



# Itsepalvelulähtöselvityksen asiakaskokemuksen kehittäminen

Kaisa Ropponen

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Itsepalvelulähtöselvityksen asiakaskokemuksen kehittäminen

Kaisa Ropponen  
Matkailu- ja palveluliiketoiminnan  
koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Toukokuu, 2019

Ropponen, Kaisa

### Itsepalvelulähtöselvityksen asiakaskokemuksen kehittäminen

Vuosi 2019 Sivumäärä 33

---

Opinnäytetyön tarkoituksena on edistää tulevaisuuden itsepalvelulähtöselvityksen sujuvuutta asiakkaan näkökulmasta. Työn tavoitteena oli antaa toimeksiantajalle kehitysehdotuksia itsepalvelulähtöselvityksen asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Aihe saatiin toimeksiantona maa-huolintayhtiö Airpro Oy:ltä. Työssä tutkittiin halpalentoyhtiö Norwegianin matkustajia itsepalvelulähtöselvityksessä.

Opinnäytetyön tietoperusta käsittelee palvelun piirteitä. Siinä kerrotaan mitä palvelu on, mil-laista on itsepalvelu, mitä tarkoittaa asiakaskokemus ja kuinka palvelun laatua mitataan. Tie-toperustassa on myös avattu palvelupolkuja ja sen käytettävyyttä.

Opinnäytetyön tutkimuksellinen osuus toteutettiin havainnoinnin sekä sähköisen kyselyn avulla. Havainnointi suoritettiin tammikuussa 2019, jonka tulosten perusteella laadittiin kyse-lyän kysymykset. Havainnointi toteutettiin tarkkailevana havainnointina, jossa keskityttiin len-toyhtiön matkustajien toimintaan itsepalvelulähtöselvityksautomaateilla ja niiden läheisyy-dessä. Kysely tehtiin Airrossa työskenteleville lähtöselvitysvirkailijoille. Tutkimusmenetel-mistä ilmeni kehityskohteita koskien matkustajien ohjeistamista lähtöselvitysohjelmaa käy-tettäessä ja lentoasemalla.

Keskeisimmät tulokset kohdistuivat sidosryhmien, eli omistaja Finavian ja lentoyhtiö asiakas Norwegianin, tuottamiin palveluihin; matkustajille suunnatut ohjeet lentoasemalla, lähtösel-vityksautomaatti sekä lähtöselvitysohjelma. Tutkimukset osoittivat, että itsepalvelulähtöselvi-tyksen ohjeistuksen täytyy olla matkustajille helposti ymmärrettävä, jotta matkustajat selviä-vät siitä itsenäisesti. Itsepalvelulähtöselvityksen sujuvuutta voidaan tulevaisuudessa parantaa ohjeita lisäävällä ja sanavalintoja muuttamalla niin automaattissa kuin yleisesti lentoasemalla-kin.

Kehitysehdotuksia hyödyntämällä voidaan matkustajien kokemusta itsepalvelulähtöselvityk-sestä parantaa. Asiakas on kuitenkin tällaisenkin palvelun keskiössä, joten sen asiakaskoke-mukseen on kiinnitettävä huomiota alalla, joka on menossa yhä enemmän automatisoituun ja itsenäisempään suuntaan. Vaikka työn kriittiset pisteet liittyvät vahvasti sidosryhmien tuotta-miin palveluihin, voidaan niitä muuttamalla edesauttaa tulevaisuuden matkustajavirtojen hal-lintaa ja kasvua, kun toiminta on matkustajien näkökulmasta sujuvaa.

Asiasanat: asiakaskokemus, itsepalvelu, palvelun laatu, palvelupolku

Ropponen, Kaisa

### Developing Customer Orientation in Self-Service Check-In

| Year | 2019 | Pages | 33 |
|------|------|-------|----|
|------|------|-------|----|

---

The objective of the thesis was to develop customer orientation in self-service check-in. The objective was commissioned by ground handling company Airpro. The purpose was to promote the fluency of the future self-service check-in process from the passengers' point of view. The outcome of the thesis is development proposals for the commissioner. The research was conducted with low-cost airline Norwegians passengers at the self-service check-in at the Helsinki-Vantaa airport. Based on the results it turned out that the passenger instructions at the airport and the clarity of the self-service check-in were the biggest challenges.

The theoretical framework gives an explanation of service in general and its features; what is self-service, how is customer experience described and how service quality can be measured. Customer journey and its usability are also covered in the theoretical section of the thesis.

The development proposals were given based on the results received from the conducted research. The research methods employed were observation and electronic survey. The first research method used was observation and it was performed in January 2019. It focused on the airline passengers' actions at the self-service check-in kiosks and around them. The electronic survey and its questions were composed on the basis of the observations results. The survey was answered by Airpro's check-in agents. Passenger instructions at the self-service check-in kiosks and at the airport in general were the development areas that arose from the results of the research methods.

The results relate to services provided by the main stakeholders, the owner, Finavia, and the airline customer Norwegian. The services include passenger instructions at the airport, self-service check-in kiosks and the check-in software. The instructions must be easy to understand for the passengers because the whole idea of the self-service check-in is based on the passengers' ability to do it by themselves. By changing chosen words and adding more instructions to the airport and to the kiosks would make the whole process more fluent in the future.

Exploiting the development proposals for the self-service check-in will improve the customer experience. The passenger is at the center of a service of this nature. Aviation as a field is facing even more automatization and self-service oriented services, so customer experience must be taken into consideration. Although the development proposals of the thesis are strongly associated with services provided by stakeholders, changing them will contribute to the growing number of passengers when the operations are fluent from the passengers' point of view.

Keywords: Customer Experience, Self-Service, Service Journey, Service Quality

## Sisällys

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | Johdanto.....                                  | 6  |
| 2     | Airpro toimeksiantajana .....                  | 7  |
| 3     | Palvelun ominaisuudet .....                    | 8  |
| 3.1   | Aineeton palvelu.....                          | 8  |
| 3.2   | Itsepalvelu .....                              | 9  |
| 3.3   | Palvelun laatu.....                            | 10 |
| 3.4   | Palvelupolku.....                              | 11 |
| 3.5   | Asiakaskokemus.....                            | 12 |
| 4     | Itsepalvelulähtöselvityksen kehittäminen ..... | 13 |
| 4.1   | Itsepalvelulähtöselvityksen lähtötilanne ..... | 13 |
| 4.2   | Havainnointi .....                             | 15 |
| 4.2.1 | Havainnoinnin teoriaa.....                     | 15 |
| 4.2.2 | Havainnoinnin toteutus.....                    | 16 |
| 4.2.3 | Havainnoinnin tulokset .....                   | 16 |
| 4.3   | Kysely.....                                    | 18 |
| 4.3.1 | Kyselyn teoriaa.....                           | 18 |
| 4.3.2 | Kyselyn toteutus .....                         | 20 |
| 4.3.3 | Tulokset .....                                 | 21 |
| 4.4   | Kehitysehdotukset.....                         | 22 |
| 5     | Johtopäätökset.....                            | 24 |
|       | Lähteet .....                                  | 26 |
|       | Kuvio.....                                     | 29 |
|       | Liitteet .....                                 | 30 |

## 1 Johdanto

Opinnäytetyö saatiin Airprolta toimeksiantona. Toimeksiantona oli kehittää itsepalvelulähtöselvityksen asiakaskokemusta. Itsepalvelu on viime vuosien aikana yleistynyt lentomatkuksessa. Syitä tälle ilmiölle on muun muassa vähemmän jonottamista matkustajille, matkustajamäärän kasvun mahdollistaminen sekä vähemmän kustannuksia maahuolintayhtiöille. (Unisys 2013.) Itsepalvelun on koettu jopa syrjäyttävän totuttua asiakkaan ja asiakaspalvelijan välistä palvelua. Palveluiden automatisoinnilla yritykset säästävät henkilöstökustannuksissa, mutta sen vaikutus asiakastyytyvyyteen herättää kysymyksiä. (Larjovaara 2014, 29.) Opinnäytetyön tutkittava aihe on rajattu koskemaan yhden Airpron asiakas lentoyhtiön itsepalvelulähtöselvitystoimintaa.

Opinnäytetyön tavoitteena oli antaa toimeksiantajalle kehitysehdotuksia itsepalvelulähtöselvityksen asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Niiden avulla toimeksiantaja voi tehdä ratkaisuja edistääkseen itsepalvelulähtöselvityksen lähestyttävyyttä sekä helppokäyttöisyyttä asiakkaan näkökulmasta. Työn tarkoituksena on tehdä itsepalvelulähtöselvityksestä tulvaisuudessa sujuvampi.

Tietoperusta koostuu palvelun ominaisuuksista. Tietoperustassa avataan tarkemmin, mitä palvelu tarkoittaa, millaista on itsepalvelu ja miten palvelun laadukkuutta voidaan seurata. Tietoperustaan on avattu myös palvelupolun määritelmää ja sen käytettävyyttä. Viimeisenä tietoperustassa käsitellään asiakaskokemusta. Opinnäytetyön aiheeseen liittyy asiakaskokemus.

Opinnäytetyössä käytettiin kahta tutkimusmenetelmää työn tavoitteen saavuttamiseksi. Nämä menetelmät olivat havainnointi sekä kysely. Havainnoinnin avulla saatiin itsepalvelulähtöselvityksen palvelupolusta kokonaiskuva. Kyselyn avulla syvennyttiin aiheeseen tarkemmin ja saatiin selville työntekijöiden näkemyksiä itsepalvelulähtöselvityksen sujuvuudesta.

Raportissa esitellään ensimmäisenä opinnäytetyön toimeksiantaja, jossa selvitetään toimialaa ja toimeksiantajaa yleisesti sekä sen toimintaa. Yritysesittelyn jälkeen syvennyttiin palvelun ominaisuuksiin. Siinä tuodaan esille tietoperustan muodostamat käsitteet; palvelun piirteet, itsepalvelu, palvelun laatu, palvelupolku sekä asiakaskokemus. Neljäs pääluke käsittelee itsepalvelulähtöselvityksen kehittämistä, jossa esitellään tilannetta tammi-helmikuussa 2019, tutkimusmenetelmät ja niillä saadut tulokset sekä varsinaiset kehitysehdotukset toimeksiantajalle. Viimeisessä pääluvussa tuodaan esille opinnäytetyön johtopäätökset.

## 2 Airpro toimeksiantajana

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Airpro, joka toimii Helsinki-Vantaan lentoasemalla sekä 16:ssa muualla kunnissa olevilla lentoasemilla. Yritys tuottaa lentoasemilla eri lentoyhtiöiden maahuolintapalveluita, joita ovat muun muassa lähtöselvitys, porttitoiminta, turvatarkastus sekä matkatavaroiden käsittely. Airpro tuottaa myös Pohjoismaihin cabin crew eli matkustamohenkilökuntapalveluita. Yritys on perustettu vuonna 1994. (Airpro 2018.)

Airpron tavoitteena on olla Suomen johtava lentoasematoimintoja tuottava yritys. Yrityksen visiona on olla edelläkävijä ilmailualalla moniosaavien ammattilaisten avulla, jotka luovat sujuvan matkakokemuksen. Yrityksen palveluksessa työskentelee arviolta 1 600 työntekijää. Yrityksen tytäryhtiö, RTG Ground Handling Oy, työllistää näistä 1 600:sta 400 ammattilaista. (Airpro 2018.)

Airpron yhtiömuoto on osakeyhtiö. Vuonna 2017 Airpron liikevaihto oli 59 144 000€, mikä on noin 5 000 000€ enemmän edellisvuoteen verrattuna. Airpron toimiala on ilmaliikennettä palveleva toiminta. Toimialan kuvaus pitää sisällään maaselvitys- ja huolintapalvelujen tuottamisen lentoasemilla. (Kauppalehti, 2018.) Yritys on osa Finavia-konsernia, eli tytäryhtiö Airpro tukee Finavian ydinliiketoimintaa (Finavia 2019a). Airpro on saanut tunnustusta jatkuvasta halustaan kehittyä. Kehitys näkyy vahvasti Airpron toiminnassa; he kehittävät toimintaansa jatkuvasti turvallisuus-, laatu- sekä palvelunäkökulmasta. (Airpro 2018.)

Yrityksellä on yli sata yritysasiakasta (Airpro 2018). Suurin ja merkittävin lentoyhtiö asiakas Helsinki-Vantaan lentoasemalla on halpalentoyhtiö Norwegian. Yhteistyö Airpron ja Norwegianin välillä aloitettiin jo vuonna 2011, mutta silloin sopimus koski ainoastaan osaa Norwegianin Suomessa liikennöivää lentoasemaa. Sopimusta on sen jälkeen laajennettu, jonka vuoksi Norwegianin merkittävyys Airpron asiakkaana on kasvanut. Sopimuksen myötä Airpro on saanut kattaa kaikki Norwegianin Suomessa liikennöivät lentoasemat. (Lentoposti 2015a; Lentoposti 2015b.)

Molemmat, omistaja Finavia sekä lentoyhtiö asiakas Norwegian, ovat Airpron sidosryhmiä. Airpro työskentelee molempien sidosryhmien tuottamien palveluiden kanssa. Näitä palveluja ovat muun muassa lähtöselvitysautomaatit sekä lähtöselvitysohjelma. Sidosryhmien tuottamat palvelut mahdollistavat itsepalvelulähtöselvityksen Helsinki-Vantaan lentoasemalla.

### 3 Palvelun ominaisuudet

Tässä luvussa käsitellään palvelua sekä siihen liittyviä piirteitä. Itsepalvelua kehittäessä on tärkeää selvittää palvelun merkitystä sekä siihen liittyvää tyytyväisyyttä ja kokemuksia. Tämän luvun tarkoituksena on tarkastella, miten nämä piirteet esiintyvät itsepalvelussa ja mitä ne tarkoittavat.

#### 3.1 Aineeton palvelu

Palvelu on asiakaspalvelijan ja asiakkaan välinen tapahtuma. Asiakaspalvelija täyttää asiakkaan tarpeet tuotteella, jota asiakaspalvelijan edustama yritys tarjoaa. Palvelulla on tietyt piirteet, jotka ovat havaittavissa lähes poikkeuksetta jokaisessa palvelutapahtumassa. Näitä piirteitä ovat palvelun aineettomuus, kokemuksen henkilökohtaisuus, toiminnallisuus, asiakkaan osallistavuus sekä samanaikainen tuottaminen ja kuluttaminen. (Eräsalo 2011, 12-13.) Grönroos (2009, 76-77) on taas sitä mieltä, että palveluun ei aina välttämättä liity vuorovaikutusta palveluntarjoajan kanssa. Grönroos (2009, 76-77) selvittää palvelun merkitystä ”Palvelu on jotain, mitä voi ostaa ja myydä, mutta ei voi pudottaa varpailleen”. Hänen mukaansa palvelulla on monia eri merkityksiä; on niin sanottuja ”näkymättömiä palveluita”, palveluita, jotka sisältävät tuotteen sekä palveluita, joita palveluntarjoajat tarjoavat. (Grönroos 2009, 76-77.) Tuulaniemen (2011, 59) mukaan palvelussa on neljä oleellista piirrettä, jotka toistuvat, vaikka miten palvelua kuvattaisiin. Hänen mukaansa nämä ominaisuudet ovat asiakkaan ongelman ratkaisu, prosessimuotoisuus, vuorovaikutus sekä koettavuus, mutta mahdoton omistaa. Palvelun voi hänen mielestään määritellä monella eri tapaa; kaikissa määritelmissä on yhtäläisyyksiä, mutta jokainen eroaa toisistaan jollain tavalla. Palvelun määrittelyä on varmasti yhtä monta, kuin palvelun määrittelijöitäkin on.

Nyky-yhteiskunta on siirtynyt fyysisten tuotteiden sijaan kuluttamaan palveluita. Asiakkaat ovat alkaneet tarvitsemaan elämäänsä ratkaisuja helpottaakseen arkea. Tällaiset ratkaisut ilmenevät usein palveluina. Palveluilla on monia positiivisia ominaisuuksia verrattuna fyysisiin tuotteisiin; palvelut kuluttavat vähemmän energiaa, luo uusia mahdollisuuksia kasvuun sekä liiketoimintaan. Palvelut mahdollistavat yritykselle enemmän uusia asioita verrattuna pelkän fyysisen tuotteen myyntiin. (Tuulaniemi 2011, 16.) Yritys voi päättää myyvänsä tuotteen sijasta palvelua, vaikka palvelu sisältäisi fyysisen tuotteen. Palvelun yksi edellytyksistä on sen mukauttaminen asiakkaan tarpeiden mukaisiksi. Grönroosin (2009, 76) mukaan monet yritykset, esimerkiksi teollisuusyritykset ovat siirtyneet teollisuusyrityksestä palveluyritykseksi. Tämä tarkoittaa sitä, että yritykset eivät myy enää standardoitua tuotetta, vaan mukauttavat tuotteen ominaisuuksia asiakkaan tarpeiden ja toiveiden mukaan. (Grönroos 2009, 76.)

Yrityksen tarjoamat palvelut voivat olla hyvinkin standardoituja, mutta jokainen yrityksen tuottama palvelu on silti erilainen. Tämä johtuu siitä, että asiakas on eri ja palvelun

tuottajan sekä kuluttajan keskeinen kommunikaatio ja yhteys on täysin eri. Palvelu itsessään voi olla ”täysin sama”, mutta sitä se ei koskaan ole, sillä palveluun vaikuttaa niin palvelun tarjoajan ja kuluttajan välinen vuorovaikutus. Grönroos (2009, 81-82) esittää kirjassaan hyvän esimerkin tällaisesta tilanteesta pankkiautomaatilla. Hän selittää, että vaikka pankin tarjoama palvelu automaatin muodossa on kahdelle eri asiakkaalle täysin sama, on palvelu silti erilainen molemmille; toinen asiakkaista ei ymmärrä pankkiautomaatin ruudulla olevia ohjeita. Tällöin niin sanottu täysin standardoitu palvelu on todellisuudessa aivan eri palvelu. (Grönroos 2009, 81-82.)

### 3.2 Itsepalvelu

Sanotaan, että palvelussa on kyse ihmisten välisestä kanssakäymisestä sekä kohtaamisesta, mutta sitä se ei pelkästään ole (Hannula, Ingberg & Virta 2012, 7). On olemassa itsepalvelua, jonka ideana onkin, että asiakaspalvelijan ja asiakkaan välinen kanssakäyminen jää käymättä. Teknologian jatkuvan kehittymisen ansiosta ihmisten käsitys palvelusta on muuttunut hyvinkin paljon viimeisten vuosien aikana. Ihmiset ovat kiireisempiä, ja halu henkilökohtaisempaan palveluun on suuri. Tämä näkyy siten, että asiakkaat eivät ole enää passiivisia palvelun ”vastaanottajia”, vaan heitä osallistetaan yhä enemmän palvelun kuluttamiseen. (Virtanen 2018, 66.)

Yhä useammat yritykset ovat lisänneet itsepalvelun omaan palveluvalikoimaansa. Itsepalveluautomaatteja löytyy tänä päivänä niin ruokakaupoista, huoltoasemilta kuin lentokentiltäkin. Tutuimpia itsepalvelun muotoja ovat varmastikin pankkiautomaatit sekä huoltoasemilta löytyvä automaattitankkaus. Näiden paikan päällä tapahtuvien itsepalvelutilanteiden lisäksi on tullut myös erilaiset nettikaupat, joiden toiminta perustuu myös itsepalveluun. (Larjovaara 2014, 29.) Itsepalvelu perustuu siihen, että nykyään asiakkaat ostavat sen sijaan, että yritys myy. Toisin sanoen, asiakas päättää milloin hänelle sopii ostaa, jonka vuoksi yritykset ovat mukauttaneet omaa toimintaansa. Ennen sama malli meni toisin päin; asiakas mukautti oman toimintansa yrityksen mukaan. (Löytänä & Korteso 2011, 28.)

Kilpailu monella alalla kiihtyy, jolloin kustannusten tarkkailu lisääntyy. Itsepalvelu on yrityksille myös suuri etu taloudellisesti - jokaista asiakasta kohden yritykselle koituu vähemmän kustannuksia verrattuna perinteiseen asiakaspalveluun. Itsepalvelun vaatima teknologia voi tuoda yrityksille suuria kuluja hankintojen yhteydessä, tällöin kuitenkin henkilökunnan tarve vähenee. Palvelut voidaan automatisoida niin pitkälle, että ainoastaan ongelmatilanteissa tarvitaan henkilökunnan apua. (Lentoposti 2013; Unisys 2013.)

Vaikka kuinka helpolta ja nopealta itsepalvelu voikaan tuntua, ei senkään kanssa aina selvitä ongelmitta. Palveluja ryhmiteltäessä itsepalvelu luokitellaan tekniikkaa korostaviin palveluihin. Tekniikkaa korostavat palvelut nojaavat hyvin pitkälti teknologian mahdollistamiin automatisoituihin järjestelmiin sekä tietotekniikkaan. Vaikka itsepalvelu putoaakin tekniikkaa

korostavan palvelun ryhmään, saattaa siinäkin ongelmatilanteissa korostua henkilökunnan eli inhimillisyyden tarve. Ongelmatilanteita voivat olla muun muassa asiakkaiden erityistarpeet sekä teknologian pettäminen. Näitä tilanteita varten on oltava henkilökuntaa saatavilla, jotta palvelukokemus ei mene pilalle ja asiakkaan tarpeet saadaan täytettyä. Näissä tilanteissa asiakkaat saavat myös kaipaamaansa henkilökohtaisempaa palvelua ja palvelu on usein myös parempaa verrattuna normaaliin asiakaspalvelutilanteeseen. (Grönroos 2009, 84; Lentoposti 2013.)

Kun selaa Airport Technology -verkkosivua hakusanalla ”Self Service”, voi huomata kymmeniä artikkeleita koskien maailman eri lentoasemia ja niiden uusia itsepalvelu teknologioita. Tämä viittaa selkeästi siihen, että lentomatksuudessa itsepalvelun rooli on kasvamassa. (Airport Technology, 2019.) Lentokentillä itsepalvelu näkyy itsepalveluautomaatteina eri palvelupisteiden lisäksi. Automaateilla matkustajat voivat muun muassa lähtöselvittää itsensä lennolle, tulostaa matkalipun ja laukkutarran sekä luovuttaa laukun ruumaan kuljetettavaksi. Näiden avulla lentoaseman pahimpia ruuhkatilanteita voidaan helpottaa sekä sujuvoittaa matkustajan lentomatkaa, jolloin matkustaja pääsee päämääränsä nopeammin. (Amadeus + Skift 2014.) Unisysin mukaan suuri osa matkustajista on tyytyväisiä lentoaseman palveluiden automatisoinnista. Kuitenkin tähän mennessä eniten hyötyä näistä lentoasemalla olevista automaateista on usein matkustaville sekä liikematkustajille. Tällaiset matkustajat minimoivat mielellään lentoasemalla käytettävän ajan. (Lentoposti 2013; Unisys 2013.)

Itsepalvelu alkaa olla jo täysin tätä päivää, eikä itsepalvelua enää voi välttää. Monet asiakkaat kokevat itsepalvelun kaikkena muuna kuin asiakaspalveluna ja valitsevatkin, mikäli mahdollista, asiakaspalvelijalta saatavaa palvelua. Larjovaaran mukaan itsepalvelu on kuitenkin yksi asiakaspalvelun muoto, kun se on asiakkaalle vapaaehtoista. Jotkut asiakkaat kokevat itsepalvelun asiakaspalveluna, ja se miellyttää heitä. Näin on varmasti useammin nuoremmassa asiakaskunnassa. (Larjovaara 2014, 30.)

### 3.3 Palvelun laatu

Palvelun laadun määrittäminen on erityisen haastavaa palveluiden prosessimuotoisuuden ja vaihtelevuuden vuoksi. Kuitenkin yksi piirre voi osoittaa koetun palvelun laadukkuuden; lopputulos palvelusta on hyväksyttävä. Grönroosin (2009, 98-100) mukaan palvelun laatu muodostuu kolmen eri ominaisuuden keskinäisestä suhteesta - palveluntarjoajan palveluajatuksesta, asiakkaalle tarjottavasta palvelusta sekä asiakkaan saamista hyödyistä. Käytännössä laatu on juuri sitä kaikkea, mitä asiakkaat kokevat. (Grönroos 2009, 98-100.) Asiakkaiden odotukset palvelun laadusta sen kuin kasvavat kilpailijoiden tarjotessa toinen toistaan parempia palvelukokemuksia. Myy yritys pelkäänsä palvelua tai fyysistä tuotetta, loppu peleissä palvelu ja sen laatu on se mikä ratkaisee. Asiakkaat odottavat muiltakin kuin palveluyrityksiltä lähes huippulaadukasta palvelua. (Larjovaara 2014, 16.)

Ennen kuin palvelun laatua voidaan mitata, täytyy selvittää palvelun laadun ulottuvuudet. Palvelun laatua selvitettäessä on ensin tarkasteltava, mitä ominaisuuksia palvelussa on. Jos verrataan fyysisen tuotteen ja palvelun laadun arviointia, fyysisestä tuotteesta voidaan suoraan osoittaa ominaisuudet, jotka miellyttävät tai eivät miellytä. Palvelussa haastetta luo nimenomaan taas se, että palvelua ei ole ennen kuin sitä kulutetaan - palvelu ja sen ominaisuudet tuotetaan ja kulutetaan samaan aikaan. Palvelun ulottuvuudet riippuvat palvelun luonteesta. Grönroosin (2009, 117-118) mukaan palveluita löytyy kahden luonteisia; teolliset ja vaihdantapohjaiset sekä satunnaiset ja ennakoimattomat. Hän esittelee kirjassaan esimerkkejä teollisista ja vaihdantapohjaisista palveluista, joihin muun muassa lentoyhtiöiden lähetselvitys kuuluu. Grönroos (2009, 117-118) kertoo kirjassaan tutkimustuloksen eräästä tutkimuksesta, jossa asiakaspalvelijoita pyydettiin listaamaan asiakaskohtaamisista löytyviä palvelun tärkeimpiä ulottuvuuksia. Tutkimuksessa kävi ilmi, että asiakkailta oli verrattain vähemmän odotuksia palvelukohtaamisesta vaihdantapohjaisissa tilanteissa. Asiakkaiden palveluodotukset olivat lähinnä pitäisi- ja voisi-arvoja. Pitäisi- ja voisi-arvot ovat palvelun ulottuvuuksia, jossa pitäisi-arvot mahdollistavat voisi-arvojen toteutumisen. Grönroosin (2009, 121-122) mielestä laadukkaaksi koettu palvelu sisältää seitsemän kriteeriä; ammattimaisuus ja taidot, asenteet ja käyttäytyminen, lähestyttävyyden ja joustavuus, luotettavuus, palvelun normalisointi, palvelumaisema sekä maine ja uskottavuus. Näitä seitsemää kriteeriä noudatettaessa voidaan todeta palvelun laadun olevan teoriassa hyvällä mallilla. (Grönroos 2009, 98-99, 117-118 & 121-122.)

Palvelun laadukkuus ei ole enää edes välttämättä sitä, että asiakkaan kokema palvelu vastaisi hänen odotuksiaan palvelusta, vaan yritykset jatkuvasti ylittävät ylittää nämä odotukset (Larjovaara 2014, 17). Tästä syystä palvelun laadukkuus on suuressa osassa yritysten markkinointia - tiedostavat yritykset sitä tai eivät. Nykyaikana sosiaalisen median ja yleisesti ottaen palveluiden merkitys on kasvanut niin suureen rooliin, että yksikään yritys ei pääse kuin koira veräjältä laaduttomalla palvelulla. (Hannula ym. 2012, 22.) Tuulaniemen (2011, 53) mukaan yritysten on eritoten selvitettävä asiakasrajapinnassa työskenteleville, millaista palvelua brändiltä odotetaan. Hänen mukaansa on tärkeää, että työntekijöille on selvää, millainen brändi on kyseessä. Tällöin asiakaspalvelijoiden on mahdollista markkinoida yritystä oikealla tavalla omalla toiminnallaan ja samalla on helpompaa ylittää asiakkaan odotukset. (Tuulaniemi 2011, 53.) Palvelun laatuun on panostettava, sillä laatu voi olla yrityksen kilpailuetu muihin vastaviin yrityksiin verrattuna (Grönroos 2009, 104).

### 3.4 Palvelupolku

Palvelun prosessimuotoisuuden vuoksi kuluttamisesta syntyy palvelupolku. Palvelun kuluttaminen sijoittuu tietyille aikavälille, jota kutsutaan palvelupoluksi. Sen on tarkoitus kuvata palvelukokonaisuutta, joka koostuu palvelutuokioista ja asiakkaan kokemuksista palvelun jokaisessa kohdassa. (Tuulaniemi 2011, 78.) Yksi palvelu sisältää monta eri palvelutuokiota, sillä palvelu

on prosessi, joka etenee ajan kuluessa. Palvelutuokiot ovat osa palvelupolkua ja palvelupolku taas on asiakkaan näkökulmasta hänen saamansa palvelu. (Koivisto 2011, 49.) Palvelupolku on eri asiakastyyppeiden kokemien palvelupolkujen yhdistelmä. Siihen on kiteytettyä eri asiakastyyppeiden kokemien polkujen tärkeimmät pisteet, jotta asiakkaiden palvelukokemuksiin voidaan vaikuttaa. (Bergström & Leppänen 2016, 423.)

Palvelupolussa on kuvattuna asiakkaan ja asiakaspalvelijan väliset palvelutuokiot, jotka koostuvat monista kontaktipisteistä. Koiviston (2011, 51) mukaan kontaktipisteet voidaan jakaa neljään eri kategoriaan: esineisiin, toimintamalleihin, kanaviin sekä ihmisiin. Kontaktipisteitä voi olla esimerkiksi ravintolanruokalista, tarjoilija, äänimaailma, materiaalit, valot sekä tuokset. Niiden avulla asiakas kokee palvelun kaikilla aisteillaan. Tämän vuoksi yrityksen on tärkeää tietää heidän palvelunsa sisältämät kontaktipisteet, jotta asiakkaiden aistit reagoivat eri ärsykkeisiin. Näitä hyödynnetään, kun pyritään vaikuttamaan asiakkaan toimintaan. Kontaktipisteitä voidaan kuvata kriittisinä pisteinä, juuri niiden vaikutusvallan takia. Eli asiakkaiden mielikuva ja palvelukokemus voi kokea muutoksen johonkin suuntaan näissä pisteissä. (Tuulaniemi 2011, 78-81.) Kontaktipisteitä hyödyntämällä palvelusta voidaan kehittää yrityksen tavoitteiden mukainen. Niiden pitää palvella asiakkaan tarpeita ja tuoda mahdollisimman paljon arvoa, kuitenkin tuomatta liikaa kustannuksia yritykselle. (Koivisto 2011, 53.)

Palvelupolku voidaan rajoittaa tietylle aikavälille tai sitten tehdä polku asiakkaan koko palvelupolusta, jolloin ensimmäinen palvelutuokio on asiakkaan tarve palvelulle (Bergström & Leppänen 2016, 423). Esimerkiksi lähtöselvityksen teko on palvelutuokio ja on osana lentomatkan palvelupolkua (Koivisto 2011, 49). Kun polku kuvaa koko palvelukokonaisuutta, ei polun viimeinen palvelutuokio ole palvelun osto/kuluttaminen, vaan asiakkuus ja yhteinen palvelupolku syntyy yrityksen ja palveluntarjoajan välille vasta siinä kohtaa. (Bergström & Leppänen 2016, 423.) Jos kuitenkin halutaan tarkoituksen mukaisesti kiinnittää ainoastaan tietyn palvelukokemuksen analysointiin, on sitä helpompi tarkkailla rajatun palvelupolun avulla. (Tuulaniemi 2011, 78.)

### 3.5 Asiakaskokemus

Löytänä ja Kortesus (2011, 11) määrittelevät asiakaskokemuksen näin: ”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa”. Tuulaniemi (2011, 74) taas kertoo asiakaskokemuksen havainnoivan asiakkaan kokemusta saamastaan palvelusta. Palvelu pitää tässä kohtaa sisällään koko yrityksen tarjooman, jotka vaikuttavat lopussa asiakaskokemukseen. Hän kertoo yrityksen tarjooman olevan pitää sisällään muun muassa mainonnan ja markkinoinnin, luotettavuuden, kontaktit yritykseen sekä asiakaspalvelun. Yrityksillä on mahdollisuus vaikuttaa asiakaskokemukseen tutkittuaan ensin, missä vaiheessa asiakas kohtaa yrityksen tarjooman, ja millaisia nämä tilanteet ovat. Kun koko tarjooman kohtaaminen on yritykselle selvää, on heidän myös helpompaa suunnitella parempaa asiakaskokemusta.

Tuulaniemen (2011, 74-75) mukaan asiakaskokemus koostuu kolmesta tasosta; toiminta, tunteet ja merkitys. Hän hahmottaa asiakaskokemusta pyramidilla. Pyramidin pohjakerros muodostuu toiminnantasosta ja se pitää sisällään palvelun sujuvuuden, kuinka se vastaa asiakkaan tarpeisiin, saavutettavuuden sekä helppokäyttöisyyden. Tunnetaso on pyramidin keskiosa ja pitää taas sisällään asiakkaan ensireaktiot palvelusta. Pyramidin huipulla on merkitystaso, jossa asiakaskokemuksen merkitys on henkilökohtaisempaa. Asiakaskokemuksesta on saatava jotain, mikä sopii asiakkaan henkilökohtaisiin unelmiin ja auttaa oivaltamaan ja saavuttamaan toivomiaan asioita. (Tuulaniemi 2011, 74-75.) Löytänä ja Kortesus (2011, 43-49) kertovat taas asiakaskokemuksen muodostuvan neljästä psykologisesta näkökulmasta; tukee asiakkaan minäkuvaa, yllättää ja luo elämyksiä, jää mieleen sekä saa asiakkaan haluamaan lisää. Nämä neljä näkökulmaa muodostavat asiakaskokemuksen, ja ne on otettava huomioon johdattaessa asiakaskokemusta. Kun näihin neljään näkökulmaan aidosti halutaan vaikuttaa ja tehdään töitä niiden eteen, tiedetään yrityksen huolehtivan asiakkaista ja heidän asiakaskokemuksistaan.

Asiakaskokemuksen merkitys yritysten välisessä kilpailussa on suuri. Markkinoilla on yhä useampia samanlaisia palveluyrityksiä, jotka myyvät lähes samaa palvelua. Näissä kilpailutilanteissa etuna voi olla yrityksen asiakkaille tarjoama asiakaskokemus. Tämä näkyy varsinkin selvaisilla aloilla, kuten ilmailuala, jossa kaikki lentoyhtiöt myyvät lähes samaa palvelua. Kuitenkin ensimmäisenä ratkaisee lentoyhtiön tarjoama ja sitten hinta. Hinnan merkitys päätöksenteossa on kasvanut, jolloin palvelulla erottumisen merkitys on laskenut ja muodostunut hankalammaksi. (Löytänä & Kortesus 2011, 16-17.)

Onnistuneeseen asiakaskokemukseen vaikuttavia tekijöitä ovat koko yrityksen toiminnot ja osastot. Kun kaikkien sisäisten osastojen toiminta on hoidettu huolellisesti, on asiakasrajapinnassa työskentelevien osastojen helpompaa vaikuttaa asiakaskokemukseen. Tällöin myyjät ja asiakaspalvelijat kykenevät helpommin ylittämään asiakkaan odotukset, kun taustalla olevat tekijät ovat kunnossa. (Löytänä & Kortesus 2011, 14-15.)

#### 4 Itsepalvelulähtöselvityksen kehittäminen

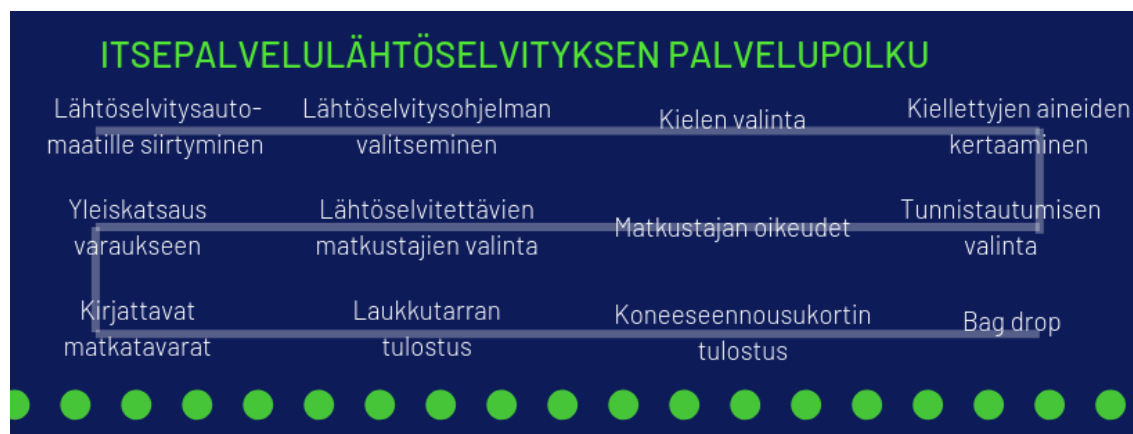
Tässä kappaleessa tarkastellaan Helsinki-Vantaan lentoaseman itsepalvelulähtöselvitysprosessia ja sen asiakaskokemusta. Opinnäytetyön tavoitteena oli antaa toimeksiantajalle kehitysehdotuksia itsepalvelulähtöselvityksen asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Kuvattu tilanne on itsepalvelulähtöselvityksestä tammikuussa 2019. Tarkalleen ottaen tässä tutkitaan halpalentoyhtiö Norwegianin asiakkaiden itsepalvelulähtöselvitys toimintaa. Tätä ollaan tutkittu eri tutkimusmenetelmien avulla, joiden pohjalta on annettu kehitysehdotuksia toimeksiantajalle.

##### 4.1 Itsepalvelulähtöselvityksen lähtötilanne

Tammikuussa 2019 suurimmalla osalla lentoyhtiöistä on oma lähtöselvitysohjelma lähtöselvitysaunomaateilla Helsinki-Vantaan lentoasemalla. Suurimmat lentoyhtiöt ovat halunneet

siirtyä itsepalveluautomaateilla tapahtuvaan lähtöselvitykseen pitkälle kehittyneen teknologian, resurssien sekä nopeuden vuoksi. Helsinki-Vantaan lentoasemalla lentoliikenteen ja -aseman infrastruktuurista pitää huolen lentoasemayhtiö Finavia. Finavia ylläpitää matkustajaterminaaleja Helsinki-Vantaan lentoasemalla, joka pitää sisällään muun muassa itsepalvelu automaattit. (Finavia, 2019b.) Kaikki lentoyhtiöt, jotka ovat lisänneet itsepalvelulähtöselvityksen tarjontaansa, ovat tehneet oman itsepalvelulähtöselvitysohjelman. Itsepalveluohjelmat palvelevat kunkin lentoyhtiön asiakkaita, eli yhtiöiden ohjelmat voivat olla erilaisia. Ohjelmat löytyvät itsepalveluautomateista, jonka avulla matkustajat voivat lähtöselvittää itsensä lennolle.

Norwegian on tehnyt linjauksen, jossa kaikki matkustajat tekevät lähtökohtaisesti lähtöselvityksen automaattilla tai internetissä. On kuitenkin tilanteita, joissa lähtöselvitys on suoritettava tiskillä; matkustajat, joilla on erityisen avun tarvetta, lemmikkejä tai soittimia sekä yksin matkustava alaikäinen. Toimintamalli lähtöselvitystä koskien on esiteltyä Norwegianin omilla verkkosivuilla sekä Finavian verkkosivuilla. (Finavia 2019c; Norwegian 2019.) Lentoasemalla työskentelevät lähtöselvitysvirkailijat auttavat matkustajia tarvittaessa. Kuviossa 1 esitellään Norwegianin itsepalvelulähtöselvityksen palvelupolku tammikuussa 2019.



Kuvio 1: Norwegianin itsepalvelulähtöselvityksen palvelupolku tammikuussa 2019.

Kuviossa 1 on kuvattuna palvelupolku Norwegianin itsepalvelulähtöselvityksessä tammikuussa 2019. Se on kehitetty kertyneen asiakkaiden palvelun ohjaamisen perusteella. Kuviossa 1 esitellyssä palvelupolussa on kuvattuna kaikki vaiheet palvelutuokioina itsepalvelulähtöselvitystä tehtäessä. Norwegianin oma lähtöselvitysohjelma löytyy kaikista lentoasemalla olevista lähtöselvitysautomaateista. Matkustajien on mahdollista tehdä lähtöselvitys Norwegianin lennoille millä automaattilla tahansa. Kuitenkin bag drop eli matkatavara-automaatti mahdollisuus löytyy ainoastaan Norwegianin lähtöselvitystiskeiltä, jotka on muutettu bag drop -tiskeiksi. Tästä syystä Finavia ohjeistaa lentoasemalla olevilla lähtevien lentojen infotaululla matkustajia suuntaamaan Norwegianin omille lähtöselvitystiskeille.

Palvelupolku (kuvio 1) sisältää lukuisia kontaktipisteitä. Niitä ovat tässä tapauksessa muun muassa lähtöselvitysautomaatti, lähtöselvitysvirkailijat, lähtevien lentojen infotaulut sekä lähtöselvitysohjelman kielivaihtoehdot. Näillä kaikilla matkustaja on kontaktissa palveluun, joka määrittelee matkustajan asiakaskokemuksen.

## 4.2 Havainnointi

Havainnointi on valittu tutkimusmenetelmäksi tässä opinnäytetyössä siksi, koska sillä pystytään havainnoimaan matkustajien reaktioita ja kokemuksia lähtöselvitysautomaateilla. Se on työssä ensimmäiseksi käytetty tutkimusmenetelmä, jolloin sillä saadaan kokonaiskuva palvelupolusta sekä asiakkaiden kokemuksista. Tämän kappaleen tarkoituksena on selvittää havainnointia tutkimusmenetelmänä, ja millaisia tuloksia havainnoinnilla on saatu.

### 4.2.1 Havainnoinnin teoriaa

Havainnoinnissa kiinnitetään huomiota ihmisten käyttäytymiseen sekä toimintatapoihin. Havainnointi toimii oivana lisänä muille tutkimusmenetelmille, sillä se luo lisäarvoa muista menetelmistä saatuihin tutkimustuloksiin. Havainnointi on menetelmänä yksi parhaimmista kehittämistöitä tehtäessä. Se mahdollistaa aitojen kokemusten ja hetkien tarkkailua kyseisessä toimintaympäristössä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 114-115.) Havainnoinnin tarkoituksena on selvittää havainnoinnin kohteiden toimintatapoja. Havainnointi tapahtuu luonnollisessa ympäristössä, jonka perusteella ymmärretään paremmin ihmisten toimintaa siellä (Vähämäki & Paalumäki 2011, 102). Vilkan (2015, 143) mukaan havainnoinnilla ei voida vastata kysymykseen ”miksi”. Hänen mielestään havainnoinnilla tuetaan muita tutkimusmenetelmiä ja niiden tuloksia. Hän kuitenkin toteaa muiden menetelmien avulla voitavan vastata ”miksi”-kysymykseen, mutta havainnoinnin tarkoituksena on vain selvittää esimerkiksi toimintamalleja.

Tässä opinnäytetyössä on käytetty tietynlaista havainnoinnin muotoa; ulkopuolista eli tarkkailevaa havainnointia. Tarkkaileva havainnointi soveltuu olosuhteisiin, joissa tilanteet muuttuvat nopeasti ja toiminta on ennakoimatonta. Eritoten, kun tarkkaillaan suurta määrää asiakkaita ja heidän toimintaa, on tarkkaileva havainnointi sopiva tutkimusmenetelmäksi. (Vilka 2006, 43.) Tällaisessa havainnoinnissa nimenomaan keskitytään siihen, mitä havainnoitavat tekevät ja miltä se näyttää (Vilka 2015, 143). Tarkkailevalla havainnoinnilla voidaan selvittää ihmisten suhtautumista ympäristöön. Havainnoijan on selkeämpää tarkkailla ihmisten suhtautumista ympärillä oleviin esineisiin ja ääniin, kun hän ei ole osallisena havainnoinnissa. Tarkkailevalla havainnoinnilla nähdään ihmisten tapa kuluttaa palvelua tai tuotetta. (Vilka 2006, 43.)

Jotta havainnoinnilla saadaan tarvittavaa tutkimusmateriaalia, on havainnoitava kohde määriteltävä mahdollisimman tarkasti etukäteen (Ojasalo ym. 2014, 114). Tarkkailevaa havainnointia tehtäessä on tehtävä selkeä havainnointi suunnitelma. Suunnitelmassa tuodaan ilmi

tarkkailtavat kohteet ja asiat. (Vilka 2006, 43.) Havainnointi suunnitelman on hyvä sisältää tarkka kuvaus havainnoinnin ajankohdasta, kestosta, sekä lista havainnoitavista asioista. Listan ei tarvitse olla lopullinen, vaan sitä voidaan muuttaa havainnoinnin edetessä. (Vähämäki & Paalumäki 2011, 105-106.)

#### 4.2.2 Havainnoinnin toteutus

Tässä tapauksessa havainnointiympäristönä on toiminut Helsinki-Vantaan lentokentän lähtöselvitysalue. Havainnoitavina henkilöinä olivat halpalentoyhtiö Norwegianin matkustajat. Havainnointi suoritettiin torstaina aamupäivällä kahdeksan ja yhdeksän välillä tammikuussa 2019. Havainnointi oli kestoaltaan noin tunnin. Työntekijöiden avustus ei ole kaikille jatkuvasti saatavilla, sillä matkustajia on niin paljon. Tämä auttoi havainnoijaa tarkastelemaan matkustajia siten, että heille ei ole ensimmäisenä vaihtoehtona kysyä työntekijältä avustusta.

Havainnointi toteutettiin tarkkailevana havainnointina. Havainnoija seurasi matkustajien saapumista lentoyhtiön lähtöselvitysalueelle ja heidän toimintaansa automaattilla. Havainnointi tilanteessa pystyttiin todistamaan usean matkustajan kokemuksia itsepalvelulähtöselvityksestä. Havainnoinnin tavoitteena oli löytää itsepalvelulähtöselvityksen palvelupolusta kriittisiä pisteitä.

Havainnointi suunnitelma piti sisällään aikaraamit. Suunnitelmassa ei oltu määriteltynä tarkkaa viikonpäivää, mutta arkipäivänä sen oltiin suunniteltu tapahtuvan. Havainnointialue oli lähtökohtaisesti selkeä, sillä todennäköisesti suurin osa lentoyhtiön matkustajista suorittaa lähtöselvityksen sille suunnitellulla alueella. Havainnointi suunnitelmaan oltiin kirjattu tavoitteeksi noin 50 matkustajan havainnointi. Havainnoinnilla pyrittiin tarkkailemaan mahdollisimman erilaisia matkustajia, jotta havainnoinnin hyödyt olisivat mahdollisimman suuret. Tämä tulisi auttamaan myöhemmin kyselyn kysymysten laatimisessa. Tarkkailtavina asioina suunnitelmaan oltiin määriteltä matkustajien kyky siirtyä omatoimisesti lähtöselvitysautomaatille, mahdollinen avuntarve työntekijältä, kuinka hyvin matkustajat havaitsevat automaatin ominaisuudet, esimerkiksi kielivaihtoehdot, sekä muut mahdolliset epäselvät tilanteet.

#### 4.2.3 Havainnoinnin tulokset

Kuviossa 2 on esiteltyä punaisella itsepalvelulähtöselvityksen kriittiset pisteet. Ainoastaan muutama asia lisättiin havainnoitaviin asioihin, joiden avulla saatiin tarkempia tuloksia. Havainnoinnin aikana ilmeni muitakin pienempiä haasteita, kuten passin asettaminen lähtöselvitysautomaatin lukijaan. Kuviossa 2 on kuvattuna kriittiset pisteet, joihin opinnäytetyössä keskitytään. Havainnoinnin perusteella itsepalvelulähtöselvityksen palvelupolun kriittiset pisteet ovat lähtöselvitysautomaatille siirtyminen, kielen valinta, kirjattavat matkatavarat sekä koneeseenousukortin tulostus.



Kuvio 2: Itsepalvelulähtöselvityksen kriittiset pisteet.

Kuviosta 2 nähdään ensimmäinen kriittinen piste, joka on itsepalvelulähtöselvityksen palvelupolussa heti ensimmäinen palvelutuokio. Asiakkaat ohjeistetaan lähtevien lentojen infotaulussa lähtöselvitystiskeille automaattien sijasta. Tämä aiheutti matkustajien siirtymisen suoraan tiskejä kohti. Tässä palvelutuokiassa kontaktipisteinä ovat lähtevien lentojen infotaulu, jonka vuoksi palvelutuokiota voidaan pitää kriittisenä pisteenä. Havainnoinnin avulla voitiin todeta, että matkustajille tuotti haasteita suunnistaa suoraan lähtöselvitysautomaatille tekemään lähtöselvitystä. Matkustajia selkeästi hämäsi opasteet lentoaseman infotauluilla, joissa oltiin tarkasti määritellyt omat lähtöselvitystiskit numeroin. Kuitenkin työntekijät ohjeistivat tiskeille pyrkivät matkustajat lähtöselvitysautomaateille. Tämä näkyi siten, että matkustajat löysivät itsensä tuijottamasta ilmoitettuja lähtöselvitystiskejä huomaten, että siellä on yksi tiski, jossa on työntekijä. Matkustajia halusi lähtöselvitystiskille niinä kertoina, kun he huomasivat matkustajia jonottavan tiskille. Työntekijät selvensivät, että tiskille pääsee ainoastaan matkustajat, joilla on jotain maksettavaa tai ongelmia matkustusdokumenttien kanssa.

Kuviossa 2 toisena kriittisenä kontaktipisteenä ilmeni lähtöselvitysautomaatin kielenvalinta. Norwegianin lähtöselvitysohjelman oletuskieli on englantia, mutta kieltä voi vaihtaa heti toisessa palvelutuokiassa eli lähtöselvitysohjelman valinnan jälkeen. Tämä oli havainnoinnin perusteella hämmentävää vähemmän englantia puhuville matkustajille. Ulkomaalaiset matkustajat eivät myöskään osanneet vaihtaa kieltä. Ohjelmaan on mahdollisuus valita useasta kielestä itselle sopivin vaihtoehto. Kuitenkin yleisimmät kielivalinnat (englanti, suomi ja ruotsi) Helsinki-Vantaan lentoasemalla on asetettu pikavalintana. Matkustajat eivät ymmärtäneet avata kielivalikkoa suuremmaksi, jotta löytäisi muita kielivaihtoehtoja.

Kolmas kriittinen kontaktipiste palvelutuokioissa, joka tuli havainnoinnin avulla ilmi, on kirjattavien matkatavaroiden merkitseminen. Lähtöselvitysohjelma kysyy, onko matkustajalla ”ei matkatavaroita” vai ”kirjattavia matkatavaroita”. Kysymysmuoto aiheutti hämmennystä, sillä puhekielellä puhutaan käsimatkatavaroista sekä ruumaan menevistä matkatavaroista. Automaatilta matkustajan on mahdollista tulostaa niin monta matkatavaratarraa, kun hän on

etukäteen ostanut. Mikäli matkustajalla on kirjattava matkatavara, mutta ei ole sitä etukäteen maksanut, ohittaa lähtöselvitysohjelma täysin matkustajan valinnan kirjattavista matkatavaroista selittämättä sitä ollenkaan.

Neljäs kriittinen piste löytyi koneeseenousukortin tulostus -palvelutuokiosta. Lähtöselvitysohjelma tulostaa ensimmäisenä mahdolliset laukkutarrat kirjattaviin matkatavaroihin, jonka jälkeen matkustajan täytyy ymmärtää jatkaa lähtöselvitystä vielä eteenpäin. Vasta tämän jälkeen automaatti tulostaa koneeseenousukortit. Kuitenkin kun matkustaja saa laukkutarran, herpaantuu keskittyminen täysin sen kiinnittämiseen, eikä ruudulta muisteta jatkaa lähtöselvitystä. Lähtöselvitysohjelmaan on asetettu aikaraja, kun matkustaja ei ole koskenut vähään aikaan ruutuun. Tällöin ohjelma sulkeutuu, eikä matkustaja ole saanut koneeseenousukorttia.

Havainnoinnin ansoista voitiin todeta työntekijöiden roolin jokaisen palvelutuokion kontaktipisteenä olevan suuri itsepalvelulähtöselvityksessä. Työntekijät avustavat matkustajia suuntaamaan automaatille, sillä matkustajien oletus on edelleen henkilökohtaisesta palvelusta lähtöselvitystiskillä. Työntekijän avustusta tarvitaan erityisesti niinä kertoina, kun matkustajat käyttävät oletettavasti ensimmäistä kertaa lähtöselvitysohjelmaa. Havainnoissa huomattiin, että matkustajia vierastaa automaattit ja pelko epäonnistumisesta. Työntekijän läsnäolo helpotti matkustajia kohtaamaan automaatin ja avaamaan tarvittaessa lähtöselvitysohjelman kysymyksiä ja vaiheita.

### 4.3 Kysely

Tämän opinnäytetyön toinen tutkimus oli kyselytutkimus. Jotta opinnäytetyöstä saataisiin kehitysehdotuksia toimeksiantajalle, on esiteltävä työn eri tutkimusvaiheet ja niiden tulokset. Seuraavissa kappaleissa avataan kyselytutkimuksen suorittamista, sekä sen tuloksia. Kyselyn kysymykset löytyvät liitteestä 1.

#### 4.3.1 Kyselyn teoriaa

Kysely on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Kyselyn tavoitteena on saada selville, mitä ajatuksia ihmisellä on ja mihin hänen toimintatapansa perustuvat. (Vilkkä 2015, 94.) Kyselytutkimus mahdollistaa vaivattoman tiedonkeruun suurelta joukolta ihmisiä. Näin ollen saadaan laaja tutkimusaineisto, jota voidaan hyödyntää helposti, sillä vastaukset ovat kirjatussa muodossa. Yleensä kyselylomaketta käytetään tilanteissa, joissa kyselyn aihe on vastaajille jo ennestään tuttu, jolloin kyselylomakkeen vastauksista voidaan tulkita niin sanottuja totuuksia ja epätotuuksia. (Ojasalo ym. 2014, 40.) Kyselyä voidaan kutsua myös survey-tutkimukseksi. Tämä nimitys johdattelee suoraan vakioituun eli standardoituun kyselyyn. Tässä kohtaa standardoidulla tarkoitetaan kyselyä, jonka kysymykset ovat kaikille vastaajille/kohderyhmälle samoja. Tällaisia kyselyitä tehdään yleensä kirjallisesti esim. postitse tai internetin

avustuksella. Kun jokaiselle vastaajalle annetaan samat kysymykset, voidaan saada tarkempia tuloksia tutkittavaa aihetta varten. (Vilka 2015, 94.)

Kyselytutkimusta tehtäessä on selvitettävä mittauksen kohteet. Yksittäisiä mittauksen kohteita kutsutaan havaintoyksiköiksi ja kaikkia mittauksen kohteita kutsutaan yhteisesti perusjoukoksi. Jotta kyselyn voi julkaista perusjoukolle vastattavaksi, on lomake testattava etukäteen otoksella eli pieni määrä havaintoyksiköitä testaavat lomakkeen ja antavat siitä palautetta. (Ojasalo ym. 2014, 122-123.) Kysely toteutuu käytännössä siten, että kyselyn perusjoukko vastaa ennalta määrättyihin kysymyksiin, jotka ovat esitetty kyselylomakkeella. Kyselyn toteuttajan on luotettava perusjoukon kykyyn muotoilla vastaukset, juuri niin kuin he ajattelevat. Joillekin on haastavaa tuoda kirjallisesti ilmi omia mielipiteitään täsmällisesti. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 84.) Yleisesti ottaen kvantitatiivisista tutkimuksista koetaan saavan laadukkaampaa vaikkakin ehkä hieman pinnallisempaa informaatiota (Ojasalo ym. 2014, 121).

Viime vuosien aikana nettikyselyt ovat yleistyneet räjähdysmäisesti kaupallisissa tarkoituksissa sekä tutkimuskäyttöön. Nettikyselyiden vahvuus verrattuna esim. perinteisiin postikyselyihin on niiden monimuotoisuus, taloudellisuus ja visuaalisuus. Kuitenkin todennäköisesti suurin vahvuus nettikyselyssä on sen nopeus. Kyselyn tekijällä ei mene sen luomiseen eikä perusjoukolle jakamiseen läheskään yhtä kauaa, kuin aiemmin mainitulla postikyselyllä. Internetissä tehdyissä kyselyissä etuna muihin paperisiin kyselyihin verrattuna on se, että vastaajaa ei päästetä etenemään kyselyssä eteenpäin, ennen kuin tämä on vastannut pakollisiksi määritettyihin kysymyksiin. Tällä tavoin kyselyn laatijalla on mahdollisuus saada luotettavia vastauksia eikä aineiston määrä kärsi. Kyselyn toteuttamistapaa mietittäessä on tärkeää tuntea kyselyn kohderyhmä. Internet kyselyt ovat yleisesti ottaen nuorten suosiossa niiden helppokäyttöisyyden ja nopeuden ansiosta, kun taas paperiset kyselyt voivat olla mielekkäämpiä vanhemmille vastaajille. (Valli 2015, 93-94; Valli & Perkkilä 2015, 109.)

Kyselyyn voidaan määritellä erilaisia kysymyksiä, kuten esimerkiksi aiemmin mainittu pakolliseksi määritetty kysymys. Muita määritettyjä kysymysmuotoja voivat olla monivalinta-, sekamuotoiset- sekä avoimet kysymykset. Monivalintakysymyksissä vastaajille on etukäteen määritetty vastausvaihtoehdot, joista vastaajien kuuluu valita heidän mielestään kysymykseen sopivin vaihtoehto. Tällaisilla kysymyksillä pyritään vastausten vertailukelpoisuuteen. Avoimissa kysymyksissä taas halutaan aitoja vastauksia eli vastaaja saa vastauskenttään vastata mitä haluaa tai kokee sopivaksi. Vastaajien mielipiteisiin ei olla näin yritetty vaikuttaa johdattelevilla vastausvaihtoehdoilla, vaan jokainen vastaaja vastaa henkilökohtaisen mielipiteensä mukaan. (Vilka 2015, 106.) Tällaisten kysymysten kanssa on tärkeää pohtia ensin sen tarpeellisuutta; saadaanko avoimilla kysymyksillä tarpeeksi laajoja ja tarkkoja vastauksia tutkimustulosten kannalta. Jos tiedetään avoimien kysymysten tuovan tärkeää tietoa tutkimustulosten kannalta, voidaan sitä pitää jopa suositeltavana. (Ojasalo ym. 2014, 132.)

Sekamuotoiset kysymykset ovat käytännössä monivalinta- ja avoimien kysymysten yhdistelmä. Toisin sanottuna osa kysymyksen vastauksista on avoimia ja toiset taas ei. Tällaista kysymysmuotoa käytetään, kun ei olla varmoja vastausvaihtoehtojen sopivuudesta tai määrästä. (Vilkkä 2015, 106.)

Tutkimusmenetelmän avulla saadut vastaukset tulee analysoida. Ojasalo, Moilanen ja Rita-lahti (2014, 137-144) esittelevät kirjassaan kyselylle sopivan analysointitavan. Kyselyn analysointiin voidaan käyttää avuksi sisällön analyysiä, eli se kuvaa vastausten sisältöä sanallisesti siten, että vastausten merkitykset tulevat esille. Kaikki kyselyn avulla saadut vastaukset kerätään yhteen ja ne tiivistetään helpommin käsiteltävään muotoon. Kun vastaukset on tiivistetty, etistään vastauksista yhtäläisyyksiä. Saman oloisella sisällöllä olevat vastaukset jaetaan omiin ryhmiin. Viimeinen vaihe analysoinnissa on abstrahointi eli yhtäläisistä vastauksista kehitetään aiheeseen liittyvä käsite, jonka avulla voidaan mahdollisimman lyhyesti kertoa tutkimuksen kannalta tärkeä tieto. Näin kaikkia vastauksia ei tarvitse tuloksen kannalta käsitellä erikseen, vaan tärkeimmät tiedot ja sisällöt on helposti nähtävillä analyysin ansiosta. Analysoinnin jälkeen kyselyn tuloksia on helpompi tulkita. Tulkinnan avulla kyselyn laatija löytää uusia puolia kyselyn aiheesta. Tulkinnan tarkoituksena on löytää analyysin avulla saaduista tuloksista aiheeseen liittyviä vastauksia tai havaintoja. Näiden avulla kyselystä saadaan aikaan johtopäätöksiä. (Ojasalo ym. 2014, 137-144.)

#### 4.3.2 Kyselyn toteutus

Opinnäytetyön kysely on toteutettu kyselynetti.fi nimisellä verkkosivulla, joka mahdollistaa omiin tarpeisiin sopivan julkisen kyselyn luomisen. Kyselylomake on suunnattu Airprossa työskenteleville lähtöselvitysvirkailijoille ja se on jaettu heille Facebookin suljetun ryhmän kautta. Helmikuussa 2019 ryhmässä oli jäseniä kyselyn jako hetkellä 110 työntekijää, joista 23 vastasi. Kysely jaettiin työntekijöille vastattavaksi helmikuun alussa, jota ennen seurasi kyselyn testaaminen. Työntekijöillä oli aikaa vastata kyselyyn noin viikon ajan. Kyselyyn on ollut mahdollista vastata oman älypuhelimella, tabletilla tai tietokoneella. Lomakkeeseen oltiin laadittu kymmenen kysymystä, joista yhdeksän ensimmäistä olivat pakollisia. Kyselylomakkeen kysymykset löytyvät ensimmäisestä liitteestä.

Kyselyn kysymykset laadittiin havainnoinnin pohjalta. Havainnoinnissa tuli ilmi monia asioita, joihin haluttiin tarkempia selityksiä työntekijöiltä. Heidän vastauksensa antoi myös laajemmän käsityksen itsepalvelulähtöselvityksen todellisesta tilasta tänä päivänä. Kyselyyn liitettiin muutamia kysymyksiä koskien nimenomaan bag drop -palvelutuokiota eli matkatavaroiden jättöä ruumaan kuljetettavaksi. Tämä otettiin kyselyyn mukaan sen vuoksi, että se on tärkeä osa itsepalvelulähtöselvityksen palvelupolkua suurimmalle osalle matkustajista ja havainnoinnin perusteella tuotti osalle matkustajista haasteita. Kyseessä on erillinen automaatti, joka löytyy lentoyhtiön lähtöselvitystiskien paikalta ja on suunniteltu nimenomaan bag drop -toimintoa varten.

Kyselyyn laadittiin monivalinta-, sekamuotoisia- sekä avoimia kysymyksiä. Jokaisen kysymyksen kohdalla pohdittiin paras kysymysmuoto, joka palvelee mahdollisimman hyvin tutkimustuloksia analysoitaessa. Kaikki kysymykset, lukuun ottamatta viimeistä kysymystä, olivat vastaajalle pakollisia eli vastaaja ei päässyt etenemään kyselyssä eteenpäin ennen kuin oli vastannut kysymykseen. Näin varmistettiin vastaukset myös hankalien kysymysten kohdalla. Vastauksen perusteella kuitenkin valmistellaan kehitysehdotukset toimeksiantajalle, joten kaikkiin kysymyksiin haluttiin mahdollisimman tarkkoja vastauksia. Tämän ja perusteluiden vuoksi muutamiin kysymyksiin laitettiin jatkokysymys tarkentamaan työntekijöiden vastauksia.

Kysely testattiin neljällä työntekijällä, ennen kuin kysely julkaistiin sosiaalisessa mediassa muille työntekijöille vastattavaksi. Testaus suoritettiin tammikuussa 2019. Heiltä saatiin kommentteja kyselyyn liittyen, joiden pohjalta tehtiin tarvittavat muutokset ennen julkaisua. Muutokset eivät olleet suuria, lähinnä kysymysten tarkennusta, jotta vastaajat ymmärtävät kysymykset samalla tavalla.

Tutkimusmenetelmän avulla saadut vastaukset kerättiin yhteen. Ne analysoitiin sisällön analyysin avulla. Jokainen vastaus tiivistettiin sekä löydettiin yhtäläisyyksiä toisten vastausten kanssa. Vastauksista löytyi samoja teemoja ja aiheita. Kyselyn avulla tehdyt johtopäätökset esitellään seuraavassa luvussa.

#### 4.3.3 Tulokset

Kyselyn vastauksia tutkittaessa ilmeni itsepalvelulähtöselvitysautomaatin kehitys jatkuvasti. Työntekijöiden mukaan sen käyttö tuottaa koko lähtöselvitysprosessissa eniten haasteita. Kun kysely jaettiin vastattavaksi helmikuussa 2019, työntekijöiden mukaan itsepalvelulähtöselvitys sujui silloin matkustajilta kohtalaisesti. Kuitenkin noin puolet matkustajista osaa suunnata omatoimisesti suoraan lähtöselvitysautomaatille. Kyselyssä kysyttiin myös bag drop -palvelutuokion sujuvuudesta, mutta sen kehityskohteita oli verrattain vähemmän.

Kielivalikoima tuottaa osalle matkustajista haasteita. Joko matkustajat eivät ymmärrä vaihtaa ruudulta kieltä heille sopivammaksi, tai sitten automaatista ei löydy heidän kielitaitoa vastaavaa vaihtoehtoa. Automaatin kielivalikoima on rajattu, joten esimerkiksi monet venäläiset tai eri Aasian maista lähtöisin olevat matkustajat eivät löydä omaa kieltään, joten jos englanninkielen osaaminen on rajallista, tuottaa itsepalvelulähtöselvitys näille matkustajille haasteita. Lisähaastetta tuo kielimuuri työntekijän ja matkustajan välillä, jolloin työntekijöiden apu ei ole matkustajille välttämättä niin merkityksellinen.

Lähtöselvitysautomaattien epäkunto ei kyselyn mukaan tule ilmi matkustajalle millään tavalla. Jos automaatin koneeseen nousukortit tai laukkutarrarulla on loppunut, lukee ruudulla ainoastaan, että niitä ei voitu tulostaa ja pyydetään matkustajaa ottamaan yhteyttä lähtöselvitysvirkailijaan. Tästä johtuen matkustajat siirtyvät virkailijoiden luo, joille heidän on ensin

selitettävä tilanne ja lopulta virkailija kuitenkin ohjeistaa käyttämään toista lähtöselvitysautomaattia.

Lähtöselvitysautomaattien sekä infotaulujen ohjeistus ilmeni kyselyn tulosten perusteella suurimmaksi haasteeksi matkustajille. Vastaajien mukaan helmikuussa 2019 matkustajia ei ohjeisteta lentoasemalla mitenkään muuten itsepalvelulähtöselvitykseen kuin työntekijöiden toimesta. Matkustajan näkökulmasta heikko ohjeistus ympäristössä, joka ei ole osa joka päiväistä elinympäristöä, ei helpota matkantekoa. Ohjeistuksen laatua kyseenalaistettiin kyselyn tuloksissa myös lähtöselvitysohjelman kohdalla. Tästä ilmeni esimerkkejä lähtöselvitysautomaattien epäkunnosta sekä yleisesti lähtöselvitysohjelmassa etenemiseen. Työntekijöiden mielestä lähtöselvitysohjelmassa käytetty kieli tuottaa haasteita. Heidän mukaansa suurimman hämmennyksen aiheuttaa kysymys ruumaan menevistä matkatavaroista, joka on esitetty vaihtoehdoilla ”ei matkatavaroita” ja ”kirjattavia matkatavaroita”. Vastauksista kävi myös ilmi, että matkustajat eivät lue välttämättä kaikkia ohjeita, mitä ruudulle tulee. Liian pitkä ja vaikea lukuinen teksti jää lukematta.

#### 4.4 Kehitysehdotukset

Tutkimusmenetelmien perusteella Airpron työntekijöiden toiminta helmikuussa 2019 on tilanteeseen sopiva, jonka vuoksi heidän toimintansa kehittämiseen ei keskitytä. Kehitysehdotukset kohdistuvat pääasiassa Finavian ja Norwegianin tuottamiin kontaktipisteisiin. Nämä kontaktipisteet ovat lähtöselvitysautomaatti, infotaulut sekä lähtöselvitysohjelma. Kehityskohteina ilmeni kuusi näihin kontaktipisteisiin liittyvää aihetta; lähtöselvitysautomaatissa käytetty kieli, matkustajien ohjeistus lentoasemalla sekä lähtöselvitysautomaatin selkeys ja ohjeistus. Nämä kuusi kehitysehdotusta koskevat lähtöselvitysautomaatissa käytettyä kieltä ja sanavalintoja, kielen valintaa ja kielivalikoimaa, ohjeistusta lentoasemalla, automaatin ohjeistusta, koneeseenousukortin automaattista tulostusta sekä automaatin ongelmatilanteita. Kehitysehdotukset muodostuivat kyselyn avulla saaduista vastauksista, joista osa sisälsi kehitysehdotuksia sekä havainnoinnilla saatujen tulosten yhdistelmästä.

Ensimmäinen kehitettävä kohde on lähtöselvitysautomaatissa käytetty kieli. Mikäli matkustaja ei matkusta usein, saattavat kieli ja termit olla hankalia ymmärtää. Sanavalintojen merkitys on kuitenkin itsepalvelulähtöselvitystä tehtäessä erittäin suuressa roolissa, jotta matkustajat kykenevät suorittamaan lähtöselvityksen ongelmitta. Kyselyn vastauksissa muun muassa ehdotettiin kirjattavien matkatavaroiden sijaan kysyttäväksi ruumaan meneviä matkatavaroita. Tämä auttaisi jo monia matkustajia hahmottamaan, mistä matkatavarasta on kyse ja laukku-  
tarrojen tulostus onnistuisi vaivattomammin. Itsepalvelulähtöselvityksen palvelupolun kuudes palvelutuokio, matkustajan oikeudet, antaa havainnoinnin ja kyselyn tulosten perusteella asiakkaille kuvan siitä, että lento olisi myöhässä/peruuntunut. Kyselyyn vastanneet työntekijät ehdottivat tähän korjaukseksi selkeämmän ilmoituksen, että kyseessä on nimenomaan

matkustajan oikeuksista eikä lennon myöhästymisestä/peruuntumisesta. Matkustajanoikeuksia voisi painottaa esimerkiksi suuremmalla fonttikoolla.

Seuraava kehityskohde on automaatin kielivalikoima ja kielen valinta. Kielivalikoiman pitää nousta matkustajalle ensimmäisenä esille, kun hän on valinnut lentoyhtiön lähtöselvitysohjelman. Näin ulkomaiset ja suomalaiset matkustajat joutuvat valitsemaan itselleen sopivimman kielen, eikä esim. kielitaito ole enää niin suuri haaste matkustajien lähtöselvitysprosessissa. Tätä ehdotettiin myös kyselyn vastauksissa, joissa oltiin sitä meiltä, että ohjelmassa ei pitäisi päästä eteenpäin ennen kuin lähtöselvitysohjelman kieli on valittuna matkustajan toimesta. Kielivalikoimaan pitäisi saada lisää kieli vaihtoehtoja. Helsinki-Vantaan lentoasemalla käy paljon esimerkiksi venäläisiä ja aasialaisia matkustajia, joiden kieltä ei valikoimasta löydy. Jos esimerkiksi venäjä, kiina ja japani lisättäisiin valikoimaan, olisi näille matkustajille kokemus positiivisempi. Etenkin, jos matkustajan ja työntekijän välille ei löydy yhteistä keiltä, helpotaisi laajempi kielivalikoima automaateissa lähtöselvitysprosessia. Näin pystyttäisiin vaikuttamaan ulkomaisten matkustajien asiakaskokemukseen ja -tyytyväisyyteen.

Kolmas kehitettävä kohde on matkustajien ohjeistus lentoasemalla. Itsepalvelulähtöselvityksen asiakaskokemusta parannettaessa tärkein kehittämiskohde on matkustajien ohjeistamisessa - yleisesti koko lentoasemalla sekä lähtöselvitysaucomaateilla. Matkustajille on esitettävä selkeämmin lähtöselvityksen itsepalvelumuotoisuus ja sen eri vaiheet. Matkustajia on kuitenkin joka lähtöön, eikä kaikilla ole samaa osaamista lähtöselvityksessä toimimiseen, joten selkeät ja helposti havaittavat ohjeet sujuvoittaisivat matkustajien matkaa. Lentoasemalla olevaa ohjeistusta pitäisi Norwegianin kohdalla muuttaa siten, että matkustajille on heti kentälle tultaessa selvää lähtöselvityksen tapahtuvan itsepalveluna. Tällainen muutos tulisi näkymään lentoaseman infotauluilla, joista matkustajat normaalistikin katsovat lentonsa lähtöselvitystiskit. Kyselyn vastauksissa kerrottiin, että lentoaseman asianmukaisella ohjeistuksella matkustajat eivät tuntisi oloaan tyhmäksi. Lentoasemalle voitaisiin lisätä myös muita ohjeita, kuten kylttejä, joissa on edes jonkin näköinen ohjeistus matkustajalle koskien itsepalvelulähtöselvitystä. Tällaisia ohjeita voitaisiin sijoittaa ennen bag drop -aluetta, jotta matkustajat eivät eksy sinne ennen lähtöselvityksen tekoa. Tällaiset yksinkertaiset kyltit, joissa ohjeistetaan matkustajia tekemään ensin lähtöselvitys automaattilla, ja sitten vasta tuomaan alueelle ruumaan menevät matkatavarat, auttaisivat eniten varmasti ruuhka-aikoina. Näin työntekijät saisivat rauhassa auttaa apua tarvitsevia matkustajia, kun he tietävät, että muilla matkustajilla on edes jonkin näköinen ohjeistus itsepalvelulähtöselvitysprosessista.

Neljäs kehitysehdotus koskee itsepalveluautomaatin ohjeistuksia. Asiakaslähtöisen ja sujuvan itsepalvelulähtöselvityksen idea perustuu kuitenkin matkustajien kykyyn suorittaa lähtöselvitys itse, joten automaatin ohjeiden täytyy olla myös sen mukaiset. Kyselyn vastauksissa tuli ilmi, että lähtöselvitysaucomaatit voisivat työntekijöiden mielestä olla interaktiivisia. He antoivat aiheeseen muutamia ehdotuksia, kuten animoitu ohje automaatin käyttöön kohta

kohdalta sekä tekstien ääneen puhuminen. Näin pidettäisiin huoli siitä, että yhä useampi matkustaja onnistuisi lähtöselvityksen yksinkertaisimmissa vaiheissa, kuten passin asettamisessa lukijaan oikein päin.

Viides kehitettävä kohde on koneeseenousukortin automaattinen tulostus. Ohjeistuksista huolimatta, matkustajilta saattaa jäädä huomaamatta joitain palvelupolun palvelutuokiosta. Erityisesti toiseksi viimeinen palvelutuokio eli koneeseenousukortin tulostus unohtuu todella monelta matkustajalta. Matkustajien keskittyminen herpaantuu laukkutarran tulostuttua, eikä koneeseenousukortti tulostu automaattisesti. Tämä pitäisi korjata siten, että matkustaja saa sekä laukkutarran että koneeseenousukortin samaan aikaan. Näin vältetään juoksumatkustajaa useaan otteeseen lähtöselvitysautomaatille tulostamaan koneeseenousukorttia.

Viimeinen eli kuudes kehitysehdotus koskee lähtöselvitysautomaattien ongelmatilanteita. Kyselyssä ja havainnoinnissa huomattiin, kuinka itsepalvelulähtöselvityksessä saattaa tulla haasteita matkustajista, lentoaseman ohjeistuksesta sekä lähtöselvitysohjelmasta huolimatta. Tällaisia tilanteita ovat laukkutarrarullan ja koneeseenousukorttien loppuminen sekä lähtöselvitysohjelman väliaikainen käyttökatko. Lähtöselvitysautomaatin pitäisi pystyä kertomaan matkustajalle, mikä ongelma on kyseessä ja kuinka hänen tulisi toimia. Kun lähtöselvitysohjelmassa on käyttökatko tai kun laukkutarrarulla/koneeseenousukortit ovat loppuneet, pitäisi matkustaja ohjeistaa käyttämään toista automaattia. Näin matkustaja voisi suoraan siirtyä viereiselle automaatille, eikä ensin virkailijan luokse ja kuultuaan ohjeet, suuntaamaan takaisin automaattien luokse. Mitä enemmän asiakkaita ohjeistaa, sitä paremmin prosessi sujuu ja asiakastyytyväisyys kasvaa.

## 5 Johtopäätökset

Tavoitteena opinnäytetyössä oli antaa toimeksiantajalle kehitysehdotuksia itsepalvelulähtöselvityksen asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Työn tuotoksena annettiin toimeksiantajalle kehitysehdotuksia, joiden avulla asiakaskokemusta voidaan edistää. Kehitysehdotuksia tuli useampi, joista varmasti edes joitain pystytään hyödyntämään tulevaisuuden itsepalvelulähtöselvityksessä

Opinnäytetyö saavutti tavoitteen; toimeksiantajalle kyettiin antamaan useampia kehitysehdotuksia. Kehitysehdotukset pyrittiin pitämään mahdollisimman realistisina ja helppoina toteuttaa, mutta kuitenkin perusteltuina. Käytetyt tutkimusmenetelmät toivat tarvittavaa lisänäkemystä työn aiheeseen, ja niiden toteutus onnistui hyvin. Työn haasteellisin osuus koski kehitysehdotuksia; ehdotukset koskettavat nimenomaan sidosryhmiä eikä niinkään toimeksiantajaa. Toivon mukaan kuitenkin toimeksiantaja osaa hyödyntää annettuja kehitysehdotuksia ja viedä asiaa eteenpäin perusteluineen sidosryhmille.

Aihetta voi tulevaisuudessa tutkia ja kehittää lisää, esimerkiksi itsepalvelun personalisoinnin kannalta. Jokaisella matkustajalla on henkilökohtaisiin tarpeisiin tehty matkavarauks, jonka pitäisi näkyä tulevaisuudessa myös itsepalveluautomaatilla tehtävässä lähtöselvityksessä. Tähän asti kaikki vaiheet ja kysymykset ovat kaikille matkustajille samat, mutta tulevaisuudessa näkisin tarpeelliseksi jokaisen matkustajan henkilökohtaisen varauksen näkyvän itsepalvelulähtöselvitysprosessissa.

Lähteet

Painetut

Bergström, S. & Leppänen, A. 2016. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Keuruu: Edita.

Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa: Restmark.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYPro.

Hannula, P., Ingberg, P. & Virta, M. 2012. Palvelua, kiitos - asiakaspalvelun saloja. Turenki: Cottonmark.

Koivisto, M. 2011. Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova, 42-59.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus. Helsinki: Talentum.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: Sanoma Pro.

Rao, A. & Chandra, S. 2012. The Little Book of Big Customer Satisfaction Measurement. New Delhi: SAGE.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Valli, R. 2015. Paperinen kyselylomake. Teoksessa Valli, R. & Aaltola, J. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Juva: PS-kustannus, 84-108.

Valli, R. & Perkkilä, P. 2015. Nettikyselyt ja sosiaalinen media aineistonkeruussa. Teoksessa Valli, R. & Aaltola, J. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Juva: PS-kustannus, 109-120.

Vilka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Juva: PS-kustannus.

Virtanen, P. 2018. Palvelujen yhteiskunta. Tallinna: Tietosanoma.

Vähämäki, M. & Paalumäki, A. 2011. Havainnointi johtamis- ja organisaatiotutkimuksessa. Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Vantaa: JTO, 102-113.

#### Sähköiset

Airport Technology. 2019. Self Service. Viitattu: 09.03.2019. <https://www.airport-technology.com/?s=self+service>

Airpro. 2018. Tietoa meistä. Viitattu: 26.10.2018. <http://www.airpro.fi/fi/tietoa-meista/>

Amadeus + Skift. 2014. 3 Ways Airports Are Transforming for Travelers of Tomorrow. Viitattu: 03.05.2019. <https://skift.com/2014/07/01/3-ways-airports-are-transforming-for-travelers-of-tomorrow/>

Finavia. 2019a. Finavia yrityksenä: Johto ja hallinnointi. Viitattu: 27.02.2019. <https://www.finavia.fi/fi/tietoa-finaviasta/finavia-yrityksena/johto-ja-hallinnointi>

Finavia. 2019b. Keitä me olemme ja mitä me teemme. Viitattu: 09.03.2019. <https://www.finavia.fi/fi/tietoa-finaviasta/finavia-yrityksena/visio-ja-strategia>

Finavia. 2019c. Näin toimit lähtöselvityksessä. Viitattu: 17.04.2019. <https://www.finavia.fi/fi/lentoasemalla/lahtoselvitys>

Kauppalehti. 2018. Airpro Oy. Viitattu: 26.10.2018. <https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/airpro+oy/09682853>

Larjovaara, S. 2014. Palvelujen automatisoinnin vaikutus asiakastyytyväisyyteen. Viitattu: 08.03.2019. [https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/13668/hse\\_et-hesis\\_13627.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/13668/hse_et-hesis_13627.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lentoposti. 2013. Lentoasemien automaatio parantaa matkustamisen sujuvuutta. Viitattu: 08.03.2019. [http://www.lentoposti.fi/uutiset/lentoasemien\\_automatio\\_parantaa\\_matkustamisen\\_sujuvusuju](http://www.lentoposti.fi/uutiset/lentoasemien_automatio_parantaa_matkustamisen_sujuvusuju)

Lentoposti. 2015a. Norwegian laajentaa yhteistyötä Airpron kanssa. Viitattu: 10.04.2019. [http://www.lentoposti.fi/uutiset/norwegian\\_laajentaa\\_yhteistyota\\_airpron\\_kanssa](http://www.lentoposti.fi/uutiset/norwegian_laajentaa_yhteistyota_airpron_kanssa)

Lentoposti. 2015b. IL: Jopa sadalle potkut maapalveluyhtiö Aviatorissa. Viitattu: 10.04.2019. [http://www.lentoposti.fi/uutiset/il\\_jopa\\_sadalle\\_potkut\\_maapalveluyhtio\\_aviatorissa](http://www.lentoposti.fi/uutiset/il_jopa_sadalle_potkut_maapalveluyhtio_aviatorissa)

Norwegian. 2019. Lähtöselvitys lentokentällä. Viitattu: 15.04.2019. <https://www.norwegian.com/fi/matkusta-kanssamme/lahtoselvitys-ja-koneeseen-nousu/lahtoselvitys-lentokentalla/>

Unisys. 2013. Passenger Self-Service from the Airport's Perspective. Viitattu: 08.03.2019. <https://pdfs.semanticscholar.org/7450/0c11806dff682dc58f6aed5e30b589d16fd.pdf>

## Kuvio

Kuvio 1: Norwegianin itsepalvelulähtöselvityksen palvelupolku tammikuussa 2019.....14

Kuvio 2: Itsepalvelulähtöselvityksen kriittiset pisteet.....17

## Liitteet

|  |    |
|--|----|
| Liite 1: Kyselylomakkeen kysymykset..... | 31 |
|--|----|

## Liite 1: Kyselylomakkeen kysymykset

### Opinnäytetyö: Itsepalvelu lähtöselvityksen asiakaslähtöisyyden parantaminen

#### Sivu 1

Teen opinnäytetyön Norwegianin itsepalvelu lähtöselvityksen asiakaslähtöisyydestä ja sen parantamisesta. Haluan siis selvittää, onko sen parantaminen mahdollista, ja jos on niin millä tavoin. Nyt toivon siis teiltä hyviä mielipiteitä ja ehdotuksia asiaan liittyen. Saadaan Norskin chekkaus sitten ihan uudelle tasolle! :)

#### Sivu 2

##### Miten Norwegianin itsepalvelu lähtöselvitys mielestäsi onnistuu tällä hetkellä asiakkailta? \*

Onko se suurimmalle osalle jo tuttua vai onko tilanne niin, ettei kukaan oikeastaan osaa sitä vielä käyttää?

- Erinomaisesti
- Hyvin
- Kohtalaisesti
- Heikosti
- Huonosti

##### Mille asiakassegmentille itsepalvelu lähtöselvityksautomaattien käyttö on kaikkein helpointa? Miksi? \*

Saa mainita useammankin asiakassegmentin.

##### Mille asiakassegmentille itsepalvelu lähtöselvityksautomaattien käyttö on kaikkein haastavinta? Miksi? \*

Saa mainita useammankin asiakassegmentin.

**Kuinka suuri osa matkustajista osaa suunnata omatoimisesti suoraan automaatille tekemään lähtöselvitystä? \***

- Suurin osa  
 Noin puolet  
 Alle puolet  
 Harvat

**Kumpi mielestäsi tuottaa enemmän haasteita: lähtöselvitys automaatilla vai bag dropin käyttö? \***

- Lähtöselvitys automaatilla  
 Bag Drop

**Mikä yksittäinen vaihe tuottaa mielestäsi eniten haasteita lähtöselvitysautomaatin/bag dropin käytössä? \***

Saa mainita useammankin.

**Ohjeistaako Norwegianin lähtöselvitysohjelma/bag drop mielestäsi asiakkaan selkeästi kohta kohdalta eteenpäin? Onko asiakkaan helppo ymmärtää kysymykset/vaiheet? \***

**Voimmeko me työntekijät vaikuttaa mielestäsi itsepalvelu lähtöselvityksen asiakaslähtöisyyteen? \***

- Ei.  
 Kyllä. Miten?

**Millaisia parannusehdotuksia sinulla on itsepalvelu lähtöselvityksen asiakaslähtöisyyden parantamiseksi? \***

**Muita kommentteja tai ehdotuksia?**

» [Redirection to final page of KyselyNetti](#)