

Chat asiakaspalvelukanavaksi

Case: Tampereen korkeakouluyhteisön IT Helpdesk

Maarit Koivisto

OPINNÄYTETYÖ
Lokakuu 2019

Liiketalouden koulutus

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutus

KOIVISTO MAARIT

Chat asiakaspalvelukanavaksi

Case: Tampereen korkeakouluyhteisön IT Helpdesk

Opinnäytetyö 66 sivua, joista liitteitä 6 sivua
Lokakuu 2019

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia chat-palvelua osana monikanavaista asiakaspalvelua sekä tuoda esiin tärkeimpiä asioita uudenlaisen asiakaspalvelukanavan käyttöönottoon. Työn toimeksiantajana on Tampereen ammattikorkeakoulun tietohallinto. Tampereen korkeakouluyhteisön IT Helpdeskissä on syksyllä 2019 otettu käyttöön chat-palvelu asiakaspalvelun kehittämiseksi ja monipuolistamiseksi.

Tampereen korkeakouluyhteisö syntyi vuoden 2019 alussa kun Tampereen yliopisto sekä Tampereen teknillinen yliopisto yhdistyivät säätiöyliopistoksi ja aloittivat yhteistyön Tampereen ammattikorkeakoulun kanssa. Yhdistymisen myötä myös korkeakoulujen tietohallintojen palvelut yhtenäistettiin ja IT Helpdeskin asiakaspalvelulta alettiin vaatia yhä monimuotoisemman asiakassegmentin palvelualttiutta.

Digitalisaatio on muuttanut tapaamme toimia ja reagoida asioihin jokapäiväisessä arjessamme. Asiakkaiden muuttuneet odotukset pakottavat yritykset miettimään asiakaspalveluaan uudesta näkökulmasta. Teknologian kehittyminen sekä haastaa että mahdollistaa yritysten pysymisen muutosten vauhdissa. Asiakaspalvelulta vaaditaan uudenlaisia toimintatapoja sekä nopeampaa valmiutta vastata asiakkaiden muuttuneisiin tarpeisiin.

Tampereen korkeakouluyhteisön jäsenten erilaisia toiveita ja tarpeita chat-palvelua kohtaan kartoitettiin asiakaskyselyllä IT Helpdeskin palvelun parantamiseksi. Tutkimuksen tulosten sekä kirjallisuuden lähteistä kerätyn tiedon perusteella pystytään asiakaspalvelua kehittämään oikeaan suuntaan ja rakentamaan oikeanlaiset tavat toimia monikanavaisessa asiakaspalvelussa niin asiakkaan kuin asiakaspalvelijankin etua ajatellen.

Asiasanat: asiakaskokemus, asiakaspalvelu, asiakaspalvelukanava, chat, chatbot, digitalisaatio, monikanavaisuus

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration

KOIVISTO, MAARIT
Chat as a New Customer Service Channel
Case: IT Helpdesk of Tampere Universities

Bachelor's thesis 66 pages, appendices 6 pages
October 2019

The purpose of this thesis was to explore the chat service as a part of multi-channel customer service and to highlight the most important issues for the introduction of a new customer service channel. This thesis was commissioned by information management of Tampere University of Applied Sciences. During autumn 2019, IT Helpdesk of Tampere University Community launched a chat service to develop and diversify customer service.

Tampere university community was created at the beginning of 2019, when Tampere University and Tampere University of Technology merged into a foundation-based university and started cooperation with Tampere University of Applied Sciences. As a result of the merger, the information management services were also unified, and the customer service of IT Helpdesk required the service responsiveness of an increasingly diverse customer segment.

Digitalisation has changed the way we act and respond to things in our daily lives. Changed customer expectations force companies to review their customer service from a new perspective. The development of technology both challenges and enables companies to keep up with the pace of change. Customer service requires new ways of working and a faster readiness to respond to the changing customer needs.

The expectations and needs of the members of Tampere University Community for the chat service were surveyed to improve the service of IT Helpdesk. The results of the research and the information collected from literature sources allow us to develop customer service in to the right direction and build modern ways to operate the multi-channel customer service in the best interests for both the customer and the customer service.

Keywords: customer experience, customer service, customer service channel, chat, digitalisation, multi-channel

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	TAMPEREEN KORKEAKOULUYHTEISÖ.....	8
	2.1 Tampereen ammattikorkeakoulu.....	9
	2.2 Tampereen yliopisto.....	9
	2.3 Tampereen korkeakouluyhteisön IT Palvelut	10
3	ASIAKASPALVELU	11
	3.1 Asiakaspalvelu ja digitalisaatio.....	11
	3.2 Digiajan asiakaskokemus ja asiakkaan muuttuvat odotukset.....	12
	3.3 Asiakaspalvelun monikanavaisuus.....	14
	3.4 Digistrategia	14
4	CHAT ASIAKASPALVELUKANAVANA	16
	4.1 Chat-palvelu.....	16
	4.2 Selkeät tavoitteet chatin käytölle	17
	4.3 Palvelumalli chatin toimintatapojen määrittelijänä	17
	4.3.1 Palvelumallin osa-alueet.....	18
	4.4 Chatin ominaisuudet tarkoituksen mukaisiksi.....	19
	4.5 Chatin tarjoama palvelukokemus	20
	4.5.1 Yrityksen ääni kuuluu chat-keskustelussa	21
	4.5.2 Kun palvelu ei ole saavutettavissa.....	22
	4.6 Chatbot asiakaspalvelijana	23
	4.7 Esimies valvoo chatin käyttöä	24
	4.8 Asiakaspalautteen merkitys	26
	4.9 Uuden palvelukanavan markkinointi.....	26
5	ASIAKASPALVELUN KEHITTÄMINEN	27
	5.1 Benchmarking	27
	5.1.1 Vertailussa: Aurinkomatkojen Aurinkochat	28
	5.1.2 Vertailussa: Finnairin chat-palvelu.....	29
6	TUTKIMUS ASIAKASPALVELUN KEHITTÄMISEKSI	31
	6.1 Tutkimuksen tarkoitus	31
	6.2 Tutkimuksen toteutus	31
	6.3 Tutkimustapa.....	32
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET	34
	7.1 Vastaajat	34
	7.1.1 Vastaajien kotikorkeakoulu.....	34
	7.1.2 Vastaajien sukupuoli.....	35
	7.1.3 Vastaajien ikäjakauma.....	35

7.2	Asiointi IT Helpdeskissä	36
7.2.1	IT Helpdeskin palveluajat	36
7.2.2	Mieluisin palvelukanava.....	36
7.3	Chat-palvelun käyttö	37
7.3.1	Palvelun löydettävyys	37
7.3.2	Chatin käytön todennäköisyys.....	38
7.3.3	Chatbotin käytön todennäköisyys	39
7.4	Mikä sinulle on tärkeintä IT Helpdeskin asiakaspalvelussa?	39
7.5	Mielikuvasi / kokemuksesi chat-palvelusta ja chatbotista?	41
7.6	Kehitysideoita IT Helpdeskin chat-palveluun liittyen?.....	42
8	TUTKIMUSTULOSTEN ANALYSOINTI.....	44
8.1	Palvelun saavutettavuus	45
8.2	Asiakkaan mielestä tärkeintä IT Helpdeskin palvelussa	46
8.3	Mielikuvat ja kokemukset chat-palvelusta ja chatboteista	47
8.4	Kehitysideoita ja palautetta tulevaan chat-palveluun liittyen	48
8.5	Laadullisen tutkimuksen validiteetti	49
8.6	Laadullisen tutkimuksen reliabiliteetti	50
9	TOIMENPITEITÄ CHATIN TEHOKKAASEEN KÄYTTÖÖNOTTOON	52
9.1	Harjoituksia chat-asiakaspalvelun kehittämiseksi.....	52
9.2	Chatbotin käyttöönotto	54
10	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	56
	LÄHTEET.....	59
	LIITTEET	61
	Liite 1. Tutkimuksen kyselylomake.....	61
	Liite 2. Chat-palvelun mainos.....	65
	Liite 3. Chat-asiakaspalvelijan huoneentaulu	66

1 JOHDANTO

Digitalisaatio ja teknologian kehitys vaikuttavat meihin ihmisiin ja jokapäiväiseen elämäämme monin tavoin. Yhä useammin saamme palvelun hoidettua sähköisesti, tuotteen hankittua lähtemättä kotoa tai tärkeän asian etenemään muuttamalla napin painalluksella. Tehokkuus, helppous ja nopeus vaikuttavat toimintaamme niin töissä, kotona kuin vapaa-ajallakin. Automatisoitu ympäristö muuttaa tapaamme toimia, kommunikoida ja elää. Odotuksemme arjen rutiinien hoitumisesta ovat muuttuneet ja samalla kun toivomme robottien hoitavan asioita puolestamme, kaipaamme ympärillemme inhimillisyyttä ja empatiaa.

Samat lainalaisuudet pätevät myös asiakaspalvelussa. Asiakas odottaa saavansa palvelunsa nopeammin ja vaivattomammin kuin ennen, mielellään itsen eteen juuri ponnistelematta. Onnistunut asiakaskokemus syntyy tänään erilaisista asioista kuin ennen, mutta silti ihmisläheisen kohtaamisen merkitys on säilyttänyt paikkansa asiakkaan palvelun mittareiden kärjessä.

Organisaatioilla on haasteena pysyä kaiken teknologian vauhdittaman kehityksen perässä vastaamalla samalla asiakkaan koko ajan muuttuviin vaatimuksiin. Monikanavaisuus on tuonut asiakaspalveluun uuden ulottuvuuden, jolla voidaan tehostaa ja monipuolistaa asiakaspalvelua. Tähän haasteeseen haluaa tarttua kiinni myös Tampereen korkeakouluyhteisön tietohallinnon IT Helpdesk, joka on ottanut käyttöön uuden palvelukanavan, chatin, asiakaspalvelunsa laadun varmistamiseksi ja kehittämiseksi.

Chat-palvelun käyttöönotto vaati kaikilta sen käyttäjiltä uudenlaista suhtautumista asiakaskohtaamiseen. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuoda esille tärkeimpiä asioita chat-palvelun käyttöönoton sekä käytön helpottamiseksi, jotta IT Helpdesk saa rakennettua chatista tehokkaan palvelukanavan osaksi asiakaspalveluaan. Asiakaspalvelun muutoksessa tärkein vaikuttaja on asiakas. Niinpä asiakkaita on kuultu tämänkin palvelun luomiseksi. Tarkoituksena on asiakaskyselyn avulla pyrkiä kartoittamaan asiakkaiden kokemuksia, tarpeita ja toiveita chat-palveluun liittyen sekä kerätä kirjallisuuden lähteistä vinkkejä uudenlaisen palvelun rakentamiseksi.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on, että IT Helpdesk pystyy muotoilemaan palvelustaan asiakkaidensa tarpeita vastaavan. Tavoitteena on kerätyn teorian sekä tutkimuksen tulosten perusteella löytää yritykselle parhaat ratkaisut oikeanlaisen chat-palvelun rakentamiseksi sekä sen kautta asiakaspalvelun monipuolistamiseksi ja tehostamiseksi. Tavoitteena on tuoda asiakaspalvelijoiden tietoon käytännön asioita, joilla digiajan asiakaskohtaaminen tulee helposti osaksi arkea ja uudenlaisesta palvelukanavasta saadaan asiakaspalvelussa kaikki mahdollisuudet käyttöön. Opinnäytetyön chat-palvelun käyttöönottoon liittyvä teoria antaa hyvää opastusta yritykselle, joka harkitsee chatin käyttöönottoa osaksi monikanavaista asiakaspalveluaan.

2 TAMPEREEN KORKEAKOULUYHTEISÖ

Tampereen korkeakouluuyhteisö muodostuu Tampereen ammattikorkeakoulusta sekä Tampereen yliopistosta. Yhteisö syntyi vuoden 2019 alussa, kun Tampereen yliopisto ja Tampereen teknillinen yliopisto yhdistyivät ja yhteistyö syntyneen säätiöyliopiston sekä ammattikorkeakoulun välillä tiivistyi. Korkeakouluuyhteisössä opiskelee yli 30 000 opiskelijaa ja työskentelee yli 4 500 henkilöstön jäsentä (Tuni.fi, 2019.)

Tampereen korkeakouluuyhteisö rakentaa uutta mallia suomalaiseen korkeakoulutukseen ja tieteen tekemiseen. Uudessa yhteisössä kohtaavat mm. terveyden, tekniikan sekä yhteiskunnan tutkimus ja opetus. Yhteisö tekee työtä ratkaistakseen yhteiskunnan suurimpia haasteita ja luodakseen uusia mahdollisuuksia. Verkkosivuillaan korkeakouluuyhteisö mainitsee johtotähdikseen huippututkimuksen ja innovaatioiden yhdistämisen, monitieteisen oppimisen ja elinikäisen kumppanuuden sekä ainutlaatuisen elinkeinoelämän ja julkisen sektorin soveltamisosaamisen. (Tuni.fi, 2019.)

Korkeakouluuyhteisö pyrkii saavuttamaan päämääränsä ja tekemään yhteisöstä kansainvälisesti vetovoimaisen vahvistamalla kansainvälistä yhteistyökulttuuria ja luomalla digitaalisen kampuksen. Yhteiskunnan kestävään uudistumiseen vaikuttamiseen kehitetään uusia työtapoja sekä pyritään murtamaan rajoja kaikessa toiminnassa. Tampereen korkeakouluuyhteisön tavoitteena on vastata globaaleihin ja paikallisiin haasteisiin monitieteisen tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan keinoin. Koulutuksessa se on sitoutunut olemaan uudistuva korkeakouluuyhteisö, joka tarjoaa yksilöllisiä, tehokkaita ja joustavia opintopolkuja. Opiskelijat ovat osallistuvia, aktiivisia ja tavoitteellisia toimijoita, ja heille tarjotaan oppimista tukevat oppimisympäristöt. Korkeakouluuyhteisön ihmiset ovat maailmaa muuttavia tulevaisuuden osaajia. (Tuni.fi, 2019.)

2.1 Tampereen ammattikorkeakoulu

Tampereen ammattikorkeakoulu (TAMK) on yksi Suomen suurimmista ja suosituimmista ammattikorkeakouluista ja tuo korkeakouluyhteisöön käytännönläheistä työelämäosaamista. Lain mukaan ammattikorkeakoulun päätehtävä on tarjota korkeakouluopetusta työelämän ammatillisiin asiantuntijatehtäviin. Lisäksi laki velvoittaa ammattikorkeakoulua harjoittamaan aluekehitystä tukevaa sekä alueen elinkeinorakenteen huomioon ottavaa, soveltavaa tutkimus- ja kehitystyötä sekä taiteellista toimintaa. (Tuni.fi, 2019.)

Tampereen ammattikorkeakoulu toimii Tampereella neljällä kampuksella ja sen yhdeksällä eri koulutusalueella opiskelee 13 000 opiskelijaa. Lisäksi TAMKilla on maakuntakorkeakoulutoimintaa Ikaalisissa, Virroilla sekä Mänttä-Vilppulassa. Se on myös kansainvälisesti houkutteleva korkeakoulu ja yhteistyökumppani ja sen 40 eri koulutusohjelmasta 9 on englanninkielisiä. Vuosittain opintonsa aloittaa 1 600 uutta opiskelijaa. (Tuni.fi, 2019.)

TAMKin ominaispiirteitä ovat monimuotoisuus ja monialaisuus. Tutkinnon voi opiskella kokopäiväisesti päiväopintoina tai työn ohella monimuoto-opiskeluna. Monipuolisia opiskelumahdollisuuksia tarjoavat myös avoin ammattikorkeakoulu, ammatillinen opettajakorkeakoulu sekä muu täydennyskoulutus. (Tuni.fi, 2019.)

2.2 Tampereen yliopisto

Tampereen yliopisto ja Tampereen teknillinen yliopisto yhdistyivät uudeksi säätiöyliopistoksi, jossa tekniikka ja yhteiskuntatieteet kohtaavat toisensa ainutlaatuisella tavalla. Tampereen yliopisto onkin yksi Suomen monialaisimmista yliopistoista. Yliopistossa voi opiskella lähes kaikkia kansainvälisesti tunnistettavia koulutusaloja seitsemässä eri tiedekunnassa. Yliopiston hankkeissa ja tutkimusryhmissä tehdään monitieteistä ja monialaista tutkimusta yli organisaatorajojen aina pelikulttuurista kasvaingenetiikkaan. (Tuni.fi, 2019.)

Tampereen yliopiston kolmella kampuksella opiskelee yli 19 000 tutkinto-opiskelijaa sekä 1 400 opiskelijaa lääkäreiden erikoistumiskoulutuksissa. Tampereen

kampusten lisäksi yliopistolla on toimipisteet myös Porissa ja Seinäjoella. Yli 3 000 uutta opiskelijaa aloittaa opintonsa yliopistolla vuosittain. (Tuni.fi, 2019.)

2.3 Tampereen korkeakouluuyhteisön IT Palvelut

Korkeakoulujen yhdistyessä myös palvelukokonaisuuksia on yhdistetty palvelemaan koko yhteisön opiskelijoita sekä henkilöstöä. Niin on käynyt myös tietohallinnon palveluille. Kymmenien tuhansien jäsenten yhteisössä palvelu vaatii organisaatiolta hallittua ja suunnitelmallista toimintaa myös asiakaspalvelussa. (Salo, A. 2019.)

Tampereen korkeakouluuyhteisön tietohallinto tuottaa korkeakouluuyhteisön IT-palvelut, jonka laajaan kokonaisuuteen kuuluvat kehittämisspalvelut, järjestelmäpalvelut, kapasiteettipalvelut sekä asiakaspalvelun kokonaisuus. Tietohallinnossa työskentelee yhteensä noin 150 henkilöä. (Tuni.fi, 2019.)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään asiakaspalvelun kehittämiseen IT Helpdeskissä, joka palvelee koko yhteisöä asiakasrajapinnassa palvelupisteillä, puhelimitse, sähköpostitse sekä chatissa tietoteknisten ongelmien ratkaisemiseksi ja vikatilanteissa opastaen. IT Helpdeskin palvelupisteet löytyvät kaikilta neljältä pääkampukselta; Hervannasta, Kaupista, Keskustakampukselta sekä TAMKista. (Tuni.fi, 2019.)

Tätä opinnäytetyötä varten haastateltiin tietohallinnon IT-suunnittelijaa ja chat-palvelun pääkäyttäjää, Antti Saloa, joka kertoi pääpiirteitä korkeakouluuyhteisön tulevasta chat-palvelusta. Haastattelun lomassa pääsin tutustumaan chat-palveluun sekä asiakkaan että asiakaspalvelijan näkökulmasta.

IT Helpdeskissä on aloitettu chat-palvelun pilotointi keväällä 2019 ja asiakkaat ovat päässeet tutustumaan uuteen palveluun oikeissa asiakaspalvelutilanteissa. Chat-palvelu on hankittu ulkopuoliselta palveluntarjoajalta ja sitä muokataan yrityksen tarpeiden mukaiseksi. IT Helpdeskin tarkoituksena on ottaa myöhemmin käyttöön myös chatbot, jonka ominaisuuksien hahmottaminen on aloitettu jo nyt. (Salo, A. 2019.)

3 ASIAKASPALVELU

Monet ihmiset ovat hakeutuneet töihin asiakaspalveluun, jotta heillä olisi mahdollisuus olla ihmisten kanssa tekemisissä. Se on lähtökohtana hyvä, mutta ei enää riitä ainoaksi motiiviksi asiakaslähtöisen palveluasenteen säilyttämiseksi. Asiakas toivoo, että häntä arvostetaan ja että hänestä välitetään. (Lundberg, 2002, 11, 13.)

Suomessa muiden ihmisten palveleminen koetaan joskus hankalaksi. Sen ajatellaan olevan jotenkin alempiarvoista tai nöyryyttävää. Olemme kuitenkin kaikki jonkinlaisessa palvelutehtävässä koko ajan, olemme myös kaikki olleet asiakkaina. Sen myötä jokaisella on käsitys siitä, millaista hyvän asiakaspalvelun tulisi olla. Hyvänä sääntönä voidaankin pitää sitä, että asiakasta kohtaan tulisi käyttäytyä juuri niin kuin toivoisit itseäsi kohdeltavan. Asiakkaan kohtaaminen on vuorovaikutustilanne, jossa kysytään ihmissuhdetaitoja. Kun asennoidut asiakaspalveluun oikein ja kohtaat asiakkaan yksilönä, aidosti ja ihmisläheisesti, välttyt koettelemuksilta ja saat aikaan elämyksiä - molemmille osapuolille. (Lundberg, 2002, 6, 11, 12.)

3.1 Asiakaspalvelu ja digitalisaatio

Digitalisaatio on ajankohtainen ilmiö, joka koskettaa koko yhteiskuntaa. Lyhyesti ilmaistuna se tarkoittaa digitaali- ja tietotekniikan käyttöönottoa lähes jokaisella yhteiskunnan osa-alueella. Digitalisaatio voidaan määritellä kokonaisvaltaisena tekijänä kaikessa muutoksessa ja kehityksessä, niin yritysmaailmassa kuin muutenkin yhteiskunnassa. Sillä on nykyisin vaikutus arkiseen elämäämme ja siihen mitä teemme, koemme tai jopa ajattelemme. (Talentree 2018.)

Digitalisaatiosta on puhuttu jo vuosikymmeniä, mutta sen voidaan katsoa alkaneen siitä, kun tieto on alkanut olla paremmin kaikkien saatavilla. Kotitietokoneet ilmestyivät 1980-luvulla, internetselainten kilpailu teki verkkoselaamisesta suosittua jo 1990-luvulla ja erilaisten hakukoneiden sekä älypuhelimien yleisty-

essä markkinat muuttuivat entisestään. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018.) Digitalisaatio, globalisaatio sekä sosiaalinen media ovat avanneet uuden ulottuvuuden tiedon kulun nopeuteen. (Filenius, M. 2015. 29.)

Tilastokeskuksen vuonna 2018 teettämän internetin käytön useuteen liittyvän tutkimuksen mukaan 86% koko Suomen väestöstä käyttää internetiä päivittäin ja 76% useasti päivässä. Tämän opinnäytetyön aihealueen vuoksi on olennaista mainita myös, että saman tutkimuksen mukaan opiskelijoista 99% käy netissä päivittäin ja 97% useaan kertaan päivässä. (Tilastokeskus 2018.)

Tähän mennessä digitalisaation aiheuttamat muutokset ovat olleet melko hyvin hallittavissa ja yrityksillä on ollut mahdollisuus sopeuttaa toimintaansa teknologian kehitykseen ja sen myötä asiakkaiden muuttuneeseen käyttäytymiseen. Lähtöleveys näyttää, miten tekoäly ja robotiikka tulevat muuttamaan yritysmaailmaa sekä koko yhteiskuntaa entisestään. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018, 72.)

Digitalisaation vaikutukset näkyvät kuitenkin jo nyt yhä enemmän yrityksen koko liiketoiminnassa ja sen vaikutus ulottuu myös osa-alueisiin, joihin ennen ei ole ymmärretty kiinnittää niin suurta huomiota, kuten asiakaspalveluun. (Digikaappaus, 2019.)

3.2 Digiajan asiakaskokemus ja asiakkaan muuttuvat odotukset

Digiajan asiakaskokemuksesta puhutaan silloin, kun asiakas hyödyntää toiminnon suorittamiseen mitä tahansa päätelaitetta, jonka kautta palvelu on mahdollista toteuttaa digitaalisesti. (Filenius, M. 2015, 77.)

Asiakaskokemuksen johtaminen on jatkuva prosessi, joka ei koskaan tule päätökseensä, sillä teknologian kehittyminen ja asiakkaiden jatkuvasti muuttuvat odotukset tuovat haastetta yrityksen kykyyn palvella asiakkaitaan. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. 73.)

Asiakaspalvelussa digitalisaatio vaikuttaa moneen osa-alueeseen. Asiakkaan odotukset ovat muuttuneet merkittävästi niin palvelun nopeuden, saatavuuden,

yksilöllisyyden kuin yksinkertaisuudenkin suhteen. Palvelua toivotaan alasta riippuen jopa ympäri vuorokauden reaaliajassa. Sen toivotaan olevan helposti saatavissa ja personoitu asiakkaan yksilöllisiin tarpeisiin. Ratkaisuja toivotaan mahdollisimman helposti ja nopeasti. Asiakaspalvelun on pysyttävä digitalisaation kehityksen mukana, jotta asiakastyytyväisyys säilyy. (Digikaappaus, 2019.)

Asiakaspalvelun kehittämisessä keskitytään entistä enemmän teknologia-avusteisuuteen ja sen myötä esimerkiksi yritysten sisäisten prosessien odotetaan olevan entistä virheettömämpiä, tehokkaampia ja paremmin integroitavissa. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018.)

Kuten ihmisten välisissä suhteissa ylipäänsä, myös asiakassuhteissa luottamus on merkittävä sitoutumiseen vaikuttava tekijä. Luottamusta odotetaan niin palvelun saatavuuden, tasalaatuisuuden kuin teknologian toimintavarmuuden suhteen. Luottamus murenee nopeasti, jos jokin näistä osa-alueista ei toimi odotusten mukaisesti. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018.)

Asiakaskokemus on aina henkilökohtainen ja sitä muokkaavat asiakkaan yksilölliset tunnetilat sekä mielikuvat. Asiakkaan näkökulmaan vaikuttavat oleellisesti tämän oma osaaminen, taustatiedot sekä asenne. Erityisesti digitaalisten palveluiden osalta osaamisen merkitys korostuu, sillä ne edellyttävät usein taitoa käyttää teknisiä laitteita palvelun käytön onnistumiseksi. Vaikka erilaisten laitteiden käyttö on arkipäiväistä niin kotona kuin työpaikoillakin, asiakkaiden tekninen osaaminen ja taidot arvioidaan usein liian korkeiksi. (Filenius, M. 2015. 25.)

Digitaalisten kanavien käytön yleistymisen on tuonut lisähaastetta asiakaskokemuksen laadukkuuden säilyttämiseen. Asiakaspalvelijoiden osaamisessa ja vuorovaikutustaidoissa on eroja, mutta asiakkaan tulisi silti saada tasalaatuaista palvelua kanavasta riippumatta. Usein asiakas käyttää useampaa palvelukanavaa asiakkuutensa elinkaaren aikana. Myös digitaalinen palvelukokemus tulisi kehittää sellaiseksi, että se jättää asiakkaalle positiivisen olon ja tunteen, että hänen tarpeensa on kuultu. Palvelun tulee säilyä laadukkaana, vaikka hallittavana olisi useampi kanava samanaikaisesti. (Filenius, M. 2015. 26.)

3.3 Asiakaspalvelun monikanavaisuus

Asiakkaan ja organisaation välistä vuorovaikutusvälinettä sanotaan kanavaksi. Yleisimpiä kanavia ovat netissä toimivat verkkosivustot, sosiaalinen media, sähköposti, chat-palvelut ja mobiilisovellukset sekä netin ulkopuolella toimivat puhelintpalvelut ja palvelupisteet. Monikanavaisuudesta puhutaan, kun yritys ja asiakas käyttävät useampaa kanavaa saman palvelun hoitamiseen. (Tulos, 2018.)

Digitaalisten palveluiden kehittyessä ja yleistyessä myös asiakkaan odotusarvot ovat muuttuneet. Palveluiden odotetaan löytyvän myös digitaalisissa kanavissa ja asiakas haluaa itse valita kanavan, ajankohdan sekä laitteen, jolla palvelua käyttää. Hyvin toteutettu käyttökokemus on merkittävä tekijä asiakastyytyväisyyden mittarina ja asiakas odottaakin laitteilta sekä ohjelmilta helppoa käytettävyyttä niin toimistossa kuin kotoaan käsin. (Filenius, M. 2015. 26.)

Jokainen asiakas ajattelee, että hänen asiansa on äärettömän tärkeä ja juuri hänen tulisi saada palvelua mahdollisimman pikaisesti. Tämän lisäksi asiakas odottaa palvelun olevan saumatonta ja helppoa palvelukanavasta riippumatta. (Filenius, M. 2015. 72, 74.) Digitaalisen palvelun onnistuminen juuri sille määritellyssä tehtävässä palveluketjussa määrittelee palvelun laadun. (Filenius, M. 2015, 27.)

Muutoksen mukana pysyminen edellyttää yrityksen henkilöstöltä osaamista sekä halua muuttua. Koulutukset ja oikein kohdennetut rekrytoinnit ovat merkityksellisiä tekijöitä osaamisen vahvistamisessa. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018.)

3.4 Digistrategia

Vahvan digistrategian avulla saadaan kohdennettua resursseja oikein sekä tehostettua yrityksen toimintaa. Tarkastelemalla toimintaa jatkuvasti, opitaan huomaamaan, millä osa-alueella menestytään ja missä tulokset näyttävät jääneen jälkeen. Digistrategian avulla saadaan ohjattua toimintatapoja suunnitelmallisesti oikeisiin asioihin sekä karsittua pois turhaa netissä tapahtuvaa toimintaa. Näin jokaiselle kanavalle rakentuu ennakoitusti oikeanlainen toimintatapa ja tyyli, joka

säästää aikaa ja vähentää virheen mahdollisuutta jatkossa. (Komulainen, M. 2018.)

Tavoitteiden asettaminen verkossa ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvalle toiminnalle on tärkeää. Näkyvyyden sekä brändin ohella tulee kiinnittää huomiota asiakkaiden tarpeiden tunnistamiseen. Asiakkaiden käyttäytymisen ja mieltymysten tuntemus on tärkeää, kun suunnataan palvelua tietyille kanavalle. Saman laadukkaan ja ajankohtaisen sisällön jakaminen useassa eri kanavassa on kätevä keino hyödyntää monikanavaisuutta. Interaktiivista sisältöä tuottamalla voidaan linkittää sisältöjä toisiinsa kanavien välillä. Tärkeintä on valita juuri ne kanavat, joita asiakkaat käyttävät eniten. (Komulainen, M. 2018.)

Tarvittavien toimien aikatauluttaminen on oleellista, jotta sisältömarkkinoinnissa voidaan onnistua. Analysoi ja määrittele oikea ajankohta sisällön julkaisemiseen ja huomioi, että tuottamasi sisällön tärkein tehtävä on vuorovaikutus asiakkaan kanssa. Kiinnitä siis huomio asiakkaan tarpeisiin sekä opastamiseen. Automatisoimalla toimintaasi asiakkaiden toiveiden mukaisesti tulokset palvelevat sekä yritystä että asiakasta. (Komulainen, M. 2018.)

4 CHAT ASIAKASPALVELUKANAVANA

4.1 Chat-palvelu

Chat on yrityksen verkkosivulta löytyvä kanava, jonka kautta asiakas saa vaivattomasti ja nopeasti yhteyden asiakaspalvelijaan. Keskustelu tapahtuu reaaliajassa ja kirjallisesti. Yhä useammin chatin kautta palvelua on saatavilla vuorokauden kaikkina aikoina. Asiakkaat viettävät yhä enemmän aikaa verkossa, joten heille on luontevaa ottaa yhteyttä asiakaspalvelijaan chatin kautta. Yritykselle chat on kustannustehokas palvelukanava, jonka kautta yksi asiakaspalvelija voi palvella useampaa asiakasta samanaikaisesti. Chatin suosion ennustetaan kasvavan tulevaisuudessa kaikkein käytetyimmäksi kanavaksi, kun halutaan ottaa yhteys yrityksen asiakaspalvelijaan. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017a.)

Teknologia tarjoaa ennennäkemättömän hyviä mahdollisuuksia asiakaskokemuksen parantamiseksi uusien palvelujen avulla. Digitalisaation huikea kehitysvauhti on tuonut yritysten käyttöön laajan työkalupakin, jolla teknologiaa voidaan hyödyntää sekä asiakkaan että yrityksen eduksi. Suuren haasteen organisaatioissa aiheuttaa se, että liian usein uskotaan pelkän koulutuksen ja ohjeistuksen riittävän uuden teknologian käyttöönottoon. (Ahvenainen, P. & Gylling J. & Leino S. 2017, 8.)

Perinteisesti uuden työkalun saapuessa organisaatioon, henkilöstö koulutettiin tehokkaasti ja opetettiin käyttämään uutta laitetta. Enää kuitenkaan pelkkä palvelun tai työkalun käytön osaaminen ei riitä, vaan modernin teknologian jalkauttamisessa on tärkeää, että myös ihmisten työskentely- ja toimintatapoja muutetaan ja riittävä osaamistaso varmistetaan. Jos tässä ei onnistuta, investointi menee usein suurelta osin hukkaan, eikä toivottuja parannuksia saavuteta. (Ahvenainen, P. & Gylling J. & Leino S. 2017, 8.)

4.2 Selkeät tavoitteet chatin käytölle

Chatin tavoitteiden selkiyttäminen auttaa palvelun kehittämisessä niin käyttöönoton yhteydessä kuin myöhemmissäkin vaiheissa. Chat kertoo yrityksen toimintatavoista ja toimii yrityksen käyntikorttina asiakkaiden suuntaan. Onkin tärkeää miettiä tarkasti, miksi chat-palvelu otetaan käyttöön ja mitä sillä on tavoitteena saavuttaa. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017a.)

Halutaanko chatilla parantaa asiakaspalvelua, lisätä myyntiä vai pienentää sähköpostin määrää? Ollaanko chat ottamassa käyttöön siksi, että se on käytössä jo niin monella muullakin vai halutaanko sillä hyödyntää uusia mahdollisuuksia palvelulla asiakkaita entistä monipuolisemmin ja tehokkaammin? (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017a.)

Chat-kanavan käyttöönotto tuo hyötyä niin yritykselle, asiakaspalvelijalle kuin asiakkaallekin. Yrityksen tulee tarkentaa selkeä ajatus siitä, mitä chatissa on tarkoitus tehdä. Halutaanko chatista palvelu- vai myyntikanava vai jonkinlainen yhdistelmä näistä molemmista? On tärkeää hahmottaa, miksi asiakas käyttäisi chattia muiden palvelukanavien sijaan ja mikä hyöty asiakkaalle tulee chatissa asioinnista. Miten chat hyödyttää yrityksen toimintaa ja miksi chatiin tulisi panostaa? (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017a.)

Chatin käyttötarkoitus on helppo miettiä asiakkaan kannalta, mutta yhtä tärkeää on pohtia sitä, miksi asiakaspalvelija haluaisi käyttää chattia kommunikoidessaan asiakkaan kanssa ja mitä hyötyä sillä saavutetaan asiakaspalvelijan työhön. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017a.)

4.3 Palvelumalli chatin toimintatapojen määrittelijänä

Chat eroaa muista palvelukanavista niin merkittävästi, että esimerkiksi puhelinpalvelun toimintatapoja ei voida suoraan siirtää chat-palvelun malliksi. Kun jokaiselle palvelukanavalle määritellään oma palvelumallinsa, saadaan varmistettua paras mahdollinen asiakaspalvelu kaikissa kanavissa. Chatille tyypillistä on, että

yksi asiakaspalvelija voi käydä keskustelua useamman asiakkaan kanssa samaan aikaan. Vauhdikkaan ja haasteellisemmankin päivän keskellä on tärkeää taata palvelun laadukkuus ja sujuvuus. Palvelumallin avulla yritys varmistaa palvelun toimivan yrityksen toivomalla tavalla sekä kouluttaa asiakaspalvelijat työskentelemään sen mukaan. Hyvin rakennetun palvelumallin avulla myös palveluiden sisällön kehittäminen on helpompaa. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

4.3.1 Palvelumallin osa-alueet

Chatin palvelumallissa tapahtuu muutoksia jatkuvasti, mutta sen peruselementit pysyvät aina samoina. Palvelumallin perusrakenne muodostuu seuraavista:

- Aloitus, jolla toivotat asiakkaan tervetulleeksi chatiin.
- Asiakkaan tarpeen kartoitus.
- Ratkaisuehdotus asiakkaalle.
- Keskustelun napakka lopetus, jolla kerrotaan keskustelun päättyneen ja samalla tunnustellaan asiakkaan kokemuksia saadusta palvelusta. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Ensimmäiset sanat ovat kaikkein kriittisin vaihe chatin asiakaspalvelutilanteessa, joten aloitusrepliikki tulee hioa kuntoon. Mitä sanoja halutaan käyttää, kun toivotaan asiakas tervetulleeksi chatiin? Onko tarkoituksena, että asiakaspalvelija esittelee itsensä aluksi? Miten tiedustellaan asiaa asiakkaan yhteydenoton takana? Asiakas on sitä tyytyväisempi mitä luontevammin ja tiiviimmin keskustelu etenee. Keskustelun tulee säilyä ammattimaisena ja vakuuttavana, joten on hyvä miettiä myös, millaista tyyliä keskustelun aikana on tarkoitus käyttää. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Tärkeintä on kuitenkin se, että asiakkaan ongelmaan löydetään ratkaisu. Jos chatilla on tarkoitus kuitenkin myös lisätä yrityksen myyntiä, tulee siihen kiinnittää asiakkaan huomio jo keskustelun alussa. Kartoita asiakkaan tarpeet mahdollisimman tarkasti ja tarjoa asiakkaalle hänen tilanteelleen sopivia lisäratkaisuja. Palvelumalliin kannattaa rakentaa myös käytänteet asiakastilanteen jälkihoidosta. Asiakkaan kannalta on aina helpointa, jos sovitaan, että asiakaspalvelusta ollaan yhteydessä häneen. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Chatin lopetus ratkaisee, millainen kokemus asiakkaalle jää palvelutapahtumasta. Lopetuksen onkin syytä olla mahdollisimman selkeä, jotta asiakkaalle ei jää epätietoinen olo tilanteesta. Asiakkaalle voi esimerkiksi kertoa, mistä chat-ikkunan saa suljettua tai mistä asiakas saa lisäapua sitä tarvitessaan. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

4.4 Chatin ominaisuudet tarkoituksen mukaisiksi

Yrityksen on tärkeää määritellä, millaisia ominaisuuksia työkalulta toivotaan. Chatissa yhdistyvät perinteinen asiakaskohtaaminen sekä itsepalvelu. Näiden välinen raja on melko häilyvä ja asiakaspalvelun onkin tärkeää miettiä, miten paljon asiakkaan puolesta hoidetaan asioita ja mitä jää hänen omalle vastuulleen. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Chat-ikkunan ilmestymisen ajankohtaan kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Proaktiivinen chat ponnahtaa verkkosivulle automaattisesti. Oikea ajoitus on tärkeä, jotta asiakas ei ehdi poistua sivulta ilman kontaktia, muttei kuitenkaan koe, että chat-palvelua tarjotaan väkisin. Proaktiivinen chat on yleensä kätevä verkkokauppojen asiakaspalvelukanavana, kun halutaan tarjota asiakkaalle apua automaattisesti. Se mahdollistaa myös samanaikaisten keskustelujen määrän säätämisen, sillä jos palvelussa on ruuhkaa, voidaan chatin ponnahdus näytölle estää. Tällaisessa tilanteessa ruuhka jää asiakkaalta huomaamatta, eikä asiakaskokemus muutu negatiiviseksi. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Staattisen chatin käyttö vaatii asiakkaalta oma-aloitteellista aktiivisuutta chat-ikkunan avaamiseksi ja keskustelun aloittamiseksi. Staattisen chatin resurssien määrittäminen voi olla haastavaa, koska kävijämäärä vaihtelee kellonajoista riippuen. Tällaisenaan chat on myös alttiimpi ruuhkille. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Yrityksen tulee testata chat-kanavaa aktiivisesti, jotta löydetään parhaat tavat asiakkaiden houkuttelemiseksi yhteydenottoon chatin kautta. Kokeilemalla erilaisia toimintoja ja avausreplikkejä sekä vaihtamalla chat-ikkunan sijaintia yritys löytää

parhaat ratkaisut asiakkaan tavoittamiseen. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Chat-työkaluun saatavat erilaiset ominaisuudet mahdollistavat asiakkaan palvelun monipuolisesti. Yrityksen tulee miettiä tarvittavia ominaisuuksia ennen työkalun valintaa: Co-browsing -ominaisuus mahdollistaa asiakaspalvelijalle saman näkymän kuin asiakkaalla. Tällöin esimerkiksi lomakkeiden täyttäminen asiakkaan puolesta on mahdollista. Videochatin avulla voidaan mahdollistaa B2B-asiakastilanteessa videoyhteys sekä B2C-puolella asiakaspalvelijan näkyminen asiakkaalle. Google Glass näyttää saman näkymän sekä asiakkaalle että asiakaspalvelijalle. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Vaikka chatin kautta voi nykyisin hoitaa jo lähes minkä tahansa asian, ei tulisi pelätä palvelukanavan vaihtoa toiseen tarvittaessa. Joskus palvelu on parhaimmillaan silloin, kun keskustelu siirretäänkin puhelimeen. Tärkeintä on kuitenkin, että asiakkaan asiointi hoidetaan mahdollisimman tehokkaasti ja nopeasti. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

4.5 Chatin tarjoama palvelukokemus

Asiakas päättää heti ensisilmäyksellä, haluaako hän hoitaa asiansa chatin kautta. Mitä houkuttelevammaksi chat on tehty, sitä varmemmin se vetää asiakkaita puoleensa. Kanavan ulkonäköön ja aloitusrepliikkiin kannattaa siis panostaa, niillä tehdään asiakkaaseen vaikutus. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Jos tarkoituksena on käyttää useampaa chat-kanavaa, on tärkeää varmistaa, että visuaalinen ilme erottaa toisistaan esimerkiksi teknisen tuen ja myynnillisen chatin selkeästi. Kanavakohtaisesti valittu aloituskuvake ja profiili helpottavat asiakasta löytämään oikean palvelun asiansa hoitamiseksi. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

4.5.1 Yrityksen ääni kuuluu chat-keskustelussa

Chatin nimityskin jo kertoo, että kyse on juttelusta asiakkaan kanssa. Sen vuoksi puhekieli on chatissa sallitumpaa kuin monessa muussa kirjallisessa asiakasviestinnän kanavassa. Ymmärrettävyys ei kuitenkaan saisi kärsiä ja sen vuoksi onkin syytä välttää murteella ja slangisanoilla kirjoittamista. Palveluhenkisyys kärsii, jos asiakaspalvelija käyttää liiaksi ammattikieltä eikä ota huomioon asiakkaan sanastoa. Puhekielisyys nopeuttaa kirjoittamista ja tekee tekstin lukemisesta sujuvampaa. Kannattaa pyrkiä käyttämään yleispuhekieltä sekä lyhyitä lauserakenteita. Todennäköistä on, että asiakaskin käyttää puhekieltä, joten rento yhteinen keskustelutapa lähentää ja helpottaa palvelutilannetta. (Kortesuo, K & Patjas, L-M. 2011, 66-68.)

Henkilökohtaisella viestinnällä ja yritysviestinnällä on paljon samanlaisia piirteitä. Kirjoittajan persoonallinen tapa ilmaista itseään ja saada oma äänensä kuuluviin, on nettivaikuttamisessa merkityksellisessä asemassa. Ihmiset haluavat asioida oikean ihmisen kanssa, joten voit rohkeasti esiintyä omalla nimelläsi ja kuvallasi. Oman kuvan oheen voi laittaa yrityksen logon, jotta asiakas tietää sinun esiintyvän työroolissa. Voit sinutella asiakasta, kun esimerkiksi ohjeistat häntä ja minutella itseäsi rohkeasti, kun puhut itsestäsi. Henkilökohtaisen kielen valinta on digikanavissa aina korporaatiokieltä parempi vaihtoehto. (Kortesuo, K. 2010.)

Suomen kieli saattaa kuulostaa joskus kirjoitettuna melko tyllyltä, joten chatin äänensävyyn on syytä kiinnittää erityistä huomiota. Rentous ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kieliopista ei tarvitsisi välittää, vaan on tärkeää laittaa pisteet, pilkut ja isot kirjaimet oikeille paikoilleen. Chatissa viestinnän tulee olla sujuvaa aivan kuten asiakkaan kanssa muissakin palvelukanavissa. Huomaa yrityksen kirjallisen ilmaisun tavat myös muualla, sillä samanlaista tapaa puhua on hyvä soveltaa myös yrityksen chatissa. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Chatissa asiakaspalvelijan tulee olla erittäin hyvä kirjoittaja sekä luonteva viestijä. Vaatimustaso on kovempi kuin esimerkiksi sähköpostilla asioidessa, sillä chatissa kirjoittajalta vaaditaan enemmän; tulee osata yleiskieli, jota tulee luontevasti mukauttaa asiakkaan tasolle reaaliaikaisesti sekä tämän lisäksi tulisi hallita yrityksestä tarpeeksi sellaista tietoutta, jonka osaa muotoilla asiakkaalle arkikielellä

ymmärrettäväksi. Asiakaspalvelijalta vaaditaan myös tarkkaa otetta keskustelun laatuun, sillä vaikka chat on yksityinen kanava asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä, se ei kuitenkaan ole oikea paikka käydä monimutkaisia tai tunnepitoisia keskusteluja. (Kortesuo, K & Patjas, L-M. 2011, 67-68.)

Tunnetta keskusteluun tuovat emojiit, eli hymiöt ja kuvasymbolit, ovat tulleet pysyväksi osaksi viestintää. Emojien avulla saa välitettyä tehokkaasti tunnetiloja ja tehostettua omaa viestiä. Niistä on kirjallisessa viestinnässä apua monessa eri tilanteessa. Kuvia on joskus helpompi ymmärtää kuin sanoja ja ne saattavat helpottaa ihmisiä kielimuurin ylityksessä. Emojien avulla saa luotua epämuodollisen ja kevyemmän ilmapiirin, mutta se edellyttää, että molemmat osapuolet tulkitsevat niitä samalla tavalla. Turvallisempaa on pysytellä universaaleissa ja yksinkertaisissa emojeissa. Hymynaamalla ei todennäköisesti mene ainakaan paljoa pieleen, mutta ei kannata heittää apinaa tai sydämiä chat-keskusteluun, ellei ole täysin varma vastapuolen huumorintajusta. Jos et ole varma vastapuolen reaktiosta, hillitse itsesi emojien käytössä, sillä välimatka nokkeluudesta myötähäpeään on valitettavan lyhyt. (Leppänen, H. 2018.)

Chat on tehokas palvelukanava, koska taitavasti arkikielen hallitseva asiakaspalvelija pystyy hoitamaan monta asiakastapahtumaa samaan aikaan. Monen palveluikkunan samanaikainen hallinta vaatii ihmiseltä luonteen, joka mukautuu tilannetaajuudesta toiseen. Asiakaspalvelijalta kysytäänkin myös napakkuutta sekä taitoa päättää keskustelu tai vaihtaa palvelukanavaa, jos keskustelu lähtee rönnyilemään tai muuttuu kuulumisten vaihdoksi. (Kortesuo, K & Patjas, L-M. 2011, 67-68.)

4.5.2 Kun palvelu ei ole saavutettavissa

Asiakastyytyväisyyden säilyttäminen myös ruuhkatilanteessa on yrityksen kannalta tärkeä ennakkoinnin aihe. Ruuhkautuneet palvelukanavat sekä pitkät jonotusajat saavat asiakkaan turhautumaan. Asiakkaalle tulee välittää tieto tilanteesta ja ohjata hänet mahdollisesti eteenpäin. Vaihtoehtoja on muutama: Asiakkaalle pitää kertoa, että palvelu on ruuhkautunut ja pyytää ottamaan yhteyttä uudelleen myöhemmin, asiakasta voi pyytää jättämään yhteydenottoopyynnön tai palvelun

voi pitää hetkellisesti pois saatavilta, jolloin asiakas ei huomaa palvelun ruuhkautumista. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Henkilökohtaisen chat-palvelun ollessa suljettu, yhä useammin palvelua hoitaa robotti. Aina robotilta ei kuitenkaan joko haluta tai saada toivottua palvelua, joten asiakkaalle on kerrottava selkeästi chatin aukioloajat sekä ohjeistettava vaihtoehdoisen palvelukanavan pariin. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

4.6 Chatbot asiakaspalvelijana

Lähitulevaisuuden asiakaspalvelun kasvava trendi on chatbottien tulo osaksi yritysten palvelua ja markkinointia. Virtuaaliset assistentit ja tekoäly tulevat olemaan isossa roolissa tulevaisuuden asiakaspalvelussa. Tekoäly auttaa datan analysoinnissa ja muuttaa liiketoiminnan päätösten tekoa, kun taas koneoppiminen tuo helpotusta vuorovaikutuksen ymmärtämiseen ihmisen ja robotin välille. (Komulainen, M. 2018.)

Chatbotit tulevat korvaamaan monet sovellukset ja vaikuttavat tulevaisuudessa organisaation asiakaspalveluun radikaalisti. Ne ovat jo nyt avanneet uudenlaisia mahdollisuuksia, mutta niiden käyttötarkoitus riippuu täysin siitä, millaisia tavoitteita liiketoiminnalla on. Vaikka kuluttajat eivät ole vielä tottuneet asiointiin robottien kanssa, on hyvä miettiä, miten sellaisen saisi integroitua osaksi liiketoimintaa. Todennäköistä on, että chatbottien tarjoama apu tulee helpottamaan ja tehostamaan rutiininomaisia tehtäviä, mutta ihmisen läsnäolo ja valvonta tulee olemaan välttämätöntä niissäkin tehtävissä myös tulevaisuudessa. (Komulainen, M. 2018.)

Chatbotit pystyvät suorittamaan jo monia toimintoja ja niiden toiminnan koko ajan parantuessa organisaatiot kehittävät entistä enemmän vastaajarobotteja, joiden tarkoituksena on parhaimmillaan tunnistaa ihmisen tilanne ja siirtää hänet tarvittaessa oikean ihmisen palveltavaksi. Emojien ja kerättävän datan avulla chatbotit voivat oppia ymmärtämään asiakkaan tunteita. Koneoppimisen avulla saadaan luotua malleja, jotka oppivat lukemaan ja luokittelemaan ihmisen ajattelutapaa ja

ostokäyttäytymistä erilaisten algoritmien keräämän reaaliaikaisen tiedon perusteella. Näiden tietojen pohjalta on personoitu henkilökohtaisia markkinointiviestejä jo pitkään, joten myös koneet voidaan opettaa tekemään niin. (Komulainen, M. 2018.)

Tuote- ja asiakaspalvelu-chatbotit avaavat mahdollisuuksia laajentaa organisaation tarjoamia palveluja ja parantaa niiden suorituskykyä. Tällaiset chatbotit voivat löytyä yrityksen some-kanavista tai nettisivuilta ja olla asiakaspalvelun tukena vastaamassa asiakkaiden tiedusteluihin, kysymyksiin, tilauksiin tai teknisiin ongelmiin ympäri vuorokauden. Tuote- ja asiakaspalvelupainotteiset chatbotit voivat myös kerätä palautetta asiakkailta erilaisten automaattikyselyiden avulla tai toimittaa ajankohtaisia uutisia ja markkinointiviestejä asiakkaille. (Komulainen, M. 2018.)

Informoivat chatbotit tarjoavat tietoa asiakkaalle hänen niin pyytäessään. Tällainen chatbot on oiva apu koulutus- ja tiedonhaketarkoituksiin ja se etsii nopeasti esimerkiksi Wikipedia-tiedot tai hakuun sopivan musiikkikappaleen. Monet chat-ohjelmat käyttävät alustanaan Facebookin Messengeriä, jonka ihmiset kokevat tutuksi ja jota he ovat oppineet käyttämään. (Komulainen, M. 2018.)

4.7 Esimies valvoo chatin käyttöä

Chat-keskusteluja tulee valvoa säännöllisesti niiden laadun tarkkailemiseksi ja kehittämiseksi. Kaikkein tärkeintä on, että esimies on kiinnostunut ja kartalla chatissa tapahtuvasta viestinnästä; minkälaisiin ongelmiin vastauksia haetaan ja kuinka nopeasti asiakkaan pulma saadaan ratkaistua. Jos esimies ei jaksa nähdä vaivaa chatin puolesta, kehitystyö jää helposti kokonaan tekemättä. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017c.)

Perinteisesti asiakaspalvelun onnistumista ja asiakaskokemusta on arvioitu yrityksissä asiakastyytyväisyyttä kuvaavilla mittareilla. Tällaisia itsestään selviä asiakaspalvelun mittareita ovat olleet mm. vastausajan mittaaminen sekä reklamaatioiden käsittelyajat. Kun jatkossa teknologian kehittyessä tekoäly korvaa, te-

hostaa sekä automatisoi organisaatioiden rutiineja ja prosesseja, nousevat teknologia ja siihen liittyvät mittarit yhä tärkeämmiksi asiakaspalvelun tason indikaattoreiksi. Alati kasvavaan IT-kapasiteetin tarpeeseen tuleekin reagoida jatkuvasti, jotta prosessit pysyvät toimivina ja asiakkaat tyytyväisinä. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018, 78.)

Laadunvalvonta on yhtä tärkeässä roolissa, olipa sitten kyse asiakaspalvelullisesta, myynnillisestä tai teknisen tuen chat-palvelusta. Jokaisella kanavalla on oma erityspiirteensä, jonka vuoksi asiakaspalvelijoiden valmennuksen tavat ja tavoitteet eroavat toisistaan. Chat-keskusteluja tuleekin käydä läpi niin paljon ja usein kuin mahdollista ja havaintojen pohjalta antaa palautetta asiakaspalvelijoille. Kun olet luonut chatille toimivan palvelumallin, ovat arviointikriteeritkin helpommin selvitettävissä ja sovellettavissa käytäntöön. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

Olisi kuitenkin liian helppoa laittaa koko vastuu chatin toimivuudesta ja palvelusta vain esimiehen harteille. Vaikka esimies kantaakin päävastuun, on myös muiden osuus merkittävä. Parhaaseen lopputulokseen päästään tekemällä tiivistä yhteistyötä ja hiomalla yksityiskohtia. Koulutuksella ja ajan kanssa asiakaspalvelija kehittyy koko ajan yhä paremmaksi ammattilaiseksi, joka hallitsee luontevasti monipuoliset palvelutilanteet. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017c.)

Chat-palvelun kehittämisen tärkeimmät vinkit:

1. Varmista, että henkilöstö on perillä chat-strategian sisällöstä.
2. Pysy tietoisena, mitä chatissa tapahtuu. Lukemalla keskusteluja voit käytännön tasolla seurata chat-strategian toteutumista.
3. Nimeä henkilöt, jotka ovat vastuussa chatin osa-alueiden kehittämisestä.
4. Seuraa tarkasti asettamiesi tavoitteiden toteutumista.

Tärkeintä chatin kehittämisessä on kuitenkin se, että kokeillaan rohkeasti erilaisia toimintatapoja ja ratkaisuja. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017c.)

4.8 Asiakaspalautteen merkitys

Asiakaspalautteen merkitystä ei voida liikaa korostaa palvelun kehittämisessä. Asiakaspalvelijoiden on tärkeää saada palautetta omasta työstään, jotta he voivat jatkossa palvella asiakkaitaan entistäkin paremmin. Chatin kautta asiakkailta saa kerättyä tärkeää tietoa esimerkiksi siitä, oliko asiakas ensimmäistä kertaa palvelutavana, saiko hän asiaansa toivomansa ratkaisun ja millaisena hän koki asiakaspalvelun chatissa. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017c.)

Yrityksen kannalta on tärkeää seurata myös yhteydenottojen määrää päivä-, viikko-, ja kuukausitasolla. On tärkeää tarkkailla myös, kuinka monta keskustelua yksittäinen asiakaspalvelija chatissa hoitaa ja kuinka paljon aikaa yhden keskustekun hoitamiseen kuluu. Palvelun kehittäminen palautteen perusteella vaikuttaa suoraan asiakaskokemuksen laatuun. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017c.)

4.9 Uuden palvelukanavan markkinointi

Markkinoinnin tehtävä on herättää asiakkaan mielenkiinto palvelua kohtaan sekä aktivoida asiakas tutustumaan uuteen tuotteeseen tai palveluun. Asiakkaan ensimmäinen kosketus uuteen palveluun tapahtuu yleensä jonkin markkinointitoimenpiteen kautta. Ensimmäinen silmänräpäyksen nopea hetki on usein ratkaiseva, kun asiakas miettii, haluaako perehtyä aiheeseen syvemmin. (Filenius, M. 2015. 50.)

Houkuttelevat otsikot kiinnittävät asiakkaan huomion sisältöön. Otsikkoon panostaminen parantaa viestin kiinnostavuutta ja tavoitettavuutta merkittävästi. Otsikon ”taikakaavan” sanotaan muodostuvan numerosta tai koukuttavasta sanasta sekä adjektiivista, avainsanasta ja lupauksesta. Otsikon lupauksen tulisi täyttyä viestin sisällössä. Lukija toivoo löytävänsä sisällöstä uutuusarvoa ja haluaa kokea sen herättävän tunteita ja uteliaisuutta. Visuaalisella viestillä kerrot enemmän kuin tekstillä. Lisää siis rohkeasti kuvia tai videoita viestisi oheen. (Komulainen, M. 2018.) Kun asiakkaan kiinnostus on saatu heräämään, on mainoskampanjan tarkoituksena ohjata potentiaalinen asiakas uuden palvelun äärelle. (Filenius, M. 2015. 50.)

5 ASIAKASPALVELUN KEHITTÄMINEN

Teknologian kehitys, digitalisaatio sekä asiakkaiden odotukset ovat vauhdittaneet asiakaskokemuskehitystyön muutosta. Aiemmin asiakaskokemuksen kehittämiseksi ei annettu tarpeeksi tilaa kehitysbudjeteissa, mutta nykyisin asiakkaiden tyytyväisyyttä arvostetaan liiketoiminnan menestystekijänä aivan eri tasolla. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. 41.)

Digitalisaation myötä asiakaskokemuksen kehitystyölle on asetettava uudet tavoitteet. Asiakkaat ovat entistä tietoisempia uusista mahdollisuuksista sekä tuntevat saatavilla olevan teknologian edut ja osaavat vaatia niitä. Kehitystyössä onkin lähdettävä liikkeelle aina asiakkaista ja heidän tarpeistaan. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. 41.)

Kun palvelua lähdetään kehittämään, on tärkeää tarkastella lähtötilannetta sekä kehittämistyön aikajännettä. Näistä kahdesta elementistä syntyy digiajan asiakaskokemuksen kehittämisen strategia. Tärkeää on ottaa realistisesti huomioon kyky kehityshankkeen läpiviemiseen sekä muutoksen johtamiseen organisaatiossa. On myös kiinnitettävä huomiota henkilöstön valmiuteen muutoksessa mm. osaamisen ja henkisen kyvykkyyden osalta. (Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. 42.)

Kehitettäessä digitaalisia palveluja saatetaan monesti yrittää monen ratkaisun löytämistä kerralla. Tämän seurauksena voidaan vahingossa luoda sekavia sivustoja tai palveluja, joista asiakkaan on haastavaa löytää etsimänsä. Valmiimpaan ja virheettömämpään lopputulokseen päästään, kun tehdään yksi asia kerrallaan kuntoon, asiakkaan mielipidettä kuunnellen. (Filenius, M. 2015. 29.)

5.1 Benchmarking

Kilpailevat tuotteet ja palvelut ovat hyvin paljon toistensa kaltaisia, joten pienillä yksityiskohdilla on pystyttävä erottumaan. Digitaalisissa kanavissa vertailu on tehty helpoksi ja niin myös ideoiden kopiointi tapahtuu entistä huomaamattomammin. Enää ei siis ole kysymys siitä, mitä palveluja tarjotaan, vaan siitä, miten se

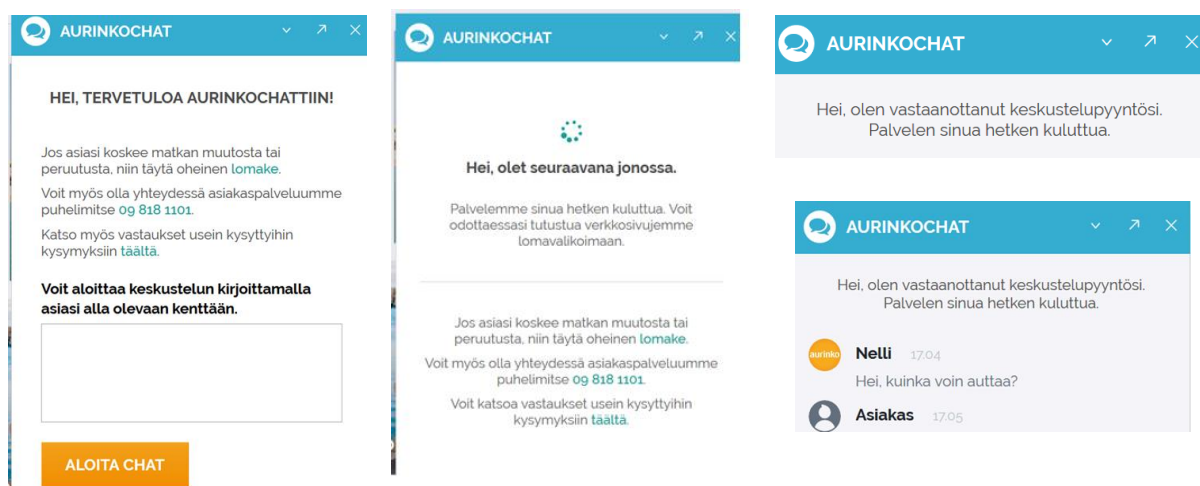
tehdään. Benchmarking eli vertailuanalyysi on toimiva työkalu, kun halutaan arvioida ja vertailla, millaisia ominaisuuksia muut käyttävät palveluissaan. Pienet asiat nousevat esiin, kun analysoidaan negatiivisia palvelukokemuksia. Vaikka yksittäinen pieni puute saattaa vaikuttaa merkityksettömältä, saattaa sillä olla asiakkaan näkökulmasta suurikin vaikutus asiakaskokemukseen. (Filenius, M. 2015. 29.)

Asiakkaan asemaan asettuminen ja hänen ajattelutapansa ymmärtäminen ovat avainasemassa pienten yksityiskohtien tunnistamisessa ja hiomisessa. On hyvä tiedostaa, mitä asiakas miettii, mitä hän haluaa tietää, millä perusteella hän kokee palvelun onnistuneeksi tai mitä hän tekee seuraavaksi? Kun asiakkaan ajatusmaailma on sisäistetty, on tärkeää viedä opitut asiat käytäntöön. Asiakkaan kannalta tärkeiksi todetut asiat tulisi toteuttaa johdonmukaisesti ja pienimmästäkään yksityiskohdasta tinkimättä. (Filenius, M. 2015. 29.)

5.1.1 Vertailussa: Aurinkomatkojen Aurinkochat

Aurinkomatkojen internetsivu on värikäs ja helppolukuinen. Toisin kuin yleensä on totuttu, linkki chat-palveluun löytyy etusivun yläreunasta. Aurinkomatkat on brändännyt koko palvelunsa Aurinko-sanalla ja niin myös chat on nimeltään Aurinkochat. Kun chat-ikkuna klikattiin auki, ruudulle ilmestyi ensin automaattinen tervetuloivotus ”Hei, Tervetuloa Aurinkochattiin!” ja sen jälkeen ohjeistus muihin yhteydenottotapoihin ja linkki useimmin kysytyihin kysymyksiin.

Asiakkaana arvostin selkeitä ohjeita sekä mahdollisuutta itse aloittaa keskustelu. Aloitin chatin kirjoittamalla annettuun kenttään tervehdyksen. Sain ilmoituksen, että olen seuraavana jonossa ja minua palveltiin vajaan minuutin kuluttua. Asiain nimettömästi, eikä muitakaan tunnistetietoja kerätty. Asiakaspalvelija oli rento ja ystävällinen, mutta myös ammattitaitoinen. Kysyin kolme eri kysymystä ja asiani selvisi samassa chat-istunnossa, joka eteni nopeasti ilman turhaa viivettä. Keskustelu päättyi kiitokseen ja tilanteeseen sopivaan toivotukseen. Palvelukokemus oli positiivinen ja miellyttävä.



KUVA 1. Aurinkomatkojen Aurinkochat

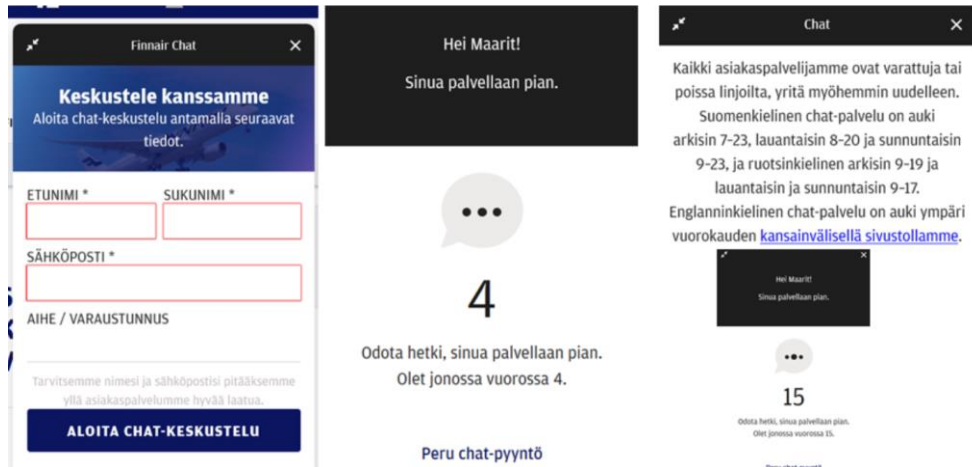
5.1.2 Vertailussa: Finnairin chat-palvelu

Chat-kuvake löytyi yleisen tavan mukaan näytön oikeasta alakulmasta. Finnairin chattiin päästäkseen asiakkaan tulee antaa tunnistetietona nimensä sekä sähköpostiosoitteensa. Otsikkokenttään toivottiin mahdollista varausnumeroa tai asian aihekuvausta. Kirjauduin ilman varausnumeroa.

Pääsin etenemään seuraavaan vaiheeseen, jossa järjestelmä ilmoitti minun olevan jonossa sijalla 15. Peruin chat-pyyntöni välittömästi ja päätin kokeilla myöhemmin uudelleen. Ajattelin iltapäivän kello 16 vaikuttaneen pitkään jonoon. Illalla kirjauduin chattiin uudelleen noin klo 19 aikaan. Pääsin jonoon sijalle 4. Arvioitua jonotusaikaa olisin kaivannut, sillä jonotussijasta sitä ei voinut arvioida. Odotettuani 15 minuuttia ja edettyäni siinä ajassa sijalle 3, lopetin chatin jälleen kesken.

Kokeilin vielä myöhemmin illalla uudelleen, mutta suomenkielinen palvelu oli jo suljettu ja chatissa ilmoitettiin englanninkielisen palvelun olevan saatavilla 24/7. Vaikka ihmettelinkin suomenkielisen palvelun saatavuuden heikkoutta, pidin englanninkielisen palvelun saatavuutta hyvänä palveluna, koska matkustamiseen liittyvissä ongelmissa saattaa tulla pikainen avuntarve, jonka useat matkustajat pysyvät hoitamaan myös englanniksi. Pidin ympärivuorokautista palvelua lentoyhtiön sivuilla itsestään selvänä asiana. Suomalaisen palvelun perässä en enää

Finnairin chattiin kuitenkin palannut. Hidas eteneminen teki itselleni negatiivisen kokemuksen, eikä houkuttele enää palvelun pariin.



KUVA 2. Finnairin chat-palvelun vaiheet

6 TUTKIMUS ASIAKASPALVELUN KEHITTÄMISEKSI

6.1 Tutkimuksen tarkoitus

Tampereen korkeakouluuyhteisön IT Helpdeskissä asiakaspalvelua halutaan kehittää tarjoamalla asiakkaille uusi palvelukanava palvelun tehostamiseksi ja monipuolistamiseksi. Jotta palvelusta saataisiin kehitettyä mahdollisimman asiakaslähtöinen, kartoitetaan asiakkaiden odotuksia ja tarpeita asiakastutkimuksella juuri palvelun käyttöönoton kynnyksellä.

Tutkimus laadittiin Tampereen korkeakouluuyhteisön henkilöstöä ja opiskelijoita varten ja sillä pyrittiin mahdollisimman laajasti selvittämään IT Helpdeskin asiakkaiden toiveita ja tarpeita palvelun suhteen. Kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä laadituilla avoimilla kysymyksillä pyrittiin saamaan rehellisiä ja omiin kokemuksiin perustuvia mielipiteitä, joiden pohjalta osataan puuttua oikeisiin asioihin palvelun laadun kehittämiseksi ja varmistamiseksi.

6.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimusta varten saatiin tutkimuslupa sekä yliopistolta että TAMKilta. Tutkimus toteutettiin sähköisellä Microsoft Forms -kyselylomakkeella (liite 1), joka jaettiin Tampereen korkeakouluuyhteisön intranetissä kolmen viikon ajan kesäkuussa 2019. Saatetekstissä kuvattiin kyselyn tarpeellisuus ja käyttötarkoitus sekä kerrottiin, että vastaaminen tapahtuu nimettömästi, eikä yksittäistä vastaajaa voida tunnistaa. Vastaaminen perustui vapaaehtoisuuteen.

Kyselylomake laadittiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa, jotta kysymysten asettelussa osattiin pureutua oikeanlaisiin aiheisiin. Vastaajista kerättiin taustatiedoksi ikähaarukka ja sukupuoli sekä vastaajan rooli korkeakouluuyhteisössä. Kyselytutkimuksen otsikko ”Millaista palvelua odotat IT Helpdeskiltä?” kattaa palvelun kokonaisuuden kartoituksen aina aukioloajoista aiempiin kokemuksiin ja tulevan chat-palvelun käytön todennäköisyyden arviointiin.

Kyselylomakkeella oli 12 kysymystä, joista 3 oli avointa kysymystä liittyen palveluiden käyttökokemuksiin, 4 selvitti vastaajan taustaa ja loput 5 monivalintakysymyksiä koskien palvelun saavutettavuutta sekä monikanavaisuutta. Palvelun käyttökokemuksiin liittyvät avoimet kysymykset oli jätetty vapaaehtoisiksi, mutta muihin kysymyksiin vastaaminen oli pakollista.

6.3 Tutkimustapa

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntaus, jossa pyritään kokonaisvaltaisesti ymmärtämään kohteen ominaisuuksia, laatua ja merkityksiä. Kvalitatiivinen tutkimus pitää sisällään lukuisia erilaisia lähestymistapoja sekä tiedonkeruu- ja analyysimenetelmiä, joilla tutkitaan ihmistä ja hänen elämäänsä. Sitä ei siis voida pitää vain yhdenlaisena tapana tutkia tai minkään tietyn tieteenalan tutkimuskeinona. Laadullinen tutkimus tutkii monipuolisesti elämismaailmaa ja sen keskiössä on erilaisin tavoin ilmenevien merkitysten tutkiminen. Kaikenlainen tutkimus on oikeastaan vain pintaraapaisu tutkittavan ilmiön kokonaisuudesta, eikä sillä koskaan voida ilmiötä kaikessa syvällisyydessään, mutta perusteellisella tutkimuksella, joka on hyvin suunniteltu ja toistettavissa, voidaan onnistua tavoittamaan monipuolisesti tietoa ja ymmärrystä ilmiöön sekä sen syy-seuraussuhteisiin ja luonteeseen. (Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006.)

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus perustuu ilmiön selittämiseen ja vertailuun numeerisin tuloksin. Määrälliseen tutkimusmenetelmään sisältyy usein runsaasti erilaisia tilastollisia ja laskennallisia analyysitapoja ja se keskittyy ilmiön sisällön luokitteluun. Määrällisen ja laadullisen menetelmäsuuntauksen eroa korostetaan usein, vaikka molempien menetelmät ovat päteviä myös samassa tutkimuksessa. Niillä voidaan selittää samoja tutkimuskohteita eri näkökulmista, eikä menetelmiä pitäisi niin jyrkästi erotella toisistaan. (Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimustapana käytettiin sekä määrällistä että laadullista tutkimusta. Tarpeita palveluaikojen muutokseen, arviota chat-palvelun käyttöön

sekä toivetta chat-palvelun löydettävyydestä mitattiin määrällisesti. Avoimilla kysymyksillä haluttiin päästä syvällisemmin kiinni asiakkaiden kokemuksiin ja mielipiteisiin, joten niihin käytettiin laadullista tutkimusotetta. Laadullisella tutkimustuloksella pyrittiin saavuttamaan sellaista tietoa, jolla pystytään tarttumaan mahdollisimman tarkasti asiakaspalvelun ongelmakohtiin sekä keskittämään resursseja oikeiden asioiden kehittämiseen.

7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

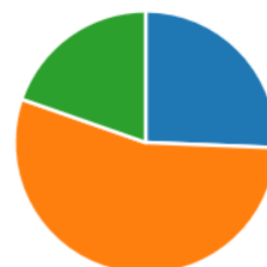
7.1 Vastaajat

Kyselyyn vastasi 117 Tampereen korkeakouluuyhteisön jäsentä, joista 64 ilmoitti olevansa henkilöstöä ja 30 opiskelijoita. 23 vastaajaa oli sekä opiskelijan että henkilöstön roolissa.

1. Roolisi korkeakouluuyhteisössä?

[More Details](#)

● opiskelija	30
● henkilöstö	64
● molemmat	23



KUVIO 1. Vastaajan rooli korkeakouluuyhteisössä

7.1.1 Vastaajien kotikorkeakoulu

Vastaajista 55 ilmoitti kotikorkeakoulukseen Tampereen ammattikorkeakoulun ja 59 Tampereen yliopiston. Kaksi vastaajaa ilmoitti työskentelevänsä yliopistossa, mutta opiskelevansa TAMKissa. Yhden vastaajan roolit olivat toisin päin.

2. Korkeakoulu, jossa opiskelet / työskentelet:

[More Details](#)

● Tampereen ammattikorkeakoulu	55
● Tampereen yliopisto	59
● Opiskelen TAMKissa, työskent...	2
● Opiskelen Tampereen yliopist...	1



KUVIO 2. Vastaajan kotikorkeakoulu

7.1.2 Vastaajien sukupuoli

Sukupuolekseen 87 vastaajaa ilmoitti naisen ja 24 miehen. Yksi vastaaja valitsi vaihtoehdon ”muu” ja viisi vastaajaa ei halunnut vastata sukupuolta koskevaan kysymykseen.

3. Sukupuoli:

[More Details](#)

● nainen	87
● mies	24
● muu	1
● en halua vastata	5



KUVIO 3. Vastaajien sukupuolijakauma

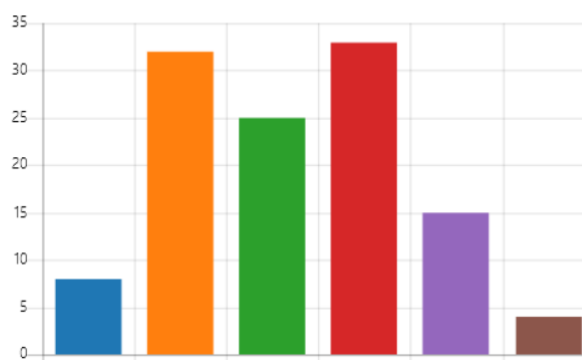
7.1.3 Vastaajien ikäjakauma

Vastaajia löytyi jokaiseen vaihtoehdoksi asetettuun ikäryhmään. 19-22-vuotiaita oli vastaajista 8, 23-33-vuotiaita 32 ja 34-43-vuotiaita oli 25. Vastaajista 33 kertoi ikänsä osuvan ikävuosien 44-55 väliin ja 15 kertoi olevansa iältään 56-vuotiaita tai sitä vanhempia. Neljä vastaajaa ei halunnut vastata ikää koskevaan kysymykseen.

4. Ikä:

[More Details](#)

● 19-22	8
● 23-33	32
● 34-43	25
● 44-55	33
● 56+	15
● en halua vastata	4



KUVIO 4. Vastaajien ikäjakauma

7.2 Asiointi IT Helpdeskissä

IT Helpdeskissä asiointia koskevilla kysymyksillä kartoitettiin palvelun tarvetta eri vuorokaudenaikoina sekä mieluisinta palvelukanavaa.

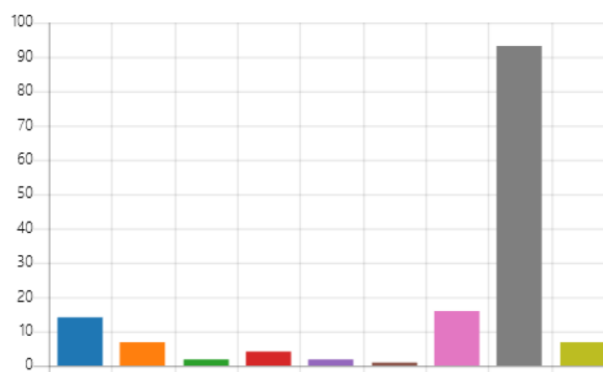
7.2.1 IT Helpdeskin palveluajat

IT Helpdeskin palveluaikojen tarvetta kartoitettiin kysymällä toiveita palveluajoista nykyisten (ma-pe 8-17, loma-aikoina 8-15) lisäksi. Enemmistö, eli lähes 87% vastaajista oli sitä mieltä, että nykyiset palveluajat ovat riittävät, mutta niiden lisäksi toivottiin palvelua ilta-aikaan klo 17-22 ja chatbottia palvelemaan ympärivuorokauden, 24/7. Jakauma toiveista palveluaikojen suhteen selviää oheisesta kuvista.

5. IT Helpdesk palvelee arkisin klo 8.00-17.00. (Opetuksen ulkopuolella ma-pe klo 8.00-15.00.) Koetko tarvitsevasi palvelua muina aikoina? (Voit valita useamman vaihtoehdon.)

[More Details](#)

arkisin klo 17-22	14
lauantaina klo 8-16	7
lauantaina klo 16-22	2
sunnuntaina klo 8-16	4
sunnuntaina klo 16-22	2
yöaikaan klo 22-08	1
chat-robotti 24/7	16
nykyiset palveluajat ovat riittä...	93
Other	7



KUVIO 5. IT Helpdeskin aukioloaikoihin kohdistuvat tarpeet

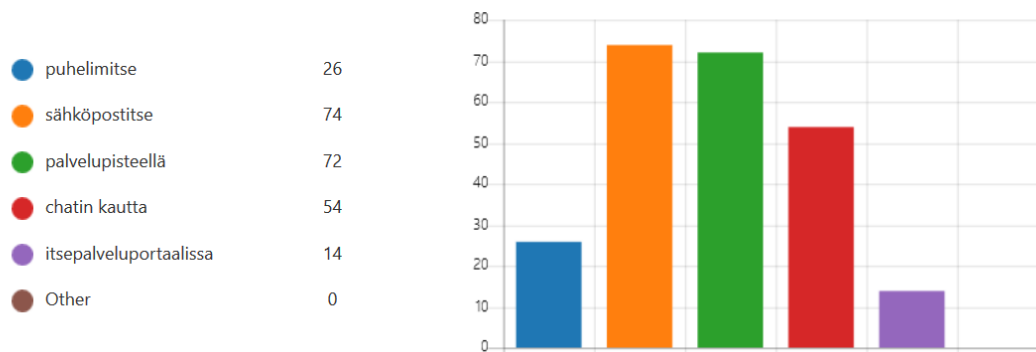
7.2.2 Mieluisin palvelukanava

Kuudennessa kysymyksessä haluttiin selvittää, asioisiko vastaaja IT Helpdeskin kanssa mieluiten sähköpostitse, puhelimitse vai palvelupisteellä, vai valitsisiko hän palvelukanavakseen mieluiten chatin tai itsepalveluportaalin. Suurin osa (74/117) vastaajista koki parhaaksi asiointikanavaksi sähköpostin sekä (72/117) palvelupisteellä käynnin. 54 vastaajaa valitsi chatin mieluisaksi kanavaksi ja 24

haluaa hoitaa asiointiaan puhelimitse. Itsepalveluportaalin kautta asioisi mielellään 14 vastaajaa.

6. Asioisitko mieluiten IT Helpdeskin kanssa: (Voit valita useamman vaihtoehdon.)

[More Details](#)



KUVIO 6. Palvelukanavien jakauma käyttömukavuuden perusteella

7.3 Chat-palvelun käyttö

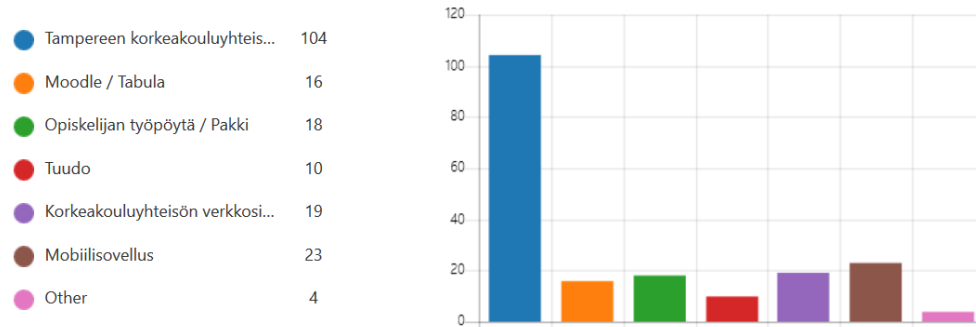
Chatin käyttöön liittyvillä kysymyksillä haluttiin tarkentaa asiakkaiden toiveita siitä, mistä palvelun tulisi löytyä palvelukseen käyttäjiään parhaiten. Vastaajia pyydettiin myös arvioimaan, millä todennäköisyydellä he käyttäisivät chattia ja chatbottia.

7.3.1 Palvelun löydettävyys

Seitsemäs kysymys käsitteli chat-palvelun löydettävyyttä. Vastaajista 104 toivoi sen löytyvän korkeakouluyhteisön intranetistä. 23 toivoi chatille mobiilisovellusta ja muuten vastaukset jakautuivat melko tasaisesti vaihtoehtojen välillä; 19 vastaajaa toivoi chattia korkeakouluyhteisön verkkosivulle, 18 opiskelijan työpöytänsäkymään, 16 Moodleen / Tabulaan ja 10 vastaajaa toivoi chat-mahdollisuutta Tuudoon. 4 vastaajaa oli vastannut vaihtoehdon ”muu” ja tarkentanut vastaukseen toteamalla muun muassa, että ”ei merkitystä” tai ”palvelua ei tarvita”.

7. Mistä toivoisit IT Helpdeskin chat-palvelun löytyvän? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

[More Details](#)

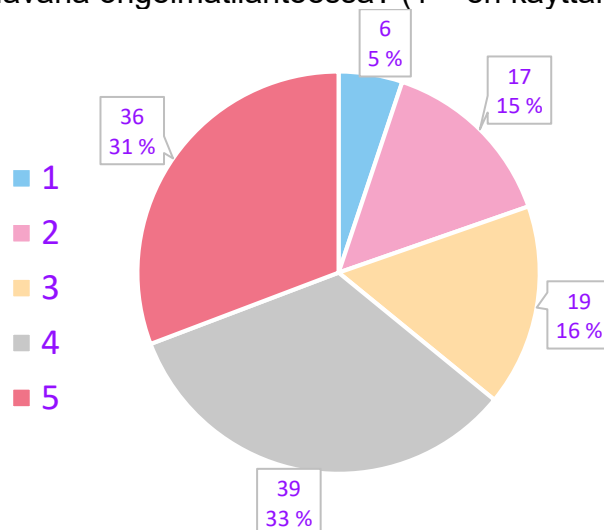


KUVIO 7. Chat-palvelun sijainnin toivekartoitus

7.3.2 Chatin käytön todennäköisyys

Vastaajia pyydettiin arvioimaan chat-palvelun käyttönsä todennäköisyyttä asteikolla 1-5 (1 = en käyttäisi, 5 = varmasti käyttäisin). 31 % kaikista vastaajista sanoi varmasti käyttävänsä palvelua. Vain 6 vastaajaa, eli 5 % kaikista vastaajista, antoi arvioksi, ettei koskaan käyttäisi chat-palvelua. Keskiarvoksi vastauksista tuli 3,7 / 5.

8. Asteikolla 1-5, kuinka todennäköisesti käyttäisit IT Helpdeskin CHATTIA palvelukanavana ongelmatilanteessa? (1 = en käyttäisi, 5 = varmasti käyttäisin)

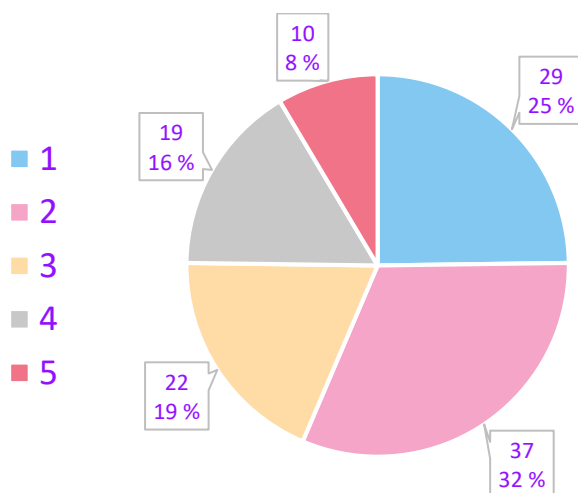


KUVIO 8. Chat-palvelun käytön todennäköisyys asteikolla 1-5.

7.3.3 Chatbotin käytön todennäköisyys

Vastaajia pyydettiin arvioimaan myös chatbotin käytön todennäköisyyttä asteikolla 1-5 (1 = en käyttäisi, 5 = varmasti käyttäisin). 29 vastaajaa eli 25% kaikista vastaajista oli vastannut, että ei varmasti käyttäisi robottia ja enemmistö vastaajista oli antanut arvioksi numeron 2, joka sekin kertoo melko pienestä todennäköisyydestä chat-robotin käytölle. Vain 10 vastaajaa eli 8,6% kaikista vastaajista oli vastannut varmasti käyttävänsä robottia. Keskiarvoksi vastauksista tuli 2,52 / 5.

9. Asteikolla 1-5, kuinka todennäköisesti käyttäisit IT Helpdeskin chatbottia ongelmatilanteessa? (1 = en käyttäisi, 5 = varmasti käyttäisin)



KUVIO 9. Chat-palvelun käytön todennäköisyys asteikolla 1-5.

7.4 Mikä sinulle on tärkeintä IT Helpdeskin asiakaspalvelussa?

Ensimmäinen avoin kysymys kartoitti asiakkaiden mielipiteitä asioista, jotka vaikuttavat asiakaspalvelun onnistumisen kokemukseen. Vastauksista kävi selväksi, että asiakkaat odottavat IT Helpdeskiltä nopeaa palvelua, jonka mainitsi vastauksessaan peräti 59 vastaajaa, eli yli puolet kaikista vastaajista. 24 asiakasta nosti tärkeäksi ratkaisun löytymisen ongelmaan. Ystävällisen palvelun nosti tärkeäksi 22 vastaajaa ja asiantuntijuutta odotti 24 vastaajaa. Henkilökohtaista palvelua toivottiin 20 vastaajan vastauksessa ja 15 vastauksessa korostettiin osaavan henkilökunnan merkitystä.

Näiden suurimpien aihealueiden lisäksi asiakkaat nostivat esille kiireettömän palvelun, selkeäkieliset ohjeet ja odottivat IT Helpdeskiltä ymmärrystä ongelmiinsa. Palveluasenne ja palvelun saavutettavuus olivat tärkeitä asiakaspalvelun sujumiseksi ja asiakaspalvelijoiden toivottiin olevan helposti lähestyttävissä.

Esimerkkejä vastauksista:

"Mahdollisuus mennä palvelutiskille akuutin ongelman kanssa"

"Palveluasenne. Että vaikka ratkaisua ei heti osata tarjota, ollaan valmiita ottamaan asiasta selvää. Nykyisellään olen törmännyt siihen, että jos ongelmaan ei tiedetä ratkaisua, asiakas jätetään yksin selvittämään asiaa."

"Asiantuntemus, nopeus, saatavuus, tavoitettavuus, fyysisestikin lähellä"

"Nopea reagointi palvelupyyntöihin. Monesti työt keskeytyvät ongelman takia, eivätkä voi jatkua ennen kuin apua on saatu."

"Kysymyksen ohjautuminen siitä tietävälle henkilölle nopeasti, niin että minua ei pallotella edestakaisin, vaan kysymykselle etsitään vastaaja puolestani ja saan tiedon suoraan asiantuntijalta."

"Minulla erittäin hyvät tietotekniset taidot. Tarvitset apua, kun käyttöoikeuteni eivät riitä tai kun järjestelmässä on oikeasti vika. Valitettavan usein helpdeskistä ehdotetaan naurettavan yksinkertaisia ratkaisuja kuten "Oletko koittanut käynnistää tietokonetta uudelleen?" Yritän estää tällaiset vastaukset ongelman perusteellisella kuvauksella."

"Saada ratkaistua ongelma. Mutta ihmiskontakti luo myös toivoa siinä ja että on paikka mihin voi kiikuttaa koko koneen. Tärkeintä on siis, että helpdesk on ja siihen sitten saa yhteyden joko parilla tai kymmenellä tavalla, joista yli muiden on henk.koht. koululla."

"Henkilökohtainen palvelu -vaikka chat toisikin lisän palvelutarjontaan. Lisäksi on tärkeää saada palvelua sekä suomeksi että englanniksi. Itse työskentelen molemmilla kielillä ja olen havainnut, että ohjeet tulevat usein vain suomeksi. Tämä ei ole hyvää palvelua! Lisäksi toivon, että TAMKista saisi yhä yhtä hyvää palvelua kuin joskus aiemmin on saanut -ennen TUNI aikaa."

"Ongelmatilanteisiin tulee antaa selkeät ohjeet tavallisen talleajan kielellä, eikä "ATK:ksi"."

"Hyvät asiakaspalvelijat ja huumorintajuinen palvelu, hymyjä unohtamatta.:)"

7.5 Mielikuvasi / kokemuksesi chat-palvelusta ja chatbotista?

Tällä kysymyksellä kerättiin asiakkaiden mielikuvia chat- ja chatbot-palveluita kohtaan. Kysymykseen vastaaminen ei ollut pakollista, mutta siitä huolimatta 95 vastaajaa vastasi tähän kysymykseen. Mielikuvat vaihtelivat laidasta laitaan. Toiset kokivat chatin hyödylliseksi, jos palvelemassa on ihminen, mutta silti huolta herätti se, että vaikeimpiin ongelmiin ei chatin kautta saada apua. Chatin nopeutta ja asiakaspalvelun helppoa saavutettavuutta nostettiin esille 16 vastauksessa. Suurelle osalle (20/95) vastaajista ei robotin kanssa asioinnista ollut jäänyt hyviä kokemuksia ja moni kertoikin, että robotit ovat vielä turhia, eivätkä tunnista asiakkaan kieltä. Alle kymmenen vastaajaa kertoi, ettei ole ollenkaan asioinut robotin kanssa.

Osa vastaajista uskoi saavansa chatin kautta nopeammin vastauksen kysymyksiinsä ja koki chatin sujuvaksi ja nopeammaksi kuin puhelimessa asiointin. Chat-tia kehuttiin moderniksi palvelutavaksi ja sen uskottiin toimivan hyvin, jos vaan vastassa on asiantunteva asiakaspalvelija. Alle viisi vastaajaa kommentoi, että olisi tärkeää tunnistaa ihminen, jonka kanssa asioi, ettei palvelemassa olisi vain kasvoton "IT Helpdesk". Henkilökohtaisen palvelun merkitys nousi tämänkin kysymyksen kohdalla tärkeäksi. Tässä muutamia mielipiteitä vastaajilta:

"Chatit yleensä ihan ok, jos ihminen vastaa. Chat-robotilta en ole koskaan saanut mitään apua (antaa vaan samaa tietoa mikä löytyy julkisilta www-sivuiltakin)."

"Chat-palvelut hyviä, matalan kynnyksen yhteydenottokanava."

"Roboteista voi olla apua yksinkertaisissa asioissa, chat-palvelusta voi saada apua vähän monimutkaisempiin ongelmiin. Molemmista saa yleensä vastauksen välittömästi."

"Mieluummin puhun, niin saan selitettyä ongelman paremmin."

"Chat-palvelu on hyvä lisä ja madaltaa kynnystä kysyä Helpdeskistä jotain."

"Chat robotti turha. Chat hyvä ihmisen kanssa."

"Usein chat-roboteille on opetettu liian suppea tietopankki. Chat palvelut ihmisen kanssa ovat toimineet hyvin"

"Käyttämäni chat-palvelut ovat olleet helppoja käyttää ja sujuvia, olen saanut vastaukset nopeasti. Roboteista minulla on sellainen mielikuva, etteivät ne osaa kommunikoida ihmisten kanssa tarpeeksi hyvin ymmärtääkseen ongelmaa."

”Pieneen ja akuuttiin, lähinnä infoamiseen oiva palvelu.”

” Olen käyttänyt muutamaa chat-robotia huonolla kokemuksella. Kysymykseni ovat olleet aina liian haastavia robotin ratkaistaviksi. Arvostan aitoa palvelua.”

” En ole aiemmin juurikaan käyttänyt. Chat voi olla hyödyllinen, jos vastausaika on nopeampi kuin sähköpostilla, muuten chat on turha kanava. En ole varma mikä chat-robotin tarkoitus on, mutta ei kuulosta järin hyödylliseltä.”

” Käyttämäni chat-palvelut ovat olleet todella hyviä! Niiden kautta asia yleensä ratkeaa samoin tein. Sähköpostissa on se ongelma, että et koskaan tiedä koska joku sen lukee ja ehtii siihen reagoida. Chat-robotit sen sijaan eivät yleensä ole niin hyviä ongelmatilanteissa. Sen sijaan jos etsit jotain perustietoa/opastusta, niin chattibotti yleensä säästää sen tiedon etsimisen vaivan ja ohjaa suoraan oikeaan paikkaan.”

7.6 Kehitysideoita IT Helpdeskin chat-palveluun liittyen?

Viimeinen ja vapaaehtoinen kysymys käsitteli toiveita, kehitysideoita ja ajatuksia IT Helpdeskin chat-palveluun liittyen. Vastajista 65 halusi kertoa terveisensä IT Helpdeskille. Koska joitain aiheita kommentoi aina vain muutamia asiakkaita, ei tässä eritellä alle viiden vastauksen määrää tarkasti, jotta yksittäistä vastaajaa ei voida tunnistaa.

Palvelun toivottiin säilyvän ihmisläheisenä ja toivottiin ammattitaitoista ihmistä vastaamaan ongelmiin nopeasti. Aukioloaikoja kommentoitiin myös tässä osiossa ja chat nähtiin mahdollisena palvelukanavana IT Helpdeskin puhelinpalvelun ja palvelupisteen aukioloaikojen ulkopuolella. Kuitenkin toivottiin henkilökohtaisen palvelun säilyvän myös palvelupisteellä.

Chatin käyttöönottoa myös kyseenalaistettiin tarpeettomana ja siihen suhtauduttiin vähän varauksella. Monessa vastauksessa toivottiin, että chat ei veisi resursseja muilta palvelukanavilta ja myös chattiin toivottiin osaavia asiakaspalvelijoita.

Kehitysideana kuudessa eri vastauksessa nostettiin idea kuvakaappauksen lähettämisen mahdollisuudesta chat-keskusteluun, jolloin ongelmaa olisi helpompi

kuvata it-tukeen. Parannusta toivottiin myös Apple-laitteiden ja Mac-käyttäjärjestelmien osaamiseen, joka tällä hetkellä on muutaman vastaajan mukaan lähes olematonta. Ongelmatilanteen ollessa chattiin liian haastava, toivottiin nopeaa delegointia oikealle taholle, joka ratkaisee ongelman. Vastaajien kommentteja:

"Toivottavasti IT Helpdeskissä säilyy nykyinen ammattitaito ja edelleenkin saa palvelua ns. vierihoidona."

"Kunhan vasteajat ovat kohtuulliset niin homma luultavasti toimii. Toivottavasti myös aikaansaaminen lisääntyisi."

"Miettikää tarvetta vielä kertaalleen, jooko?"

"Chat-palvelu on tervetullut lisää!"

"Toivon, että chattiin saisi kopipeistauksena myös ruutukaappauskuvia - ongelman selvittely olisi sen avulla näppärää."

"Chat helposti löydettävissä koneelta. Ei IT-alan ammattisanastoa vaan maalaisjärjellä ymmärrettävää viestintää. Nopeat vastaukset. Jos asia ei nopeasti ratkea, henkilökohtainen käynti työpisteessä asian ratkaisemiseksi."

"Palvelun nopeus on keskeisintä, koska omien työtehtävien hoitaminen on täysin riippuvainen laitteiden toimivuudesta."

"Robotti voi ohjata asiasanalla eteenpäin jollekin oikealle asiakaspalvelijalle, mutta robotin kanssa pitkään "jankkaaminen" on turhauttavaa."

"Olisiko chat-palvelu kevyempi kynnys ottaa yhteyttä IT Helpdeskiin, kun jokin asia häiritsee tai on viallinen, mutta toimi, jolloin ei viitsi laittaa palvelupyyntöä."

"Pitää olla saatavissa klo 6 - 24, ja kaikkein tärkeintä että siellä vastaa osaava henkilökunta, eikä chattia pidetä vain työpyyntökanavana, josta vasta alkaa selvittely."

8 TUTKIMUSTULOSTEN ANALYSOINTI

Minna Komulainen nostaa kirjassaan *Menesty digimarkkinoilla* (2018) esille markkinatutkimusyrittäjä Gartnerin ennustuksen siitä, että jo vuonna 2020 jopa 85 prosenttia asiakaspalvelussa käytävästä vuorovaikutuksesta tapahtuisi ilman ihmisen suorittamaa työtä. Komulainen perustelee asiakaskanavien toimintalogiikan muutosta mm. sillä, että kasvojen ja äänen tunnistustekniikat kehittyvät ja digitaaliset avustajat pystyvät tunnistamaan ihmisiä.

Jack Mitchell taas on motivaatiopuhuja ja kirjailija, joka puhuu asiakaskohtaamisen pehmeiden arvojen puolesta. Hän on luonut *asiakkaan halaamisen metodin*, jolla hän haluaa varmistaa, että asiakas saa huomiota ja ihmisseläisen kohtamisen tullessaan palvelutilanteeseen. Hän käyttää palveluasenteensa mottona lausetta ”Kerran asiakas, aina ystävänä” ja perustaakin koko syleilevän asiakaspalveluajatuksensa sen varaan, että kohtelee jokaista asiakasta kuin ystäviään, lämmöllä, läsnäololla ja huomioimalla.

Mitchellin ”halaa asiakastasi” -kielikuva tarkoittaaakin halaamista usein myös fyysisesti, mutta pääasiassa kuvainnollisesti. Hänen ajatuksensa mukaan asiakas ansaitsee tulla kohdelluksi niin hyvin kuin mahdollista ja lämpimällä palveluasenteella erotutaan muista. Mitchellin mielestä myös teknologian tulisi tukea tätä halaamisen kulttuuria, ja nimenomaan asiakkaan kohtelu on se, millä erotutaan – ei niinkään teknologia, joka on jo lähes kaikkien saavutettavissa. (Mitchell, J. 2009.)

Myös Tampereen korkeakoulu-yhteisölle teetetyn kyselytutkimuksen mukaan ihmisen merkitys asiakaskohtamisessa on edelleen merkittävä ja toiveet asiakaspalvelusta asettuvat näiden kahden ääriesimerkin väliin. Kyselytutkimuksen tulosten perusteella ainakaan Tampereen korkeakoulu-yhteisössä ei olla vielä valmiita vuorovaikutuksen siirtämiseen ihmiseltä teknologian hoidettavaksi.

Kyselyyn vastasi 117 korkeakoulu-yhteisön jäsentä. Vastaamiseen käytettiin aikaa keskimäärin 5 minuuttia 27 sekuntia ja suurin osa vastaajista vastasi myös

vapaaehtosiin avoimiin kysymyksiin, joilla saatiinkin parhaiten kartoitettua asiakkaiden tarpeita. Kyselyyn vastaaminen perustui vapaaehtoisuuteen ja tuloksia tulkittiin ryhmätasolla, jotta yksittäistä vastaajaa ei pystytä tunnistamaan.

8.1 Palvelun saavutettavuus

Kyselyllä haluttiin kartoittaa asiakkaiden toiveita IT Helpdeskin palveluaikojen suhteen sekä ajatuksia suosituimmasta palvelukanavasta. IT Helpdesk palvelee arkisin klo 8-17 sekä opetuksen ulkopuolella klo 8-15. Lähes 80% vastaajista oli sitä mieltä, että nykyiset palveluajat ovat riittävät. Palveluaikaa toivottiin kuitenkin laajennettavan ilta-aikaan klo 17-22 sekä lauantaihin klo 8-16. Chat-botin ympärivuorokautinen palvelu koettiin myös hyväksi lisäksi. Aukioloaikojen laajentamista perusteltiin mm. sillä, että monimuoto-opiskelijat opiskelevat usein iltaisin sekä viikonloppuisin ja tarvitsevat palvelua. Huomiota toivottiin kiinnitettävän myös siihen, että muu kuin opetushenkilöstö työskentelee loma-aikoinakin klo 17 saakka.

Monikanavainen asiakaspalvelu jakaa asiakkaiden mielipiteitä, mutta tuttu ja totuttu palvelumuoto, sähköposti, nousi suosituimmaksi palvelukanavaksi vastaajien keskuudessa. Heti toiseksi valittiin palvelupisteellä käynti ja kolmanneksi nousi uusin palvelukanava chat. Vastaajat olivat halukkaita asioimaan myös puhelimen ja itsepalveluportaalin välityksellä. Vaikka tutuksi koetut palvelukanavat valikoituivat suosituimmiksi, niin chat-palvelu on selkeästi tervetullut lisä IT Helpdeskin monikanavaiseseen asiakaspalveluun niiden rinnalle. Vastaajista vain 6% ilmoitti, ettei koskaan käyttäisi chat-palvelua, kun taas 36% vastaajista ilmoitti varmasti käyttävänsä chattia asiakaspalvelukanavana.

Vastaajista 88% on sitä mieltä, että chatin tulisi löytyä korkeakoulu yhteisön intranetistä. Sen kohdentamisessa ollaan onnistuttu, sillä jo pilotointivaiheensa alusta, keväästä 2019, saakka chattiin on päässyt intran kautta. Mobiilisovellusta chatin käyttöön toivoi lähes 20% vastaajista, mikä onkin ymmärrettävää, sillä yhä useampi ihminen on tottunut hoitamaan asioitaan puhelimella.

Näiden vastausten perusteella voi hyvin huomata sen, että asiakkaat haluavat vaikuttaa siihen, milloin asioitaan hoitavat ja mitä kanavaa siihen käyttävät. Tarpeiden kuuleminen ja niihin vastaaminen on haaste IT Helpdeskin asiakaspalvelulle.

8.2 Asiakkaan mielestä tärkeintä IT Helpdeskin palvelussa

Suurin osa vastaajista korosti nopeutta tärkeimpänä kriteerinä asioidessaan IT Helpdeskissä. Työn tekeminen on usein kiinni laitteen tai ohjelman toimivuudesta, joten tietotekninen ongelma saattaa aiheuttaa sen, että työnteko katkeaa tai opiskelun kannalta tärkeä tehtävä keskeytyy. Nopeuden lisäksi asiakaspalvelulta odotetaan asiantuntijuutta, jotta osataan puuttua heti oikeaan ongelmaan oikealla tavalla. Moni nosti tärkeäksi huomioksi sen, että odottaa asiaansa löytyvän ratkaisun, jotta ei jäisi epätietoisuuteen tai odottavaan tilaan. Asiakaspalvelijan osaamiseen kiinnitetään entistä enemmän huomiota, kun osattava asiakokoinaisuus laajenee ja lisää haastetta palvelun laadun säilyttämiseksi.

Oikea-aikaisuuden ja sujuvuuden lisäksi IT Helpdeskin asiakaspalvelulta odotetaan henkilökohtaista ja ystävällistä palvelua. Pelkkä tieto siitä, että palvelemassa on ihminen, jolle voi viedä koneen katsottavaksi ison ongelman tullessa, luo turvaa ja luottamusta ongelmasta selviytymiseen. Henkilökohtaista palvelua toivottiin olevan saatavilla samalla kampuksella, jolla itse työskentelee, jotta ongelmatilanne ratkeaa sujuvasti.

Selkokiehiset ohjeistukset ja "asiakkaan kielellä" puhumisen tärkeys ovat asiakkaalle tärkeitä asioita. Ammattisanaston käyttäminen tai liian monimutkaisten ohjeiden laatiminen aiheuttavat asiakkaalle negatiivisia kokemuksia. Asiakkaat toivovatkin tilannetajua siinä, millaisella tasolla asiakas on taidoiltaan ja minkälaisia asioita hän osaa itse tehdä tilanteen edistämiseksi. Palveluasenteella on iso merkitys asiakaskohtaamisen onnistumisessa.

8.3 Mielikuvat ja kokemukset chat-palvelusta ja chatboteista

Chat koettiin toimivana asiakaspalvelukanavana, jos sen palvelusta vastaa ihminen. Mielikuva chatista palvelukanavana oli melko positiivinen ja sen koettiin olevan nopea ja matalan kynnyksen yhteydenottokanava. Chattia pidettiin kuitenkin vain yksinkertaisten asioiden hoitopaikkana, koska monimutkaisten asioiden selittäminen kirjoittamalla koettiin haastavaksi. Selkokielineen asiakaspalvelija mainittiin toiveena myös tämän kysymyksen kohdalla. Liikaa ei voikaan korostaa sitä, että tietoteknisen chatin asiakaspalvelussa on erityisen tärkeää puhua asiakkaan kanssa samalla tasolla, sillä asiakkaat eivät välttämättä ymmärrä asiakaspalvelijalle itsestään selviä ammattisanoja tai termejä.

Ennakoasenne chattia kohtaan näkyi vastauksista huolena siitä, että asiakaspalvelijoilla on jatkossa liian kiire niin chatissa kuin muuallakin. Toivottiin, että chat ei tullessaan veisi resursseja pois muilta palvelukanavilta, eikä yksi chat-asiakaspalvelija ottaisi liian montaa chat-keskustelua samanaikaisesti, jotta palvelu pysyy nopeana eikä jonotus muodostu liian pitkäksi.

Chatbotin vastaanotto ei ole ihan niin positiivinen, koska kyselyyn vastanneet korostivat henkilökohtaisen palvelun tärkeyttä ja robotin tulo osaksi asiakaspalvelukanavaa aiheutti pelkoa siitä, että henkilökohtainen palvelu vähenisi merkittävästi. Moni vastaaja sanoi suoraan, että chatbotit ovat turhia, eikä niistä ole apua tietoteknisten ongelmien ratkaisemiseksi, koska ne ohjelmoidaan ymmärtämään vain tietoteknistä sanastoa, jolla asiakas ei osaa robotille puhua. Epävarma asenne chatbottia kohtaan näkyy myös lukuina: vain 8% kaikista vastaajista ilmoitti käyttävänsä chatbottia varmasti, kun taas 25% osasi sanoa heti, ettei ikinä käyttäisi chatbottia asiakaspalvelukanavana.

Robotti koettiin kuitenkin hyväksi tilanteissa, joissa apua tarvitaan yksinkertaisiin, lyhyisiin kysymyksiin ja robotin avun koetaan olevan enemmän informatiivista kuin ongelmaa ratkaisevaa. Osa vastaajista kommentoikin, että robotti on hyvä silloin, jos ei itse osaa hakea jotain tietoa ja robotti ohjaa oikeaan paikkaan. Chatbottia ei siis vielä koeta auttajaksi ongelmatilanteissa.

Chat-palvelun sijainti näytöllä kirvoitti myös muutaman mielipiteen ja useampi vastaaja halusi tuoda esiin sen, että alanurkasta esiin ponnahtava chat-ruutu ärsyttää ja häiritsee keskittymistä. Toiveena oli, että sivulle tulee selkeä palkki, josta chat on mahdollista avata, mutta siihen ei olisi pakko reagoida ollenkaan, jos tarvetta ei ole. Staattinen chat on hyvä ratkaisu silloin, kun voidaan olettaa asiakkaan oma-aloitteisesti avaavan yhteyden asiakaspalveluun. IT Helpdeskin kohdalla asiakas tulee palveltavaksi yleensä jonkin tarpeen tai ongelman vuoksi, joten hän ottaa itse yhteyttä. Teknisen tuen chat ei ole luonteeltaan palveluaan väkisin tarjoavaa, vaan edellyttää asiakkaalta aktiivisuutta.

8.4 Kehitysideoita ja palautetta tulevaan chat-palveluun liittyen

Viimeinen, kehitysideoita ja palautetta keräävä, kysymys oli myös jätetty vapaaehtoiseksi, mutta siitä huolimatta yli puolet vastaajista halusi kertoa ideoitaan ja ajatuksiaan tulevaan chat palveluun liittyen. Suurimpana toiveena vastaajat esittivät sen, että henkilökohtainen palvelu säilyy ja mahdollisuus ”vierihoitoon” palvelupisteellä jatkuu edelleen. Chattia ei haluta pääasialliseksi kanavaksi, vaikka se koetaan tervetulleena ja modernina lisänä IT Helpdeskin asiakaspalveluun.

Palvelun nopeus ja asiantuntevat asiakaspalvelijat nousivat aiheista tärkeimmiksi myös tässä osiossa. Palvelulta odotetaan tehokkuutta ja ratkaisukeskeisyyttä sekä helppoa saavutettavuutta. Ystävällisen palvelun merkitys korostui ja asiakaspalveluun toivottiin parannusta monessa vastauksessa. Asiakaspalvelijalle toivottiin myös kasvoja chat-palvelussa asioidessa, jotta palvelu tuntuisi henkilökohtaisemmalta. Chatin personoiminen on siis hyvä idea myös IT Helpdeskin chatille. Palvelun laadulle koettiin merkityksellisenä myös se, että palvelua saisi korkeakoulukohtaisesti; TAMKilaiset TAMKilaiselta ja yliopistolaiset yliopistolaiselta, jotta ymmärrys asiakokonaisuuksiin säilyisi.

Korkeakouluyhteisössä on käynnissä yhdistymisvaihe ja palveluiden yhtenäistäminen varmasti vielä hakee linjaansa. Tämä on saattanut aiheuttaa asiakkaille ongelmatilanteita, kuten muutospvaiheet yleensäkin. Moni toivoi asioiden korjaantuvan ja palvelun laadun paranevan. Monimuotoinen yli 30 000 asiakkaan erilais-

ten palveluntarpeiden täyttäminen on haaste asiakaspalvelulle ja vie aikansa löytää oikeanlaiset toimintatavat erilaisten korkeakoulumaailmojen yhteiseksi palvelumalliksi.

Asiakkaat haluavat vastauksia ongelmiinsa selkeällä kielellä ja toivovat varmistusta siitä, että asia hoituu. Tässäkin osiossa nostettiin esiin mahdollisuus tuoda kuvakaappauksen kautta ongelma esiin chatissa ja toivottiin apua myös Apple-laitteiden käyttäjille. Vastauksista voi päätellä, että asiakkailla oli tarve saada äänensä kuuluviin, sillä samat aihealueet toistuivat vastauksesta toiseen. Asiakkaat osasivat nimetä konkreettisia toimenpiteitä, jolla palvelua voitaisiin kehittää ja moni oli saman asian takana.

Digiaika on selkeästi vaikuttanut asiakkaiden odotuksiin myös Tampereen korkeakouluyhteisössä. Asiakkaat odottavat palvelua nopeasti ja tehokkaasti ja haluavat olla varmoja, että ongelmatilanne ratkeaa mahdollisimman vähällä vaihalla. Yksi vastaaja mainitsi tyhjentävästi sen, että asiakaspalveluun pettynyt asiakas äänestäisi muualla jaloillaan, mutta koska kyseessä on oppilaitos ja työpaikka, niin tässä tapauksessa se ei ole mahdollista. Huonoon palveluun ei kuitenkaan haluta tyytyä.

Asiakaspalvelijoilta vaaditaan monipuolista osaamista niin alakohtaisesti kuin ihmisten kohtaamisessakin. Ei siis riitä, että IT Helpdeskissä on vain tietoteknisten asioiden asiantuntija, vaan pitää olla myös ammattitaitoinen ja tilannetajuinen ihmistuntija sekä asiakaspalvelun moniosaaja.

8.5 Laadullisen tutkimuksen validiteetti

Laadullisen tutkimuksen validiteetti määrittelee, onko tutkimus pätevä; onko se tehty perusteellisesti ja ovatko saadut tulokset ja niistä muodostetut tulkinnat oikeita. Tutkimuksen virheet voivat ilmetä esimerkiksi niin, että suhteita tulkitaan virheellisesti tai kysytään vääriä kysymyksiä. Laadullisen tutkimuksen pätevyys voidaan ajatella pikemminkin tutkimuksen uskottavuudeksi tai vakuuttavuudeksi. Tutkimuksella ei ole tarkoituskaan tuottaa täydellistä ymmärrystä tutkittavasta

asiasta, vaan tutustua ilmiön ominaisuuksiin siltä osin, että ymmärrys sitä kohtaan lisääntyy. (Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006.)

Tutkimuksessa tutkittavat asiat määriteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa ja kysymykset pyrittiin rakentamaan mahdollisimman yksinkertaisiksi ja tarvittavaa tutkimustietoa kertoviksi. Kyselyyn vastasi 117 kohderyhmän henkilöä. Potentiaalisia vastaajia olisi ollut 30 000, joten siihen nähden otanta on varsin pieni, vaikka realistista on olettaa, ettei koko potentiaalia olisi saatu vastamaan tutkimukseen. Tutkimusajankohta vaikutti negatiivisesti vastaajamäärään. Tutkimus toteutettiin kesäkuussa 2019, jolloin lähes kaikki opiskelijat olivat kesälomalla ja opetushenkilöstökin vapaajaksollaan. Korkeakoulussa työskentelee kesällä kuitenkin paljon muuta henkilöstöä ja intraan on pääsy kaikilla myös loma-aikoina. Muuna aikana vastausprosentti olisi todennäköisesti ollut suurempi.

Pienestä otannasta johtuen esimerkiksi vastausten vertailu kotikorkeakoulun tai ikäjakauman perusteella ei olisi tuonut juurikaan lisäarvoa tulosten tulkintaan. Palvelua rakennetaan nyt uutena kokonaisuutena, joten myös tuloksia on tulkittu kokonaisuutena. Kysymysten asettelua olisi näin jälkikäteen mietittynä voinut rakennella toisin ja esimerkiksi kysymykset roolista korkeakoulu yhteisössä sekä kotikorkeakoulusta olisi voinut yhdistää perusteellisemmaksi kokonaisuudeksi. Avoin kysymys ”Kokemuksia chat-palvelusta / chatboteista” olisi pitänyt jakaa kahdeksi eri kysymykseksi, jotta vastauksista olisi voinut helpommin päätellä kumpaan palvelukanavaan vastaaja viittaa. Onneksi suurin osa asiakkaista oli muotoillut vastauksensa selkeiksi.

8.6 Laadullisen tutkimuksen reliabiliteetti

Laadullisen tutkimuksen reliabiliteettia arvioidaan sillä, onko tutkimustapa luotettava ja johdonmukainen. Reliabiliteettia voidaan tutkia myös ajallisesti; pysyvätkö mittaukset ja havainnot muuttumattomina ajan kuluessa. Reliabiliteetti mittaa myös johdonmukaisuutta tutkimuksen tuloksissa; olisiko esimerkiksi ollut mahdollista saada erilaisia tuloksia eri tutkimustavalla. Luotettavuutta pohdittaessa on syytä ottaa huomioon tutkimustilanne sekä tutkimuksen aihe ja luonne. Onko

mahdollista, että vastaajat eivät olisi antaneet tilanteessa totuudenmukaisia vastauksia. (Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006.)

Tutkimukseen vastaaminen perustui vapaaehtoisuuteen ja tutkimus kerrottiin toteutettavan anonymisti, joten yksittäistä vastaajaa ei voitaisi tunnistaa. Tutkimuskysymykset oli laadittu niin, että lähes jokaisessa kysymyksessä oli vastausvaihtoehdoksi annettu ”muu” tai vaihtoehto ”en halua vastata”. Avoimet kysymykset antoivat vastaajalle vapauden jättää kokonaan vastaamatta tai kertoa mielipiteensä vapaamuotoisesti. Näihin perusteisiin nojaten voidaan olettaa, että vastaukset on annettu totuudenmukaisesti. Muutamille vastaajille chat tai chatbot eivät kuitenkaan olleet käsitteinä tuttuja, joten palvelukanavasta ei ehkä ollut ihan todennukaista käsitystä. Se vaikuttaa myös vastausten totuudenmukaisuuteen.

9 TOIMENPITEITÄ CHATIN TEHOKKAASEEN KÄYTTÖÖNOTTOON

Aiemman kirjallisuuden lähteistä kerätyn teorian sekä asiakaskyselyn perusteella on tärkeää hahmottaa yrityksen strategia chatin käyttämiseksi. Telia on suomalainen ja kansainvälinen operaattori sekä digitalisaation edelläkävijä ja sen myötä myös chat-palvelun puolestapuhuja, joka käyttää itse chattia palvelukanavanaan. Telia on kirjoittanut aiheesta myös oppaan muiden palvelunkäyttäjien chattailun helpottamiseksi. Chat vaatii käyttäjältään hyviä kommunikointitaitoja ja asiakaspalveluasennetta.

Erityisesti perehdytysvaiheessa on tärkeää käydä läpi yleisiä käytänteitä, mutta asiakaspalvelun laadun tarkkailuun kannattaa keskittyä säännöllisesti myös palvelun ollessa käytössä. Jotta IT Helpdesk saisi uudesta palvelukanavastaan kaiken irti niin asiakkaiden kuin asiakaspalvelijoidenkin eduksi, on tähän kappaleeseen kerätty Telian *Chat-palvelun kehittäjän oppaasta* muutamia konkreettisia harjoituksia.

9.1 Harjoituksia chat-asiakaspalvelun kehittämiseksi

- Palvelumallin toteutumista voidaan harjoitella käymällä keskustelu chatissa esimiehen ja asiakaspalvelijan välillä palvelumallin mukaisesti alusta loppuun.
- Usean chat-keskustelun hoitamista samanaikaisesti voidaan harjoitella asiakaspalvelijoiden ja esimiehen kesken jalkautumalla eri tiloihin ja sopimalla roolit asiakaspalvelutilanteeseen, jossa yksi palvelee kerralla monia asiakasta esimiehen ollessa yksi näistä asiakkaista.
- Keskustelujen pituus on ratkaisevassa roolissa chat-asiakaspalvelussa. Tavoitteena on, että asiakaspalvelija ymmärtää, kuinka paljon voi vaikuttaa chat-keskustelun keston. Pohditaan oikeiden esimerkkien avulla, miten keskustelun voisi hoitaa lyhyemmin. Hyvä harjoitus esimerkiksi tiimi-palaveriin.
- Oikeiden kysymysten merkitys korostuu nopeatempoisessa asiakaspalvelussa, jossa asiakas toivoo tehokasta ratkaisua ongelmaansa. On tärkeää

mieltä oikeanlaiset kysymykset, joilla päästään heti asiakkaan ongelman ytimeen ja saadaan ongelma ratkaistua tehokkaasti.

- Pienillä asioilla on iso merkitys asiakkaan palvelukokemukselle. On hyvä tehdä vertaileva Benchmark-kierros muiden palveluntarjoajien chateissa, jotta löytää kehityskohtia omasta toiminnastaan.
- Lausepankin oikeanlainen hyödyntäminen tehostaa asiakaspalvelua. On kuitenkin tärkeää oppia käyttämään valmisvastauksia niin, että asiakas ei erota sitä automaattivastaukseksi. Näin henkilökohtaisen palvelun tuntu säilyy keskustelussa.
- Monimutkaisen asian esittäminen yksinkertaisesti on haaste teknisen asiakastuen asiakaspalvelulle. Tärkeää on kuitenkin tuoda asia esille asiakkaan tasolle sopivin termein ja auttaa asiakasta ymmärtämään tietotekninen ongelma ilman alan sanastoa. Tätäkin voi harjoitella koehenkilöiden kanssa, jos käytännön esimerkkien avulla asia avautuisi selkeämmin.
- Oikeinkirjoitus on tärkeä osata, vaikka yksittäiset kirjoitusvirheet eivät haittaa chat-keskustelussa. Chat-asiakaspalvelussa palvelemaan usein montaa asiakasta kerralla, joten tekstin tulisi olla oikeakielistä, lyhyttä ja ytimekästä.
- Chatissa palvelemaan ihmisiä monesta eri asiakasryhmästä ja jokaisella on oma tapansa viestiä. Asiakaspalvelijan tulee huomioida omassa viestinnässään vastapuoli ja hänen viestintätapansa ja mukauttaa oma tyyliinsä siihen. On tärkeää mieltä yleisimmät asiakasryhmät ja muodostaa mielessään heille sopivat viestintätavat, jotta ne voidaan soveltaa käytännön asiakaspalvelutilanteisiin.
- Kaikkia tilanteita ei voida aina ratkaista chatissa. Tilannetajuinen asiakaspalvelija osaa siirtää asiakkaan toiseen palvelukanavaan luontevasti ilman, että asiakaskokemus kärsii. On hyvä mieltä valmiiksi tapa toimia tilanteessa, jossa asiakkaalle onkin ehdotettava esimerkiksi puhelua asian hoitumiseksi.
- Negatiivisen tunnetilan kääntäminen positiiviseksi on tärkeää asiakaspalvelutilanteen onnistumisen kannalta. Pettyneen tai ärtyneen asiakkaan tunnetilan kääntämiseksi pitää osata reagoida oikein. Tätäkin tilannetta varten kannattaa harjoitella oman tunnetilan säätelyä ja ilmaisua.

- Huomionarvoista on, että chat eroaa esimerkiksi puhelinpalvelusta siinä, että chat-keskustelu on helppo tallentaa ja julkaista sosiaalisessa mediassa. Tätä ei kannata kuitenkaan alkaa pelätä, mutta mitä paremmin asiakaspalvelijat osaavat työnsä, sitä vähemmän tapahtuu virheitä. Mahdollisen virheen sattuessa on tärkeää hoitaa asia rauhallisella otteella.
- Palautteen antaminen ja vastaanottaminen ovat keinoja kehittää omaa toimintaa. Esimiehen kannattaakin säännöllisesti seurata chat-keskusteluja ja antaa palautetta asiakaspalvelijoille. (Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b.)

9.2 Chatbotin käyttöönotto

Chatbotit ovat vielä kuluttajille vieraita, joten asiakkaalle kannattaa pyrkiä rakentamaan hieman persoonallisempi kokemus chatbotin käytön aloitukseen. Botille kannattaa antaa nimi, jolloin se erottuu ja on asiakkaan löydettävissä. Tarjoa asiakkaalle vinkkejä chatbotin käytön aloitukseen esimerkiksi esittelemällä muutamia kysymysesimerkkejä. Pyri jäljittelemään luonnollista keskustelua ja tee botista selkokielineen. Chatbotteja, kuten muitakin digitaalisia kanavia, on seurattava ja optimoitava, jotta suorituskykyä voidaan parantaa vaatimusten mukaan. Oikeaan tarkoitukseen suunniteltu chatbot tukee yrityksesi vuorovaikutusta ja helpottaa jalkautumista sosiaaliseen mediaan. (Komulainen, M. 2018.)

Näillä vinkeillä pääset alkuun toimivan chatbotin käyttöönotossa:

- Suurin osa ihmisistä ei ole vielä ollut tekemisissä chatbotin kanssa, eikä näin ollen tiedä, miltä chatbotin kuuluisi näyttää tai kuulostaa. Asiakas odottaa saavansa vastauksia kysymyksiinsä ja että palvelu toimii.
- Jotta botin tuottamaa palvelukokemusta voidaan ohjata oikeaan suuntaan, tulee määritellä tarkasti, miten keskustelu etenee ja mille sivustoille asiakas botilla ohjataan.
- Chatbot ei pysty mitenkään vastaamaan kaikkiin asiakkaan kysymyksiin, joten varmista paluureittisi, jotta haastavan tilanteen tullen voit ohjata asiakkaan toiseen palvelukanavaan.
- Ajattele botin ja asiakkaan keskustelu palvelumuotoilun vaihekarttaa apuna käyttäen. Näin saat keskustelun etenemään lineaarisesti.

- Rakenna botista inhimillinen, mutta varo, ettei se kuulosta liikaa ihmiseltä. Kun ihminen tunnistaa keskustelewansa robotin kanssa, säästät asiakasta väärinymmärrykseltä ja turhilta ongelmilta.
- Vaikka robotille on hyvä rakentaa persoonallisuus, ei kuitenkaan koskaan kannata lisätä robotin kuvakkeeksi ihmisen kuvaa. Botti on hyvä nimetä niin, että asiakkaat tunnistavat sen robotiksi.
- Kokeile rohkeasti, miten botti voi olla avuksi palvelussasi. Seuraa tavoitteita ja määrittele, mitä odotat botilta tulevaisuudessa. (Komulainen, M. 2018.)

10 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tampereen ammattikorkeakoulu ja Tampereen yliopisto elävät keskellä muutosvaihetta. Alkuvuodesta 2019 yhdistyneiden korkeakoulujen uudessa toimintamallissa haetaan yhteisiä toimintatapoja koko korkeakoulu yhteisön eduksi. Palveluiden yhtenäistyessä myös erilaisten ihmisten kohtaaminen ja palvelun monimuotoiset tarpeet vaativat suunnitelmallisuutta ja kehitystyötä. Yksi suurimmista muutoksista korkeakoulujen palveluiden käytännöissä on tietohallintojen yhdistyminen.

Palvelukokonaisuuden muuttuessa ollaan otettu käyttöön myös uusi palvelukanava, chat, jonka käyttö halutaan saada toimivaksi osaksi IT Helpdeskin asiakaspalvelua. Chat tuo mukanaan uusia toimintatapoja ja muuttaa asiakaspalvelua. Asiakkaiden toiveita kuunnellen palvelua saadaan vietyä oikeaan suuntaan. Siksi asiakkailta haluttiin kysyä mielipidettä palvelun kehittämiseksi. Tutkimus toteutettiin asiakaskyselynä koko korkeakoulu yhteisön laajuisesti ja siihen saatujen vastausten perusteella saatiin arvokasta tietoa palvelun kehittämiseksi.

Asiakkaat toivovat asiakaspalvelulta paljon. Ystävällisen ja henkilökohtaisen palvelun säilyttäminen sekä nopean ja asiantuntevan ratkaisun löytyminen ovat erittäin tärkeitä korkeakoulu yhteisön jäsenille. Chat-palvelun käyttöönottoon suhtautuminen vaihteli positiivisesta toiveikkuudesta pelonsekaiseen muutosvastarintaan. Asiakaspalvelun mukauttaminen kymmenien tuhansien asiakkaiden ongelmien onnistuneeseen käsittelyyn vaatii tarkkoja toimintamalleja ja suunnitelmallisuutta. Digiaika on muuttanut asiakaskohtaamista ja muutoksen mukana pysyminen edellyttää myös asiakaspalvelijoilta halua muuttua ja kehittyä.

Tampereen korkeakoulu yhteisön IT Helpdesk palvelee tuhansia asiakkaita viikossa. Asiakkaat lähestyvät asiakaspalvelijaa yleensä jonkin ongelman kanssa, joten lähtökohta palvelutilanteelle on jo se, että asiakkaan ongelmatilanne tulee ratkaista positiiviseksi. Kiireisen ja teknisen ongelmansa kanssa painivan, ehkä ärsyyntyneenkin, asiakkaan kohtaaminen vaatii asiakaspalvelijalta oikeanlaista palveluasennetta ja positiivista mieltä. Kasvotusten kohdatessa ilmeistä ja eleistä

voi päätellä paljon ja äänensävyllä voi vaikuttaa palvelukokemukseen, mutta chatissa näistä kehon viesteistä ei ole apua. Chatissa asiakasta pitää pystyä auttamaan taitavin sanakääntein ja ystävällisellä varmuudella. Olisikin todella tärkeää löytää juuri ne oikealla asenteella varustetut asiakaspalvelijat asiakasrajapintaan, jotta palvelu säilyisi ihmisläheisenä ja asiakkaan kokemus positiivisena. Koulutuksella, oikeanlaisilla rekrytoinneilla ja työtehtävien jaolla voidaan vaikuttaa oikeiden henkilöiden löytymiseen.

Korkeakoulujen yhdistymisen aiheuttama epävarmuus palvelun saatavuudesta ja laadusta heijastui kyselyn vastauksista. Asiakkaat kokevat muutokset usein vahvasti varsinkin silloin, kun ne vaikuttavat heidän arkeensa. On sanomattakin selvää, että toisen korkeakoulun henkilöstö ei välttämättä tunne toisen korkeakoulun käytänteitä. Asiakkaat eivät halua palvelun tason laskevan ja pitävät erittäin tärkeänä sitä, että tulevat ymmärretyiksi. On tärkeää, että henkilöstöä perehdytetään ja koulutetaan tarpeeksi, jotta palvelu säilyy tasalaatuisena kampuksista tai palvelukanavasta riippumatta. Asiakaspalvelussa tarvitaan asiakaspalvelijoita, jotka jaksavat puhua asiakkaan kieltä ja kerta toisensa jälkeen toistella itselleen itsestään selviä asioita rauhallisesti ja ymmärtäväisesti.

Chat nähtiin nykyaikaisena ja nopeana palvelukanavana, mutta siihen suhtauduttiin varauksellisesti ehkä sen vuoksi, että palvelun ei koettu tällä hetkellä sujuvan kovin hyvin. Asiakkaiden vastauksista huokui pelko siitä, että chat vie nykyiseltä palvelulta resursseja, joita ei tälläkään hetkellä ehkä kohdenneta ihan oikein. Palvelun perusta ja asiakkaan luottamus pitää saada kuntoon, ennen kuin hän luottaa uuteen palveluun. Jospa chatista saadaan luotua toimiva kanava asiakaspalvelun ruuhkien purkamiseksi. Silloin kehittämisessä onnistutaan ainakin asiakkaan näkökulmasta.

Kirjallisuuden lähteistä kerätyn teorian sekä asiakastutkimuksen tulosten perusteella kerättiin lista harjoituksista, joiden avulla voidaan käydä läpi yhteiset toimintatavat chat-asiakaspalvelun onnistumiseksi sekä kerättiin huomioitavia asioita oikeanlaisen chatbotin rakentamiseksi. Asiakaspalvelun tueksi laadittiin chatin palvelumallin mukaisesti kevyt huoneentaulu (liite 3) ohjeistamaan chat-palvelun kanssa työskenteleviä asiakaspalvelijoita oikeanlaiseen chat-keskusteluun.

Uuden palvelukanavan käyttöönotossa ensisijaisen tärkeää on, että se on helposti asiakkaiden löydettävissä. Niinpä chat-palvelun markkinointia varten laadittiin animoitu mainos (liite 2), jossa puhekuplat ilmestyvät chat-keskustelulle tyyppilliseen tapaan näytölle ja kertovat IT Helpdeskin palvelevan nyt myös chatissa. Mainos toteutettiin TAMKin tietohallinnon toiveiden pohjalta ja sen värimaailma on valittu harkitusti korkeakouluyhteisön viestinnässä käytettävästä värikartasta. Mainos on aktivoitu pyörimään korkeakouluyhteisön kampusten tiedotemonitoreihin palvelun käyttöönoton yhteydessä, syksyllä 2019. Sen avulla toivotaan koko korkeakouluyhteisön löytävän uuden palvelun äärelle.

Asiakaspalvelu muuttaa muotoaan nyt nopeammin kuin koskaan. Tekoäly ja erilaiset koneet ovat tulleet jäädäkseen osaksi arkeamme ja niitä opetetaan koko ajan toimimaan ihmisen tukena rutiininomaisissa, automatisoiduissa ja teknisissä tehtävissä. Asiakaspalvelijoiden haasteena onkin pysyä mukana muutoksessa ja ottaa robotit mukaan asiakkaiden auttamiseen, jotta ihmiselle jää aikaa siihen, mihin koneet eivät ainakaan vielä pysty; kuten empaattiseen, hymyilevään ja vuorovaikutteiseen asiakaspalveluun. Asiakaspalvelun virtuaaliset avustajat tulevat muuttamaan palvelukulttuuriamme tulevaisuudessa entisestään, mutta ainakin vielä tällä hetkellä Tampereen korkeakouluyhteisön jäsenten toive asiakaspalvelussa on se, että ihminen ratkaisee.

LÄHTEET

Ahvenainen, P. & Gylling J. & Leino S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus. Helsinki: Kauppa-kamari.

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.

Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017a. Chat –menestyksessään yrityksen palvelukanava. Ladattava opas. Tilattavana sähköisesti. Luettu 10.5.2019 <https://www.telia.fi/yrityksille/tuotteet/toimisto/asiakaspalvelu-ja-puhelinvaihte/kon-takti-xl/chat-opas>

Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017b. Chat-kanavan perustajan opas. Ladattava opas. Tilattavana sähköisesti. Luettu 10.5.2019. <https://www.telia.fi/yrityksille/tuotteet/toimisto/asiakaspalvelu-ja-puhelinvaihte/kontakti-xl/chat-opas>

Angervo, T. & Wenäläinen, I. 2017c. Chat-palvelun kehittäjän opas. Ladattava opas. Tilattavana sähköisesti. Luettu 11.5.2019. <https://www.telia.fi/yrityksille/tuotteet/toimisto/asiakaspalvelu-ja-puhelinvaihte/kontakti-xl/chat-opas>

Aurinkomatkat 2019. www.aurinkomatkat.fi

Digikaappaus 2019. <https://www.digikaappaus.fi/asiakaspalvelu-ja-digitalisaatio/>

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus – Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo.

Finnair 2019. www.finnair.fi

Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. Digiajan asiakaskokemus. Helsinki: Alma Talent.

Komulainen, M. 2018. Menesty digimarkkinoilla. Helsinki: Kauppakamari.

Kortesuo, K & Patjas, L-M. 2011. Kuka vastaa? Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa. Kuopio: Suomen Graafiset Palvelut Oy.

Kortesuo, K. 2010. Sano se someksi. Vantaa: Hansaprint Oy.

Leppänen, H. 2018. Emojeilla on nyt oma päivänsä –ja ne ovat jo muuttaneet tapaamme viestiä. <https://kaikuhelsinki.fi/blogi/emojeilla-on-nyt-oma-paivansa/>

Lundberg, T. 2002. Palvele, vaikuta ja menesty! Asiakaspalvelun ABC. Jyväskylä; Gummerus Kirjapaino Oy.

Mitchell, J. 2009. Hug Your Customers. United Kingdom: Penguin Group.

Parviainen, T. 2018. Paremmiin sanottu kuin tehty. Helsinki: Kauppakamari.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. Mitä laadullinen tutkimus on: lyhyt oppimäärä. Luettu 8/2019. https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1_2.html

Salo, A. IT-suunnittelija. 2019. Haastattelu TAMKissa 7.5.2019. Haastattelija Maarit Koivisto. Tampere.

Talentree 2018. Digitalisaation pikakurssi. <https://talentree.fi/blogi/digitalisaation-pikakurssi/>

Tampereen korkeakouluuyhteisö, Tuni 2019. www.tuni.fi

Tilastokeskus 2018. Internetin käyttö ja käytön useus 2018, %-osuus väestöstä. http://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_tau_009_fi.html

Tulos. Kaikkiällä kaiken aikaa: Näin panostat monikanavaiseen asiakaskokemukseen. <https://www.tulos.fi/artikkelit/panosta-monikanavaiseen-asiakaskokemukseen/>

LIITTEET

Liite 1. Tutkimuksen kyselylomake

1(4)

Millaista palvelua odotat IT Helpdeskiltä?

Tampereen korkeakouluuyhteisön IT Helpdesk ottaa syksyllä 2019 käyttöön chat-palvelukanavan asiakaspalvelun tehostamiseksi ja monipuolistamiseksi. IT Helpdesk palvelee Tampereen korkeakouluuyhteisön opiskelijoita ja henkilöstöä tietoteknisten ongelmien ratkaisemiseksi sekä vikatilanteissa opastaen.

Tällä kyselyllä on tarkoitus kartoittaa asiakkaiden tarpeita sekä toiveita palvelun laadun varmistamiseksi. Kysely on tarkoitettu Tampereen korkeakouluuyhteisön opiskelijoille ja henkilöstölle.

Tutkimus on osa opinnäytetyötä, jonka toimeksiantajana on Tampereen ammattikorkeakoulun tietohallinto. Kysely toteutetaan anonyymisti, joten yksittäistä vastaajaa ei voida tunnistaa. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä tietoja luovuteta ulkopuolisille.

Vastaathan kysymyksiin mahdollisimman tarkasti.
Vastaaminen vie aikaa noin 10 minuuttia ja sillä pääset vaikuttamaan palvelumme kehittämiseen.

Kiitos, kun autat meitä palvelemaan entistäkin paremmin.

Ystävällisin terveisin,
Maarit Koivisto
Liiketalouden opiskelija
Tampereen ammattikorkeakoulu
maarit.koivisto@tuni.fi

* Pakollinen

1. Roolisi korkeakouluuyhteisössä? *

- opiskelija
- henkilöstö
- molemmat

2. Korkeakoulu, jossa opiskelet / työskentelet: *

- Tampereen ammattikorkeakoulu
- Tampereen yliopisto
- Opiskelen TAMKissa, työskentelen Tampereen yliopistossa.
- Opiskelen Tampereen yliopistossa, työskentelen TAMKissa.

3. Sukupuoli: *

- nainen
- mies
- muu
- en halua vastata

4. Ikä: *

- 19-22
- 23-33
- 34-43
- 44-55
- 56+
- en halua vastata

5. IT Helpdesk palvelee arkisin klo 8.00-17.00. (Opetuksen ulkopuolella ma-pe klo 8.00-15.00.)
Koetko tarvitsevasi palvelua muina aikoina? (Voit valita useamman vaihtoehdon.) *

- arkisin klo 17-22
- lauantaina klo 8-16
- lauantaina klo 16-22
- sunnuntaina klo 8-16
- sunnuntaina klo 16-22
- yöaikaan klo 22-08
- chat-robotti 24/7
- nykyiset palveluajat ovat riittävät
-

3(4)

6. Asioisitko mieluiten IT Helpdeskin kanssa: (Voit valita useamman vaihtoehdon.) *

- puhelimitse
- sähköpostitse
- palvelupisteellä
- chatin kautta
- itsepalveluportaalissa
-

7. Mistä toivoisit IT Helpdeskin chat-palvelun löytyvän? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- Tampereen korkeakoulu yhteisön intranet
- Moodle / Tabula
- Opiskelijan työpöytä / Pakki
- Tuudo
- Korkeakoulu yhteisön verkkosivut
- Mobiilisovellus
-

8. Asteikolla 1-5, kuinka todennäköisesti käyttäisit IT Helpdeskin CHATTIÄ palvelukanavana ongelmatilanteessa?

(1 = en käyttäisi, 5 = varmasti käyttäisin) *

- 1 2 3 4 5

9. Asteikolla 1-5, kuinka todennäköisesti käyttäisit IT Helpdeskin CHAT-ROBOTTIA ongelmatilanteessa?

(1 = en käyttäisi, 5 = varmasti käyttäisin) *

- 1 2 3 4 5

10. Mikä sinulle on tärkeintä IT Helpdeskin asiakaspalvelussa? *

Kirjoita vastaus

11. Mielikuvasi / kokemuksesi chat-palvelusta ja/tai chat-roboteista?

Kirjoita vastaus

12. Kehitysideoita / palautetta / toiveita IT Helpdeskin tulevaan chat-palveluun liittyen?

Kirjoita vastaus

Lähetä

Liite 2. Chat-palvelun mainos

 Tampereen yliopisto
Tampereen ammattikorkeakoulu

**Tarvitsetko apua
tietokoneen kanssa?
Onko tulostin jumissa?
Unohtuiko salasana?**

**IT Helpdesk palvelee
nyt myös chatissa.**

**Chatin löydät osoitteesta:
tuni.fi/it-palvelut.**

CHAT-ASIAKASPALVELIJAN HUONEENTAULU

- 1. ALOITA VAHVASTI ja YSTÄVÄLLISESTI**
 - Toivota asiakas tervetulleeksi
 - Muista positiivinen asenne
- 2. KUUNTELE ja YMMÄRRÄ**
 - Tutustu asiakkaan ongelmaan
 - Kysy tarkentavia kysymyksiä
- 3. RATKAISE ASIANTUNTEVASTI**
 - Tarjoa ratkaisua asiakkaan ongelmaan
 - Anna ohjeita ymmärrettävästi
- 4. VARMISTA ja OPASTA**
 - Varmista, että asiakas on tyytyväinen
 - Huolehdi jatkotoimenpiteistä
- 5. LOPETA KOHTELIAASTI**
 - Kiitä asiakasta keskustelusta