Käytettävyyden kartoitus Case: Louhi Konsoli

Veera Ekman

2021 Laurea

Laurea-ammattikorkeakoulu

Käytettävyyden kartoitus Case: Louhi Konsoli

Veera Ekman
Tradenomi, tietojenkäsittely
Opinnäytetyö
Kesäkuu, 2021

Laurea-ammattikorkeakoulu

Tietojenkäsittely

Tradenomi (AMK)

Veera Ekman

Tiivistelmä

Käytettävyyden kartoitus Case: Louhi Konsoli

Vuosi 2021 Sivumäärä 28

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli antaa kehitysehdotus Louhi Net Oy:n Konsoli -palveluun. Tarkoituksena oli tutkia Konsoli -palvelua käytettävyyden näkökulmasta. Hyödynsaaja ja toimeksiantaja tässä opinnäytetyössä on Louhi Net Oy. Tehtävänä opinnäytetyössä oli antaa kehitysehdotus tai kehitysehdotuksia, jotka parantaisivat Konsoli -palvelun käyttöastetta ja näin ollen helpottaa asiakaspalvelun ruuhkautumista.

Tietoperustassa keskityttiin juuri tähän kehittämistyöhön liittyviin käytettävyyden periaatteisiin ja ohjenuoriin. Tietoperustan rajaus perustui asiakaskyselyn vastauksiin ja omiin havaintoihin. Tutkimus toteutettiin asiakaskyselyllä, joka lähetettiin Louhi Net Oy:n nykyisille asiakkaille sähköpostitse uutiskirjeen muodossa.

Suurimpia haasteita asiakaskyselyn perusteella Konsoli -palvelussa oli käyttäjätunnuksen ja/tai salasanan muistaminen ja palvelun tuntemattomuus. Kehitysehdotukseksi annoin muun muassa Konsoli -palvelun markkinoinnin selkeyttämisen sekä käyttäjätunnuksien muuttamisen helpommin muistettavaksi ja asiakkaille lähetettävien sähköpostiviestien muuttamisen visuaalisemmiksi.

Asiakaskyselyn tulokset ja siitä vedetyt johtopäätökset ja analyysit ovat luotettavia, sillä kyselyyn vastasi yli 600 asiakasta. Työn tuloksena tulleet kehittämisehdotukset ovat realistisia ja helposti toteutettavia ja tarkoitus olikin antaa vain pieniä kehitysehdotuksia.

Tätä tutkimusta voisi kehittää vielä antamalla suurempia kehitysehdotuksia ja analysoida asiakaskyselyn vastauksia vielä tarkemmin, jotta tuloksia voisi hyödyntää kehittämistyöhön vielä tehokkaammin.

Asiasanat: käytettävyys, kehitystyö, kehitysehdotus, käytettävyyden arviointi

Laurea University of Applied Sciences

Information Technology

Bachelor of Business Administration

Veera Ekman

Abstract

Usability Evaluation Case: Louhi Konsoli

Year 2021 Pages 28

The goal for this thesis was to evaluate the usability of Louhi Net Oy's Konsoli -webservice and give development suggestions to improve the service. The purpose of giving suggestions to develop the service is to improve the usage of the service and ease customer service congestion.

The knowledge base used in this thesis concentrated on basics of usability and the topics that were found from the surveys and other findings. The study was conducted with two different surveys that were sent to Louhi's customer service employees and to Louhi's customers. The survey for customers was sent as a newsletter via email and got over 600 replies.

Based on the customer survey the major issues were about remembering the username and/or password for the Konsoli -webservice and the unfamiliarity of the service. The development proposal was among other things Konsoli -service's clearer marketing and the modification of the username to be easier to remember. One of the main proposals was also to make the emails sent to customers visually more appealing.

The customer survey's results can be held reliable, because over 600 customers answered it. This thesis would be improved by giving more signifigant development proposals and analyze the answers of the customer survey in more detail, so the results could be used more effectively in development work.

Keywords: usability, development proposal, usability inspection

Sisällys

1 Johdanto 7
2 Louhi Net Oy 7
2.1 Louhi Konsoli 7
2.2 Konsoli -palvelun kartoitus 9
3 Aiheen valinta, tausta ja tarkoitus 16
3.1 Aiheen rajaus 16
3.2 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset. 17
4 Käytettävyyden teoreettinen viitekehys 17
4.1 Laadulliset tekijät ja vaaditut ominaisuudet 18
4.1.1 Opittavuus ja johdonmukaisuus 18
4.1.2 Miellyttävyys 19
4.2 Käyttäjätuntemus 20
5 Tutkimusmenetelmät 21
5.1 Käytettävyyden tutkiminen 21
5.2 Kyselytutkimus 21
6 Kyselyt 22
6.1 Kysely asiakaspalvelijoille 22
6.1.1 Tulokset 23
6.2 Kysely asiakkaille 24
6.2.1 Tulokset 26
7 Analyysi 30
8 Johtopäätökset 32
9 Jatkokehitysideat 34

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee Louhi Konsoli -palvelun kehittämistä käytettävyyden näkökulmasta. Tavoitteena on antaa Louhi Net Oy:lle kehitysideoita Konsoli -palvelun parantamiseksi. Louhi Konsoli -palvelu on alusta, jossa asiakkaat pääsevät hallinnoimaan omia palveluitaan ja asiakkuuttaan.

Opinnäytetyön aihe syntyi Louhi Oy:n tarpeesta kehittää Konsoli -palveluaan, jotta he saisivat parannettua asiakaspalvelun nopeutta ja näin ollen asiakastyytyväisyyttä. Tällä hetkellä asiakaspalvelu on hyvin ruuhkainen, sillä asiakkaat eivät käytä Konsoli -palvelua niin paljon kuin toivottaisiin ja asiakaspalvelijat joutuvat tekemään hyvin yksinkertaisia toimintoja asiakkaiden puolesta. Näitä yksinkertaisia toimintoja voisi asiakkaat tehdä itse vaivattomasti Konsoli -palvelun kautta. Tämän opinnäytetyön tarkoitus on siis selvittää miksi Konsoli -palvelua ei käytetä ja mitä asialle voisi tehdä, jotta sitä käytettäisiin enemmän.

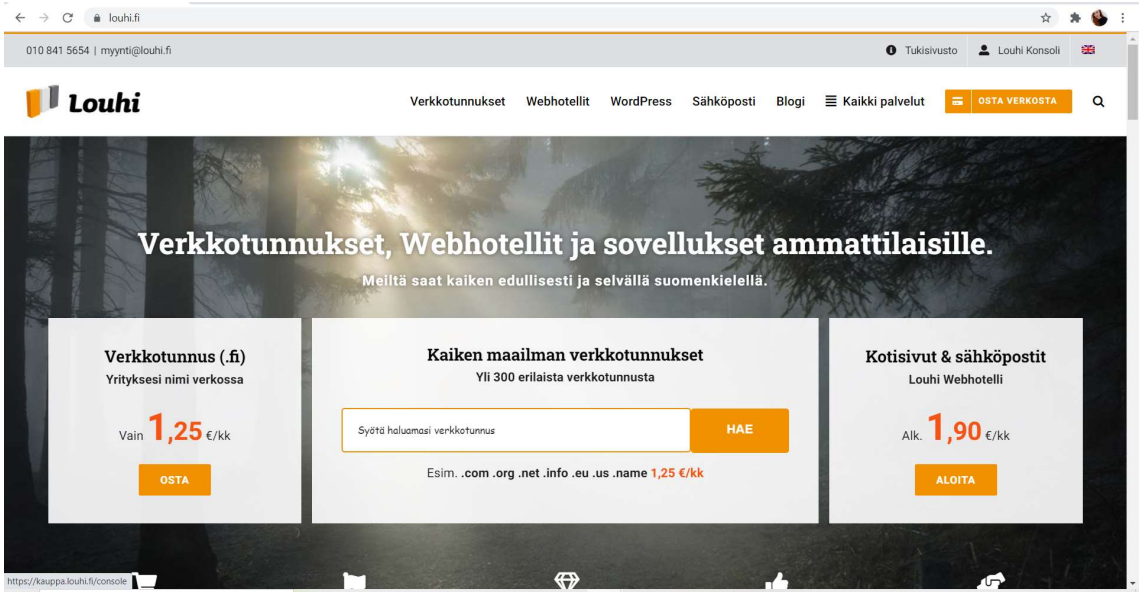
2 Louhi Net Oy

Louhi Net Oy on ICT -alan yritys, joka välittää ja tarjoaa muun muassa verkkotunnuksia, webhotelleja, virtuaalipalvelimia ja ohjelmistoja yritysasiakkaille ja yksityishenkilöille. Webhotelli tarkoittaa vuokrattua palvelintilaa, jossa esimerkiksi verkkosivustot sijaitsevat, eli verkkosivujen tiedostot. Verkkotunnus taas on verkkosivuston uniikki nimi (esimerkiksi louhi.fi), joita voi ostaa verkkotunnuksia välittäviltä yrityksiltä. Yritys on perustettu vuonna 2005 ja vuonna 2019 sen liikevaihto on ollut 2,3 miljoonaa euroa. Henkilöstömäärältään Louhi Net Oy on hyvin pieni, työllistää alle 10 henkilöä. (Finder 2019.)

Asiakkaita Louhi Net Oy:llä on tällä hetkellä noin 20 000 ja Louhi sanookin asiakkaiden hyvän palvelun olevan yrityksen ydinarvo. Vuodesta 2005 yritys on tehnyt paljon peliliikkeitä, jotka ovat osoittautuneet erittäin hyviksi teoiksi yrityksen kasvua ajatellen. (Louhi Net Oy 2020.)

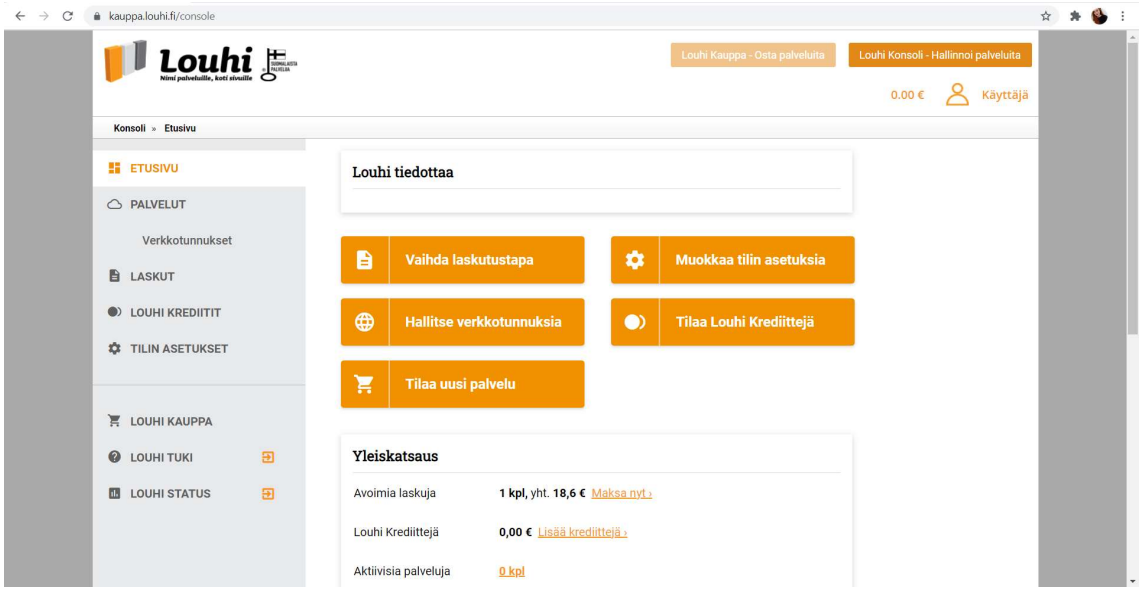
2.1 Louhi Konsoli

Louhi Konsoli on alusta tai palvelu, jossa asiakkaat pääsevät hallinnoimaan ostamia tuotteitaan ja asiakkuuttaan. Konsolissa asiakas pääsee hallinnoimaan esimerkiksi verkkotunnuksiaan ja webhotellejaan, sopimuksia ja laskuja. Tämän opinnäytetyön tavoitteena onkin löytää Louhi Konsolin käytettävyydestä haasteita, joihin asiakkaat törmäävät ja antaa kehitysehdotus, jotta asiakkaiden olisi miellyttävämpi ja käyttää Konsolia ja itsepalveluastetta saataisiin parannettua.



Kuva 1: Louhi Net Oy:n etusivu, Louhi Konsoliin pääsee kirjautumaan etusivulta oikeasta yläkulmasta klikkaamalla.

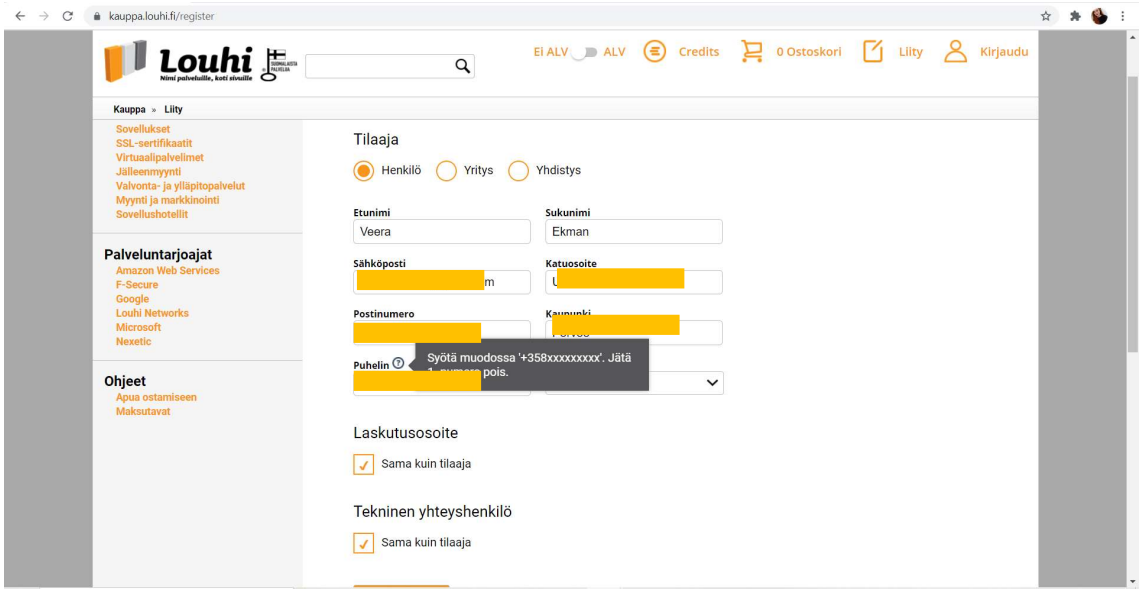
Tavanomaisten laskujen ja salasanojen hallinnoimisien lisäksi Konsolissa voi esimerkiksi muokata verkkotunnusten DNS-tietueita, WHOIS-tietoja ja tilata verkkotunnusten siirtoavaimia tai välittäjänvaihtoavaimia. DNS eli Domain Name System on järjestelmä, jota Internetissä käytetään verkkotunnusten muuttamiseksi IP-osoitteiksi, eli numeraalisiksi osoitteiksi. Internetissä olevat laitteet käyttävät näitä IP-osoitteita kommunikoidakseen keskenään ja tämän DNS:n avulla verkkotunnukset saadaan käännettyä ihmiselle helpommin luettavaan ja muistettavaan muotoon. (Amazon Web Services 2021.) Verkkotunnus tulee liittää aina johonkin muuhun palveluun, esimerkiksi kotisivutilaan toimiakseen, nämä DNS-tietueet ovat sitä varten. DNS-tietueet määrittelevät mihin verkkotunnuksen tietoliikennettä ohjataan ja millaisia muita palveluita siihen kytkeytyy. (Louhi Net Oy 2021.) WHOIS on julkinen tietokanta, josta löytyy muun muassa kaikkien verkkotunnusten vanhenemispäivän ja verkkotunnuksen välittäjän, eli yrityksen, joka hallinnoi verkkotunnusta, sekä mitä nimipalvelimia, eli DNS:iä verkkotunnuksella on käytössä (one.com 2021). Toisin sanoen, Louhi Konsolissa on tarkoitus tehdä muun muassa verkkosivujen hallintaan liittyviä toimenpiteitä. DNS ja WHOIS ovat varmasti monelle kokeneelle ja kokemattomallekin tuntemattomia käsitteitä, mutta Louhen tukisivustolta löytyy hyvin selkeästi tietoa niistä ja niiden käytöstä, esimerkiksi Usein kysyttyä -osio, josta löytyy yli 50 useimmiten kysyttyä kysymystä ja niihin helposti ymmärrettävät vastaukset (Louhi Net Oy 2021).



Kuva 2: Louhi Konsolin etusivu.

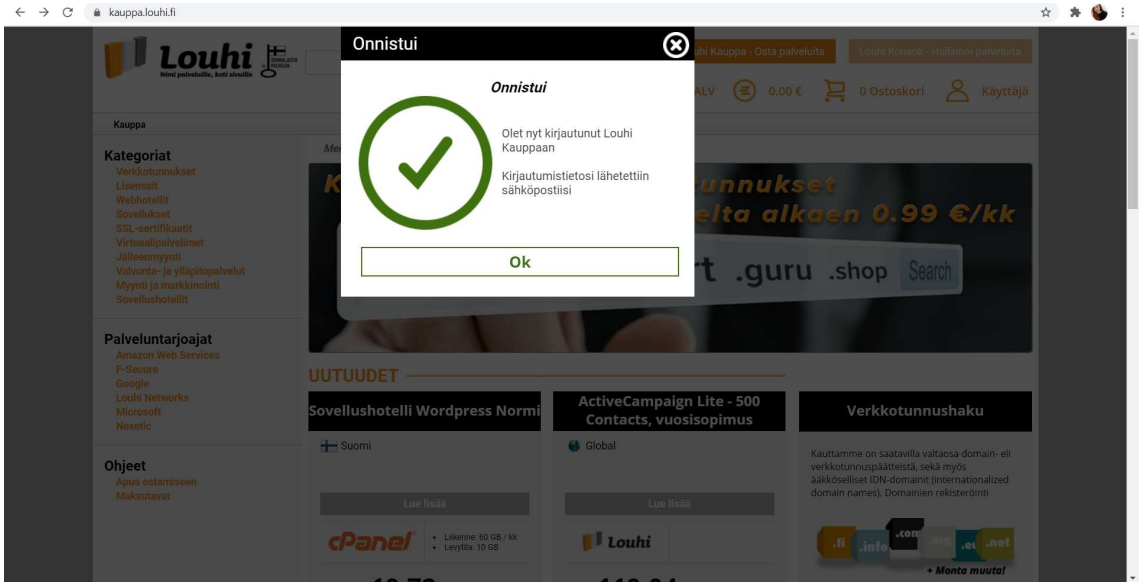
2.2 Konsoli -palvelun kartoitus

Tätä opinnäytetyötä varten sain oman asiakkuuden Louhelle ja pääsin tutkailemaan Konsoli -palvelun käyttöä itsekin. Konsoli -palvelu ei ollut minulle entuudestaan kovinkaan tuttu, sillä en ollut ollut asiakkaana aikaisemmin. Aloitin asiakkuuden rekisteröitymällä Louhen asiakkaaksi Konsoli -palvelussa. Kuvassa 7. on näkymä asiakkaaksi rekisteröitymisestä, tähän mennessä hyvin selkeä ja helppokäyttöinen ja ymmärrettävä toimenpide. Puhelinnumeroa syöttäessä tapahtui ensimmäinen virhe. Näppäilin puhelinnumeron muodossa, jossa se usein pyydetään, mutta sitten sivu ilmoitti virheestä. Vasta kysymysmerkin kohdalle hiiren vietyäni, sain selville, miksi syöttämäni puhelinnumero ei käynyt. Pieni virhe, mutta jos useampia samankaltaisia ilmenee, voi asiakasta turhauttaa ja hän voi kokea vian olevan hänen omissa taidoissaan mitä emme tietenkään halua.



Kuva 3: Rekisteröityminen asiakkaaksi.

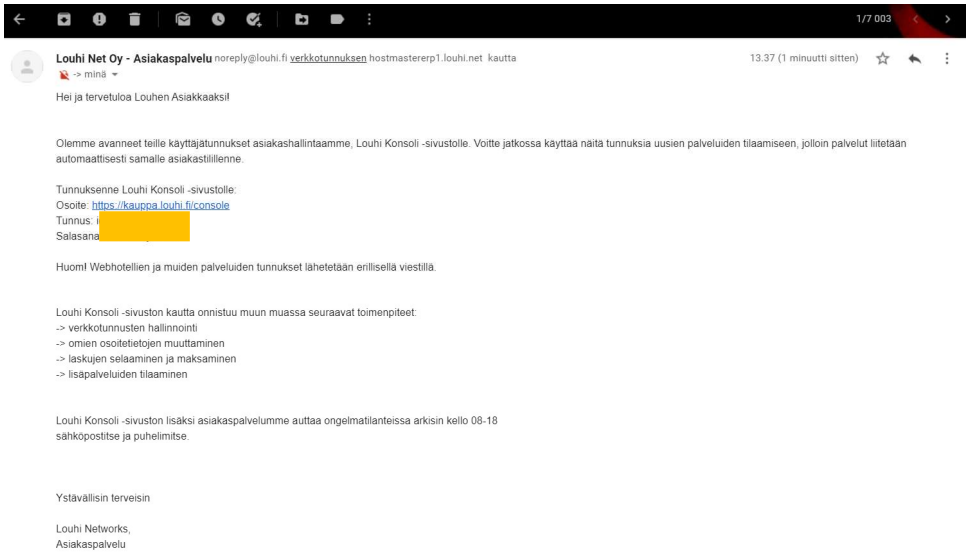
Kun tiedot on täyttänyt onnistuneesti ja päässyt rekisteröitymään, tulee esiin ponnahdusikkuna (kuva 8), joka ilmoittaa selkeästi kirjautumisen/rekisteröitymisen onnistuneen. Tämä on hyvä ja selkeä viesti asiakkaalle, ei jää epäselväksi mitä tapahtui.



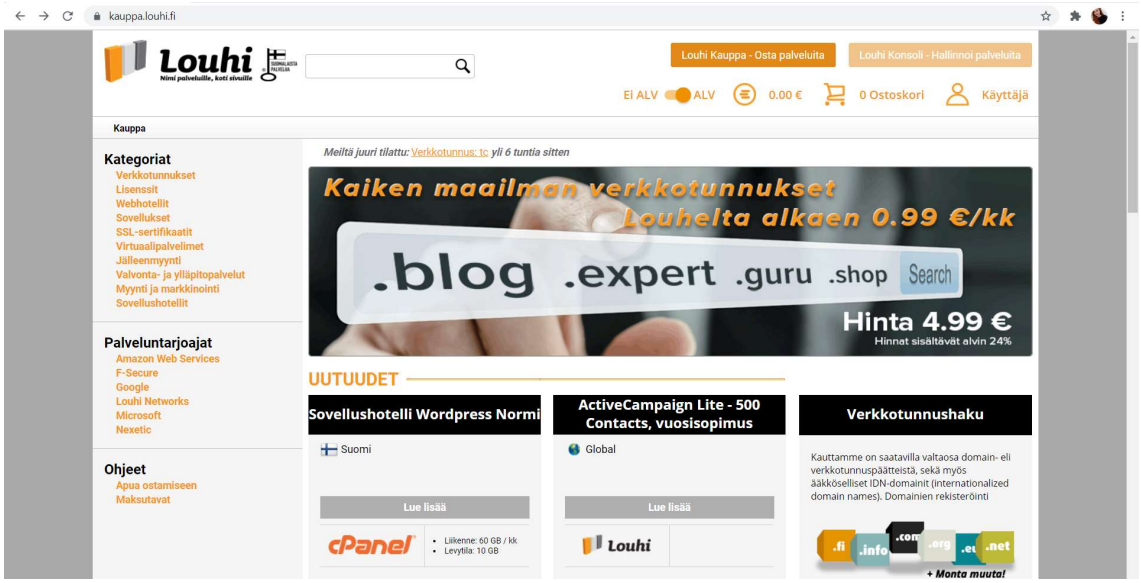
Kuva 4: Rekisteröityminen onnistui.

Rekisteröitymisen jälkeen, kuten sivulle ponnahtaneesta ikkunastakin selviää, tulee sähköpostiin kirjautumistiedot (käyttäjätunnus ja salasana) ja lyhyt ohjeistus, mitä Louhi Konsolissa voi tehdä (kuva 9). Sähköposti on aika mitäänsanomaton, lyhyt ja ytimekäs. Olisin itse ehkä kaivannut visuaalisuutta ja selkeämpää viestintää Konsolin käytöstä ja sen

tarkoituksesta. Tämä ohjeistus saattaa jäädä jopa lukematta, kun näyttää vaan lyhyeltä tekstinpätkältä, millä ei ehkä ole väliä.

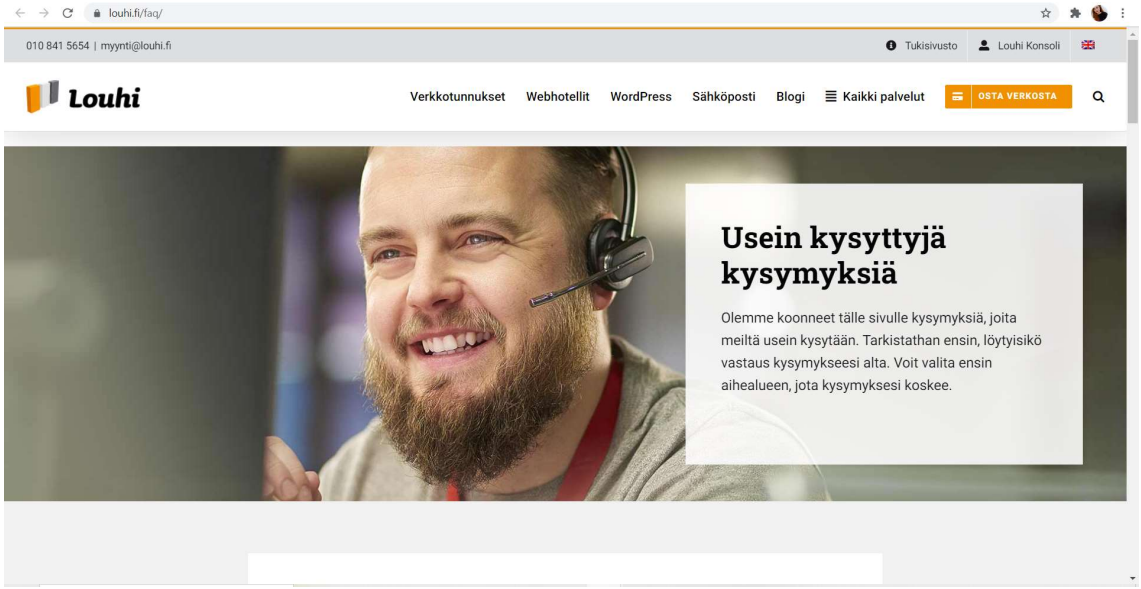


Kuva 5: Sähköpostiviesti asiakkaaksi rekisteröitymisestä.



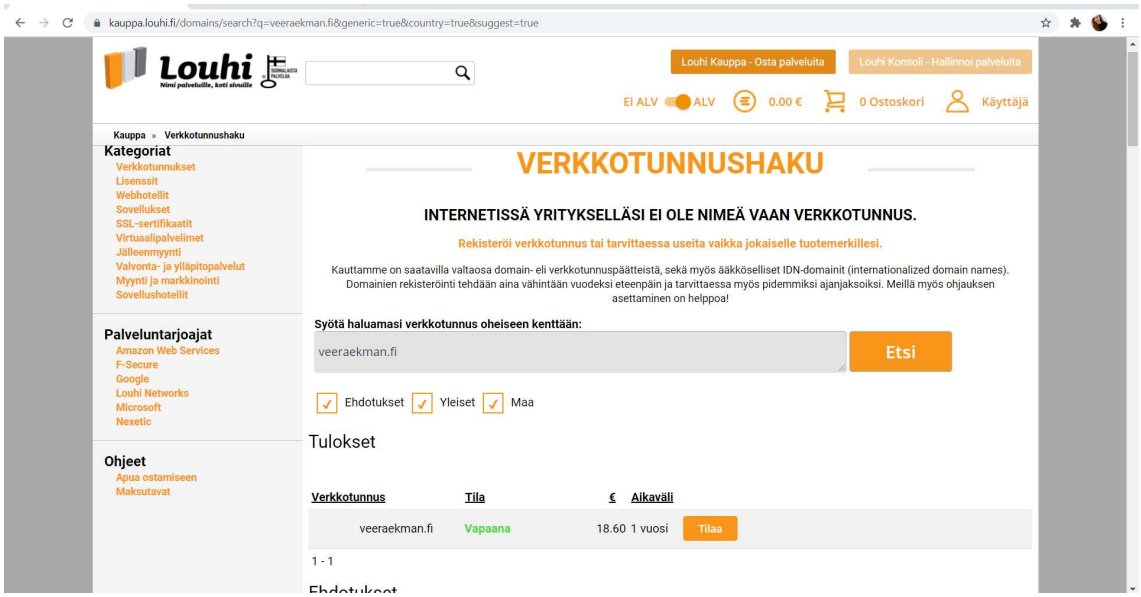
Kuva 6: Louhen verkkokaupan näkymä, Konsoliin kirjautuneena.

Verkkokauppa on ihan tavallisen selkeä, noudattaa samoja kaavoja, kuin monet muutkin verkkosivut. Ohje-linkkejä löytyi kaksin kappalein, erityisesti Apua Ostamiseen -linkki vaikutti hyvältä ja sieltä saattaa moni löytää apua. Apua Ostamiseen -linkistä aukesi Usein Kysyttyjä Kysymyksiä -sivu (kuva 11), sieltä löytyy monta kysymystä ja vastausta, monesta eri aiheesta. Tätä pidän hyvänä, sillä monella uudella asiakkaalla on varmasti paljon kysyttävää, kuinka ja mitä verkkotunnuksia ja webhotelleja on hyvä ostaa, milloin mihinkin tarpeeseen.



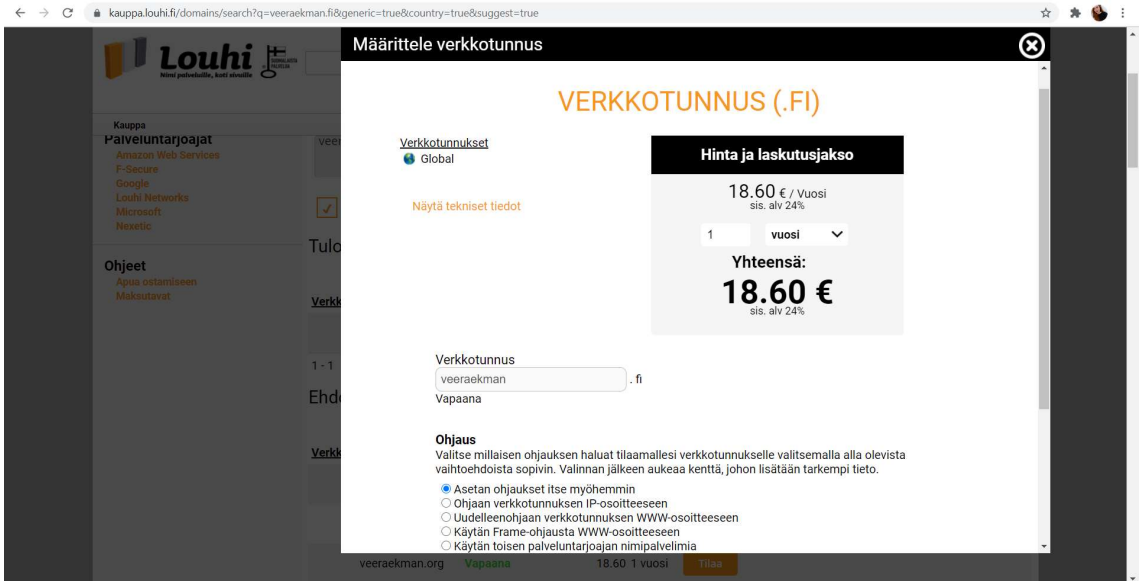
Kuva 7: Apua ostamiseen -linkkiä klikkaamalla aukesi Usein kysyttyjä kysymyksiä -sivu.

Verkkotunnusta ostaessa aukeaa sivu verkkotunnushakuun (kuva 12). Sivun alussa on mukavasti kerrottu verkkotunnuksista ja siitä, minkälaisia verkkotunnuksia Louhen kautta on mahdollista ostaa. Käytettävyyden näkökulmasta tämä haku-osio vaikuttaa yksinkertaiselta ja helposti ymmärrettävältä.



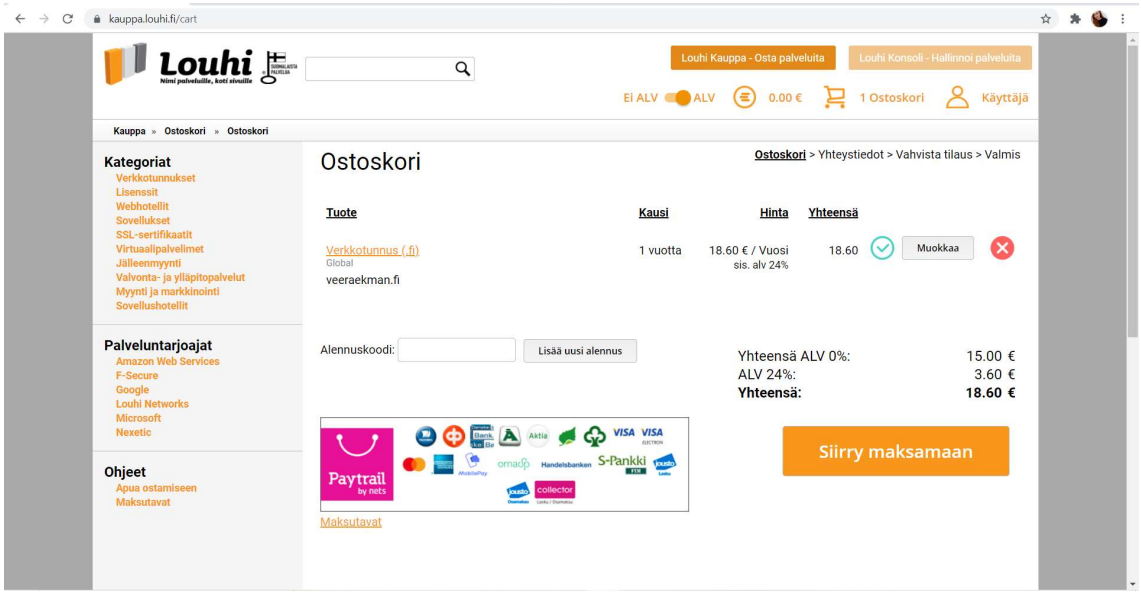
Kuva 8: Verkkotunnushaku, aukeaa verkkotunnusta ostaessa.

Verkkotunnusta tilatessa tulee vaihe, jossa määritellään laskutusjakso ja mahdolliset verkkotunnuksen ohjaukset (kuva 13). Selkeä, yksinkertainen käyttää, käyttäjä tietää koko ajan mitä tekee ja peruuttaakin onnistuu.

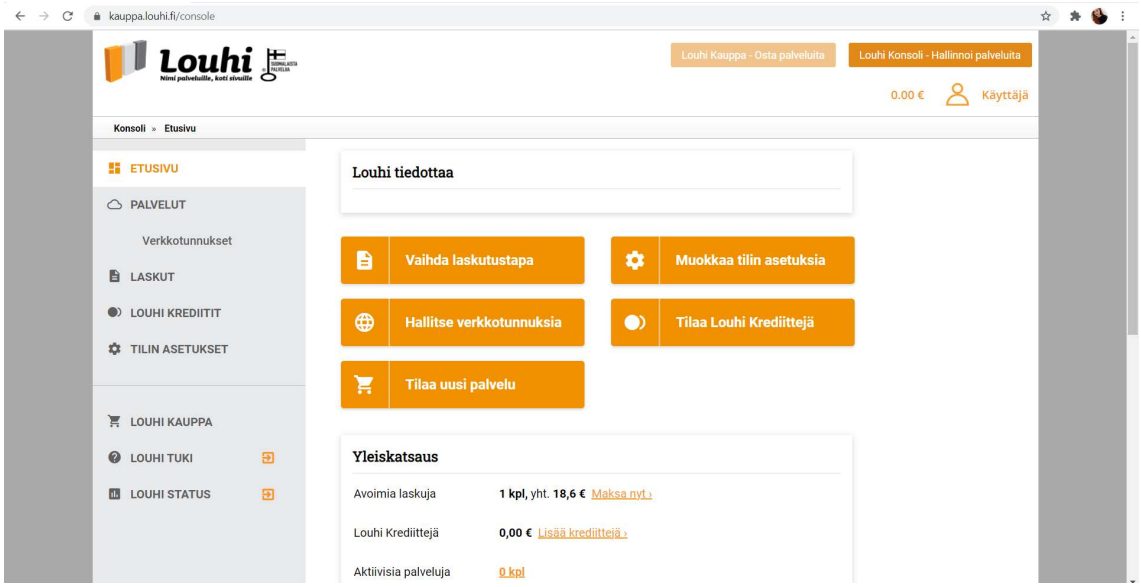


Kuva 9: Verkkotunnuksen tilausta ja sen määrittelyä.

Määrittelyvaiheen jälkeen päästään ostoskoriin (kuva 14) tarkastelemaan ostoksia ja tarvittaessa muokkaamaankin. Tavallisen selkeä, asettelua voisi kuitenkin miettiä uudelleen, on hieman sekavasti osiot suhteessa toisiinsa. Esimerkiksi Maksutavat -laatikko ja Siirry maksamaan -painike ei ole linjassa toisiinsa nähden, joka tekee sivusta helposti sekavan näköisen.



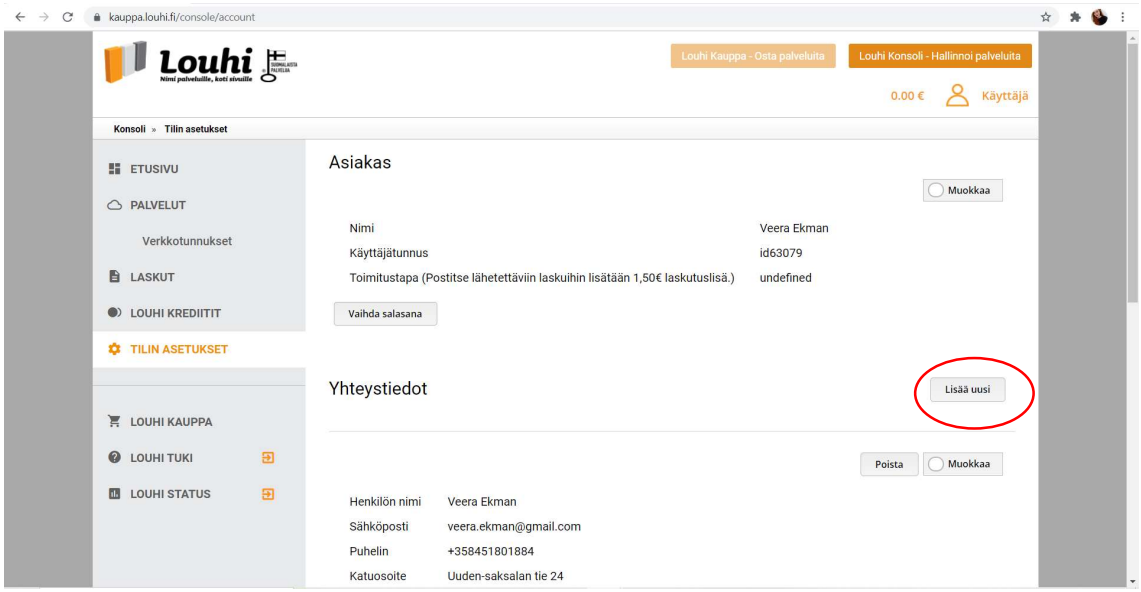
Kuva 10: Ostoskori.



Kuva 11: Konsolin etusivu.

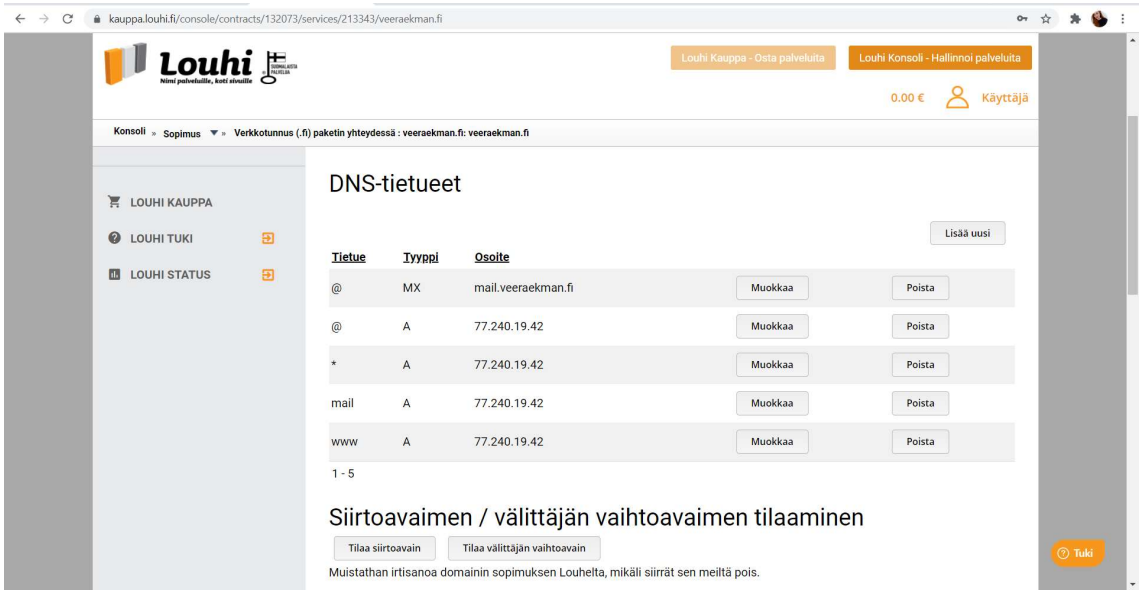
Kirjautuneena Konsoli -palveluun, näyttää etusivu aika tavalliselta ja selkeältä. Mutta niin kun jo aiemmin mainitsin, navigaatiopalkin lisäksi nuo keskellä olevat oranssit painikkeet, jotka kuvastavat eri toimintoja, voivat hämmentää käyttäjää, kun ne vievät kaiken huomion itse navigaatiopalkista. Kokeilin eri toimintoja suoraan etusivulta ja huomasin etteivät ne mene loogisesti sinne, minne itse ajattelin. Painoin Vaihda laskutustapaa -painiketta ja päädyin suoraan Tilin asetukset -sivulle (kuva 16). Tähän samaan ongelmaan törmäsin muutamaan kertaan.

Sitten pääsin tutkailemaan tilin asetuksia ja siihen liittyvää sivua (kuva 16). Alkuun vaikuttaa ihan tavalliselta ja selkeältä, hyvin yksinkertainen sivu, ei mitään turhaa tai ylimääräistä sekoittamassa ainakaan. Asiakas -kohdan Muokkaa -painikkeesta pääsee muokkaamaan ainoastaan laskun toimitustapaa, minkä pitäisi mielestäni selvitä jo ennen, kuin nappia painaa. Tällä hetkellä ei voi päätellä vain katsomalla, mitä Muokkaa -painikkeesta oikein pääsee muokkaamaan. Salasanan pääsee vaihtamaan helposti ja sille onkin oma painikkeensa, joka kertoo heti, mitä sitä painamalla tapahtuu. Sitten ihmettelin Yhteystiedot -osiota, tiedän että Konsolissa pitäisi olla toiminnallisuus, jossa voi lisätä uuden yhteystiedon, joka oikeuttaa uuden yhteyshenkilön hallinnoimaan esimerkiksi verkkosivuja, mutta tämä toiminnallisuus oli hieman piilossa. Merkitsin painikkeen punaisella ympyrällä, se on mielestäni sijoitettu huonoon paikkaan, aivan kuin se ei kuuluisi tilin asetuksiin eikä yhteystietoihin. Voi olla hyvin vaikea arvata tai tietää mitä uutta sitä painamalla voi lisätä. Sen parempi sijoituspaikka olisi mielestäni Poista- ja Muokkaa -painikkeiden vieressä tai välittömässä läheisyydessä. Tähän voisi olla myös hyvä lisätä ohje, miksi uusi yhteystieto olisi hyvä lisätä tilin tietoihin.



Kuva 12: Tilin asetukset.

Kuvassa 17 näkyy verkkotunnuksen hallintaan liittyvä sivu, jossa voi muokata DNS -tietueita, tilata siirtoavaimen tai välittäjän vaihtoavaimen ja muokata WHOIS -tietoja. Tämä osio on hyvä ja selkeä, ei jää epäselväksi mitä tehdä ja mitä painella.



Kuva 13: Verkkotunnuksen hallinta.

Kaiken kaikkiaan Konsoli -palvelussa ilmeni pieniä virheitä ja epäloogisuuksia, jotka on todennäköisesti helppo ja nopea korjata. Jäin kaipaamaan myös enemmän ohjeistuksia ja selvennyksiä miksi mitäkin toimintoja tulisi käyttää, esimerkiksi yhteystiedon lisääminen, voi

jäädä monelta epäselväksi. Asiakkaalle lähetettävät sähköpostiviestit ovat aika tyhjiä ja visuaalisesti köyhiä, sisältäen pelkkää tekstiä, eikä se varmasti houkuttele asiakasta lukemaan. Sähköpostiviesteissä, mitä aluksi sain, oli kyllä tärkeää tekstiä, mutta en tiedä olisinko lukenut niitä lainkaan, ellen olisi tarkoituksella niitä tutkinut. Olisin kaivannut sähköpostiviesteihin enemmän visuaalisuutta, jotain väriä ja muotoa, joka houkuttelisi lukemaan. Voisiko sähköpostien visuaalisuuden puute olla syy Konsolin tuntemattomuuteen? Verkkosivuilla ei ainakaan tule kovin selvästi ilmi tällaista palvelua, eikä sitä kovin huudellakaan uusille asiakkaille. Näiden seikkojen lisäksi jäin kaipaamaan visuaalista harmoniaa koko sivustolla, sivusto on kyllä siisti, mutta harmonia ja asioiden tarkka sijoittelu on ehkä jäänyt sivuston tekovaiheessa pois.

3 Aiheen valinta, tausta ja tarkoitus

Tutkimustyö sai alkunsa siitä, kun olin työharjoittelussa Louhi Net Oy:llä, jolloin esihenkilön kanssa tuli puheeksi opinnäytetyöni. Sovimme silloin yhdessä, että teen Louhi Net Oy:lle opinnäytetyöni koskien asiakasportaali Louhi Konsolia.

Louhi Net Oy:llä on ollut haasteita asiakaspalvelun kanssa siltä osin, että monet asiakaspalvelutyöt voisi asiakas itse hoitaa itsepalveluna ja näin ollen, kun asiakaspalvelupyyntöjä on paljon, hidastuu muu palvelu. Tavoitteena on siis asiakkaiden itsepalveluasteen parantaminen. Kun itsepalveluaste saadaan paranemaan, on asiakaspalvelu nopeampaa ja tehokkaampaa.

Tutkimustyön tuloksista hyötyy Louhi Net Oy ja heidän asiakkaansa. Louhi Net Oy:llä on paljon yritysasiakkaita, näin ollen myös asiakkaiden asiakkaat hyötyvät. Louhi Net Oy saa myös käyttöönsä tutkimuksessa käytetyt kyselyiden vastaukset mahdollista jatkokäyttöä varten.

Työharjoittelussa ollessani pidin kovasti Louhi Net Oy:llä työskentelystä ja asiakaspalvelutyöstä, joten tiesin jo, että haluan tehdä heille opinnäytetyöni. Aihe kehittyi yhdessä esihenkilöni kanssa keskustellessa heidän tarpeistaan ja toiveistaan koskien asiakaspalvelun kehittämistä. Olin itsekin siellä työskennellessäni havainnut haasteita asiakaspalvelussa ja asiakkaiden itsepalveluasteessa, joten aihe kiinnosti heti sen selvittyä.

3.1 Aiheen rajaus

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Louhi Konsoli -asiakasportaalin selkeyttä ja helppokäyttöisyyttä, jotta asiakkaat voisivat hoitaa asiakkuuteen liittyviä helpompia asioita

itsepalveluna. Asiakasportaaliin ei ole tarkoitus antaa radikaalia kehitysehdotusta, vaan antaa pieniä mahdollisesti sanallisia tai sanastollisia kehitysehdotuksia jotta asiakkaat ymmärtävät toiminnot ja voivat niitä itse käyttää. Toisin sanoen Konsoli -palvelussa olevia pieniä virheitä ja asiakkaiden kohtaamiin haasteisiin on tarkoitus antaa kehitysehdotuksia.

3.2 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset.

Tässä tutkimustyössä on tarkoitus etsiä mahdollisia ongelmakohtia, jotka ratkaisemalla saadaan asiakkaiden itsepalveluastetta parannettua. Oletus on, että asiakasportaalissa jotkut asiat ovat hieman hankala ymmärtää, jos ei ole tietoutta esimerkiksi webhotelleihin liittyvistä asioista.

Mitä haasteita asiakas kohtaa Louhi Konsoli -asiakasportaalissa? Mitkä haasteet ovat helposti korjattavissa? Kuinka ratkaista nämä ongelmat?

Alkuoletuksena on se, että portaalissa käytetään paljon ammattisanastoa, jota asiakkaat ei pääsääntöisesti ymmärrä ja sanastoa on myös hyvin vaikea asiakkaan itse lähteä opettelemaan. Toinen olettama on, että portaalissa on tiettyjä toiminnallisuuksia, joita ei muissa yleisesti käytetyissä yrityksissä/sovelluksissa ole. Odotan ratkaisuksi muun muassa sanaston muuttamista helpommaksi, eli ammattikielen muuttamista kansanomaisemmaksi ja erilaisten toimintojen selkeyttämistä sanallisesti.

Louhi Konsoli -asiakasportaalin käytettävyyden parantaminen lisää asiakastyytyväisyyttä monella aspektilla: kun asiakkaat saavat suoritettua tiettyjä toimintoja (esimerkiksi laskujen maksu, sopimusten muokkaaminen, salasanojen nollaaminen) vaivattomammin, saavat he paremman asiakaskokemuksen ja parempaa palvelua, kun asiakaspalvelijoiden ei tarvitse käyttää aikaansa yksinkertaisten toimintojen tekemiseen, joita asiakkaat voisivat itse tehdä.

4 Käytettävyyden teoreettinen viitekehys

Tässä opinnäytetyössä keskitytään web-sivuston käytettävyyteen. Web-sivuston käytettävyys on erityisen tärkeää, jotta tarvittavat tehtävät olisivat mahdollisimman helppo ja vaivaton suorittaa. Käytettävyydellä tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä ISO 9241-11 standardin mukaista määrittelyä: tarkoituksenmukaisuutta, tehokkuutta ja tyytyväisyyttä, jolla tuotteen käyttäjät saavuttavat tietyt tavoitteet määritellyssä ympäristössä. ISO standardilla tarkoitetaan International Organization for Standardization – organisaation määrittämää standardia. Tämä organisaatio on maailmanlaajuinen, joka yhdessä säätää monenlaisia ja monialaisia standardeja (ISO 2020.) Tässä ISO -standardissa on esitelty kolme mittaria: tarkoituksenmukaisuus, tehokkuus ja tyytyväisyys, joilla voidaan helposti määritellä tuotteen

vaatimukset. Näiden mittareiden lisäksi on tuotteelle määriteltävä luonnollisesti myös kohderyhmä, eli käyttäjäkunta, sekä käyttöympäristö (Niemelä 2020).

4.1 Laadulliset tekijät ja vaaditut ominaisuudet

Nielsen Norman Group on amerikkalainen käyttöliittymä – ja käytettävyyskonsulttiyritys, joka on hyvin tunnettu ja luotettu ympäri maailmaa ja on toiminut jo vuodesta 1998. Nielsen Norman Group on määritellyt käytettävyydelle 5 laadullista tekijää:

- **Opittavuus**: kuinka helppoa on käyttää sovellusta ensimmäistä kertaa
- **Tehokkuus**: kuinka nopeaa on sovellusta käyttää
- **Muistettavuus**: kuinka tauon jälkeen muistaa sovelluksen käytön
- **Virheettömyys**: kuinka monta virhettä käyttäjä tekee, kuinka helppo niistä on palautua
- **Miellyttävyys**: käyttäjän subjektiivinen kokemus sovelluksen käytöstä

Jotta nämä laadulliset tekijät voidaan saavuttaa, on Nielsen Norman Group määritellyt vaaditut ominaisuudet:

- **Johdonmukaisuus**: toimenpiteet, tilanteet ja symbolit noudattaa tiettyjä tuttuja periaatteita, helpottaa uuden sovelluksen käyttöä, kun tavat ja symbolit ovat jo ennestään tuttuja
- **Hallittavuus**: käyttäjä ohjaa sovelluksen toimintaa
- **Sopiva esitystapa**: käyttäjä tietää heti ja aina kun jotain tapahtuu, ei saa jäädä ihmettelemään, että tapahtuuko mitään
- **Virheiden sieto:** virheilmoitukset ovat selkeitä, käskyjen peruuttaminen mahdollista
- **Tehtävään sopivuus**: sovellus antaa juuri sopivan määrän tietoa käyttäjälle, liian suuri määrä hämmentää ja liian vähän vaikeuttaa käyttämistä
- **Opastus**: erilliset ohjeet ja vinkit tapahtumien edetessä

(Nielsen Norman Group 2012.)

4.1.1 Opittavuus ja johdonmukaisuus

Opittavuus on tärkeä elementti Louhi Konsolia arvioidessa, sillä se on ensimmäisiä kokemuksia uudelle asiakkaalle yrityksestä ja sen palveluista. Jesse James Garret puhuu kirjassaan *User Experience and Why it Matters,* siitä kun verkkosivuston tai muun teknologian käyttäjät kokevat vaikeuksia niitä käyttäessään, he syyttävät itseään, vaikka verkkosivusto ei toimi oikein ja niin kuin he olivat odottaneet. Kun verkkosivun toimii huonosti, eikä niin kuin käyttäjä olettaa, hän kokee vian olevan itsessään tai omissa taidoissaan, jolloin hän todennäköisesti ei tule enää käyttämään verkkosivua uudestaan. (Garret 2011,10.) Tarkoituksena on kuitenkin saada mahdollisimman moni uusi ja vanha asiakas käyttämään

Konsoli -asiakasportaalia, joten sen tulisi olla mahdollisimman helppo ja johdonmukainen jo ensimmäisestä käyttökerrasta lähtien. Uusien käyttäjien voi olla aluksi vaikeaa ymmärtää mitä Louhi Konsolissa on tarkoitus tehdä, etenkin jos ei ole kokemusta tai tietotaitoa webhotelleista tai verkkotunnuksista. Koska webhotellit ja verkkotunnukset ja niiden hallinta voi maallikolle olla haasteellista, voi Konsoli -asiakasportaalin käyttö jännittää tai tuntua aivan turhalta.

Jotta Konsoli -asiakasportaali voi olla helposti opittava, on sen oltava johdonmukainen. Lewis Wake kertoo artikkelissaan *Why is Consistency Important in Web Design?* johdonmukaisuuden tarkoittavan kahta asiaa: loogista johdonmukaisuutta ja yhdenmukaisuutta sekä harmoniaa ja yhteensopivuutta asioiden/esineiden välillä. (Wake 2016.)

Loogisesta johdonmukaisuudesta Wake antaa hienon esimerkin artikkelissaan: “Olet kotona keittiössäsi ja olet juuri valmistanut aterian. Avaat ruokailuvälinelaatikon ottaaksesi veitsen ja haarukan, ja alat nauttia ateriaa. Ruokailuvälineiden löytäminen ei kestänyt tunteja, koska tiesit vaistomaisesti tarkalleen missä ne olisivat. Ruokailuvälineet olivat samassa paikassa kuin viime viikolla, sitä edeltävällä viikolla ja sitä edeltävällä viikolla. Pystyt suorittamaan tämän tehtävän nopeasti, melkein alitajuisesti, koska se oli johdonmukainen suunnittelukokemus.” (Wake 2016.) Tämä esimerkki kertoo sen, kuinka me kaikki olemme oppineet tiettyjä asioita ja toimintatapoja, ehkä jopa tiedostamatta, niin myös verkkosivujen ja verkossa toimivien ohjelmistojen kanssa: tietyt samat toiminnot tekevät usein samoja asioita verkkosivustosta tai ohjelmistosta riippumatta. Esimerkiksi sivun vasemmassa ylälaidassa on ruksi, joka todennäköisesti sulkee sivun, sillä niin se aina on tehnyt, tai suurennuslasi-ikoni kertoo, että tähän kohtaan voit kirjoittaa hakusanan ja etsiä haluamiasi asioita.

Harmoninen johdonmukaisuus taas koskee verkkosivuston visuaalista ilmettä, fontteja, värejä, muotoja ja kuvioita. Verkkosivuston elementit, kuten navigaatiopalkit, otsikot ja alaviitteet tulisi olla johdonmukaisesti samanlaisia jokaisella sivuston sivulla, niin etusivulla kuin palvelut -sivulla esimerkiksi. Sopiva harmonia on visuaalisesti miellyttävä mutta myös johdonmukainen, esimerkiksi jos verkkosivun navigaatiopalkissa käytetään useampaa eri fonttia, on se käyttäjälle hyvin hämmentävää. (Wake 2019.)

4.1.2 Miellyttävyys

Miellyttävyys on käyttäjän subjektiivinen kokemus, joka liittyy esimerkiksi johdonmukaisuuteen, helposti opittavuuteen ja helppokäyttöisyyteen. Käyttäjä, tässä tapauksessa ihminen haluaa nopeasti tyydyttyä, esimerkiksi ensimmäistä kertaa sovellusta/verkkosivua käytettäessä kokee onnistumisen sekunneissa, hän on tyytyväinen. Ja vaikka myöhemmin hän kohtaa haasteita samalla verkkosivulla, hän todennäköisesti jatkaa sivuston käyttöä, ensimmäisten onnistumisten ansiosta. (Tidwell 2011, 10.)

Miellyttävyys on tärkeä seikka Louhi Konsolia arvioidessa, sillä tämän kaltainen aihealue on monelle varmasti vieras ja hieman ehkä pelottavakin aihe lähteä yksin tutkimaan ja opiskelemaan, kuinka esimerkiksi oman verkkosivun saisi pystyyn ilman aiempaa kokemusta. Konsolin käytössä tulisi tulla käyttäjälle sellainen olo, että tämän käyttö on turvallista eikä mitään ei-toivottua voi tapahtua hänen huomaamatta. Kun käyttäjä kokee Konsolin miellyttäväksi käyttää, hän pysyy asiakkaana ja ehkä jopa suosittelee muille. Ja ennen kaikkea uskaltaa itse kokeilla ja tutkia eikä heti ota yhteyttä jo valmiiksi ruuhkaiseen Louhen Tukeen yksinkertaisten tehtävien suorittamiseksi.

4.2 Käyttäjätuntemus

Jotta voidaan tehdä tai parantaa käyttäjien käyttökokemusta, täytyy ensin tuntea ja tietää keitä verkkosivuston/ohjelmiston käyttäjät ovat. Jenifer Tidwell aloittaa kirjansa *Designing Interfaces* kappaleella, joka käsittelee ihmisiä ja heidän ymmärtämistään. Lähtökohtaisesti aina verkkosivustoja suunnitellaan ihmisille eli käyttäjille, ei kenellekään muulle, joten on tärkeää saada vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Keitä käyttäjät ovat ja minkälaisia he ovat?
- Miksi he käyttävät kyseessä olevaa verkkosivua?
- Miten he saattavat käyttää verkkosivua?
- Mitkä ovat käyttäjän motiivit käyttää verkkosivua?
- Minkälaisia sanoja/sanastoa tai ikoneita käyttäjä odottaa verkkosivulla olevan?

(Tidwell 2011, 4.)

Hilkka Niemelä puhuu artikkelissaan Sovelluksen käytettävyys, käytettävyydestä ja sen säätämisestä tietylle käyttäjäryhmälle. Mikäli tuote tai sivusto on sellainen, jota voi käyttää kuka tahansa, on käytettävyyteen ja sen helppouteen ja ohjeistukseen kiinnitettävä erityisen paljon huomiota. Käyttäjän tuntemiseen liittyy Niemelän mukaan myös tieto siitä, mitä varten ja minkälaisia tehtäviä käyttäjä tekee tuotteella tai sovelluksella ja nämä on otettava huomioon käytettävyyttä tutkiessa. (Niemelä 2020.)

Tässä Louhi Net Oy:n tilanteessa verkkosivuston ja Konsoli -palvelun käyttäjäkunta on todennäköisesti hyvin laaja ja heidän tietonsa ja taitonsa ovat hyvin vaihtelevia. Osa käyttäjistä ei varmastikaan tiedä tai tietävät hyvin vähän, kuinka verkkotunnuksia ja webhotelleja otetaan käyttöön ja hallinnoidaan. Näin ollen Konsoli -palvelun tulisi olla mahdollisimman selkeä ja sisältää helpot ja nopeasti luettavat ohjeet eri toimintoihin. Myös palvelua otettaessa käyttöön olisi hyvä, jos asiakas ymmärtäisi heti mistä Konsoli -palvelussa on kyse ja mitä siellä kuuluu ja voi tehdä.

5 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus aloitettiin laatimalla kyselyn Louhi Net Oy:n asiakaspalvelijoille, jossa kysyttiin heidän mielipidettänsä toistuvimmista ongelmista, joita asiakkaat pyytävät asiakaspalvelijoita tekemään, joita he itse voisivat helposti tehdä asiakasportaalissa. Alkukyselyn pohjalta laadittiin kvantitatiivisen kyselyn asiakkaille, jotta saadaan mahdollisimman laajan otannan ja sen myötä parempia ja todenmukaisempia tuloksia. Kvantitatiivista kyselyä on myös helpompi ja nopeampi analysoida, kun opinnäytetyöhön käytettävä aika on kuitenkin hyvin rajallinen. Kyselyt tehtiin Googlen Forms -alustalla, sillä se on minulle ennestään tuttu, kyselyiden laatiminen sillä on vaivatonta ja se on kyselyn vastaajalle helppokäyttöinen ja luotettava alusta.

5.1 Käytettävyyden tutkiminen

Käytettävyyden tutkimiselle on monia tieteellisiä menetelmiä, mutta tässä opinnäytetyössä käytettiin kyselyitä, sillä se koettiin tehokkaimmaksi tavaksi, kun resurssit ovat hyvin rajalliset. Kyselytutkimuksessa otanta on helpompi saada suuremmaksi, kuin että havainnoitaisiin käyttäjien toimintaa yksi kerrallaan Louhi Konsoli -palvelussa. Otannan ollessa suuri, vastaukset, tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset ovat todenmukaisempia.

Steve Krug puhuu kirjassaan *Rocket Surgery Made Easy – The Do-It-Yourself Guide to Finding and Fixing Usability Problems* mitä käytettävyystestaus yksinkertaisimmillaan on ja kuinka sitä voi tehokkaimmin toteuttaa. Krugin mukaan käytettävyystestaus on katsoa, kun käyttäjät kokeilevat sivustoasi/sovellustasi, tavoitteena joko tehdä sen käytöstä helpompaa tai osoittaa käyttäjille kuinka helppoa sen käyttö jo on (Krug 2010, 13).

5.2 Kyselytutkimus

Kyselyä laatiessa on hyvä ottaa huomioon, kenelle kyselyä tehdään, mihin kysymyksiin vastauksia halutaan ja missä kyselyyn vastataan (esim. verkossa, paperilla tai haastateltaessa kasvokkain). Tavoitteena kyselytutkimusta tehdessä on saada mahdollisimman suuri vastausprosentti mahdollisimman todenmukaisilla ja luotettavilla vastauksilla.

Vappu Kunnaala-Hyrkki ja Olli-Pekka Brunila kirjoittavat artikkelissaan *Kyselytutkimus voi tavoittaa laajan vastaajajoukon* kyselytutkimuksen laatimisesta ja siitä kuinka tärkeää se on tutkimuksen onnistumisen kannalta. Jotta kysely on onnistunut, on tutkijan osattava ottaa huomioon vastaajien käytettävissä oleva aika, taidot ja tahtotila vastata kyselyyn. Kunnaala-Hyrkin ja Brunilan mukaan lomakkeen vastaamiseen ei saa mennä kauempaa kuin 10-15 minuuttia, mikäli vastausaika pitenee, voi vastaaja keskeyttää vastaamisen tai jättää kokonaan vastaamatta. Artikkelissaan he mainitsevat myös saatetekstin tärkeyden, jossa tulisi kertoa muun muassa kyselyn tarkoitus, tekijä/tekijät ja syy, miksi juuri hänet, kenelle on

kysely lähetetty, on valittu vastaajaksi. Saatetekstiin olisi myös hyvä kirjoittaa kuinka kauan vastaamiseen menee ja kuinka kyselyyn tulisi vastata. Saatetekstin lisäksi kyselyssä tulee Kunnaala-Hyrkin ja Brunilan mukaan ottaa huomioon sen rakenne ja ulkoasu. Kyselyn tulee siis olla selkeä ja helposti ymmärrettävä, myös sanastoltaan, jotta kyselyyn vastaaja ei koe vastaamista liian hankalaksi. Artikkelissa mainitaan vielä, että vastausajan tulee olla tarpeeksi pitkä, jotta kyselyyn ehtii tarpeeksi moni vastata. (Kunnaala-Hyrkki, Brunila 2020.)

Kyselyn vastausten analysointi hoituu tässä opinnäytetyössä Google Formsin avulla vaivattomasti. Googlen Forms -työkalulla, tulevat vastaukset automaattisesti erilaisina kuvaajina, joita on helppo lähteä tutkimaan ja pohtimaan. (Google 2021.)

6 Kyselyt

Tätä opinnäytetyötä varten laadittiin kaksi eri kyselyä, joista toinen lähetettiin ensin Louhen asiakaspalvelijoille ja toinen myöhemmin Louhen asiakkaille. Asiakaspalvelijoille lähetetyssä kyselyssä tarkoituksena oli selvittää, minkälaisia asiakkaiden kohtaamia haasteita he eniten kohtaavat. Ensimmäisen kyselyn vastausten pohjalta saatiin hyvää informaatiota asiakkaille tehtävää kyselyä varten.

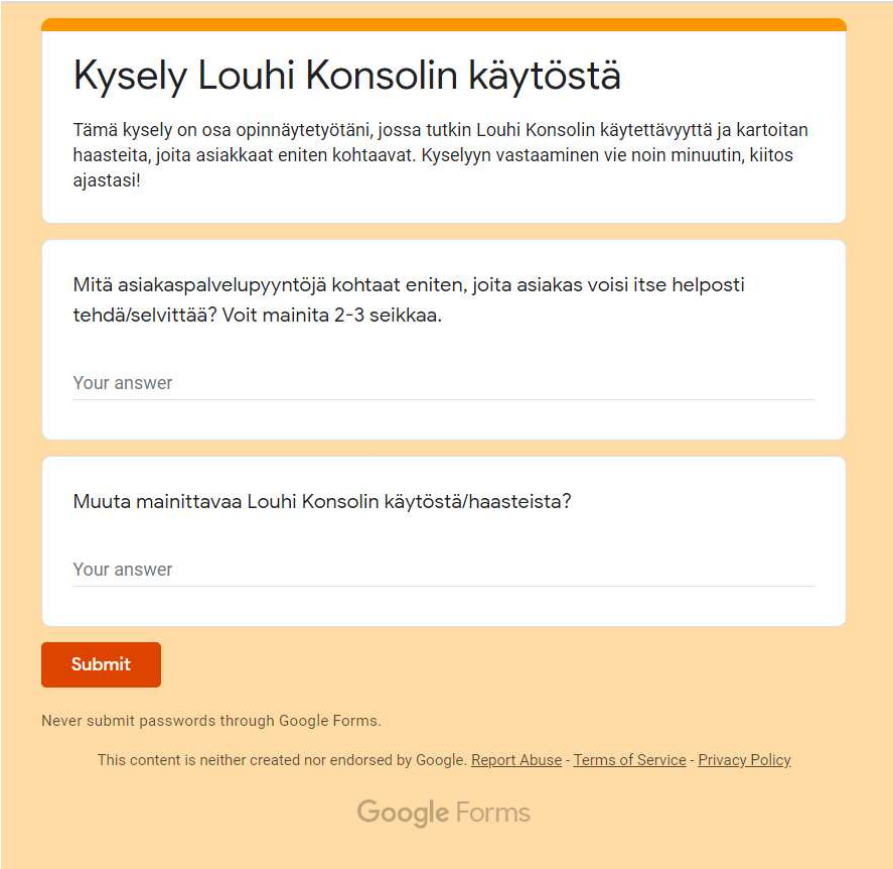
Tässä tutkimuksessa kyselyt laadittiin Google Forms -työkalua käyttäen, jossa on valmiita pohjia ja kysymysvaihtoehtoja. Google Forms -työkalussa saa kyselylomakkeen väriteemaa ja taustakuvia muutettua haluamakseen ja vastausten analysointikin onnistuu vaivattomasti työkalun automaation avulla. Google Forms -työkalu muuttaa vastaukset automaattisesti erilaisiksi kuvaajiksi, joista on helppo analysoida tuloksia. (Google 2021.)

6.1 Kysely asiakaspalvelijoille

Kyselytutkimus aloitettiin laatimalla lyhyt kysely Louhen asiakaspalvelijoille, jotta saataisiin jotain ajatuksia ja ideoita, mitä asiakkailta kysyttäisiin. Tämäkin kysely laadittiin Google Forms -työkalulla, sillä Googlen palvelut ovat käytössä niin minulla ja myös Louhen asiakaspalvelijoilla, jolloin tämä oli helppo lähettää toimeksiantajan kautta asiakaspalvelijoille. Tämän kyselyn tavoitteena oli siis kartoittaa, minkälaisia palvelupyyntöjä asiakaspalvelijat kohtaavat eniten, joita asiakas voisi itse helposti hoitaa Louhi Konsolin kautta. Palvelupyynnöt ovat esimerkiksi Louhen verkkosivujen kautta lähetettyjä kysymyksiä tai ongelmia, joita asiakaspalvelijat ratkovat ja asiaa käydään läpi sähköpostitse.

Kyselystä tehtiin lyhyen ja ytimekkään, sillä vastaus haluttiin vaan yhteen kysymykseen: Mitä asiakaspalvelupyyntöjä he kohtaavat eniten, joita asiakas voisi itse helposti tehdä? Kysymys muotoiltiin niin, että siihen voi vastata millä tavalla tahansa, jotta saadaan mahdollisimman todenmukainen näkemys aiheesta. Kyselyyn haluttiin vielä lisätä avoin kysymys perään, jotta

mahdolliset muut ongelmat tulisi jo tässä vaiheessa ilmi ja voitaisiin tutkailla, tuleeko asiakkailta samanlaisia vastauksia.



Kuva 14: Kysely Louhen asiakaspalvelijoille.

6.1.1 Tulokset

Asiakaspalvelijoille lähetettyyn kyselyyn vastasi kaikki, eli 9 asiakaspalvelijaa. Vastauksista ilmeni kolme eniten mainittua palvelupyyntöä: DNS-tietueiden muokkaus, laskutukseen liittyvät pyynnöt sekä Konsolin salasanan nollaus. Muita mainittuja oli yhteystietojen muokkaus, palveluiden irtisanomiset ja WHOIS -tietojen muokkaukset. Nämä kaikki toiminnot löytyy siis Konsoli -palvelusta ja ovat mahdollisia tehdä itsepalveluna. Toiseen kohtaan, johon sai kirjoittaa muut maininnat Konsolin käytön haasteista tuli myös mukavasti vastauksia. Muun muassa yksi vastasi kokevansa, ettei asiakkaat käy lainkaan Konsolissa, vaan ottavat suoraan yhteyttä asiakaspalveluun. Mobiilissa, eli tabletilla tai älypuhelimella käytettäessä tämä sivusto ei ilmeisesti toimi lainkaan, tai toimii todella huonosti. Käyttäjätunnus tuntuu olevan usein kateissa, jolloin asiakas ei pääse lainkaan kirjautumaan tai edes toimimaan itsenäisesti, vaan silloin on otettava yhteys asiakaspalveluun. Näistä vastauksista sain hyvää ajatusta siihen, mitä minun todennäköisesti kannattaa asiakkailta kysyä.

6.2 Kysely asiakkaille

Ensimmäisen kyselyn ja omien havaintojeni perusteella laadittiin kysely asiakkaille. Kyselyn tavoitteena oli selvittää kuinka usein asiakkaat käyttävät Louhi Konsolia, mitä he siellä pääasiassa tekevät ja minkälaiseksi he kokevat palvelun käytön. Kysely pyrtittiin lyhyenä ja helposti ymmärrettävänä, jotta mahdollisimman moni viitsii siihen vastata. Kysely katsottiin vielä yhdessä työnantajan kanssa sopivaksi. Kysely lähetettiin asiakkaille uutiskirjeen muodossa sähköpostitse. Louhelta tuli ajatus vielä, että kyselyyn liitetään arvonta, jossa 20 vastaajaa voittaa Jää Sulaa -lautapelin itselleen, tämä auttoi varmasti vastausprosentin nostamiseen.

Kuva 15: Uutiskirje kyselystä.

Kyselyn saatetekstiksi kirjoitettiin näin:
Hei, opiskelen IT-tradenomiksi Laurea-ammattikorkeakoulussa ja teen opinnäytetyötä Louhi Konsolin käytöstä ja kehittämisestä, tämä kysely on osa tutkimustyötäni. Kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin. Ensimmäisessä osiossa kysyn demograafisia kysymyksiä, jotka auttavat tutkimuksen loppupäätelmissä. Vastaukset käsitellään anonyymisti, eikä kenenkään tietoja tule julki tutkimuksen missään vaiheessa.

Louhi Konsoli on Louhi Net Oy:n asiakkaiden itsepalveluportaali, jossa asiakkuuden ja verkkotunnusten hallinnointi onnistuu kellon ympäri vuoden jokaisena päivänä.

Kyselyn alkuun laitettiin demograafisia kysymyksiä, sillä oletuksena oli, että ne auttavat tulosten analysoinnissa:

1. **Oletteko Louhen asiakkaana yrityksen puolesta vai yksityishenkilönä?**
    a. yritysasiakas
    b. yksityisasiakas
2. **Mikäli yritysasiakkaana, mikä on toimialanne?**
    a. Kirjoita…
3. **Yrityksen henkilöstömäärä, jos olette yritysasiakkaana**
    a. alle 10 henkilöä
    b. alle 50 henkilöä
    c. alle 250 henkilöä
4. **Miten kuvailisitte työnkuvaanne?**
    a. Kirjoita…

Kyselyn toinen osa käsitteli pelkästään Konsolin käyttöä:

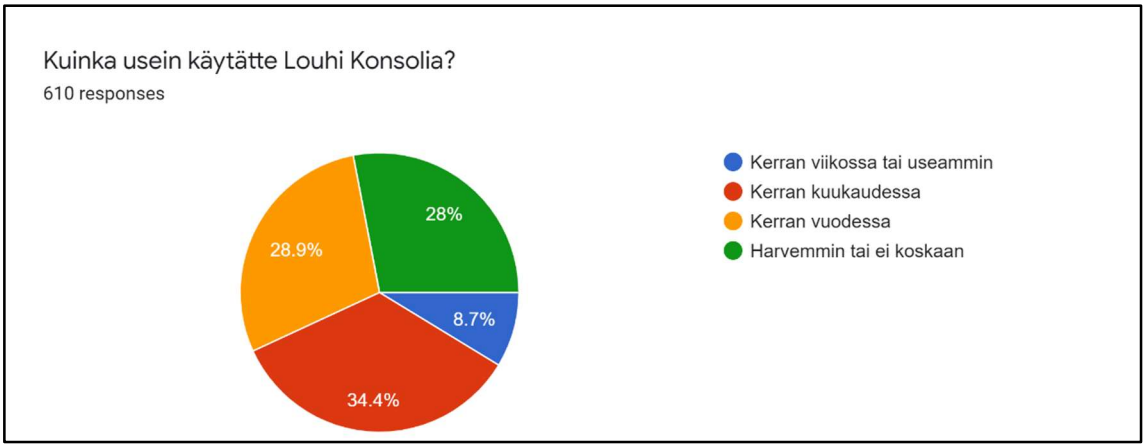
1. **Kuinka usein käytätte Louhi Konsolia?**
    a. Kerran viikossa tai useammin
    b. Kerran kuukaudessa
    c. Kerran vuodessa
    d. Harvemmin tai en koskaan
2. **Jos vastasitte "Harvemmin tai ei koskaan", miksi?**
    a. Konsoli on vaikeakäyttöinen
    b. En koe tarvetta
    c. Joku muu hoitaa sen puolestani
    d. En tiennyt Konsolin olemassa olosta
3. **Mikäli olette käyneet Louhi Konsoli -sivustolla, mitä toimintoja olette käyttäneet?**
    a. Vaihtanut salasanaa
    b. Muokannut yhteystietoja
    c. Vaihtanut laskutustapaa
    d. Etsinyt laskuja
    e. Muokannut DNS-tietueita
    f. Tilannut siirtoavaimen/välittäjän vaihtoavaimen
    g. Muokannut WHOIS-tietoja
    h. Tilannut uuden palvelun

i. Tilannut Louhi Creditsejä
j. En mitään näistä
k. Jotain muuta, kirjoita mitä…

4. **Onko sivusto mielestänne helppokäyttöinen?**
   a. Vastausvaihtoehdot 1-5, 1: Todella vaikea, 5: Hyvin helppo
5. **Löytyykö sivustolta mielestänne tarpeeksi tietoa eri toiminnoista ja palveluista?**
   a. Vastausvaihtoehdot 1-5, 1: Ei lainkaan, 5: Löytyy tarpeeksi
6. **Mitkä asiat koet suurimmiksi haasteiksi Louhi Konsolin käytössä? Valitse 1-3 kohtaa.**
   a. Erilaisten toimintojen löytäminen on vaikeaa
   b. Sivustolla käytetty sanasto on vaikeaa ymmärtää
   c. Sivustolla paikasta toiseen löytäminen on vaikeaa
   d. Salasana ja/tai käyttäjätunnus on vaikea muistaa
   e. Tilin asetuksia ei voi muuttaa
   f. Jotain muuta, kirjoita mitä…
7. **Muuta mainittavaa tai palautetta Louhi Konsolin käytöstä?**
   a. Avoin

6.2.1 Tulokset

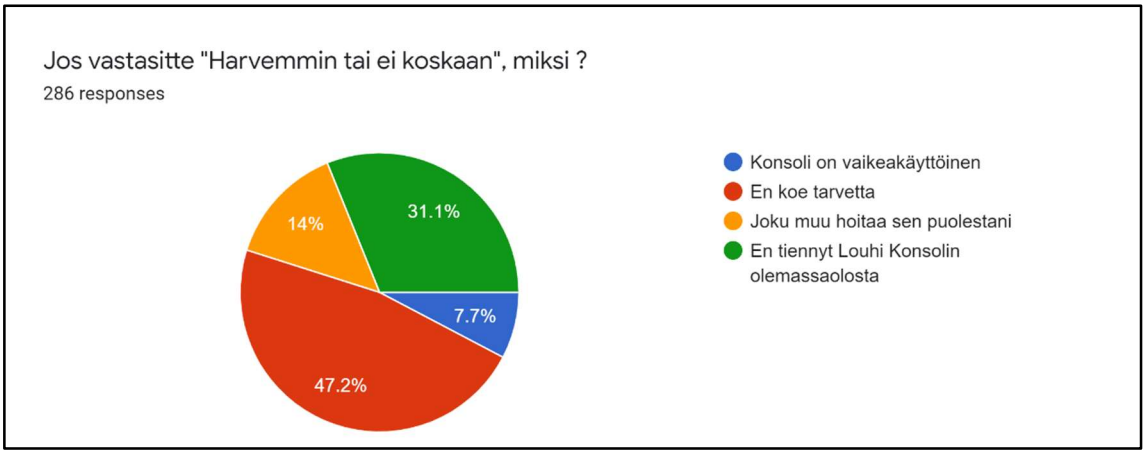
Kyselyä, joka lähetettiin asiakkaille, pidettiin avoinna noin kaksi viikkoa ja siihen vastasi 616 asiakasta. Noin 74% vastaajista (614 vastaajaa) kertoivat olevansa yritysasiakkaina ja 85% vastaajista (452 vastaajaa) kertoi olevansa yrityksessä, joka työllistää alle 10 henkilöä. Vastaajien toimialat ja toimenkuvat olivat hyvin erilaisia.



Taulukko 1: Kuvaaja Konsolin käyttömääristä

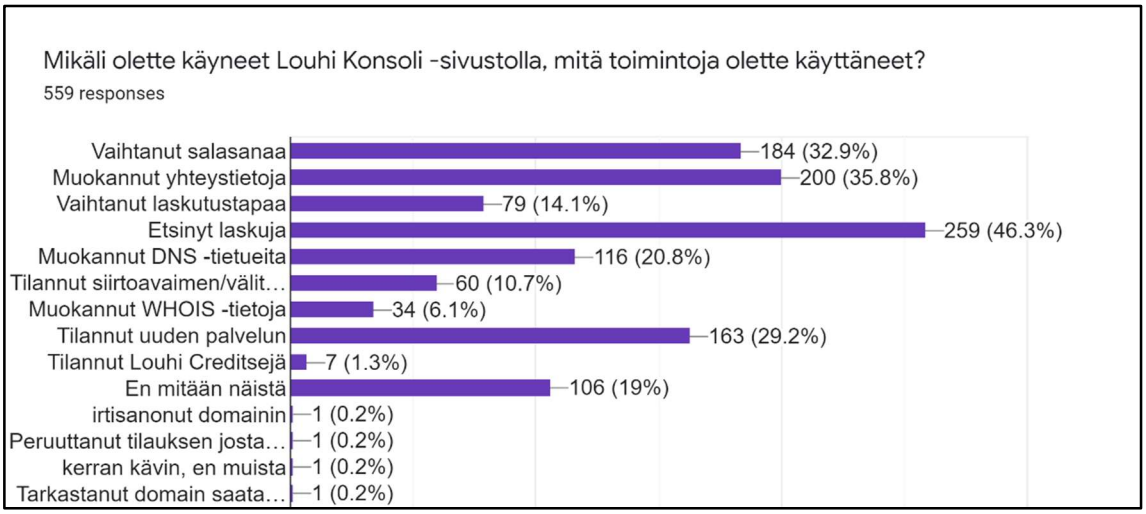
Selkeästi siis Konsoli -palvelua käytetään harvemmin, tulokset jakautui tasaisesti kerran kuukaudessa, kerran vuodessa ja harvemmin tai ei koskaan -vaihtoehtojen välille. Tämä toki on ymmärrettävää ja oletettuakin, sillä tämän kaltaista palvelua ei olekaan tarkoitus ihan

päivittäin käyttää. Tarkoituksena on, että asiakas itse hoitaa tiettyjä asioita, kuten yhteystietojen muutoksia, laskujen kaivelua ja DNS- ja WHOIS-tietojen muokkauksia, eikä näitä toimintoja ei tarvitse eikä tulekaan tehdä viikoittain.



Taulukko 2: Kuvaaja käyttämättömyyden syistä.

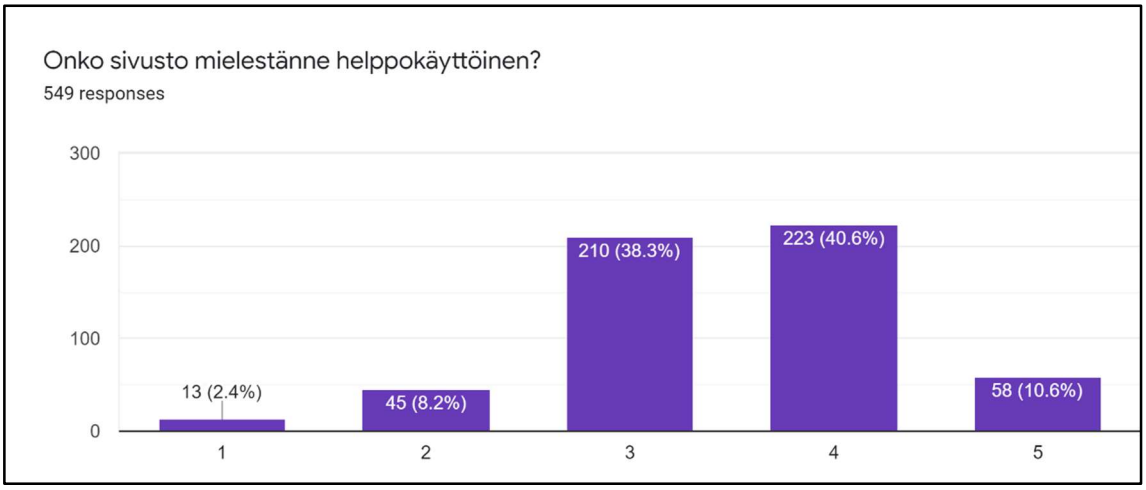
Yllätykseksi vain 7,7% (286 vastaajasta) ilmoitti Konsolin olevan vaikeakäyttöinen, jonka takia ei sitä juuri käytä ja vain 14% kertoi jonkun muun hoitavan asiat heidän puolestaan. Suurin osa ilmoitti, ettei koe tarvetta sen käytölle ja se on varsin ymmärrettävää, sillä ei näitä aiemmin mainittuja toimintoja välttämättä tarvitsekaan tehdä ehkä edes kuukausittainkaan. Huolestuttavaa kuitenkin on, ettei yli 30% vastaajista tiennyt edes Konsolin olemassa olosta ja se on otettava huomioon kehitysehdotuksia miettiessä, sillä asiakaspalveluastetta ei voi saada parannettua, jos merkittävä osa asiakkaista ei ole edes tietoisia koko palvelusta.



Taulukko 3: Kuvaaja toimintojen käytöstä.

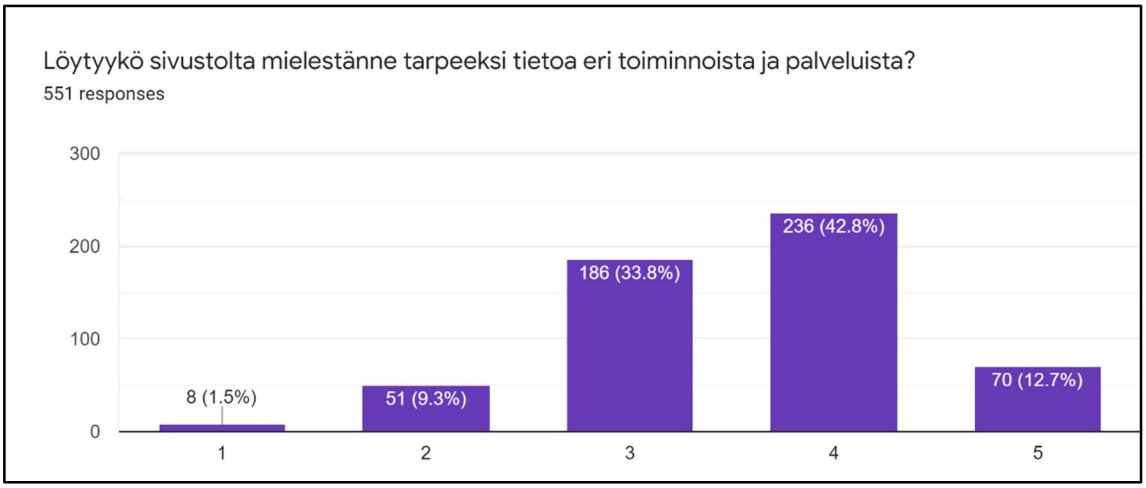
Tämän kuvaajan perusteella voidaan olettaa, että eri toiminnot on helposti löydettävissä Konsoli -palvelusta. Kaikkia valmiiksi vastausvaihtoehdoiksi merkittyjä toimintoja on käytetty

ja monta kertaa. Kuitenkin 19% (559 vastaajasta) ei ole tehnyt mitään näistä toiminnoista, voisiko olla, että nämä 19% ovat samat, jotka vastasivat etteivät ole koskaan kuullukkaan tai käyttäneetkään koko palvelua?



Taulukko 4: Kuvaaja Konsolin helppokäyttöisyydestä.

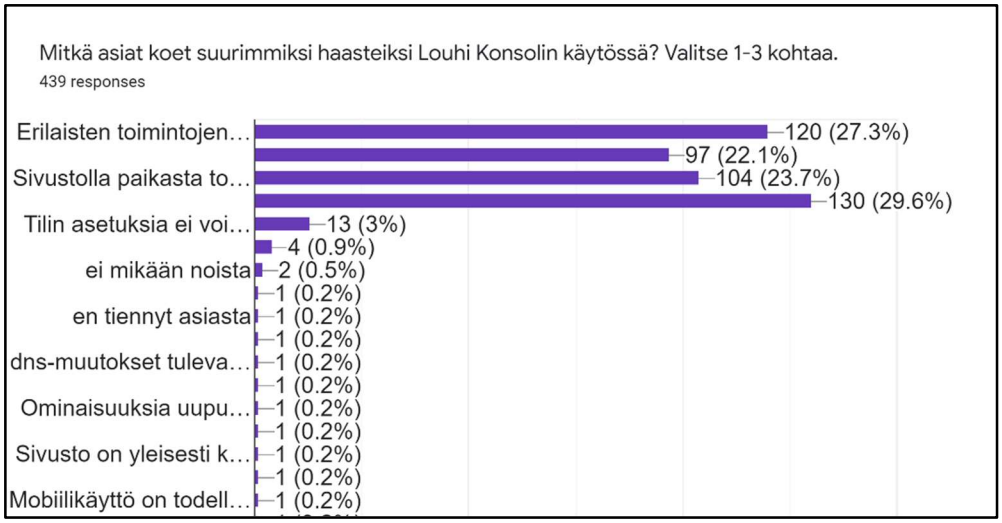
Tässä kuvaajassa kohta 1 tarkoittaa sivuston olevan todella vaikea käyttöinen, kohta 5 todella helppo ja muut siltä väliltä. Noin 40% (549 vastaajasta) vastasi sivuston olevan jokseenkin helppokäyttöinen (4) ja noin 38% vastasi ettei ole helppo eikä vaikeakaan, vaan jotain siltä väliltä. Vain noin 10% vastasi sivuston olevan todella tai hieman vaikea käyttää.



Taulukko 5: Kuvaaja tiedon löytymisestä.

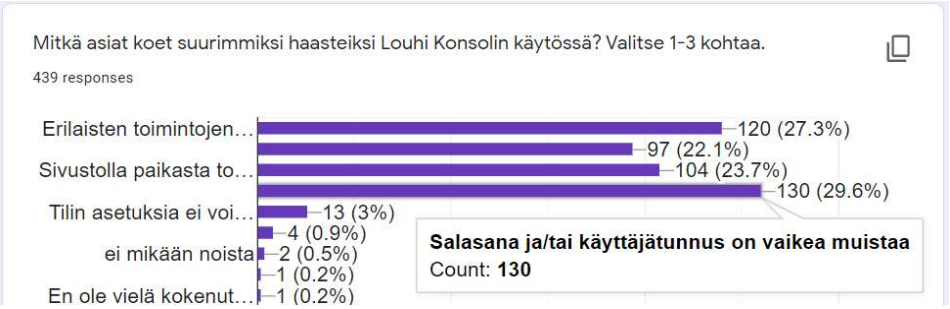
Tämä kuvaaja kertoo kuinka käyttäjät kokevat tiedon löytämisen helppouden sivustolla. Heidän tuli vastata kysymykseen numerolla 1-5, 1 tarkoittaen ei löydy tietoa ollenkaan ja 5 tarkoittaen löytyy hyvin tietoa. Vastaajista (551 vastaajaa) 42,8% koki tiedon löytyvän jokseenkin helposti ja 33,8% vastasi ettei tiedon löytäminen ole erityisen helppoa tai

vaikeaakaan. Vain 10,8% koki tiedon löytymisen olevan jokseenkin vaikeaa tai tietoa ei löydy laisinkaan, olisivatko nämä niitä vastaajia, jotka käyvät sivustolla hyvin harvoin jos koskaan?



Taulukko 6: Kuvaaja suurimmista haasteista Konsolin käytössä.

Selkeästi eniten haasteita vastaajat (439 vastaajaa) kokivat salasanan ja/tai käyttäjätunnuksen muistamisessa (29,6%), erilaisten toimintojen löytymisessä (27,3%), sivustolla paikasta toiseen löytämisessä (23,7%), sekä sivustolla käytetyn sanaston ymmärtämisessä (22,1%). Sanaston ymmärtämisen vaikeus olikin yksi ennakko-olettamuksista, joita mietittiin ennen kyselyn lähettämistä. Muuten vastauksissa oli yksittäisiä vastauksia hyvin laajalti, milloin mistäkin, eivätkä oikein liittyneet toisiinsa, jolloin en voi niistä vetää johtopäätöksiä.



Taulukko 7: Tarkennus Taulukkoon 6.

Viimeisenä kyselyssä oli mahdollisuus kertoa omin sanoin, mikäli muuta mainittavaa Konsoli -palvelun käytöstä tai käyttämättömyydestä oli. Siihen vastasi 147 henkilöä ja useimmin mainittuja asioita, oli muun muassa tunnuksen ja salasanan muistamisen hankaluus, mobiilikäytössä toimimattomuus ja tietoturvan puutteellisuus. Muutamia mainintoja sai myös DNS -tietojen päivittymisen hitaus ja sivustolla käytettyjen käsitteiden vaikeus. Tähän viimeiseen osioon kerrottiin myös muutamia positiivisia seikkoja, kuten Louhen omilla

nettisivuilla on hyvin tietoa ja apua erilaisiin ongelmiin ja Konsolin Laskut -osio on hyvä ja selkeä. Louhen omaan tietopankkiin oli kuulemma kuitenkin vaikea löytää verkkosivujen kautta, mutta Google -hakua käyttämällä sinne löytää lopulta.

7 Analyysi

Kyselyn alussa olleet demograafiset kysymykset osoittautuivat toissijaisiksi kyselyn tuloksia tutkiessa, mutta Louhi Oy saa nämä kyselyn tulokset käyttöönsä ja voivat näitä tietoja hyödyntää haluamalla tavalla. Kyselyä tehdessä oletettiin sen auttavan tulosten analysoinnissa ja kehitysideoiden luonnissa, mutta koska Konsoli -palvelua on tarkoitus kehittää eikä muuttaa täysin, on sitä kehitettävä kaikkien asiakkaiden käyttöön sopivaksi. Joka tapauksessa on siis jotain muutoksia tehtävä ja kyselyn tulokset antoivat jo hyvin selkeitä tuloksia, mitä Konsoli -palvelussa on parannettava, enkä näe tarvetta lähteä tutkimaan tuloksia sen syvemmin. Aikakin on hyvin rajallinen opinnäytetyössä, jolloin halutaan keskittyä vain oleelliseen.

Steve Krug sanoi kirjassaan *Rocket Surgery Made Easy: The Do-It-Yourself Guide to Finding and Fixing Usability Problems,* että kannattaa keskittyä vain merkittävimpiin mutta helpoiten ja nopeiten tehtäviin muutoksiin ja tehdä ne heti, jotta asiakkaat pysyvät vielä asiakkaina. Krug puhui kirjassaan ”tweakingistä”, eli hienosäädöstä, joka on halvempaa, nopeampaa ja asiakkaille paljon tyydyttävämpää. Krugin mukaan nämä hienosäädöt ovat aina tuottoisampia ja kustannustehokkaampia, kuin isot muutokset, kuten täysin uudelleen suunnittelu ja tekeminen. (Krug 2010, 114.) Esimerkiksi siis alustan jakaminen tai uudelleen tekeminen kahdelle eri ja erilaiselle käyttäjäryhmälle on kallista ja hidasta, jolloin moni asiakas ehtisi lähteä muualle ennen kuin kehitystyö olisi lähelläkään valmista.

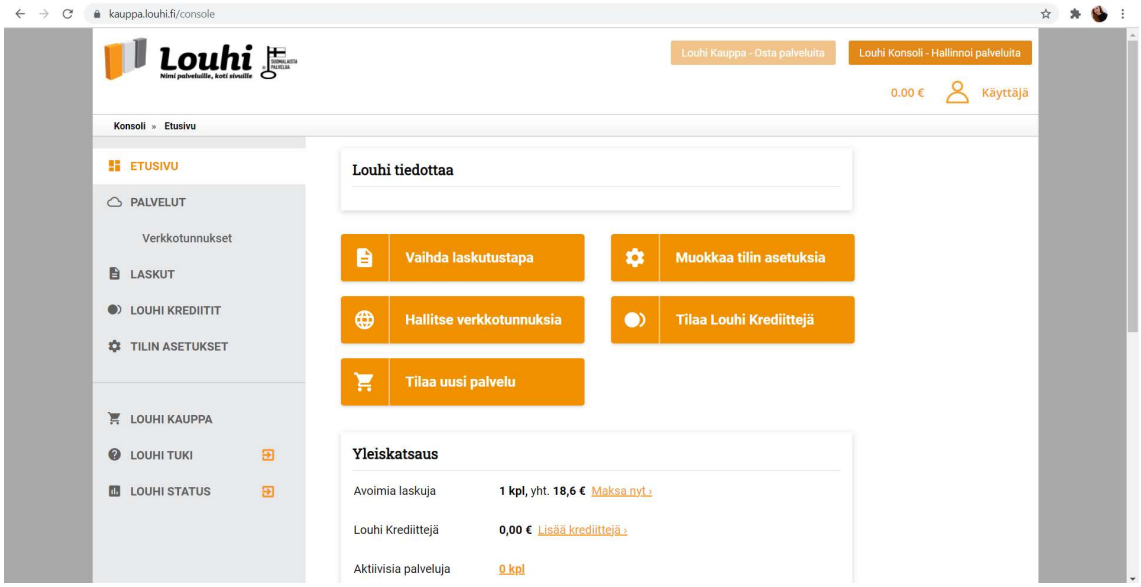
Koska vain noin 7% (289 vastaajasta) koki Konsolin vaikeakäyttöiseksi, ei nähdä tarvetta kovinkaan suurille muutoksille, pienet hienosäädöt riittää varmasti hyvin. Suurin osahan vastasi, ettei koe tarvetta käydä sivustolla juuri ikinä, eikä siellä välttämättä tarvitsekaan, mikäli heidän verkkosivustonsa ei tarvitse mitään muutoksia. Jopa 30% kertoi, ettei edes tiennyt koko palvelun olemassaolosta, se on kovin hälyttävää ja sille on kiireisesti tehtävä jotakin.

Kyselyn tulosten perusteella sivusto on jokseenkin helppokäyttöinen ja tietoakin tarvittaessa löytyy. Kyselyn tulokset osoittavat suurimman ongelman olevan juuri Konsoli -palvelun tuntemattomuudessa: asiakkaat ei edes tiedä sen olemassa olosta, jolloin he ottavat suoraan yhteyttä asiakaspalveluun asiassa kuin asiassa, sähköpostitse tai puhelimitse.

Käyttäjätunnuksen ja salasanan muistaminen oli selkeästi suurin ongelma ja varmasti vaikuttaa Konsolin käyttöön tai sen vähyyteen, jos jo pelkkä palveluun kirjautuminen on

hankalaa. Käyttäjätunnushan Konsolissa on muotoa id12345 ja salasana aluksi tietokoneen luoma litania erikokoisia kirjaimia, numeroita ja välimerkkejä. Käyttäjätunnusta ei tällä hetkellä ole mahdollista muuttaa, mutta salasanan pystyy muuttamaan Konsolin kautta haluamakseen.

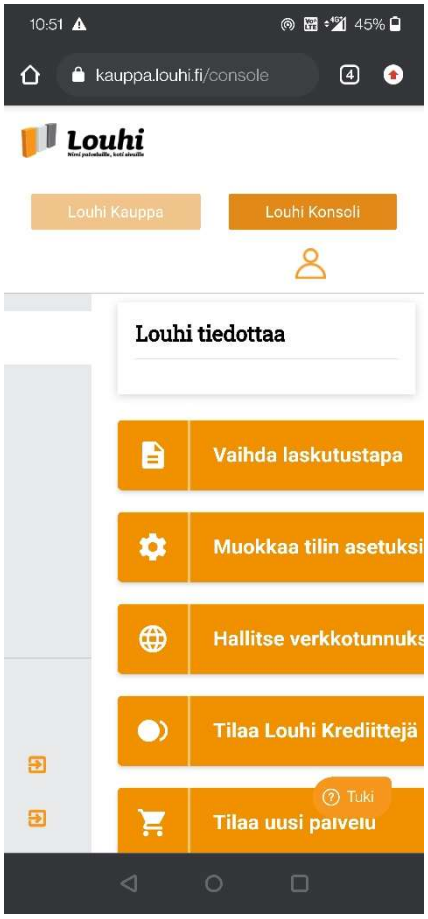
Navigaatio, eli paikasta toiseen sivustolla löytäminenkin koettiin jokseenkin haastavaksi. Sivusto ei ehkä toimi täysin samanlailla, kuin samankaltaiset verkkosivut yleensä toimivat, jolloin asiakas helposti hämmentyy ja turhautuu. Omasta näkökulmasta osa toiminnoista tuntuu turhilta tai oudoilta ja sivusto on ehkä suunniteltu liian idioottivarmaksi. Tuntuu myös hassulta, että etusivun keskellä on heti eri toimintoja, vaikka samat toiminnot löytyisivät myös navigoimalla oikean navigointipalkin kautta. Visuaalisesta näkökulmasta etusivulla olevat toiminto-vaihtoehdot vievät heti huomion pois navigaatiopalkista, jolloin sitä ei edes välttämättä tule niin katseltua, vaan tutkitaan näkyvissä olevia toiminto-vaihtoehtoja. Kun navigaatio-palkki jää vähemmälle huomiolle, on sitä varmasti vaikeampi lähteä myöhemmin tutkimaan.



Kuva 16: Konsoli -palvelun etusivu. Navigaatio-palkki löytyy sivuston vasemmasta reunasta, sekä keskeltä löytyy toimintoja, joita napsauttamalla pääsee navigoimaan eri sivuille.

Kyselystä ilmeni myös sivuston toimimattomuus älypuhelimilla ja tableteilla. Yleisesti nykyaikana olisi hyvä, että verkkosivustoja tehdään jo suunnitteluvaiheessa, sillä kulmalla, että niitä käytetään myös tai pelkästään älypuhelimilla. ”Mobile first” on lausahdus, jota kuulee verkkosivuja suunnitellessa tai sitä opiskellessa. Mobile first, tarkoittaa siis sitä, että sivusto suunnitellaan ensin mobiilille, sillä siinä on kaikista eniten rajoitteita ja sääntöjä millä periaatteilla verkkosivuja voidaan käyttää ja vasta sen jälkeen sovitetaan sama design tabletille ja niin edelleen tietokoneelle sopivaksi. Mobiilille ensiksi suunnittelu on todella

tärkeää, sillä jo vuonna 2016 on älypuhelimien käyttö ohittanut tietokoneiden käyttöluvut maailman laajuisesti ja mobiililaitteilla ollaan huomattavasti enemmän internetissä kuin tavallisella tietokoneella. (Xia 2017.) Kävin itse kokeilemassa sivuston toimivuutta älypuhelimella ja totesin myös, ettei sitä juuri voi niin käyttää. Sivustolle kyllä pääsee kirjautumaan ja tavallaan voi tiettyjä toimintojakin käyttää, mutta navigaatiopalkkia ei näy ja sivustolla pääsee vain ylös ja alas. Kuvassa 6 on näkymä etusivulta, eli selkeästi skaalautuvuus on epäonnistunut eikä siellä pääse liikkumaan tarvittaviin suuntiin.



Kuva 17: Konsolin etusivu mobiilissa.

8 Johtopäätökset

Tutkimuksen tulosten perusteella Konsoli -palvelussa käytetty sanasto ei ollutkaan kovin merkittävä ongelma, niin kuin aluksi oli ajateltu. Asiakaskyselyn tulokset yllättivät, mutta onneksi otannasta tuli niin suuri, että tulokset ovat todenmukaisia ja kehitysehdotukset näin ollen ihan varteenotettavia.

Kuten jo kyselyn tuloksia analysoidessa mainittiin, pienet korjaukset riittävät tähän hätään varmasti, eikä tarkoitus ollut alun perinkään antaa kovin radikaalia kehitysehdotusta. Asiakaskyselyssä kävi ilmi, ettei Konsoli -palvelua käytetä kovin usein, edes kuukausittain välttämättä, joten sen käyttö ja sinne kirjautuminen pitäisi tehdä mahdollisimman helpoksi. Myös asiakkaiden tietoisuutta Konsoli -palvelun olemassaolosta ja sen tarkoitusperistä olisi tulosten perusteella tarpeellista parantaa. Asiakaskyselyssä mainittiin myös mobiilissa toimimattomuus, joka on syytä ottaa huomioon palvelua kehittäessä. Itse Konsoli -palvelua tutkiessani havaitsin pieniä käytettävyyden virheitä, jotka on helppo ja nopea korjata.

Kyselyn tulosten perusteella otetaan ensin käsittelyyn Konsoli -palveluun kirjautumisen ja sen haasteet. Tällä hetkellä Konsoliin kirjaudutaan sähköpostiin tulleilla automaattisesti saaduilla käyttäjätunnuksella ja salasanalla, jotka on lähes mahdoton muistaa ulkoa. Tämän voisi korjata ottamalla mallia esimerkiksi operaatteilta (esim. Elisa ja Telia), joiden itsepalvelusivustoille kirjaudutaan usein pankkitunnuksia tai mobiilivarmennetta käyttäen. Kun kirjautumisvaihtoehtona on esimerkiksi pankkitunnukset, ei asiakkaan tarvitse muistaa ulkoa uusia käyttäjätunnuksia ja salasanoja, kun niitä tuppaa olemaan jo valmiiksi nykyaikana jo todella paljon. Pankkitunnusten käyttöönotossa on toki sitten huomioitava tietoturva ja sitä mahdollisesti parannettava Konsoli -palvelussa. Käyttäjätunnuksen voisi vielä säilyttää, kun otetaan huomioon myös asiakkaat, jotka hoitavat omien asiakkaidensa puolesta Louhen palveluita. Toinen vaihtoehto käyttäjätunnuksen muistamiseen helpottamiseen olisi käyttäjätunnuksen muuttaminen asiakkaan omaksi nimeksi tai muuksi vastaavaksi. Käyttäjätunnusten muuttaminen näin voisi olla nopeampi ja halvempi ratkaisu, eikä asiakkaiden tarvitsisi odotella liian pitkään, että asiaan olisi jokin ratkaisu. Pankkitunnukset kirjautumisvaihtoehtona voisi ottaa sitten myöhemmin käyttöön, mikäli sille koetaan tarvetta.

Seuraavaksi otetaan käsittelyyn sähköpostiviestit, joita uusi asiakas saa tilatessaan palveluita ja rekisteröityessään asiakkaaksi. Omien havaintojeni perusteella saamani sähköpostiviestit olivat visuaalisesti köyhiä ja sisälsivät vain hieman tekstiä ilman mitään sen kummempia muotoiluja. Mielestäni olisi hyvä, mikäli uusille asiakkaille lähetettävät sähköpostiviestit olisi visuaalisempia ja näin ollen houkuttelisivat asiakkaita lukemaan niitä enemmän. Tällä hetkellä sähköpostiviestit tuskin houkuttelevat lukemaan tai kiinnostumaan sen kummemmin viestin sisältöä, kun informaatiota tulee nykyaikana jo valmiiksi niin paljon joka puolelta ja monesta eri laitteesta. Informaatiotulvan seasta on varmasti vaikea löytää niitä tarpeellisimpia viestejä, mikäli tärkeimmät viestit eivät ole visuaalisesti houkuttelevia. Esimerkiksi Louhen asiakkaille lähetettävät uutiskirjeet (kuva 4) ovat paljon kiinnostavampia, kuin asiakkuuksiin ja palveluihin liittyvät sähköpostiviestit. Uutiskirjeiden ulkoasusta voisi ottaa mallia näihin sähköposteihin, joita uudet asiakkaat saavat. Näissä sähköposteissa olisi hyvä myös kiinnittää erityisen paljon huomiota Konsoli -palveluun ja sen mainostamiseen, jotta se ei jäisi pimentoon tai epäselväksi uusille asiakkaille. Konsoli -palvelua voisi

markkinoida näkyvämmin jo Louhen verkkosivuilla ja verkkokaupassa, jotta se jäisi edes nimenä asiakkaille mieleen.

Konsoli -palvelua tutkiessani huomasin pieniä virheitä, jotka vaikuttavat käytettävyyteen, mitä enemmän niitä on, sitä enemmän ne vaikuttavat. Kuitenkin näitä virheitä, joita huomasin ei ollut kovinkaan paljoa ja juuri siitä syystä, ne olisi hyvä korjata, kun se on nyt kustannustehokkaampaa, helpompaa ja nopeampaa, kuin sitten jos niitä virheitä joskus onkin enemmän. Virheilmoitukset olisi hyvä muokata selkeämmiksi (kuva 7), erilaisten objektien ja toiminnallisuuksien sijoitteluun voisi kiinnittää enemmän huomiota (kuva 14) ja toiminnallisuuksiin voisi lisätä lyhyitä ohjeistuksia, minkä vuoksi mitäkin tehdään. Konsoli -palvelun etusivulla huomion vieviä toiminnallisuuspainikkeita voisi muuttaa tai ehkä jopa poistaa, sillä asiakkaat varmasti etsivät toiminnallisuuksia sivun navigaatiopalkista, mielestäni toiminnallisuuspainikkeet ovat hieman turhia. Näiden painikkeiden sijasta etusivulla voisi olla esimerkiksi tervehdys ja selitys, mitä palvelussa on tarkoitus ja voi tehdä.

Vielä viimeisimmäksi, tutkimusten valossa ehdotettaisiin, että Konsoli -palvelua kehitettäisiin mobiilissa toimivaksi. Omaan silmääni se vaikuttaa siltä, että se on tehty skaalautuvaksi ja mobiiliinkin sopivaksi, mutta käytännössä se ei toimi niin. En osaa itse sanoa kuinka helppoa tai kustannustehokasta tämän ongelman korjaaminen on, mutta joka tapauksessa se on korjattava. Asiakkaat varmasti haluaisivat käyttää palvelua myös puhelimella tai tabletilla ja haluavatkin kyselyn perusteella mutta tällä hetkellä se on mahdotonta.

Tutkimus oli tarkoitukseen nähden hyvin luotettava, sillä tarkoitus oli kerätä mahdollisimman paljon dataa asiakkaille tehtävästä kyselystä, ja oletus on, että asiakkaat vastasivat kyselyyn todenmukaisesti, sillä siihen rehellisesti vastaaminen ajaa heidän omaa etuaan. Asiakaskysely suoritettiin anonyymisti, eikä kenenkään tietoja jaeta tai käytetty tässä tutkimuksessa. Kyselyssä ei myöskään kysytty mitään henkilökohtaisista ja tunnistettavista seikoista. Opinnäytetyö oli kaikin puolin eettinen.

9 Jatkokehitysideat

Tutkimusten perusteella jatkokehitysidea voisi olla sellainen, että asiakkaat jaettaisiin kahteen eri ryhmään ja näille kahdelle eri ryhmälle kehitettäisiin omat Konsoli -palvelut. Kyselyssä tuli ilmi, että osa asiakkaista hallinnoi omien asiakkaidensa Konsoli -tilejä, ja näiden tilien välillä seilaaminen on koettu haastavaksi käyttäjätunnusten ja salasanojen vuoksi. Käyttäjätunnuksistahan ei tällä hetkellä pysty päättelemään kuka asiakas milläkin hetkellä on kyseessä. Joten tämä ongelma voisi poistua, kun nämä tällaiset asiakkaat saisivat käyttöönsä yhden tilin, jonka kautta he pääsisivät hallinnoimaan omien asiakkaidensa tilejä. Näitä tilejä voitaisiin kutsua vaikka välittäjätileiksi. Tämän lisäksi tulisi tietenkin myös

muuttaa käyttäjätunnukset helpommin muistettaviksi, vaikka asiakkaiden tai asiakasyritysten nimiksi, jotta sama ongelma ei toistuisi näillä välittäjätileillä. Parhaassa mahdollisessa tapauksessa Louhi saisi paljon enemmän ja rahallisesti arvokkaampia asiakkaita, mikäli tällainen välittäjätili-idea lähtisi toteutukseen ja onnistuisikin vielä. Tällainen projekti vaatisi kuitenkin huomattavan määrän lisätutkimusta ja resursseja.

Lähteet

Painetut

Garret, J. 2011. The Elements of User Experience: User-centered Design for the Web and Beyond. 2. painos. Kalifornia: New Riders.

Krug, S. 2010. Rocket Surgery Made Easy: The Do-It-Yourself Guide to Finding and Fixing Usability Problems. Kalifornia: New Riders.

Tidwell, J. 2011. Designing Interfaces. 2. painos. Kanada: O'Reilly Media, Inc.

Sähköiset

Amazon Web Services. 2021. What is DNS? Viitattu 10.5.2021.
https://aws.amazon.com/route53/what-is-dns/

Finder. 2019. Louhi Networks. Viitattu 2.3.2021.
https://www.finder.fi/Internet-palvelut/Louhi+Networks/Espoo/yhteystiedot/730126

Google. Google Forms. Viitattu 11.5.2021.
https://www.google.com/forms/about/

International Organization for Standardization, 2018. ISO 9241-11. Viitattu 2.3.2021.
https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en

Louhi Net Oy. 2020. Louhen historia. Viitattu 2.3.2021.
https://www.louhi.fi/yritys/louhen-historia/

Louhi Net Oy. 2021. Usein Kysyttyjä Kysymyksiä. Viitattu 10.5.2021
https://www.louhi.fi/faq/

Louhi Net Oy. 26.4.2021. Verkkotunnuksen ohjaaminen. Viitattu 10.5.2021.
https://tuki.louhi.fi/support/solutions/articles/22000229942-verkkotunnuksen-ohjaaminen

Nielsen, J. 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Viitattu 5.3.2021.
https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/

Niemelä, H. 2020. Sovelluksen käytettävyys. SeAmk Verkkolehti. Viitattu 4.3.2021.
https://lehti.seamk.fi/alykkaat-ja-energiatehokkaat-jarjestelmat/sovelluksen-kaytettavyys/#:~:text=Kaiken%20kaikkiaan%20k%C3%A4ytett%C3%A4vyys%20tarkoittaa%20sovelluksen,sellainen%2C%20ett%C3%A4%20se%20ehk%C3%A4isee%20virheit%C3%A4.

one.com. 2021. Mitä on WHOIS? Viitattu 10.5.2021.
https://help.one.com/hc/fi/articles/115005595885-Mit%C3%A4-on-WHOIS-

Xia, V. 21.12.2017. What is Mobile First Design? Why it's important & How to Make it? Viitattu 17.5.2021.
https://medium.com/@Vincentxia77/what-is-mobile-first-design-why-its-important-how-to-make-it-7d3cf2e29d00

Wake, L. 7.4.2016. Why is Consistency Important in Wb Design? Viitattu 29.4.2021.
https://digitalcommunications.wp.st-andrews.ac.uk/2016/04/07/why-is-consistency-important-in-web-design/

Kunnaala-Hyrkki, V., Brunila, O. 6.10.2020. Kyselytutkimus voi tavoittaa laajan vastaajajoukon. XAMK READ. Viitattu 11.5.2021.
https://read.xamk.fi/2020/muu-kehittaminen/kyselytutkimus-voi-tavoittaa-laajan-vastaajajoukon/

Julkaisemattomat

Kääriäinen, M. 2021. Sähköposti- ja pikaviestikeskustelut. Louhi Net Oy. Espoo.