

Asiakasvikapuheluiden ohjaus palveluasiantuntijoille

Tuotantotestauksen vaikutukset

Tiivistelmä

Tekijä(t) Heijala-Myllynen, Leena	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 22	Valmistumisaika 2022
Työn nimi Asiaksvikapuheluiden ohjaus palveluasiantuntijoille Tuotantotestauksen vaikutukset		
Tutkinto Tradenomi (AMK)		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio Piia Lehtinen, Customer Solutions Support Services Team Lead, DNA Oyj		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten pilotoitu ja tuotantotestattu kahden eri tukilinjan palvelu vaikuttaa sisäisiin asiakkaisiin, loppuasiakkaisiin, tuen tarpeeseen sekä asiakas- ja henkilöstötyytyväisyyteen.</p> <p>Merkittävä osa tuloksista on salaista tietoa ja löytyy liitteistä.</p> <p>Vaikutukset olivat ulkoisten asiakkaiden kannalta positiivisia tai neutraaleita, mutta sisäisten asiakkaiden ja palveluasiantuntijoiden kannalta selvisi kehityskohteita.</p>		
Asiasanat DNA, tekninen tuki, palveluasiantuntija, tuotantotestaus, asiakaspalvelu		

Abstract

Author(s) Heijala-Myllynen, Leena	Type of Publication Thesis, UAS	Published 2022
	Number of Pages 22	
Title of Publication Directing customer fault calls to service specialists Impact of product testing		
Name of Degree Bachelor of Business Administration (BBA)		
Name, title and organization of the client Piia Lehtinen, Customer Solutions Support Services Team Lead, DNA Oyj		
Abstract <p>The aim of the thesis was to find out how a piloted and production-tested service of two different support lines affects internal customers, end customers, the need for support and customer and personnel satisfaction.</p> <p>The effects were positive or neutral for external customers, but areas for development became clear for internal customers and service experts.</p>		
Keywords DNA, technical support, service specialist, production testing, customer service		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	DNA.....	1
1.2	Big data ja sen käyttö yrityksissä	1
1.3	Asiakasvikapuhelut	1
2	Asiakaspalvelu ja tekninen tuki	3
3	Tuotantotestauksen vaikutuksista saatavilla oleva data ja sen käyttö	4
4	Vaikutukset asiakasvikapuheluihin.....	5
4.1	Puhelumäärä ja jonotusaika.....	5
4.2	Keskimääräinen käsittelyaika (AHT, Average handling time)	5
5	Vaikutukset sisäisiin tukipuheluihin	7
5.1	Jonotusaika ja puhelumäärä	7
5.2	Keskimääräinen käsittelyaika (AHT)	7
6	Muut tekniseen tukeen tulevat puhelut.....	8
7	Tuotantotestauksen vaikutukset myyntimääriin.....	9
8	Vaikutukset asiakastytyvyyteen	10
8.1	NPS, Net Promoter Score.....	10
8.2	Laajentaminen	11
8.3	FTR, First time resolution.....	11
8.4	Palveluasenne	11
8.5	Palveluasiantuntijoiden saamat avoimet palautteet.....	11
9	Tuotantotestauksen vaikutukset palveluasiantuntijoihin	13
9.1	Palkkaus.....	13
9.2	Työn imu.....	14
9.3	Työssä jaksaminen	16
9.4	Tuotantotestauksen parhaimmat ja pahimmat puolet palveluasiantuntijoiden mielestä.....	17
10	Tuotantotestattu toimintatapa arvojen ja strategian kannalta.....	19
10.1	Tyytyväisimmät työntekijät sekä asiakkaat ja alan paras taloudellinen kehitys...	19
10.2	Nopea, rohkea, mutkaton.....	19
11	Yhteenveto ja kehitysehdotukset	21
	Lähteet	23

1 Johdanto

Opinnäytetyössä kerron ensin alussa mikä DNA on ja mistä on kyse, kun puhutaan asiakasvika- puheluista sekä niiden ohjaamisesta. Tämän jälkeen kerron yleisesti asiakaspalvelusta sekä teknisestä tuesta ja niiden merkityksestä minkä tahansa yrityksen liiketoiminnalle. Tämän jälkeen kerron mitä dataa puheluista kerätään ja mitä osaa siitä olen käyttänyt sekä miten muuten olen dataa kerännyt. Tämän jälkeen käyn läpi vaikutuksia, joita kyseisestä datasta on pääteltävissä. Lopuksi pohdin tuotantotestattua mallia DNA:n strategian ja arvojen pohjalta sekä tiivistän yhteenvetoon tulokset ja kehitysehdotukset.

1.1 DNA

DNA on tietoliikennekonserni, joka tarjoaa asiakkailleen puhe-, data- ja tv-palveluita. DNA:lla on sekä oma kiinteä, että matkaviestinverkko. Yritys on Suomen suurin kaapelioperaattori ja sillä on yli 4 miljoonaa asiakasta. Se työllistää noin 1600 henkeä ja konserniin kuuluu DNA Kauppa, jolla on yli 60 liikettä. DNA:n strategian keskiössä on asiakaskokemus. (DNA.)

1.2 Big data ja sen käyttö yrityksissä

Big data on iso tietomassa, jonka määrä ja kompleksisuus tekee siitä vaikeasti prosessoitavaa ilman nykyaikaisia työkaluja ja menetelmiä. Olennaista on kaivaa sieltä valikoitua tietoa ja tehdä havaintoja sekä havaita trendejä ja korrelaatioita. Big datan määrä kasvaa jatkuvasti ja sitä saadaan koko ajan enemmän mm. IoT (Internet of Things) -laitteista. (Ite wiki.)

Big data itsessään on hyödytöntä, mikäli sieltä ei osaa poimia olennaista tietoa ja muokata sitä ymmärrettävään muotoon. Tätä massiivista tietomäärää voidaan käyttää yrityksissä mm. erilaisten asiakasprofiilien luontiin, tulevaisuuden ennustamiseen, markkinoinnin kohdentamiseen sekä toiminnan optimointiin. Lisäksi osa yrityksistä on tehnyt big datan hyödyntämisestä liiketoimintaa. (Rihti 2016.)

DNA kerää laajasti tietoa, joka on työntekijöiden luettavissa Tableausta. Tietoja käytetään mm. henkilöstön johtamisessa.

1.3 Asiakasvika- puhelut

Asiakasvika- puhelut ovat puheluita, joissa asiakas soittaa ilmoittaakseen viasta tai katveesta.

1.7.2021 DNA:lla alettiin ohjata asiakasvikapuheluita tekniselle tuelle. Aiemmin sama yksikkö on toiminut asiakaspalvelun tukena sekä teknisenä tukena lähinnä asiakaspalvelulle. Asiakkaat ovat ohjautuneet asiakaspalveluun ja sen teknisille osaajille, jotka sitten tarvittaessa ovat konsultoineet tukea, joka on käynnistänyt tarvittaessa viankorjauksen. Vikapuheluiden ohjausta on kahteen otteeseen pilotoitu ja tässä opinnäytetyössä keskitytään tuotantotestauksen aikana kerättyihin havaintoihin. Muihin kuin teknisiin asioihin liittyvät sisäiset tukipyynnöt ohjataan uusille palveluasiantuntijoille, joita asiakaspalvelusta on asiakaspalvelun tukeen palkattu.

Kaikki vikapalveluun soitetut puhelut eivät edelleenkään ohjaudu asiantuntijoille (tekniseen tukeen), vaan ensisijaisesti asiantuntijat edelleen palvelevat asiakaspalvelua, myynnin tukea ja asentajia. Puhelumäärä on myös sellainen, että nykyinen määrä palveluasiantuntijoita ei riittäisi vastaamaan niihin. Teknisellä tuella on myös taustatöitä, joihin osa henkilöstöstä on vuorotellen sidottuna. Aikaa käytetään myös uuden opiskeluun sekä koulututtamiseen. Teknisen tuen palveluasiantuntijoille puheluita ohjautuu arkisin kello 8–19 sekä lauantaisin kello 9–16.30. Asiakaspalveluun vikapuheluita ohjautuu lauantaisin samaan aikaan ja arkisin kello 8–21. Muulloin vikapuhelut ohjautuvat kumppanille.

DNA hyödyntää tästä opinnäytetyöstä saatua tietoa pohtiessaan jatkoa asiakasvikapuheluiden osalta: onko tavoitteet saavutettu: laadukkaampi asiakasvikapuheluiden hoito, nopeampi vian selvityksen käynnistäminen, pienempi keskimääräinen käsittelyaika ja kasvanut asiakastyytyväisyys. Lisäksi käydään läpi muita mahdollisesti ilmi tulleita vaikutuksia. Opinnäytetyön tarkoitus on antaa kokonaisvaltainen kuva siitä, mitä vaikutuksia testatulla mallilla on.

2 Asiakaspalvelu ja tekninen tuki

Jukka Hyttisen mukaan asiakaspalvelun perustehtävä on tehdä asiakkaat onnelliseksi. Tämä totta kai pitää tehdä mahdollisimman kustannustehokkaasti. Asiakaskokemukseen vaikuttaa asiakkaan odotukset sekä asiat, joiden täytyy olla kunnossa, jotta nämä odotukset pystytään täyttämään. Asiasta ja toimialasta riippuen asiakkaat saattavat hyväksyä eri mitaisia jonotusaikoja ja tärkeää onkin löytää tasapaino jonotusajan sekä resurssien välille. Yksi tärkeimmistä asioista on pyrkiä hoitamaan asiakkaan asia kerralla kuntoon. Asiakaskokemuksella on suora vaikutus asiakasuskollisuuteen. (Hyttinen 2014.)

Kokenut IT- ja media-alan yrittäjä Ilkka Lavas on sitä mieltä, että olemassa oleville asiakkaalle myyntiä ei pidä unohtaa. Lähes aina uuden asiakkaan hankkiminen on kalliimpaa kuin vanhan pitäminen. Lisäksi uuden asiakkaan tulee ensin kattaa hankinnastaan aiheutuvat kulut ennen kuin se alkaa tuottaa. On luonnollista, että asiakkaita myös häviää muun muassa kilpailun seurauksena, mutta jos vanhoista asiakkaista ei huolehdi asiakaspoistuma kasvaa. (Esa 2018.)

Asiakaspalvelulla on mahdollista saada kilpailuetua. Kuluttajakäyttäytyminen muuttuu mm. nettikaupan ja sosiaalisen median takia, minkä takia asiakaspalvelun tuottamiseen ja johtamiseenkin tarvitaan uusia tapoja. Asiakaspalvelu voidaan nähdä janana, jossa toisessa päässä on asiakas, keskellä asiakaspalvelut ja toisessa päässä voittoa tavoitteleva yritys. Joskus näillä kolmella osapuolella on hyvin erilainen käsitys onnistuneesta palvelutilanteesta ja asiakaspalvelutyöntekijä onkin kaksien erilaisten odotusten välissä puristuksessa. Asiakaspalvelua ei voi johtaa pelkästään yrityksen näkökulmasta, vaan menestykseen tarvitaan moninäkökulmaista asiakaspalvelun johtamista. (Renfors 2014.)

IROResearch selvitti Moment Digitalin toimeksiannosta lokakuussa 2021 mitä asiakkaat pitävät tärkeänä asioidessaan teknisen tuen kanssa. Tutkimushaastatteluun vastasi tuhat suomalaista. Tärkeimmäksi ominaisuudeksi annetuista vaihtoehdoista vastaajat valitsivat ”Teknistä tukea on saatavana suomeksi/omalla äidinkielelläni” (31 % vastanneista). Seuraavaksi tärkeimmiksi ominaisuuksiksi koettiin, että tuki on maksutonta ja että ”Tukea on saatavilla 24/7/365, kaikkina aikoina, kun tukea tarvitsen.” Neljänneksi tärkeimmäksi tutkimuksessa tuli se, että ongelma ratkeaa yhden kontaktin aikana. Samassa kyselyssä kysyttiin tuleeko vastaajalle mieleen joku muu teknisen tuen ominaisuus, jota pitää merkityksellisenä. Moment Digital tiivistää avoimet vastaukset toteamalla, että tekniseltä tuelta ei haluta yli-, eikä aliarviointia, sillä halutaan olevan taito kuunnella ja siltä halutaan saada ohjeet selkokielellä. (Moment Digital 2021.)

3 Tuotantotestauksen vaikutuksista saatavilla oleva data ja sen käyttö

DNA:lla on AWS-pilvipalvelussa valtava määrä dataa (big data) erilaisista sisäisistä ja ulkoisista lähteistä. Tästä datasta koostetaan raportteja Tableauhun. Tableau on ohjelmisto, joka visualisoi datan helposti ymmärrettävään muotoon (Knowit). Kyseinen aineistomäärä on suuri ja kvantitatiivista aineistoa on paljon. Aineistossa on kaikki asiakaspalveluun ja asiakaspalvelulle sekä tekniselle tuelle ohjatut puhelut kestoineen sekä tiedot kaikista asiakastytyväisyyskyselyistä. Olen rajannut dataa siten, että olen tutkinut ainoastaan rajatun ajan puheluita sekä erottanut toisistaan asiakaspalvelun ja palveluasiantuntijoiden saamat puhelut. Lisäksi samassa aineistossa on sisäiset tukipuhelut, jotka olen erottanut asiakaspalvelun tuen sekä teknisen tuen saamiin kontakteihin. Teetin myös kyselyn palveluasiantuntijoille saadakseni kvalitatiivista aineistoa.

Jollei muuta ole mainittu, on luvut saatu big datasta. Data on siis ollut olemassa, mutta tätä opinnäytetyötä varten olen kaivanut siitä olennaiset tiedot, sekä suodattanut, taulukoinut ja tilastoinut ne ja tehnyt niistä päätelmiä.

4 Vaikutukset asiakasvikapuheluihin

4.1 Puhelumäärä ja jonotusaika

IROResearch selvitti Moment Digitalin pyynnöstä kyselytutkimuksella, kuinka kauan kuluttajat ovat valmiita jonottamaan, jos asian saa hoidettua yhden kontaktin aikana. Kyselyssä asiaa selvitettiin tuhannelta suomalaiselta kesäkuussa 2021. Kyselyssä tarkennettiin, että kyseessä ei ole hätätilanne kuten esimerkiksi hätänumeroon soittamiseen. Kyselyssä oli kuusi vastausvaihtoehtoa: 20 sekuntia, 40 sekuntia, minuutti, kaksi minuuttia, joku muu aika tai että ei osaa vastata. Entinen vastauksia sai vaihtoehto kaksi minuuttia (38 % vastaajista). Toiseksi eniten vastauksia sai vaihtoehto yksi minuutti (25 %). Olennaista oli, että asiaan saa ratkaisun, mistä kertoo sekin, että kolmanneksi eniten ääniä sai vaihtoehto ”joku muu aika” (18 %). Avoimissa kommentteissa kerrottiin ajan riippuvan myös asian tärkeydestä: ”Riippuu asian tärkeydestä. Esimerkiksi jos netti ei toimisi niin jonottaisin kunnes saisin jonkun kiinni. On se sitten 5 minuuttia tai 50 minuuttia”. (Moment Digital 2021.) Jonotuksesta luovutaan helpommin silloin kun asiaa ei koeta tärkeäksi.

Liitteessä 1 on nähtävissä, kuinka monta puhelua vikapalveluun soitettiin tammi-lokakuussa 2021. Kaikkiin näihin puheluihin ei vastata teknisessä tuessa. Puheluiden määrällä on vaikutus jonotusaikaan sekä siihen, kuinka moni luopuu jonotuksesta. Tuotantotestaus on vähentänyt jonotuksesta luopuneiden määrää.

Koko kuluttaja-asiakaspalvelun keskimääräinen vastausaika heinä-syyskuussa 2021 oli 3 minuuttia ja 21 sekuntia. 34 % puheluista vastattiin alle minuutissa ja 49,9 % alle kolmessa minuutissa. (DNA.)

4.2 Keskimääräinen käsittelyaika (AHT, Average handling time)

AHT on puhelinpalvelukeskuksissa yleisesti käytössä oleva keskeinen suorituskykyindikaattori. AHT alkaa siitä, kun puheluun vastataan ja päättyy siihen, kunnes kaikki kyseiseen kontaktiin liittyvät tehtävät on suoritettu. Yleensä AHT:tä käytetään mittarina, kun lasketaan tarvittavan henkilöstön määrää ja varmistetaan, ettei työkuorma kasva kenellekään ylivoimaiseksi. (Schulman.)

Keskimääräinen käsittelyaika koostuu niin puhelun pituudesta, kuin sen jälkeen suoritetuista jälkitöistä, joita ovat mm. memo-kirjausten ja tikettien teko. Puheluiden ohjaamisella asiantuntijoille pyritään vähentämään keskimääräistä käsittelyaikaa ja siten mahdollistetaan isomman asiakasvolyymien käsittelyä. Hypoteesin mukaan aiemmin asiakaspalvelun tukena toimineella tiimillä on asiantuntevuutta vika-asioihin, joka vähentää puheaikaa. Heillä on myös työkaluja, joita asiakaspalvelulla ei ole käytössä. Asiakaspalvelu ei tikeä, joten

mahdollisten vikojen eteenpäin korjaukseen laittaminen voi kasvattaa jälkityöaikaa, mikä ei ennen heinäkuuta ole näkynyt näissä tilastoissa, vaikka onkin kuulunut asian hoitoon. Tike-töinnillä tarkoitetaan asian selvityksen laittoa eteenpäin mm. operoinneille. Edelleen palveluasiantuntijat hoitavat asiat asiakkaan kanssa, mutta eivät mm. itse korjaa verkossa olevia vikoja vaan käynnistävät viankorjauksen tiketöimällä sen oikeaan paikkaan.

AHT mittaa työntekijän tuottavuutta ja kasvattaa asiakastytyväisyyttä: Useimmissa tapauksissa matala AHT indikoi tehokasta työntekijää sekä korkeampaa asiakastytyväisyyttä. Kuitenkaan puhelimeen vastanneen ei pidä pyrkiä pienentämään AHT:tä siten, että pyrkii pitämään puhelut lyhyinä ja antaa helppoja vastauksia. Tärkeämpää on löytää sopiva AHT, kuin että luku olisi mahdollisimman matala. (Schulman.)

Liitteestä 2 on nähtävissä, kuinka tuotantotestaus on pienentänyt asiakasvikapuheluiden käsittelyaikoja, joten tältä osalta tuotantotestattu malli vastaa odotuksia.

5 Vaikutukset sisäisiin tukipuheluihin

Tuotantoonottotestauksen myötä asiakaspalvelun tukeen palkattiin kokeneita palveluneuvojia palveluasiantuntijoiksi tukemaan asiakaspalvelua muissa kuin teknisissä asioissa. Aiemmin asiakaspalvelu sai apua yhdestä paikasta, kun nyt puhelut ohjautuvat kahteen eri paikkaan.

5.1 Jonotusaika ja puhelumäärä

Liitteessä 3 on havainnollistettu, kuinka tukilinjan puheluiden määrä sekä jonotusaika ovat kehittyneet.

5.2 Keskimääräinen käsittelyaika (AHT)

Asiakaspalvelun tuessa ei ole samaa määrää jälkikäsittelyssä tehtäviä töitä kuin teknisessä tuessa ja liitteessä 4 näkyvistä numeroista on myös tulkittavissa, että ns. helpot ja nopeat asiat (ohjeisiin neuvominen, jne.) päättyvät asiakaspalvelun tukeen, kun taas teknisessä tuessa joudutaan asioita selvittämään vielä puhelun jälkeenkin. Työ kuitenkin on tehostunut tuotantoonottotestauksen myötä.

6 Muut tekniseen tukeen tulevat puhelut

DNA Tekninen tuki palvelee myös mm. asentajia sekä myynnin tukea ja muita yhteistyökumppaneita. Puheluiden määrä on pieni suhteessa tekniseen tukeen tuleviin konsultatiopuheluihin asiakaspalvelusta, mutta vaikutukset ovat olleet samanlaisia kuin tukipuheluissa. Nämä vaikutukset on tarkemmin havainnollistettu liitteessä 5.

7 Tuotantotestauksen vaikutukset myyntimääriin

Asiakkaan tilanteen kartoittaminen ja myynti on tärkeä osa asiakaspalveluun sekä vikapalveluun tulevia puheluita. Tätä työtä varten keskityin palkkioita tuottavaan dataan, jota oli vertailukelpoisena saatavilla 1.4.2021 alkaen. Myyntiä on mahdollista seurata monella eri mittarilla mm. taloudellisesti, tavoitteisiin suhteutettuna tai verrattuna aiempien vuosien toteutumiin tai saapuvaan puhelumäärään. Myynnissä tavanomaista ovat myös kausivaihtelut. Teknisen tuen puheluissa pitää myös myynnin kuulua, mutta koska se ei ole ensisijainen tavoite vaan asiakkaan ongelmanratkaisu sekä asiakastyytyväisyys, niin käyn läpi vain pintapuolisesti vaikutuksia myynnin kappalemääriin. Lisäksi raportointiin on tehty muutoksia, joten aiempien vuosien tulokset eivät ole vertailukelpoisia. Myöskään tavoitetasoja ei ole tästä huolimatta päivitetty, joten myyntejä ei pystytä niihin vertaamaan.

Liitteessä 6 on kerrottu myyntimääristä sekä niiden kehittymisestä koko asiakaspalvelussa. Kokonaisuudessa myyntimäärät ovat kasvaneet.

Myynti on tärkeä osa tämän päivän asiakaspalvelua. Lisämyyntiä ei suoriteta niin, että romutetaan asiakaskokemus tai tehokkuus. Kyse on enemmänkin asiakkaan tarpeiden kartoittamisesta sekä niiden ennakoimisesta. Hyvällä asiakaspalvelijalla on tilannetajua, empatiaa sekä palvelu- ja tuoteosaamista. Kuuntelemalla asiakasta ja kysymällä oikeita kysymyksiä tunnistetaan asiakkaan tarpeita ja osataan tarjota oikeita tuotteita ja palveluita asiakkaan nykyisiin ja tuleviin tarpeisiin. (Miettinen 2016.)

8 Vaikutukset asiakastytyväisyyteen

DNA:n seuraa asiakastytyväisyyttä puheluiden osalta lähettämällä asiakkailleen puhelun jälkeen tekstiviestin, jossa on linkki kyselyyn. Kyselyssä kysytään neljää asiaa:

1. Miten todennäköisesti suosittelisit DNA:ta äskeisen puhelun perusteella? (asteikko 1-10, 1 = Erittäin epätodennäköisesti, 10 = Erittäin todennäköisesti)
2. Kertoiko palveluneuvoja myös muista DNA:n palveluista ja tuotteista? (kyllä tai ei)
3. Saitko tämänkertaisen asiasi hoidettu (kyllä, osittain tai ei)
4. Arvioi vielä palveluneuvojan palveluasennetta (asteikko 1-10, 1 = Heikko, 10 = Erinomainen)

Lisäksi kyselyn lopussa voi jättää avointa palautetta.

Erilaiset vikatilanteet sekä jonotusaika vaikuttavat herkästi asiakkaiden antamiin arvioihin.

Ensimmäisellä kysymyksellä mitataan suosittelijoiden määrää (Net Promoter Score, NPS). Arvosanan 1–6 antaneet katsotaan arvostelijoiksi, 7–8 passiivisiksi ja 9 - 10 suosittelijoiksi. NPS luku saadaan, kun suosittelijoiden osuudesta vähennetään arvostelijoiden osuus. Jos siis 15 % kaikista vastaajista on antanut arvosanan 1–6 ja 80 % kaikista vastaajista on antanut arvosanan 9–10 on tulos 65.

Toisen kysymyksen tarkoituksena on kertoa asiakkuuden kokonaisvaltaisesta hoidosta. Se ei siis kerro pelkästään myynnillisyydestä. Saadun mittarin nimi on ”Laajennus”.

Kolmannen kyselyn mittarin nimi on ”FTR” eli First time resolution. Se kertoo siitä, kokeeko asiakas saaneensa asian hoidettua. Tulos on Kyllä-vastausten osuus kaikista vastauksista.

Vuonna 2021 näissä mittareissa ja raporteissa on ollut paljon muuttujia, jotka voivat vaikuttaa tulokseen.

8.1 NPS, Net Promoter Score

NPS eli Net Promoter Score on suositteluindeksi, jonka Frederick Reicheld esitteli vuonna 2003 ja sitä käytetään nykyään laajasti mittaamaan asiakastytyväisyyttä. Viime aikoina sitä on kuitenkin alettu kritisoida. NPS:n mittauksen hyviä puolia ovat helppokäyttöisyys (ja ymmärrettävyys), vertailtavuus, korrelointi liiketoiminnan kasvun kanssa, mahdollisuus käyttää motivointiin ja asiakkaiden sitouttamiseen. Lisäksi se on pätevä asiakasuskollisuuden mittari. NPS-luvun käytössä on kuitenkin puutteensa: Se ei tarjoa riittävästi tietoa, se on vain mittari, yrityksen asema markkinoilla voi vääristää tuloksia, ja asiakkaat helposti antavat to-

della hyviä tai huonoja arvosanoja yksittäisten kokemusten perusteella, vaikka muutoin olisivat tyytyväisiä tai tyytymättömiä palveluun. (Yli-Salomäki 2019.)

Liitteessä 7 on kerrottu miten asiakaspalvelun ja teknisen tuen saamat NPS-arviot ovat kehittyneet testauksen aikana.

8.2 Laajentaminen

Teknisen tuen puheluissa laajennetaan vähemmän, mutta kysymykseen vastanneiden määrä on sen verran pieni, että siitä ei voida tehdä luotettavia päätelmiä. Luvut on tarkemmin esitelty liitteessä 8.

8.3 FTR, First time resolution

FTR on erittäin tärkeä indikaattori, kun mitataan asiakaspalveluiden toimintaa. Sillä on selkeä korrelaatio tuottavuuteen ja kontaktien tehokkuuteen. Mitä paremmat tulokset tällä mittarilla saa, sitä vähemmän käytetään aikaa toistuviin kontakteihin. Matala FTR tarkoittaa myös sitä, että asiakas joutuu hoitamaan samaa asiaa useasti, mikä usein turhauttaa ja saa asiakkaan helposti kääntymään toisen palveluntarjoajan puoleen. FTR:stä voidaan käyttää myös termiä First Call Resolutin (FCR), mutta sitä termiä vähemmän käytetään tänä päivänä, kun asiakaspalvelu on monikanavaista. (Roy 2021.)

Tässä kysymyksessä DNA:lla vastausvaihtoehtoja on kolme (kyllä, osittain, ei) ja niistä saadut vastaukset on esitelty tarkemmin liitteessä 9. Asiantuntijatiimin saamat vastaukset ovat hieman yllättäviä, mutta selittyvät osaltaan työn luonteella.

Vuonna 2017 tehdyn tutkimuksen mukaan SQM-ryhmän FCR oli 72 % ja saman tutkimuksen mukaan maailman laajuinen FCR on noin 80 % (Limani 2022). DNA:n saamat tulokset eivät ole täysin suoraan verrattavissa tähän lukuun, osittain käytössä olevan erilaisen mittarin takia ja osittain toimialasta johtuen. Tuloksissa on kuitenkin parantamisen varaa.

8.4 Palveluasenne

Asiakkaat arvostavat palveluasiantuntijoiden palveluasennetta ja kyselyn tulokset ovat nähtävissä liitteessä 10.

8.5 Palveluasiantuntijoiden saamat avoimet palautteet

Asiakkaiden antamat sanalliset palautteet voivat joskus motivoida kovastikin. Palautteita tulee paljon ja asiantuntijoiden saamista avoimissa palautteissa nousevat esille virheen korjaus, kyky selittää asiat ymmärrettävästi sekä ystävällisyys. Liitteeseen 11 on nostettu

esille osa palveluasiantuntijoiden saamista palautteista kertomaan kokonaisuudesta. Palautteista voi tehdä johtopäätelmän, että virheen korjausta sekä palveluasennetta arvostetaan.

9 Tuotantotestauksen vaikutukset palveluasiantuntijoihin

Vaikutuksia tutkittiin toteuttamalla Webropol-kysely palveluasiantuntijoille tammikuussa 2022 tuotantotestauksen edelleen jatkuessa (Liite 12). Kyseessä oli kvalitatiivinen tutkimus. Kyselyn vastausprosentti oli 80 % ja vastanneita oli 16. Teknisen tuen palveluasiantuntijoita oli tammikuussa 2022 kahdessa tiimissä yhteensä 22. Jääväsin itseni kyselystä ja yhdellä palveluasiantuntijalla ei ollut mahdollisuutta vastata pitkän poissaolon takia. Vain neljä jätti siis vastaamatta kyselyyn.

Kyselyssä oli yhdeksän kysymystä, joista kolme oli monivalintakysymyksiä koskien tuotantotestauksen vaikutusta palkkaan, työn imuun ja työssä jaksamiseen. Lopuissa kysymyksissä pyydettiin vapaasti kommentoimaan näitä asioita sekä sitä mikä tuotantotestauksessa on ollut hyvää ja mikä huonoa.

9.1 Palkkaus

Kysyttäessä onko tuotantotestaus vaikuttanut palkkaan vastasi 37,5 % sen vaikuttaneen laskevasti, 25 % vastasi, että ei ole vaikuttanut ja 25 % ei osannut sanoa. Loppu 12,5 % koki testauksen vaikuttaneen palkkaan nostavasti.

Avoimista kommentteista on havaittavissa, että palkan laskun on aiheuttanut se, että erilaisiin tavoitepalkkioihin on vaikeampi päästä.

Kokonaispalkka on tippunut vuoden takaisesta noin 200e/kk. Tähän vaikuttanut eniten kannustinmuutokset/poistot. Korvaavien kannustimien kanssa tehdään melko hitaita liikkeitä.

Tuotantotestaus on vaikuttanut kokonaispalkkaan, tietyt palkkiot eivät toteudu. Toisaalta myyntiä on tullut hieman enemmän suorissa asiakaspuheluissa, mutta ei kuitenkaan niin paljoa, että palkka olisi pysynyt samana tai jopa noussut

Vertailussa havaittavissa lasku kokonaispalkassa joka tilille on lopulta päätynyt. Tavoitepalkkio ainakin jäänyt useammin saamatta tuotantotestauksen alun jälkeen vaikakkaan kontaktien ei pitäisi suoraan tähän vaikuttaa. Muutos suuruutena joitain satoja euroja.

Neljännes vastanneista koki, että tuotantotestaus ei ole vaikuttanut palkkaan. Avoimissa kommentteissa tähän ei oikein otettu kantaa, mutta syynä voi olla esimerkiksi myynnistä saatujen provisioiden kasvu tai se, että tavoitepalkkioihin ei ole päästy aiemminkaan.

Neljännes ei myöskään osannut vastata kysymykseen. Avointen kommenttien perusteella tämä johtuu osaltaan siitä, että osa vastanneista on aloittanut palveluasiantuntijana vasta

tuotantotestauksen ollessa käynnissä, joten ei ole vertailukohdetta ja osa ei taas seuraa omaa palkkaansa.

Kaksi henkilöä vastasi tuotantotestauksen nostaneen palkkaa. Suurin syy tähän lienee myyntimahdollisuuksien kasvaminen ja niihin tarttuminen, mistä on mahdollista tienata provisioita.

Enemminkin nostanut koska on saanut myyntejä asiakaskontakteista.

Palveluasiantuntijoiden palkkiomalli on esitelty liitteessä 13.

Kun kyseessä on ollut pilotti, ei näihin palkkiomalleihin ole tehty muutoksia vaan tarkoitus on tehdä muutokset, kunhan testauksesta päästään tuotantoon ja mallista tulee pysyvä.

9.2 Työn imu

Työn imu on työhön liittyvää innostusta ja merkityksellisyyden kokemusta. Sitä voi kokea kaikissa ammateissa. (Työterveyslaitos.)

Työterveyslaitoksen mukaan työn imu tarkoittaa työssä viihtymistä ja motivaatiota. Työn imu näkyy työssä tarmokkuutena, omistautumisena ja uppoutumisena. Työn imu on muuta kuin sitä, että töissä viihtyy. Työntekijät, jotka tätä kokevat ovat aloitteellisia, uudistushalukkaita, onnellisia ja sitoutuneita. Työn imua edistävät erilaiset tehtävään, työn järjestämiseen, vuorovaikutukseen ja organisaation liittyvät tekijät, jotka auttavat työntekijää onnistumaan tehtävässään sekä saavat aikaan halua tehdä työ hyvin. (Työterveyslaitos.)

Työterveyslaitos teetti tutkimuksen 87 työpaikalla 11 500 työntekijälle ja havaitsivat, että ammatista riippumatta tärkeimmät työn imua kasvattavat asiat olivat:

- Työn kehittävyys (mahdollisuus käyttää taitojaan monipuolisesti sekä oppia lisää)
- Välitön palaute (ns. "nähdä omien kättensä jäljet)
- Voimaannuttava tiimissä työskentely (itseohjautuvat tiimi, jossa on autonomiaa sekä kyvykkyyttä ja jonka työn kokee merkitykselliseksi)

(Työterveyslaitos.)

Kyselyssä palveluasiantuntijoille työn imua kuvattiin termillä: "Työn imu on työhön liittyvää innostusta ja merkityksellisyyden kokemusta". Vastaukset olivat yhtenäiset palkan muutosten kanssa: 37,5 % koko työn imun vähentyneen, 25 % koki, että työn imu ei ole muuttunut, 25 % ei osannut vastata ja 12,5 % koki työn imun kasvaneen.

Avoimissa vastauksissa työn imusta toistuvat samat teemat kuin työterveyslaitoksen tutkimuksessa, mikä lisää työn imua. Vastanneet kokevat, että työssä ei ole mahdollista enää kehittyä samalla tavalla kuin aiemmin ja työn merkityksellisyys on vähentynyt. Motivaation laskua on myös havaittavissa.

Asiakkaat vaan eivät ole yhtä osaavia tai mukavia kuin palveluneuvojat, se että palvelullaan enemmän asiakasta ja autetaan suoraan ilman mutkia ei lisää työn imua välitettävästi. Mieluummin tutkin järjestelmiä kuin yritän neuvoa iäkkäälle asiakkaalle laitteiden toimintaa ja käyttöä.

Siinä kun yrittää etsiä puoli tuntia asiakkaan kaukosäätimestä mökin kuvaa niin on tosi vaikeaa nähdä itseään asiantuntijana. Silloinkin kun asiakkailla on vika-asioita niin 90 % niistä on niin yksinkertaisia, ettei oikein näe tarpeen kehittää omaa teknistä osaamistaan. Ne eivät yksinkertaisesti ole riittävän haastavia. Eipä kehittämiseen tosi olisi aikaakaan.

Työ ei innosta tai motivoi samaan tapaan kuin aiemmin, turhautumisen tunteet ovat lisääntyneet ja tunne ammatillisesta osaamisesta ajoittain vähäinen. Usein herätessä tekisi mieli tehdä jotakin muuta kuin aloittaa työt, ennen tuotantotestausta tältä tuntui harvoin. 85 % asiakastapauksista koskee iäkkäitä ihmisiä ja kontaktien aikana turhautuu, kun kokee ajan menevän hukkaan odotellessa kaapeleiden kytkemistä tms.

Mahdollisuus vaikuttaa isompien kuviodien etenemiseen tuntuu vähentyneen. Työmäärä tuntuu kasvaneen, mutta tätä ei tietenkään huomioda esim. palkkauksen suhteen millään tavalla. Se, että kyseessä on "testaus", ei tässä ihan hirveästi lämmitä varsinkaan siksi, että testaus on kohta jatkunut jo 3/4 vuotta.

Työn mielekkyys on laskenut merkittävästi ja jaksaminen työssä heikentynyt. Oma osaamista ei voi enää kehittää, koska linja on koko ajan tukossa. Varsinaisesti suorat asiakaspuhelut eivät häiritse, mutta resurssi ei enää riitä mihinkään muuhun. "Luovaa" vianratkaisua ei enää pysty tekemään, koska ei ole koskaan aikaa ajatella. Koska jatkuvasti on kiire niin ei ehdi tehdä mitään. Tuotantotestauksen vuoksi viime vuodelta jäi 40 h oppimishaastekin puolitiehen - ja varmaan jää tänäkin vuonna. Käytännössä etenkin lauantaisin täytyy hoitaa ihan normaaleja asiakaspalvelutöitä.

Toisaalta välitöntä palautetta tulee enemmän ja osa kokee työn imun kasvaneen tai että se ei ole muuttunut:

Tässä on paljon hyvää, esim. ei putoa asiakasrajapinnasta vaan muistaa itsekin, että asiakkailla on kuitenkin yleensä ihan oikea ongelma, kun he soittavat ja onhan se aivan ihanaa saada asiakkaiden ongelmat ratkaistua ja sitä kautta tyytyväiset

asiakkaat. Välillä on raskasta, jos sattuu samalle viikolle paljon perusopastuksia ja iäkkäämmät asiakkaat ovat yleensä hitaita, joten puhelut venyvät ja saattaa olla ihan kpo ongelmia.

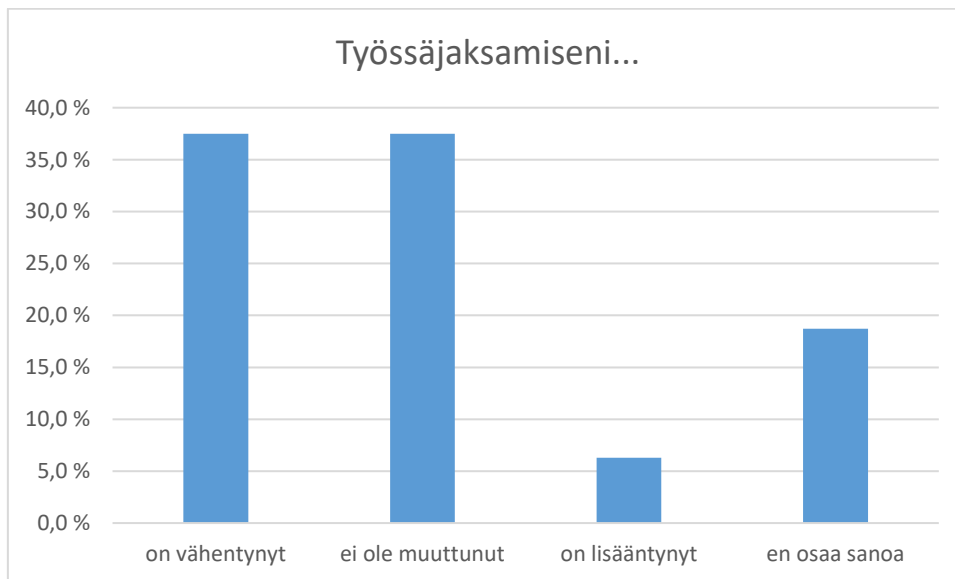
Imu on lisääntynyt koska ongelmien selvitys asiakkaiden kanssa suoraan on helpompaa.

Tuotantotestauksen aikana on päässyt keskittymään kapeampaan osaamisalaan, mikä parantaa omaa osaamista, mikä taas puolestaan parantaa motivaatiota.

Osa vastanneista on aloittanut työt palveluasiantuntijana vasta testauksen aikana, joten eivät tiedä onko tässä tapahtunut muutosta tai eivät muutoin osaa sanoa.

9.3 Työssä jaksaminen

Kyselyssä kysyttiin kokeeko työssäjaksamisessaan muutosta. Yhtä monta vastaajaa koki, että muutosta ei ole tapahtunut kuin että työssä jaksaminen on vähentynyt. Yhden vastaajan mukaan työssä jaksaminen on lisääntynyt ja kolme vastaajaa ei osannut sanoa. (Kuvio 6)



Kuvio 6. Palveluasiantuntijoiden kokemukset tuotantotestauksen vaikutuksesta työssäjaksamiseen.

Syitä työssäjaksamisen vähentymiseen ja pysymiseen ennallaan kommentoitiin avoimissa kommenteissa. Työtehtävät eivät enää miellytä, työ on kuormittavampaa ja sitä on enemmän, mutta se ei kuitenkaan tarjoa haasteita.

Ehkä vähän vähentynyt, kun työtehtävien miellyttävyys on laskenut. Varsinkin niinä päivinä, kun asiakkaiden keski-ikä linjassa on 70+ niin ei oikein nappaa

Jaksaminen vähentyy, jos jokin muutos ei miellytä. Tämä myös tuottanut osittain paljon "lisätyötä" esimerkiksi tiketöinnin osalta vanhaan verrattuna.

Viitaten oikeastaan edelliseen kirjaukseen. Paljon on hyviä asioita tämän myötä tullut mutta asiakaspalvelu on väillä raskasta, siitä nyt ei vaan pääse mihinkään.

Koska työ ei ole riittävää haastavaa eikä mahdollista itsensä kehittämistä niin koen turhautumista ja sen vuoksi todennäköisesti hakeudun muualle töihin.

Työstä on tullut merkittävästi kuormittavampaa vaikkakin paljon helpompaa ammatillisella tasolla. jaksaminen/mielenkiinto/motivaatio on heikentynyt mielestäni merkittävästi

Vaikka työ on palkitsevaa ja mieluista, toisinaan myös hyvin raskasta. Tähän lisättynä pienentynyt palkka on toisinaan vähentänyt jaksamista. Tuntemukset voivat kuitenkin vaihdella päivittäin

Yhden vastaajan mielestä työssä jaksaminen on kuitenkin parantunut:

Nyt kun ei ole tarvinnut osata "kaikkea", oma jaksaminen on parantunut.

9.4 Tuotantotestauksen parhaimmat ja pahimmat puolet palveluasiantuntijoiden mielestä

Kyselyn avoimissa kysymyksissä pyydettiin kertomaan myös mikä tässä mallissa on parasta ja mikä haasteellisinta.

lökkäät asiakkaat, perus asiakaspalvelutyö, pitkät asiakasvikapuhelut, kiire, oman ajankäytön hallinta ja puheluiden ohjautuminen koettiin haastavina ja tässä osa siihen liittyvistä kommentteista:

Ei varsinaisesti haasteita itse työssä, mutta haasteeksi voi lukea ikäihmiset joiden kanssa puhelut kestävät. Koen, että asiakasvikapuhelut vie aikaa sisäiseltä tuelta, mutta ei mitään tilastollista faktaa sen tueksi.

Sehän tässä onkin haasteellista, kun periaatteessa pitäisi olla osaamista myös "aspaasioissa", vaikka se ei kuulukaan ydintyöhön.

Työ ei juurikaan haasta tällä hetkellä, useimmiten opastettavat ovat iäkkäitä ja kontaktit vievät paljon aikaa. Roolivaihtelu seniorilinjasta "asiantuntijarooliin" kuormittaa yllättävän paljon. Motivaatio tippunut kovin alas tänä aikana.

*Huonolla tuurilla suurin osa puhuu asiakkaiden kanssa samaan aikaan. Puhelut sa-
tunnaisesti melko pitkiä riippuen asiakastapauksista. Tällöin sisäisen tuen tarve ruuh-
kautuu.*

*Tuntuu että oman työn johtaminen on vielä hakusessa. Paljon on itsestä kiinni että
ottaa aikaa hoitaakseen omat työt. Välillä kiire on sietämätöntä ja ei vaan jaksa viikko
tolkulla että koko ajan on kiire.*

*Koen haastavaksi varsinkin sen, etteivät asiakkaat saa tasavertaista palvelua. Edel-
leen osa puheluista valuu asiakaspalvelun hoitoon ja koska soittavat samaan nume-
roon, luulevat toisinaan keskustelleensa teknisen tuen kanssa. Aiheuttaa toisinaan
mielipahaa ja turhaa selvittelyä asiakkaan suuntaan*

*Kosketuspinta asiakaspalvelun päivittäisiin toimintoihin vika-asioiden ulkopuolella hä-
märtyy. Tämä aiheuttaa haasteita lähinnä asiakasvikapuheluiden osalta, jos pitäisi
tehdä muutakin kuin hoitaa vika-asiaa.*

Tuotantotestauksessa palveluasiantuntijat näkevät paljon hyvää siinä, että pääsevät puhu-
maan asiakkaiden kanssa ja saavat kiitosta heiltä. Vikojen selvittäminen tuottaa nautintoa
ja asiat sujuvat ilman turhia kiertoteitä:

*Parasta on ne tilanteet, kun pääsen ratkomaan jonkin ongelman, missä oikeasti pää-
sen asiantuntijuuttani hyödyntämään.*

*Asiakkaalta saa useimmiten faktatietoa esimerkiksi tiketeille, toisinkuin aspasta vian-
kuvaus saattaa muuttua hyvinkin vahvasti soittaessa meille.*

*Vaihtelu ja se että päästään auttamaan asiakkaita suoraan ilman "rikkinäinen puhelin"
efektiä. Päästään nopeammin kiinni isoihin vikoihin ja myös pienempiä vikoja herkem-
mällä korvalla selvitykseen.*

*Asiakkaiden kanssa keskusteleminen. Suorat asiakaspuhelut ovat sinänsä ihan kiva
juttu, mutta käytännön toteutus ei toimi. Jos tilanne jatkuu näin niin eiköhän parin vuo-
den sisällä tekninen tuki oikeastaan ole sama kuin tekninen pooli. Etenkään ei toimi
ajatus siitä, että meidän pitäisi käsitellä ne kaikki kontaktit. Olisi parempi, jos tetu ot-
taisi vikapuheluita vain tiettyihin kellon aikoihin, esim. ei-ruuhka-ajat.*

*Oppii suoraan asiakkailta minkälaisia käytännön ongelmia ilmenee. Asiakkaan kiitos,
kun asia on saatu hoidettua.*

10 Tuotantotestattu toimintatapa arvojen ja strategian kannalta

DNA:n visiona on tyytyväisimmät asiakkaat. Erinomaista asiakaskokemusta tukevat DNA:n keskeiset tukijalat, joihin kuuluvat laadukkaat matkaviestin- ja kiinteät verkot, motivoitunut ja asiakasorientoitunut henkilöstö, edistynyt data-analytiikka sekä haastajakulttuuri, joka näkyy toiminnan ketteryutenä ja kustannustehokkuutena. -dna.fi

DNA:n strategia on luotu asiakkaan ympärille. Se pyrkii siihen, että sillä on alan tyytyväisimmät asiakkaat. Yritys uskoo siihen, että kun henkilöstö on tyytyväinen se voi tarjota alan parasta asiakaspalvelua. DNA pyrkii olemaan erinomainen työpaikka. DNA:n strategian mukaan tyytyväiset asiakkaat keskittävät palveluitaan DNA:lle, mikä johtaa toimialan parhaaseen taloudelliseen kehitykseen sekä markkinoita nopeampaan kasvuun. (dna.fi)

DNA:n arvot nopea, rohkea ja mutkaton ohjaavat yrityksen ja sen henkilöstön toimintaa. Nopeus tarkoittaa, että palvelut toimivat. Mutkaton tarkoittaa asiakkaan kuuntelua ja kaikessa toiminnassa pyritään tekemään hankalistakin asioista helppoja. Rohkeus tarkoittaa niin mainontaa, asioihin tarttumista kuin uuden kokeiluakin. (dna.fi)

10.1 Tyytyväisimmät työntekijät sekä asiakkaat ja alan paras taloudellinen kehitys

Tuotantotestattu toimintamalli on selkeästi kasvattanut asiakastyytyväisyyttä NPS-kyselyiden perusteella, mikä on mahdollisesti myös vaikuttanut strategian mukaisesti palveluiden suositteluun ja keskittämiseen DNA:lle. Tämä edesauttaa taloudellista kasvua ja näkyikin myynnin kasvuna asiakaspalvelussa.

Palveluasiantuntijoille tehdyn kyselyn mukaan tuotantotestattu malli ei ole kasvattanut työn imua tai työssäjaksamista. Palveluasiantuntijat eivät siis ole täysin tyytyväisiä malliin tai tuotantotestaukseen. Kyselyn perusteella ei kuitenkaan voida tehdä tarkkoja päätelmiä työtyytyväisyydestä, koska työntekijöiden tyytyväisyyteen vaikuttaa moni asia.

10.2 Nopea, rohkea, mutkaton

Palveluasiantuntijat ovat nopeita, mikä näkyy mm. asiakasvikapuheluiden keskimääräisen käsittelyajan tippumisella. Tuotantotestatulla mallilla asiakkaan tarvitsee viettää vähemmän aikaa puhelimesta silloin kun palvelu ei toimi. Lisäksi puhelimeen vastataan aiempaa nopeammin.

Rohkeus tarkoittaa montaa asiaa, mutta yksi tärkeä asia siinä on vastuunotto. Kun puhelu menee suoraan tekniseen tukeen ei asiaa tarvitse erikseen siirtää asiakaspalvelusta palveluasiantuntijoille vaan kontaktista vastuun ottaa vain yksi taho.

Mutkattomuus ohjaa toimintaa myös teknisessä tuessa. Avoimien palautteiden perusteella asiakkaat kokevat, että heitä kuunnellaan sekä ymmärretään ja asioista tehdään riittävän helppoja, jotta hekin niitä ymmärtävät.

11 Yhteenveto ja kehitysehdotukset

Tuotantotestauksen alun jälkeen on pystytty palvelemaan yhä useampaa vika-asiasta soit-
tanutta asiakasta. Asiakkaat joutuvat myös jonottamaan vähemmän aikaa ja luopuvat har-
vemmin jonotuksesta. Tilastojen perusteella asiantuntijatiimi hoitaa vikapuhelut nopeammin
sekä laadukkaammin. Sisäisen tuen tarve on myös vähentynyt, koska osa sellaisista puhe-
luista, jotka aiemmin ovat vaatineet konsultaation eivät mene asiakaspalveluun vaan pää-
tyvät tekniseen tukeen.

Teknisen tuen konsultaatiolinjojen vastausaika on pidentynyt ja yhä useampi luopuu jono-
tuksesta. Etenkin tämä näkyy asentajien, myynnin tuen ja muiden yhteistyötahojen puhe-
luissa.

Tuotantotestauksen vaikutusta koko asiakaspalvelun myyntimääriin ei saatu opinnäyte-
työssä luotettavasti selvitettyä, mutta vaikuttaa siltä, että suurempaa vaikutusta ei ole ollut.

Asiakkaat ovat tyytyväisiä teknisestä tuesta saamaansa palveluun, mikä näkyy asiakastyy-
tyväisyyskyselyissä etenkin NPS:n ja palveluasenteen kohdalla. Myös avoimissa palaut-
teissa korostuu palveluasenne, asiantuntijuus sekä virheiden korjaamisen taito.

Teknisen tuen työntekijät näkevät mallissa paljon hyvää, mutta se on vaikuttanut osittain
negatiivisesti palkkaan, työssä jaksamiseen sekä työn imuun.

Vaikkakin asiakkaat siis mallista hyötyvät, ei se nähdäkseni ole nykyisellään valmis vaan
vaatii kehittämistä etenkin konsultaatiolinjojen saatavuuden parantamiseksi ja palveluasian-
tuntijoiden hyvinvoinnin kasvattamiseksi.

Yksi vaihtoehto, millä sisäisten linjojen saatavuutta voisi parantaa olisi kiertävä ”ei asiakas-
vikapuheluita” vuoro. Joka päivä siis muutama palveluasiantuntija keskittyisi ainoastaan si-
säisiin konsultaatiolinjoihin. Tällöin konsultaatiolinjat eivät ruuhkautuisi niin pahasti, jos use-
ampi palveluasiantuntija on samaan aikaan sidottuna pidempään asiakasvikapuheluun.
Vuoro vaihtelisi, jotta kaikki saisivat vaihtelua työtehtäviin ja kosketus asiakasrajapintaan
säilyisi.

Työntekijöitä jatkuva testaus ja pilotointi alkaa jo rasittaa, joten on aika siirtyä testauksesta
tuotantoon. Tässä yhteydessä palkkiomalli pitää miettiä uusiksi, jotta se ohjaa tekemistä
oikeaan suuntaan. Palkkiomalliin pitää ottaa huomioon asiakasvikapuhelut ja niistä saata-
vat asiakastytyväisyyskyselyiden tulokset. Myös konsultaatiolinjan AHT-tavoitteet pitää
miettiä uusiksi, koska linjaan tulee yhä vähemmän helppoja ja nopeita kyselyitä ja enemmän
pidempiä vika-asioita.

Tähän asti palveluasiantuntijat ovat itse pitäneet yllä omaa osaamistaan, mutta motivaatio siihen on laskenut ja siihen ei uskalleta ottaa aikaa. Tähän pitää luoda uusi malli ja mahdollisesti hyödyntää asiakaspalvelun valmennusmallia. Toinen vaihtoehto on osoittaa selkeä aika tälle sekä materiaali, jonka avulla jokainen voi kehittää omaa osaamistaan. Osaamisen kehittäminen lisää työn imua.

Työn psykososiaaliset kuormitustekijät voivat olla yksi syy työssäjaksamisen vähentymiseen. Näillä tekijöillä tarkoitetaan työn sisältöön, järjestelyihin ja sosiaaliseen toimivuuteen liittyviä tekijöitä. Työn psykososiaaliset kuormitustekijät pitää tunnistaa, arvioida ja niihin pitää puuttua. Toimenpiteiden riittävyyttä pitää seurata. Haitallista kuormitusta pitää myös pyrkiä ehkäisemään. Tässä voidaan käyttää apuna työterveyshuoltoa. (Työsuojeluhallinto 2021.)

Lähteet

DNA. 2021 Sisäiset ohjeet; Asiakaspalvelun tuen palkkio malli. Ei julkaistu

DNA. Arvomme ohjaavat toimintaamme. Viitattu 26.12.2021. Saatavissa <https://corporate.dna.fi/yrityksena/arvot>

DNA. Kuluttaja-asiakaspalvelun vastausajat Q3/2021. Viitattu 20.2.2022. Saatavissa <https://www.dna.fi/yhteystiedot/asiakaspalvelun-vastausajat>

DNA. Teemme asiakkaidemme arjesta mahdollisimman mutkatonta. Viitattu 26.12.2021. Saatavissa <https://corporate.dna.fi/yrityksena/strategia>

DNA. Teemme asiakkaidemme arjesta mutkattomampaa, jotta jokainen voi keskittyä itselleen tärkeisiin asioihin. Viitattu 12.3.2022. Saatavissa: <https://corporate.dna.fi/yleista-taloudesta>

Esa, M. 4.10.2018 Tiedätkö mitä uusi asiakas maksaa yrityksellesi? Y-studio. Viitattu 20.2.2022. Saatavissa <https://y-studio.fi/yrityksen-alku/talous/tiedatko-mita-uusi-asiakas-maksaa-yrityksellesi/>

Hyttinen, J. 15.3.2014 Mistä syntyy menestyvä asiakaspalvelu? ASML – Suomen asiakasmarkkinointiliitto ry. Viitattu 20.2.2022. Saatavissa <https://www.asml.fi/blogi/mista-syntyy-menestyva-asiakaspalvelu/>

Ite wiki. Big data. Viitattu 20.3.2022. Saatavissa <https://www.itewiki.fi/opas/big-data/>

Knowit Oy: Tableau. Viitattu 5.2.2022. Saatavissa https://www.knowit.fi/palvelut/solutions/dataohjattu-liiketoiminta/modernit-teknologiat-ja-pilvidata-alustat/tableau/?utm_term=tableau&utm_campaign=Data+%7C+Teknologiat&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=6211625184&hsa_cam=15388214114&hsa_grp=129662269105&hsa_ad=564688325701&hsa_src=q&hsa_tgt=kwd-72701751&hsa_kw=tableau&hsa_mt=e&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&qclid=Cj0KCQiA3fiPBhCCARISAFQ8QzV6b40Ve_c-KDlvZmrsAcCzDhEJYPUyYiV-G8rO3JCepInPQcVlo-gaAuOqEALw_wcB

Limani, K. The benefits of improving First Contact Resolution rates. SurveyPal. Viitattu 5.2.2022. Saatavissa <https://surveypal.com/blog/the-benefits-of-improving-first-contact-resolution-rates/>

Miettinen, P. 15.11.2016 Myynti asiakaspalvelussa on tyrkytystä? Dun & Bradstreet. Viitattu 5.2.2022. Saatavissa <https://www.dnb.com/fi-fi/syvenna-osaamistasi/ajatuksiamme/myynti-asiakaspalvelussa-on-tyrkytysta/>

Moment Digital 1.11.2021 Tutkimus Teknisen tuen tärkeimmät ominaisuudet. Viitattu 20.2.2022 Saatavissa <https://momentdigital.fi/tutkimus-teknisen-tuen-ominaisuudet/>

Moment Digital 28.7.2021 Tutkimus: Puhelinasiakaspalvelun jonotusaika. Viitattu 5.2.2022. Saatavissa <https://momentdigital.fi/tutkimus-puhelinasiakaspalvelun-jonotusaika/>

Renfors, S. 12.12.2014 Muuttuva kuluttajakäyttäytyminen edellyttää uusia tapoja johtaa ja tuottaa asiakaspalvelua. AMK-lehti. Viitattu 20.2.2022. Saatavissa <https://uasjournal.fi/tutkimus-innovaatiot/muuttuva-kuluttajakayttaytyminen-edellyttaa-uusia-tapoja-johtaa-ja-tuottaa-asiakaspalvelua/>

Rihti, M. 27.8.2016. Big data – miten voit hyödyntää sitä liiketoiminnassasi? Telia. Viitattu 20.3.2022. Saatavissa <https://www.telia.fi/yrityksille/artikkelit/artikkeli/big-data-liiketoiminnassasi>

Roy, A. 6.1.2021 What is FTR (First Time Resolution) and How Do You Calculate It? CX Today. Viitattu 5.2.2022. Saatavissa <https://www.cxtoday.com/contact-centre/what-is-ftr-first-time-resolution-and-how-do-you-calculate-it/>

Schulman, H.: 18 Call Centerin keskeistä KPI:tä. Lightico. Viitattu 5.2.2022. Saatavissa <https://www.lightico.com/fi/blog/18-call-centerin-keskeista-kpita/>

Työsuojeluhallinto 31.12.2021: Psykososiaalinen kuormitus. Viitattu 30.1.2022. Saatavissa <https://www.tyosuojelu.fi/tyoolot/psykososiaalinen-kuormitus>

Työterveyslaitos Työn imu. Viitattu 30.1.2022. Saatavissa <https://www.ttl.fi/teemat/tyohyvinvointi-ja-tyokyky/tyon-imu>

Yli-Salomäki, J. 27.3.2019: NPS-luku ja sen vahvuudet ja heikkoudet. Roidu Oy. Viitattu 30.1.2022. Saatavissa <https://roidu.com/blogi/nps-luku/>