

Asiointikanavien käyttäjäkokemus Sarastia Rekry Oy:ssä

Tiivistelmä

Tekijä(t) Karapalo, Sanni	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 34	Valmistumisaika 2022
Työn nimi Asiointikanavien käyttäjäkokemus Sarastia Rekry Oy:ssä		
Tutkinto ja koulutusala Tradenomi (AMK), palveluliiketoiminta		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio (jos opinnäytetyöllä on toimeksiantaja) Pirjo Matikainen, palvelujohtaja, Sarastia Rekry Oy		
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön aiheena on asiointikanavien käyttäjäkokemus Sarastia Rekry Oy:ssä yrityksessä työskentelevien keikkatyöntekijöiden näkökulmasta. Työn tarkoituksena oli selvittää keikkatyöntekijöiden tämän hetkistä tyytyväisyyttä Sarastia Rekry Oy:n asiointikanaviin, sekä niiden käyttökokemuksiin.</p> <p>Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Sarastia Rekry Oy. Sarastia Rekry Oy on valtakunnallisesti toimiva henkilöstöpalveluratkaisuja tuottava yritys. Yrityksen asiakkaat koostuvat kunnista sekä kuntayhtymistä. Yrityksessä työskentelee tällä hetkellä noin 12000 keikkatyöntekijää, ja tässä työssä selvitetään heidän näkökulmaansa asiointikanavien käyttäjäkokemukseen.</p> <p>Tässä työssä selvitetään asiointikanavien käyttäjäkokemusta kahden eri menetelmän avulla. Työ on laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistelmä, ja menetelminä käytetään haastattelua ja kyselyä. Tässä työssä haluttiin hyödyntää kahta aineistoa, jotta toimeksiantaja saisi mahdollisimman laajan kokonaiskuvan tutkittavasta aiheesta. Haastattelujen avulla saavutettiin syvällisempää ymmärrystä tutkittavasta aiheesta, jolloin kyselyssä osattiin esittää keikkatyöntekijöille oikeanlaisia kysymyksiä. Työssä haastateltiin neljää Sarastia Rekry Oy:n keikkatyöntekijää, jonka jälkeen toteutettiin kysely. Kysely tavoitti 500 vastaajaa. Haastatteluissa ja kyselyssä nousseiden tulosten perusteella opinnäytetyön tarkoituksena oli tarjota Sarastia Rekry Oy:lle kehitys-idea keikkatyöntekijöiden ja yrityksen väliseen asiointiin.</p> <p>Työn tulosten perusteella kehitysidea yritykselle on Chat-palvelu. Haastattelujen ja kyselyn vastauksissa ilmeni, että keikkatyöntekijät kaipasivat nopeaa ja suoraa asiointia Sarastia Rekry Oy:n palveluhenkilöstön kanssa. Kiireellisten asioiden hoitamisessa käytettiin paljon puhelinsoittoa, mutta puhelinsoitto koettiin myös vaivalloiseksi. Chat-palvelun avulla keikkatyöntekijät saivat yritykseen suoran yhteyden ilman puhelinsoittoa.</p>		
Asiasanat palvelumuotoilu, rekrytointi, käyttäjäkokemus		

Abstract

Author(s) Karapalo, Sanni	Type of Publication Thesis, UAS	Published 2022
	Number of Pages 34	
Title of Publication User experience of the processing channels in Sarastia Rekry Oy		
Degree and field of study e.g. Bachelor of Business Administration, Service Business		
Name, title and organisation of the client (if the thesis work is commissioned by another party) Pirjo Matikainen, Service Manager, Sarastia Rekry Oy		
Abstract <p>The subject of this thesis is the user experience of the processing channels in Sarastia Rekry Oy from the point of view of gig workers working in the company. The purpose of the thesis was to find out the current satisfaction of gig workers at Sarastia Rekry Oy's business channels and their experiences.</p> <p>The employer of this thesis is Sarastia Rekry Oy. Sarastia Rekry Oy is a nationwide personnel service solutions. The company's customers consist of municipalities and municipal federations. The company currently employs about 12,000 gig workers, and this thesis will investigate the user experience of their processing channels.</p> <p>The thesis will investigate the user experience of the processing using two different methods. The thesis is a combination of a qualitative and quantitative thesis, and interviews and surveys are used as methods. The thesis was wanted to take advantage of two material in order to make the employer to get the widest possible overall picture of the study of the subject. The interviews achieved a more profound understanding of the subject, when the survey was expected to present the right kind of questions to gigs workers. In the thesis, four Sarastia Rekry Oy's gig workers were interviewed, followed by a survey. The survey reached 500 respondents. Based on the results of the interviews and in this case, the purpose of the thesis was to provide Sarastia Rekry Oy developmentide for the comission of gig workers and the company.</p> <p>Based on the results of the thesis, the development idea for the company is a chat service. Interview and query responses showed that the gig workers hoped for fast and direct issues with Sarastia Rekry Oy's service personnel. There was a lot of phone call, but a telephone call was also difficult. With the chat service, gig workers should be a direct connection with the company without a phone call.</p>		
Keywords service desing, recruiting, user experience		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Työn tausta.....	1
1.2	Työn tavoitteet ja rajaukset.....	2
2	Palvelumuotoilu liiketoiminnassa	4
2.1	Palvelumuotoilun määrittely	4
2.2	Palvelumuotoilun merkitys liiketoiminnassa	5
2.3	Palvelumuotoiluprosessi	6
2.4	Palvelukokemuksen merkitys yritykselle	8
3	Rekrytointi osana liiketoimintaa.....	11
3.1	Rekrytointiprosessi	11
3.2	Onnistuneen rekrytoinnin merkitys.....	12
3.3	Hakijakokemuksen merkitys rekrytoinnissa.....	13
4	Työn toteutus.....	15
4.1	Laadullinen tutkimus	15
4.2	Haastattelu menetelmänä.....	16
4.3	Määrällinen tutkimus.....	18
4.4	Kysely menetelmänä	19
5	Työn tulokset	21
5.1	Haastattelujen tulokset	21
5.2	Kyselyn tulokset.....	23
6	Yhteenveto	29
	Lähteet	32

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymykset

Liite 2. Kysely

Liite 3. Kyselyn avoimen kysymyksen vastauksia

1 Johdanto

1.1 Työn tausta

Tämän työn aiheena on Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavien käyttäjäkokemus. Työn toimeksiantajana toimii Sarastia Rekry Oy. Tässä työssä käsitellään Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavien käyttäjäkokemusta yrityksessä työskentelevien keikkatyöntekijöiden näkökulmasta.

Sarastia Rekry Oy on valtakunnallisesti toimiva henkilöstöpalveluratkaisuja tuottava yritys. Sarastia Rekry Oy:n asiakkaat koostuvat kunnista sekä kuntayhtymistä. Yrityksen suurin toiminta koostuu sijaispalvelusta. Yritys työllistää tällä hetkellä noin 12000 keikkatyöntekijää, ja toimintaa on tällä hetkellä 12 eri maakunnan alueella. Sarastia Rekry Oy välittää keikkatyöntekijöitä sosiaali- ja terveysalan, varhaiskasvatuksen, sekä ateria- ja puhtaanapitoalan työpaikkoihin. Työyksikköjä on yli 2500. Sijaispalvelujen lisäksi Sarastia Rekry Oy tarjoaa rekrytointi- ja henkilöstön resursointipalveluja. Sarastia Rekry Oy:ssä keikkatyöntekijöiden lisäksi työskentelee myös palveluhenkilöstöä. Palveluhenkilöstöön kuuluu kahdeksan eri tiimiä. Tiimejä ovat markkinointi- ja viestintä, asiakkuus, haastattelupalvelut, tilauskeskus, henkilöstö- ja taloushallinto, henkilöstö- ja palkkahallinto, järjestelmä- ja kehitys, sekä hallinto- ja tukipalvelut. (Sarastia Rekry Oy.)

Sarastia Rekry Oy on toteuttanut säännöllisesti asiakas- ja työntekijä tyytyväisyyteen kohdennettuja tutkimuksia, mutta yritys ei ole kohdentanut aikaisemmin tutkimusta koskien asiointikanavien käyttäjäkokemusta. Toimeksiantaja toivoo saavansa aiheesta laajan kokonaiskuvan. Tutkimusidea syntyi aiheen ajankohtaisuudesta yritykselle, koska asiointikanavien käyttäjäkokemuksen vaivattomuus, sekä helppous ovat tärkeässä roolissa nykypäivänä eri yritysten välillä. Asiointikanavien käyttäjäkokemuksella voi olla vaikutusta myös siihen, kuinka paljon keikkaa työntekijät ottavat vastaan, sekä kuinka vaivattomana he kokevat palvelun saatavuuden.

Sarastia Rekry Oy tarjoaa keikkatyöntekijöillensä erilaisia asiointikanavia, joiden kautta he ottavat tarvittaessa yhteyttä yrityksessä työskentelevään palveluhenkilöstöön. Tällä hetkellä yrityksellä on käytössään kymmenen asiointikanavaa. Asiointikanavia ovat puhelut, sähköposti, uutiskirjeet, WhatsApp, tekstiviestit, asiakkaiden tapaamiset, Teams, sosiaalinen media, nettisivujen robotti, sekä NextStaff-järjestelmä. NextStaff-järjestelmässä voidaan asioida erilaisten kanavien kautta asiointitarpeen mukaan. Näitä ovat muun muassa tiedoksi-välilehti, ilmoitustaulu, palvelupyynnöt, työtarjotin, saatavilla oloajat-kalenteri, sekä tilauskalenteri. Tämä tutkimus kohdennetaan keikkatyöntekijöiden yleiseen käyttäjäkokemukseen asiointikanavista.

Koen tutkimuksen aiheen kiinnostavana, koska mielestäni käyttäjäkokemuksen onnistumiseen vaikuttavat monenlaiset asiat sekä yrityksen, että käyttäjän kannalta. Käyttäjäkokemuksella tarkoitetaan jonkin tuotteen tai palvelun käyttämiseen liittyvää kokemusta. Käyttäjäkokemus on keskeisessä osassa ihmisen ja tietokoneen välisessä vuorovaikutuksessa. Jotta käyttäjäkokemusta voidaan kehittää, on suunnittelussa tärkeää osata asettua käyttäjän asemaan (Koivunen 2018). Käyttäjäkokemuksen tulisi olla nykypäivänä vaivaton, jotta käyttäjä sitoutuisi yrityksen tarjoamiin palveluihin jatkossakin. Palvelun tulisi tuottaa käyttäjälle mahdollisimman paljon lisäarvoa, ja sen tulisi olla yksinkertainen sekä toimiva. (Koivunen 2018.) Asiointikanavalla tarkoitetaan tapaa, jolla palvelun käyttäjä käyttää yrityksen palvelua. Yritys saattaa itse kokea asiointikanaviensa käyttäjäkokemuksen hyvin eri tavalla, kuin asiointikanavan käyttäjä sen kokee. Tästä syystä käyttäjäkokemuksen selvittäminen on yritykselle tärkeä ja ajankohtainen aihe tasaisin väliajoin.

1.2 Työn tavoitteet ja rajaukset

Työn tavoitteena on selvittää laaja ja ajankohtainen kokonaiskuva Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavien käyttäjäkokemuksesta. Asiointi Sarastia Rekry Oy:ssä tapahtuu keikkatyöntekijöiden, sekä yrityksessä työskentelevän palveluhenkilöstön välillä. Tutkimuksen tulosten perusteella työssä esitellään kehitysidea keikkatyöntekijöiden ja palveluhenkilöstön väliseen asiointiin.

Työ rajataan käsittelemään asiointikanavien käyttäjäkokemusta yrityksessä työskentelevien keikkatyöntekijöiden näkökulmasta. Toimeksiantaja haluaa, että tässä tutkimuksessa kartoitetaan keikkatyöntekijöiden näkökulma asiointikanavien toimivuuteen, koska ajankohtaista tietoa heidän näkökulmastaan ei tällä hetkellä ole, ja se on myös vaikeammin saatavilla. Yrityksen palveluhenkilöstön asiointikanavien käyttäjäkokemuksesta voisi tulevaisuudessa toteuttaa oman tutkimuksensa.

Tutkimus toteutetaan laadullisen sekä määrällisen tutkimuksen yhdistelmänä. Laadullisen tutkimus osion menetelmänä käytetään haastattelua, ja määrällisen tutkimus osion menetelmänä käytetään kyselyä. Työssä halutaan hyödyntää kahta eri aineistoa, jotta toimeksiantaja saisi tutkittavasta aiheesta mahdollisimman laajan kokonaiskuvan. Työ aloitetaan laadullisella tutkimuksella, haastatteleamalla neljää Sarastia Rekry Oy:n keikkatyöntekijää. Laadullisella tutkimuksella kartoitetaan kokonaiskuvaa sekä kehityskohteita asiointikanavien käyttäjäkokemuksista keikkatyöntekijöiden keskuudessa. Haastattelujen avulla halutaan kerätä lisää tietoa tutkittavasta aiheesta. Laadullisen tutkimus osion jälkeen määrällisen tutkimuksen osiossa osataan esittää kohderyhmälle oikeanlaisia kysymyksiä kyselyn muodossa. Kyselyn avulla tavoitetaan suurempi määrä vastaajia, jolloin opinnäytetyössä saavutetaan mahdollisimman laaja tietoperusta tutkittavasta aiheesta.

Työn teoreettisen viitekehysten keskeisiä käsitteitä ovat palvelumuotoilu liiketoiminnassa, sekä rekrytointi osana liiketoimintaa. Ensimmäisessä luvussa määritellään palvelumuotoilu, palvelumuotoilun merkitys liiketoiminnassa, palvelumuotoiluprosessi, sekä palvelukokemuksen merkitys liiketoiminnassa. Palvelumuotoilulla tarkoitetaan kokonaisvaltaista palvelujen suunnittelua, jonka tavoitteena on luoda helppokäyttöisiä ja merkityksellisiä palveluja, tuotteita, tiloja tai prosesseja. (Turunen 2018.) Toisessa luvussa määritellään rekrytointiprosessi, onnistuneen rekrytoinnin merkitys liiketoiminnassa, sekä hakijakokemuksen merkitys rekrytoinnissa. Rekrytoinnin tarkoituksena on etsiä yrityksen kulttuuriin sopivin henkilö, jonka edellytykset sopivat parhaiten työnkuvaan (Männistö 2017). Tietoperusta teoreettiseen viitekehykseen etsitään kirjallisuudesta, sekä verkosta.

2 Palvelumuotoilu liiketoiminnassa

2.1 Palvelumuotoilun määrittely

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan asiakaslähtöistä suunnittelua, jossa kehittäminen tapahtuu asiakkaan, liiketoiminnan, palvelutuotannon sekä teknologian näkökulmista. (Solita.) Palvelumuotoilua ei kuitenkaan ole tarkkaan määritelty, eikä sitä koeta rajattuna osaamisalueena. Palvelumuotoilu ajatellaan ajatustapana, prosessina, sekä työkaluvalikoimana, joka pohjautuu useisiin eri osaamisalueisiin. Palvelumuotoilun ajatusmallia voidaan käyttää eri osaamisalueilla palvelujen kehittämisessä. (Tuulaniemi 2011.) Palvelumuotoilu on asiakaslähtöistä ja osallistavaa työskentelyä, jonka lähtökohtana on asiakasymmärrys. Asiakkaiden tarpeita ja toiveita kuunnellaan koko prosessin ajan. Palvelumuotoilun ajattelutapa onkin, että vain asiakasta ymmärtämällä voidaan tuottaa onnistuneita palveluja. Jotta voidaan luoda menestyviä palveluja, on yrityksen haasteiden ja tavoitteiden, asiakkaiden käyttäytymisen ja tarpeiden ymmärtäminen tärkeää. Palvelumuotoilun vastakohtana voidaan ajatella palvelua, jonka toiminnot perustuvat oletuksiin. (Turunen 2018.) Onnistuneen palvelumuotoilun avulla voidaan välttää virheelliset oletukset asiakkaista, sekä heidän tarpeistaan ja toiveistaan. Palvelumuotoilulla saavutetaan syvällistä asiakasymmärrystä, jolloin palvelua kehitetään oikeanlaiseen tarpeeseen. Palvelumuotoilussa palvelua kehitetään alusta asti kuluttajalle, jolloin myös varmistetaan ostavat asiakkaat. (Arter Oy 2020.) Myös Sarastia Rekry Oy:n kaltaisessa yrityksessä on tärkeää kuunnella yrityksen asiakkaiden, sekä keikkatyöntekijöiden tarpeita, ja toimia asiakaslähtöisesti. Sarastia Rekry Oy:n asiakkaat ja keikkatyöntekijät toimivat laajalla alueella, jolloin myös liikkuvia osia toiminnassa on paljon. Ymmärtämällä asiakkaita sekä keikkatyöntekijöitä Sarastia Rekry Oy varmistaa mahdollisimman onnistuneen palvelukokemuksen heidän näkökulmastaan. Erilaisten asiakkaille- ja keikkatyöntekijöille kohdennettujen tyytyväisyys tutkimusten avulla Sarastia Rekry Oy osallistaa toimintansa kehittämiseen myös asiakkaita, sekä keikkatyöntekijöitä.

Palvelumuotoilu on suhteellisen uusi osaamisala, vaikka palveluja on suunniteltu niin kauan, kuin palveluja on ollut olemassa. Palvelumuotoilua käyttävät ihmiset, jotka haluavat kehittää palveluidensa systemaattista innovointia, haluavat tuottaa palveluillaan merkityksellisiä kokemuksia, sekä huolehtia ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta. (Tuulaniemi 2011.) Palvelumuotoilua on mahdollista hyödyntää palveluiden, asiakaskokemuksen, liiketoiminnan, käyttökokemuksen, sekä strategian kehittämisessä. Palvelumuotoiluun kuuluu asiakkaan ymmärtäminen, sekä yhteissuunnittelu. Jotta voidaan saavuttaa paras mahdollinen asiakaskokemus tai palvelu, täytyy suunnittelu tapahtua yhdessä asiakasta kuunnellen. (Solita.) Palvelumuotoiluun kuuluu olennaisesti ihmislähtöisyys sekä osallistaminen, ennakkoiva suunnittelu, kokonaisvaltaisuus, visualisointi ja konkretisointi, nopeat kokeilut sekä

monialaisuus. (Palvelumuotoilu Palo.) On tärkeää, että yritys osaa ajatella liiketoimintaa asiakkaan näkökulmasta. (Hellon.)

Palvelumuotoilussa palvelun asiakkaat ovat keskiössä. Palvelumuotoilussa palvelut muotoillaan käyttäjälähtöisesti, asiakasta kuunnellen, ja asiakkaan parhaaksi muotoilun menetelmien avulla. Asiakkaan sitouttaminen yritykselle on tärkeää, ja jotta se on mahdollista, on palvelua ajateltava asiakkaan näkökulmasta. Kun palvelu muotoillaan asiakaslähtöisesti, voidaan tarjota asiakkaille myös onnistunut palvelukokemus. Kun asiakas kokee palvelukokemuksen onnistuneena, hän sitoutuu yritykseen, ja suurella todennäköisyydellä suosittelee palvelua myös muille kuluttajille. (Mäkinen 2018.) Myös Sarastia Rekry Oy on onnistunut sitouttamaan suuren asiakas- sekä keikkatyöntekijä määrän yritykselleen. Keikkatyöntekijöitä Sarastia Rekry Oy:n kautta työskentelee noin 12000, ja asiakkaita yrityksellä on noin 2500. Sarastia Rekry Oy on toteuttanut tasaisin väliajoin tutkimuksia sekä selvityksiä erilaisista aiheista, jotta he voisivat tarjota onnistuneita palvelukokemuksia asiakkaille ja yrityksessä työskenteleville keikkatyöntekijöille. Kun kehitys on toteutettu kuunnellen asiakkaita sekä työntekijöitä, voidaan saavuttaa myös paras mahdollinen lopputulos kyseisiä kohde-ryhmiä ajatellen.

2.2 Palvelumuotoilun merkitys liiketoiminnassa

Viimeisien vuosien aikana palvelumuotoilusta on tullut keskeinen palvelukehittämisen lähestymistapa. Monet yritykset ovat onnistuneet löytämään tavan tarjota asiakkailleen onnistuneita asiakaskokemuksia juuri palvelumuotoilun avulla. Palvelumuotoilulla halutaan täyttää asiakkaiden tarpeet ja toiveet, mutta tuottaa myös paras mahdollinen tulos yritykselle. Palvelumuotoilulla on mahdollisuus luoda yritykselle taloudellista lisäarvoa, sekä kilpailuetua muihin yrityksiin verrattuna. (Koivisto ym. 2019.)

Palveluissa asiakkaan kokemus on hyvin keskeisessä roolissa. (Tuulaniemi 2011.) Palvelujen rooli kasvaa maailmantaloudessa koko ajan, jolloin kasvaa myös kysyntä palvelumuotoilusta. Yritykset käyttävät strategisena kilpailukeinona asiakaslähtöisyyttä, sekä asiakaskokemusta. (Koivisto ym. 2019.) Useat asiakkaat valitsevat palvelua tarjoavan yrityksen asiakaskokemuksen, sekä asiakaslähtöisyyden perusteella. Jos asiakas kokee yrityksen tarjoaman asiakaskokemuksen puutteellisena, he valitsevat vastaisuudessa toisen yrityksen. Tarjonta palveluja tarjoavista yrityksistä on nykypäivänä suuri, joten asiakkaat voivat valita juuri heille sopivan palveluntarjoajan. Asiakkaat ovat koko ajan enemmän tietoisia yritysten palvelun laadusta ja siitä, minkälaista asiakaskokemusta he toivovat yrityksen tarjoavan. Tämän takia myös palvelumuotoilun kysyntä yritysten kesken kasvaa vuosi vuodelta. Parhaiten menestyvät ne yritykset, jotka ymmärtävät asiakkaidensa tarpeita, ja osaa- vat tuottaa mieleisiä asiakaskokemuksia asiakkailleen (Koivisto ym. 2019). Sarastia Rekry

Oy:llä työskentelee suuri määrä keikkatyöntekijöitä, ja myös yrityksen asiakasmäärä on suuri. Tämän takia Sarastia Rekry Oy:n on tullut ottaa huomioon asiakaslähtöisyys toiminnassaan asiakkaitaan sekä keikkatyöntekijöitään kuunnelleen, jotta yritys on pystynyt saavuttamaan asemansa muiden samankaltaisten yritysten joukossa.

Palvelumuotoilussa yhdistyvät asiakkaan- sekä liiketoiminnan näkökulmat. (Tuulaniemi 2011.) Hyvin tehdyllä palvelumuotoilulla on paljon pitkäkestoisia ja positiivisia vaikutuksia myös yrityksen liiketoimintaan. Oikein hyödynnetty palvelumuotoilu voi parantaa asiakaskokemusta, sekä uusien tuotteiden ja palveluiden onnistumista myös tulevaisuudessa. Vaikka yrityksen tarjoama palvelu olisi ollut asiakkaille tällä hetkellä toimiva, se ei välttämättä ole sitä aina. Palvelumuotoilun avulla voidaan huomata tapahtuvat muutokset, jolloin yritys pysyy ajan hermolla myös asiakkaiden näkökulmasta. Palvelumuotoilu auttaa myös luomaan uskollisen asiakassuhteen yrityksen ja asiakkaan välille, koska palvelumuotoilun avulla yritys ymmärtää syvällisesti asiakkaan tarpeita. (Hellon.) Toteuttamalla säännöllisesti tutkimuksia asiakas- ja työntekijä tyytyväisyyteen liittyen, Sarastia Rekry Oy asettuu asiakkaiden ja työntekijöiden asemaan kehittäessään toimintaansa. Kyselyjen avulla asiakkaat ja keikkatyöntekijät pääsevät myös vaikuttamaan Sarastia Rekry Oy:n toimintaan, jolloin myös heidän tyytyväisyytensä paranee.

Nykypäivänä palvelujen tulee tuottaa asiakkaille hyötyä ja arvoa, jolloin asiakkaat ovat valmiita maksamaan sen kuluttamisesta. Asiakkaat odottavat yrityksiltä palveluratkaisuja, jotka osaavat ennakoida heidän tarpeitansa jo silloin, kun he eivät vielä itsekään tiedosta niitä. Nykypäivänä palvelun kuluttamisen kokemus on tärkeämmässä roolissa, kuin palvelun hyöty tai tekninen lopputulos. (Koivisto ym. 2019.)

2.3 Palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoiluprosessissa nousee esiin neljä vaihetta. Näihin vaiheisiin kuuluvat määrittely, tutkiminen, ideoiminen sekä toteuttaminen. (Palvelumuotoilu Palo 2018.)

Kun lähdetään ratkaisemaan ongelmaa palvelumuotoilun avulla, on tärkeää määritellä ensin ongelman nykyinen tila. Asiakkailla on tietoisia tarpeita ja toiveita, mutta tarpeet voivat olla myös tiedostamattomia. Näitä asiakkaat eivät välttämättä osaa sanoittaa, tai tunnistaa. Kun halutaan ymmärtää asiakasta, voidaan menetelmänä käyttää esimerkiksi havainnointia, kyselyjä, tai haastatteluja. (Soste.) Tietoa keräämällä saavutetaan kokonaisvaltainen kuva palvelun nykytilasta. Kun nykytilanne on kartoitettu, voidaan huomioida asiat, joita halutaan tutkia enemmän. Tietoa kerätessä otetaan huomioon myös kilpailijat, sekä ajankohittaiset trendit. Tiedon keruun avulla on tarkoitus löytää tärkeimmät näkökulmat, sekä luoda tieto sellaiseen muotoon, että sitä voidaan käyttää palvelun kehittämisessä. Tutkinta

vaiheessa syvennetään ymmärrystä palvelun kohderyhmän tarpeista. Tarkoituksena on saada kokonaisvaltainen ymmärrys asiakkaasta, ja löytää myös heidän tiedostamattomat tarpeensa. Kun kerätään tietoa ja syvennetään asiakasymmärrystä, voidaan rakentaa perusta myös suunnittelulle. Palvelumuotoiluprosessin ideointi vaiheessa kehitetään useita erilaisia ratkaisuja yrityksen tavoitteiden, sekä asiakkaiden tarpeiden mukaan. (Palvelumuotoilu Palo 2018.) Palvelumuotoilussa tyypillistä on uusien ideoiden kokeileminen nopealla aikataululla, jolloin ratkaisuja lähdetään kokeilemaan, vaikka ideat eivät olisikaan täysin valmiita. Palvelumuotoilussa on tärkeää, että ideat kokeillaan mahdollisimman nopeasti, jolloin ideoita voidaan muokata ja kehittää kokeilujen avulla. Palvelumuotoilun menetelmiä käyttäessä ei ole tarkoitus saada valmista tulosta kerralla, vaan kehittäminen tapahtuu jaksottain. (Soste.) Testaus vaiheessa toteutetaan ratkaisut, jotka koetaan parhaimpana vaihtoehtona. (Palvelumuotoilu Palo 2018.)

Palvelumuotoiluprosessissa on mahdollista käyttää lukuisia erilaisia menetelmiä. Näitä menetelmiä ei ole määritelty tiettyjen rajojen sisäpuolelle, jolloin on myös tärkeää osata soveltaa erilaisia menetelmiä tilanteen vaatimalla tavalla. Mikäli tilanteeseen sopivaa menetelmää ei löydy, voidaan yhdistellä erilaisia menetelmiä, jotta saavutetaan paras mahdollinen lopputulos. On myös mahdollista kehittää uusi menetelmä, mikäli kyseinen tilanne sitä tarvitsee. Palvelumuotoilun menetelmät perustuvat muun muassa muotoiluun, vuorovaikutussuunnitteluun, liiketoiminnan kehittämiseen ja sosiaalitieteisiin. (Innanen 2018.) Tässä työssä tiedon keräämisessä käytetään kahta eri menetelmää, jotka ovat haastattelu ja kysely. Haastattelun avulla kerätään lisää tietoa tutkittavasta aiheesta. Kun aiheesta on onnistuttu saavuttamaan lisää tietoa, luodaan kysely joka tavoittaa laajemman vastaaja joukon. Näin tutkittavasta aiheesta saavutetaan syvällisempi tietoperusta.

Kun valitaan palvelumuotoilun menetelmää, lähestytään asiaa palvelumuotoiluprosessin kautta. Jotta voidaan saavuttaa hyvä menetelmä, sen täytyy ymmärtää käyttäjien arkea, sekä palveluun liittyviä haasteita. (Innanen 2018.) Palvelumuotoiluajattelulla ajatellaan ensisijaisesti ihmisiä. Tarkastellaan heidän tarpeitaan, haaveitaan, toiveitaan sekä osaamistaan. Palvelumuotoiluajattelun keskiössä ovat asiakaskunnan ja palveluiden tuottajien ymmärtäminen. Mikäli ymmärrystä näihin asioihin ei ole, on mahdotonta parantaa palvelukokemuksia. On myös tärkeää, että asiakkaat osallistuvat palveluiden muotoiluun. Kahden eri näkökulman kohdatessa syntyy kolmas näkökulma, kun vanhat näkökulmat kyseenalaistuvat. Näissä tilanteissa voidaan haastaa omia oletuksia, oppia vastavuoroisesti, sekä luoda yhdessä uusia ajatuksia. Näin kaikki ajatukset, näkemykset sekä kokemukset ovat yhtä arvokkaita. (Mäkinen 2018.) Yhtenä palvelumuotoilun menetelmänä voidaan käyttää esimerkiksi palvelupolkua. Asiakkaan palvelupolku alkaa jo ennen ensikontaktia yrityksen kanssa, ja jatkuu vielä palvelutilanteen loppumisen jälkeen (Arter Oy 2020). Palvelupolussa

kuvataan miten asiakkaat kulkevat, sekä kokevat palvelun aika-akselilla. Palvelupolut ovat visuaalisia kuvauksia, joissa havainnollistetaan, miten asiakkaat päätyvät palveluiden luo, mitä asiakkaat sekä palvelun tuottajat tekevät palvelun aikana, sekä miten he toimivat sen jälkeen, kun palvelua on hyödynnetty. Näissä kuvataan, mitä kokemuksia asiakkaille ja palvelua tuottavalle taholle syntyy, ja miten ne kohtaavat palveluprosessin edetessä. (Mäkinen 2018.) Kun asiakkaan kokema polku on kuvattu vaiheittain, se voidaan analysoida, ja palvelukokonaisuuden suunnittelu voidaan aloittaa. Palvelupolussa kuvataan koko palvelukokonaisuus. (Tuulaniemi 2011.)

On myös tärkeää tiedostaa, että ihmisiä osallistaessa nousee esiin erilaisia näkemyksiä. Tällaisessa tilanteessa on tärkeää, että myös hiljaisimmat äänet saavat näkökulmansa kuuluviin. Usein tällaisissa tilanteissa esiin nousevat ne, jotka tuovat äänensä esille voimakkaimmin. Tällaisessa tilanteessa on tärkeää varmistaa, että kaikki osapuolet saavat äänensä kuuluviin, ja kokemus on kaikille tasapuolinen. Hiljaiset ihmiset saattavat muodostaa enemmistön, jolloin heidän näkökulmansa kuuleminen voi viedä palvelua onnistuneempaan suuntaan. (Mäkinen 2018.) Tässä työssä kyselyn avulla tavoitetaan sellaisiakin vastaajia, joiden ääntä voisi olla vaikeampi saada kuuluviin. Kysely toteutetaan anonymisti, jolloin kynnys kyselyn vastaamiseen rehellisesti on pienempi.

2.4 Palvelukokemuksen merkitys yritykselle

Palvelumuotoiluajattelun keskiössä ovat palvelukokemukset. Palvelukokemuksella tarkoitetaan palvelun käyttäjän, sekä palvelun tuottajan välistä vuorovaikutusta. Tästä syntyy aina molemmille osapuolille oma kokemuksensa. Kun ihmiset käyttävät palvelua, heille syntyy tilanteesta aina jonkinlainen kokemus. Kokemus saattaa olla hyvä, huono, tai esimerkiksi merkityksetön. Palvelukokemukset ovat aina yksilöllisiä kokemuksia. (Mäkinen 2018.) Palvelukokemukseen liittyy vahvasti kuluttajan kokemat tunteet palvelusta, ja myös alitajuntaisesti tehdyt tulkinnat. (Löytänä & Korteso 2011.) Nykypäivänä kuluttajat kiinnittävät huomiota palvelukokemukseensa, ja he usein tietävät, mitä he odottavat palvelukokemukseltaan. Hyvässä palvelukokemuksessa ei ole kyse pelkästään asiakaslähtöisyydestä, vaan siitä, minkälaiset muistot sekä tunteet kokemus jättää asiakkaaseen (Arter Oy 2020).

Asiakkaan kokemus palveluista voidaan jakaa kolmeen eri tasoon. Palvelun tasot ovat toiminta, tunteet sekä merkitys. Toiminnan tasolla tarkoitetaan, miten palvelu vastaa asiakkaan tarpeisiin, kuinka sujuvasti prosessi etenee, sekä kuinka hyvin palvelu on hahmotettavissa ja saavutettavissa. Toiminnan tasolla tarkoitetaan myös palvelun tehokkuutta, monipuolisuutta ja käytettävyyttä. Tunnetasolla tarkoitetaan asiakkaalle syntyviä tuntemuksia, sekä mitä henkilökohtaisia kokemuksia asiakkaalle syntyy. Tunnetasolla nousee esiin kuinka miellyttävä, helppo tai kiinnostava kokemus on. Merkitystasolla tarkoitetaan

asiakkaan mielikuviin- tai merkitysulottuvuuksiin liittyviä kokemuksia. Näillä tarkoitetaan esimerkiksi suhdetta asiakkaan elämäntapaan, tai omaan identiteettiin. (Tuulaniemi 2011.) Tässä työssä kartoitetaan haastattelun sekä kyselyn avulla Sarastia Rekry Oy:n toiminnan tasoa asiointikanavien käyttökokemuksissa. Työssä kartoitetaan asiointikanavien toimivuutta, käytettävyyttä sekä saavutettavuutta.

Asiakslähtöisyys, sekä asiakaskokemuksen merkitys ovat lisääntyneet huomattavasti viime vuosien aikana. Tämä on vaikuttanut myös palvelumuotoilun kysynnän kasvuun. Yritykset tuottavat nykypäivänä hyvin paljon samankaltaisia tuotteita ja palveluja, joten yritysten on täytynyt hankkia muita keinoja, joilla he voivat erottua eri yritysten välisessä kilpailussa. Asiakkailla on varaa valita tuotteensa, sekä palvelunsa eri yritysten väliltä. Tällaisessa tilanteessa yritysten on tunnettava asiakkaidensa tarpeet, jotta he pystyvät tarjoamaan asiakkailleen parhaimman mahdollisen asiakaskokemuksen. Asiakkaan tarpeet tulisi asettaa etusijalle, kehittämisen tulisi tapahtua asiakslähtöisesti ja asiakkaiden odotukset tulisi ylittää, jotta yritys erottuu joukosta. (Koivisto ym. 2019.) Keikkatyöntekijöiden määrä työmarkkinoilla on lisääntynyt, jolloin myös erilaiset keikkatyöntekijöitä välittävät yritykset ovat lisääntyneet. Keikkatyöntekijöillä on varaa valita markkinoilta yritys, jonka kautta haluavat työskennellä. Rekrytointiyritysten, kuten Sarastia Rekry Oy:n tulee erottua joukosta positiivisella tavalla, jotta he saavat sitoutettua keikkatyöntekijöitä käyttämään rekrytointipalvelujaan.

Nykypäivänä asiakkaat odottavat palveluilta helppokäyttöisyyttä- ja ymmärrettävyyttä. Palvelun tulisi olla myös mahdollisimman helposti saatavilla asiakkaalle. Palvelukokemuksen yrityksen erilaisten kanavien välillä tulisi olla myös helppoa ja sujuvaa. Asiakkaat odottavat, että palvelun tarjoajat suunnittelevat palvelukokemuksen yksilöllisesti heitä varten. Asiakkaat arvostavat myös sitä, että yritys arvostaa heidän asiakassuhdettaansa, ja näyttää sen heille. Asiakas voi valita yritysten väliltä juuri sen palvelun tarjoajan, joka tarjoaa juuri hänelle parhaimman palvelukokemuksen. Jos yritys ei onnistu tarjoamaan asiakkaalle onnistunutta palvelukokemusta, on asiakkaan sitouttaminen yritykselle hyvin hankalaa. Huonon palvelukokemuksen myötä asiakas vaihtaa palvelun tarjoajaa, ja yritys saattaa menettää potentiaalisen asiakkaan. Tässä tapauksessa asiakas harvoin myöskään suosittelee palvelua muille kuluttajille. (Koivisto ym. 2019.) Sarastia Rekry Oy on paljon yhteydessä asiakkaisiin sekä keikkatyöntekijöihin erilaisten asiointikanavien kautta, joten yrityksen tarjoama palvelukokemus on tärkeässä roolissa yrityksen päivittäisessä toiminnassa. Sarastia Rekry Oy tarjoaa keikkatyöntekijöille ja asiakkaille erilaisia kanavia asiointiin. Yritys haluaa pysyä ajan tasalla siitä, mikä koetaan toimivaksi asiakkaiden ja keikkatyöntekijöiden keskuudessa, ja minkälaisena he kokevat Sarastia Rekry Oy:n tarjoaman palvelukokemuksen. Jokaisen

yrityksen toiminnan kannalta on tärkeää ottaa huomioon se, suosittelivatko asiakkaat yritystä muille kuluttajille, ja minkälaisena he kokevat yrityksen tarjoaman palvelukokemuksen.

3 Rekrytointi osana liiketoimintaa

3.1 Rekrytointiprosessi

Rekrytoinnissa yrityksen tarkoituksena on hakea avoimelle työpaikalle tai työtehtävälle uutta työntekijää. Osaavat työntekijät ovat perusta yritykselle, jonka takia onnistunut rekrytointi on yritykselle tärkeää. Onnistuneessa rekrytoinnissa yritys löytää parhaat mahdolliset työntekijät juuri heidän tarpeisiinsa, ja oikeat ihmiset päätyvät juuri heille sopiviin työtehtäviin. Rekrytointi on kuitenkin monimutkainen kokonaisuus, jossa yrityksen tulee huomioida monta eri näkökulmaa. Rekrytointi on yritykselle suuri investointi, mutta onnistuneella rekrytoinnilla sijoitetaan tulevaisuuteen. (Hutchings.) Oikeanlaisten työntekijöiden löytäminen on yrityksen yksi tärkeimmistä, mutta myös haastavimmista tehtävistä. Rekrytoinnissa nousee esiin esimerkiksi erilaisia lainsäädäntöjä, jotka yrityksen tulee ottaa huomioon. (Jarmas 2017.) Sarastia Rekry Oy välittää keikkatyöntekijöitä erilaisiin työyksiköihin, jolloin on tärkeää, että kaikki osapuolet ovat tyytyväisiä rekrytoinnin kulkuun. Rekrytointiprosessin eri tahoja ovat tässä tapauksessa Sarastia Rekry Oy, työyksiköt, sekä keikkatyöntekijät.

Rekrytointi koostuu useammasta eri vaiheesta, ennen kuin yritys löytää työtehtävälle uuden työntekijän. Rekrytointiin kuuluu suunnittelu-, aloitus-, toteutus-, päätöksenteko- ja seurantavaiheet, jolloin voidaan puhua rekrytointiprosessista. (Joki 2018.) Rekrytointiprosessi ensimmäinen vaihe on yrityksen tarpeen tunnistaminen. Prosessin alussa yrityksen on tärkeää selvittää, minkälaista henkilöä ja osaamista yritys sekä kyseinen työtehtävä tarvitsee. Jos yritys ei kartoita työtehtävään vaadittavaa osaamista, voi rekrytoinnin lopputulos olla yrityksen kannalta epäonnistunut. Kun yritys kartoittaa huolellisesti, minkälaista työntekijää ja osaamista juuri tämä työtehtävä tarvitsee, koko rekrytointiprosessi sujuu helpommin. (Hutchings.) Yrityksessä saatetaan ajatella, että työtehtävä tarvitsee samanlaisen työntekijän, kuin työtehtävässä aiemminkin oli. Rekrytointiprosessissa kannattaa tarkastella myös olemassa olevaa henkilöstöä, ja pohtia voisiko uusi työntekijä löytyä yrityksen sisältä. (Joki 2018.) Kun yritys on tunnistanut tarpeensa, on mahdollista tunnistaa myös uudenlaisia tarpeita sekä osaamista kyseiseen työtehtävään. Silloin yritys voi saavuttaa jopa paremman tuloksen kuin aikaisemmin. (Kaijala 2016.)

Kun yritys on määritellyt tarpeensa uudelle työtehtävälle, yritys laatii työpaikkailmoituksen, ja haastattelee potentiaaliset hakijat. Tämän jälkeen yritys päättää, kenelle hakijoista yritys haluaa tehdä työtarjouksen. (Experis 2020.) Työpaikkailmoituksessa yrityksen on mahdollista markkinoida yritystä ja työpaikkaa työnhakijoille, mutta työpaikkailmoituksen tulisi olla työnhakijoille mahdollisimman selkeä, rehellinen ja informatiivinen. Myös työhakemuksen jättäminen tulisi olla työnhakijalle mahdollisimman helppo ja vaivaton.

Haastattelutilanteessa työnhakijan tulisi tuntee itsensä tervetulleeksi ja arvostetuksi. Yrityksen kannattaa tuoda tilanteessa esille kuitenkin myös omaa kulttuuriaan, jolloin haastattelussa voidaan kartoittaa, sopivatko yrityksen ja työnhakijan arvot ja kulttuuri toisiinsa. (Startup Center 2021.) Kun yritys on tarjonnut työtehtävää valitsemalleen hakijalle, yritys tekee hakijan kanssa työsopimuksen. Kun yritys hoitaa työsopimuksen tekemisen uuden työntekijän kanssa viipymättä, yritys viestittää valitulle henkilölle, että työntekijä todella halutaan palkata kyseiseen työtehtävään. (Villa 2017.) Onnistuneessa rekrytoinnissa pidetään kaikki hakijat ajan tasalla rekrytointiprosessista. On tärkeää, että päätöksen jälkeen yritys informoi päätöksestä kaikkia työtehtävää hakeneita henkilöitä. Näin yritys vahvistaa positiivista työnantajamielikuvaansa hakijoiden keskuudessa. (Villa 2017.)

3.2 Onnistuneen rekrytoinnin merkitys

Onnistunut rekrytointi on merkittävä tekijä yrityksen menestymisen kannalta. Rekrytoinnin vaikutukset ovat usein nähtävissä vasta pitkän ajan kuluttua, mutta onnistuneen rekrytoinnin avulla yritys säilyttää kilpailukykynsä myös tulevaisuudessa. On tärkeää, että rekrytointi suoritetaan huolellisesti, jotta mahdollisilta epäonnistumisilta voidaan rekrytoinnissa välttyä. Yrityksen tapa toteuttaa rekrytointi vaikuttaa myös yrityksen työnantajamielikuvaan. (Joki 2018.) Työn mielekkyys ja osaamisen kehittäminen ovat nousseet esiin entistä enemmän nykypäivän työelämässä. Työntekijät ovat tietoisia siitä, minkälaista uraa he haluavat tulevaisuudessaan tehdä. Rekrytointi onkin molempien osapuolten välinen myyntitilanne, jossa käsitellään molempien toiveita, tavoitteita ja odotuksia. Tällöin myös yrityksen tulisi osata esittää, mitä osaamista he yritykseensä haluavat. Avoimella keskustelulla yrityksen ja työnhakijan välillä voidaan saavuttaa onnistunut rekrytointi, jossa on mahdollisuus parhaaseen lopputulokseen molempien osapuolten kannalta. (Asikainen 2017.)

Hyvät asiakaskokemukset syntyvät hyvien työntekijäkokemusten kautta. Työntekijäkokemuksilla on suora yhteys yrityksen tulokseen, sekä maineeseen. (Intro 2019.) Onnistunut työnantajamielikuva auttaa yritystä myös rekrytointitilanteessa. Kun yritys onnistuu luomaan hakijoille onnistuneen hakija- ja työntekijäkokemuksen, vaikuttaa se positiivisesti myös yrityksen työnantajamielikuvaan. Yrityksen tarjoama laadukas perehdytys vaikuttaa myös hakijakokemukseen, jonka kautta myös positiiviseen työnantajamielikuvaan. Työnantajamielikuvalla tarkoitetaan työntekijän tai hakijan mielikuvaa kyseisestä yrityksestä. Työnantajamielikuva jakautuu ulkoiseen- ja sisäiseen työnantajamielikuvaan. Ulkoinen mielikuva koostuu sellaisten ihmisten mielikuvasta, jotka eivät työskentele yrityksessä. Tähän mielikuvaan vaikuttaa myös se, miten rekrytointiprosessi näkyy ulospäin. Sisäisellä työnantajamielikuvalla tarkoitetaan yrityksessä työskentelevien henkilöiden mielikuvaa yrityksestä. (Intro 2021.) Sarastia Rekry Oy toimii valtakunnallisesti, joten myös yrityksen työnantajamielikuva

tavoittaa suuren joukon mahdollisia työntekijöitä, sekä asiakkaita. Onnistuneella työnantajamielikuvalla Sarastia Rekry Oy:n on mahdollista erottua muiden samankaltaisten yritysten joukosta positiivisella tavalla, ja saada sitoutettua myös uusia asiakkaita sekä työntekijöitä.

3.3 Hakijakokemuksen merkitys rekrytinnissa

Hakijakokemusta voidaan verrata asiakaskokemukseen. Hakijakokemukseen vaikuttaa kaikki rekrytointiprosessin vaiheet. (Talentadore 2021.) Hakijakokemus muodostuu työnhakijan kokemuksista, miten häntä on rekrytointiprosessissa kohdeltu, sekä miten hänen kanssaan on kommunikoitu. (Hurme 2020.) Hakijakokemus alkaa jo siitä, kun työnhakija tiedostaa yrityksen olemassaolon, sekä yrityksen brändin tunnistamisesta. Tämän jälkeen työnhakija hakee työpaikkaa. Hakija saa mahdollisesti kutsun työhaastatteluun, jonka jälkeen hän saattaa saada työtarjouksen, jonka mahdollisesti hyväksyy. Hakijakokemukseen kuuluu monia eri osia, joita organisaatioitkaan eivät aina välttämättä tiedosta. Epäonnistunut hakijakokemus työnhakijan näkökulmasta vaikuttaa myös yrityksen maineeseen. Tämä voi mahdollisesti vaikuttaa myös siihen, että potentiaaliset hakijaehdokkaat eivät hakeudu yrityksen rekrytointiprosessiin tulevaisuudessa. (Westersund 2021.) Epäonnistunut hakijakokemus voi vaikuttaa myös siihen, miten kuluttaja haluaa tulevaisuudessa käyttää yrityksen tuotteita tai palveluja. (Clevry 2019.)

Hakijakokemus ei pääty uuden työsuhteen vastaanottamiseen, vaan siihen kuuluu olennaisena osana myös yrityksen perehdytys uuteen työtehtävään. Perehdyttämällä tarkoitetaan sitä, miten saadaan uusi työntekijä mahdollisimman nopeasti osaksi yritystä, työyhteisöä, sekä oppimaan uudet työtehtävänsä. Uuden työntekijän perehdyttämiseen tulee varata siihen kuuluva aika. Mikäli perehdytys on yrityksen puolelta asianmukainen, uusi työntekijä oppii työtehtävänsä mahdollisimman nopeasti, josta on myös apua koko työyhteisölle. Kun perehdytys uudelle työntekijälle on laadukasta, hän ei koe jäävänsä yksin uudessa työpaikassaan. On tärkeää, että uusi työntekijä saa keskittyä kuuntelemaan, oppimaan ja kyselemään uudesta työtehtävästään ilman kiirettä. (Joki 2018.) Onnistuneella perehdytyksellä varmistetaan myös rekrytinnin onnistuminen. Perehdytyksellä voidaan sitouttaa työntekijä yritykseen, saavuttaa onnistunut työsuhde, sekä mielekäs työskentely. Hyvä perehdytys liittyy myös työntekijän hakija- ja työntekijäkokemuksen muodostumiseen. (Intro 2019.) Positiivisen työnantajamielikuvan saavuttaminen on yritykselle suuri kilpailuetu rekrytinnissa. (Startup Center 2021.)

Rekrytointiprosessissa osapuolia on yleensä useampi, jolloin on tärkeää, että rekrytointi suunnitellaan huolellisesti. Rekrytointiprosessissa annetusta aikataulusta tulisi pitää kiinni, ja rekrytinnin osa-alueet tulisivat olla rekrytointiprosessia eteenpäin vieville henkilöille selvät. Mikäli rekrytointiprosessi venyy, on mahdollista, että yritys menettää potentiaalisen

työntekijän kyseiseen työtehtävään. (Koivusaari & Techam.) Rekrytointiprosessissa on tärkeää, että yritys tarjoaa työnhakijoille hyvän hakijakokemuksen. Jo rekrytointitilanteessa yrityksellä on mahdollista markkinoida omaa yritystään, jotta hyvä työnantajamielikuva välittyisi työnhakijoille jo tässä vaiheessa. Työnhakijat kertovat rekrytointiprosessin kokemuk-
sista myös muille mahdollisille hakijoille, joten hyvän hakijakokemuksen takaaminen työn-
hakijalle vaikuttaa yrityksen rekrytointiprosessiin myös tulevaisuudessa. (Villa 2019.) Myös
keikkatyöntekijöitä välittävän yrityksen tulee ottaa huomioon työntekijöiden hakijakokemus.
Sarastia Rekry Oy:n kautta työntekijät eivät hae tiettyä työtehtävää, vaan työskentelevät
mahdollisesti useassa eri työyksikössä. On kuitenkin tärkeää, että hakijakokemus on onnis-
tunut rekrytointia suorittavan yrityksen puolesta, ja työntekijä perehdytetään parhaalla mah-
dollisella tavalla työskentelemään yhteistyössä niin rekrytointiyrityksen, kuin työyksikön
kanssa. Sarastia Rekry Oy toimii keikkatyöntekijöiden työnantajana, joten rekrytointiproses-
sissa työntekijälle tulisi selvittää selkeästi kaikki yrityksen toimintatavat. Onnistunut hakija-
kokemus vahvistaa myös Sarastia Rekry Oy:n ulkoista- ja sisäistä työnantajamielikuvaa po-
siitiivisella tavalla.

4 Työn toteutus

4.1 Laadullinen tutkimus

Tämä työ toteutetaan laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistelmänä. Työssä kerätään tietoa Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavien käyttäjäkokemuksesta kahden eri aineiston avulla. Laadullisen tutkimus osion menetelmänä käytetään haastattelua, ja määrällisen tutkimus osion menetelmänä kyselyä. Työssä tutkitaan aihetta kahden eri aineiston avulla, koska tutkittavasta aiheesta halutaan saavuttaa mahdollisimman laaja kokonaiskuva. Työ aloitetaan laadullisella tutkimuksella, jolloin haastattelujen avulla saavutetaan lisää ymmärrystä tutkittavasta aiheesta. Tämän jälkeen määrällisen tutkimus osion kyselyssä osataan esittää kohderyhmälle oikeanlaisia kysymyksiä. Tämän avulla saavutetaan laajempi kokonaiskuva asiointikanavien käyttäjäkokemuksista. Kyselyn avulla tavoitetaan suurempi määrä vastaajia, jonka takia opinnäytetyössä halutaan käyttää aineiston keräämiseksi menetelmänä haastattelun lisäksi myös kyselyä. Työ on tutkimuksellisen ja toiminnallisen työn yhdistelmä. Haastattelussa ja kyselyssä esiin nousseiden vastausten perusteella esitellään kehitysidea keikkatyöntekijöiden ja palveluhenkilöstön väliseen asiointiin.

Työn tutkimusta voidaan pitää luotettavana, koska tutkimustulokset tulevat suoraan Sarastia Rekry Oy:n omilta keikkatyöntekijöiltä. Keikkatyöntekijät vastaavat haastattelussa sekä kyselyssä omien tunteiden, kokemusten ja mielipiteiden pohjalta. Työn luotettavuutta lisää se, että työ aloitetaan hyödyntämällä laadullista tutkimusta, jolloin saavutetaan lisää ymmärrystä tutkittavasta aiheesta. Jos työssä käytettäisiin vain määrällistä tutkimusta, kyselyn kysymykset saattaisivat jäädä liian yleiselle tasolle. Silloin myös työn luotettavuus voisi kärsiä, koska kyselyn kysymykset eivät välttämättä koskisi oikeanlaisia asioita.

Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää tutkimuksessa käsiteltävää aihetta sellaisten henkilöiden näkökulmasta, johon kyseinen tutkimus on kohdennettu. Tavoitteena on selvittää tutkimuksen kohteena olevien henkilöiden omia kokemuksia, ajatuksia, sekä tunteita. Laadullisen tutkimuksen ominaisuuksiin kuuluu keskeisesti ihmisten kokemusten sekä näkemysten tarkastelu. Laadullisen tutkimuksen keskiössä ovat tutkimuksen kohteena oleva ihminen, sekä tutkimuksen tekijä. (Puusa & Juuti 2020.)

Laadullisessa tutkimuksessa tieto kerätään tyypillisesti ihmisiltä. Laadullisessa tutkimuksessa tarkoituksena on tuoda esiin tutkimukseen osallistuvien ihmisten näkökulma, jolloin myös menetelmien tulisi olla sellaisia, joissa tutkittavien ääni sekä näkökulma pääsisivät hyvin esille. Laadullisen tutkimuksen aineistoa kerätään yleensä erilaisten haastattelu- ja havainnointimenetelmien avulla. Erilaisia menetelmiä voidaan yhdistää, tai niitä voidaan käyttää yksin tai erikseen. (Puusa & Juuti 2020.) Tässä työssä laadullisen tutkimuksen

tiedonkeruu menetelmänä käytetään haastattelua. Haastattelujen avulla voidaan muodostaa selkeä kokonaiskuva Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavien käyttäjäkokemuksesta, koska tutkimustulokset tulevat suoraan Sarastia Rekry Oy:n omilta työntekijöiltä. Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteisiin kuuluu, että tutkimuskohdetta lähestytään luonnollisissa olosuhteissa. Laadullisella lähestymistavalla voidaan saavuttaa todellista, sekä yksilöllistä tietoa. Laadullisessa tutkimuksessa on myös tärkeää ymmärtää kokonaiskuva tutkittavasta asiasta. Laadullisessa tutkimuksessa käytetäänkin usein useampia lähestymistapoja, sekä suuntauksia. Kun tutkimuksessa käytetään erilaisia lähestymistapoja, voi tutkimuksella olla myös monia tavoitteita sen mukaan, mitä tutkimusotetta käytetään (Puusa & Juuti 2020).

Laadullista tutkimusta pidetään tärkeänä useammastakin syystä. Tutkimuskohteet, joissa laadullista tutkimusta käytetään, saattavat olla näkymättömiä, abstrakteja, tulkinnallisia, tai aikaan ja paikkaan sidottuja ilmiöitä. Laadullisessa tutkimuksessa myös moniäänisyys, sekä vähemmistö nousevat paremmin esiin. Koska laadulliset tutkimukset ovat lisääntyneet, tutkimuksissa on löydetty monia uusia tapoja tarkastella erilaisia kokemuksia sekä ilmiöitä. Tämä on lisännyt myös ymmärrystä monia ilmiöitä kohtaan. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että tutkija ymmärtää tutkimuksen kohdetta, ja omistautuu aiheelle. Kun tutkija pääsee tarpeeksi lähelle tutkittavaa kohdetta, hän voi saavuttaa ymmärryksen tutkittavan tarkoituksista, ideoista, huolista, haluista, käytännöistä ja rajoituksista. Vaikka tutkijan tulisi päästä lähelle tutkittavaa, olisi tärkeää osata pitää tutkittavaan myös pieni etäisyys. Etäisyyden kautta tutkija näkee kohteen selkeästi, jolloin hänen on mahdollista saavuttaa myös uudenlaista ymmärrystä kohteesta. Laadullisia tutkimuksia onkin olemassa hyvin monenlaisia. (Puusa & Juuti 2020.)

4.2 Haastattelu menetelmänä

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston keruumenetelmänä käytetään usein erilaisia haastatteluja. Haastattelut voidaan toteuttaa useammalla eri tavalla, ja siihen voidaan myös ruveta erilaisista lähtökohdista. (Puusa & Juuti 2020.) Tässä työssä haastatteluissa kartoitetaan mahdollisia kehityskohteita Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavien käyttäjäkokemuksessa. Haastattelu tehdään neljälle Sarastia Rekry Oy:n keikkatyöntekijälle. Haastattelujen avulla halutaan lisätä tietämystä tutkittavasta aiheesta, jolloin kyselyssä osataan esittää oikeanlaisia kysymyksiä laajemmalla vastaajamäärällä. Haastattelut toteutetaan puhelimitse, sekä yksilöhaastatteluina. Jokaiselta haastateltavalta kysytään samat kysymykset, mutta haastattelu tilanne on vapaamuotoinen ja keskusteleva. Haastattelutilanteessa on tärkeää, että haastattelijalla pystyy luomaan tilanteesta luottettavan tuntuisen. Kun haastattelun ilmapiiri on luottamuksellinen, on haastateltavan osallistuminen haastatteluun motivoituneempi. On tärkeää, että haastattelijalla ja haastateltavalla ovat tilanteessa samalla

aaltopituudella (Puusa & Juuti 2020). Tässä työssä käytetään menetelmänä avointa haastattelua. Avoinella haastattelulla tarkoitetaan haastattelutilannetta, jossa haastattelutilanne on keskustelevalta, ja haastattelun aihepiiri on mietitty etukäteen (Puusa & Juuti 2020). Haastattelussa pyritään siihen, että tilanne olisi haastateltaville mukava keskustelutilanne, jossa he voisivat avoimesti, ja omin sanoin vastata kysymyksiin. Haastattelussa kysytään kymmenen kysymystä. Haastattelussa kysytään, mitä asiointikanavia vastaajat käyttävät erilaisten asioiden hoitamisessa. Haastattelussa halutaan kartoittaa, mitä asiointikanavia haastateltavat käyttävät ensisijaisesti ja miksi. Haastattelussa halutaan tietää, miten Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavat toimivat, ja mitkä ovat asiointikanavien haasteet ja hyödyt. Haastateltavilta kysytään myös, minkälaisessa asiointissa työntekijät haluavat käyttää ensisijaisesti puhelinsoittoa. Haastateltavilta kysytään, minkä asiointikanan kautta heidän mielestään on sujuvinta olla yhteydessä Sarastia Rekry Oy:n kanssa ja miksi. Kartoitetaan myös, kuinka paljon haastateltava käyttää asiointikanavia, sekä minkälaiseen asiointiin asiointikanavia käytetään. Haastattelussa halutaan tietää, kaipaisivatko haastateltavat asiointiin jotakin uutta asiointikanavaa, jota Sarastia Rekry Oy ei vielä tarjoa.

Myös palvelumuotoilussa haastattelu on menetelmänä yksi käytetyimmistä. Yksilöhaastattelujen avulla on mahdollista saada lisää asiakasymmärrystä tutkittavasta asiasta. (Palvelumuotoilu Palo 2021.) Haastattelun avulla voidaan kerätä asiakasymmärrystä kehitettävästä tuotteesta tai palvelusta. Haastattelu antaa myös mahdollisuuden kuulla haastateltavien arvoja, käyttäytymistä sekä arkea, ja myös tiedon siitä, miten ihmiset toimivat, ja miksi (Palvelumuotoilu Palo 2021). Haastattelu koetaan myös joustavana menetelmänä, koska haastateltavaa voidaan esimerkiksi pyytää tarkentaa sanomaansa. Erilaiset haastattelutyypit ovat laadullisen tutkimuksen tiedon keruussa yleinen menetelmä. Haastattelua voidaan ajatella keskusteluna, jolle asetetaan etukäteen jonkinlainen tavoite. Haastattelun avulla voidaan saavuttaa selkeä kuva tutkittavien ajatuksista, mielihaluista, odotuksista ja kokemuksista (Puusa & Juuti 2020). Myös tässä työssä halutaan hyödyntää haastattelua juuri siksi, että haastattelija saisi lisää tietoa tutkittavasta aiheesta, ja tarpeen tullen voidaan pyytää vastauksiin myös tarkennusta haastateltavilta.

Haastattelutilanteessa on tärkeää, että haastattelija tuntee haastattelua koskevan aiheen. Haastattelijan tulisi asetella kysymykset haastateltavalle kuitenkin siten, että haastateltava kykenee vastaamaan kysymyksiin ilman, että hänellä on samanlaista tuntemusta aiheesta, kuin haastattelijalla. Haastattelussa halutaan saavuttaa mahdollisimman paljon tietoa tutkittavasta aiheesta. Haastattelijan olisi mahdollista antaa haastateltavalle haastattelutilanteen kysymykset myös etukäteen, jotta haastateltava voisi mahdollisesti miettiä vastauksiaan jo ennen haastattelutilannetta. (Puusa & Juuti 2020.) Tässä työssä haastateltavat kuulivat kysymykset haastattelutilanteessa ensimmäistä kertaa. Kysymykset laaditaan sillä

ajatuksella, että haastattelutilanteessa nousisi esiin asiointikanavien mahdolliset kehityskohteet, joihin saataisiin tarkennusta haastattelun jälkeen toteutetussa laajemmassa kyselyssä.

4.3 Määrällinen tutkimus

Tässä työssä halutaan käyttää toisena osana myös määrällistä tutkimusta, koska Sarastia Rekry Oy:llä työskentelevin keikkatyöntekijöiden määrä on niin suuri. Määrällisen tutkimuksen avulla saavutetaan laajempi määrä vastaajia, jolloin Sarastia Rekry Oy saa hyvin laajan kuvan asiointikanavien käyttäjäkokemuksista, kun mahdollisimman moni keikkatyöntekijä saa mahdollisuuden kertoa omista kokemuksistaan. Määrällisessä tutkimuksessa voidaan käyttää erilaisia menetelmiä aineiston keräämisessä. Näitä ovat esimerkiksi kysely, haastattelu tai systemaattinen havainnointi. Aineisto tulee kerätä joko mitattavassa muodossa, tai siten, että aineisto voidaan muuttaa mitattavaan muotoon. Aineiston keräämisen ympäristöllä ei ole väliä, mutta tutkijan on kuitenkin muistettava aineiston keräämisessä myös lähdekritiikki. (Vilkkä 2007.) Tässä työssä määrällisen tutkimuksen tiedonkeruu mentelmänä käytetään kyselyä, joka toteutetaan Webropol-järjestelmällä.

Määrällinen ja laadullinen tutkimus täydentävät toisiaan. Myös tässä työssä laadullisesta tutkimuksesta saatujen tulosten avulla toteutetaan määrällinen tutkimus. Määrällisellä tutkimuksella tarkoitetaan tilastollista tietoa, joka kerätään usein suurelta joukolta. Määrällisen tutkimuksen tulokset antavat tukea silloin, kun tutkimusaineistosta tehdään johtopäätöksiä (SurveyMonkey). Määrällisen tutkimuksen avulla voidaan vastata kysymyksiin kuten kuinka moni, kuinka usein ja kuinka paljon. Määrällinen tutkimus antaa tulokset numeraalisina, ja tutkimustulokset esitetään numeroiden avulla, esimerkiksi taulukoina tai tunnuslukuina. Tutkimuksessa avataan ja selitetään numerotieto sanallisesti ja kuvataan, miten eri asiat liittyvät toisiinsa, tai vastaavasti eroavat toisistaan. (Vilkkä 2007.)

Määrällisessä tutkimuksessa vastaajien määrä on tyypillisesti suuri. Mikäli tutkimuksessa käytetään tilastollisia menetelmiä, suositellaan, että vastaajia olisi vähintään sata. (Vilkkä 2007.) Tämän työn määrällisessä tutkimusosassa kyselyn avulla tavoitettiin 507 vastaajaa. Suuren vastaajamäärän avulla voidaan muodostaa havaintoja näkökulmasta, ja tämän avulla on mahdollista esittää tulokset numeraalisesti. Mitä suurempi määrä vastaajia tavoitetaan, on myös mahdollista saavuttaa paras mahdollinen tieto perusjoukon keskimääräisestä mielipiteistä tai kokemuksista (Vilkkä 2007).

Määrällisen tutkimuksen tarkoituksena on selittää, kuvata, kartoittaa, vertailla tai ennustaa ihmisiä koskevia ajatuksia tai ominaisuuksia. Määrällisessä tutkimuksessa on usein tarkoituksena lainalaisuus, joka johtaa löydettyyn syy-seuraus-suhteeseen. Määrällisessä

tutkimuksessa on tarkoitus vastata esimerkiksi, kuinka paljon jokin asia vaikuttaa johonkin, tai kuinka usein jokin asia ilmenee. Määrällisessä tutkimuksessa tutkimusongelma tulee usein asetetusta hypoteesista. (Vilkkä 2007.) Tässä työssä määrällisen tutkimuksen kysely laadittiin laadullisen tutkimuksen tulosten pohjalta.

4.4 Kysely menetelmänä

Kyselytutkimuksella tarkoitetaan määrällisen tutkimuksen menetelmää, jossa tietoa kerätään kohderyhmältä kyselyn avulla. Kyselytutkimuksessa lähetetään valitulle kohderyhmälle kysely, jolla pyritään saavuttamaan tietoa halutusta aiheesta. (Trustmary team 2021.) Palvelumuotoilun menetelmänä kyselytutkimusta käytetään tyypillisesti kehittämisprosessin alkuvaiheessa. Kyselyn avulla saavutetaan perustietoa, jota voidaan hyödyntää jatkoa suunniteltaessa. Kyselyllä voidaan kartoittaa esimerkiksi asiakastyytyväisyyden nykytilannetta (Innanen 2021).

Kyselytutkimuksessa on tärkeää, että tutkijalla on aiempaa tietämystä tutkimastaan aiheesta, jota kysely koskee. Kun tutkijalla on ennestään tietoa tutkittavasta aiheesta, pystytään kyselyssä kysymään kohderyhmältä oikeanlaisia kysymyksiä. (Trustmary team 2021.) Tässä työssä toteutetaan ensin haastattelu, jossa kerätään lisää tietoa tutkittavasta aiheesta. Haastattelussa ilmenneiden tietojen avulla kyselyssä osataan kysyä oikeanlaisia kysymyksiä asiointikanavien käyttäjäkokemuksesta. Kysely toteutetaan Webropol-järjestelmällä. Kysely osoitetaan yrityksessä työskenteleville keikkatyöntekijöille, jotka olivat tehneet keikkatyötä yrityksen kautta vuonna 2021 elo-joulukuun välillä. Kyselytutkimuksen käyttäminen on kannattavaa etenkin silloin, kun tietoa kerätään suurelta määrältä ihmisiä. Kyselyn käyttäminen on tyypillistä esimerkiksi sellaisissa tilanteissa, kun ei ole mahdollista saada tilastoja kyseisestä aiheesta. Kyselyllä on mahdollista saavuttaa tietoa, jonka avulla kartoitetaan mitä palvelun osia tulisi kehittää. (Innanen 2021).

Kyselyssä keskityttiin haastatteluissa ilmi tulleisiin haasteisiin, jotta näihin asioihin saataisiin tarkennusta myös suuremmalta kohderyhmältä. Tässä työssä käytetään kokemuspohjaista kyselyä. Kokemuspohjaisessa kyselyssä vastaajat arvioivat palvelua sen herättämien tunteiden pohjalta (Innanen 2021). Työssä käytettiin kokemuspohjaista kyselyä siksi, että vastaajien olisi mahdollisimman helppo vastata kyselyyn omien tunteiden ja kokemustensa pohjalta. Onnistuneella kyselytutkimuksella voidaan saavuttaa lisää asiakasymmärrystä, ja se antaa tukea myös erilaisten päätösten tekemiselle. Kyselytutkimus antaa myös kohderyhmälle mahdollisuuden vaikuttaa asioihin (Innanen 2021). Tässä työssä kohderyhmänä on Sarastia Rekry Oy:n keikkatyöntekijät, ja tämän tutkimuksen avulla he saavat mahdollisuuden vaikuttaa yrityksen toimintaan.

Kyselyssä on yhdeksän kysymystä, ja se toteutetaan Webropol järjestelmällä. Kyselyssä kysytään, kuinka paljon keikkatyöntekijä käyttää Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavia. Kyselyn avulla halutaan tietää, kokeeko keikkatyöntekijät asiointikanavien käytön vaivattomana. Kyselyssä kartoitetaan, ohjeistaako Sarastia Rekry Oy asiointikanavien käytön tarpeeksi selkeästi. Kyselyssä kysytään, kokeeko keikkatyöntekijä saavansa vastauksen kysymykseensä tarpeeksi nopeasti tämänhetkisten asiointikanavien kautta. Kyselyn avulla kartoitetaan, onko keikkatyöntekijä tyytyväinen tämänhetkisiin asiointikanaviin, ja mitä asiointikanavaa keikkatyöntekijä haluaisi käyttää ensisijaisesti. Kyselyssä kartoitetaan myös, mitä asiointikanavaa vastaajat käyttäisivät ensisijaisesti kiireellisten asioiden hoitamisessa. Kyselyn avulla halutaan tietää, toivoisivatko keikkatyöntekijät jotakin uutta asiointikanavaa olemassa olevien asiointikanavien rinnalle. Näissä kysymyksissä vastaaja valitsee itselleen sopivimman vaihtoehdon valmiiksi annetuista vastausvaihtoehdoista. Yhdeksäntenä kysymyksenä vastaajat saavat kertoa omia mielipiteitä, näkemyksiä ja kokemuksia omin sanoin Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavista, sekä niiden käyttämisestä.

5 Työn tulokset

5.1 Haastattelujen tulokset

Työ aloitettiin haastattelemalla neljää Sarastia Rekry Oy:n keikkatyöntekijää. Työ aloitettiin haastatteluilla siksi, että haluttiin lisätä tietämystä tutkittavasta aiheesta. Haastattelussa kartoitettiin työntekijöiden asiointikanavien käyttöä erilaisissa tilanteissa, ja erilaisten asioiden hoitamisessa.

Haastattelussa kysyttiin, mitä asiointikanavia työntekijät käyttävät asiointissaan. Kolme vastaajaa neljästä käytti eniten NextStaff-järjestelmän palvelupyynnöitä, joten NextStaff-järjestelmän palvelupyynnöt nousi haastateltavien työntekijöiden käytetyimmäksi kanavaksi erilaisten epäselvien asioiden hoitamisessa. Palvelupyynnön kautta keikkatyöntekijä ottaa järjestelmän kautta yhteyttä palveluhenkilöstöön. Palvelupyynnöt tulevat näkyviin yrityksessä työskentelevälle palveluhenkilöstölle järjestelmän kautta, jolloin palveluhenkilöstön työntekijät aloittavat selvittämään keikkatyöntekijän pyytämää asiaa. Haastattelujen perusteella yleisimmät asiat palvelupyynnöiden kautta hoidettavissa asioissa olivat epäselvyydet mahdollisiin palkka asioihin tai poissaoloihin liittyen. Kaikki haastateltavat kokivat palvelupyynnön helppokäyttöisenä ja käteväenä asiointitapana. Haastattelussa kävi kuitenkin ilmi, että mikäli vastausta epäselvään asiaan haluttiin nopeasti, käytettiin asiointiin puhelinsoittoa. Yksi neljästä vastaajasta koki puhelinsoiton parhaimpana tapana asioida. Kuitenkin myös puheluissa koettiin jonkin verran ruuhkautumista, ja vastauksiin kaivattiin nopeampaa reagointia myös palvelupyynnöissä. Kaikki neljä vastaajaa käyttivät myös työtarjotinta työvuorojen varaamiseen.

Haastattelussa kartoitettiin, mitä asiointikanavaa haastateltavat käyttivät asiointissaan mieluiten. Kolme vastaajaa neljästä vastasi järjestelmän palvelupyynnön. Kaikki vastaajat kokivat palvelupyynnön helppokäyttöiseksi ja käteväksi tavaksi asioida. Vastaajat olivat yhtä mieltä siitä, että kokivat puhelinsoiton vaivalloisena, jonka takia palvelupyynnön tekeminen oli vaivatonta. Vastaajat kokivat palvelupyynnön etuna myös sen, että sen jättäminen on mahdollista mihin aikaan vuorokaudesta tahansa. Yksi vastaaja neljästä asioi mieluiten puhelimitse. Vastaaja koki, että puhelinsoitolla asian sai ratkaistua heti ja nopeasti.

Haastattelussa kysyttiin, miten Sarastia Rekryn asiointikanavat toimivat. Kaksi neljästä vastaajasta koki, että asiointikanavat toimivat hyvin, eikä heillä ollut ilmennyt ongelmia asiointissaan. Yksi neljästä vastaajasta koki, että ei saanut järjestelmän palvelupyynnöistä vastausta tarpeeksi nopeasti. Vastaaja koki ruuhkautumista myös soittaessaan, joten vastaaja toivoi yleisesti nopeampaa reagointia asioiden hoitamiseen palveluhenkilöstöltä. Yksi vastaaja koki ongelmalliseksi sen, että työntekijät eivät aina saa tietoa siitä, ovatko he saaneet

jonkin työvuoron, jota työntekijä on yrittänyt varata työtarjoimelta. Vastaaja koki, että hän saattoi jäädä epätietoiseksi siitä, onko hän saanut vuoron, jota on yrittänyt varata, vai onko vuoro jo mennyt jollekin toiselle työntekijälle.

Haastattelun avulla haluttiin tietää asiointikanavien haasteita ja hyötyjä. Kolme neljästä vastaajasta ei ollut kokenut omassa asiointissaan minkäänlaisia haasteita. Yksi vastaajista koki asiointikanavissa haasteena niiden ruuhkautumisen, ja toivoi asiointiin olevan nopeampaa. Kaikki neljä vastaajaa kokivat asiointikanavien käytön pääasiassa helppona ja toimivana. Kaikki haastateltavat olivat yhtä mieltä myös siitä, että järjestelmän käyttäminen oli helppoa, ja se on kätevä tapa asioida yrityksen palveluhenkilöstön kanssa.

Haastattelussa haluttiin kartoittaa myös sitä, minkälaisen asioiden hoitamisessa työntekijät käyttivät mieluiten puhelinsoittoa. Puheluissa on koettu ruuhkautumista, joten kysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa, olisiko puhelinsoitolla hoidettavia asioita mahdollista selvittää myös jonkin muun asiointikanavan kautta. Kolme neljästä vastaajasta vastasi, että käyttivät esimerkiksi poissaolojen selvittämiseen puhelinsoittoa. Vastaajat kokivat, että puhelinsoiton kautta vastauksen epäselvään asiaan tai kysymykseen sai selkeämmin, sekä nopeammin kuin esimerkiksi järjestelmän kautta. Yksi neljästä vastaajasta ei kokenut pakollista tarvetta puhelinsoitolle minkään asian selvittämisessä.

Haastattelussa kysyttiin, minkä asiointikanavan kautta vastaajat kokivat sujuvimpana tapana ottaa yhteyttä. Kaksi neljästä vastaajasta kokivat järjestelmän palvelupyynnön sujuvimpana asiointikanavana. Molempien vastaajien perusteluna oli se, että järjestelmän kautta on helppoa ja kätevää asioida. Kaksi vastaajista vastasi puhelinsoiton. Molempien vastaajien perusteluna oli, että vastauksen sai nopeasti.

Haastattelun avulla kartoitettiin, kuinka usein vastaajat asioivat yrityksen kanssa asiointikanavien kautta. Tässä kysymyksessä vastaajien vastauksen erosivat jonkin verran toisistaan. Yksi vastaaja vastasi, että käytti asiointikanavia noin kerran kuussa, tai jopa harvemmin. Toinen vastaaja vastasi käyttävänsä työtarjoitinta päivittäin, mutta muita asiointikanavia noin kerran kuussa. Kolmas vastaaja vastasi käyttävänsä myös työtarjoitinta päivittäin, mutta muita asiointikanavia vain muutaman kerran vuodessa. Neljäs vastaaja käytti asiointikanavia keskimäärin kerran viikossa.

Haastattelussa haluttiin tietää, minkälaiseen asiointiin keikkatyöntekijät tyypillisesti käyttivät asiointikanavia. Kolme neljästä vastaajasta käyttivät työtarjoitinta työvuorojen vastaanottamiseen. Kaikki neljä vastaajaa käyttivät asiointikanavia pääsääntöisesti erilaisten epäselvien asioiden hoitamisessa. Näitä olivat esimerkiksi poissaoloihin tai palkkoihin liittyvät epäselvyydet.

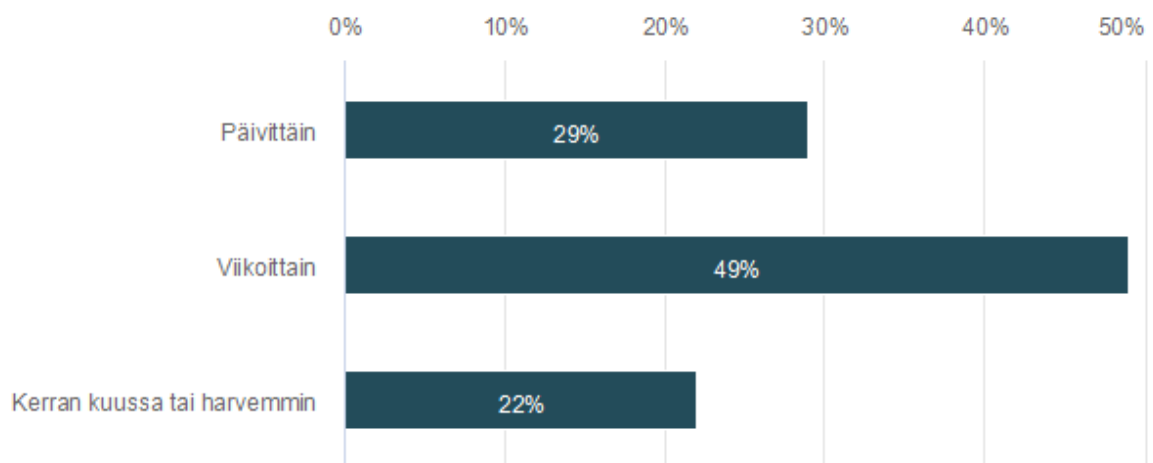
Haastattelussa kartoitettiin myös, kaipaisivatko haastateltavat jotakin asiointikanavaa, jota yritys ei vielä työntekijöilleen tarjoa. Yksi neljästä vastaajasta vastasi, että kaipaisi käyttöön esimerkiksi WhatsAppia. Perusteluna vastaajalla oli, että asiointi voisi olla sen kautta nopeampaa, koska ei tarvitsisi esimerkiksi kirjautua järjestelmään. Kolme vastaajaa ei osannut nimetä tiettyä asiointikanavaa, mutta helppous ja nopeus asiointissa nousivat tässäkin esiin haastateltavien kesken. Haastattelujen vastausten perusteella voidaan päätellä, että haastateltavat olivat pääpiirteittäin tyytyväisiä asiointikanaviin sekä niiden käyttäjäkokemuksiin, mutta myös kehityskohteita löytyi.

5.2 Kyselyn tulokset

Haastattelun jälkeen toteutettiin laajempi kysely keikkatyöntekijöille Webropol-järjestelmällä. Kysely lähetettiin keikkatyöntekijöille sähköpostilla, ja vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 507. Kyselyn vastaukset olivat monivalintakysymyksiä, jolloin vastaaja pystyi valitsemaan vaihtoehdoista itselleen sopivimman vaihtoehdon. Kyselystä haluttiin tehdä vastaajalle mahdollisimman helppo ja vaivaton.

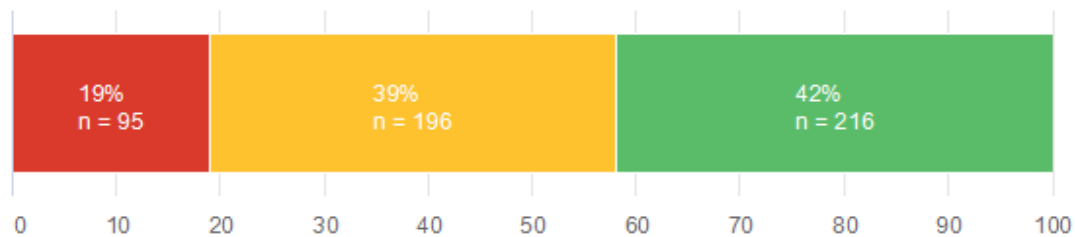
Kyselyssä kysyttiin, kuinka usein keikkatyöntekijä käyttää Sarastia Rekryn asiointikanavia. 29 % vastaajista vastasi käyttävänsä asiointikanavia päivittäin. 49 % vastaajista käytti asiointikanavia viikoittain, ja 22 % vastaajista käytti asiointikanavia kerran kuussa tai harvemmin. Suurin osa käyttäjistä käytti asiointikanavia ainakin viikoittain, tai jopa päivittäin.

Kuvio 1. Asiointikanavien käyttämisen määrä



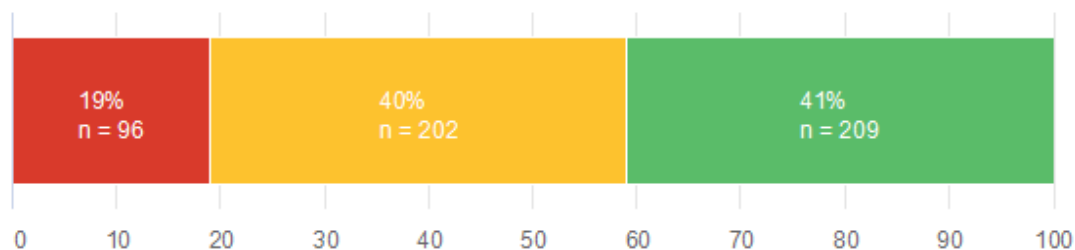
Kyselyssä kysyttiin, kokivatko keikkatyöntekijät Sarastia Rekryn asiointikanavien käytön vaivattomana. 19 % koki asiointikanavien käytössä haasteita, 39 % vastaajista kokivat käytössä hieman haasteita, ja 42 % koki asiointikanavien käytön vaivattomana. Keskiarvo asiointikanavien käytön vaivattomuudelle oli 7,8. 58 % vastaajista kokivat asiointikanavien käytössä jonkinlaisia haasteita.

Kuvio 2. Asiointikanavien käytön vaivattomuus



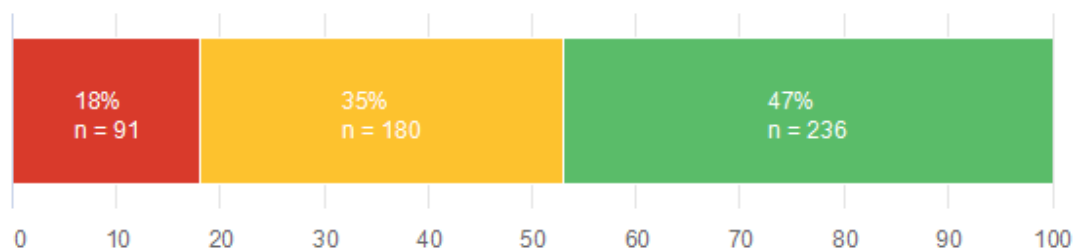
Kyselyssä kartoitettiin, ohjeistaako Sarastia Rekry asiointikanavien käytön tarpeeksi selkeästi keikkatyöntekijöille. 19 % vastaajista koki ohjeistuksen puutteellisena, 40 % vastaajista koki ohjeistuksessa hieman puutteita, ja 41 % koki ohjeistuksen tarpeeksi selkeänä. Keskiarvo kysymyksen vastauksista oli 7,8. 59 % vastaajista kaipasi jonkinlaista tarkennusta asiointikanavien käyttämisen ohjeistukseen.

Kuvio 3. Sarastia Rekry Oy:n ohjeistuksen selkeys asiointikanavien käyttämisestä



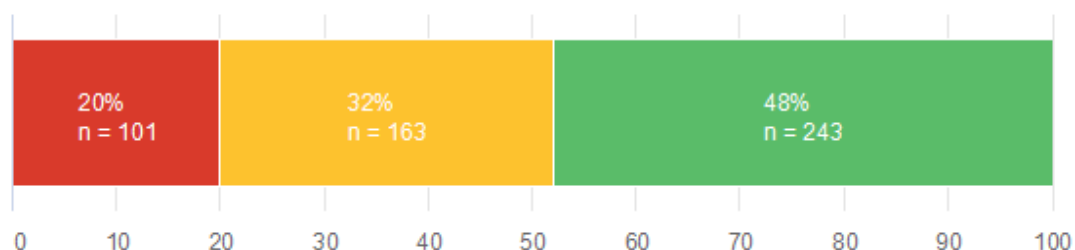
Kyselyssä kysyttiin, kokeeko keikkatyöntekijä saavansa vastauksen kysymykseensä tämänhetkisten asiointikanavien kautta tarpeeksi nopeasti. 18 % vastaajista koki, ettei saanut vastausta tarpeeksi nopeasti. 35 % vastaajista koki saavansa vastauksen suhteellisen nopeasti, ja 47 % vastaajista koki saavansa kysymykseensä vastauksen tarpeeksi nopeasti. Keskiarvo vastauksille oli 7,9. 53 % vastaajista koki vastausten saamisessa jonkinlaista hitautta.

Kuvio 4. Tyytyväisyys asiointikanavien vastausten nopeuteen



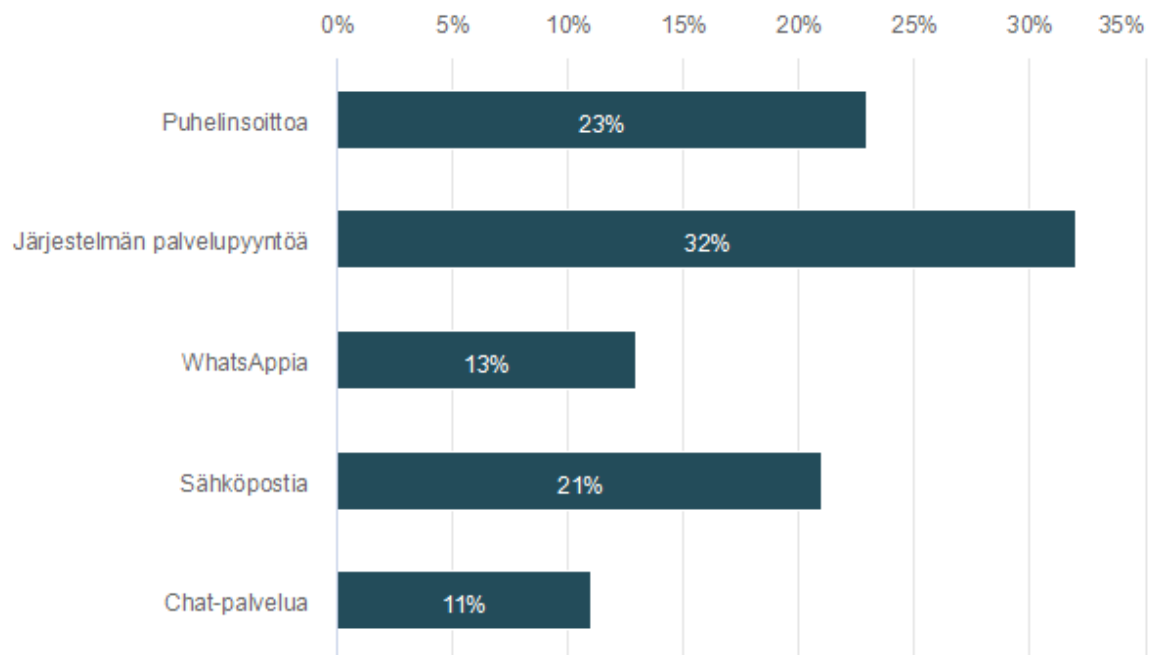
Kyselyssä kysyttiin, ovatko keikkatyöntekijät tyytyväisiä Sarastia Rekry Oy:n tämän hetkisiin asiointikanaviin. 20 % vastaajista eivät olleet tyytyväisiä. 32 % vastaajista olivat suhteellisen tyytyväisiä, ja 48 % vastaajista olivat tyytyväisiä. Keskiarvo vastauksille oli 7,8. 52 % vastaajista koki, että kaipaisivat jonkinlaista päivitystä olemassa oleviin asiointikanaviin.

Kuvio 5. Tyytyväisyys Sarastia Rekry Oy:n tämän hetkisiin asiointikanaviin



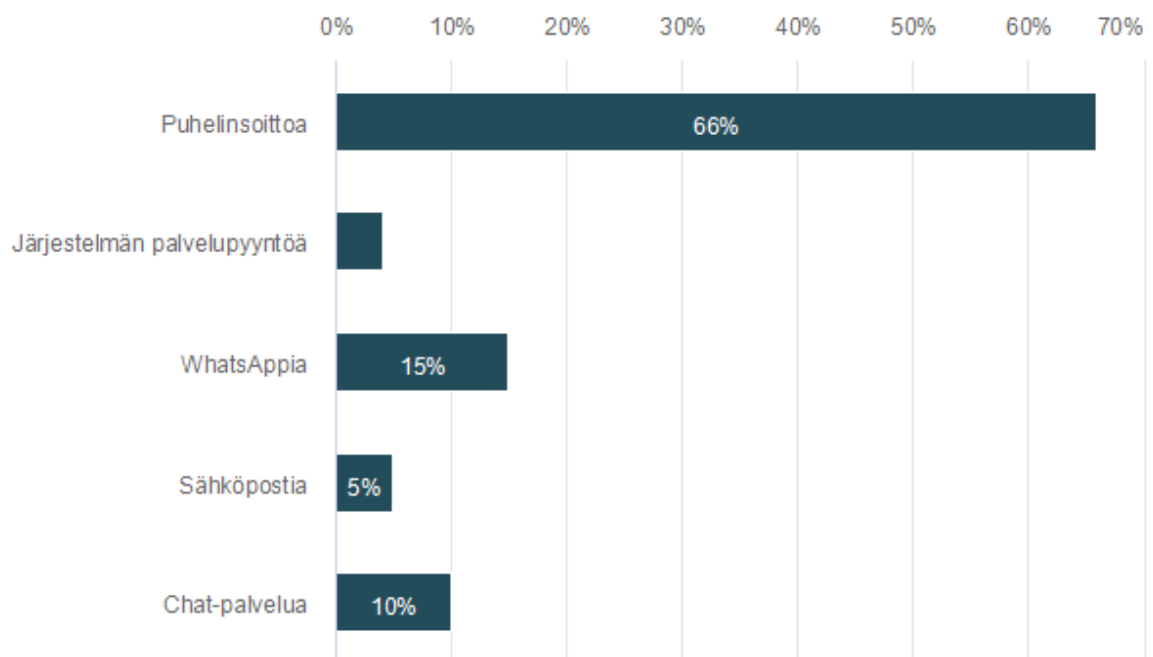
Kyselyssä kartoitettiin, minkälaista asiointikanavaa keikkatyöntekijät haluaisivat käyttää asiointinsa ensisijaisesti. 23 % vastaajista käyttäisi mieluiten puhelinsoittoa palveluhenkilöstölle. 32 % vastaajista käyttäisi järjestelmän palvelupyyntöä. 13 % käyttäisi WhatsAppia. 21 % käyttäisi sähköpostia ja 11 % Chat-palvelua. Järjestelmän palvelupyyntö oli todettu toimivaksi asiointikanavaksi jo haastatteluissa, ja myös kyselyn tuloksissa palvelupyyntö sai suurimman kannatuksen kyseisistä vaihtoehdoista.

Kuvio 6. Ensisijainen asiointikanava



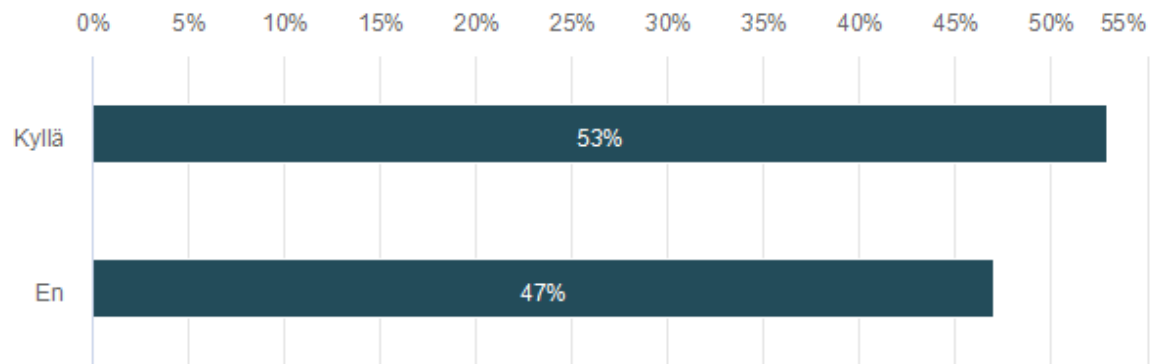
Kyselyssä kysyttiin, mitä asiointikanavaa keikkatyöntekijät haluaisivat käyttää ensisijaisesti silloin, kun asia on kiireellinen. 66 % vastaajista käyttäisi puhelinsoittoa palveluhenkilöstölle. 4,5 % käyttäisi järjestelmän palvelupyyntöä. 15 % käyttäisi WhatsAppia. 5 % sähköpostia ja 10 % Chat-palvelua. Haastatteluissa nousi esiin myös kiireellisten asioiden hoitaminen puhelinsoitolla palveluhenkilöstölle. Vastaajat kokivat, että puhelinsoiton avulla keikkatyöntekijä sai vastauksen kysymykseensä kaikista nopeiten. Myös kyselyssä suurin osa vastaajista valitsi asiointikanavaksi puhelinsoiton palveluhenkilöstölle kiireellisissä asioissa. Haastatteluissa nousi esiin, että kiireelliset asiat olivat tyypillisesti poissaoloihin liittyvät asiat.

Kuvio 7. Ensisijainen asiointikanava kiireellisten asioiden hoitamisessa



Kyselyssä kysyttiin, toivoisivatko keikkatyöntekijät olemassa olevien asiointikanavien rinnalla jotakin uutta asiointikanavaa. 53 % vastaajista vastasi kyllä, ja 47 % vastaajista vastasi ei. Lähes puolet vastaajista olivat tyytyväisiä tämän hetkisiin asiointikanaviin, mutta hieman yli puolet vastaajista kaipasivat jotakin uutta asiointikanavaa olemassa olevien lisäksi.

Kuvio 8. Uusi asiointikanava olemassa olevien rinnalle



Kyselyn lopussa keikkatyöntekijät saivat kertoa omia kokemuksia, mielipiteitä ja näkemyksiä Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavien käytöstä omin sanoin. Avoimen kysymyksen vastauksissa esiin nousi esiin, että keikkatyöntekijät toivoivat asiointiin enemmän suoraa, helppoa ja nopeaa asiointia palveluhenkilöstön kanssa. Nämä asiat nousivat esiin jo haastattelussa. Sarastia Rekry Oy:n mobiilisovellukseen kaivattiin lisää yksinkertaisuutta, sekä selkeyttä. Vastauksissa ilmeni, että vastaajat toivoivat Chat-palvelua yhdeksi asiointikanavaksi tulevaisuudessa. Avoimissa vastauksissa oli myös vastauksia, joissa ei koettu haasteita ja palveluun oltiin tyytyväisiä. Osa vastaajista ei kaivannut tarvetta kehitystyölle asiointikanavien suhteen. Avoimet vastaukset löytyvät liitteistä, liite 3.

6 Yhteenveto

Tämän työn tavoitteena oli toteuttaa tutkimus Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavien toimivuudesta, sekä käyttäjäkokemuksesta yrityksessä työskentelevien keikkatyöntekijöiden näkökulmasta. Sarastia Rekry Oy ei ollut aikaisemmin toteuttanut tutkimusta asiointikanavien käyttäjäkokemuksesta, joten opinnäytetyön aihe oli yritykselle ajankohtainen. Työ oli laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistelmä. Laadullisen tutkimus osion menetelmänä käytettiin haastattelua, ja määrällisen tutkimuksen osion menetelmänä käytettiin kyselyä. Työssä käytettiin kahta eri menetelmää, jotta Sarastia Rekry Oy saisi mahdollisimman kattavan selvityksen asiointikanavien käyttökokemuksista. Työ aloitettiin haastattelemalla Sarastia Rekry Oy:n neljää keikkatyöntekijää. Tarkoituksena oli saavuttaa syvempää tietoa tutkittavasta aiheesta. Tämän jälkeen laadittiin kysely, joka tavoitti suuremman joukon Sarastia Rekry Oy:n keikkatyöntekijöitä. Haastattelut toteutettiin ensin, jotta kyselyyn osattiin laatia oikeanlaisia kysymyksiä. Kyselyn avulla saavutettiin laajempi kokonaiskuva asiointikanavien käyttäjäkokemuksesta, koska myös vastaajia oli enemmän, kuin haastatteluissa.

Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina puhelimitse, ja kaikilta haastateltavilta kysyttiin samat kysymykset. Haastattelutilanne oli kuitenkin vapaamuotoinen, ja haastateltavat saivat kertoa vapaasti ja omin sanoin kokemuksia ja mielipiteitä. Haastateltavien vastaukset kulkivat suhteellisen yhtenäistä linjaa, joten näiden perusteella kysymyksien luominen kyselyyn onnistui hyvin. Mielestäni haastattelemisen oli mielenkiintoinen kokemus. Koska haastattelut olivat vapaamuotoisia keskusteluja, niissä nousi esiin mielenkiintoisia mielipiteitä ja kokemuksia, joita ei pelkän kyselyn avulla olisi ollut mahdollista saavuttaa. Mikäli keikkatyöntekijöitä ei olisi haastateltu ennen kyselyn laatimista, ei kyselyssä olisi välttämättä onnistuttu kysymään oikeanlaisia kysymyksiä. Kysymykset olisivat saattaneet jäädä liian yleiselle tasolle, jolloin myös tutkimustulokset eivät olisi olleet niin hyödyllisiä. Haastattelujen avulla päästiin käsittelemään oikeanlaisia asioita, ja Sarastia Rekry Oy sai kattavan kuvan asiointikanavien käyttäjäkokemuksista kahden erilaisen aineiston avulla.

Kyselyn tekeminen Webropol-järjestelmällä oli vaivatonta. Tiedon kerääminen aiheesta haastattelujen avulla oli onnistunut, joten myös oikeanlaisten kysymysten kysyminen kyselyssä onnistui. Kyselyyn vastasi 507 keikkatyöntekijää, joten kyselyn tavoitettavuus onnistui odotettua paremmin. Kyselyn lopussa keikkatyöntekijät saivat kertoa myös omia kokemuksia, näkemyksiä sekä mielipiteitä omin sanoin. Näistä vastauksista nousi esiin asioita, joita Sarastia Rekry Oy voisi mahdollisesti kehittää tulevaisuudessa. Keikkatyöntekijöille oli varattu kyselyyn vastaamiseen aikaa kaksi viikkoa. Kaikki kyselyyn vastanneet keikkatyöntekijät olivat jättäneet vastauksensa ensimmäisen viikon aikana, joten kaksi viikkoa oli riittävä aika vastata kyselyyn.

Työn molempien tiedonkeruu aineistojen tulosten perusteella voidaan päätellä, että Sarastia Rekry Oy:n asiointikanavien käyttäjäkokemus on keikkatyöntekijöiden näkökulmasta pääpiirteittäin onnistunut, mutta myös kehityskohteita löytyi. Tulosten perusteella asiointikanavien käyttöön kaivattiin selkeyttä, nopeutta ja helppoutta. Asiointikanavia käytettiin suurimmaksi osaksi ainakin viikoittain, osa vastaajista jopa päivittäin. Työssä on kerätty Sarastia Rekry Oy:lle tietoa asiointikanavien käyttökokemuksista kahden eri aineiston avulla. Näiden aineistojen tulosten pohjalta voidaan nostaa esiin kehitysehdotus Sarastia Rekry Oy:lle uudesta palvelusta, jossa asiointi tapahtuu keikkatyöntekijöiden ja palveluhenkilöstön välillä. Sekä haastattelun, että kyselyn tulosten perusteella Sarastia Rekry Oy:n keikkatyöntekijät arvostivat helppoa, suoraa sekä nopeaa asiointia. Keikkatyöntekijät halusivat saada vastauksen kysymykseensä mahdollisimman nopeasti, ja myös tapa, jolla kysymys esitetään, tulisi olla helppo ja vaivaton. Tulosten perusteella moni keikkatyöntekijä käytti myös asioiden hoidossa mieluiten puhelinsoittoa palveluhenkilöstölle juuri siksi, että vastauksen saaminen koettiin sitä kautta selkeimpänä ja nopeimpana. Kuitenkin itse puhelinsoitto saatettiin kokea myös vaivalloisena, ja nopeaan ja kiireelliseen asiointiin käytettäisiin tulosten perusteella myös jotakin muuta kanavaa, mikäli sellainen olisi tarjolla.

Kyselyn ja haastattelun tulosten perusteella kehitysidea Sarastia Rekry Oy:lle on Chat-palvelun käyttö keikkatyöntekijöiden ja palveluhenkilöstön välillä. Chat-palvelulla Sarastia Rekry Oy voisi mahdollistaa nopean ja suoran asiointin yritykseen. Keikkatyöntekijät toivoivat suoraa yhteydenottoa tapaa palveluhenkilöstöön, ja Chat-palvelussa keikkatyöntekijä saisi suoran yhteyden palveluhenkilöstöön ilman puhelinsoittoa. Chat-palvelun avulla voitaisiin vähentää puhelinsoittoja palveluhenkilöstön ja keikkatyöntekijöiden välillä, mikäli osa asiointista tapahtuisi Chat-palvelun välityksellä. Chat-palvelussa keikkatyöntekijät voisivat kysyä palveluhenkilöstöltä nopeita kysymyksiä, jolloin myös puhelujen ruuhkautumiselta voitaisiin mahdollisesti välttyä.

Chat-palvelun avulla Sarastia Rekry Oy voisi mahdollistaa keikkatyöntekijöillensä paremman käyttäjäkokemuksen asiointikanavissaan, koska Chat-palvelun myötä myös muiden asiointikanavien ruuhkautumiselta voitaisiin välttyä. Haastatteluissa sekä kyselyssä nousi esiin myös toive asiointikanavien nykyaikaisuudesta. Chat-palvelun avulla Sarastia Rekry Oy voisi tarjota keikkatyöntekijöillensä nykyaikaista, nopeaa sekä suoraa asiointia puhelinsoittojen rinnalle.

Laadullisen, sekä määrällisen tutkimuksen toteuttaminen opinnäytetyössä onnistui mielestäni hyvin. Molemmat menetelmät täydensivät toisiaan, eikä näin laajaa tietoperustaa olisi voitu saavuttaa käyttämällä pelkästään toista menetelmää. Haastattelujen, sekä kyselyn avulla saavutettiin Sarastia Rekry Oy:lle laaja tietoperusta asiointikanavien

käyttäjäkokemuksesta. Aihe oli mielestäni mielenkiintoinen, koska yritys, sekä tutkimuksen kohteena olevan kohderyhmän kokemukset saattavat erota hyvinkin paljon toisistaan. Asiointikanavien helppokäyttöisyys sekä vaivattomuus ovat yritykselle myös kilpailuetu. Sarastia Rekry Oy ei ollut aikaisemmin toteuttanut kyselyä liittyen asiointikanavien käyttäjäkokemukseen, joten heillä ei ollut myöskään ajankohtaista tietoa aiheesta. Tästä työstä saatujen tietojen perusteella Sarastia Rekry Oy voi jatkaa asiointikanavien käyttäjäkokemusten tutkimista myös tulevaisuudessa, keskittyen esimerkiksi johonkin tiettyyn osa-alueeseen. Tämän opinnäytetyö käsitteli asiointikanavien käyttäjäkokemusta yleisellä tasolla, joten kerätyistä aineistoista Sarastia Rekry Oy voisi nostaa esiin jonkin asian, jonka selvittämistä he mahdollisesti haluaisivat jatkaa. Tämän työn tutkittava kohderyhmä oli Sarastia Rekry Oy:ssä työskentelevät keikkatyöntekijät, joten saman tutkimuksen voisi toteuttaa tulevaisuudessa myös esimerkiksi palveluhenkilöstön näkökulmasta. Kyselyn avoimissa vastauksissa nousi esiin myös kehityskohteita, joista Sarastia Rekry Oy ei mahdollisesti ole ollut vielä tietoinen. Näitä olivat esimerkiksi Sarastia Rekry Oy:n mobiilisovelluksen käyttökoke-
mus. Näiden tietojen avulla Sarastia Rekry Oy:n on mahdollista ottaa keikkatyöntekijöiden näkökulmaa huomioon entistä enemmän kehittäessään yrityksen asiointikanavien käyttäjäkokemusta.

Opinnäytetyötä tehdessäni opin, että laadullinen ja määrällinen tutkimus täydentävät toisiaan hyvin. Kun laadullinen tutkimus toteutettiin ensin, onnistuttiin keräämään tietoa, joka ei olisi ollut saavutettavissa pelkästään määrällisen tutkimuksen avulla. Molempia menetelmiä käyttäen kerättiin toimeksiantajalle laaja tietoperusta tutkittavasta aiheesta. Kyselyn laatiminen olisi ollut haastavampaa, mikäli haastatteluihin ilmenneitä asioita ei olisi ollut tiedossa siinä vaiheessa, kun kyselyn kysymyksiä luotiin. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistämisellä saavutettiin kokonaisvaltainen, ja yksityiskohtaisempi kokonaiskuva tutkittavasta aiheesta.

Lähteet

- Asikainen, R. 2017. Onnistuneen rekrytinnin merkitys. WorkPower. Viitattu 30.11.2021. Saatavissa <https://www.workpower.fi/blog/2017/09/07/onnistuneen-rekrytinnin-merkitys/>
- Arter Oy. 2020. Palvelumuotoilu asiakaskeskeistä prosessien kehittämistä. Viitattu 19.11.2021. Saatavissa <https://www.arter.fi/app/uploads/2020/06/Palvelumuotoilun-pika-opas-6-2020-Arter-Oy.pdf>
- Clevry. 2019. Hakijakokemus on avain hyvän työnantajamielikuvan rakentumiselle. Viitattu 1.12.2021. Saatavissa <https://www.clevry.com/fi-fi/blogi/hakijakokemus-on-avain-hyvan-tyonantajamielikuvan-rakentumiselle/>
- Experis. 2020. Rekrytointiprosessin vaiheet – 11 askelta tehokkaaseen rekrytointiin. ManpowerGroup. Viitattu 3.12.2021. Saatavissa <https://blogi.manpower.fi/rekrytointiprosessin-vaiheet-11-askelta-tehokkaaseen-rekrytointiin>
- Hellon. Palvelumuotoilun 5 näkyvää hyötyä liiketoiminnalle. Viitattu 5.11.2021. Saatavissa <https://blog.hellon.com/palvelumuotoilun-5-nakyvaa-hyotya-liiketoiminnalle>
- Hurme, K. 2020. Miten erinomainen hakijakokemus rakennetaan? Barona. Viitattu 1.12.2021. Saatavissa <https://blog.barona.fi/erinomainen-hakijakokemus>
- Hutchings, P. Rekrytointi. Wellpack. Viitattu 30.11.2021. Saatavissa <https://www.wellpack.fi/palvelut/rekrytointi/>
- Innanen, P. 2021. Palvelumuotoilun menetelmä – kyselytutkimukset. Palvelumuotoilu Palo. Viitattu 18.11.2021. Saatavissa <https://palvelumuotoilupalo.fi/blogi/2021/1/22/palvelumuotoilun-menetelma-kyselytutkimus>
- Innanen, P. 2018. Palvelumuotoilun menetelmät. Palvelumuotoilu Palo. Viitattu 5.11.2021. Saatavissa <https://palvelumuotoilupalo.fi/blogi/2018/1/31/palvelumuotoilun-menetelmat>
- Intro. 2019. Rekrytointi ja perehdytys kulkevat käsikädessä. Viitattu 3.12.2021. Saatavissa <https://intro.fcgtalent.fi/blogit/rekrytointi-ja-perehdytys-kulkevat-kasikadessa/>
- Intro. 2021. Perehdytyksen vaikutus työnantajamielikuvaan. Viitattu 3.12.2021. Saatavissa <https://intro.fcgtalent.fi/blogit/perehdytyksen-vaikutus-tyonantajamielikuvaan/>
- Jarmas, T. 2017. Rekrytinnin kriittiset pisteet. HR viesti. Viitattu 3.12.2021. Saatavissa <https://www.hrviesti.fi/natiivi/9/rekrytinnin-kriittiset-pisteet>
- Joki, M. 2018. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. Kauppakamari. Viitattu 30.11.2021. Saatavissa rajoitetusti <https://primo.lut.fi/lab>

- Kajjala, M. 2016. Rekrytointi tehtävään vai yhtiöön? Alma Talent Oy. Viitattu 30.11.2021. Saatavissa rajoitetusti <https://primo.lut.fi/lab>
- Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent Oy. Viitattu 3.11.2021. Saatavissa rajoitetusti <https://primo.lut.fi/lab>
- Koivunen, M. 2018. Mistä syntyy verkkosivujen hyvä käyttäjäkokemus? Hurraa. Viitattu 15.11.2021. Saatavissa <https://hurraa.fi/blogi/mista-syntyy-verkkosivujen-hyva-kayttajakokemus>
- Koivusaari, A & Techam, M. Opas onnistuneeseen rekrytointiin. ManpowerGroup. Viitattu 1.12.2021. Saatavissa <https://blogi.manpower.fi/oppaat/tuloksellisen-rekrytoinnin-opas>
- Löytänä, J & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Talentum Media Oy. Viitattu 2.12.2021. Saatavissa rajoitetusti <https://primo.lut.fi/lab>
- Mäkinen, M. 2018. Palvelumuotoiluajattelulla paremmaksi? Changeagenta. Viitattu 9.11.2021. Saatavissa https://palvelumuotoiluajatuksia.files.wordpress.com/2019/12/palvelumuotoiluajattelemalla_paremmaksi_opas_jacc88rjestocc88_ja_yhdistystoimijoille_milla_macc88kinen.pdf
- Männistö, E. 2017. Henkilöstöhallinto – oikeat ihmiset oikeisiin tehtäviin. Tilisanomat. Viitattu 15.11.2021. Saatavissa <https://tilisanomat.fi/palkka-ja-henkilostohallinto/henkilostohallinto-oikeat-ihmiset-oikeisiin-tehtaviin>
- Palvelumuotoilu Palo. Palvelumuotoilu. Viitattu 2.11.2021. Saatavissa <https://palvelumuotoilupalo.fi/palvelumuotoilu>
- Palvelumuotoilu Palo. 2021. Palvelumuotoilun menetelmä – haastattelu. Viitattu 18.11.2021. Saatavissa <https://palvelumuotoilupalo.fi/blogi/2021/2/17/palvelumuotoilun-menetelma-haastattelu>
- Palvelumuotoilu Palo. 2018. Palvelumuotoilun prosessin vaiheet. Viitattu 11.11.2021. Saatavissa <https://palvelumuotoilupalo.fi/blogi/2018/1/31/palvelumuotoilun-vaiheet>
- Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus Oy. Viitattu 15.11.2021. Saatavissa rajoitetusti <http://primo.lut.fi/lab>
- Sarastia Rekry Oy. Meistä. Viitattu 2.11.2021. Saatavissa <https://www.sarastiarekry.fi/meista/>
- Solita. Palvelumuotoilu. Viitattu 2.11.2021. Saatavissa <https://solita.fi/palvelumuotoilu>

Soste. Palvelumuotoilu. Viitattu 9.11.2021. Saatavissa <https://soste.fi/jarjestoopas/palvelumuotoilu/>

Startup Center. 2021. Miten luodaan hyvä hakijakokemus? Viitattu 3.12.2021. Saatavissa <https://startupcenter.fi/hyva-hakijakokemus/>

SurveyMonkey. Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen välinen ero. Viitattu 18.1.2022. Saatavissa <https://fi.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>

Talentadore. 2021. Hakijakokemus – Mitä se on ja miksi siihen on syytä panostaa? Viitattu 3.12.2021. Saatavissa <https://talentadore.com/fi/mita-on-hakijakokemus/>

Trustmary. 2021. Miten kyselytutkimuksia voidaan hyödyntää asiakastytyvyyden kehittämisessä? Viitattu 22.12.2021. Saatavissa <https://trustmary.com/fi/asiakaskokemus/miten-kyselytutkimuksia-voi-hyodyntaa-asiakastytyvaisyyden-kehittamisessa/>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum Media Oy. Viitattu 2.11.2021. Saatavissa rajoitetusti <http://primo.lut.fi/lab>

Turunen, S. 2018. Mitä on palvelumuotoilu? Lamia. Viitattu 9.11.2021. Saatavissa https://lamia.fi/blog/mita-on-palvelumuotoilu?qclid=EAlaIqob-ChMitPDX1ZuL9AIVxAZ7Ch20bw7bEAAYAAEgIW8_D_BwE

Villa, H. 2019. Hyvä hakijakokemus – onnistuneen rekrytoinnin edellytys. ManpowerGroup. Viitattu 1.12.2021. Saatavissa <https://blogi.manpower.fi/hyva-hakijakokemus-onnistuneen-rekrytoinnin-edellytys>

Villa, H. 2017. Huh, rekrytointi maalissa – vai unohditko tärkeimmän? Muista rekrytoinnin jälkihoito! ManpowerGroup. Viitattu 3.12.2021. Saatavissa <https://blogi.manpower.fi/rekrytoinnin-jalkihoito>

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa – Määrällisen tutkimuksen perusteet. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Viitattu 18.1.2022. Saatavissa <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>

Westersund, R. 2021. Hakijakokemus – mitä se pitää sisällään ja miten siihen voi vaikuttaa? Rekrytointi.com. Viitattu 1.12.2021. Saatavissa <https://rekrytointi.com/rekrytoijalle/parannayonantajakuva/hakijakokemus-mita-se-pitaa-sisallaan-ja-miten-siihen-voi-vaikuttaa/>

Liite 1. Haastattelukysymykset

1. Mitä asiointikanavia käytät erilaisten asioiden hoitamisessa?
2. Mitä asiointikanavaa käytät mieluiten? Miksi?
3. Miten Sarastia Rekryn asiointikanavat mielestäsi toimivat?
4. Mitkä ovat asiointikanavien haasteet?
5. Mitkä ovat asiointikanavien hyödyt?
6. Minkälaisen asioiden hoitamiseen tarvitaan puhelinsoittoa?
7. Minkä asiointikanavien kautta on sujuvinta olla yhteydessä Sarastia Rekryyn?
Miksi?
8. Kuinka paljon käytät asiointikanavia?
9. Minkälaiseen asiointiin käytät asiointikanavia?
10. Kaipaisitko käyttöösi jotakin asiointikanavaa, jota Sarastia Rekry ei vielä tarjoa?
Miksi?

Liite 2. Kysely



Sarastia Rekryn asiointikanavien käyttäjäkokemus

Pakolliset kentät merkitään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen lähettämiseksi.

1. Käytän Sarastia Rekryn asiointikanavia *

- Päivittäin
 Viikoittain
 Kerran kuussa tai harvemmin

2. Koen Sarastia Rekryn asiointikanavien käytön vaivattomana. *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

3. Sarastia Rekry ohjeistaa asiointikanavien käytön tarpeeksi selkeästi. *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

4. Koen saavani Sarastia Rekryn tämänhetkisten asiointikanavien kautta vastauksen kysymykseeni tarpeeksi nopeasti. *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

5. Olen tyytyväinen Sarastia Rekryn tämänhetkisiin asiointikanaviin. *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

6. Käyttäisin asioinnissani mieluiten *

- Puhelinsoittoa
 Järjestelmän palvelupyyntöä
 WhatsAppia
 Sähköpostia
 Chat-palvelua

7. Asiani ollessa kiireellinen, käyttäisin asioinnissani mieluiten *

- Puhelinsoittoa
 Järjestelmän palvelupyyntöä
 WhatsAppia
 Sähköpostia
 Chat-palvelua

8. Toivoisin, että Sarastia Rekry tarjoaisi jotakin uutta asiointikanavaa olemassa olevien rinnalle (esim. chat-palvelua yms). *

- Kyllä
 En

9. Kerro omin sanoin kokemuksia, näkemyksiä tai mielipiteitä Sarastia Rekryn asiointikanavien käytöstä:

Liite 3. Kyselyn avoimen kysymyksen vastauksia

”Chat kanava voisi olla toimiva. Olen kokenut saaneeni tähän asti hyvää ja nopeaa palvelua, kun sitä olen tarvinnut. Mobiilisovellus voisi olla sujuvampi, esim. kun avaat avoinna olevan työvuoron pystyisi siitä poistumaan muutenkin kuin suljenäppäintä käyttämällä. Nyt jos ei sitä käytä, menee haku ihan alkuun ja joutuu kelaamaan alusta kaikki vuorot. Lisäksi sovellusta voisi yksinkertaistaa ja selkeyttää.”

”On ollut ihan helppoa käyttää, kun ensin oppi käyttämään. Tarvittaessa saa kyllä neuvoa.”

”Kirjautuminen palveluun on koettu omasta ja lähipiirin puolesta erittäin vaikeaksi. Kirjautumisen tulisi olla helpompaa.”

”Helppoja käyttää. Esittelyvideot hyviä. Hyvää myös erilaiset palautteen antolinkit ja kyselyt. Toimiva systeemi. Vastaukset tulevat nopeasti myös kyselyllä sähköpostilla. Järjestelmä palvelee hyvin käyttäjäkuntaansa.”

”Informaatiota sivuilla on niin paljon, että omaan asiaan vastauksen etsimiseen menee aikaa. Chatti (ei botti!) helpottaisi asioidessa.”

”Olisi mukavaa, jos olisi esimerkiksi puhelimen oma sovellus Sarastialle. Se helpottaisi paljon.”

”Suora, helppo yhteydenotto tehty hankalaksi. Palveluviesteihin vastaaminen kestänyt välillä viikon. Yhteydenottotapojen tulee olla helppoja ja maksuttomia ja vastauksen saatavilla, ei mitään ”en osaa sanoa tähän mitään”- tyyliä.”

”Nopea ja ystävällinen palvelu. Chat voisi olla hyvä arkipäivisin, onhan se nyky-aikaa.”

”Työtarjotin toimii hyvin ja siitä näkee selkeästi keikkavuorot. Sovellus ei itseläni toiminut niin olen käyttänyt nettiselainta ja nettisivustoa.”

”Olisin käyttänyt mieluiten WhatsAppia tavallisin puhelinsoiton sijaan.”

”Toivoisin että mobiili versio toimisi myös IOS. Nyt esim. Ipadilla ja Iphonella ei pysty tekemään kaikkia muutoksia omiin tietoihin. Tästä johtuen joudun usein ottamaan yhteyttä asiakaspalveluun puhelimitse ja pyytämään heidän lisävään merkinnät.”

”Sarastian appi on kankea ja hyvin vanhanaikainen, eikä taivu moneenkaan. Joka kolmas kerta tulee joku ongelma työvuorojen tms. kanssa ja joutuu jatkuvasti soittelemaan. Plussaa siitä, että puhelimeen vastataan nopeasti ja asian-tuntevasti.”

”Olen käyttänyt palvelupyynnöjä aktiivisesti ja toivoisin, että vastaukset olisivat järjestelmän sisällä palvelupyynnön yhteydessä eikä sähköpostitse. Tieto vastauksesta voisi tulla sähköpostiin. En pidä nykyisestä tavasta, ettei mahdollisia lisäkysymyksiä voi esittää keskustelun tyyppisesti palvelupyynnön vastauksen.”

"Asiointikanavia on riittävästi ja ne ovat monipuolisia. Apua olen saanut aina, ja palvelu on ollut ystävällistä."

"Nettisivut on kovin vanhanaikaisia ja tietojen tallennus takkuaa joissain osissa. Mobiiliversio on näppärämpi, mutta siinä ei ole kaikkia palveluja."

**Mobiililaitteella serenetin käyttö "tökkii" usein, ei siirry sujuvasti.*

"Hallinta -palkin kautta tiedon hakeminen hankalaa, esim. Työehtosopimustietoja, missä työnantajan vakuutus jne. Usein monen mutkan takana tieto, jos löytyy sittenkään. Siksi soitankon mieluummin kalliiseen asiakaspalveluun, että saan keskustella aiheesta ja asian selvitettyä kerralla. Verkkosivut ja serenetti tulisi saada niin toimivaksi, jottei työntekijän tarvitse soittaa/viestitellä maksullisiin työnantajan numeroihin. Chat hyvä idea ja kunnollisilla "aukioloajoilla"."

"Vähän jäykkä systeemi ja ulkoasu sivuilla liian sekava. Työtarjoitukseen toivoisin kalenterinäkömää josta näkisi kunkin päivän keikat että montako keikkaa on tietylle päivälle tarjolla, helpompi hahmottaa kuin pelkät päivämäärät. Lisäksi olisi kiva että yksiköistä olisi jonkunlainen esittely esim mitä kädentaitoja tms yksikössä tarvii ja mikä osasto (kirra, sisä jne) on kyseessä. Pelkät osaston numerot ei kerro mitään jos ei ole ennestään tuttu paikka."

"Tietystä yksiköistä ei näy osasto mihin sijaista tarvitaan, vaan pelkkä yksikkö. Olen useaan kertaan toivonut tähän parannusta sekä Sarastian että yksikön esimiehen kanssa juttellessani. Sarastia syyttää ongelmasta yksikköä ja esimies Sarastiaa. Teettää kohtuuttomasti vaivannäköä ottaa selville mille osastolle olisi tarkoitus mennä. Puheluihin ei aina edes vastata, kun yrittää soittaa. Lisäksi joillain osastoilla on ollut tympeä vastaanotto kun joutuu kyselemään tyhmiä, että mihin oikein olisi menossa . Arvelevat ehkä ettei tuosta sijaisesta mihinkään ole kun ei edes löydä oikeaa paikkaa... Olen jopa harkinnut keikkailun lopettamista, kun tätä asiaa ei vaan saada kuntoon . Ei mielestäni olisi kohtuuton pyyntö saada heti alunperin tietää mille osastolle sijaista tarvitaan."

"Sekä sovellus, että nettisivut ovat mielestäni hieman tönköt. Vaikka ohjelmaa olen jo jonkun aikaa käyttänyt, tuntuu silti se melko hankalalta. Sen vuoksi keikat otan pääsääntöisesti tekstiviestien kautta itselleni. Ehdottomasti pitäisi panostaa kanavien toimintaan ja tehdä mahdollisimman selkeäksi ja yksinkertaiseksi ne."

"Asiointikanavien info ja käyttö eivät ole kovin selkeitä. Vastauksen ja palvelun olen kyllä aina saanut, mutta selkeyttä kaipaisin."

"En itseasiassa ole tietoinen, mitä kautta yhteyttä pitäisi ottaa. Joskus, kun on pitänyt lähettää joku liite, olen lähettänyt sen sähköpostin kautta, mutta kuumemma se olisi pitänyt lisätä netissä. Onko sovelluksessa samat ominaisuudet kuin nettisivulla? Olisi hyvä olla, vaikeuttaa, jos asiointikanavia on useampi eri tilanteita varten."