

LAMK

Lahden ammattikorkeakoulu
Lahti University of Applied Sciences

ASIAKASTYYTYVÄISYYS- TUTKIMUS SERVICEDESK- PALVELUISSA

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Tradenomi
Tietojenkäsittely
Syksy 2018
Minna Paavilainen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Paavilainen, Minna	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 32 + 8 liitettä	Valmistumisaika Syksy 2018
Työn nimi Asiakastytyväisyystutkimus servicedesk-palveluissa		
Tutkinto Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa asiakastytyväisyystutkimus toimeksiantajayrityksessä. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakastytyväisyyttä ja kehitysehdotuksia servicedesk-palveluille. Tutkimusongelmana oli se, kuinka palveluita voisi kehittää.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuus sisältää kolme eri aihetta: asiakaspalvelu, asiakastytyväisyys ja servicedesk. Aiheita käsitellään asiakkaan ja työntekijän näkökulmasta. Asiakaspalvelussa tärkeintä on täyttää asiakkaan tarpeet ja toiveet. Erinomaisesti hoidettu asiakaspalvelu kasvattaa yrityksen asiakastytyväisyyttä. Servicedeskin tehtävä it-alan yrityksessä on toimia asiakasrajapinnassa ja neuvoa ongelmatilanteissa.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimuksellinen osuus koostuu tutkimuksen toteutuksesta, tutkimusmenetelmästä ja tutkimuksen tuloksista. Tutkimusmenetelmä on kvantitatiivinen. Aineisto kerättiin asiakastytyväisyyskyselyllä, joka toteutettiin internet-pohjaisella Google Forms-ohjelmalla. Aineisto kerättiin keväällä 2018. Kyselyyn tuli 28 vastausta.</p> <p>Tutkimuksen tuloksien perusteella yrityksen servicedesk-palveluissa löytyi kehitettävää esimerkiksi vasteajan ja tiedottamisen osalta.</p>		
Avainsanat asiakaspalvelu, asiakastytyväisyys, servicedesk		

Abstract

Author(s) Paavilainen, Minna	Type of publication Bachelor's thesis	Published Autumn 2018
	Number of pages 32 + 8 appendices	
Title of publication Customer satisfaction survey in servicedesk services		
Name of Degree Bachelor's Thesis in Business Information Technology		
Abstract <p>The aim of the study was to focus on customer satisfaction in the servicedesk of the commissioning company. The purpose was to explore suggestions/ideas for how to develop the services.</p> <p>The theoretical part of the study includes three different topics: customer service, customer satisfaction and servicedesk. The topics are discussed from the point of view of the customer and the employee. In customer service, the most important thing is to meet the customer's needs and wishes. Customer satisfaction increases when customer service is managed excellently. In the IT industry, the task of a servicedesk is to work in the customer interface and to help in problem situations.</p> <p>The research part of the study includes the research executive, research method and the results of the study. The research method is quantitative. Data was collected by a questionnaire which was created by using the internet-based program Google Forms. The data was collected in spring 2018. 28 questionnaire replies were received.</p> <p>Based on the results of the customer satisfaction survey, the company's services should be developed. Things to develop are for example the response time and the informing of customers.</p>		
Keywords customer service, customer satisfaction, servicedesk		

SISÄLLYS

JOHDANTO.....	1
1.1 Taustatietoja.....	1
1.2 Tutkimusmenetelmä.....	1
1.3 Aikaisemmat tutkimukset.....	3
1.4 Opinnäytetyön rakenne	4
2 ASIAKASPALVELU	5
2.1 Asiakaspalvelu kilpailukeinona.....	5
2.2 Asiakaspalvelijan rooli	7
2.3 Asiakaspalvelun kehittäminen	8
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	10
3.1 Palvelun laatu.....	10
3.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	11
4 SERVICEDESK	12
4.1 Servicedeskin tarkoitus	12
4.2 Servicedesk toiminnan mittaaminen.....	14
4.3 Servicedesk tulevaisuudessa	14
4.4 ITIL.....	16
5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS	18
5.1 Tutkimuksen kohde	18
5.2 Tutkimuksen luotettavuus ja haasteet	21
5.3 Tutkimuksen tulokset.....	21
5.4 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset.....	27
6 YHTEENVETO	29
LÄHTEET	30
LIITTEET	33

JOHDANTO

1.1 Taustatietoja

Kun astut yrityksen myymälään, odotatko kohtaavasi ystävällisen asiakaspalvelijan vai toivotko saavasi palvelua vasta sitten, kun sitä itse pyydät. Asiakkaat ovat erilaisia, ja heillä on erilaisia tarpeita. Asiakaspalvelu on useimmiten se, mikä jää parhaiten asiakkaan mieleen yrityksessä asioinnin jälkeen. Yritykset voivat erottua hyvällä asiakaspalvelullaan kilpailijoista. Asiakaspalvelu ei ole vain asiakasrajapinnassa työskentelevien vastuulla, vaan siihen vaikuttaa myös oleellisena osana tuote ja yrityksen toimintatapa. (Reinboth 2008, 5.)

Asiakastyytyväisyys kertoo palveluyrityksen toiminnasta paljon. Palvelut ovat asiakkaita varten, ja heidän mielipiteitään kannattaa kunnioittaa, jotta yrityksen toimintaa voidaan palautteen avulla kehittää oikeaan suuntaan. Yritykset pyrkivät nykyaikana jatkuvasti kehittämään palveluitaan kasvavan kilpailutilanteen vuoksi. Palveluiden kehityskohteiden selvittämiseksi voidaan toteuttaa erilaisia tutkimuksia, joiden avulla saadaan asiakkaiden mielipiteet esille ja sitä kautta voidaan lähteä parantamaan palveluita. (Ylikoski 1999, 149.)

Palveluyritykset kehittyvät ja niin myös tietotekniikka-ala. Suomessa kyseisellä alalla työskentelee vajaa 70 000 henkilöä. Luku on kasvanut huomattavasti viimeisen vuoden aikana. (Kolehmainen 2018.) Digitalisaatio on merkittävä tekijä it-alan työllisyyden kasvussa. Myös tulevaisuudessa kehittyvä automaatio muuttaa tietotekniikka-alaa helpottamalla ja nopeuttamalla joitain työtehtäviä. Kuitenkaan esimerkiksi yrityksiä ydinosaamista se ei korvaa. (Duunitori 2018.)

1.2 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa asiakastyytyväisyystutkimus toimeksiantajayrityksessä. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakastyytyväisyyttä ja kehitysehdotuksia servicedesk-palveluille. Tutkimusongelmana oli se, kuinka palveluita voisi kehittää.

Tutkimus on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselyä, jonka avulla kerättiin dataa. Kysely toteutettiin ilmaisella Google Forms-ohjelmalla. Asiakastyytyväisyyskyselyä lähdettiin kokoamaan yrityksen aikaisempien kyselyiden pohjalta. Tutkittiin myös jonkin verran muiden yritysten asiakastyytyväisyyskyselyitä. Opinnäytetyön tekijän kehitelemä kyselypohja esitettiin toimialajohtajille palaverissa ja pohdittiin yhdessä, kuinka sitä voisi vielä parantaa. Keskustelun jälkeen lopullinen versio kyselystä oli pieniä muokkauksia vaille valmis. Kyselyyn valittiin selkeitä ja helposti ymmärrettäviä

kysymyksiä. Kyselyssä (liite 2) oli monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä, joihin sai vapaasti kommentoida. Kyselyssä ei ollut pakollisia kysymyksiä. Kysely lähetettiin asiakkaille sähköpostitse (liite 1). Kyselyn lähetys asiakkaille ajoitettiin huhtikuun alkuun (4.4.2018) ja heillä oli noin kuukausi aikaa lähettää vastaukset. Asiakkaille lähetettiin kuukauden aikana 2 muistutusviestiä sähköpostitse (17.4. ja 27.4.) kyselyyn liittyen. Muistutusviestien lähetyspäivinä tuli yhteensä 7 vastausta lisää. Muistutusviestien (liite 3) jälkeisinä päivinä tuli yhteensä 8 vastausta lisää.

Kysely ja erityisesti internet-pohjainen asiakastyytyväisyyskysely valittiin käytännöllisyyden ja helppouden vuoksi. Melkein kaikilla servicedeskin asiakkailla on käytössään tietokone tai älypuhelin, joilla he pääsevät sujuvasti lukemaan sähköpostiviestejään ja sitä kautta kyselyyn linkin kautta. Kyselyn palauttaminen ja tuloksien kokoaminen oli nopeaa ja helppoa, kun tiedot olivat valmiiksi sähköisessä muodossa. Kyselystä saadun datan analysoinnissa hyödynnettiin tilastollista menetelmää, jossa vastaukset jaettiin ensin ryhmiin. Ryhmittäin tuloksia lähdettiin purkamaan ja sitä kautta muodostui kehitysehdotuksia. Avoimet vastaukset analysoitiin etsimällä yhtäläisyyksiä kysymyksittäin.

Kvantitatiivisen tutkimusprosessin vaiheet



Kuvio 1. Kvantitatiivisen tutkimusprosessin vaiheet (Heikkilä 2014, 9)

Kvantitatiivinen tutkimus sisältää olennaisena osana aiempien tutkimusten johtopäätöksiä, teorioita ja määriteltyjä käsitteitä. Tutkimuksessa käytetään useimmiten kyselyä. Vaihtoehtoina on lomakekysely tai internet-kysely. Muita tiedonkeruumenetelmiä ovat erilaiset haastattelut esimerkiksi puhelimitse tai kasvotusten. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla

pyritään saamaan numerotietoa, jota on helppo käsitellä suurempina määrinä. Saatu tieto ei välttämättä vastaa kaikkiin kysymyksiin, joten sen avuksi voidaan suorittaa myös kvalitatiivinen tutkimus. (Niemi 2009, 20.) Kuviossa 1 näkyy kvantitatiivisen tutkimuksen toteuttamisen eri vaiheet.

Internet-kyselyt sopivat parhaiten silloin, kun perusjoukon jäsenillä on mahdollisuus käyttää internetiä. Kyseistä tiedonkeruumenetelmää voi käyttää myös esimerkiksi puhelinhaastattelun lisäksi. Internet-kyselyt ovat nykypäivänä helppo toteuttaa erilaisilla kyselyohjelmilla esimerkiksi Webropolilla. Kyselyn toteutus on helppouden lisäksi ilmaista. Siihen tarvitsee vain internet-yhteyden. Tulokset ovat tutkimuksen tekijän käytössä reaaliajassa, ja ne voidaan koota suoraan taulukko-ohjelmaan. (Heikkilä 2014, 19)

Tietotekniikkaa hyödynnetään nykypäivänä yhä enemmän ja monissa eri asioissa. Siitä on apua myös esimerkiksi tutkimuksen tekemisessä. Nykyään on mahdollista toteuttaa yrityksen asiakastyytyväisyyskyselytkin sähköisenä, jolloin kyselyn lähettäminen ja siihen vastaaminen on nopeampaa ja helpompaa. Sähköistymisen myötä paperiset kyselyt ovat vähentyneet huomattavasti. Sähköinen kysely luo lisää mahdollisuuksia esimerkiksi ulkoasun muokkaamiseen. Ulkoasun tulee olla mielenkiintoinen, jotta asiakas vastaa kyselyyn. Kyselyn vastausprosenttia pystyy kasvattamaan, jos lähettää ennakkoon ilmoituksen myöhemmin lähetettävästä kyselystä. Asiakkaat ovat silloin tietoisia, että heille on tulossa kysely ja voivat halutessaan laittaa esimerkiksi muistutuksen asiasta. Verkossa toteutettava kysely sopii yleensä parhaiten silloin, jos vastaajat ovat 15-25-vuotiaita. Vanhemmat ikäryhmät ovat vähemmän innokkaita vastaamaan kyselyihin sähköisesti. (Valli&Aaltola 2015, 109-112.)

1.3 Aikaisemmat tutkimukset

Opinnäytetyön asiakastyytyväisyystutkimuksen tukena käytettiin toimeksiantajayrityksen aikaisempia tyytyväisyystutkimuksia. Käytössä oli vuosien 2008, 2009 ja 2011 tutkimukset. Aikaisemmissa tutkimuksissa kävi ilmi, että asiakkaat toivoivat parannuksia tiedottamisen ja hinta-laatusuhteen osalta. Tutkimusten perusteella tyytyväisyys mainittujen palveluiden osalta kasvoi aina edellisen vuoden tulokseen nähden. Jokaisen vuoden osalta asiakkaat olivat erittäin tyytyväisiä henkilökunnan asiantuntemukseen ja tavoitettavuuteen. Muiden palveluiden osalta tyytyväisyys oli melko tasaista joka vuosi. Tutkimusmenetelmänä oli jokaisella kerralla asiakastyytyväisyyskysely.

Asiakkaalla on myös mahdollisuus antaa palautetta yritykselle oman palvelupyynnön kautta. Kun pyyntöön on saatu ratkaisu, asiakas saa sähköpostitse tiedon siitä ja ohjeet kuinka palautetta voi antaa.

1.4 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan asiakaspalvelun, asiakastytyväisyyden ja servicedeskin eri osa-alueita. Teoriaosuuden jälkeen opinnäytetyössä kerrotaan toimeksiantajasta, asiakastytyväisyystutkimuksen toteutuksesta ja tutkimuksen tuloksista. Loppupuolelta löytyy työn yhteenveto ja käytetyt lähteet. Tutkimuksen pohjaksi luotu asiakastytyväisyyskysely ja asiakkaiden vastaukset löytyvät kokonaisuudessaan opinnäytetyön lopusta liitteinä.

Toimeksiantajan pyynnöstä opinnäytetyössä ei mainita yrityksen nimeä tai asiakkaiden tarkkoja tietoja.

2 ASIAKASPALVELU

2.1 Asiakaspalvelu kilpailukeinona

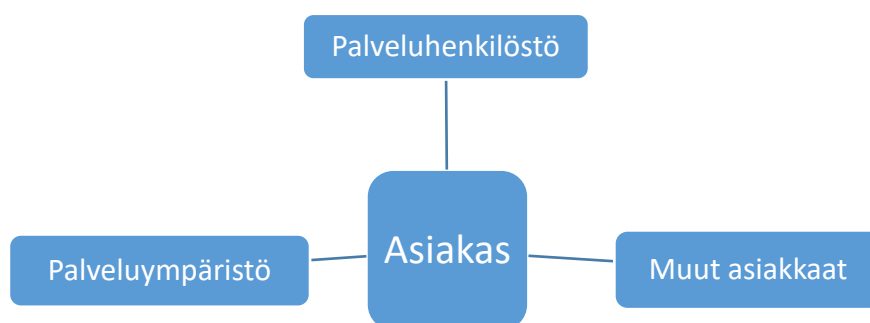
Asiakaspalvelussa nimensä mukaisesti palvellaan asiakasta. Asiakkaalla on tarve jollekin tuotteelle tai palvelulle. Niitä kutsutaan myös aineellisiksi ja aineettomiksi hyödykkeiksi. Molemmissa tapauksissa ihmiset ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa ja siinä pyritään täyttämään asiakkaan tarpeet ja toiveet. (Kannisto 2008, 6.) Asiakaspalvelutilanteessa asiakas odottaa tulevansa hyväksytyksi, kuulluksi, nähdyksi, ymmärretyksi ja arvostetuksi. Asiakaspalvelijan tulee toimia niin, että asiakas tuntee olevansa tärkeä. (Flink 2015, 74.) Asiakaspalveluun sisältyy kaikki toimet, jotka asiakkaan hyväksi tehdään (Lahtinen & Isoviita 2004, 39).



Kuvio 2. Pyramidit nurin – asiakaskontakteja hoitava asiakaspalveluhenkilöstö on yrityksen tärkein linkki asiakkaaseen (mukailtu Lahtinen & Isoviita 2004, 41)

Palvelutapahtuman vaiheita ovat palveluun saapumisvaihe, myyntikeskusteluvaihe, palvelun päätösvaihe ja asiakassuhteen jälkihoitovaihe. Saapumisvaiheessa asiakas tulee konkreettisesti paikalle saamaan palvelua. Tässä vaiheessa on tärkeää luoda hyvä ensivaikutelma, koska se voi auttaa myöhemmissä vaiheissa. Myyntikeskusteluvaiheessa asiakkaalta tiedustellaan palveluun liittyviä tarpeita ja toiveita. Sen jälkeen esitellään saatavilla olevat tuotteet, joita tarjotaan ilmoitettujen tarpeiden ja toiveiden mukaan. Jos tilanteessa tulee vastaväitteitä, ne yritetään ratkoa mahdollisimman hyvin ja asiakasta kunni-

oittaen. Päätösvaiheessa tilanne on hyvä, jos asiakas päättää ostaa tuotteen. Tässä vaiheessa voi myös käydä niin, ettei asiakas osta mitään. Pyritään kuitenkin siihen, että asiakas on tyytyväinen poistuessaan, jotta hän mahdollisesti tulisi uudestaan. Jälkihoitovaiheeseen kuuluu esimerkiksi tuotteen toimittaminen, laskutus ja valitusten käsittely. (Lahtinen & Isoviita 2004, 47-57.)



Kuvio 3. Palvelujen tuotantoprosessin osat (mukailtu Lahtinen & Isoviita 2004, 43)

Asiakaspalvelu ja markkinointi ratkaisevat, jos tuotteiden osalta ei ole suurta eroa kilpailijoiden välillä. Asiakaspalvelu voi vaikuttaa hyvin olennaisesti siihen, tuleeko asiakas uudestaan asioimaan yrityksessä vai ei. US News and World -lehden tutkimuksen mukaan suurin syy sille, että yritykset menettävät asiakkaitaan on asiakkaiden huono kohtelu ja heikko asiakaspalvelu. (Lahtinen & Isoviita 2004, 3.)

Hyvä palvelu sisältää neljä eri osaa: palveluilmapiiri, palvelupaketti, palvelujen tuotanto ja palvelun laatu. Palveluilmapiiriksi kutsutaan kaikkea sitä, mitä asiakas näkee ja kokee asioidessaan yrityksessä. Tämän kautta asiakkaalle muodostuu kuva yrityksen arvoista. Niin kuin kuviossa 2 näkyy, asiakaspalveluhenkilöstö on tärkein osa asiakkaan ja yrityksen välistä kanssakäymistä. Kuvion mukainen asetelma on useimmiten asiakassuuntaisissa yrityksissä. Palvelupaketti muodostuu kaikista yrityksen markkinoimista useista palveluista. Paketissa on ydinpalvelu ja sen ympärille kerätyt muut palvelut. Palvelujen tuotanto koostuu erilaisista tapahtumista. Palvelu muodostuu, kun asiakas on kontaktissa palveluympäristön, palveluhenkilöstön ja muiden asiakkaiden kanssa (Kuva 3). Palvelun laatu kuuluu myös hyvän palvelun osiin, koska jos laatu ei ole kohdillaan, täytyy aikaisemmin mainittuja

osioita parantaa. Palvelun laatu muodostuu siis palveluilmapiiristä, palvelupaketista ja palvelujen tuotannosta. (Lahtinen & Isoviita 2004, 40-47.)

2.2 Asiakaspalvelijan rooli

Asiakaspalvelun työntekijät ovat tärkeä osa pysyvien asiakassuhteiden luomisessa. Palveluosaamisesta on tullut yhä tärkeämpi kilpailukeino, johon panostetaan aiempaa enemmän. Palveluosaaminen on jokaisessa yrityksessä omanlaisensa, jolloin sitä on vaikea kopioida. (Flink 2015, 75.) Hyvä asiakaspalvelija osaa kuunnella asiakasta, asettaa hänet aina etusijalle, kunnioittaa häntä ja antaa aikaa hänelle. Palvelun täytyy olla luotettavaa ja tasalaatuista. Asiakkaita tulee palvella tasavertaisesti riippumatta iästä, sukupuolesta tai muista asiakkaan ominaisuuksista. (Kannisto 2008, 13.)

Asiakaspalvelijalla täytyy olla oikeanlainen asenne. Hankalat tilanteet asiakkaiden kanssa ratkeavat yleensä, jos työntekijän asenne on positiivinen ja jos hän pyrkii saamaan asiaan hyvän ratkaisun. Negatiivisella asenteella hankalista tilanteista jää yleensä epämiellyttävä tunne ja asiakas leimataan usein ärsyttäväksi. Raamatussakin sanotaan *Rakasta lähimmäistäsi niin kuin itseäsi* ja Jeesuksen Vuorisaarnassa kohdassa Matt 7:12: *Kaikki minkä tahdotte ihmisten tekevän teille, tehkää te heille*. Nuo säännöt pätevät myös asiakaspalvelussa ja siinä, kuinka asiakkaiden kanssa tulee toimia. (Marckwort 2011, 14, 18.)

Ihmistuntemuksesta on hyötyä asiakaspalvelutyössä. Asiakkaita, niin kuin ihmisiäkin, maailmassa on monia erilaisia ja heillä on eri tapoja toimia. Asiakaspalvelijan tulee ottaa tämä huomioon työtä tehdessään. Hän ei saa valita asiakkaitaan tai heidän tapojaan. Tämän takia asiakaspalvelijan tulee ymmärtää, hyväksyä ja hyödyntää asiakkaiden erilaisuus. (Marckwort 2011, 20.)

Asiakaspalvelijana erilaisten asiakkaiden kanssa kohtaa yllättäviäkin tilanteita. Esimerkkinä voisi olla tilanne, jossa asiakkaan asenne on negatiivinen ja hän kohtelee asiakaspalvelijaa huonosti. Asiakaspalvelija ei kuitenkaan voi kohdella asiakasta samalla tavalla vaan hänen täytyy maltaa mielensä ja ottaa vastaan rauhallisena se, mitä asiakkaalla on sanottavana. Asiakaspalvelu onkin New York Timesin tekemän tutkimuksen mukaan valittu yhdeksi stressaavimmista ammateista. (Marckwort 2011, 21.)

Käytettävä kieli vaikuttaa paljon asiakaspalvelutilanteen lopputulokseen. Positiivinen kieli usein johtaa hyvään lopputunnelmaan. Jos vertaa esimerkiksi sanoja ”asiakaspalveluosasto” ja ”valitus- ja korvausosasto”, kieli on hyvin erilainen. Ensimmäinen vaihtoehto on

neutraalimpi, ja toinen tuo mieleen negatiivisia ajatuksia, kun puhutaan valituksista ja korvauksista. Asiakaspalvelu -sana kertoo yleisemmin osaston tarkoituksen eikä heti saa aikaan negatiivisuutta. (Markwort 2011, 32.)

Kielen lisäksi merkittävä asia on äänensävy, erityisesti puhelimen välityksellä asioitaessa. Äänen perusteella asiakas luo ensivaikutelman asiakaspalvelijasta, koska he eivät ole katsekontaktissa. Äänen käytössä täytyy ottaa huomioon se, kuinka kovaa tai hiljaa puhuu. Asiakkaan tulee saada selvää puheesta, jotta asiakaspalvelu on sujuvaa. Äänensävyyn vaikuttaa myös palvelutilanne ja käsiteltävä asia. Esimerkiksi, jos asiakas on huonolla tuulella ja hänellä on aikomus tehdä valitus saamastaan palvelusta, on asiakaspalvelijan oltava vakuuttava ja puhua sen mukaan, esimerkiksi painottamalla tärkeitä asioita. (Marckwort 2011, 44 - 45.)

Kehonkielellä voi vaikuttaa asiakkaan mielialaan. Jos asiakaspalvelija katsoo asiakasta silmiin, seisoo ryhdikkäästi ja pitää kätet sivuilla, asiakkaankin olo on avoimempi. Kasvot kurtussa, kätet sumpussa ja jalat ristissä voivat viestiä asiakkaalle, että hän ei ole tervetullut tai että työntekijä on pitkästynt. (Marckwort 2011, 51-59.)

2.3 Asiakaspalvelun kehittäminen

Palaute asiakaspalvelusta on aina hyödyksi yritykselle. Palautteen avulla yritys voi kehittää toimintaansa ja ratkaista ongelmakohtat. Asiakaspalvelijoiden tulee välittää saadut palautteet esimiehille tai henkilöstölle tiimipalavereissa, jotta toimintaa pystytään kehittämään mahdollisimman nopeasti. (Kannisto 2008, 161-164.)

Yrityksessä asiakaspalvelua tarkkailemalla voidaan löytää yleisimmät haasteet, joita tulisi kehittää. Asiakkaiden tulisi olla se tärkein osa yrityksen toimintaa. Jos asiakkaita palveleaan kuin liukuhihnalla, asiakastyytyväisyys kärsii. Myös asiakkaan ohjaaminen paikasta toiseen ilman, että asiakkaan ongelmaan saadaan ratkaisua, laskee yrityksen toiminnan luotettavuutta. Asiakkaat toivovat jatkuvasti nopeaa ja sujuvaa palvelua. Jonottaminen ei ole kenellekään mielekäästä. Sen välttämiseksi on kehitelty esimerkiksi itsepalvelukassat kaappoihin. Lisäämällä mahdollisuuksia itsepalveluun asiakkaiden ja työntekijöiden toiminta nopeutuu ja siitä tulee sujuvampaa. (Reinboth 2008, 7-17.)

Nykypäivänä digitaalisuus kasvaa koko ajan, ja asiakaspalvelun kannalta yritysten tulisi olla monikanavaisia. Asiakkaalla tulee olla vaihtoehtoja, joista voi valita itselle sopivan yhteydenottokanavan. Puheluiden ja sähköpostin lisäksi monella yrityksellä on käytössä

chat-palvelu, joka on nopea tapa ottaa yhteyttä. Esimerkiksi älypuhelimilla toimiva pikaviestinpalvelu Whatsapp ja internetissä toimiva yhteisöpalvelu Facebook ovat myös jonkin verran tulleet jo yritysten käyttöön asiakaspalvelussa. Erilaiset yhteydenottokanavat helpottavat asiointia ja nopeuttavat yhteydenottoja. Asiakkaat vaativatkin yhä nopeammin vastauksia ongelmiinsa, ja mitä nopeammin asiakasta palvellaan sitä parempi asiakaskokemus hänelle jää. (Projant 2018.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

3.1 Palvelun laatu

Asiakastyytyväisyys kertoo nimensä mukaisesti siitä, kuinka tyytyväinen asiakas on saamaansa palveluun tai tuotteeseen. Siihen vaikuttaa olennaisesti niiden laatu. Yritys voi erottua kilpailijoistaan tarjoamalla laadukasta palvelua ja laadukkaita tuotteita. Laadun tarkkailua kannattaa tutkia myös asiakkaan näkökulmasta. Mielikuva laadusta muodostuu asiakkaalle teknisestä ja toiminnallisesta osiosta eli palvelusta saadusta lopputuloksesta ja sen prosessista, joka johti lopputulokseen. Yrityksen imago voi myös vaikuttaa joko negatiivisesti tai positiivisesti asiakkaan mielikuvaan siitä, kuinka laadukasta palvelu on. (Ylikoski 1999, 118-119.)

Asiakastyytyväisyys voidaan jakaa tapahtumakohtaiseen tyytyväisyyteen ja kokonaistyytyväisyyteen. Tapahtumakohtainen tyytyväisyys kertoo asiakkaan mielipiteen liittyen yksittäiseen palvelutilanteeseen. Kokonaistyytyväisyys taas liittyy kokonaiseen organisaatioon ja sen toimintaan. Kokonaistyytyväisyyden ollessa hyvällä tasolla yksittäiset negatiiviset palvelutilanteet eivät välttämättä saa asiakasta lopettamaan asiointiaan yrityksessä. Mutta jos tilanne on toisinpäin, voivat yksittäiset palvelutilanteet vaikuttaa merkittävästi asiointiin kyseisessä yrityksessä. (Lahtinen & Isoviita 2004, 13.)

Asiakkailla on yleensä odotuksia liittyen palvelun tai tuotteen laatuun. Odotusten taustalla voi olla erilaisia tekijöitä. Asiakkaalla on tarpeet, joiden mukaan hän haluaa saada yritykseltä tarvitsemansa. Hintataso on yksi tekijä, jonka mukaan asiakas odottaa saavansa myös sen tasoista palvelua. Hyvin suurena tekijänä useimmiten vaikuttaa asiakkaan aikaisemmin saadut kokemukset tietystä yrityksestä. Asiakas tuskin päätyy moneen kertaan samaan yritykseen, jossa on saanut huonoa palvelua tai huonolaatuisia tuotteita. Asiakkaalla on luultavasti kokemuksia myös kilpailevien yritysten palveluista, jolloin myös niitä voi verrata keskenään. Asiakkaille kohdistuva mainonta sisältää usein lupauksia tuotteista tai palveluista, jolloin niihin saatetaan tarttua ja odotetaan, että yritys pitää lupauksensa. Toinen suuri tekijä odotusten suhteen on läheisten ja tuttavien mielipiteet yrityksestä, sen tuotteista tai palveluista. Negatiivisen palautteen myötä moni voi vältellä kyseistä yritystä, ja positiivinen palaute taas tuo lisää kiinnostuneita asiakkaita yritykseen. Odotuksiin vaikuttaa myös se, kuinka paljon itse joutuu panostamaan palveluun ja minkälaisia tilannetekijöitä palveluun voi sisältyä. (Ylikoski 1999, 123-125.)

Asiakkaalle välittyvään kuvaan palvelun laadusta vaikuttaa myös se, minkälainen asenne työntekijöillä on. Asiakaspalvelijan tulisi olla asiakasta varten ja toimia sen mukaan. Asenne on osa palvelua. (Ylikoski 1999, 139.)

3.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Ilman asiakkaita asiakastyytyväisyyttä ei voida selvittää. Palaute ja arviot tulee selvittää suoraan heiltä, jotka ostavat tuotteita ja käyttävät palveluita eli asiakkailta. Esimerkiksi usein on käytetty erilaisia asiakastyytyväisyyskyselyitä. Tutkimuksista saadut tulokset kannattaa hyödyntää, jolloin pystyy parantamaan oman yrityksensä toimintaa. (Ylikoski 1999, 149.) Jos toteuttaa yrityksessään asiakastyytyväisyyskyselyn, kysymykset kannattaa miettiä asiakkaan näkökulmasta oleellisiksi eikä yrityksen (Leväinen 2018).

Asiakastyytyväisyyden mittaukset voidaan tehdä esimerkiksi vuosittain ja joka kerta samalla menetelmällä, jos tuotteet tai palvelut eivät muutu säännöllisesti. Mutta jos esimerkiksi yritys tavoittelee uusia asiakkaita tai pyrkii säilyttämään nykyiset asiakkaansa, silloin asiakastyytyväisyyden mittaukset ovat oleellisemmassa osassa yrityksen toimintaa. (Niko 2016.) Sen lisäksi, että selvittää tyytyväisyyden nykyisiltä asiakkailta, on myös hyvä selvittää menetetyiltä asiakkailta se, miksi he eivät käytä enää yrityksen palveluita ja mihin he olivat tyytymättömiä. (Lahtinen & Isoviita 2004, 11.)

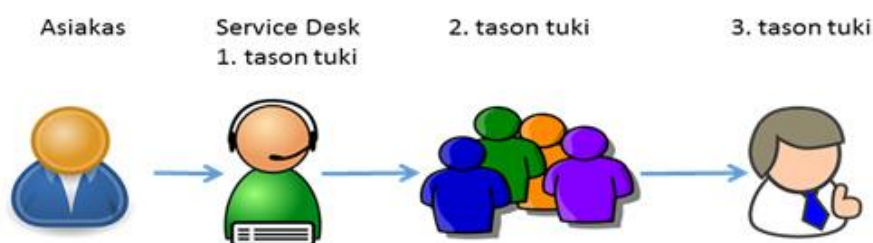
Asiakastyytyväisyyden mittaamisessa voi tulla vastaan ongelmia. On ihmisiä, jotka ovat jo vastanneet moniin kymmeneen kyselyihin ja ovat jo kyllästyneitä vastailemaan kyselyihin. Silloin kyselyihin vastaaminen ei enää innosta, ja mikä karsii osan vastaajista pois. Jotkut yritykset saattavat tutkia asiakastyytyväisyyttä vain sen takia, että se tehdään joka vuosi tai kun laatujärjestelmä vaatii. Tutkimuksella ei välttämättä ole mitään hyötyä, kun tutkimustuloksien perusteella ei tehdä mitään toimenpiteitä. (Laukkanen 2004.)

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen on maailmanlaajuisesti tunnettu keino saada asiakkailta palautetta ja sitä kautta kehittää yrityksen toimintaa. Tästä esimerkkinä uutinen heinäkuulta 2018 ”Matkustajat valitsivat jälleen Finnairin Pohjois-Euroopan parhaaksi lentoyhtiöksi”. Uutisessa mainittiin myös, että maailman parhaaksi lentoyhtiöksi on valittu Singapore Airlines. Nämäkin tulokset saatiin, kun toteutettiin matkustajatutkimus. Tutkimuksen ajankohta oli elokuusta 2017 toukokuuhun 2018, ja siihen osallistui yli 20 miljoonaa matkustajaa. Tutkimuksessa selvitettiin 335 lentoyhtiön asiakaspalvelun laatua niin lentojen aikana kuin lentokentilläkin. (Hirvonen 2018.)

4 SERVICEDESK

4.1 Servicedeskin tarkoitus

1980-luvun lopulta asti on saatu tukea IT-asioissa servicedesk-palveluilta. Servicedeskin avulla käyttäjät saavat yhteyden IT-organisaatioon. Servicedeskin tehtäviä on hallinnoida häiriöitä, ohjelmistolisenssejä ja käsitellä palvelupyynnöitä. Se tarjoaa käyttäjälle paikan, jossa on kaikki tarvittavat IT-palvelut. (Freshservice 2018.) Servicedesk työntekijöiltä vaaditaan hyvää yleistuntemusta IT-palveluiden ja -järjestelmien osalta. Asiakaspalvelu on iso osa työtä servicedeskissä etenkin palvelu puhelimitse, joten se tulee myös hallita hyvin. (Torkkeli 2016.)



Kuva 1. Tukitasomalli1 (Torkkeli 2016)

Servicedesk toimii myös palvelupyynnöiden siirtäjänä. Jos käyttöoikeudet tai osaaminen eivät riitä, voidaan asiakkaiden pyynnöitä niin sanotusti eskaloida eteenpäin seuraaville tukitasoille (kuva 4). Siirron myötä pyynnön käsittelyaika useimmiten pidentyy. (Torkkeli 2016.)



Kuva 2. Tukitasomalli2 (Torkkeli 2016)

Asiakkaalta tuleva palvelupyyntö voi tulla suoraan joko asiakaspalvelijalle (kuva 3) tai palveluportaalin kautta (kuva 5). Palveluportaali helpottaa ja nopeuttaa palvelupyynnön käsittelyä servicedeskissä. Esimerkiksi kiireelliset asiat tulevat useimmiten puhelimitse suoraan asiakaspalvelijalle ja ei-kiireellisissä asioissa asiakkaat laittavat viestiä palveluportaalin kautta. Portaalinäkyvässä on mahdollista tarjota asiakkaille muitakin toimintoja, kuten ajankohtaisia informoivia asioita, usein kysytyjä kysymyksiä, palvelukuvauksia ja muita asiakkaille hyödyllisiä linkkejä tai tiedotteita. (Torkkeli 2016.)

Ian Middelton selvitti tutkimuksellaan 1990-luvun puolivälissä servicedeskin arvon perustuvan käyttäjän ongelmien nopeaan reagointiin ja päivittäiseen yhteydenpitoon asiakkaiden kanssa. IT-palveluissa arvokasta tietoa ovat ilmenneet tekniset ongelmat, käyttäjien tarpeet ja toiveet. Niistä on hyötyä palveluiden suunnittelussa ja kehittämisessä. (Freshservice 2018.)

Service-deskissä ongelmienhallintaa voidaan kehittää sillä, että ongelmat kirjataan aina ylös ja että ongelmista rakennetaan ryhmiä, joissa on aina samaan ongelmaan liittyvät kirjaukset. Saman ongelman eri kirjaukset auttavat löytämään ongelman perussyitä ja sitä kautta voidaan luoda ohjeistuksia, joiden avulla tulevaisuudessa löydetään asiaan nopeammin ratkaisu. (Hyvönen 2009c.)

Tiedottaminen on tärkeää varsinkin silloin, jos ongelmat ovat laajoja ja koskevat isoa määrää ihmisiä. Yrityksen tulee sopia etukäteen tiedottamiseen liittyvistä asioista. Tiedottamisessa tulee olla aiheen mukaan yksi tai useampi vastuhenkilö, joka ilmoittaa ongelmista ja siitä, keneltä ongelmaan liittyen saa lisätietoja. Tiedottamisessa olennaista on tietää, mitä tapahtui, mihin se vaikuttaa ja ei vaikuta, kenelle tiedotetaan ja kuinka usein. (Hyvönen 2010.)

Usein verrataan puhelinkeskusta servicedesk-palveluihin. Puhelinkeskuksella ja servicedeskillä on paljon samaa, mutta myös eroavaisuuksia. Puhelinkeskuksen aluetta ovat esimerkiksi tuotetuki, telemarkkinointi ja markkinatutkimukset. Servicedesk tarjoaa tukea IT-asioihin ja siellä käsitellään rutiinotoimintoja, kuten hallitaan käyttöoikeuksia. Niin servicedeskillä kuin puhelinkeskuksellakin voi olla käytössään fyysinen toimipiste, puhelukeskus, chat ja sähköposti. Asiakkaat voivat olla yhteydessä yritykseen haluamallaan tavalla. (Freshservice 2018.)

Esimerkkinä voidaan mainita Tieto-Tapiolan servicedesk, jossa hoidetaan vakuutusyhtiö Tapiolan it-asioita. Asiakaspalvelijat ottavat päivittäin vastaan puheluita esimerkiksi, jos asiakkaat ovat unohtaneet kirjautumistunnuksensa tai jos Windows päivityksen myötä on tullut muita ongelmia. Sovelluksia heillä on käytössään noin 400 - 500. Ongelmat kirjataan Toimi- toiminnanohjausjärjestelmään, jossa on käytössä helppo esitäyttö. Jos samanlaisia

ongelmia tulee paljon, esitäyttöä käyttämällä on nopeampi tehdä kirjaukset. (Korhonen 2012.)

4.2 Servicedesk toiminnan mittaaminen

Servicedeskin toimintaa tulee mitata säännöllisesti. Useimmiten se tehdään laatu- ja suorituskymittareilla. Asiakastyytyväisyyttä mitataan laadun selvittämiseksi. Asiakastyytyväisyyttä voidaan selvittää tukipyyntöjen yhteydessä yksittäisillä palautteilla ja säännöllisesti tehtävillä asiakastyytyväisyystutkimuksilla. Tutkimuksia suoritettaessa vastaan voi tulla ongelmia. Kohderyhmä voi olla liian pieni tai vastaukset kertovat servicedeskin sijaan koko yrityksen asiakastyytyväisyydestä. Tukipyyntöjen kautta saadut palautteet eivät välttämättä ole tarpeeksi kattavia. Kyseiset palautteet voivat olla joko hyvin tyytyväisten tai tyytymättömien mielipiteitä eli pelkästään ääripäistä. (Torkkeli 2016.)

Toiminnan mittaamisessa on tärkeää oivaltaa se, mitä asioita kannattaa mitata, jotta saadaan hyödyllistä tilastotietoa. Myös mittausajankohta on tärkeä kohdentaa oikein. Jos lähellä mittausajankohtaa on ollut yleisiä häiriöitä, voi tyytyväisyys olla alhainen. Parhaiten mittaamisesta hyötyy, kun käyttää monia eri kanavia ja ottaa jatkuvasti palautetta vastaan. Niin kuin sosiaalisessa mediassakin, palautetta tulee jatkuvasti. Palautteet kannattaa hyödyntää ja poimia asiakkaiden kokemuksia. (Torkkeli 2016.)

4.3 Servicedesk tulevaisuudessa

Servicedeskin tarve on tulevaisuuden suhteen epäselvä. On kuitenkin pohdittu sitä, jos servicedesk korvataankin hyvin toimivilla järjestelmillä, verkostoilla ja itsepalvelulla. Robottienkin kehitys on kasvanut viime vuosina merkittävästi, jolloin nekin voivat mahdollisesti hoitaa tulevaisuudessa servicedeskin tehtäviä. (Torkkeli 2016.)

BYOD-ilmio (Bring/Buy Your Own Device) on yksi uusimmista asioista yrityksissä. Ihmisillä on mitä erilaisimpia laitteita käytössä kotonaan, ja he siksi haluavatkin työnantajansa panostavan samaan töissä. Tämä ilmiö voi vaikuttaa servicedeskin palvelutarjontaan. Tukipalvelut laajenevat laitteiden ja ohjelmistojen osalta tai sitten työntekijät joutuvat itse hankkimaan töissä käytettävät laitteensa. He myös huolehtisivat huollosta ja laitetuesta melkein kokonaan itse. (Torkkeli 2016.)

Kuvassa 6 on muodostettu servicedeskin tuen eri muodot eri aikoina. Aikaisemmin servicedesk palvelut olivat hyvin tuettuja eli asiakas pystyi soittamalla saamaan apua suoraan asiantuntijalta. Myöhemmin palvelut muuttuivat osittain itsepalveluksi. Esimerkiksi otettiin käyttöön työkaluja, joilla asiakas pystyi tekemään sähköisesti tukipyyntöjä, seuraamaan

niiden tilannetta ja etsimään ratkaisuja ohjeistoista. Tulevaisuuden yhteisöt ovat service-deskin osalta kanavia, joita kautta saa apua ongelmiin. Asiakkaat voivat esimerkiksi keskustella keskenään ja selvittää mahdollisia ratkaisuja yhdessä. (Torkkeli 2016.)

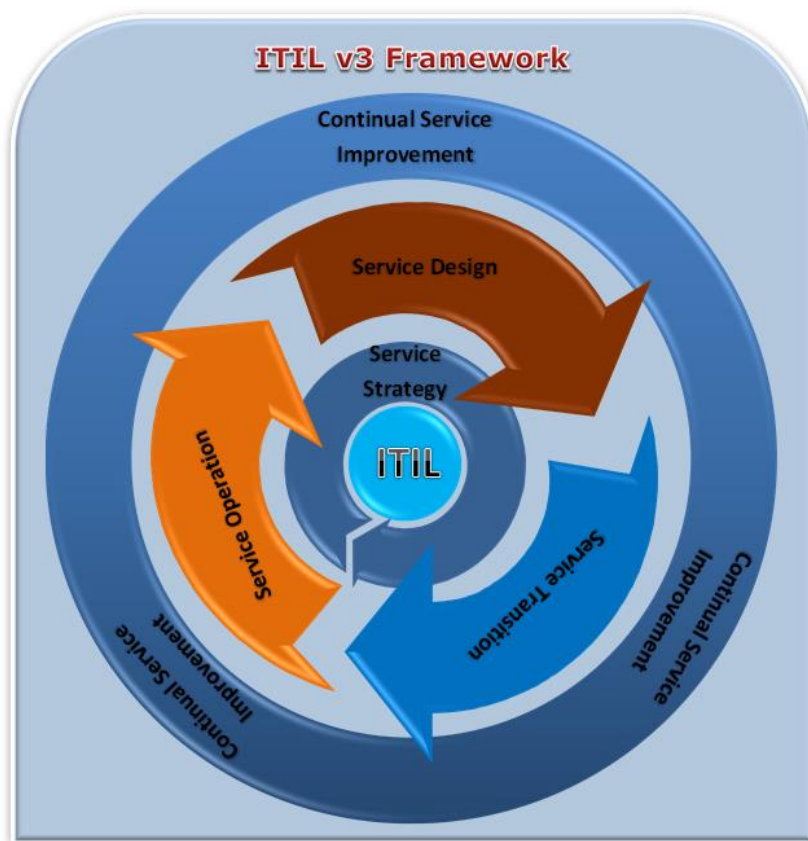


Kuva 3. Tuen ohjautuminen – Mukallen Howard Kendallin esitystä itSMF UK:n konferenssissa 2012 'The Service Desk – Ready for 2017 – and Beyond?' (Torkkeli 2016)

4.4 ITIL

ITIL on yli 20 vuotta vanha prosessikehys, joka tehostaa it-palveluihin ja niiden tuottamiseen liittyvien prosessien johtamista. ITIL kokonaisuudessaan sisältää useita toimiviksi todettuja käytäntöjä liittyen it-palvelunhallintaan ja johtamiseen. (Itsmf.fi 2018.)

ITIL v3 julkaisu oli vuonna 2007 ja 4 vuoden päästä siitä julkaistiin kehitelty versio. Kyseinen versio esitetään palvelunäkökulmasta. Enää ei keskitytä yksittäisiin prosesseihin vaan palvelu jaetaan elinkaarimallin perusteella eri alueisiin. Viisi eri aluetta, jotka näkyvät kuvassa 7, ovat palvelustrategia, palvelusuunnittelu, palvelutransitio, palvelutuotanto ja jatkuva palvelun parantaminen. Alueista on tehty jokaisesta oma kirja. Kirjoissa käsitellään aikaisemmin mainittujen aiheiden lisäksi esimerkiksi it-palvelujen linkitystä liiketoiminnan tarpeisiin, riski- ja hyöty-analyysejä, työkaluohjelmistoja, sovellusten hallintaa ja kehittämisen liiketoiminta- ja teknologia-ajureita. (Wakaru 2018.)



Kuva 4. ITIL v3 (Ratna 2011)

Aikaisemmin mainittu aihe jatkuvasta palvelun parantamisesta (Continual Service Improvement) sisältää tarkemmin pohdintaa mittaamisesta niin prosessien, teknologioiden ja palveluiden osalta. Miksi mittauksia tehdään, miten mittaukset tehdään oikein ja prosessinomaisesti sekä miten tulokset tulee esittää. (Hyvönen 2008.) Myös säännöllinen kehittäminen esimerkiksi sovelluskehityksen kohdalla on tärkeää. Selvitetään, mikä on tämän hetkinen tilanne, mikä on tavoite jatkossa, miten tavoite saavutetaan ja miten kehitys olisi jatkuvaa. (Hyvönen 2009a.)

Jatkuvan palvelun parantamisen prosessissa kuuluu määritellä mitattavat arvot ja se mitä voidaan mitata, kerätä tietoja, käsitellä dataa, analysoida tietoja, esitellä ja käyttää tietoja sekä tehdä korjaavia toimia. Palvelun mittaamiseen liittyen täytyy kehittää palvelunmittauksen rakennetta, määritellä mitä mitataan, asettaa tavoitteet, luoda mittausrakenteen verkko, tulkita ja käyttää mittareita sekä luoda tuloksista materiaalia ja raportteja. Raportoinnin osalta tärkeää on raportointiperiaatteiden ja sääntöjen määrittäminen, aineiston koostaminen, kielenkäännökset ja soveltaminen sekä julkaiseminen. Tärkeimmät asiakirjat liittyen jatkuvaan palvelun parantamiseen ovat parantamispoliittikka ja -suunnitelmat, yritys- ja it-visio, missio, tavoitteet ja päämäärä, kriittiset menestystekijät, suorituskyvyn mittarit, palveluntason tavoitteet, tasapuolinen tuloskortti, SWOT-analyysi, palvelun parantamissuunnitelmat, kaupallinen tapaus, raportointikäytännöt ja säännöt sekä raportit. (ITIL Training Zone 2018.)

Hyvösen (2009b) mukaan vain ITIL:n avulla IT-alan yritykset saavat käyttöönsä hyödyllisiä ja tärkeitä työkaluja käytännön työhön. Mittauksen ja laadun osalta löytyy myös muita työkaluja. Palveluiden selkeään kuvaamiseenkin ITIL:stä on apua, jos palveluita ei ole tarpeeksi ymmärrettävästi selitetty.

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

5.1 Tutkimuksen kohde

Toimeksiantajana oli päijäthämäläinen IT-alan yritys. Yrityksen liikevaihto oli vuonna 2017 yli 22 miljoonaa euroa. Henkilöstöä oli samana vuonna yli 180 henkilöä, joista reilusti yli puolet olivat naisia.

Keväällä 2018 opinnäytetyölle löytyi aihe IT-alan yrityksestä, jossa opinnäytetyön tekijänä suoritin tietojenkäsittelyn tradenomin opintoihin kuuluvan 5 kuukauden pituisen työharjoittelun. Aiheeksi muodostui asiakastyytyväisyystutkimus. Tutkimuksessa tarkastellaan yrityksen servicedesk-palveluiden asiakkaiden tyytyväisyyttä. Servicedeskin työntekijöillä on käytössään monia sähköisiä kanavia ja ohjelmia, jotka nopeuttavat ja helpottavat asiakaspalvelutyötä.

Tiketöintijärjestelmässä työntekijät käsittelevät asiakkaiden palvelupyynnöitä, jotka ovat tulleet joko asiakkaalta itseltään sähköpostitse tai itsepalveluportaalin kautta, tai sitten servicedeskin työntekijä on luonut palvelupyynnön asiakkaan soiton perusteella. Palvelupyynnöitä käsitellään ja pyritään saamaan asiaan ratkaisu mahdollisimman pian. Asiakasta tiedotetaan tilanteen mukaan, kun asia etenee tai kun asia ratkaistaan. Asiakkaalle tiedottaminen voi tapahtua joko sähköpostitse järjestelmän kautta tai puhelimitse. Järjestelmä lähettää myös saadun ratkaisun sähköpostitse asiakkaalle. Palvelupyynnöitä pystyy siirtämään järjestelmässä helposti tukiryhmältä toiselle, jos ongelma vaatii muiden asiantuntijoiden toimia. Järjestelmästä löytyy myös ohjelmien asennuksiin ja työasemiin liittyviä tietoja ja ohjeita, jotka ovat hyödyksi ongelmien ratkaisemisessa. Tikettijärjestelmä on tärkeä työkalu servicedeskin työntekijöille, koska suuri osa asiakkaiden palvelupyynnöistä tulee järjestelmän kautta.

Yrityksessä on käytössä puhelinvaihte. Kun asiakkaat soittavat servicedeskin palvelunumeroon, puhelinvaihte ohjaa puhelut asiantuntijoille. Asiakas pystyy vaihteen kautta jättämään soittopyynnön, jolloin asiantuntija soittaa hänelle takaisin mahdollisimman pian. Puhelinvaihte on myös tärkeä työkalu servicedeskin työntekijöille, koska asiakkailta tulleista palvelupyynnöistä suuri määrä tulee myös puhelimitse.

Sähköposti on myös yksi tärkeistä työkaluista koko yrityksen työntekijöille. Sen avulla voidaan viestiä kenelle tahansa. Yleisimmin sähköpostia lähetetään joko toiselle yrityksen sisäiselle tai ulkoiselle työntekijälle tai sitten asiakkaalle. Aikaisemmin mainitut palvelupyynnötkin voivat tulla sähköpostitse asiakkailta.

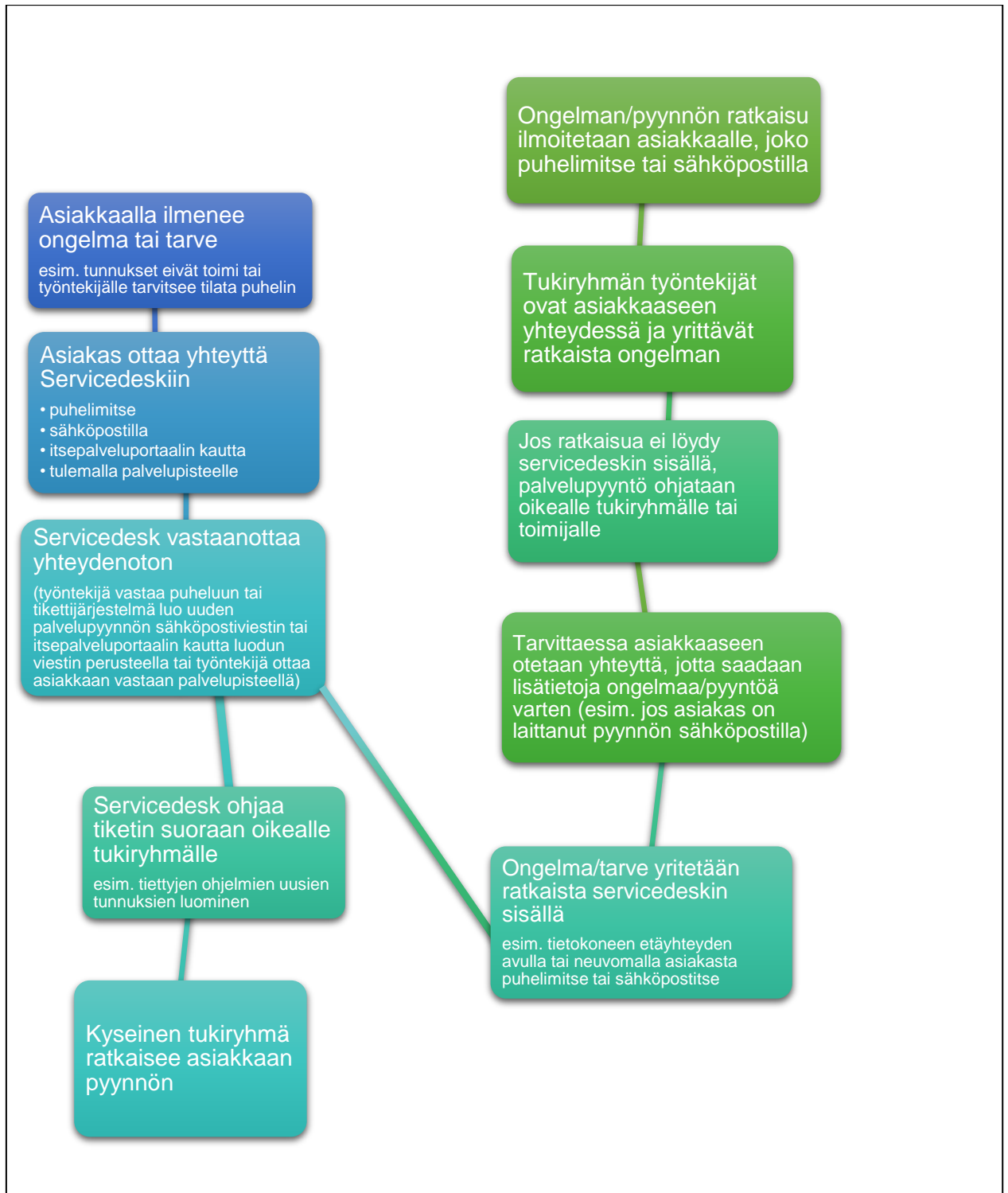
Pikaviestintäohjelma on käytössä ja sillä voidaan viestiä toisille työntekijöille. Erityisesti kii-reellisemmät asiat ja henkilökunnan sisäiset asiat on useimmiten välitetty pikaviestien avulla. Ohjelman avulla pystyy myös käymään videokeskusteluja ja pitämään kokouksia internetin välityksellä.

Käyttäjähakemistosta löytyvät asiakkaiden käyttäjätiedot. Sinne pystytään luomaan uusia käyttäjiä tai voidaan muokata jo olemassa olevia käyttäjätietoja. Hakemistossa pääsee esimerkiksi vaihtamaan kirjautumiseen tarvittavia salasanoja, muuttamaan käyttäjän oi-keuksia yksittäisiin tiedostoihin tai lisäämään sähköpostiosoitteita. Kyseinen ohjelma on paljon käytössä servicedeskissä. Asiakkaat joko puhelimitse tai sähköpostilla pyytävät useimmiten uutta salasanaa tunnukselleen, kun eivät pääse kirjautumaan tietokoneelle. Tunnuspyyntöjä tulee myös esimiehiltä paljon, kun uusille työntekijöille tarvitsee luoda tun-nuksia.

Etäyhteysohjelma helpottaa asiakkaiden tietokoneongelmien tutkimista. Ohjelman avulla asiakkaan koneeseen pystytään ottamaan etäyhteys, jolloin asiakkaan tietokoneen työ-pöytä näkyy asiantuntijan tietokoneen näytöllä. Etäyhteyden tarvitaan toimiva langallinen internetyhteys.

Yksi työntekijöiden työkaluista on muistikirjasovellus, josta löytyy tarvittavia yhteystietoja, ohjeita ongelmienkorjauksiin ja henkilökunnan sisäisiä asioita. Sovellukseen henkilökunta pystyy helposti lisäämään tiedostoja esimerkiksi tiedotettavista asioista tai ratkaisutietoja ajankohtaisiin ongelmiin.

Kuviossa 3 näkyy asiakkaan näkökulmasta eri vaiheet servicedeskissä. Ensimmäisenä asiakkaalla ilmenee jonkinlainen ongelma tai tarve, johon tarvitsee yrityksen palveluita. Asiakas voi esimerkiksi tarvita uuden puhelimen tai hänellä voi olla erilaisia ongelmia tie-tokoneen kanssa. Asiakas tai hänen esimiehensä, riippuen asiasta, ottaa yhteyttä yrityk-sen servicedeskiin. Servicedeskin työntekijät vastaanottavat ongelman tai palvelupyynnön tiedot joko sähköpostilla tai puhelimitse. Jos servicedeskin työntekijä ei itse pysty autta-maan asiakasta, hän ohjaa tiedot oikealle tukiryhmälle tikettijärjestelmän kautta. Eri tuki-ryhmiä löytyy noin 50 ja jokaisella on oma vastuualueensa. Tukiryhmä, joka on saanut tie-dot ongelmasta tai tarpeesta, hoitaa asiaa tyylinsä mukaan ja on tarvittaessa yhteydessä asiakkaaseen. Ratkaisun löydyttyä asiakkaaseen ollaan yhteydessä ja kerrotaan tarvitta-vat tiedot, joilla ongelma ratkeaa tai on ratkaistu. Asiakkaan polku riippuu hyvin paljon hä-nen ongelmastaan tai tarpeestaan. Pienissä ongelmissa servicedeskin apu riittää, ja isom-missa ongelmissa voi tarvita muiden tukiryhmien apua.



Kuvio 4. Asiakaspolku

5.2 Tutkimuksen luotettavuus ja haasteet

Tutkimuksien luotettavuutta voidaan kasvattaa eri asioilla tutkimuksen edetessä. Tutkimusongelma täytyy rajata selkeästi. Perusjoukko, tutkimussuunnitelma ja kyselylomake tulee tehdä hyvin ja täsmällisesti. Otantamenetelmää tulisi pohtia tarkasti. Tärkeää olisi, että tutkimuksen otos olisi mahdollisimman suuri ja kattava niin kuin vastausprosenttikin. Tiedonkeruumenetelmä kannattaa miettiä tarkkaan, että sen avulla saadaan sopivasti dataa. Raporttikin tulisi luoda tarkkaan ja huolella. (Heikkilä 2014, 14.)

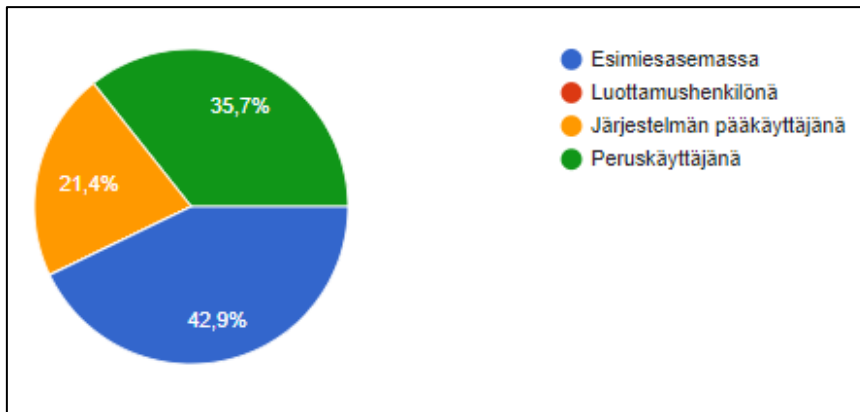
Opinnäytetyön tutkimuksen yksi haasteista oli suppea vastausprosentti. Tämä vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin ja vähentää luotettavuutta. Avoimissa kommentteissa vastaajat kertoivat kuitenkin laajemmin tyytyväisyydestään.

Asiat, joita kyselytutkimuksen toteutuksessa olisi voinut parantaa kasvattaakseen vastaajien määrää, olivat esimerkiksi vastausajan pituus ja kyselyn vastaanottajat. Kysely oli avoimena kuukauden ajan, ja ajankohtana oli vuoden 2018 huhtikuu. Mitä pidempi vastausaika on, niin sitä todennäköisemmin kertyy enemmän vastaajia. Myös pyhäpäivät ja työntekijöiden vuosilomat ovat voineet vaikuttaa vastaamisinnostukseen. Kysely lähetettiin sähköpostitse esimiehille, joita pyydettiin sitten välittämään kysely alaisilleen. Kyselystä tiedotettiin myös sisäisellä verkkosivulla. Jos kyselyn olisi lähettänyt suoraan työntekijöille itselleen sähköpostitse, olisivatko he vastanneet kyselyyn paremmin. Kyselyä olisi voinut myös mainostaa etukäteen ennen kyselyn avautumista.

5.3 Tutkimuksen tulokset

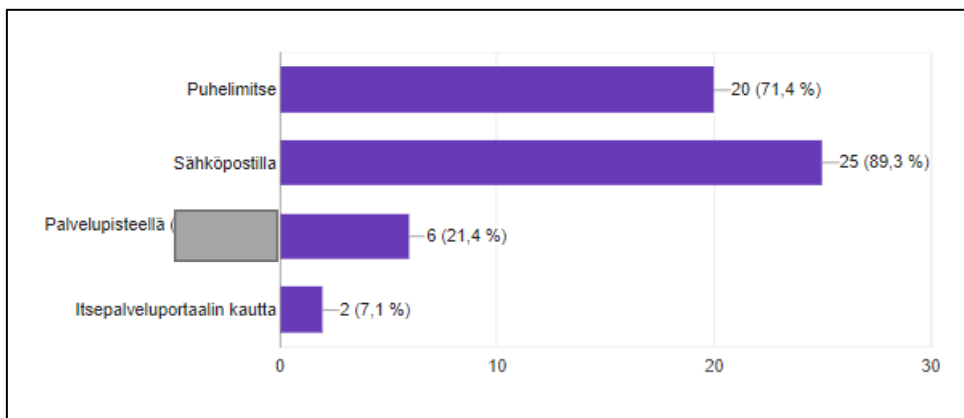
Opinnäytetyön pohjaksi luotuun asiakastyytyväisyyskyselyyn tuli 1 kuukauden aikana yhteensä 28 vastausta toimeksiantajayrityksen asiakkailta.

Kyselyn aluksi selvitettiin yritys, jossa vastaaja työskenteli. Kysyttiin myös hänen vastuuyksikkönsä ja asemansa työpaikalla (kuva 5). Vastaajia oli yhteensä 8 eri toimijalta, jotka tarjoavat esimerkiksi siivous-, kiinteistöväily- ja vedenjakelupalveluita. Vastaajia oli 9 eri vastuuyksiköstä. Vastaajista lähes puolet, eli 12 henkilöä, toimi esimiesasemassa, 10 peruskäyttäjänä ja 6 järjestelmän pääkäyttäjänä. Vastaajien joukossa ei ollut yhtään luottamushenkilöä.



Kuva 5. Vastaajien asema työpaikalla

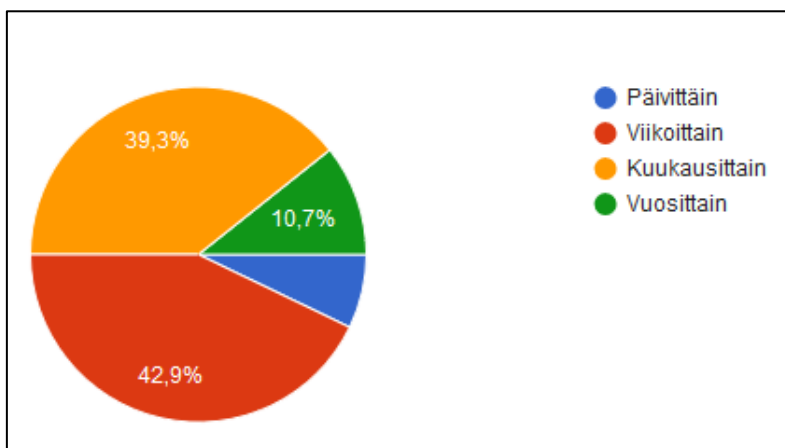
Vastaajien aseman selvittäminen oli tarpeellista, koska erilaisessa asemassa olevat työntekijät tarvitsevat servicedeskin palveluita liittyen eri asioihin ja sen takia myös joko harvemmin tai useammin. Peruskäyttäjällä ja järjestelmän pääkäyttäjällä esimerkiksi on aivan erilainen tietämys tietyistä ohjelmista, joten todennäköisesti peruskäyttäjät ovat useammin yhteydessä servicedeskiin kuin järjestelmän pääkäyttäjät.



Kuva 6. Vastaukset yhteydenotto-kanavista

Yrityksen servicedeskiin voi olla monella eri tavalla yhteydessä. Yhteydenotto-kanavista suosituin oli vastausten perusteella sähköposti (kuva 6). Reilusti yli puolet vastaajista (71,4 %) ovat olleet myös puhelimitse yhteydessä servicedeskiin. Noin joka neljäs (21,4 %) ilmoitti käyttävänsä yrityksen palvelupisteitä ja vain noin 7 % käyttivät internetin kautta toimivaa itsepalveluportaalia. Vastaajista 21 valitsi useamman kuin yhden yhteydenotto-tavan (liite4).

Kun selvitetään yhteydenottokanavien suosio, voidaan tarvittaessa esimerkiksi lisätä tai poistaa yhteydenottokanavia. Niitä voidaan myös kehittää asiakkaiden palautteet huomi-
oon ottaen, jos niistä löytyy puutteita.

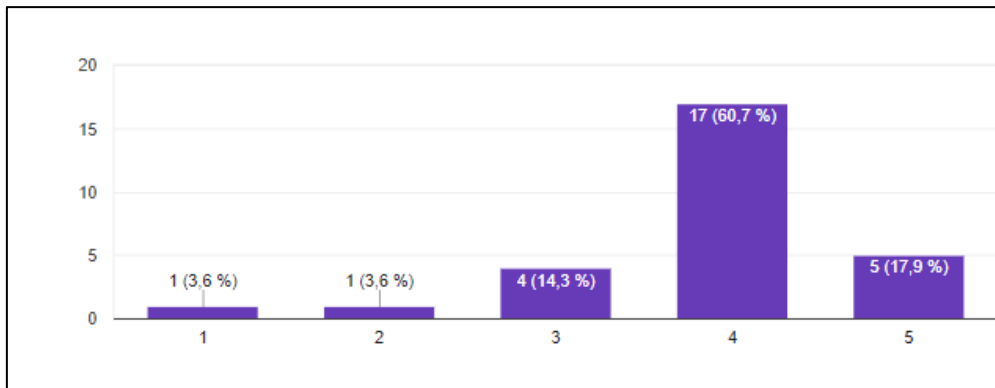


Kuva 7. Palveluiden käyttötiheys

Kysymykseen ”Kuinka usein käytät servicedeskin palveluita?” tuli eniten vastauksia kohtiin viikoittain ja kuukausittain (kuva 7). Vain muutama käyttää palveluita vuosittain tai päivittäin. Alle puolet (42,9%) vastaajista ilmoittivat käyttävänsä palveluita viikoittain ja alle 40 % vastaajista käyttivät palveluita kuukausittain. Vuosittain palveluita käyttäviä oli noin kymmenes (10 %) ja joka päiväisiä palvelunkäyttäjiä oli noin 7 %.

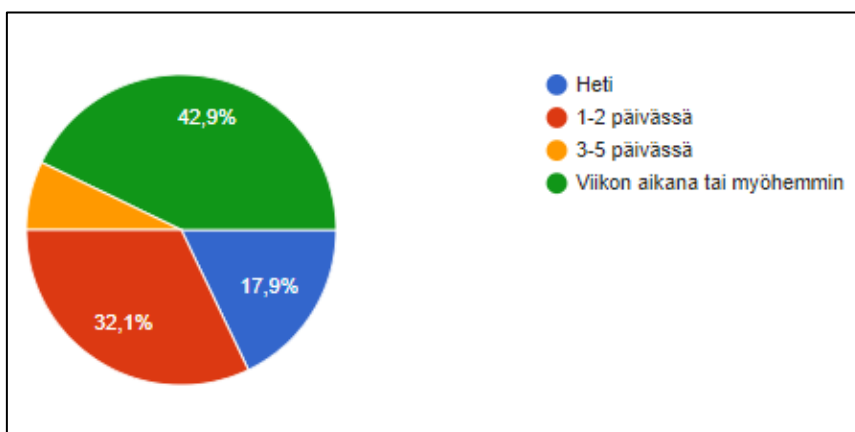
Käyttötiheyden perusteella voidaan pohtia mahdollisia ongelmakohtia. Voisiko esimerkiksi laitteissa tai järjestelmissä olla jatkuvasti häiriöitä, jos suurin osa asiakkaista käyttäisi palveluita päivittäin. Esimiehien osalta esimerkiksi tunnuksien luomispyynnöt voivat olla kuukausittain hoidettavia asioita, jos yrityksiin tulee uusia työntekijöitä säännöllisesti.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-5 (1 erittäin huonosti, 5 erittäin hyvin) sitä, kuinka hyvin he tietävät, missä asioissa yrityksen servicedeskiin voi olla yhteydessä (kuva 8). Vastaajat olivat melko tietoisia tästä asiasta.



Kuva 8. Asiakkaiden tietämys asioista, joista olla yhteydessä servicedeskiin

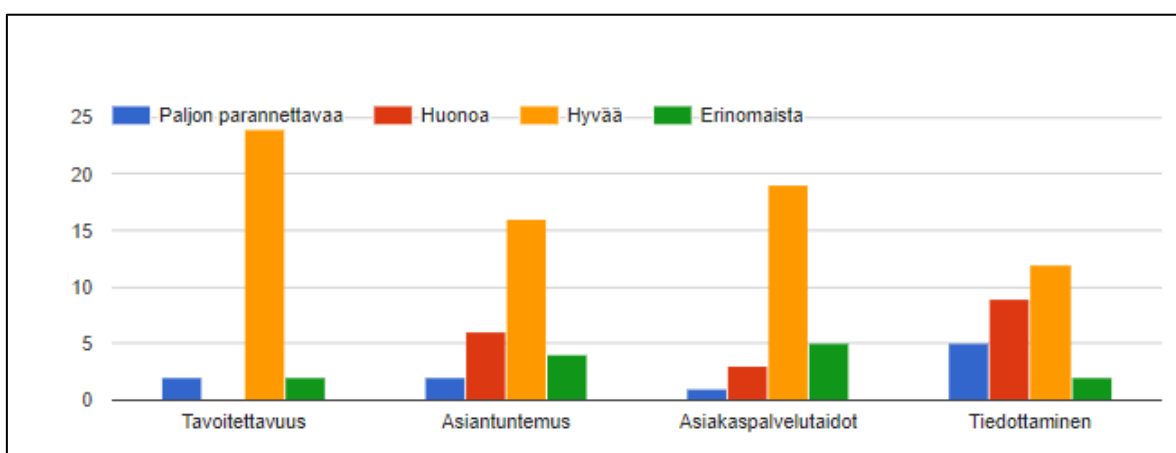
Eniten vastauksia tuli asteikolla 1-5 kohtaan 4 eli toiseksi korkein arvio. Vastaajista 5 (17,9 %) valitsi arvion 5 eli he tietävät mielestään erityisen hyvin asioista, joissa pyytävät apua tai neuvoja servicedeskin kautta. Kysymykseen liittyvissä avoimissa kommentteissa asiasta sanottiin esimerkiksi näin: *Tiimi on selvillä, mutta joskus on epäselvyyttä henkilöstä. Henkilömuutoksista ei ole aina tietoa., En tiedä tarkasti kuka hoitaa mitä hoitaa ja Välillä on vaikea tietää, johtuuko esim. ohjelman toimimattomuus itse ohjelmasta vai yhteysongelmistä. Käyttäisin mieluummin itsepalveluportaalia, mutta sinne ei yleensä pääse (yhteysongelma).* Avoimissa kommentteissa mainittiin myös oikeita aiheita, joihin liittyen saa apua servicedeskistä. Aiheita olivat verkkoympäristö, käyttöoikeudet, tietokone- ja työpuhelinongelmat, kirjautuminen ja sähköpostin asennus. Kaikki kysymykseen liittyvät avoimet kommentit löytyvät liitteestä 5.



Kuva 9. Vastaukset ongelmien ratkaisuaajasta

Kun asiakkaalla tulee ongelma tai tarve, hän ottaa yhteyttä servicedeskiin valitsemallaan tavalla. Ratkaisuaajalla tarkoitetaan aikaväliä, joka alkaa päivänä, jona asiakas ottaa yhteyttä servicedeskiin ja loppuu siihen päivään, kun ongelma ratkaistaan. Ongelmien ratkaisuaajan keskiarvoksi määrittyi vastausten perusteella viikko tai enemmän (kuva 9). Suurin osa vastaajista (42,9 %) oli odottanut ongelmaan ratkaisua viikon verran tai vielä kauemmin. Vastaajista 5 oli saanut ratkaisun ongelmaansa yleensä heti, 9 heistä oli saanut ratkaisun 1-2 päivän sisällä ja kahdella (7,1 %) ratkaisuun oli mennyt 3-5 päivää. Ongelmien ratkaisuaikaa kommentoitiin avoimissa kommenteissa esimerkiksi seuraavilla tavoilla: *Välillä heti, mutta on mennyt myös useampi kuukausi joissain tapauksissa, Ratkaisun nopeus riippuu ongelmasta. Helpot ongelmat nopeasti, laajemmat tosi hitaasti, jos koskaan. ja Jos soittaa, saa heti ratkaisun. Sähköpostilla vie pidemmän aikaa..* Muissa kommenteissa mainitaan esimerkiksi se, että joitain ongelmia ei saatu ratkaistua ollenkaan tai ei ole tietoa ratkaisuajasta, kun ei kukaan ole ilmoittanut onko asia hoidettu vai ei. Ratkaisuaika tosiaan riippuu hyvin paljon ongelman laajuudesta. Toisissa ongelmissa ratkaisu on kestänyt pidempään, jopa monta kuukautta, kun taas toiset ongelmat ratkaistaan hyvin nopeasti. Pitkään ratkaisua odottaneet eivät olleet palveluun tyytyväisiä, mutta ne, jotka olivat saaneet nopeasti apua ongelmaan, olivat kehuneet palvelun nopeutta. Loput avoimista kommenteista löytyvät liitteestä 6.

Vastaajilta haluttiin selvittää yrityksen servicedeskissä saadun palvelun laatua (kuva 10). Laatua arvioitiin neljän eri palvelun osalta; tavoitettavuus, asiantuntemus, asiakaspalvelutaidot ja tiedottaminen.



Kuva 10. Palvelun laadun vastaukset

Servicedeskin tavoitettavuuteen asiakkaat olivat tyytyväisiä. Vain 2 vastaajista oli sitä mieltä, että tavoitettavuuden osalta täytyy tehdä parannuksia. Asiakkaiden tyytyväisyys asiantuntemukseen oli sekä positiivista että negatiivista. Suurin osa eli 20 vastaajista oli tyytyväisiä työntekijöiden asiantuntemukseen. Vastaajista 8 eivät olleet tyytyväisiä eli olivat sitä mieltä, että se on huonoa tai että siinä on parannettavaa. Asiakaspalvelutaitoihin olivat melkein kaikki tyytyväisiä. 24 vastasi, että taidot ovat hyvät tai erinomaiset. 4 oli sitä mieltä, että taidot ovat huonot tai että niissä on parannettavaa. Tiedottamisen osalta 14 vastaajaa eivät olleet tyytyväisiä. He vastasivat tiedottamisen olevan huonoa tai että siinä on paljon parannettavaa. Toiset 14 vastaajaa olivat tyytyväisiä tiedottamiseen. He olivat vastanneet sen olevan joko hyvää tai erinomaista.

Palvelun laatua arvioitiin lisäksi avoimilla kommentteilla, esimerkiksi näin: *Laatukysymykseen ei asteikko anna oikeaa vastausta. Kaikkiin kohtiin käy välillä hyvää välillä huonoa. Riippuu tilanteesta. Asiantuntijoita ei tahdo löytyä. ja Palvelun laatu vaihtelee hyvin paljon riippuen siitä kenen kanssa asioi.* Muissa kommentteissa on mainittu esimerkiksi asiakaspalvelun olleen monesti tyyliä ja välinpitämätöntä, pyyntöjä on pompoteltu edes takaisin ja kirjalliset ohjeet ovat olleet huonoja. Vaikka palveluihin vaaditaankin parannusta, kommentteissa myös kiitettiin erityisesti puhelimesta toimivia asiakaspalvelijoita, servicedeskin muuta henkilökuntaa ja yleisesti saatua asiakaspalvelua, kuten: *Ystävällistä ja asiantuntevaa palvelua!* ja *Asiat on aina ratkenneet, joten koen laadun olevan hyvää.* Liitteessä 7 näkyvät loput kommentit.

Yleistä palautetta vastaajat saivat antaa Ruusuja & risuja -osiossa. Niin hyvää kuin huonoakin palautetta tuli. Osion kommenttien perusteella parannettavaa olisi palvelunopeudessa, asiakaspalveluasenteissa ja tietoliikenneasioissa. Palvelua kuitenkin myös keuhuttiin ystävälliseksi, ja työntekijät saavat kiitosta hyvin tehdystä työstä. Kaikki osion kommentit löytyvät liitteestä 8.

Saaduista kommentteista muutamia

- *Palvelu on ystävällistä.*
- *Tietoliikenteen kanssa on ollut paljon ongelmia syksyn ja kevään aikana. Ohjelmat eivät toimi ja joihinkin kysymyksiin vastaamiset ovat venyneet.*
- *jos laitetaan sähköpostia esim. miksi sähköpostit ei toimi olisi kiva saada siitä tieto, miten asia on hoidettu/ niin jos ne kuuluu tänne laittaa. Jokin tukilista mistä asioista mihin voi ottaa yhteyttä uusia työntekijöitä tulee, niin olisi helpompi opastaa heitä ja itsekin tietäisi miten toimia*

5.4 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Opinnäytetyön tutkimusongelmana oli se, kuinka servicedeskin palveluita voisi kehittää. Asiakastytyväisyyskyselyllä haluttiin selvittää myös asiakkaiden tyytyväisyys servicedesk palveluiden osalta. Kehitysehdotukset on laadittu tutkimuksen tuloksien perusteella.

Ongelmien ratkaisuajan suhteen suurin osa monivalintakysymykseen vastanneista oli odottanut ratkaisua viikon verran tai vielä pidempään. Avoimien kommenttien perusteella ratkaisuaika riippuu ongelmasta, mutta vastaajien mielestä asioiden ratkomisessa on mennyt kuitenkin yleensä liian pitkän aikaa. Toiset kommentoivat, että joitain ongelmia ei ole saatu ratkaistua ollenkaan. Tämän perusteella voidaan todeta, että asiakkaat eivät ole tyytyväisiä ratkaisuaikoihin. Ongelmien ratkaisuajat tulisi saada ainakin jonkinlaiseen tasapainoon, ettei asiakkaiden nopeammin ratkaistavat pyynnöt jäisi liian pitkäksi aikaa odottamaan. Tästä oli esimerkiksi avoin kommentti, jossa kerrottiin, että joskus käyttöoikeuksien myöntämisessä on kestänyt pitkän aikaa vaikka useimmiten se hoituu nopeammin. Ratkaisuaikojen osalta tulisi myös pohtia keinoja, joilla saataisiin nopeutettua ratkaisujen tekoa.

Ratkaisuaikoihin liittyvissä kommentteissa mainittiin myös se, että aina ei tiedä onko asioita hoidettu vai ei, kun kukaan ei ilmoita asian etenemisestä. Tästä voidaan päätellä, että tiedottaminen oli palveluiden osalta se, jossa vastaajien mielestä on eniten parannettavaa. Asiaa kommentoitiin esimerkiksi niin, että tiedottaminen on onnetonta. Asiakas olisi hyvä pitää ajan tasalla siitä, missä vaiheessa hänen ongelmansa on, tarvitseeko ongelmasta mahdollisesti lisätietoja vai onko asian käsittelyaika vain ongelman laajuuden takia pitkä. Usein asiakas tahtoo tietää tilanteen, vaikka asian käsittelyssä menisikin vielä pidemmän aikaa. Myös yleisistä ongelmista tulee tiedottaa kaikkia asiakkaita mahdollisimman nopeasti, jotta esimerkiksi puhelinpalvelut eivät täytyisi epätietoisista asiakkaista.

Asiakaspalvelun työntekijöiden osalta eniten kehittämistä oli tuloksien mukaan asiantuntevuudessa. Työntekijöiden osaamisen kehittämiseksi voisi järjestää koulutuksia tai pieniä infoja työyhteisössä esimerkiksi palaverin muodossa. Jokainen työntekijä voi tietysti näiden lisäksi olla itse aktiivinen ja kehittää omaa osaamistaan työhön liittyvissä asioissa.

Jos pohditaan ongelmien juurisyitä, niin niitä voi olla monia erilaisia. Pitkien ratkaisuaikojen takana voi olla henkilövajausta, jos asiakkaiden pyyntöjä tulee paljon eikä ole tarpeeksi henkilökuntaa käsittelemässä niitä. Tässä voisi auttaa työvoiman lisääminen. Asiakkaiden vähäiset it-taidot voivat myös kerätä pyyntöjä servicedeskiin. Jos jokin ongelma olisi korjattavissa pienellä ja yksinkertaisella toiminnolla, asiakkaat eivät välttämättä osaa

sitä ja ohjaavat siksi pyynnön servicedeskin asiantuntijoille. Tässä voisi auttaa asiakkaiden pienimuotoiset koulutukset, joissa käytäisiin perusasiat esimerkiksi tietokoneen, puhelimen ja tulostimen käytössä. Jokaisella työpaikalla on luultavasti jonkinlainen it-asiantuntija, mutta yksi henkilö ei riitä auttamaan koko työyhteisöä.

Toimeksiantajan aikaisempien tutkimusten perusteella kehittämisen kohteisiin kuului hinta-laatusuhde, joka voi tässäkin tutkimuksessa olla negatiiviselle palautteelle osasy. Jos asiakkaat odottavat tietynlaista palvelua siihen hintaan, jota heiltä pyydetään, voi olla asiakkaita, jotka eivät pidä hinta-laatusuhdetta sopivana. Tässä voisi auttaa laadun parantaminen tai sitten hintojen muutokset mahdollisuuksien mukaan.

Palvelupyyntöjen käsittelyn kestäessä pitkään tai tiedottamisen ollessa heikkoa, asiakkaan tyytyväisyyttä voidaan yrittää parantaa hoitamalla asiat kuitenkin loppuun asti. Tarkennetaan asiakkaalle myös syitä, miksi käsittely kesti pitkään tai miksi tiedottaminen oli vähäistä. Tarvittaessa pahoittelut ja lopulta ratkaisun saaminen voi saada asiakkaan kuitenkin tyytyväiseksi käsittelyn kestosta huolimatta. Lopussa asian hoitaminen erityisen hyvin voi olla mieleenpainuva asia, jolloin asiakkaalle jää hyvä mieli palvelusta.

Asiakastyytyväisyystutkimus on helppo tapa selvittää yrityksen palveluiden tilanne asiakkaiden näkökulmasta. Tämän vuoksi tutkimus kannattaa suorittaa esimerkiksi vuosittain tai silloin, jos palveluiden osalta tulee isoja muutoksia. Tutkimuksen avulla saadaan selville, ovatko palvelut kehittyneet parempaan vai huonompaan suuntaan esimerkiksi muutoksen jälkeen. Tutkimuksella voidaan myös tiedustella, kuinka palveluita voisi parantaa.

Toimeksiantaja on aikaisemmin käyttänyt useimmiten asiakaskyselyä selvittääkseen asiakastyytyväisyyttä. Asiakasmäärän ollessa suuri, kysely on varmasti helpoin tapa saada mielipiteitä asiakkailta. Tyytyväisyyden selvittämiseksi voidaan käyttää myös haastatteluita. Esimerkiksi jos asiakas asioi palvelupisteellä, häneltä voi tiedustella joko suullisesti tai kirjallisesti käyntiin tai kaikkiin palveluihin liittyen mielipiteitä. Joillain yrityksillä on käytössään palautelaitteita, joihin asiakas yrityksestä poistuessaan antaa palautteensa valitsemalla sopivan hymynaaman näytöltä. Näytön avulla saa kuitenkin vain pienen osan asiakkaiden tyytyväisyydestä, mutta sen voisi ottaa käyttöön asiakaskyselyn lisäksi. Laitteeseen voi tietysti vaihtaa kysymystä säännöllisesti, jotta saadaan selville eri asioiden tyytyväisyyttä.

6 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa asiakastytyväisyystutkimus toimeksiantajayrityksessä. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakastytyväisyyttä ja kehitysehdotuksia servicedesk-palveluille. Tutkimusongelmana oli se, kuinka palveluita voisi kehittää.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään kolmea eri aihetta; asiakaspalvelua, asiakastytyväisyyttä ja servicedeskiä. Aiheita käsiteltiin asiakkaan ja työntekijän näkökulmasta.

Opinnäytetyön tutkimuksellinen osuus koostuu tutkimuksen toteutuksesta ja tutkimuksen tuloksista. Tutkimusmenetelmä on kvantitatiivinen. Aineistoa kerättiin asiakastytyväisyyskyselyllä, joka toteutettiin internet-pohjaisella Google Forms-ohjelmalla. Aineistoa kerättiin keväällä 2018. Asiakastytyväisyyskysely lähetettiin yrityksen asiakkaille huhtikuun alussa. Asiakkailta oli kuukausi aikaa vastata kyselyyn, jonka jälkeen vastaukset koottiin yhteen ja aloitettiin niiden analysointi.

Asiakastytyväisyyskyselyn tuloksien perusteella yrityksen servicedeskin palveluissa löytyi kehitettävää esimerkiksi ratkaisuaian ja tiedottamisen osalta. Vastaajien mielestä ongelmien ratkaisuun menee tarpeettoman kauan aikaa, mikä vaikuttaa myös heidän työnteoonsa joko hidastaen sitä tai estäen sen. He myös kommentoivat, että tiedottamisessa on parannettavaa, koska aina ei tiedä missä vaiheessa oman ongelman ratkaiseminen on ja kuinka kauan sen ratkaisemiseen mahdollisesti vielä menee. Myös palvelun laadusta oli kommentteja, että esimerkiksi asiakaspalveluasenteissa ja asiantuntemuksessa on parannettavaa. Kehittämisen kohteille on ehdotettu erilaisia tapoja, joiden avulla yrityksen palveluita voisi parantaa. Myös tulevaisuuden asiakastytyväisyystutkimuksien osalta annettiin ehdotuksia toteutukseen.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Flink, K. 2015. Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Helsinki: Edita

Kannisto, P. 2008. Asiakaspalvelu: tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä? Tampere: AMK-kustannus

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos Oy

Marckwort, R. 2011. Ole hyvä asiakaspalvelija vaativissa tilanteissa. Helsinki: Yrityskirjat

Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Tammi

Valli, R. & Aaltola, J. 2015. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Jyväskylä: PS-Kustannus

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? : perustietoa palvelujen markkinoinnista. Helsinki: KY-palvelu

Elektroniset lähteet

Duunitori 2018. Digitalisaatio kasvattaa it-alaa kiihtyvällä vauhdilla. [Viitattu 6.10.2018]. Saatavissa: <https://duunitori.fi/tyoelama/digitalisaatio-kasvattaa-it-alaa/>

Freshservice 2018. What is an IT Service Desk? [Viitattu 2.7.2018]. Saatavissa: <https://freshservice.com/it-service-desk-software>

Heikkilä, T. 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. [Viitattu 22.8.2018]. Saatavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

Hirvonen, S. Matkustajat valitsivat jälleen Finnairin Pohjois-Euroopan parhaaksi lentoyhtiöksi. [Viitattu 22.8.2018]. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10310181>

Hyvönen, T. 2008. Mikä olisi hyvä ITIL-kirja?. [Viitattu 11.10.2018]. Saatavissa: <http://www.itil.fi/2008/12/mik-olisi-hyv-itil-kirja.html>

Hyvönen, T. 2009a. ITIL ja sovelluskehitys. [Viitattu 11.10.2018]. Saatavissa: <http://www.itil.fi/2009/04/itil-ja-sovelluskehitys.html>

Hyvönen, T. 2009b. Miten ITIL auttaa prosessien parantamiseen?. [Viitattu 11.10.2018]. Saatavissa: <http://www.itil.fi/2009/01/miten-itil-auttaa-prosessien.html>

Hyvönen, T. 2009c. Ongelmanhallinta helposti käyttöön – miten?. [Viitattu 11.10.2018]. Saatavissa: <http://www.itil.fi/2009/03/ongelmanhallinta-helposti-kayttoon.html>

Hyvönen, T. 2010. Kaivuri kaivaa ojia. [Viitattu 11.10.2018]. Saatavissa:

<http://www.itil.fi/2010/10/kaivuri-kaivaa-ojia.html>

ITIL Training Zone 2018. ITIL V3 – At A Glance. [Viitattu 11.10.2018]. Saatavissa:

http://ftp.psu.ac.th/pub/itil/ITIL_At_A_Glance.pdf

Itsmf.fi 2018. ITIL ja Parhaat käytännöt. [Viitattu 22.8.2018]. Saatavissa: [https://itsmf.fi/itil-](https://itsmf.fi/itil-parhaat-kaytannot/)

[parhaat-kaytannot/](https://itsmf.fi/itil-parhaat-kaytannot/)

Kolehmainen, A. 2018. IT-ala imee väkeä - tilausten kasvu oli alkuvuonna hurja. [Viitattu

04.10.2018.] Saatavissa: [https://www.tekniikkatalous.fi/tekniikka/ict/it-ala-imee-vakea-ti-](https://www.tekniikkatalous.fi/tekniikka/ict/it-ala-imee-vakea-ti-lauستن-kasvu-oli-alkuvuonna-hurja-6735629)

[lauستن-kasvu-oli-alkuvuonna-hurja-6735629](https://www.tekniikkatalous.fi/tekniikka/ict/it-ala-imee-vakea-ti-lauستن-kasvu-oli-alkuvuonna-hurja-6735629)

Korhonen, S. 2012. Päivä service deskissä. [Viitattu 11.10.2018]. Saatavissa:

<https://www.tivi.fi/Uutiset/2012-05-01/Päivä-service-deskissä-3190750.html>

Laukkanen, S. Miksi asiakastytyväisyys on tärkeää?. [Viitattu 22.8.2018]. Saatavissa:

<https://www.slideserve.com/kimball/miksi-asiakastytyv-isyyys-on-t-rke>

Leväinen, K. Onko asiakastytyväisyys aidosti yksi liiketoimintamittareista?. [Viitattu

08.10.2018]. Saatavissa: [https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/onko-asiakastytyvaisyy-s-](https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/onko-asiakastytyvaisyy-s-aidosti-yksi-liiketoimintamittareistas-i)

[aidosti-yksi-liiketoimintamittareistas-i](https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/onko-asiakastytyvaisyy-s-aidosti-yksi-liiketoimintamittareistas-i)

Niemi, J. 2009. RÖNTGENHOITAJIEN KOKEMUKSIA RÖNTGENHOITAJAOPISKELJOI-DEN OHJAUKSESTA AMMATTITAITOA EDISTÄVÄSSÄ HARJOITTELUSSA [Viitattu

22.8.2018]. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/han-](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/3334/Niemi.Jatta.pdf?sequence=1)

[dle/10024/3334/Niemi.Jatta.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/3334/Niemi.Jatta.pdf?sequence=1)

Niko 2016. 5 ASIAA MARKKINOINNISSA, JOTKA KESTÄVÄT DIGITAALISAATION

MUUTOKSEN. [Viitattu 22.8.2018]. Saatavissa: [https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/5-](https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/5-asiaa-jotka-markkinoinnissa-kestavat-markkinoinnissa-digitaalisaation-muutoksen)

[asiaa-jotka-markkinoinnissa-kestavat-markkinoinnissa-digitaalisaation-muutoksen](https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/5-asiaa-jotka-markkinoinnissa-kestavat-markkinoinnissa-digitaalisaation-muutoksen)

Projant 2018. Mitä tarkoittaa hyvä asiakaspalvelu vuonna 2018?. [Viitattu 22.8.2018]. Saa-

tavissa: <http://projant.fi/mita-tarκοittaa-hyva-asiakaspalvelu-vuonna-2018/>

Rajaniemi, M. 2018. Mitä tarkoittaa hyvä asiakaspalvelu vuonna 2018? [Viitattu 2.7.2018].

Saatavissa: <http://projant.fi/mita-tarκοittaa-hyva-asiakaspalvelu-vuonna-2018/>

Ratna, R. 2011. ITIL v2 Vs. v3 : A Comparison. [Viitattu 15.10.2018]. Saatavissa:

<https://www.experts-exchange.com/articles/6536/ITIL-v2-Vs-v3-A-Comparison.html>

Torkkeli, L. 2016. Niin maailma muuttuu. Entä service deskit?. [Viitattu 22.8.2018]. Saata-

vissa: <http://www.liisatorkkeli.fi/maailma-muuttuu-enta-service-deskit/>

Wakaru. 2018. ITIL. [Viitattu 04.10.2018.] Saatavissa: <https://www.wakaru.fi/itil/>

LIITTEET

Liite1

Sähköpostiviesti asiakkaille

Asiakastytyväisyyskysely, [REDACTED]

Arvoisa vastaanottaja,

Teen asiakastytyväisyyskyselyä osana Tietojenkäsittely-tradenomin tutkintoon sisältyvää opinnäytetyötä. Opinnäytetyöni julkaistaan Theseus-tietokannassa ja tämä kysely on toteutettu yhdessä toimeksiantajani [REDACTED] kanssa.

Toivoisin, että te [REDACTED]-palveluiden asiakkaana vastaisitte kyselyyn osoitteessa:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScOxr9M7wjPcVjl05FtjgZdKKjQhEu-HaoHtAYn0zq-3lqKpYg/viewform?usp=sf_link

Mielipiteesi on meille arvokas, sen avulla pystymme kehittämään yrityksen palveluita. Vastaukset käsitellään anonyymisti eikä niitä yhdistetä vastaajan yhteystietoihin.

Toivoisimme saavamme mahdollisimman runsaasti vastauksia ja avointa palautetta lomakkeella, joten välitähän viestiä omassa organisaatiossasi, kiitos.

Vastaamisaikaa on 6.5.2018 asti.

Kiitos vaivannäöstänne!

Minna Paavilainen

Liite2

Asiakastyytyväisyyskysely

1. Yritys / Toimiala
2. Vastuuyksikkö
3. Toimin:
 - Esimiesasemassa
 - Luottamushenkilönä
 - Järjestelmän pääkäyttäjänä
 - Peruskäyttäjänä
4. Miten olet yleensä yhteydessä Servicedeskiin?
 - Puhelimitse
 - Sähköpostilla
 - Palvelupisteellä
 - Itsepalveluportaalin kautta
5. Kuinka usein käytät servicedeskin palveluita?
 - Päivittäin
 - Viikoittain
 - Kuukausittain
 - Vuosittain
6. Tiedätkö missä asioissa otat yhteyttä [REDACTED] Servicedeskiin?
 - (Tarvitsen tarkennusta - Tiedän tarkalleen) 1-5
7. Tiedätkö missä asioissa otat yhteyttä [REDACTED] Servicedeskiin? (Vapaa kommentti –kenttä)
8. Kuinka nopeasti ongelmasi on yleensä ratkaistu?
 - Heti
 - 1-2 päivässä
 - 3-5 päivässä
 - Viikon aikana tai myöhemmin
9. Kuinka nopeasti ongelmasi on yleensä ratkaistu? (Vapaa kommentti –kenttä)
10. Arvioi palvelun laatua (paljon parannettavaa, huonoa, hyvää, erinomaista)
 - Tavoitettavuus
 - Asiantuntemus
 - Asiakaspalvelutaidot
 - Tiedottaminen
11. Arvioi palvelun laatua
 - Vapaa kommentti
12. Ruusuja ja risuja / muuta palautetta
13. Haluan, että minuun otetaan yhteyttä (nimi, puhelinnumero)

Liite3

Muistutusviesti asiakkaille

Hei,

Lähetimme Teille jokin aika sitten kyselyn kartoittaaksemme asiakkaidemme tyytyväisyyttä [REDACTED] palveluihin.

Jos ette vielä ole ehtineet vastata kyselyyn, toivomme, että vastaisitte siihen mahdollisimman pian. Mikäli olette jo vastanneet siihen, kiitämme vastauksestanne ja toivotamme Teille mukavaa syksyn jatkoa!

Toivoisimme teidän myös välittävän kyselyä eteenpäin organisaatiossanne. Jokainen palaute on meille arvokas, sillä näin voitte auttaa meitä kehittämään palveluitamme. Kysely on lyhyt, joten vastaamiseen kuuluu vain muutama minuutti.

[Kyselyyn >>](#)

Pyydämme ystävällisesti vastaamaan kyselyyn viimeistään 06.05.2018.

Kiitos!

Ystävällisin terveisin

Minna Paavilainen

Liite4

Kysymyksen 4 vastaukset

Miten olet yleensä yhteydessä Servicedeskiin?
Puhelimitse
Puhelimitse, Itsepalveluportaalin kautta
Puhelimitse, Palvelupisteellä
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla
Puhelimitse, Sähköpostilla, Palvelupisteellä
Puhelimitse, Sähköpostilla, Palvelupisteellä
Puhelimitse, Sähköpostilla, Palvelupisteellä
Puhelimitse, Sähköpostilla, Palvelupisteellä
Sähköpostilla
Sähköpostilla
Sähköpostilla
Sähköpostilla
Sähköpostilla
Sähköpostilla
Sähköpostilla, Itsepalveluportaalin kautta
Sähköpostilla, Palvelupisteellä

Liite5

Kysymyksen 6 avoimet kommentit

Tiedätkö missä asioissa otat yhteyttä [REDACTED] Servicedeskiin? - vapaa kommentti

- Tiimi on selvillä, mutta joskus on epäselvyyttä henkilöstä. Henkilömuutoksista ei ole aina tietoa.
- Verkkoympäristö, käyttöoikeudet
- Ongelmia työtietokoneiden tai -puhelimien kanssa; kirjautuminen, sähköpostin asennus.
- Välillä on vaikea tietää, johtuuko esim. ohjelman toimimattomuus itse ohjelmasta vai yhteysongelmista. Käyttäisin mieluummin itsepalveluportaalia, mutta sinne ei yleensä pääse (yhteysongelma).
- En tiedä tarkasti kuka hoitaa mitä hoitaa

Liite6

Kysymyksen 8 avoimet kommentit

Kuinka nopeasti ongelmasi on yleensä ratkaistu? - vapaa kommentti

- "Ns. tavanomaisissa ongelmatilanteissa (esim. selaimen lisäys) palvelu on toiminut vikkellästi. Kassajärjestelmiin liittyvissä ongelmissa asiat ovat olleet ilmeisesti vaikeampia. Ensin niistä on lähettänyt viestiä ServiceDeskiin meidän oma atk-yhteyshenkilö. Kun mitään ei ole tapahtunut, minä olen laittanut niistä viestiä sekä ServiceDeskiin että vielä yhteyshenkilöllemme. Asiat ovat luvattoman usein jääneet 'vaiheeseen', emmekä ole saaneet varsinaista kuittausta, että homma hoidettu. Oma lukunsa on meille toimitettujen uusien koneiden (ensimmäiset syyspuolella 2017 ja loput vuodenvaihteen jälkeen) ongelmat. Etäkäyttö on poikkeuksetta ollut mahdotonta ja tämän sotkun selvittäminen on ollut harmittavan hidasta. Tällä hetkellä uskoisin, että lähes kaikki koneet toimivat ok."
- Joissain tapauksissa ongelman ratkaisuun on mennyt viikkoja tai jopa kuukausi
- Välillä heti, mutta on mennyt myös useampi kuukausi joissa tapauksissa
- Ongelman ratkaisusta/siihen menevästä ajasta on aina tiedotettu hyvin, en ole kiinnittänyt huomiota ratkaisuaikaan.
- Ongelmasta riippuen vaihtelee suuresti. Perus -tyyppisissä (läppäri huonosti telakassa, ohjelmien asennus yms.) ongelmissa asia ratkeaa nopeasti. Tietoliikenne - yhteyksiä ja etenkin dna -mobiilidataverkon toimimattomuus ihmetyttää edelleen. Servicedesk on katsonut asiaa 2 kertaa ja ongelma on ratkaistu sillä hetkellä, mutta edelleen aikan kyseistä systeemiä käytettäessä tulee ongelmaa.
- Jotkut asiat ratkeavat nopeasti, toiset todella hitaasti, jotkut eivät oikeastaan ollenkaan.
- ei aina ole tietoa, kun sieltä ei tule vastausta onko hoidettu vai ei
- Jos soittaa, saa heti ratkaisun. Sähköpostilla vie pidemmän aikaa.

- Riippuu asiasta, koneisiin liittyvissä kestänyt monta viikkoa - kuukautta ja pyyntöjä jouduttu laittamaan uudestaan ja uudestaan. Puhelimeen liittyvissä ongelmat hoituneet heti, kiitos :)
- Ratkaisun nopeus riippuu ongelmasta. Helpot ongelmat nopeasti, laajemmat tosi hitaasti, jos koskaan.
- Osa ratkaisuista kestää kuukausia, osa parissa päivässä
- Ongelmien ratkaisut kestävät pahimmillaan useita viikkoja. Tällä hetkellä tekemieni, vielä ratkaisemattomien tikettien iät ovat 2, 16, 25, 32 ja 67 päivää
- Viime aikoina palvelu on ollut hitaanpuoleista
- Jotkut asiat ratkeavat nopeasti, jotkut asiat kestävät luvattoman kauan.
- Usein menee montakin viikkoa.
- Jatkuvat yhteysongelmat haittaavat olennaisesti työn tekemistä ja tulevat kalliiksi. Osittain saatu kuntoon.
- Ongelmien ratkaisuun menee todella pitkiä aikoja ja niitä pompotellaan henkilöltä toiselle, joissakin tilanteissa useillekin henkilöille
- Osaa ei saatu ratkaistua ollenkaan, sovelluksien suhteen ongelmia. Ei aukene, ei saa tehtyä töitä kun ei kaikki toimi.

Liite7

Kysymyksen 10 avoimet kommentit

Arvioi palvelun laatua - vapaa kommentti

- Laatu heittelee. Toiset ovat asiantuntijoita, toiset harjoittelijoita.
- Vikoja "arvailaan" ja koitetaan arvata, millä muutoksella asiat saisi kuntoon. Välillä tlee tunne, että asiakasta ei oteta tosissaan. Joskus vasteajat yksinkertaisille asioille kuten esim. käyttöoikeuksien myöntämiselle ovat kohtuuttomat.
- Riippuu niin paljon henkilöstä, osa on vetelyksiä, jänkyttäviä, eivät kuuntele, ymmärrä lukemaansa tms. Jotkut erittäin asiantuntevia ja ystävällisiä ja auttavaisella asenteella toimivia.
- Laatu kysymyksiin ei yllä oleva asteikko anna oikeaa vastausta. Kaikkiin kohtiin käy välillä hyvää välillä huonoa. Riippuu tilanteesta. Asiantuntijoita ei tahdo löytyä.
- Ystävällistä ja asiantuntevaa palvelua!
- Asiat on aina ratkenneet, joten koen laadun olevan hyvää.
- palvelu on aina ollut hyvää ja asiallista mutta kirjalliset ohjeet eivät ole täydellisiä
- Kohdallani pääasiassa hyvää
- Palvelunopeudessa on paljon parannettavaa.
- Palvelun laatu vaihtelee hyvin paljon riippuen siitä kenen kanssa asioi
- Henkilön yleensä tavoittaa helposti, mutta apua asioihin ei saa. Monessa tilanteessa asiakaspalvelu on ollut hyvin tylyä ja välinpitämätöntä. Apua ei saa heti vaan aina asia siirretään toiselle henkilölle. Joskus puhelimeen vastaavalla henkilöllä ei tunnu olevan tietoa edes kenelle pyynnön siirtäisi eikä hän itsekkään osaa auttaa. Sähköpostipyynnöjäkin pompotellaan usein edes takaisin ja asian hoito venyy viikkojenkin mittaiseksi.

- Vastuunotto asiakkaan ongelmista heikkoa, ei osata asettua asiakkaan asemaan, asiakkaan toiminta on sidoksissa tietotekniikkaan ja sitä ei todellisuudessa ymmärretä, luvataan joka kerta, että nyt toimii ja kuitenkin lähes joka kerta lopputulos on sama: ei toimi
- Yhteysongelmien korjaamiseen meni yli puoli vuotta. Pala kerrallaan korjattu, kokonaisvaltainen asian ydin ei hoidossa. Ystävälliset, ylikuormitetut asiakaspalvelijat etulinjassa ottamassa vastaan kaiken negatiivisen palautteen, silti jaksavat edes kohtuudella olla asiakaspalveluhenkisiä (siitä heille kiitos). Kaupunkitasoinen tiedottaminen onnetonta, [REDACTED] vedotaan vain siihen, että näin on kaupunki päättänyt ja he tekevät vain työtään. Missä yhden luukun palvelumalli?
- [REDACTED] tapahtuva toiminta on asiantuntevaa

Liite8

Kysymyksen 12 avoimet kommentit

Ruusuja & risuja / muuta palautetta

- Palvelu on ystävällistä.
- Tietoliikenteen kanssa on ollut paljon ongelmia syksyn ja kevään aikana. Ohjelmat eivät toimi ja joihinkin kysymyksiin vastaamiset ovat venyneet
- CPU-kassajärjestelmän osalta toivottavaa yhden luukun periaate eli asiakkaana voisimme ottaa kaikissa kassoihin liittyvissä ongelmatilanteissa/uusien kassojen perustamisasioissa yhteen henkilöön.
- jos laitetaan sähköpostia esim. miksi sähköpostit ei toimi olisi kiva saada siitä tieto, miten asia on hoidettu/ niin jos ne kuuluu tänne laittaa. Jokin tukilista mistä asioista mihin voi ottaa yhteyttä uusia työntekijöitä tulee, niin olisi helpompi opastaa heitä ja itsekin tietäisi miten toimia
- Palvelunopeudessa on paljon parannettavaa.
- Kiitokset [REDACTED] ja [REDACTED] hyvästä tavoitettavuudesta ja asiantuntemuksesta
- Asiakaspalveluasennetta pitäisi parantaa huomattavasti! Työpyyntöjen käsittelyyn pitää myös panostaa. Tällä hetkellä yksinkertaisetkin työpyynnöt saattavat kestää viikon tai pidempään ennen kuin ne saadaan edes osittain hoidettua.
- "Yhteistyö [REDACTED] sisällä on huonoa ja se heijastuu asiakkaalle kyvyttömyytenä tuottaa laadukasta palvelua.
- Toivottavasti tämän kyselyn tulokset ja erityisesti kehitysehdotukset sekä niistä tehtävät konkreettiset toimenpiteet julkistetaan esim. [REDACTED] tai [REDACTED] [REDACTED] www-sivuilla."
- Taisi tulla jo yllä. Ei voi kovin hyvää arvosanaa antaa.
- Ongelmia ohjelmistojen kanssa, tiedon siirtojen kanssa.....