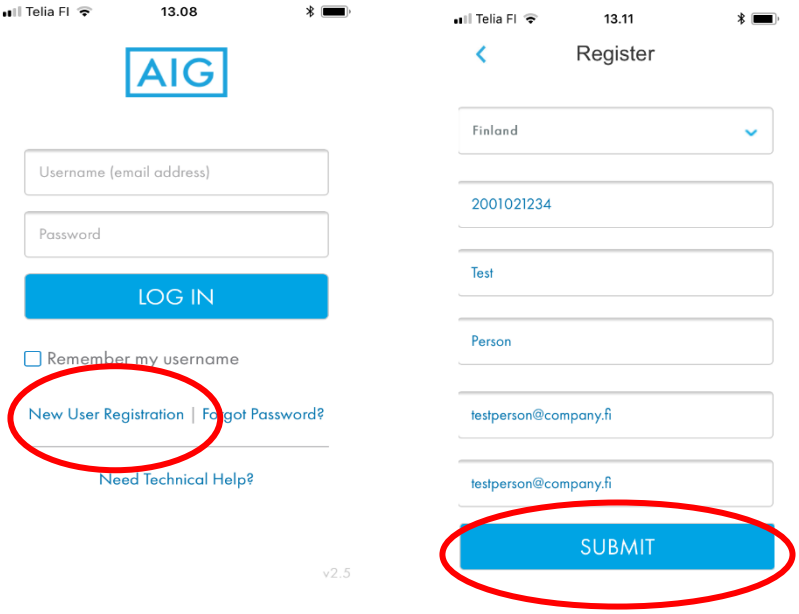
- You must be connected to Wi-Fi or cellular network to use the App.
- To access the App, go to the Apple App Store or Android Play Store.
- Search for AIG Travel Assistance and download the App on your smartphone.





Registration Instructions

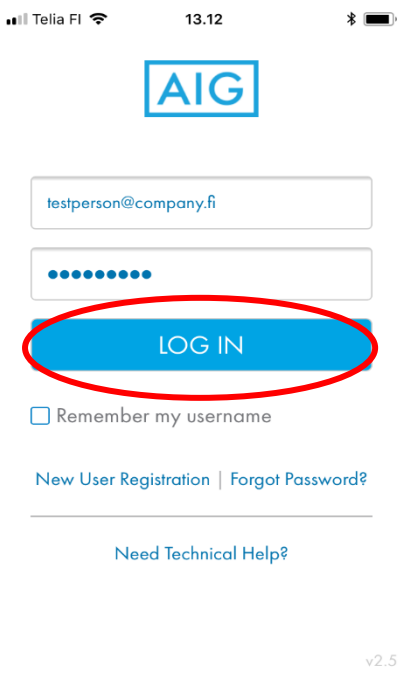
- You must be connected to Wi-Fi or cellular network to use the App.
- Open the App and click on "New User Registration"
- Tap on "Country where coverage was purchased" and select "Finland" from the list.
- Fill in the required fields; policy number, name and email address (email address serves as your username).
- Click "Submit".



- You will receive an automated email containing your temporary password. Once you log in with the temporary password, you will be prompted to change your password.
- Now you are registered and able to log in to AIG Travel Assistance App!

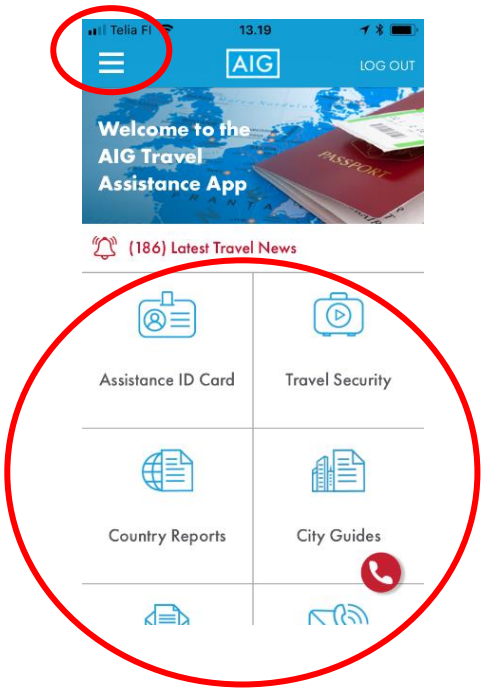
Login Instructions

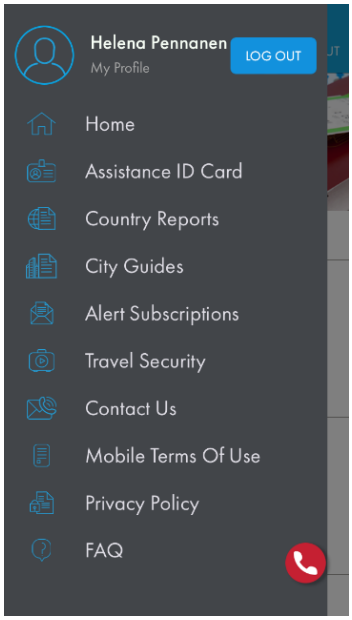
- Fill in the required fields; username (email address) and the new password.
- Click "Log In".



Home Screen – Sidebar Menu

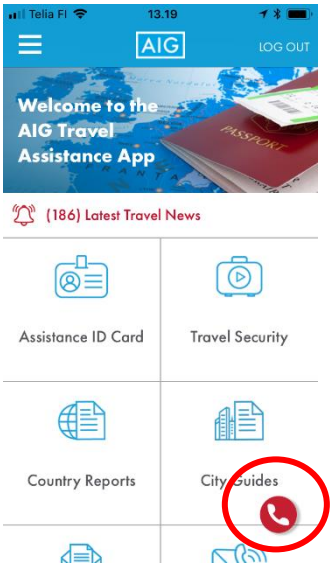
- You can tap any of the icons on home screen to find information.
- Tap on the “hamburger menu” (three horizontal lines) to open the sidebar menu.

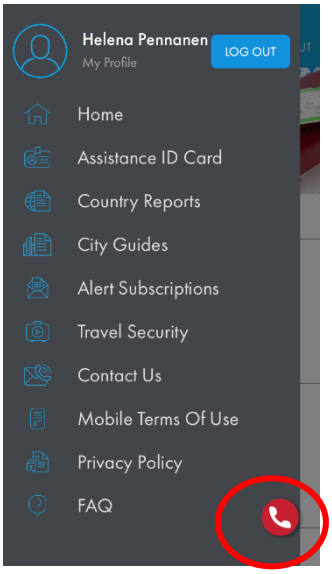


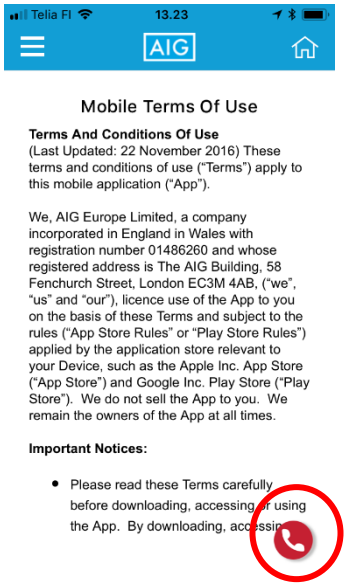


Help Now! button

- A one-touch red "HelpNow" button connects you directly to emergency travel assistance.



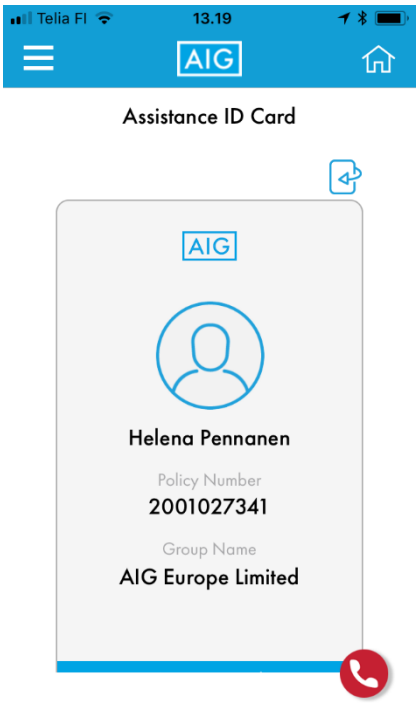


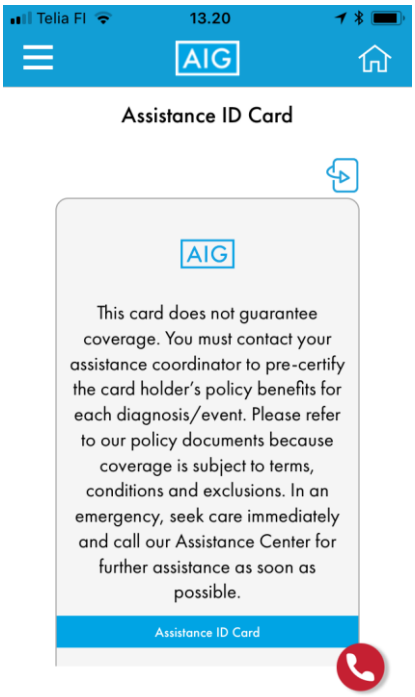


- The red phone button appears all across the mobile app.

Mobile App Assistance ID Card

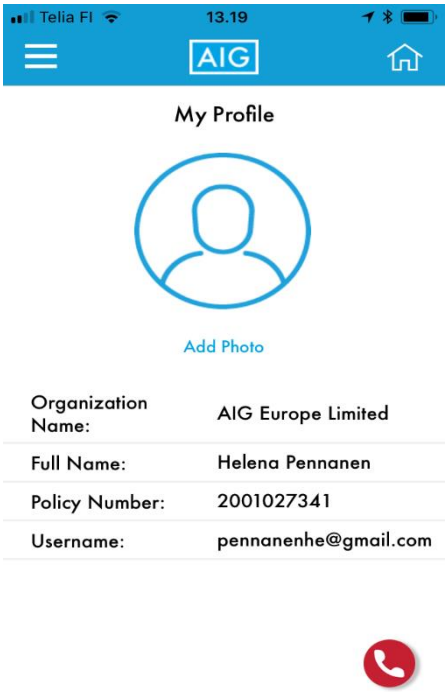
- Tap on "Assistance ID Card" from the sidebar menu or home screen
- Turn the card to see other side.





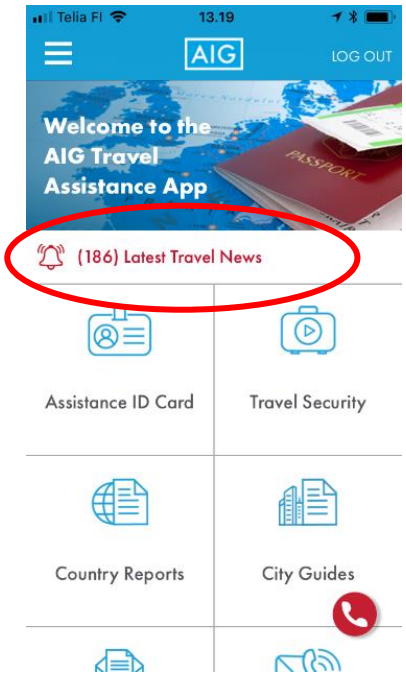
My Profile

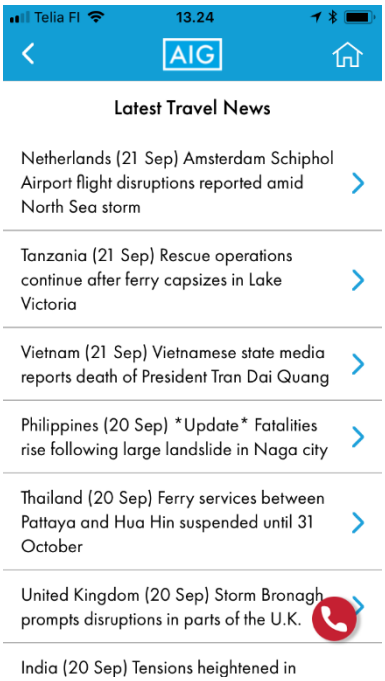
- Tap on "My Profile" from the sidebar menu.
- You may edit or complete your optional profile information.



Latest Travel News

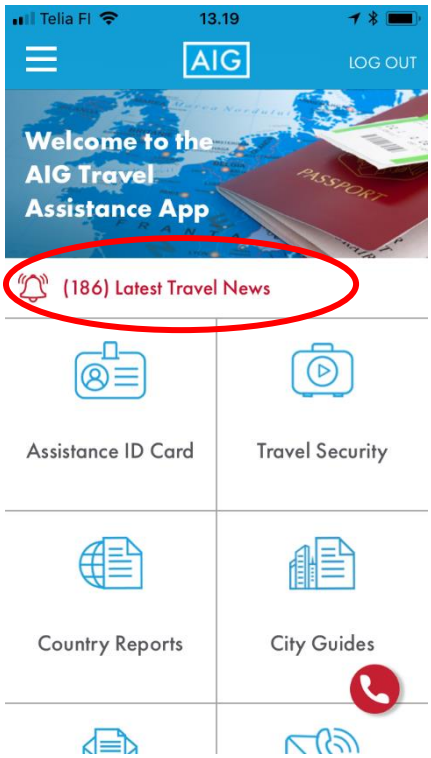
❖ Tap on the red "Travel News" ticker to see the latest travel news all over the world.

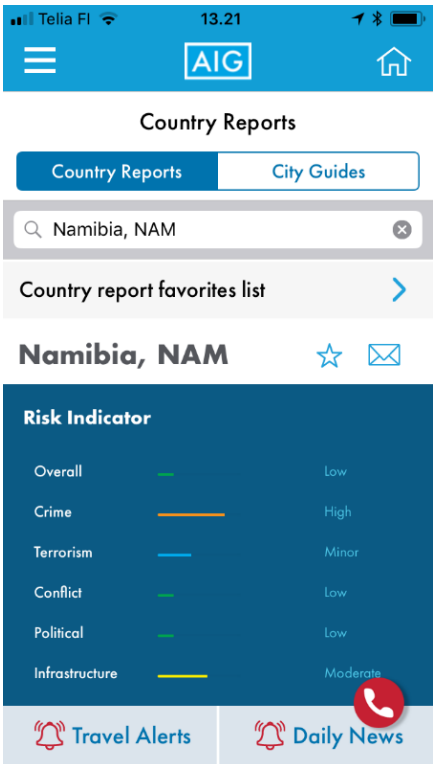




Country Reports

- Tap on "Country Reports" from the sidebar or home screen
- Type in the first letter of the country in the search bar and the country report will appear.
- Scroll down and tap on the title bars to view more country report information

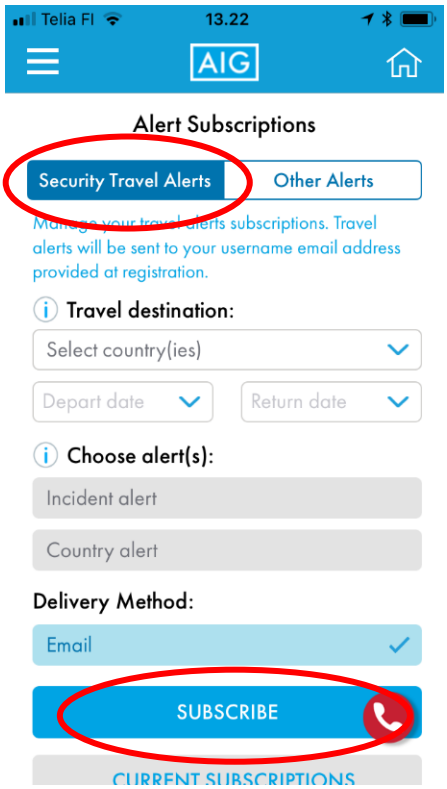


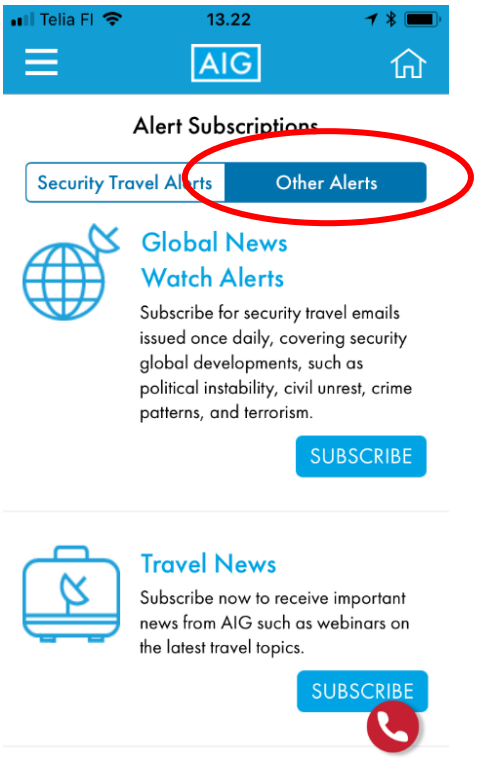


- You may view reports and risk ratings focusing on health and security developments, transportation, travel-related crime, terrorism, civil unrest and cyber concerns.

Alert Subscriptions (Security Travel Alerts & Other Alerts)

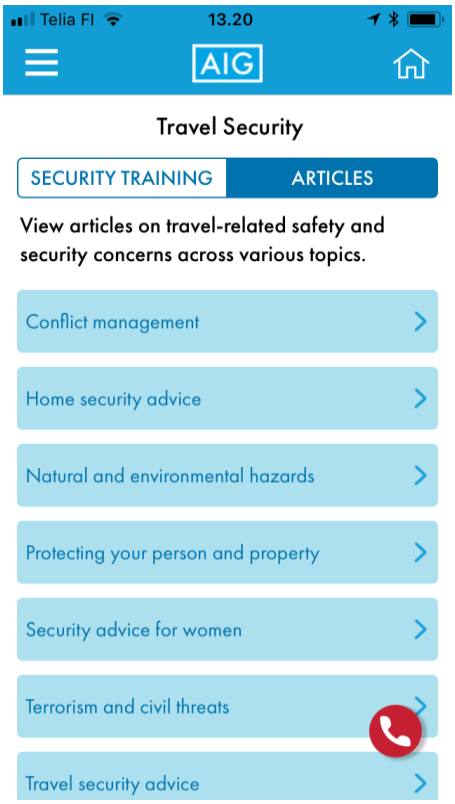
- Tap on "Alert Subscriptions" from the sidebar or home screen.
- You may manage your travel alerts subscriptions.
  - Fill in the required fields; Travel destination, Depart date, Return Date and Choose alert(s).
  - Click "Subscribe".
    - Travel alerts will be sent to your email address.
- Tap on "Other Alerts" to subscribe or unsubscribe to Global News Watch Alerts and/or Travel News from AIG.





Security Awareness Training Videos

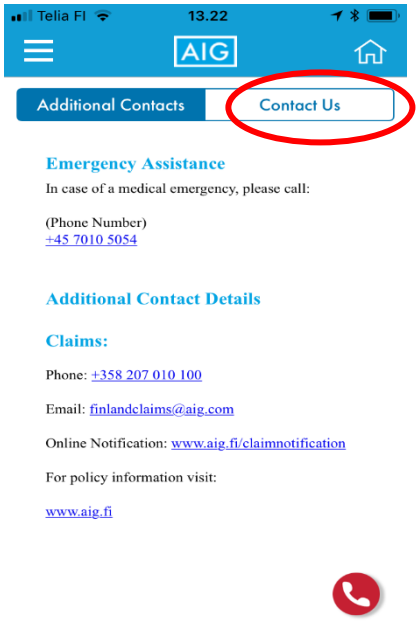
- Tap on "Travel Security" from the sidebar or home screen and tap on "Security Training".
  - Click on a module to begin training.
  - At the end of each training video there will be a brief knowledge test.



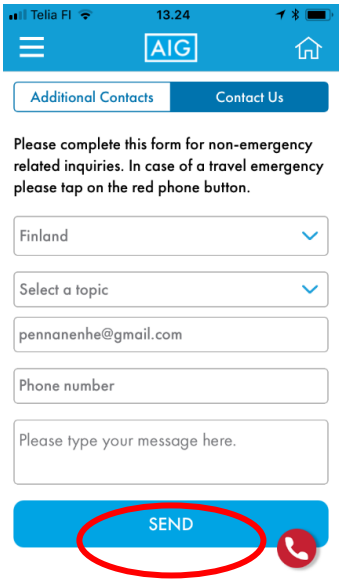
- This online training provides the tools and information necessary to be aware, organized and prepared traveler
- Once completed all the tests successfully, you can email a Certificate of Achievement.

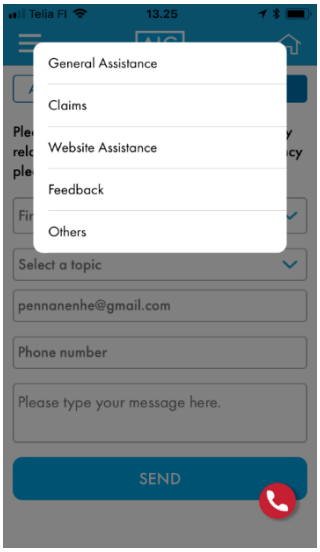
Additional Contact Details and Non-Emergency Contact Form

- If you have a non-urgent issue, please tap on "Additional contacts".
- In case of a travel emergency, please tap the red phone button to be directly connected with your global service center.
- To send a non-urgent message, please tap on "Contact Us" from the sidebar menu or home screen.



- Please fill the form and tap on "Send"





Frequently Asked Questions (FAQ)

- Tap on "Frequently asked questions" to find answers to non-urgent questions.
- In case of a medical or travel emergency, please call the assistance phone number or tap the red button to be directly connected with the global service center.

Questions and answers concerning the AIG Travel Assistance App

- *"I am not able to register/ access the system, why is that?"*
  - Please note that you must be connected to Wi-Fi or cellular network.
  - Please check your policy number. The policy format is 200102XXXX.
  - Please enter your email address (it is your username) and your password and tap "Sign In"
  - Please note that the policy needs to be in force when you are going to register.
  - Please note that it take about 7 days after inception day to access the system.
- *"It seems that the App has not been activated. The client just informed me (the Broker) that they cannot log in."*
  - The process is that any new policies are automatically loaded into the system up to 1 week from the date they incept (providing that they are booked successfully).
  - It seems that the policy was not uploaded in the Travel App. I need to investigate this and contact our App Assistance.
- *"Could you please check once again? It seems that we have a situation where the clients can register but they do not receive the confirmation email. Even their IT tried and could not solve the problem."*
  - If the client has registered successfully it is fairly certain there are no issues on the system. It can be that the client is unclear on the process. Once the client has set up the new password there is no confirmation email at the end of the process. Please use registrations steps below:
    - 1. Enter all the required details in the registration page and click on submit.
    - 2. User will then receive a system generated email –> Set up a new password
    - 3. User is now registered and can go ahead and log in with username (email address) and new password.

- *"I don't know my policy number"/ "I tried to register with the policy number 200102-xxxx but the login failed"*
  - You need to use your employer's business travel insurance policy number. The policy format is 200102XXXX
  - If you do not know your employer's policy number, please contact your Human Resources.
- *"I forgot my password, what should I do?"*
  - Please click on the "Sign In" link in the upper right corner. Click on the "Forgot Your Password" link next to the Login button. To recover your password, enter the email address you registered your account with. You will receive an automated email with your temporary password.

If you need assistance with the App, superuser Sheridan Scott (Sheridan.madge@aig.com) is able to speed the process and upload the clients manually. She will need a full company name, policy number, inception date and booking date for investigate the issue. But please note that primarily, we ask the client to wait a one week/ 5 working days from the inception day until the policy is uploaded to the system.