

www.humak.fi

Opinnäytetyö

**Kuopio Infon palvelutarpeiden ja
kävijäkokemusten kartoitus
palvelumuotoilun keinoin**

Riikka Nissinen

**Kulttuurituottaja (ylempi AMK)
(60 op)**

(4/2020)



**HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU**

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituotannon koulutusohjelma (YAMK)

Tekijä: Riikka Nissinen

Opinnäytetyön nimi: Kuopio Infon palvelutarpeiden ja kävijäkokenemusten kartoitus palvelumuotoilun keinoin

Sivumäärä: 49 ja 5 liitesivua

Työn ohjaaja: Päivi Ruutiainen

Työn tilaaja: Kuopion kaupungin kaupunkiympäristön palvelualue, Kuopio Info

Kehittämistyön tilaajana toimi Kuopion kaupungin kaupunkiympäristön palvelualue, jonka alaisuudessa työn tutkittava kohdeorganisaatio Kuopio Info toimii. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten infopiste toimii asiakaslähtöisesti, millaisia palvelutarpeita kävijöillä on ja miten infopistettä voidaan kehittää entistä asiakaslähtöisemmäksi ja palvelutarpeet täyttäväksi palvelukokonaisuudeksi.

Kuopio Info on perustettu vuonna 2014, jonka jälkeen asiakaspalautteita ei ole kirjattu raportoitavaan muotoon. Suullisten asiakaspalautteiden perusteella, kävijöillä on uusia palvelutarpeita sekä toivomuksia palvelupisteen saavutettavuuden parantamiseksi. Työ tulee vastaamaan tähän tarpeeseen.

Tutkimusmenetelminä käytettiin kävijäkyselyä sekä vertailukehittämistä (benchmarking). Kysely toteutettiin verkossa ja kohderyhmänä toimivat Kuopio Infossa asioineet asiakkaat. Vertailukehittäminen suoritettiin kolmen suomalaisen matkailuneuvonnan kesken. Työn teoreettinen viitekehys pohjaa palvelumuotoilun malliin, joka kuljettaa työtä menetelmistä, aina saavutettuihin tuloksiin saakka.

Tulosten perusteella Kuopio Infon palvelupolkuun ja palveluihin ollaan tyytyväisiä. Erityisesti positiivinen asiakaspalveluympäristö ja hyvä palvelunlaatu houkuttelevat asiakkaita. Eniten pisteellä asioidaan Waltti- kortti latausten sekä pääsylippuostosten vuoksi.

Aineistosta kerättyjen tulosten pohjalta, kehittämistoimepiteisiin voidaan lukea saavutettavuuden parantaminen. Asiakkaat toivoivat avarampaa tilaa. Varsinkin ruuhka-aikoina tilan ahtaus vähensi yksityisyyden suojaa. Lisäksi palvelupisteen sijainti koettiin tarpeelliseksi siirtää Kuopion kauppatorin päälle, esteettömään tilaan asiakasvirtojen ytimeen. Tällä hetkellä Kuopio Infon palvelupiste toimii Kauppakeskus Apajassa, torin alla.

Asiasanat: palvelumuotoilu, tutkimus, benchmarking, kävijäkysely

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Master of Culture and Arts

Author: Riikka Nissinen

Title: Study of Kuopio Info's service needs and customer experiences with the help of service desing

Number of Pages: 49 and 5 attachment pages

Supervisor: Päivi Ruutiainen

Subscriber: Service Area for the Urban Environment of Kuopio, Kuopio Info

The thesis was ordered by the Service Area for the Urban Environment of Kuopio in which the target organization Kuopio Info belongs to. The aim of the study was to examine how Kuopio Info operates in a customer-oriented way, what kind of service needs visitors have and how it can be developed into a more customer-oriented service package.

Kuopio Info was opened in the year 2014. Customer feedback has not been recorded in a reportable format after that year. Based on the verbal customer feedback, visitors have a new service needs as well as wishes to improve the accessibility of Kuopio Info. The work will answer these needs.

The study was carried out using a visitor survey and benchmarking as its research methods. The survey was conducted on the internet and the target group was the visitors who had visited Kuopio Info before. Comparative development was carried out between three Finnish tourist offices. The theoretical framework is based on a service design model that carries the study all the way from the methods to the achieved results.

Based on the results, visitors are satisfied with Kuopio Info's service path and services. Especially the positive customer service environment and the good service quality attracts customers. Most visitors came to load their Waltti cards and buy tickets.

Based on the results, development measures can be included for improving accessibility. The customers wanted a bigger space. Especially during the rush hours, the crowded space reduced privacy. At the moment, Kuopio Info is located in Apaja Shopping Center, under the market square. Therefore, the location of Kuopio Info was seen necessary to be moved on the market square to an accessible location near the customer flow.

Keywords: service desing, research, benchmarking, visitor survey

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	5
2	KOHDEORGANISAATIO KUOPIO INFO.....	6
2.1	Taustaorganisaatiot	7
2.2	Palvelut	9
2.3	Palvelukanavat.....	12
2.4	Asiakasryhmät	13
3	PALVELUMUOTOILULLA KOHTI PAREMPAA ASIAKASKOKEMUSTA	14
3.1	Palvelumuotoilun käsitteet.....	16
3.2	Asiakasprofiili	18
3.3	Sidosryhmät.....	21
3.4	Arvolupaus.....	22
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	24
4.1	Tutkimuskysymykset.....	25
4.2	Menetelmät	25
4.2.1	Kävijäkysely	26
4.2.2	Benchmarking.....	28
5	TULOSTEN ESITTELY.....	29
5.1	Kävijäkyselyn tulokset	30
5.2	Benchmarking tulokset.....	42
6	POHDINTA.....	44
	LÄHTEET	48
	LIITTEET	50

1 JOHDANTO

Kehittämistyön aiheena on kartoittaa Kuopio Infon kävijöiden palvelutarpeita ja tutkia asiakkaan käyttämää palvelupolun toimivuutta. Työ keskittyy kolmen tutkimuskysymyksen ympärille: Miten infopiste toimii asiakaslähtöisesti? Millaisia palvelutarpeita kävijöillä on ja miten infopistettä voidaan kehittää entistä asiakaslähtöisemmäksi ja palvelutarpeet täyttäväksi palvelukokonaisuudeksi? Työn tilaajana toimii Kuopion kaupungin kaupunkiympäristön palvelualue, joka toimii Kuopio Infon katto-organisaationa.

Kuopio Infon palvelupiste perustettiin vuonna 2014. Perustamisvuoden jälkeen, infon toimintoja ei ole tarkasteltu siitä näkökulmasta, miten palvelupiste vastaa kävijöiden tarpeisiin tänä päivänä. Kuuden toimintavuoden jälkeen, on aiheellista tutkia, miltä kävijöiden toiveet ja palvelutarpeet näyttäytyvät tämänhetkisen tilanteen valossa.

Palvelupisteen kävijämäärät ovat kasvaneet perustamisvuoden jälkeen nousujohteisesti. Kävijöillä on uusia ja muuttuvia palvelutarpeita. Asiakkailta saatuja palautteita ei ole koskaan systemaattisesti talletettu tai raportoitu. Toimintapisteen kasvun, ja mahdollisten kehittämistoimien valossa, on syytä tutkia, millaiselta Kuopio Infon tulevaisuus näyttää kävijöiden näkökulmasta katsottuna.

Kehittämistyö toteutettiin kahden tutkimusmenetelmän avulla. Kävijäkyselyllä kartoitettiin kävijöiden uusiutuvia palvelutarpeita. Kyselyn tarkoituksena oli myös selvittää, millaisena asiakkaat kokevat palvelun laadun sekä yleisen tunnelman. Benchmarking-tutkimus toteutettiin kolmen suomalaisen kaupungin matkailu/palveluneuvonnan pisteen kesken. Vertailututkimuksen tarkoituksena oli selvittää muiden samankaltaisten pisteiden toimintamalleja, suhteessa Kuopio Infoon. Vallitsevan koronaepidemian johdosta, Kuopio Infon palvelupiste oli tutkimuksen aikaan suljettu, joten paikan päällä tehtävää kävijäkyselyä ei voitu tehdä. Kysely toteutettiin verkossa.

Kehittämistyön tavoitteena on kerätä tutkimustietoa kävijöiden muuttuvista palvelutarpeista. Työn tarkoituksena on myös selvittää asiakkaan käyttämää palvelupolkua ja sen toimivuutta. Aiemmin saatujen asiakaspalautteiden perusteella, pisteelle toivotaan muun muassa uusia palveluita. Tässä vaiheessa toimintavuosia, on ensiarvoisen tärkeää saattaa kehittämisehdotukset ja palautteet raportoitavaan muotoon, jotta niitä voidaan hyödyntää tulevaisuudessa.

Työn teoreettisena viitekehyksenä toimii palvelumuotoilun malli, joka ohjaa työtä tutkimuksen toteutuksesta, työn tuloksiin saakka. Työssä tullaan avaamaan palvelupolun, kontaktipisteiden, palvelutuokioiden, asiakaskokemusten ja kohtaamispisteiden termistöä, jotka toimivat palvelumuotoilun keskisinä käsitteinä. Isoimpana kokonaisuutena työssä käsitellään asiakkaan käyttämää palvelupolkua, sen tarkasteluun valittujen tutkimusmenetelmien avulla. Lisäksi käydään läpi organisaation arvolupausmalli ja sidosryhmät.

Työ etenee tilaajan ja organisaation esittelystä, teoreettisen viitekehyksen tarkasteluun. Miten palvelumuotoilun malli tämällytyypisessä kehittämistyössä näyttäytyy, ja kuinka se toimii ohjenuorana läpi työn. Tämän jälkeen esitellään tutkimuksen toteutus, työssä käytetyt menetelmät ja esitetyt tutkimuskysymykset. Tulosten esittelyssä keskitytään tutkimusmenetelmien avulla saatuihin tuloksiin ja niiden analysointiin. Työn viimeistelee pohdinta luku, jossa kerrataan työn vaiheet ja käydään läpi mahdollisia kehittämistoimia, joita tulosten avulla on kerätty.

2 KOHDEORGANISAATIO KUOPIO INFO

Olen työskennellyt markkinoijana Kuopio Infossa vuodesta 2015 lähtien. Tuntui luontevalta liittää kehittämistyöni organisaatioon, joka on entuudestaan tuttu. Mielenkiintoa lisäsi myös se, ettei palvelupisteestä ole tehty kehittämistutkimusta aikaisemmin.

Kuopio Info on perustettu vuonna 2014. Ennen Kuopio Infon perustamista, matkailuneuvontana toimi Kuopion matkailupalvelu Oy, joka suljettiin samaisena vuonna. Oli luontevaa perustaa uusi matkailijoita ja kuntalaisia palveleva piste Kuopion keskustan tuntumaan. Kuopio Info sijaitsee Kuopion kauppatorin alla, Kauppakeskus Apajassa. Apajassa toimii tällä hetkellä 17 eri yritystä, joista 15 toimivat ostoskeskuksen kauppakäytävällä. Sisäänkäynti kauppakeskukseen tapahtuu torin päällä olevasta lasirakennuksesta, joka toimii myös torin alla sijaitsevan pysäköintihallin sisäänkäyntinä. Sisäänkäyntejä torin päällä on yhteensä neljä. Esteettömän sisäänkäynnin mahdollistaa torin päällä sijaitseva kahvila, josta on kulku hissillä Apajan kauppakäytävälle.

Kuopio Infossa työskentelee kolme vakituista työntekijää ympäri vuoden, joilla jokaisella on omat vastualueensa. Sesonkiaikana infossa työskentelee kesätyöntekijä kolmen vakituisen työntekijän lisäksi. Matkailuneuvonnan harjoittelijat ovat myös kiinnostuneita tekemään harjoittelujaksonsa infon palvelupisteellä. Info on avoinna maanantaisin klo 9-17, tiistaista torstaihin klo 9-16 ja perjantaisin klo 9-15. Maanantait ovat vilkkaimpia päiviä ja perjantai- iltapäivät hiljaisempia, joten porrastettu aukiolo on palvellut pisteen asiakkaita paremmin. Infossa asioi vuosittain noin 46 000 kävijää.

2.1 Taustaorganisaatiot

Kuopion kaupunki

Kuopion kaupunki on perustettu vuonna 1775, joka on Suomen yhdeksänneksi suurin kaupunki. Kuopion väkiluku 31.12.2019 oli 119 282 (Kuopion kaupunki 2019). Kuopion kaupungissa tehtiin palvelualueuudistus vuoden 2011 alussa. Uudistuksen lähtökohtana oli asiakaslähtöinen palveluiden kehittäminen (Kervola 2015, 5). Palvelualueita on yhteensä kuusi; Elinvoima- ja konserni-, Hyvinvoinnin edistämisen-, Kasvun ja oppimisen-, Perusturvan-, terveydenhuollon-, ja kaupunkiympäristön palvelualueet. Kaupunkiympäristön palvelualueen alaisuudessa toimivat Kuopio Infon lisäksi myös asiakaspalvelupisteet, joita ovat puhelinpalvelukeskus, Valtuustotalon asiakaspalvelu, Juankosken, Maaningan, Nilsiä ja Karttulan asiakaspalvelupisteet.

Kaupungin strategiaan kuuluu asiakaslähtöisyys ja ennaltaehkäisyä painottavat palvelut. Toimiva asiakaspalvelu on asiakasohjauksen ja neuvonnan kanava, mutta myös palveluiden myynnin edistäjä (Kervola 2015, 6). Tämä näkyy Kuopio Infon palveluissa neuvonnan sekä myytävien palveluiden yhteenliittymänä.

Kuopion seudun joukkoliikenne

Joukkoliikenteen järjestäminen oli ennen vuotta 2014 liikenteenharjoittajien vastuulla. Vuonna 2014 se siirtyi toimivaltaiselle viranomaiselle eli Kuopion seudun joukkoliikenteelle, Vilkulle. Joukkoliikenne koostuu Kuopion kaupunkiseudun toimivaltaisen viranomaisen ja Pohjois-Savon ELY-keskuksen kilpailuttamalla tilaamasta liikenteestä, sekä markkinaehtoisesta liikenteestä, joka on pääsääntöisesti pitkämatkaista liikennettä. Kuopion ja Siilinjärven kuntien yhteisenä toimivaltaisen viranomaisena toimii Kuopion kaupunkiseudun joukkoliikennelautakunta. Kuopion kaupunki hoitaa toimivaltaisen viranomaisen tehtäviä (Kuopion seudun joukkoliikenne 2018).

Vilkku-bussit palvelevat kaikkia matkustajia Kuopion alueella. Vilkun tavoitteena on tarjota kaikille edullinen ja kattava, sekä turvallinen joukkoliikenne. Vilkun toimintaa ohjaavat myös vihreät arvot, ja tavoitteena on kasvattaa joukkoliikenteen käyttöä suhteessa henkilöautoiluun (Kuopion seudun joukkoliikenne 2018). Joukkoliikenteen matkustajamäärät ovat olleet viime vuosina kasvussa ja se on näkynyt myös Kuopio Infon käyntiasioinnissa.

Pohjois-Savon ELY-keskus

ELY-keskusten yhtenä tehtävänä on huolehtia julkisen henkilöliikenteen palveluiden saatavuudesta, sekä huolehtia samalla sen toimivuudesta ja sujuvuudesta. Se myös määrittelee toimivaltaisena viranomaisena joukkoliikenteen palvelutason toimivalta-alueellaan yhteistyössä eri toimijoiden kanssa. Muut toimivaltaiset alueen viranomaiset ovat Joensuun, Kuopion, Mikkelin ja Savonlinnan kaupungit, jotka vastaavat oman alueensa palvelutason määrittelystä (Pohjois-Savon ELY-keskus 2020).

Pohjois-Savon ELY-keskuksen joukkoliikenteessä on käytössä Waltti- kortti, jonka ai-noana asiakaspalvelupisteenä Kuopiossa toimii Kuopio Info. ELY-keskus on päättänyt lakkauttaa Waltti- korttien kelpoisuuden Kuopion alueella ajettavissa vuoroissa ke-sään 2020 mennessä.

Kuopion Musiikkikeskus

Kuopion kaupungin omistama Kuopion Musiikkikeskus on rakennettu vuonna 1985, joka kuuluu tällä hetkellä Suomen konsertti- ja kongressitalojen eliittiin. Vuosittain talossa järjestetään yli 300 tapahtumaa, joiden kävijämäärät vaihtelevat 100 000-150 000 kävijän välillä. Konserttisaleista isoin on 1050-paikkainen sali, jonka akustii-kan suunnittelijana toimi professori Alpo Halme. Kuopion Musiikkikeskus toimii kak-soisorganisaation tavoin. Rakennuksessa toimivat Kuopion Musiikkikeskus sekä Kuo-pion kaupunginorkesteri. Henkilökuntaan kuuluu yli 65 vakituista työntekijää (Kuo-pion Musiikkikeskus 2018).

Kuopion kaupunginteatteri

Kuopion kaupunginteatteri on myös niin ikään Kuopion kaupungin omistama organi-saatio, joka on rakennettu vuonna 1963. Teatteri peruskorjattiin vuonna 2014. Se on Itä-Suomen suurin ammattiteatteri. Talossa työskentelee 73 vakituista työntekijää, jotka jakautuvat taiteelliseen, tekniseen ja hallinnolliseen henkilökuntaan. Talossa toi-mii kaksi näyttämöä. Suuremmasta Minna-näyttämöstä löytyy 464-paikkaa ja pienem-mästä Maria-näyttämöstä 184-istumapaikkaa. Teatterissa käy vuosittain noin 65 000 katsojaa ja näytöksiä on noin 300 joka vuosi (Kuopion kaupunginteatteri 2016).

2.2 Palvelut

Kuopio Infossa on luotu valtakunnallisesti uudentyyppinen palvelumalli, jossa on yh-distetty kunnan palveluneuvonta osaksi Kuopion brändin kirkastamista, matkailu-markkinointia ja palveluiden myyntiä muun muassa lipunmyynnin osalta. Kaupungin

asiakslupaukseen kuuluukin tarjota asiantuntevaa ja luotettavaa palvelua (Kervola 2015, 5).

Muuttajaneuvonta

Kuopio Infossa työskentelee muuttajaneuvontaan erikoistunut palveluneuvoja, joka ohjeistaa ja neuvoo Kuopioon muuttaneita uudisasukkaita sekä paluumuuttajia. Lisäksi Kuopion kaupunki lähettää uusille asukkaille muuttajakortit, joissa on etukäteistietoa Kuopiosta ja sen palveluista.

Palveluneuvonta

Yksi pisteen perustehtävistä on antaa keskitettyä asiakasneuvontaa kaupungin palveluista. Tehtäviin kuuluvat muun muassa ohjata asiakkaat oikeisiin asiointipaikkoihin. Lisäksi pisteellä on tarjolla veloituksetta esitteitä ja karttoja Kuopion alueesta.

Matkailuneuvonta

Matkailijoita palvellaan suomen kielen lisäksi englanniksi ja venäjäksi. Pisteellä on saatavissa matkailijoille veloituksetta englanninkielisiä karttoja ja esitteitä. Englanninkieliset matkailusivustot helpottavat myös matkailijoiden opastusta.

Kuopion seudun joukkoliikenteen Waltti- kortit

Palveluneuvonnan lisäksi Kuopio Infossa myydään lipputuotteita. Suurin myyntivo-lyymi on Kuopion seudun joukkoliikenteen Waltti- korttien myynnillä. Waltti- kortit ovat bussikortteja, jotka toimivat 17 eri kaupungissa ympäri Suomen. Lipputuotteen muut myyntipisteet Kuopiossa ovat Sokos, R-kioskit, linja-autot ja Valtuustotalo.

Pohjois-Savon ELY-keskuksen Waltti- kortit

ELY-keskuksen Waltti- korttien ainoana asiakaspalvelupisteenä toimiva Kuopio Info myy ELY:n Waltti- kortteja huomattavasti vähemmän, kuin Kuopion seudun joukko-

liikenteen Waltti- kortteja. ELY-keskuksen Waltti- kortit toimivat maaseutu- ja pitkänmatkan liikenteessä, mutta käyvät myös Kuopion seudun joukkoliikenteen linja-autoihin.

Kuopion kaupunginteatterin pääsyliput

Pääsylippuasiakkaat ovat toiseksi suurin kävijäryhmä Kuopio Infon palvelupisteellä. Kuopion kaupunginteatterin pääsylippuja on myyty pisteellä sen perustamisvuodesta lähtien. Teatterin pääsylippujen muita myyntipisteitä ovat Kuopion kaupunginteatteri, Kuopion Musiikkikeskus, R-kioskit ja Sokos. Pääsylippujen myynti on yhtenäistetty Kuopio Infon, Kuopion Musiikkikeskuksen ja Kuopion kaupunginteatterin kesken. Kuopion Musiikkikeskuksen sekä Kuopion kaupunginteatterin lippuja saa ostettua kaikista yllä mainituista palvelupisteistä.

Kuopion Musiikkikeskuksen pääsyliput

Kuopion Musiikkikeskuksen pääsylippujen myynti aloitettiin pisteellä samaan aikaan Kuopion kaupunginteatterin pääsylippujen myynnin kanssa.

Tuotteet ja laskut

Myytävänä on myös erilaisia tuotteita. Tuotevalikoimasta löytyy muun muassa sateenvarjoja, t-paitoja, kangaskasseja ja pysäköintikiekkoja. Lisäksi Kuopio Infoon voi maksaa Kuopion kaupungin laskuja ilman erillistä palvelumaksua.

Kohtaamo

Kohtaamo on Kuopion kaupungin henkilöstölle veloituksetta varattavissa oleva tila, joka sijaitsee lähellä Kuopio Infon toimipistettä. Kohtaamon toiminta-ajatuksena on luoda yhteinen olohuone kaupungin toimijoille, jossa he voivat järjestää erilaisia tapahtumia ja tilaisuuksia. Kuopio Infon tehtävänä on huolehtia Kohtaamon varauksista ja tilan ylläpidosta.

2.3 Palvelukanavat

Palvelunumerot

Käyntiasioinnin lisäksi Kuopio Info palvelee asiakkaita myös puhelimitse. Palvelunumero 0800 182 050 on ilmaislinja, joka palvelee Kuopio Infon aukioloaikojen mukaisesti. Palvelunumeroon soittaneet asiakkaat ohjataan oikeisiin asiointipaikkoihin, riippuen asiakkaan palvelutarpeesta. Lisäksi ilmaislinjan rinnalle on avattu turistilinja, johon voi soittaa ulkomailta. Turistilinja on myös avoinna infon aukiolojen mukaisesti.

Asiointiposti

Asiakkaat voivat ottaa palveluneuvojiin yhteyttä myös sähköpostitse. Palveluneuvonnan sähköposti palvelee palvelupisteen aukioloaikojen mukaisesti. Toinen asiointiposti lakkautettiin vuonna 2019, sen vähäisen käytön takia.

Chat

Viestinnän digitalisoituminen näkyy myös kuntasektorilla vuonna 2020 vahvemmin kuin koskaan ennen. Kuopion kaupunki päätti lähteä kokeilemaan digitaalista asiakaspalvelua pilotointi- hankkeena vuonna 2017 chat- palvelun muodossa. Vuoden pilotoinnin päätteeksi, chat- palvelu päätettiin vakiinnuttaa yhdeksi Kuopio Infon vaki- tuisiksi asiointikanavaksi muiden rinnalle.

Chat-palvelu toimii Kuopion kaupungin verkkosivujen etusivulla. Asiakkaat ja kuntalaiset voivat kysyä kaupungin palveluista ja verkkosivuihin liittyvistä asioista nopealla aikataululla. Jos palveluneuvoja on varattu, asiakas voi lähettää chat- ikkunan kautta sähköpostia.

Facebook

Kuopion kaupungin tapahtumapalveluiden Facebook- sivut siirtyivät Kuopio Infon käyttöön vuonna 2018. Siitä lähtien sivut ovat toimineet infon pääasiallisena tiedotuskanavana. Asiakkaat voivat olla yhteydessä palveluneuvojiin myös Facebook- sivujen kautta.

Palautepalvelu

Kuopio Infon palveluneuvojat hoitavat myös Kuopion kaupungin palautepalvelua, johon kuntalaiset voivat antaa palautetta ja kehittämissuhteita liittyen kaupungin palveluihin ja toimintoihin. Palautepalvelu toimii Kuopion kaupungin verkkosivujen kautta, josta palautteet välitetään oikealle asiantuntijataholle.

2.4 Asiakasryhmät

Kuopio Infon kävijäkunta koostuu pääosin opiskelijoista sekä eläkeläisistä. Waltti-korteille ladattavista tuotteista, osan saa ladattua ainoastaan asioimalla palvelupisteellä. Syksyisin pistettä työllistävät koulujen aloitusviikot, kun opiskelijat lataavat Waltti- kortilleen Kelan matkatukituotetta ensimmäistä kertaa. Jatkolataukset korteille voidaan tehdä verkkokaupan kautta, mutta ensimmäisen tuotteen lataus on tehtävä aina palvelupisteellä. Opiskelijoiden lisäksi, eläkeläiset käyttävät ahkerasti infon palveluita, koska osalla iäkkäimmistä kävijöistä ei ole nettiä, jossa Waltti- kortin voisi ladata. Myös verkkokaupassa asiointi voi olla hankalaa, jolloin turvaudutaan asioimaan palvelupisteellä. Lisäksi Waltti- korttien ongelmatilanteet pyritään ratkomaan paikan päällä.

Palvelu-, muuttaja- ja matkailuneuvonnan asiakkaat koostuvat kaiken ikäisistä kävijöistä. Turistimatkailun asiakkaissa on nähtävissä eniten perheellisiä. Kuopion kaupunginteatterin sekä Kuopion Musiikkikeskuksen pääsylippuasiakkaista suurin osa ovat ikäihmisiä, joilla ei välttämättä ole mahdollisuutta asioida internetissä.

3 PALVELUMUOTOILULLA KOHTI PAREMPAA ASIAKASKOKEMUSTA

Lähdettyäni työstämään kehittämistyöni kohdetta, innostuin ajatuksesta tutkia Kuopio Infon kävijöiden palvelutarpeita ja niiden kehittämismahdollisuuksia. Asiakkaat ovat antaneet suullista palautetta vuosien varrella, mutta niitä ei ole koskaan saatettu raportoitavaan muotoon. Tarkoituksena oli tutkia kävijöiden kokemuksia siitä, miten pisteen sijainti ja tilan toimivuus näyttäytyi asiakkaiden silmissä. Myös palvelutarpeiden kartoitus oli tarpeen tehdä. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys liittyy vahvasti palvelumuotoilun malliin, joka antoi työkaluja toteuttaa kehittämistyö niiden tutkimuskysymysten äärellä, joihin työn on tarkoitus vastata.

Mitä on palvelumuotoilu? Tarkoituksena on muotoilla tuotteesta asiakkaan käyttötarkoitukseen mahdollisimman helppo ja toimiva tuote. Muotoilussa käytetään käyttäjälähtöistä ajattelutapaa ja toimintamallia aineettomien palveluiden kehittämiseen. Muotoilun malli antaa kehittämistyölle kokonaisvaltaisen lähestymistavan, prosessin, menetelmät ja työkalut. Palvelumuotoilussa korostuvat ihmislähtöisyys ja osallistaminen, ennakoiva suunnittelu, kokonaisvaltaisuus, visualisointi ja konkretisointi, nopeat kokeilut ja monialaisuus (palvelumuotoilu Palo 2020).

Tällä hetkellä palvelumuotoilusta puhutaan paljon. Yhteiskunta ja talous muuttuvat kiihtyvällä tahdilla ja mukana on pysyttävä. Kuluttamisen painopiste on siirtynyt tavaroista palveluihin, mikä on nostanut palveluiden ja kokemusten tuottamisen merkityksen uudelle tasolle. Palvelumuotoilu on mallina palveluiden kehittämisen tehokkain menetelmä, joka vastaa tämän hetken haasteisiin parhaalla mahdollisella tavalla (Törönen 2019).

Muotoilun lähtökohtana ovat asiakkaan ydinongelmien ymmärtäminen ja ratkaiseminen. Palvelu suunnitellaan käyttäjälle yhdessä asiantuntijoiden ja asiakkaiden kanssa, jotka ovat ensisijaisia asiantuntijoita palveluiden kehittämisen kannalta tarkasteltuna. Palvelumuotoilu korostaa tunnetta ja asiakaskokemusta, koska asiakaskokemuksesta

kaksi kolmasosaa on tunnetta. Lisäksi, on edullisempaa rakentaa emotionaalista lisäarvoa, kuin funktionaalista lisäarvoa (Törrönen 2019).

Muotoiluajattelun ensisijaisena tehtävänä on varmistaa, että käyttäjälle jää palvelun käyttämisestä myönteinen ja positiivinen kuva. Muotoilu ei ole myöskään pelkkä luova prosessi, vaan se vaatii tiedon keräämistä ja analysointia. Palveluita ei voida parantaa tai tehostaa, jos ei ymmärretä, mitä asiakas todellisuudessa haluaa. Jos kunnollista tietoa ei saada kerättyä, palvelumallin solmukohdat jäävät helposti piiloon. Parhaassa tapauksessa palvelumuotoilu oikein toteutettuna antaa arvoa yhtä lailla asiakkaalle, kuin yrityksellekin. Toimivat palvelut antavat asiakkaalle myönteisiä kokemuksia ja onnistumisen hetkiä. Sillä voidaan vahvistaa asiakasuskollisuutta ja rakentaa kestäviä asiakassuhteita. Taloudellisesta näkökulmasta katsottuna palvelumuotoilun ajatuksena on asiakkaiden rahavirran saanti yritykselle, mutta myös kustannusten laskeminen. Jos palvelu rakennetaan harkiten, näin voidaan säästää resursseissa myös pitkällä tähtäimellä (Ambientia 2015).

Palvelumuotoilun mahdollisuudet myös kuntapalveluiden kehittämisessä kasvavat. Henkilöstöllä ja asiakkailta on yhä merkittävämpi rooli kuntapalveluiden kehittämisessä. Tähän vaikuttavat toimintaympäristöjen epävakaus ja luja muutosvauhti. Kuntien toimintaympäristöt palvelevat käyttäjiänsä parhaiten siten, että heidän kokemukset ja asiantuntijuus otetaan kehittämisen keskiöön. Lisäksi tiedon ja johtamisen paradigmat ovat kokeneet muutoksia viime vuosina. Yhä enemmän puhutaan dialogisesta ja osallistuvasta johtamisesta (Tuhkunen & Rannisto 2013, 146-147).

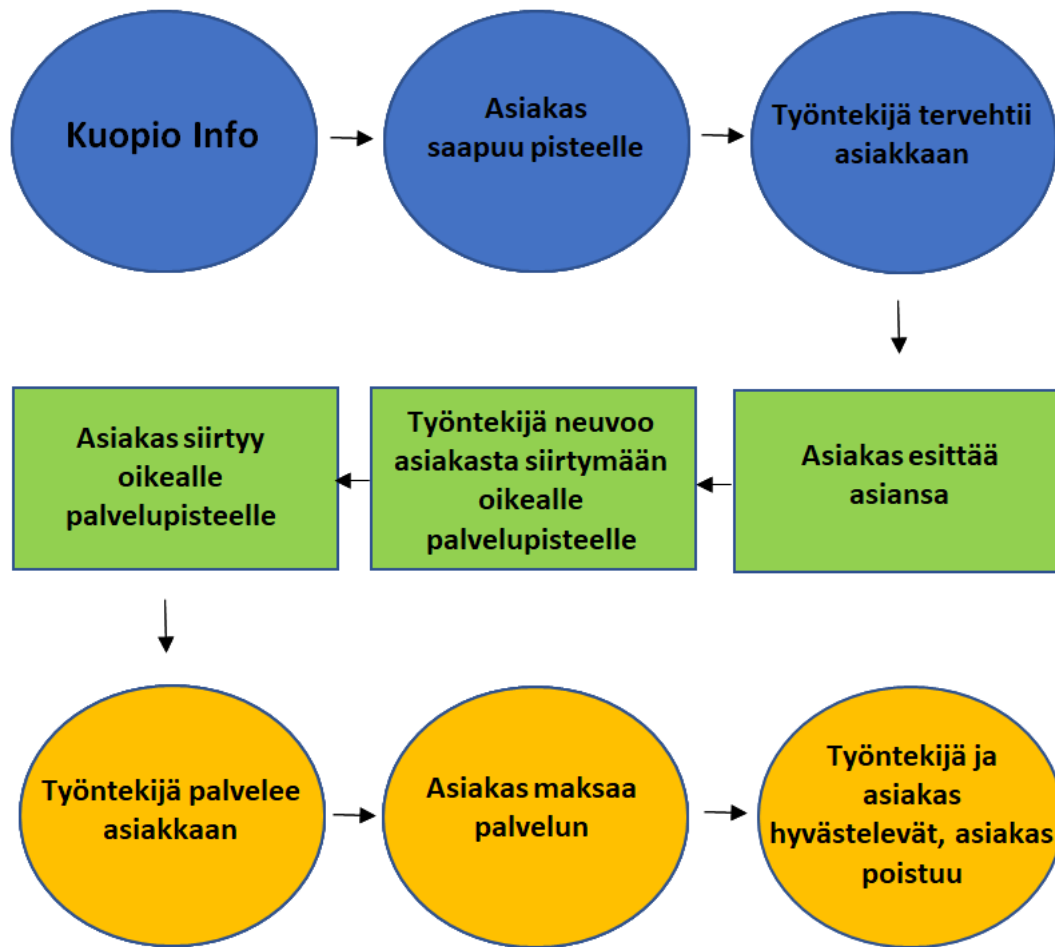
Kuntalaisilla on pääasiallisesti kaksi keinoa osallistua julkisten palvelujen uudistamiseen. Ensimmäinen, on osallistua palveluja koskevaan päätöksentekoon suoran demokratian turvin. Toinen, on uudempi tapa osallistua palvelutuotannon suunnitteluun ja kehittämiseen käyttäjälähtöisten innovaatiotoimintojen kautta. Kuntapalvelujen innovaatiotoiminta on tasapainottelua resurssien ja henkilöstön perustyön ja kehittävän työn välillä. (Tuhkunen & Rannisto 2013, 146).

3.1 Palvelumuotoilun käsitteet

Palvelupolku kuuluu olennaisena osana palvelumuotoilun malliin. Se on visuaalinen kuvaus asiakkaan ja yrityksen välisestä palvelusta, jota kuvaillaan aina asiakkaan näkökulmasta käsin. Se auttaa näkemään aineettoman palvelun paremmin, kuvaamalla asiakkaan kokeman palvelun kontaktipisteet vaihe vaiheelta. Mitä asiakas tekee missäkin palvelun vaiheessa? Mikä on asiakkaan tavoitteena kyseisessä palvelun vaiheessa? Miten asiakas kohtaa yrityksen kyseisessä palvelun vaiheessa? Entä mitä asiakas kokee kyseisessä palvelun vaiheessa? (Törrönen 2019).

Palvelupolku antaa asiakkaalle arvoa tuottavan palvelun kokonaisuuden ja asiakaskokemuksen. Sen muodostumiseen vaikuttavat palvelun tarjoajan tuotantoprosessi sekä asiakkaan itse tekemät valinnat. Polku kuvaa, mitä asiakas kokee ja näkee palvelun aikana ja millaisena asiakas kokee palvelun käyttöliittymän. Palvelupolkuun kuuluu itse palvelukokemuksen lisäksi myös esi- ja jälkipalvelunvaiheet. Ensimmäiseksi palvelupolun kokoamisessa on tunnistaa sen ensimmäinen ja viimeinen palvelun kontaktipiste (Innokylä 2020).

Palvelupolkua kuvataan visuaalisesti ja tutkitaan järjestelmällisesti monin erilaisin keinoin. Jokainen palvelu koostuu jaksoista, jotka muodostavat asiakkaan palvelukokonaisuuden. Jokaisen asiakkaan palvelukokonaisuus on yksilöllinen. Kenenkään asiakkaan palvelukokemus ei ole samanlainen kuin toisen. Tämä johtuu siitä, että asioita voi tehdä monella eri tavalla ja jokainen asiakas on omanalaisensa toimintatavat omaava yksilö. Palveluntuottaja voi lisäksi tarjota asiakkaalle useita vaihtoehtoisia tapoja käyttää palvelupolkua. Palvelumuotoilun ajatuksena on hahmottaa eri palvelupolut suunnittelun pohjaksi (Innokylä 2020). Kuviossa (KUVIO 1) kuvataan Kuopio Infon palvelupolkua asiakkaan saapumishetkestä eteenpäin.



KUVIO 1. Kuopio Infon palvelupolku.

Palvelupolku koostuu joukosta kontaktipisteitä. Kontaktipisteet voivat olla konkreettisia asioita, joiden kautta asiakas kokee palvelun. Näitä ovat tilat, ihmiset ja esineet sekä vuorovaikutus. Kontaktipisteiden avulla, palvelusta voidaan muotoilla halutunlainen. Pisteitä luodessa on harkittava tarkkaan asiakkaan kannalta tärkeitä ja oleellisia kontaktipisteitä, jotta niistä syntyisi johdonmukainen palvelukokemus (Innokylä 2020).

Palvelupolku koostuu kontaktipisteiden lisäksi, myös palvelutuokioista. Tuokiot ovat kohtaamisia asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä. Palvelun tuottamisen hetkellä asiakkaalle muodostuu arvoa tuottava kokonaisuus palvelusta. Asiakas ja asiakaspalvelija vuorovaikuttavat keskenään kontaktipisteiden kautta (palvelumuotoilu Palo 2020).

Palvelupolun varrelta löytyy asiakkaan kohtaamispisteitä eli tapahtumia, jossa asiakas ja palvelu kohtaavat. Näiden tapahtumien perusteella, asiakas päättää, onko hän tyytyväinen saamaansa palveluun vai ei. Kohtaamispisteitä voi olla monenlaisia, riippuen palveluntarjoajasta. Yksityishenkilöllä tämä polku saattaa olla yhden napin painallus, esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tykkääminen. Yritysassiakkaan polun varrella sitä vastoin kohtaamispisteitä voi olla monia. Kun ajattelee viestintää kohtaamispisteiden jatkumona, voi ymmärtää, että jokainen piste vahvistaa yrityksen lopullista päämäärää (Ground 2020).

Asiakaskokemus on erityisen tärkeää koko palvelukokonaisuuden luomisessa, koska se määrittää sen, tuleeko asiakas käyttämään palvelua uudelleen. Asiakaskokemus on subjektiivista, mikä muodostuu asiakkaan ja palveluntarjoajan käydyn vuorovaikutuksen tuloksena. Käyttökokemus sitä vastoin syntyy sen palvelun tai tuotteen käyttämisestä, mitä varten asiakas on palveluntarjoajan ulottuville saapunut. Palvelukokemus kuvaa asiakkaan ja asiakaspalvelijan välistä vuorovaikutusta. Kokemukseen vaikuttavat sekä asiakkaan, että palveluntarjoajan tarpeet ja odotukset, sekä motivaatiotekijät, arvoja unohtamatta (palvelumuotoilu Palo 2020).

3.2 Asiakasprofiili

Tiettyjen asiakasryhmien kuvaksessa käytetään nimitystä asiakasprofiili. Se on kuvaus kuvitteellisesta henkilöstä, joka edustaa organisaation tyypillistä asiakasta. Asiakasprofiili kuvastaa myös ihmisryhmiä, joilla on tietynlaisia samankaltaisuuksia. Aluksi profiilit kehitettiin suunnittelutyökaluiksi, mutta nykyään ne toimivat organisaatioiden apuna tärkeiden asiakasryhmien esittelyssä (Nieminen 2018, 15).

Asiakasprofiilien avulla palveluita kehitetään vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin ja ne auttavat markkinoinnissa. Profiileja luodessa pohditaan, minkälaisia ovat palveluntarjoajan tyypilliset asiakkaat? Miksi he ovat kyseisen palveluntuottajan asiakkaita ja mitä arvoa he tuovat? Lisäksi on pohdittava, mistä palveluntuottajien asiakkaat voisi mahdollisesti tavoittaa? (Sotenavigaattori 2014).

Palvelumuotoilussa asiakkaiden ymmärtäminen on kriittistä. Asiakasymmärtämisen vuoksi, hyvin luodut asiakasprofiilit tukevat organisaation kehitettävää toimintaa. Merkityksellisten profiilien on pohjaututtava tutkimustuloksiin, jotta profiilista saadaan validi. Asiakasprofiilit ovat menetelmiä, joissa kyselytutkimuksen perusteella saatu käyttäjätieto tiivistetään esitettävään muotoon. Tulosten pohjalta profiiliin tiivistetään jäsennelty tieto muun muassa käyttäytymisestä, toimintaa ohjaavista arvoista, esteistä ja toiminnan motiiveista (Nieminen 2018, 20).

Suunnittelun pohjana, kiteytettyjä tuloksia hyödyntämällä, vastataan samanaikaisesti asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin, sekä luodaan uskollisuutta organisaatiota kohtaan. Asiakaskäyttäytymistä voidaan ohjata sellaiseen suuntaan, joka on mielekästä organisaation liiketoiminnan kannalta. Profiilien tarkoituksena on tukea organisaatiota ymmärtämään, kenelle palveluita kehitetään ja suunnataan. Niiden on tarkoitus myös ohjata toimintojen suunnittelua. Kiteytettynä asiakasprofiilit luovat työkalun asiakkaiden ymmärtämiseen (Nieminen 2018, 20).

Lisäksi profilointi tuo organisaatiolle etua laadukkaan asiakastuottamisen muodossa, kun asiakkaan arvonmuodostus ymmärretään paremmin. Asiakasprofiilien kautta palveluita voidaan uudistaa, ja ne helpottavat kohderyhmämarkkinointia valtavasti. Profilointi auttaa myös organisaatiota ymmärtämään saman asiakasryhmän sisäisiä eroja ja muuttuvia tarpeita. Ilman profiileiksi luotuja työkaluja, suunnittelussa voidaan tehdä rutiininomaisia päätöksiä kommunikoimatta ja tunnistamatta taustalla olevia oletuksia siitä, ketkä palvelua todellisuudessa käyttävät (Nieminen 2018, 20).

Kerättyjen asiakastietojen perusteella tehdään lopullinen kuvaus asiakkaasta. Profiili pitää sisällään yleensä visuaalisen kuvauksen kuvitteellisesta asiakkaasta, jonka mallina toimii Kuokkasen (2014) kuviossa nähdyt henkilöt (KUVA 1). Käyttäjälle luodaan nimi ja siinä hahmotetaan käyttäjän fyysinen ulkoasu valokuvan tai piirroksen muodossa. Profiilista käy myös ilmi käyttäjän koulutus, persoona, kiinnostuksen kohteet ja elämäntavat. Profiili voidaan luoda tarinalliseen muotoon, tai siitä voidaan tehdä asiakaskortti. Olennaisinta profiloinnin luomisessa on kuitenkin vastata kysymyksiin: Miksi asiakas on tullut palvelun äärelle? Mikä asiakasta motivoi? Mikä on mahdollistanut palvelun käytön ja mitkä ovat mahdolliset esteet palvelun käyttämiselle? (Sotenaavigaattori 2014).



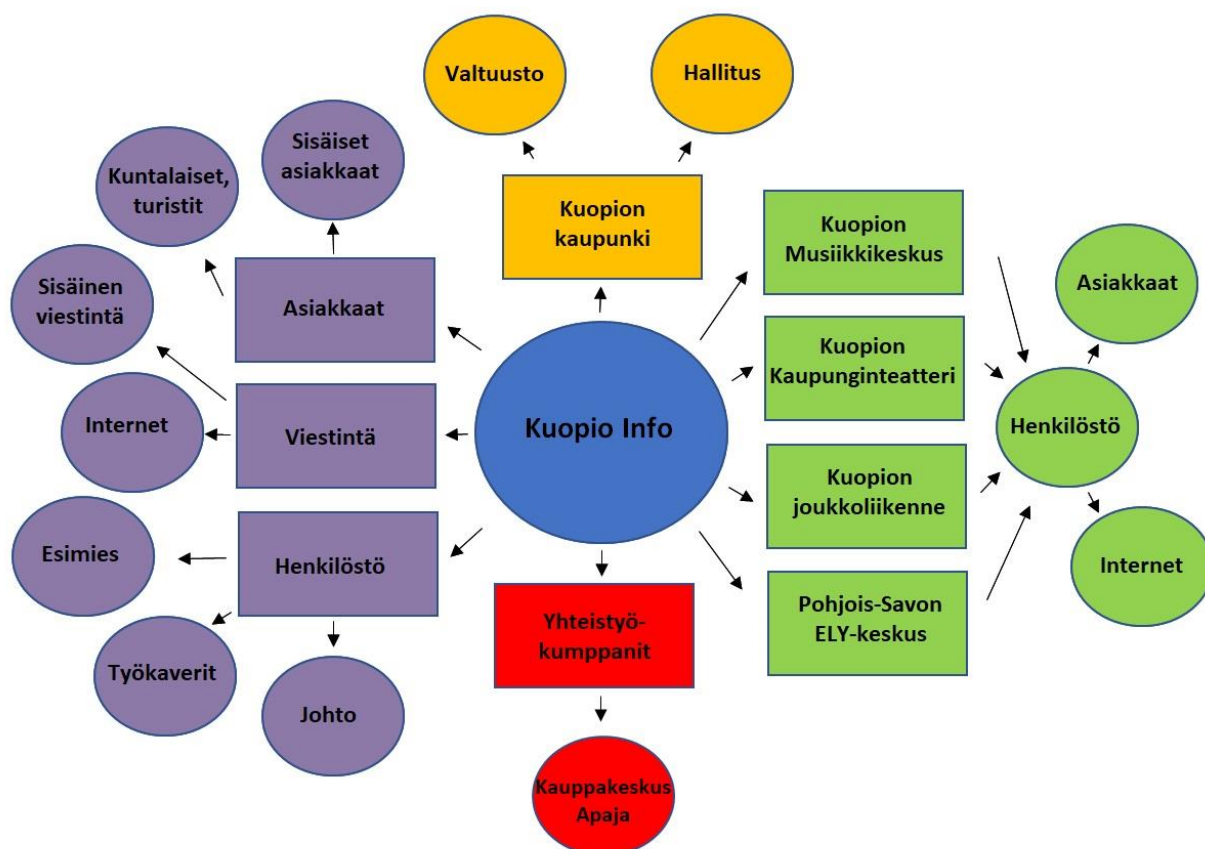
KUVA 1. Käyttäjätypit. Palvelun käyttöön ja käyttäytymiseen liittyvien syiden ymmärtäminen (Kuokkanen 2014).

3.3 Sidosryhmät

Sidosryhmäkarttaa käytetään apuna kuvaamaan organisaation eri sidosryhmät. Se on yleensä visuaalinen kuvaus eri ryhmistä, joita voivat olla työntekijät, asiakkaat, käyttäjät ja yhteistyökumppanit. Kuvauksessa tulevat ilmi ne ryhmät, jotka ovat tekemisissä tarjottavan palvelun kanssa (Rasalahti 2017, 42).

Kartan avulla selvitetään, mitä organisaation tulee ottaa huomioon toiminnassaan. Mistä mahdolliset potentiaaliset asiakkaat löytyvät ja mistä organisaatio saa kumppaneita? Kartassa selvitetään myös organisaation kilpailijat, mahdolliset maksavat asiakkaat sekä käyttäjäasiakkaat. Organisaation sidosryhmät ovat kaikki ne tahot, joiden kanssa organisaatio on tekemisissä, ja jonka toimintaan ne vaikuttavat. Ilman näitä ryhmiä, organisaatio ei voi toimia. Ryhmiä on erilaisia jokaisen organisaation sisällä sekä ulkopuolella. Sisäisiä ryhmiä ovat esimerkiksi omistajat ja työntekijät. Ulkopuolisia taas asiakkaat, yhteistyökumppanit ja viranomaiset (Sotenaavigaattori 2014).

Sidosryhmäkartta voidaan piirtää kehämalliin, mihin eri sidosryhmät sijoitetaan riippuen siitä, miten läheisissä tekemisissä ryhmät ovat keskenään. Ryhmät sijoitetaan kehämallissa sektoreihin. Tärkeät sidosryhmät sijoitetaan organisaatiota lähimmäksi ja vähemmän merkitykselliset ulommalle kehälle. Sektoreita voi olla myös useita, sen mukaan, miten ryhmien välisiä kumppanuussuhteita halutaan luokitella, kuten kuviossa (KUVIO 2) näkyy (Sotenaavigaattori 2014).



KUVIO 2. Kuopio Infon sidosryhmät.

3.4 Arvolupaus

Arvolupaus on organisaation asiakkaalle antama mielikuva siitä, mitä arvoa palvelu antaa verrattuna muihin vaihtoehtoihin (Tuulanemi 2011,33). Varsinkin palvelumuotoilussa käytetyillä laadullisilla tutkimusmenetelmillä saadaan arvokasta tietoa ympäröivästä maailmasta syvällisemmin. Näiden avulla voidaan löytää mahdollisuudet kokonaisvaltaiseen arvonluontiin ja sukeltaa syvemmälle ihmisen elämään. Tämä kertoo sen, mikä on arvokasta ihmiselle itselleen (Rasalahti 2017, 29).

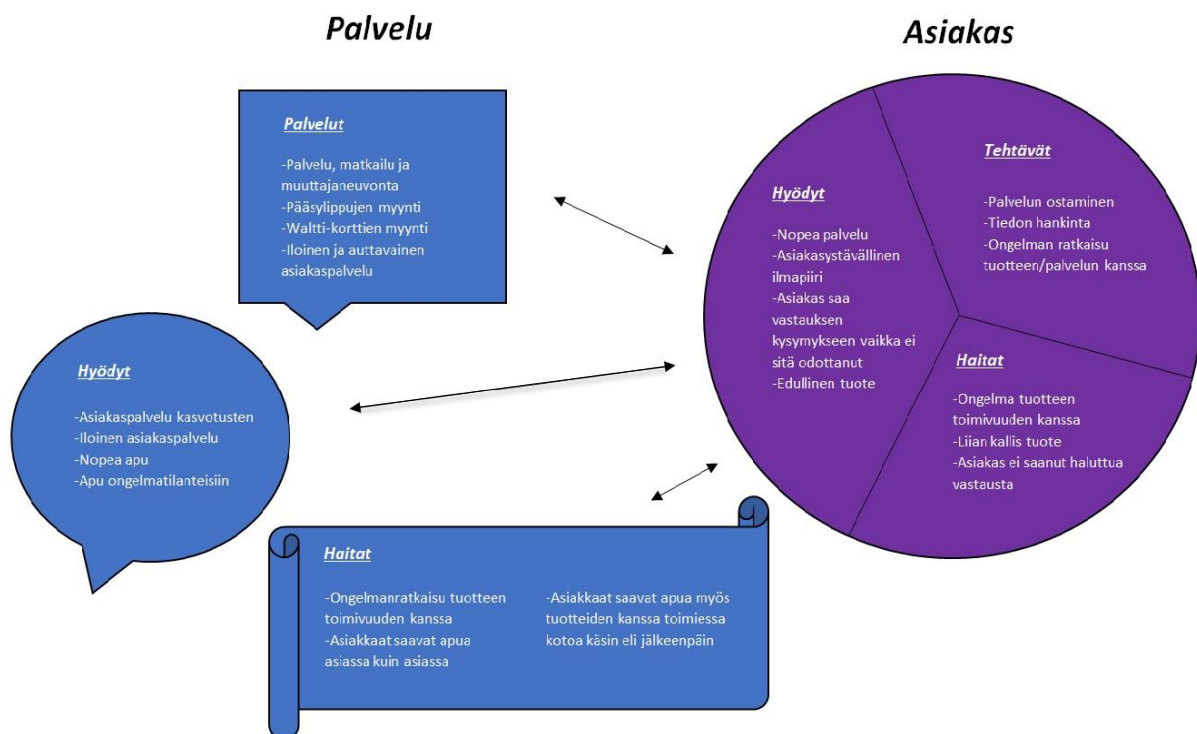
Arvonmuodostamisessa ensin on ymmärrettävä mitä arvostetaan. Kun arvonmuodostumisen ymmärtää, tuotteet ja palvelut voidaan muokata vastaamaan arvoa paremmin. Arvonluonnista on alettu puhumaankin organisaation yhdestä tärkeimpänä tehtävänä. Organisaatiossa päämääränä on arvon tuottaminen asiakkaalle, mutta ennen sitä, organisaation on tunnistettava oman arvon tuottaminen. Palvelumuotoilun malli mahdollistaa uusien palveluiden kehittämisen, ja nostaa esille asiakkaiden kokeman arvonluonnin. Se mahdollistaa myös käyttäjälähtöisen innovaatiotoiminnan, joka uudistaa asiakkaan kokeman arvon. Yhdessä organisaatioiden ja asiakkaiden kesken voidaan kehittää ratkaisuja, jotka sopivat ihmisten arkeen, ja jotka vaikuttavat yhteiskunnan toimintaan (Rasalahti 2017, 29-30).

Organisaatioiden tulisi panostaa muotoiluun saadakseen pitkäaikaista asiakastytyväisyyttä. Muotoilu toimii apuna organisaatioiden luodessa erilaisia tuotteita ja palveluita, jotka ilahduttavat palvelun käyttäjiä. Tällä tavoin rakennetaan brändi, joka luo vapaaehtoista uskollisuutta käyttäjissään. Brändäyksen tavoitteena on parantaa jo olemassa olevia palveluja, ja nostaa tuotteita esiin, jotta ne olisivat houkuttelevampia. Jotta organisaatiot pystyvät kokonaisvaltaiseen arvon luomiseen, on niiden ymmärrettävä minkälaisia ongelmia he voivat ratkoa ihmisten elämässä ja miten niiden ratkaisut koetaan arvokkaiksi (Rasalahti 2017, 30).

Organisaatioiden toimintojen tuloksena syntyy usein myös muutakin kuin taloudellista arvoa. Sen syntymiseen vaaditaan vuorovaikutusta ihmisten, asioiden, sisältöjen ja ratkaisujen välillä. Muotoilussa näitä vuorovaikutuksia kutsutaan kosketuspisteiksi. Pisteet voivat olla materiaalia, esineitä, tiloja ja hetkiä. Palvelumuotoilulla voidaankin suunnitella, millaisia kosketuspisteitä kokonaisuuteen voidaan luoda (Rasalahti 2017, 30).

Arvolupaus siis määrittelee tuotteen. Sen tarkoituksena on kuvastaa, kenelle tuote on tarkoitettu? Mitä hyötyä siitä on asiakkaalle? Ja miten se eroaa muista palveluista tai tuotteista? Arvolupausmalli kertoo visuaalisesti keinot arvolupauksen muodostumiseen ja sen kuvaamiseen, jonka pohjalta myös Kuopio Infon arvolupausmalli on luotu

(KUVIO 3). Mallissa kuvataan asiakkaan tarpeet ja ongelma, johon asiakas haluaa palvelua. Siinä mallinnetaan myös asiakkaan toiveet, hyödyt ja asiakkaan palvelun hankintaan liittyvät pelot ja esteet. Visuaalinen malli auttaa organisaatiota ymmärtämään paremmin asiakkaan toiveet ja pelot, jolloin organisaation tehtävänä on miettiä, kuinka niihin vastataan. Näin löydetään ne elementit, jotka tuovat asiakkaalle lisäarvoa (Sotenavigaattori 2014).



KUVIO 3. Kuopio Infon arvolupausmalli Value Proposition Desing (Ostenwalder et al. 2014) mallia mukailten.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää Kuopio Infon kävijöiden näkemyksiä palveluiden laadusta, sekä uusien palveluiden tarpeellisuudesta. Lisäksi haluttiin selvittää, kuinka palvelut on toteutettu muissa samankaltaisissa palvelupisteissä eri puolilla

Suomea. Näiden lähtökohtien perusteella tutkimusmenetelmiksi valikoituivat kävijäkysely sekä benchmarking eli vertailukehittäminen.

4.1 Tutkimuskysymykset

Työn tulosten on tarkoitus vastata kolmeen eri tutkimuskysymykseen:

- Miten infopiste toimii asiakaslähtöisesti?
- Millaisia palvelutarpeita kävijöillä on?
- Miten infopistettä voidaan kehittää entistä asiakaslähtöisemmäksi ja palvelutarpeet täyttäväksi palvelukokonaisuudeksi?

4.2 Menetelmät

Palvelumuotoilusta puhuttaessa, pohditaan usein, mitkä toimivat palvelumuotoilun menetelminä. Tähän ei ole kuitenkaan selvää vastausta, koska palvelumuotoilun viitekehys pohjautuu useisiin tieteisiin, joten menetelmät on koottu monilta eri tieteenaloilta. Palvelumuotoilijan menetelmäpakki onkin rajaton, on vain osattava soveltaa oikeat menetelmät oikeaan asiayhteyteen. Parhaiten tavoitteeseen yleensä pääsee yhdistelemällä useita menetelmiä. Tutkimustapaa valitessa on hyvä ymmärtää palvelumuotoilun ajattelumallit, jotta osaa valita oikeat menetelmät. Joskus valinta voi tuntua parhaalta mahdolliselta tutkimuskysymyksiä ajatellen, mutta se ei ehkä kuitenkaan toimi palvelumallin ajattelun mukaisesti (palvelumuotoilu Palo 2020).

Palvelumuotoilussa menetelmän valintaa voi lähestyä palvelumuotoiluprosessin vaiheiden tavoitteiden kautta. Asiakasnäkökulmaa tavoitellessa, hyvän menetelmän tunnistaa siitä, mikä synnyttää empatiaa. Empatiaa synnyttävät menetelmät auttavat asiakkaita näkemään palvelutuokiot hänen omasta näkökulmastaan. Hyvän ja oikean menetelmän tunnistaa myös siitä, että se antaa ymmärrystä asiakkaiden kokemista arjen haasteista sekä palvelun käyttämisen ongelmakohdista. Ne myös tukevat ihmisten

osallistamista palveluiden kehittämiseen ja auttavat yhdistämään ihmisten erilaisia näkökulmia kohti yhteistä päämäärää (palvelumuotoilu Palo 2020).

Menetelmien valinnassa on syytä kiinnittää huomiota siihen, että valitaan menetelmät, jotka synnyttävät ratkaisuja luovasti ja uusia ajatuksia etsien. Hyvä menetelmä tukee ratkaisuidean konkretisointia ja nopeaa kokeilemistä. Se myös auttaa tutkijaansa keräämään saaduista tiedoista oikeat asiat, jolloin ne kiteytetään helposti ymmärrettävään ja jaettavaan muotoon. Oikea menetelmä auttaa priorisoimaan kehittämisen kannalta olennaiset asiat, sekä auttaa visualisoimaan asiakkaan näkökulman ja aineettomat palvelut (palvelumuotoilu Palo 2020).

4.2.1 Kävijäkysely

Tieteellisen kyselyn laatiminen edellyttää, että kyselyn laatija osaa ottaa huomioon vastaajien halut ja taidot vastata kyselyyn. Kyselyn huolellinen suunnittelu vaikuttaa kyselyn onnistumiseen. Pelkkä lomakkeen huolellinen suunnittelu ei kuitenkaan yksinään riitä tutkimuksen onnistumiseen. On kiinnitettävä huomiota myös muihin seikkoihin, jotka vaikuttavat kyselyn onnistumiseen (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto 2010).

Kyselyn luomisessa on pyrittävä tutkimusongelman kannalta kattavaan, mutta helpotajuiseen kysymystenasetteluun. On myös pyrittävä välttämään niin sanottuja varmuuden vuoksi kysymyksiä. Vastaajat harvoin tuntevat tutkittavan aihealueen yhtä hyvin kuin kyselyn laatija. Lisäksi vastaajien olisi osattava ja jaksettava vastata kyselyyn, joten liian pitkän ja hankalan kyselyn luomisessa ei synny todellisia tutkimustuloksia. Vastaajien tulisi ymmärtää kysymykset mahdollisimman samalla tavalla, minkä vuoksi kysymysten laadinnassa on käytettävä yksinkertaista ja täsmällistä kieltä (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto 2010).

Tutkimuseettinen näkökulma sopii kokoavaksi voimaksi myös tieteelliseen kyselytutkimukseen. Tieteen parissa tapahtuvan tiedonkeruun on toteuduttava huolellisesti tieteen objektiivisuutta tukevia välineitä kunnioittaen. Tutkijan on suunniteltava kysely tekemällä riittävästi taustatyötä aiheen parissa ja tutustuttava samaa aihetta koskeviin julkaisuihin sekä tutkimusaineistoihin. Tutkimuksen laatijan ei pidä myöskään tehdä tutkimusta vain tilaajalleen tai itselleen. Tieteen avoimuus, tulosten kontrolloitavuus ja keskusteleminen aiheesta tiedeyhteisön parissa, ovat luovuttamaton osa tutkimuksen kulkua, jonka lopputulemana tulokset muovautuvat tieteellisiksi (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto 2010).

Kyselytutkimus on tutkimusmenetelmistä helpoin ja nopein. Sen onnistumiseen voidaan vaikuttaa suunnittelulla ja testaamisella, minkä vuoksi tieto on jo puoliksi kerätty. Kyselyyn liitetyt arvontapalkinnot lisäävät usein vastauksien määrää, joten on syytä pitää mielessä se seikka, miten vastaajien huomiota ja vastausaktiivisuutta saadaan herätettyä. Muut seikat, kuten lomakkeen lyhyys ja luettavuus lisäävät vastausaktiivisuutta. On myös puhuttu lahjonnasta vastaamispalkkioista puhuttaessa, mutta tieteellinen näyttö on puolustanut kannustepalkintojen käyttöä. Kyselyn toteuttamiseen liittyy monia huomioitavia seikkoja, jotka kannattaa ottaa huomioon ennen kyselyn laatimista. Tarkoituksenmukaista on saada mahdollisimman paljon totuudenmukaista vastausmateriaalia validien tulosten syntymistä varten (Luoto 2009, 7).

Tutkimuksen toteutustapana käytettiin kävijäkyselyä (LIITE 1). Kyselyn avulla pyrittiin selvittämään Kuopio Infon kävijöiden kokemuksia palveluiden laadusta, tilan toimivuudesta, saavutettavuudesta ja palvelutarpeista. Kyselyä jaettiin verkossa Kuopio Infon, Kuopion kaupungin ja Kuopion seudun joukkoliikenteen Facebook- sivuilla. Lisäksi kysely nostettiin Kuopion kaupungin nettisivuille, jotta vastaajajoukosta saataisiin mahdollisimman kattava. Kyselyyn pystyi vastaamaan 9.-20.4.2020 välisenä aikana. Kyselyssä oli 15 strukturoitua kysymystä, joihin vastattiin monivalintavaihtoehtoin. Näiden lisäksi kävijöiltä kysyttiin neljä avointa kysymystä, jotka antoivat syvällisempää tietoa tutkimuskohteesta.

Tutkimusmenetelmäksi valikoitui kyselytutkimus, koska tutkimuksessa haluttiin nostaa esille kävijöiden näkemyksiä palveluista ja niiden laadusta. Tutkimuksen avulla pyrittiin saamaan kattava otanta Kuopio Infon kävijöistä ja heidän toiveistaan. Kävijäkysely on lisäksi nopea ja helppo toteuttaa niin kävijöiden, kuin tutkimuksen laatijankin näkökulmasta. Kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin Kuopion kaupunginteatterin kahden hengen lahjakortti, joka lisäsi vastausprosenttia. Ilman kannustinta, kävijäkyselyiden toteuttaminen saattaa olla haastavaa. Tutkimuksessa käytettiin standartoitua kyselylomaketta, jossa kaikille esitettiin samat kysymykset.

4.2.2 Benchmarking

Benchmarking eli vertailukehittäminen on prosessi, jossa eri organisaatiot vertailevat toimintaansa keskenään. Vertailun kohteeksi etsitään yleensä organisaatio, joka toimii hiukan paremmin kuin tutkittava kohde. Valitut kohteet voivat olla saman alan yrityksiä, tai jopa muulta toimialalta. Vertailukehittämisen ideana on oppia hyviltä esimerkeiltä parhaat käytännöt, jotta omasta toiminnasta saadaan mahdollisimman hyvä. Tutkimustapa auttaa tunnistamaan oman toiminnan heikkoudet ja auttaa laatimaan omaan kehittämistavoitteeseen tähtääviä toimenpiteitä (Itä-Suomen yliopisto 2020).

Usein vertailukehittäminen toteutetaan vierailuna toisiin organisaatioihin, mutta on olemassa myös muita tapoja, joita ei kannata pois sulkea. Vertailua voidaan tehdä etesimällä tietoa parhaista käytännöistä muun muassa artikkeleista, kirjoista ja erilaisista julkaisuista. Vertaamisaineistoa saadaan myös vertailemalla eri organisaatioiden tunnuslukuja eli mittareita, joiden kautta voidaan löytää ne luvut, joiden toimintaan halutaan perehtyä paremmin. Benchmarking-toimintaa voi tehdä myös yhteistyössä eri organisaatioiden välillä. Verkostot toimivat tässä tapauksessa hyvänä alustana, jolloin voidaan säännöllisesti vertailla toimintatapoja keskenään vaihtamalla ajatuksia kehittämiskohteista ja tavoista. Vertailukehittämistä voidaan tehdä myös organisaation sisällä. Tässä tapauksessa eri organisaation yksiköt vertaavat toimintatapojaan keskenään, jolloin he oppivat toistensa toimintatavoista ja hyvistä käytännöistä (Itä-Suomen yliopisto 2020).

Vertailukehittäminen on todettu selkeäksi menetelmäksi. Sen on myös todettu lisäävän verkostoitumista, koska tutkimuksen läpivieminen edellyttää yhteistyötä vertailtavien organisaatioiden välillä. Tämä voi tuoda mahdollisuuksia jatkaa yhteistyötä muiden kehittämishankkeiden parissa. Menetelmän on todettu olevan hyvä tiiminrakennustyökalu, jossa oppijana toimivat molemmat osapuolet (Laine 2007, 23).

Tutkimusmenetelmän nähdään myös lisäävän organisaation kustannus-, tuote- ja palvelutietoisuutta suhteessa muihin toimijoihin. Sen avulla voidaan määrittää oma asema palveluntarjoajien välillä. Vertailun etuna on myös sen tavoite jatkuvaan palveluiden parantamiseen. Lisäksi toiminnan seuranta mahdollistaa toiminnan ajan tasalla pysymisen. Kun pohjatyö luodaan huolellisesti kuntoon, jatkossa toiminnan parantamiset eivät vaadi suuria taloudellisia ponnisteluja kuten aikaisemmin. Hyvän suunnittelun ja seurannan avulla organisaatio voi tehdä merkittäviä kustannussäästöjä (Laine 2007, 24).

Toiseksi tutkimusmenetelmäksi valikoitui benchmarking eli vertailukehittäminen. Tarkoituksena oli kartoittaa muiden samankaltaisten sekä suurempien palvelupisteiden toimintamalleja. Toimijoilta selvitettiin palveluiden määriä, tilakysymyksiä, sijainnin saavutettavuutta, henkilöstöresursseja sekä kehittämistä vaativia kohteita. Tutkimus toteutettiin sähköpostikyselynä eri toimipisteiden henkilöstölle 9.-20.4.2020 välisenä ajankohtana (LIITE 2). Kysymyspatteristo sisälsi 12 erillistä kysymystä, joista kaksi oli syväluotaavampaa kysymystä. Sähköpostikysely lähetettiin 20 eri toimijalle ympäri Suomen.

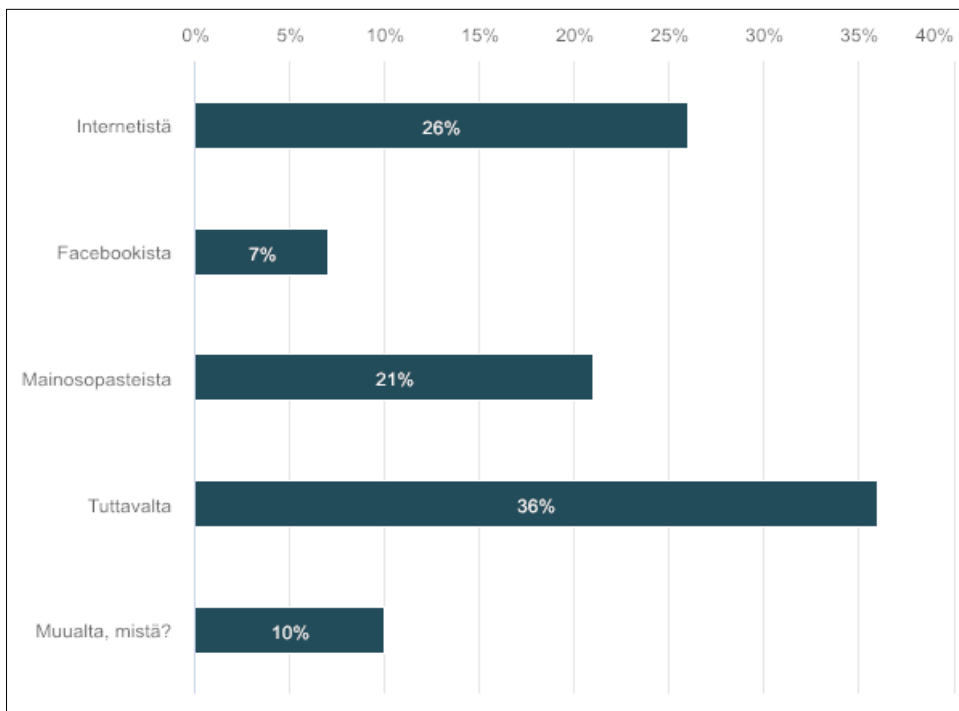
5 TULOSTEN ESITTELY

Tässä luvussa esitellään tutkimusten tulokset ja viimeisessä luvussa analysoidaan tuloksia saatujen vastausten perusteella. Tutkimustulosten on tarkoitus vastata kolmeen tutkimuskysymykseen. Miten infopiste toimii asiakaslähtöisesti? Millaisia palvelutarpeita kävijöillä on ja miten infopistettä voidaan kehittää entistä asiakaslähtöisemmäksi

ja palvelutarpeet täyttäväksi palvelukokonaisuudeksi? Tutkimusmenetelminä käytettiin kävijäkyselyä sekä vertailukehittämistä. Kävijätutkimuksen monivalintakysymysten tulokset esitetään diagrammien muodossa. Kävijätutkimuksessa kysytyt avoimet kysymykset, sekä vertailukehittämisen sähköpostikyselyt kirjataan auki.

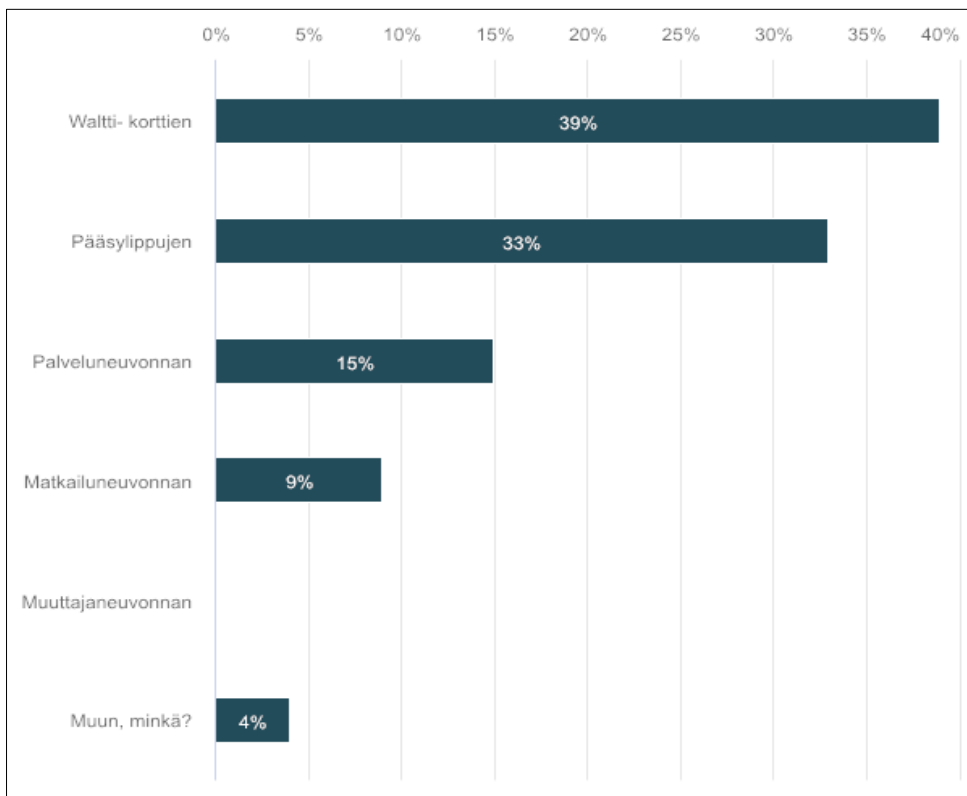
5.1 Kävijäkyselyn tulokset

Kysely toteutettiin verkossa ja kohderyhmänä toimivat Kuopio Infossa asioineet henkilöt. Kyselyn levittämiseen käytetyt kanavat valittiin sen mukaan, mistä Kuopio Infon kävijät parhaiten tavoittaisi. Levityskanavina toimivat Kuopion kaupungin verkkosivut, Kuopion kaupungin Facebook- sivut (14 120g seuraajaa), Kuopio Infon Facebook- sivut (646 seuraajaa) sekä Kuopion seudun joukkoliikenteen Facebook- sivut (2733 seuraajaa). Kysely avattiin yli 300 kertaa, mutta vastauksia saatiin vain 70. Kyselyssä oli neljä syväluotaavampaa kysymystä ja 15 monivalintakysymystä. Lisäksi vastaajien kesken arvottiin Kuopion kaupunginteatterin kahden hengen lahjakortti, mikä toimi kannustimena vastaajien tavoittamisessa. Kyselyn avulla pyrittiin selvittämään käytetyn palvelupolun toimivuutta sekä palvelutarpeiden tunnistamista. Kuopio Infon palvelut ovat luotu kuntalaisille ja turisteille, joten heidän näkemysten esille saattaminen auttaa pistettä kehittämään toimintojaan niin, että palvelupolku palvelee kaikkia samanarvoisesti.



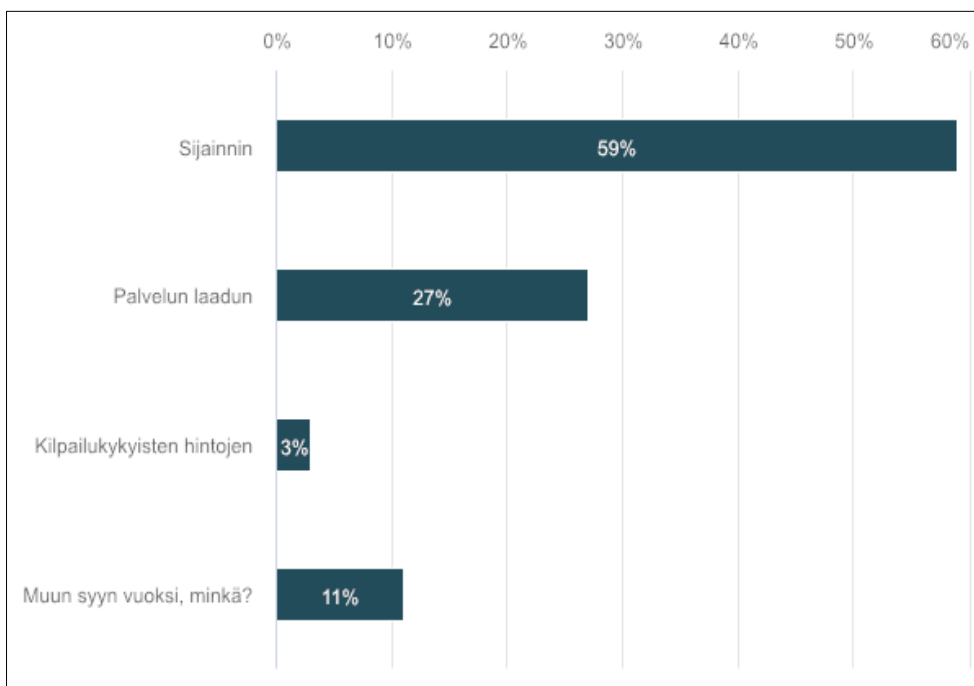
KUVIO 4. Mistä asiakkaat kuulivat Kuopio Infon palvelupisteestä?

Tutkimuksen perusteella asiakkaat saivat eniten tietoa palvelupisteestä tuttaviltaan (36%). Toiseksi eniten internetistä (26%) ja kolmanneksi eniten mainosopasteista (21%). Selkeästi vähiten tietoa on saatu muualta (10%) sekä Facebookista (7%). Lisäksi kävijät ovat lukeneet Kuopio Infon palveluista ilmaisjakelulehdistä ja koteihin jaettavasta Kuopion seudun joukkoliikenteen aikataulukirjasta. Tietoa on saatu myös organisaation sisältä (KUVIO 4).



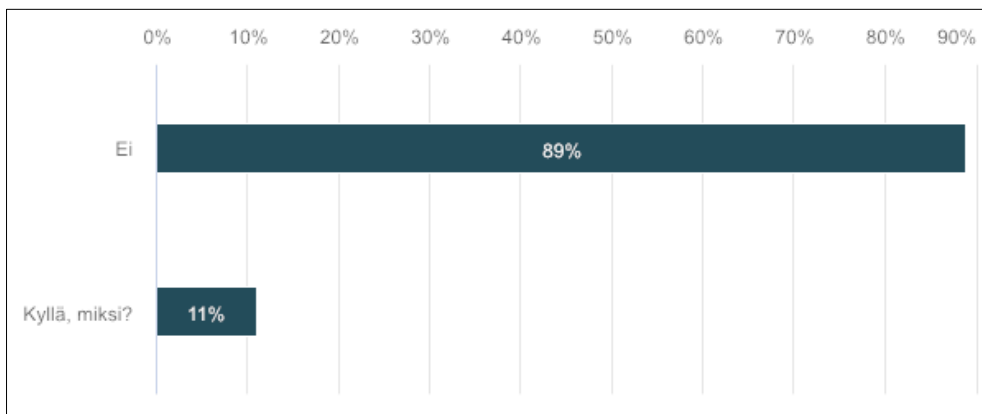
KUVIO 5. Minkä vuoksi asiakkaat valitsivat Kuopio Infon asiointipisteeksi?

Eniten pisteellä on asioitu Waltti- korttien (39%) ja pääsylippujen (33%) vuoksi. Vähiten asiointia on tehty palveluneuvonnan (15%), matkailuneuvonnan (9%) tai muiden syiden takia (4%). Avointen vastausten perusteella, pisteellä on maksettu myös Kuopion kaupungin laskuja (KUVIO 5).



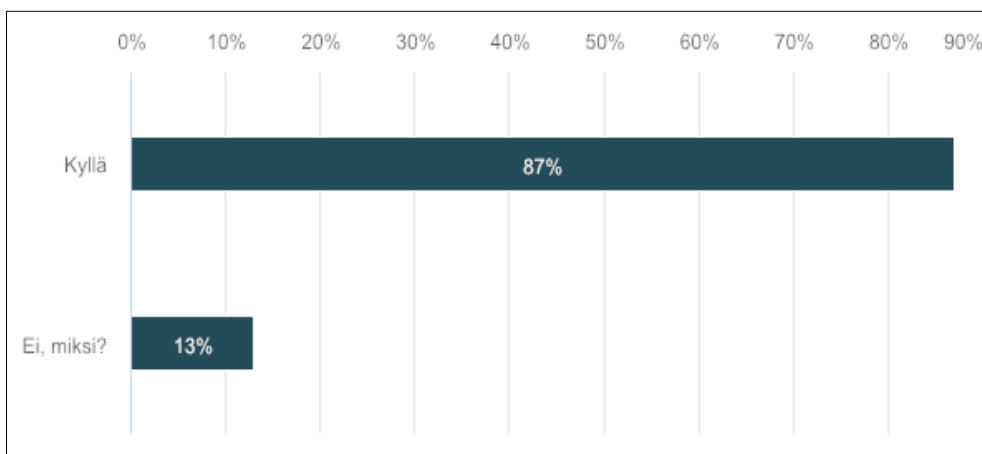
KUVIO 6. Miksi Kuopio Info valittiin asiointipisteeksi?

Enemmistö vastaajista valitsi Kuopio Infon asiointipisteeksi sijainnin perusteella (59%). Toiseksi eniten pisteellä asioitiin palvelun laadun takia (27%). Vähiten pisteellä on vierailtu muiden syiden (11%) ja kilpailukykyisten hintojen vuoksi (3%). Vastaajat kokivat asiakaspalveluympäristön positiiviseksi. Lisäksi Kuopio Info koettiin turvalliseksi paikaksi ladata Waltti- kortti, koska palvelupisteellä tehdyt lataukset toimivat yleensä linja-autoissa ongelmitta (KUVIO 6).



KUVIO 7. Oliko asiakkaiden vaikea löytää palvelupiste?

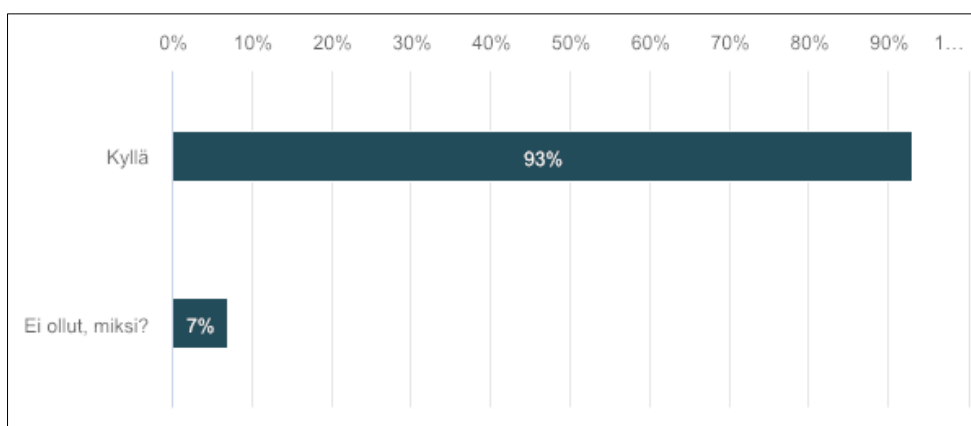
Vastausten perusteella 11% olivat sitä mieltä, että pisteelle oli vaikea löytää. 89% kokivat pisteen sijainnin hyväksi. Vastaajat toivoivat Kuopio Infon siirtämistä saavutettavammalle paikalle, Kuopion kauppatorin päälle. Turistien näkökulmasta katsottuna, pisteen sijainti palvelisi paremmin matkailijoita keskeisemmällä paikalla asiakasvirtojen ytimessä (KUVIO 7).



KUVIO 8. Oliko pisteelle ohjaavat opasteet selkeät?

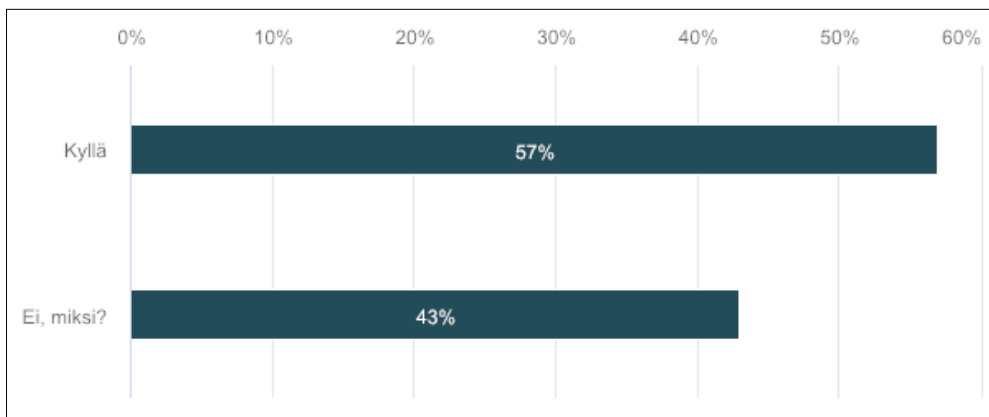
87% vastaajista piti opasteita riittävän selkeinä. 13% vastaajista oli toista mieltä. Asiakkaat, jotka eivät pitäneet opastuksia riittävän selkeinä, löysivät palvelupisteen satumalta. Myös kauppatorilla sijaitseviin opasteisiin kaivattiin parannuksia (KUVIO 8).

Kyselyssä kartoitettiin vastaajien mielipiteitä palvelupisteen tilasta ja sen toimivuudesta. Oliko asiakkaiden tarpeet huomioitu tilassa tarpeeksi hyvin? Vastaajat toivoivat tilan siirtämistä esimerkiksi kaupungintalolle, näkyvämmälle paikalle. Myös ilmanlaatu koettiin ahdistavaksi, varsinkin helleaikaan. Lisäksi vastaajat toivoivat yksityisyyttä palvelutilanteeseen, jotta muut tilassa olijat eivät kuulisi mitä palvelupisteellä keskustellaan. Osaa vastaajista häiritsi Terve Kuopio- kioskista kantautunut työntekijöiden puhe. Yksityisyydensuojan lisäksi, tila koettiin ahtaaksi. Varsinkin ruuhka-aikana jonottaminen tuntui turhauttavalta. Näiden lisäksi vastaajat kokivat palvelupisteiden olevan liian lähellä toisiaan, mikä häiritsi palvelutilannetta.



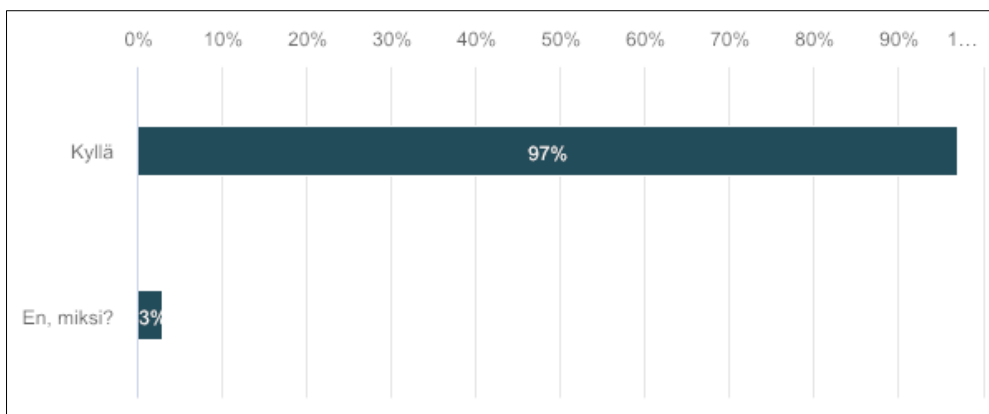
KUVIO 9. Olivatko palvelupisteet tilassa selkeästi esillä?

Palveluiden näkyvyyteen oltiin selvästi tyytyväisiä. 93% olivat sitä mieltä, että palvelut olivat selkeästi tilassa esillä ja 7% vastaajista kokivat palvelupisteiden olevan riittämättömät (KUVIO 9).



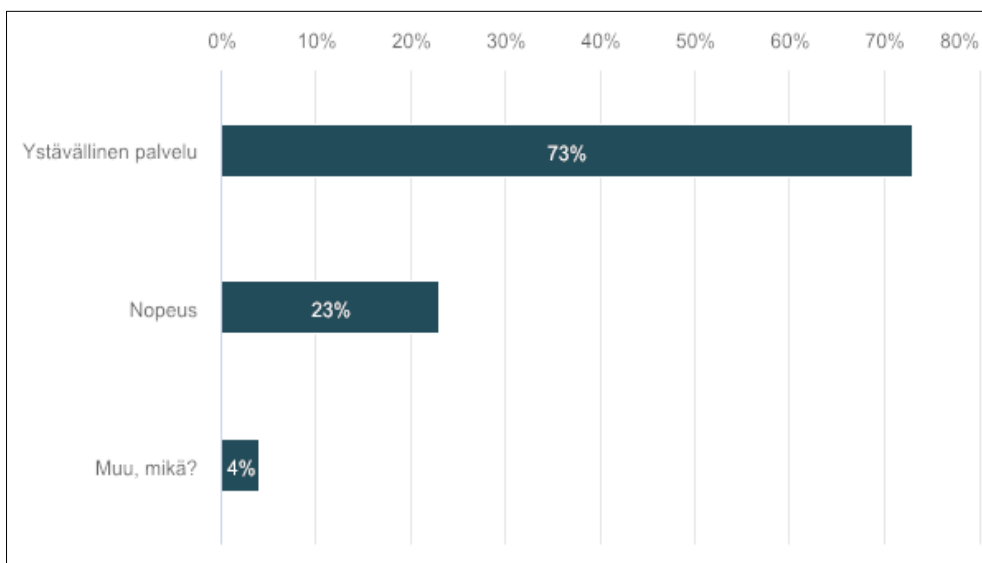
KUVIO 10. Olisiko asiakkaiden mielestä pisteellä jonottaminen selkeämpää, jos käytössä olisi vuoronumerot?

Vastaajista 57% olivat sitä mieltä, että pisteellä jonottaminen olisi selkeämpää, jos käytössä olisivat vuoronumerot. 43% vastaajista ei tarvitse vuoronumeroita, koska kokevat palvelun olevan ihmisläheisempää ilman vuoronumeroita (KUVIO 10).



KUVIO 11. Olivatko asiakkaat tyytyväisiä palvelutilanteeseen?

Tulosten perusteella voidaan todeta, että palvelutilanteeseen ollaan yleisesti tyytyväisiä. 97% vastaajista pitivät palvelutilannetta onnistuneena ja vain 3% ei pitänyt (KUVIO 11).



KUVIO 12. Mikä palvelutilanteessa koettiin tärkeäksi?

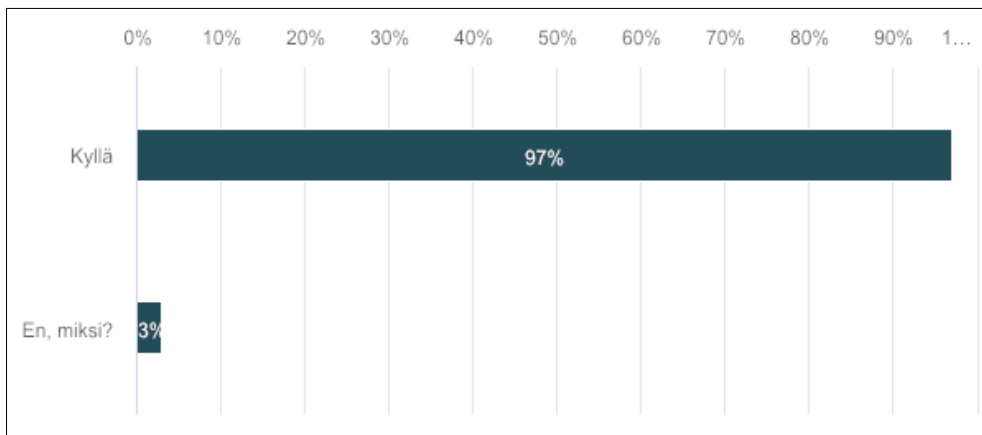
Ystävällinen asiakaspalvelu nousi tärkeimmäksi tekijäksi asiakaspalvelutilanteessa. Vastaajista 73% luottavat ystävälliseen asiakaspalveluun. 23% vastanneista pitivät nopeasta palvelutilanteesta ja 4% vastaajista kokivat asiakaspalvelijoiden ammattimaisuuden ja luontevan palvelun tärkeäksi (KUVIO 12).

Miten asiakkaat kehittäisivät palvelutilannetta paremmaksi? Eniten toiveita keräsi avarampi ja väljempi palvelutila. Yksityisyys koettiin tilan vuoksi hankalaksi ylläpitää, koska palvelupisteet olivat liian lähellä toisiaan. Ruuhka-aikoihin toivottiin lisää henkilökuntaa, jotta liian pitkiltä jonottamisilta vältyttäisiin. Lisäksi vastaajat toivoivat kadonneiden Waltti-korttien palauttajille löytöpalkkioita. Aukioloja toivottiin pidennettävän, jotta työssäkävijät ehtisivät töiden jälkeen asioimaan pisteellä ja vanhat esitteet toivottiin poistettavan hyllyistä ajallaan.

Vastaajilta kysyttiin myös nykyisten palveluiden kehittämistoiveita. Odotustilaan toivottiin kahviautomaattia ja lehtienlukupistettä. Erityisesti ruuhka-aikoina kävijät lukisivat mielellään Savon Sanomat-lehteä ja tutkisivat vanhoja valokuvia Kuopiosta. Ulko-ovelle pyydettiin digitaalisia näyttöjä, joita asiakkaat voisivat seurata jonottamisen yhteydessä. Asiakkaat myös kokivat, että esitemateriaalia oli riittävästi tarjolla.

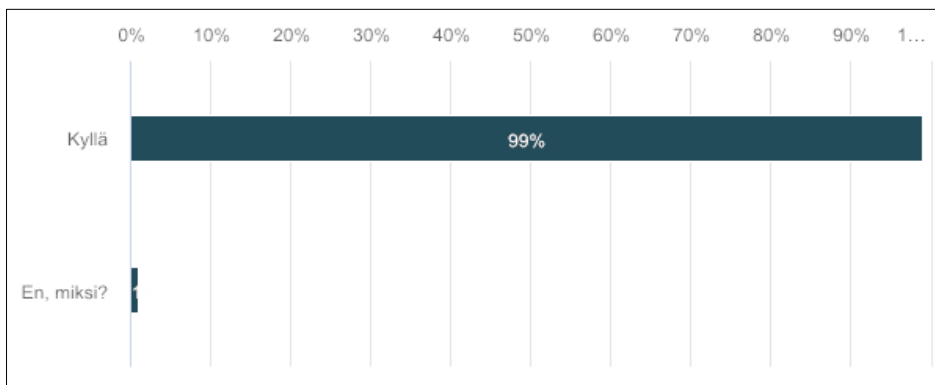
Toivottiin kuitenkin, että koronaepidemian jälkeen, pisteeltä olisi saatavissa pienyritysten mainosmateriaalia, jotta kivijalkayritykset saataisiin pian taas jaloilleen.

Kysymyspatteriston viimeisessä avoimessa kysymyksessä vastaajilta tiedusteltiin, mitä muita palveluja Kuopio Infoon kaivataan? Enemmistö asiakkaista haluaisi lisätä Terve Kuopio- kortin lataamismahdollisuuden palvelutarjontaan. Myös museokortin ostomahdollisuus koettiin tärkeäksi. Muutama kyselyyn vastannut toivoi valtakunnallista tapahtuma- ja konserttilippujen ostomahdollisuutta. Lisäksi palvelupisteelle toivottiin näyttelyitä, luennoitsijoita, Kuopion alueen tapahtumakalenteria sekä sisäisen postin jättömahdollisuutta kaupungin henkilöstölle.



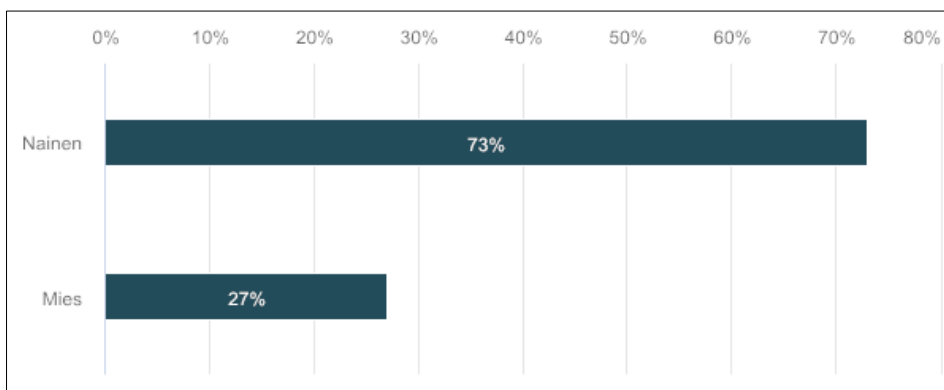
KUVIO 13. Aiotaanko pisteellä asioida uudestaan?

Asiakkaista 97% aikoo asioida pisteellä uudestaan ja 3% vastaajista ei koe tarpeelliseksi asioida pisteellä toistamiseen (KUVIO 13).



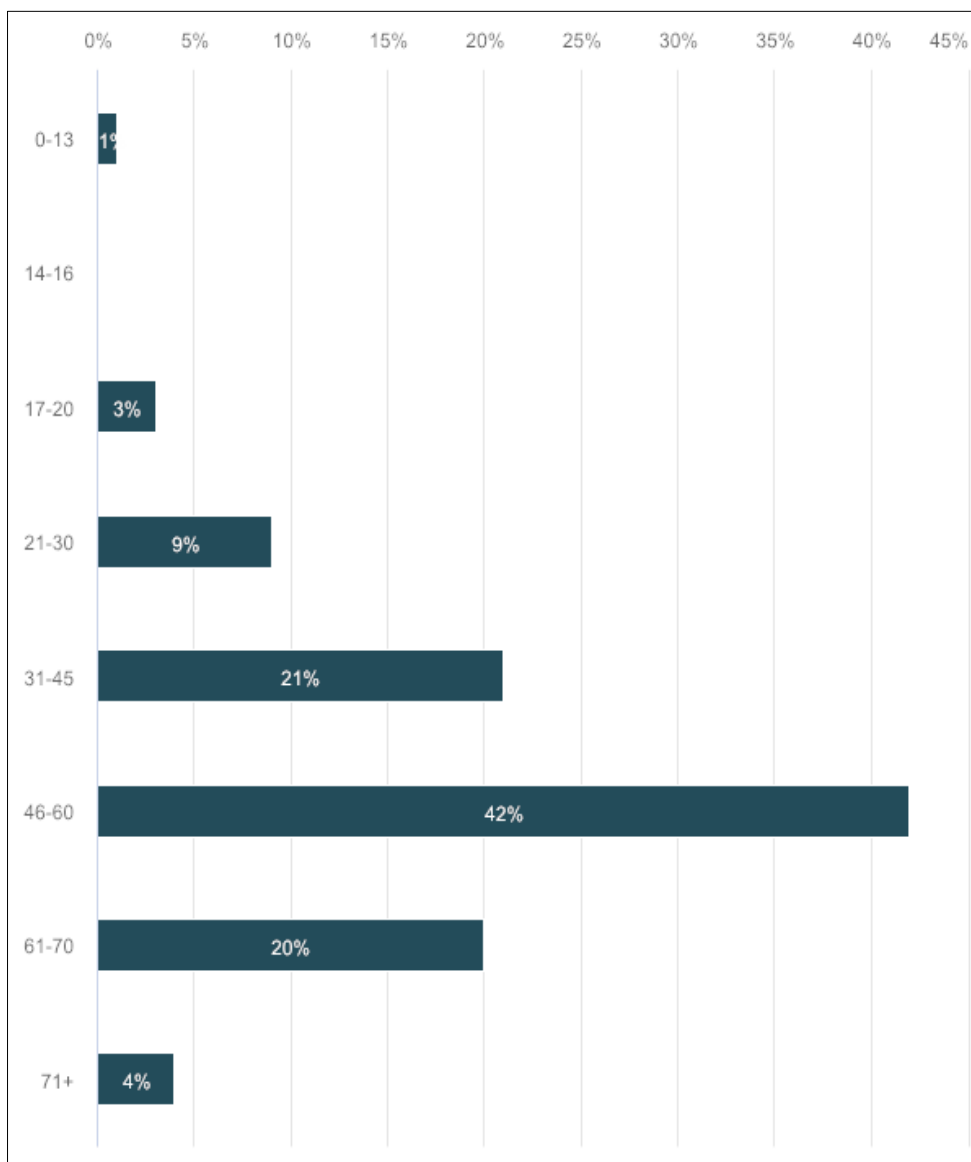
KUVIO 14. Suositellaanko asiointia myös muille?

99% vastaajista suosittelisi asiointia myös muille ja 1% ei suosittelisi (KUVIO 14).



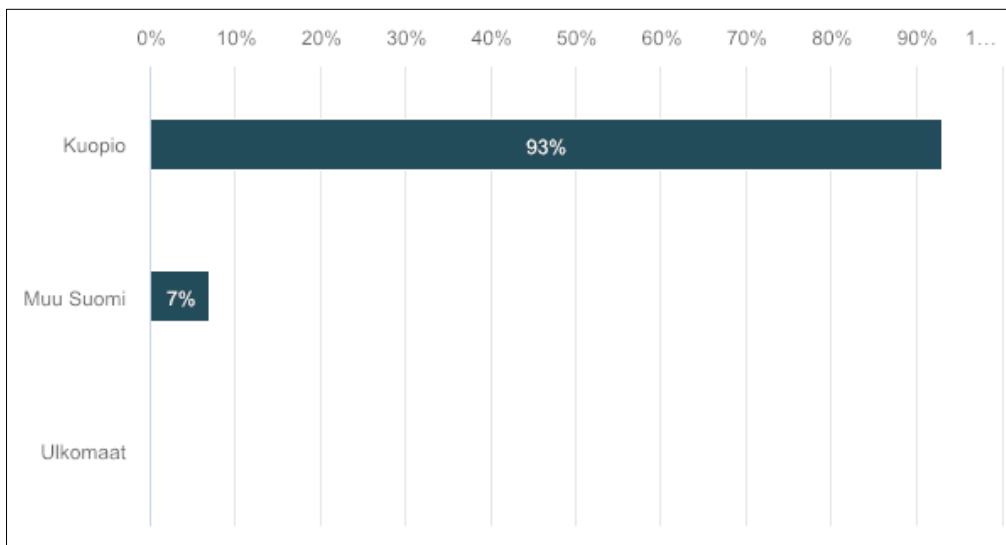
KUVIO 15. Vastaajien sukupuoli.

73% kävijöistä olivat naisia ja 27% miehiä (KUVIO 15).



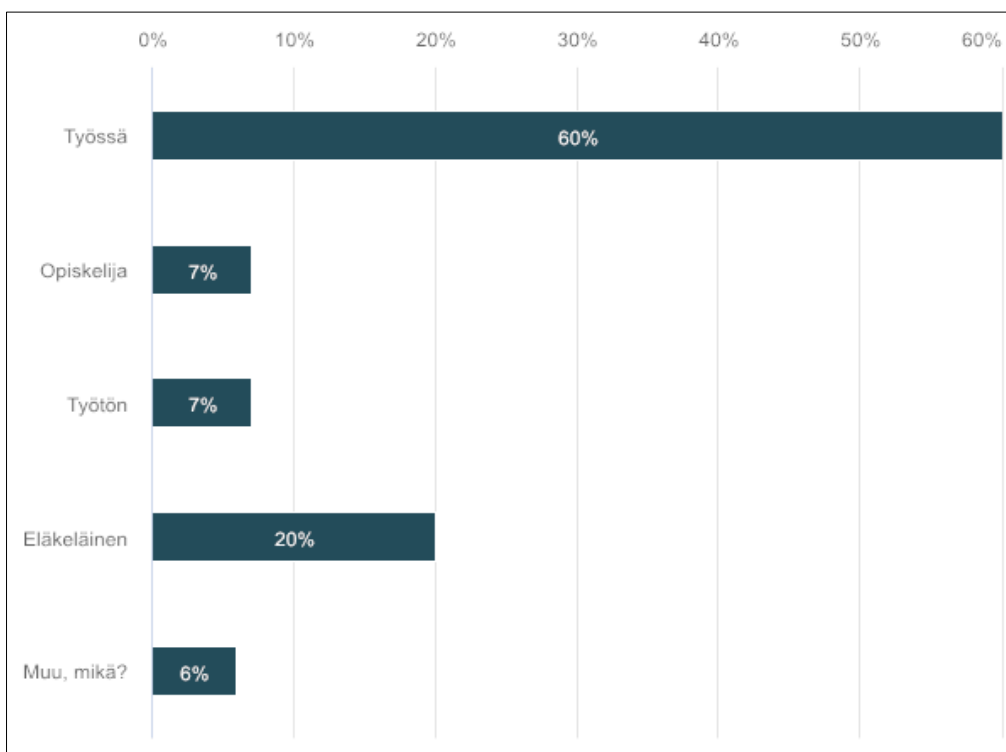
KUVIO 16. Vastaajien ikäjakauma.

Tutkimuksen perusteella suurimpana kävijäryhmänä olivat 46-60- vuotiaat (42%). Toiseksi eniten pisteellä on käynyt 31-45- vuotiaita (21%). Vastaajista 20% olivat 61-70- vuotiaita ja vähiten pisteellä on asioitu 21-30- vuotiaiden (9%), yli 71- vuotiaiden (4%), 17-20- vuotiaiden (3%) ja 0-13- vuotiaiden (1%) ikäryhmistä (KUVIO 16).



KUVIO 17. Vastaajien asuinpaikka.

Vastaajista 93% olivat Kuopiolaisia ja 7% muualta Suomesta (KUVIO 17).



KUVIO 18. Vastaajien nykyinen ammatti/asema.

Kävijöistä 60% olivat työssäkäyviä, 20% eläkeläisiä, 7% työttömiä, 7% opiskelijoita ja loput 6% olivat joko äitiysvapaalla, tai lomautettuina (KUVIO 18).

5.2 Benchmarking tulokset

Vertailukehittämisen kohteeksi valittiin matkailu/infopisteitä ympäri Suomen, jotka olivat kokoluokaltaan samankokoisia tai suurempia palvelupisteitä kuin Kuopio Info. Kysely toteutettiin sähköpostikyselynä. Organisaatioilta kysyttiin 11 kysymystä (LIITE 2) liittyen pisteiden palveluihin, sijaintiin sekä kehittämiskohteisiin. Lisäksi kyselyllä kartoitettiin henkilöresurssien määrää ja vuosittaisia kävijälukuja. Vertailun tavoitteena oli luoda lähtökohdat Kuopio Infon palveluiden kehittämiseksi ja tuoda vertailupohjaa palvelupolun toimivuudelle. Kyselyyn osallistui kolme matkailuneuvontaa.

Savonlinnan matkailuneuvonta toimii Riihisaari – Saimaan luonto- ja museokeskuksen yhteydessä, lähellä Olavinlinnaa. Piste ei sijaitse ydinkeskustassa, mutta matkailijavirtojen äärellä kuitenkin. Tutkimuksen tekoaikaan, Savonlinnan matkailuneuvonta sijaitsi Näлкälinnanmäellä, entisessä kirjastotalossa, koska Riihisaaren museorakennus oli peruskorjauksen alla. Savonlinnan uusitussa palvelupisteessä mahdollistetaan esteetön sisäänpääsy muun muassa lisättävien pyörätuoliramppien muodossa. Pisteellä ei ole käytössä vuoronumeroita.

Matkailupisteen palveluihin kuuluvat Savonlinnan maakuntamuseon ja Metsähallituksen näyttelyt, museokauppa sekä matkailu- ja retkeilyneuvonta. Kassa- ja neuvontapalvelut on hajautettu eri pisteille, mikä helpottaa kävijöiden asiointia. Tilassa ei ole erillisiä palvelupisteitä. Henkilökunta ohjaa asiakkaan oikeaan asiointipisteeseen.

Sesonkiaikoina matkailuneuvonnassa työskentelee neljä asiakaspalvelijaa, mutta yhtä työvuoroa tehdään pääsääntöisesti kolmen työntekijän voimin. Sesonkiaikojen ulkopuolella, vakituisia työntekijöitä on yksi ja loput ovat määräaikaaisia. Neuvonta on

avoinna päivittäin klo 10–17 ja toukokuussa klo 9–17. Kävijöitä on vuosittain noin 35 000.

Uusien tilojen myötä, matkailuneuvonnan on tarkoitus kehittää museokaupan ja Metsähallituksen retkeilynäyttelyä yhtenäisemmäksi palvelukokonaisuudeksi. Tulevaisuudessa on tarkoitus myös kehittää sähköisen myynnin kanavia, jotta asiakkaat pystyisivät ostamaan aktiviteetteja paikan päällä asioidessaan. Lisäksi Riihisaaren alueen opastuksia aiotaan muotoilla asiakkaita paremmin palvelevaksi kokonaisuudeksi.

Rovaniemen Matkailuneuvonnan/Visit Rovaniemen piste sijaitsee Sampokeskuksessa, keskustan tuntumassa. Matkailupiste muuttaa uusiin tiloihin syyskuussa 2020, saman kadun varrelle, yhdessä Osuuspankin kanssa. Pisteeseen on esteetön sisäänpääsy myös pyörätuolin kanssa.

Matkailuneuvonta myy matkamuitseja, postikortteja, postimerkkejä ja satoja eri aktiviteetteja. Palveluihin kuuluvat myös yleinen asiakasneuvonta, ja tarjolla on ilmaisia kartoja sekä esitteitä. Palveluita ei ole hajautettu eri pisteille, eikä käytössä ole vuoronumeroita.

Rovaniemen matkailuneuvonnassa työskentelee kaksi vakituista työntekijää ja sesonkiaikoina neljä työntekijää. Neuvonta on avoinna ma-pe klo 9-17 ja sesonkiaikoina myös lauantaisin klo 9-15. Vuosittain kävijöitä on noin 40 000. Tulevaisuudessa palveluja ei tulla lisäämään, mutta verkossa tapahtuvalle neuvonnalle riittäisi kysyntää. Matkailuneuvonnan on tarkoitus kehittää tulevaisuudessa verkkoneuvontaa saavutettavampaan muotoon.

Turun kaupungin matkailutoimisto, Visit Turku- piste sijaitsee yhteispalvelupiste Monitorissa, ydinkeskustassa, katutasossa. Pisteelle on esteetön kulku. Lisäksi käytössä ovat vuoronumerot, koska pisteen monipuolisen tarjonnan vuoksi, palvelut on hajautettu omille palvelupisteilleen.

Tila toimii yhteispalvelupisteenä. Matkailun lisäksi, tilassa toimivat myös Turun kaupungin ja Kelan asiointipisteet. Neuvonnan ja opastuksen lisäksi, matkailutoimistosta voi ostaa retkiä ja tuotteita. Matkailun osalta palveluita ei ole hajautettu eri palvelupisteille, mutta Kelan ja Turun kaupungin palveluiden vuoksi, käytössä ovat palveluopasteet.

Neuvonnassa työskentelee neljä vakituista työntekijää ja sesonkiaikoina kahdeksan asiakaspalvelijaa. Piste on avoinna arkisin klo 9-18, lauantaisin klo 10-15 sekä sunnuntaisin klo 10-15, jolloin palvelupiste on suljettu, mutta sähköiset asiointikanavat ovat avoinna. Kävijöitä on vuosittain noin 90 000. Matkailun osalta uusille palveluille ei ole tarvetta, mutta uutta ja toimivampaa palvelutilaa ollaan etsimässä.

6 POHDINTA

Työn tavoitteena oli tutkia, miten infopiste toimii asiakaslähtöisesti, millaisia palvelutarpeita kävijöillä on ja miten pistettä voidaan kehittää entistä asiakaslähtöisemmäksi ja palvelutarpeet täyttäväksi palvelukokonaisuudeksi. Tutkimuskysymysten analysointiin saatiin riittävästi aineistoa käytettyjen menetelmien avulla, joita on tarkoitus pohtia tässä luvussa.

Kyselyllä kerättyjen vastausten perusteella Kuopio Infon positiiviseen asiakaspalveluympäristöön sekä palvelunlaatuun ollaan tyytyväisiä. Palvelupolun (KUVIO 1) sujuvuutta vauhdittivat riittävät opastukset, jotka ohjasivat kävijät palvelupisteelle. Myös tilassa toimivat palveluopasteet koettiin informatiivisiksi. Lisäksi kilpailukykyiset hinnat houkuttelivat käyntiasiointiin. Lipputuotteita tarjoavia yrityksiä on Kuopion keskustan alueella muitakin, mutta tässä tapauksessa on selvää, että toimitusmaksut ovat kilpailukykyisempiä Kuopio Infon asiointipisteellä.

Tuloksista kävi myös ilmi, millainen on tyypillinen Kuopio Infon asiakas. Vastausten perusteella enemmistö Kuopio Infossa asioineista kävijöistä olivat 46-60- vuotiaita työssäkäyviä kuopiolaisia naisia, jotka asioivat pisteellä Waltti- korttilatausten tai pääsylippuostosten vuoksi.



KUVA 2. Kuopio Infon käyttäjäprofiili luotu Kuokkasen (2014) mallia mukaillen (KUVA 1).

Matkailupisteiden vertailukehittämisen tuloksena voidaan todeta, että jokainen matkailuneuvonta oli panostanut toimintojensa saavutettavuuteen. Toimintoja oltiin siirtämässä uusiin asiakasystävällisempiin tiloihin. Lisäksi yksi matkailuneuvonta oli remontin alla, jossa erityisesti tullaan kiinnittämään huomiota esteettömyyteen. Huomionarvoista oli myös se, että jokaisen matkailuneuvonnan palvelukokonaisuudessa oli otettu huomioon alueen tarjoamat palvelumahdollisuudet. Esimerkiksi Rovaniemellä palvelut koostuivat suurimmaksi osaksi myytävistä retkeilypaketeista. Alueen retkeilymahdollisuudet houkuttelevat tuhansia turisteja ympäri vuoden. Myös Savonlinnan palvelupisteen sijainti määrittelee palvelutarjontaa. Toimitilat sijaitsevat Riihisaari – Saimaan luonto- ja museokeskuksen yhteydessä, joten on luontevaa sisällyttää näyttelyiden järjestäminen pisteen palveluihin. Lisäksi Turussa sähköiset palvelukanavat ovat avoinna myös sunnuntaisin. Paranisiko Kuopio Infon saavutettavuus, jos sähköiset asiointikanavat olisivat auki esimerkiksi lauantaisin? Tätä tulisi pohtia yhtenä kehittämistoimenpiteenä, jotta asioinnista saataisiin entistä asiakaslähtoisempää.

Opinnäytetyössä käytettyjen tutkimusmenetelmien avulla syntyneet kehittämissuositukset voidaan lokeroida kahteen luokkaan. Ensimmäisessä luokassa tarkastellaan palvelupolkua ja sen toimivuutta kävijän kulkeman reitin perusteella. Tutkimukset nostivat esille palvelupisteen sijainnin merkityksen palvelupolun toimivuutta tarkastellessa. Organisaation onkin hyvä pohtia, kuinka pisteen saavutettavuus tulisi palvelemaan asiakkaita paremmin. Vastaajat toivoivat toimintojen siirtämistä katutasolle, josta kuntalaiset ja matkailijat tavoitettaisiin paremmin. Tämä toisi muun muassa pyörätuoliasiakkaille esteettömän mahdollisuuden asioida palvelupisteellä. Lisäksi tila koettiin ahtaaksi varsinkin ruuhka-aikaan. Palvelutiskit olivat liian lähellä toisiaan, jolloin yksityisyydensuoja kärsi ja muut tilassa olijat kuulivat, mitä palvelutilanteessa keskusteltiin. Vallitsevan maailmantilanteen johdosta (koronaepidemia), tulevaisuudessa tullaan kiinnittämään entistä enemmän huomiota ihmisten hyvinvointiin ja hygieenisempiin asiointitiloihin. Avarat ja väljemmät asiointitilat toisivat turvallisuuden tunnetta epidemia-aikoihin. Palvelukokemukseen vaikutti myös heikko ilmanlaatu, erityisesti helleaikaan. Ahtaan tilan vuoksi ruuhka-aikoina tilan ilmanlaatu saattaa heiketä merkittävästi. Vastaajat kokevat Kuopio Infon toimivan kuntalaisten käyntikorttina, jolloin palvelupolun sujuvuuteen tulee kiinnittää huomiota.

Toiseksi kehittämisen teemaksi nousivat palvelutarpeet. On hyvä pohtia, voisiko palvelutarjontaa kasvattaa muun muassa Terve Kuopio- kortin sekä museokortin osalta. Tulosten perusteella, tuotteille olisi kysyntää. Lisäksi ruuhka-aikoihin toivottiin lisää henkilökuntaa, jotta liian pitkiltä jonottamisilta vältyttäisiin. Aukioloihin toivottiin pidentäviä työssäkäyville asiakkaille, jotta pisteellä asiointi voitaisiin tehdä työpäivän päättymisen jälkeen. Organisaation kannattaa myös pohtia ulko-ovelle sijoitettavia näyttöjä, joita asiakkaat voisivat seurata jonottamisen yhteydessä. Näytöt voisivat toimia Kuopion kaupungin sekä Kuopio Infon tiedotuskanavana. Myös sisäisen postin jättömahdollisuutta kaupungin henkilöstölle ehdotettiin.

Työn tutkimusvaihe toteutettiin koronaepidemian puhkeamisen aikana, joten tutkimusten tekeminen osoittautui luultua hankalammaksi. Kuopio Infon kävijäkysely oli tarkoitus toteuttaa palvelupisteellä asioiville asiakkaille, jotta palvelutilanne olisi tuo-

reessa muistissa. Kuopio Info kuitenkin suljettiin käyntiasioinnilta hallitusten linjausten mukaisesti maaliskuussa 2020, jotta kansalaisten ja työntekijöiden terveyttä suojeltaisiin. Vastausprosentti jäi oletettua pienemmäksi. Voi olla, että kysymyspatteristo oli liian pitkä, eikä kyselyä jaksettu täyttää loppuun saakka. Myös palvelupisteen sulkeminen vaikeutti asiakkaiden hahmottamista palvelupisteen tilasta ja palvelukokemuksesta, ellei se ollut tuoreessa muistissa. Vertailukehittämisen kohteena toimivia matkailupisteitä lähestyttiin sähköpostikyselyn muodossa. Valitettavasti koronaepidemia oli sulkenut myös muut matkailupisteet ympäri Suomen. Kysely lähetettiin yli 20 toimijalle, joista kolme vastasi kyselyyn. Lisäksi kannustimena toiminut Kuopion kaupunginteatterin lahjakortti houkutteli teatterissa kävijöitä vastaamaan kyselyyn, joten muiden kävijäryhmien vastausprosentti jäi pieneksi. Näistäkin huolimatta tuloksia saatiin riittävä määrä, jotta tulosten luotettavuus säilyy. Työ tulee lisäämään organisaation tietämystä asiakkaiden palvelukokemuksista ja kehittämistoiveista. Kaikkia tutkimuksessa esille tulleita kehittämistoimia ei välttämättä ole mahdollista toteuttaa, mutta tuloksia voidaan kuitenkin hyödyntää suunnittelussa kohti asiakaslähtoisempää palvelukokonaisuutta.

Tulevaisuudessa työtä voisi syventää keskittymällä Kuopio Infon brändikuvaan. Millaisena kuopiolaiset kokevat asiakaspalvelupisteen imagon, joka toimii kaupungin etulinjassa palvelen kuntalaisia ja turisteja? Esimerkiksi syväluotaavien haastatteluiden tekeminen auttaisi ymmärtämään kuntalaisten näkemyksiä palvelupisteen brändistä, myös matkailijanäkökulmasta katsottuna.

LÄHTEET

Ambientia 2015. Viitattu 10.4.2020. <https://www.ambientia.fi/palvelut/palvelumuotoilu/>

Ground 2020. Viitattu 17.4.2020. <https://www.ground.fi/palvelumuotoiltua-viestintaa/>

Innokylä 2020. Viitattu 8.4.2020. <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/palvelupolku>

Itä-Suomen yliopisto 2020. Viitattu 19.4.2020. <https://www.uef.fi/benchmarking>

Kervola, Petri 2015. Kuopion kaupungin asiakaspalveluiden kokonaissuunnitelma 2015. Kuopion kaupunki.

Kokko, Teemu 2017. Mikä ihmeen palvelumuotoilu? Viitattu 23.4.2020. <https://eventolehti.fi/artikkelit/mika-ihmeen-palvelumuotoilu/>

Kuopion kaupunginteatteri 2016. Viitattu 1.4.2020. <https://kuopionkaupunginteatteri.fi/teatteri>

Kuopion kaupunki 2019. Viitattu 1.4.2020. <https://www.kuopio.fi/fi/kuopio-esittely>

Kuopion kaupunki 2019. Viitattu 1.4.2020. <https://www.kuopio.fi/fi/tilastotietoa>

Kuopion Musiikkikeskus 2018. Viitattu 1.4.2020. <https://www.kuopionmusiikkikeskus.fi/tietoa-talosta/esittely/>

Kuopion Musiikkikeskus 2018. Viitattu 1.4.2020. <https://www.kuopionmusiikkikeskus.fi/tietoa-talosta/organisaatio-ja-historia/>

Kuopion seudun joukkoliikenne. Viitattu 1.4.2020. <https://vilkku.kuopio.fi/kuopion-seudun-joukkoliikenne-vilkku>

Laine, Elina 2007. Benchmarking- menetelmän hyödyntäminen yrityksen energianhallinnan työkalun toteutuksen suunnittelussa. Opinnäytetyö. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu. <https://core.ac.uk/download/pdf/38000419.pdf>

Luoto, Riitta 2009. Kyselytutkimuksen suunnittelu. Verkkojulkaisu. Tampereen yliopisto. https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/66050/kyselytutkimuksen_suunnittelu_2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Nieminen, Varpu 2018. Asiakasprofiilien luominen markkinointiviestinnän tueksi. Case: Zodiak – Uuden tanssin keskus. Opinnäytetyö. Helsinki: Metropolia. Kulttuuri-
tuotannon koulutusohjelma. Verkkojulkaisu. Pdf.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/156655/Nieminen_Varpu.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Palvelumuotoilu Palo 2020. Viitattu 10.4.2020. <https://www.palvelumuotoilu-palo.fi/palvelumuotoilu>
- Palvelumuotoilu Palo 2020. Viitattu 10.4.2020. <https://www.palvelumuotoilu-palo.fi/blogi/2016/12/17/palvelumuotoilu-kehitt-asiakaskokemusta>
- Palvelumuotoilu Palo 2020. Viitattu 18.4.2020. <https://www.palvelumuotoilu-palo.fi/blogi/2018/1/31/palvelumuotoilun-menetelmat>
- Pohjois-Savon ELY-keskus 2020. Viitattu 1.4.2020. <https://www.ely-keskus.fi/web/ely/joukkoliikenne>
- Rasalahti, Maria 2017. Palvelumuotoilulla arvoa lapsen diabetes- verkkosivuille ja perhemateriaali- kokonaisuuteen. Diabetesliitto ry. Opinnäytetyö. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Muotoilu YAMK. Palvelumuotoilu. Verkkojulkaisu. Pdf.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/139690/Maria_Rasalahti.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sotenavigaattori 2014. Viitattu 17.4.2020. <https://sotenavigaattori.fi/laadukas-palvelu-ja-tyytyvainen-asiakas/>
- Tuhkunen & Rannisto 2013. Elämänhallintaa kuntayhteisössä. Helsinki. Suomen kuntaliitto.
- Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. 3. painos. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Törrönen, Veikko 2019. Kreapal. Viitattu 10.4.2020.
<https://www.kreapal.fi/blogi/mita-on-palvelumuotoilu/>
- Törrönen, Veikko 2019. Kreapal. Viitattu 10.4.2020.
<https://www.kreapal.fi/blogi/mika-on-palvelupolku/>
- Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto 2010. Viitattu 19.4.2020.
<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>

LIITTEET

Liite 1. Kuopio Infon kävijäkysely.

Kuopio Infon kävijäkysely

1. Mistä olet kuullut Kuopio Infosta?

- Internetistä
- Facebookista
- Mainosopasteista
- Tuttavalta
- Muualta, mistä?

2. Minkä palvelun takia olet asioinut Kuopio Infossa?

- Waltti- korttien
- Pääsylippujen
- Palveluneuvonnan
- Matkailuneuvonnan
- Muuttajaneuvonnan
- Muun, minkä?

3. Miksi valitsit Kuopio Infon asiointipisteeksi?

- Sijainnin
- Palvelun laadun
- Kilpailukykyisten hintojen
- Muun syyn vuoksi, minkä?

4. Oliko pisteelle vaikea löytää?

- Ei
- Kyllä, miksi?

5. Oliko pisteelle ohjaavat opasteet selkeät?

Kyllä

Ei, miksi?

6. Millaiseksi koit asiointipisteen tilan? Oliko asiakkaan tarpeet huomioitu tilassa tarpeeksi hyvin?

7. Oliko palvelut tilassa selkeästi esillä (kyltitykset)?

Kyllä

Ei ollut, miksi?

8. Olisiko pisteellä jonottaminen selkeämpää, jos käytössä olisi esimerkiksi vuoronumerot?

Kyllä

Ei, miksi?

9. Olitko tyytyväinen palvelutilanteeseen?

Kyllä

En, miksi?

10. Mikä sinulle palvelutilanteessa on tärkeintä?

Ystävällinen palvelu

Nopeus

Muu, mikä?

11. Miten kehittäisit palvelutilannetta paremmaksi?

12. Miten kehittäisit nykyisiä palveluita?

13. Mitä muita palveluita haluaisit Kuopio Infoon?

14. Aiotko asioida pisteellä uudestaan?

Kyllä

En, miksi?

15. Suositteletko asiointia muille?

Kyllä

En, miksi?

16. Sukupuoli?

Nainen

Mies

17. Ikä?

- 0-13
 14-16
 17-20
 21-30
 31-45
 46-60
 61-70
 71+

18. Asuinpaikka?

- Kuopio
 Muu Suomi
 Ulkomaat

19. Nykyinen asema?

- Työssä
 Opiskelija
 Työtön
 Eläkeläinen
 Muu, mikä?

20. Osallistun Kuopion kaupunginteatterin kahden hengen lahjakortin arvontaan:

Nimi

Puhelinnumero

Liite 2. Sähköpostikyselyn lomake.

Toimipisteen nimi?

Toimipisteen sijainti; Sijaitseeko piste asiakasvirtojen äärellä keskustassa vai jossakin muualla?

Miten esteettömyys on huomioitu; opasteet, portaat yms..?

Onko pisteellänne käytössä jonotusnumeroita?

Mitä palveluita/tuotteita teillä on tarjolla?

Saako jokaiselta palvelupisteeltä kaikki palvelut vai onko ne eriytetty eri pisteille?

Jos palvelut on eriytetty eri pisteille, näkyykö asiakkaalle selkeästi, mitä palveluita eri pisteiltä saa?

Henkilökunnan määrä sesonkiaikana sekä sesonkiajan ulkopuolella?

Päivittäinen aukiolo ja aukiolo sesonkiaikoina?

Vuosittainen kävijämäärä?

Oletteko suunnitelleet ottavanne lisää tuotteita tai palveluita palvelutarjontaan lähitulevaisuudessa?

Millaisille palveluille teillä olisi tulevaisuudessa kysyntää?

