



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

SUSANNA MARTTILA

Jatkuvan haun asiakaskokemus ammattillisessa koulutuksessa

LIIKETALouden TUTKINTO-OHJELMA
2026

TIIVISTELMÄ

Marttila, Susanna: Jatkuvan haun asiakaskokemus ammatillisessa koulutuksessa

Opinnäytetyö, AMK

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Maaliskuu 2026

Sivumäärä: 60

Tässä opinnäytetyössä tarkasteltiin toimeksiantajana toimivan koulutusorganisaation jatkuvan haun asiakaskokemusta ja selvitettiin, miten jatkuvaa hakua tulisi kehittää, jotta asiakaskokemus olisi mahdollisimman onnistunut. Opinnäytetyön teoriaosiossa tarkasteltiin kirjallisuuden avulla, mitä asiakaskokemus tarkoittaa, miten se muodostuu, miten sitä voidaan mitata sekä miksi sen kehittäminen on organisaatiolle tärkeää.

Jatkuvan haun asiakaskokemusta selvitettiin lähettämällä kysely opiskelijoille, jotka oli valittu opiskelijaksi jatkuvan haun kautta. Kyselyyn vastasi 44 opiskelijaksi valittua, jotka olivat hakeutuneet koulutukseen kyseisen hakuväylän kautta. Vastaajat olivat pääosin tyytyväisiä hakuprosessin sujuvuuteen ja kokivat hakulomakkeen helposti täytettäväksi.

Kyselyn tuloksena selvisi, että asiakaskokemuksen onnistumisen ja suositteluhaluuden kannalta ratkaisevimmat tekijät ovat: asiakaspalvelu hakeutusvaiheessa, sähköpostikutsut kielikartoitukseen ja ohjauspäivään, opiskelijavalintaan liittyvä sähköpostiviesti sekä ohjauspäivän ja kielikartoituspäivän kokemus paikan päällä. Näiden kosketuspisteiden luoma kokemus vaikutti eniten vastaajien suositteluhaluuteen, joko sitä nostaen tai laskien. Myös avoimiin kysymyksiin annetut vastaukset tukivat näitä havaintoja. Opinnäytetyön tuloksena muodostui kokonaiskuva kehittämiskohteista, jotka liittyvät sähköpostiviestinnän täsmentämiseen sekä ohjauspäivän kokemuksen sujuvoittamiseen.

Avainsanat: asiakaskokemus, opiskelijavalinnat, ammatillinen koulutus

Abstract

Marttila, Susanna: Customer experience in continuous admission in vocational education

Bachelor's thesis

Degree Programme in Business Administration

March 2026

Number of pages: 60

This thesis examined the customer experience of a continuous admission process in a vocational education organization and explored how the process should be developed to ensure the most successful customer experience possible. The theoretical section reviewed literature on the concept of customer experience, how it is formed, how it can be measured, and why its development is important for an organization.

The customer experience of the continuous admission process was investigated by sending a survey to students who had been admitted through this pathway. A total of 44 admitted students responded. Overall, the respondents were satisfied with the smoothness of the application process and found the application form easy to complete.

The results showed that the most critical factors influencing the success of the customer experience and the willingness to recommend the organization were: customer service during the application phase, email invitations to the language assessment and guidance day, the email regarding student selection, and the on-site experience during the guidance and language assessment days. These touchpoints had the strongest impact on respondents' willingness to recommend the organization, either positively or negatively. The open-ended responses supported these findings. As a result of the thesis, a comprehensive understanding was gained of the key development areas, which relate to clarifying email communication and improving the smoothness of the guidance day experience.

Keywords: customer experience, student admissions, vocational education

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS, TAVOITE JA TOIMEKSIANTAJAN KUVAUS	6
2.1 Tarkoitus ja tavoite	6
2.2 Toimeksiantajan kuvaus	6
2.3 Toimeksiantajana toimivan koulutusorganisaation jatkuvan haun prosessi	7
3 ASIAKASKOKEMUS	8
3.1 Asiakaskokemuksen määritelmä	8
3.2 Asiakaskokemuksen vaiheet	9
3.3 Asiakaskokemus digitaalisissa palveluissa	11
3.4 Miksi asiakaskokemus on tärkeää?	12
3.5 Asiakaskokemuksen mittaaminen	13
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	14
4.1 Käytettävät menetelmät	14
4.2 Aineistonhallintasuunnitelma ja tutkimuslupa	15
4.3 Kyselyn laatiminen ja toteutus	16
5 KYSELYN TULOKSET	17
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	38
6.1 Johtopäätökset tuloksista	38
6.2 Vastaukset tutkimuskysymyksiin	41
6.3 Kehittämisehdotukset	42
7 POHDINTA	43
7.1 Opinnäytetyöprosessi	43
7.2 Luotettavuus ja eettisyys	45
7.3 Jatkotutkimusehdotukset	45
LÄHTEET	47
LIITE 1: COPILOTILLE SYÖTETTY OHJE KYSELYN KYSYMYKSIÄ VARTEN	48
LIITE 2: SÄHKÖINEN KYSELYLOMAKE (ZEF)	49
LIITE 3: ZEF-KYSELYTYÖKALUN TEKOÄLYAVUSTAJAN KOONTI JA ANALYYSI KYSELYN TULOISTA	57

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni tarkastelen toisen asteen ammatillisen koulutuksen järjestäjän jatkuvan haun hakijoiden asiakaskokemusta opiskelijaksi hakeutumisosnessa. Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää, mitkä tekijät muodostavat onnistuneen ja myönteisen asiakaskokemuksen hakeutumisosessin aikana, ja miten jatkuvaa hakua kannattaa kehittää. Toimeksiantajani on Keuda eli Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä, joka on julkishallinnon alainen toimija. Keuda on kiinnostunut kehittämään palveluitaan ja seuraamaan laatua ja pitää merkityksellisenä palveluista saamaansa palautetta. (Keuda, n.d.b.)

Työn teoriaosiossa käsittelen asiakaskokemusta ja digitaalista asiakaskokemusta. Tarkastelen, mitä asiakaskokemus tarkoittaa, mistä vaiheista se muodostuu ja mitkä tekijät vaikuttavat sen rakentumiseen. Lisäksi selvitän, miten asiakaskokemusta voidaan mitata ja miksi sen kehittäminen on organisaatiolle tärkeää.

Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa, oliko hakeminen koulutukseen helppoa ja selkeää, ja millainen kokemus oli vieraskielisille suunnattu kielikartoituspäivä ja kaikille hakijoille tarkoitettu ohjauspäivä. Kyselyssä tiedustellaan myös, kivatko hakijat saaneensa tarpeeksi informaatiota kutsuissa ja opiskelijavalintatiedoksiannoissa, ja olisivatko he valmiita suosittamaan Keudaan hakeutumisista ystävilleen ja läheisilleen.

Keudan jatkuvan haun asiakaskokemusta ei ole aiemmin tutkittu, joten tämä opinnäytetyö antaa hyödyllistä tietoa opiskelijoiden hakeutumisen kokemuksesta ensimmäistä kertaa. Opinnäytetyöni tuloksia voidaan hyödyntää Keudan jatkuvan haun kehittämisessä.

2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS, TAVOITE JA TOIMEKSIANTAJAN KUVAUS

2.1 Tarkoitus ja tavoite

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää toimeksiantajana toimivan koulutusorganisaation jatkuvan haun hakeutumisprosessin asiakaskokemuksen menestystekijät ja kehittää jatkuvan haun prosessia. Tavoitteena on selvittää, miten jatkuvaa hakua voitaisiin kehittää, jotta asiakaskokemus olisi mahdollisimman hyvä, ja hakijat olisivat valmiita suosittelemaan Keudaan hakeutumista myös muille.

Tavoitteena on selvittää vastaus kysymyksiin: ”Mitkä tekijät ovat ratkaisevia asiakaskokemuksen onnistumiseen jatkuvassa haussa?” ja ”Miten jatkuvan haun asiakaskokemusta kannattaa kehittää”. Opinnäytetyöni keskittyy jatkuvan haun hakijoiden asiakaskokemukseen hakeutumisesta opiskelijavalintatiedonsaantiin asti.

2.2 Toimeksiantajan kuvaus

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä eli Keuda. Keuda on toisen asteen ammatillisen koulutuksen järjestäjä Keski-Uudellamaalla. Keudalla on Keski-Uudenmaan alueella kymmenen toimipistettä, joissa opiskelee yli 12000 opiskelijaa. Keudassa työskentelee yli 800 henkilöä, joista 70 % on opetushenkilöstöä. (Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä, n.d.c)

Keudan arvot ovat ”välitämme, arvostamme ja uudistumme”. Keuda haluaa tukea opiskelijoidensa urakehitystä, työllistymistä ja jatko-opintoihin pääsyä. Opiskelijat pääsevät heti opintojen alussa antamaan palautetta opintojen alkuvaiheesta sekä vastaamaan valtakunnalliseen Amispalautte-kyselyyn.

Keudan toiminta-ajatus on olla vastuullinen osaamisen, työllisyyden ja elinvoiman rakentaja. Keudan uusi strategia hyväksyttiin Yhtymävaltuustossa toukuussa 2024. Strategisina tavoitteina on olla ”Hyvinvoivan yhteisön rakentaja, Elinvoimaa vahvistava kumppani ja Tulevaisuuden osajien tekijä”. (Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä, 2025.)

Keudan koulutuksiin voi hakea jatkuvalla haulla digitaalisesti ympäri vuoden. Jatkuvan haun sivulla on ohjeet hakijoille koulutukseen hakeutumiseen. Jatkuvan haun tarjonnassa on perus-, ammatti- ja erikoisammattitutkintoja sekä tutkinnon osia. Jatkuva haku on suunnattu esimerkiksi henkilöille, joilla ei vielä ole ammatillista tutkintoa tai jotka ovat työelämässä, ja haluavat suorittaa koulutuksen oppisopimuksella. (Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä, n.d.a.)

2.3 Toimeksiantajana toimivan koulutusorganisaation jatkuvan haun prosessi

Jatkuvan haun hakija tutustuu eri koulutuksiin Keudan koulutustarjonnassa nettisivuilla ja täyttää haluamansa koulutuksen hakulomakkeen. Hakija kutsutaan sähköpostitse seuraavaan vaiheeseen, joka on vieraskielisillä kielikartoitus ja suomenkielisillä ohjauspäivän haastattelu. Jos vieraskielisellä hakijalla on Keudan hyväksymä todistus suomen kielen taidostaan, voidaan hänet kutsua myös suoraan ohjauspäivään ilman kielikartoitusta. Pekka Halosen akatemian Media-alan ja kuvallisen ilmaisun perustutkintoon hakeneet hakijat palauttavat lisäksi ennakkotehtävät ennen ohjauspäivän haastattelua. Ohjauspäivässä opettaja haastattelee hakijaa ja antaa lisätietoa koulutuksesta sekä mahdollisesta opintojen aloituksesta, ja kahden viikon sisällä haastattelun jälkeen, hakija saa sähköpostitse tiedon opiskelijavalinnasta.

Ammatti- ja erikoisammattitutkintoon hakeneet haastatellaan puhelimitse, ja haastattelun jälkeen tehdään opiskelijavalintapäätös. (Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä, n.d.c.) Jatkuvan haun kautta hakevat hakijat ovat eri-ikäisiä ja -kielisiä, eri kulttuureista ja eri koulutustaustoista ja elämäntilanteista. Jatkuvan haun hakijan keskimääräinen ikä on noin 33 vuotta. Useimmiten Keudan jatkuvan haun hakija asuu pääkaupunkiseudulla tai Keski-Uusimaan alueella.

Keudan jatkuvan haun asiakaskokemus muodostuu sekä digitaalisissa palveluissa, että fyysisessä ympäristössä kasvokkain tapahtuvissa vuorovaikutustilanteissa. Hakeminen koulutukseen tapahtuu digitaalisesti nettisivujen kautta sähköisellä hakulomakkeella. Viestintä ja tiedotus hakeutumisen eri etenemisen vaiheissa, sekä tiedotus opiskelijavalinnasta tapahtuvat sähköisesti. Paikan päällä oppilaitoksessa tapahtuvat vieraskielisten hakijoiden kielikartoitukset sekä valintahaastattelut ohjauspäivässä perustutkintoon hakeneilla. (Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä, n.d.a.)

3 ASIAKASKOKEMUS

3.1 Asiakaskokemuksen määritelmä

Asiakaskokemuksen määrittelemine on haastavaa, mutta on tiettyjä piirteitä, jotka ovat osoittautuneet ominaisiksi asiakaskokemuksessa, ja joista tutkijat ovat yhtä mieltä. Nämä piirteet ovat asiakaskokemuksen ajallinen luonne, kosketuspisteiden merkitys ja asiakaskokemuksen moniulotteisuus. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s. 54.)

Ajallinen luonne tarkoittaa sitä, että asiakaskokemus muodostuu ajan kuluessa, kun asiointi etenee organisaation ja asiakkaan välillä. Asiakaskokemus muodostuu lähtötilanteesta, vaiheesta ennen tuotteen ostoa, ostamiseen sekä ostamisen jälkeiseen vaiheeseen. Kosketuspisteiden merkityksellä tarkoitetaan asiakaskokemuksen muodostumiseen vaikuttavia vuorovaikutustilanteita, joissa asiakas on tekemisissä organisaation kanssa eri kanavien kautta. Näitä vuorovaikutustilanteita kutsutaan kosketuspisteiksi, ja niiden luoma kokemus on yksilökohtainen. Moniulotteisuus tarkoittaa, että asiakaskokemus on kognitiivinen, emotionaalinen, sosiaalinen ja sensorinen kokemus. (Saarijärvi

& Puustinen, 2020, s. 54; Filenius, 2015, osa 1 kohta Mistä asiakaskokemus muodostuu.)

Kognitiivinen asiakaskokemuksen ulottuvuus tarkoittaa, että asiakkaalla on palvelusta tai tuotteesta tietyt odotukset, jotka ovat saaneet alkunsa esimerkiksi mainonnasta, suositteluista, aiemmista kokemuksista tai mielikuvista muihin saman alan yrityksiin. Kognitiivinen ulottuvuus muodostuu siitä, ylittyvätkö vai alittuvatko odotukset ja kuinka paljon. Emotionaalinen ulottuvuus tarkoittaa tunteita, joita asiakas kokee erilaisissa tilanteissa yrityksen kanssa. Tunteet voivat olla erilaisia, ja niitä muodostuu erityisesti mieleenpainuvissa, sekä hyvien että huonojen asiakaskokemusten tilanteissa. Sosiaalinen ulottuvuus tarkoittaa, että siihen millainen asiakaskokemus syntyy, vaikuttaa myös toiset ihmiset – niin yrityksen henkilökunta kuin muut asiakkaatkin. Sensorinen ulottuvuus tarkoittaa, että asiakaskokemuksen muodostumiseen vaikuttaa esimerkiksi yrityksen tilat ja ympäristö, tuotteiden ulkonäkö, henkilökunnan olemus ja mitä kaikkea asiakas voi näistä kaikilla aisteillaan aistia. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s. 78–80.)

Saarijärvi kertoo, että asiakaskokemus muodostuu asiakkaan henkilökohtaisten prosessien tuloksena, ja tämän takia sitä pitäisikin tutkia peilaten asiakkaan oman elämän kokemukseen. Asiakaskokemus on siis todella laaja henkilökohtainen kokemus, ja se käsittää lopputuloksen, eli sen mitä asiakas lopulta sai, lisäksi myös kaikki kokemukset siitä, miten asiakas sen sai ja miltä se hänestä tuntui. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s. 56, 67.) Löytänä ja Kortesuso määrittelevätkin asiakaskokemuksen olevan ”niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa” (Löytänä & Kortesuso, 2015, kohta 1.1.)

3.2 Asiakaskokemuksen vaiheet

Asiakaskokemus alkaa muodostua jo asiakkaan odotuksista ja mielikuvista yritykseen ja sen palveluihin, ennen varsinaista asiointia. Asiakas on saattanut kuulla toiselta ihmiseltä palautteen yrityksestä, lukea jutun lehdestä tai

muistella aiempaa kokemusta asiainnista. Riittää myös, että asiakkaalla on kokemus yleisesti saman toimialan yrityksistä ja vastaavista palveluista. (Filenius, 2015, osa 1 kohta Mistä asiakaskokemus muodostuu.) Asiakas ei vertaa yritystä vain saman alan suoriin kilpailijoihin. Nykyään lähes jokaisella on ollut jonkinlainen vuorovaikutus uuden sukupolven yrityksiin, jotka ovat kiinnostuneita huolehtimaan asiakkaistaan, ja tällaisiin alan tai maailman johtaviin yrityksiin verrataan muitakin yrityksiä. (Villani, 2019, osa 1 kohta Meet the new customer: The informed customer.)

Seuraavassa vaiheessa, eli ennen tuotteen tai palvelun ostoa, asiakas kohtaa mainoksia yrityksestä, ja saattaa pitkänkin aikaa miettiä päätöstä vertailemalla eri tarjoajia. Toisaalta päätös voi olla myös nopea, esimerkiksi jos tuote tai palvelu on heti hankittavissa, ja tämä on ollut asiakkaalla kriteerinä. Tämän jälkeen tulee varsinainen ostos, kun asiakas on tehnyt valintansa, miltä palveluntarjoajalta tuotteen tai palvelun hankkii. Ostossa asiakas asioi yrityksen kanssa, ja maksaa tuotteen tai palvelun. (Filenius, 2015, osa 1 kohta Mistä asiakaskokemus muodostuu.)

Vuorovaikutus yrityksen kanssa jatkuu usein myös ostos jälkeen, kun asiakas saattaa antaa palautetta tai tehdä uuden ostoksen tai reklamaation. Myös yritys usein kysyy asiakkaalta palautetta tai viestii asiakkaalle markkinointimielessä. (Filenius, 2015, osa 1 kohta Mistä asiakaskokemus muodostuu.)

Asiakas ei aina tiedosta tilanteita tai kosketuspisteitä, joissa hän asioi yrityksen kanssa ja asiakaskokemuksia muodostuu, vaan useat arkipäiväiset asiakaskokemukset ovat tiedostamattomia ja rutiinimaisia hetkiä, joissa ei ole mitään kovin erityistä. Kun jokin kokemus tai kohtaaminen herättää asiakkaassa tunteita, syntyy tiedostavaa asiakaskokemusta, ja tunnereaktion herääminen tekee tietoisesta asiakaskokemuksesta mieleenpainuvan ja erityisen. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s.67.)

3.3 Asiakaskokemus digitaalisissa palveluissa

Digitaalinen asiakaskokemus tarkoittaa niistä tilanteista muodostuvaa asiakaskokemusta, joissa asiakas on kosketuksissa yrityksen digitaalisissa palveluissa. Digitaaliset palvelut tai kanavat ovat usein yksi osa yritysten isompaa palveluiden kokonaisuutta, ja digitaalinen palvelu saattaa joko tehdä asiakaskokemuksesta vielä paremman tai pilata sen. (Filenius, 2020, osa 3 kohta Mitä on digitaalinen asiakaskokemus.)

Digitaalisten palveluiden yhä parempi saatavuus ja kilpailu on tehnyt palveluntarjoajan vaihtamisen asiakkaalle helpoksi. Asiakkaat hylkäävät helposti palveluntarjoajan, joka ei vastaa asiakkaan odotuksiin palvelun toiminnassa. Ei voida vain olettaa asiakkaiden tulevan ja pysyvän, vaan nykyään on taisteltava asiakasuskollisuudesta. (Villani, 2019, osa Meet the new customer: The flighty customer.)

Digitalisaation myötä asiakkaan palvelu ostopolulla on muuttunut, ja asiakas toimii suuren osan ajasta yksin verkossa, eikä yritys pääse tällöin vaikuttamaan myyntitapahtumaan kasvokkain vuorovaikutuksessa tapahtuvalla myyntityöllä (Gerdt & Korkiakoski, 2016, s.4 taulukko). Digitaalisuus on nykyään niin arkista ja kehittyntä, että asiakkaiden odotukset digitaalisista palveluista ovat nousseet. Asiakas olettaa, että yritys pystyy tarjoamaan samat palvelut myös digitaalisessa ympäristössä, mihin aikaan vain ja millä laitteella vain, yhtä laajasti ja laadukkaasti kuin fyysisessä ympäristössä. Yrityksen tietojärjestelmien on oltava päivitetty ajantasaisilla tiedoilla jokaisessa kanavassa. (Filenius, 2025, osa 1 kohta Monikanavaisuus – kaikkikanavaisuus asiakaskohtaamisissa.)

Digitaalisessa ympäristössä tapahtuvassa ostossa asiakaspalveluhenkilön välittämät tunnetilat, niin negatiiviset kuin positiiviset, eivät pääse samalla tavalla vaikuttamaan palvelukokemukseen, joten digitaalisen ympäristön palvelukokemus voidaan tältä kannalta katsoa olevan tasainen. Usein asiakas saa erilaisia kokemuksia saman yrityksen osalta sekä digitaalisissa kanavissa, että kasvokkain, ja yritys, joka onnistuu luomaan kaikkien näiden kanaviensa

asiakaskokemuksesta hyvän, pystyy luomaan kilpailuedun asiakaskokemuksesta. Digitaalisessa asiakaskokemuksessa ja sen kehittämisessä korostuvat nopeat vastausajat ja palveluiden saatavuus, viestintäkanavat ja niiden keskusteleminen keskenään, ennalta saadun tiedon hyödyntäminen palvelussa sekä palvelun jälkeen tapahtuvien toimenpiteiden proaktiivisuus. (Gerdt & Eskelinen, 2018, s.14; Filenius, 2015, osa 1 kohta Tunteet ja mielikuvat.)

Digitaalisuus on myös tuonut mukanaan sen, että asiakaskokemuksien ja palveluiden jakaminen yrityksestä on helpottunut ja asiakas löytää sosiaalisesta mediasta muiden ihmisten arvosteluja, samalla kun pystyy poistamaan yrityksen tekemät mainokset nähtäviltään niin halutessaan. Tällöin onkin tärkeää pyrkiä luomaan vuorovaikutuksella erilaisissa asiakastilanteissa positiivisia asiakaskokemuksia, joita asiakkaat haluavat jakaa eteenpäin. (Gerdt & Korkiakoski, 2016, s. 7.)

3.4 Miksi asiakaskokemus on tärkeää?

Asiakaskokemus vaikuttaa nousseen tärkeimmäksi strategiseksi tavoitteeksi, niin digitaalisia palveluita tarjoavissa yrityksissä kuin kivijalkayrityksissäkin. Asiakaskokemus ei ota huomioon vain sitä, mitä tuotteita tai palveluita asiakas saa, vaan miten asiakas huomioidaan joka tilanteessa kosketuksissa yrityksen kanssa. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s. 23.)

Asiakaskokemuksessa parhaiten menestyneiden yritysten asiakkaat pysyvät asiakkaina pidempään ja suosittelevat myös herkemmin yritystä verkostoilleen. Lisäksi näiden yritysten asiakkaita ei haittaa korkea hinta niin paljon, vaan he kuluttavat mielellään tällaiseen yritykseen verrattuna sellaisiin yrityksiin, joiden asiakaskokemus ei ole niin hyvä. (Gerdt & Korkiakoski, 2016, luku 1 kohta Lähtökohtia asiakaskokemuksen strategiselle potentiaalille.)

Jokaisella yrityksen työntekijällä pitäisi olla vastuu toteuttaa tavanomaista parempia asiakaskokemuksia, vaikka heidän tittelinsä ei olisi asiakaspalvelija. Jokainen asiakkaan kanssa vietetty vuorovaikutustilanne on käytännössä

asiakaspalvelutyötä, sillä asiakas ei välitä yrityksen hierarkiasta tai muista rakenteista. Kun kaikki työntekijät toteuttavat asiakaspalvelutyötä, asiakaskokemuksista voidaan oikeasti parantaa ja saada osaksi yrityksen arkea ja strategiaa. (Gerdt & Korhikoski, 2016, luku 1 kohta Asiakaskokemus on tärkeämpää kuin palvelu.) Hyvän ja onnistuneen asiakaskokemuksen luominen on asiakaslähtöisyyttä. Aito asiakaslähtöisyys on tutkittu yhdistyvän yrityksen parempaan menestymiseen. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s. 21.)

3.5 Asiakaskokemuksen mittaaminen

Asiakaskokemuksen mittaamisessa tavoitteena on saada tietoa asiakaskokemuksen kehittämisen toimenpiteisiin ja päätöksiin. (Korhikoski, K. & Karhinen, R., 2019, luku Asiakaskokemus, sen selvittäminen ja mittaaminen, kohta Asiakaskokemuksen mittaaminen). Mittareilla saadaan tietoa siitä, toimivatko asiakaskokemuksen aiheuttamat syy-seuraussuhteet toivotusti ja tavoitellusti. Asiakaskokemuksen mittaamisessa pitää tunnistaa ne kosketuspisteet, jotka ovat merkityksellisimpiä suhteessa asiakastytyvyyteen, kannattavuuteen ja kasvuun, sillä kaikkia mahdollisia kosketuspisteitä ei kannata lähteä mittaamaan. Jotta voidaan saada tarpeeksi pätevää informaatiota asiakaskokemuksesta, tulisi mitata asioita sekä syy- että seuraustasolla. Asiakaskokemuksen mittaamisen kolme tasoa ovat: miten onnistuttiin asiakaskokemuksen luomisessa, miten tämä vaikuttaa asiakaskäyttäytymiseen (suositteleeeko asiakas yritystä tai palaako asiakkaaksi), sekä mitä seurauksia asiakaskäyttäytymisellä on kasvuun ja kannattavuuteen. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s. 231–233.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

4.1 Käytettävät menetelmät

Tämän opinnäytetyön menetelmänä on laadullinen eli kvalitatiivinen menetelmä. Laadullisessa tutkimuksessa tavoitteena on saada tutkittavasta asiasta syvempi ymmärrys. Laadullisen tutkimuksen empiiristä aineistoa voivat olla erilaiset tekstit kuten muistiot tai pöytäkirjat. Ymmärrystä voidaan syventää haastattelemalla tai havainnoimalla saatua aineistoa (Pitkäranta, 2014, s.22.)

Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmiä ovat haastattelut, kyselyt, havainnointi ja dokumentteihin perustuva tieto. Näitä eri menetelmiä voi käyttää tarpeen mukaan eri tavoin yhdisteltynä. (Pitkäranta, 2014, s.90.) Tällainen laadullisten ja määrällisten, erilaisilla aineistonkeruutekniikoilla hankittujen, tutkimusaineistojen rinnakkainen tai peräkkäinen käyttäminen on monimenetelmällistä tutkimusta. (Kitchenham 2010, viitattu kohteessa Eriksson & Koistinen, 2014, s. 10.) Tapaustutkimusta käytetään silloin, kun halutaan syvälinen ja monipuolinen kuva tutkittavasta asiasta. Tapaustutkimuksessa käytetään yleensä monimenetelmällisyyttä, sillä aineistonkeruussa voidaan käyttää sekä kvalitatiivisia että kvantitatiivisia menetelmiä. Tutkimuskohteena on yleensä yksi tapaus eli case. (Kananen, 2015, s.76.) Opinnäytetyössäni case on jatkuvan haun kautta opiskelijaksi valitut, jotka ovat osallistuneet tietyinä päivinä (16.9.2025) haastatteluun paikan päällä.

Tapaustutkimuksessa tutkittava tapaus voi olla joko etukäteen tarkkaan päätetty ja rajattu tai se voi täsmentyä tutkimuksen edetessä, kun on jo kerätty aineistoa ja tutustuttu siihen. Tapaustutkimuksessa tutkittavaa joukkoa ei valita satunnaisesti, vaan erityisestä syystä esimerkiksi mielenkiintoisuuden tai edustavuuden takia. (Eriksson & Koistinen, 2014, s. 26–27.)

Tutkimussuunnitelmassa pohditaan mitä lähdeaineistoa ja tiedonkeruumenetelmää käytetään. Kun aineisto on saatu kasaan, se kootaan ja järjestetään. Lopuksi tutkimustulokset raportoidaan. (Pitkäranta, 2014, s. 35)

Opinnäytetyöhöni hankin aineistoa lähettämällä kyselyn jatkuvan haun kautta opiskelemaan valituille. Kyselyssä on sekä suljettuja kysymyksiä, että avoimia kysymyksiä.

Sisällönanalyysi soveltuu kaikkiin laadullisiin tutkimuksiin, ja monet muut analyysimenetelmät pohjautuvat siihen (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 91). Analysoin saamaani aineistoa sisällönanalyysillä, koska se tuntui sopivalta tähän tutkimukseen.

Kyselyn kysymysten laatimiseen käytin apuna Copilot-tekoälytyökalua, jolle kerroin ensin Keudan jatkuvasta hausta ja esitin ohjeen siitä, millaisia asioita halusin selvittää kyselyllä. Copilotille antamani ohjeistus liitteenä (LIITE 1). Sovelsin tämän opinnäytetyöni teoriaosuuden kirjoittamisen aikana asiakaskokemuksesta oppimiani asioita, kun annoin Copilotille toimeksiantoa haluamistani kyselyn kysymyksistä. Copilotin ehdottamia kysymyksiä muokkasin hieman itse, ja lisäsin myös itse kysymyksen ”Suositteletko Keudaa”, koska Copilot ei ehdottanut tätä. Kyselyn lopulliset kysymykset ovat liitteenä (LIITE 2). Vastausten analysointiin käytin ZEF-kyselytyökalun sisältämää tekoälyapuria, joka muodosti visuaaliset kuviot ja toi esiin tärkeät teemat.

4.2 Aineistonhallintasuunnitelma ja tutkimuslupa

Olen laatinut aineistonhallintasuunnitelman, jossa kerron, että olen kerännyt ja säilyttänyt opinnäytetyöhön liittyvän aineiston asianmukaisesti ja ohjeiden mukaan. Anoin tutkimusluvan Keudan omalla tutkimuslupa-pohjalla, ja tutkimuslupa myönnettiin.

Tässä opinnäytetyössä aineistonhallintasuunnitelma tarvittiin, koska opinnäytetyötä varten haettiin tutkimuslupa, ja jotta voitiin varmistua, että tutkimukseen kerätyn aineiston hallinnassa toimitaan hyvän tieteellisen käytännön mukaan. Tutkimuslupa tarvittiin, sillä toimeksiantaja vaatii kaikilta tutkimuksen tekijöiltä tutkimusluvan, joka myönnetään hakemuksen perusteella.

4.3 Kyselyn laatiminen ja toteutus

Tein tutkimuskyselyni digitaalisella ZEF-työkalulla visuaaliseen muotoon, ja lähetin linkin kyselyyn jatkuvan haun kautta valituille Keudan opiskelijoille. Opiskelijaksi valitut ovat käyneet läpi kokonaisuudessaan jatkuvan haun prosessin hakemuksen lähettämisestä haastattelun, ja mahdollisen kielikartoituksen, kautta opiskelijavalintaan asti, joten heille on kertynyt kosketuspisteitä Keudaan hakeutumisesta koko prosessin ajalta. Toimeksiantajan kanssa keskusteltuani päätimme tietoisesti tavoitella tähän kyselyyn vain opiskelijaksi valitut, eikä heitä, joita ei valittu opiskelijaksi. Päättelimme, että opiskelijaksi valittuja olisi helpompi tavoittaa ja saada heiltä vastaus kyselyyn. On myös mahdollista, että opiskelijaksi valitsematta jäänyt hakija antaisi valintapäätöksen vaikuttaa koko hakeutumisprosessista muodostamaansa kokonaiskuvaan, mikä voisi johtaa harhaanjohtaviin vastauksiin.

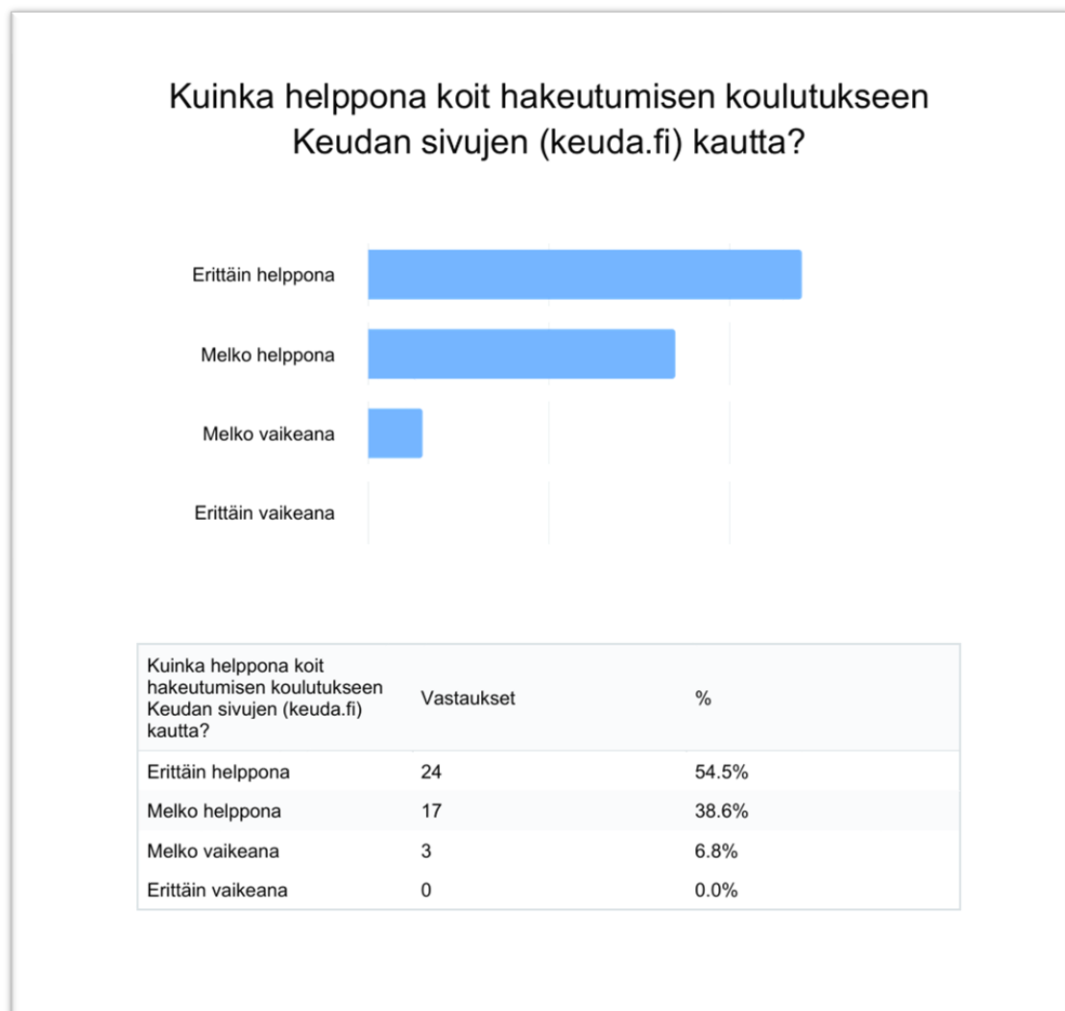
M-Files on tiedonhallinnan järjestelmä, johon koulutushakemukset Keudassa saapuvat, ja jossa niitä käsitellään prosessissa eteenpäin. Hain M-Files-järjestelmästä syyskuun jatkuvan haun haastattelupäivästä opiskelijaksi valitut henkilöt. Näitä opiskelijaksi 16.9.2025 ohjauspäivästä valittuja oli yhteensä 149. Selvitin Keudan tietosuojavastaavalta, että saan lähettää heille tekstiviestillä anonyymien kyselyn, johon vastaaminen on vapaaehtoista. Opiskelijoiden puhelinnumerot löytyvät järjestelmästä heidän hakijatiedoistaan.

Sisällönanalyysillä voidaan analysoida kirjallisessa muodossa olevaa aineistoa. Sisällönanalyysin avulla tutkijalla on tavoitteena muodostaa tutkittavasta aiheesta tiivistetty ja yleisluonteinen kuvaus. Sisällönanalyysillä järjestetään ja selkeytetään aineisto, jotta voidaan tehdä luotettavia johtopäätöksiä. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s.103, s.108.)

5 KYSELYN TULOKSET

Kysely lähetettiin 149 vastaajalle ja vastausaika oli 13. - 23.11.2025. Tuona aikana vastauksia tuli yhteensä 44 vastaajalta. Vastauksista suurin osa tuli heti kyselyn lähettämisen jälkeen samana päivänä, ja uusi vastauspiikki oli muistutustekstiviestin lähettämisen jälkeen. Vastausprosentiksi muodostui 29,5 %. Kysymykset eivät olleet pakollisia, joten osa vastaajista jätti vastaamatta joihinkin kysymyksiin. Tässä osiossa käydään läpi kyselyn vastaukset.

Ensimmäisen kysymyksen ”Kuinka helppona koit hakeutumisen koulutukseen Keudan sivujen (keuda.fi) kautta?” vastaukset on esitetty kuviossa 1.



Kuvio 1. Vastaukset kysymykseen ”Kuinka helppona koit hakeutumisen koulutukseen Keudan sivujen kautta?”

Kysymykseen vastasi 44 opiskelijaa, joista 24 vastaajaa (54,5 %), koki hakeutumisen Keudan nettisivujen kautta *erittäin helppona*, ja 17 *melko helppona*. 3 vastaajaa koki hakeutumisen *melko vaikeana*. Yksikään vastaajista ei kokenut hakeutumisen olleen *erittäin vaikeaa*.

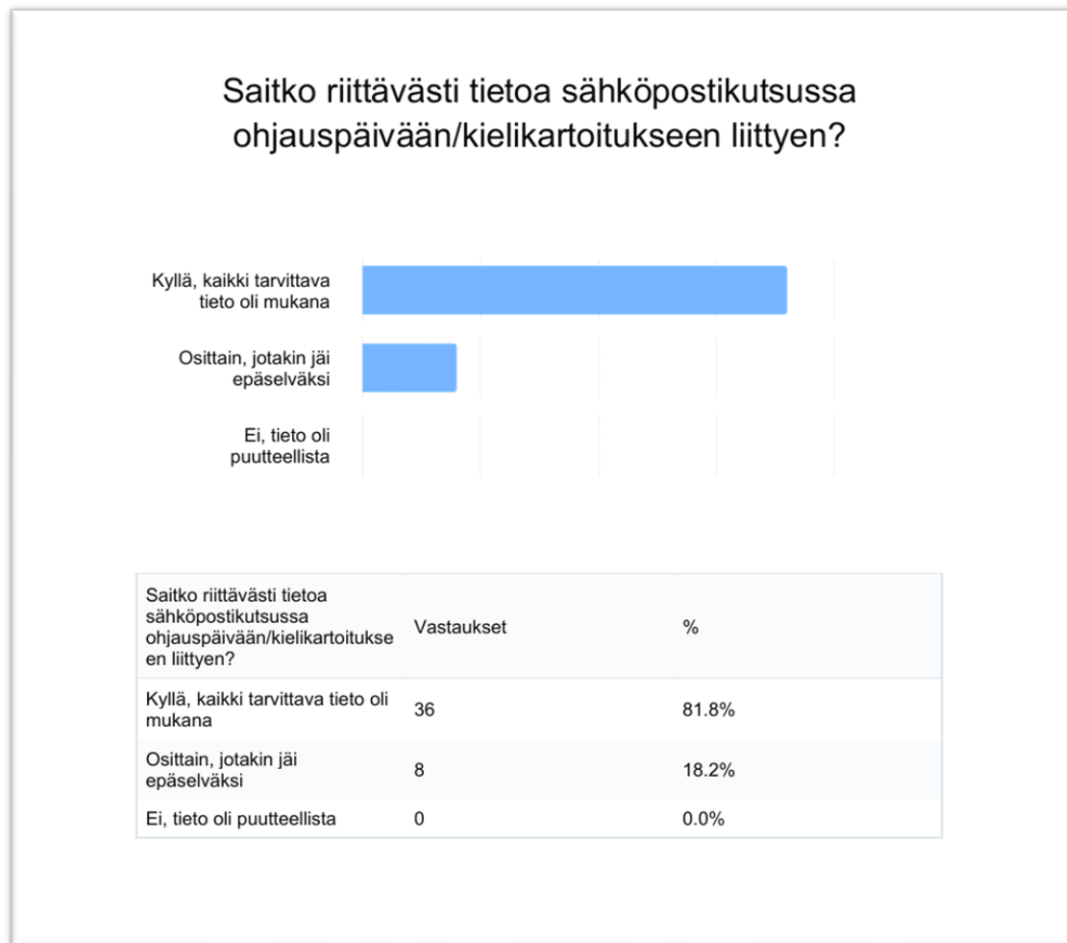
Toisessa kysymyksessä kysyttiin koulutuksen hakulomakkeen selkeyttä asteikolla 1–5, jossa 1 tarkoitti *erittäin epäselvä* ja 5 *erittäin selkeä*. Toisen kysymyksen vastaukset on esitetty kuviossa 2.



Kuvio 2. Vastaukset kysymykseen ”Miten arvioisit hakulomakkeen selkeyttä?”

Tähän kysymykseen vastasi 44 opiskelijaa. 18 vastaajaa (40,9 %) antoi arvosanan 5 eli *erittäin selkeä*, 21 vastaajaa (47,7 %) antoi arvosanan 4. Neljä vastaajaa antoi arvosanan 3. Yksikään vastaajista ei antanut arvosanaa 2 ja yksi vastaaja oli arvioinut hakulomakkeen *erittäin epäselväksi* antaen arvosanan 1.

Kolmannessa kysymyksessä kysyttiin ”*Saitko riittävästi tietoa sähköpostikutsussa ohjauspäivään/kielikartoitukseen liittyen?*”. Kysymyksen vastaukset on esitetty kuviossa 3.



Kuvio 3. Vastaukset kysymykseen ”Saitko riittävästi tietoa sähköpostikutsussa ohjauspäivään/kielikartoitukseen liittyen”

Kysymykseen vastasi 44, joista 36 vastaajaa (81,8 %) vastasi *Kyllä, kaikki tarvittava tieto oli mukana*. 8 vastaajaa (18,2 %) koki, että he saivat tarvittavan tiedon *osittain, mutta jotain jäi epäselväksi*. Kukaan vastaajista ei kokenut, että *eivät saaneet tarpeeksi tietoa*, tai että *tieto oli puutteellista*.

Kysymys 4 esitettiin vain niille vastaajille, jotka vastasivat kysymykseen 3, että saivat *tietoa osittain, mutta jotain jäi puuttumaan*. Kysymys 4 oli avoin kysymys ja siinä kysyttiin, mitä tietoa vastaaja kaipasi lisää. Kysymyksen 4 vastaukset on esitetty kuviossa 4.

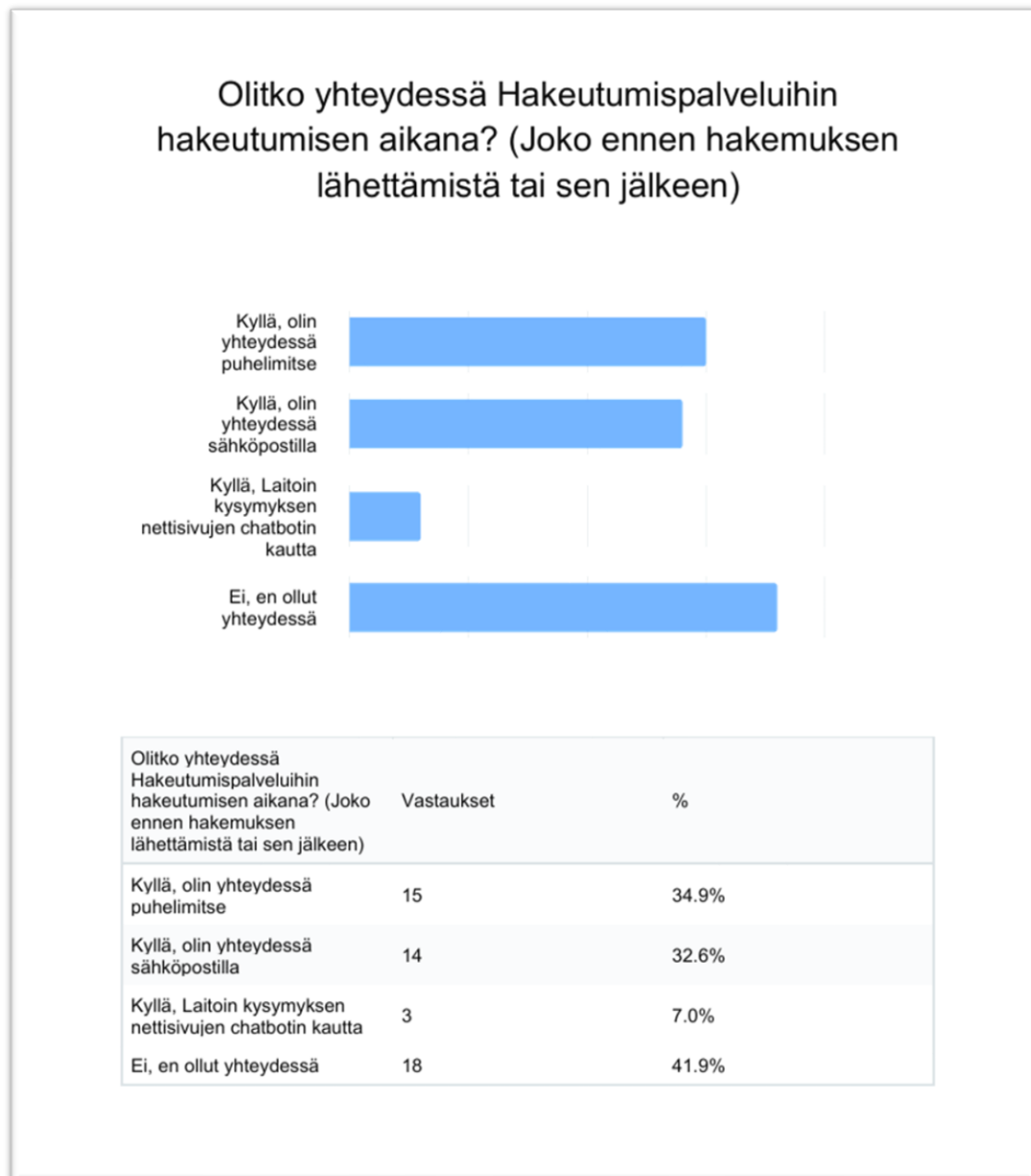
Mitä tietoa kaipasit lisää?

Vähemmän tekstiä, selkosuomeksi ytimekkäästi asiat, myös sellaiselle joka ei ole vuosiin opiskellut
En tiennyt, missä on aula.
Olisi hyvä, jos sähköposti viestisää oli lisää tietoa esim. kielikartoituksen luokasta.
Sitä mistä saan tilattua opintoja työkalut kuten työasun ja työvälineet

Kuvio 4. Vastaukset kysymykseen ”Mitä tietoa kaipasit lisää?”

Kysymykseen 4 vastasi neljä vastaajaa ja kaikissa vastauksissa oli toivottu hieman eri asioita. Sähköpostikutsuun toivottiin selkosuomea, vähemmän tekstiä sekä tieto kielikartoituksen luokasta. Yksi vastaaja kaipasi lisätietoa opintoihin liittyvistä työvälineistä ja työasusta.

Kysymyksessä 5 kysyttiin ”*Olitko yhteydessä Hakeutumispalveluihin hakeutumisen aikana? (Joko ennen hakemuksen lähettämistä tai sen jälkeen)*”. Kysymyksen vastaukset on esitetty kuviossa 5.



Kuvio 5. Vastaukset kysymykseen ”Olitko yhteydessä Hakeutumispalveluihin hakeutumisen aikana?”

Kysymys oli monivalintakysymys, eli vastaaja pystyi valitsemaan niin monta vaihtoehtoa kuin halusi. Tähän kysymykseen tuli yhteensä 50 vastausta. 18 opiskelijaa vastasi *Ei, en ollut yhteydessä*, 15 vastaajaa vastasi olleensa Hakeutumispalveluihin yhteydessä *puhelimitse*, ja 14 vastaajaa vastasi olleensa

yhteydessä sähköpostitse. 3 vastaajaa vastasi laittaneensa kysymyksen nettisivujen chatbotin kautta.

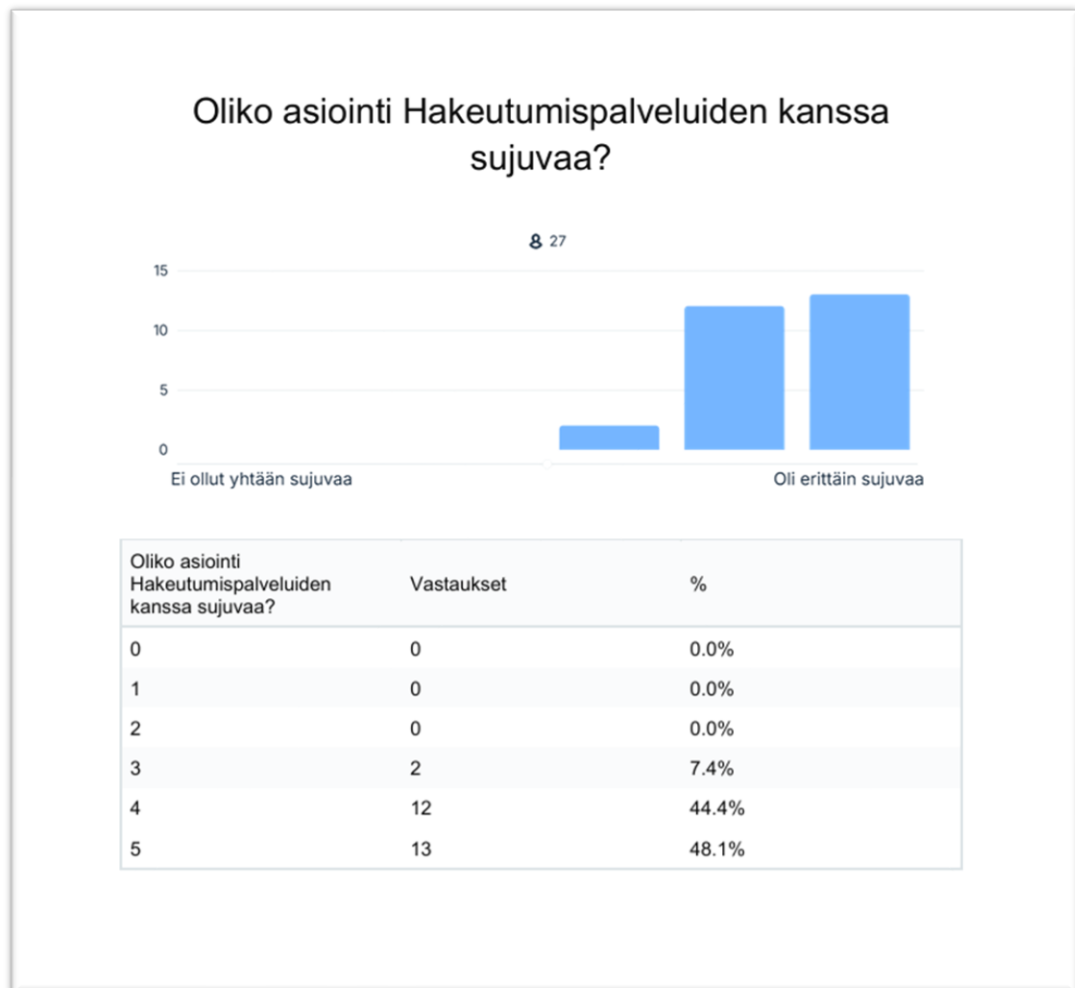
Kysymys 6 esitettiin niille vastaajille, jotka valitsivat kysymyksessä 5 olleensa yhteydessä Hakeutumispalveluihin. Kysymyksen 6 vastaukset on esitetty kuviossa 6.



Kuvio 6. Vastaukset kysymykseen ”Saitko Hakeutumispalveluista kaipaamaasi tietoa hakeutumiseen tai koulutukseen liittyen?”

Kysymyksessä 6 vastaajat saivat arvioida asteikolla 1–5, saivatko he Hakeutumispalveluilta kaipaamansa tiedon hakeutumiseen tai koulutukseen liittyen. Arvosana 1 tarkoitti, että en saanut kaipaamaani tietoa, ja 5 tarkoitti, että sain kaipaamani tiedon. Kysymykseen vastasi 27 vastaajaa. Vastaajista 12 antoi arvosanan 5, 13 vastaajaa antoi arvosanan 4, yksi vastaaja antoi arvosanan 3, ja yksi vastaaja antoi arvosanan 1.

Kysymys 7 esitettiin niille vastaajille, jotka vastasivat kysymyksessä 5 olleensa yhteydessä Hakeutumispalveluihin. Kysymyksen 7 vastaukset on esitetty kuviossa 7.



Kuvio 7. Vastaukset kysymykseen ”Oliko asiointi Hakeutumispalveluiden kanssa sujuvaa”

Kysymyksessä 7 vastaajat saivat arvioida asteikolla 1–5, *oliko asiointi Hakeutumispalveluiden kanssa sujuvaa*. Arvosana 1 tarkoitti, että asiointi *ei ollut yhtään sujuvaa*, ja arvosana 5, että asiointi *oli erittäin sujuvaa*. Kysymykseen vastasi 27 vastaajaa. Vastaajista 13 antoi arvosanan 5, 12 vastaajaa antoi arvosanan 4, ja 2 vastaajaa antoi arvosanan 3. Yksikään vastaajista ei antanut arvosanaa 1 tai 2.

Kysymys 8 oli avoin kysymys ”Kerro kokemuksestasi Keudan koulutukseen hakeutumisesta vielä omin sanoin? Mitä jäi mieleen?”. Kysymyksen 8 vastaukset on esitetty kuvioissa 8a ja 8b.

Kerro kokemuksestasi Keudan koulutukseen hakeutumisesta vielä omin sanoin? Mitä jäi mieleen?

-
Oli selkeästi ja hyvin tehty
Pääsy haluamaan koulutukseen
Helppo prosessi
Hyvää
Liikaa asiaa sivuilla, jää moni asia huomaamatta
Olin jonossa toka mutta haastattelussa eka.
Minulla oli erittäin hyvä kokemus kun hain keuda-kouluun, kaikki tiedot olivat minulle selkeitä , ja he olivat pitäneet minulle sähköpostitse ajan tasalla.
Hakeutuminen Keudan koulutukseen oli minulle aika selkeä prosessi. Täytin hakemuksen verkossa ja sain nopeasti viestin, että hakemus on vastaanotettu. Haastattelu oli ystävällinen ja henkilökunta selitti asiat rauhallisesti. Minulle jäi mieleen, että Keudassa autetaan opiskelijaa löytämään oikea koulutus. Olin vähän jännittynyt, mutta kaikki meni hyvin.
Kun kysyt opettajilta apua niillä on asenne. Vanha koulu oli paljon parempi täällä keudassa ketään ei kiinnosta miten sulla menee.
Hakeutuminen oli helppoa, ei oikeastaan jäänyt mieleen, että olisi ollut minkäänlaisia ongelmia.
Aika paljon oli porukkaa haastattelupäivässä.
Ollut selkeää, kiitos teille .
Koulutukseen hakeminen oli selkeä, nopea ja helppo prosessi, asiat selitettiin selkeästi eikä minulle jäänyt epäselviä kohtia ollenkaan.
Haastattelu oli mukava. Sen aikana huomasin innostuksen tunteen heräävän itsestäni.
Helppo ja nopea haku
Keudan verkko sivulla oli helppo ja selkeä, joka auttoi minua tekemään itse hakemuksen ilman apua.
Helppoa
Ihan hyvä ei mitään ihmeellistä ja helppo :)

Kuvio 8a. Vastaukset kysymykseen ”Kerro kokemuksestasi Keudan koulutukseen hakeutumisesta vielä omi sanoin” 1/2

Helppoa ja riittävästi sain tietoa
Positiivisuus ja tuki
hyvä kokemus
Minut otettiin iloisesti vastaan. Ja hakemus oli helppoa ja vapaa paikka oli jäljellä.
Hyväksyntä kouluun
Hyvä

Kuvio 8b. Vastaukset kysymykseen ”Kerro kokemuksestasi Keudan koulutukseen hakeutumisesta vielä omin sanoin 2/2.

Kysymyksen 8 avoimissa vastauksissa sanat ”helppo”, ”selkeä” ja ”nopea” mainittiin useasti. Haastattelua keuhuttiin mukavana ja hyvänä kokemuksena, mutta mainittiin myös, että haastattelussa oli ruuhkaa ja liikaa porukkaa, sekä odotusaika oli osalle pitkä.

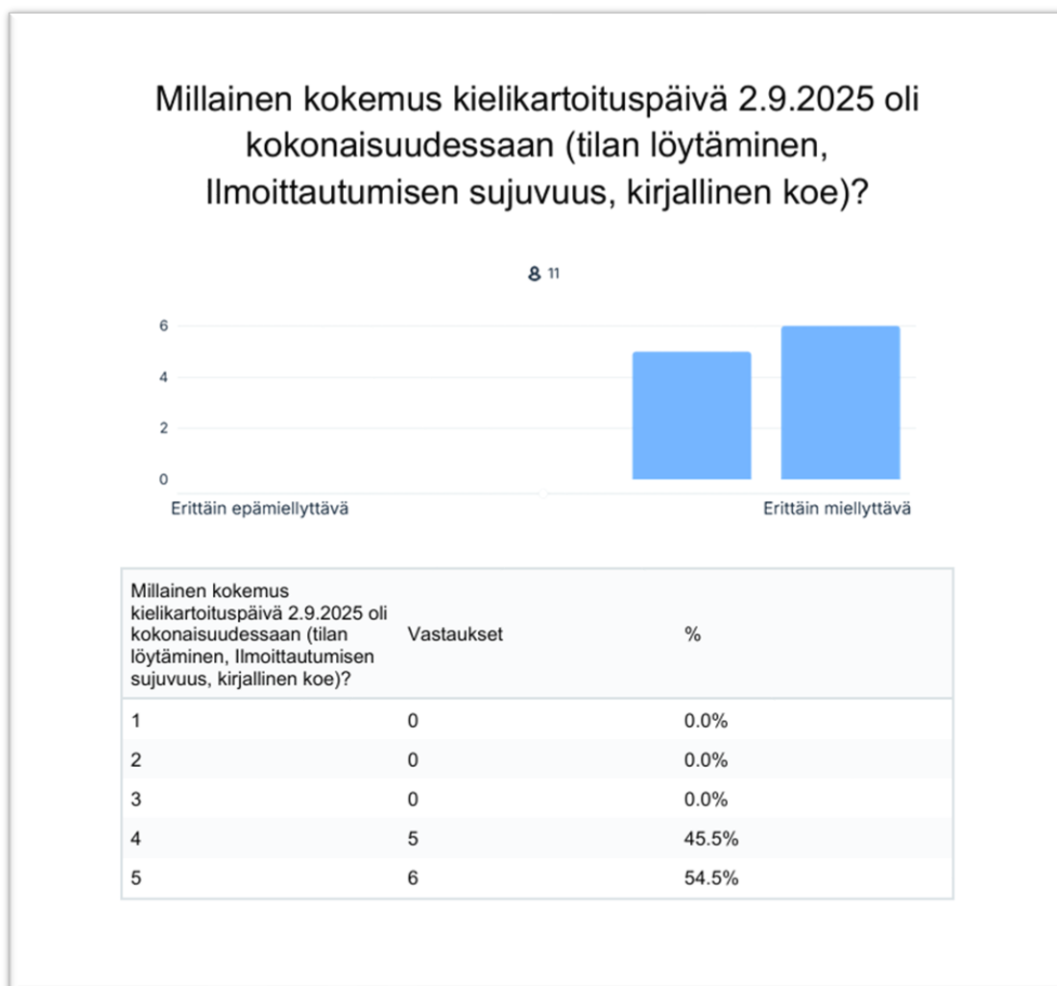
Kysymyksessä 9 selvitettiin, *kuinka moni vastaajista osallistui ennen ohjauspäivää kielikartoitukseen*. Kysymyksen 9 vastaukset on esitetty kuviossa 9.



Kuvio 9. Vastaukset kysymykseen ”Osallistuitko ennen ohjauspäivää kielikartoitukseen 2.9.2025?”

Kysymykseen 9 vastasi 43 vastaajaa, joista 32 *ei osallistunut kielikartoitukseen*, ja 11 *osallistui kielikartoitukseen*.

Kysymys 10 esitettiin niille vastaajille, jotka vastasivat kysymykseen 9 osallistuneensa kielikartoitukseen ennen ohjauspäivää. Kysymyksen 10 vastaukset on esitetty kuviossa 10.



Kuvio 10. Vastaukset kysymykseen ”Millainen kokemus kielikartoituspäivä 2.9.2025 oli kokonaisuudessaan”

Kysymyksessä 10 vastaajat arvioivat asteikolla 1–5, ”*Millainen kokemus kielikartoituspäivä 2.9.2025 oli kokonaisuudessaan (tilan löytäminen, ilmoittautumisen sujuvuus, kirjallinen koe)?*” Kysymykseen vastasi 11 opiskelijaa. Vastaajista 6 antoi arvosanan 5, eli arvioi kokemuksen kielikartoituspäivästä olleen *erittäin miellyttävä*, ja 5 vastaajaa antoi arvosanan 4. Yksikään vastaajista ei antanut arvosanoja 1–3.

Kysymys 11 esitettiin myös vain niille vastaajille, jotka vastasivat kysymykseen 9 osallistuneensa kielikartoitukseen ennen ohjauspäivää. Kysymyksen 11 vastaukset on esitetty kuviossa 11.



Kuvio 11. Vastaukset kysymykseen ”Millaisia tunteita kielikartoituspäivä 2.9.2025 herätti sinussa?”

Kysymyksessä 11 kysyttiin, *millaisia tunteita kielikartoituspäivä herätti vastaajissa*. Kysymys oli monivalintakysymys, eli vastaajat saivat valita niin monta vaihtoehtoa kuin halusivat. Lisäksi vastaajilla oli mahdollisuus kirjoittaa myös vastaus itse tyhjään kenttään, jos ei sopivaa löytynyt valmiista vaihtoehdoista, mutta yksikään vastaajista ei kirjoittanut vastausta itse. Tähän kysymykseen

tuli 13 vastausta. Vastaajista 5 koki *innostusta* kielikartoituspäivään liittyen. *Luottamusta* koki 4 vastaajaa, ja *jännitystä* 3 vastaajaa. Yksi vastaaja vastasi kokeneensa *epävarmuutta*.

Kysymys 12 esitettiin niille vastaajille, jotka vastasivat kysymykseen 9 osallistuneensa kielikartoitukseen ennen ohjauspäivää. Kysymyksen 12 vastaukset on esitetty kuviossa 12.

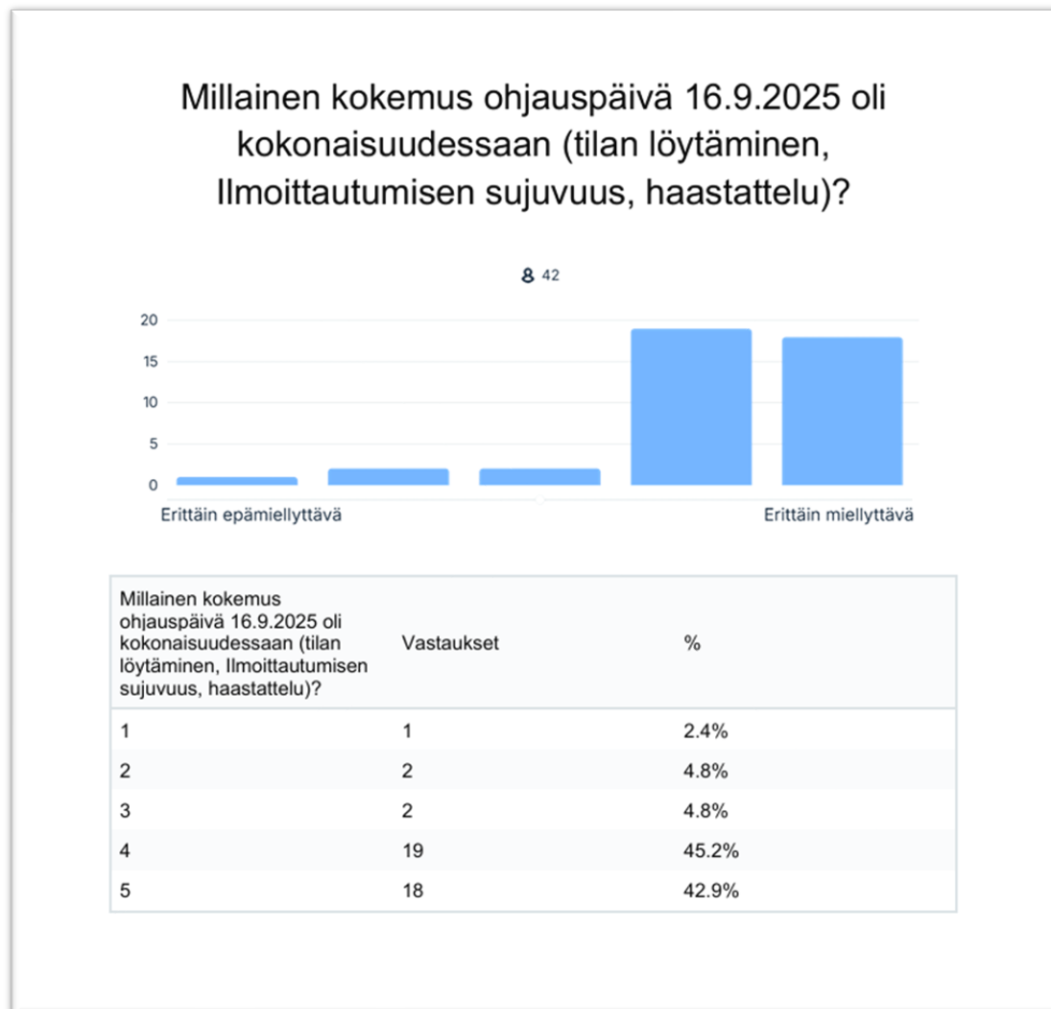
Kerro kokemuksestasi (kielikartoitus 2.9.2025) vielä omin sanoin?

Hyvää
Kielikoe oli vähän vaikea
Ollut selkeää
Ajattelin, että kielikartoitus koe on tosi vaikea, mutta ohjaajat ohjeisivat selkeästi, joten koe oli todella helppoa.
Helpompi kun mietisin

Kuvio 12. Vastaukset kysymykseen ”Kerro kokemuksestasi (kielikartoituspäivä 2.9.2025) vielä omin sanoin?”

Kysymys 12 oli avoin kysymys, ja siinä vastaajat saivat halutessaan *kertoa omin sanoin kokemuksestaan kielikartoituspäivänä 2.9.2025*. Avoimia vastauksia tuli 5, ja näiden vastausten perusteella vastaajien mielestä kielikartoitus oli helppo ja selkeä, ja kokemus oli hyvä. Yhden vastaajan mielestä kielikartoitus oli vähän vaikea.

Kysymyksessä 13 vastaajat arvioivat asteikolla 1–5, ”*millainen kokemus ohjauspäivä 16.9.2025 oli kokonaisuudessaan (tilan löytäminen, ilmoittautumisen sujuvuus, haastattelu)?*”. Kysymyksen 13 vastaukset on esitetty kuviossa 13.



Kuvio 13. Vastaukset kysymykseen ”Millainen kokemus ohjauspäivä 16.9.2025 oli kokonaisuudessaan?”

Kysymykseen 13 vastasi 42 vastaajaa. 18 vastaajaa antoi arvosanan 5, eli *erittäin miellyttävän*, 19 vastaajaa antoi arvosanan 4. Kaksi vastaajaa antoi arvosanan 3, ja kaksi vastaajaa antoi arvosanan 2. Yksi vastaaja antoi arvosanan 1, *erittäin epämiellyttävä*.

Kysymys 14 oli avoin kysymys, ja siinä vastaajat saivat halutessaan *kertoa omin sanoin kokemuksestaan ohjauspäivänä 16.9.2025*. Kysymyksen 14 vastaukset on esitetty kuvioissa 14a ja 14b.

Kerro kokemuksestasi (ohjauspäivä 16.9.2025) vielä omin sanoin? Mitä jäi mieleen?

-

Oli hyvä että selitettiin millainen koilutus

Opettajan haastattelu

Haastateltavia paljon, jouduin odottamaan monta tuntia ruokalan epämukavilla tuoleilla. Päivä olisi pitänyt jakaa "aaltoihin", eli jakaa vaikka neljään ryhmään ja antaa ryhmille omat aikataulut jotta ryysikseltä ja pitkältä odottamiselta olisi vältytty.

Hyvää

Nopea, tiivis, ystävällinen.

En ole ollut ohjauspäivässä 16.9. Olin 20.10.2025.

Ohjauspäivämääränä ole kokenut hyvää antoi minulle erittäin hyvät ohjeet

Ohjauspäivä 16.9.2025 oli minulle hyödyllinen.

en ollut

Jäi mieleen haastattelu, joka meni hyvin. Oli mukavat haastattelijat ja rento tunnelma.

Ruuhka.

Ollut selkeää ja kivaa

Prosessi oli suht kivuton, koin että henkilökohtaiseen haastatteluun jonotus oli kohtuu pitkä yhden opettajan voimin. Haastattelu itsessään oli kuitenkin nopea.

KTS. edellinen vastaus.

On liian isot tilat oli vähä vaikee löytää parkipaikka tai oikee parkipaikka ja oikee talo

Sähköposti viestissä luki, että varattuaika aloittaa klo 8:30, mutta kun tulin paikalla siellä oli pitkä jono, jotta jänniti minu vähän koska minun tapaamiseni kohta alkaa. Sitten tiesin, että kaikkilla oli sama aika, joka oli 8:30. Olisi hyvä, jos viestissä luki että on jono eikä tapaaminen klo 8:30, koska odottin klo 10 asti. Kaikki muut oli todella selkeä.

En tiedä olin kipeänä

Oli hyvät ohjaajat ja luokkakaverit

Jäi paljon asioita mieleen

Kuvio 14a. Vastaukset kysymykseen "Kerro kokemuksestasi (ohjauspäivä 16.9.2025) vielä omin sanoin?" 1/2

En osaa mitään pahaa sanota...Kaikki toimis hyvältä

toimi hyvin

Oli ihan kivaa

Mukava haastattelija

Hyvä

Kuvio 14b. Vastaukset kysymykseen "Kerro kokemuksestasi (ohjauspäivä 16.9.2025) vielä omin sanoin?" 2/2

Kysymykseen 14 avoimia vastauksia tuli 25 opiskelijalta. Vastauksissa mainittiin, että mieleen jäi haastattelu ja mukava haastattelija. Vastauksissa mainittiin sanat ”hyödyllinen”, ”selkeä”, ”kiva”, ”rento” ja ”ystävällinen tunnelma”. Yksi vastaaja mainitsi parkkipaikan ja oikean talon löytymisen olleen vaikeaa. Neljä vastaajaa mainitsi ”ruuhkan”, ”pitkän jonotuksen” tai ”paljon haastateltavia”. Yksi vastaaja ehdotti, että päivä olisi pitänyt jakaa esimerkiksi neljään ryhmään, ja antaa näille ryhmille omat aikataulut. Yksi vastaaja kertoi luulleensa että oma haastattelu-aika olisi 8.30, mutta paikan päällä hänelle selvisi, että kaikki oli kutsuttu paikalle 8.30, ja haastattelu olisi vasta jonotuksen jälkeen. Vastaaja mainitsi, että olisi hyvä että kutsussa lukisi, että paikan päällä on jono.

Kolmen vastaajan mukaan, he eivät olleet paikalla ohjauspäivässä – tämä voi johtua siitä, että he olivat estyneitä tulemaan kyseisenä päivänä, ja olivat saaneet itse sovittua henkilökunnan kanssa toisen päivän haastattelulle, tai puhe- linhaastattelun. Nämä hakijat kuitenkin näkyvät järjestelmässä ohjauspäivän osallistujissa, joten siksi heillekin lähetettiin tämä kysely.

Kysymyksessä 15 kysyttiin, *millaisia tunteita ohjauspäivä herätti* vastaajissa. Kysymys oli monivalintakysymys, eli vastaajat saivat valita niin monta vaihtoehtoa kuin halusivat. Lisäksi vastaajilla oli mahdollisuus kirjoittaa myös vastaus itse tyhjään kenttään, jos ei sopivaa löytynyt valmiista vaihtoehtoista. Kysymyksen 15 vastaukset on esitetty kuviossa 15a.



Kuvio 15a. Vastaukset kysymykseen ”Millaisia tunteita ohjauspäivä 16.9.2025 herätti sinussa?”

Kysymykseen 15 vastasi 39 opiskelijaa ja eri vaihtoehdot saivat yhteensä 57 klikkausta. Vastajista 19 koki *innostusta* ohjauspäivään liittyen. *Jännitystä* koki 18 vastaajaa, ja *luottamusta* 12 vastaajaa. *Epävarmuutta* vastasi kokeneensa 5 vastaajaa. Kolme vastaajaa oli kirjoittanut tyhjäan kenttään itse jonkin muun vaihtoehdon, ja nämä vastaukset esitetään kuviossa 15b.

Kuviossa 15b esitetään avoimet vastaukset kysymyksen 15 itse täytettävään tyhjäan kenttään.

Millaisia tunteita ohjauspäivä 16.9.2025 herätti sinussa? - Joku muu (kirjoita tähän itse)

Jäävi vastaamaan
Mielenkiintoa
Ollut kivaa mulle ja tyytyväinen

Kuvio 15b. Tyhjän kentän vastaukset kysymykseen ”Millaisia tunteita ohjauspäivä 16.9.2025 herätti sinussa?”

Kysymyksen 15 avoimeen kenttään vastasi 3. Yksi vastaajista vastasi olevansa *jäävi vastaamaan*. Tämä voi johtua siitä, että hän saattaa olla yksi niistä vastaajista, jotka eivät olleetkaan paikalla ohjauspäivässä. Kahden muun vastaajan tunteet ovat olleet myönteisiä - toisessa ohjauspäivä herätti *mielenkiintoa*, ja toisella vastaajalla *oli ollut kivaa ja tyytyväinen olo*.

Kysymyksessä 16 kysyttiin, saivatko vastaajat *riittävästi tietoa opiskelijavalinnasta ja opintojen aloituksesta*? Kysymyksen vastaukset on esitetty kuviossa 16.



Kuvio 16. Vastaukset kysymykseen ”Kun sait opiskelijavalintatiedon ja opintojen aloitustiedot – saitko riittävästi tietoa näistä”

Kysymykseen vastasi 42 vastaajaa, joista 30 vastasi *saaneensa riittävästi tietoa*, 11 vastaajaa koki saaneensa *osittain riittävästi tietoa*, ja yksi vastaaja koki, *että ei saanut riittävästi tietoa*.

Kysymys 17 esitettiin niille vastaajille, jotka vastasivat kysymykseen 16 joko ”Sain osittain riittävästi tietoa” tai ”En saanut riittävästi tietoa”. Kysymyksessä kysyttiin ”Mitä tietoa kaipasit lisää?”, ja vastaajat saivat kirjoittaa avoimeen kenttään omin sanoin. Kysymyksen vastaukset on esitetty kuviossa 17.

Mitä tietoa kaipasit lisää?

Opeskelun kesto ja koulupäiviä viikossa
minulle jäi epäselväksi päivien aikataulut
s
Iltaopiskelupäiviä ei ilmoitettu missään. Ne sevitin itse vastuopettajalta. Mielestäni hyvin oleellinen tieto.
Opiskelua varten hankittavien työkalujen/vaatteiden lista olisi ollut mukava saada jo hyvissä ajoin.
Kuten mistä ja miten löydän työasut sekä työvälineet

Kuvio 17. Vastaukset kysymykseen ”Mitä tietoa kaipasit lisää?”

Kysymykseen 17 tuli 6 vastausta. Vastaajista 3 kaipasi tietoa opiskelun keston tai koulupäivien aikatauluihin liittyen. 2 vastaajaa kaipasi tietoa hankittavista työvälineistä ja työasuista, ja yksi vastauksista oli puutteellinen.

Kysymyksessä 18 kysyttiin ”Kokemuksesi perusteella, kuinka todennäköisesti suosittelisit Keudaan hakeutumista ystävällesi, perheenjäsenelle tai kollegallesi?”. Kysymyksen vastaukset on esitetty kuviossa 18.



Kuvio 18. Vastaukset kysymykseen ”Kokemuksesi perusteella, kuinka todennäköisesti suosittelisit Keudaan hakeutumista ystävällesi, perheenjäsenellesi tai kollegallesi?”

Kysymys oli NPS-kysymys (Net Promoter Score). NPS-mittariluku muodostuu kun arvosanan 9 ja 10 vastanneiden suhteellisesta osuudesta vähennetään arvosanan 0–6 antaneet (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s. 248). Vastaajat

klikkaavat janaa väliä 0–10. 0 tarkoittaa *en suosittelisi*, ja 10 *suosittelisin*. Kysymyksestä muodostuu NPS-luku, sekä vastaajista prosentuaalisesti jaotellut *arvostelijat*, *passiiviset* ja *suosittelijat*.

Kysymykseen vastasi 41 vastaajaa. NPS-luvuksi vastausten perusteella muodostui 46. Vastaajista 24 oli suosittelijoita, 12 passiivisia ja 5 arvostelijoita.

Kysymyksessä 19 kysyttiin ”*Haluatko jättää vielä avointa palautetta Keudaan hakeutumisen kokonaisuuteen liittyen?*”, ja vastaajat saivat kirjoittaa avoimeen kenttään palautetta omin sanoin. Kysymyksen vastaukset on esitetty kuviossa 19.

Haluatko jättää vielä avointa palautetta Keudaan hakeutumisen kokonaisuuteen liittyen?

-

Kiitoksia

Ei

Haluan antaa positiivista palautetta. Keudaan hakeutuminen oli kokonaisuutena selkeä ja hyvin järjestetty

I

Keitos teille ja olen tyytyväinen

Kiitokset keudalle että valkasivat minut opiskelijaks, toivotaan saan tästä oman ammatin

Hakemus Keufan on helppoa ja ei ole niin vaikea, jotta saat itse tehdä sen.

En mutta olen viihtynyt

En ole vielä mitä ikäinen sa olet.Jos haluat oppita jotain uutta tai toista ammatti,tule Keudaan!!!

Oli kivaa ja helppoa

Hakeutuminen oli helppoa ja jännittävää

Kuvio 19. Vastaukset kysymykseen ”Haluatko jättää vielä avointa palautetta Keudaan hakeutumisen kokonaisuuteen liittyen?”

Kysymykseen tuli 12 vastausta. Vastauksista 9 piti sisällään myönteistä palautetta ja kiitoksia - hakeutuminen oli vastaajien mielestä kokonaisuutena

selkeää ja helppoa. Kaksi vastausta oli puutteellisia, ja 1 vastaaja oli kirjoittanut kenttään sanan "Ei".

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

6.1 Johtopäätökset tuloksista

Jatkuvan haun asiakaskokemusta koskeva kysely lähetettiin 149 jatkuvan haun kautta opiskelijaksi valitulle. 44 vastaajaa vastasi osaan kysymyksistä, ja 36 vastaajaa teki kyselyn loppuun asti. Ehkä kysely oli liian pitkä kesken lopettaneiden vastaajien mielestä, tai sitten heillä ei muutoin sillä hetkellä ollutkaan aikaa vastata kaikkiin kysymyksiin. Käytin kuitenkin kaikkia saamiani vastauksia hyödyksi tulosten analysoinnissa. Lopullinen vastausmäärä yllätti positiivisesti, sillä oletin, että vastauksia tulisi vähemmän. Tutkimukseni antoi uutta tärkeää tietoa Keudan jatkuvan haun kautta hakeutuneiden mielipiteistä ja tyytyväisyydestä jatkuvan haun eri kosketuspisteissä. Opiskelijaksi valituilta ei ole koskaan aiemmin kysytty palautetta hakeutumisvaiheesta tällä laajuudella ja tarkkuudella.

Avoimista vastauksista ilmeni, että ainakin kaksi vastaajaa ei ollut paikan päällä ohjauspäivässä, jota kysymykset käsittelivät. He olivat saaneet kyselyn vastaamisen linkin, koska olivat ohjauspäivän osallistujissa hakijajärjestelmässä, mutta heille oli jostain syystä (olivat esimerkiksi sairastuneet tai estyneet tulemaan) järjestetty oma haastattelu toisena päivänä, joten heidän vastauksensa saattavat tuoda pientä virhemarginaalia vastauksiin. He ovat saattaneet esimerkiksi asteikkoarviokysymyksissä 1–5 antaa neutraaliksi katsotun arvion 3, koska eivät olleet paikalla.

Strukturoiduista kysymyksistä sain ZEF-kyselytyökalun tulososion visuaalisen grafiikan avulla muodostettua selkeän kuvan vastausjakaumasta, sillä vastausten prosenttiyksiköt kuvasivat hyvin vastaajien kokemusta yhdellä

vilkaisulla. Avoimien kysymysten analysointiin meni enemmän aikaa. Luin avoimet kysymykset läpi tarkasti ja kirjasin sitten ylös sanoja jotka toistuivat useissa vastauksissa, sekä erottelin positiivia ja negatiivia sanoja ja palautteita. Avoimissa vastauksissa oli melko paljon myönteisiä ilmaisuja, jotka toistuivat ja jopa yksimielisyyttä mielestäni, mutta myös parannusehdotuksia löytyi, ja jopa konkreettinen kehitysidea. Pyysin ZEF-kyselytyökalun analyysivastustajaa myös tekemään tuloksista koontin ja analyysin, jota käytin oman pohdintani tukena. Tämä koonti ja analyysi löytyy liitteestä 3.

Saarijärvi & Puustinen (2020, s.54) jakavat asiakaskokemuksen neljään eri vaiheeseen. Kyselyssäni tutkittiin asiakaskokemuksen vaiheita ”ennen tuotteen ostoa”, ”ostaminen” ja ”ostamisen jälkeinen vaihe”. ”Lähtötilannetta”, eli mitä mielikuvia hakijoilla oli Keudan jatkuvasta hausta entuudestaan, ei tässä tutkimuksessa tutkittu. Ajattelen, että ”ennen tuotteen ostoa”-vaihe voisi tarkoittaa tässä tapauksessa Keudan nettisivujen selkeyttä – koulutukset on helppo löytää sivuilta, ja niitä on miellyttävä selata, sekä Hakeutumispalveluilta saatua neuvontaa ennen hakeutumista. Vaihe ”ostaminen” on tässä tapauksessa hakulomakkeen täyttäminen ja lähettäminen sekä myös kielikartoituspäivä ja ohjauspäivä paikan päällä ovat ostamisvaihetta. ”Ostamisen jälkeinen vaihe” on sähköpostiviestintä ja -tiedotus näiden ”ostamisvaiheiden” jälkeen.

Saarijärvi & Puustinen (2020, s.54) määrittivät kosketuspisteet asiakaskokemuksen muodostumiseen vaikuttaviksi vuorovaikutustilanteiksi, joissa asiakas on tekemisissä organisaation kanssa eri kanavien kautta. Pohdin ennen tutkimuksen toteuttamista jatkuvan haun prosessin kosketuspisteitä, joissa asiakas on tekemisissä Keudan kanssa. Kosketuspisteitä ovat Keudan nettisivut, nettisivuilla täytettävä digitaalinen hakulomake, sähköpostikutsut kielikartoitukseen ja ohjauspäivään, kielikartoitus ja ohjauspäivä paikan päällä sekä opiskelijavalinnan tiedotusviesti sähköpostitse.

Asiakaskokemuksen mittaamisessa olisi hyvä ottaa huomioon kolme tasoa: 1) miten onnistuttiin asiakaskokemuksen luomisessa, 2) miten tämä vaikuttaa asiakaskäyttäytymiseen, eli aikooko asiakas suositella yritystä myös muille tai

palata asiakkaaksi ja 3) miten tämä asiakaskäyttäytyminen vaikuttaa yrityksen kasvuun ja kannattavuuteen (Saarijärvi & Puustinen, 2020, s. 231–233).

Kyselyssäni selvitettiin, miten jatkuvan haun asiakaskokemuksessa onnistuttiin, kysymällä oliko hakeutuminen helppoa ja selkeää, saivatko vastaajat riittävästi tietoa ja oliko asiointi sujuvaa sekä, millaisia tunteita vastaajilla heräsi ohjauspäivässä/kielikartoituspäivässä. Nämä kysymykset mittasivat 1. tasoa. Kyselyssä kysyttiin, kuinka todennäköisesti vastaajat kokemansa perusteella suosittelisivat Keudaa muille. Tämä kysymys mittasi 2. tasoa. Gerdtin & Korhosen (2016, luku 1 kohta Lähtökohtia asiakaskokemuksen strategiselle potentiaalille) mukaan kun yritys onnistuu asiakaskokemuksessa, sen asiakkaat suosittelivat sitä eteenpäin todennäköisemmin, kuin niiden yritysten asiakkaat, jotka eivät ole olleet tyytyväisiä kokemukseensa. Tässä kyselyssä ei suoraan mitattu 3. tasoa, eli miten suositteluhalukkuus vaikuttaa Keudan kannattavuuteen ja kasvuun. Voidaan kuitenkin ajatella, että tulosten perusteella Keudan kasvu ja kannattavuus pysyy varsin hyvänä, koska suurin osa vastaajista suosittelisi Keudaa, ja vain pieni osa oli NPS-tuloksen mukaan arvostelijoita, eli huonomman palautteen antajia. Voidaan todeta, että kokonaisuutena vastaajat olivat varsin tyytyväisiä kokemukseensa jatkuvan haun kautta hakeutuessaan.

Tulosten perusteella digitaalinen hakeutuminen toimii vastaajien mielestä hyvin ja kokemus siitä on myönteinen. Koulutukseen hakeminen ja hakulomakkeen täyttäminen oli sujuvaa ja helppoa, eikä näihin liittyvät vastaukset erottuneet suositteluhalukkuudessa, eivätkä näin ollen ole ratkaisevia asiakaskokemuksen kannalta. Hakulomake ja koulutusten sivut kannattaa siis pitää kunnossa, mutta niihin ei tarvitse nyt kiinnittää erityistä huomiota. Seuraavassa kappaleessa kerron mitkä tekijät sen sijaan ovat ratkaisevimpia asiakaskokemuksen onnistumisen kannalta, sekä miten jatkuvaa hakua voidaan kehittää.

6.2 Vastaukset tutkimuskysymyksiin

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää vastaus kysymyksiin: ”Mitkä tekijät ovat ratkaisevia asiakaskokemuksen onnistumiseen jatkuvassa haussa?” ja ”Miten jatkuvan haun asiakaskokemusta kannattaa kehittää”. Pyysin kyselytyökalun tekoälypohjaista analyysiavustajaa selvittämään vastauksista eniten suositteluhalukkuuteen, eli NPS-lukuun, vaikuttavat tekijät. Analyysiavustaja vertasi vastaajien antamia vastauksia, ja miten opiskelijoiden antamat vastaukset vaikuttivat suositteluhalukkuuteen. Käytin tätä analyysiä oman pohdintani tukena. Tekoälyn koonti ja analyysi löytyy liitteestä 3.

Tutkimukseni perusteella ratkaisevimmat tekijät jatkuvan haun asiakaskokemuksessa ovat seuraavat kosketuspisteet: 1) asiakaspalvelu hakeutumisvaiheessa, 2) sähköpostikutsu kielikartoitukseen/ohjauspäivään, 3) opiskelijavalinnan sähköpostiviesti sekä 4) ohjauspäivän ja kielikartoituspäivän kokemus. Näiden kosketuspisteiden luoma kokemus vaikutti eniten asiakaskokemuksen kannalta tärkeään suositteluhalukkuuteen. Lisäksi opiskelijoiden antama avoin palaute liittyi näihin tekijöihin. Näissä kohdissa onnistuminen tuo NPS-lukuun suosittelijoita, ja epäonnistuminen taas todennäköisemmin arvostelijoita.

Tuloksista ilmenee, että jos opiskelijan mielestä kielikartoituksen ja ohjauspäivän sähköpostikutsussa oli opiskelijan kokemuksen mukaan kaikki tarvittava tieto mukana, niin suositteluhalukkuudesta kertova NPS-luku oli selkeästi korkeampi kuin heillä, joiden mielestä jotain tietoa jäi puuttumaan. Sama ilmiö näkyi opiskelijavalintaan ja opintojen aloituksen sähköpostiviestiin liittyvissä vastauksissa – kun jotain tietoa puuttui, suositteluhalukkuus laski.

Kielikartoituspäivään osallistuneet olivat tyytyväisiä ja heillä oli myös korkea suositteluhalukkuus. Ohjauspäivän kokemus vastaajilla oli pääosin myönteinen, mutta 12 % antoi kritiikkiä. Vaikka tämä luku ei ole iso, se kannattaa ottaa huomioon, sillä avoimista vastauksista ohjauspäivän kokemukseen liittyen selviää, että liian moni mainitsi samat asiat, eli että ohjauspäivässä oli turhauttavaa odottamista ja ruuhkainen tunnelma. Opiskelijoille oli myös epäselvää, että omaa haastattelua joutuikin jonottamaan ilmoittautumisen jälkeen.

Hakeutumispalveluiden asiakaspalvelukanaviin yhteydessä olleista selvä enemmistö (92,5 %) koki saaneensa tarvittavan tiedon, ja että asiointi oli sujuvaa. Hakeutumispalveluihin yhteydessä olleet suosittelivat Keudaan todennäköisemmin, kuin ne, jotka eivät olleet yhteydessä, eli NPS luku oli korkeampi yhteyttä ottaneilla kuin ei yhteyttä ottaneilla. (LIITE 3).

Tutkimukseni perusteella jatkuvaa hakua voidaan kehittää panostamalla sähköpostina lähetettävien kutsujen ja valintatiedotusten tarkempaan sisältöön. Kutsuihin tulisi laittaa tarkempi tieto haastattelun paikasta, sekä selvennys että paikan päällä joutuu odottamaan omaa vuoroa jonotussysteemillä. Konkreettinen kyselyn vastaajalta tullut kehittämissuositus olisi muuttaa ohjauspäivän haastattelut pariin eri aikalohkoon, jolloin kaikki osallistujat eivät saapuisi samaan aikaan eikä paikan päällä olisi niin ruuhkaista, tai niin paljon odottelua. Hakeutumisvaiheen asiakaspalvelun saavutettavuus ja laatu kannattaa pitää hyvällä tasolla, jotta asiakas saa mahdollisiin epäselvyyksiin tarvittaessa vastauksen.

6.3 Kehittämissuositukset

Kielikartoituksen ja ohjauspäivän sähköpostikutsuihin suosittelen lisäämään yksityiskohtaisemmin tietoa ja ohjeita toimipisteeseen saapumisesta, parkkipaikoista sekä toimipisteen tiloista ja luokasta, joissa kartoitus tai ohjauspäivän haastattelu järjestetään. Opiskelijavalintasähköpostissa voisi kertoa, että tarkemmat tiedot työväliseistä ja työasuista annetaan vasta opintojen alkaessa. Tällöin opiskelijaksi valitut saisivat tiedon, että etukäteen ei tarvitse vielä itse hankkia mitään. Koulupäivistä ja niiden aikatauluista voisi olla opiskelijavalintasähköpostissa esimerkiksi ensimmäisten viikkojen osalta aikataulut valmiina.

Ohjauspäivään liittyen toivottiin tietoa siitä, että omaa haastattelua joutuu odottamaan. Yhdessä opiskelijan avoimessa vastauksessa oli konkreettinen kehitysidea: ” Päivä olisi pitänyt jakaa ”aaltoihin”, eli jakaa vaikka neljään ryhmään

ja antaa ryhmille omat aikataulut jotta ryysikseltä ja pitkältä odottamiselta olisi vältytty.” Mielestäni kannattaa miettiä olisiko tällaista uudistusta mahdollista toteuttaa jossakin muodossa. Tämän idean toteutuksessa olisi hyvä ottaa huomioon, että jos osa hakijoista kutsutaan saapumaan esimerkiksi aamulla ja osa iltapäivällä, niin varmasti tulee niitä hakijoita, jotka haluavat vaihtaa oman aikansa toiseen. On siis mietittävä, onko mahdollista vaihtaa aikoja, mikä toki olisi asiakasystävällistä, mutta onko mahdollista vaihtaa kuitenkin kaikkien halukkaiden aikaa, vai vain jos kyseessä on painava este, ja mitä nämä painavat esteet sitten olisivat. On tärkeää, että hakijoita kohdellaan yhdenvertaisesti.

7 POHDINTA

7.1 Opinnäytetyöprosessi

Sain toimeksiannon opinnäytetyöhöni työnantajaltani Keski-Uudenmaan kouluskuntayhtymältä. Tarkemmin idea aiheeseen tuli omalta esihenkilöltäni. Innostuin aiheesta välittömästi, sillä olen asiakaspalveluhenkinen, ja asiakastytyväisyys on minulle tärkeää. Mielenkiintoa ja innostusta aiheeseen lisäsi se, että aihetta ei ole tutkittu Keudassa aiemmin. Aiheena Jatkuvan haun asiakaskokemus soveltui hyvin tehtäväkseni, sillä työskentelen itse Hakeutumispalveluissa, joka organisaatiouudistuksen myötä kuuluu nyt Asiakkuuksien kehittämisen tiimiin. Keudassa ollaan yleisesti ottaen myös aina kiinnostuneita kehittamisestä.

Aloitin opinnäytetyön suunnittelun keväällä 2025, ja elokuussa 2025 aloin etsimään teoreettisen viitekehyksen materiaalia. Olettamukseni oli, että asiakaskokemuksesta löytyisi paljon sekä painettua että digitaalista materiaalia. Lähteitä löytyikin ihan mukava määrä, ja oli alkuun aikaa vievää käydä niitä läpi ja selvittää mitä lähteitä käyttäisin. Osittain asiakaskokemusta käsittelevissä kirjoissa oli myös lähestytty aihetta hieman eri ”koulukunnista” tai näkökulmista.

Kansainvälisten lähteiden etsiminen oli minulle vaikeaa. Löysin kuitenkin yhden, jota käytin, mutta niitä olisi saanut olla enemmänkin. Teoriaosuuden kirjoittamisessa minulla välillä ”sakkasi”, ja tuntui että olin umpikujassa, enkä osannut päättää mitä kaikkea tietoa opinnäytetyöhöni tuon ja miten otsikoin teoriaosuuden. Sain kuitenkin mielestäni loppujen lopuksi johdonmukaisen teoriaosuuden aikaiseksi, ja väliseminaarissa ohjaavan opettajan kanssa syyskuussa 2025, sain vielä ehdotuksia lisäyksistä, jotka auttoivat minua hyvin eteenpäin.

Väliseminaarin jälkeen syyskuun 2025 lopulla aloin valmistelemaan empiiristä osuutta. Olin päättänyt jo heti toimeksiannon saatuani, että haluan toteuttaa tämän opinnäytetyöni laadullisena tutkimuksena ja käyttää menetelmänä kyselyä. Aluksi ajatuksissani oli kyselyn lisäksi toteuttaa ryhmähaastattelu haikutumiskoordinaattoreille, mutta väliseminaarissa tämä jätettiin yhteisymmärryksessä pois, koska kysely menetelmänä olisi sekä varsin riittävä, että toimiva opinnäytetyöhöni.

Kyselyn kysymysten laatimiseen käytin apuna kyselytyökalun tekoälypohjaista avustajaa. En ole kovin tottunut tekoälyn käyttäjä, joten tämä oli minulle melko uusi kokemus, mutta onnistui yllättävän helposti. Muokkasin hieman tekoälyn laatimia kysymyksiä, jotta ne vastaisivat tavoitettani siitä, mitä haluan selvittää. Tekoäly ei esimerkiksi tehnyt lainkaan kysymystä suositteluhaluudesta, mikä oli yksi tärkeimpiä kysymyksiä, jonka teoriasta oppimani perusteella kyselyyn tarvitsin. Kyselyn laatiminen lopulta visuaaliseksi ja konkreettiseksi kyselyksi ZEF-kyselytyökalulla oli todella miellyttävää ja helppoa.

Lähetin kyselyn 149 opiskelijalle, ja mielestäni vastauksia tuli yllättävän paljon - 44 vastausta. Vastausprosentiksi muodostui 29,5 %. Olin tyytyväinen tähän määrään. Vastausten läpikäynti oli todella mielenkiintoista, ja varsinkin kun aloin kysymys kysymykseltä kirjoittamaan tuloksia auki, sekä analysoimaan tuloksia, vei kirjoittaminen minut melkein mukanaan. Tämä empiirisen osuuden tulosten analysointi ja konkreettiseksi tekstiksi tuominen oli kaikista mukavinta opinnäytetyön vaiheista.

7.2 Luotettavuus ja eettisyys

Olen opinnäytetyössäni noudattanut yleisiä, hyvän tieteellisen käytännön mukaisia eettisiä pelisääntöjä. Olen laatinut opinnäytetyösopimuksen ja hakenut tutkimusluvan, enkä ole kerännyt tarpeettomia tietoja. Opinnäytetyökysely tehtiin anonyymiksi, joten vastauksissa ei ole henkilötietoja. Vastaajat saivat halutessaan osallistua kyselyn jälkeen arvontaan, jossa vastaaja ohjattiin toiseen erilliseen kyselyyn jättämään sähköpostiosoitteensa. Sähköpostiosoitteet, jotka olen kerännyt halukkailta arvontaan osallistuvilta kyselyyn vastanneilta, olen säilyttänyt asianmukaisesti käyttäjätunnusten takana olevassa kyselysovelluksessa, ja niitä käytettiin vain arvonnassa voittaneen yhteydenottoon. Opinnäytetyössä käytetyt lähteet ovat luotettavia, ja olen tehnyt lähdeviitteet SAMKin ohjeistusten mukaan.

Vaikka työskentelen toimeksiantajan palveluksessa, pystyin opinnäytetyössäni tutkimaan omaan työhöni liittyvää aihetta objektiivisesti. Se, että opinnäytetyön aihe kosketti myös omaa työtäni, toi vain tekemiseeni lisäinnostusta ja mielenkiintoa ja antoi minulle mahdollisuuden olla osana tuomassa tärkeää tietoa kehittämistä varten. Tutkimuksen tulokset ja päätelmät ovat luotettavia ja perustuvat kyselyyn vastanneiden vastauksiin.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Jatkotutkimusehdotukseni on, että tästä kyselystä otettaisiin jonkinlainen versio käyttöön säännöllisenä asiakaskokemuksen kyselynä esimerkiksi muutama kerran vuodessa lähetettynä valituille opiskelijoille. Kysely oli helppo ja nopea toteuttaa ja lähettää ZEF-työkalulla. ZEF-työkalun toiminnallisuudet mahdollistivat kyselyn vastausten kertymisen reaaliaikaisen seurannan, automaattiset visuaaliset grafiikat vastauksista sekä tekoälypohjaisen analyysivälineen hyödyntämisen.

Jos jatkossa kysytään ”Mitä tunteita ohjauspäivä/kielikartoituspäivä herätti”, kysymyksen jälkeen voisi olla avoin kenttä, jossa vastaaja saa tarkemmin kertoa, mistä tunne johtui, ja oliko tunne negatiivinen vai positiivinen. Esimerkiksi

jännitys voi olla mielestäni positiivista tai negatiivista. Tunteita voisi olla vastausvaihtoehdoissa valmiina enemmän vaihtoehtoja. Valmiista vaihtoehdoista on varmasti helpompi valita itselle sopivin tunne.

Jatkotutkimusehdotuksena on lähettää sama kysely myös niille, jotka eivät tulleet valituksi opiskelijaksi, mutta jotka kävivät koko jatkuvan haun prosessin kuitenkin läpi, ja katsoa onko ei-valituiksi tulleilla erilainen kokemus opiskelija-valinnan lopputuloksen takia. Kysely voitaisiin myös laajentaa koskemaan myös ammattitutkinnon- ja erikoisammattitutkinnon sekä oppisopimukseen hakeneita opiskelijoita, jotka eivät osallistu ohjauspäivän haastatteluun, vaan heidän hakemuksensa välitetään opettajalle, joka on suoraan yhteydessä hakijaan haastattelun merkeissä.

Suosittelen, että jatkuvan haun asiakaskokemuskysely toteutetaan säännöllisesti muutaman kerran vuodessa esimerkiksi loppukeväästä alkuvuonna valituille opiskelijoille, ja loppuvuodesta syksyllä valituille opiskelijoille. Näin voidaan arvioida ja seurata ajantasaisesti jatkuvan haun asiakaskokemuksen onnistumista. Hakeutumisvaiheen asiakaskokemuksessa onnistuminen muodostaa pohjan koko opiskelijakokemukselle. Onnistunut ja myönteinen kokemus hakeutumisvaiheesta parantaa opiskelijan sitoutumista, ja voisi näkyä parempina arvioina sekä Keudan aloituskyselyssä että valtakunnallisessa opiskelijapalautteessa. Nämä kyselyt ovat Keudan kasvun, kannattavuuden ja laadun kannalta merkitykselliset palautekanavat.

LÄHTEET

Eriksson, P., Koistinen, K. (2014) Monenlainen tapaustutkimus - Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksia ja selvityksiä. Kuluttajatutkimuskeskus.

Filenius, M. (2015) Digitaalinen asiakaskokemus: menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Docendo.

Gerdt, B., Eskelinen, S. (2018) Digiajan asiakaskokemus - oppia kansainvälisiltä huipuilta. Alma Talent.

Gerdt, B., Korkiakoski, K. (2016) Ylivoimainen asiakaskokemus. Alma Talent.

Kananen, J. (2015) Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä. Jatkuva haku. (n.d.a) Haettu 1.9.2025 osoitteesta <https://www.keuda.fi/hakijalle/jatkuva-haku/>

Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä. Opintojen alkaessa. (n.d.b) Haettu 6.9.2025 osoitteesta <https://www.keuda.fi/opiskelijalle/opintojen-alkaessa/>

Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä. Tilinpäätös 2024. (2025). https://www.keuda.fi/wp-content/uploads/2025/06/Keuda_Tilinpaa-tos_2024_2025123.pdf

Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä. Keuda lukuina. (n.d.c) Haettu 31.8.2025 osoitteesta <https://www.keuda.fi/keuda/>

Korkiakoski, K., Karhinen, R. (2019) Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus : uusi aika, uudenlainen johtaminen. Alma Talent.

Löytänä, J., Korteso, K. (2011) Asiakaskokemus – palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Talentum. <https://www.ellibslibrary.com>

Pitkäranta, A. (2014) Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä : työkirja ammattikorkeakouluun. eOppi.

Saarijärvi, H., Puustinen, P. (2020) Strategiana asiakaskokemus – miksi, mitä, miten? Docendo.

Tekoölyavustaja Esko. (2025) ZEF-kyselytyökalu. <https://zef.fi>

Tuomi, J., Sarajärvi, A. (2018) Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Villani, I. (2019) Transform customer experience : how to achieve customer success and create exceptional CX. Wiley. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/samk/detail.action?docID=5649350>

LIITE 1: COPILOTILLE SYÖTETTY OHJE KYSELYN KYSYMYKSIÄ VARTEN

”Voisitko auttaa muotoilemaan asiakaskokemuskyselyn kysymykset seuraavilla tiedoilla: Palvelu on Keudan jatkuva haku, eli kysymykset on suunnattu Keudaan valituille opiskelijoille. He ovat osallistuneet ohjauspäivän haastatteluun 16.9.2025 Keudan eri toimipisteissä, ja osa heistä on tämän lisäksi osallistunut kielikartoitukseen 2.9.2025. Haluaisin tietää laadullista tutkimusta varten heidän kokemuksiaan hakeutumisesta nettisivujen kautta, hakulomakkeesta, miten heille viestittiin ja oliko sähköpostikutsuissa tarpeeksi informaatiota? Olivatko he jossain vaiheessa hakeutumista yhteydessä Hakeutumispalveluihin hakuun liittyen? Miten he kokivat ohjauspäivän, millaisia ajatuksia tai tunteita heissä heräsi esimerkiksi ympäristön, tunnelman tai muun kannalta (voit ehdottaa minkä?) Sekä opiskelijavalintatiedotuksesta ja opintojen aloitustiedoista - olivatko ne riittävät tiedoiltaan vai jäikö jotain uupumaan? MITTARIT esim. Vaivattomuus, Reagointinopeus, odotusaika jne. Asiakkaan kokema vaiva: kuinka helposti ja vaivattomasti sujui? Asiakkaan kokemat tunteet: millaisia tunteita koki? Palvelun laatu: toteutus, henkilökunnan ammattitaito, ympäristö, empaattisuus? Eri kanavien onnistuminen: mobiili, ”kivijalka” eli toimipiste, asiakaspalvelu jne.”

LIITE 2: SÄHKÖINEN KYSELYLOMAKE (ZEF)

Jatkuvan haun asiakaskokemus

Hei!

Me Keudassa olemme kiinnostuneita kokemuksestasi jatkuvan haun hakijana, eli siitä **miten sinun asiointisi sujui Keudan nettisivujen kautta hakulomakkeen täytöstä, kielikartoituksen ja ohjauspäivän kautta opiskelijavalintaan asti.**

Työskentelen Keudan Hakeutumispalveluissa ja osana ammattikorkeakouluopintojani tutkin Keudaan jatkuvan haun kautta opiskelijaksi valittujen kokemuksia hakeutumisesta.

Olisin todella kiitollinen, jos käyttäisit hetken aikaasi vastaamiseen - vastaukset tuovat tärkeää tietoa opinnäytetyöhöni ja Keudan jatkuvan haun kehittämiseen.

Kysely on täysin anonyymi ja vastaaminen on helppoa ja vie vain muutaman minuutin.

Vastaathan viimeistään sunnuntaina 23.11.2025 klo 23.59 mennessä.

Jos sinulla herää kysymyksiä tai haluat lisätietoa, voit olla yhteydessä minuun:

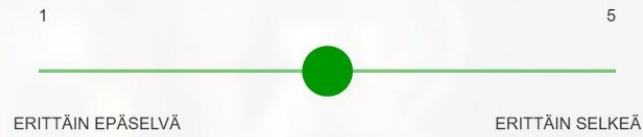
Susanna Marttila
hakeutumiskoordinaattori
susanna.marttila@keuda.fi

ALOITA

1. Kuinka helppona koit hakeutumisen koulutukseen Keudan sivujen (keuda.fi) kautta?

- Erittäin helppona
- Melko helppona
- Melko vaikeana
- Erittäin vaikeana

2. Miten arvioisit koulutuksen hakulomakkeen selkeyttä?



3. Saitko riittävästi tietoa sähköpostikutsussa ohjauspäivään/kielikartoitukseen liittyen?

- Kyllä, kaikki tarvittava tieto oli mukana
- Osittain, jotakin jäi epäselväksi
- Ei, tieto oli puutteellista

4. Mitä tietoa kaipasit lisää?

SEURAAVA

4. Olitko yhteydessä Hakeutumispalveluihin hakeutumisen aikana? (Joko ennen hakemuksen lähettämistä tai sen jälkeen)

- Kyllä, olin yhteydessä puhelimitse
- Kyllä, olin yhteydessä sähköpostilla
- Kyllä, Laitoin kysymyksen nettisivujen chatbotin kautta
- Ei, en ollut yhteydessä

SEURAAVA

5. Osallistuitko ennen ohjauspäivää
kielikartoitukseen 2.9.2025?

- Kyllä, osallistuin kielikartoitukseen
- En osallistunut kielikartoitukseen

6. Saitko Hakeutumispalveluista kaipaamaasi tietoa
hakeutumiseen tai koulutukseen liittyen?



7. Oliko asiointi Hakeutumispalveluiden kanssa
sujuvaa?



8. Osallistuitko ennen ohjauspäivää kielikartoitukseen 2.9.2025?

- Kyllä, osallistuin kielikartoitukseen
- En osallistunut kielikartoitukseen

9. Kerro kokemuksestasi Keudan koulutukseen hakeutumisesta vielä omin sanoin? Mitä jäi mieleen?

SEURAAVA

10. Millainen kokemus **kielikartoituspäivä** 2.9.2025 oli kokonaisuudessaan (tilan löytäminen, ilmoittautumisen sujuvuus, kirjallinen koe)?



11. Millaisia tunteita kielikartoituspäivä 2.9.2025 herätti sinussa?

- Innostusta
- Epävarmuutta
- Luottamusta
- Jännitystä
-

SEURAAVA

11. Millaisia tunteita kielikartoituspäivä 2.9.2025 herätti sinussa?

Innostusta

Epävarmuutta

Luottamusta

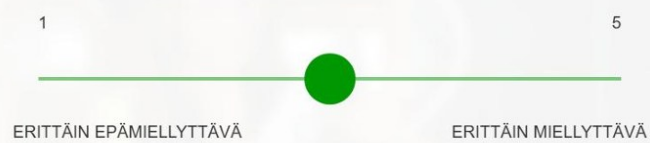
Jännitystä

SEURAAVA

12. Kerro kokemuksestasi (**kielikartoitus 2.9.2025**) vielä omin sanoin?

SEURAAVA

13. Millainen kokemus **ohjauspäivä** 16.9.2025 oli kokonaisuudessaan (tilan löytäminen, ilmoittautumisen sujuvuus, haastattelu)?



14. Kerro kokemuksestasi (**ohjauspäivä 16.9.2025**) vielä omin sanoin? Mitä jäi mieleen?

SEURAAVA

15. Millaisia tunteita ohjauspäivä 16.9.2025 herätti sinussa?

- Innostusta
- Epävarmuutta
- Luottamusta
- Jännitystä
- Joku muu (kirjoita tähän itse)

SEURAAVA

16. Kun sait **opiskelijavalintatiedon** ja **opintojen aloitustiedot** - Saitko riittävästi tietoa näistä?

- Kyllä, sain riittävästi tietoa
- Sain osittain riittävästi tietoa
- En saanut riittävästi tietoa

17. Mitä tietoa kaipasit lisää?

SEURAAVA

18. Kokemuksesi perusteella, kuinka todennäköisesti suosittelisit Keudaan hakeutumista ystävällesi, perheenjäsenelle tai kollegallesi?



19. Haluatko jättää vielä avointa palautetta Keudaan hakeutumisen kokonaisuuteen liittyen?

SEURAAVA

20. Haluatko osallistua 25 euron arvoisen Keudan lahjakortin arvontaan? Jos valitset Kyllä, sinut ohjataan jättämään yhteystietosi erilliseen kyselyyn.

Kyllä, haluan osallistua arvontaan

En halua osallistua arvontaan

VALMIS



JÄTÄ YHTEYSTIETOSI ARVONTAA VARTEN
KLIKKAAMALLA TÄSTÄ

VALMIS

1. Osallistut Keudan 25 euron arvoisen lahjakortin arvontaan jättämällä sähköpostiosoitteesi alle:

VALMIS

LIITE 3: ZEF-KYSELYTYÖKALUN TEKOÄLYAVUSTAJAN KOONTI JA ANALYYSI KYSELYN TULOKSISTA

12.12.2025:

Keudan syksyn 2025 hakeutumisprosessi keräsi arvokasta palautetta – ja tulokset ovat rohkaisevia. **44 vastaajaa** kertoi kokemuksestaan hakeutumisesta ammattikoulutukseen ajanjaksoilla **13.–27. marraskuuta 2025**. Vastausprosentti oli **29,5 %**, mikä kertoo vastaajien halusta jakaa näkemyksensä.

Kokonaistulos näkyy Net Promoter Score -luvussa: **NPS 46**. Käytännössä tämä tarkoittaa, että lähes **60 % vastaajista suosittelisi Keudaan hakeutumista** läheisille tai kollegoille. Ammatillisen koulutuksen kentällä tämä on vahva tulos – se kertoo, että hakijoiden kokemus on pääosin onnistunut ja jättänyt myönteisen kuvan organisaatiosta.

Mikä toimii erinomaisesti?

Digitaalinen hakeutuminen sujui vaivattomasti: **93 % koki hakemisen Keudan verkkosivujen kautta helppona**, ja lähes **89 % piti hakulomaketta selkeänä**. Tämä on merkittävä vahvuus – ensivaikutelma syntyy verkossa, ja Keuda on onnistunut tekemään siitä sujuvan.

Ohjauspäivä 16.9.2025 jätti vastaajiin vahvan vaikutelman: **88 % arvioi sen miellyttäväksi kokonaisuudeksi**. Kielikartoituspäivä 2.9.2025 sai vieläkin paremmat arviot – **kaikki osallistuneet (n=11) kokivat sen myönteisenä**. Nämä tapahtumat herättivät innostusta ja luottamusta: lähes puolet vastaajista raportoi innostusta ohjauspäivän jälkeen.

Hakeutumispalveluiden asiakaspalvelu ansaitsi erityiskiitokset. Niistä, jotka olivat yhteydessä palveluihin, **92,5 % koki asioinnin sujuvana ja sai tarvitsemansa tiedon**. Chatbotin kautta yhteyttä ottaneet antoivat korkeimman suositteluhalukkuuden (NPS 100, n=3).

Missä on kehitettävää?

Opiskelijavalinnan ja opintojen aloituksen tiedotuksessa on potentiaalia parempaan: **28,6 % vastaajista** koki saaneensa vain osittain tai ei riittävästi tietoa. Tämä vaihe on kriittinen – se on hetki, jolloin hakija sitoutuu Keudaan tai jää epävarmaksi. Selkeämpi, kattavampi viestintä tässä vaiheessa voisi nostaa suositteluhalukkuutta merkittävästi.

Sähköpostikutsuissa ohjauspäivään ja kielikartoitukseen **18,2 % vastaajista** koki jotakin jääneen epäselväksi. Vaikka enemmistö sai kaiken tarvittavan tiedon, täydellisempään viestintään on tilaa.

Ohjauspäivän kokemus oli pääosin erinomainen, mutta **noin 12 % vastaajista** antoi vähemmän positiivisen arvion. Selvittämällä, mikä näissä tilanteissa ei toiminut, voidaan varmistaa johdonmukaisen laadukas kokemus kaikille.

ANALYYSI

Analysoin kaikki 44 vastausta, NPS-korrelaatiot ja vapaat kommentit. Tässä ovat **neljä kohtaa, joissa onnistuminen ratkaisee asiakaskokemuksen** – perusteluineen:

1. Sähköpostikutsujen sisältö *KRIITTISIN TEKIJÄ*

Miksi tämä on tärkein?

- **NPS-vaikutus: 93 pistettä**
 - Kaikki tieto mukana → NPS 60
 - Jotain epäselvää → NPS -33
- **15,9 % hakijoista** koki jotain jääneen epäselväksi
- Tämä on **ensimmäinen henkilökohtainen kontakti** hakemuksen jälkeen – jos tämä epäonnistuu, luottamus horjuu heti

Puuttuu useimmiten:

- Iltaopiskelupäivät ("ei ilmoitettu missään")
- Tarkka luokahuone/kokoontumisohjeet ("En tiennyt, missä on aula")
- Realistiset aikataulut vs. jonotusinfo ("Kaikilla oli sama aika, odottin klo 10 asti")
- Päivän aikataulut ("Jäi epäselväksi päivien aikataulut")

2. Opiskelijavalinnan ja opintojen aloitustiedot *SITOUTUMISEN HETKI*

Miksi tämä on kriittinen?

- **NPS-vaikutus: 33 pistettä**
 - Riittävästi tietoa → NPS 53
 - Osittain riittävästi → NPS 20
- **28,6 % hakijoista** koki saaneensa vain osittain tai ei riittävästi tietoa
- Tämä on **sitouttamisen hetki** – hakija on juuri saanut opiskelupaikan

Puuttuu useimmiten:

- Työkalujen/työvälineiden hankintaohjeet ("mistä ja miten löydän työasut sekä työvälineet")
- Opintojen rakenne ("Opiskelun kesto ja koulupäiviä viikossa")

- Käytännön aloitusasiat

3. Henkilökohtaiset tapahtumat: Kielikartoitus & Ohjauspäivä *EMOTIONAALINEN SIDE*

Miksi tämä on kriittinen?

- **NPS-vaikutus: 24 pistettä**
 - Osallistui kielikartoitukseen → NPS 64
 - Ei osallistunut → NPS 40
- **100 % kielikartoitukseen osallistuneista** koki sen positiivisena (4–5/5)
- **88 % ohjauspäivään osallistuneista** koki sen miellyttävänä (4–5/5)

Henkilökohtaiset tapaamiset:

- Luovat **tunteen, että minut nähdään yksilönä**
- Vahvistavat **päätöstä aloittaa opintojen suunnittelu**
- Erottavat Keudan kilpailijoista

MUTTA: Logistiikka voi pilata kokemuksen:

- "Jouduin odottamaan monta tuntia ruokalan epämukavilla tuoleilla"
- "Ruuhka"
- "Aika paljon oli porukkaa haastattelupäivässä"

4. Hakeutumispalveluiden asiakaspalvelu *TUKIPILARI*

Miksi tämä on tärkeä?

- **NPS chatbotin kautta: 100** (n=3, pieni mutta vahva signaali)
- **NPS sähköpostilla: 54**
- **NPS puhelimitse: 40**
- **92,5 % asiakaspalveluun yhteyttä ottaneista** koki asiointin sujuvana

Mitä tämä kertoo?

Hakeutumispalvelut ovat **turvaverkko**:

- Kun hakija **tarvitsee apua kriittisessä vaiheessa**, nopea ja selkeä tuki ratkaisee kokemuksen
- Erityisesti **chatbot** toimii loistavasti

Miksi juuri tämä vaikuttaa?

- Vahvistaa tunnetta: **"Saan apua kun tarvitsen"**
- Korjaa mahdolliset epäselvyydet ennen kuin ne muuttuvat turhautumiseksi

- Luo henkilökohtaisen kontaktin digitaalisen prosessin rinnalle

Yhteenveto: Miksi juuri nämä neljä?

1. NPS-data paljastaa vaikutuksen:

Tekijä	NPS-ero	Osuus jolla ongelmia
Sähköpostikutsut	93 pistettä	15,9 %
Valintatiedotus	33 pistettä	28,6 %
Henkilökohtaiset tapahtumat	24 pistettä	12 % (ohjauspäivä)
Asiakaspalvelu	NPS 100 (chatbot)	Vahvuus

VS. Hygieniatekijät:

- Hakulomakkeen selkeys: NPS-ero ~0 pistettä (ei erota suosittelijoita)
- Hakemisen helppous: NPS-ero 6 pistettä (marginaalinen)

Yhteydenottokanava vaikuttaa suositteluhalukkuuteen:

Kanava	NPS	Tulkinta
Chatbot	100	Täydellinen suosittelu (n=3)
Sähköposti	54	Vahva suosittelu
Puhelin	40	Hyvä suosittelu
Ei yhteyttä	39	Vertailutaso

Keskeinen havainto: Ne, jotka olivat yhteydessä Hakeutumispalveluihin, suosittelivat Keudaa keskimäärin 15-61 pistettä enemmän kuin ne, jotka eivät olleet yhteydessä (NPS 39).