

Katja Kyllönen

Kirjastot.fi-konseptiuudistuksen pohjaselvitys ja sisältöstrategiaa

Opinnäytetyö

Kevät 2020

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Kulttuurituottaja (ylempi AMK)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Kulttuurituottaja (ylempi AMK)

Suuntautumisvaihtoehto: Kulttuuri

Tekijä: Katja Kyllönen

Työn nimi: Kirjastot.fi-konseptiuudistuksen pohjaselvitys ja sisältöstrategiaa

Ohjaaja: Jussi Kareinen

Vuosi: 2020

Sivumäärä: 76

Liitteiden lukumäärä: 2

Kirjastot.fi-sivustolle tehdään konseptiuudistusta vuoden 2020 aikana ja sen pohjaksi tarvitaan tuoretta tietoa käyttäjien näkemyksistä ja mielipiteistä. Opinnäytetyö on pohjana konseptiuudistukselle ja osana työtä tehtiin laaja käyttäjäkysely sekä muutamia teemahaastatteluja. Näiden tulosten pohjalta määritellään sivuston pääkäyttäjryhmä, mitä he sivustolta hakevat, mitä mieltä he ovat Kirjastot.fi-palveluista ja mitä kehittämissuhteita heillä on.

Työssä käydään läpi verkkopalveluiden asiakaslähtöistä suunnittelua, asiakaskokemuksen kehittämistä ja mittareita. Työssä nostetaan esille myös sisältöstrategia ja sen tärkeys suunniteltaessa käyttäjälähtöisiä, hyödyllisiä ja käyttökelpoisia verkkopalveluita.

Kyselyn tulosten pohjalta Kirjastot.fi-sivuston pääkäyttäjryhmä on kirjastoalan ammattilaiset, jotka hakevat sivustolta ammattipalveluita, uutisia, kirjallisuuteen liittyvää tietoa tai aineistoa sekä tietoja kirjastoista. Sivusto koettiin tarpeelliseksi ja hyväksi, vaikka kritiikkiäkin tuli. Sivuston suurimmat ongelmat ja kehittämistä vaativat asiat useiden vastaajien mukaan ovat Kirjastot.fi:n etusivun ja navigaation sekavuus. Kyselyn ja haastattelujen tuloksiin sekä teoriaan peilaten opinnäytetyössä työstetään Kirjastot.fi-sivuston kehittämisen pohjaa sekä esitellään sisältöstrategiaa – miten ja miksi sellainen tulisi tehdä.

Avainsanat: käyttäjäkysely, verkkosivusto, sisältöstrategia

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Master of Culture and Arts

Specialisation: Culture

Author/s: Katja Kyllönen

Title of thesis: Preliminary study and content strategy of the Kirjastot.fi concept reform

Supervisor(s): Jussi Kareinen

Year: 2020

Number of pages: 76

Number of appendices: 2

The Kirjastot.fi website is undergoing a concept reform during 2020, and, as a basis for it, up-to-date information is needed about the users' views and opinions. The thesis forms the basis for the concept reform, and, as part of it, an extensive user survey and some thematic interviews were conducted. Based on their results, the main user group and what information they search for was defined, as well as what the users think about the Kirjastot.fi services, and what suggestions for development they have.

The thesis deals with customer-oriented planning, customer experience development, and metrics. The thesis also highlights content strategy and its importance when designing customer-oriented, useful and easy-to-use web services.

Based on the results of the user survey, the main user group of the Kirjastot.fi website consists of library professionals who search for professional services, news, information or material related to literature, and information about libraries. The website was considered necessary and good, but also received some criticism. According to several respondents, the main problems and things that require development are the complexity of the Kirjastot.fi home page and navigation. Reflecting on the results of the survey and interviews as well as the theory, the basis of the development of the Kirjastot.fi website is discussed in the thesis, and content strategy is presented as a concept – how and why should a concept strategy be devised.

Keywords: user survey, website development, content strategy

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo	6
1 JOHDANTO.....	8
2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TUTKIMUSKYSYMYKSET ..	10
2.1 Valtakunnallinen kehittämistehtävä (VAKE).....	11
2.2 Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus.....	12
3 KYSELYTUTKIMUS	14
3.1 Käyttäjäkysely Kirjastot.fi-sivustosta ja palvelukokonaisuudesta.....	15
3.2 Käyttäjäkyselyn lomakkeen laadinta ja toteutus	15
3.3 Käyttäjäkyselyn tulokset.....	16
3.3.1 Taustakysymykset	17
3.3.2 Kirjastot.fi-sivustoa koskevat kysymykset.....	21
3.3.3 Viestintään liittyvät kysymykset	33
3.3.4 Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuteen liittyvät kysymykset.....	35
3.3.5 Käyttäjäkyselyn avoimissa kysymyksissä esille nousseita asioita..	41
3.4 Kyselyn tulosten päätelmiä ja pohdintaa.....	42
4 TEEMAHAASTATTELU	46
4.1 Haastattelujen koonti	47
4.2 Haastattelujen tulosten pohdintaa ja päätelmiä	48
5 KIRJASTOT.FI-SIVUSTON KEHITTÄMINEN	50
5.1 Asiakaslähtöiset sisällöt.....	50
5.2 Kirjastot.fi:n käyttäjät ja kohderyhmä	51
5.3 Kirjastot.fi-sivuston sisällöt.....	52
5.4 Asiakaskokemuksen kehittäminen ja mittareita	53
5.5 Kirjastot.fi-sivuston Net Promoter Score	54
5.6 Futurice ja yksikkötyöpajat.....	55
5.7 Sivoustouudistuksen toteutus	56
6 SISÄLTÖSTRATEGIA	57

6.1 Suuntaviivoja Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden sisältöstrategialle	59
6.2 Sisältöstrategian elementtejä	60
6.2.1 Toimintastrategia	61
6.2.2 Asiakasymmärrys	62
6.2.3 Asiakaspersoonat	64
6.2.4 Toimintasuunnitelma.....	66
6.2.5 Mittaaminen ja analysointi	67
6.3 Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden sisältöstrategian tekeminen.....	67
6.4 Sisältöstrateginen suunnitelma Sivupiirille.....	69
7 LOPPUSANAT	71
LÄHTEET.....	73
LIITTEET.....	76

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Vastaajien ikä (n=404).....	17
Kuvio 2. Vastaajien asuinpaikka (n=404).....	18
Kuvio 3. Vastaajien käyttäjäryhmä (n=404).....	18
Kuvio 4. Vastaajan työskentelypaikka (n=319).....	19
Kuvio 5. Työuran pituus kirjastoalalla (n=319).....	20
Kuvio 6. Vastaajien työnkuva (n=319).....	21
Kuvio 7. Mistä kuullut Kirjastot.fi:stä tai palveluista.....	22
Kuvio 8. Käyntitiheys Kirjastot.fi-sivustolla (n=404).....	22
Kuvio 9. Aktiivikäyttäjien etsimät asiat Kirjastot.fi-sivustolta (n=235).....	24
Kuvio 10. Satunnaiskäyttäjien etsimät asiat Kirjastot.fi-sivustolta (n=151).....	24
Kuvio 11. Mihin hyödynnät sisältöjä (n=383).....	25
Kuvio 12. Etusivun sisältö on sopiva (n=386).....	26
Kuvio 13. Etusivu on helppo hahmottaa n=386.....	26
Kuvio 14. Etusivun sisältö painottuu sopivasti kirjastoalan ammattiasioihin (n=386).	27
Kuvio 15. Sivuston sisältö on sopiva (n=386).....	28
Kuvio 16. Sivusto on helppo hahmottaa (n=386).....	28
Kuvio 17. Sisältö painottuu sopivasti kirjastoalan asioihin (n=386).....	29
Kuvio 18. Sivusto painottuu sopivasti yleisten kirjastojen palveluihin (n=386).....	29
Kuvio 19. Valikko on selkeä ja hyvin järjestetty (n=386).....	30

Kuvio 20. Sisältöjen ja palveluiden löytämisen helppous (n=386).....	30
Kuvio 21. Väittäjä sivuston käytettävyys on hyvä (n=386).....	31
Kuvio 22. Pääsy oman kirjaston verkkopalveluihin helppoa (n=386).....	31
Kuvio 23. Sivusto on mielestäni kokonaisuudessaan oikein hyvä (n=386).....	32
Kuvio 24. Kirjastot.fi-sivuston tarpeellisuus (n=386).....	32
Kuvio 25. Palveluiden hyödyllisyys vastaajien mielestä (Oksanen 2020).....	36
Kuvio 26. Videosisällöt (=314).	37
Kuvio 27. Kirjallisuus ja tapahtuma-aihiot (n=314).....	38
Kuvio 28. Kirjastoalan tieto, uutiskirje ja kevyet sisällöt (n=314).	38
Kuvio 29. Materiaalit, työkalut, vinkit, tiedonhaku ja musiikki (n=314).	39
Kuvio 30. Personoitu näkymä (n=314).....	39
Kuvio 31. Kaikkien vastaajien NPS-arvo.....	40
Kuvio 32. Aktiivi- ja satunnaiskäyttäjien NPS-arvot.	41
Kuvio 33. Sisältöstrategian elementit (Keronen & Tanni 2017, 29).	61
Kuvio 34. University website (Haines 2015, 3).	64
Taulukko 1. Valtakunnallinen kehittämistehtävä (Sarmela 2018).	13
Taulukko 2. Haastattelujen koonti.....	48

1 JOHDANTO

Kirjastot.fi:n konseptiuudistus tuli ajankohtaisesti juuri kun opinnäytetyöni aiheen valinta oli edessä. Edellisestä käyttäjäkyselystä oli kulunut aikaa jo kahdeksan vuotta, joten oli aika kysyä käyttäjien näkemystä Kirjastot.fi-sivustosta ja -palvelukokonaisuudesta ja aloittaa uudistustyö siitä. Ja koska uudistuksen pohjaksi oli tehtävä kysely, ehdotin, että ottaisin sen osaksi työtäni ja työstäisin taustamateriaalia konseptiuudistuksesta vastaavalle Kirjastot.fi:n viestintäsuunnittelija Johanna Laurilalle.

Opinnäytetyöni on aineistolähtöinen empiirinen tutkimus, jonka materiaali kerättiin laajalla käyttäjäkyselyllä sekä täydentävillä teemahaastatteluilla. Käyttäjäkyselyyn otettiin mukaan juuri konseptiuudistusta varten myös viestintään liittyviä kysymyksiä, joten kyselyssä selvitettiin käyttäjien taustoja, mielipiteitä Kirjastot.fi-sivustosta, -palvelukokonaisuudesta sekä kirjastoalan viestintään liittyviä asioita. Kysely oli pitkä ja varmasti haasteellinen vastattava – kuin myös purettava.

Vaikka suuri osa Kirjastot.fi:n laajasta palvelukokonaisuudesta on teknistä laatua – alustat, palvelinympäristö, datavarannot, rajapinnat yms. – on sen olemassaolon ytimessä palvelun käyttäjä, joka on ensisijaisesti kiinnostunut sisällöistä. Käyttäjälähtöisen sivustosunnittelun teoriaa tutkiessani vastaan tuli sisältöstrategia ja perehdyttyäni tarkemmin sen teoriaan, työkaluihin, mahdollisuuksiin ja soveltamiseen, totesin sen äärettömän mielenkiintoiseksi sekä tärkeäksi käyttäjälähtöisten verkkopalveluiden tuotannossa. Jos Newtonin ja Riggsin (2016, 1) mukaan sisältöä vaan tuotetaan jatkuvasti ilman strategiaa, johtaa se pidemmän päälle päällekkäisyyksiin, epä johdonmukaisuuksiin, epätarkkuuksiin ja irrallisiin polkuihin. Pirstaleista ja kasvavaa sisältöä on hankala hallita ja sen seurauksena käyttäjäkokemus kärsii ja heidän mukaansa käytäntö voi johtaa myös henkilöstön tehottomuuteen. Näin ollen konseptiuudistuksen pohjaksi, tai osana sitä, olisi hyvä tehdä palvelukokonaisuudelle sisältöstrategia.

Työn aluksi esittelen lyhyesti Valtakunnallisen kehittämistehtävän ja Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden. Tämän jälkeen käsittelen kyselytutkimuksen teoriaa ja puran, pohdin ja teen päätelmiä kyselyn ja haastattelujen tuloksista. Käyn läpi Kirjastot.fi-sivoustuudistusta asiakaslähtöisen suunnittelun kannalta peilaten niin teoriaan kuin kyselytutkimuksen ja haastatteluiden tuloksiin ja päätelmiin. Seuraavaksi esittelen

sisältöstrategian luomisen teoriaa sekä yleisesti että kirjastolähtöisesti ja koostan ehdotuksia, joiden pohjalta Kirjastot.fi-uudistus voisi edetä.

Työn tarkoitus on nostaa esille asiakaslähtöistä suunnittelua, sisältöstrategian tärkeyttä ja ennen kaikkea auttaa konseptiuudistuksen tekemisessä.

2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Työn päätarkoitus oli laatia pohjaa Kirjastot.fi-sivuston kehittämissuunnitelmalle, aloittamalla laajalla käyttäjäkyselyllä ja täydentävillä haastatteluilla, sekä luoda suuntaviivoja sivuston sisältöstrategialle. Käyttäjäkyselyn avulla määritellään (1) keitä Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden käyttäjät tällä hetkellä ovat, (2) mitä he pääasiassa sivustolta hakevat, (3) mitä mieltä he ovat Kirjastot.fi-palveluista ja (4) mitä kehittämissuunnitelmia heillä itsellään voisi olla. Oletuksena on, että käyttäjät ovat ensisijaisesti yleisten kirjastojen henkilökuntaa, mutta kyselyllä haluttiin joko saada varmistus tähän tai löytää myös mahdollisia muita käyttäjäryhmiä. Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus kun on hyvin laaja ja osa sisällöistä hyödyttäisi varmasti myös esimerkiksi opetusalailla toimivia.

Opinnäytetyö on aineistolähtöinen empiirinen tutkimus, johon aineisto hankittiin verkkokyselyllä ja haastatteluilla ja aineistoa analysoitiin sekä määrällisesti että laadullisesti. Empiirisen tutkimuksen keskiössä on koottu, konkreettinen tutkimusaineisto, joka toimii lähtökohtana tutkimuksen tekemiselle ja tutkimustulokset saadaan havainnoimalla, analysoimalla ja mittaamalla tutkimuskohdetta (Empiirinen tutkimus 2015).

Heikkilän (2014, 12) mukaan empiirisellä tutkimuksella voidaan testata teoriasta johdetun hypoteesin toteutumista käytännössä, selvittää jonkin ilmiön tai käyttäytymisen syitä tai kuten tässä opinnäytetyössä, löytää ratkaisu jonkin asian toteuttamiseen. Kerätyn aineiston pohjalta pyritään siis työstämään pohja sivoustouudistukselle ja sen käyttäjälähtöiselle kehittämiselle sekä perustella tarve sisältöstrategialle.

Tutkimuksessa käytettiin induktiivista, eli aineistolähtöistä lähestymistapaa, jolloin tutkimuksen pääpaino on aineistossa ja teoria rakennetaan sen pohjalta (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Saukkosen mukaan ([Viitattu 4.12.2019]) induktiivisen logiikan mukaan toteutetussa tutkimuksessa ensin muotoillaan tutkimusongelma, sitten kerätään aineisto, jolla tehdään asetetun ongelman tarpeiden mukaisia kysymyksiä. Tämän jälkeen, hänen mukaansa, voidaan analyysin tulokset kerätä esimerkiksi tematisoiden tai luokitellen, niistä etsitään yleistämismahdollisuuksia tai yleisiä linjoja, ja sitten suoritetaan mahdolliset teoretisoinnit, yleistykset tai yhdistämiset muiden tutkimusten tuloksiin.

Käyttäjäkyselyn tulosten ja haastattelujen perusteella tehtiin pohjaa Kirjastot.fi-sivuston kehittämissuunnitelmalle ja työssä pohditaan myös palvelukokonaisuuden sisältöstrategiaa pidemmän aikavälin tavoitteilla. Työ toimii konseptiuudistukselle suuntaa antavana pohjana ja se kiinnittää myös erityistä huomiota jatkuvan käyttäjälähtöisen kehittämisen ideaan.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä ovat:

1. Keitä Kirjastot.fi:n käyttäjät ovat ja millaisen sisällön he haluavat Kirjastot.fi-sivustolle?
2. Miten Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus pystyy parhaiten tavoittamaan ja palvelemaan sen keskeisimpiä kohderyhmiä?

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on suunnitella ja toteuttaa sivuston konseptiuudistuksen kivijalka, verkkokäyttäjäkysely, ja analysoida sen tulokset. Lisäksi tavoitteena on tehdä pohjaa sivuston kehittämissuunnitelmalle sekä hahmotella suunta-aivoja sisältöstrategialle, jotta käyttäjien tarpeisiin ja odotuksiin vastaaminen olisi jatkossa paremmin mukana palveluiden suunnittelussa, toteuttamisessa ja kehittämisessä.

2.1 Valtakunnallinen kehittämistehtävä (VAKE)

Yleisten kirjastojen toiminnan tasapuoliseksi tukemiseksi valtakunnallisella kehittämistehtävällä toteutetaan yleisten kirjastojen yhteisiä palveluja ja edistetään yleisten kirjastojen keskinäistä yhteistoimintaa. Yhteisten palvelujen toteuttamisessa kehittämistehtävää tulee hoitaa yhteistyössä yleisten kirjastojen ja muiden kirjastojen kanssa. (L 29.12.2016/1492)

Uusi kirjastolaki vuodelta 2016 (astui voimaan 2017) on tuonut selkeästi ja ytimekkäästi näkyviin palvelukokonaisuuden keskeisen perusajatuksen antamalla yhdeksi keskeiseksi tehtäväksi toteuttaa yleisten kirjastojen yhteisiä palveluja. Valtakunnalliseen kehittämistehtävään kuuluu neljä osa-aluetta: Kirjastot.fi-palvelutuotanto ja viestintä, kansainvälinen viestintä, kansallinen yhteistyö ja kaukopalvelu (Helsingin kaupunginkirjasto 2019, 3).

2.2 Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus

Kirjastot.fi on vuonna 1995 ensimmäisen kerran julkaistu kirjastojen yhteinen kaikille avoin kirjastoverkkopalvelujen kokonaisuus, joka tarjoaa väylän moniin keskeisiin kirjastopalveluihin (Kirjastot.fi, [viitattu 26.12.2019]). Kirjastot.fi:tä ylläpitää Helsingin kaupunginkirjaston hoitama Yleisten kirjastojen valtakunnalliset kehittämispalvelut (VAKE) ja toimintaa rahoittaa opetus- ja kulttuuriministeriö (A 660/2017).

Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus (Helsingin kaupunginkirjasto 2019, 4–19) on erittäin laaja, kokonaisuuden sisältö- ja tiedonhakupalveluihin kuuluvat seuraavat palvelut:

- Kirjastot.fi-emosivusto
- Frank-monihaku / SökSam
- Kirjastohakemisto
- Kirjasampo.fi / Kirjasampo.fi/sivupiiri
- Boksampo.fi / Boksampo.fi/sidospår
- Aparaattisaari.fi
- Fono.fi
- Musiikkikirjastot.fi
- Kysy kirjastonhoitajalta
- Makupalat.fi
- Ekirjasto
- Digi.kirjastot.fi
- Biblioteken.fi
- Libraries.fi

Kirjastot.fi:n ammattipalveluihin kuuluvat seuraavat palvelut (Helsingin kaupunginkirjasto 2019, 19–20):

- Hankkeet.kirjastot.fi
- Palveluympäristön raportointipalvelu kirjastotoimelle
- Tilastot.kirjastot.fi
- Kaunokki.kirjastot.fi
- Ykl.kirjastot.fi
- Vaikuttavuus.kirjastot.fi

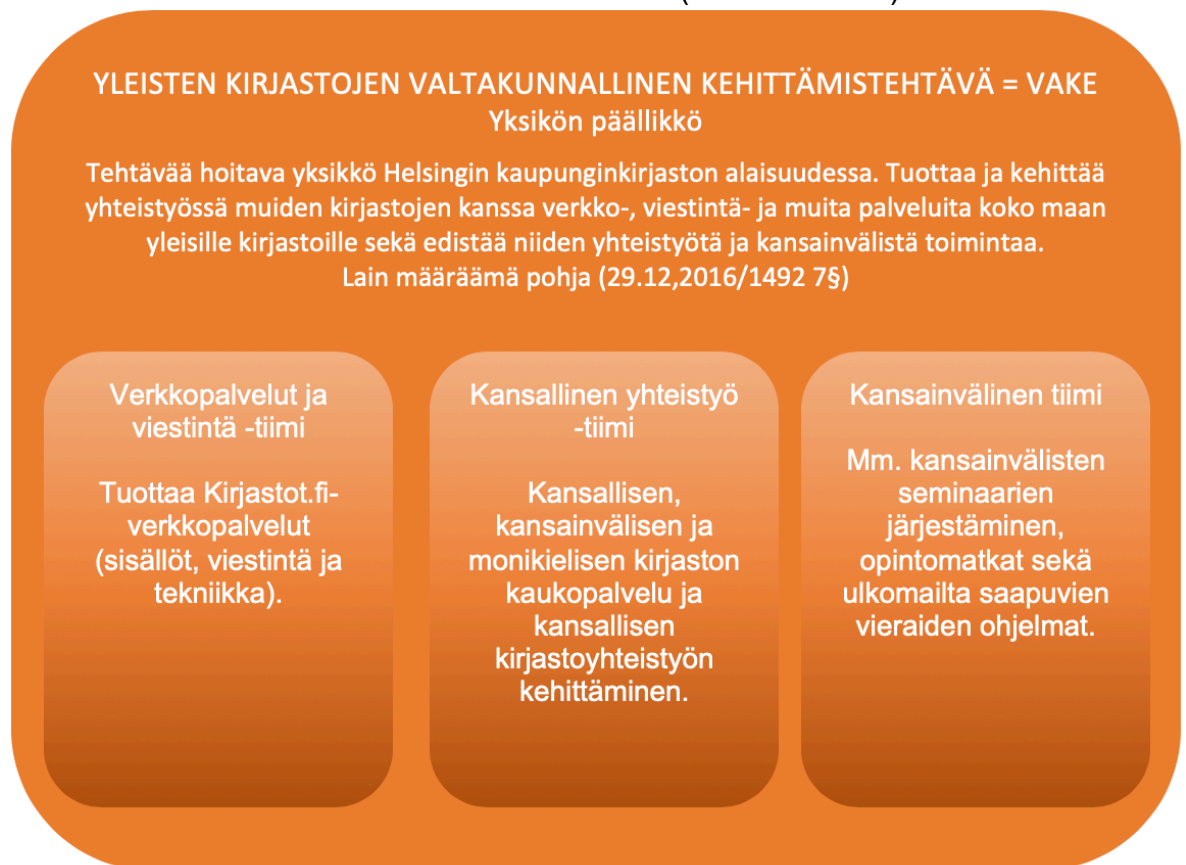
- WebKake-kaukopalvelusovellus

Kirjastot.fi:n viestintäkokonaisuuteen kuuluvat seuraavat osiot (Helsingin kaupunginkirjasto 2019, 21–27):

- Valtakunnallisen kehittämistehtävän viestintä
- Kirjastokaista.fi

Lisäksi koko valtakunnallisen kehittämistehtävän kokonaisuuteen kuuluvat myös kansainvälinen viestintä, kansallinen yhteistyö ja kaukopalvelu (Helsingin kaupunginkirjasto 2019, 29–32). Taulukko 1 havainnollistaa Valtakunnallista kehittämistehtävää.

Taulukko 1. Valtakunnallinen kehittämistehtävä (Sarmela 2018).



3 KYSELYTUTKIMUS

Yksi perinteisimmistä tavoista kerätä tutkimusaineistoa on kyselylomake. Kysymyksiä tehtäessä täytyy olla huolellinen, sillä tutkimuksen onnistuminen riippuu kysymyksistä. Kysymysten tulee olla yksiselitteisiä ja tarkkoja sanamuodoiltaan, ne eivät saa johdatella eivätkä voi olla häilyviä tai epämääräisiä ja ne tulee rakentaa tutkimusongelmien ja tutkimuksen tavoitteiden mukaisesti. (Valli 2018, 92–93.)

Sähköisellä kyselyllä on Vallin ja Perkkilän (2018, 117–118) mukaan monta etua, yksi on visuaalisuus, toinen nopeus sekä kyselyä toimitettaessa että vastausta palautettaessa ja kolmas suuri etu on taloudellisuus, sillä kyselystä ei aiheudu juurikaan kuluja, asui vastaaja sitten missä tahansa. Verkkokyselyssä heidän mukaansa positiivista on myös se, että tutkijan omat työvaiheet vähenevät, kun aineistoa ei tarvitse litteroida eikä syöttää erikseen, sillä se on valmiiksi sähköisenä ja juuri siinä muodossa, kuin vastaaja on vastannut. Sosiaalisen median tulon myötä tutkimuskyselyjä tehdäänkin usein sähköisinä erilaisten sosiaalisten alustojen kautta tai kohdennettuna suoraan koehenkilöille. Valli ja Perkkilä kuitenkin muistuttavat, että teknologian monipuolistumisen myötä tulee kyselyä laadittaessa ottaa huomioon kaikki mahdolliset vastaajien käyttämät laitteet (tietokoneet, tabletit ja älypuhelimet), jotta lomake toimii ja on helposti vastattavissa.

Verkkokyselyn voi välittää vastaajille esimerkiksi suoraan sähköpostitse, näin se toimii kuin postikysely, mutta vaan verkon kautta. Tutkija voi näin ollen myös rajata otoksen tarkkaan haluamallaan tavalla ja sähköpostia käytettäessä on helppo varmistaa, että sama vastaaja vastaa vain kerran. Tällä tavalla toimittaessa vastaajalle ei kuitenkaan voida taata anonymiteettiä. (Valli & Perkkilä 2018, 119.)

Verkkokyselyn voi toteuttaa myös laittamalla sen jollekin sosiaalisen median alustalle, jolloin kuka tahansa voi vastata siihen. Tutkija ei tässä tapauksessa ole ennakolta yhteydessä tutkittaviin, ei valikoi heitä, eikä juurikaan voi rajata vastaajiaan. Tuloksia analysoitaessa on otettava huomioon se, että näin toimittaessa ei noudateta todennäköisyysotannon periaatteita, ja aineistosta puhuttaessa tulee puhua näytteestä, ei otoksesta. (Valli & Perkkilä 2018, 119–120.)

3.1 Käyttäjäkysely Kirjastot.fi-sivustosta ja palvelukokonaisuudesta

Kirjastot.fi-palvelukokonaisuudelle tehdään konseptiuudistusta, joka aiotaan toteuttaa vuoden 2020 aikana. Tämän pohjaksi oli kriittistä tehdä myös tuore käyttäjäkysely, sillä edellisestä on kulunut aikaa jo kahdeksan vuotta. Kyselyllä kerättiin systemaattista tietoa käyttäjien tämänhetkisistä taustoista, tarpeista ja odotuksista palvelujen suhteen.

Käyttäjäkyselyllä pyrittiin selvittämään keitä käyttäjät ovat, sekä mitä mieltä he ovat Kirjastot.fi-sivustosta ja palvelukokonaisuuden eri palveluista. Lisäksi kysyttiin myös viestinnällisiä asioita liittyen Kirjasto.fi:n ammattikalenteriin ja sitä kautta viestitettäviiin asioihin.

Kyselyssä huomioitiin mahdollisimman pitkälle relevantti vertailukelpoisuus aiempiin Kirjastot.fi-käyttäjäkyselyihin, ja lisäksi muihin verkkotoimijoihin (esimerkiksi Finna.fi ja Kansalliskirjasto). Vertailukelpoisuus ei kuitenkaan osoittautunut kovin hyödylliseksi kriteeriksi, sillä verkkosisällöt ja niiden käyttö muuttuvat nopeasti.

3.2 Käyttäjäkyselyn lomakkeen laadinta ja toteutus

Kyselylomakkeessa asioita voidaan kysyä eri tavoin: muun muassa valmiilla vastausvaihtoehdoilla, avoimilla kysymyksillä tai käyttämällä järjestysasteikkoisia mittareita, jotka mittaavat intensiivisyyttä. Peruslogiikaltaan samanlaisia ja rakenteeltaan samoihin ratkaisuihin pohjautuvia järjestysasteikkoisia mittareita ovat Likertin asteikko, semanttinen differentiaali, Flechen asteikko, VAS-mittari ja yksisuuntainen intensiivisyysasteikko. Mitta-asteikko ja saadun aineiston analysointi ratkeaa kysymyksen muodolla. (Valli 2018, 106.)

Likertin asteikko on yksi useimmin käytetyistä vaihtoehdoista, kun mitataan asenteita tai mielipiteitä. Mittaamisen yhteydessä käytetään nykyisin viisi- ja yhdeksänportaisia asteikkoja, jossa parittomuuden idea antaa vastaajalle mahdollisuuden olla ottamatta kantaa keskelle sijoitetulla ”en osaa sanoa” -vaihtoehdolla. Vastausvaihtoehdot nimetään useimmin asteikolla 1 = täysin samaa mieltä – 5 = täysin eri mieltä,

mutta vastausvaihtoehdot tulee kuitenkin aina hakea mittauskohteen asiasisällöistä. (Valli 2018, 106.)

Kyselyssä käytettiin paljon Likertin asteikkoa kysymykseen sovelletuin vastausvaihtoehdoin. Lisäksi kyselyssä oli kysymyksiä täydentäviä avoimen vastauksen kenttiä, kaksi kokonaan avointa kysymystä sekä NPS-kysymys.

NPS- eli Net Promoter Score -kysymys on mittaustapa, jolla mitataan asiakkaan halua suositella yrityksen palvelua tai tuotetta asteikolla 0-10. Mittaustulos lasketaan niin, että arvosanat 9-10 lasketaan havaintoarvona, arvosanat 0-6 vähentävät tulosta ja arvosanat 7-8 jätetään kokonaan huomioitta. (Kuitunen & Sutinen 2018, 27.)

Käyttäjäkyselyn lomakkeen teon haasteita olivat Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden koko, sen sisältöjen ja oletettujen pääkäyttäjien laajuus sekä aie kohdentaa kysely myös muille vastaajille kuin kirjastoalan ammattilaisille. Sähköisellä alustalla oli myös tarkasti testattava eri taustaisten vastaajien polku, kun osa kysymyksistä aukeaa riippuvuussuhteiden avulla, tai piilotetaan kokonaan. Kyselylomaketta testattiin useaan otteeseen Kirjastot.fi-toimituksen henkilöstön toimesta ja sitä muokattiin havaittujen virheiden, puutteiden ja parannusehdotusten osalta.

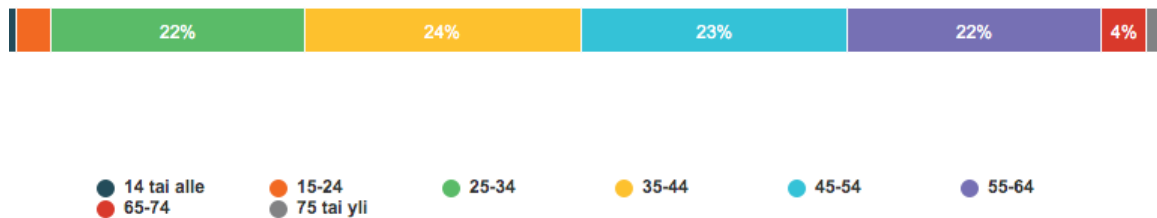
Kysely toteutettiin Webropol-verkkokyselynä 19.11. – 9.12.2019 ja pyrkimyksenä oli luonnollisesti saada mahdollisimman paljon vastaajia. Kyselystä oltiin jo etukäteen viestitetty keskeisille sidosryhmille. Vastaamiskutsu lähetettiin kaikille Kirjastot.fi:n ammattikalenteriin rekisteröityneille käyttäjille ja aluehallintovirastoille sähköpostitse, laitettiin laajasti näkyville linkkinä Kirjastot.fi-sivustolle ja siihen kuuluviin verkkopalveluihin sekä jaettiin muutaman kerran Kirjasto.fi-palvelukokonaisuuden sosiaalisen median tileillä Facebookissa ja Twitterissä.

3.3 Käyttäjäkyselyn tulokset

Käyttäjäkysely toteutettiin Webropol-verkkokyselynä 19.11. – 9.12.2019 välisenä aikana. Kyselyyn saatiin 404 vastausta.

3.3.1 Taustakysymykset

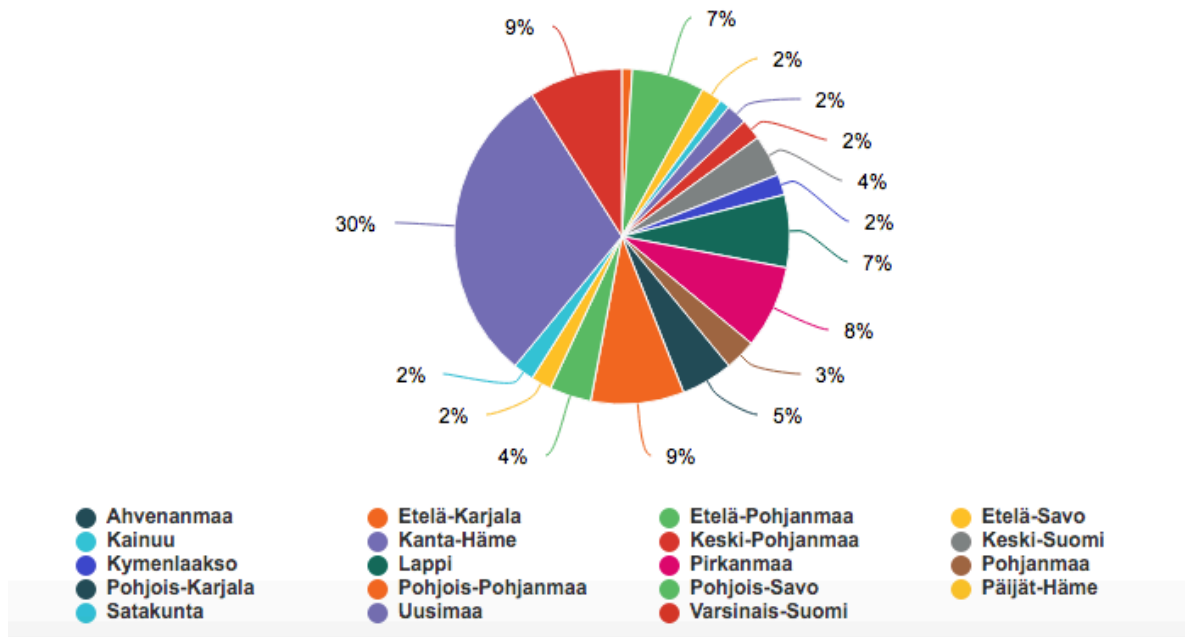
Kyselyn kysymykset 1–4 olivat taustakysymyksiä, joissa tiedusteltiin vastaajien ikää, sukupuolta asuinpaikkaa ja käyttäjäryhmää.



Kuvio 1. Vastaajien ikä (n=404).

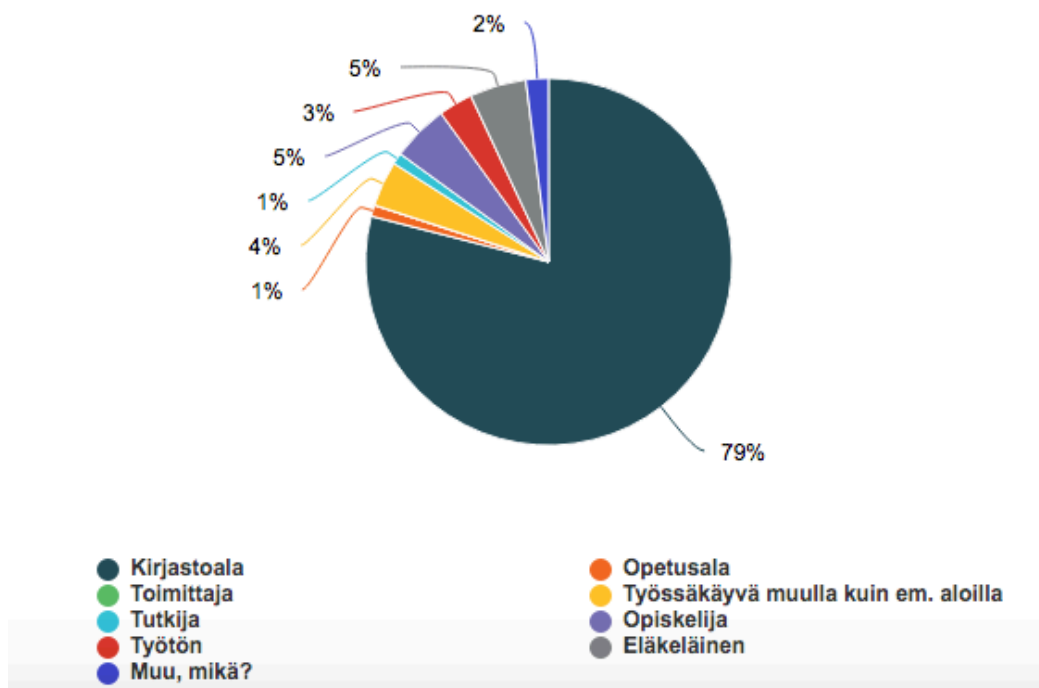
Vastaajien ikähaarukka jakautui hyvin tasaisesti välillä 25–64 vuotta (Kuvio 1). 78 % vastaajista oli naisia, eikä vastaajajoukon naisvaltaisuus varmasti ole kellekään yllätys, sillä onhan kirjastoala varsin naisvaltainen. Tämä tuli viimeksi hyvin esille esimerkiksi kirjastoalan työntekijäselvityksessä Kirjasto ammattilaisten silmin, jota varten tehtyyn kyselyyn vastanneista 82 % oli naisia, 15 % miehiä ja 3 % muu/ei halunnut sanoa (Kirjasto ammattilaisten silmin 2019, 7).

Kysymyksessä kolme tiedusteltiin vastaajien asuinpaikkaa, joka päädyttiin kyselylomakkeessa määrittelemään maakunnittain. Vastaajista 30 % ilmoitti asuinpaikakseen Uusimaa, seuraavaksi suurimmat vastaajamäärät tulivat Pohjois-Pohjanmaalta ja Varsinais-Suomesta. Neljänneksi eniten vastaajia tuli Pirkanmaalta ja seuraavaksi vastaajamäärissä tulivat Etelä-Pohjanmaa ja Lappi. Jokaisesta maakunnasta kyselyyn vastasi vähintään yksi henkilö. Suurista kaupunginkirjastoista erittäin paljon suurempi osuus oli Uudeltamaalta (64 %) verrattuna kunnankirjastoihin (16 %). (Kuvio 2.)



Kuvio 2. Vastaajien asuinpaikka (n=404).

Neljännessä kysymyksessä kartoitettiin vastaajien käyttäjäryhmää. Kuten voitiin etukäteen olettaa, suurin osa vastaajista (79 %) ilmoitti olevansa kirjastoalalla. Kyselyyn vastasi myös yksi toimittaja, ja opettajia ja tutkijoita molempia kolme. Muu, mikä? -kohtaa täydentävässä kentässä kaksi vastaajaa ilmoitti olevansa kirjastoalan opiskelijoita, yksi lukiolainen, yksi ”utelias lapsi”, kaksi kertoi olevansa perhevaapaalla ja yksi pienkustantajien edustaja. (Kuvio 3.)



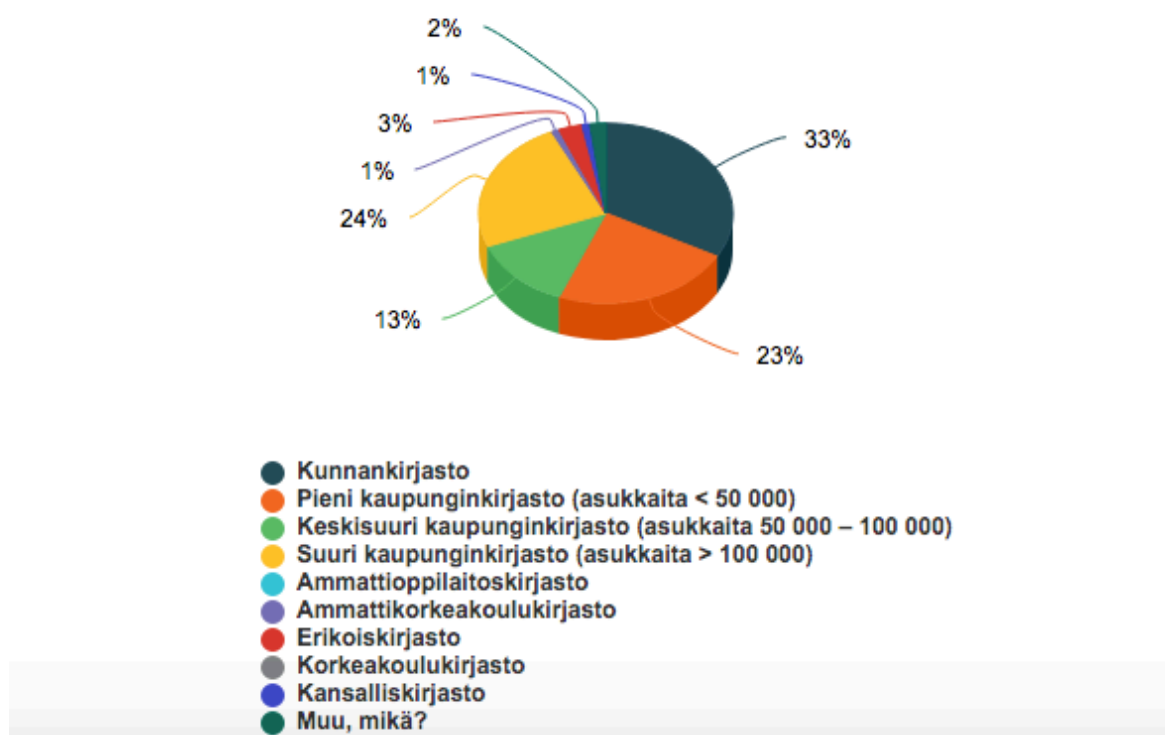
Kuvio 3. Vastaajien käyttäjäryhmä (n=404).

Kysymykseen neljä kuului myös monta tarkentavaa kysymystä. Tutkijoilta kysyttiin tutkimusalaa, johon vastauksiksi tuli etnologia, historia ja humanistinen historia sekä vanhat ja tosi vanhat kulttuurikielet.

Opiskelijoilta kysyttiin, mitä alaa he opiskelevat. Kymmenen vastaajaa ilmoitti opiskelevansa kirjasto- ja tietopalvelualaa, kolme ilmoitti käyvänsä peruskoulua ja muita vastauksia olivat tietojärjestelmätieteet, yhteisöpedagogi, historia, matemaattisluonnontieteet, humanistinen ala, hoitoala, taidekasvatus lasten parissa sekä informaatiotutkimus ja interaktiivinen media.

Opettajilta kysyttiin, missä oppilaitoksessa he työskentelevät. Yksi vastaajista ilmoitti olevansa yläkoulun opettaja ja yksi aikuisopiston, työväenopiston tai vastaavan opettaja.

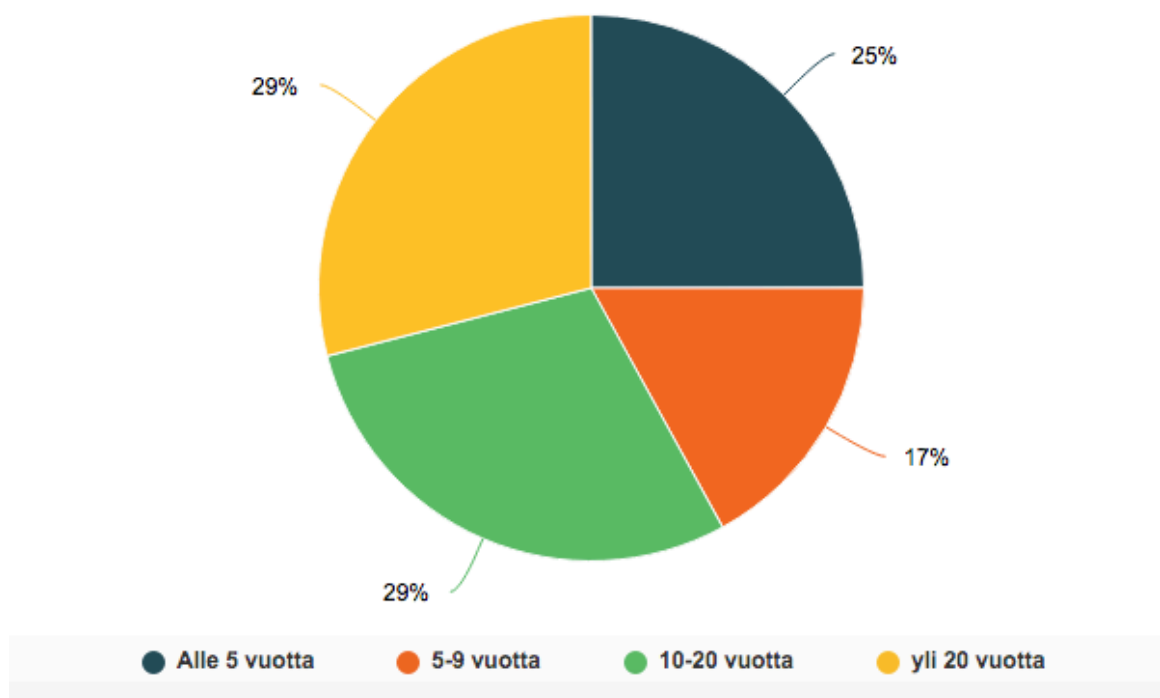
Kirjastoalan vastanneille tehtiin kolme tarkentavaa kysymystä. Ensimmäisenä kysyttiin, millaisessa kirjastossa vastaaja työskentelee. Vastaukset jakoutuivat aika tasaisesti eri kokoisten kunnan- ja kaupunginkirjastojen kesken, ja muutama vastaus tuli myös erikoiskirjastojen henkilöstöltä. Muu, mikä? -kohtaa tarkentavaan kenttään tuli ainoastaan yksi vastaus, joka oli kaupunginkirjaston lähikirjasto maaseudulla. (Kuvio 4.)



Kuvio 4. Vastaajan työskentelypaikka (n=319).

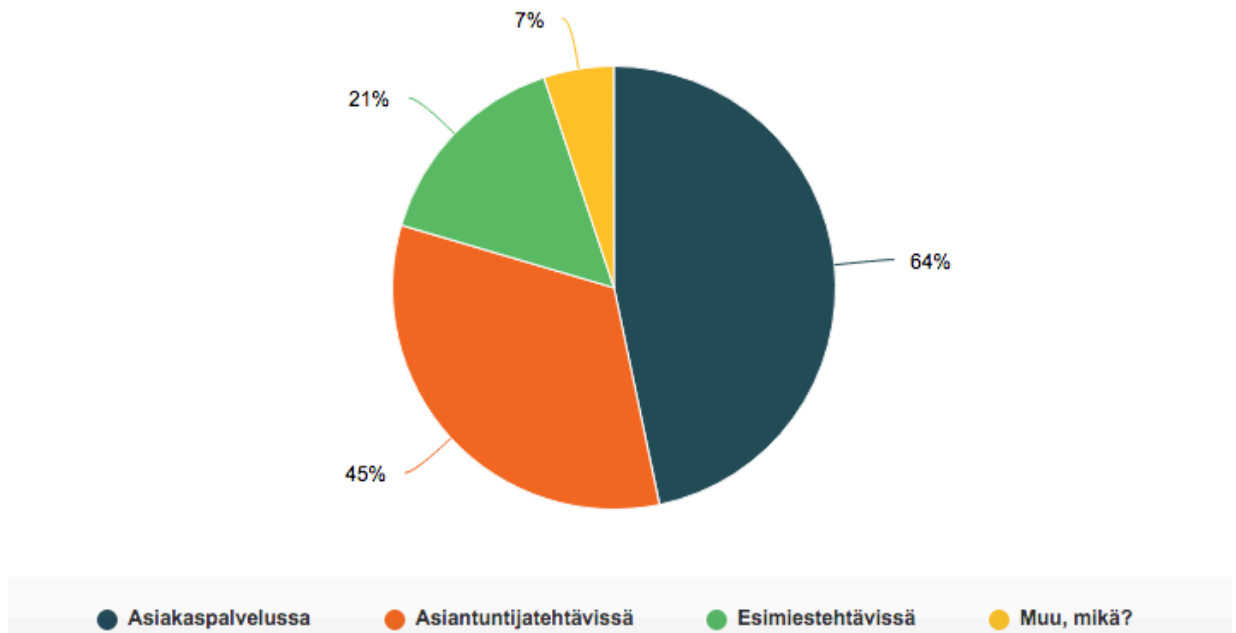
Toisessa kirjastoalalla työskenteleville suunnatussa tarkentavassa kysymyksessä kysyttiin, kauanko on työskennellyt alalla. Tässäkin vastaukset jakautuivat aika tasaisesti. (Kuvio 5.)

Vastaajien työurien pituudet olivat lähes samassa suhteessa Kirjasto ammattilaisten silmin -selvityksen tulosten kanssa, paitsi siinä yli 20 vuotta alalla olleita oli peräti 38 % (Kirjasto ammattilaisten silmin 2019, 12).



Kuvio 5. Työuran pituus kirjastoalalla (n=319).

Kolmantena tarkentavana kysymyksenä kysyttiin, millaisessa tehtävässä vastaajat toimivat ja kysymyksessä oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto, sillä monissa pienemmissä kirjastoissa vastualueet ovat moninaiset. Vastaajia oli 319 kappaletta ja vastauksia tuli 438. Yli puolet vastaajista (64 %) toimii asiakaspalvelussa, asiantuntijatehtävissä työskentelee 45 % ja esimiestehtävissä n. viidesosa vastaajista. Muu, mikä? -kohtaan tulleista vastauksista suurimman osan voi katsoa sisältyvän asiantuntijatehtäviin, sillä usein mainittiin joku erityinen vastuualue, kuten kirjavinkkaus tai lastenkirjastotyö. Lisäksi mainintoja sai muun muassa kulttuuritoimi, viestintä/tiedottaminen, verkkosivujen päivitys- ja atk-tukityöt sekä tapahtumatuotanto. (Kuvio 6.)

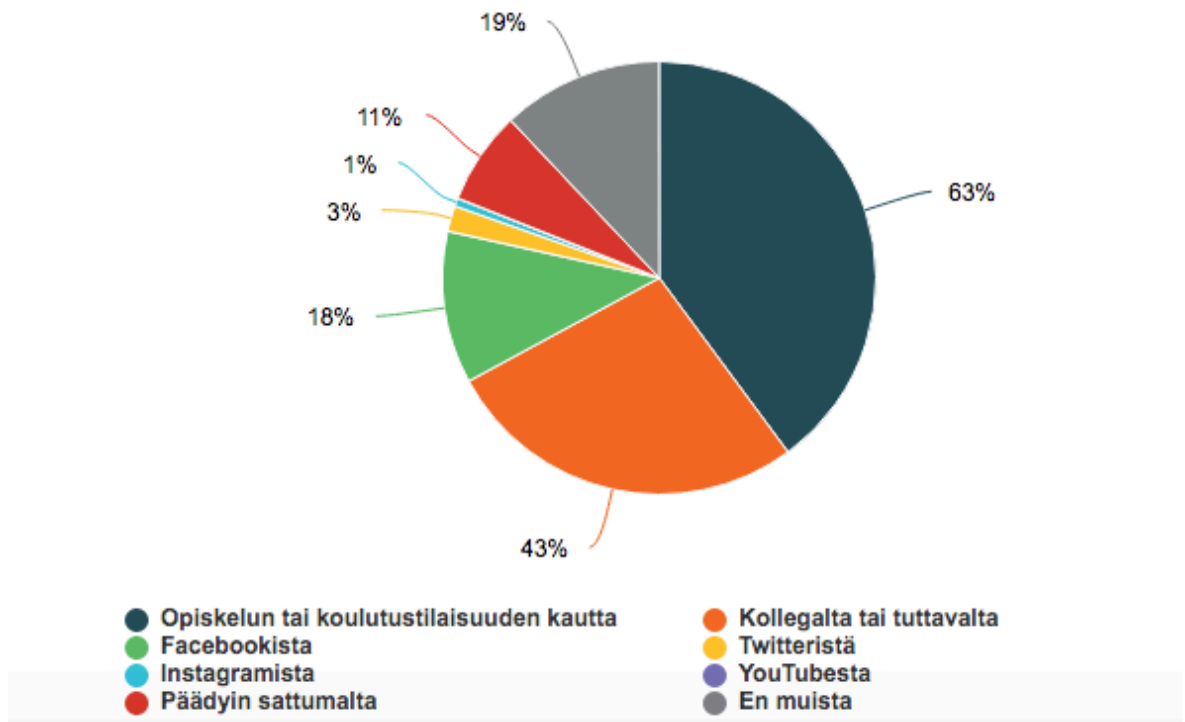


Kuvio 6. Vastaajien työnkuva (n=319).

3.3.2 Kirjastot.fi-sivustoa koskevat kysymykset

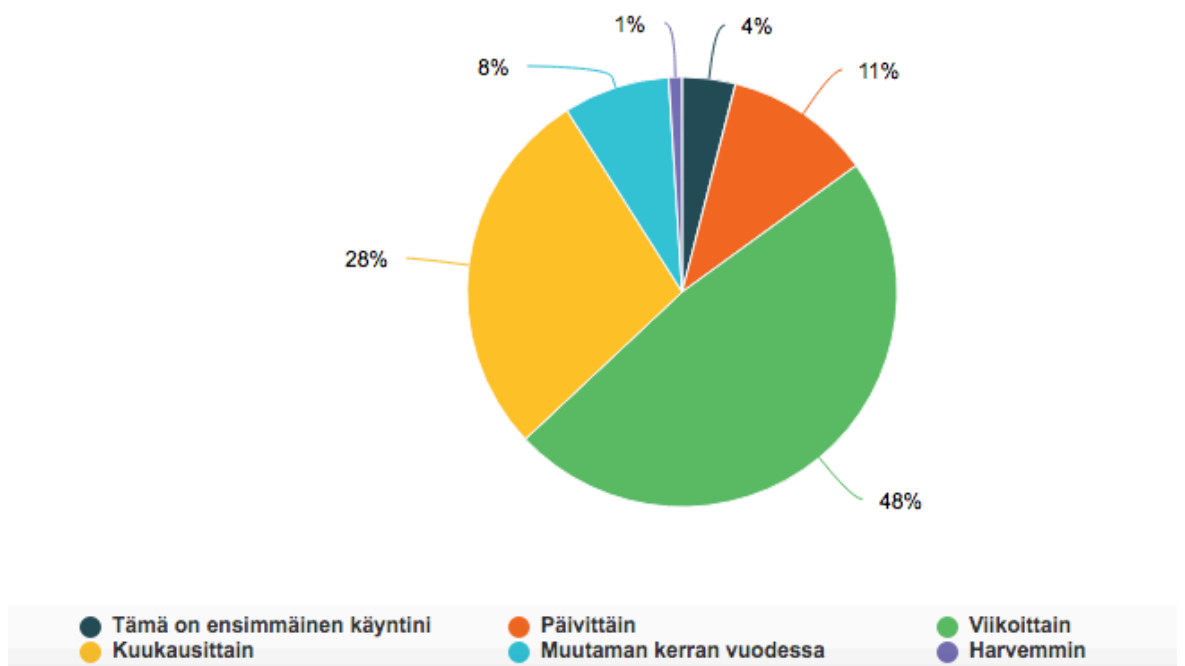
Kysymyksissä 11–18 kysyttiin itse Kirjastot.fi-verkkosivustosta. Ensimmäisenä kysyttiin, miten tulit nyt/tulet yleensä Kirjastot.fi-sivustolle. Yli puolet vastaajista (65 %) ilmoitti tulevansa suoraan palvelun osoitteella, 14 % ulkoisen linkin kautta, 11 % sosiaalisen median kautta ja 10 % Googlen tai muiden hakukoneiden kautta. Ulkoisen linkin kautta tarkentavassa vastauskentässä pääosa vastaajista ilmoitti tulleensa sähköpostiin tulleen linkin kautta (todennäköisiä Kirjastot.fi-ammattikalenteriin rekisteröityneitä käyttäjiä) ja muutama työpaikan intran kautta.

Kysymyksessä 12 kysyttiin, mistä olet kuullut Kirjastot.fi:stä tai sen palveluista. Kysymykseen vastasi 403 vastaajaa ja vastauksia tuli 637. Vastaajista yli puolet on kuullut Kirjastot.fi:stä tai sen palveluista opiskelun tai koulutustilaisuuden kautta, josta voi päätellä, että palvelukokonaisuus muistetaan hyvin oppilaitoksissa esitellä myös alan opiskelijoille. (Kuvio 7.)



Kuvio 7. Mistä kuullut Kirjastot.fi:stä tai palveluista.

Kysymyksessä 13 tiedusteltiin käyntitiheyttä. Kyselyyn vastasi iso osa suhteellisen aktiivisia käyttäjiä, sillä lähes 60 % heistä käy sivustolla viikoittain tai päivittäin. (Kuvio 8.)

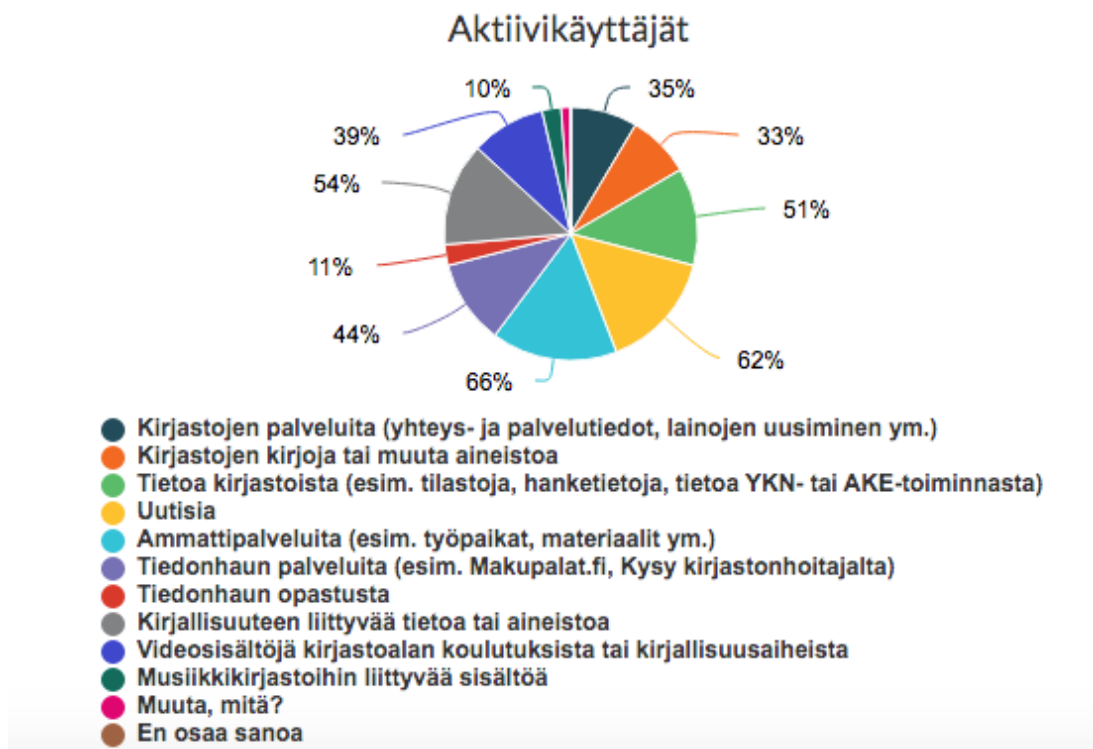


Kuvio 8. Käyntitiheys Kirjastot.fi-sivustolla (n=404).

Tässä vaiheessa päädyin jatkamaan kyselyn tulosten tutkimista kahta käyttäjäryhmää vertaillen. Jätän vertailun ulkopuolelle sivustolla ensimmäistä kertaa vierailevat vastaajat ja tutkin kahden sivustoa käyttävän ryhmän ajatuksia ja mielipiteitä tarkemmin. Tein siis lopuista kaksi vertailuryhmää: aktiivikäyttäjät, eli käyttäjät, jotka käyvät sivustolla joko viikoittain tai päivittäin (n=235) ja satunnaiskäyttäjät, jotka käyvät sivustolla kuukausittain, muutaman kerran vuodessa tai harvemmin (n=151).

Kysymyksessä 14 tiedusteltiin, mitä vastaajat etsivät sivustolta ja vastausten kirjo molemmilla ryhmillä oli laaja. Eniten sivustolta haettiin ammattipalveluita (työpaikat, materiaalit ym.), joita etsi 66 % aktiivikäyttäjistä ja 55 % satunnaiskäyttäjistä. Toiseksi etsityimmäksi asiaksi nousi uutiset, joita etsi 62 % aktiivikäyttäjistä ja 43 % satunnaiskäyttäjistä. Kolmanneksi etsityimpiä oli kirjallisuuteen liittyvä tieto tai aineisto, sitä haki 54 % aktiivikäyttäjistä ja 42 % satunnaiskäyttäjistä. Tietoa kirjastoista kiilasi neljänneksi etsityimmäksi, niitä etsi 51 % aktiivikäyttäjistä ja 42 % satunnaiskäyttäjistä. Loputkin vaihtoehdot saivat mainintoja tasaisesti ja avoimeen muuta, mitä? -kysymykseen tulleet vastaukset kuuluivat kaikki johonkin listauksessa olevaan kategoriaan. (Kuviot 9;10.)

Kaikelle listauksessa mainitulle tiedolle periaatteessa on paikkansa sivustolla, mutta selkeä päätulos on nostettavissa ajatellen sisällön uudelleenjärjestämistä. Haetuimmat asiat vastausten mukaan ovat ammattipalvelut (työpaikat, materiaalit jne.), uutiset, kirjallisuuteen liittyvä tieto tai aineisto ja tiedot kirjastoista (tilastot, hanketiedot jne.). (Kuviot 9;10.)

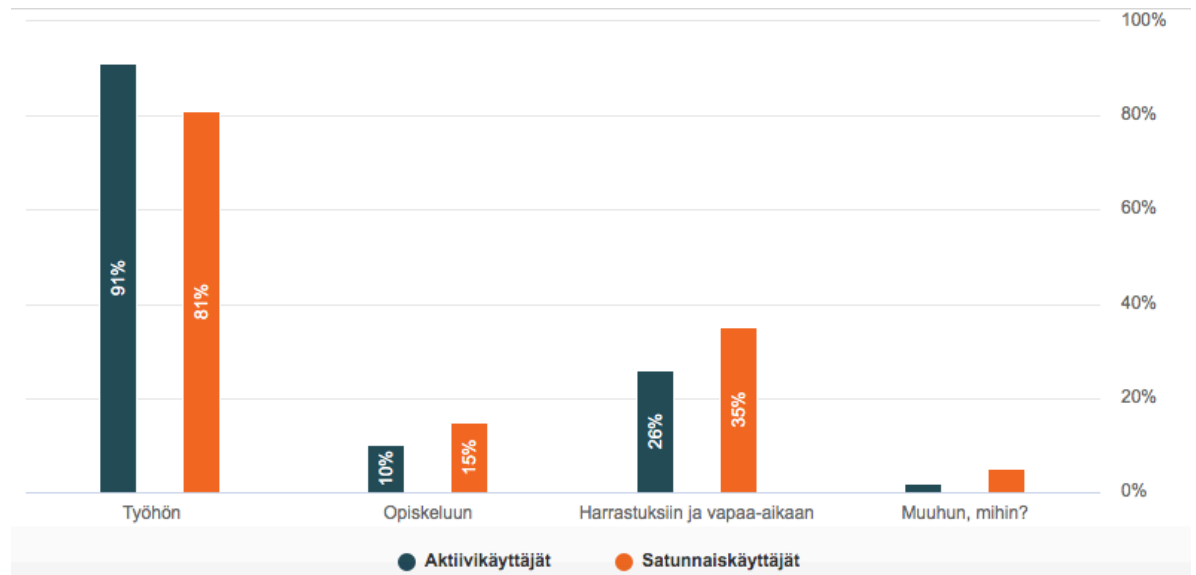


Kuvio 9. Aktiivikäyttäjien etsimät asiat Kirjastot.fi-sivustolta (n=235).



Kuvio 10. Satunnaiskäyttäjien etsimät asiat Kirjastot.fi-sivustolta (n=151).

Seuraavaksi kysymyksessä numero 15 kysyttiin, mihin vastaajat hyödyntävät Kirjastot.fi:n sisältöjä. Suurin osa molemmista ryhmistä (91 % aktiivikäyttäjistä ja 81 % satunnaiskäyttäjistä) hyödynsi sisältöjä työhön, mutta sisällöistä on vastaajille hyötyä myös harrastuksiin ja vapaa-aikaan sekä opiskeluun. Muuhun, mihin? -kohtaan tulleet vastaukset koskivat lähinnä työpaikan hakua. (Kuvio 11.)



Kuvio 11. Mihin hyödynnät sisältöjä (n=383).

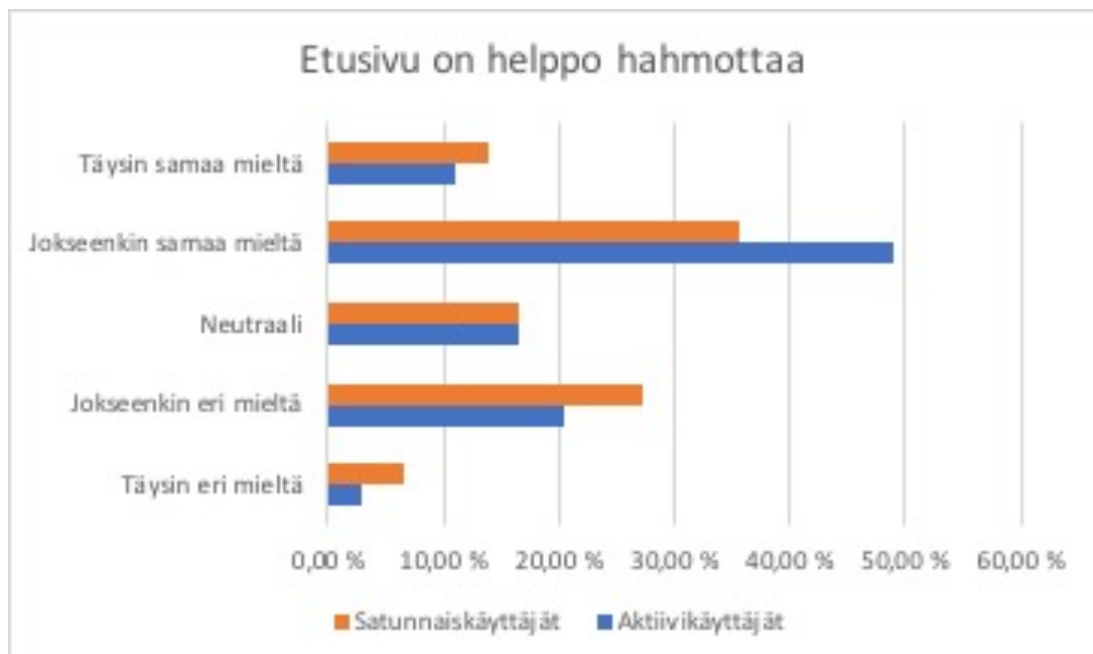
Kysymys 16 oli Likertin asteikolla toteutettu, siinä tiedusteltiin käyttäjien mielipiteitä Kirjastot.fi-sivustosta, sen käytettävyydestä, sisällöstä ja sisällön painotuksesta.

Alkuun tiedusteltiin mielipiteitä Kirjastot.fi-etusivun sisällöstä väittämällä etusivun sisältö on sopiva, ei liian laaja. Tässä aktiivikäyttäjien ja satunnaiskäyttäjien vastaukset jakautuivat mielenkiintoisesti, sillä satunnaiskäyttäjät olivat tästä enemmän täysin samaa mieltä, kuin aktiivikäyttäjät, kun taas jokseenkin samaa mieltä -kohdan valitsi reilusti suurempi määrä aktiivikäyttäjää kuin satunnaiskäyttäjää. Noin viidesosa aktiivikäyttäjistä oli joko jokseenkin tai täysin eri mieltä väittämän kanssa ja likipitäen sama määrä valitsi kohdan neutraali. Satunnaiskäyttäjistä kuitenkin peräti 27 % valitsi joko jokseenkin tai täysin eri mieltä -kohdat. (Kuvio 12.)



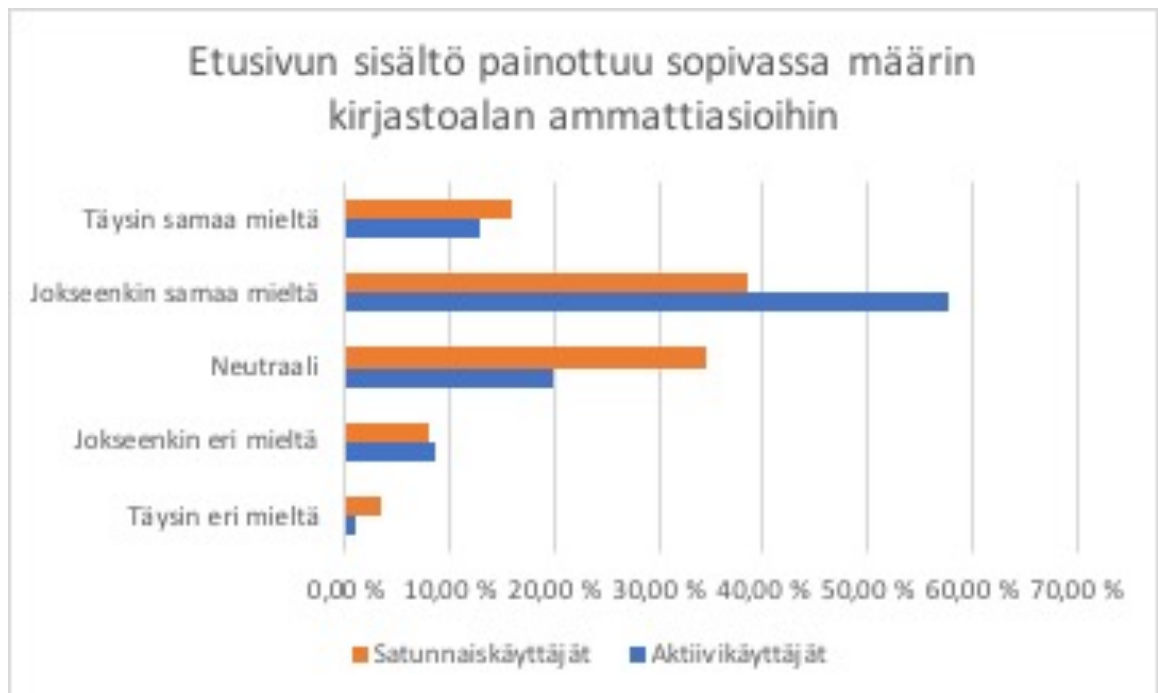
Kuvio 12. Etusivun sisältö on sopiva (n=386).

Etusivu on helppo hahmottaa -väittämän vastaukset jakautuivat jälleen niin, että useampi satunnaiskäyttäjä oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa kuin aktiivikäyttäjä, mutta sitten vastaukset kääntyivät samoin, kuin ensimmäisessä kohdassa. Suhteellisen suuri osuus (34 %) satunnaiskäyttäjistä ja aktiivikäyttäjistä (23 %) oli joko jokseenkin tai täysin eri mieltä väittämän kanssa. (Kuvio 13.)



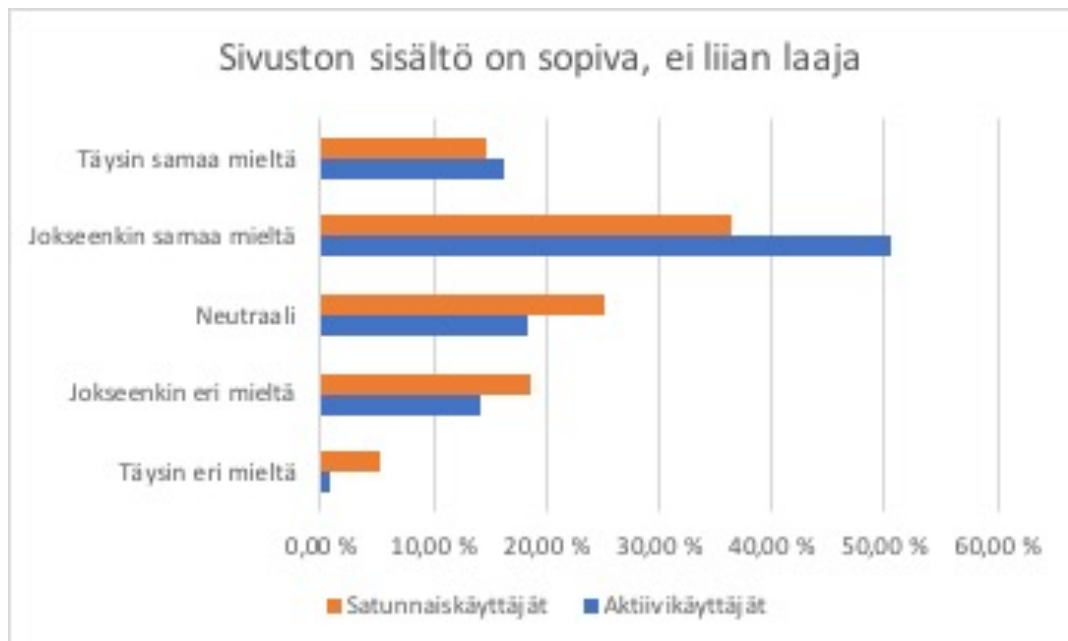
Kuvio 13. Etusivu on helppo hahmottaa n=386

Kolmas väite oli, etusivun sisältö painottuu sopivassa määrin kirjastoalan ammattiasioihin. Tässä satunnaiskäyttäjät olivat jälleen enemmässä määrin täysin samaa mieltä väittämän kanssa kuin aktiivikäyttäjät. Poikkeavaa tässä vastauksessa edellisiin verrattuna on se, että hienoisesti suurempi määrä aktiivikäyttäjää valitsivat kohdan jokseenkin eri mieltä kuin satunnaiskäyttäjät. Satunnaiskäyttäjillä näyttäisi olevan hieman suurempi epävarmuus sisällöstä, kun heistä jopa n. 35 % valitsi kohdan neutraali. (Kuvio 14.)



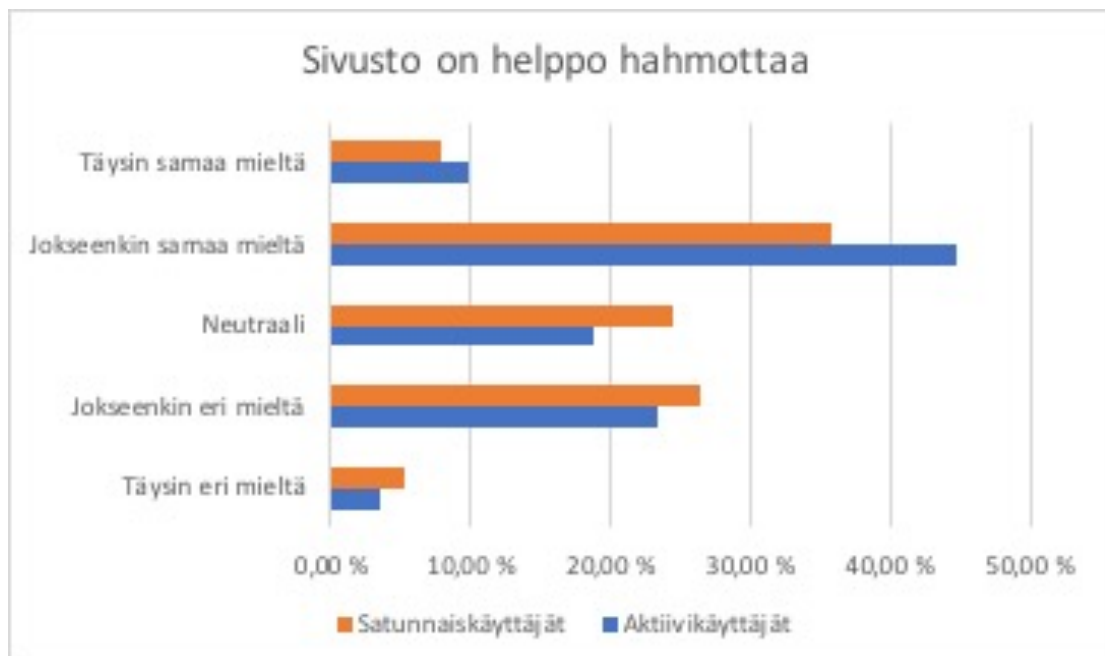
Kuvio 14. Etusivun sisältö painottuu sopivasti kirjastoalan ammattiasioihin (n=386).

Sitten siirryttiin samoihin väitteisiin koskien koko Kirjastot.fi-sivuston sisältöä. Sivuston sisältö on sopiva -väittämästä yli puolet aktiivikäyttäjistä oli joko täysin tai jokseenkin samaa mieltä ja satunnaiskäyttäjistä n. puolet valitsi samat vaihtoehdot. Noin neljäsosa satunnaiskäyttäjistä ja 15 % aktiivikäyttäjistä oli joko jokseenkin tai täysin eri mieltä väittämän kanssa, joten kohtuullisen suurella osalla on ongelmia sisältöjen hahmottamisessa. (Kuvio 15.)



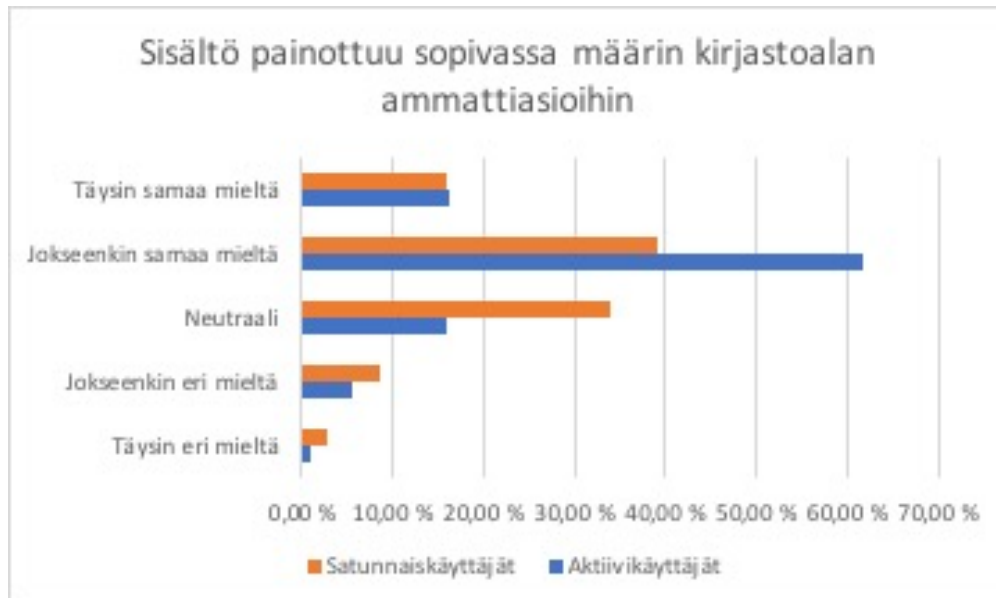
Kuvio 15. Sivuston sisältö on sopiva (n=386).

Sivusto on helppo hahmottaa -väittämän kanssa hieman yli puolet aktiivikäyttäjistä ja n. 44 % satunnaiskäyttäjistä oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä. Tässäkin liki 60 % oli jokseenkin tai täysin eri mieltä väittämän kanssa, joten tämäkin tukee sisällön hahmottamisen vaikeutta. (Kuvio 16.)



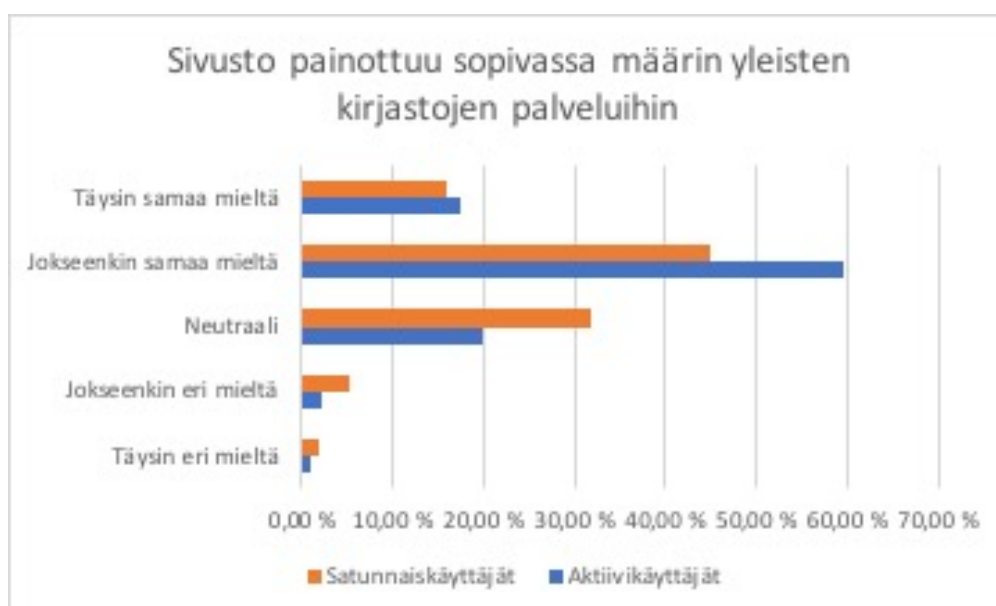
Kuvio 16. Sivusto on helppo hahmottaa (n=386).

Sivusto painottuu sopivassa määrin kirjastoalan ammattiasioihin -väittämän kanssa aktiivikäyttäjistä peräti n. 78 % oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä ja satunnaisikäyttäjistä yli puolet kallistui samalle linjalle, joten sisältö vastannee alalla työskentelevien tarpeisiin. (Kuvio 17.)



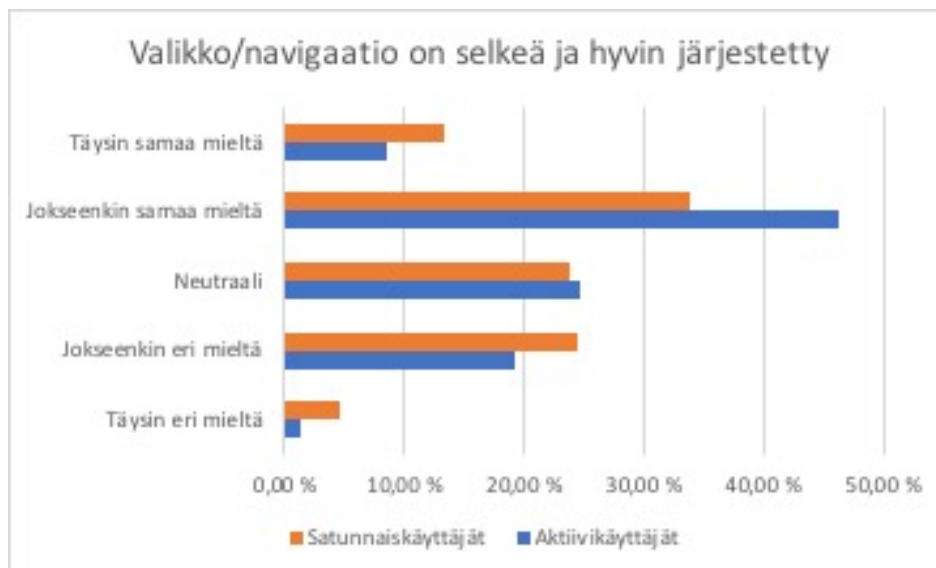
Kuvio 17. Sisältö painottuu sopivasti kirjastoalan asioihin (n=386).

Valtaosa käyttäjistä oli joko jokseenkin tai täysin samaa mieltä, että sivusto painottuu sopivassa määrin yleisten kirjastojen palveluihin. Myös neutraali sai paljon kannatusta, joten jonkinlaista epävarmuutta sisällöistä vastaajilla vaikuttaisi olevan. (Kuvio 18.)



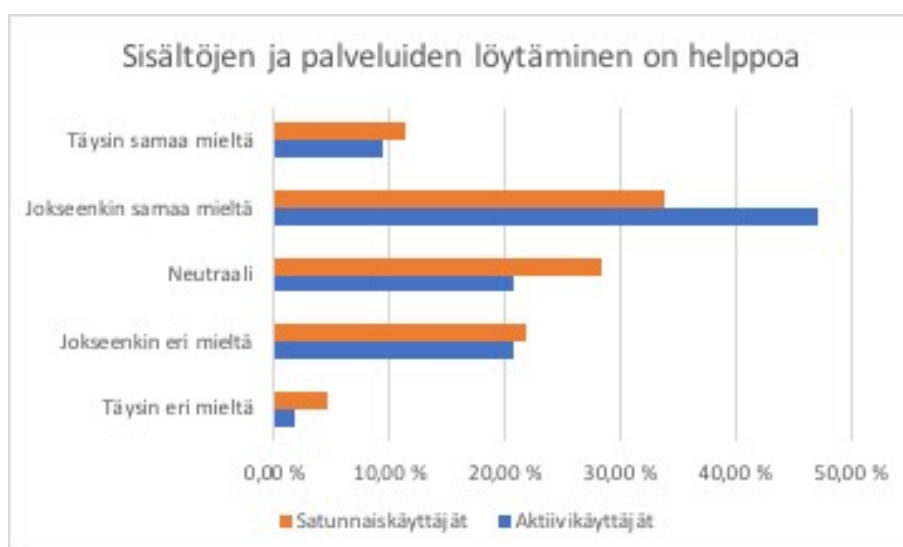
Kuvio 18. Sivusto painottuu sopivasti yleisten kirjastojen palveluihin (n=386).

Seuraavassa väittämässä esitettiin, että valikko/navigaatio on selkeä ja hyvin järjestetty. Hieman yli puolet aktiivikäyttäjistä kallistui olemaan joko täysin tai jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa, mutta noin viidesosa heistä taas oli joko jokseenkin tai täysin eri mieltä ja peräti neljäsosa päätyi valitsemaan kohdan neutraali. Satunnaiskäyttäjät olivat asiasta enemmän eri mieltä, joten navigaatiossa lienee huomattavasti parantamisen varaa. (Kuvio 19.)



Kuvio 19. Valikko on selkeä ja hyvin järjestetty (n=386).

Sisältöjen ja palvelujen löytymisen helppoudesta täysin tai jokseenkin samaa mieltä oli noin 56 % aktiivikäyttäjistä ja noin 45 % satunnaiskäyttäjistä. Suuri osa vastauksista painottuu myös neutraaliin tai kohtaan jokseenkin eri mieltä, joten epävarmuutta tämänkin suhteen käyttäjillä tuntuu olevan. (Kuvio 20.)



Kuvio 20. Sisältöjen ja palveluiden löytämisen helppous (n=386)

Sivuston käytettävyyttä piti hyvänä 62 % aktiiveista ja 48 % satunnaisista käyttäjistä. Neutraali sai jälleen suhteellisen paljon valintoja, kun molemmista käyttäjäryhmistä yli neljäsosa valitsi sen. (Kuvio 21.)



Kuvio 21. Väittämä sivuston käytettävyys on hyvä (n=386).

Omiin verkkopalveluihin pääsyn helppous koettiin hämmentäväksi, sillä lähes puolet kummankin ryhmän vastaajista päätyi valitsemaan kohdan neutraali. Satunnaiskäyttäjät olivat jälleen hienoisesti enemmässä määrin joko täysin tai jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa, ja jokseenkin tai täysin eri mieltä molemmat ryhmät olivat myös suunnilleen samoissa määrin (Kuvio 22.)



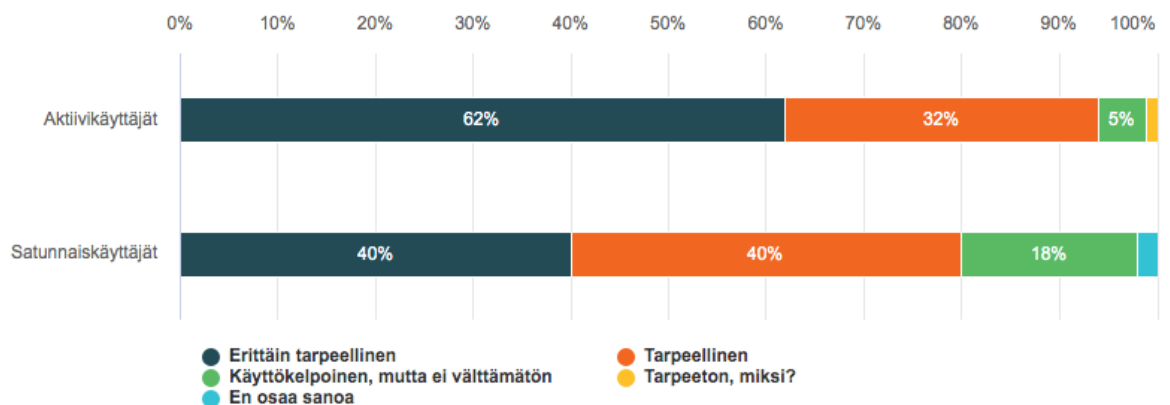
Kuvio 22. Pääsy oman kirjaston verkkopalveluihin helppoa (n=386).

Viimeisenä väittämänä esitettiin, mielestäni sivusto on kokonaisuudessaan oikein hyvä. Noin 69 % aktiivikäyttäjistä oli väittämän kanssa joko täysin tai jokseenkin samaa mieltä, satunnaiskäyttäjistä taas n. 54 % valitsi edellä mainitut vaihtoehdot. 28 % käyttäjistä oli väittämän kanssa jokseenkin tai täysin eri mieltä. (Kuvio 23.)



Kuvio 23. Sivusto on mielestäni kokonaisuudessaan oikein hyvä (n=386).

Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin, miten tarpeelliseksi vastaaja kokee Kirjastot.fi-sivuston. Erittäin tarpeellisenä tai tarpeellisenä sivustoa piti 94 % aktiivikäyttäjistä ja 80 % satunnaiskäyttäjistä ja lähes kaikki loput vastaajatkin pitivät sivustoa käyttökelpoisena, vaikkei ihan välttämättömänä. Molemmista ryhmistä yksi vastaaja piti sivustoa tarpeettomana, toinen heistä totesi löytävänsä Helmet-sivustolta kaiken tarpeellisen helpommin ja toisen vastaajan mielestä sivusto on jäänyt viime vuosikymmenelle, eikä siksi ilmeisesti vastaa tämän päivän tarpeita. (Kuvio 24.)



Kuvio 24. Kirjastot.fi-sivuston tarpeellisuus (n=386).

3.3.3 Viestintään liittyvät kysymykset

Seuraavaksi kyselyssä siirryttiin viestintään liittyviin asioihin. Aluksi tiedusteltiin, käyttääkö vastaaja Kirjastot.fi:n ammattikalenteria (kirjastoalan koulutukset, tapahtumat, työkalut, työpaikat). Tämän kysymyksen vastauksen perustella vastaajilta kysyttiin sitten hieman erilaisia jatkokysymyksiä.

Ammattikalenteria käyttäviltä kysyttiin, mistä he mieluiten lukevat ammattikalenterin ilmoitukset, mitä ammattikalenterin sisältöjä tilaa/seuraa, millaisia Kirjastot.fi:n kautta tulevia uutisia seuraa ja onko Kirjastot.fi-palveluista tiedottaminen vastaajien mielestä tehokasta ja riittävää.

Kunnankirjastolaiset seuraavat todella tiiviisti (94 %) ammattikalenterin sisältöjä ja uutisia. Suurissa kirjastoissa ammattikalenterin (koulutukset, ilmoitukset, työpaikat) käyttö oli sekin korkea (76 % vastaajista). Noin puolet aktiivikäyttäjistä ja 41 % satunnaiskäyttäjistä lukisi ilmoitukset mieluiten Kirjastot.fi-sivustolta. Sähköposti oli myös suosittu vaihtoehto, vähän yli puolet satunnaiskäyttäjistä ja aktiivikäyttäjistä 41 % valitsi tämän vaihtoehdon. Muuten, miten? -vaihtoehtoon tuli 5 vastausta, joista yksi ilmoitti käyttävänsä kaikkia edellä mainittuja, yksi sivuston, mutta halusi sähköpostiin ”hälärin”, yksi totesi asian riippuvan ilmoituksesta, yksi hyödynsi RSS-lukijaa ja yksi ottaisi mieluiten selkeän ja silmäiltävän listauksen (kalenterioptiolla) sivustolta.

Seuraavaksi kysyttiin, mitä ammattikalenterin sisältöjä vastaaja tilaa/seuraa ja tässä tulokset ovat varsin samoihin asioihin painottuvia sekä aktiivikäyttäjillä että satunnaiskäyttäjillä. Päätuloksessa selvästi oli molemmilla käyttäjäryhmillä täysin sama, koulutukset ja seminaarit oli tilatuin/seuratuin, seuraavaksi tulivat uutiset, avoimet työpaikat ja työvälitteet ja valtakunnalliset ilmoitukset. Loput vaihtoehdotkin saivat tasaisesti valintoja molemmilta ryhmiltä.

Yli puolet aktiivikäyttäjistä ja 44 % satunnaiskäyttäjistä olivat kiinnostuneita kotimaisista uutisista ja kaikkia ilmoitusten perusteella tulevia seurasi 64 % käyttäjistä. Vähän yli viidesosa kaikista vastaajista oli kiinnostuneita myös ulkomaisista uutisista ja osa ilmoitti, ettei seuraa/tilaa uutisia Kirjastot.fi:n kautta.

Aktiivikäyttäjistä lähes puolet piti Kirjastot.fi-palveluista tiedottamista tehokkaana ja riittävänä, ja 16 % taas oli sitä mieltä, että se ei ole sitä. Satunnaiskäyttäjistä hieman yli neljännes piti tiedottamista riittävänä ja suunnilleen sama määrä taas ei. Tässä suuri määrä molemmista ryhmistä valitsi myös vaihtoehdon en osaa sanoa.

Viestintään liittyviin kysymyksiin annettiin myös avoimen kentän vastausvaihtoehto, jossa vastaajat pystyivät kommentoimaan ja perustelemaan edellisiä vastauksia. Vastauksia tähän kenttään tuli 37 kpl, jotka vaihtelivat hyvin paljon sisällöltään, eivätkä välttämättä liittyneet millään tavalla viestintään. Noin 30 % vastauksissa todettiin, ettei tiedottaminen Kirjastot.fi-palveluista ole riittävää, kun moni vastaajistaakaan ei tiennyt mitä kaikkea palvelukokonaisuuteen kuuluu (puolet em. vastaajista olivat satunnaiskäyttäjiä ja puolet aktiivikäyttäjiä). Vähän vajaa 30 % vastaajista nosti esiin käytettävyyden ongelmat, sivusto on sekava, tietoa on paljon, mutta se on hankalasti löydettävissä. Muutama vastaaja toi esille sen, että sivusto on heidän mielestään vanhentunut ja ajasta jäljessä olevan vaikutelman antava. Pariin otteeseen mainittiin, että ammattiasiat tulisivat olla kokonaan omana sivustona tai osiona.

Niiltä, jotka ilmoittivat, etteivät seuraa ammattikalenteria, kysyttiin seuraavia asioita: mitä kautta he seuraavat kirjastoalan tapahtumia ja ilmoituksia, miten kirjastoalan koulutuksista, tapahtumista, hankkeista yms. ajankohtaisista asioista tulisi viestittää ja haluaisivatko he saada helpommin tietoa kirjastojen palveluista ylipäätään, ja miten, jos haluavat.

Oman alueen kirjaston nettisivun kautta alaa ilmoitti seuraavan hieman yli 30 % aktiivikäyttäjistä ja satunnaiskäyttäjistä. Sosiaalisen median ilmoitti aktiivikäyttäjistä jopa puolet ja satunnaiskäyttäjistäkin neljäsosa. En seuraa uutisia/en ole alalla -kohdan valitsi n. 40 % käyttäjistä, ja muuten, miten? kohtaan päätyi noin viidesosa käyttäjistä. Avoimeen kenttään kommentoitiin muun muassa seuraavaa: työkanavien kautta, kollegoilta ja ystäviltä, sähköpostista, AVI:n tiedotteet, Kirjasto-seura ja AKE-kirjastot, opiskelujen kautta ja yliopiston kautta.

Kirjastoalan koulutuksista, tapahtumista, hankkeista ja muista ajankohtaisista asioista tulisi viestittää mieluiten alueellista kehittämistehtävää hoitavan kirjaston toi-

mesta uutiskirjeellä (50 % aktiivikäyttäjistä ja 26 % satunnaiskäyttäjistä). Valtakunnallinen uutiskirje olisi myös erityisesti satunnaiskäyttäjien (31 %) mieleen, eikä kunkin oman kirjaston tiedottamistakaan huonona vaihtoehtona pidetty. Tässä kuitenkin kannattaa huomioida vastaajien vähäinen määrä, ainoastaan 41 vastasi tähän kohtaan. Muuten, miten? -kohdan avoimessa kentässä mainittiin esimerkiksi sähköposti, sähköposti ja nettisivu -yhdistelmä, uutiskirje ja nettisivu -yhdistelmä ja sähköpostin, Twitterin, hashtagien ja sivustojen sisältöjen yhdistely poluiksi.

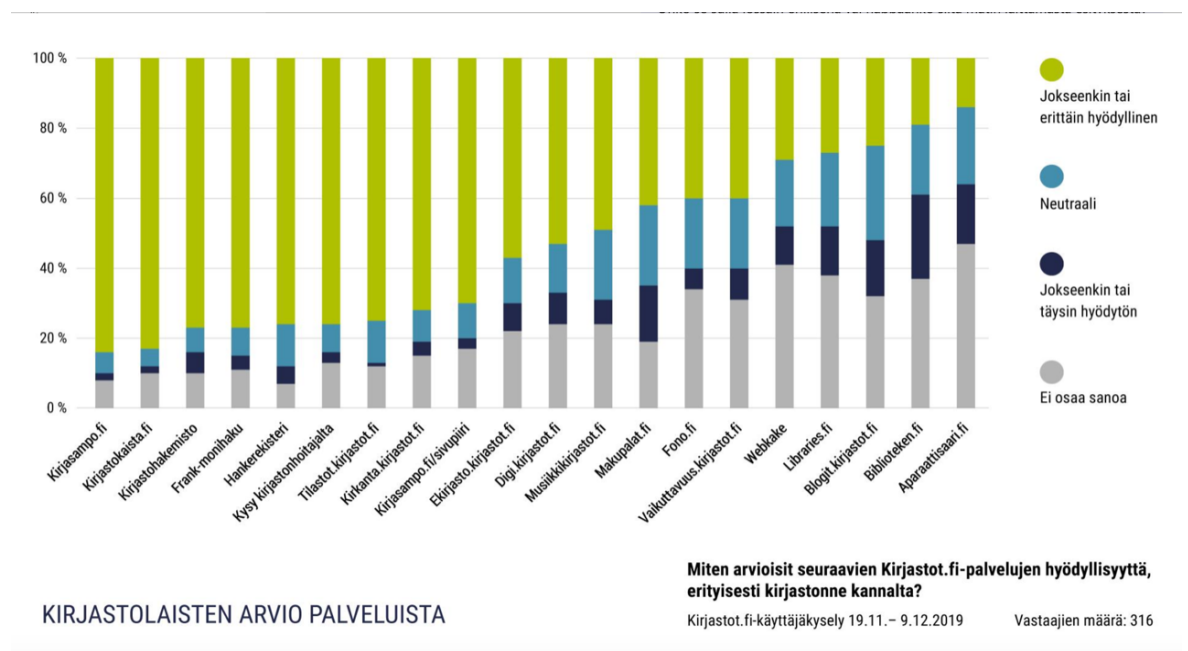
Sitten ammattikalenteria seuraamattomilta kysyttiin, haluaisivatko he saada helpommin tietoa kirjastojen palveluista ylipäättäen. Kysymykseen vastasi 44 henkilöä ja aktiivikäyttäjistä tasan puolet halusi ja puolet ei, satunnaiskäyttäjistä 47 % halusi ja 52 % ei. Jatkokysymyksessä kysyttiin, miten vastaajat mieluiten haluaisivat tiedon. Tähän vastasi 21 vastaajaa, joista 38 % seuraisi mieluiten oman kirjaston verkkosivuja tai muita viestintäkanavia, neljäsosa halusi tiedon käymällä lähikirjastossa, 10 % Facebookin tai Twitterin kautta ja kaksi vastaajaa ilmoitti haluavansa saada tiedon joko Kirjastot.fi:n sivuilta tai Kirjastolehdestä.

3.3.4 Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuteen liittyvät kysymykset

Kysymyksessä 29 siirryttiin Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden kuuluviin eri palveluihin (palvelut lueteltu kohdassa 2.2 Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus) ja pyydettiin arvioimaan palvelukohtaisesti kunkin Kirjastot.fi:n alle kuuluvan palvelun hyödyllisyyttä, erityisesti sen oman kirjaston kannalta, mikäli vastaaja työskenteli kirjastossa. Kysymys ei ollut pakollinen, siihen vastasi 316 vastaajaa. (Kuvio 25.)

Tässä aktiivi- ja satunnaiskäyttäjien vastaukset erosivat yllättävän vähän toisistaan, joten vastauksista tehtiin kokonaiskooste. Taulukossa näkyy en osaa sanoa- ja neutraali -vastausten ja jokseenkin- ja täysin hyödytön -vastausten prosenttiosuudet. Hyödyllisimmiksi palveluiksi koettiin Kirjasampo.fi ja Kirjastokaista.fi, joilla jokseenkin tai täysin hyödytön -vastausten määräkin oli prosentuaalisesti todella pieni. Pienet hyödyttömyysvastaukset saivat myös Hankerekisteri, Tilastot.kirjastot.fi, Kysy kirjastonhoitajalta ja Kirjasampo.fi/sivupiiri. (Kuvio 25.)

Hyödyttömimmiksi palveluiksi vastauksissa koettiin Aparaaattisaari.fi, Biblioteken.fi, Makupalat.fi, Blogit.kirjastot.fi ja Libraries.fi, joista Biblioteken.fi:n ja Libraries.fi:n tuloksia voinee jossain määrin selittää kielet (ruotsi ja englanti), jos vastaaja ei niitä itselleen ja oman alueen kirjastolle koe hyödyllisiksi. Näitä sekä Blogit.kirjastot.fi:tä ja Aparaaattisaari.fi:tä yhdistää myös erityisen iso luku en osaa sanoa- ja neutraali -vastauksissa, joten ehkei niitä tunnetakaan kovin hyvin. (Kuvio 25.)

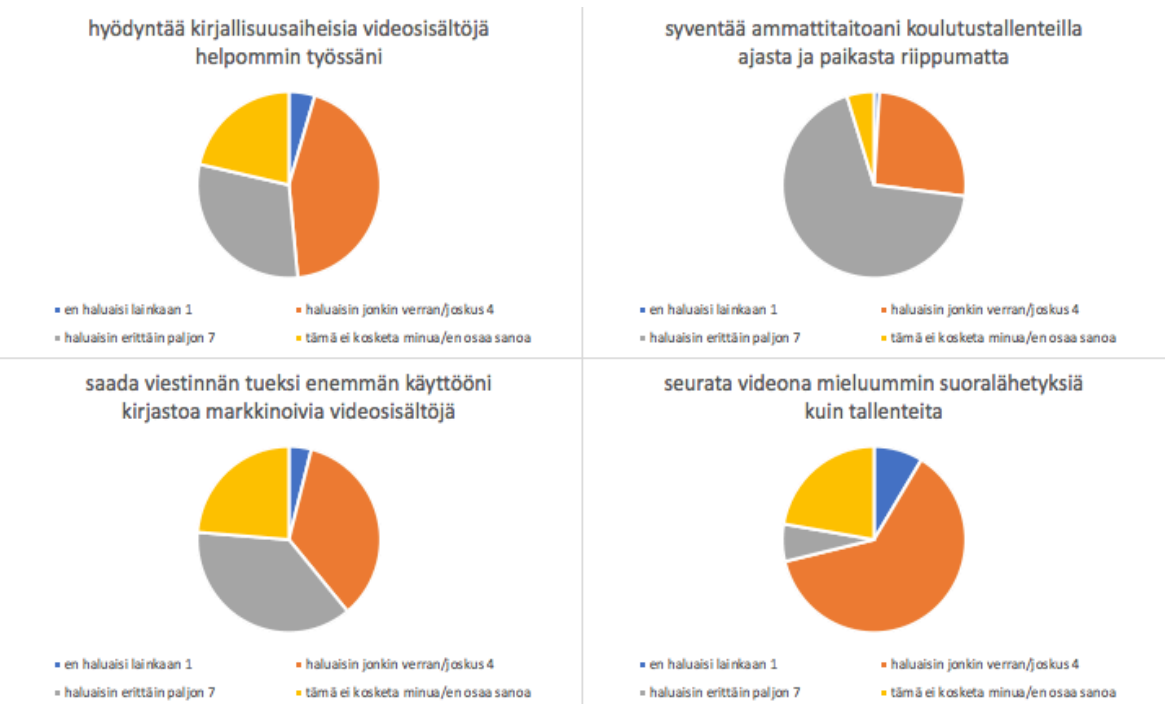


Kuvio 25. Palveluiden hyödyllisyys vastaajien mielestä (Oksanen 2020).

Kyselyn lopussa olevat kaksi avointa kysymystä, numerot 30 (piilotettu kirjastoalan valinneilta) ja 33 käsittelen luvussa 5.3.5 Käyttäjäkyselyn avoimissa vastauksissa esille nousseita asioita.

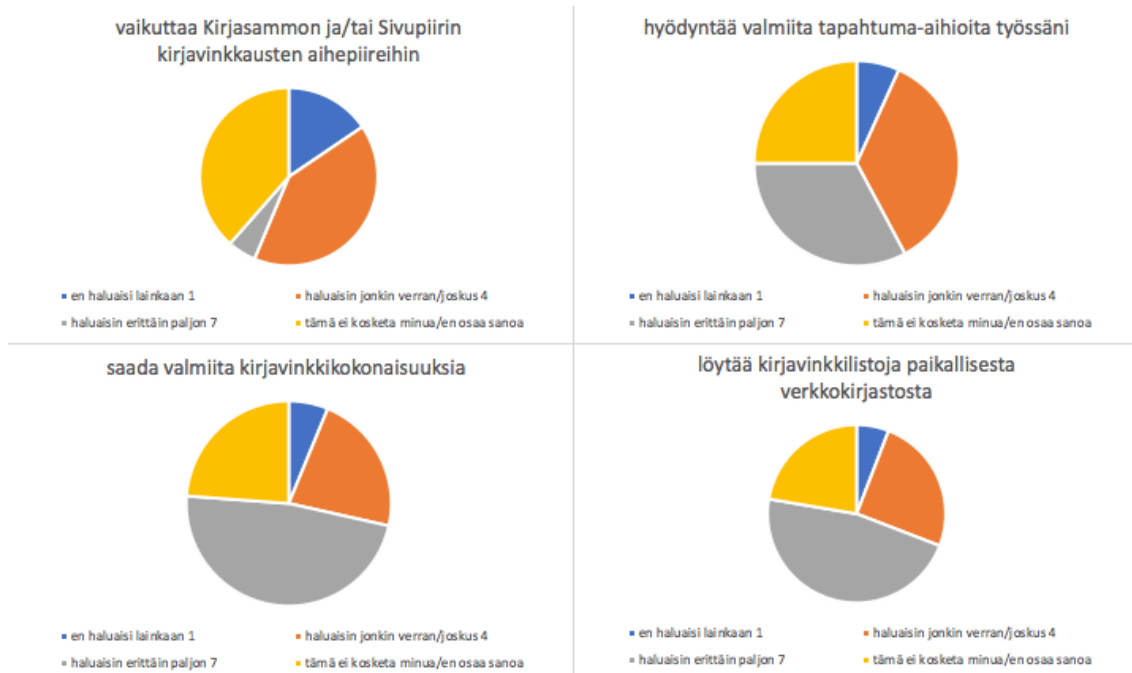
Seuraavaksi pyysimme vastaajia arvottamaan lauseita aloituksella Haluaisin... Nämä lauseet pyydettiin arvottamaan asteikolla en haluaisi lainkaan (1) – haluaisin jonkin verran/joskus (4) – haluaisin erittäin paljon (7) ja lisäksi oli vaihtoehto tämä ei kosketa minua/en osaa sanoa. Jotta kuvioista tulisi helpommin hahmotettavia, niistä on jätetty pois asteikossa annetut välinumerot (2, 3, 5 ja 6). Yhteen kuvioista on koottu useampia aihepiirejä ja personoitua sisältöä koskevan kysymyksen kuvio on omanaan. (Kuviot 26–30.)

Ensimmäisessä kuviossa on kooste lauseista, jotka koskivat videoaiheisia sisältöjä. Erittäin paljon tai jonkin verran/joskus vaihtoehdot olivat pääosin suosituimpia. Erittäin paljon haluttiin syventää ammattitaitoa koulutustallenteilla ajasta ja paikasta riippumatta ja kirjastoa markkinoivat videosisällötkin olivat haluttuja. Vastauksista voi myös päätellä, että tallenteet ovat mieluisampia kuin pelkät suoralähetykset. (Kuvio 26.)



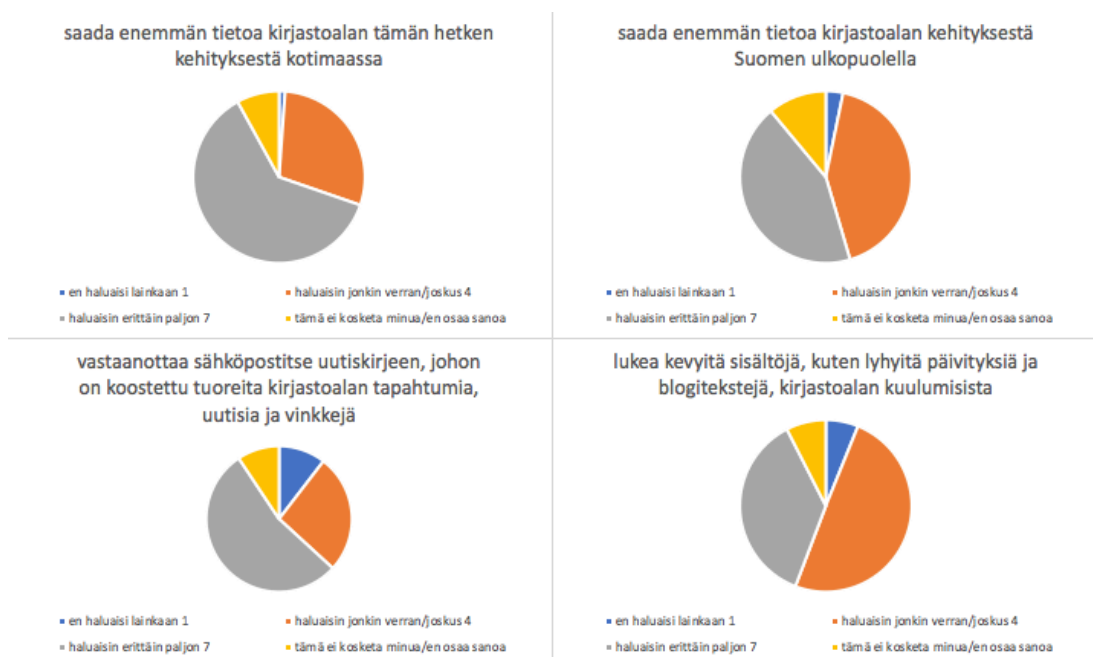
Kuvio 26. Videosisällöt (=314).

Toisessa koosteessa on kirjallisuuteen ja tapahtuma-aihioihin liittyvät arvotettavat lauseet. Kirjasammon ja Sivupiirin vinkkisisältöihin ei juurikaan haluttu erityisesti vaikuttaa, mutta kaikki valmiit kirjavinkkisisällöt ja tapahtuma-aihiot vaikuttaisivat olevan hyvin haluttuja. Yllättävän isoa osaa valmiit kirjallisuussisällöt eivät kuitenkaan näytä koskevan tai kiinnostavan. (Kuvio 27.)



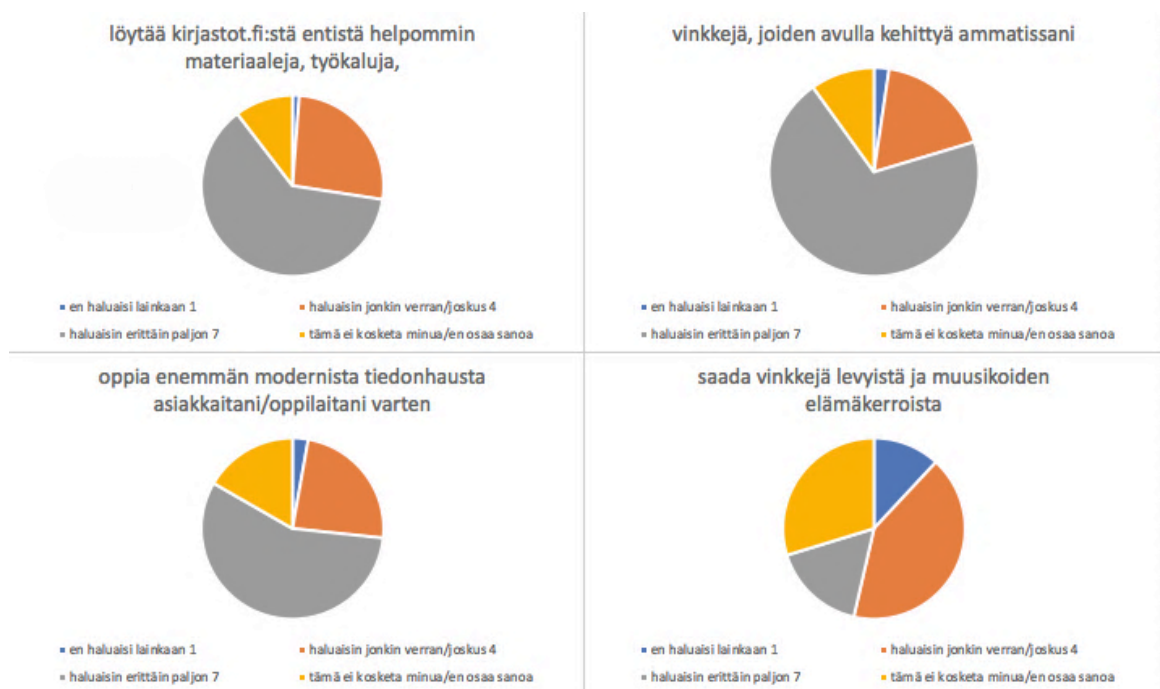
Kuvio 27. Kirjallisuus ja tapahtuma-aihiot (n=314).

Kolmanteen kuvioon on koottu lauseet, joissa pyydettiin arvottamaan tieto kirjastoalan kehityksestä kotimaassa ja Suomen ulkopuolella, lisäksi kysytään kiinnostusta uutiskirjettä ja erilaisia kevyitä sisältöjä (esimerkiksi blogitekstit) kohtaan. Kirjastoalan tieto kiinnostaa vastaajia erittäin paljon, ja uutiset olivatkin se toiseksi etsityin asia sivustolla. Myös mahdollinen uutiskirje ja kevyet sisällöt kiinnostavat erittäin paljon tai vähintäänkin jonkin verran/joskus. (Kuvio 28.)



Kuvio 28. Kirjastoalan tieto, uutiskirje ja kevyet sisällöt (n=314).

Viimeisessä koosteessa on mukana materiaaleihin, työkaluihin, vinkkeihin ja tiedonhakuun liittyvät arvotettavat lauseet, ja vastaajat näyttävät haluavan erittäin paljon kaikkea vastaavaa hyödynnettävää aineistoa. Lisäksi kuviossa on mukana musiikkiin liittyvä lause ja vastaajat haluavat pääosin ainakin jonkin verran/joskus, osa myös erittäin paljon, vinkkejä levyistä ja muusikoiden elämäkerroista. Isoa osaa tämäkään lause ei joko kosketa tai kiinnosta. (Kuvio 29.)



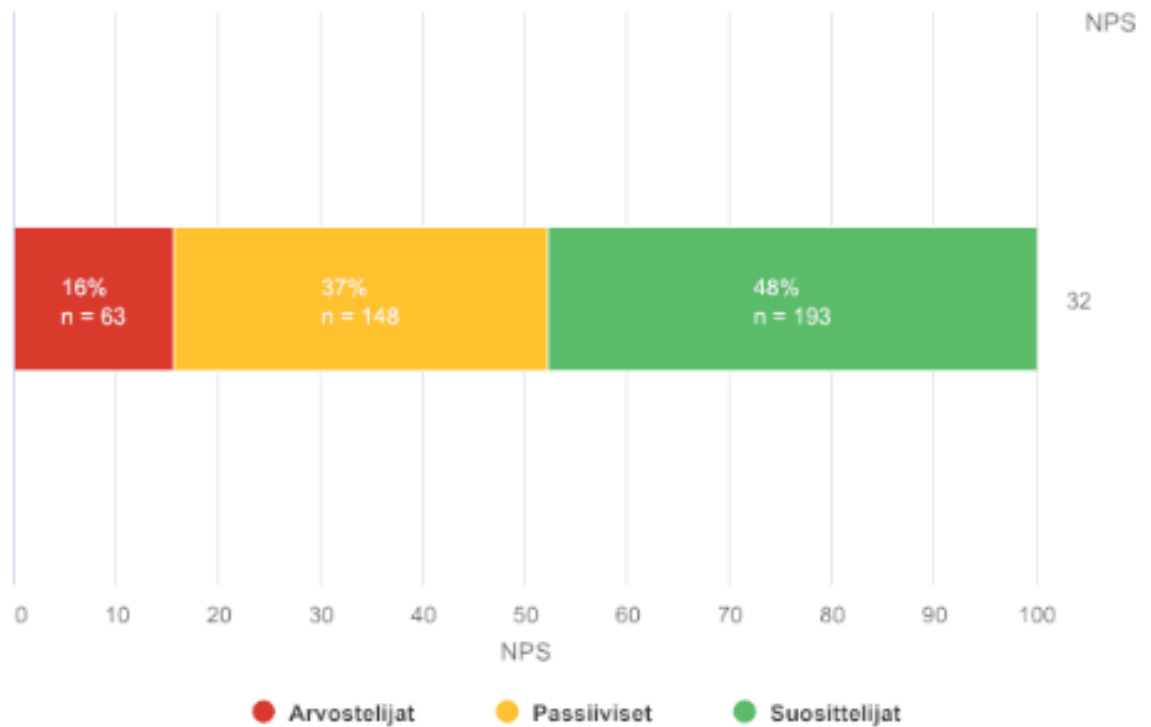
Kuvio 29. Materiaalit, työkalut, vinkit, tiedonhaku ja musiikki (n=314).

Viimeisessä kuviossa on lause, jossa pyydettiin arvottamaan kiinnostus Kirjastot.fi:n personoitua näkymää kohtaan. Tämä jakaa mielipiteitä yllättävän paljon, joskin kohtuullisen iso osa on asiasta jonkin verran tai erittäin paljon kiinnostunut. (Kuvio 30.)



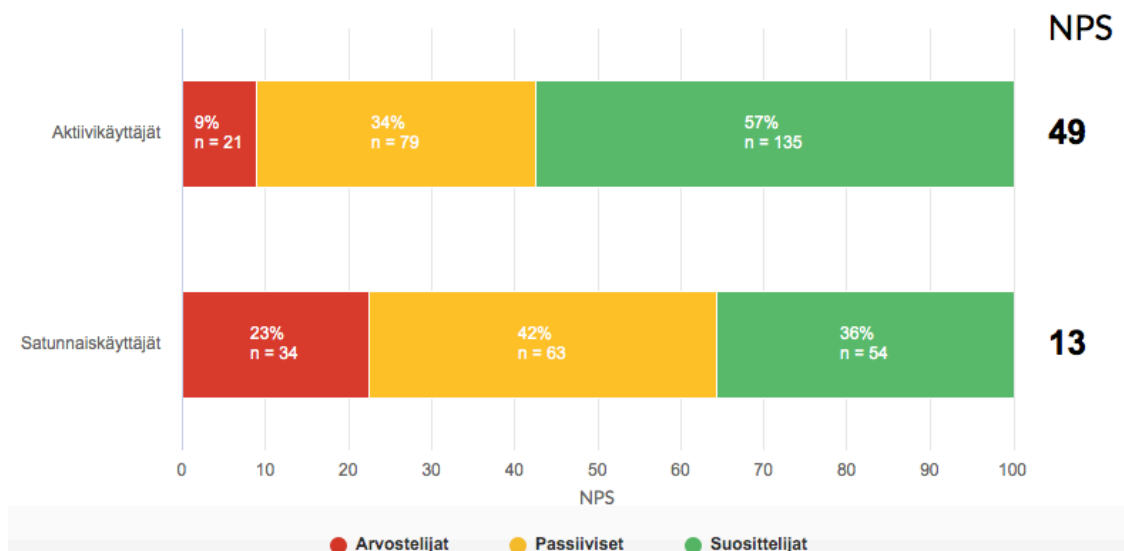
Kuvio 30. Personoitu näkymä (n=314).

Ja lopussa kysyttiin NPS- eli Net Promoter Score -kysymys, jolla mitattiin vastaajan halua suositella palvelua asteikolla 0-10. Kokonaisvastauksissa (n=404) Kirjastot.fi-sivusto sai NPS-arvosanaksi 32, joka mielestäni kertoo sen, että sivustoa ja sikäli myös koko konseptia on tarve kehittää ja uudistaa ja käyttäjien mielipiteitä tulee tasaisesti myös tiedustella, jotta kehittyminen ei jää paikoilleen. (Kuvio 31.)



Kuvio 31. Kaikkien vastaajien NPS-arvo.

Kun taas katsotaan aktiivikäyttäjien ja satunnaiskäyttäjien NPS-arvoja (Kuvio 32), poikkeavat ne todella paljon toisistaan ja suhteellisen paljon myös kaikkien vastaajien yhteisestä NPS-arvosta. Aktiivikäyttäjiltä (n=235) NPS-arvoksi tulee 49, kun satunnaiskäyttäjien (n= 151) NPS-arvo on vain 13. Jonkin verran eroa voi selittää se, että suurempi osa aktiivikäyttäjistä työskentelee kirjastoalalla. Toisaalta myös tottumus sivuston aktiivisessa, jopa päivittäisessä, käytössä selittää sitä, että haluamansa asiat löytää sieltä helpommin ja nopeammin, kun tietää mistä ja miten etsiä niitä – ja on joutunut opettelemaan, mistä mikäkin löytyy. Satunnaiskäyttäjien intoa suositella palvelua laskenee se, ettei asiat ole heidän mielestään niin helposti saatavilla, tai kuten mainittu, sitä tottumusta niiden löytämiseen ei harvemmalla käytöllä tule. Tämän voi päätellä sivuston sisältöä ja kokonaisuutta koskevien väittämien vastauksista, joissa satunnaiskäyttäjät useimmiten olivat enemmän joko jokseenkin tai täysin eri mieltä sivuston sisällön hyvydestä ja selkeydestä (Kuviot 12–23).



Kuvio 32. Aktiivi- ja satunnaiskäyttäjien NPS-arvot.

3.3.5 Käyttäjäkyselyn avoimissa kysymyksissä esille nousseita asioita

Kyselyssä oli kaksi avointa kysymystä, joihin vastaaminen ei kuitenkaan ollut pakollista. Toinen avoin kysymys (Miten kirjastot.fi-palvelut hyödyttävät, tai voisivat paremmin hyödyttää, Sinua työssäsi, opinnoissasi tai vapaa-ajallasi?) oli piilotettu kirjastoalan valinnoilta ja toinen oli kaikille vastaajille.

Miten Kirjastot.fi-palvelut hyödyttävät, tai voisivat paremmin hyödyttää sinua työssäsi, opinnoissasi tai vapaa-ajallasi? -kysymykseen (tämä kysymys oli siis piilotettu kirjastoalan käyttäjäryhmäkseen valinnoilta vastaajilta) tuli 32 vastausta, joissa muutamassa annettiin kiitosta, ja kehittämissuhteiksi esille nostettiin muun muassa seuraavia asioita:

- etäkäyttömahdollisuuksien laajentaminen on aina plussaa
- ammattikalenterin koulutuksissa tulisi koulutuksen ajankohta näkyä selkeämmin ja myös viikonpäivä voisi olla näkyvissä
- avoimia työpaikkoja ja alan uutisia voisi tuoda paremmin esille
- tieto Frank-monihaun luotettavuudesta ja ajantasaisuudesta voisi olla paremmin esillä ja hakusanojen osuvuutta voisi parantaa
- kännykällä käytettäessä sivusto on hankala käyttää

- kirjastojen tilastot tulisi olla paremmin näkyvillä ja vanhoja raportteja ja asiakirjoja tulisi saada yleisön luettavaksi (se, mitä raportteja ja asiakirjoja tarkoitettiin, jäi epäselväksi)
- palvelu on tuntematon ja tarvitsisi enemmän näkyvyyttä
- sivustoa tulisi selkeyttää, sillä sisältö on hyvää, mutta ulkomuoto ei auta tietojen löytymisessä
- oikeakielisyyteen tulisi kiinnittää huomiota kautta linjan
- olemassa olevia sisältöjä voisi useammin mainostaa esimerkiksi Facebook-päivityksissä, vaikka ne eivät olisikaan uusia.

Sana on vapaa -kenttään tuli 73 kommenttia. N. 34 % vastauksista kiiteltiin ja annettiin hyvää palautetta jostain tietystä palvelusta tai koko Kirjastot.fi-palvelukokonaisuudesta ja sen tarpeellisuudesta. N. 20 % vastauksissa annettiin yksittäisiä kehittämisehdotuksia eri palveluihin ja n. 26 % vastaajista nosti esille sivuston epäselvyyden ja sen että tietoa ja asiaa on paljon, mutta se on osin hankalasti löydettävissä. N. 10 % oli sitä mieltä, että Kirjastot.fi-palvelukokonaisuudesta tulisi tiedottaa enemmän ja n. 7 % vastaajista piti sivustoa ja sen ulkoasua vanhentuneena.

3.4 Kyselyn tulosten päätelmiä ja pohdintaa

Käyttäjäkyselyn tuloksista voidaan varmasti tehdä johtopäätöksiä erityisesti Kirjastot.fi-sivuston sisällön kehittämisen suhteen, mutta mielestäni myös palvelukokonaisuuden eri palveluiden tarpeellisuutta voidaan jo tämän ehkä suhteellisesti hieman pienehkön, mutta silti ihan relevantin vastaajamäärän perusteella arvioida. Tämä kuitenkin on oma aiheensa, eikä siihen keskitytä tässä työssä.

Alussa mainitsin neljä asiaa, joihin kyselyllä pyritään saamaan vastauksia. Ne olivat: (1) keitä Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden käyttäjät tällä hetkellä ovat, (2) mitä he pääasiassa sivustolta hakevat, (3) mitä mieltä he ovat Kirjastot.fi-palveluista ja (4) mitä kehittämisehdotuksia heillä itsellään voisi olla. Käyn nyt kyselyn tuloksia läpi näitä peilaten.

Kyselyn pohjalta voinee tehdä päätelmän, että Kirjasto.fi:n (1) pääkäyttäjryhmät ovat kirjastoalan ammattilaiset ja alan opiskelijat. Ja vaikka muitakin käyttäjäryhmiä

on, kuten kyselyn vastauksista kävi ilmi, eivät ne kuitenkaan ole niin isoja, että sivustoa kannattaisi suunnitella miellyttämään näitä kaikkia. Sivuston kehittämisen ja uudistamisen prosessissa kannattaa siis koko ajan muistaa pääkäyttäjryhmän todennäköisimmin olevan kirjastoalan ammattilaiset, ja miettiä muutostratkaisuja siltä pohjalta. Koko konseptin uudistusta ja sisältöstrategiaa tehdessä tulisi kuitenkin muutkin käyttäjryhmät ottaa ainakin jossain määrin huomioon.

Kaikelle sivustolla jo olevalle tiedolle kyselyn mukaan on kyllä paikkansa, sillä kaikkea kyselyn listassa mainittua etsittiin sivustolta. On myös hyvä muistaa, että Kirjastot.fi on julkisin varoin tuotettu palvelu ja siinä mielessä monien sisältöjen on hyvä olla olemassa, vaikkei käyttö olisikaan massoissa mitattavaa. Kyselyssä esille nousut selkeä tulos (2) tulee mielestäni kuitenkin huomioida, kun sisältöä ja valikkoa järjestellään uudelleen. Hyvä näkyvyys sivustolla tulisi olla ammattipalveluilla (työpaikat, materiaalit jne.), uutisilla, kirjallisuuteen liittyvällä tiedolla tai aineistolla sekä tiedoilla kirjastoista (tilastot, hanketiedot jne.). Lisäksi kyselyssä (ja haastatteluissa) usein mainittu Frank-monihaku ja sen näkyvyys tuntuu edelleen olevan tarpeellinen, ja luonnollisesti Finna.fi, joka on tiedonhaun kannalta erittäin tärkeä ja asiakaskäytössä monissa kirjastoissa. Vaikka edelliset näkyvätkin sivustolla jo nyt ja kohtuullisen keskeisellä paikalla, eivät ne ilmeisesti ole kuitenkaan helposti havaittavia.

Palveluiden hyödyllisyyttä arvioitaessa (3) nousi selkeästi esiin kaksi palvelua, Kirjasampo.fi ja Kirjastokaista.fi, joilla jokseenkin tai erittäin tarpeellinen -kohtiin tuli yli 80% vastauksista. Myös avoimissa vastauksissa (sekä haastatteluissa) Kirjasampo sai useita mainintoja, Kysy kirjastonhoitajalta -palvelua kehuttiin myös. Samassa kysymyksessä tuli ilmi myös ne hyödyttömimmiksi koetut palvelut, jotka olivat Biblioteken.fi, Aparaatissaari.fi, Makupalat.fi, Blogit.kirjastot.fi ja Libraries.fi. Osin kuitenkin en osaa sanoa ja neutraali -vastausten määrä kasvoi samassa suhteessa kuin palvelun hyödyllisyys väheni. Voinee siis päätellä, että silloin palvelua ei todennäköisimmin tunneta, kuin että se olisi kokonaan vastaajalle merkityksetön, siinä tapauksessa vastaus taas oletettavasti olisi mennyt joko kohtaan jokseenkin tai täysin hyödytön. Ja kuten aiemmin jo totesin, Biblioteken.fi:n ja Libraries.fi:n hyödyttömäksi kokemista voi selittää kielet (ruotsi ja englanti), jotka voivat vastaajille olla oman alueen ja työn kannalta merkityksettömiä.

Kehittämisehdotuksia (4) tuli lähinnä kysymysten täydentävissä avoimissa kentissä sekä viimeisessä sana on vapaa -kysymyksessä. Näissä esille nousi suurimpana ongelmana navigaation sekä koko Kirjastot.fi:n etusivun sekavuus. Usein koettiin haettavan tiedon olevan liian monen klikkauksen takana ja epäiltiin sivustoa harvoin käyttävien löytävän sieltä haluamaansa tietoa kovinkaan helposti. Tämän voinee tulkita myös aktiivikäyttäjien ja satunnaiskäyttäjien NPS-arvon suurella erolla, siinä missä aktiivikäyttäjiltä sivusto sai arvon 49, oli satunnaiskäyttäjien antama arvo vain 13. Kehittämistä toivottiin myös hakuun, mainintoja saivat niin Kirjastot.fi:n kokonaan puuttuva hakutoiminto (tämä asia on edistynyt tätä työtä kirjoitettaessa) ja Kirjasampo.fi:n haku, jonka tulokset ovat monen mielestä liian hankalasti tutkittavissa ja selailtavissa. Lisäksi todella usein todettiin, että parempi tiedottaminen voisi olla tarpeen. Monet vastaajat eivät olleet koskaan kuulleet osasta palveluista ja olivatkin sitä mieltä, että olisi hyvä tiedottaa/mainostaa palveluita enemmän. Myös ammattikalenterin kehittämiseen saatiin paljon hyviä vinkkejä. Valmiit tapahtuma-aihiot, materiaalit ja kirjavinkkisällöt ovat erittäin haluttuja ja kirjavinkkilistoja haluttaisiin erittäin paljon löytää myös omasta verkkokirjastosta. Onkin pohdittava, miten Kirjasammon ja Sivupiirin valmiit vinkkikokonaisuudet saataisiin helpoiten upotettua kirjastojen omille sivustoille tai verkkokirjastoihin. Finna.fi on huomioitava tässä ja sisältöjen saaminen Finna.fi:hin onkin ollut jo pidemmän aikaa Kirjastot.fi:llä työn alla.

Ilahduttavaa oli se, että näissä avoimissa vastauskentissä saatiin myös erittäin paljon kannustavaa ja positiivista palautetta. Sivustoa ja palvelukokonaisuutta pidettiin hyvänä ja tärkeänä ja usein toivottiin jatkettavan samaan hyvään malliin.

Kyselyssä oli sekä pakollisia että vapaaehtoisia kysymyksiä ja positiivista oli se, että esimerkiksi aikaa ja keskittymistä vaatineet palveluiden hyödyllisyyden arviointi- ja Haluaisin... -alulla ollut lauseiden arvottamiskysymys sai suhteellisen paljon vastauksia vapaaehtoisuudesta huolimatta. Näillä kuitenkin haettiin tuntumaa juuri siihen, mitä sivustolta pitäisi helpoiten löytyä ja millaista sisältöä tulisi käyttäjille ensisijaisesti tuottaa. Ja vastaukset kyseisiin kysymyksiin peilaavat mielestäni hyvin kysymyksen Mitä etsit sivustolta? -kanssa, sillä sama kärki nousee esille näiden kaikkien vastauksissa. Harmittavaa on tietenkin se, että lähes kaikkiin ”neutraali, en osaa sanoa tai ei koske minua ” -kohtiin tuli noin tai usein jopa yli 20% vastauksista. Nämä eivät sinänsä auta kehitystyössä, mutta osin noista vastauksista voi tehdä

päätelmiä, että kyseinen aihe/palvelu voi vastaajalle olla täysin vieras, tai kokonaan työtehtävien tai oman kiinnostuksen ulkopuolella.

Kyselyn purkoa tehdessäni totesin pariin otteeseen, että olisi pitänyt miettiä vielä tarkemmin kysymysten muotoa ja asettelua, ihan jo helpomman ja loogisemman purun ja analysoinnin takia. Siksi niputin tuloksia avatessani esimerkiksi Haluaisin... arvotettavat lauseet -kysymyksen koonnissa useamman kohdan samaan kuvioon. Kyselyllä haukattiin myös siinä mielessä aika iso siivu, kun mukaan päädyttiin otta-
maan niin sivustoa, viestintää kuin Kirjastot.fi-palvelujakin koskevia kysymyksiä. Näin ei kyllä päästetty vastaajia, eikä meitä tulosten tulkitsijoitakaan helpolla. Kyse-
lyitä tehdään kuitenkin suhteellisen harvoin, joten siksi päädyttiin laittamaan kaikki
tällä kertaa samaan pakettiin. Vastausten määrään (404) voinee siis olla tyytyväi-
nen, kun ottaa huomioon kyselyn pituuden, ja koko kyselyyn ylipäätään, sillä se
tuotti vastauksia niihin kysymyksiin, joihin niitä haettiin.

4 TEEMAHAASTATTELU

Haastattelun toteutuksen tavat ja välineet sekä nimitykset ovat Eskolan ym. (2018, 29) mukaan moninaisia. Erilaisia haastattelulajeja ovat muun muassa elämäkerta-haastattelu, virikehaastattelu, etnografinen haastattelu ja teemahaastattelu, ja näiden eräänlainen yläkäsite on tutkimushaastattelu. Yleisin opinnäytetöissä käytetty muoto heidän mukaansa lienee teemahaastattelu, joka sijoittuu täysin strukturoidun ja strukturoimattoman haastattelun välimaastoon.

Teemahaastattelu on tehokkain ja yksinkertaisin keino saada selville, mitä mieltä joku on jostakin asiasta. Se on eräänlainen keskustelu, jossa haastateltavilta pyritään saamaan selville tutkimuksen aihepiiriin kuuluvia asioita. Haastattelun erottaa kuitenkin spontaanista keskustelusta seuraavat erityispiirteet: se on tavoitteellinen tiedonkeruun tilanne, joka toteutuu tutkijan aloitteesta ja joka useimmiten nauhoitetaan. (Eskola, Lähti & Vastamäki 2018, 27–28.)

Haastattelu sopii Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 34–35) mukaan moniin erilaisiin tutkimustarkoituksiin, sillä se on hyvin joustava menetelmä. Haastattelu kannattaa heidän mukaansa valita muun muassa silloin, kun halutaan syventää saatavia tietoja, voidaan esimerkiksi pyytää perusteluja esitetyille mielipiteille ja tarpeen mukaan voidaan käyttää myös lisäkysymyksiä.

Monesti sopivien haastateltavien etsintä ja yhteydenotto heihin ovat työläisiä vaiheita. Valinta tulee kuitenkin tehdä niin, että pyritään tavoittamaan sellaisia henkilöitä, joilla oletetaan olevan haluttua tietoa tai kokemusta. Kun sopivat ehdokkaat löytyvät, tehokkainta on ottaa yhteyttä heihin suoraan henkilökohtaisesti. (Eskola ym. 2018, 30–31.)

Kehittämistyön pohjaksi tehdyssä käyttäjäkyselyssä oli mukana kohta, jossa vastaaja pystyi ilmoittautumaan mukaan kehitystyöhön, joten helpointa oli valikoida heistä sopivia haastateltavaehdokkaita ja ottaa yhteyttä suoraan. Lisäksi Kirjastot.fi-toimituksen henkilöstö antoi ehdotuksia haastateltaviksi. Koska haastattelut piti tehdä erittäin nopealla aikataululla juuri ennen joulua, valikoitui haastateltaviksi seitsemän ensimmäistä vapaaehtoiseksi ilmoittautunutta. Haastateltavat työskentelivät

erilaisissa kirjastoalan tehtävissä ja kahdella heistä oli hyvin kiinteä suhde Kirjastot.fi-palveluihin, sillä he toimivat Kysy kirjastonhoitajalta -palvelun vastaajana/valvojana.

Haastatteluissa pyrittiin saamaan lisätietoa käyttäjien toiveista ja tavoista käyttää Kirjastot.fi-palveluita ja käytössä oli kysymysrunko, jota käytettiin vapaasti haastattelun pohjana. Riippuen haastateltavan vastauksista ja työtehtävistä, tehtiin haastattelun aikana myös täydentäviä lisäkysymyksiä. Joten vaikka käytössä oli valmis kysymysrunko, miellän käytetyn haastattelulajin teemahaastatteluksi.

Haastattelu oli ja on tärkeä osa koko uudistuksen pohjatyötä ja odotuksena oli, että haastattelujen kautta saadaan ensiarvoisen tärkeää ja keskeistä informaatiota.

4.1 Haastattelujen koonti

Haastateltavat valikoitiin käyttäjäkyselyssä kehittämistyöhön halukkuutensa ilmais-seiden vastaajien joukosta. Aikataulukkiireistä johtuen tehtiin seitsemän puhelinhaastattelua, eri kokoisten kirjastojen henkilöstölle. Päädyin kokoamaan haastatteluissa esille nousseet asiat taulukkoon, sillä pääosin vastaukset olivat hyvin samankaltaisia ja helposti yhdisteltävissä.

Taulukko 2. Haastattelujen koonti.

Työtehtävät?	<ul style="list-style-type: none"> • Kaikki kirjastotyö (asiakaspalvelu, kokoelmatyö, kouluyhteistyö jne.) • Myös esimiestyötä, hankintoja, Kysy kirjastonhoitajalta –vastaajia, viestintää, markkinointia
Työkalut?	<ul style="list-style-type: none"> • Ensisijainen oma kirjastojärjestelmä (mm. Axiell Aurora, Koha, Finna) • MS Office, Canva, WordPress, Google
Kirjastot.fi:n rooli?	<ul style="list-style-type: none"> • Käytössä Frank-monihaku, jonkin verran myös Kirjasampo, Sivupiiri, Kirjastokaista, Kysy kirjastonhoitajalta • Kirjastot.fi-sivusto ammattiasioissa (ammattikalenteri, materiaalipankki, kirjastohakemisto, työpaikat)
Mikä hyvää, mikä huonoa?	<ul style="list-style-type: none"> • Hyvää: hakupalvelut, koko kokonaisuus, ammattikalenteri, helppo ottaa yhteyttä toimitukseen • Huonoa: E-kirjasto aiheuttaa epäselvyyttä asiakkaille, hahmottaminen ja asioiden löytäminen hankalaa, kun iso kokonaisuus
Kuinka usein käytät?	<ul style="list-style-type: none"> • Osalla käytössä viikoittain, osalla useammin, jopa päivittäin, osalla harvemmin kuin viikoittain
Toiveita, tarpeita?	<ul style="list-style-type: none"> • Osalla ei erityisiä toiveita, tyytyväisiä, ja kun annettu palautetta, on kuunneltu • Selkeyttä lisää navigaatioon, uutiskirje voisi kiinnostaa

Haastateltavista suurin osa käytti Kirjastot.fi-palveluita suhteellisen aktiivisesti, ai-noastaan yksi haastateltavista ei käyttänyt sivustoa säännöllisesti. Palaute oli koh-tuullisen hyvää, eikä isoja epäkohtia löytynyt.

4.2 Haastattelujen tulosten pohdintaa ja päätelmiä

Haastattelut eivät kaiken kaikkiaan antaneet ihan niin paljon syventävää tietoa, kuin olisi toivottu. Vahvistus siitä, että Kirjastot.fi ja palvelukokonaisuus on hyödyllinen, tuli kuitenkin esiin, useimmat kun käyttävät sivustoa ja palveluja kohtuullisen usein ja toteavat sen hyödyllisyyden ainakin jossain määrin arkityössä. Frank-monihaku mainittiin kaikkien haastateltavien toimesta ja sitä itsekkin kirjastossa työskennelles-säni käytin paljon. Palveluiden käyttö ja seuraaminen vaikuttaisi olevan kiinni paljon myös omasta aktiivisuudesta, innosta ja kiinnostuksesta sekä luonnollisesti myös ajasta. Jos töissä ei ole aikaa muuhun kuin perustoimintojen hoitamiseen, ei välttä-mättä ole kiinnostusta perehtyä Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden tarjontaan. Osa haastateltavista käytti Kirjastot.fi-palveluita aktiivisesti, palveluilla on selkeästi paljon

tarjottavaa, jos vaan käyttäjä on kiinnostunut asioista ja halukas seuraamaan alaa – ehkä myös omalla vapaa-ajalla.

Kehittämisen jatkovaiheessa voisi haastatteluja tehdä laajemmin, vaikka pian sivustouudistuksen jälkeen. Näin käyttäjien kokemuksia voisi verrata entisen ja uuden sivustoversion suhteen, onko menty oikeaan suuntaan vai tehtiinkö vääriä valintoja. Täytyy kuitenkin muistaa, että uudistuksiin pitää tottua pieni hetki, joten uusia haastatteluja voisi tehdä esimerkiksi noin puolen vuoden päästä sivustouudistuksesta.

5 KIRJASTOT.FI-SIVUSTON KEHITTÄMINEN

Käyttäjäkyselyllä pyrittiin siis erityisesti sivoustouudistusta varten löytämään Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden käyttäjät, mitä he pääasiassa sivustolta hakevat, mitä mieltä he ovat Kirjastot.fi-palveluista ja mitä kehittämisehdotuksia heillä itsellään voisi olla.

Kyselyn tulokset kertoivat seuraavaa: pääkäyttäjäryhmä on kirjastoalan ammattilaiset, jotka hakevat sivustolta ammattipalveluita (työpaikat, materiaalit jne.), uutisia, kirjallisuuteen liittyvää tietoa tai aineistoa sekä tietoja kirjastoista (tilastot, hanketiedot jne.). Hyödyllisimmiksi palveluiksi he nostivat Kirjasampo.fi:n ja Kirjasto-kaista.fi:n. Sivuston suurin ongelma ja kehittämistä vaativa asia useiden vastaajien mukaan on navigaation sekä koko Kirjastot.fi:n etusivun sekavuus. Nämä asiat kannattanee pitää mielessä koko sivoustouudistuksen kehittämiskaarella.

5.1 Asiakaslähtöiset sisällöt

Matveinen ja Koivisto (2019, 166) toteavat, että asiakaslähtöinen yritys pystyy kehittämään asiakkaiden tarpeista lähtöisin olevia palveluita ja tuotteita, sekä toimittamaan ja tuottamaan palvelua niin, että se vastaa aidosti asiakkaiden tarvetta ja odotuksia. Kokonaisvaltaisesti saamansa asiakaskokemus on nimittäin Matveisen ja Koiviston mukaan se, minkä perusteella asiakkaat arvioivat yrityksiä. Ja jotta turvataan erinomainen asiakaslähtöinen kokemus, tulee heidän mukaansa asiakkaiden kokea yrityksen kykenevän toistuvasti toimittamaan positiivisia kokemuksia arvopauksensa mukaan. Tämän toteuttamiseksi läpi yrityksen eri palvelujen ja asiakaspolkujen edellytetään Matveisen ja Koiviston mukaan asiakaslähtöistä toimintakulttuuria sekä yhteistyötä yrityksen yksiköiden kesken.

Kyselyn ja haastattelujen pohjalta voi tehdä päätelmän, että valmiit materiaalipaketit, kirjastoalan uutiset ja muu alan tieto, kirjallisuustieto, koulutukset ja työpaikat sekä tiedonhaku yleisesti ovat ne tärkeimmät kirjastoarjessa tarvittavat asiat. Näitä sisältöjä Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus jo tuottaa, joten sikäli tuottamamme palvelut

ovat asiakaslähtöisiä. Kyselyssä ja haastatteluissa nousi kuitenkin esille itse Kirjastot.fi-sivuston ja sen navigaation sekavuus, se ei tunnu olevan käyttäjien mielestä selkeää, eikä millään muotoa helppokäyttöinen.

Fileniuksen (2015, 30) mukaan oivallettaessa jokaisen käyttäjän olevan yksilö ja käyttötilanteen yksilöllisen, ymmärretään se, että on erittäin haastavaa tuottaa tasa-laatuista asiakaskokemusta. Hän toteaa myös, että vaikka verkkosivun muotoilu ei voi parhaassakaan tapauksessa tuottaa yksin onnistunutta asiakaskokemusta, voi se epäonnistumalla käytettävyydessä pilata sen. Ensimmäinen vaihe kohti parempaa asiakaskokemusta onkin järjestellä Kirjastot.fi:n etusivu ja kehittää navigaatiota niin, että käyttäjät löytävät sieltä tarvitsemansa ja haluamansa asiat helpommin. Tämä ei varmastikaan ole helppoa, kun jokainen käyttäjä tosiaan on yksilö, mutta asioiden järjestämiseen kyselyn tulokset antavat apua.

5.2 Kirjastot.fi:n käyttäjät ja kohderyhmä

Kirjastot.fi-sivusto on suunnattu sekä asiakkaille että ammattilaisille, aivan kuten sivuston alaotsikko/slogankin *Asiakkaille ja ammattilaisille* toteaa.

Kyselyn pohjalta näyttää siltä, että Kirjastot.fi-sivuston käyttäjät ovat ensisijaisesti kirjastoalan ammattilaisia, jotka käyttävät ja tarvitsevat sitä tukemaan jokapäiväistä työtään. Kyselyn vastaajista 79% oli kirjastoalalla olevia ja suuri osa vastanneista opiskelijoista opiskeli nimenomaan kirjastoalaa. Kirjastoalan ammattilaisuus on kuitenkin hyvin laaja käsite, on paljon niitä, jotka tekevät pienessä kirjastossa vähän kaikkea aina asiakaspalvelusta johtotehtäviin, mutta on myös hyvin erilaisia toimenkuvia, esimerkiksi mediaosaajia, some-ammattilaisia ja nuorisotyöntekijöitä – ja siten on vielä kaikkea siltä väliltä. Tämä tulee esille hyvin muun muassa Kirjasto ammattilaisten silmin -raportissa (2019, 25–26), jossa tuodaan esille kirjastoalalla tarvittavaa osaamista ja taitoja. Kaikki nämä ammattilaiset tulisi huomioida myös sivuston uudistuksessa.

Palvelukokonaisuudessa on palveluita hyvin laajalla skaalalla ja suuri osa niistä kuitenkin hyödyttää myös niin sanottua suurta yleisöä, eli kaikkia, joita kirjallisuuteen, kirjastoalaan ja kirjastoihin liittyvät sisällöt kiinnostavat. Esimerkiksi Johansson

(2017) nostaa asiakasymmärryksen haltuunoton tärkeyttä käsittelevässä artikkelissaan esille sen, että palveluita ei vaan voi tehdä kaikille, sillä jos palvellaan kaikkia, ei palvella kunnolla ketään. Kannattaako siis pysyttäytyä entisessä, eli sivuston kohderyhmänä ovat kaikki, vai pitäisikö kuitenkin määritellä pääkohderyhmäksi kirjastoalan ammattilaiset ja opiskelijat?

5.3 Kirjastot.fi-sivuston sisällöt

Tällä hetkellä sivustolla on näkyvissä lähes kaikki mahdollinen palvelukokonaisuuden tuottama ja laajasti kirjastoalaan liittyvää sisältöä. Valikkojen sekavuus mainittiin avoimissa vastauksissa ihmetystä ja epäselvyyttä aiheuttavana tekijänä. Navigaatiota on jo käyttäjäkyselyn teon jälkeen uudistettu ja sivustolle on lisätty hakutoiminto, joka kyselyn tekoaikana puuttui kokonaan sivustolta.

Kirjastot.fi-sivustoon ja Kirjastot.fi-etusivuun liittyvissä kysymyksissä (kuviot 12–24) tuli esille, että kaiken kaikkiaan sivustoon ollaan jokseenkin tyytyväisiä, mutta helpoon hahmottamiseen, helppokäyttöisyyteen ja navigaatioon liittyvissä kohdissa jokseenkin tai täysin eri mieltä -kohtiin tuli noin 22-28 % vastauksista, joten tämäkin tukee avoimissa kentissä esille tulleita huomioita sivuston epäselvyyden suhteen. Toisaalta n. 62 % vastaajista taas oli sitä mieltä, että sivusto on kokonaisuudessaan oikein hyvä, joten tästä voinee päätellä, että sivustolla on ihan oikeita asioita, mutta aiempiin viitaten ne ovat hankalasti löydettävissä.

Uudistuksen ensimmäisessä vaiheessa tärkeintä on tehdä navigaatiosta entistä selkeämpi ja koota etusivulle kyselyssä haetuimmaksi ja hyödyllisimmäksi koetut palvelut helposti saataville. Kyselyssä tärkeimmiksi sivustolta haetuiksi asioiksi nousivat ammattipalvelut (eli työpaikat, materiaalit jne.), uutiset, kirjallisuuteen liittyvä aineisto ja/tai tieto sekä tiedot kirjastoista (tilastot, hankkeet, YKN ja AKE toiminta jne.) (Kuviot 9;10). Nämä puoltavat sitä, että niin sanottu kirjastoalan ammattilaisille suunnattu aineisto tulisi löytyä sivustolta helposti ja nopeasti.

Sivuston sisältöjä järjesteltäessä kannattaa myös käyttää aikaa niiden läpikäyntiin tarkemmin. Kuten Haines (2015, 3–4) toteaa, sisältöä ei pidä vaan tuottaa ja jättää

siihen, vaan sisällöllä on elinkaari aina suunnittelusta poistoon tai arkistointiin. Hänen mielestään on tärkeää muistaa, että sisältöjen elinkaaren päätös – oli se sitten poisto tai arkistointi – on olennaista, sillä sivusto täynnä vanhentunutta tai aikansa elänyttä sisältöä turhauttaa käyttäjät.

5.4 Asiakaskokemuksen kehittäminen ja mittareita

Mannerin ja Koiviston (2019, 23) mukaan asiakkaat eli käyttäjät odottavat tänä päivänä palveluiden olevan ominaisuuksiltaan ymmärrettäviä ja toiminnaltaan helppo-käyttöisiä, niiden tulisi olla helposti saatavilla ja säästää aikaa.

Asiakaskokemusta voi kehittää mittaamalla asiakkaiden kokemuksia ja hyödyntämällä tuloksista saatu tieto. Mittaaminen tulee suunnitella niin, että mittaamisella saatu tieto on sellaista, jonka pohjalta ollaan valmiita tekemään asiakaskokemuksen kehittämiseen liittyviä toimenpiteitä ja päätöksiä. Mittaamisen tulee olla muuttuva, elävä kokonaisuus ja mittaamisen suunnittelussa tulisi ratkaista seuraavat kysymykset: Keneltä, milloin, missä kanavassa ja mitä palautetta kysytään? (Korkiakoski 2019, 76–77.)

NPS eli Net Promoter Score on yleisimmin mainittu mittaustapa asiakaskokemuksen yhteydessä, ja se on monien asiantuntijoiden mielestä yleisesti paras tapa asiakaskokemuksen mittaamiseen (Filenius 2015, 124). NPS on Korkiakosken (2019, 66) mukaan laadullisen kehityksen mittari, jolla kysytään asteikolla 0–10 sitä, että kuinka todennäköisesti asiakas suosittelisi kyseistä organisaatiota. Arvo muodostuu yksinkertaisella kaavalla: suosittelija% (arvot 9 ja 10) – arvostelija% (arvot 0–6) = Net Promoter Score. Filenius (2015, 125) toteaa mittariston olevan erityisen hyödyllinen käytettäessä pitkäjänteisesti, jolloin asiakaskokemuksen trendin kehittyminen voidaan nähdä.

Customer Effort Score (CES) on Korkiakosken (2019, 66–67) mukaan erityisesti asiakaspalveluorganisaatioita palvelemaan kehitetty mittari, joka soveltuu rutiinimaisten ja arkisten asiakaskohtaamisten helppouden ja vaivattomuuden mittaukseen. Tässä mittaustaulukko on Korkiakosken mukaan joko alkuperäinen 1–5 tai

tarpeen mukaan esimerkiksi 1–7 ja arvo muodostuu kaavalla: helppoa% - vaikeaa% = Net Easy Score.

Korkiakoski (2019, 67–68) esittelee myös Futurelab Finlandin kehittämän tehokkuuden, helppouden ja tunteet yhdeksi kokonaisuudeksi kokoavan CX3D-asiakaskokemuksen mittaamisen mallin, jossa asiakaskokemusta mitataan kolmen päämuuttujan – tehokkuus, helppous, tunne – kautta. Kolme muuttujaa valitaan kuvaamaan jokaista päämuuttujaa ja kunkin päämuuttujan keskiarvo lasketaan niistä. Korkiakoski toteaa, että tehokkuutta ja helppoutta osataan useimmiten suomalaisissa yrityksissä mitata, mutta tunteista puuttuu monipuolinen kysymyspatteristo.

5.5 Kirjastot.fi-sivuston Net Promoter Score

Käyttäjäkyselyssä oli mukana NPS-kysymys ja Kirjastot.fi-sivusto sai kokonaisarvoksi 32, joka on merkki siitä, että sivustoa tulee kehittää (Kuvio 31). Kun erotettiin aktiivi- ja satunnaiskäyttäjien NPS-arvot, ero edelliseen, ja aktiivi- ja satunnaiskäyttäjien luvulla keskenään, oli suuri – aktiivikäyttäjien NPS-arvo oli 49 ja satunnaiskäyttäjien ainoastaan 13 (Kuvio 32). Jos vastaukset eriteltiin kunnan- ja kaupungin kirjastojen henkilöstön mukaan, kunnankirjastojen työntekijöiden luku oli 43 ja suurten kaupunkien kirjastolaisten 12. Lukujen erosta voinee päätellä, että tottumaton, sivustoa harvoin käyttävä kokee sivuston vaikeaksi, eikä todennäköisesti löydä sieltä ainakaan helposti etsimäänsä. Kun taas aktiivikäyttäjät ovat todennäköisesti rutinoituneet sivuston käyttöön siinä määrin, ettei heillä enää tarvitse etsiä asioita, kun he muistavat, mistä ne löytyvät. Tämä nostaa esiin useita kysymyksiä: Onko sivustolla kuitenkin aivan liikaa sisältöjä? Onko sisällöt suunnattu oikealle kohderyhmälle? Tarvitseeko sivustolla olla kaikki, mitä sieltä nyt löytyy? Miten järjestellä sisällöt niin, että ne löytyvät mahdollisimman helposti ja järkevästi? Ja tehdäänkö sivustoa nyt tekijöiden näkökulmasta vai käyttäjiä ajatellen?

Kyselyn avoimissa kentissä sivuston sekavuus ja se, että siellä on valtavasti asiaa, nousi usein esille – myös edelliset NPS-arvot viittaavat samaan. Kaikki kirjastoalaan liittyvä tieto halutaan kyllä löydyttävän samasta paikasta, mutta miten esittää ne niin, ettei sivusto käy liian raskaaksi ja sekavaksi? Yksikön henkilöstön palaverissa ja

työpajoissa sisältöjä ollaan käyty läpi ja ainakin sisältöjen karsiminen on osoittautunut aika hankalaksi. Joten jos sivuston sisällöt pyritään pitämään samana, täytyy niiden järjestämiseen ja siten helpompaan saavutettavuuteen käyttää aikaa ja paljon.

5.6 Futurice ja yksikkötyöpajat

Konsepti- ja sivoustouudistuksen tueksi palkattiin syksyllä 2019 konsulttitoimisto Futurice, joka on vetänyt kaksi työpajaa ja työstänyt omaa näkemystään Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden asiakasryhmistä ja sivustosta hyödyntämällä muun muassa tehtyä käyttäjäkyselyä, haastatteluja ja tilastoja.

Futurice työstää edellisiä tuplatimantti-prosessilla, josta niin sanotun ensimmäisen timantin osuus kuuluu ostettuun kokonaisuuteen. Tuplatimantti-prosessimalli on brittiläisen Design Councilin esittelemä malli, jossa on kaksi toisiaan seuraavaa prosessin vaihetta, eli timanttia. Ensimmäinen – tutkimuksellinen ja analyttinen – timantti on Ongelman tunnistaminen -timantti, jolla pyritään löytämään arvonluonnin mahdollisuuksia ja tunnistamaan itse ratkaistava ongelma. Timanteista toinen taas on Ratkaisun kehittäminen -timantti, joka perustuu enemmän luovuuteen, ja jolla kehitetään mahdollisuuteen tai ongelmaan parhaiten soveltuva ratkaisu. Tuplatimantti-prosessimallin neljä päävaihetta ovat löydä, määritä, kehitä ja tuota, joista kaksi ensimmäistä kuuluu Ongelman tunnistaminen -timanttiin. (Koivisto 2019, 42–43.) Tämä on osuus, jonka Futurice tuottaa yksikölle, ja se on tätä opinnäytetyötä kirjoitettaessa edelleen kesken, joten sen tuloksia ei tähän työhön saada mukaan.

Sivoustouudistusta on työstetty myös yksikön henkilöstön kesken useassa palaverissa sekä työpajoissa, lähinnä sisältöjen jaottelun ja järjestämisen osalta. Mielipiteitä sisällön järjestämiseksi on luonnollisesti, jos ei yhtä monta kuin osallistujaa, niin paljon kuitenkin. Tehtävä ei siis todellakaan ole helppo, joten on hyvä, että henkilöstön lisäksi näkemys sivuston sisällöstä tulee myös ulkopuolisilta ammattilaisilta (Futurice), ja näiden pohjalta toivottavasti löytyy se lopullinen, tuotantoon menevä versio.

5.7 Sivoustouudistuksen toteutus

Kuten aiemmin tuli esille, sivoustouudistusta suunnitellaan sekä digitaalisen palvelumuotoilun ammattilaisten (Futurice) kuin myös yksikön henkilöstön toimesta. Joten tässä työssä ei tehdä erillistä ehdotusta sivuston sisällöksi, vaan nostetaan esille käyttäjäkyselyssä ja haastatteluissa esille tulleita asioita, jotka kannattaa huomioida uudistusta tehdessä.

Lisäksi tulee miettiä keinot ja mittarit, joilla uudistuksen onnistumista seurataan ja joiden avulla sivustoa kehitetään jatkossa. Kyselyssä vastaajat pystyivät ilmoittamaan halukkuutensa osallistua kehittämiseen, joten heistä saa myös varmasti koottua useita eri testijoukkoja, jolta kerätään palautetta kehittämisen eri vaiheissa. Myös käytössä olevan React & Sharen (esitellään tarkemmin kohdassa 7.1.2 Asiakasymmärrys) tilastoja kannattaa seurata tarkasti, sillä ne kertovat pelkän katsomismäärän lisäksi juuri käyttäjien sitoutumisesta sekä reaktioista tuotettuihin sisältöihin.

Käyttäjälähtöisen kehittämisen kannalta kannattaneen miettiä myös jokin mittari, jolla palautetta voi kerätä laajemmalla joukolta, sopivan usein. Aiemmin esitellyistä esimerkiksi Customer Effect Score (CES) tai Net Promoter Score (NPS) voisivat hyvin olla varteenotettavia vaihtoehtoja sivuston kehittämisen tueksi. Mittausta suunniteltaessa on kehittämiselle kuitenkin muistettava asettaa tavoite/tavoitteita – aluksi se voisi Kirjastot.fi:n kohdalla olla esimerkiksi selkeämpi sivusto/navigaatio ja käyttäjäkokemuksen parantaminen sen suhteen. Jos mittaustavaksi valikoituu Net Promoter Score, on Korkiakosken ja Gerdtin (2016) mukaan muistettava, että se mittaa kyllä niin sanotusti kuumeen, mutta itse taudinkuva selviää vasta asiakkaan avoimista vastauksista. He toteavat myös, että koko organisaation on äärimmäisen tärkeää ymmärtää se, että miksi asiakaskokemusta mitataan ja miten sen tuottamaa tietoa voidaan hyödyntää, eikä keskittää huomiota pelkästään mittaamiseen.

6 SISÄLTÖSTRATEGIA

Jos tavoite on tarjota hyödyllisiä, käyttökelpoisia ja käyttäjälähtöisiä verkkopalveluita, Casey (2017) mukaan sisältöstrategia on työkalu, jonka avulla nuo tavoitteet ovat saavutettavissa. Ja siksi osana tätä työtä käsitellään myös sisältöstrategiaa.

Sisältöstrategia on Kerosen ja Tannin (2013, 11) mukaan asiakaslähtöisyyttä tärkeimpänä lähtökohtana pitävä tapa rakentaa koukuttava sisältöjen jatkumo, joka kulkee läpi verkkokanavien. He toteavat sisältöstrategian laajasti tulkittuna tarkoittavan kaiken syntyvän sisällön hallintaa aina tuotannosta julkaisuun ja ylläpidon resonointiin.

Sisältöstrategia ei ole mikään varsinainen ajatus- ja kirjoitustyön tuloksena syntyvä uusi strategiapaperi, vaan se on ennen kaikkea malli, joka ohjaa sisältötyötä. Luonteeltaan sisältöstrategiatyön pohjalta syntyvä suunnitelma on ennemminkin toimintasuunnitelma ja ajassa elävä ohje. (Keronen ja Tanni 2013, 121.)

Kirjastojen verkkopalveluilla ja Kirjastot.fi-palveluilla ei luonnollisestikaan ole mitään myynnillisiä tavoitteita, vaan tärkein tavoite on tarjota asiakkaiden/käyttäjien haluaa ja tarvitsemaa tietoa. Kuten Haines (2015, 1) artikkelissaan toteaa, jatkuvasti digitalisoituvassa maailmassa kirjaston verkkosivustosta on tullut yksi – jos ei jopa se ainoa ja tärkein – kirjaston etuovista. Hän nostaa esiin etäopiskelijat, ympäri vuorokauden kirjastojen palveluja käyttävät tutkijat ja opiskelijat ja käyttäjät, jotka yksinkertaisesti vaan odottavat löytävänsä tietoa ja tutkimusapua, ovatpa he itse sitten missä tahansa. Nämä ryhmät odottavat pääsyn kirjaston tietoon ja apuun niin sanottuasti vain toimivan, sillä heidän kokemuksensa päivittäin käyttämistään palveluista (kuten Amazon, Google, Facebook jne.) on muuttanut heidän odotuksiaan tiedon saatavuudesta. Siksi hänen mielestään verkkosivustoista vastaavien tulee tehdä kirjastojen resursseista ja palveluista käyttökelpoisia ja hyödyllisiä, ja yksi työkalu saavuttaa nuo tavoitteet on sisältöstrategia.

Mitä tämä sitten käytännössä tarkoittaa? Hainesin (2015, 1–2) mukaan prosessia tulee lähestyä strategisesti: On *suunniteltava* sivustolle tavoitteet käyttäjien käyttäytymisen ja tarpeiden perusteella. On huolehdittava, että sisällön *käytettävyyys* on käyttäjille helppo ja ymmärrettävä. Kun sisältö on kunnossa, on se *järjestettävä* niin,

että käyttäjät todella löytävän sen. Ja jotta tiedämme, ovatko edellä mainitut asiat onnistuneet, on *arvioitava* sisältöä jatkuvasti muun muassa käyttäjätestauksin ja verkkosivustoanalyysin ja muilla sopivilla menetelmillä.

Halvorson (2011) kirjoittaa artikkelissaan, että verkkosivustoja tekevät ovat 15 vuotta puhuneet esimerkiksi käyttäjäkokemuksesta, tietoarkkitehtuurista, metatiedoista, koodaamisesta, visuaalisesta suunnittelusta ynnä muista asioista, jotka helpottavat käyttäjien kykyä löytää ja kuluttaa sisältöjä. Mutta hänen mukaansa taas ei ole puhuttu niin sanotusta villakoiran ytimestä, eli itse sisällöstä, jonka hiljaisella, kollektiivisella johtopäätöksellä ajatellaan olevan jonkun muun kuin verkkosivustojen tekijöiden ongelma. Ja sisältöstrategia on se, jonka avulla Halvorsonin mukaan suunnitellaan hyödyllisen, käytettävän sisällön luominen, julkaiseminen ja hallitseminen. Hänen mukaansa on myös välttämätöntä määrittellä, että miksi jokin sisältö ylipäättään julkaistaan, ei pelkästään mitä julkaistaan.

Vaikka Kirjastot.fi ei olekaan mikään varsinainen kirjaston verkkosivusto, on se käyttäjäkyselyn ja haastattelujen mukaan kuitenkin varsinkin kirjastoalalla työskenteleville yksi tärkeimmistä työkaluista sen oman kirjaston kirjastojärjestelmän lisäksi. Näin ollen tällaisen kaikkia kirjastoja (ja toki myös kiinnostuneita asiakkaita) palvelevan sivuston sisältöjen suunnitteluun ja kehittämiseen on mielestäni panostettava vahvasti.

On siis pohdittava, mitä Kirjastot.fi:n palveluita käyttäjät, ensisijaisesti yleiset kirjastot, tarvitsevat etupäässä hyödyttämään henkilökuntansa jokapäiväistä työtä. Onko palvelukokonaisuudessa jotain, joka ei ole tarpeellista? Nouseeko esiin joitain palveluita, jotka ovat niin tarpeellisia ja käytettyjä, että vaatisivat siksi enemmän panostusta ja kehittämistä sekä näkyvyyttä? Näiden määrittelyyn hyviä ohjeviivoja saadaan tehdystä käyttäjäkyselystä ja haastatteluista sekä luonnollisesti Google Analytics -käyttäjätilastoista, joita seuraamalla nähdään käytön mahdollisen vähenemisen ja kasvun lisäksi myös muun muassa miten Kirjastot.fi-emosivustolle ja palvelukokonaisuuden eri sivustoille tullaan, mikä osuus on uusia tai palaavia kävijöitä ja miten palvelukokonaisuuden käyttö vaihtelee kausittain.

Mutta kuten Eyler-Werve (2014) toteaa, kirjastojen kohdalla sisältöstrategian tekemisestä tekee hankalaa uniikki haaste: kirjastot palvelevat erittäin laajaa yleisöä (teinit, työnhakijat, vanhemmat, eläkeläiset jne.) ja jokaisella ryhmällä on eri kiinnostuksen kohteet – siksi on haastavaa valita suunta ja vieläpä pysyä siinä. Haastetta lisää vielä se, että kun kirjastot laajentavat ja muuttavat palveluitaan vastaamaan tarpeita, täytyy myös verkkosivustojen sisältöjä päivittää uusia tai muuttuvia palveluita markkinoidakseen.

Tämä sama uniikki haaste on myös Kirjastot.fi-palvelukokonaisuudella, joka on erittäin laaja ja palvelee useita käyttäjäryhmiä, sekä kirjastoalan ammattilaisia että tavallaan myös sitä ns. suurta yleisöä. Eli juuri kuten Eyler-Werve (2014) nostaa esiin: käytännössä sisällöille on äärettömästi vaihtoehtoja. Hän painottaakin kirjastojen sisältöstrategiassa kolmea asiaa: Tulee pitää huoli sisällön näkyvyydestä/löytyvyydestä (sivuston hyvä navigaatio ja hakukoneoptimointi), tulee asettaa tavoitteet pidemmän ajan tilastojen pohjalta (jos sivustolla kävi edellisinä vuosina 100 hlöä/viikko, tavoittele 150/viikko jne.) ja kannattaa aloittaa pienesti ja toistaa (käytä esimerkiksi 20 min. ideariheen, tee perussuunnitelma ja valitse mittaristo, ja käytä jatkossa päivittäin vähän aikaa sisällön luomiseen/järjestelyyn sekä seuraa viikoittain onnistumista).

6.1 Suuntaviivoja Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden sisältöstrategialle

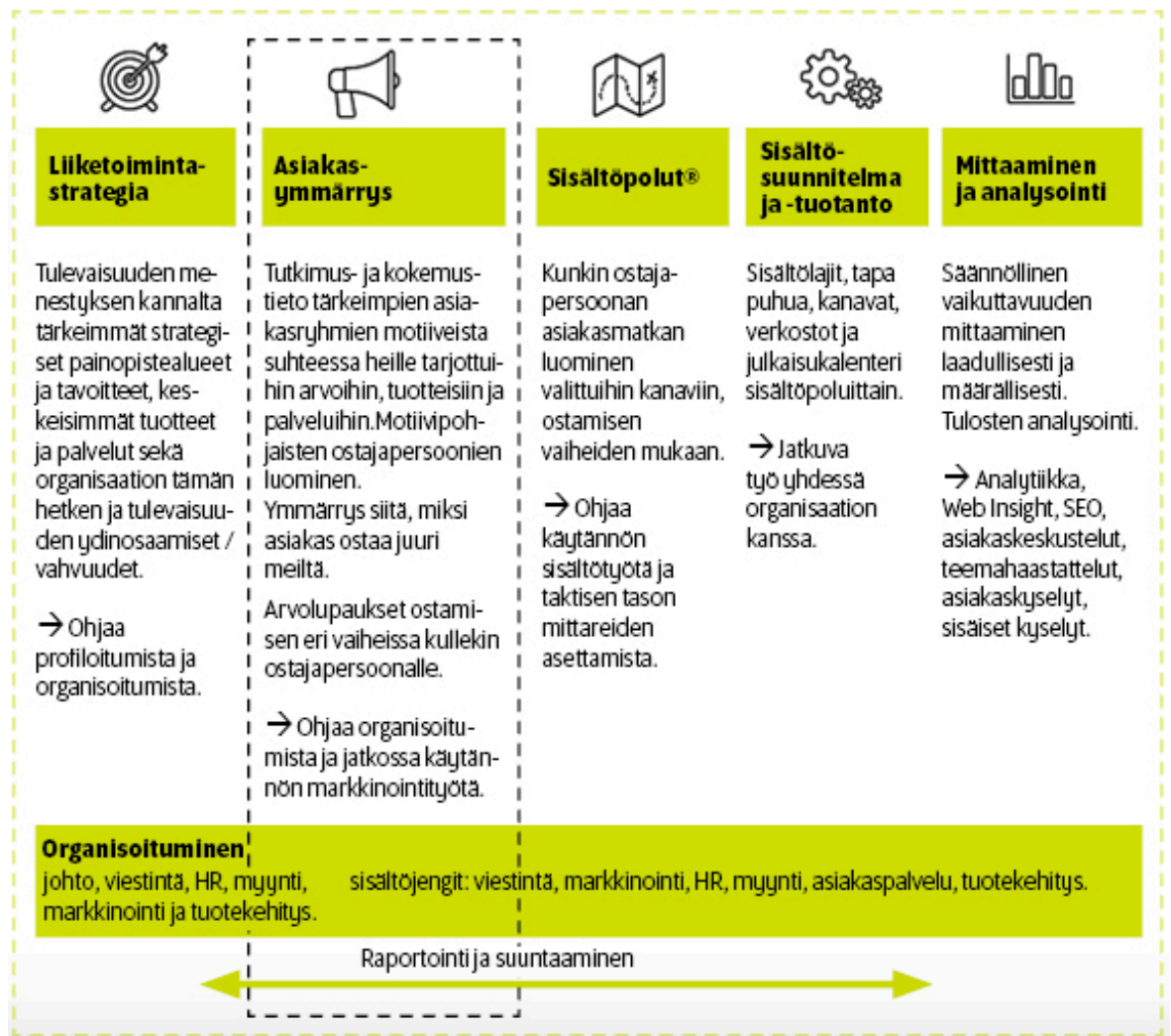
Kirjastot.fi-sivusto ja palvelukokonaisuus on olemassa kaikkia Suomen kirjastoja varten. Laki määrää valtakunnallisen kehittämissyksikön olemassaolon ja yksikön tulee tuottaa yleisiä kirjastoja hyödyttävää sisältöä ajantasaisesti, kaikkia hyödyttävästi ja järkevästi. Siksi sisältöstrategian luominen on tärkeää, jos ei jopa välttämätöntä.

Yksikkö on reagoinut ajan saatossa ajankohtaisiin aiheisiin ja kirjastojen tarpeisiin tuottamalla hyödylliseksi katsottua ja rahoittajan hyväksymää sisältöä (esimerkiksi mediakasvatus ja jo lakkautettu lastensivusto okariino.fi). Jos rahoitusta ei tule, ei tule sisältöäkään ja kun rahoitus johonkin kohteeseen loppuu, tuotettua sisältöä ei enää päivitetä, tai vaihtoehtoisesti kyseiset sisällöt lakkautetaan ja suljetaan koko-

naan. Tuotettava sisältö riippuu siis täysin opetus- ja kulttuuriministeriön rahoituksesta ja siksi tulevaa tulisikin ennakoida strategialla, jolla myös vuosittaista rahoitushakemusta voi perustella. Jos sisällön jatkolle ja päivitykselle ei ole takeita, kannattaako sitä esimerkiksi nopean vanhentumisen myötä tuottaa lyhytaikaisesti ollenkaan?

6.2 Sisältöstrategian elementtejä

Keronen ja Tanni (2017, 29–31) tiivistävät sisältöstrategian elementit viiteen osioon, joita toimivan ja menestyvän liiketoiminnan rakentaminen vaatii. Sisältöstrategian rakentamista ei tule aloittaa kohdasta ”sisältösuunnitelma ja tuotanto”, josta he usein ovat nähneet aloitettavan, vaan johdon ja avainhenkilöstön tulee rakentaa ai-dosti strategisen tason linjauksia aina liiketoimintastrategiasta mittaamiseen ja analysointiin (Kuvio 33). Sisältöstrategian tavoitteet ovat Kerosen ja Tannin mukaan *aina* samat organisaation strategisten tavoitteiden kanssa.



Kuvio 33. Sisältöstrategian elementit (Keronen & Tanni 2017, 29).

6.2.1 Toimintastrategia

Valtakunnallisen kehittämisyksikön ja Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden toimintastrategia määräytyy vahvasti lain mukaan, eli yksikön on tuotettava yleisten kirjastojen yhteisiä palveluja ja edistettävä yleisten kirjastojen keskinäistä yhteistoimintaa (L 29.12.2016/1492).

Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden pidemmän aikavälin tavoitteita ovat Matti Sarmelan (2019) VAKE/Kirjastot.fi-katsauksen mukaan:

Kirjastolain asettama tehtävä kansallisesti järkevästi tuotetuista verkko- ja viestintäpalveluista. (1)

Kirjastoammattilaisten ja alan opiskelijoiden tavoittaminen mahdollisimman kattavasti. (2)

Sidosryhmien (kuten opettajat, alan oppilaitokset, toimittajat) palveleminen. (3)

Suurta yleisöä kiinnostavien sisältöjen/datan levittäminen mahdollisimman laajalle. (4)

Toimintavarmat ja saavutettavat palvelut, luotettavat ja laadukkaat sisällöt, laadukas metatieto (linkitetty tiedon malli), omadata-periaate räätälöityjen, ennakoivien ja älykkäiden palveluiden taustalla, mobiilikäytettävyys edellä. (5)

Finna-ekosysteemin osa. (6)

Näistä sisältöstrategiaan poimitaan ne, joihin sisällöillä voidaan vaikuttaa, määritellen kunkin tavoitteen kannalta olennaisimmat asiakasryhmät ja niille tarjottavat tuote- ja palvelukokonaisuudet (Keronen & Tanni 2017, 133).

6.2.2 Asiakasymmärrys

Asiakasymmärrystä saadaan käyttäjäkyselyillä, haastatteluilla sekä muun muassa tutkimalla palvelukokonaisuuden tilastoja. Keronen ja Tanni (2017, 34) toteavat, että esimerkiksi lukukerrat ja sisällöissä vietetty aika ovat merkittävä mittari taktisella tasolla, sillä jos sisältö on kiinnostavaa, siihen pysähdytään ja kun sisältö on todella kiinnostavaa, siihen palataan ja sitä jaetaan myös eteenpäin.

Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden käyttöön hankittiin vuonna 2019 React & Share -työkalu, jolla pystytään keräämään käyttäjien mielipiteitä sisällöistä sekä seuraamaan sisällöissä vietettyä aikaa, jakoja ja lähteitä sekä käyttäjien sitoutumista sisältöihin. React & Sharen tilasto näyttää muun muassa kuinka suuri osuus lukijoista sitoutuu sisältöön vahvasti, suhteellisen vahvasti, vilkaisee nopeasti tai poistuu heti. Tilastoista näkee muun muassa sen, että vaikka jollakin sisällöllä olisi paljon katsontakertoja, ei sitä silti välttämättä todellisuudessa ole tutkittu kovinkaan tarkkaan, vaan se on voitu todeta heti epäkiinnostavaksi tai itselle sopimattomaksi. Lisäksi

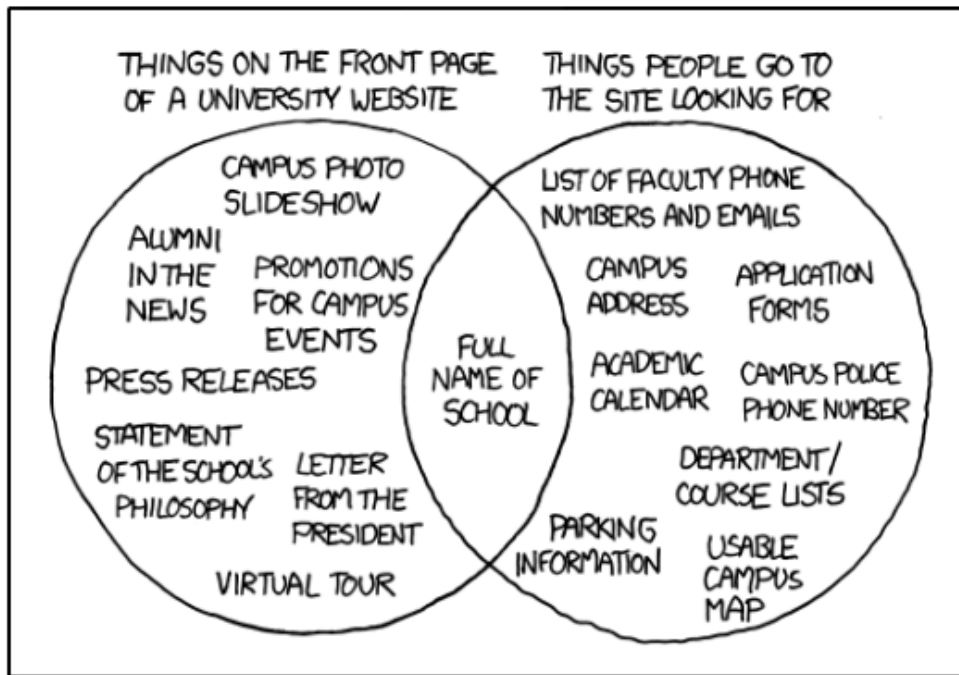
React & Sharella saadaan sivustoille upotettua painikkeet, joilla käyttäjän on mahdollista reagoida lukemaansa – oliko sisältö esimerkiksi kiinnostavaa, hyödyllistä, epäselvää tai hyödytöntä – ja reagointiin on mahdollista antaa myös sanallista palautetta. Toimittamani Sivupiirin tilastojen, reaktioiden ja annetun palautteen pohjalta on voinut muun muassa päätellä, että haluavatko lukijat tarkempia kuvauksia annetuista vinkeistä ja millaisista sisällöistä he ylipäättään ovat kiinnostuneita. Lisäksi myös toiveita sisällöistä on annettu palautteen muodossa ja näihin luonnollisesti pyrin tuottamillani sisällöillä vastaamaan.

Käyttäjäkyselyssä oli mukana kohta, jossa vastaajia pyydettiin arvottamaan väittämiä – mitä he erityisesti haluaisivat tai eivät lainkaan haluaisi – seitsemänportaisella asteikolla. Vastauksista voi hyvin poimia esille suuntaviivoja tuotettaville sisällöille sekä sille, mitkä sisällöt pitäisi olla helposti upotettavissa esimerkiksi paikallisiin verkkokirjastoihin. (Kuviot 26–30.)

Vastaajat halusivat erittäin paljon saada valmiita kirjavinkkikokonaisuuksia ja löytää kirjavinkkilistoja paikallisista verkkokirjastoista. Joten Kirjasammon ja Sivupiirin vinkkilistat ovat tarpeellisia ja niitä tulee tuottaa jatkossakin, mutta on mietittävä keinoja, että miten ne parhaiten saadaan käyttäjien hyödynnettäväksi. Kirjastokaistan tuotantojen suunnittelun kannalta tärkeä huomio on varmasti se, että vastaajat halusivat erittäin paljon syventää ammattitaitoaan koulutustallenteilla ajasta tai paikasta riippumatta. Suoralähetystä ei nähty ollenkaan niin tärkeäksi, kuin sitä, että koulutuksen pystyy katsomaan myöhemmin tallenteelta.

Kirjastoalan tämän hetken kehitys sekä kotimaassa että Suomen ulkopuolella, vinkit ammatilliseen kehittymiseen, valmiit materiaalit ja työkalut, modernin tiedonhaun oppiminen asiakkaita varten sekä kirjastoalan uutiskirje kiinnostivat vastaajia myös erittäin paljon, joten on tärkeää pohtia, että miten näitä tietoja saadaan koostettua esimerkiksi juuri Kirjastot.fi-emosivustolle.

Hainesin (2015, 3) artikkelissa on mukana xkcd.com-sivustolla ollut kuva, jossa näytetään, miten verkkosivulla oleva tieto ja käyttäjien hakema tieto kohtaavat – eli eivät juuri mitenkään. Tämä kuva kannattaneekin pitää ohjenuorana sivustojen sisältöjä suunniteltaessa, ettei kehittämisen keskellä unohdeta sitä, keitä varten kukin sivusto on olemassa (Kuvio 34).



"University website" from xkcd.com

Kuvio 34. University website (Haines 2015, 3).

Kun käytössä on edellä mainittu React & Share, tuoreiden käyttäjäkyselyn ja haastattelujen materiaalit sekä Google Analytics -tilastot, voidaan kaikkien näiden pohjalta varmasti kehittää, suunnitella ja tuottaa sellaisia sisältöjä, jotka oikeasti kiinnostavat, hyödyttävät ja sitouttavat käyttäjiä. Ja jotta sisällöt pysyvät myös jatkossa oikeanlaisina, tulee käyttäjien mielipiteitä tiedustella useammin esimerkiksi haastatellen.

6.2.3 Asiakaspersoonat

Casey (2017) määrittelee sisältöstrategian auttavan organisaatioita toimittamaan oikeaa sisältöä, oikeille ihmisille, oikeaan aikaan ja oikeista syistä. Hän luettelee myös muutamia strategisia komponentteja, joiden puute vaikuttaa toimituksellisen suunnitelman onnistumiseen. Yksi näistä Caseyyn mainitsemista strategisista komponenteista on käyttäjäryhmä: jos et ole priorisoinut ja määritellyt käyttäjäryhmääsi/yleisöäsi, et voi saada sisältöäsi oikeille ihmisille, sillä et tiedä keitä he ovat ja mistä heidät voi löytää.

Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden ollessa hyvin laaja täytyy luoda erilaisia käyttäjäpersoonia eri sisällöille ja palveluille. Kyselyn pohjalta suurin osa vastaajista käyttää sisältöjä ammatilliseen tarpeeseen, osa hyödyntää palvelujen sisältöjä harrastuksiin ja vapaa-aikaan ja osa opiskeluun liittyen (Kuvio 11). Palvelukokonaisuudessa on kuitenkin myös valtavasti palveluita, joita niin sanottu suuri yleisö käyttää ja hyödyntää. Mutta Casey'n (2017) mukaan suuri yleisö ei voi olla kenenkään yleisö, joten on mietittävä tarkkaan, mikä tuo ns. suuri yleisö Kirjastot.fi-palveluilla on. Ainakin se todennäköisesti on kiinnostunut kirjoista, kirjastoista, lukemisesta tai kirjastoalasta.

Asiakasarvo on Kerosen ja Tannin (2017, 35) mukaan väline, jolla ymmärretään se, miksi asiakas ostaa ja pysyy asiakkaana. Asiakasarvon voi heidän mukaansa hahmottaa neljän pääteeman, taloudellisen, toiminnallisen, emotionaalisen ja symbolisen arvon kautta. Erottava tekijä ja houkuttelevat arvolutapakset eri asiakasryhmille löytyvät Kerosen ja Tannin mukaan oman organisaation vahvuuksista ja niiden merkityksestä asiakkaalle, eli hyvin läheltä.

Koska Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus ei tuota eikä ole tarkoituksaan tuottaa suoranaisesti mitään taloudellista hyötyä, voi asiakasarvoa rakentaa kolmen jäljelle jäävän elementin avulla. Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus pyrkii ehdottomasti tarjoamaan *toiminnallista arvoa*, eli käyttäjän ajan ja vaivan säästöä, *emotionaalista arvoa*, eli mielihyvän tuottamista inspiroivilla ja elämyksellisillä sisällöillä sekä *symbolista arvoa*, eli tärkeää merkitystä tasa-arvoisesti ja saavutettavasti tuotetuilla sisällöillä.

Jos haluaa olla asiakaslähtöinen organisaatio, tulee Kerosen ja Tannin (2017, 40) mukaan keskittyä tärkeimpiin asiakkaisiin, luoda tuoteportfolio asiakkaiden tarpeiden pohjalta, rakentaa vastavuoroinen suhde asiakkaisiin, pyrkiä kasvattamaan tietynlaisten asiakkaiden osuutta sekä nykyisten asiakkaiden arvoa ja asettaa vahvasti asiakaslähtöiset menestyksen mittarit.

Sisältöstrategiassa tulee Kerosen ja Tannin (2017, 133) mukaan kuvata ainakin kunkin strategisen tavoitteen kannalta tärkeimmät asiakasryhmät. Tavoitteet listattiin toimintastrategia-kohdassa. Tavoitteen (1) asiakasryhmä on erityisesti yleisten kirjastojen henkilöstö. Tavoitteen (2) kirjastoalan ammattilaiset ja kirjastoalan opiskelijat. Tavoitteen (3) asiakasryhmät ovat opettajat, oppilaitokset sekä toimittajat.

Tavoitteen (4) asiakasryhmä on ns. suuri yleisö, eli kaikki, joita palvelukokonaisuuden tuottamat sisällöt kiinnostavat. Tavoitteen (6) asiakasryhmä ovat Kansalliskirjasto sekä Finna-yhteistyökumppanit ja tavoite (5) kattaa ihan kaikki edelliset.

Lisäksi sisältöstrategiassa tulee kuvata kullekin asiakasryhmälle tarjottavat tuote- ja palvelukokonaisuudet ja strategiakauden tavoitteiden saavuttamisen kannalta asiakasryhmien tärkeys tulee merkitä sisältöstrategiaan. Tämä siksi, että kehittämis- ja sisältöpanostusten suuntaaminen voidaan asettaa aikajanelle ja priorisoida. (Keronen & Tanni 2017, 133.)

6.2.4 Toimintasuunnitelma

Sisältöstrategiassa tulee olla strategiakauden ylätason toimintasuunnitelma ja kustannusarvio, eli tarvittavat toimet kuvataan ja niiden avulla lähdetään valittua taktiikkaa toteuttamaan. Lisäksi kullekin toimenpiteelle kuvataan tavoitteet ja mittarit. (Keronen & Tanni 2017, 133.)

Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden rahoitus haetaan vuosittain opetus- ja kulttuuriministeriöltä, joten toimintasuunnitelma ja kustannusarvio tehdään vuosi kerrallaan. Painopisteiksi vuodelle 2020 Sarmela (2019) nostaa Finna-ekosysteemin, Kirjastot.fi-konseptiuudistuksen ja kirjastoammatillisen viestinnän kehittämisen, saavutettavuuden ja palveluiden kehittämisessä julkaisualustojen teknisen uudistamisen sekä tilastoinnin, sisältöjen käytön ja hakukoneoptimoinnin parantamisen.

Näistä voi tehdä suunnitelman esimerkiksi Hainesin (2015, 1-2) esittämällä pohjalla: suunnitellaan sisällöt ja määritellään niille kohdeyleisöt, pidetään huoli käytettävyydestä, saavutettavuudesta ja ymmärrettävyydestä, järjestetään sisällöt niin, että ne löytyvät ja lopuksi arvioidaan eri mittarein, onko suunnitelma onnistunut. Haines mainitsee myös, että kannattaa määritellä selkeästi, ketkä henkilöstöstä vastaavat minkäkin alueen sisältöjen luomisesta ja ylläpidosta ja tämä määräytyy Kirjastot.fi-kokonaisuudessa helposti, kun kullakin palvelulla on oma vastaava toimittaja/suunnittelija.

6.2.5 Mittaaminen ja analysointi

Toiminnan systemaattinen mittaaminen on tärkeää. Mittaamista ohjaavat sisältöstrategian tavoitteet ja on tärkeää päästä siinä alkuun, jotta pystyy arvioimaan, missä on parantamisen varaa ja mitkä asiat taas sujuvat hyvin. Mittaristoista kannattaa muodostaa sopiva kombinaatio ja aloittaa kannattaa vain muutamalla tärkeimmällä. Ymmärrys asiakkaita kiinnostavista sisällöistä kasvaa jatkuvasti mittamisen ja tulosten tulkinnan avulla ja havaintojen pohjalta tehdyt pienetkin teot parantavat osumatarkkuutta. (Keronen & Tanni 2017, 197.) Asiakaskokemuksen mittareita esitellään kohdassa 5.4 ja tilastointityökaluja kohdassa 6.2.2.

6.3 Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden sisältöstrategian tekeminen

Koska Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus on niin suuri, tämä, kuten myös tarkemmat asiakaspersoonat, toimintasuunnitelma ja niiden tärkeysjärjestys on tehtävä Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden yksikön yhdessä johdon kanssa.

Strategiatyön voi aloittaa tekemällä esimerkiksi hyvin karkean ydinsisältöstrategian Casey'n (2017) listan pohjalta:

- Mikä on organisaation tavoite/tehtävä?
Tämä määräytyy jo lain mukaan.
- Keitä ovat kohdeyleisö?
Käyttäjäkyselyn pohjalta kirjastoalan ammattilaiset ja kohdassa Asiakaspersoonat on lueteltu myös muita ryhmiä.
- Mitkä ovat tavoitteet?
Saavutettavasti ja järkevästi tuotettuja verkko- ja viestintäpalveluita kirjastoalan tarpeisiin.
- Mitä ovat sisältöjen tavoitteet?
Kirjastoalalla työskentelevien arjen helpottaminen hyvillä ja laadukkailla verkkopalveluilla.

Myös Eyler-Werven (2014, 31) esityksestä löytyy hyvä ohjeistus: Ensimmäiseksi tulee määritellä tavoite, mikä sisällöllä pyritään saavuttamaan ja seuraavaksi määritellään sisällön kohdeyleisö. Sen jälkeen mietitään, mitä yleisön toivotaan tekevän sisällön pohjalta ja kun tämä on selvä, tulee miettiä, että millainen sisältö saa yleisön toimimaan toivotulla tavalla. Tämän jälkeen pohditaan, kuinka kohdeyleisö löytää tehdyn sisällön ja mikä mittari parhaiten kertoo, onko sisällön tavoite saavutettu. Viimeisenä määritellään vielä tulokset, jotka sisällöllä toivotaan saavutettavan ja jotka kertovat, onko strategia onnistunut.

Käyttäjäkyselyssä vastaajat kokivat suurimman osan Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden palveluista hyödyllisiksi (Kuvio 25), joten tuotettu sisältö on lähtökohtaisesti suhteellisen hyvää. Jotta palvelukokonaisuus olisi vielä enemmän kokonaisuus, ja jotta sisällöistä tulisi järkevä, toimiva synergia, tulisi eri palvelujen sisällöntuotannolle kuitenkin tehdä yhteinen strategia. Kirjastot.fi-palvelusisällöille kannattaisi suunnitella strategialuonnos, jossa ensimmäisessä näkyä esimerkiksi kahden–kolmen vuoden tähtäimellä sisällöntuotannossa painotettavat teemat (huomioiden kampanjat, juhluvuodet, keskeiset valtakunnalliset painopistealueet jne.). Nämä käytäisiin jatkossa yhdessä läpi aina vuosittaisia toimintasuunnitelmia tehtäessä, ja tarkennettaisiin kullekin vuodelle muutama pääteema, joita kukin palvelu sitten sisällöntuotannossaan noudattaa. Tällä tavalla tuloksena olisi laadukkaasti tuotettuja, toisiaan tukevia, saavutettavia ja helposti markkinoitavia rikkaita sisältökokonaisuuksia, joista hyötyisivät luonnollisesti käyttäjät, mutta myös yksikön eri palvelukokonaisuudet. Tällä myös ehkäistäisiin sisältöjen rikkonaisuus ja hätäiset reaktiiviset ratkaisut – niiden sijasta voitaisiin paljon entistä helpommin julkaista toinen toista tukevia sisältöjä ja kampanjoita.

Koettu sekavuus ja hankala hahmotettavuus, mikä ilmeni käyttäjäkyselyn tuloksista selvästi, saattaa tarkoittaa sitäkin, että palvelut mielletään kovin erillisiksi. Kyselyn avovastauksista monessa kävi ilmi yllättyneisyys siitä, mitkä kaikki palvelusisällöt kuuluvatkaan Kirjastot.fi-kokonaisuuteen. Yhtenäistäminen sisältöstrategian työkaluin voisi auttaa.

Kokonaisuudessaan sisältöstrategiaa tehdessä Keronen ja Tanni (2013, 121) kehottavat pitämään mielessä sen, että verkon suhteen ei kannata tehdä kiveen ha-

kattuja ja liian pitkälle luotaavia suunnitelmia. Verkko kun on elävä toimintaympäristö ja parhaiten siinä pärjää elämällä sen syklissä ja tarttumalla sisältöteemoihin, jotka nousevat esille ilmiöistä, asiakaskommenteista tai tapaamisista.

Sisältöstrategi Julia Isoniemi ja YIT:n asumisen digitaalisen markkinoinnin päällikkö Niina Pakkala keskusteleivat Sanna Ala-Seppälän juontamassa podcastissa sisältöstrategiasta, onko aika ajanut siitä ohi, eli onko sisältöstrategia kuollut. Heidän keskustelussaan nousee esille, että jos strategia on hyvin prosessilähtöinen (kuvataan, kuka tekee ja mitä), ei ole ihme vaikkei se olekaan elossa enää vuoden jälkeen. Strategia on ansainnut paikkansa, jos sen pohjalla ovat asiakaspolku, data ja tavoitteet, ja kaiken tulee ylipäättään lähteä asiakastarpeesta. Erityisen tärkeänä he pitävät avoimuutta, eli heti kun strategian ensimmäisiä ajatuksia aletaan kokoamaan yhteen, tulee se tuoda kaikkien tietoon. Lisäksi on tärkeää sitoa tavoitteet ihmisten tavoitteisiin ja tehtävänkuviin, ja tehdä muutos rauhallisesti. (WTF Markkinointi 2019.)

Tutkimieni sisältöstrategiaan liittyvien teorialähteiden pohjalta voi summata, että niistä kaikista saa irti tämän työn kontekstissa varsin samat päätelmät. Siksi ei ollut tarkoituksenmukaista koettaa verrata eri lähteitä. Joten kaikkea edellä esille nostettua kannattaakin omaa strategiaa tehdessä soveltaa sopivin osin, mikä on liiketoimintaan sopivaa, ei välttämättä toimi kirjastojen verkkopalveluissa. Ja mikä toimii kirjastojen verkkopalveluissa, ei välttämättä toimi Valtakunnallisen kehittämissyksikön palveluissa. Kannattaa siis olla avoin, joustava ja pyrkiä yhdessä tekemään kuhunkin palveluun sopivassa määrin räätälöity strategia, jota kaikilla on mahdollisuus toteuttaa.

6.4 Sisältöstrateginen suunnitelma Sivupiirille

Toimittamani Kirjasammon Sivupiiri nostaa esiin lasten- ja nuortenkirjallisuutta, siihen liittyviä uutisia ja ilmiöitä. Sivuston kohderyhmänä ovat pääasiassa lasten- ja nuortenkirjastotyötä tekevät ammattilaiset sekä opettajat. Nuoria tavoitellaan ensisijaisesti Instagramin ja YouTuben sisältöjen kautta.

Sivupiirin sisältöjen tavoite on pääasiassa helpottaa kirjastoalan ammattilaisia työssään ja antaa opettajille tietoa varsinkin uudesta lasten- ja nuortenkirjallisuudesta. Sivupiirin vinkkisisällöillä ja valmiilla vinkkikokonaisuuksilla on tarkoitus auttaa kirjastoalan ammattilaisia esimerkiksi kirjavinkkauksissa ja aineistoesittelyissä. Opettajien toivon saavan vinkkilistoistani tietoa ilmestyvästä lasten- ja nuortenkirjallisuudesta sekä löytävän vinkkejä kirjallisuuskursseille ja äidinkielen tunneille. Opettajat kun eivät ehdi mitenkään lukea kaikkea ilmestyvää kirjallisuutta, eikä lukemista ole laskettu työaikaan mukaan – tämän viimeksi toi esiin opettaja ja kirjailija Tommi Kinnunen (2020) kolumnissaan Vanha ope ei uutta tietoa saa.

Jotta sisällöt löytyvät, on Sivupiirillä oma Facebook-, Twitter- ja Instagram-kanava. Lisäksi Sivupiirin kirjatruilerit löytyvät YouTubesta. YouTube ja Instagram ovat käytössä erityisesti nuoria ajatellen, joten siellä vinkit keskittyvät nuorten aikuisten ja nuortenkirjallisuuteen. Sisältöjä jaetaan aktiivisesti somessa, ja Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden muut palvelut jakavat sisältöjä myös omissa kanavissaan. Lisäksi erilaiset Facebook-ryhmät on erinomainen keino saavuttaa käyttäjiä ja Sivupiirin sisällöt ovat myös mukana palvelukokonaisuuden omassa kirjallisuusutiskirjeessä. Hyvä hakukonenäkyvyys on erityisen tärkeää, sillä usein se on kuitenkin se ensimmäinen, mistä apuja tänä päivänä aletaan etsiä. Tähän kuitenkin pitää panostaa jatkossa vielä enemmän, jotta vielä useammat löytäisivät sisällöt.

Mittareina tällä hetkellä ovat ensisijaisesti tilastot, eli Google Analytics ja React & Share. Viime vuosina kasvu on ollut tasaista, joten sikäli sisällöt saavuttavat koko ajan enemmän ja enemmän yleisöä. Hyvillä sisältökokonaisuuksilla tilastot kasvavat koko ajan, joten onnistumista voi seurata hyvin ainakin sitä kautta.

Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittama ja Seinäjoen kaupunginkirjaston hallinnoima lasten ja nuorten lukemista ja lukutaitoa edistävien kirjastopalvelujen valtakunnallinen erityistehtävä avaa sivuston, jonka pääasiallinen kohderyhmä ovat kirjastoammattilaiset Suomessa. Kirjastot.fi ja Sivupiiri ovat saaneet osin olla mukana jo suunnitteluvaiheessa, jotta Sivupiirin tarjoamat resurssit olisivat hyvin saatavilla tätäkin kautta.

Tämä palvelukohtainen strategiasuunnitelma tarkennetaan sitten koko palvelukokonaisuuden sisältöstrategian elementteihin.

7 LOPPUSANAT

Konseptiuudistuksen kannalta oli kriittistä saada uutta tietoa käyttäjistä ja heidän kokemuksistaan, toiveistaan ja ajatuksistaan. Koska Kirjastot.fi-palvelukokonaisuus on hyvin laaja, tietoa tarvittiin mahdollisimman monesta näkökulmasta, joten jo kyselylomakkeen tekeminen itsessään oli suuri haaste. Lisäksi kyselyn ja haastattelujen aikataulusta tuli yllättäen todella tiivis, sillä konseptiuudistuksen tueksi palkattiin ulkopuolinen konsulttitoimisto Futurice, jonka työpanoksen pohjaksi molempien tulokset olivat tärkeitä saada nopeasti.

Kyselyn pituuteen nähden olen hyvin tyytyväinen vastaajamäärään (n=404), ja ilahduttavaa oli vastaajien paneutuminen moneen pitkään ja aikaa vaativaan väittämien arvottamiskysymykseen, huolimatta siitä, että niihin vastaaminen oli vapaaehtoista. Jälkeenpäin kuitenkin kyselyä purkaessani tulin siihen tulokseen, ettemme ihan loppuun asti miettineet lomaketta, juuri selkeän purun kannalta. Kyselyn tulosten osuus työssä on pitkä, mutta toisaalta vastaukset ovat kyllä mielenkiintoisia ja niitä voi ja pitääkin tutkia rauhassa ja ajan kanssa.

Koska Kirjastot.fi-sivusto ja Kirjastot.fi-palvelut ovat monille kirjastoalan ammattilaiselle tärkeitä apuvälineitä, tai ainakin pitäisi olla, ansaitsee sivustouudistus minusta todella tarkan pohdinnan sisältöjen helpon saatavuuden varmistamiseksi. Tämä kun nyt kyselyn pohjalta tuntuu olevan kadoksissa. Kirjastoalan tieto on hyvä kuitenkin löytyä yhdestä paikasta koostetusti ja muun muassa juuri sitä varten Kirjastot.fi-sivusto on. On valtava haaste saada suuri määrä tietoa järjestettyä niin, että se on nopeasti löydettävissä – ja mikä yksikön henkilöstöstä voi tuntua helpolta, ei käyttäjälle taas välttämättä ole ollenkaan sitä.

Sisältöstrategiaan tutustuin tarkemmin, kun tutkin lähdeaineistoa sivustouudistuksen pohjaksi. Koska sisältöstrategian tekeminen on ensiarvoisen tärkeää jo konseptiuudistustakin ajatellen, tuli sen käsittely luontevasti osaksi työtäni.

Kaiken kaikkiaan, käyttäjäkyselyn tulokset ovat antaneet hyvää pohjaa konseptiuudistukselle ja sisältöstrategian luomisen – sekä yhteisen että palvelukohtaisten – tärkeys mielestäni korostuu entisestään uudistusta tehtäessä. Pääsääntöisesti Kirjastot.fi-sivustoon ja palveluihin ollaan tyytyväisiä, mutta sivusto kaipaa päivittämistä

ja kyselyn mukaan myös palvelukohtaista kehittämistä tarvitaan. Lisäksi koko Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden hahmottaminen tuntuu olevan monille käyttäjille hankalaa, joten yhteisellä sisältöstrategialla ja tietysti konseptin uudistamisella kannattaa pyrkiä yhtenäistämään kokonaisuutta. Nyt alkaa sitten itse uudistustyö ja testaus, sekä onnistumisen seuranta yhdessä käyttäjien kanssa.

Matka asiakaslähtöiseen suunnitteluun ja sisältöstrategiaan on ollut äärimmäisen kiinnostava ja toivon, että työstä saa konkreettista apua ja materiaalia Kirjastot.fi-palvelukokonaisuuden konseptiuudistukseen. Työ tuo esille sisältöstrategian tärkeyttä myös kirjastojen sisällöntuotannon kannalta, joten toivon, että myös kirjastot saavat vinkkejä ja mahdollisesti myös kipinän strategian tekemiseen, jos sitä vielä ennestään ei ole.

LÄHTEET

A 660/2017. Opetus- ja kulttuuriministeriön asetus yleisistä kirjastoista.

Casey, M. 30.3.2017. Why You Need Content Strategy Before Editorial Planning. [Verkkootikkeli]. Content Marketing Institute. [Viitattu 29.12.2019]. Saatavana: <http://contentmarketinginstitute.com/2015/08/content-strategy-before-editorial/>

Empiirinen tutkimus. 23.4.2015. [Verkkosivu]. Jyväskylä: Koppa. Jyväskylän yliopisto. [Viitattu 4.4.2020]. Saatavana: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>

Eskola, J., Lähti, J. & Vastamäki J. 2018. Teemahaastattelu: Lyhyt selviytymisopas. Teoksessa R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1, Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus, 27-51.

Eyler-Werve, K. 20.2.2014. How to Create a Content Strategy for Library Websites. [Blogiteksti]. Chicago: Mightybytes. [Viitattu 24.3.2020]. Saatavana: <https://www.mightybytes.com/blog/content-strategy-for-library-websites/>

Eyler-Werve, K. 6.2.2014. Library Content Strategy and Metrics Model. [Ppt-tiedosto]. Chicago: Mightybytes. [Viitattu 24.3.2020]. Saatavana: <https://www.sli-deshare.net/mightybytes/des-plaines-library-webmasters>

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

Haines, A. 2015. Web Content Strategy: What Is It, and Why Should I Care? [Verkkootikkeli]. InULA Notes 27(2). Fall 2015. [Viitattu 27.12.2019]. Saatavana: <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/inula/article/view/20672/26734>

Halvorson, K. 10.1.2011. Understanding the discipline of web content strategy. [Verkkolehtiartikkeli]. Bulletin of the American Society for Information Science and Technology. asis&t. [Viitattu 27.12.2019]. Saatavana: <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/bult.2011.1720370208>

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. [Verkkokirja]. Helsinki: Edita Publishing Oy. [Viitattu 6.4.2020]. Saatavana Ellibs-e-kirjakokoelmasta. Vaatii käyttöoikeuden.

Helsingin kaupunginkirjasto. 30.4.2019. Valtakunnallisen kehittämistehtävän (VAKE) toimintakertomus 2018. [Viitattu 29.12.2019]. Saatavana: https://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/kir_%20vake_toimintakertomus2018.pdf

- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. [Verkkokirja]. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. [Viitattu 6.4.2020]. Saatavana Ellibs-e-kirjakokoelmasta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Johansson, S. 9.5.2017. 5 syytä ja 6 tilannetta ottaa asiakasymmärrys haltuun. [Verkkoartikkeli]. Helsinki: Tulos.fi. [Viitattu 25.2.2020]. Saatavana: <https://www.tulos.fi/artikkelit/5-syyta-ja-6-tilannetta-ottaa-asiakasymmarrys-haltuun/>
- Keronen, K. & Tanni, K. 2013. Johdata asiakkaasi verkkoon: opas koukuttavan sisältöstrategian luomiseen. Helsinki: Talentum.
- Keronen, K. & Tanni, K. 2017. Sisältöstrategia: Asiakslähtöisyydestä tulosta. Helsinki: Alma Media.
- Kinnunen, T. 12.1.2020. Vanha ope ei uutta tietoa saa. [Verkkokolumni]. Yle.fi. [Viitattu 26.3.2020]. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-11088102>
- Kirjasto ammattilaisten silmin. Kirjastoalan työntekijäselvityksen loppuraportti. 4.6.2019. [Verkojulkaisu]. [Viitattu 1.1.2020]. Saatavana: <http://kirjastolehti.fi/files/KirjastoalanTy%C3%B6ntekij%C3%A4tutkimus.pdf>
- Kirjastot.fi. Ei päiväystä. Strategiset valtakunnalliset verkkopalvelut ja hankkeet. [Verkkosivu]. [Viitattu 4.11.2019]. Saatavana: https://www.kirjastot.fi/neuvosto/yleisten_kirjastojen_suunta_2016-2020/strategiset_valtakunnalliset_hankkeet?language_content_entity=fi.
- Koivisto, M. 2019. Palvelumuotoilun kehittämisote ratkaisuna. Teoksessa M. Koivisto, J. Säynäjäkangas & S. Forsberg. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent. 31-51.
- Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus : uusi aika, uudenlainen johtaminen. Helsinki: Alma Media.
- Korkiakoski, K. & Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus. [Verkkokirja]. Helsinki: Alma Talent Oy. [Viitattu 27.2.2020]. Saatavana Alma Talent Bisneskirjasto. Vaatii käyttöoikeuden.
- Kuitunen, M. & Sutinen, M. 2018. Mahtava moka: Uskalla, opi ja menesty. Helsinki: Alma Talent. Saatavana Alma Talent Bisneskirjasto. Vaatii käyttöoikeuden.
- L 29.12.2016/1492. Laki yleisistä kirjastoista.
- Manneri, V. & Koivisto, M. 2019. Yritysten pelikenttä muutoksessa. Teoksessa M. Koivisto, J. Säynäjäkangas & S. Forsberg. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent. 17-29.

- Matveinen, J-V. & Koivisto, M. 2019. Palvelumuotoilun haltuun ottamisen edellytyksiä. Teoksessa M. Koivisto. J. Säynäjäkangas & S. Forsberg. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent. 162-177.
- Newton, K. & Riggs, M. 2016. Everybody's talking but who's listening? Hearing the user's voice above the noise, with content strategy and design thinking. VALA2016: libraries, technology and the future. [Verkkoartikkeli]. VALA: Australia: University of Wollongong. Saatavana: <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1551&context=asdpapers>
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [Verkojulkaisu]. [Viitattu 3.12.2019]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Saatavana: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_2_3.html
- Saukkonen, P. Ei päiväystä. Teoreettinen viitekehys. Sivustolla Tutkielmanteon tukisivut. [Verkkosivu]. [Viitattu 4.12.2019]. Saatavana: https://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Teoreettinen_viitekehys.html#Teoreettinen_viitekehys
- Sarmela, M. 13.4.2018. Valtakunnallinen kehittämistehtävä. [Video]. Helsinki: Kirjastokaista.fi. [Viitattu 8.4.2020]. Saatavana: <https://www.kirjastokaista.fi/matti-sarmela-valtakunnallinen-kehittamistehtava/>
- Sarmela, M. 9.12.2019. VAKE/Kirjastot.fi-katsaus. [Verkkokatsaus]. [Viitattu 25.2.2020]. Saatavana: https://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/kifikatsaus_2019-12-09sarmela.pdf
- Valli, R. 2018. Aineistonkeruu kyselylomakkeella. Teoksessa R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1, Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus, 92-116.
- Valli, R. & Perkkilä, P. 2018. Sähköinen kyselylomake ja sosiaalinen media aineistonkeruussa. Teoksessa R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1, Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus, 117-128.
- WTF Markkinointi. 2019. Jakso 7: Onko aika ajanut ohi kaikenlaisista sisältöstrategioista, eli onko sisältöstrategia kuollut? [Podcast]. Helsinki: Dagmar, marraskuu 2019. [Viitattu 24.3.2020]. Saatavana: <https://www.dagmar.fi/podcast-wtf-markkinointi/>

LIITTEET

Liite 1. Käyttäjäkyselylomake

Liite 2. Haastattelukysymykset

Liite 1. Käyttäjäkyselylomake

Käyttäjäkysely Kirjastot.fi-sivustosta

Keräämme kyselyllä palautetta Kirjastot.fi-verkkosivustosta mukaan lukien sen alaiset palvelut (Ammattikalenteri, Makupalat, Kirjasampo, Kirjastokaista jne.). Kyselyn tuloksia hyödynnetään verkkosivujemme uudistustyössä, ja se on osa Seinäjoen ammattikorkeakouluun tehtävää opinnäytetyötä. Ruotsinkielinen kysely toteutetaan erikseen.

Kyselyn täyttäminen vie noin 5-20 minuuttia, kirjastoalalla toimiville on osoitettu eniten kysymyksiä. Vastausaika on 9.12.2019 asti.

Tähdellä * merkityt kentät ovat pakollisia.

Voit tallentaa kyselyn ja jatkaa vastaamista myöhemmin, lopulliset vastauksesi tallentuvat 'Lähetä'-painikkeen painamisen jälkeen. Vastaajien henkilötietoja ei kerätä.

Arvonta

Yhteystietojen jättäneiden kesken arvomme kirjapaketteja ja 3 kpl Museokortteja. Henkilötiedot poistetaan järjestelmästä heti arvonnän jälkeen.

Lisätiedot:

Johanna Laurila, Viestintäsuunnittelija, johanna.laurila@hel.fi

Katja Kyllönen, suunnittelija, katja.kyllonen@kirjastot.fi

Kiitokset osallistumisestasi! Vastauksesi ovat korvaamattomia kehitystyössämme.

Ikäni *

- 14 tai alle
- 15-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65-74
- 75 tai yli

Sukupuoleni

- Nainen
- Mies
- Muu/En halua kertoa

Asuinpaikkani *

- Ahvenanmaa
- Etelä-Karjala
- Etelä-Pohjanmaa
- Etelä-Savo
- Kainuu
- Kanta-Häme
- Keski-Pohjanmaa
- Keski-Suomi
- Kymenlaakso
- Lappi
- Pirkanmaa
- Pohjanmaa
- Pohjois-Karjala
- Pohjois-Pohjanmaa

- Pohjois-Savo
- Päijät-Häme
- Satakunta
- Uusimaa
- Varsinais-Suomi

Mitä käyttäjäryhmää edustat? *

- Kirjastoala
- Opetusala
- Toimittaja
- Työssäkäyvä muulla kuin em. aloilla
- Tutkija
- Opiskelija
- Työtön
- Eläkeläinen
- Muu, mikä?

Mitä tutkimusalaa edustat? *

Mitä alaa opiskelet? *

Missä oppilaitoksessa työskentelet? *

- Alakoulu
- Yläkoulu
- Toinen aste
- Korkeakoulu
- AMK
- Aikuisopisto, työväenopisto tai vastaava
- Muu, mikä?

Millaisessa kirjastossa työskentelet? *

- Kunnankirjasto
- Pieni kaupunginkirjasto (asukkaita < 50 000)
- Keski-suuri kaupunginkirjasto (asukkaita 50 000 – 100 000)
- Suuri kaupunginkirjasto (asukkaita > 100 000)
- Ammattioppilaitoskirjasto
- Ammattikorkeakoulukirjasto
- Erikoiskirjasto
- Korkeakoulukirjasto
- Kansalliskirjasto
- Muu, mikä?

Kauanko olet työskennellyt kirjastoalalla? *

- Alle 5 vuotta
- 5-9 vuotta
- 10-20 vuotta
- yli 20 vuotta

Toimin *

- Asiakaspalvelussa

- Asiantuntijatehtävissä
- Esimiestehtävissä
- Muu, mikä?

Miten tulit nyt/tulet yleensä Kirjastot.fi-sivustolle? *

- Suoraan palvelun osoitteella
- Ulkoisen linkin kautta, mistä?
- Googlen tai muiden hakukoneiden kautta
- Sosiaalisen median (esim. Facebook) kautta

Mistä olet kuullut Kirjastot.fi:stä tai sen palveluista?

(Esim. Aparaaattisaari.fi, Biblioteken.fi, Digi.kirjastot.fi, Ekirjasto.kirjasto.fi, Fono.fi, Kirjastohakemisto, Yleisten kirjastojen hankerekisteri, Kirjasampo.fi, Kirjastokaista.fi, Kysy kirjastonhoitajalta, Libraries.fi, Makupalat.fi, Frank-monihaku, Musiikkikirjastot.fi, Tilastot.kirjastot.fi)

- Opiskelun tai koulutustilaisuuden kautta
- Kollegalta tai tuttavalta
- Facebookista
- Twitteristä
- Instagramista
- YouTubesta
- Päädyin sattumalta
- En muista

Kuinka usein vieraillet sivustolla? *

- Tämä on ensimmäinen käyntini
- Päivittäin
- Viikoittain
- Kuukausittain
- Muutaman kerran vuodessa
- Harvemmin

Mitä etsit Kirjastot.fi-sivustolta? (voit valita useita vaihtoehtoja) *

- Kirjastojen palveluita (yhteys- ja palvelutiedot, lainojen uusiminen ym.)
- Kirjastojen kirjoja tai muuta aineistoa
- Tietoa kirjastoista (esim. tilastoja, hanketietoja, tietoa YKN- tai AKE-toiminnasta)
- Uutisia
- Ammattipalveluita (esim. työpaikat, materiaalit ym.)
- Tiedonhaun palveluita (esim. Makupalat.fi, Kysy kirjastonhoitajalta)
- Tiedonhaun opastusta
- Kirjallisuuteen liittyvää tietoa tai aineistoa
- Videosisältöjä kirjastoalan koulutuksista tai kirjallisuusaiheista
- Musiikkikirjastoihin liittyvää sisältöä
- Muuta, mitä?
- En osaa sanoa

Hyödynnän Kirjastot.fi:n sisältöjä

- Työhön
- Opiskeluun
- Harrastuksiin ja vapaa-aikaan
- Muuhun, mihin?

Miten etsimäsi tieto Kirjastot.fi-sivustolta löytyy? *

- Erittäin helposti
 Helposti
 Hankalasti
 Erittäin hankalasti
 En löytänyt haluamaani tietoa
 En osaa sanoa

Yleisarvio Kirjastot.fi-sivustosta? *

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Neutraali	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Etusivun sisältö on sopiva, ei liian laaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etusivu on helppo hahmottaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etusivun sisältö painottuu sopivassa määrin kirjastoalan ammattiasioihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivuston sisältö on sopiva, ei liian laaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivusto on helppo hahmottaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisältö painottuu sopivassa määrin kirjastoalan ammattiasioihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisältö painottuu sopivassa määrin yleisten kirjastojen palveluihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valikko/navigaatio on selkeä ja hyvin järjestetty	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisältöjen ja palveluiden löytäminen on helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivuston käytettävyys on hyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pääsy oman kirjaston verkkopalveluihin on helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni sivusto on kokonaisuudessaan oikein hyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Miten tarpeelliseksi koet Kirjastot.fi-sivuston? *

- Erittäin tarpeellinen

- Tarpeellinen
 Käyttökelpoinen, mutta ei välttämätön
 Tarpeeton, miksi?
 En osaa sanoa

Käytätkö/seuraatko Kirjastot.fi:n Ammattikalenteria (koulutukset, tapahtumat, työkalut, työpaikat)? *

- Kyllä
 En

Luetko Ammattikalenterin ilmoitukset mieluummin *

- Kirjastot.fi-sivustolta
 Sähköpostista
 Kirjaston alueellisesta uutiskirjeestä tai sivustolta
 Muuten, miten?

Mitä Ammattikalenterin sisältöjä tilaat/seuraat? (voit valita useamman vaihtoehdon) *

- Uutiset
 Ajankohtaista kirjastoautossa
 Ajankohtaista musiikissa
 Avoimet työpaikat
 Haen työpaikkaa
 Koulutukset ja seminaarit
 Työvälineet ja valtakunnalliset ilmoitukset
 Seuraan ruotsinkielisiä ilmoituksia
 Seuraan ja tilaan muuta, mitä?

Millaisia Kirjastot.fi:n kautta tulevia uutisia seuraat? (voit valita useampia vaihtoehtoja) *

- Kotimaisia uutisia

- Ulkomaisia uutisia
- Kaikkia ilmoitusten perusteella tulevia
- En seuraa Kirjastot.fi:n kautta

Onko Kirjastot.fi-palveluista tiedottaminen mielestäsi tehokasta ja riittävää? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

Perusteluja edellisiin voi jättää tähän:

Seuraan kirjastoalan tapahtumia ja ilmoituksia *

- Oman alueeni kirjaston nettisivuilta
- Sosiaalisen median kautta
- Muuten, miten?
- En seuraa/en ole alalla

Miten kirjastoalan koulutuksista, tapahtumista, hankkeista yms. ajankohtaisista asioista tulisi mielestäsi viestittää? *

(Alueelliset kehittämistehtävää hoitavat kirjastot: Joensuun kaupunginkirjasto, Kuopion kaupunginkirjasto, Lahden kaupunginkirjasto, Oulun kaupunginkirjasto, Porvoon kaupunginkirjasto, Rovaniemen kaupunginkirjasto, Tampereen kaupunginkirjasto, Turun kaupunginkirjasto, Vaasan kaupunginkirjasto)

- En ole alalla/en osaa sanoa
- Alueellista kehittämistehtävää hoitavan kirjaston toimesta nettisivuillaan
- Alueellista kehittämistehtävää hoitavan kirjaston toimesta uutiskirjeellä

	Täysin hyödytön	Jokseenkin hyödytön	Neutraali	Jokseenkin hyödyllinen	Erittäin hyödyllinen	En osaa sanoa
Kirjastohakemisto (hakemisto.kirjastot.fi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirkanta.kirjastot.fi (tietokanta kirjastojen aukiolo- yhteys- ja palvelutiedoille)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yleisten kirjastojen hankerekisteri (hankkeet.kirjastot.fi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjasampo.fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjasampo.fi/sivupiiri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjastokaista.fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kysy kirjastonhoitajalta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libraries.fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Makupalat.fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frank-monihaku (monihaku.kirjastot.fi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musiikkikirjastot.fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilastot.kirjastot.fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vaikuttavuus.kirjastot.fi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Webkake (kaukopalvelutilausten hallintaohjelma)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Miten kirjastot.fi-palvelut ja -sisällöt hyödyttävät, tai voisivat paremmin hyödyttää, Sinua työssäsi, opinnoissasi tai vapaa-ajallasi?

Arvota seuraavat lauseet, merkitse valintasi alla olevaan ruudukkoon:

Haluaisin...

	En haluaisi lainkaan		Haluaisin jonkin verran/joskus			Haluaisin erittäin paljon		Tämä ei kosketa minua/en osaa sanoa
	1	2	3	4	5	6	7	
vinkkejä, joiden avulla kehittyä ammattissani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
oppia enemmän modernista tiedonhausta asiakkaitani/oppilaitani varten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
saada vinkkejä levyistä ja muusikoiden elämäkerroista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuinka todennäköisesti olet valmis suosittelemaan Kirjastot.fi-palveluita muille? *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

En lainkaan todennäköisesti

Erittäin todennäköisesti

Sana on vapaa, mitä muuta haluaisit sanoa Kirjastot.fi-sivustosta ja jostain sen tietyistä palveluista? Voit antaa myös yleistä palautetta, ruusuja tai risuja.

Osallistu arvontaan

Arvomme yhteystietonsa jättäneiden kesken kirjapaketteja ja 3 kpl Museokortteja. Emme säilytä yhteystietoja arvonnin päätyttyä.

Ole mukana kehittämässä parempaa palvelua

Olen kiinnostunut mahdollisesti osallistumaan käyttäjätutkimukseen ja -testeihin, joita Kirjastot.fi järjestää osana kehitystyötä. Osallistumisesta yleensä saa pienen palkkion. Käyttäjätutkimus sisältää esim. haastatteluja, työpajoja tai käytettävyydestestauksia. Jätän yhteystietoni alle

Liite 2. Haastattelukysymykset

<u>Kirjastoammattilaisten haastattelut</u>
Haastateltavan nimi
Haastateltavan organisaatio
Verkkokyselystä taustatietoja
Mikä on toimenkuvasi? Mitä työtehtäviisi kuuluu?
Millaisia työkaluja käytät tällä hetkellä työssäsi?
Millainen rooli Kirjastot.fi-palvelulla on työssäsi?
Kuvaile miten hyödynnät työssäsi Kirjastot.fi-palvelua tällä hetkellä?
Mikä palvelussa on hyvää ja mikä huonoa? Mikä toimii ja mikä ei?
(Kuinka paljon työtehtävät, joiden yhteydessä käytät Kirjastot.fi-palvelua työllistävät sinua esim. viikossa?) Kuvaile käyttämiäsi kifi-palvelujen suhdetta työaikaasi - käytätkö niitä viikoittain tai jopa useammin?
Millaisia tarpeita / toiveita sinulla on Kirjastot.fi-palveluun liittyen?
MUUTA/TAUSTAA:

