

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma

Maija Sokkanen

Kirjanpitäjän asiakaspalvelu- ja myyntitaidot

Opinnäytetyö
Marraskuu 2014



OPINNÄYTETYÖ
Marraskuu 2014
Liiketalouden koulutusohjelma

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
(013) 260 6800

Tekijä
Maija Sokkanen

Nimeke
Kirjanpitäjän asiakaspalvelu- ja myyntitaidot

Toimeksiantaja
Tiltoimisto X Oy

Tiivistelmä

Taloushallinnon sähköistyminen ja automatisoituminen on tuonut merkittäviä muutoksia tilitoimistoalalle. Perinteisestä tietoa tallentavasta kirjanpitäjästä on tullut asiakasyrityksensä konsultoituva neuvonantaja. Rutiininomaisten töiden vähentyessä kirjanpitäjän rooli asiakaspalvelijana ja myyjänä vahvistuu.

Opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona taloushallinnon palveluita tarjoavalle yritykselle. Opinnäytetyöni tarkoituksena on kuvata, millaiset ovat kirjanpitäjien asiakaspalvelu- ja myyntitaidot. Tarkoituksena on ollut selvittää myös, kuinka kirjanpitäjät kokevat onnistuvansa asiakaspalvelu- ja myyntityössä sekä millaiset asiat he kokevat haasteellisena asiakaskohtaamisissa. Tutkimus on toteutettu laadullisena tapaustutkimuksena. Teoreettinen viitekehys koostuu taloushallinnon toimialasta, kirjanpitäjän toimenkuvasta, asiakaspalvelusta, myyntityöstä ja asiakkaiden vaiheista. Aineisto on kerätty haastattelemalla tilitoimistossa työskenteleviä kirjanpitäjiä.

Tutkimuksen perusteella selvisi, että kirjanpitäjät ovat kiinnostuneita asiakkaistaan sekä he kuuntelevat ja huomioivat asiakkaansa asiakaspalvelutilanteessa. Kirjanpitäjät tarjoavat asiakkailleen luotettavaa, ajantasaista ja asiantuntevaa palvelua. Kirjanpitäjät toivovat enemmän sujuvaa yhteydenpitoa asiakkaiden kanssa. Työn kuormittavuuden ja ajoittaisten kiirehuippujen vuoksi asiakastyölle ei jää aikaa niin paljon, kuin kirjanpitäjät haluaisivat. Tutkimus osoittaa lisäksi, että kirjanpitäjät tarvitsevat enemmän koulutusta ja tukea työnantajaltaan toimiessaan asiakaspalvelu- ja myyntitehtävissä.

Kieli
suomi

Sivuja 51
Liitteet 1

Asiasanat
Asiakaspalvelu, myynti, asiakassuhde



THESIS
November 2014
Degree Programme in Business Economics
Karjalankatu 3
FIN 80200 JOENSUU
FINLAND
(013) 260 6800

Author
Maija Sokkanen

Title
Accountants' Customer Service and Sales Skills

Commissioned by

Abstract

The increase of electronic business and automation has led to significant changes in financial administration. Traditional accountants mainly responsible for data entry have become consultants who advise and counsel their client companies. When the amount of routine accounting tasks decreases, the accountant's role in customer service and selling strengthens.

This thesis was commissioned by a company that offers financial administration services. The study aims at describing, what the customer service and sales skills of accountants are like. The objective was to investigate how accountants succeed in customer service and sales work and what kind of challenges they experience in their customer service encounters.

The research was a qualitative case study. The theoretical part of the thesis discusses accounting business, accountants' tasks and job description, customer service, sales work and the stages of customer relationships. Data for this study was collected by interviewing the accountants who work in the commissioning agency.

This study shows that the accountants are interested in their customers, and listen and attend to them in customer service situations. The accountants offer current, reliable and professional service to their customers. However, the participating accountants hope that they could communicate more fluently with the customers. Because of work overload and strain during peak times, the accountants feel that they do not have enough time to concentrate on their customers, even if they want to. The results of the study suggest that the accountants need more advice and support from their employer for their customer service and sales tasks.

Language
Finnish

Pages 51
Appendices 1

Keywords
customer service, sales work, customer relation

Sisältö

1	Johdanto.....	6
1.1	Opinnäytetyön tausta.....	6
1.2	Opinnäytetyön tavoite.....	7
1.3	Menetelmä.....	7
1.4	Rakenne	7
2	Taloushallinto.....	8
2.1	Toimialan muutokset ja haasteet.....	8
2.2	Taloushallintoliiton toimialastandardi TAL-STA.....	9
2.3	Kirjanpitäjän toimenkuva	11
3	Asiakaspalvelu	13
3.1	Palvelun määritelmä	13
3.2	Palvelun osatekijät.....	14
3.2.1	Palvelukulttuuri	14
3.2.2	Palvelutuotanto.....	15
3.2.3	Palvelupaketti.....	15
3.2.4	Palvelun laatu	16
3.3	Palvelutapahtuman vaiheet	17
3.4	Millainen on hyvä asiakaspalvelija?.....	18
4	Henkilökohtainen myyntityö	20
4.1	Myyntityön muodot.....	20
4.2	Myyntiprosessi	21
4.3	Myyntineuvottelu	21
5	Asiakkuuden vaiheet	24
5.1	Uusasiakashankinta	25
5.2	Asiakkuuden syntyminen.....	26
5.3	Asiakkuuden jalostuminen.....	26
5.4	Asiakkuuden loppuminen	27
6	Menetelmä ja toteutus.....	28
6.1	Tutkimustehtävä	28
6.2	Tavoitteet	28
6.3	Menetelmä.....	29
6.4	Aineiston hankinta.....	29
6.5	Haastattelu.....	30
6.6	Analyysi	32
7	Tulokset	33
7.1	Haastateltavien taustatiedot	33
7.2	Asiakaspalvelu	33
7.2.1	Kirjanpitäjien asiakaspalvelutaidot	34
7.2.2	Kirjanpitäjän asiakaspalvelutyö	36

7.2.3	Työyhteisön tuki asiakaspalvelussa.....	36
7.2.4	Asiakaspalvelun laatu.....	37
7.2.5	Kirjanpitäjien ehdotukset asiakaspalvelun kehittämiseen	38
7.3	Henkilökohtainen myyntityö.....	39
7.3.1	Asiakas- ja tuotetuntemus	40
7.3.2	Henkilökohtaisen myyntityön haasteet.....	40
7.3.3	Myynnin jälkihoito	41
8	Johtopäätökset ja pohdinnat	41
8.1	Tulosten johtopäätökset	42
8.2	Kehittämismahdollisuudet	45
8.3	Tulosten luotettavuus.....	47
8.4	Pohdinnat	49
	Lähteet.....	51

Liitteet

Liite 1 Haastattelukysymykset

1 Johdanto

Teen opinnäytetyöni toimeksiantona taloushallinnon palveluita tarjoavalle yritykselle. Opinnäytetyöni aiheena on kirjanpitäjän asiakaspalvelu- ja myyntitaidot sekä niiden kehittäminen. Kirjanpitäjän toimenkuva on muuttunut toimialan muutoksen myötä. Kirjanpitäjiltä vaaditaan monipuolista osaamista ja valmiuksia kehittää omaa ammattitaitoaan toimialan kehittyessä. Asiakkaiden odotukset ja vaatimukset taloushallinnon palveluita tarjoavilta yrityksiltä ovat kasvaneet viime vuosien aikana. Asiakkaat toivovat kirjanpitäjiltä konsultoivaa ja asiantuntevaa palvelua.

1.1 Opinnäytetyön tausta

Opinnäytetyöni aihe nousi esille keskustellessani toimeksiantajan kanssa tilitoimiston asiakaspalvelusta. Tilitoimiston esimiestehtävissä toimivat henkilöt yrittävät löytää ratkaisuja siihen, kuinka kirjanpitäjien toimintatavoista saataisiin asiakaslähtöisempiä. Taloushallintoalalla muutoksia ovat aiheuttaneet uusiutuva lainsäädäntö sekä tilitoimistojen työntekijöiden lisääntyneet osaamisvaatimukset. Toimialan vahvuuksia ovat toiminnan jatkuvuus lakisääteisyys vuoksi sekä taloushallinnon palveluyritysten tuottaman tiedon suuri merkitys asiakasyrityksille. Tilitoimistoissa työtehtävät monipuolistuvat, koska perinteisestä kirjanpidosta siirrytään johdon tukemiseen ja konsultointiin. Rutiinitehtävät hoidetaan yhä useammin sähköisesti. Kirjanpitäjät ovat nykyistä enemmän itsenäisesti vastuussa asiakassuhteidensa hoidosta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014.)

Asiakkaat haluavat yksilöllistä palvelua, ja he toivovat, että heidän odotuksensa, vaatimuksensa ja persoonansa huomioidaan. Hyvän palvelun avulla voidaan erottautua kilpailijoista, sillä palvelua ei voida kopioida. (Lahtinen & Isoviita 2004, 38 - 39.) Asiantuntijapalveluita tarjoavan yrityksen myyntityössä korostuvat ongelmanratkaisukyky ja hyödyn tarjoaminen asiakkaalle. Asiakaslähtöisessä yrityksessä asiakkaista huolehtiminen on osa yrityksen strategiaa. (Vahvaselkä 2004, 134 - 136.)

1.2 Opinnäytetyön tavoite

Opinnäytetyöni tavoitteena on soveltaa koulutukseni kautta saamiani tietoja ja taitoja käytännössä. Opinnäytetyön aiheen tulee liittyä opiskeltavan koulutusohjelman sisältöihin ja alan ammattikäytäntöihin. Opinnäytetyön kautta osoitetaan perehtyneisyyttä opinnäytetyön aiheeseen sekä valmiutta tutkimusmenetelmien hallintaan ja ammatilliseen viestintään. Opinnäytetyön tavoitteena on myös osoittaa valmiutta itsenäiseen ja pitkäjänteiseen työskentelyyn yhdessä työelämän toimijoiden kanssa. Tutkimuksen toteuttamisen myötä haluan kehittää taitojani kirjoittajana sekä tutkijana. Tutkimuksen avulla toivon osoittavani lukeneisuutta alan kirjallisuuteen ja perehtyneisyyttä alan käytäntöihin. (Karelia-ammattikorkeakoulu 2014.)

1.3 Menetelmä

Tutkimus on laadullinen tapaustutkimus, jossa aineisto on kerätty yksilöhaastatteluilla. Laadullisen tutkimuksen lähtökohta on kuvata todellista tilannetta kokonaisvaltaisesti. Pyrkimyksenä on paljastaa todellisia asioita tutkittavasta kohteesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 164.) Tapaustutkimuksessa valitaan kohteeksi yksittäinen tapaus tai joukko tapauksia, jolloin prosessit ovat tutkimuksen kiinnostuksen kohteena. Tavoitteena on tutkia tapauksia luonnollisessa ympäristössä. Tapaustutkimuksen tarkoituksena on tutkimuskohteen totuudenmukainen kuvaileminen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006.)

1.4 Rakenne

Toisessa luvussa kerrotaan teoriaa taloushallinnon toimialasta ja kirjanpitäjän toimenkuvasta. Kolmannessa luvussa käsitellään asiakaspalvelua, sen osatekijöitä, palvelun laatua, asiakaspalvelutilanteen vaiheita sekä hyvän asiakaspalvelijan ominaisuuksia. Luvussa neljä kerrotaan myyntityön muodoista, myyntiprosessista ja myyntineuvotte-
lusta. Viidennessä luvussa kerrotaan asiakassuhteen elinkaaren vaiheista.

Kuudennessa luvussa käsitellään tutkimustehtävää sekä tutkimuksen tavoitteita ja menetelmää. Luvussa kerrotaan myös tutkimuksen toteutuksesta, aineiston hankinnasta, haas-

tattelujen toteutuksesta ja analyysistä. Luvussa seitsemän tarkastellaan tutkimuksen tuloksia. Viimeisessä luvussa kymmenen kuvataan tulosten perusteella tehdyt johtopäätökset ja kehittämisehdotukset sekä pohditaan tulosten luotettavuutta ja opinnäytetyöprosessia.

2 Taloushallinto

Taloushallinto palvelee yrityksen tai organisaation toimintoja sekä auttaa yritysten tavoitteiden saavuttamisessa. Taloushallinnon tehtävänä on huolehtia taloudellisten voimavarojen hallinnoinnista sekä tuottaa yritykselle taloudellista tietoa päätöksen teon tueksi. Taloushallinnon toimintoja ovat esimerkiksi kirjanpito, laskentatoimi, tilintarkastus ja veroneuvonta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014.)

2.1 Toimialan muutokset ja haasteet

Viime vuosien ajan osaavista taloushallinnon ammattilaisista on ollut pulaa Suomessa. Työvoiman kysyntä–tarjontatilanne on kuitenkin suhteellisen tasainen koko maassa. Tulevien vuosien yksi suurimmista haasteista on työvoiman ikääntyminen taloushallinnon alalla. Lakisääteisten tehtävien lisäksi konsultointi- ja analysointipalveluiden merkityksen kasvu on vahva tulevaisuudensuuntaus toimialalla. Taloushallinnon palveluita tarjoavien yritysten työtehtävät tulevat muuttumaan enemmän yritysjohton tukemiseen, kilpailukyvyyn ylläpitämiseen ja kehittämiseen. Lisäksi asiakasyrityksille tullaan tarjoamaan juridista konsultointia ja veroneuvontaa. (Metsä-Tokila 2011, 26, 36.)

Paperittomaan taloushallintoon siirtyminen on suurimpia tilitoimistojen toimintaan vaikuttavia muutoksia. Toimialan sähköistymistä hidastavat ohjelmistojen standardoinnin riittämätön taso ja pienten asiakasyritysten passiivinen tietotekniikan hyödyntäminen. (Metsä-Tokila 2011, 40 - 41.) Tietotekniikan kehityksen aiheuttamat kustannukset edistävät pienten yritysten myymistä suuremmille toimijoille, koska pienillä toimijoilla ei ole mahdollisuutta hankkia käyttöönsä suuria ja hintavia ohjelmistoja. Yrityskauppojen

syntymistä edesauttavat myös tilitoimistojen työntekijöiden ikääntyminen. (Holtari, 2006.)

Lähivuosina suuret yritykset lisäävät taloushallinnon toimintojen ulkoistamista taloushallinnon palveluita tarjoaville yrityksille. Osa taloushallinnon toiminnoissa hoidetaan yrityksen sisällä ja osa toiminnoista ulkoistetaan. Tilitoimistoalan ennakoitaan tulevaisuudessa jakautuvan kolmeen ryhmään: perustoimistot – keskitaso – suuret tilitoimistot. (Metsä-Tokila 2011, 41.)

Sähköinen taloushallinto tarkoittaa taloushallinnon toimintojen hoitamista nykyaikaisen työvälineiden ja sähköisten prosessien avulla. Rutiininomaisen työn määrä vähenee ja työvaiheita voidaan automatisoida, kun tositteita voidaan käsitellä sähköisesti. (Helanto, Kaisaniemi, Koskinen, Kuntola & Siivola 2013, 28.) Sähköinen taloushallinto antaa tilitoimistolle mahdollisuuden keskittyä tuottamaan enemmän laadukkaita palveluita ja suuntaamaan voimavarojaan tuottavammin. Työn tehokkuuden parantuessa pienemmällä henkilöstömäärällä voidaan palvella enemmän asiakkaita, joka parantaa asiakaskannattavuutta. Sähköisen taloushallinnon myötä tilitoimisto voi tarjota asiakkailleen nykyaikaista palvelua panostamalla sisäiseen laskentaan ja neuvontaan. (Helanto ym. 2013, 18 - 21.)

2.2 Taloushallintoliiton toimialastandardi TAL-STA

Suomen Taloushallintoliitto ry on auktorisoitujen tilitoimistojen ja konsulttiyritysten liitto, jonka tarkoituksena on kehittää toimialaa jäsenyritystensä kanssa. Liitolla on jäsenenä noin 800 tilitoimistoa ja taloushallinnon konsulttiyritystä. Tavoitteena on kehittää jäsenyritysten toiminnan edellytyksiä, että tilitoimistojen asiakkaat saavat asiantuntevaa ja ajantasaista palvelua. Liitto tarjoaa jäsenilleen erilaisia palveluita kuten koulutus-, tiedotus-, tutkimus- ja julkaisutoimintaa. (Taloushallintoliitto 2009.)

TAL-laatu sisältää Taloushallintoliiton toimialastandardi TAL-STA:n, joka ohjeistaa taloushallinnon palveluita tarjoavia yrityksiä hyvän tilitoimistotavan toteuttamisessa. Toimialastandardiin on koottu toimintatavat, joiden avulla taloushallinnon palveluyritys voi tuottaa laadukasta palvelua sidosryhmillensä. Toimialastandardi on myös tilitoimistotarkastustoiminnan perusteena sisäisessä valvonnassa. (Taloushallintoliitto 2009.)

Taloushallinnon palveluita tuottavan yrityksen tulee toimia toimialastandardi TALSTA:n eettisen ohjeistuksen mukaan noudattamalla lainsäädäntöä ja alan määrittämiä käytäntöjä. Asiakassuhteessa tilitoimiston tulee toimia vastuullisesti ja huomioitava asiakkaan etu. Taloushallinnon alalla toimivan yrityksen tulee olla itsenäinen ja riippumaton sekä toimia suunnitelmallisesti ja pitkäjänteisesti. Tilitoimiston tulee huomioida toiminnassaan hyvien työsuhteiden säilyttäminen ja alan arvostuksen edistäminen. Tilitoimiston täytyy tiedottaa asiakasyrityksilleen lainsäädäntömuutoksista mahdollisuuksiensa mukaan. (Taloushallintoliitto 2009.)

Luottamuksellisuutta tulee vaalia asiakkaan ja tilitoimiston välisessä yhteistyössä, jolloin asiakkaan luottamukselliset tiedot sekä tilitoimiston asiakkaalle tuottama tieto on pidettävä salassa. Toimeksiannosta sovittaessa tarjouksen tulee olla selkeä siten, että asiakas ymmärtää, mitkä palvelut kuuluvat sopimukseen ja kuinka palvelun kokonais hinta muodostuu. Palveluyrityksen tulee tehdä asiakkaan kanssa kirjallinen toimeksiantosopimus asiakkuuden alkaessa. (Taloushallintoliitto 2009.)

Tilitoimiston täytyy vastata toimintansa jatkuvuudesta ja toimintaansa liittyvistä riskeistä. Yrityksen on dokumentoitava työnsä ja käyttämänsä työmenetelmät tarkoituksenmukaisella tavalla, jotta palvelun tuottamiseen vaikuttaneet seikat voidaan todentaa. Taloushallinnon palveluyrityksellä täytyy olla riittävät edellytykset hoitaa toimeksiannot sopimuksen mukaisesti. (Taloushallintoliitto 2009.)

Palveluyrityksen on huolehdittava henkilöstön pätevyydestä ja ammattitaidon ylläpitämisestä yhdessä työntekijöiden kanssa. Yrityksellä tulee olla käytössään riittävä asiantuntemus ja henkilöstömäärä toimeksiantojen hoitamiseen. Palveluyrityksessä työskentelevillä henkilöillä tulee olla vaadittava koulutus ja kokemus. Auktorisoidun tilitoimiston toiminnasta vastaavalla henkilöllä on oltava KLT-tutkinto. Toimitilojen ja työvälineiden on sovelluttava tilitoimistotoiminnan harjoittamiseen. (Taloushallintoliitto 2009.)

Kirjanpito- ja palkanlaskentapalvelut tuotetaan noudattaen voimassa olevaa lainsäädäntöä, toimeksiantosopimusta, alan hyvää tapaa sekä Taloushallintoliiton toimialastandardia. Palveluyrityksen tulee perehtyä asiakkaan liiketoimintaan, jotta toimeksianto voidaan hoitaa sopimuksen mukaisesti. Tilitoimiston täytyy sovittaa yhdessä asiakkaan kanssa toimeksiannon hoitamiseen olennaisesti vaikuttavat asiat sellaisiksi, että palvelu voidaan tuottaa laadukkaalla tavalla. (Taloushallintoliitto 2009.)

2.3 Kirjanpitäjän toimenkuva

Kirjanpitäjä on vastuussa asiakasyrityksen laskentatoimen oikeellisuudesta asiakkaan toimittaman kirjanpitoaineiston perusteella. Kirjanpitäjän toimenkuvaan kuuluvat kirjanpidon, laskutuksen ja reskontrien hoitoon liittyvät työtehtävät. Kirjanpitäjän lakisääteisiä tehtäviä ovat kirjanpitoon, tilinpäätökseen, palkanlaskentaan ja verotukseen liittyvät työtehtävät. Työtehtäviin voivat sisältyä myös sisäinen laskenta, johdon laskenta-toimi, budjetointi, kannattavuuslaskenta sekä asiakkaan konsultointi. Työtehtävät vaativat verotuksen, lainsäädännön ja rahoituksen hyvää tuntemusta. Yrityksen kannattavuuden seuranta ja ennakointi on yksi tärkeimmistä kirjanpitäjän työtehtävistä. Kirjanpito hoidetaan käyttämällä erilaisia taloushallinnon ohjelmistoja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014.)

Kustannustehokkuus ja aikataulutukset aiheuttavat haasteita perinteiselle kirjanpitotyölle. Lähtökohtaisesti kirjanpitäjä voi aloittaa kirjanpitotyön vasta kuukauden päätyttyä, kun asiakas on toimittanut tarvittavat tositteet. Työtehtävät voivat kuormittaa, jos asiakkaat toimittavat kirjanpitoaineiston samanaikaisesti. (Helanto ym. 2013, 13.) Kirjanpitäjän työ on itsenäistä työtä, mutta nykyisin toimenkuvaan kuuluu yhä enemmän sujuva yhteydenpito asiakkaisiin. Kirjanpitäjän yksi tärkeimmistä tehtävistä on auttaa asiakkaitaan menestymään liiketoiminnassaan. (Taloushallintoliitto 2009.)

Kirjanpitäjän työtehtävänä ei ole pelkästään tiedon tallentaminen vaan sen analysointi, poikkeamien huomiointi, ohjaaminen ja jatkuva yhteistyön ylläpitäminen. Asiakas toivoo kirjanpitäjältään enemmän neuvontaa, jolloin tärkeiden tunnuslukujen tuottaminen ja seuranta pitäisi tehdä yhdessä asiakkaan kanssa. Tulevaisuudessa taloushallinto painottuu tietojen analysointiin ja asiakastyöhön. (Mäkinen 2014, 17 - 19.)

Sähköinen taloushallinto on vaikuttanut kirjanpitäjän toimenkuvaan vähentämällä tallennustyötä ja parantamalla ennustettavuutta. Asiantuntijatyölle jää enemmän aikaa, sillä työn määrää on mahdollista jakaa tasaisemmin. Sähköistymisen myötä päällekkäiset työvaiheet vähenevät, minkä vuoksi rutiinityön kuormittavuus pienenee. Taloushallinnon ohjelmien sähköistyessä kirjanpitäjän työssä korostuvat erilaisten ohjelmistojen hallintataidot. Sähköiset ohjelmistot mahdollistavat työn tekemisen myös etätöinä. Sähköisten taloushallinnon ohjelmistojen käyttö on vähentänyt huomattavasti muun muassa myynti- ja ostolaskuihin käytettävää työmäärää. (Helanto ym. 2013, 14, 22.) Tietojärjestelmät ovat työkaluja tilitoimiston työntekijöille, jolloin reaaliaikainen tiedon tuottami-

nen kasvaa ja yhteistyön mahdollisuudet asiakkaan kanssa vahvistuvat. Pilvipalveluiden käyttö mahdollistaa asiakasyhteistyön kasvamisen. Dokumentointia tuotetaan edelleen tilitoimistoissa paljon, jolloin asiakasyrityksen toiminnassa ja sen kehittämisessä ei voida olla aktiivisesti mukana. (Mäkinen 2014, 18.)

Kirjanpidosta tulee yhä enemmän sisäisen laskennan ja johtamisen apuväline (Metsä-Tokila 2011, 37 - 38). Taloushallinnon alalla työskenteleviltä vaaditaan laajan asiantuntemuksen lisäksi tarkkuutta ja paineensietokykyä. Kirjanpitäjän tulee olla kiinnostunut seuraamaan alan muutoksia ja kehittämään omaa osaamistaan jatkuvasti. (Taloushallintoliitto 2009.) Kirjanpitäjiltä vaadittavia taitoja ovat liiketoiminnan lainalaisuuksien ymmärtäminen, myynti-, tietotekninen ja kansainvälinen osaaminen. Näistä taidoista korostuvat erityisesti tilannetaju, luovuus ja tiedon jakaminen muille. Laskentarutiinien automatisoitumisen myötä kirjanpitäjän tulee ymmärtää erilaisia prosesseja kokonaisuutena. Tärkeimpiä vaatimuksia ovat myös hyvät vuorovaikutustaidot, konsultointitaidot ja valmiudet toimia tiiviissä yhteistyössä asiakkaiden kanssa. (Metsä-Tokila 2011, 37 - 38.) Kirjanpitäjän täytyisi pystyä myymään asiakkaalleen ajatus uuden toimintamallin hyödyistä ja perustelemaan muutoksen tarpeellisuus (Kinnunen 2012).

Kirjanpitäjän työtehtäviin hyvän pohjakoulutuksen antaa liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto, tradenomi. Toimialalla työskentelee paljon liiketalouden perustutkinnon suorittaneita työntekijöitä. Liiketalouden perustutkinnon voi suorittaa myös oppisopimuskoulutuksena. Näyttötutkintona on mahdollista suorittaa taloushallinnon ammattitutkinto. Taloushallinnon vaativimmissa tehtävissä voidaan edellyttää liiketalouden ylempää ammattikorkeakoulututkintoa, yliopistossa suoritettua kauppatieteiden kandidatin tai maisterin tutkintoa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014.) KLT on taloushallintoalan asiantuntijatutkinto, joka antaa kirjanpitäjälle mahdollisuuksia edetä työurallaan. KLT-tutkinnon voi suorittaa henkilö, jolla on riittävä kaupallinen koulutus ja vuosien työkokemus taloushallinnon alalta. (Taloushallintoliitto 2009.) Tutkintoa suorittamaan voivat hakea yliopistotutkinnon tai ammattikorkeakoulututkinnon lisäksi myös merkonomit ja taloushallinnon ammattitutkinnon suorittaneet henkilöt, mikäli heillä on riittävästi työkokemusta. Korkeakoulututkinnon suorittaneilta henkilöiltä alan työkokemusta vaaditaan kolme vuotta ja muilta joko 10 vuotta tilitoimistossa tai 20 vuotta laskenta-toimen tehtävissä. (Mäkinen 2011.) Tutkinto edellyttää tutkinnon suorittamisen lisäksi jatkuvaa ammattitaidon ylläpitämistä (Taloushallintoliitto 2009).

3 Asiakaspalvelu

Asiakaspalvelun tarkoituksena on auttaa ja opastaa asiakasta (Bergström & Leppänen 2009, 180). Asiakaspalvelulla tarkoitetaan henkilökohtaista palvelua, jossa asiakkaiden hyväksi tehdään työtä. Asiakkaiden ja kontaktihenkilöiden välisen vuorovaikutuksen täytyy onnistua hyvin. Yritykset palvelevat sisäisiä ja ulkoisia asiakkaitaan. Sisäiset asiakkaat ovat yrityksen omaa henkilöstöä. Ulkoiset asiakkaat ovat valmiita maksamaan saamastaan palvelusta. Palveluja voidaan luokitella vakioituihin ja erikoispalveluihin sekä kuluttaja- ja tuotantopalveluihin. (Lahtinen & Isoviita 2004, 51, 39.)

3.1 Palvelun määritelmä

Palvelut ovat prosesseja, jotka muodostuvat joukosta toimintoja. Palveluissa käytetään monenlaisia resursseja kuten ihmisiä, tietoa, järjestelmiä ja infrastruktuureja. Asiakas kiinnittää huomiota vain prosessin näkyvään osaan, sillä suurimmaksi osaksi tuotantoprosessi on näkymätöntä. Näkyvän osan tuotantoprosessista jokainen asiakas kokee ja arvioi henkilökohtaisesti. Asiakas osallistuu palvelun tuotantoprosessiin, joten asiakas ei ole pelkästään palvelun vastaanottaja. Luonteeltaan palvelut ovat aineettomia, eikä niitä voida kokeilla ennen ostohetkeä. Palveluita ei voida varastoida niin kuin konkreettisia tuotteita. Lähtökohtaisesti palvelut tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. (Grönroos 2010, 79 - 80.)

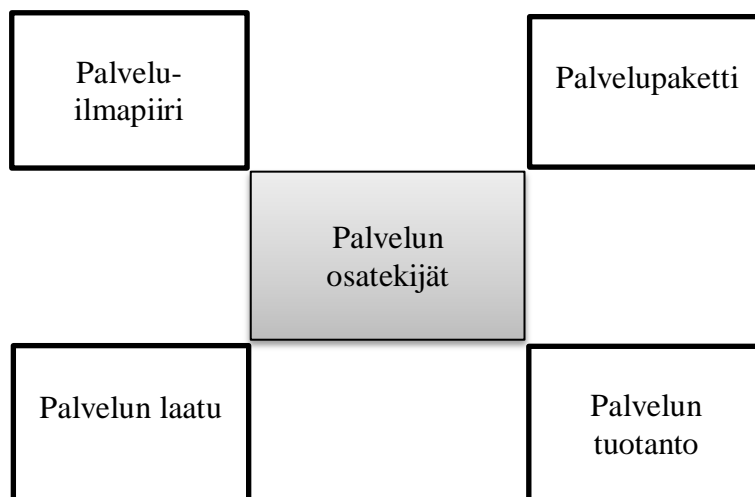
Palvelu koetaan yleensä subjektiivisesti, jolloin asiakkaat luonnehtivat palveluita abstrakteilla tavoilla. Palvelun ydin on aineettomuus, vaikka useat palvelut sisältävät konkreettisia osia. Palvelun arviointi on usein haastavaa, ja siksi palvelua on hyvä konkretisoida fyysisillä keinoilla. Yksi palvelun peruspiirteistä on heterogeenisyys, sillä yhden asiakkaan saama palvelu ei ole koskaan sama kuin seuraavan asiakkaan saama palvelu. (Grönroos 2010, 81.)

Asiantuntijapalveluiden perustana on työn suorittaminen asiakkaan puolesta. Asiantuntijapalvelut ovat henkilösidonnaisia ja vaativia palveluita, jotka vaativat niiden suorittajilta ammatillista koulutusta ja kokemusta. Asiakas tarvitsee asiantuntijapalveluita sil-

loin, kun hänen oma tietämyksensä ei ole riittävä ongelman ratkaisemiseen. (Sipilä 1992, 19 - 20.)

3.2 Palvelun osatekijät

Palvelujärjestelmän osatekijät muodostavat hyvän palvelun kokonaisuuden. Hyvän palvelun neljä osa-aluetta ovat palveluilmapiiri, palvelupaketti, palvelun tuotanto ja palvelun laatu (kuvio1). (Lahtinen & Isoviita 2004, 40.)



Kuvio 1. Palvelun osa-tekijät (Lahtinen & Isoviita 2004, 40)

3.2.1 Palvelukulttuuri

Yrityksen palvelukulttuuri muodostuu siitä, mitä asiakas kokee, näkee ja aistii ollessaan palveluyhteisössä. Yrityksen arvot vaikuttavat palveluyhteisön ilmapiiriin ja palvelujärjestelmien toimintaan. (Lahtinen & Isoviita 1999, 55.) Palvelukulttuurin toimijoiden yhteiset arvot ja asenteet kuvaavat palvelukeskeisyyttä, jolloin työntekijät suhtautuvat vuorovaikutukseen ja sidosryhmien kanssa tehtävään yhteistyöhön myönteisesti. Työntekijöitä voidaan luonnehtia palvelukeskeisiksi, kun jokaiselle työntekijälle on tärkeää sisäisten ja ulkoisten asiakkaiden palveleminen hyvin. (Grönroos 2010, 482 -483.) Asi-

akkaan kuunteleminen, ymmärtäminen sekä mielipiteiden huomiointi ovat osa asiakaslähtöistä palvelukulttuuria. Palvelukulttuurin tunnusmerkkeinä voidaan pitää asiakkaiden arvostamista, avoimuutta ja rehellisyyttä yhteistyössä sekä jatkuvaa palvelun kehittämistä. (Sipilä 1992, 306 - 307.)

3.2.2 Palvelutuotanto

Yrityksen palveluresurssit muodostuvat palveluhenkilöstöstä, palveluympäristöstä sekä palvelussa käytettävistä laitteista ja järjestelmistä (Bergström & Leppänen 2009, 183). Palveluympäristö jaetaan yrityksen ulkoiseen ja sisäiseen palveluympäristöön, ja siihen kuuluvat kaikki näkyvät palveluympäristön tunnusmerkit. Palvelupaikan ympäristöön liittyvät tekijät sisältyvät ulkoiseen palveluympäristöön. Palveluympäristön tarkoituksena on helpottaa ja nopeuttaa asiakkaiden asioimista. (Grönroos 2010, 184.)

Palvelujärjestelmässä asiakkaat osallistuvat samalla palvelun tuotantoon kuluttaessaan palvelua. Asiakkaiden kanssa vuorovaikutuksessa olevia henkilöitä kutsutaan asiakaspalvelijoiksi. (Grönroos 2010, 426.) Palveluhenkilöstön määrä ja laatu vaikuttavat palvelun saavutettavuuteen ja sujuvuuteen. Avustavilla tukihenkilöillä on suuri merkitys palvelun onnistumisen kannalta. Ulkoisen palvelun pohja luodaan sisäisen palvelun kautta, jolloin jokainen työntekijä on toisen työntekijän asiakas ja palvelija. (Bergström & Leppänen 2009, 183 - 184.)

Järjestelmät ja rutiinit koostuvat kaikista yrityksen toiminnallisista ja hallinnollisista järjestelmistä. Asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa myös erilaisten järjestelmien kanssa. Palvelujärjestelmässä käytettävät resurssit muodostuvat fyysisistä resursseista ja laitteista. Palveluprosessin palvelumaisemassa toimivat yhdessä asiakkaat, asiakaspalvelijat, järjestelmät ja resurssit. (Grönroos 2010, 427 - 428.)

3.2.3 Palvelupaketti

Palvelupaketti voi muodostua konkreettisista ja aineettomista palveluista. Palvelupaketti jakautuu kahteen osaan: peruspalveluun tai ydinpalveluun ja lisäpalveluihin, joita kutsu-

taan myös nimellä liitännäispalvelut tai avustavat palvelut. Lisäpalvelut tekevät palvelusta kilpailukykyisen ja yksilöllisen. Peruspalvelupaketti muodostuu palveluista, joita tarvitaan asiakkaiden tai markkinoiden tarpeiden täyttämiseen (Grönroos 2010, 222 - 223). Ydinpalveluiden ympärille luodaan palvelupaketit. Ydinpalvelut muodostuvat siitä, mitä palveluyhteisössä tehdään käytännössä. (Lahtinen & Isoviita 1999, 57.) Ydinpalveluiden käytön mahdollistavat lisäpalvelut, jotka ovat toiselta nimeltään mahdollistavia palveluita. Ydinpalveluiden kuluttaminen ei olisi mahdollista ilman lisäpalveluita. Tukipalvelut ovat myös lisäpalveluja, joiden tehtävänä on palvelun arvon lisääminen ja erilaistaminen. (Grönroos 2010, 224 - 225.)

Palvelun tuottaminen ja toimittaminen asiakkaalle sekä asiakkaan käsitys vuorovaikutustilanteista ovat olennainen osa tuotetta. Laajennettuun palvelutarjoomaan kuuluvat palveluprosessi sekä palvelun tuotanto- ja toimitusprosessi. Peruspalvelupaketin kanssa laajennetun palvelutarjooman muodostavat palvelun saavutettavuus ja asiakaskohtaukset. (Grönroos 2010, 224 - 226.)

3.2.4 Palvelun laatu

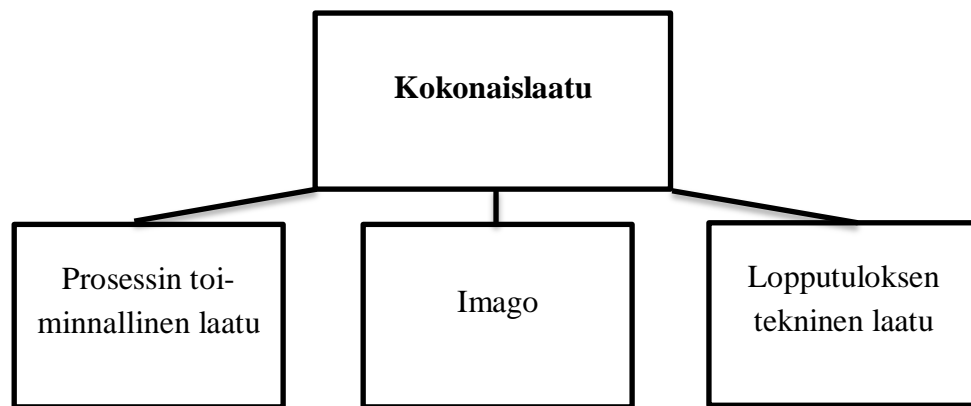
Palvelut ovat yksilöllisesti koettavia prosesseja, joissa palvelun tuottaminen ja kuluttaminen tapahtuvat samanaikaisesti. Palvelun laatuun vaikuttaa se, mitä tapahtuu ostajan ja myyjän välisessä asiakaskohtauksessa. Palveluntuotantoprosessin lopputuloksen tekninen laatu jää asiakkaalle. Asiakkaan kokemaan palvelun laatuun vaikuttaa myös, kuinka asiakas saa palvelun ja millaisena asiakas kokee palvelun tuottamisen sekä kuluttamisen. Toiminnallinen laatu liittyy totuuden hetkien hoitoon ja asiakaspalvelijan toimintaan. (Grönroos 2010, 100 - 102.)

Toiminnallinen laatu luodaan palvelutapaamisten kautta, jolloin palvelun tekninen laatu siirtyy suurelta osin asiakkaalle. Totuuden hetkellä tarkoitetaan sitä, että asiakaspalvelijalla on mahdollisuus osoittaa asiakkaalle palvelujensa laatu. Todellisuudessa asiakas kokee useita totuuden hetkiä ollessaan asiakkaana yrityksessä. Yrityksen on toteutettava palveluprosessi niin, ettei huonoja totuuden hetkiä syntyisi. (Grönroos 2010, 111.)

Yrityksen imago vaikuttaa asiakkaiden mielikuviin yrityksen toiminnasta ja viestinnästä. Imagoon vaikuttavat asiakkaiden kokemukset ja odotukset, jolloin asiakkaan kokema

palvelun laatu voi muuttaa imagoa. Imago vahvistuu, jos koettu palvelun laatu on imagon mukainen. Asiakkaan kokeman palvelun laadun jäädessä alle imagon, vaikutus on päinvastainen. (Grönroos 2010, 398 - 399.)

Imago, koettu ja odotettu palvelun laatu muodostavat asiakkaan kokeman palvelun kokonaislaadun (kuvio 2). Palvelun laatu on hyvä, jos koettu laatu vastaa asiakkaan odotuksia. Palvelun kokonaislaatu voi olla heikko, jos odotukset ovat liian suuret. Markkinoitviestintä, suullinen viestintä, yrityksen imago ja asiakkaan tarpeet muodostavat odotetun palvelun laadun. (Grönroos 2010, 105.)



Kuvio 2. Palvelun laadun osa-tekijät (Grönroos 2010, 105)

3.3 Palvelutapahtuman vaiheet

Palvelun saapumisvaiheessa tärkeää on luoda asiakkaalle hyvä ensivaikutelma (Lahtinen & Isoviita 1999, 70). Palvelutapahtuman kuluessa täytyy varmistaa, että asiakas käyttää sen palvelun, jonka hän on aikonut käyttää. Palvelun saapumisvaiheessa asiakkaiden tulee tietää, mitä heidän saatavillaan on. Asiakaspalvelijan tehtävänä on huolehtia palvelun odotusvaiheessa, että asiakkaita palvellaan vuorollaan. (Lahtinen & Isoviita 1999, 76.)

Asiakaspalvelijan tulee selvittää palvelutapahtuman alussa, millaisia tarpeita, arvostuksia ja odotuksia asiakkaalla on. Aktiivisesti kuuntelemalla, kyselemällä ja katselemalla sekä huomioimalla asiakkaan oheisviestintää asiakaspalvelija voi selvittää asiakkaan tarpeita. (Lahtinen & Isoviita 1999, 77.) Asiakaspalvelijan ollessa tietoinen asiakkaan

odotuksista ja asenteista hän voi esittää ehdotuksia asiakkaalle. Yrityksen palvelujen tai tuotteiden avulla asiakkaan tarpeet ja odotukset pyritään täyttämään. Myyntineuvottelussa on tärkeää kertoa tuotteiden tai palveluiden ominaisuuksia ja hyötyjä asiakkaalle. Myyntineuvottelun aikana esitetään myös perusteluja tuotteesta tai palvelusta asiakkaalle. Neuvottelun kuluessa asiakas esittää luultavasti vastaväitteitä, joihin asiakaspalvelijan tulee varautua ennalta. (Lepola, Pulkkinen, Raivio, Selinheimo & Sulkanen 1998, 39 - 42.)

Palvelutapahtuman päätösvaiheessa asiakas ilmaisee haluavansa ostaa tuotteen, jolloin hän on hyväksynyt vastauksen viimeiseenkin vastaväitteeseen. Jokainen palvelutilanne ei välttämättä johda kaupantekoon saakka. Päätösvaiheen tavoitteena on saavuttaa yhteisymmärrys sopimuksen ehdoista, saadaan aikaan ostopäätös ja luoda hyvä loppuvaihtelu asiakkaalle. (Lahtinen & Isoviita 1999, 80.) Myyntitapahtuman jälkeen asiakassuhteen hoitaminen on tärkeää, jolloin asiakaspalvelijan tulee pitää aktiivisesti yhteyttä ostaneisiin asiakkaisiin. Tarkoituksena on ylläpitää asiakassuhdetta, sitouttaa asiakasyritykseen ja houkuttaa asiakasta ostamaan lisää. Palvelutapahtuman jälkeen tulee saada asiakaspalautetta sekä varmistaa asiakastyytyväisyys tulevaisuutta silmällä pitäen. (Lepola ym. 1998, 43.)

3.4 Millainen on hyvä asiakaspalvelija?

Hyvä asiantuntemus, positiivinen asenne, riittävä ihmistuntemus, mielenhallinta ja hyvät vuorovaikutustaidot auttavat asiakaspalvelijaa kohtaamaan työn luomat haasteet. Positiivisen asenteen omaava asiakaspalvelija on kiinnostunut työstään sekä asiakkaitaan. Kielteisen asenteen omaava asiakaspalvelija kokee haasteelliset tilanteet uhkaavina. (Marckwort 2011, 13 - 14.) Lähtökohtana vuorovaikutuksessa on, että suhtautuminen muihin ihmisiin ja omaan toimintaan on myönteistä ja kunnioittavaa. (Eräsalo 2011, 40.)

Asiakaspalvelussa on tärkeää erilaisuuden hyväksyminen. Hyvä asiakaspalvelija osaa muuttaa omaa käyttäytymistään asiakkaan mukaan. Asiakaspalvelijan käsitys muista ihmisistä ohjaa hänen toimintaansa vuorovaikutustilanteissa. Asiakaspalvelutilanteessa tämä tulee esille, mitä asiakkaasta ajatellaan, miten asiakkaasta puhutaan, millaisena asiakasta pidetään ja mikä merkitys asiakkaalla on. Asiakaspalvelijan on tärkeää pereh-

tyä omaan persoonallisuuteensa. Asiakaspalvelija voi kehittää ominaisuuksia itsessään, jotka vaikuttavat asiakaspalvelussa onnistumiseen. Asiakaspalvelijan persoonan ollessa mukana palvelutyössä, asiakkaita kohdellaan yksilöinä ja hyväksytään heidät sellaisina kuin he ovat. (Eräsalo 2011, 26, 27, 35, 79 - 81.)

Vuorovaikutustilanteessa asiakaspalvelija kohtaa hyvin tunnelatautuneen henkilön. Vaativissakaan tilanteissa asiakaspalvelija ei voi antaa asiakkaan tunteiden vaikuttaa omaan toimintaansa. (Marckwort 2011, 21 - 22.) Vuorovaikutuksessa tärkeää on luottamuksen syntyminen ja sen ylläpitäminen, sillä asiakkaan tulee voida luottaa asiakaspalvelijan asiantuntemukseen (Lundberg 2002, 24). Luottamus syntyy asiakkaan kokemusten, yrityksen maineen ja kontaktihenkilöiden toiminnan pohjalta. Luotettavuuteen vaikuttaa myös asiakaspalvelijan käyttäytyminen. Asiakaspalvelijalla on mahdollisuus vaikuttaa mielikuvaan, jonka asiakas muodostaa yrityksestä ja sen palveluista. (Pesonen ym. 2002, 101.) Asiakkaat luottavat ihmisiin, jotka ovat kiinnostuneita heistä. Kiinnostusta asiakasta kohtaan voidaan ilmaista kuuntelemalla, kyselemällä sekä tarjoamalla vaihtoehtoja. Hyvä asiakaspalvelija hallitsee tarjoamiensa tuotteiden ominaisuudet, niiden vahvuudet ja heikkoudet. Hän tuntee edustamansa toimialan, kilpailijat sekä heidän tarjoamansa tuotteet. (Lundberg 2002, 17, 26.)

Ensivaikutelman muodostavat asiakaspalvelijan käyttäytyminen, palveluympäristö ja asiantuntemus (Pesonen ym. 2002, 98). Jokaiseen asiakkaaseen täytyy suhtautua vakavasti ja suopeasti. Asiakaspalvelutilanteessa asiakkaan tulee kokea, että hänen puolestaan ollaan valmiita tekemään asioita. Asiakas arvostaa sitä, että häntä kohdellaan yksilönä ja häneen suhtaudutaan myönteisesti. Hyvä asiakaspalvelija ei jaa asiakkaitaan hyviin ja huonoihin. (Sipilä 1992, 230, 233.)

Hyvä kuuntelija keskittyy kuuntelemaan toista ja etsii asiakkaan puheesta ydinsisältöä. Vuorovaikutustilanteessa hän seuraa toisen osapuolen eleitä, äänenpainoa ja muita sanattomia viestejä. Kuuntelijan omat oletukset, asenteet ja ennakkoluulot vaikuttavat myös kuuntelemiseen. (Pesonen ym. 2002, 115.) Empatia on kuuntelemisen taitoa, jonka tarkoituksena on kokea tilanne myös toisen osapuolen näkökulmasta. Molempien osapuolten täytyy osata kuunnella ja ymmärtää asiat myös toisen osapuolen näkökulmasta. (Pesonen ym. 2002, 119.) Asiakaspalvelussa palautteen vastaanottaminen on välttämätöntä. Palveluammattissa kritiikkiin tulee suhtautua myönteisesti ja nähdä se mahdollisuutena kehittää itseään. (Eräsalo 2011, 108.)

4 Henkilökohtainen myyntityö

Myyntityön tavoitteena tuottaa asiakkaalle arvoa niin, että asiakas on tyytyväinen, yrityksen tavoitteet toteutuvat ja asiakassuhde jatkuu (Bergström & Leppänen 2009, 411). Tarkoituksena on selvittää asiakkaan tarpeet ja varmistua siitä, että myyjän tarjoama ratkaisu tyydyttää asiakkaan tarpeen. Myyjän tehtävänä on helpottaa asiakkaan ostopäätöksen tekemistä sekä toimintansa kautta auttaa asiakasta ymmärtämään erilaisten vaihtoehtojen erot ja niiden seuraukset. (Alanen, Mälkiä & Sell 2005, 14 - 15.)

Myyntityön onnistumiseen vaikuttavat muun muassa myytävä tuote, kilpailukykyinen hinta, yrityksen imago ja käytettävissä olevat resurssit. Yrityksen täytyy tukea myyntityötä, jolloin myynnin toimintoja tulee johtaa myös toiminnallisesti. Perusta myyntityölle luodaan myyntihenkilöstön ominaisuuksien ja ammattitaidon kautta. (Rope 2009, 51.) Myyjän täytyy tuntea kilpailijat ja kilpailevien tuotteiden ominaisuudet sekä asiakkaansa. Myyjän täytyy tietää myytävän tuotteen ominaisuudet, jotka asiakkaita kiinnostavat tuotteessa. Markkinatilanteen ja siinä tapahtuvien muutosten tunteminen on myös olennaista myyntityössä menestymiselle. (Rope 2009, 212.)

Lähtökohtaisesti myyjän tavoitteet muodostetaan yrityksen myynnin kokonaistavoitteiden pohjalta, mutta myyjien omien tavoitteiden tulisi olla perustana yrityksen kokonaismyynnin tavoitteille. Myyntitavoitteita voivat olla aikaansaatu myynti ja kate euroina, uusien asiakkaiden hankinta sekä asiakaspoistuman vähentäminen tietyllä ajanjaksolla. Kokonaistavoitteen saavuttaminen on todennäköisempää välitavoitteiden avulla. Myynnin tuloksia ja toimenpiteiden vaikutuksia tulee seurata tarkasti tietyllä aikavälillä. Myynnin seurannassa käsitellään suhteellisia lukuja eri myyjien ja kilpailijoiden kesken, jolloin osa luvuista on johdettu asetetuista myyntitavoitteista. (Rope 2009, 200 - 201, 205.)

4.1 Myyntityön muodot

Myyntityö voidaan jakaa toimipaikkamyyniin ja kenttämyyniin. Toimipaikkamyynnissä asiakas saapuu myyjän luo ja kenttämyynnissä myyjä lähestyy oma-aloitteisesti asia-

kasta. (Bergström & Leppänen 2009, 412.) Menestyäkseen myymälämyynnissä yrityksen täytyy panostaa markkinointiin. Mahdolliset asiakkaat saadaan kiinnostumaan yrityksestä ja sen tarjoamista tuotteista tehokkaan markkinoinnin avulla. Myyjien toiminta ja markkinointi myyntipaikalla ratkaisevat, haluavatko potentiaaliset asiakkaat ostaa yrityksen tuotteita tai palveluita. Asiakkaiden saapuessa toimipaikkaan myyjän täytyy panostaa palvelemaan asiakkaitaan hyvin ja keskittyä lisämyyntityöhön. Kenttämyynnissä saavutetut tulokset perustuvat myyjän toimintaan, laatuun ja kohdetarkkuuteen. Asiakkaat eivät lähesty myyjää, vaan myyjien tulee löytää heidät potentiaalisten asiakkaiden joukosta. Kenttämyynnissä korostuu se, että myyjän tulee tunnistaa asiakkaan piilevät tarpeet ja tarjota niihin ratkaisua. (Lahtinen & Isoviita 1999, 255.)

4.2 Myyntiprosessi

Myyntiprosessissa myyjän tehtävänä on selvittää asiakkaan odotukset ja tarpeet. Myyjä pyrkii toiminnallaan saamaan asiakkaan vakuuttuneeksi siitä, että hänen tarjoamansa ratkaisu on oikea. Tavoitteena on, että asiakas ja myyjä saavat aikaan molempia tyydyttävän ratkaisun. Yhteisen päätöksen aikaansaamiseksi myyjältä vaaditaan tiivistä yhteistyötä asiakkaan kanssa. Yksittäisen myyntineuvottelun avulla myyntiprosessia viedään eteenpäin. (Alanen ym. 2005, 65.)

Myyntityö sisältää erilaisia myyntiprosesseja, jotka puolestaan sisältävät erilaisia myyjän toimenpiteitä. Myyntiprosessin toimenpiteiden avulla selvitetään asiakkaan sen hetkinen tilanne, saavutetaan asiakkaan luottamus ja mahdollisesti hyväksytään myyjän esittämä tarjous. (Alanen ym. 2005, 66.) Myyntistrategia on myyntiprosessin suunniteluosa, jolla tarkoitetaan oikeiden asioiden tekemistä tavoitteiden saavuttamiseksi. Myyntistrategiaa toteutetaan myyntitaktiikan kautta. Myyntitaktiikka tarkoittaa asioiden tekemistä oikein asiakaskohtaamisten aikana. (Leppänen 2007, 49 - 50.)

4.3 Myyntineuvottelu

Yksittäinen myyntineuvottelu on vaiheittain etenevä kokonaisuus. Jokainen asiakastapaaminen edellyttää huolellista valmistautumista ja tavoitteiden asettamista sekä niiden seuraamista. Asiakkaan tilanteen selvittäminen vaiheittain auttaa myyjää löytämään

parhaan mahdollisen ratkaisun sekä selvittämään, onko myyjällä tarjota edes ratkaisua asiakkaan tilanteeseen. (Alanen ym. 2005, 69.)

Valmistautuminen myyntineuvotteluun aloitetaan selvittämällä tietoa asiakkaasta, hänen tilanteestaan, tarpeistaan sekä hänen edustamasta toimialasta. Myyjä pystyy esittämään parempia perusteluista myyntineuvotteluissa, mitä enemmän hänellä on tietoa asiakkaastaan. Hyvä ennakkovalmistautuminen on pohtimista, millaisia vastaväitteitä myyjä kohtaa asiakkaan taholta ja miten hän voi parhaiten niihin vastata. Luomalla kokonaiskuvan asiakkaan tilanteesta myyjä voi suunnitella myyntineuvottelun sisällön ja asettaa realistiset tavoitteet myyntineuvottelulle. (Alanen ym. 2005, 74 - 75.) Myyntineuvottelun valmistautumisen jälkeen myyjä ottaa yhteyttä asiakkaaseen. Myytävä tuote tai palvelu sekä asiakkaan tilanne vaikuttavat yhteydenottotapaan. Ensimmäisen yhteydenoton tavoitteena on luoda hyvä ensivaikutelma, herättää asiakkaan kiinnostus ja sopia seuraavasta tapaamisesta. (Lahtinen & Isoviita 1999, 262.)

Hyvässä ja luottamuksellisessa asiakassuhteessa asiakas hyväksyy sen, että myyjä ohjaa myyntitilannetta. Ohjaamalla myyntitilannetta myyjä pyrkii parantamaan tiedonhankintaa ja yhteydenpitoa sekä hallitsemaan neuvottelua. Hyvin valmistautuneella ja hyvän asiakastuntemuksen omaavalla myyjällä on hyvät mahdollisuudet ohjata rakentavasti ja myönteisesti asiakastapaamista. Myyntineuvottelussa on tärkeää, että myyjä osaa esittää asiakkaalle oikeanlaisia kysymyksiä. Ammattitaitoinen myyjä pystyy säilyttämään oman ammattiroolinsa eri tilanteissa ja luo ilmapiirin sellaiseksi, mikä edistää tavoitteen saavuttamista. (Alanen ym. 2005, 79 - 80.) Ensivaikutelman aikana myyjän pyrkimyksenä on saavuttaa asiakkaan luottamus, jotta hän voi jatkaa palvelua tarvekartoitukseen ja mahdolliseen ostopäätökseen saakka (Pekkarinen, Pekkarinen & Vornanen 2006, 50).

Tarve- ja tilannekartoituksessa onnistuakseen myyjän täytyy esittää kysymyksiä, kuunnella asiakasta ja kirjata muistiin ydinkohdat saaduista tiedoista. Tarvekartoitus voidaan aloittaa avoimella kysymyksellä, jolla voidaan selvittää asiakkaan tilannetta ja taustatietoja. Tarvekartoituksen edetessä voidaan käyttää tarkentavia lisäkysymyksiä. Myyjän täytyy esittää kysymyksiä koko myyntikeskustelun ajan, jotta saadaan selville asiakkaan mielipiteet ja mahdolliset vastaväitteet. (Bergström & Leppänen 2009, 427 - 429.)

Tuote esitellään asiakkaalle, kun tarvekartoitus osoittaa, että myyjän edustama ratkaisu soveltuu asiakkaan tarpeisiin. Esittelyn aikana myyjän on kiinnitettävä asiakkaan huo-

mio tuotteen hankkimisesta saatuihin etuihin sekä siihen, miten se eroaa kilpailevista tuotteista tai palveluista. Esittelyvaiheessa myyjän täytyy luoda asiakkaalle positiivisia mielikuvia tuotteen tai palvelun käytöstä. Myyntiperustelun tavoitteena on koota yhteen hyödyt, joita asiakas saa ostaessaan tuotteen tai palvelun. Asiakkaan saamat edut voivat olla samat kuin asiakkaan ostoperusteet. (Pekkarinen ym. 2006, 63, 65.) Palvelujen myynnissä täytyy panostaa erityisesti myytävän palvelun konkretisointiin. Myyjä havainnollistaa ostajalle palvelun sisällön, palvelun tuottajat, tapahtumapaikan, palvelussa käytettävät tuotteet sekä palvelun lopputuloksen. (Bergström & Leppänen 2009, 430.)

Asiakkaan piilevien tarpeiden löytäminen on yksi myyntityön perustavoitteista. Piilevien tarpeiden tiedostamista voidaan hyödyntää argumentoinnissa. Myyntineuvottelun argumentit valitaan sen mukaan, mihin keskustelussa on tarkoitus pyrkiä. Asiakas ei saa tuntea olevansa painostuksen kohteena, kun myyjä esittää erilaisia argumentteja. Myyjän tulee selvittää asiakkaan epäröintiin ja ostoon vaikuttavat tekijät, jolloin asiakkaan esittämät vastaväitteet voidaan kumota uusilla argumenteilla. Onnistuneen argumentoinnin perustana ovat myyjän hyvin muotoilemat kysymykset. (Pekkarinen ym. 2006, 67 - 69.) Myyntineuvottelun aikana myyjän täytyy esittää aktiivisesti kysymyksiä, kertoa perusteltua tietoa asiakkaalle ja esittää ostoperusteita. Tällä tavoin myyjä voi vaikuttaa asiakkaan arvostamiin asioihin. (Alanen ym. 2005, 93 - 94.)

Myyntineuvottelun olennainen osa on asiakkaan ilmaisemat vastaväitteet. Ne osoittavat asiakkaan kuuntelevan myyjää. Myyntikeskustelun vastaväitteeksi voidaan ymmärtää kysymysten lisäksi asiakkaan torjuvat, epäröivät eleet ja vaikeneminen. (Bergström & Leppänen 2009, 431.) Ensimmäiseksi on selvitettävä, perustuvatko asiakkaan vastaväitteet todellisiin syihin vai siihen, että asiakas ei pidä tuotteesta saatavista eduista myyjän pyytämän vastasuorituksen arvoisina. Asiakkaan vastustus voi olla suurempi, jos kyseessä on merkittävä ratkaisu asiakkaalle. Neuvotteluilmapiiri ei saa heikentyä vastaväitteiden takia eikä myyjä saa kokea vastaväitteitä henkilökohtaisina loukkauksina. (Alanen ym. 2005, 96 - 97.) Tavallisesti vastaväitteitä aiheuttaa tuotteesta maksettava hinta. Myyjää täytyy kertoa asiakkaalle hinta lopullisena kokonaishintana ja eritellä, mitä sisältyy hintaan. Hinnan ilmoittamisen jälkeen myyjän on hyvä kertoa uudelleen hinnan sisältämät edut ja hyödyt. (Bergström & Leppänen 2009, 431 - 432.)

Asiakas voi osoittaa halunsa ostaa kesken tuote-esittelyn. Myyjän on helppo ehdottaa kaupan päätöstä huomattessaan asiakkaan ilmaiseman osto-signaalin. (Bergström &

Leppänen 2009, 432.) Myyjän tehtävä on tehdä aloite kaupan päättämiseen. Myyjä voi menettää kaupan, jos hän epäröi päätöksen ohjaamista. (Alanen ym. 2005, 109.) Myyjän tulee selvittää syyt, mikäli asiakas ei halua ostaa. Kesken jääneessä neuvottelussa on oltava aktiivinen ja sovittava seuraavasta yhteydenotosta. Asiakkaan tekemää ostopäätöstä tulee tukea eri tavoin kaupanpäättövaiheessa. Päätösvaiheessa voidaan kerrata kaupan hyödyt, esitellä uuden lisähyödyn asiakkaalle, antaa jatko-ohjeita ja kiittää asiakasta myönteisestä päätöksestä. (Bergström & Leppänen 2009, 433.)

Kaupan seuranta ja jälkihoito ovat osa myyntitapahtumaa, jolloin ne muodostavat pohjan seuraaville ostopäätöksille ja asiakassuhteen jatkumiselle. (Alanen ym. 2005, 114 - 115.) Myyjän täytyy huolehtia siitä, että asiakas kokee saaneensa haluamansa palvelun ja voi olla tyytyväinen hankintaansa. Asiakastyytyväisyyden varmistaminen on myyjän tehtävä, jonka kautta asiakassuhde vahvistuu. Asiakkailta saadun palautteen avulla myyjä voi kehittää omaa toimintaansa asiakkaan tarpeita vastaavaksi. Myynnin jälkihoidon aikana myyjä ottaa säännöllisesti yhteyttä asiakkaaseen ja kertoo oma-aloitteisesti uusista mahdollisuuksista. (Leppänen 2007, 98 - 101.)

Myynnin jälkihoidon kautta asiakkaalle ilmaistaan, että hänestä ollaan kiinnostuneita ja asiakassuhteesta otetaan vastuu. Seurannan tarkoituksena on saada tietoa asiakkaan kokemuksista, jolloin myyjä saa mahdollisuuden neuvoa asiakasta. Myyntineuvottelun aikana myyjän kannattaa tuoda esille jälkihoidon taloudellinen hyöty asiakkaalle tulevaisuudessa. Onnistuneella myyntityön seurannalla ja asiakassuhteen jälkihoidolla myyjä parantaa mahdollisuuksiaan lisämyyntiin ja uusiin kauppoihin. (Alanen ym. 2005, 114 - 117.)

5 Asiakkuuden vaiheet

Asiakkuus on prosessi, jonka kuluessa tieto, tunne ja teot siirtyvät osaksi asiakkaan arvontuotantoa (Storbacka & Lehtinen 2006, 25). Asiakkaan arvontuotantoprosessin ymmärtäminen on asiakkuusajattelun ydin. Asiakkuuslähtöinen yritys pyrkii selvittämään, kuinka asiakkaat tuottavat arvoa itselleen. (Storbacka & Lehtinen 1999, 21.) Saavutettavuus, vuorovaikutteisuus ja arvontuotanto ovat osa asiakaslähtöistä toimintatapaa. Asia-

kaslähtöinen yritys on läsnä markkinoilla, asiakkaan saavutettavissa, ja asiakas voi lähestyä yritystä helposti. Yrityksen tarjonnan täytyy vastata asiakkaiden tilanteita ja tarpeita, joten yrityksen tulee olla aktiivisesti yhteydessä potentiaaliin ja nykyisiin asiakkaisiin. Asiakkuusprosessien ja yhteistyön kautta voidaan rakentaa vuorovaikutusta. Erikoistumisen ja kilpailuetujen perustana on yrityksen arvontuotanto. Erilaisten asiakasprosessien kautta luodaan arvoa, mikä edellyttää molemmilta osapuolilta vastavuoroisuutta ja keskinäistä luottamusta. Asiakkaan täytyy voida käyttää hyväkseen yrityksen resursseja, sekä asennoitua oikein arvontuotantojärjestelmään. (Storbacka & 1999, 23 - 25.)

5.1 Uusasiakashankinta

Asiantuntijapalveluiden markkinoinnissa uusien asiakkaiden etsiminen on haasteellista, koska asiakaskanta on pieni ja jokainen potentiaalinen asiakas tulisi hyödyntää (Vahvaselkä 2004, 104). Tavoitteena uusasiakashankinnassa on tehdä ensimmäinen kauppa suhteellisen kannattavasti ja pyrkiä luomaan asiakkuus samanaikaisesti. Nykyisten asiakkaiden säilyttäminen on edullisempaa kuin uusien asiakkaiden hankkiminen. Uusasiakashankinnassa tulee kiinnittää erityistä huomiota siihen, kuinka paljon kannattaa keskittyä uusien asiakkuuksien hankintaan ja kuinka paljon asiakkuuksien kehittämiseen. (Mäntyneva 2001, 19 - 20.)

Kohdemarkkinoiden määrittelemisen kautta aloitetaan uusien asiakkaiden hankinta. Prosessia jatketaan etsimällä potentiaalisia asiakkaita ja tämän jälkeen karsitaan osa asiakkaista. Etsimällä tietoa asiakkaiden tarpeista ja ostokäyttäytymisestä voidaan löytää helpommin potentiaalisia asiakkaita. Segmentointitulosten pohjalta etsitään mahdollisia ostajia. (Vahvaselkä 2004, 104 - 105.) Etsittäessä potentiaalisten asiakkaiden on hyvä käyttää hyödyksi useasta kanavasta muodostuvaa viestintää (Mäntyneva 2001, 19 - 20). Jokainen asiakas ei ole kannattava yritykselle, joten täytyy löytää parhaat mahdolliset asiakkaat. Asiakkaat voivat olla kiinnostuneita yrityksen tarjoamista tuotteista ja palveluista, mutta heillä ei ole välttämättä mahdollisuutta ostaa niitä. Laajemman kokonaisuutensa kautta asiakas saadaan sitoutumaan yritykseen paremmin. Asiantuntijayrityksen tulee pyrkiä osoittamaan asiakkaalle oma osaamisensa, jolloin asiakkuudesta tulee mahdollisesti vahvempi ja pidempiaikaisempi. (Vahvaselkä 2004, 105 - 106.)

5.2 Asiakkuuden syntyminen

Asiakassuhteen luominen perustuu molempien osapuolten tiedon ja tunteen vaihdantaan, jolloin asiakkuuden syntymiselle luodaan otolliset lähtökohdat. Asiakkuuden syntyessä asiakas rajoittaa valintamahdollisuuksiaan vapaaehtoisesti. Asiakkuuden arvonnousun kannalta on olennaista, että asiakkuuteen keskitetyt resurssit ovat suhteessa asiakkuudesta odotettuun arvoon. Asiakkuuden synty edellyttää, että asiakkaille viestitään yrityksen tarjoamista uusista mahdollisuuksista. Asiakkuuden alkuvaiheessa täytyy arvioida uuden asiakkuuden aiheuttamat kustannukset yritykselle. (Storbacka & Lehtinen 2006, 87 - 95)

Yrityksen täytyy kiinnittää erityistä huomiota siihen, että ensimmäiset asiakaskohtaamiset sujuvat hyvin. Asiakkaan tulee saada vahvistusta siitä, että asiakkuudella on arvoa hänen arvontuotantoonsa. (Storbacka & Lehtinen 2006, 93 - 94.) Yrityksen tarjonta täytyy vastata jo olemassa olevia asiakkaan tarpeita. Asiakkaan yritykseltä ostamien tuotteiden ja palveluiden määrällä on vaikutusta asiakkuuden kestoon. Mitä enemmän asiakas ostaa tietyn yrityksen tarjoamia tuotteita, sitä todennäköisemmin asiakkuudesta tulee pidempiaikainen. Asiakkuuden syntyvaiheessa asiakkuuden olemassa olo on heikoimmillaan. (Mäntyneva 2001, 20 - 21.)

5.3 Asiakkuuden jalostuminen

Asiakkuuden suurin arvonnousu tapahtuu asiakkuuden jalostumisen aikana. Yhteistyön kautta molempien osapuolten arvontuotantoon syntyy lisäarvoa, kun asiakaskohtaamisten aikana vaihdetaan resursseja keskenään. Pitkät asiakkuudet ovat pääsääntöisesti arvokkaampia kuin lyhyet. Asiakkuuden kestoon vaikuttaa asiakkuuden lujuus, joten luja asiakas kestää pieniä asiakkuuteen liittyviä ongelmia. (Storbacka & Lehtinen 2006, 97.) Asiakkuuden jalostuessa tarkoituksena on lisätä yrityksen osuutta asiakkaan kokonaisuudesta, sillä sitoutuneet asiakkaat ovat lähtökohtaisesti kannattavampia. Panostamalla asiakkuuksiin, keskittymällä asiakassuhdemarkkinointiin ja tehostamalla asiakkuuksien kehittämistä nykyisistäkin asiakkuuksista voidaan löytää potentiaalia. Asiakaskannatta-

vuutta voidaan parantaa vähentämällä asiakaspoistumia, toimiala ja kilpailutilanne huomioiden. (Mäntyneva 2001, 21.)

Kriittisten asiakaskohtaamisten huomioiminen on tärkeää, jotta pitkiä asiakassuhteita voidaan kehittää. Kontaktitehtävissä olevien henkilöiden tulee tunnistaa kriittiset kohtaamiset ja niiden vaikutus asiakkuuteen. (Storbacka & Lehtinen 2006, 108.) Asiakkuuden ylläpitämisen perustana ovat hyvä asiakastuntemus ja asiakkaiden todellisten tarpeiden tiedostaminen. Asiakkuuksien ylläpitämisessä tulee huomioida, millaisista asiakkaista yrityksen asiakaskannan halutaan muodostuvan ja millä tavoin parhaat asiakkaat pidetään jatkossakin yrityksen asiakkaina. (Mäntyneva 2001, 22.)

5.4 Asiakkuuden loppuminen

Asiakkuuden loppumiseen on useita syitä: asiakas ei halua välttämättä jatkaa asiakkuutta tai yritys haluaa lopettaa asiakkuuden. Yrityksen huomatessa, ettei asiakkuudella ole enää arvoa voidaan asiakkuus lopettaa. (Storbacka & Lehtinen 2006, 111.) Yleisimpiä asiakkuuden loppumisen syitä ovat asiakkaan maksuongelmat, vähäiset laskutusmäärät ja epärehellisyys. Vuorovaikutukseen liittyvät asiat sekä epäammattimaisuus voivat johdattaa asiakassuhteen päättämiseen. (Vahvaselkä 2004, 108 - 109.) Asiakkaat, jotka ovat aikeissa lopettaa asiakkuuden, antavat usein jopa tietämättään viestejä yritykselle. Tällaisia sanattomia viestejä voivat olla yhteydenpidon heikentyminen tai valitusten määrän kasvaminen. (Storbacka & Lehtinen 2006, 111.)

Haastavat asiakassuhteet voivat auttaa yritystä tarkastelemaan kriittisesti asiakkuutta, mikä edesauttaa asiakkuuden kehittämistä. Asiakkuuden päättyessä on hyvä pohtia, miksi asiakkuus loppui ja varmistaa toiminnot, joiden avulla asiakkuus lopetetaan. Asiakkuuden lopettamisessa on tärkeää, ettei asiakas tai yritys menetä kasvojaan lopettamiskohtaamisten aikana. Poistuvan asiakkaan tulee tiedostaa, että hänellä on mahdollisuus palata yritykseen halutessaan takaisin. (Storbacka & Lehtinen 2006, 111 - 112.)

Nykyisen ja potentiaalisen kannattavuuden pohjalta tulee muodostaa perusteet asiakkuuksien säilyttämiselle. Yrityksen täytyy kiinnittää huomiota päättävien asiakkaiden toimintatapojen muutoksiin. Tietämyksen avulla yritys voi lisätä asiakassuhteiden pysyvyyttä jatkossa muiden asiakkaiden kanssa. Yrityksen täytyy vähentää asiakkuuksien

liikkuvuutta tunnistamalla tekijät, jotka edistävät ja vähentävät asiakkaiden liikkuvuutta. Haastavinta on pyrkiä säilyttämään asiakkaat, jotka ovat tyytymättömiä ja eivät valita, mutta ovat yritykselle kannattavia. (Mäntyneva 2001, 23.)

6 Menetelmä ja toteutus

Teoreettinen viitekehys luo pohjan tutkimukselle. Teorian tulisi liittyä tutkimusongelmaan, joten teorian ja empirian välillä tulisi olla jatkumo. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006) Tässä luvussa kerrotaan tutkimustehtävästä, tavoitteista ja menetelmästä. Luvussa kuvataan tarkemmin aineiston hankintaa, haastatteluiden toteuttamista ja aineiston analysointia.

6.1 Tutkimustehtävä

Opinnäytetyöni tehtävänä on selvittää, millaiset ovat kirjanpitäjien asiakaspalvelu- ja myyntitaidot sekä millaiset ovat heidän valmiudet selviytyä onnistuneesti asiakaspalvelu- ja myyntitilanteista. Tutkimuksessa pyritään löytämään ratkaisuja kirjanpitäjien asiakaspalvelu- ja myyntiosaamisen kehittämiseen. Opinnäytetyöni avulla pyrin selvittämään, vaikuttavatko kirjanpitäjän työkokemus, koulutustausta ja suhtautuminen onnistumiseen asiakaspalvelu- ja myyntityössä.

6.2 Tavoitteet

Tavoitteena on selvittää, millaiset kirjanpitäjien asiakaspalvelutaidot ovat sekä tuoda esille konkreettisia ehdotuksia, kuinka asiakaspalvelu- ja myyntitaitoja voidaan kehittää. Tutkimuksen avulla pyrin selvittämään myös, voidaanko koulutuksen ja valmennuksen kautta parantaa kirjanpitäjien asiakaspalvelu- ja myyntitaitoja sekä millaista tukea kirjanpitäjät tarvitsevat esimiehiltä ja muilta työntekijöiltä. Tavoitteenani on tuoda esille kirjanpitäjän roolia myös myyjänä. Tutkimuksessani aion haastatella viittä tilitoimiston

kirjanpitäjää. Heidän kokemusten pohjalta pyrin löytämään kehittämisideoita ja ongelma-kohtia kirjanpitäjän asiakaspalvelu- ja myyntityössä.

6.3 Menetelmä

Tapaustutkimuksessa tutkitaan yksittäistä tapahtumaa, kokonaisuutta tai yksilöä. Tapaustutkimuksessa käytetään hyödyksi useilla erilaisilla menetelmillä hankittuja tietoja. Lähtökohtana on valita tutkittavaksi kohteeksi yksittäinen tapaus tai joukko tapauksia. Tutkimuksessa kiinnostuksen kohteena ovat usein prosessit. Tapauksia pyritään tutki-maan niiden luonnollisessa ympäristössään kuvailemalla aihetta. Tarkoituksena on tutkimuskohteen ominaispiirteiden kuvaileminen ja selvittäminen. Tapausta tutkimalla pyritään lisäämään ymmärrystä ilmiöstä, jolloin tavoitteena ei ole tiedon yleistettävyy-ys. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

6.4 Aineiston hankinta

Tutkimuksen aineisto kootaan luonnollisissa ja todellisissa tilanteissa. Lähtökohtana on aineiston yksityiskohtainen tutkiminen ja tavoitteena on paljastaa yllättäviä asioista tutkivasta kohteesta. Laadullisia menetelmiä suosittaessa tutkittavien näkökulmat nousevat esille. Kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti ja jokaista tapausta käsitellään yksilöllisesti. (Hirsjärvi ym. 2009, 164.)

Aineiston hankintamenetelmää valittaessa tulee huomioida, millaista tietoa etsitään sekä millainen aineisto tarjoaa näkökulmia määriteltyyn tutkimustehtävään (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Haastattelujen avulla saadaan selville, mitä tutkittavat henkilöt ajattelevat, kokevat ja uskovat (Hirsjärvi ym. 2009, 185). Tutkimuksessa pyritään selvittämään kirjanpitäjien asiakaspalvelutaitojen tasoa ja kehittämismahdollisuuksia sekä suhtautumista asiakaspalvelu- ja myyntityöhön.

Aineisto voi muodostua yksilöhaastatteluista, jolloin tarkoituksena ei ole etsiä aineistos- ta säännönmukaisuuksia. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tutkimus- kohdetta, joten tarkoituksena ei ole tiedon yleistettävyy-ys. Tarkastelemalla yksittäistä ta-

pausta huomataan se, mikä tapauksessa on merkittävää ja mikä toistuu yleisemmällä tasolla. (Hirsjärvi ym. 2009, 181 - 182.)

Haastateltavilla tulee olla tietämystä ja kokemusta tutkittavasta aiheesta, joten haasteltavien valinta tulee olla harkittua. Tutkimuksen haastateltavien määrällä ei ole suurta merkitystä, mutta tutkimuksen kohteiksi tulee valita henkilöt, joilta saadaan parhaiten tietoa tutkittavasta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85 - 86.) Tutkimuksen kohdejoukoksi valittiin kirjanpitäjiä, joilla on mahdollisimman erilaista työkokemusta niin taloushallinnon alalta kuin muiltakin toimialoilta. Haastateltavien valintakriteereinä olivat ikä, koulutustausta ja suhtautuminen tutkittavaa aihetta kohtaan. Toimeksiantajan kanssa mietimme yhdessä, ketä voisin haastatella. Lopulta tein itse päätöksen haastateltavista. Ensimmäiset kolme haastateltavaa minun oli helppo saada osallistumaan tutkimukseen. Kahden muun haastateltavan löytäminen oli vaikeampaa. Toivoin, että haastateltavat uskaltaisivat avoimesti keskustella omista asiakaspalvelutaidoistaan ja suhtautumisestaan asiakaspalvelu- ja myyntityöhön.

Tutkimuksessa saturaatiolla tarkoitetaan tilannetta, jossa aineisto alkaa toistamaan itseään. Tietty määrä aineistoa riittää tuomaan esille teoreettisen kuvion, joka tutkittavasta ilmiöstä on mahdollista löytää. Tulosten yleistettävyyttä voidaan yhdistää saturaation käsitteeseen. Pienestäkin aineistosta voidaan tehdä yleistyksiä, kun aineisto alkaa toistamaan itseään. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 87 - 88.)

6.5 Haastattelu

Haastattelussa haastateltavalle annetaan mahdollisuus kertoa itseään koskevista asioista vapaasti. Haastattelussa on merkittävää, että haastattelija voi nähdä vastaajan, hänen eleensä ja ilmeensä. Haastavia aihealueita tarkasteltaessa haastattelu on hyvä aineistonkeruumenetelmä. Haastattelujen toteuttaminen onnistuneesti edellyttää perehtymistä haastattelijan tehtäviin. Haastattelun luotettavuutta voi heikentää se, jos haastateltavat ilmaisevat vain sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2009, 205 - 206.) Tuomen ja Sarajärven mukaan (2009, 73) haastattelussa tärkeintä on saada mahdollisimman paljon tietoa tutkittavasta aiheesta. Haastattelun onnistumisen kannalta on suositeltavaa, että haastateltavat voisivat tutustua kysymyksiin tai haastattelun aiheeseen

etukäteen. Haastatteluluvasta ja haastattelun ajankohdasta on hyvä sopia haastateltavan kanssa etukäteen.

Haastattelulajeja erotellaan sen mukaan, miten strukturoituja haastattelut ovat ja kuinka muodollinen haastattelutilanne on. Haastattelut voidaan jakaa kolmeen osaan: strukturoitu haastattelu eli lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. Strukturoitu haastattelu tapahtuu lomaketta apuna käyttäen, jossa kysymykset ovat määriteltäviä. Haastattelun toteuttaminen on suhteellisen helppoa, kun kysymykset on saatu laadittua ja järjestettyä. (Hirsjärvi ym. 2009, 208.)

Haastattelu voidaan toteuttaa yksilö-, pari- tai ryhmähaastatteluna. Haastattelun toteuttamisen valintaan vaikuttavat haastateltavat ja tutkimuksen aihe. Tutkijan täytyy pohtia, mitä menetelmää hyödyntämällä saatu lopputulos on parhain. (Hirsjärvi ym. 2009, 210.) Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina, koska toivoin saavani selville myös kirjanpitäjien omaa kokemukseräistä tietoa. Haastattelut tehtiin ennalta valmisteltujen kysymysten pohjalta. Kaikille haastateltaville esitettiin samat kysymykset samassa järjestyksessä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tarkoituksena oli haastatella viittä kirjanpitäjää, joilla on erilaista työkokemusta taloushallinnon tehtävissä toimimisesta. Taustatietoina haastateltavilta kysyttiin heidän koulutustaustansa, työkokemuksen määrää taloushallinnon alalta sekä työkokemusta muista kuin taloushallinnon työtehtävistä. Haastattelukysymykset pohjautuvat asiakaspalvelun ja myynnin aihepiireihin. Kaikki haastateltaville esitetyt kysymykset ovat avoimia kysymyksiä.

Maalikuussa otin yhteyttä haastateltaviin sähköpostitse. Sähköpostin välityksellä sovin haastatteluajankohdat. Haastateltaville kerroin, että en julkaise heidän tai toimeksiantajan nimeä valmiissa opinnäytetyössäni. Lähetin kysymykset sähköpostilla kaikille kirjanpitäjille ennen haastattelua, jolloin halutessaan he saivat miettiä vastauksia ennakoon. Muutamit haastateltavat olivat tutustuneet haastattelurunkoon ennakolta ja tehneet itselleen muistiinpanoja vastauksistaan. Haastattelut toteutin toimeksiantajan toimiloissa keväällä 2014. Kaikki kirjanpitäjät suostuivat haastattelujen nauhoittamiseen. Nauhoitetut haastattelut olivat pituudeltaan 20 - 40 minuuttia.

6.6 Analyysi

Haastatteluiden jälkeen saatu aineisto kirjoitetaan puhtaaksi tekstinkäsittelyohjelmalla. Litteroinnilla tarkoitetaan esimerkiksi nauhoitetun puhemuotoisen aineiston tekstien puhtaaksi kirjoittamista. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Litteroin haastatteluaineiston tekstinkäsittelyohjelmalla, jolloin puhtaaksi kirjoitettua aineistoa muodostui noin 25 sivua.

Litteroinnin jälkeen aineisto voidaan järjestellä teemoittain, jolloin aineistosta etsitään haastatteluja ja vastauksia yhdistäviä tai erottavia seikkoja. Kerätty aineisto on järjestetty teemojen mukaisesti, jolloin teemojen alle on koottu haastatteluista kohdat, joissa puhutaan kyseessä olevasta teemasta. Teemat muodostetaan aineistoa jäsentämällä ja lukemalla. Teemoittelussa on tarkastettava ja tarkennettava teemoja koodausta apuna käyttäen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Tuomen ja Sarajärven (2009, 93) mukaan teemojen sisältä etsitään näkemyksille yhteisiä ominaisuuksia, jolloin tiivistetään näkemyksiä yleistykseksi. Tässä vaiheessa tulee selvittää, etsiikö aineistosta samankaltaisuutta vai erilaisuutta.

Koodaamisella tarkoitetaan esimerkiksi erilaisilla merkeillä aineistoon tehtyjä jäsenteleviä merkintöjä. Aineistoon merkitään koodeilla tekstikohdat, joissa puhutaan samankaltaisista asioista. Koodauksen avulla aineiston sisältö selkiytyi ja sain selvitettyä, mitä tutkimusaiheeseen liittyvää aineistossa on. Aloitin koodaamisen alleviivaamalla käsin usein toistuvia asioita eri värejä käyttäen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Kerätyn haastatteluaineiston analysointi oli työläs ja aikaa vievä prosessi, sillä oli haasteellista löytää oikeanlainen analysointitapa. Analysoidessani haastatteluaineistoa havaitsin, että kysymykset olivat osaltaan samanlaisia. Useissa vastauksissa toistuivat samat aihepiirit ja asiat, mikä vaikeutti analysointia.

Tulkinnalla tarkoitetaan sitä, että tutkija pohtii haastatteluiden avulla saatuja tuloksia ja tekee niistä johtopäätöksiä. Empiirisessä tutkimuksessa tarkastellaan usein tutkimuksen validiutta. Tutkimuksen validius tarkoittaa sitä, mittaako tutkimus sitä, mitä sen tarkoitus mitata. Tuloksista tulee laatia synteesejä, jotta tutkimustuloksia on kuvailtu riittävästi. Synteisien pohjalta saadaan vastaukset asetettuihin tutkimusongelmiin. Johtopäätösten perustana ovat laaditut synteetit. Tutkijan tulee pohtia tarkasti, millainen merkitys tutkimuksesta saaduilla tuloksilla on. (Hirsjärvi ym. 2009, 229 - 230.)

7 Tulokset

Tässä luvussa kerrotaan aineiston analysoinnin tulokset. Tuloksia on täydennetty suorilla lainauksilla haastatteluista. Lainaukset ovat ilmaistu samalla tavoin, kuin ne ovat nauhalle tallentuneet. Haastateltavien anonyymiyden suojelemiseksi en esittele haastateltavia yksittäisinä tapauksia.

7.1 Haastateltavien taustatiedot

Tutkimusta varten haastattelin viittä taloushallinnon alalla työskentelevää kirjanpitäjää. Taustatietoina kirjanpitäjiltä kysyttiin heidän koulutustaustaansa ja työkokemukstaan vuosina taloushallinnon sekä muiden toimialojen työtehtävistä. Haastateltavilta kysyttiin myös, millaisissa taloushallinnon työtehtävissä he ovat työskennelleet.

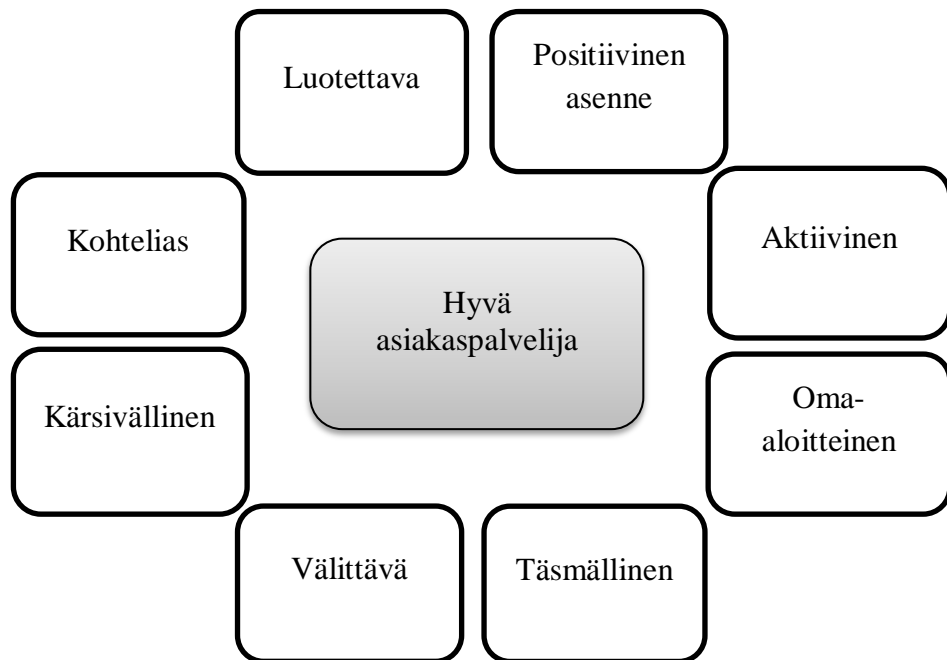
Tilitoimistossa työskentelee pitkän työuran taloushallinnon alalla työskennelleitä ammattilaisia sekä alalle vastavalmistuneita työntekijöitä. Kaikkien haastateltavien pohjakoulutuksena on merkonomien tutkinto. Kaksi haastateltavaa on suorittanut taloushallinnon ammattitutkinnon merkonomien tutkinnon lisäksi. Haastateltavien taloushallinnon työkokemus vaihtelee alle viidestä vuodesta yli 30 vuoteen. Kirjanpitäjien työtehtäviin kuuluvat kirjanpitoon, palkanlaskentaan, reskontriin ja verotukseen liittyvät työtehtävät. Kirjanpitäjät ovat työskennelleet aiemmin myös muissa työtehtävissä eri toimialoilla. Aiempaa työkokemusta heillä on yrittäjänä, myyjänä, sihteerinä, kouluttajana sekä tehdastyöntekijänä toimimisesta.

7.2 Asiakaspalvelu

Tutkimuksen haastateltavilta kysyttiin, millaista heidän mielestään on hyvä asiakaspalvelu sekä millainen on hyvä asiakaspalvelija. Jokaisella haastateltavalla oli omanlaisen-

sa kokemus siitä, millaista on hyvä asiakaspalvelu. Kirjanpitäjät kokivat hyvän asiakaspalvelun määrittämisen hieman vaikeana.

Haastateltava C kertoo, että hyvä asiakaspalvelija esittelee aktiivisesti ja oma-aloitteisesti erilaisia toimintavaihtoehtoja asiakkaalle. Haastateltava C korostaa myös sitä, että hyvä asiakaspalvelija on kohtelias, välittävä ja aidosti kiinnostunut asiakkaisistaan. Haastateltava D:n mielestä hyvä asiakaspalvelija kuuntelee asiakasta ja huomioi asiakkaan tarpeet. Haastateltava D kertoo, että hyvä asiakaspalvelija on täsmällinen, luotettava ja hänellä on positiivinen asenne asiakaspalvelutyöhön. Vastausten perusteella voidaan havaita, että hyvä asiakaspalvelija johdattelee asiakaspalvelutilannetta ja ajattelee asiakkaansa parasta. Kuviossa kolme havainnollistetaan hyvän asiakaspalvelijan ominaisuuksia.



Kuvio 3. Hyvän asiakaspalvelijan ominaisuudet

7.2.1 Kirjanpitäjien asiakaspalvelutaidot

Tutkimuksessa kirjanpitäjiltä kysyttiin heidän vahvuuksiaan ja heikkouksiaan asiakaspalvelussa. Kirjanpitäjien oli vaikeaa arvioida ja kertoa ääneen omia vahvuuksiaan sekä etenkin heikkouksiaan. Haastateltava D:n vahvuuksia asiakaspalvelutilanteessa ovat

asiakkaan kuunteleminen, huomioiminen ja katsekontaktin ylläpitäminen. Hän pitää hyvänä vuorovaikutustaitonaan kykyä tuntea empatiaa asiakasta kohtaan.

Haastateltava C kertoo, että hänen vahvuuksiaan asiakaspalvelussa ovat asiakkaan edun huomiointi ja huolehtivaisuus. Palvelutilanteessa hän osoittaa kiinnostustaan asiakkaaseen kysymällä tarkentavia lisäkysymyksiä. Vastausten perusteella voidaan huomata, että kirjanpitäjät osaavat palvella asiakkaitaan ystävällisesti ja asianmukaisesti, hyviä käytöstapoja noudattaen.

Haastateltava E kertoo, että hän pitää asiakaspalvelun vahvuutena asiakassuhteessa molempipuolisen luottamuksen syntymistä.

Jokaisen asiakkaan kanssa on muodostunut tietynlainen luottamussuhde, he pystyvät keskustelemaan ihan mistä tahansa asiasta niin kuin minäkin. Sitten he kertovat henkilökohtaisista kuulumisistakin kaiken muun ohella.

Haastateltava A kokee työssään ajoittain, että hänellä ei ole tarpeeksi laajaa tietämystä verotuksen ja lainsäädännön käytännöistä. Satunnaisesti hän kohtaa työssään asiakaspalvelutilanteita, jolloin hän ei osaa neuvoa asiakasta oman tietämyksensä perusteella. Tällöin hän pyytää neuvoa työkavereiltaan tai esimieheltään asiakkaan palvelemiseen.

Kirjanpitäjä D kertoo että, kirjanpitäjän täytyy osata ilmaista asiansa tarpeeksi yksinkertaisesti ja ymmärrettävästi. Haasteita asiakaspalvelutilanteessa syntyy, kun kirjanpitäjälle itsestään selvät asiat ovatkin asiakkaalle täysin vieraita. Osa asiakkaista on hyvin kiinnostuneita taloushallinnosta ja haluavat seurata tarkkaan yrityksensä taloudellista kehitystä. Yrityksen liiketoiminnan talouden seuraaminen voi aiheuttaa hämmennystä kuitenkin useille asiakkaille. Haastateltava C kertoo, että asiakaspalvelussa haasteita hänelle luovat hankalat asiakaspalvelutilanteet sekä negatiivisen palautteen vastaanottaminen ja käsitteleminen. Haastateltava A kokee, että myönteinen suhtautuminen asiakkaaseen auttaa hankalissa palvelutilanteissa.

Kaikista haastavinta on, että asiakas on sitä mieltä, että asiakas tietää miten nämä asiat tehdään. Asiakkaalla on vahvat mielipiteet, johon vaikeaa vaikuttaa edes faktatiedolla.

Haastateltava D kertoo, että on haasteellista tietää, millaista palvelua asiakas voisi tarvita, jos hän itse ei osaa ilmaista tarvetta. Hänen mielestään asiakkaan piileviä tarpeita voi olla vaikeaa tunnistaa, sillä se vaatii asiakkaan ja hänen liiketoimintansa perusteellista tuntemusta.

7.2.2 Kirjanpitäjän asiakaspalvelutyö

Kirjanpitäjän työ on asiakaspalvelutyötä, mutta palvelu tuotetaan pitkälti ilman asiakkaan läsnäoloa. Haastateltavat kokevat, että asiakaspalvelun rooli päivittäisessä työskentelyssä on merkittävä. He eivät tapaa asiakkaitaan kasvojen päivittäin, joten asiakkaiden kanssa ollaan yhteydessä puhelimen, sähköpostin ja pikaviestimien välityksellä. Kirjanpitoaineistoa lähetetään asiakkaille myös postitse.

Kirjanpitäjä huolehtii kymmenien asiakasyritysten taloushallinnon hoitamisesta. Haastateltavien vastauksissa korostuu, että kiire ja työn kuormittavuus vaikuttavat asiakaspalvelutyöhön, sillä siihen jää aikaa niukasti. Haasteltava C kertoo, että asiakashuolenpito vaatii kirjanpitäjältä aktiivista yhteydenpitoa asiakkaaseen. Hän kokee, että kirjanpitäjien täytyisi ottaa yhteyttä asiakkaaseen ja osoittaa kiinnostusta asiakasta kohtaan yhä enemmän.

Riittävä yhteydenpito, toisten kanssa päivittäin yhteydessä - ei unohtaisi asiakasta, jos käy kerran kuussa. Asiakas kokee, että muistetaan, vaikka käy harvoin täällä.

Sovittuja asiakastapaamisia kirjanpitäjät järjestävät harvoin. Vuosittain tilinpäätöksen valmistuttua kirjanpitäjät sopivat henkilökohtaisen tapaamiseen asiakkaan kanssa, jossa asiakkaan kanssa keskustellaan muun muassa edellisen tilikauden liiketoiminnasta ja tulevaisuuden suunnitelmista. Haastateltava A kokee, että on antoisampaa sopia asiakkaan kanssa tapaaminen, jolloin voidaan keskittyä vain yhteen asiakkaaseen kerrallaan ja tapaamiseen voidaan valmistautua. Haastateltava D kertoo valmistautuvansa tilinpäätösneuvotteluihin ennakkoon. Ennen asiakkaan tapaamista hän perehtyy asiakkaan liiketoiminnan sen hetkiseen tilanteeseen sekä mahdollisesti valmistelee tarkentavia kysymyksiä ja laskelmia asiakastapaamista varten. Hän pohtii ennakkoon, millaista tukea ja neuvontaa asiakas tarvitsee tällä hetkellä. Haastateltava B kertoo, että hänellä on ollut vähän sovittuja tapaamisia asiakkaiden kanssa. Hän on saanut neuvoa muilta työntekijöiltä siihen, kuinka hän voi valmistautua asiakastapaamiseen.

7.2.3 Työyhteisön tuki asiakaspalvelussa

Asiakassuhteen hoitamisesta ovat vastuussa kirjanpitäjän lisäksi esimiehet ja mahdollisesti palkanlaskija. Kirjanpitäjät kokevat, että heillä on mahdollisuus pyytää neuvoa esimiehiltä asiakassuhteen hoitoon liittyvissä asioissa. Haastateltava D kertoo, että esimiehiltä ei saa konkreettista apua asiakaspalvelutilanteessa, vaan asiakaspalvelutilanteen jälkeen he voivat pyytää neuvoa esimiehiltä. Haastateltava B kokee saavansa tukea ja neuvoa hankaliin asiakaspalvelutilanteisiin riittävästi työkavereiltaan. Vastausten perusteella useimmat kirjanpitäjät pyytävät neuvoa mieluiten muilta työntekijöiltä hankalissa tilanteissa asiakaspalvelutilanteissa. Haastateltava A kertoo, että hän on saanut palautetta vähän esimiehiltään omasta asiakaspalvelustaan. Kirjanpitäjät toivovat esimiehiltä enemmän henkilökohtaista palautetta ja kannustusta asiakaspalvelutilanteessa toimimiseen.

Kirjanpitäjät saavat palautetta asiakkailta henkilökohtaisesti sekä asiakastytyväisyyskyselyiden kautta. Tilitoimistossa asiakastytyväisyyttä seurataan vuosittain tehtävillä asiakastytyväisyyskyselyillä, joiden tulokset käydään läpi kirjanpitäjien kanssa henkilökohtaisesti. Vastauksista voidaan päätellä, että asiakastytyväisyyden seuranta kirjanpitäjät pitävät tärkeänä. Haastateltava A:n mielestä jokaisen kirjanpitäjän tulee olla tietoinen, siitä ovatko asiakkaat tyytyväisiä palveluun ja mitä kehitettävää asiakaspalvelussa on.

Asiakaspalveluun liittyvää koulutusta kirjanpitäjät ovat saaneet eri työnantajien ja oppilaitosten puolesta. Haastateltava A kertoo saaneensa työnantajan järjestämästä koulutuksesta kehittämisideoita asiakaspalvelutilanteissa toimimiseen. Parhaiten hänen mielestään oppii käytännön tilanteissa asiakkaiden kanssa. Haastateltava E kertoo saaneensa asiakaspalvelukoulutusta työnantajan puolesta, mutta hän ei kokenut koulutusta hyödyllisenä.

7.2.4 Asiakaspalvelun laatu

Taloushallintoliiton toimialastandardi TAL-STA on ohjeistus hyvän tilitoimistotavan noudattamiseen. Toimialastandardi asettaa taloushallinnon palveluyrityksen toiminnalle laadullisen vaatimustason, jota noudattamalla taloushallinnon palveluyritys voi tuottaa laadukasta palvelua sidosryhmilleen. (Taloushallintoliitto 2009.) Kirjanpitäjät tuntevat Taloushallintoliiton toimialastandardi TAL-STA:n sisällön hyvin, mutta heidän on vai-

keaa kertoa yksityiskohtaisesti standardin sisällöstä. Haastateltava D kertoo, että toimialastandardi sisältää periaatteet, joiden mukaan tilitoimistossa työskennellään. Haastateltava B kertoo, että koulutuksissa on perehdytty toimialastandardin sisältöön ja yksityiskohtiin.

Kirjanpitäjiltä kysyttiin, mitä heidän mielestään tarkoittaa hyvä tilitoimistotapa. Haastateltava A:n mielestä hyvä tilitoimistotapa tarkoittaa sitä, että toimitaan lain määäämissä rajoissa ja asiakastyöt tehdään sopimuksen mukaisesti ajallaan, oikein ja luottamuksellisesti. Haastateltava D kertoo, että työskenneltäessä käytettävien ohjelmien, toimitilojen ja työvälineiden täytyy olla asianmukaisia. Tilitoimistossa työskentelevien henkilöiden tulee olla ammattitaitoisia ja koulutettuja sekä heidän tulee ylläpitää omaa ammattitaitoaan jatkuvalla kouluttautumisella.

Kirjanpitäjiltä kysyttiin, kuinka he itse voivat tuottaa laadukasta palvelua. Kirjanpitäjä C kertoo, että oma palvelutyyli ja aktiivisuus vaikuttavat palvelun laatuun. Hän kertoo, että täytyy olla kiinnostunut omasta työstään, asiakkaiden palvelemisesta ja heidän liiketoiminnastaan. Asiakkaat huomaavat, jos kirjanpitäjä ei pidä omasta työstään. Haastateltava A kertoo, että asiakkaille tulee tarjota riittävästi tukea ja neuvontaa, etenkin uusien asiakkaiden tukeminen toimeksiannon alkuvaiheessa on tärkeää. Hänen mielestään työt tulee hoitaa huolellisesti ja sopimuksen mukaisesti toimeksiannon loppuun saakka. Hänen mielestään lähteville asiakkaille on tärkeää ilmaista, että on aina mahdollisuus palata takaisin yrityksen asiakkaaksi. Haastateltava B:n mielestä on merkittävää, että jokainen kirjanpitäjä tietää, millaiset asiat omassa työssään vaativat kehittämistä. Kirjanpitäjien tulee oma-aloitteisesti hakeutua koulutuksiin ja opiskella itsenäisesti toimialaan liittyvistä muutoksista.

7.2.5 Kirjanpitäjien ehdotukset asiakaspalvelun kehittämiseen

Tutkimuksen haastateltavilta kysyttiin, mitä kehitettävää heidän mielestään tilitoimiston asiakaspalvelussa on. Haastateltava B korostaa vastauksessaan, että jatkuvuutta asiakassuhteessa täytyy vaalia. Yhteyshenkilön tulisi pysyä mieluiten samana, mutta mahdollisista henkilövaihdoista tulisi ilmoittaa asiakkaalla riittävän ajoissa. Haastateltava D:n mielestä asiakkaan tulee olla vaivatonta tavoittaa kirjanpitäjä hänen työaikanaan puhelimitse tai sähköisten viestimien välityksellä.

Haastateltava A kertoo, että asiakasta kohtaan täytyy olla rehellinen, joten asiakkaalle ei voida luvata sellaista, mitä ei voida toteuttaa. Omien virheiden myöntäminen ja korjaaminen on tärkeää asiakassuhteen luotettavuuden kannalta. Hänen mielestään asiakaspalvelua on aina mahdollisuus kehittää enemmän asiakkaiden tarpeita ja odotuksia vastaaviksi.

Kukaan työntekijöistä ei ole huono, kaikilla vahvuudet ja heikkoudet. Olisi varmasti kehitettävää, sen verran kokemusta että osataan olla ystävällisiä, eikä käännetä selkää.

Haastateltava A pitää tärkeänä, että asiakkaille kerrotaan jo asiakassuhteen alkaessa yhteistyön säännöt, joita molemmat osapuolet noudattavat koko asiakassuhteen ajan. Hänen mielestään palvelun tulee olla aidosti asiakaslähtöistä, jolloin asiakas huomioidaan yksilönä.

Palvelu olisi oikeasti sellaista, että huomioitaisiin asiakas ja se olisi asiakaslähtöistä. Huomioitaisiin, että asiakkaita on erilaisia. Mun mielestä meidän toimistossa aika hyvin se huomioidaan, kaikille ei käy sama ”sapluuna”- asiakkaatkin ovat yksilöitä.

Kirjanpitäjät kokevat, että sovittuja asiakastapaamisia tulisi järjestää useammin ja asiakkaille tulisi antaa enemmän palautetta heidän liiketoimintansa kehityksestä ja yhteistyön sujuvuudesta. Muutostilanteista kirjanpitäjän täytyisi tiedottaa asiakkaalle henkilökohtaisesti ajoissa, jotta asiakas pystyy valmistautumaan tapahtuviin muutoksiin.

7.3 Henkilökohtainen myyntityö

Haastateltavilta kysyttiin, millä tavoin he suhtautuvat asiakkaisiin. Haastateltava C kertoo, että kaikki asiakkaat ovat tasavertaisia keskenään. Haastateltava A suhtautuu asiakkaisiin nöyrästi ja kunnioitettavasti. Hän myöntää, että asiakkaat ovat myös haastavia. Hänen mielestään on tärkeää, että jokaista asiakasta pidetään yhtä tärkeänä ja asiakkaita kohdellaan tasavertaisesti yrityksen koosta riippumatta.

Joku pieni yrittäjä, niin se on minun mielestä meille yhtä tärkeä kuin joku isompikin yritys.

Useat kirjanpitäjät suhtautuvat hieman negatiivisesti myyntityöhön. Kirjanpitäjät kokevat, ettei myyntityö ole osa heidän työtään vaan ainoastaan esimiesten vastuulla.

7.3.1 Asiakas- ja tuotetuntemus

Kirjanpitäjillä on asiakkainaan lukuisia kooltaan erilaisia yrityksiä toiminimestä konserneihin. Kirjanpitäjät tuntevat asiakkaansa liiketoiminnan pääosin hyvin. Haastateltava A kertoo, että asiakkaiden liiketoimintaan perehtyminen vaatisi panostamista. Haastateltava E kertoo, että hän tuntee asiakkaansa hyvin, sillä hänen asiakkaansa ovat kooltaan pieniä. Haastateltava D kertoo, että hän pyrkii perehtymään asiakkaan liiketoimintaan tutustumalla asiakkaan kirjanpitoon, kyselemällä liiketoiminnasta asiakkaalta ja tutustumalla itsenäisesti toimialaan.

Kirjanpitäjät tuntevat tilitoimiston tarjoamat taloushallinnon palvelut paikallisesti, mutta valtakunnallisesti yrityksen tarjoamat palvelut he tuntevat heikommin. Haastateltava D kertoo, että tuntee yrityksen tarjoamat tuotteet karkeasti ja voi esitellä yrityksen palveluita asiakkaalle. Haastateltava B kokee, että hän ei tunne yrityksen tarjoamia palveluita niin hyvin, että voisi esitellä niitä asiakkaille. Haastateltava C:n mielestä on tärkeää keskustella asiakkaan kanssa asiakkaan tarpeista ja esitellä asiakkaalle yrityksen tarjoamia tuotteita ja palveluita.

Tärkeää nähdä asiakasta ja puhua asiakkaan kanssa, onko asiakkaalla tarvetta sähköiselle palvelulle - asiakkaat ovat tietoisia, että ne eivät lähde sen takia, että eivät tienneet tarjonnasta.

Vastausten perusteella havaitaan, että kirjanpitäjien tuotetuntemusta tulisi lisätä, jotta he voisivat esitellä palveluita laajemmin asiakkailleen.

7.3.2 Henkilökohtaisen myyntityön haasteet

Henkilökohtaisia tavoitteita myyntityölle kirjanpitäjät ovat asettaneet niukasti. Haastateltava D kertoo olevansa yrittäjähenkkinen ja on asettanut itselleen myyntitavoitteita. Haastateltava B kertoo, että hän ei ole asettanut itselleen myyntitavoitteita, koska muut työtehtävät vievät häneltä paljon aikaa.

Kirjanpitäjät kokevat, että haasteita myyntityöhön luovat asiakas- ja tuotetuntemuksen heikkous, myyntineuvottelu ja kaupan päättäminen. Myyntineuvottelussa haasteita ovat

myyntiperusteluiden esittäminen, argumentointi sekä asiakkaan vastaväitteet. Haastateltava D kertoo, että hänelle haastavinta myyntineuvottelussa on palvelun hyödyn perusteleva asiakkaalle ymmärrettävästi ja yksinkertaisesti. Haastateltava A ei koe tuotteiden ja palveluiden esittelemistä vaikeana.

Olen semmoinen myyjä, että en ole mikään ”väkisin myyjä”. En osaa aktiivisesti myydä, esitellä osaan.

Haastateltava E kokee, että pienille yritysasiakkaille on vaikeaa myydä lisäpalveluita. Kirjanpitäjät kertoivat kiireen ja työn kuormittavuuden vaikuttavan myyntityössä onnistumiseen. Muiden töiden tekeminen ajallaan vie aikaa myös myyntityöhön valmistautumisesta. He kokevat, että heillä ei ole tarpeeksi aikaa tutustua yrityksen tarjoamiin palveluihin tai asiakkaisiinsa.

7.3.3 Myynnin jälkihoito

Uuden palvelun käyttöönoton jälkeen kirjanpitäjät ovat olleet henkilökohtaisesti yhteydessä asiakkaaseen. Haastateltava C:n mielestä on tärkeää, ettei asiakasta jätetä yksin uuden palvelun käyttöönoton kanssa ja, että asiakkaalta täytyy kysyä palautetta saamastaan palvelusta. Kirjanpitäjät ovat tarjonneet asiakkaalle opastusta ja neuvontaa palveluiden käytössä puhelimitse tai kasvotusten. Haastateltava E kertoo, että hän on tavannut asiakasta uudelleen ja tiedustellut asiakkaalta, onko hän ollut tyytyväinen saamaansa palveluun ja kuinka uuden palvelun käyttöönotto on sujunut.

8 Johtopäätökset ja pohdinnat

Tässä luvussa kerrotaan johtopäätökset ja kehittämissuhteet saatujen tulosten pohjalta. Luvussa tarkastellaan tutkimuksen luotettavuutta sekä kerrotaan pohdintoja tutkimuksen etenemisestä ja opinnäytetyöprosessista. Viimeisenä esitetään tutkimuksen pohjalta muodostuneet jatkotutkimusmahdollisuudet.

8.1 Tulosten johtopäätökset

Asiakaspalvelun peruslähtökohdat ovat kaikille kirjanpitäjille selkeitä. Asiakasta täytyy kuunnella, huomioida ja osoittaa kiinnostusta häntä kohtaan. Tilitoimistossa asiakaspalvelussa korostuvat tietoperäisyys, luotettavuus, täsmällisyys ja asiantuntijuus. Hyvä asiakaspalvelija on luotettava, täsmällinen, positiivinen ja huolehtivainen. Kirjanpitäjät ovat asiakkaita kohtaan ystävällisiä ja kohteliaita sekä asiakkaille puhutaan kunnioittavaan sävyyn. Sipilän (1992, 306 - 307) mukaan asiakaslähtöisen palvelukulttuurin keskeisiä piirteitä ovat asiakkaan kuunteleminen, ymmärtäminen sekä mielipiteiden huomiointi. Hyvänä palveluna voidaan pitää asiakkaiden arvostusta, avoimuutta ja rehellisyyttä sekä jatkuvaa palvelun kehittämistä.

Vahvuuksia kirjanpitäjien asiakaspalvelussa ovat asiakkaan kuunteleminen ja huomiointi. Elein, ilmein ja katsekontaktin avulla he osoittavat kuuntelevansa asiakasta. Asiakaspalvelutilanteessa kirjanpitäjät esittävät tarkentavia lisäkysymyksiä osoittaakseen huomiota sekä ennakoidakseen asiakkaan tarpeita. Riittävällä yhteydenpidolla ja tiedottamalla asiakkaille muutoksista kirjanpitäjät osoittavat kiinnostusta asiakasta kohtaan.

Kirjanpitäjät tapaavat asiakkaitaan kasvotusten noin kerran kuukaudessa, kun asiakkaat toimittavat kirjanpitoaineistoa heille. Pienempiä asiakkaita kirjanpitäjät tapaavat harvemmin. Kirjanpitäjän ja asiakkaan välinen asiakassuhde on jopa vuosikymmenten mittainen, jolloin kirjanpitäjä oppii tuntemaan asiakkaansa ja hänen toimintatapansa hyvin. Pitkissä asiakassuhteissa kirjanpitäjä tietää paremmin, millaista palvelua asiakas tarvitsee. Jatkuvuus ja pysyvyys asiakassuhteessa lisäävät myös asiakkaan luotettavuutta kirjanpitäjää sekä tilitoimistoa kohtaan.

Kirjanpitäjät ovat tietoisia siitä, että heidän työnsä on yhä enemmän asiakaspalvelutyötä ja asiakaspalvelussa onnistuminen vaikuttaa koko asiakassuhteeseen. He ymmärtävät asiakkaidensa kasvaneet odotukset taloushallinnon palvelun tarjoajilta. Asiakkaat toivovat kirjanpitäjältä enemmän neuvontaa ja tukea taloudelliseen päätöksentekoonsa. Asiakkaat toivovat, että pelkän raportoinnin sijasta kirjanpitäjä kertoisi heille huomioitaan muun muassa liiketoiminnan kehityksestä, kulurakenteen muutoksista ja niihin vaikuttaneista asioista. Kirjanpitäjät ovat kiinnostuneita asiakkaistaan ja he haluaisivat tutus-

tua asiakkaisiin paremmin, mikäli työaika siihen riittäisi. Hyvällä asiakastuntemuksella on pitkäaikaiset vaikutukset asiakassuhteen hoitamiseen.

Verotuksen käytäntöjen hallitseminen vaatii kirjanpitäjältä laaja-alaista perehtymistä verotukseen ja työkokemusta taloushallinnon alalta. Osa kirjanpitäjistä kokee heikkoutena sen, että he eivät osaa palvella asiakastaan oman tietämyksensä perusteella kaikissa asiakaspalvelutilanteissa. Haastavissa asiakaspalvelutilanteissa on vaivatonta pyytää neuvoa työkaverilta. Kirjanpitäjät tuntevat yhteenkuuluvuutta ja samaistumista työkaverihinsa, jolloin heiltä on helpompaa pyytää neuvoa haastavissa tilanteissa. Syitä siihen, miksi kirjanpitäjät pyytävät neuvoa mieluiten työkavereiltaan kuin esimiehiltään on useita. Henkilökemiat, esimiehen ja alaisen välinen suhde ja esimiehen tavoitettavuus voivat olla syitä. Haastaviin asiakaspalvelutilanteisiin kirjanpitäjät pyrkivät asennoitumaan positiivisesti, jolloin he kokevat selviytyvänsä haastavista tilanteista paremmin. Myönteisen palveluasenteen omaavan asiakaspalvelijan tavoitteena on saavuttaa hyvä ratkaisu, jolloin hän on kiinnostunut työstään sekä asiakkaistaan. Kielteisen asenteen omaava asiakaspalvelija kokee haasteelliset palvelutilanteet uhkana. (Marckwort 2011, 13 - 14.)

Kirjanpitäjän työ vaatii useiden työtehtävien hoitamista samanaikaisesti. Kirjanpitäjät kokevat työnsä ajoittain kuormittavaksi kiirehuippujen vuoksi. Kiire ja työn kuormittavuus vaikuttavat siihen, ettei asiakastyölle ja myyntityöhön valmistautumiseen jää riittävästi aikaa. Rutiininomaisiin töihin perehtyminen vie paljon aikaa vähäisen taloushallinnon työkokemuksen omaavilta henkilöiltä.

Palvelut ovat yksilöllisesti koettavia prosesseja, jolloin palvelun tuotanto ja kuluttaminen tapahtuvat samanaikaisesti. Koettuun palveluun vaikuttaa se, mitä asiakaskohtaamisen aikana tapahtuu. (Grönroos 2010, 100 - 102.) Kasvotusten kirjanpitäjät näkevät asiakkaitaan harvoin. Hyvässä palvelussa korostuu, kuinka hyvin kirjanpitäjä on asiakkaansa tavoitettavissa työaikanaan, esimerkiksi kuinka nopeasti kirjanpitäjä vastaa asiakkaan viesteihin tai puheluihin. Oikeinkirjoitus, selkeä puheen- ja tekstintuottaminen sekä molemminpuolinen ymmärrys korostuvat vuorovaikutuksessa.

Toimialastandardi TAL-STA:n sisällön kirjanpitäjät tuntevat hyvin. He ovat hyvin tietoisia siitä, millä periaatteilla he toimivat työssään. Asiakastyöt tulee tehdä sopimuksen mukaisesti, huolellisesti ja tarkkaa aikataulua noudattaen. Kirjanpitäjän tulee olla kiinnostunut omasta työstään, asiakkaistaan ja heidän palvelemisestaan. Asiakassuhteen

alussa uudelle asiakkaalle tulee tarjota riittävästi tukea ja neuvontaa, sillä asiakkaan tulee kokea, että hänestä välitetään. Asiakastyöt hoidetaan ammattitaitoisesti toimeksianton loppuun saakka. Lopettaessa asiakkuus tulee huomioida, ettei asiakas tai yritys menettää kasvojansa asiakaskohtamisessa. Asiakkaalle tulee ilmaista selkeästi, että on mahdollisuus palata yritykseen halutessaan takaisin. (Storbacka & Lehtinen 2006, 112.)

Kirjanpitäjien oman ammattitaidon ylläpitäminen on tärkeää. Kirjanpitäjien täytyy olla valmiita kehittämään tietotaitoaan myös vapaa-ajalla. Kirjanpitäjät omaavat paljon hyljaista tietoa, jota kukaan muu työyhteisössä ei tiedä. Tiedon siirtäminen muille työntekijöille on erityisen tärkeää toiminnan menestymisen kannalta tulevaisuudessa. Kokeneempien työntekijöiden tulee opastaa työuransa aloittaneita työntekijöitä. Työyhteisössä olisi hyvä selvittää, millaisia toimintatapoja yksittäinen kirjanpitäjä käyttää työskennellessään ja voidaanko toimintatapoja siirtää muille.

Asiakassuhde jatkuu asiakastyytyväisyyden kautta, joten saadun palautteen avulla myyjä voi kehittää omaa toimintaansa asiakkaan tarpeita vastaavaksi. (Leppänen 2007, 101.) Kirjanpitäjät ymmärtävät asiakastyytyväisyyskyselyiden merkityksen asiakassuhteen hoitamisen kannalta. Kirjanpitäjät ovat kiinnostuneita asiakastyytyväisyyskyselyiden tuloksista ja palautteista. Asiakkailta saama palaute käsitellään yhdessä esimiehen kanssa. Omasta työstä halutaan palautetta niin asiakkailta kuin esimiehiltäkin.

Asiakas arvostaa sitä, että häntä kohdellaan yksilönä ja häneen suhtaudutaan myönteisesti (Sipilä 1992, 233). Haastateltavat suhtautuvat asiakkaisiin arvostaen, kunnioittaen ja ystävällisesti. Kirjanpitäjät suhtautuvat kaikkiin asiakkaisiin tasavertaisesti yrityksen koosta huolimatta. Kirjanpitäjien suhtautuminen myyntiin on hieman kielteistä. Syitä tähän voivat olla kirjanpitäjän toimenkuvan muutos, epäonnistumisen pelko, esimiesten vastuu myyntityöstä ja tuotetuntemuksen heikkous. Kirjanpitäjät kokevat myyntityön haastavana, mikä voi johtua kielteisistä mielikuvista myyntityötä kohtaan sekä vähäisestä myyntikokemuksesta. Negatiivinen suhtautuminen vaikuttaa myös kiinnostukseen ja haluun tehdä myyntityötä. Taustalla voivat vaikuttaa haasteet asiakas- ja tuotetuntemuksessa, sillä tilitoimiston tuotevalikoima on laaja. Kirjanpitäjät kokevat, että he voivat esitellä palveluita asiakkaalle, mutta myyminen koetaan haastavana. He ovat asettaneet tavoitteita itselleen myyntityöhön niukasti. Suhtautuminen myyntityöhön ja menestymisen myyntityössä ovat vaikuttaneet myyntitavoitteiden asettamiseen.

Kirjanpitäjät kokevat haasteena myyntityössä myyntiperusteluiden esittämisen asiakkaalle ja kaupan päättämisen. He tarvitsevat enemmän käytännön kokemusta myynnistä sekä tukea muilta työyhteisön jäseniltä. Kirjanpitäjien tulee tunnistaa tilanteet, joissa asiakkaalla on tarve uudelle palvelulle. Jos myynti tuntuu itselle liian haastavalta, myyntimahdollisuudesta voi kertoa esimiehelle. Pienille asiakkaille on haasteellista myydä lisäpalveluita, jos todellista tarvetta ei ole. Pienelle asiakkaalle rahallinen panostus uuteen palveluun voi olla saatuun hyötyyn nähden liian suuri.

Tuloksista voidaan huomata, että pitkä työkokemus taloushallinnon alalta lisää varmuutta ja rohkeutta asiakaspalvelussa ja myyntityössä. Mitä pidempään haastateltavat ovat toimineet kirjanpitäjänä, sitä myönteisemmin he suhtautuvat myyntityöhön. Pidempiäaikaiset kirjanpitäjät kokevat tuntevansa asiakkaansa paremmin, ja he uskaltavat ehdottaa asiakkaalle uusia toimintamalleja rohkeammin. Uuden palvelun käyttöönotto voi aiheuttaa aluksi hankaluuksia asiakkaalle. Myynnin jälkeen kirjanpitäjät eivät jätä asiakastaan yksin, vaan he pitävät yhteyttä asiakkaaseen ja tarjoavat neuvontaa uuden palvelun käytössä.

8.2 Kehittämismahdollisuudet

Asiakaspalvelutaitojen kehittämiseksi kirjanpitäjät kaipaavat enemmän koulutusta työnantajaltaan sekä kannustusta ja tukea esimiehiltään. Asiakaspalvelukoulutuksen toivotaan olevan mielekästä, käytännönläheisestä ja rohkaisevaa positiivisessa ilmapiirissä tapahtuvaa. Koulutuksessa tulisi keskittyä jokaisen kirjanpitäjän vahvuuksiin ja sitä kautta lähteä kehittämään asiakaspalvelutaitoja. Yksilöiden heikkouksia ei tulisi tuoda paljoa esille, jotta positiivista asennoitumista asiakaspalvelu- ja myyntityöhön voitaisiin lisätä kirjanpitäjien keskuudessa. Samantapaista koulutusta voitaisiin järjestää myös yrityksen tarjoamista tuotteista ja palveluista. Kirjanpitäjän sähköisten ohjelmien käyttötaito ja tuotetuntemus tulisi olla riittävällä tasolla, jotta asiakkaalle voidaan esitellä tuotteita ja palveluiden käyttöä.

Kirjanpitäjät tarvitsevat esimiesten kannustusta ja rohkaisua asiakaspalvelu- ja myyntityössä menestymiseen. Esimiesten ja alaisten välisissä tapaamisissa olisi hyvä keskustella siitä, kuinka kirjanpitäjät kokevat onnistuvansa asiakaspalvelu- ja myyntityössä sekä millaisissa asioissa he tarvitsevat tukea. Esimiehet voisivat kiinnittää huomiota sii-

hen, kuinka kirjanpitäjä palvelee asiakkaitaan, kuinka usein kirjanpitäjä ottaa yhteyttä asiakkaaseen, ehdottaako kirjanpitäjä tapaamista asiakkaalle tai onko kirjanpitäjä nopeasti asiakkaan tavoitettavissa työaikanaan. Kirjanpitäjien tulisi miettiä, millaiset asiat motivoivat heitä onnistumaan asiakaspalvelussa ja myynnissä. Kirjanpitäjien olisi hyvä tehdä itsearviointia asiakaspalvelutaidoistaan mahdollisesti myös kirjallisena. Jokainen kirjanpitäjä voisi pohtia, mitkä ovat omat vahvuudet ja heikkoudet sekä haasteet ja mahdollisuudet.

Kirjanpitäjät kokevat jäävänsä yksin asiakaspalvelutilanteessa, joten sovituisissa asiakastapaamisissa esimiehet voisivat mahdollisuuksien mukaan olla läsnä. Sovittuja asiakastapaamisia, esimerkiksi yhteisiä lounaita ja kokoontumisia voitaisiin järjestää useammin. Kirjanpitäjät voisivat tutustua paremmin asiakkaaseen ja hänen liiketoimintaansa, sekä osoittaa kiinnostusta asiakasta kohtaan asiakastapaamisten avulla. Valmistautuessaan asiakastapaamiseen kirjanpitäjän tulisi muodostaa itselleen käsitys ainakin asiakasyrityksen kuluvan vuoden toiminnasta ja toiminnan tuloksesta sekä tehdä vertailua edelliseen kauteen. Jos asiakasyrityksen liiketoiminnan tulos on kasvanut, tällöin olisi hyvä miettiä, onko asiakkaalla tarvetta uudelle palvelulle. Asiakasyrityksen liiketoiminnan heikentyessä kirjanpitäjän tulisi perehtyä syihin, mistä tämä johtuu. Kirjanpitäjän tulisi tarjota asiakkaalle neuvontaa mahdollisuuksien mukaan, millä keinoilla liiketoiminta saataisiin jälleen kasvuun. Asiakkaat toivovat kirjanpitäjältään enemmän neuvontaa ja konsultointia. Kirjanpidon valmistuttua kirjanpitäjän olisi hyvä kertoa huomiotaan yrityksen taloudellisesta tilanteesta henkilökohtaisesti asiakkaalle.

Ulkoisessa asiakaspalvelussa menestymiseen vaikuttavat myös työntekijöiden keskinäiset suhteet, työyhteisön ilmapiiri, yrityksen arvojen ja normien tunteminen sekä niiden noudattaminen. Työkavereita tulee kunnioittaa, arvostaa ja kaikkia työyhteisön jäseniä kohdella tasapuolisesti. Työkiireiden keskellä kirjanpitäjien olisi hyvä antaa positiivista palautetta myös työkavereille, mikä omalta osaltaan parantaa työssä viihtyvyyttä ja ylläpitää hyviä vuorovaikutussuhteita. Yhteistä toimintaa voitaisiin lisätä työyhteisössä, mahdollisesti toimintaa voitaisiin järjestää myös vapaa-ajalla.

Asiakaspalvelun toimintamallien ja ajattelutavan muutos on pitkä prosessi, joka onnistuakseen vaatii kaikkien toimijoiden yhteistyötä ja positiivista suhtautumista muutokseen. Positiivisia mielikuvia asiakaspalvelu- ja myyntityötä kohtaan olisi hyvä lisätä työyhteisössä. Esimiehet voisivat omalla esimerkillään kannustaa kirjanpitäjiä asiakas-

palvelu- ja myyntityöhön. Uutta työntekijää rekrytoitaessa yksilön asiakaspalvelutaidot tulisi huomioida. Uutta työntekijää perehdyttäessä esimiesten olisi hyvä tuoda esille asiakaspalvelutyön merkitys kirjanpitäjän päivittäisessä työskentelyssä. Koulutuksen merkitystä asiakaspalvelu- ja myyntitaitojen kehittämisessä ei voida vähätellä, sillä jo korkeakouluopinnoissa tulisi enemmän panostaa asiakaspalvelu- ja myyntitaitojen kehittämiseen.

8.3 Tulosten luotettavuus

Tutkimuksen uskottavuuden perustana voidaan pitää hyvän tieteellisen käytännön noudattamista. Tutkimus täytyy suunnitella, toteuttaa ja raportoida yksityiskohtaisesti. Hyvän tieteellisen käytännön loukkauksia ovat piittaamattomuus ja vilppi tutkimuksen toteuttamisessa. Törkeät laiminlyönnit ja holtittomuus tulkitaan piittaamattomuudeksi tutkimuksessa. Väärien tietojen ja tutkimustulosten esittämisen ja julkaisemisen ovat vilppiä tieteellisessä toiminnassa. Tutkimuksen havainnot tulee kuvata tutkimusraportissa ilmaistulla tavalla, jotta ne eivät ole tekaistuja. Vääristelyssä havaintoja on muokattu niin, että niihin perustuvat tulokset eivät ole totuudenmukaisia. Tuloksia voidaan vääristellä jättämällä esittämättä olennaisia tietoja. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tutkijalta vaaditaan kriittisyyttä kirjallisuuden valinnassa. Tutkijan on hyvä pohtia, kuinka tunnettu ja arvostettu kirjoittaja on. Lähteen valintaan vaikuttavat myös lähdetiedon alkuperä ja ikä. Tarkoituksena tutkimuksessa on käyttää mahdollisimman tuoreita lähteitä. Tutkimuksen tarkoituksena on tavoitella puolueettomuutta ja totuudenmukaisuutta, joten lähteiden tulee olla objektiivisia. Lähteitä valittaessa tulee huomioida myös lähteen uskottavuus sekä julkaisijan arvovalta ja vastuu. (Hirsjärvi ym. 2009, 113 - 114.)

Tutkimuksessa pyritään välttämään virheiden syntymistä. Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta, mikä tarkoittaa tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Validiteetti eli pätevyys tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Tutkimuksen pätevyyttä voidaan parantaa käyttämällä tutkimuksessa useita menetelmiä. Luotettavuus heikkenee, jos tutkimuksessa käytetään vääriä menetelmiä tai vastauksia analysoidaan väärin. Aineiston tuottami-

sen olosuhteet tulee kertoa totuudenmukaisesti. Tulosten tulkinnassa tulee kertoa, millä perusteella tulkintoja esitetään ja mihin päätelmät perustuvat. (Hirsjärvi ym. 2007, 226 - 228.)

Aineistoa kerätessä on mahdollista, että haastateltavat ovat käsittäneet kysymykset aivan toisin kuin tutkija on ajatellut. Jos tuloksia on käsitelty edelleen alkuperäisen tutkijan ajattelumallin tavoin, ei tuloksia voida käsitellä pätevinä. Haastattelukysymysten tulee olla yksiselitteisiä ja ymmärrettäviä. Haastattelut tulee tehdä huolellisesti ja väärinymmärrysten määrä tulee minimoida. (Hirsjärvi ym. 2009, 226 - 227.) Toisaalta vastaukset voivat olla hyvinkin rehellisiä, vaikkei se tutkijan mielestä siltä kuulostaisi. Tutkija ei voi väittää, ettei haastateltavan kokemus olisi todellinen. Tutkija voi kokea asiat aivan toisin kuin haastateltava ja haastateltava voi antaa ilmiöille tutkijan näkökulmasta poikkeavia selityksiä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Aihevalinnan jälkeen laadin tutkimussuunnitelman, jossa kerroin muun muassa mitä menetelmiä käytän tutkimuksessani, mistä aihealueista teorialuvut muodostuvat, kuinka hankin aineiston ja millä tavoin analysoin kerätyn aineiston. Tutkimuksen toteuttamisesta on raportoitu kirjalliseen tutkimusselosteeseen. Raportoinnissa on noudatettu Karolia-ammattikorkeakoulussa vaadittavia lähdeviittauskäytäntöjä. Tuoreita lähteitä käyttämällä on pyritty lähdekriittisyyteen. Tutkimuksessani on käytetty myös vanhempia alkuperäisiä lähteitä, jolloin lainausketjuilta on voitu välttyä.

Haastateltavien valinta on tehty harkiten, sillä halusin haastatella niin työuran aloittavia kuin kokeneitakin kirjanpitäjiä. Opinnäytetyöni aihe voi olla arka aihe haastateltaville, josta ei haluta puhua julkisesti. Mahdollista on, että haastateltavat kirjanpitäjät eivät ole vastanneet kysymyksiin täysin todenperäisesti. Tutkimuksen tulokset on analysoitu keräämiäni haastatteluiden pohjalta ja johtopäätökset pohjautuvat saatuihin tuloksiin. Tutkimustuloksiin on lisätty lainauksia kerätyistä haastatteluista, jolla voidaan omalta osaltaan todentaa, mihin tulokset pohjautuvat. Tutkimuksesta saatuja tuloksia ei voida yleistää kaikkia toimialalla työskenteleviä kirjanpitäjiä kattavaksi, sillä kohdejoukko on määrältään pieni. Toimeksiantajan ja haastateltavien yksityisyyttä on pyritty suojelemaan tutkimusta tehdessä, eikä tutkimuksen perusteella voida selvittää toimeksiantajani tai haastateltavia henkilöitä.

8.4 Pohdinnat

Opinnäytetyön aihe on mielenkiintoinen ja ajankohtainen, sillä työskentelen taloushallinnon toimialalla. Kiinnostusta aiheita kohtaa lisäksi se, että aiempia tutkimuksia aiheesta on tehty vain vähän. Opinnäytetyöprosessi oli minulle pidempi ja vaikeampi, kuin aluksi kuvittelin. Työn edetessä kohtasin useita laadulliselle tutkimukselle tyypillisiä haasteita. Työssäni yksi suurimmista haasteista oli tutkimustehtävän asettaminen. Aihealue olisi täytynyt rajata pienemmäksi, jolloin tutkimukseni olisi ollut syvällisempi. Teoriaa aihealueesta on kirjoitettu paljon, mutta oli pohdittava, millainen tieto on olennaisista tutkimuksessani ja millaiset lähteet ovat luotettavia. Teoriapohja on työssäni laaja, mutta mielestäni olen saanut koottua kaiken tarpeellisen tiedon tiivistettyyn muotoon. Tutkimuksen edetessä huomasin, etten saavuta asettamiani tavoitteita työn aikataululle. Työn valmistuminen viivästyi kuukausia tavoitteestani. Syitä tutkimuksen valmistumisen viivästymiseen olivat ajan ja motivaation puute ajoittain. Tutkimus tekeminen vaati minulta hyvin paljon pohtimista ja useiden asioiden huomioimista.

Aineiston hankinta haastatteluiden avulla tuntui luontevalta valinnalta. Teoreettista tietopohjaa kirjoittaessa minulle muodostui käsitys siitä, millaisia kysymyksiä tulen esittämään haastatteluissa. Kysymysten asettelua olisin voinut miettiä pidempään, jotta olisin välttynyt osittain päällekkäisiltä kysymyksiltä. Kirjanpitäjien vastaukset toistivat pitkälti toisiaan, mikä vaikeutti ja hidasti tulosten analysointia. Haastatteluaineiston sain kerättyä nopeasti ja haastatteluiden litterointi sujui mutkattomasti. Aluksi minulle tuotti hankaluuksia olennaisen tiedon löytäminen tuloksista. Perehtyessäni tutkimustuloksiin selkiytyi ajatus siitä, millaisia asioita tuon esille opinnäytetyössäni. Tulosten tulkitseminen ja johtopäätösten kirjoittaminen sujui hyvin, sillä tuloksia kirjoittaessa johtopäätelmät selkiytyivät.

Teoreettinen viitekehys ja tutkimuksen empiirinen osuus nivoutuvat yhteen, sillä teoriaosuudessa käsitellään pitkälti samoja aihepiirejä kuin empiirisessä osiossa. Mielestäni saavutin työlle asettamani tavoitteet suhteellisen hyvin. Opinnäytetyössäni kerroin kirjanpitäjien asiakaspalvelu- ja myyntityön ominaispiirteistä sekä toin esille palvelun ja myynnin haasteita. Konkreettisten kehittämis ehdotusten löytäminen saatujen tulosten pohjalta oli minulle haasteellista, sillä kehittämis ehdotuksia olisi täytynyt löytää enemmän.

Tutkimus antoi itselleni tietämystä ja pohdiskeltavaa omaa työuraani taloushallinnon alalla ajatellen. Rutiinitöiden sähköistyessä ja automatisoituessa kirjanpitäjän työ on yhä enemmän asiakaspalvelutyötä. Tutkimuksen pohjalta ymmärrän paremmin, kuinka suuri vastuu kirjanpitäjällä asiakkuuden hoitamisesta. Kirjanpitäjällä tulee olla valmiudet tarjota asiakkailleen konsultoivaa ja oma-aloitteista palvelua. Opinnäytetyön myötä olen pohtinut sitä, kuinka toimin asiakaspalvelutilanteessa, millaiset taidot vaativat kehittämistä ja kuinka voin tarjota asiakkaille hyvää palvelua. Tutkimukseni ja oman työni kautta olen havainnut, kuinka laajaa osaamista kirjanpitäjiltä todellisuudessa vaaditaan. Oman ammattitaidon ylläpitäminen ja kehittäminen on yksi perusedellytys työssä menestyäkseen.

Toivon, että tuloksista on hyötyä toimeksiantajani lisäksi myös muille alalla toimiville yrityksille, työntekijöille ja alan opiskelijoille. Tutkittavaan aiheeseen ja tiettyihin aihealueisiin voitaisiin syventyä jatko-tutkimuksissa tarkemmin. Jatkotutkimuksia olisi mahdollista tehdä yksinomaan asiakaspalvelutyöstä, myyntityöstä tai asiakassuhteen hoitamisesta taloushallinnon palveluita tarjoavan yrityksen näkökulmasta. Tutkimuksesta saataisiin taustatietoa toiminnalliselle tutkimukselle.

Lähteet

- Alanen, V., Mälkiä, T. & Sell, H. 2005. Myyntityön käsikirja. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Bergström, S., Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Helsinki: Restamark.
- Grönroos, C. 2010. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Helanto, L., Kaisaniemi, T., Koskinen, K., Kuntola, K. & Siivola, M. 2013. Taloushallinto nyt. Tilitoimistoammattilaisen opas sähköiseen taloushallintoon. ProCountor International Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Holtari, S. 2012. Tilitoimistot ketjuuntuvat vähin äänin. Talouselämä. <http://www.talouselama.fi/uutiset/tilitoimistot%20ketjuuntuvat%20vahin%20aanin/a2052625>. 25.3.2014.
- Järvenpää, M., Partanen, V. & Tuomela, T.-S. 2003. Moderni taloushallinto – Haasteet ja mahdollisuudet. Helsinki: Edita Publishing Oy
- Karelia-ammattikorkeakoulu. 2014. Opinnäytetyön ohjeet. Karelia-ammattikorkeakoulu.
- Kinnunen, H. 2012. Kirjanpitäjän muutosmatka on alkanut. Tuloslaskelma. <http://tuloslaskelma.fi/fi/kirjanpit%C3%A4jien-muutosmatka-alkanut>. 25.3.2014.
- Kirjanpitäjä A. 2014. Nauhoitettu haastattelu kevät 2014.
- Kirjanpitäjä B. 2014. Nauhoitettu haastattelu kevät 2014.
- Kirjanpitäjä C. 2014. Nauhoitettu haastattelu kevät 2014.
- Kirjanpitäjä D. 2014. Nauhoitettu haastattelu kevät 2014.
- Kirjanpitäjä E. 2014. Nauhoitettu haastattelu kevät 2014.
- Lahtinen, J. & Isoviita A. 1999. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Tampere: Avaintulos Oy.
- Lahtinen, J. & Isoviita A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos Oy
- Lepola, R., Pulkkinen, I., Raivio, L., Selinheimo, R. & Sulkanen L. 1998. Optio Asiakaspalvelu. Helsinki: WSOY.
- Leppänen, E. 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Helsinki: Yrityskirjat Oy.
- Lundberg, T. 2002. Palvele, vaikuta ja menesty! Menestyvän asiakaspalvelijan ABC. Lahti: Positiivarit Ky.
- Marckwort, R. & Marckwort, A. 2011. Ole hyvä asiakaspalvelija vaativissa tilanteissa. Helsinki: Yrityskirjat Oy.
- Metsä-Tokila, T. 2011. Taloushallinnon palvelut. Toimialaraportti 1/2011. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1326/Taloushallinnon_palvelut_2011_web.pdf. 30.3.2014.
- Mäkinen, V. 2014. Historian kirjaamisesta asiakastyöhön. Tilisanomat 35 (4), 14 - 19.
- Mäkinen, O. 2011. KTL-tutkinto edellyttää jatkuvaa oppimista. Tilisanomat. <http://www.tilisanomat.fi/content/klt-tutkinto-edellytt%C3%A4%C3%A4-jatkuvaa-oppimista>. 30.3.2014.
- Mäntyneva, M. 2001. Asiakkuuden hallinta. Helsinki: WSOYpro Oy
- Pekkarinen, U., Pekkarinen, E. & Vornanen, J. 2006. Menestyvän myyjän käsikirja. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.
- Pesonen, H.-L., Lehtonen, J. & Toskala A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Jyväskylä: PS-kustannus.

- Rope, T. 2009. Perusmyyjästä supermyyjäksi. Infor Oy.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>. 12.10.2014.
- Sipilä, J. 1992. Asiantuntijapalvelujen markkinointi. Jyväskylä: Weilin+Göös.
- Storbacka, K., Blomqvist, R., Dahl, J. & Haeger, T. 1999. Asiakkuuden arvon lähteillä. Juva: WSOY.
- Talouhallintoliitto. 2009a. Talouhallintoliitto lyhyesti. Talouhallintoliitto.
http://www.talouhallintoliitto.fi/talouhallintoliitto/talouhallintoliitto_lyhyesti/. 19.5.2014.
- Talouhallintoliitto. 2009b. TAL-Laatu. Talouhallintoliitto.
<http://www.talouhallintoliitto.fi/talouhallintoliitto/tal-laatu/>. 19.5.2014.
- Talouhallintoliitto. 2009c. Hyvä tilitoimistotapa. Talouhallintoliitto.
http://www.talouhallintoliitto.fi/tilitoimistot/hyva_tilitoimistotapa/hyva-tilitoimistotapa-13-6-2005-/. 19.5.2014.
- Talouhallintoliitto. 2009d. KTL-Tutkinto. Talouhallintoliitto.
<http://www.talouhallintoliitto.fi/klt/klt-tutkinto/>. 19.5.2014.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014a. Ammattinetti. Kirjanpitäjä.
http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/318_ammatti. 18.4.2014.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014b. Ammattinetti. Talouhallinto.
<http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/6d91ff7ac0315a8d0144dd9038a77bb1>. 18.4.2014.
- Vahvaselkä, I. 2004. Asiantuntijan myyntitaito – onnistuneen markkinoinnin ja myyntityön perusteita. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.

Haastattelukysymykset

1. Taustatiedot

Millainen on teidän koulutustaustanne?

Kuinka paljon teillä on työkokemusta taloushallinnon tehtävistä? Millaisissa työtehtävissä olette toimineet?

Onko teillä kokemusta muista kuin taloushallinnon työtehtävistä?

2. Asiakaspalvelu

Millaista on mielestänne hyvä asiakaspalvelu?

Millainen on mielestänne hyvä asiakaspalvelija?

Millainen rooli asiakaspalvelulla on päivittäisessä työssänne?

Millä tavoin olette vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa työpäivän aikana?

Millaiset ovat teidän mielestänne hyvät vuorovaikutustaidot? Miten kuvailisitte omia vuorovaikutustaitojanne?

Millä tavoin vuorovaikutusta asiakkaiden kanssa voisi parantaa?

Miten kuvailisitte vahvuuksianne/heikkouksianne asiakaspalvelussa?

Millaiset asiakaspalvelutilanteet koette haastaviksi?

Saatteko tukea haastaviin asiakaspalvelutilanteisiin esimieheltä/ muilta työntekijöiltä?

Millaista tukea olette saaneet?

Millaista asiakaspalveluun liittyvää koulutusta/valmennusta olette saaneet? Oletteko kokeneet sen hyödylliseksi?

Oletteko saanut palautetta esimiehiltä tai asiakkailta asiakaspalvelustasi? Millaista palautte on ollut?

Mitä kehitettävää yrityksen/toimiston asiakaspalvelun laadussa mielestänne on?

Millaista on teidän mielestänne luotettava palvelu tilitoimistossa?

3. Henkilökohtainen myyntityö

Millaisia asiakkaita teillä on? Kuvaile asiakkaitasi.

Millä tavoin suhtaudutte asiakkaisiin?

Millaisia tavoitteita teillä on myyntityöhön liittyen?

Kuinka hyvin tunnette yrityksen tarjoamat tuotteet/palvelut? Osaatko esitellä yrityksen tuotteita/palveluita asiakkaille?

Kuinka hyvin tunnette asiakkaidenne liiketoiminnan ja toimialan?

Millaisiin asiakaskohtaamisiin valmistaudutte ennakkoon? Kuinka valmistaudutte asiakaskohtaamisiin?

Mikä myyntitilanteessa on mielestänne haastavinta?

Millä tavoin pidätte yhteyttä asiakkaaseen myyntitapahtuman jälkeen?

Millä tavoin henkilökohtaisesti seuraatte asiakastyytyvääsyyttä?

Millä tavoin teidän mielestänne asiakkuutta tulisi hoitaa?

4. Tilitoimiston palvelun laatu

Kuinka hyvin tunnette taloushallintoliiton toimialastandardin TAL-STA:n sisällön?

Mitä teidän mielestänne tarkoittaa hyvä tilitoimistotapa? Kuinka hyvän tilitoimistotavan toteuttaminen ilmenee päivittäisessä työskentelyssänne?

Kuinka teidän mielestänne tilitoimisto voi tuottaa laadukasta palvelua? Millaiset asiat mielestänne vaikuttavat siihen?

Kuinka itse voitte vaikuttaa tilitoimiston laadukkaan palvelun tuottamiseen? (esimerkiksi toimeksiannon hoitamisen eri vaiheissa)