

ePOOKI

OULUN AMMATTIKORKEAKOULUN TUTKIMUS- JA KEHITYSTYÖN JULKAISUT ISSN 1798-2022

ePooki 38/2020

Käyttäjäkokemus on ohjelmiston tärkein ominaisuus

Matihaldi Kalle, Sinisalo Jaakko

3.6.2020 ::

Käyttäjäkokemus on ohjelmistojen käyttöönoton ja ostamisen kannalta keskeinen tekijä. Jos käyttäjäkokemus on hyvä, käyttäjä on tyytyväinen ja palaa käyttämään tuotetta. Tällöin hän sitoutuu tuotteen käyttöön, voi laajentaa sitä ja kertoa positiivisista kokemuksistaan eteenpäin. Käyttäjäkokemuksen kannalta tärkeässä asemassa ovat käyttäjäperehdytys, käyttöliittymäsuunnittelu ja käyttäjien sitouttaminen.

Viime vuosina ohjelmistoyritykset ovat alkaneet muuttaa toimintaansa myyntilähtöisestä toimintatavasta tuotelähtöiseen toimintamalliin ^[1]. Tuotelähtöisen toimintamallin myötä ohjelmistojen myynti ja markkinointi ovat alkaneet toimia enemmän itsepalveluperiaatteella ^[2]. Tämä tarkoittaa sitä, että potentiaalisille asiakkaille tarjotaan mahdollisuus joko kokeilla tuotetta ilmaiseksi tai käyttää rajoitettua osaa tuotteesta ilmaiseksi. Hyviä esimerkkejä ovat etenkin kuluttajille suunnatut Software as a Service (SaaS) -palvelut, kuten Netflix tai Spotify. Sama trendi on kasvattanut suosiotaan myös yritysmarkkinoilla B-to-B-ohjelmistojen parissa ja monet suuret toimijat, kuten Salesforce, Hubspot ja Slack hyödyntävät tuotelähtöistä toimintamallia ohjelmistojensa myynnissä.

Tuotelähtöiseen toimintamallin suosion myötä itse ohjelmistotuote toimii yrityksen myynnin, markkinoinnin, asiakaspalvelun ja tuotekehityksen tärkeimpänä moottorina ^[3]. Tämä asettaa ohjelmistotuotteen suunnittelulle uudenlaisia vaatimuksia, sillä käyttäjien pitää itse oppia käyttämään ohjelmistoa ja omaksumaan se. Samalla heidän pitäisi olla tyytyväisiä ohjelmistoon. Asiakkaiden tyytyväisyyteen vaikuttaa ennen kaikkea se, että he kykenevät käyttämään ohjelmistoa tehokkaasti ja saamaan sen käytöstä arvoa. ^[4]

Käyttäjäkokemuksen merkitys ohjelmistojen hankintaan

SaaS-liiketoiminnan kehitys on edennyt niin sanottuun kolmanteen vaiheeseen, josta puhutaan käyttäjäkokemusvaiheena ^[1] ^[5]. SaaS-liiketoiminnan vahva esiintulo onkin vaikuttanut huomattavasti tapoihin, joilla sekä kuluttajat että yritykset hankkivat ohjelmistoa käyttöönsä.

Käyttäjäkokemuksella tarkoitetaan kyseisen tuotteen käyttäjän kokemusta ohjelmiston käytöstä ja sitä, miten hän kokee ohjelmiston käytön. Lähtökohtaisesti kokemus voi olla joko hyvä, huono tai neutraali. Käyttäjäkokemuksesta onkin tullut ohjelmistojen käyttöönoton ja ostamisen kannalta keskeinen tekijä. Hyvällä käyttäjäkokemuksella varmistetaan, että käyttäjä on tyytyväinen ja palaa käyttämään tuotetta. Huono käyttäjäkokemus aiheuttaa todennäköisesti sen, että kyseisestä käyttäjästä ei koskaan tule sitoutunutta käyttäjää tai hän ei ole valmis maksamaan tuotteesta. ^[6]

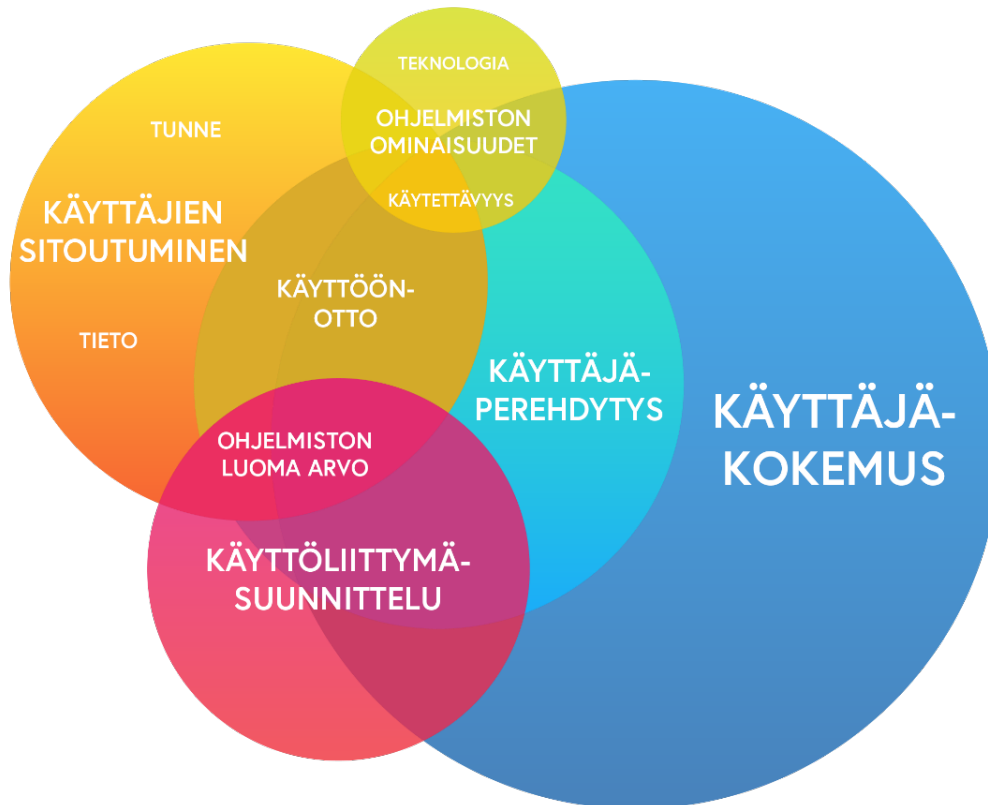
Asiakkaan näkökulmasta käyttäjä- ja asiakaskokemus ovat nousseet keskeisiksi teemoiksi pohdittaessa ohjelmiston hankintaa ja sen käyttöä. Ihmiset useimmiten haluavat itse kokeilla tuotetta ja arvioida, onko siitä heille hyötyä, sen sijaan, että ottaisivat ensimmäisenä yhteyttä myyjään. Kun käyttäjät kokeilevat tuotetta itsenäisesti, on heille kyettävä osoittamaan tuotteen luoma arvo nopeasti ja suoraviivaisesti ^[7].

Yritykset toisaalta miettivät sitä, ovatko käyttäjät valmiita maksamaan tuotteen käytöstä. Hinta ja tuotteen ominaisuudet eivät enää riitä kilpailueduksi, koska ne voidaan kopioida kilpailijan toimesta. Ainutlaatuisista

käyttäjä- ja asiakaskokemusta taas ei [51]. Tästä syystä ohjelmistojen kehityksessä on alettu entistä enemmän panostamaan loistavaan käyttäjäkokemukseen sekä siihen, että asiakas oikeasti voi käyttää tuotetta menestyksekkäästi.

Miten käyttäjäkokemukseen voidaan vaikuttaa?

Opinnäytetyönä [81] tehdyn tutkimuksen mukaan SaaS-ohjelmiston käyttäjäkokemukseen vaikuttavat monet asiat ohjelmiston sisällä ja sen ulkopuolella. Kuviossa 1 on kuvattu käyttäjäkokemukseen liittyvät tärkeimmät tekijät.



KUVIO 1. SaaS-ohjelmiston käyttäjäkokemukseen vaikuttavat tekijät

Käyttäjäperehdytys. Ensimmäinen askel kohti onnistunutta käyttökokemusta on se, että käyttäjä pääsee mahdollisimman vaivattomasti alkuun tuotteen käytössä. Tähän työkaluna toimii onnistunut käyttäjäperehdytys, jonka merkitys tuotteen käytössä on suuri. Käyttäjäperehdytyksen tehtävä ei ole esitellä tuotteen käyttöliittymää, vaan ohjata käyttäjä suoraviivaisesti tekemään tuotteella niitä asioita, joihin se on tarkoitettu ja osoittamaan tuotteen luoma arvo. Käyttäjäperehdytyksen tulee osoittaa käyttäjälle nopeasti, mitä hän voi tuotteen käytöllä saavuttaa.

Käyttäjäperehdytyksen onnistuminen on kriittinen tekijä ohjelmiston käyttöönoton onnistumisessa. Mitä helpommaksi tämä osio käyttäjälle tehdään, sitä paremmin käyttäjä sitoutuu tuotteen käyttöön ja on valmis palamaan käyttämään tuotetta jatkossakin sekä maksamaan tuotteen käytöstä.

Käyttöliittymäsuunnittelu. Tärkein yksittäinen käyttäjäperehdytystyökalu on käyttöliittymäsuunnittelu, jolla voidaan vaikuttaa tehokkaasti käyttäjäperehdytykseen. Käyttäjäperehdytyksen parhain hyöty saadaan irti tekemällä käyttöliittymäsuunnittelu niin selkeäksi, että käyttäjän ei tarvitse etsiä vastauksia, vaan hän ymmärtää tuotteen käytön kannalta oleelliset asiat itse.

Käyttöliittymäsuunnittelulla voidaan vaikuttaa paljon ohjelmiston käyttäjän yleiskuvaan ja myös siihen, miten käyttäjä kokee tuotteen käytännössä. Jotta käyttäjäkokemus olisi aina hyvä, tulee käytön olla kenelle tahansa käyttäjälle helppoa ja selkeää. Käyttäjän tulee myös löytää ohjelmiston oleelliset toiminnot helposti. Käyttöliittymäsuunnittelulla voidaan vaikuttaa tehokkaasti siis käyttäjäperehdytykseen, mutta myös koko käyttäjäkokemukseen sekä käyttäjien sitoutumiseen.

Käyttäjien sitouttaminen. Käyttäjien säilyttämisessä ja sitouttamisessa on tärkeää luoda asiakkaasta menestynyt tuotteen käyttäjä. Hyvän asiakaskokemuksen luominen läpi asiakkaan elinkaaren auttaa käyttäjien säilyttämisessä ja tekee heistä sitoutuneita käyttäjiä. Hyvä asiakaskokemuksen varmistamiseksi käyttäjistä tulee kerätä tietoa ja tutkia esimerkiksi sitä, käyttävätkö he tuotetta niihin asioihin, mihin se on tarkoitettu.

Käyttäjien auttamisessa yrityksen tulisi hyödyntää kerättyä tietoa ja olla proaktiivisesti auttamassa asiakasta hänen kokemissaan haasteissa. Asiakaskokemuksen pysyessä hyvänä, käyttäjä on valmis sitoutumaan tuotteen käyttöön myös jatkossa

Kuinka muuttaa käyttäjät maksaviksi asiakkaiksi?

Käyttäjien muuttaminen maksaviksi asiakkaiksi on yksi haastavimmista asioista tuotelähtöisessä toimintamallissa osana SaaS-liiketoimintaa. Ilmaiskokeilijoiden muuttaminen maksaviksi asiakkaiksi toimii parhaiten silloin, jos käyttäjälle voidaan osoittaa hänen saavan arvoa ohjelmiston käytöstä. Jotta tämä on mahdollista, tulee tuotteen käyttäjäperehdytyksen kyetä osoittamaan käyttäjälle tuotteen luoma arvo nopeasti. Myös asiakaskohtaisten sisältöjen avulla voidaan paremmin puhutella asiakasta. Tämän toteuttamiseksi yrityksen tulisi tunnistaa asiakkaansa ja kyetä tarjoamaan heille kohdistettua sisältöä.

Ilmaiskokeilu itsessään on helppo tehdä, mutta jotta siitä saadaan hyötyä irti, tulee käyttäjälle tarjota merkityksellistä ja hänen kannaltaan relevanttia sisältöä sekä osoittaa, että tuotteen avulla voidaan ratkaista hänen haasteensa. Näin ollen myös tuotteen käytöstä löytyvät hyödyt saadaan tuotua tehokkaasti käyttäjän nähtäväksi

Lopuksi

Käyttäjäkokemus on kriittinen tekijä ohjelmistojen käyttöönotossa erityisesti SaaS-liiketoiminnassa [8]. Tämä tarkoittaa sitä, että ohjelmistot pitäisi suunnitella käyttäjien ehdoilla, ei teknologian eikä minkään muun sidosryhmän. Käyttäjien pitää saada arvoa, kuten esimerkiksi ajansäästöä ohjelmiston käyttämisestä. Arvon osoittamiseksi tarvitaan sekä hyvää käyttäjäperehdytystä että hyvää käyttöliittymäsuunnittelua. Jotta SaaS-palvelu voi kasvaa ja kehittyä, yrityksen tulee varmistaa, että heidän asiakkaansa ovat tyytyväisiä ja menestyvät tuotteen avulla. Tällöin he sitoutuvat tuotteen käyttöön, voivat laajentaa sitä ja kertoa positiivisista kokemuksistaan eteenpäin.

Artikkeli perustuu opinnäytetyöhön:

Matihaldi, K. 2020. SaaS-ohjelmiston automatisoitu myynti ja käyttöönottoprosessi: Case Intro perehdytysohjelmisto. Oulun ammattikorkeakoulu.
Opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020052613739>

Muokkaus 4.6.2020: Poistettu kuvioista 1 lähdemerkintä

Lähteet

1. [^] ^{ab}Bartlett, B. 2019. What is Product Led Growth? How to Build a Software Company in the End User Era. Hakupäivä 11.5.2020.
<https://openviewpartners.com/blog/what-is-product-led-growth>
2. [^]Rajaram, G. 2018. Self-serve first: the overlooked but essential paradigm underlying great software companies. Medium. Hakupäivä 27.1.2020.
<https://medium.com/%40gokulrajaram...>
3. [^]Bush, W. 2019. Product-Led Growth. How to Build a Product that Sells Itself. Product-Led Institute.
4. [^]Mehta, N., Steinman, D., Murphy, L. & Martinez, M. 2016. Customer Success. Wiley.
5. [^] ^{ab}Bonfiglio, N., Alon, M. & Pono, M. 2017. Mastering Product Experience In SaaS - How to Deliver Personalized Product Experiences with Product-led Go-to-Market Strategy. Gainsight.

6. [△]Exadaktylou, D. 2019. How Product-Led Growth Redefines Customer Experience. Reinvent Growth. Hakupäivä 11.5.2020.
<https://www.reinventgrowth.co/product-led-growth/customer-experience/>
7. [△]Pono, M. 2018. Freemium vs Free Trial vs Hybrid Customer Acquisition Model in SaaS: How to Develop a Customer Acquisition Strategy. Medium. Hakupäivä 16.12.2019.
<https://medium.com/the-marketing-playbook...>
8. ^{^ ab}Matihaldi, K. 2020. SaaS-ohjelmiston automatisoitu myynti ja käyttöönottoprosessi: Case Intro perehdytysohjelmisto. Oulun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Hakupäivä 27.5.2020.
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020052613739>

Metatiedot

Nimeke: Käyttäjäkokemus on ohjelmiston tärkein ominaisuus

Tekijä: Matihaldi Kalle; Sinisalo Jaakko

Aihe, asiasanat: käyttäjäkokemus, käyttäjäkoulutus, käyttäjälähtöisyys, ohjelmistokehitys, ohjelmistosuunnittelu, ohjelmistotuotanto

Tiivistelmä: Viime vuosina ohjelmistoyritykset ovat alkaneet muuttaa toimintaansa tuotelähtöiseen toimintamalliin, jossa potentiaaliset asiakkaat voivat kokeilla tuotetta tai sen osaa ilmaiseksi. Tämä asettaa ohjelmistotuotteen suunnittelulle uudenlaisia vaatimuksia, sillä käyttäjien pitää itse oppia käyttämään ohjelmistoa. Myös ohjelmiston suunnittelun kannalta käyttäjäkokemus on noussut kilpailutekijäksi, sillä kilpailijat voivat periaatteessa kopioida kaikkia muut ominaisuudet, mutta eivät ainutlaatuista käyttäjä- ja asiakaskokemusta. Käyttäjäkokemuksesta onkin tullut ohjelmistojen käyttöönoton ja ostamisen kannalta keskeisin tekijä. Jos käyttäjäkokemus on hyvä, käyttäjä on tyytyväinen ja palaa käyttämään tuotetta. Tällöin hän sitoutuu tuotteen käyttöön, voi laajentaa sitä ja kertoa positiivisista kokemuksistaan eteenpäin. Käyttäjäkokemuksen kannalta tärkeässä asemassa ovat käyttäjäperehdytys, käyttöliittymäsuunnittelu ja käyttäjien sitouttaminen.

Julkaisija: Oulun ammattikorkeakoulu, Oamk

Aikamääre: Julkaistu 2020-06-03

Pysyvä osoite: <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2020052639162>

Kieli: suomi

Suhde: <http://urn.fi/URN:ISSN:1798-2022>, ePooki - Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut

Oikeudet: CC BY-NC-ND 4.0

Näin viittaat tähän julkaisuun

Matihaldi, K. & Sinisalo, J. 2020. Käyttäjäkokemus on ohjelmiston tärkein ominaisuus. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut 38. Hakupäivä xx.xx.xxxx. <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2020052639162>.