

Nina Alatalo

# PALVELUT ALOITTAVALLE YRITTÄJÄLLE

Opinnäytetyö

Tradenomi

Myynti, markkinointi ja palvelumuotoilu

2020



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

<b>Tekijä/Tekijät</b>	<b>Tutkintonimike</b>	<b>Aika</b>
Nina Alatalo	Tradenomi (AMK)	marraskuu 2020
<b>Opinnäytetyön nimi</b>		56 sivua 8 liitesivua
Palvelut aloittavalle yrittäjälle		
<b>Toimeksiantaja</b>		
Cursor Oy		
<b>Ohjaaja</b>		
Marita Kankaanranta		
<b>Tiivistelmä</b>		
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia kehittämissyhtiö Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluita vuosina 2017–2019 käyttäneiden asiakkaiden tyytyväisyyden taso palveluihin. Tavoitteena on saada selville, millaisena asiakkaat olivat kokeneet palvelun ja missä kohdissa palveluissa olisi parannettavaa ja kehitettävää.</p> <p>Asiakastyytyväisyyden tasoa selvitettiin Webropol-kyselyllä keväällä 2020, jossa vastaajilla oli avoimien kysymysten kautta mahdollisuus myös kertoa oma mielipiteensä ja perustelunsa, mihin asioihin he kaipasivat parannusta. Samaan aikaisesti selvitettiin Cursor Oy:n tunnettuutta Kotkan-Haminan alueella. Kysely tehtiin vuonna 2019 niiden aloittaneiden yritysten keskuudessa, joiden arvioidaan aloittaneen liiketoiminnan ilman Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluja. Tavoitteena oli saada tietoa siitä, mitä palveluja he olivat käyttäneet yritystä perustaessaan ja miksi he eivät olleet käyttäneet Cursor Oy:n palveluja.</p> <p>Ennen kyselyiden toteutusta haastateltiin Cursor Oy:n yrityspalvelun neuvontatiimiin työntekijät ja heidän esimiehensä. Haastattelumuotona oli teemahaastattelu, jonka avulla haluttiin kartoittaa työntekijöiden näkemyksiä ja kokemuksia.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa syvennytään asiakastyytyväisyyteen ja -ymmärrykseen, asiakaskokemukseen ja sen suunnitteluun sekä asiakkaiden odotuksiin. Lähestymistapoina tutkimuksessa käytetään sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Myös aikaisempia aloittavan yrittäjän palveluista tehtyjä tutkimuksia ja toimeksiantajalta saatua tausta-aineistoa hyödynnetään.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneiden asiakastyytyväisyys on hyvällä tasolla ja asiakaskokemukset ovat positiivisia. Cursor Oy:n maine koettiin hyväksi. Erityisen hyvin sen tiedettiin tarjoavan palveluita aloittaville yrittäjille. Cursor Oy:n tunnettuutta tutkitussa kohdejoukossa vastaajista noin 54 % ei tiennyt yritystä tai tiesi sen joko huonosti tai melko huonosti.</p>		
<b>Asiasanat</b>		
asiakastyytyväisyys, asiakasymmärrys, asiakaskokemus		

<b>Author (authors)</b>	<b>Degree</b>	<b>Time</b>
Nina Alatalo	Bachelor of Business Administration	November 2020
<b>Thesis title</b>		
Services for start-up entrepreneurs		56 pages 8 pages of appendices
<b>Commissioned by</b>		
Cursor Oy		
<b>Supervisor</b>		
Marita Kankaanranta		
<b>Abstract</b>		
<p>The importance of customer satisfaction and customer experience are known to be among the keys factors to succeed in the business world. In this thesis, the purpose was to determine the level of customer satisfaction and find ways to improve the company's image and recognizability among start-up companies.</p> <p>The objective of this research was to study customer satisfaction; and their overall experience was measured by two different Webropol surveys. The first survey was executed among customers who had used the company's services between the years 2018–2019. The purpose was to find out the quality of the customer experience. The second survey was sent out to the customers who had not used Cursor's services in the start-up phase. The purpose of the second survey was to learn how well they know Cursor Ltd. and for what reasons they have not used Cursor services. Both surveys were executed in the spring of 2020, and they consisted of several open questions.</p> <p>Before the surveys, a few of the employees of Cursor and their supervisor were interviewed. These interviews were used to find out their vision about the services for the start-up companies and create a base for the questions used in the surveys.</p> <p>The theoretical part of the research customer satisfaction and customer experience and their relationship between were explored, both from quantitative and qualitative point of view. Also, previously made studies were analysed and used as a base of the research.</p> <p>In conclusion, the research revealed that the level of customer satisfaction is good. Majorities of the customer experiences were positive and recognizability of the company in the region was at a sufficient level. The positive outcome was that the company was well known for its work with new start-up companies. The study also showed that roughly 54 per cent of the responders in the second study group knew a bit or nothing about the company. That gave an interesting point of view for further studies.</p>		
<b>Keywords</b>		
customer satisfaction, customer insight, customer experience		

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
2	TUTKIMUSASETELMA .....	8
2.1	Tutkimuskysymys ja tutkimusjoukko .....	8
2.2	Aineistonkeruumenetelmät .....	8
3	MIKSI ALOITTAVIEN YRITTÄJIEN TUKEMINEN ON TÄRKEÄÄ? .....	10
3.1	Julkinen palveluntarjonta aloittaville yrittäjille.....	10
3.2	Seudulliset yrityspalveluverkostot .....	11
3.3	Yritys-Suomi –toimintamallin kehittäminen .....	12
4	CURSOR OY .....	12
4.1	Toimeksiantajan esittely.....	12
4.2	Cursor Oy:n tavoitteet.....	12
4.3	Kotkan-Haminan seudun yrityspalveluverkosto .....	13
4.4	Cursor Oy:n palvelut aloittavalle yrittäjälle .....	15
4.5	Aloittavan yrittäjän neuvonnan tavoite .....	16
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS .....	17
5.1	Asiakasymmärrys .....	17
5.2	Kokonaisvaltainen asiakaskokemus .....	18
5.3	Ainutlaatuinen asiakaskokemus.....	19
6	ASIAKASKOKEMUKSEN SUUNNITTELU .....	20
6.1	Nykytila-analyysi.....	20
6.2	Asiakkaan ja yrityksen kohtaamispisteitä.....	21
6.3	Asiakas toiminnan keskiössä .....	21
6.4	Asiakkaiden odotukset.....	22
7	TUTKIMUSMENETELMÄT .....	22
7.1	Määrällinen tutkimusmenetelmä .....	23
7.2	Laadullinen tutkimusmenetelmä .....	23

7.3	Haastattelut.....	23
8	TUTKIMUS .....	24
8.1	Tausta-aineisto .....	24
8.2	Neuvontatiimin haastattelut.....	25
8.3	Webropol-lomakekysely palveluita käyttäneille.....	26
8.4	Webropol-kysely ei palveluita käyttäneille.....	27
9	TUTKIMUSTULOKSET .....	28
9.1	Tutkimusaineistoa analysointi.....	28
9.2	Yhteenveto neuvontatiimin haastatteluista.....	28
9.2.1	Työntekijäkokemus .....	29
9.2.2	Oman työn haasteita.....	29
9.2.3	Asiakastapaamiset ja asiakastyytyväisyys.....	30
9.2.4	Kehittämisehdotuksia ja tavoitteita tulevaisuudessa .....	30
9.3	Aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneiden taustatiedot.....	31
9.3.1	Asuinkunta ja ikä.....	31
9.3.2	Yritystoiminta ja yritysmuodot .....	33
9.3.3	Yritystoiminta ei ole käynnistynyt .....	34
9.4	Aloittavalle yrittäjälle suunnattujen palveluiden käyttö .....	34
9.4.1	Tiedon hankinta ennen yritystoiminnan aloittamista.....	35
9.4.2	Asiakkaiden tyytyväisyys hankitusta tiedosta.....	35
9.5	Cursor Oy:n palveluiden käyttö.....	36
9.5.1	Asiakkaiden tyytyväisyys aloittavan yrittäjän palveluihin.....	37
9.5.2	Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluista kolme tärkeintä.....	39
9.5.3	Mitä muita palveluita asiakkaat olisivat tarvinneet?.....	40
9.6	Asiakkaiden tyytyväisyys Cursor Oy:n palveluihin .....	40
9.7	Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palvelujen suosittelu muille .....	41
9.8	Kehittämisehdotuksia asiakkailta .....	42
10	CURSOR OY:N TUNNETTUUS KOTKAN-HAMINAN ALUEELLA.....	44

10.1 Tutkimustulokset.....	44
10.1.1 Vastaajien asuinkunta ja ikä .....	44
10.1.2 Yritystoiminta ja yritysmuodot .....	45
10.1.3 Tyytyväisyys saadusta tiedosta ja sen lähteestä .....	46
10.1.4 Palvelun suositteluhalukkuus.....	48
10.1.5 Mitä ja millaisia palveluita toivottiin lisää? .....	49
10.2 Cursor Oy:n tunnettuus.....	49
10.3 Kehittämisehdotuksia aloittavan yrittäjän palveluihin .....	51
11 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	52
12 POHDINTA .....	53
LÄHTEET.....	56

## LIITTEET

Liite 1. Teemahaastattelun kysymykset

Liite 2. Saate Webropol-kyselyyn

Liite 3. Webropol-kysely

## 1 JOHDANTO

Suomeen tulee lisätä yrittäjyyttä kehittämällä yhteiskuntaa yrittäjäystävällisempään suuntaan. Etenkin pienet- ja keskisuuret yritykset luovat uusia työpaikkoja. Samalla myös viranomaisten toiminta tulee olla joustavaa ja yrittäjyyttä tukevaa, todetaan työ- ja elinkeinoministeriön työpaperissa Yrittäjäystävällisyysstrategia 2020+. Myös hallituksen yrittäjäystävällisyysstrategian pyrkii lisäämään yrittäjien luottamusta siihen, että Suomessa kannattaa perustaa yrityksiä. Ministeri Lintilä mukaan strategian yksi tärkeimmistä tavoitteista on kuunnella yrityskenttää ja käydä keskustelua toimenpiteistä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2020.)

Pia Houni Työterveyslaitokselta nostaa esille yrittäjyyden yhtenä keskeisistä työllistymisen muodoista yhteiskunnassa. Yrittäjyys käsitteenä on muuttanut muotoaan ja sen rinnalla käytettävät erilaiset ilmaisut kuten itsensä työllistäjät, startuppilaiset, luovat toimittajat, kuvaavat hänen mukaansa yrittäjyyden kulttuurista muutosta. (Alasoini & Houni 2019, 38–39.)

Yrittäjyys on entistä luontevampi tapa työllistyä elämän eri vaiheissa ja eri pituisissa jaksoissa sekä hankkia toimeentulo. Samalla kun yrittäjyyteen kannustetaan ja rohkaistaan, niin rinnalla tarjotaan palveluja ja tukea yritystoiminnan eri vaiheisiin. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa aloittavien yrittäjien julkiset palvelut Kotkan-Haminan toiminta-alueella. Samalla selvitetään asiakkaiden tyytyväisyys näissä aloittaville yrittäjille suunnatuissa palveluissa.

Kotkan-Haminan alueella aloittavalle yrittäjälle tukea ja palveluja tarjoaa kehittämissyhtiö Cursor Oy, joka on opinnäytetyöni toimeksiantaja. Aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneille on palvelun käytön jälkeen lähetetty palautekysely, jossa he ovat voineet antaa arvosanan saamastaan palvelusta. Cursor Oy:lle ei ole kuitenkaan tehty laajempaa selvitystä tämän kohdejoukon asiakastyytyväisyydestä aikaisemmin. Nyt tehtävällä laajemmalla selvityksellä asiakastyytyväisyydestä halutaan varmistaa, ovatko palautteet samansuuntaisia kuin nyt tehtävässä tutkimuksessa.

Aloittaville yrittäjille tarkoitetuista palveluista on tehty useampi tutkimus TEMin (työ- ja elinkeinoministeriö) tilaamana. Nämä tutkimukset ovat koskeneet isompia toimialueita Suomessa. Oma kiinnostukseni aiheeseen kumpuaa työkokemukseni kautta aloittavien yrittäjien parissa.

## **2 TUTKIMUSASETELMA**

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää Cursor Oy:n tarjoamia aloittavan yrittäjän palveluita vuosina 2017–2019 käyttäneiden asiakkaiden tyytyväisyys. Tutkimusongelmana on selvittää asiakastyytyväisyyden taso. Samanaikaisesti tämän tutkimuksen rinnalla on tarkoitus kartoittaa Cursor Oy:n tunnettuutta Kotkan-Haminan alueella.

### **2.1 Tutkimuskysymys ja tutkimusjoukko**

Tutkimuksen pääkysymyksenä on seuraava: mitä mieltä asiakkaat ovat Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluista? Lisäksi tutkimuksessa pyritään löytämään palveluiden kehittämiskohteita. Pääkysymystä tukevat kysymykset ovat seuraavat: Mitä kehittämiskohteita palveluissa on? Mitä kehittämistoimenpiteitä voidaan tehdä, jotta aloittavan yrittäjän palveluja käytettäisiin entistä enemmän? Mitä muita palveluita asiakkaat tarvitsevat?

Lisäksi tavoitteena on kartoittaa Cursor Oy:n tunnettuutta Kotkan-Haminan alueella vuonna 2019 aloittaneiden yritysten osalta ja erityisesti niiden, joiden arvioitiin aloittaneen liiketoiminta ilman Cursorin aloittavan yrittäjän palveluja. Tämän kyselyn tavoitteena on saada myös tieto siitä, mitä palveluja yritykset ovat käyttäneet yritystä perustettaessa ja miksi he eivät ole käyttäneet Cursorin tarjoamia palveluja.

### **2.2 Aineistonkeruumenetelmät**

Asiakastyytyväisyyttä ja Cursor Oy:n tunnettuutta tutkitaan tässä opinnäytetyössä sekä määrällisin että laadullisin menetelmin. Tausta-aineistona käytetään muun muassa TEMin (työ- ja elinkeinoministeriö) julkaisuja, kahta toimeksiantajan muistiota ja johdon yhteenvetoa yrityksen toiminnasta vuoden 2019 aikana. Tietoa tutkimukseen saadaan keräämällä vastauksia palvelun



käyttäjiltä Webropol-sovelluksen (online-kyselytutkimustyökalu) avulla lomakehaastattelun muodossa. Webropol-työkalun avulla voi luoda kyselyjä, kerätä vastauksia ja suodattaa vastauksista erilaisia raportteja. Lomakkeelle tulee strukturoituja (tarkkoja kysymyksiä, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot) ja avoimia kysymyksiä (vastaaja voi kirjoittaa vastuksen omin sanoin).

Kyselytutkimus lomakehaastattelun muodossa valitaan työni menetelmäksi yhdessä toimeksiantajan kanssa sen tehokkuuden vuoksi. Asiakastyytyväisyyttä ja sen tasoa mittaava kysely tavoittaa helposti juuri ne henkilöt, jotka ovat Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneet vuosien 2017–2019 aikana. Pidempi kolmenvuoden ajanjakso valittiin palveluita käyttäneiden kohdejoukossa, jotta vastausten määrä saadaan riittävän suureksi. Riittävän suuri vastaajien joukko takaa osaltaan tulosten luotettavuutta.

Samanaikaisesti toteutettavalla toisella Webropol-kyselyllä selvitetään Cursor Oy:n tunnettuutta toisessa tutkimuksen kohdejoukossa. Tämä toinen tutkimusjoukko on vuonna 2019 yritystoiminnan käynnistäneet yritykset, joiden arvioitiin aloittaneet toimintansa ilman Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluita. Kyselyn uskotaan tavoittavan myös tämän tutkimusjoukon parhaiten. Näiden kahdelle ei kohdejoukolle samanaikaisesti toteutettavien kyselyiden uskotaan antavan tärkeää tietoa palveluiden kehittämiseen.

Tutkimusta syvennetään haastattelemalla Cursor Oy:n yrityspalvelussa työskenteleviä yritysneuvojia, palveluneuvojaa ja yrityspalvelujohtajaa. Näin tutkimusaineistoon saadaan erilaisia näkemyksiä ja kokemuksia myös talon sisältä. Molempien osapuolien näkemysten ja kokemusten hyödyntäminen antaa kehittämistoimenpiteille aina parhaat lähtökohdat.

Haastattelu tiedonkeruu menetelmänä on minulle tuttu ja luontainen työväline. Haastattelumuodoksi valitsin teemahaastattelun. Teemahaastattelussa on määritelty keskusteltavat aiheet ja keskustelu etenee vastaajan ehdoilla ja edellyttää haastattelijan ja haastateltavan fyysistä kasvojen läsnäoloa (Kananen 2017, 95). Tutkimukseen aineistoon saadaan näin asiakkaiden vastausten lisäksi arvokasta tietoa myös työntekijöiden näkökulmasta, mikä on ensiarvoisen tärkeää, kun palveluita on tarkoitus kehittää.

### **3 MIKSI ALOITTAVIEN YRITTÄJIEN TUKEMINEN ON TÄRKEÄÄ?**

Aloittavien yrittäjien ohjauksen ja neuvonnan tavoitteena on varmistaa uusien yrittäjien selviytyminen yritystoiminnan aloitus- ja vakiinnuttamisvaiheessa. Aloittavien yrittäjien tukeminen ja heille kohdistettujen palveluiden kehittäminen on tärkeää ja ajankohtaista, jotta voidaan varmistaa uusien yritysten syntyminen vakaalle ja kannattavalle pohjalle. (Suomen uusyrityskeskus ry 2020.)

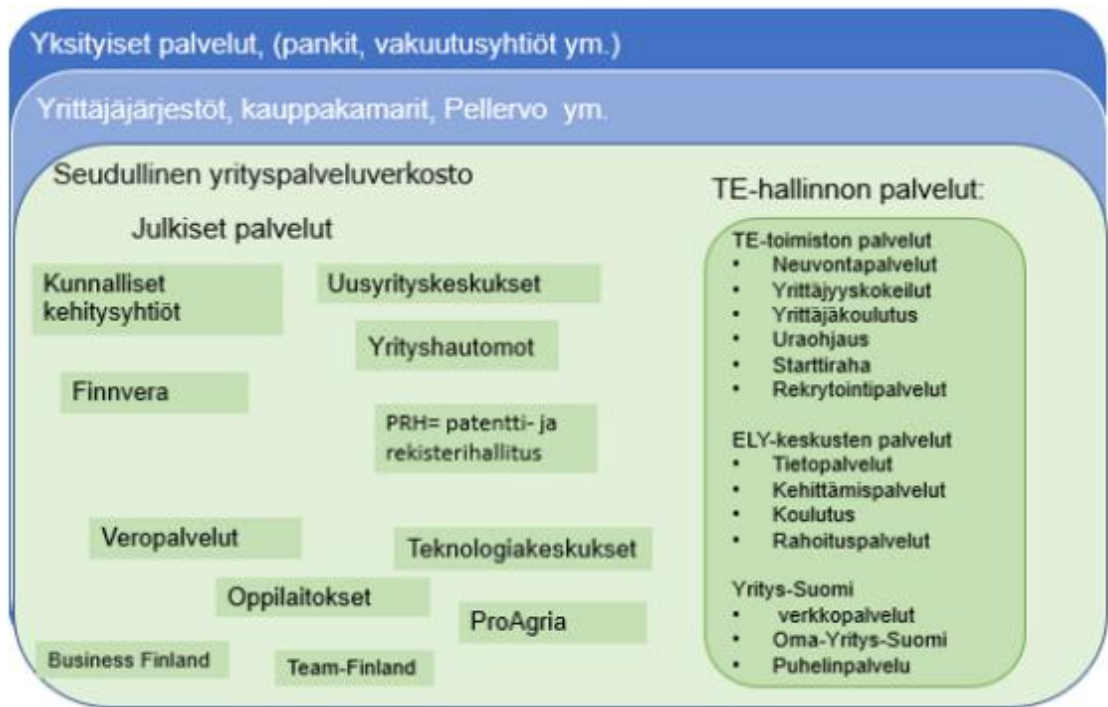
Laadukas tuki yrittäjäksi aikovalle henkilölle auttaa häntä rakentamaan liiketoiminnan niin, että se turvaa hänelle toimeentulon ja luo hyvinvointia ei pelkää hänelle itselleen vaan myös läheisille ja laajemmin myös alueelle, jossa yritys toimii. (SUK ry, 2020.)

#### **3.1 Julkinen palveluntarjonta aloittaville yrittäjille**

Julkisia yrityspalveluja (pääosin maksuttomia, verovaroin tuotettuja palveluja) ovat sekä aloittaville yrittäjille että toimiville yrityksille tarjottavat tieto- ja neuvontapalvelut, uravalmennukset- ja koulutukset yrittäjyyteen, maksulliset kehittämiseen tarkoitetut palvelut (konsultoinnit, asiantuntijapalvelut, yms.). Julkisia palveluita tarjoavat valtion (TEM-konserni) ja kuntien sekä kuntien rahoittamat organisaatiot kuten elinkeino- ja kehitysyhtiöt. (TEM 2016.)

Työ- ja elinkeinoministeriön (Pekkanen ym. 2016, 39) teettämässä selvityksestä julkisista yrityspalveluista todetaan yrityksille löytyvän monipuolisesti erityyppisiä palveluja niiden elinkaaren eri vaiheisiin. Selvityksessä arvoitiin parhaimman palvelutarjonnan löytyvän aloittaville yrittäjille.

Kuvassa 1 on esitetty organisaatiot, jotka tarjoavat palveluita aloittaville yrittäjille. Etualalla on julkisia palveluja tarjoavat tahot ja taustalla on mainittu muutamia yksityisiä palveluntuottajia.



Kuva 1. Aloittavan yrittäjän neuvontaorganisaatioita (mukaillen, TEM 2015)

Etualalla olevat, julkisia palveluja tarjoavat tahot toimivat yhteistyössä, ohjaten yrityksen tarvittaessa, sille parhaiten sopivan palvelun piiriin. Yhteistyötä tehdään luontevasti myös yksityisten palvelun tarjoajien, kuten pankkien kanssa.

### 3.2 Seudulliset yrityspalveluverkostot

Näistä seudullisissa (julkiset yrityspalvelut) yrityspalveluverkostoissa aloittaville- ja toimiville yrityksille palveluja tarjoavat yhteistyössä TE-toimistojen (työ- ja elinkeinotoimisto) lisäksi ELY-keskukset (elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskukset), seudulliset kehitys- ja elinkeinoyhtiöt, uusyrityskeskukset ja maa-seutukeskukset (Pro Agria). Nämä organisaatiot, ovat kaikki itsenäisiä ja toimivat fyysisesti omissa toimipaikoissa. (Seudulliset yrityspalvelut...TEM 2015.)

Näiden organisaatioiden yhteistyö ja roolit ovat rakentuneet kullakin alueella eri tavalla, joten selkeää kokonaiskuvaa julkisista yrityspalveluista on vaikea hahmottaa (TEM 2015). Nämä julkiset, koko maassa toimivat yrityspalveluorganisaatiot on koottu yhteen Yritys-Suomi-palvelukokonaisuudeksi, jota koordinoi työ- ja elinkeinoministeriö (TE-palvelut 2020).

### **3.3 Yritys-Suomi –toimintamallin kehittäminen**

Yrityspalveluverkoston kuuluvien toimijoiden työ jatkuu edelleen Yritys-Suomi-yhteistyön nimellä ja palvelua kehitetään vastaamaan vuonna 2021 toteutuvaa maakuntaudistusta. TEM vastaa tästä kehittämistyöstä yhteistyössä edellä mainittujen organisaatioiden ja sidosryhmien kanssa. Suomi.fi/yrityksille-palvelun kehittämisessä on mukana myös väestörekisterikeskus. Tavoitteena on saada palvelut yrityksille yhdestä paikasta. (TEM 2020.)

## **4 CURSOR OY**

### **4.1 Toimeksiantajan esittely**

Kehittämissyhtiö Cursor Oy (jatkossa Cursor) on yksi valtakunnalliseen uusyrittäjäkeskukseen kuuluva toimija, joka tarjoaa luottamuksellista ja maksutonta neuvontaa yritystoimintaa suunnitteleville ja aloittaville yrittäjille Kotkan-Haminan seudun viiden kunnan alueella. Seudun kunnat ovat Pyhtää, Kotka, Hamina, Virolahti ja Miehikkälä, jotka omistavat Cursorin yhdessä seudun teollisuusyritysten ja rahoituslaitosten kanssa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että alueen kunnat ovat valtuuttaneet kehittämissyhtiön hoitamaan alueen elinkeinopolitiikkaa yhteistyössä kuntien kanssa. (Cursor Oy 2020.)

### **4.2 Cursor Oy:n tavoitteet**

Cursor pyrkii vahvistamaan Kotkan-Haminan seudun vetovoimaisuutta kehittämällä kannattavaa ja menestyvää yritystoimintaa. Se pyrkii tekemisellään vahvistamaan koko seudun osaamista ja kilpailukykyä. Lisäksi sen tavoitteena on vaikuttaa tuloksellisesti alueen elinkeinoelämään ja tätä työtä tehdään yhteistyössä kumppaneiden ja sidosryhmien kanssa. Tavoitteena on näin mahdollistaa koko Kotkan-Haminan seudun menestys ja vetovoimaisuus nyt ja tulevaisuudessa. (Cursor Oy 2020.) Kuvassa 2 on esitetty tiivistetysti kehittämissyhtiön Cursor Oy:n yrityspalvelujen tarjonta yrityksille. Kuvan ensimmäisessä osassa on Kotkan-Haminan seudun yrityspalveluverkoston yhteinen palvelulupaus sekä Cursorin yrityspalvelun -motto- ”Asiakas ensin!”

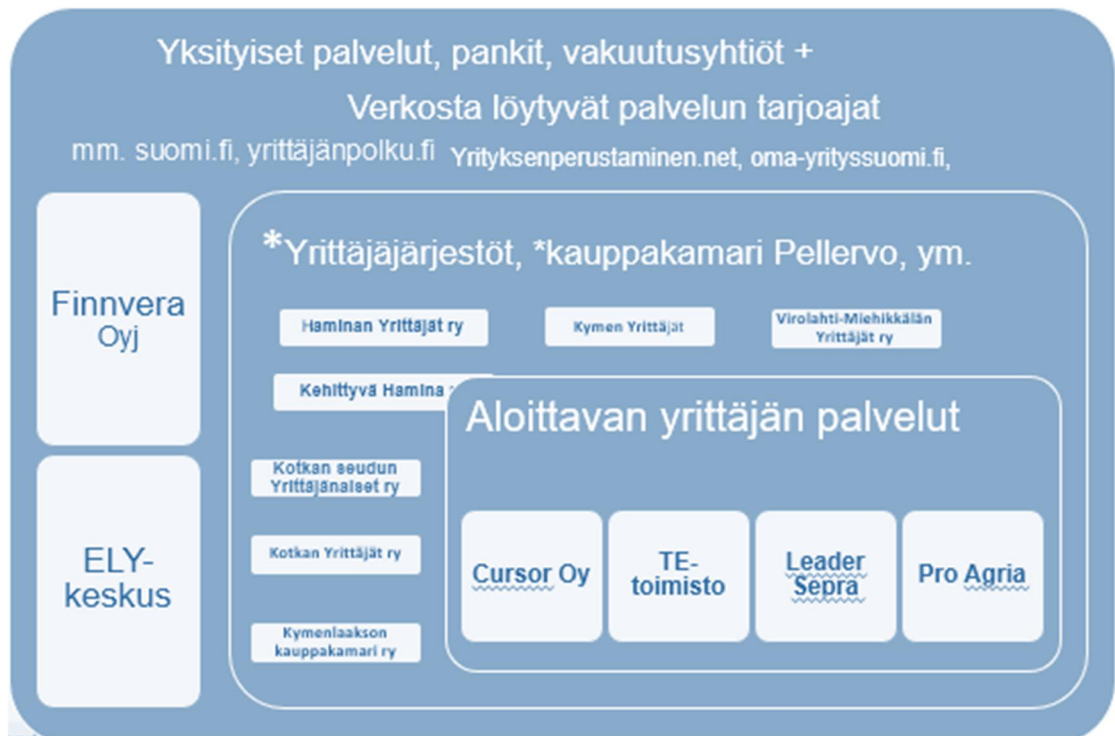


Kuva 2. Cursor Oy:n palvelulupaus, yrityskehitys ja kärkihankkeet

Cursor palvelee kaikkia Etelä-Kymenlaakson yrittäjiä ja yrittäjäksi aikovia sekä alueelle sijoittuvia uusia yrityksiä niiden perustamis- ja kehittämisasioissa. Yrityspalvelut hoitavat tätä tehtäväkenttää. (Cursor Oy 2020.)

### 4.3 Kotkan-Haminan seudun yrityspalveluverkosto

Cursor Oy toimii osana Yritys-Suomi palvelukokonaisuutta Etelä-Kymenlaakson alueella. Tässä palvelukokonaisuudessa eli seudullisessa yrityspalveluverkostossa toimivat Cursorin lisäksi Finnvera Oyj, ELY-keskus, TE-toimisto, maaseutukeskus Pro Agrian ja \*Leader Sepra (kehittämisyhdistys, joka kehittää paikallista maaseudun toimintaa suuntaamalla EU-rahoitusta maaseudun hankkeisiin) kanssa tarjoten palveluja yrityksen kaikkiin elinkaaren vaiheisiin. (Cursor Oy 2020.) Kuvassa 3 on nähtävissä nämä Kotkan-Haminan alueella aloittaville yrittäjille palveluja tarjoavat organisaatiot ja tahot.



Kuva 3. Cursor Oy on osana seudullisia yrityspalveluita (mukaillen TEM 2015)

Julkiset, pääosin maksuttomat, palvelut aloittaville yrittäjille Kotkan-Hamina alueella tarjotaan yhteistyössä ja rinnakkain. Myös alueella toimivat oppilaitokset kuuluvat entistä enemmän tähän seudulliseen yrityspalveluverkostoon.

Kotkan-Haminan toimijat tarjoavat palveluja yritystoiminnan eri vaiheisiin, kuten käynnistys-, vakaus-, ja muutosvaiheisiin. Toimijoiden palvelut kulkevat yrityskaaren eri vaiheissa tarvittaessa joko rinnakkain, peräkkäin tai samanaikaisesti. Yrityksen elinkaaren vaiheet on hahmoteltu kuvaan kolmella tasolla (käynnistys, vakaus ja muutos). Kuvassa 4 on hahmoteltu kunkin palvelun sijoittuminen näihin yrityksen elinkaaren eri vaiheisiin.



Kuva 4. Yritysten elinkaaret ja julkiset yrityspalvelut (mukaillen Cursor Oy 2019)

Cursorin yritysneuvontatiimi ohjaa ja neuvoo yrityksiä aina niiden elinkaaren haasteiden mukaan ja räätälöi palvelu sen mukaan, mitkä ovat yrityksen sen hetkisen resurssit ja mahdollisuudet toimia ja mennä eteenpäin. Yritykset ohjataan joustavasti myös muiden toimijoiden palveluiden piiriin, silloin kun yrityksen tarpeeseen ei voida vastata omilla palveluilla tai resursseilla. (Cursor Oy 2019.)

#### 4.4 Cursor Oy:n palvelut aloittavalle yrittäjälle

Cursorin aloittavien yrittäjien palveluihin kuuluvat neuvontapalvelut, yritysinfot, yrittämisen tietopankki, neuvontavideot ja vlogi sekä uusimpana ideanappi. Palvelut ovat maksuttomia ja ehdottoman luottamuksellisia. (Cursor Oy 2020.)

Yritysneuvontapalvelu, jonka yritysneuvonnalla on ISO 9001/2015 laatusertifikaatti, on yrittäjän henkilökohtainen palvelukokonaisuus, johon kuuluvat asiantunteva yritysneuvonta ja asiantuntijaverkoston tukipalvelut. Neuvonnassa aloittava yrittäjä saa mm. tukea ja ohjeita liikeidean ja yritystoiminnan suunnitteluun sekä ohjausta taloudellisten laskelmien tekemiseen. (Cursor Oy 2020.) Yrityspalvelun tarjonta aloittaville yrittäjille ja toimiville yrityksille on havainnollistettu pääkohdittain kuvassa 5.



Kuva 5. Cursor Oy:n palvelut yrityksille

Sekä aloittavien yrittäjien ja toimivien yrittäjien neuvonnan tarpeellisuus näkyy muun muassa neuvonnan lukumäärissä. Palvelutarjonnalla pyritään tukemaan ja vahvistamaan yritysten omaa toimintaa niiden kaikissa elinkaaren vaiheissa. (Cursor Oy 2020.)

Palvelukokonaisuuteen kuuluvat myös sähköiset palvelut ja oppaat, ajanmukaisesti saavutettavat monikanavaiset palvelut ja neuvonta toimitilajärjestelyissä (henkilökohtainen neuvonta ja nettipohjainen seudun toimitila- ja tonttirekisteri). Lisänä yritysinfot ja yritysikiidytämö toiminta, joka vauhdittaa yritysten tuotekehitystä, kasvua ja kansainvälistymistä suoraan kansainvälisille markkinoille suuntaaville yrityksille. (Cursor Oy 2020.)

#### 4.5 Aloittavan yrittäjän neuvonnan tavoite

Neuvonnassa arvioidaan hyvin tarkasti liikeidean kannattavuus ja yrittäjäksi aikovan yrittäjävalmiudet jo ennen yrityksen perustamista. Aloittaville yrittäjille tarjotaan yrittäjyysvalmennusta ja koulutusta yrittäjyyteen. Tarjottavan tuen ja neuvonnan tavoitteena on vahvistaa aloittavan yrittäjän onnistuminen yrittäjänä. (Suomen Uusyrityskes... & TE-palvelut 2020.)

Neuvonnan ja ohjauksen jälkeen henkilö pystyy itse tekemään johtopäätöksiä ja ratkaisuja yritystoimintaan liittyen. Hän osaa arvioida yritystoiminnan mahdollisuudet, edellytykset, kannattavuuden ja riskit realistiselta pohjalta. Näin



uudelle aloittavalle yritystoiminnalle luodaan parhaat mahdollisuudet menestyä ja selvitä eteen tulevista haasteista. Näin varmistetaan elinkelpoisten ja kannattavien yritysten syntyminen. Uudet menestyvät yritykset tuottavat verotuloja, lisäävät ostovoimaa ja työllistävät sekä luovat elinvoimaa sekä hyvinvointia alueelle. (SUK ry & TE-palvelut 2020.)

## **5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS**

Asiakastyytyväisyyttä, kuten palvelun laatuakin, voi lisätä pienillä teoilla, jotka sitouttavat asiakasta ja saavat hänet myös suosittelemaan hyviksi kokemiaan palveluita muille. Asiakasta voi sitouttaa luomalla sellaista sisältöä, josta hän on kiinnostunut, jota hän voi kommentoida, jakaa ja tykätä. Asiakastyytyväisyyttä lisää myös se, että asiakaspalvelu on mukana niissä kanavissa, joissa tuotetta tai palvelua markkinoidaan. Palvelun laatuun voi vaikuttaa huolehtimalla verkkopalvelun toimivuudesta ja helppoudesta sekä nopeasti asiakkaiden tarpeisiin vastaamalla. (Komulainen 2018, 9–10.)

Yritysten kannattaa ehdottomasti ”harjoittaa” myös asiakkaiden kuuntelua sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen mediaan tykkäämisten, jakamisten ja keskustelujen kautta yritys saa tietoa asiakkaitten todellisista odotuksista ja arvostuksista. (Ilmarinen & Koskela 2015, luku 9.4.)

### **5.1 Asiakasymmärrys**

Asiakasymmärrys on Ilmarisen ja Koskelan (2015) mukaan tietoon pohjautuva jäsentynyt näkemys asiakkaista ja asiakassegmenteistä. Asiakasymmärrys on hyvällä pohjalla silloin, kun tiedot asiakkaista ovat monipuoliset, tiedetään heidän taustatietonsa (mm. sukupuoli, ikä, asuinpaikka), tiedetään, mitä tuotteita ja palveluja asiakkaat ovat käyttäneet ja tiedetään myös digitaalisten palvelujen käyttö.

Kerätty asiakastieto tulee kuitenkin järjestää niin, että tietoa voidaan hyödyntää organisaation kaikilla tasoilla: johtamisessa, kehittämisessä ja myös markkinoinnissa. ”Asiakasymmärryksestä on hyötyä vain, jos sitä käytetään” (Ilmarinen & Koskela 2015, luku 9.4.).

Ihamäki on teoksessaan Palvelumuotoilun juuret havainnollistanut menestyvän palvelun taustat, joissa huomioidaan sekä liiketoimintatavoitteiden että asiakasymmärryksen näkökulma (Ihamäki 2016). Kuvassa 6 on näkyvissä menestyvään palveluun vaikuttavat tekijät. Ihamäki on nimennyt kuvassa esiintyvät asiat asiakasymmärryksen symbioosiksi.



Kuva 6. Asiakasymmärryksen symbioosi (mukaillen Ihamäki 2016)

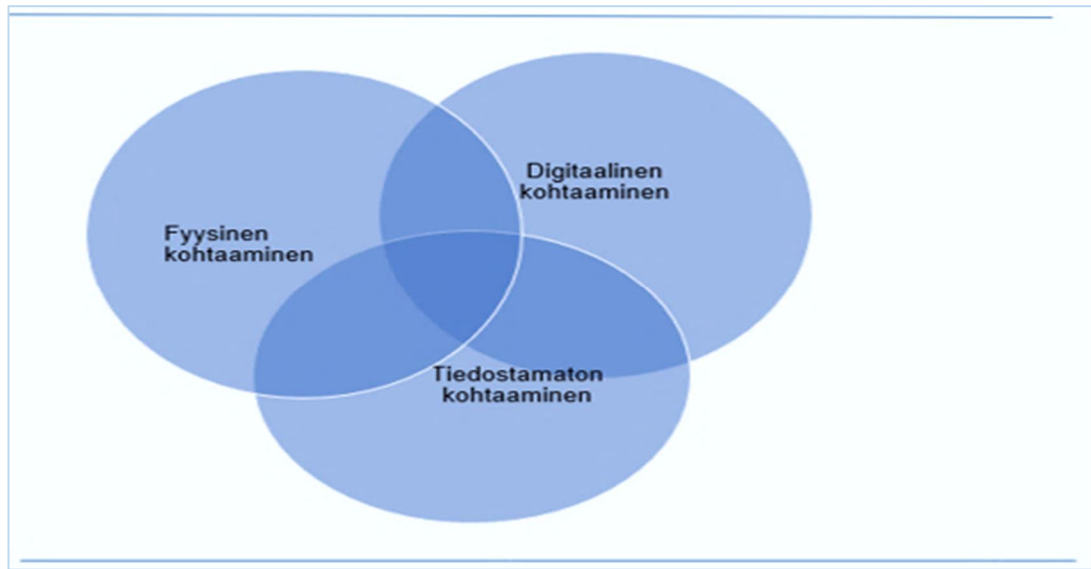
Menestyvän palvelun taustalla ja tukirankana on kokonaisuus, jossa on mukana vahvasti yrityksen liiketoiminnalliset tavoitteet. Yhtä vahvasti mukana on asiakasnäkökulma. Asiakasymmärryksen kautta yrityksellä on mahdollisuus menestyä ja erottautua markkinoilla. (Ihamäki 2016.)

## 5.2 Kokonaisvaltainen asiakaskokemus

Kaikkien yritysten kokonaisvaltainen asiakaskokemus muodostuu kolmesta isommasta kokonaisuudesta, joita ovat fyysisesti tapahtuva kasvotusten kohtaaminen, digitaalisessa ympäristössä tai sosiaalisessa mediassa tapahtuva asiakaskohtaaminen ja tiedostamaton tunnekokemus. Asiakkaan tiedostamattomaan tunnekokemukseen vaikuttavat hänen kaikki aikaisemmat olettamuksensa, näkemyksensä ja mielikuvansa yhdessä. Asiointihistoria, arvostelut, mielikuva palvelun laadusta ja mainonta sekä ensimmäinen kohtaaminen eri kohtaamispaikoissa vaikuttavat tiedostamattoman kokonaiskuvan syntyseen. (Ahvenainen ym. 2017, 34.)

Tämän perusteella ei voida kovinkaan paljon vaikuttaa siihen, millaisen asiakaskokemuksen asiakas muodostaa. Silti yritykset voivat valita sen, millaisia kokemuksia ne pyrkivät rakentamaan. (Löytänä & Korteso 2011, 11.)

Kuvassa 7 on esitetty kolme isompaa asiakkaan kokemukseen vaikuttavaa osatekijää, fyysinen ja digitaalinen kohtaaminen sekä tiedostamaton kohtaaminen.



Kuva 7. Kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen osatekijät (mukaillen Leino 2017, 33)

Näiden kolmen isomman kokonaisuuden pohjalta asiakkaan todellinen tunnekokemus sen vastaanottajaa kohtaan syntyy. Selkein ja näkyvin osa on fyysinen kasvojen kohtaaminen asiakkaan ja yrityksen välillä. Toinen erityisen tärkeä on kohtaaminen digitaalisessa ympäristössä. Kolmanteen tiedostamattomaan kohtaamiseen vaikuttavat kaikki aikaisemmat kokemukset, oletukset ja mielikuvat. (Ahvenainen ym. 2017, 34.)

### 5.3 Ainutlaatuinen asiakaskokemus

Asiakaskokemuksen tulee olla ainutlaatuinen, merkityksellinen ja mieleenpainuva. Sen tulee jättää asiakkaaseen tunnekokemus hyvästä, juuri hänelle sopivasta palvelusta. Tällainen asiakaskokemus on digitaalisella aikakaudella ainoa tapa erottua etenkin samoja palveluita tarjoavien toimijoiden joukosta ja pärjätä kiristyvässä kilpailussa. (Ahvenainen ym. 2017, 9–11.)

## 6 ASIAKASKOKEMUKSEN SUUNNITTELU

Asiakaskokemuksesta, sen merkityksestä ja kehittämisestä puhutaan nykyisin paljon. Gerdt ja Korkiakosken (Viiden tähden... 2016, 44) mukaan asiakaskokemuksen syntymistä tulisi tarkastella ja analysoida laajasti. Asiakaskokemus on jatkuvaa kehittämistä ja hyvä asiakaskokemus on tahtotila, joka vaatii määrätietoista työtä ja aitoa heittäytymistä asiakkaan saappaisiin. Nykytila-analyysi auttaa rakentamaan sellaisen viitekehyksen, jossa huomioidaan asiakaskokemuksen kehittämisen kaikki osa-alueet. (Gerdt & Korkiakoski 2016, 44.)

### 6.1 Nykytila-analyysi

Asiakaskokemuksen kokonaisvaltainen suunnittelu on hyvä aloittaa nykytila-analyysillä, joka on yksi keino tukea yhtenäisen näkemyksen ja päätöksen syntymistä organisaation sisällä. Tämä nykytila-analyysi, joka on ehdottomasti koko kehittämistyön lähtökohta, tulisi tehdä organisaation lisäksi myös asiakkaiden parissa ja kilpailuympäristössä. Asiakaskokemuksen nykytila-analyysissä tulee kartoittaa sisäinen kyvykkyys, asiakkaat ja kilpailuympäristö. Kuvassa 8 on esitetty nämä kaikki kehittämistyöhön liittyvät osat. (Gerdt & Korkiakoski 2016, 32–33.)



Kuva 8. Asiakaskokemuksen nykytila-analyysi (mukaillen Gerdt & Korkiakoski 2016, 33)

Kaikkia kolmea osaa on tarkasteltava ja etenkin asiakkaiden nykytilaa tulisi selvittää tuoreella ajantasaisella tiedolla. Näin voidaan varmistaa se, että asiakaskokemuksen suunnittelu lähtee liikkeelle aidosti asiakkaan kokemuksesta eikä esim. organisaation sisäisistä oletuksista. Palvelun laadun analysoinnin sijaan tulisi analysoida asiakaskokemuksen syntymistä ja kehittää asiakkaan ja yrityksen välisiä kohtaamispisteitä. (Gerdt & Korkiakoski 2016, 37, 47.)

## 6.2 Asiakkaan ja yrityksen kohtaamispisteitä

Asiakkaan kosketuspisteitä on paljon ja eri ympäristöissä, joissa hän nykyisin voi kohdata palveluntuottajan. Palveluntuottajan toimintaympäristöt ja toiminnot niissä tulee olla kunnossa, jotta kilpailussa voi menestyä. Kuten Leino (Viiden tähden...2017, 64) hyvin toteaa: ”Et voi tietää, missä asiakas kohtaa sinut ensi kerran.” (Ahvenainen ym. 2017. 64.) Kuvassa 9 on havainnollistettu asiakkaan ja yrityksen useita erilaisia kohtaamispisteitä.



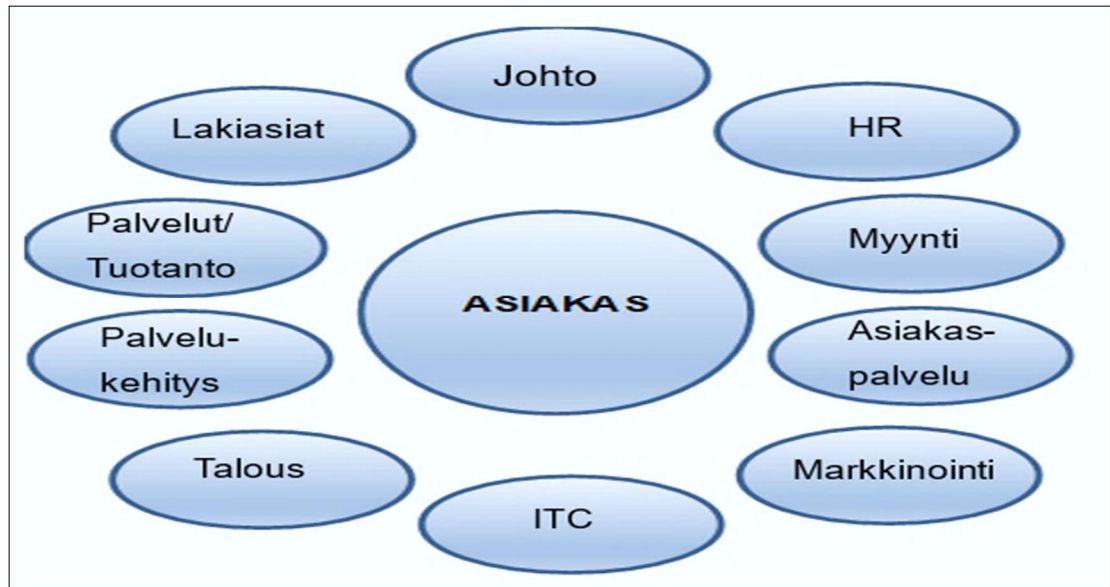
Kuva 9. Kohtaamispisteitä (mukaillen Ahvenainen ym. 2017, 64)

Asiakas käsittelee näitä kohtaamispisteitä kuitenkin yhtenä kokonaisuutena, jolloin kohtaamispisteiden sijainnilla ei ole juurikaan merkitystä. Yrityksen tulee kuitenkin panostaa kaikkien kohtaamispisteiden kehittämiseen, koska asiakkaan lopullinen kokemus on näiden kohtaamispisteiden ja hänen kokemuksensa summa. (Ahvenainen ym. 2017, 67.)

## 6.3 Asiakas toiminnan keskiössä

Jotta yritys voi luoda kokemuksia asiakkaalle, sen tulee asettaa asiakas tekemisensä keskiöön ja järjestää tekemiset asiakkaan ympärille niin, että ne luovat kokemuksia ja arvoa heille (Löytänä & Korteso 2011, 19).

Kuvassa 10 asiakas on sijoitettu yrityksen toimintojen ja tekemisen keskiöön.



Kuva 10. Yrityksen toimintojen organisoituminen (mukaillen Löytänä & Kortesus 2011, 26)

Yrityksen kaikki toiminnot ja tekeminen vaikuttavat asiakkaan muodostamaan mielikuvaan yrityksestä. Mielikuvaan vaikuttavat kaikki kontaktit yrityksen kanssa ja samanaikaisesti myös niiden puuttuminen (Löytänä & Kortesus 2011, 26).

#### 6.4 Asiakkaiden odotukset

Asiakkaat odottavat saavansa ratkaisun ongelmaansa nopeasti ja joustavasti ja samalla he odottavat, että asia hoidetaan kerralla kuntoon ilman ”pompotte-lua” luukulta toiselle. Asiakaspalvelijoiden, jotka hoitavat näitä henkilökohtaisia kasvokkain tapaamisia, on ymmärrettävä se, että asiakaskokemus on tärkeämpi kuin ”asiakasneuvojakokemus”. (Löytänä & Kortesus 2011, 87–88.)

### 7 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tutkimustyön tarkoituksena oli selvittää Cursorin aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneiden asiakkaiden tyytyväisyys palveluun. Tavoitteena oli saada myös selville mahdolliset kehittämiskohteet palvelussa. Lisäksi tarkoituksena oli saada käsitys siitä, millaisia toimia Cursorin tulisi tehdä, jotta aloittavan yrittäjän palvelua käytettäisiin enemmän.

Samanaikaisesti selvitettiin Cursor Oy:n tunnettuutta Kotkan-Haminan alueella vuonna 2019 aloittaneiden uusien yritysten osalta, joiden arvioitiin aloittaneen

liiketoiminta ilman Cursorin aloittavan yrittäjän palveluja. Tämän toisen kyselyn ensisijaisena tavoitteena oli saada tietoa, miten hyvin Cursor Oy ja sen palvelut alueella tunnettiin. Lisäksi haluttiin saada tietoa siitä, mitä palveluja yritykset olivat käyttäneet yritystä perustettaessa ja miksi he eivät olleet käyttäneet Cursorin tarjoamia palveluja.

### **7.1 Määrällinen tutkimusmenetelmä**

Määrällisellä tutkimuksella on tarkoitus kerätä havaintoaineistoa, jota tarkastelemalla pyritään ymmärtämään ilmiöitä ja tekemään niistä yleistyksiä. Tämä tutkimusmenetelmä sopii suuria määriä kartoittaviin tutkimuksiin, jossa yksittäistapauksista ei juurikaan saada tietoa. Usein näissä tutkimuksissa käytetään tilastollisia menetelmiä. Tyypillisimpiä aineistonkeruumenetelmiä ovat esim. lomakekyselyt ja internet-kyselyt. Määrällinen kysely on suuri, edustava otos, joka vastaa kysymyksiin Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein? (Heikkilä 2014, 4, 15.)

### **7.2 Laadullinen tutkimusmenetelmä**

Laadullisella tutkimusmenetelmällä saadaan kokonaisvaltainen ja syvempi käsitys potentiaalisten asiakkaiden motiiveista ja valinnoista. Koska laadullinen tutkimusmenetelmä antaa riittävästi tilaa ennen kaikkea asiakkaiden omille kokemuksille, näkökulmille sekä heidän valintojensa perusteisiin myös tunnetasolla ja muihin valintoihin vaikuttaviin tekijöihin. (Tuulaniemi 2011, 142–143.)

Tyypillisiä aineistokeruumenetelmiä laadullisessa tutkimuksessa ovat mm. valmiit aineistot ja dokumentit ja esim. henkilökohtaiset haastattelut. Laadullinen tutkimus vastaa kysymyksiin Miksi? Miten? Millainen? (Heikkilä 2014, 4, 15). Laadullisessa (kvalitatiivisessa) tutkimuksessa käytetään sanoja ja lauseita. Määrällinen (kvantitatiivinen) tutkimus perustuu pääosin lukuihin (Kananen 2017, 35).

### **7.3 Haastattelut**

Haastattelut ovat laadullisen tutkimuksen yksi käytetyimmistä aineistonkeruumenetelmistä. Haastatteluiden jaottelu tapahtuu joko yksilö- tai ryhmähaastatteluiksi riippuen haastateltavien määrästä, tai jaottelu saatetaan tehdä myös

kysymystyyppien mukaan, kuten lomakehaastattelu ja -kysely, teemahaastattelu ja syvähaastattelu. (Kananen 2017, 35, 88–89.)

Teemahaastattelu on käytännössä kahden ihmisen välistä keskustelua. Keskustelu etenee aihe kerrallaan, teemoittain sen mukaan, mitä haastattelija (tutkija) on etukäteen miettinyt. Teemat eli aiheet ovat yleisluotoisia ja nämä teemat saadaan tutkittavan ilmiön ennakkonäkemyksistä. (Kananen 2017, 88–89.)

Haastatteluilla saadaan tietoa sekä palvelun käyttäjistä että palveluhenkilöstöstä, heidän molempien kokemuksista esim. arjesta ja elämästä. Haastatteluhetkistä tulisi pyrkiä tekemään sellaisia, joissa syntyisi aidosti luontevaa vuorovaikutusta haastateltavan kanssa. Näin saadaan nostettua esiin haastateltavan todelliset tarpeet ja halut, asenteet ja arvot sekä ongelmat. (Tuulaniemi 2011, 147–148.)

## **8 TUTKIMUS**

Tutkimuksen luotettavuutta (validiteettia) pyrittiin varmistamaan hyvällä suunnittelulla (Heikkilä 2010, 29–30). Tutkimus toteutettiin samanaikaisesti kahdessa tutkimusjoukossa: niille, jotka olivat käyttäneet Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluja ja niille, jotka eivät olleet käyttäneet ko. palveluja. Kyselylomakkeelle laadittiin helposti vastattavia kysymyksiä ja vastaajilla oli mahdollisuus kertoa oma mielipiteensä avoimissa vastusvaihtoehdoissa.

Kysymykset molemmissa Webropol-kyselyissä olivat pääosin samat. Tutkimuksen pysyvyyteen (reliabiliteettiin) pyrittiin vaikuttamaan mahdollisimman tarkoituksenmukaisilla kysymyksillä, jotta tulokset vastauksista olisivat mahdollisimman luotettavat. Lisäksi mahdollisimman suureen vastaajien määrään pyrittiin vaikuttamaan arpomalla kaikkien vastaajien kesken Kotipizzan lahjakortti.

### **8.1 Tausta-aineisto**

Taustatutkimuksessa tutustuin kehittämysyhtiö Cursor Oy:n kotisivuilta heidän tarjoamiin yrityspalveluihin sekä muihin netistä löydettäviin, ensisijaisesti aloitettavalle yrittäjälle tarjottaviin ja suunnattuihin palveluihin. Näin sain yleiskuvan



aloittavalle yrittäjälle tarjottavista palveluista Kotkan-Haminan alueella. Tutustuin myös Cursorilta saamaani kirjalliseen aineistoon sekä TEMin (työ- ja elinkeinoministeriö) raportteihin ja julkaisuihin julkisista palveluista aloittaville yrittäjille.

## 8.2 Neuvontatiimin haastattelut

Tutkimuksen seuraavassa vaiheessa haastattelin Cursor Oy:n yrityspalvelun neuvontatiimin jäsenet. Neuvontatiimiin kuuluu yksi palveluneuvoja, kolme yritysneuvojaa ja yrityspalvelujohtaja Tiina Paavola. Heidät haastattelin Cursorilla suorittamani syventävän harjoittelujakson aikana helmikuussa 2020. Haastattelua varten varasin noin tunnin yhteisen ajan, jokaisen neuvontatiimin jäsenen kanssa. Haastattelua varten olin varannut rauhallisen, pienen neuvottelutilan.

Haastattelumuotona käytin teemahaastattelua, jossa yleisenä teemana oli Cursorin tarjoamat aloittavan yrittäjän palvelut. Muita teemoja olivat tutkimuksen kolme teemaa, jotka olivat asiakastyytyväisyys, asiakasymmärrys ja asiakaskokemus. Haastattelussa käytiin läpi yritysneuvojien näkemykset omasta työstään yrityspalvelutiimissä ja heidän kokemuksensa asiakaspalvelusta. Haastattelun lopuksi keskusteltiin heidän esiin nostamistaan ideoistaan ja kehittämisehdotuksistaan.

Haastattelun aikana annoin haastateltavalle mahdollisuuden kertoa vapaasti omasta työstään, mitä mieltä he olivat aloittavan yrittäjän palvelun käytettävyydestä ja ideoista sen toteuttamisesta nyt ja tulevaisuudessa. Pyrin luomaan jokaisesta haastattelutilanteesta omalta osaltani mahdollisimman rennon ja osoittamaan aidon kiinnostukseni heidän kertomaansa kuuntelemalla keskittyneesti heidän näkemyksiään. Tein haastattelujen aikana vain lyhyitä muistiinpanoja, jotta kokemus aidosta kuuntelusta välittyisi haastateltavalle.

Heti haastattelujen jälkeen kävin muistiinpanot läpi ja kirjoitin ne puhtaaksi. Tämän jälkeen tarkensin vastausten pääkohdat ja kirjoitin yhteenvedon kunkin haastateltavan vastauksista. Näin pyrin varmistamaan sen, että haastatelta-

vien työntekijöiden kertomat asiat ja näkemykset olisivat mahdollisimman oikeat ja tarkat. Kysyin haastattelun alussa luvan käyttää heiltä saamiani vastauksia opinnäytetyössäni. Kaikki haastateltavat antoivat luvan tähän.

### **8.3 Webropol-lomakekysely palveluita käyttäneille**

Tutkimuksen kyselyn tein Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluita vuosina 2017–2019 käyttäneille asiakkaille, joiden sähköpostiosoitteet sain listauksena Cursor Oy:n asiakastietokannasta, kyselyn lähetin 675 yksittäiselle vastaajalle. Yhteensä näitä sähköpostiviestejä lähetettiin 1 233 kappaletta. Tässä määrässä oli mukana myös muistutusviestit kyselyyn vastaamisesta.

Kyselyn vastauksia ja yhteystietoja ei yhdistetty toisiinsa. Vastaukset käsiteltiin anonyymisti. Vastaajilla oli halutessaan mahdollisuus jättää yhteystietonsa, mikäli he halusivat osallistua Kotipizzan lahjakortin arvontaan. Yhteystiedot hävitettiin heti arvonnän suorittamisen jälkeen, jotta vastaajien luottamus anonyymisyyteen säilyi.

Kysymykset laadin pääosin itsenäisesti, ja yrityspalvelujohtaja Tiina Paavola tarkasti ja hyväksyi ne. Tämän jälkeen rakensin kyselylomakkeen Webropol-työkalulla. Avoimia kysymyksiä lomakkeella pyrin sijoittamaan mahdollisimman paljon. Vastaajilla oli useamman kysymyksen kohdalla myös mahdollisuus arvioida tyytyväisyyttä saamaansa palveluun sekä perustella valintansa. Näin he pystyivät kertomaan tarkemmin oman kokemuksen ja näkemyksen kysymyksen aiheeseen.

Kysymykset rakentuivat seuraavasti: taustatiedot (asuinkunta, ikä, toimiiko yrittäjänä edelleen). Nämä kolme kysymystä olivat pakollisia kysymyksiä, joihin piti vastata päästäkseen kyselyssä eteenpäin. Taustatiedoissa kysyttiin vielä yritysmuoto ja yrityksen päätoimiala. Kyselyn seuraavassa osiossa kysyttiin asiakkaiden tuen tarpeesta ja palveluista yritystoiminnan suunnittelu- ja aloitusvaiheessa. Samalla selvitettiin, miten asiakas on kokenut saamansa palvelun ja miten tyytyväinen hän oli ollut palveluun.

Kyselyn loppuosassa asiakasta pyydettiin arvioimaan käyttämänsä palvelu sekä se, miten todennäköisesti hän itse käyttäisi palvelua uudelleen ja suosittelisiko hän sitä muille. Lisäksi vastaajia pyydettiin antamaan palautetta sekä kehittämisideoita aloittavalle yrittäjälle tarjottavista palveluista Kotkan-Haminan seudulla. Kysely toteutettiin ajalla 22.4.2020–12.5.2020 ja muistutusviesti lähetettiin 8.5.2020, niille vastaajille, jotka eivät olleet vielä kyselyyn vastanneet.

#### **8.4 Webropol-kysely ei palveluita käyttäneille**

Samanaikaisesti toteutettiin toinen Webropol-kyselyn, jonka lähetin niiden yritysten yhteyshenkilöille, jotka olivat aloittaneet yritystoiminnan Kotka-Haminan alueella vuonna 2019, mutta joiden arvoitiin aloittaneen toiminnan ilman Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluja. Tiedot näistä aloittaneista yrityksistä yrityspalvelujohtaja Tiina Paavola poimi Vainusta (reaaliaikainen maksullinen yritystietokanta ja palvelu, mihin tiedot on kerätty yritysten julkisista tietolähteistä). Näiden yritysten sähköpostiosoitteet keräsin tästä saamastani Excel-taulukosta.

Tämän kyselyn lähetin 359 yksittäiselle vastaajalle. Kysely toteutettiin ajalla 22.4.2020 – 12.5.2020 ja muistutusviesti lähetettiin 8.5.2020 vastaajille, jotka eivät olleet vielä kyselyyn vastanneet. Yhteensä näitä sähköpostiviestejä lähetettiin 904 kappaletta. Kyselyllä pyrittiin selvittämään, miten hyvin Cursor Oy tunnetaan alueella. Samalla haluttiin saada tietoa, mistä aloittavat yrittäjät yleensä hakevat ja saavat tietoa sekä palveluja yritystoiminnan aloittamiseen Kotkan-Haminan seudulla. Kysymykset olivat pääosin samat kuin ensimmäiselle kohdejoukolle suunnatussa kyselyssä. Kysely-lomakkeelle oli lisätty tunnettua kartoittava kysymys.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan käyttämänsä palvelu sekä se, miten todennäköisesti he käyttäisivät palvelua uudelleen ja suosittelisivatko sitä muille. Samoin vastaajia pyydettiin antamaan palautetta ja kehittämisideoita aloittavalle yrittäjälle tarjottavista palveluista Kotkan-Haminan seudulla. Myös tällä vastaajajoukolla oli mahdollisuus halutessaan jättää yhteystietonsa, mikäli he halusivat osallistua Kotipizzan lahjakortin arvontaan.

## **9 TUTKIMUSTULOKSET**

Tutkimustuloksissa esittelen ensin, miten kerättyä aineistoa on analysoitu. Sen jälkeen esitän yhteenvedon työntekijöiden teemahaastatteluista. Webropol-kyselyn tulokset vastaajien kehittämisehdotuksineen esitän tämän luvun lopussa. Curosor Oy:n tunnettuutta kartoittavan Webropol-kyselyn tulokset esitän luvussa 10. Molempien kyselyiden tulokset pyrin ryhmittämään saman nimisten otsikoiden alle.

### **9.1 Tutkimusaineistoa analysointi**

Saaduista vastauksista sain Webropol-ohjelmasta erilaisia raportteja. Raporttien tiedot siirsin Exceliin, jonka avulla työstin vastauksista taulukoita ja kuvia havainnollistamaan tuloksia. Aineistoa analysoin ensisijaisesti prosenttija-kaumilla ja keskiarvoilla. Tuloksista analysoin myös avoimiin kysymyksiin saatuja vastuksia, kokoamalla ne teemoittain yhteen, jotka katsoin vastaavan tutkimuksen keskeisimpiin käsitteisiin, joita olivat asiakastyytyväisyys, asiakasymmärrys ja asiakaskokemus.

Teemahaastattelun aineiston litteroin ja dokumentoidusta aineistosta pyrin löytämään eroavaisuuksia ja yhteneväisyyksiä. Haastattelusta saatua aineistoa peilasin asiakkaiden avoimissa vastauksissa esiin nostamiin asioihin.

### **9.2 Yhteenveto neuvontatiimin haastatteluista**

Cursorin yrityspalvelun neuvontatiimin työntekijöiden niin palveluneuvojan kuin yritysneuvojen ja heidän esihenkilönsä haastattelut antoivat erinomaisen peilin ja ymmärryksen heidän tavoitteistaan, ja kyvystä toteuttaa asiakkaiden tarpeiden mukaisia palveluja.

Teemoina haastatteluiden aikana kulkivat työntekijäkokemus, asiakastyytyväisyys, asiakasymmärrys ja asiakaskokemus. Vaikka kysymykset haastattelijan lomakkeella (liite 1), eivät näy selkeinä edellä mainittuina teemoina, ne nousivat kuitenkin esiin haastatteluissa. Haastattelun runko varmisti minulle itselleni kaikkien aiheiden käsittelyn, vaikka niiden järjestys ja laajuus vaihteli riippuen haastateltavan vastauksista ja kertomasta.

Kaikki viisi haastattelua suoritin eri päivinä, jotta pystyin tekemään muistiinpanot ja yhteenvedot niistä tuoreeltaan ja tarkasti. Näin varmistin jokaiselle haastattelulle aloittamisen 'puhtaalta pöydältä'. Tiivistin haastatteluiden yhteenvedot niin, etten kadottaisi kerrotuista asioista niistä saatua informaatiota. Yhdistin haastatteluiden sisällöt aihealueittain ja kokosin alkuperäiset ilmaisut tuloksiin näiden aiheiden ja teemojen mukaan.

### **9.2.1 Työntekijäkokemus**

Työ yrityspalvelutiimissä koettiin mielekkääksi, koska työssä voi ottaa käyttöön kaiken oman osaamisen ja tavan katsoa maailmaa yleensä. Toki työlle asetetut tavoitteet ohjaavat yritysneuvojen päivittäistä tekemistä. Yritysneuvonnan laatusertifikaatti ja toimiminen sen mukaan takaa osaltaan tasalaatuisuuden myös asiakkaille. Työssä asiakaslähtöisyys painottuu ” –parasta palvelua ajatuksella ja ”Asiakas ensin” –motolla. Asiakastuntemus ja nöyryys asiakaspalvelamiseen koettiin tärkeäksi. Yhdessä tekeminen ja asioiden pohtiminen kollegan kanssa auttoi etenemään asioissa ja tekemisissä.

### **9.2.2 Oman työn haasteita**

Haasteina työssä koettiin esim. ajassa mukana pysyminen, toimintaympäristön muutokset, kysynnän vaihtelut, kuumat toimialat, talouden heilahtelut ja muutosten nopea sykli. Haasteelliseksi koettiin myös yrityksille suunnatun hanketoiminnan mieltäminen yrityspalvelun tarjontaan kuuluvaksi ja työkaluksi yritysneuvojille. Koko yrityspalvelutiimin yhtenäisyydessä nähtiin vielä haasteita. Haasteena nähtiin esimerkiksi yhteisen tiimipalaverin hyödynnettävyys koko yrityspalvelutiimille.

Uudistettu yrityspalvelun neuvontaprosessi (esim. asiakkaille lisätty ”yhteydenottokanava” palveluihin pääsyn joustavoittamiseksi) herätti pohdintoja mm. siitä, miten ”yhteydenottokanavan” lisäys vaikuttaa kasvotusten tapahtuvaan neuvontapalveluun.

### **9.2.3 Asiakastapaamiset ja asiakastyytyväisyys**

Yrityspalvelun neuvontatiimissä asiakkaiden auttaminen koettiin tärkeäksi ja palvelut haluttiin tarjota heille asiakaslähtöisesti. Jokainen asiakaskohtaaminen koettiin tärkeäksi. Henkilökohtaisissa neuvontatapaamisissa haluttiin avata asiakkaalle heidän pohtimiaan asioita ja ongelmia niin, että asiakas itse oivaltaa ja ymmärtää esille nostamansa asiat ja haasteet.

Toki asiakkaille annettiin myös selkeää faktatietoa esillä olevista asioista. Asiakastilanteissa koettiin tärkeäksi kuunnella aidosti asiakasta. Tärkeäksi koettiin myös auttaa asiakasta eteenpäin juuri hänelle sopivilla askelmerkeillä ja aikataululla. Yhteisen ymmärryksen löytäminen asiakkaan kanssa auttaa löytämään myös yhteisen kielen.

Asiakastyytyväisyys ja asiakkaiden hyvä kokemus palvelutapahtumasta pyrittiin varmistamaan palaamalla asiakkaan prosessiin useamman kerran, jotta aloittavan yrittäjän yritystoiminta saisi parhaan mahdollisen liikkeellelähdon. Palveluiden vaikuttavuuden koettiin syntyvän tätä kautta ja näin saadaan syntymään uusia yrityksiä, jotka menestyvät ja kasvavat. Malli ja raamit yritysneuvontaan voi olla, mutta jokainen case on erilainen.

### **9.2.4 Kehittämisehdotuksia ja tavoitteita tulevaisuudessa**

Haastatteluissa nousi esille ajatuksia esim. molempien palveluiden (aloittavat yrittäjät, toimivat yritykset) yhdistämisestä. Ideana nousi esille mm. asiakkaan mahdollisuus valita yritysneuvoja A tai yritysneuvoja B jne. Toivottiin yrityspalvelutiimin lyhyttä viikoittaista katsausta kollegojen kesken. Näin kaikki saisivat ajantasaisen ja samansisältöisen tiedon siitä, missä mennään, mitä tapahtuu, mihin akuuttiin asiaan ja tehtävään tulee tarttua heti.

Lisäksi kehittämiskohteina nähtiin mm. yhteistyössä TE-toimiston ja Cursorin välillä, jotta myös asiakas kokisi yhteistyön organisaatioiden välillä joustavaksi ja juuri häntä palvelevaksi. Kehittämistä koettiin olevan myös palautteen antamisessa neuvontatiimiin sisällä, lähinnä palautteen antamista molempiin suuntiin.

Ideana yrityspalveluiden käytännön tekemiseen esitettiin mm. vuosittain järjestettävä verkostoitumistapahtuma yrittäjille. Tapahtumassa ei olisi toimiala, eikä yrityskoko rajoituksia. Tapahtumassa yksi ajankohtainen aihe, joka kysyttäisiin yrittäjiltä. Yrittäjien verkostoitumiselle jäisi näin aikaa enemmän. Verkostoituminen toteutettaisiin arvotuissa pienryhmissä, jolloin tutustuminen yrittäjien kesken tapahtuisi luontevasti. Näin syntyisi uusia verkostoja ja erilaisia mahdollisuuksia yhteistyöhön.

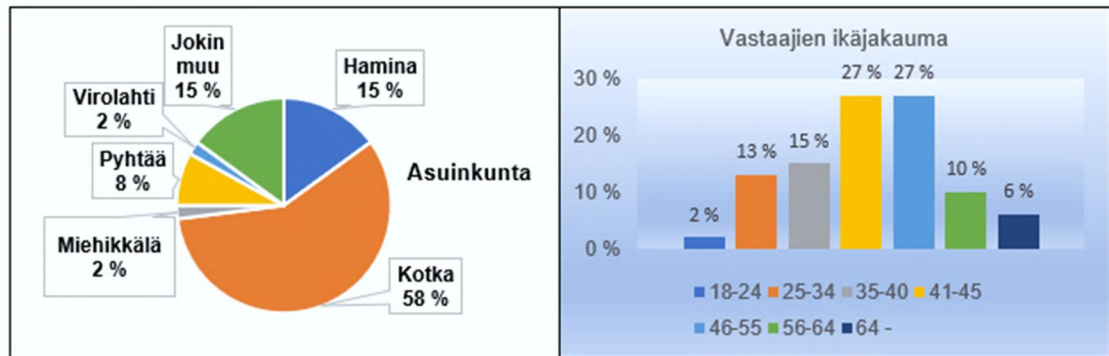
Tulevaisuudessa Cursor Oy:n toivottiin olevan tunnettu palveluistaan, jotka ovat tasalaatuisia kaikille ja monikanavaisia. Tavoitteena palvelutarjonta, joka ei ole sidottu aikaan eikä paikkaan. Kohderyhmänä tässä olisi esim. nuoremmat ikäryhmät, joilla on erilainen ja joustava tapa käyttää digitaalisia palveluja. Asiakas/palveluaikoja on tarjota kaikille haluaville. Yritysneuvojilla on jatkossa taitoa kohdata asiakasta eri kanavissa eri välineillä. Cursor Oy on Kotkan-Haminan seudulla tunnettu ja haluttava kumppani.

### **9.3 Aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneiden taustatiedot**

Aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneistä asiakkaista kyselyyn vastasi 52 henkilöä. Heistä 58 % ilmoitti asuinkunnakseen Kotkan, 15 % vastaajista ilmoitti asuinkunnaksi Haminan. Muista alueen kunnista vastaajia oli seuraavasti Pyhtää 7 %, Miehikkälä ja Virolahti molemmissa vastaajia 2 %.

#### **9.3.1 Asuinkunta ja ikä**

Eniten vastaajia oli Kotkasta ja Haminasta, yhteensä vastaajia löytyi näiltä kahdelta alueelta 73 %. Vastaajista 15 % kertoi asuin kunnakseen muun kuin Kotkan-Haminan alueen. Tarkempia tietoja siitä, mikä näiden vastaajien asuinkunta oli kyselyn hetkellä ei saatu. Kysymyksen vaihtoehdossa ei ollut mahdollisuutta kirjoittaa vastausta nykyisestä asuinkunnasta. Kuvassa 11 asuinkunnat on esitetty prosentiosuuksin, jotka on muutettu lähimpään kokonaislukuun, jotta tieto on luettavammassa muodossa. Vastaajien ikäjakaumat on esitetty asuinkuntatiedon rinnalla.



Kuva 11. Vastaajat asuinkunnittain ja ikäjakauman mukaan

Kyselyn taustatiedoissa kysyttiin vastaajien ikää, joka oli tärkeä tieto Cursor Oy:lle. He halusivat tietää, minkä verran nuoremmat ikäryhmät ovat käyttäneet aloittavalle yrittäjälle tarkoitettuja palveluita.

Asiakkaat ikäryhmässä 41–45-vuotiaat ja 46–55-vuotiaat Cursorin aloittavan yrittäjän palveluja oli käytetty eniten. Ikäryhmässä 35–40-vuotiaat palvelun käyttäjiä oli seuraavaksi eniten, samoin ikäryhmässä 25–30-vuotiaat jokseenkin saman verran. Vähiten näitä palveluja olivat käyttäneet nuoret ikäryhmässä 18–24-vuotiaat ja samoin vanhimmassa ikäryhmässä 64-vuotiaat tai sitä vanhemmat.

Ikäryhmässä, jossa palveluita oli käytetty eniten, on hyvin 'luonnollista', että ihmiset miettivät ja pohtivat yrittäjyyttä uutena työllistymisen ja osin hyvinvointinsa mahdollisuutena. Heille on kertynyt osaamista ja kokemusta työsuhteissa tai harrastusten kautta. Moni on ehkä opiskellut työn ohessa toisen ammatin ja rohkenee lähteä kokeilemaan polkua yrittäjänä, toteuttaen näin omia unelmiaan. Monet yritykset eri toimialoilta ulkoistavat toimintojaan yrittäjätalouksiksi, jolloin työllistymisen ja toimeentulon hankkimisen vaihtoehtona on yrittäjyys.

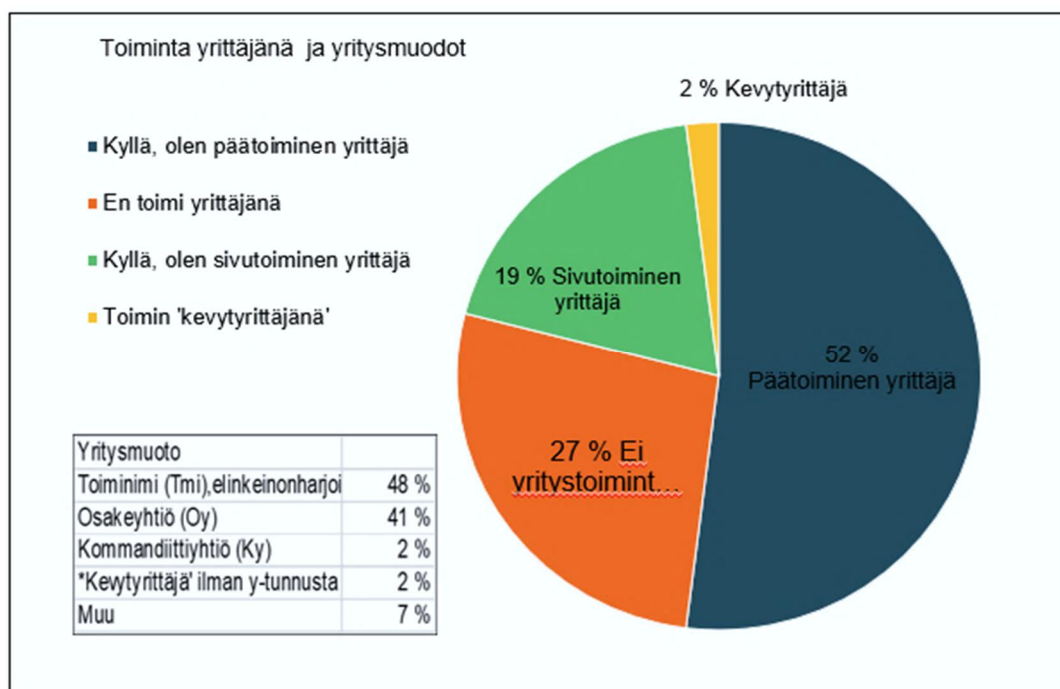
Nuoret etsivät vielä suuntaa työelämässä tai hankkivat käytännön osaamista ja kokemusta työntekijöinä. Toisaalta nuoret ovat tottuneet hakemaan tietoja ja taitoja myös yrittäjyydestä ja sen aloittamisesta monista eri tietolähteistä. Houkuttelevalla palveluiden markkinoinnilla ja yritysneuvojan läsnäololla yrityksen eri kanavissa, voi olla merkittävä vaikutus tämä ikäryhmä kohdalla. Li-



säksi oppia yrittäjyydestä tarjotaan tällä hetkellä usein jo läpi koulu- ja opiskeluvuosien, joten se on nuorille luontainen väylä työllistää itsensä ja hankkia toimeentulo juuri yrittäjänä.

### 9.3.2 Yritystoiminta ja yritysmuodot

Vastaajista, jotka olivat käyttäneet ja hyödyntäneet aloittavan yrittäjän palveluja, toimi 73 % edelleen yrittäjänä. Toiminimellä toimijoita eli elinkeinonharjoittajia heistä oli 48 % ja osakeyhtiönä toimii 41 %. Muina yritysmuotoina mainittiin muun muassa KY eli kommandiittiyhtiö ja kevytyrittäjä. Myös kohtaan muu yritysmuoto oli vastattu. Kuvassa 12 on näkyvissä yrittäjinä toimivien yrittäjäs-tatus ja yritysmuodot.



Kuva 12. Yli puolet vastaajista toimii päätoimisina yrittäjinä ja samalla yksinyrittäjinä

Iso osa oli toiminimiyrittäjiä eli elinkeinonharjoittajia on 48 %, jotka ovat myös yksinyrittäjiä. Kotkan-Haminan alueen yksinyrittäjien trendi mukaillee vahvasti valtakunnan tilannetta. Suomen yrityksistä (286 042 kpl) on yksinyrittäjiä 68 % (Suomen Yrittäjät 2020).

### 9.3.3 Yritystoiminta ei ole käynnistynyt

Toiseksi suurin osa vastaajista (27 %) ei toiminut enää yrittäjinä. Heistä lähes puolet oli vielä palkkatyössä, mutta harkitsi edelleen aloittavansa jossain vaiheessa yritystoiminnan. Vain muutama tästä ryhmästä oli lopettanut yritystoiminnan tai heillä oli muita uusia suunnitelmia. Sivutoimisina yrittäjinä, esimerkiksi palkkatyön ohessa, toimi vastaajista vajaa 20 % ja niin kutsuttuina kevytyrittäjinä toimi pieni joukko vastaajista. Kevytyrittäjä toimii kuten yrittäjä, hankkien itse toimeksiannot ja veloittaa palkkionsa tehdystä työstä laskutusosuuskunnan kautta. Laskutusosuuskunta hoitaa kevytyrittäjän puolesta asiakaslaskutuksen ja veloittaa tekemästään työstä kevytyrittäjää. Tunnetuin laskutusosuuskunta on ukko.fi.

### 9.4 Aloittavalle yrittäjälle suunnattujen palveluiden käyttö

Yrittäjyyttä harkinneet ja yritystoiminnan aloittaneet vastaajat olivat käyttäneet aloittavalle yrittäjille suunnattuja palveluja Kotkan-Haminan alueella runsaasti. Lähes 90 % vastaajista kertoo käyttäneensä, jotain alueelta löytyvää ja saatavaa palvelua. Vastaajista reilu 10 % on vastannut, ettei ole käyttänyt tai hyödyntänyt palveluja. Osa vastaajista ei kokenut tarpeelliseksi hankkia tätä tietoa ja osa heistä oli hankkinut tarvittavat tiedot opiskelun aikana. Kuvassa 13 on havainnollistettu palveluiden käyttö ennen yrityksen perustamista.



Kuva 13. Aloittavalle yrittäjille suunnattujen palvelujen käyttö

Useammassa vastauksessa nousi esille se, että henkilö halusi tietoa yrittäjyydestä, joka oli heille itselleen uusi, vieraampi asia. He halusivat täydentää tietoja ja varmistaa asioita, koska muistettavaa oli niin paljon. Osa vastaajista hankki tietoa starttirahan hakemista varten.

### 9.4.1 Tiedon hankinta ennen yritystoiminnan aloittamista

Tutkimuksessa haluttiin selvittää, mistä asiakas on hankkinut tietoa yrityksen perustamis- ja aloittamisvaiheessa. Kysymyksessä oli lueteltuna alueen toimijoita, jotka tarjoavat palveluja yrittäjäpolun alkumetreillä. Vaihtoehtoisissa olivat sekä julkisia, maksuttomia palveluja tuottavat organisaatiot sekä yksityisiä toimijoita, kuten tilitoimistot, pankit ja vakuutusyhtiöt. Kysymyksen vastausvaihtoehtoisissa oli mukana vielä muutama nettiosoite mm. Suomi.fi.

### 9.4.2 Asiakkaiden tyytyväisyys hankitusta tiedosta

Asiakkaat olivat pääosin tyytyväisiä saadusta tiedosta ja tiedon antajasta. Eriytyisen tyytyväisiä oltiin yrittäjä ystävältä saatuihin tietoihin, joihin osattiin vastusten perusteella suhtautua myös kriittisesti. Cursorin aloittavan yrittäjän palveluihin oltiin myös tyytyväisiä, samoin pankilta saatuihin tietoihin.

Vastaajat saivat antaa myös oman arvionsa siitä lähteestä, jota he olivat käyttäneet etsiessään tietoa ennen yritystoiminnan aloittamista. Asteikon skaala oli 1–5. Taulukkoon 1 on kuvattu vastaajien tyytyväisyys keskiarvolukuina kustakin tiedonhankinta lähteestä.

Taulukko 1. Asiakkaiden tyytyväisyys saadusta tiedosta (keskiarvo)

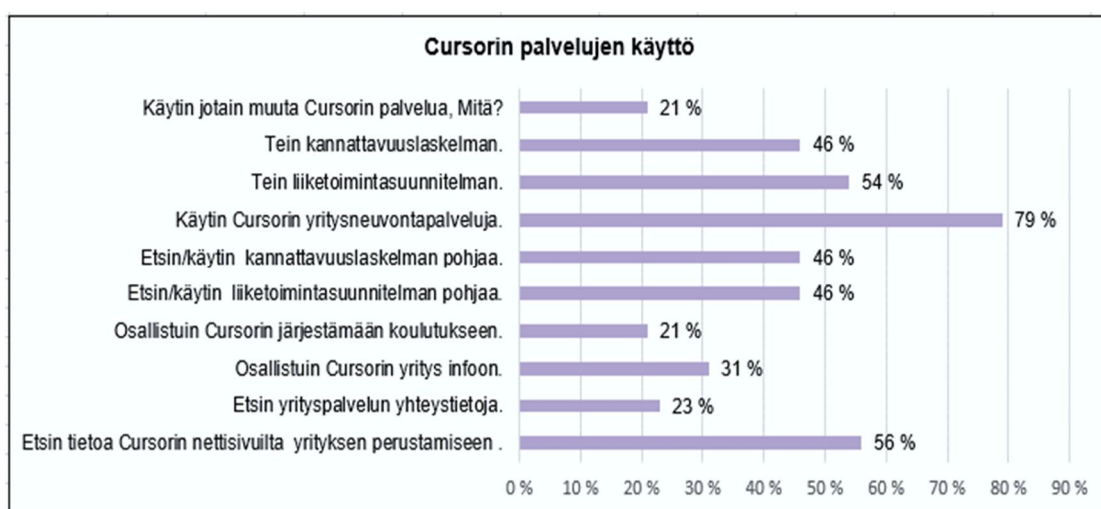


Suomi.fi -palvelut, vakuutusyhtiön ja pankin sekä oppilaitoksen tarjoamat palvelut saivat vastaajilta hieman yli 3 keskiarvon. Alle kolmen (3) keskiarvon saivat Kotkan-Haminan alueella maaseutupuolen julkiset toimijat Pro Agria ja Leader Sepra sekä sosiaalinen media.

## 9.5 Cursor Oy:n palveluiden käyttö

Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluja oli käytetty laajasti. Kyselyyn vastaajista 79 % oli käyttänyt Cursorin tarjoamia yritysneuvontapalveluja. Palveluita käyttäneet asiakkaat kokivat saaneensa riittävästi neuvoja ja apua ennen yrityksen perustamista. He myös kokivat saaneensa avun juuri siihen, mihin he sitä tarvitsivat. Saatu apu koettiin auttavan heitä eteenpäin yrittäjyyden alkuvaiheessa. Cursor Oy:n tarjoamien aloittavan yrittäjän palveluiden monipuolinen käyttö on esitetty taulukossa 2.

Taulukko 2. Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluiden käyttö



Näistä aloittavalle yrittäjälle tarkoitetuista palvelusta tai työkaluista oli käytetty useampaa palvelua. Kyselyyn vastaajista 56 % oli etsinyt tietoa yrityksen perustamiseen Cursorin nettisivuilta ja 23 % oli etsinyt sivuilta yrityspalvelun yhteystietoja. Nettisivut koettiin toimiviksi ja aloittavan yrittäjän palvelut oli löydetty sivuilta helposti.

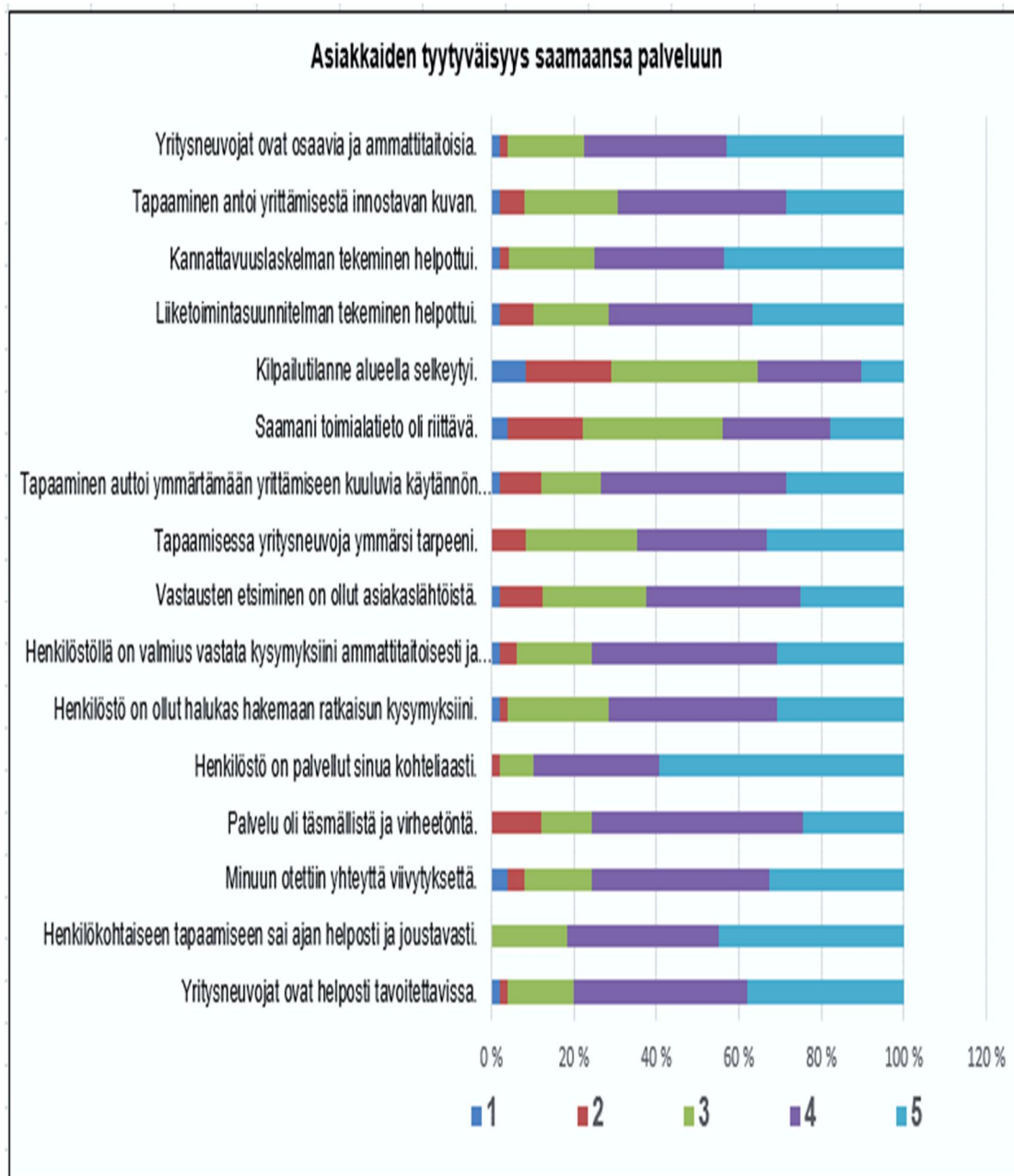
Yritysinfoon oli osallistunut 31 % vastaajista ja Cursorin järjestämiin koulutuksiin oli osallistunut 21 %. Vastaajat olivat etsineet ja myös käyttäneet Cursorin tarjoamia työkaluja, kuten liiketoimintasuunnitelman ja kannattavuuslaskelman pohjia. Asiakkaista 54 % kertoi tehneensä liiketoimintasuunnitelman ja 46 % kannattavuuslaskelman. Cursorin tarjoamista muista palveluista (21 %) oli käytetty mm. Chat-palvelua, kirjanpitäjän palvelua, ilmaista asianajan neuvontaa sopimusasioissa.

### **9.5.1 Asiakkaiden tyytyväisyys aloittavan yrittäjän palveluihin**

Cursorin aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneiden asiakkaiden keskuudessa yleisarvosana oli hyvä. Asiakkaat kokivat, että heihin otettiin yhteyttä viipymättä ja kahdenkeskisen tapaamisajan sai helposti ja joustavasti. Tapaamisessa yritysneuvojan kanssa he kokivat, että heidän tarpeensa oli ymmärretty. He kokivat tapaamisen auttaneen heitä ymmärtämään yrityksen toimintaan kuuluvia käytännön asioita.

Asiakkaat kokivat saamansa tiedon toimialoista riittäväksi, samoin he kokivat alueella vallitsevan kilpailutilanteen selkiintyneen. Liiketoimintasuunnitelman ja kannattavuuslaskelmien tekeminen helpottui. Asiakkaat kokivat yritysneuvojien olevan osaavia ja ammattitaitoisia. Tapaamisessa he välittivät yrittämisestä innostavan kuvan. Taulukossa 3 on esitetty värein, miten asiakkaat ovat antaneet vastauksia kunkin väittämän kohdalla. Väittämät liittyvät ensisijaisesti aloittavan yrittäjän neuvontapalveluun.

Taulukko 3. Asiakkaiden tyytyväisyys aloittavan yrittäjän neuvontaan ja palveluun

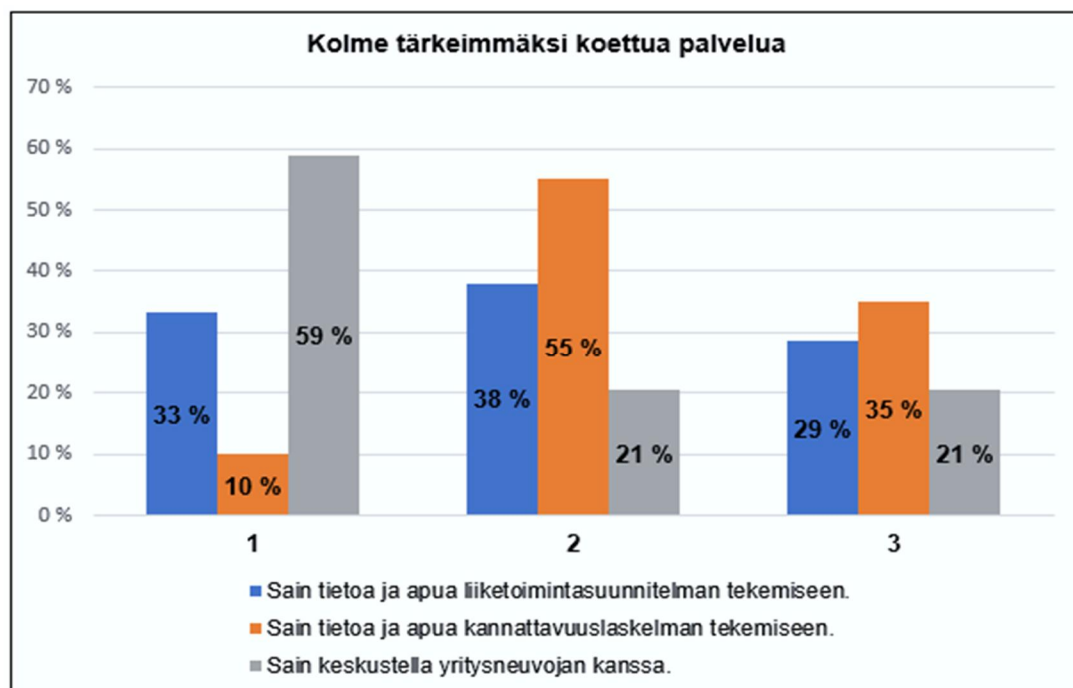


Taulukon alaosassa luvut 1–5 ovat vastaajien valittavana ollut asteikko, jossa 1 oli täysin eri mieltä, 2 jokseenkin eri mieltä, 3 ei samaa eikä eri mieltä, 4 jokseenkin samaa mieltä ja 5 täysin samaa mieltä. Eniten vastaajat olivat valinneet asteikolta vaihtoehdot 4 ja 5. Asiakkaat, jotka olivat käyttäneet Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluita vuosien 2017–2019 aikana, ovat olleet joko melko tyytyväisiä tai hyvin tyytyväisiä saamaansa palveluun.

### 9.5.2 Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluista kolme tärkeintä

Vastaajat, jotka olivat käyttäneet Cursorin aloittavan yrittäjän palveluita kokivat palveluista kaikista tärkeimmäksi keskustelun yritysneuvojan kanssa. Liiketoimintasuunnitelmasta saatu tieto ja apu koettiin toiseksi tärkeimmäksi ja kolmanneksi tärkeimmäksi koettiin kannattavuuslaskelman tekeminen yhdessä yritysneuvojan kanssa. Taulukossa 4 on esitetty vastaajien kolme tärkeimmiksi (1–3) valitsemaa palvelua.

Taulukko 4. Asiakkaiden kokemus kolmesta tärkeimmästä palvelusta % mukaan



Yritystoimintaa harkittaessa ja aloitusvaiheessa korostuu asiakkaiden tarve keskustella yritysneuvojien kanssa, jotta he saavat puolueettoman näkökulman tulevan liiketoimintansa kannattavuudesta ja mahdollisuuksista menestyä alueen markkinoilla. Tässä muutamia vastaajien perusteluita siitä, miksi ja millä perusteella he olivat valinneet kolme tärkeintä aloittavan yrittäjän palveluista:

*Keskustelu yritysneuvojan kanssa selkeytti ja auttoi hahmottamaan liikeideaa.*

*Henkilökohtainen keskustelu on aina parempi kuin netistä etsiminen. Sain myös tietoa yhteistyökumppaneista, esim. kirjanpitäjästä.*

*Eniten tarvitsin henkistä tukea. Seuraavaksi tärkein oli saada liike-toiminta- ja kannattavuuslaskelmapohjat ja näyttää ne yritysneuvojalle.*

*Kannattavuuslaskelman esittely ja yritysmuotojen vertailu tulivat tarpeeseen, sillä aiheista oli itselläni vain vähän tietoa ennakkoon.*

*Liittyvät toimintaan vahvasti ja rahoitusasiat ovat tärkeitä.*

### **9.5.3 Mitä muita palveluita asiakkaat olisivat tarvinneet?**

Vastajat olivat käyttäneet laajasti Cursorin heille tarjoamia palveluita, ja he olivat tyytyväisiä saamansa palveluihin. Esittivät he vielä muutamia toiveita aloittavalle yrittäjälle tarjottaviin palveluihin. Tässä muutama palveluita käyttäneiden asiakkaiden esittämistä toiveista:

*Asiakaskunnan kartoitus ja mainostaminen. Markkinointiin apuja. Konkreettista apua mm. markkinoinnista.*

*Laskelmissa olin varannut ihan liian vähän rahaa mainos kuluihin. Mainostamisen kalleus ja monipuolisuus yllätti.*

*Kuntoutukseen / terveydenhuoltoalan yrittäjyyteen liittyvää tietoutta.*

*Jotakuta tukihenkilöä tai yrityskumppia, jonka kanssa olisi voinut vaihtaa ajatuksia. Kummia yrityksen alkutaipaleelle, joka sparraa ja antaa vinkkejä.*

*Verosuunnittelu, vakuutukset, Suosituksia tilitoimistoista ja/tai tilintarkastajista, Apua osakeyhtiön perustamisessa. Apua rahoitusasioissa. Potkua persuuksille, Kristallipalloa.*

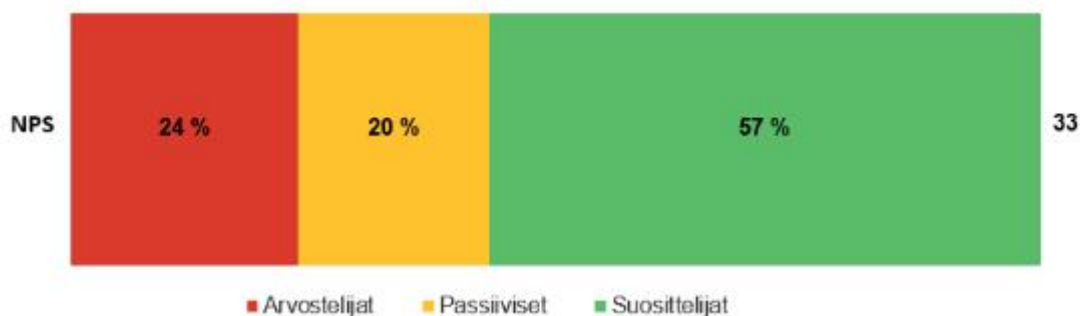
*Nopeammin vastauksia kysymyksiin. Sopimuksiin ja niiden ehtoihin juristin näkemyksiä.*

## **9.6 Asiakkaiden tyytyväisyys Cursor Oy:n palveluihin**

Webropol-kyselyn lopussa, palveluita käyttäneet asiakkaat saivat ilmoittaa, käyttäisivätkö he palvelua itse uudelleen. Halukkuus käyttää palvelua itse uudelleen pyydettiin ilmoittamaan Net Promoter Score-suositelukysymyksen asteikolla 0–10. Tällä Net Promoter Score-kysymyksen avulla voidaan laskea NPS-luku, jonka perusteella on helppo löytää palvelun hyvät ja huonot puolet.



Asiakkaista 57 % käyttäisi itse uudelleen Cursorin aloittavan palvelua. Asiakkaista 20 % oli passiivisia eli he eivät todennäköisesti käyttäisi palvelua uudelleen, mutta he eivät myöskään arvostele palvelua. Arvostelijoita oli 24 % asiakkaista. He eivät käyttäisi palvelua itse uudelleen. Vastusten perusteella NPS-luvuksi tuli 33. Kuvassa 19 on esitetty arvostelijat, passiiviset ja suosittelijat prosentteina ja väreinä.



Kuva 14. Asiakastytyväisyyden taso NPS-luvulla ilmaistuna

Aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneiden asiakkailta saatujen vastusten perusteella muodostunut NPS-luku oli 33, mitä voi löyhästi tulkita, että asiakkaat eivät välttämättä käyttäisi palvelua itse uudelleen. Perusteluita siitä, miksi vastaajat eivät itse käyttäisi palvelua enää uudelleen, löytyi avoimista vastuksista.

*Ei tarvetta nykyisen yrityksen asioissa.  
Vain siinä tapauksessa, että Cursorilla on tarpeeseeni vastaava palvelu.*

*Jos olisi pakko. Huonot pisteet annoin, koska olen kahden eri henkilön kanssa keskustellut samoista asioista ja...  
Tarvetta ei nyt hetkeen ole. Level UP kiihdyttämöä ei enää taida olla, eikä siten syytä...*

## 9.7 Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palvelujen suosittelu muille

Palveluita käyttäneet asiakkaat suosittelisivat Cursorin aloittavan yrittäjän palveluja mielellään myös muille. NPS-asteikolla sekä passiivisia että arvostelijoita oli molempia 16 % asiakkaista. NPS-luku oli 53, jota voidaan pitää erinomaisena. Asiakkaista 69 % suosittelisi aloittavan yrittäjän palveluja myös muille. Kuvassa 15 on näkyvissä prosenttiosuudet arvostelijoiden, passiivisten ja palveluita muille suosittelijoiden osalta, joista muodostuu NPS-luku 53.



Kuva 15. Cursor Oy:n palveluiden suosittelu muille

NPS-arvo lasketaan vähentämällä arvostelijoiden prosenttiosuudet suosittelijoiden prosenttiosuuksista. Ennen arvon laskemista asiakkaiden vastukset luokitellaan arvostelijoihin (0–6), passiivisiin (7–8) ja suosittelijoihin (9–10). Jos NPS-luku on yli 50 se on erinomainen. Tarkempi tieto asiakkaiden tyytyväisyydestä saadaan kuitenkin heidän avoimista vastauksistaan.

Asiakkaiden perusteluja Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluiden suosittelusta muille seuraavasti:

*Suosittelisin juuri siksi, että varmasti tulee huomioitua kaikki mitä aloittavan yrittäjän kuuluu huomioida yritystä perustaessa. Hyvää perustietoa ja tukea perustamiseen., Kaikki neuvot yrityksen perustamisen alkuvaiheessa ovat tärkeitä.*

*Joka kerralla hyvää ja asiantuntevaa palvelua, ei mitään moitittavaa. Selkeyttää liikeideaa, kun keskustelee asiantuntijan kanssa. Hyvää perustietoa tarjolla sekä apua liiketoimintasuunnitelmaan ja kannattavuuslaskelman tekoon.*

*Yrittäjät tarvitsevat tukea sekä yrityksen perustusvaiheessa että myöhemminkin., Heillä on kootusti paljon tietoa ja kokemusta., Liiketoimintasuunnitelman tekoa varten, ok paikka.*

*Sieltä saa hyvää ja tarpeellista neuvoa ja apua vaikeisiin tilanteisiin. Linkkejä, vinkkejä jne., Saa vinkkejä myös ehkä sellaisista asioista, joita ei itse ole tullut ajatelleeksi.*

## 9.8 Kehittämisehdotuksia asiakkailta

Kyselyn lopussa vastaajia pyydettiin antamaan palautetta ja kehittämisehdotuksia koskien aloittaville yrittäjille suunnattuja palveluita Kotkan-Haminan alueella. Erittäin ilahduttavaa oli huomata, että lähes kaikki vastaajat olivat antaneet ehdotuksiaan ja omia ideoitaan kehittämiseen. Yhteenvedossa olen nostanut esille useimmin vastuksissa toistuvat samankaltaiset toiveet ja ehdotukset.

Kehittämisehdotuksissa toivottiin verkostoitumista sekä tapaamisia ja yhteistyötä saman alan yrittäjille. Alakohtaisia yhteistyöprojekteja, joissa voitaisiin hyödyntää myös muiden alojen tietoutta. Ehdotettiin vertaistukikeskusteluryhmää yrityksen perustamista harkitseville (yritysideasta yritykseksi-ryhmä). Yhteistyötapaamisia, joissa voisi kehittää toimintaa alueellisesti. Yrityskummmia kaivattiin jo perustamisvaiheessa, koska haluttiin keskustella enemmän liikeideasta ja sen kehittämisestä (vastaväittelijä).

Markkinointiin ja mainostamiseen toivottiin käytännön esimerkkejä mm. kustannuksista ja kanavista. Selkeää tietoa yrityksen hallintoon liittyvissä asioissa ja rahoitusneuvoja. Tietoa ja vinkkejä siitä, kuinka asiakkaiden kanssa toimitaan tänään ja huomenna.

Toivottiin yhteistyön kehittämistä ammattikorkeakoulun kanssa. Oppilaitoksen oppimateriaaleissa koettiin olevan parantamisen varaa, kun taas Cursorin yrittäjyyteen liittyvä materiaalit koettiin laajoiksi ja laadukkaiksi. Edotettiin otettavan mallia \*Kouvolan Aikuiskoulutuskeskuksen (\*nykyisin Aikuiskoulutus Taitaja) yrittäjäkoulutuksista. Cursorin toivottiin järjestävän online-esityksiä ja koulutuksia yrittäjyydestä. Koulutuksien aiheita ehdotettiin kysyttävän 'yleisöltä' esim. kotisivuilla ehdotus- ja äänestysjärjestelmällä.

Yritysmuodoista keskustelu koettiin turhauttavaksi liiketoimintakauppojen yhteydessä. Harmitusta koettiin tilanteessa, jossa asiakas olisi toivonut muuta kuin kutsua tulla käymään joskus yrittäjien aloitustilaisuuksiin. Samoin vastuksista oli mietitty, ettei seudulla ehkä ollut lainkaan tarvetta nuorille kolmannen sukupolven yrittäjille, jotka haluaisivat ostaa myynnissä olevia yrityksiä. Toivottiin yritysneuvojen tutustumista alueen yritys kenttään ja 'pudottautumista' lähemmäs tätä bisneskenttää.

Yleisluontoisena ehdotuksena oli panostus alueen vapaa-ajan aktiviteetteihin ja matkailuun. Lisäksi ehdotettiin yhteistyön lisäämistä TE-toimiston ja Cursor Oy:n välillä. Toivottiin, nyt kriisiaikaan tietoa ajoissa, mitä helpotuksia, avustuksia ja keinoja yrityksellä on pysyä pystyssä. Koettiin, että vain suuremmat yritykset olivat saaneet tätä apua.

## 10 CURSOR OY:N TUNNETTUUS KOTKAN-HAMINAN ALUEELLA

Cursor Oy:n tunnettuutta selvitettiin toisella samanaikaisesti tehdyllä Webropol-kyselyllä. Kyselyssä kohdejoukkona oli yrityksen perustajat vuonna 2019, joiden oli arvoitu aloittaneen yritystoiminta käyttämättä Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluja.

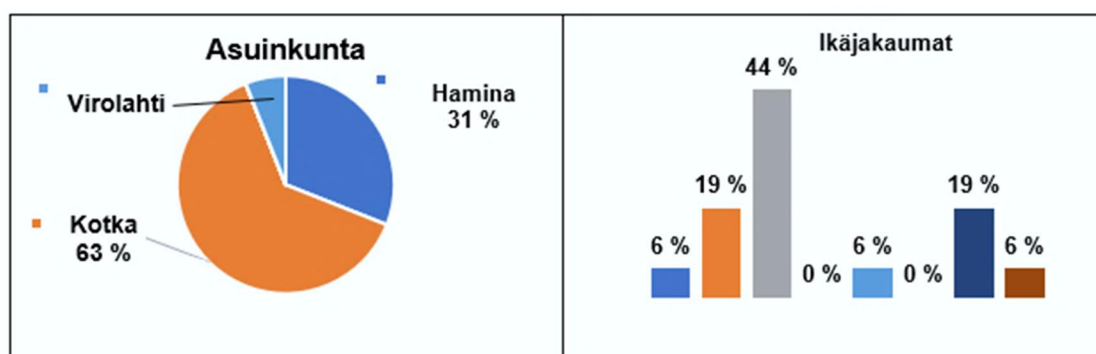
Tavoitteena oli saada tieto, kuinka hyvin yritys tunnettiin ko. kohdejoukossa. Lisäksi haluttiin saada selville myös, mitä palveluja yrityksen perustajat olivat käyttäneet, jos he eivät olleet käyttäneet Cursorin tarjoamia palveluja? Tavoitteena oli saada tietoa ja vihjeitä, miten yhä useampi yrityksen perustaja käyttäisi Cursorin aloittavan yrittäjän palveluja.

### 10.1 Tutkimustulokset

Vastauksia tähän toiseen Webropol-kyselyyn saatiin vain 18 kappaletta, joten saadut tulokset ovat vain pieniä viitteitä antavia. Olen kuitenkin esittänyt tulokset pääosin prosenttilukuina, vaikka lukumäärä tiedot tämän tutkimuksen osalta olisivat ehdottomasti todellisuutta paremmin kuvaavat.

#### 10.1.1 Vastaajien asuinkunta ja ikä

Kyselyyn vastanneista 63 % ilmoitti asuinkunnakseen Kotkan, Haminan asuinkunnakseen ilmoitti 31 % ja Virolahden asuinkunnakseen ilmoitti 6 % vastaajista. Kukaan vastaajista ei ilmoittanut asuinkunnakseen Miehikkälää eikä Pyhtäätä. Kuvassa 16 on esitetty vastaajien asuinkunnat ja eri ikäryhmien prosentti osuudet kussakin ikäryhmässä.

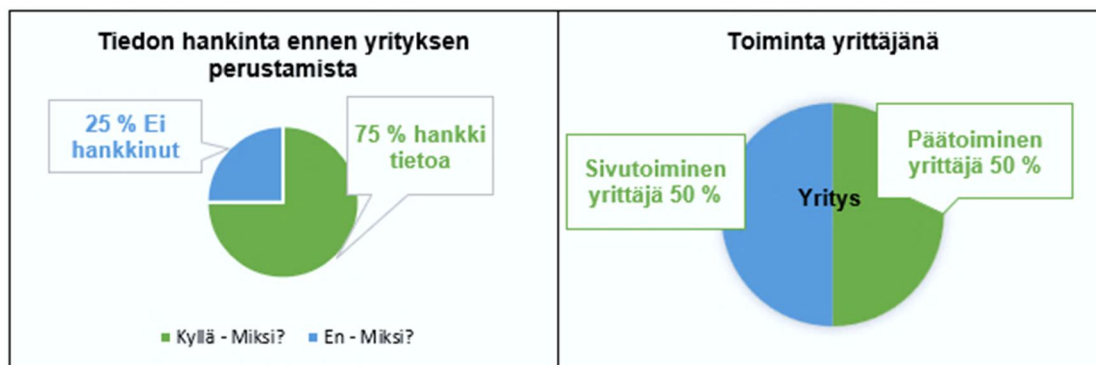


Kuva 16. Asuinkunnat ja ikä ei palveluita käyttäneet yrityksen perustajat

Vastaajista, joiden arvoitiin aloittaneen yritystoiminnan ilman Cursor Oy:n palveluja, 44 % kuului ikäryhmään 36–45-vuotta. Seuraaviin ikäryhmiin 25–35-vuotta ja 61–64-vuotta kuului yhteensä 38 % vastaajista, joiden arvoitiin aloittaneen liiketoiminnan, ilman Cursor Oy:n palveluita. Ikäryhmissä 18–24-vuotiaat ja 51–55-vuotiaat vastaajien määrä oli kummassakin 6 % eli yhteensä 18 %. Kahdessa kyselyssä määritellyssä ikäryhmässä 46–50-vuotiaat ja 56–60-vuotiaat vastaajia ei ollut lainkaan.

### 10.1.2 Yritystoiminta ja yritysmuodot

Ilahduttavan suuri osa eli 75 % myös tästä kohdejoukosta oli hankkinut tietoa ennen yrityksen perustamista. Vain 25 % ei ollut juurikaan hankkinut tietoa ennakoon. Yrittäjinä toimivat kaikki vastaajat, puolet heistä harjoitti liiketoimintaa sivutoimimisina ja puolet päätoimimisina yrittäjinä. Toiminimellä toimijoita eli elinkeinonharjoittajia heistä oli 53 % ja osakeyhtiönä toimii 40 %. Kuvassa 17 on esitetty tieto siitä, kuinka moni vastaajista hankki tietoa ennen yritystoiminnan aloittamista ja vastaajien yrittäjästatus.



Kuva 17. Tiedon hankinta ennen yrittäjyyttä ja toiminta yrittäjänä

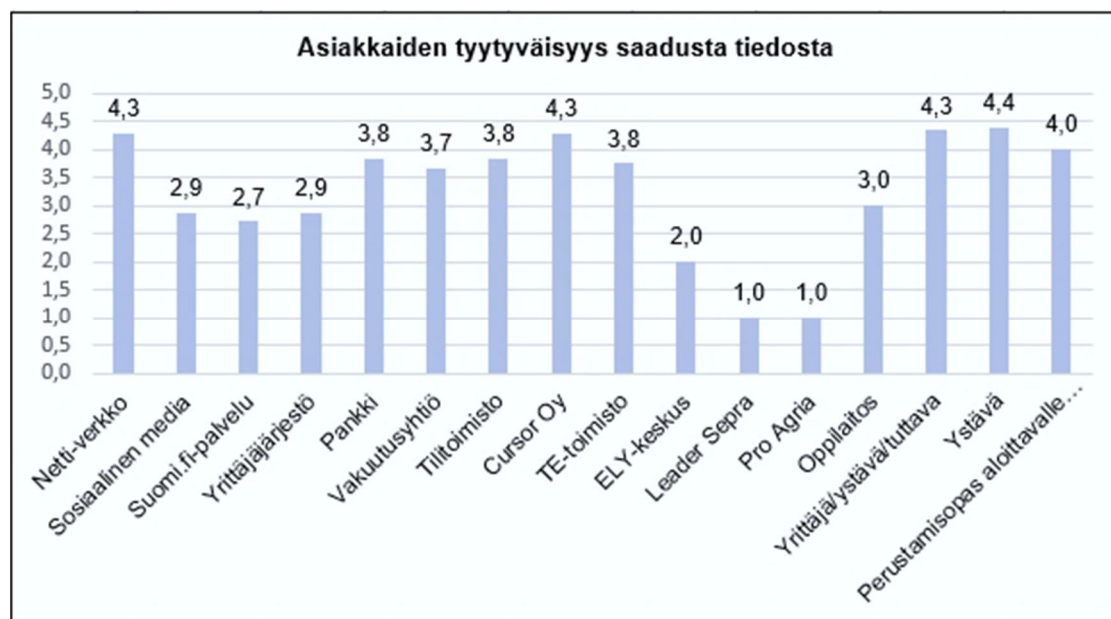
Vastaajat halusivat varmistua asioista ennakoon, jotta asiat sujuisivat alusta alkaen oikein. Tietoa hankittiin muun muassa verotuksesta, tehtävistä poistoista ja vähennyksistä. Neljännes vastaajista ei hankkinut tietoa yrittäjyydestä ennakoon. Perusteluissaan he kertoivat, että kokemusta oli runsaasti toimialasta, jolle ryhtyivät yrittäjäksi tai he eivät kokeneet tarvitsevansa tietoa ennakoon.

### 10.1.3 Tyytyväisyys saadusta tiedosta ja sen lähteestä

Tutkimuksessa haluttiin selvittää, mistä tämän kyselyn vastaajajoukko oli hankkinut tietoa yrityksen perustamis- ja aloittamisvaiheessa. Tämän kysymys oli sama, mikä kysyttiin Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneille. Kysymyksessä oli lueteltu pääosin kaikki alueen toimijat, jotka tarjoavat palveluja yrittäjäpolun alkumetreillä Kotkan-Haminan seudulla. (Ks. liite 3/2 kysymys 7).

Vastaajilla oli mahdollisuus samalla arvioida tyytyväisyytään saamaansa tietoon ja palvelutarjoajan palvelun laatua asteikolla 1-5, jossa 1= ei riittävä, 2=melko riittävä, 3= ei huono/ei hyvä, 4=melko hyvä ja 5=hyvä. Se miten tyytyväisiä vastaajat olivat samaansa tietoon ja palveluun on esitetty keskiarvoina taulukossa 5.

Taulukko 5. Mistä tietoa oli hankittu ja tyytyväisyys saatuun tietoon (keskiarvot)



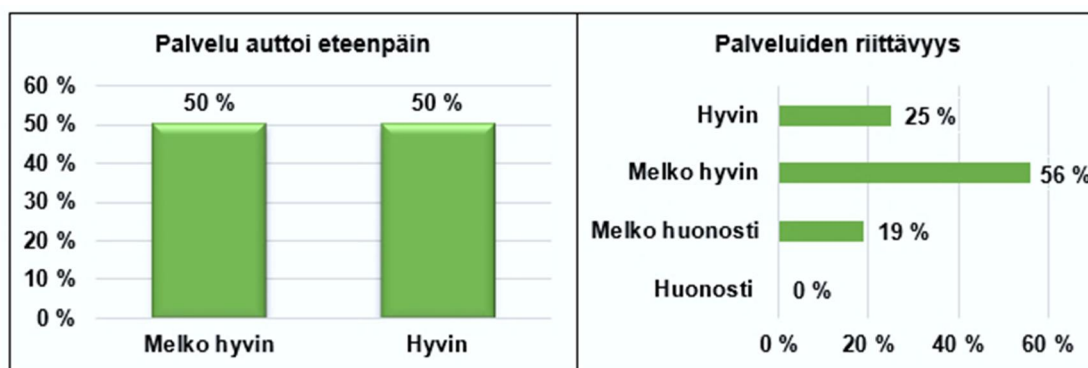
Ystävältä ja yrittäjä ystävältä saatu tieto sai asteikolla 1–5 korkeimman keskiarvon kaikkien vastaajien kesken (4,4). Yli neljän keskiarvon saivat myös Cursor Oy ja netti sekä perustamisopas aloittavalle yrittäjälle. Opas on saatavilla sekä digitaalisena että painettuna versiona. Vastaajat olivat pääosin tyytyväisiä käyttämäänsä palveluun ja saamaansa tietoon, muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta, joissa palvelun laadun keskiarvo jäi yleistasoja muita alhai-

semmiksi. Vastaajien tyytyväisyys saadusta tiedosta ja samalla palveluntarjoajasta oli suurilta osin yli kolmen. Tätä voitaneen pitää asiakastyytyväisyyden tason minimitasona.

Valinnat siitä, mistä tieto oli hankittu, perusteltiin mm. tiedon saannin helppouden ja sen helpon löydettävyyden perusteella. Samalla oli koettu, että ko. tieto oli ajantasaista. Palvelun tarjoaja koettiin helposti lähestyttäväksi, luotettavaksi ja ammattimaiseksi. Tietoa oli etsitty netin kautta ja tiedon uskottiin olevan siellä ajantasaista, koska ystäviltä + yrittäjäystäviltä saatava tieto saattaisi olla vanhentunutta. Ystäviltä oli saatu myös tieto Cursor Oy:n palveluista.

Vastaajat kokivat kaikki, että heidän tarpeeseensa oli vastattu melko hyvin tai hyvin. Tietoa oli löytynyt monesta eri lähteestä, vastaaja olivat kokeneet saaneensa vastauksia, niihin kysymyksiin, joihin niitä olivat tarvinneet. Taulukoon 6 on koottuna, miten hyvin palvelut ovat auttaneet asiakkaita eteenpäin ja miten he ovat kokeneet palveluiden riittävyyden.

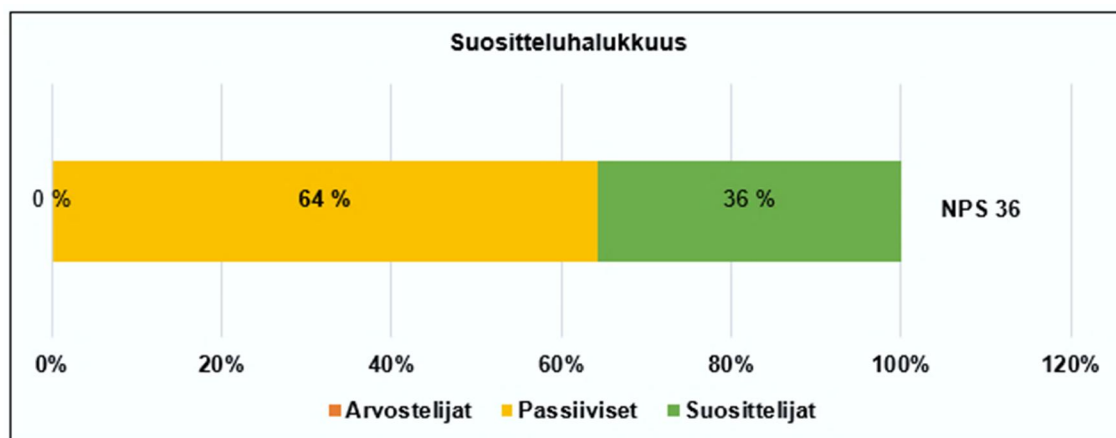
Taulukko 6. Palvelun laatu ja palveluiden riittävyys



Yli puolet eli 56 % vastaajista koki, että palveluita löytyy aloittaville yrittäjille melko riittävästi Kotkan-Haminan alueelta. Perusteluissaan he vastasivat palveluiden löytyvän eri lähteistä. Etenkin netistä tietoa ja palvelua etsineet joutuivat seulomaan tietoa ja lukemaan tiedon 'rivien välistä'. Vastaajat, jotka olivat kokeneet palveluiden riittävyyden olevan hyvä, kertoivat löytäneensä tarvittavan tiedon. Palveluiden riittävyyden olivat kokeneet huonoksi 19 % vastaajista. Perusteluissa he toivat esille mm. tiedon saannin hajanaisuuden, tiedon vaikeaa löydettävyyden, johtuen tiedon suuresta määrästä.

### 10.1.4 Palvelun suositteluhaluus

Palvelun suositteluhaluus on suuntaa antava ja tulkittava kaikkien palveluntarjoajien 'keskiarvona' suositteluhaluudesta. Kysymyksessä ei ollut jokaikaisen mainitun palveluntarjoajan kohdalla omaa suositteluasteikkoa. Kotkan-Haminan alueen kaikkien palveluntarjoajien (kysymyksessä minittujen) yhteinen suositteluhaluuden luvuksi (NPS) muodostui 36. Kuvassa 18 näkyvät prosentiosuuksin ja väreittäin passiiviset 64 % keltaisena palkkina ja suosittelijat 36 %, vihreänä palkkina. Arvostelijoita 0 %, ei ollut lainkaan, mikä näkyy oranssin palkin puuttumisena kuvassa.



Kuva 18. Suositteluhaluus käytetystä palvelusta

Suosittelijat totesivat saaneensa käyttämästään palvelusta sopivan ja riittävän tiedon. Nettiä suositeltiin, koska sieltä löytää kaiken tarvittavan tiedon, mutta vaatii jonkinlaista etukäteistietoa. Netti todettiin nopeaksi ja helpoksi, joka on kaikkien saatavissa ja kustannustehokas.

Netin käyttö tietolähteenä koettiin samalla myös aikaa vieväksi ja haastavaksi, koska infomaatiotulva koettiin valtavaksi. Samasta paikasta oli saatu sekä hyvää että huonoa palvelua. Huomion arvoista oli, että myös tässä vastaajajoukosta suositeltiin Cursor Oy:n palveluja, joskin pienellä varauksella.



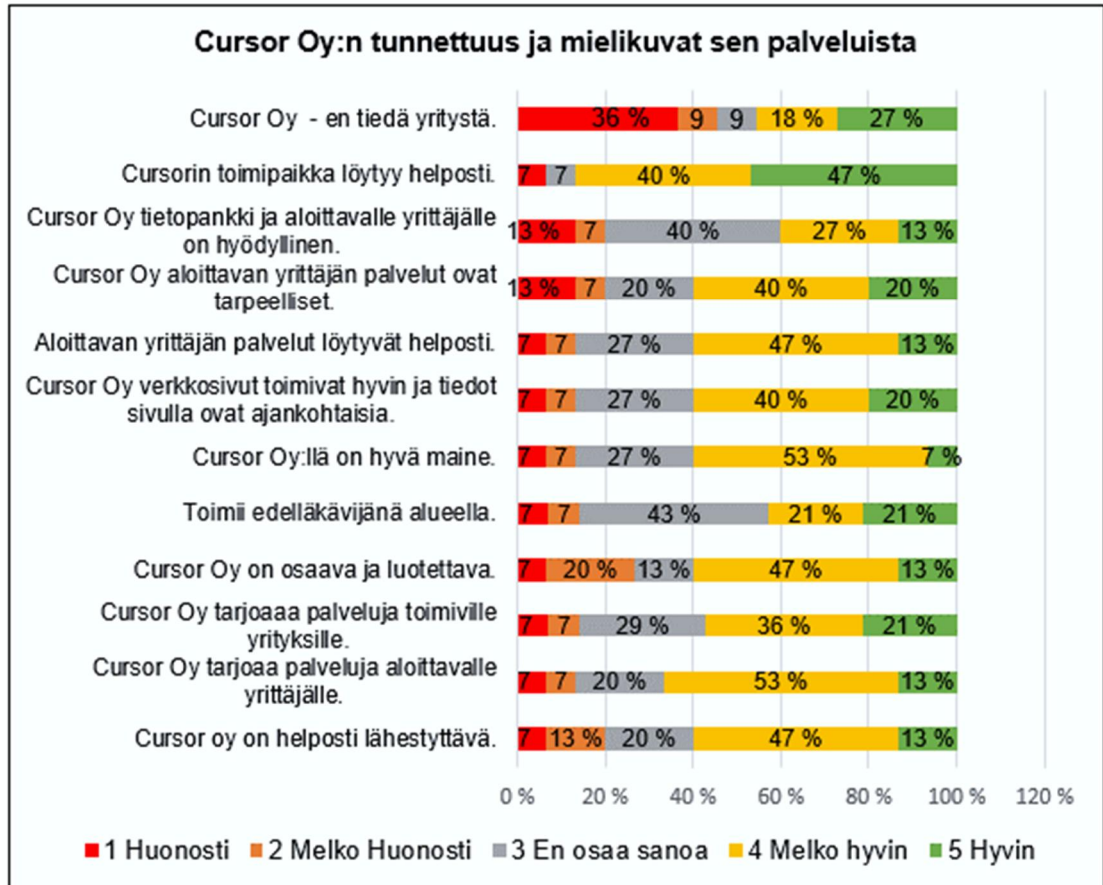
### **10.1.5 Mitä ja millaisia palveluita toivottiin lisää?**

Ehdotuksia siitä, mitä muita palveluja alueelle toivotaan, voidaan tulkita myös kehittämisehdotuksiksi. Palveluista aloittaville yrittäjille toivotaan 'yhden luukun' -periaatetta. 'Yhdeltä luukulta'-palvelusta toivotaan löytyvän tietoa yrittäjyyden aloittamiseen liittyvistä käytännöistä, vapaista toimitiloista, rahoituksesta, verotuksesta. Henkilökohtaista matalankynnyksen palvelua, jossa ei tarvitse kaikkien papereiden olla vielä valmiita. Vastaajista, jotka eivät kaivaneet lisää palveluja kokivat saaneensa kaiken tiedon ja palvelun mm. pankista ja tilitoimistosta.

### **10.2 Cursor Oy:n tunnettuus**

Cursor Oy:n tunnettuutta selvitettiin niiden yritysten keskuudessa, joiden arvoitiin aloittaneet yritystoiminnan vuonna 2019 Kotkan-Haminan alueella, ilman Cursor Oy:n palveluja. Tunnettuutta kartoitettiin kahdentoista (12) erilaisen väittämän perusteella. Väittämiin vastatessa, vastaajilla oli mahdollisuus samalla arvioida väittämän paikkansa pitävyyttä asteikolla 1–5, jossa luku 1 kertoo väittämän pitävän huonosti paikkansa ja luku 5 kertoo väittämän pitävän paikkansa hyvin. Taulukoon 7 on koostettu vastukset prosenttimäärin ja värein. Väreistä punainen (vastaa lukua 1) kertoo, että väittäjä ei pidä paikkansa ja vihreä väri (vastaa lukua 5) pitää paikkansa.

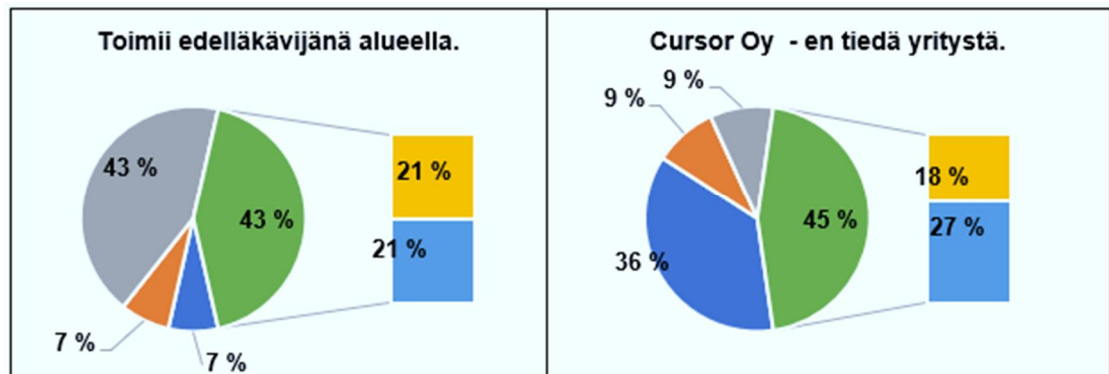
Taulukko 7. Cursor Oy:n tunnettuus ja mielikuvat sen palveluista



Näistä yhdentoista väittämän osalta hyvin pieni osa vastaajista oli valinnut asteikolta vastusvaihtoehdot 1 huonosti tai 2 melko huonosti (värit punainen ja oranssi). Vastaajat olivat pääasiassa valinneet 4 melko hyvin ja 5 hyvin (värit keltainen ja vihreä). Vastaajien mielestä Cursor Oy on hyvämaineinen ja helposti lähestyttävä. Yritys koettiin osaavana ja luotettavana toimijana alueella. Vastaajat tiesivät Cursor Oy:n tarjoavan palveluja sekä aloittaville että toimiville yrittäjille. Kotisivut oli koettu toimivan hyvin ja aloittavan yrittäjän palvelut oli löydetty helposti. Tietopankki aloittaville yrittäjille koettiin sekinkin hyödylliseksi ja tarpeelliseksi.

Cursor Oy tiedettiin yrityksenä ja alueen toimijana myös tässä kohdejoukossa. Myös aloittavan yrittäjän palvelut tiedettiin ja koettiin olevan käyttökelpoisia. Huomion arvoista oli kuitenkin, että 54 % tämän kohdejoukon vastaajista ei tuntenut yritystä lainkaan tai tiesi sen huonosti tai ei osannut vastata tunsiko yritystä vai ei. Kaikki vastaajat eivät myöskään kokeneet Cursor Oy:n toimivan alueella edelläkävijänä. Kuvassa 19 on esitetty prosenttiosuudet vastaajien

mielikuvista koskien Cursor Oy:n toimimista edelläkävijänä Kotkan-Haminan alueella ja prosenttiosuudet yrityksen tunnettuudesta.



Kuva 19. Cursor Oy:n toiminta ja tunnettavuus Kotkan-Haminan alueella (vastaajien mielikuvat)

Vastaajista 43 % oli mielikuva Cursor Oy:n toimimisesta edelläkävijänä alueella. Kuitenkin suurin osa tähän kysymykseen vastaajista eli 57 % ei kokenut yrityksen toimivan edelläkävijä. Tässä vastaajajoukossa 45 % tunsi yrityksen hyvin tai melko hyvin. Yli puolet vastaajista 54 % ei tiennyt Cursor Oy:tä tai tiesi sen huonosti tai melko huonosti. Kaikista väittämistä juuri nämä kaksi edellä mainittua väittämää saivat alhaisimmat prosenttiosuudet verrattuna kysymyksen muihin väittämiin.

### 10.3 Kehittämisehdotuksia aloittavan yrittäjän palveluihin

Myös tämän kohdejoukon vastaajilla oli mahdollisuus antaa palautetta ja kehittämisehdotuksia Kotkan-Haminan alueella tarjottavista palveluista, erityisesti yritystoimintaa harkitseville ja aloittaville yrittäjille. Kysymykseen mitä ja millaisia palveluja aloittaville yrittäjille Kotkan-Haminan seudulla pitäisi kehittää, saatiin seuraavanlaisia vastauksia:

*Tarvitaan käytännön neuvoja ja ohjeita yrityksen perustamiseen ja tukea.*

*Yleistä neuvontaa lainsäädännöstä ja aitoa, oikeaa apua.*

*Pienille toiminimi yrittäjille yhteisiä foorumeita.*

*Kysy minulta-palvelu yrittäjältä toiselle.*

*Lisää matalan kynnyksen palveluja yrittäjille.*

*Tapahtumia myös englanniksi.*

*Aloittavan yrittäjän neuvontaa ilman ajanvarausta -tyyppisiä keskusteluhetkiä.*

*Cursor voisi myös pyrkiä yhdistämään eri alojen yrittäjä tiiviimmin verkostoksi.*

## **11 JOHTOPÄÄTÖKSET**

Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluita käyttäneet asiakkaat ovat pääosin tyytyväisiä saamaansa palveluun. Tutkimustulosten perusteella asiakastyytyväisyyden tasoa voidaan pitää erittäin hyvänä. Tästä asiakastyytyväisyyden tasosta kertoo suositteluhalukkuus, NPS-luku 53, mikä on erinomainen. Saatujen avointen vastausten perusteella voidaan arvioida myös asiakaskokemuksen olleen pääosin hyvä.

Vaikka tutkimustulokset ovat samansuuntaisia kuin Cursor Oy:n saamat palautteet asiakkailtaan, tuloksiin tulee suhtautua vain suuntaa antavina tietoina. Tutkimustulosten luotettavuutta heikentää osin vastaajien vähäinen määrä, joka jäin molemmissa tehdyissä kyselyissä odotettua pienemmäksi.

Saatujen vastusten vähäiseen määrään molemmissa kyselyissä saattoi osaltaan vaikuttaa samaan aikaan toteutettu Yrittäjien kuntabarometri-kysely alueen yrittäjille. Tämä kysely toteutettiin ajalla 16.2–13.5.2020. Vastuksia tähän kyselyyn oli saatu yhteensä 126 kappaletta Kotkan-Haminan alueelta. Kotkasta vastauksia oli saatu 67 kappaletta, Haminasta 32 kappaletta ja Pyhtäältä 28 kappaletta (Yrittäjien kuntabar...2020).

Toisaalta asiakastyytyväisyyden tasoa mittaavassa kyselyssä, tiedettiin, keitä vastaajia olivat – asiakkaita, jotka olivat käyttäneet Cursorin aloittavan yrittäjän palveluja, joten vastaajien joukko muodosti luonnostaan hyvän otannan perusjoukosta. Lisäksi kyselylomakkeella oli runsaasti avoimia kysymyksiä, joihin asiakkailta saatiin hyvin vastauksia. Samoin kehittämisehdotuksia saatiin mielestäni runsaasti. Näihin kehittämisehdotuksiin tulisi kiinnittää huomiota mahdollisimman pian.

Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluista erityisesti tärkeäksi koettiin mahdollisuus keskustella henkilökohtaisesti yritysneuvojan kanssa. Asiakasta

on kuunneltu ja ymmärretty henkilökohtaisessa tapaamisessa. Hän on saanut tarvitsemansa tiedon ja päässyt etenemään yrittäjäpolulla. Tyytyväisyys neuvontapalveluun ja saatuun apuun on luonut pohjan hyvälle asiakaskokemukselle. Tätä tietoa vahvistaa myös yritysneuvojen teemahaastatteluihin esiin nostama asiat. Esille nousi hyvin vähän asioita, joihin asiakkaat olivat tyytymättömiä.

Asiakkaiden tyytyväisyys ja heidän kokemuksensa, kuten myös työntekijöiden kokemukset vahvistavat laadukkaan perustyön tekemisen tärkeyttä ja sen merkittävyyttä. ”Perusasioiden tekeminen oikein, kerta toisensa jälkeen, onkin lähtökohta myös erinomaisille asiakaskokemuksille” (Saarijärvi & Puustinen 2020, 105–106).

Koska vastaajien määrä oli tässä Cursor Oy:n tunnettuutta mittaavassa kyselyssä hyvin pieni, johtopäätöksiä tekeminen ei ole mielestäni edes mahdollista eikä tarkoituksenmukaista. Kertooko kyselyyn vastaajien pieni määrä osaltaan jotain?

## 12 POHDINTA

Opinnäytetyö olisi voinut mielestäni onnistua paremmin ja helpommin. Alussa keräsin opinnäytetyöni aihealueeseen liittyvää tietoa liian laajasti, enkä osannut rajata tietoa ja teoriaa riittävästi keräämästäni tiedosta. Tiiviimpi yhteistyö ja yhteydenpito toimeksiantajan kanssa olisi mahdollistanut prosessi mielekkäämmän sujumisen sille määritellyssä ajassa.

Samoin tiiviimpi ja säännöllinen yhteydenpito ohjaavaan opettajan kanssa olisi varmasti selkeyttänyt tekemistä. Yhteydenpitoon toimeksiantajan kanssa vaikutti ehkä opinnäytetyön tekemisen ajoittuminen pahimpaan Covid-19 pandemian ajankohtaan. Tuolloin toimeksiantajan työmäärä lisääntyi merkittävästi ja ensisijaisena tavoitteena Cursor Oy:llä oli yritysasiakkaiden auttaminen tässä yllättävässä ja hyvinkin uudenlaisessa tilanteessa.

Työn pitkittyessä koin suurta turhautumista ja vaikeutta viedä prosessia eteenpäin. Tutkimuskysymyksen ”rakentaminen” oli haastavin osio koko proses-

sisä. Lisäksi mietin, oliko toimeksiantajan tavoitteena todellisuudessa selvittää jotain muuta, koska aloittaville yrittäjille tarjottavat palvelut tuntuivat olevan kunnossa.

Ensimmäinen lähestymiskulmani koko opinnäytetyön aiheeseen oli palvelumuotoilun työvälineiden hyödyntäminen käytännössä. Keräsin ja kävin läpi runsaasti teoriaa palvelumuotoilun näkökulmasta. Ehdotin yhteistä työpajaa yrityspalvelun neuvontatiimin kanssa, jossa olisin halunnut kartoittaa asiakkaiden kosketuspisteet Cursor Oy:n nykyisissä palvelukanavissa. Yrityspalvelujohtaja ei kuitenkaan nähty työpajaa tarkoituksenmukaiseksi.

Toki tehdyillä kyselyillä saatiin, etenkin avointen vastusten kautta, arvokasta tietoa asiakkaiden kokemuksista ja toiveista. Saatiin tietoa ja vihjeitä, mitä ja millaisia palveluja he haluaisivat ja tarvitsisivat yritystoiminnan alussa, mutta myös alun jälkeen. Saatujen vastausten vähäistä määrää tulee kuitenkin pohtia. Pitää arvioida kriittisesti, onko kysytyt oikeita kysymyksiä, ovatko ne olleet selkeitä ja tarpeeksi lyhyitä. Pystyikö kysymyksiin vastaamaan helposti ja kestäkö kyselyyn vastaaminen liian kauan.

Tutkimuksen tulokset ovat todellakin vain suuntaa antavia. Kysymysten laatiminen yhteistyössä yritysneuvojen kanssa tai ainakin niiden läpikäynti heidän kanssaan olisi varmistanut oikeiden kysymysten esittämisen lomakkeella. Lisäksi kyselyn testaaminen ennen sen lähettämistä tutkimuksen kohdejoukolle, olisi pitänyt ehdottomasti tehdä. Näin olisi saatu arvokasta ja käyttökelpoista palautetta suoraan vastaajilta, mikä on ensiarvoisen tärkeää koko tutkimuksen kannalta. Kysymysten laatijana saattaa helposti ”sokeutua” kysymysten osuudesta tutkittavaan aiheeseen.

Ammattialan tietovarantoa tekemäni opinnäytetyöni tuskin lisää, omaan työhöni sen on kuitenkin antanut laajempaa ja uudenlaista näkökulmaa asiakaskokemuksen vahvasta merkityksestä. Toivon, että Cursor Oy:n yrityspalvelun neuvontatiimi ja yrityspalvelujohtaja voivat hyödyntää opinnäytetyössäni esiin tulleita kehittämissuhteita ja ideoita. Avoimista vastauksista löytyy hyviä ideoita tarjota jopa uudentyyppisiä palveluita yrittäjille Kotkan-Haminan alueella.

Asiakkaan ja hänen kokemukseensa nostaminen koko organisaation tekemisen keskiöön tulee vaikuttamaan kaikkeen tekemiseen. Tarkastelukulmina tässä ovat mm. asiakaskokemus, digitalisaatio ja viestintä eri kanavissa. Asiakasta puhuttelevalla viestinnällä, joka on oikeansuuntaista, voidaan myös vahvistaa asiakaskokemusta. Säännöllinen asiakastyytyväisyyden ja asiakaskokemusten mittaaminen varmistaa organisaatiolle oikeassa suunnassa pysymisen. Työntekijä kokemuksia mittaamalla saadaan selvityksiä asiakkaiden kokemuksille. Myönteiseen asiakaskokemukseen kannattaa siis kiinnittää huomiota.

## LÄHTEET

- Aaltonen, S., Heinonen, J. & Valtonen, E. 2015. Maahanmuuttajayrittäjien palvelutarpeet ja yrittäjyyden edistäminen. Saatavissa: [http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74964/TEMjul\\_23\\_2015\\_web\\_27032015.pdf](http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74964/TEMjul_23_2015_web_27032015.pdf) [viitattu 26.1.2020].
- Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viidentähden asiakaskokemus, tee asiakkaistasi faneja. Helsingin seudun kauppakamari /Helsingin kamari Oy ja tekijät. 2. painos. Viro: Meedia Zone OÜ.
- Alasoini, T. & Houni, P. Work Up! TEM oppaat ja muut julkaisut 3/2019 Ajatuksia Tulevaisuuteen: Yrittäjyyden monta kulmaa, 38–39. <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opas/olisiko-minusta-yrittajaksi> [viitattu 5.5.2020].
- Andersson, M. 2015. Kehittämissyhtiö – toimiva innovaatio Seudullisten kehittämissyhtiöiden rooli työ- ja elinkeinopolitiikan edistämässä. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja TEM raportteja 39/2015. Saatavissa: [https://www.sekes.fi/wp-content/uploads/2015/04/TEMrap\\_39\\_2015\\_web.pdf](https://www.sekes.fi/wp-content/uploads/2015/04/TEMrap_39_2015_web.pdf) [viitattu 17.3.2020]
- Cursor Oy. 2020. Mikä on Cursor Oy? Saatavissa: <https://www.cursor.fi/node/3769> [viitattu 10.2.2020]. Tieto päivitetty. Saatavissa: <https://www.cursor.fi/cursor-oy/yhtion-perustiedot/> [viitattu 28.11.2020].
- Eskelinen, K. Asiakaskokemuksen määritelmä – mitä asiakaskokemus on, miten se rakentuu ja miten sitä johdetaan? Blogi. Saatavissa: <https://www.trustmary.com/fi/blogi/asiakaskokemus/asiakaskokemuksen-maaritelmä-mitä-asiakaskokemus-on/> [viitattu 20.2.2020].
- Heikkilä, T. 2016. Tilastollinen tutkimus. Edita: Helsinki
- Ihamäki, P. 2016. Palvelumuotoilun juuret. Slide 101.Saatavissa: <https://www.slideshare.net/Piritalhamki/palvelumuotoilun-juuret-66639200> [viitattu 20.3.2020].
- Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio, Yritysjohdon käsikirja. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/> [viitattu 20.3.2020]. kappale 9.4
- Kananen, J. 2017.Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print: Tampere
- Kuukka, T. 2017. Yrityspalvelujen kehittäminen aloittavalle yrittäjälle. Tampereen ammattikorkeakoulu. Palvelu- ja projektiliiketoiminnan koulutus. Ylempi AMK-tutkinto. PDR-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017060111677> [viitattu 15.1.2020].
- Korkiakoski, K. & Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: Työkalupakki. Helsinki: Talentum Pro [viitattu 2020].
- Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. 2. painos. Helsinki: Talentum.



Pekkala, H., Lamminmäki, K., Kaihovaara, A., Halme, K., & Salminen, V. 2016. Selvitys julkisista yrityspalveluista. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu. Saatavissa: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74841/TEMjul\\_10\\_2016\\_web\\_11032016.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74841/TEMjul_10_2016_web_11032016.pdf) [viitattu 11.3.2020].

Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus: Miksi, mitä, miten? Jyväskylä: Docendo.

Suomen Elinkeino- ja Kehitysyhtiöt SEKES. Saatavissa: <https://www.sekes.fi/> [viitattu 10.2.2020].

Suomen uusyrityskeskus ry. Tulokset I Erinomainen alku yrityksille, tuottoa yhteiskunnalle. Saatavissa: <https://www.uusyrityskeskus.fi/yritysneuvonta/tulokset/> [viitattu 10.3.2020].

Suomen Yrittäjät. 2020. Yrittäjyystilastot. Tiedot perustuvat vuoden 2018 tietoihin. Saatavissa: [https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/yrittajyystilastot\\_2020.pdf](https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/yrittajyystilastot_2020.pdf) [viitattu 11.3.2020].

Suomen Yrittäjät. 2020. Kuntabarometri 2020. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/yrittajat/kunnat-ja-yrittajyys/a/palvelut/kuntabarometri-2020-626583> [viitattu 23.11.2020].

Suomen Yrittäjät. 2020. Yrittäjien kuntabarometri -kysely yrittäjille 16.2–13.5.2020. Saatavissa: [https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/sy\\_kuntabarometri2020\\_valtakunnallinen\\_raportti.pdf](https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/sy_kuntabarometri2020_valtakunnallinen_raportti.pdf) [viitattu 23.11.2020].

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

Työ- ja elinkeinoministeriö, 2020. Saatavissa: <https://tem.fi/yritys-suomi1> [viitattu].

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu, 2016. Selvitys julkisista yrityspalveluista. Saatavissa: [http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74841/TEMjul\\_10\\_2016\\_web\\_11032016.pdf](http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74841/TEMjul_10_2016_web_11032016.pdf) [viitattu 17.3.2020].

Työ- ja elinkeinoministeriön artikkelit, 2020. Yrittäjyysstrategia lausuntokierrokselle. Saatavissa: <https://tem.fi/yrittajyysstrategia> [viitattu 27.1.2020].

Työ- ja elinkeinoministeriö, 2020. Yrityspalvelut. Saatavissa: <https://tem.fi/yrityspalvelut> [viitattu 16.2.2020].

Työ- ja elinkeinoministeriö/Vastuualueet/Yritykset. Verkkosivut 2020. Saatavissa: <https://tem.fi/yritykset> [viitattu 7.4.2020].

## **Asiantuntijan teemahaastattelu**

Kerro, kauanko olet työskennellyt Cursorilla.

Mistä pidät eniten työssäsi?

Mikä työssäsi on haastavinta?

Kerro mieleenpainuvien kokemus asiakaspalvelutilanteesta?

- positiivisin
- haastavin (negatiivisin)

Tärkeimmät työvälineesi?

Miten yrityspalvelun neuvontaprosessi toimii nyt uudistuksen jälkeen?

Mitkä tai ketkä ovat sinun tärkeimmät yhteistyökumppanisi /henkilöt päivittäisessä työssäsi? Mainitse kaksi ja miksi? Talon sisällä ja talon ulkopuolelta?

## **Asiakaskokemus/ palaute?**

Saatko työstäsi palautetta ja miten?

Seuraatko itse asiakaspalautteita?

Käyttekö asiakaspalautteita läpi yhdessä ja kuinka usein? Kenen kanssa?

Antavatko asiakkaat riittävästi /helposti palautetta? Miksi?

Kerro paras ja huonoin asiakaspalvelu tilanne, missä sinä itse olet ollut asiakkaana?

## **Mistä sinun mielestäsi hyvä asiakaspalvelukokemus syntyy/muodostuu?**

Montako neuvonta-asiakasta tapaat face to face -neuvontatilanteessa?

Miten valmistaudut tapaamiseen? Miten asiakkaan olisi hyvä, sinun mielestäsi valmistautua neuvontatapaamiseen?

Oletko yhteydessä asiakkaaseen ennen tapaamista? Entä ottaako asiakas itse sinuun yhteyttä ennen tapaamista?

Miten muuten palvelut asiakkaita (pl. henkilökohtaiset tapaamiset)?

Mitkä ovat sinun mielestäsi yleisimmät haasteet aloittavalla yrittäjällä? Vai onko niitä?

## **Tapaamisen jälkeen**

Oletko esim. yhteydessä asiakkaaseen yritysneuvonnan jälkeen? Miksi? Miksi et?

## **Kehittämisehdotukset**

Sinä saat nyt vapaat kädet ja resurssit ja rahat järjestää palvelut aloittaville yrittäjille millaiset ne olisivat? Mitä niihin ainakin kuuluisi? 5xmiksi?

Miten markkinoisit näitä uusia palveluita?

Haluatko lisätä vielä muuta?

**ISO kiitos!**

## Hyvä Yrittäjä ja yrittäjyyttä harkinnut

Tämän kyselyn avulla on selvittää, yritystoiminnan käynnistämisessä ja aloitusvaiheessa esiin tulleita kokemuksia ja samalla kerätä tietoa siitä, miten palveluja aloittaville yrittäjille voidaan parantaa tukemaan yritysten liiketoimintaa ja kasvua ensimmäisten vuosien aikana.

Vastaamalla kyselyyn annat arvokasta tietoa siitä, miten aloittavien yrittäjien palveluja voidaan kehittää Kotka-Haminan seudulla.

Kysely on osa opinnäytetyötäni ja toimeksiannon olen saanut Cursor Oy:n yrityspalvelujohtaja Tiina Paavolalta. Olen Nina Alatalo ja opiskelen Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun (XAMK) myynnin- ja markkinoinnin koulutusohjelmassa.

Kysely on ehdottoman luottamuksellinen ja saatua tietoa käytetään vain palvelujen kehittämiseen aloittaville yrittäjille. Kyselyn vastauksia ja yhteystietoja ei voida yhdistää toisiinsa. Vastaukset käsitellään anonyymisti, eikä yksityiskohdaisia tietoja julkaista. Saadut vastaukset hävitetään sen jälkeen, kun niistä on tehty yhteenveto kehittämistoimenpiteitä varten.

**Kyselyyn vastaamiseen mennee noin 10–15 minuuttia.**

**Kysely on avoinna 12.5.2020 saakka.**

Samalla voit osallistua **Kotipizzan 100 € lahjakortin** arvontaan.

Arvontaa varten jätä yhteystietosi kyselyn lopussa, yhteystiedot hävitetään heti arvonnän jälkeen.

Kyselyyn pääset tästä linkistä: [Vastaa Kyselyyn](#)

**ISO KIITOS vastauksistasi jo näin etukäteen! Mielipiteesi on meille tärkeä!**

Jos sinulla on kysyttävää tai haluat saada lisätietoja, voit olla minuun yhteydessä [<sonial004@edu.xamk.fi>](mailto:sonial004@edu.xamk.fi)"Alatalo Nina T"

[Tietosuojaseloste](#)

## Aloittavan Yrittäjän palvelut

Valitse vaihtoehdoista se, joka parhaiten vastaa juuri Sinun näkemystäsi asiasta.

Avoimiin kysymyksiin ja lisätietoihin kysymysten jälkeen voit vastata niille varatuille paikoille. Tähdellä merkityt kysymykset ovat pakollisia\*

Vastauksesi on meille arvokasta ja sitä käytetään palvelujen kehittämiseen.

*Taustatiedot - valitse pudotusvalikosta.*

### 1. Asuinkunta\*

Hamina  
Kotka  
Miehikkälä  
Pyhtää  
Virolahti  
Jokin muu

### 2. Ikä\*

18–24  
25–34  
35–40  
41–45  
46–55  
56–64  
64-

### 3. Toimitko tällä hetkellä yrittäjänä? Valitse vain yksi vaihtoehto.

Jatka vastaamista, vaikka et toimi yrittäjänä, kiitos. \*

*Valitse pudotusvalikosta.*

### 4. Yritysmuoto

Toiminimi/elinkeinonharjoittaja

Osakeyhtiö (oy)  
Kommandiittiyhtiö (Ky)  
Avoin yhtiö (Ay)  
Osuuskunta (Osk.)  
'Kevytyrittäjä' y-tunnuksella  
'Kevytyrittäjä' ilman y-tunnusta  
Freelancer, Jokin muu

**5. Yrityksen toimiala?**

Tukku- ja vähittäiskauppa  
Majoitus- ja ravitsemistoiminta  
Rakentaminen /peruskorjaus  
Terveys- ja sosiaalipalvelut  
Kuljetus- ja varastointi  
Siivous- ja puhtaanapito  
Kauneuspalvelut - kampaamo  
Kahvila Fysioterapia / hieronta Jokin muu, Mikä?

*Toiminnan suunnittelu ja palvelut.*

**6. Hankitko palveluja yrityksen perustamis- ja aloittamisvaiheessa? Kerro lyhyesti, miksi, hait tietoa tai miksi, et hakenut tietoa?**

Kyllä - Miksi? En – Miksi et?

**7. Mistä sinä hankit tietoa ja palveluja yrityksen aloittamis- ja perustamisvaiheessa? Voit valita kaikki ne tahot, joita olet käyttänyt. Arvioi samalla kuinka tyytyväinen oli saamaasi tietoon ja palveluun asteikolla 1–5.**

*1=Ei riittävä, 2=Melko riittävä, 3=Ei huono, ei hyvä, 4=Melko hyvä, 5=Hyvä*

Netti-verkko  
Sosiaalinen media  
Suomi.fi-palvelu  
Yrittäjäjärjestö  
Pankki  
Vakuutusyhtiö  
Tilitoimisto  
Cursor Oy  
TE-toimisto  
ELY-keskus  
Leader Sepra  
Pro Agria  
Oppilaitos  
Yrittäjä ystävä/tuttava  
Ystävä/tuttava  
Perustamisopas aloittavalle yrittäjälle  
Muualta, Mistä?

**8.** Mitä toimenpiteitä Sinä teit ennen yritystoiminnan aloittamista?

**9.** Mitä Cursor Oy palveluja olet käyttänyt yrittäjyyden alkuvaiheessa?

Voit valita kaikki ne, joita olet käyttänyt.

Etsin tietoa Cursorin nettisivuilta yrityksen perustamiseen.

Etsin yrityspalvelun yhteystietoja.

Osallistuin Cursorin yritys infoon.

Osallistuin Cursorin järjestämään koulutukseen.

Etsin/käytin liiketoimintasuunnitelman pohjaa.

Etsin/käytin kannattavuuslaskelman pohjaa.

Käytin Cursorin yritysneuvontapalveluja.

Tein liiketoimintasuunnitelman.

Tein kannattavuuslaskelman.

Käytin jotain muuta Cursorin palvelua, Mitä?

**10.** Anna arviosi seuraaviin väittämiin koskien Cursor Oy aloittavan yrittäjän palveluja. Asteikolla 1–5.

*1=Eri mieltä, 2=Jokseenkin eri mieltä, 3= En osaa sanoa, 4=Jokseenkin samaa 5=Täysin samaa mieltä*

Cursor Oy verkkosivut toimivat hyvin ja ovat ajankohtaiset.

Palvelut aloittavalle yrittäjälle löytyvät helposti Cursorin nettisivuilta.

Cursorin toimipaikka löytyy helposti.

Sain riittävästi neuvoja ja apua ennen yrityksen perustamista.

Saamani palvelu auttoi, minua eteenpäin yrittäjyyden alkuvaiheessa.

Sain apua siihen, mihin sitä hait ja tarvitsin.

**11.** Olisitko tarvinnut muita palveluja yritystoiminnan alkuvaiheessa?

Mitä palveluja tai apua jäit kaipaamaan?

**12.** Valitse Cursor Oy palveluista Sinulle kolme (3) tärkeintä

*1=Tärkein, 2=Toiseksi tärkein, 3=Kolmanneksi tärkein*

1	Valitse ▼
2	Valitse ▼
3	Valitse ▼

Valitse-toiminnon takana alla olevat väittämät.

Sain tietoa toimialasta.

Sain tietoa kilpailutilanteesta alueella.

Sain tietoa ja apua liiketoimintasuunnitelman tekemiseen.

Sain tietoa ja apua kannattavuuslaskelman tekemiseen.

Sain keskustella yritysneuvojan kanssa.

Sain lisätietoa rahoituksesta.

Sain tietoa starttirahasta.

Tein kannattavuuslaskelman yritysneuvojan kanssa.

Sain tietoa vakuutuksista.

Sain tietoa yritysverotuksesta.

Sain tietoa yritysmuodoista

Jotain muuta, mitä?

**13.** Miksi valitsemasi palvelut olivat sinulle tärkeitä?

**14.** Arvio seuraavia väittämiä koskien Cursor Oy aloittavan yrittäjän palveluja.

*1= Täysin eri mieltä, 5 = Täysin samaa mieltä*

Yritysneuvojat ovat helposti tavoitettavissa.

Henkilökohtaiseen tapaamiseen sai ajan helposti.

Minuun otettiin yhteyttä viivytyksettä.

Palvelu oli täsmällistä ja virheetöntä.

Henkilöstö on palvellut sinua kohteliaasti.

Henkilöstö on ollut halukas hakemaan ratkaisun kysymyksiisi.

Henkilöstöllä on valmius vastata kysymyksiini ammattitaitoisesti ja luotettavasti.

Vastausten etsiminen on ollut asiakaslähtöistä.

Tapaamisessa yritysneuvoja ymmärsi tarpeeni.

Tapaaminen auttoi ymmärtämään yrittämiseen kuuluvia käytännön asioita.

Saamani toimialatieto oli riittävää.

Kilpailutilanne alueella selkiytyi.

Liiketoimintasuunnitelman tekeminen helpottui.

Kannattavuuslaskelman tekeminen helpottui.

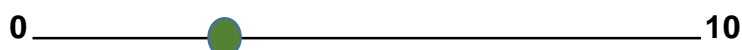
Tapaaminen antoi yrittämisestä innostavan kuvan.

Yritysneuvojat ovat osaavia ja ammattitaitoisia.

**15.** Kuinka todennäköisesti Sinä itse käyttäisit Cursorin palveluja uudelleen?

En lainkaan todennäköisesti

Erittäin todennäköisesti

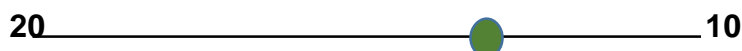


**16.** Miksi käyttäisit palvelua uudelleen?

**17.** Kuinka todennäköisesti suosittelisit Cursor Oy aloittavan yrittäjän palveluja muille?

En lainkaan todennäköisesti

Erittäin todennäköisesti



**18.** Kerro miksi suosittelisit Cursorin aloittavan yrittäjän palveluja muille?

Miksi et?

**19.** Mitä ja millaisia palveluja aloittaville yrittäjille Kotka-Haminan seudulla pitäisi kehittää? (kommentteja, ehdotuksia, ideoita, ruusuja, risuja)

**20.** Jätä yhteystietosi, jos haluat osallistua 100 € Kotipizzan lahjakortin arvontaan. Arvontaan osallistuneiden tiedot hävitetään heti, kun arvonta on kyselyn loppumisen jälkeen suoritettu. Nimi, Sähköposti, puh.



## II Webropol-kysely

Kyselyn kohdejoukkona ne yrityksen perustajat, joiden arvioitiin aloittaneen yritystoiminta vuonna 2019 ilman Cursor Oy:n aloittavan yrittäjän palveluja. Tunnettavuus ja mielikuvat Cursor Oy:stä ja sen tarjoamista palveluista aloittaville yrittäjille.

### 12. Kuinka hyvin seuraavat väittämät vastaavat mielikuvaasi Cursor Oy?

*Asteikko 1–5, jossa 1 huonosti ja 5 hyvin*

Cursor Oy on helposti lähestyttävä.

tarjoaa palveluja aloittavalle yrittäjälle.

tarjoaa palveluja toimiville yrityksille.

on osaava ja luotettava.

toimii edelläkävijänä alueella.

on hyvä maine.

verkkosivut toimivat hyvin ja tiedot sivulla ovat ajankohtaisia.

aloittavan yrittäjän palvelut löytyvät helposti.

aloittavan yrittäjän palvelut ovat tarpeelliset.

tietopankki ja aloittavalle yrittäjälle on hyödyllinen.

toimipaikka löytyy helposti.

en tiedä yritystä.

14. Jätä yhteystietosi, jos haluat osallistua 100 € Kotipizzan lahjakortin arvontaan. Arvontaan osallistuneiden tiedot hävitetään heti, kun arvonta on kyselyn loppumisen jälkeen suoritettu. Nimi, Sähköposti, puh.