

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutusohjelma

2021

Elina Kaarrela

**CHAT-ASIAKASPALVELUSSA  
TARVITTAVAN  
OPETUSMATERIAALIN  
LAATIMINEN SALON SEUDUN  
AMMATTIOPISTOLLE**

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalouden koulutusohjelma

2021 | 33 sivua, 54 liitesivua

Elina Kaarrela

# CHAT-ASIAKASPALVELUSSA TARVITTAVAN OPETUSMATERIAALIN LAATIMINEN SALON SEUDUN AMMATTIOPISTOLLE

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli laatia opetusmateriaalia chat-asiakaspalvelutyön opetukseen Salon seudun ammattiopistolle. Opetusmateriaalin laatimista varten tutustuttiin kirjallisuuteen ja aiheeseen liittyviin verkkosivustoihin. Aineiston vähyyden ja jo vanhentuneen kirjallisen aineiston vuoksi päädyttiin tekemään aiheesta haastattelu ja kaksi kyselyä.

Tätä työtä varten tehdyistä selvityksistä kävi ilmi, miten ja minkäläisten asioiden hoitamiseen asiakkaat käyttivät chattia ja mitä he asiakaspalvelijalta chatissa odottivat. Yrityksille tehdyistä kyselyistä saatiin tietoa siitä, minkälaisia ominaisuuksia he chat-asiakaspalvelijoilta odottivat ja mitä taitoja ammattiopistossa tulisi tuleville chat-asiakaspalvelijoille opettaa.

Kirjallisuustutkimuksen ja selvityksistä saadun aineiston sekä tekijän kokemuksen perusteella laadittiin opetusmateriaali, jota voi hyödyntää sekä lähi- että etäopetuksessa. Opetusmateriaaliin sisältyy PowerPoint-dioja ja niihin liittyviä tehtäviä kahta oppituntia varten. Pilottiopetuksesta saadun palautteen perusteella todettiin tehtävät asianmukaisiksi ja innovatiivisiksi sekä opetuksen sisältöä tukeviksi. Opetusmateriaali todettiin opetuskäyttöön soveltuvaksi ja sopivan pituiseksi.

Opetusmateriaali otettiin sellaisenaan käyttöön lähi- ja monimuoto-opetuksessa. Tulevaisuudessa sen säännöllisestä päivityksestä tulee huolehtia chat-ohjelmistojen nopean kehityksen takia.

## ASIASANAT:

Chat, asiakaspalvelu, opetusmateriaali, Salon seudun ammattiopisto

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business

Elina Kaarrela

## DESIGNING TRAINING MATERIAL FOR THE NEEDS OF CHAT CUSTOMER SERVICE IN SALO REGION VOCATIONAL COLLEGE

The goal of this thesis was to design training material for the educational use of chat customer service to the commissioner Salo Region Vocational College. Related literature and data were studied for the preparation of the training material. Due to the limited data resources and outdated written material also an interview and two surveys were made.

The studies carried out for this work show how and for which needs the customers use the chatroom and what they expect from the customer service provider in the chat. Data was collected from companies on what types of features they expect from chat customer service attendants and what skills a vocational college should teach for the future chat customer service personnel.

Based on the literature research, the materials and the author's experience, training material was prepared to be utilized in both onsite and online teaching. The teaching material includes PowerPoint slides and related tasks for two lessons. According to the feedback the teaching material and its length are suitable for educational use. The tasks are found appropriate and innovative, and they support the content of the teaching.

Training material was introduced as such in onsite and online teaching. The teaching material needs to be upgraded in the future when chat-software features change and develop.

### KEYWORDS:

Chat, customer service, training material

## SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 OPETUSMATERIAALIN TARVE JA SUUNNITTELU</b>	<b>8</b>
2.1 Chat-asiakaspalvelun opetusmateriaalin tarve	8
2.2 Asiakaspalvelun rooli asiakaskokemuksen luomisessa	9
2.3 Digitaalinen asiakaskokemus ja asiakaspalvelu	10
2.4 Chat-keskusteluikkunakonsepti asiakaspalvelukanavana	12
2.5 ePerusteet ja pedagogiikka	16
<b>3 SELVITYSTEN TEKEMINEN</b>	<b>18</b>
3.1 Osallistuva havainnointi, haastattelu ja kysely	18
3.2 Selvitysten tulokset	21
3.3 Aineiston määrä ja laatu	22
<b>4 OPETUSMATERIAALIN ESITTELY</b>	<b>24</b>
4.1 Opetusmateriaalin laatiminen	24
4.2 Opetusmateriaalin sisältö	25
4.3 Opetusmateriaalin kuvailu	26
<b>5 ARVIO TYÖN TOTEUTTAMISESTA</b>	<b>33</b>
5.1 Palaute	33
<b>6 OPPIMATERIAALIN KÄYTTÖ</b>	<b>35</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>37</b>

## LIITTEET

- Liite 1. Vakka-Suomen Puhelimen Irina Tavion haastattelu
- Liite 2. Hawraman shopin haastattelu
- Liite 3. Nimeämättömien yritysten haastattelut
- Liite 4. Saatekirje
- Liite 5. Yrityskysely
- Liite 6. Asiakaskysely
- Liite 7. Videolinkki
- Liite 8. Opetusmateriaali chat-asiakaspalvelusta

# KUVAT

Kuva 1 FinnChatin kaavio verkkokaupan ongelmiin törmänneiden asiakkaiden reaktioista .....	14
Kuva 2 Asiakkaiden ostokäyttäytymisvertailu .....	15
Kuva 3 Opetusmateriaali dia 1 .....	27
Kuva 4 Opetusmateriaali dia 2 .....	28
Kuva 5 Opetusmateriaali dia 3 .....	28
Kuva 6 Opetusmateriaali dia 4 .....	29
Kuva 7 Opetusmateriaali dia 5 .....	30
Kuva 8 Opetusmateriaali dia 6 .....	31
Kuva 9 Opetusmateriaali dia 7 .....	32

# 1 JOHDANTO

Korona on kasvattanut suomalaisten yritysten halua avata verkkokauppoja. Myös aiempi digitalisaation kehitys on muuttanut ostokäyttäytymistä mikä näkyy verkkokauppaostosten suosion kasvamisena. Asiakaspalvelu on siirtynyt osittain verkkoon moneen eri kanavaan. Verkkokauppojen kasvun myötä myös chat on yleistynyt asiakaspalvelukanavana. Chat on luonteeltaan erilainen asiakaspalvelukanava kuin perinteiset, esimerkiksi sähköpostitse ja puhelimitse, tapahtuva asiakaspalvelu. Chat-asiakaspalvelijan tulisi olla nopea ja asiantunteva myyjä ja asiakkaan apu verkkokaupassa ja yritysten sivuilla. Selvitysten mukaan asiakkaat kaipaavat verkkokaupassa asioidessaan oikean ihmisen apua tuotteiden suositelussa ja oikeiden tuotteiden valinnassa. Tähän koneet eivät asiakkaiden mukaan vielä pysty. Sähköisesti tapahtuvaa perinteistä asiakaspalvelua opetetaan merkonomikoulutuksessa ammattioppilaitoksissa, mutta varsinaista chat-asiakaspalvelun opetusta ei vielä ole.

Chat-asiakaspalvelusta ei ole olemassa opetusmateriaalia ja sitä käsitellään kirjallisuudessa vähän. Tässä opinnäytetyössä chat-asiakaspalvelua lähestytään chat-palveluun tutustumisella ja asiakaspalvelun teorian kautta. Lähteinä on käytetty muun muassa FinnChatin tutkimusta chat palvelun vaikutuksesta verkkokaupan myyntiin ja asiakaskokemukseen ja Belinda Gertin ja Sanna Eskelisen teosta Digiajan asiakaskokemus: oppia kansainvälisiltä huipuilta. Lisäksi katsotaan tarpeelliseksi tehdä haastatteluja ja kyselyjä, jotta saadaan ajantasaista aineistoa opetusmateriaalin laatimista varten. Opetusmateriaalin tekeminen edellyttää myös opetus- ja kulttuuriministeriön alaisen opetushallituksen laatimiin ePerusteisiin sekä pedagogiikkaan perehtymisen. ePerusteet ja pedagogiikka ovat tulleet työn tekijälle tutuiksi myös kasvatustieteiden opiskelun kautta.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Salon seudun ammattiopisto. Salon seudun ammattiopisto kuuluu osana Salon seudun koulutuskuntayhtymään yhdessä Kemiönsaaren, Koski TL:n, Paimion, Sauvon ja Someron ammatillisten oppilaitosten kanssa. Salossa ammattiopistolla on kaksi toimipistettä sekä toimintaa tilaajayritysten omissa tiloissa. Salon seudun ammattiopistossa opiskelee vuosittain noin 4500 opiskelijaa, joista tänä vuonna 3500 suorittaa tutkintoa. Ammattiopistossa voi suorittaa perustutkintoja, ammatti- ja erikoisammattitutkintoja 21 eri koulutuslallalla sekä erilaisia täydennyskoulutuksia räätälöitynä opiskelijan ja työpaikan tarpeisiin. Ammattiopisto toteuttaa koulutuksia myös yritysten erityisiin tarpeisiin räätälöitynä. Vuosittain ammattiopistossa opiskelee

noin 4500 nuorta ja aikuista 21 eri koulutusalaan. Henkilöstöä ammattiopistossa on noin 200. (Salon seudun koulutuskuntayhtymä 2019.)

Ammattiopistossa on liiketalouden linja, jossa voi opiskella liiketoiminnan perustutkintoa ja valmistua merkonomiksi. Linjalla voi opiskella päiväopetuksessa sekä monimuoto-opetuksessa. Päiväopiskelijat ovat usein peruskoulusta tai lukiosta valmistuneita, kun taas monimuoto-opiskelijat ovat työssäkäyviä tai täydennyskoulutettavia. Opiskelija pystyy rakentamaan koulutuksensa linjan painotuksen sekä valinnaisten opintojen avulla. Valmistuttuaan opiskelija voi työskennellä myynnin, kaupan, talouden, hallinnon ja toimistopalveluiden tehtävissä samoin kuin julkishallinnossa, pankeissa ja vakuutusyhtiöissä. Liiketalouden linjalla työskentelee 12 henkilöä opetus- ja ohjaustehtävissä. (Salon seudun koulutuskuntayhtymä 2021.)

Tämä on toiminnallinen opinnäytetyö jonka tavoitteena on tuottaa opetusmateriaalia chat-asiakaspalvelun opettamista varten tilaajaorganisaation käyttöön. Salon seudun ammattiopisto tarjoaa yhteistyökumppaneidensa kontaktilistan tutkimuskäyttöön tarvittavan kyselyn tekemiseen sekä oppilaitoksen PowerPoint-pohjan opetusmateriaalin laatimiseen. Kyselyssä kartoitetaan muitakin asioita kuin tämän työn kannalta olennaisia asioita. Nämä asiat ja yritysten yhteystiedot on jätetty pois tästä opinnäytetyöstä.

Oppimateriaalin valmistukselle asetetaan aikataulu. Oppimateriaalin laajuudeksi määritellään materiaalin tarve yhdelle oppitunnille.

Tämä opinnäytetyö koostuu viidestä luvusta, joista ensimmäisessä luvussa käydään läpi opetusmateriaalin tarve ja sen laatimiseen tarvittavat toimenpiteet. Toisessa luvussa työn pohjaksi tehdään kartoitus digitaalisesta asiakaskokemuksesta, asiakaspalvelusta ja chat-palvelusta kirjallisuudesta ja digitaalisesta aineistosta sekä tutkimuksia. Tutkimusmenetelminä käytetään osallistuvaa havainnointia, haastatteluja ja kyselytutkimuksia. Näiden tutkimusten tuloksista saadaan riittävästi tietoa opetusmateriaalin laatimista varten.

Kolmannessa luvussa kuvaillaan opetusmateriaalin laatimista, sen sisältöä ja lopuksi kuvaillaan opetusmateriaali ja annetaan vinkkejä sen käyttämisen opetuksessa. neljännessä luvussa arvioidaan työn toteutuminen ja esitellään tilaajaorganisaation arvio työstä. Viides luku esittelee ehdotuksia oppimateriaalin tulevaisuudesta ja chat-asiakaspalvelun muista opetusmahdollisuuksista Salon seudun ammattiopiston opetustarjonnassa.

## 2 OPETUSMATERIAALIN TARVE JA SUUNNITTELU

Tarve chat-opetusmateriaalille tuli esiin syksyllä 2020 Korona-pandemian vauhdittaessa uusien verkkokauppojen syntymistä. Kaupankäynti siirtyi monella alalla yhä enemmän verkkoon ja siellä tapahtuvan asiakaspalvelutyön merkitys kasvoi. Myös opetuksessa siirryttiin etäopetukseen. Etäopetuksesta saatujen hyvien kokemusten takia opettajat arvioivat sitä käytettävän tulevaisuudessakin yhtenä osana opetusta aiempaa enemmän. Chat-opetusmateriaalilta odotettiin runkoa chat-asiakaspalvelun erityispiirteiden opettamiseen ja muuntautumiskykyä lähi- ja etäopetukseen.

### 2.1 Chat-asiakaspalvelun opetusmateriaalin tarve

Solon seudun ammattiopiston opettaja kertoo opetukseen liittyvistä tulevaisuuden haasteista seuraavaa: ”Asiakkaan ostopolku käynnistyy digitaalisesti yhä enenevässä määrin nyt ja lähitulevaisuudessa. Nuorille sähköisten asiakaspalvelukanavien käyttäminen on jo arkipäivää. Organisaatioiden on siis pystyttävä monikanavaistamaan palveluaan asiakkaille. Tulevaisuudessa myös muut sähköiset asiakaspalvelukanavat (mm. Facebook) tulee huomioida asiakkaiden ostopolun helpottamisessa.” (Jaana Nyström 2.2.2021)

Chat-asiakaspalvelua ei ollut ennen opetettu Salon seudun ammattiopiston liiketalouden opintojaksoilla, eikä opetusmateriaalia chat-asiakaspalvelun opettamiseen ollut. Salon seudun ammattiopiston opetuksessa opettajat käyttävät itse laatimiaan opetusmateriaaleja. Näiden tukena on kirjallisuudesta saatavat tiedot ja opettajien omakohtaiset kokemukset. Chat on kuitenkin muista asiakaspalvelukanavista poikkeava palvelukanava ja siksi erityistä opetusmateriaalia sitä varten kaivattiin. Opettajilla ei myöskään ollut oma-kohtaista kokemusta chat-asiakaspalvelussa työskentelemisestä.

Varsinaisesta chatissa toimimisesta asiakaspalvelijan roolissa on valmista aineistoa vähän tai se on jo vanhaa. Digitaalinen maailma muuttuu nopeasti ja jo kahden vuoden takaiset materiaalit saattavat olla vanhentuneita. Aiheeseen perehdyttiin tarkemmin tutkimuksen kautta. Chat-asiakaspalvelusta haluttiin tietää miten sitä tehdään ja mitä yritykset ja asiakkaat chat-asiakaspalvelijalta odottavat.



Opetuksen kohderyhmänä ovat sekä ammattiopiston päiväopiskelijat että monimuoto-opiskelijat. Opiskelijoiden ikähaitari on siis suuri ja näin ollen myös opiskelijoiden aikaisemmat kokemukset ja tiedot asiakaspalvelutyöstä ovat moninaiset. Chat-asiakaspalvelun opetusmateriaalin ei kuitenkaan ole tarkoitus olla asiakaspalvelutyön alkeiden opetusmateriaali, vaan esitellä opiskelijoille chat-kanavassa tapahtuvan asiakaspalvelun erityispiirteitä ja kiinnittää huomiota siihen, että chatissa asiakaspalvelua hoidetaan samoin peruseriaattein, kuin muissakin asiakaspalvelukanavissa.

Selvitys aloitettiin chat-asiakaspalvelutyön kartoituksella. Koska asiasta ei löytynyt tähän työhön riittävästi kirjallista tietoa, on sitä kerättävä haastattelemalla yrityksiltä, joilla on chat-asiakaspalvelukokemusta työllistäjänä ja kouluttajana. Osallistuva havainnointi tukee haastatteluja ja antaa kuvan asiakkaana olemisesta chat-asiakaspalvelutilanteissa. Tutkimus jatkui kyselytutkimuksena, kun asiasta oli saatu tarpeeksi tietoa kysymysten asettelua varten. Näin kvalitatiivista tutkimusta seuraa kvantitatiivinen menetelmä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa saimme tilastoitua, kuinka monella yrityksellä on chat-palvelu käytössä ja kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymykseen millaista opetusta koulun tulisi antaa opiskelijoille. Kumpikaan tutkimus ei kuitenkaan ollut pelkästään kvantitatiivinen tai kvalitatiivinen vaan sijoittuivat niiden välimaastoon.

Chat-asiakaspalveluun liittyvien tietojen lisäksi tarvittiin tietoa koulutuksen suunnittelun pohjalla olevista asioista. ePerusteet on opetushallituksen palvelu, josta löytyvät opetus-suunnitelmien, tutkintojen ja koulutusten perusteet varhaiskasvatuksesta toiselle asteelle. Myös pedagoginen näkökulma tuli ottaa huomioon opetusmateriaalia laadittaessa.

## 2.2 Asiakaspalvelun rooli asiakaskokemuksen luomisessa

Kokonaisvaltainen asiakaskokemus koostuu digitaalisesta ja fyysisestä asiakaspalvelijan kohtaamisesta sekä brändistä (Ahvenainen ym. 2017, 34). Korona-aikana digitaalisessa ympäristössä tapahtuva asiakaspalvelijan kohtaaminen on korostunut, sillä verkko-kaupan osuus on kasvanut kuluttajamyynnissä. Koska aito asiakaslähtöisyys on merkityksellinen asia yritysten toiminnassa ja tärkeä kilpailutekijä, on asiakaspalvelijan rooli nykypäivänä digikanavissa erityisen merkittävä (Aarnikoivu 2005, 13). Nykyajan asiakas odottaa asiakaspalvelun vastaavan kysymykseen reaaliajassa. Asiakaspalvelun on myös oltava henkilökohtaista ja tasalaatuaista mutta silti inhimillistä (Vehkaoja 2017). Asiakas

odottaa saavansa nopeasti palvelua, jossa hänen ongelmansa ratkaistaan ammattitaitoisesti yhdellä asiointikerralla. Hyvä asiakaskokemus vaikuttaa asiakasuskollisuuteen merkittävästi. (Hyttinen 2014.) Jopa 80% asiakkaista sanoo asiakaskokemuksen olevan yhtä tärkeää kuin tuote tai palvelu. Ihmiset siirtyvät helposti toisen yrityksen asiakkaiksi paremman asiakaskokemuksen takia. (Kohonen 2018.)

Asiakaspalvelijan tärkeitä ominaisuuksia ovat kuuntelu- ja kommunikointitaidot, positiivisuus, rauhallisuus ja empatiakyky (Julie 2021). Digitaalisessa asiakaspalvelussa näiden taitojen hallitseminen korostuu, sillä kirjoitetussa, nopeassa kommunikoinnissa ei ole mahdollista lukea asiakkaan kehonkieltä tai omalla kehonkielellä korostaa sanomaansa. Inhimilliset kohtaamiset ovat erityisen tärkeitä nyt, kun niiden määrä on rajallinen.

### 2.3 Digitaalinen asiakaskokemus ja asiakaspalvelu

Koronan kiihdyttämä verkkokauppa-asiointi kasvoi esimerkiksi Keskoissa parhaimmillaan 800% vuoden 2020 alussa (Kesko 2020). Verkkokauppiasta 87% uskoi asiakkaiden suosivan koronan aikana kotimaisuutta myös verkkokauppaostoksissaan, kerrotaan Vilkkään tekemässä tutkimuksessa (Korkiakoski 2020). Verkkokauppa nähdään nyt merkittävänä osana liiketoimintaa ja useille yrityksille digiloikka oli pakon sanelema keino pysyä hengissä koronan vähentäessä asiointia kivijalkaliikkeissä (Business Finland 2020).

Digitalisaatio on tuonut asiakaspalveluun ja asiakaskokemukseen suuria muutoksia jo ennen koronaa. Asiakkaiden ostokäyttäytyminen ja odotukset palvelusta ovat kehittyneet nopeasti. Monet alat, esimerkiksi musiikkibisnes ovat muuttaneet ansaintamallinsa kokonaan ja suuri osa yrityksistä osittain. Asiakaspalvelun ja asiakaskokemuksen kehittämisen piiriin kuuluvat nykyään eri kommunikointikanavat. (Gerdt & Eskelinen 2018, 13-14.)

Asiakaskokemuksen tulee olla mahdollisimman vaivaton. Tätä auttaa proaktiivinen asiakaspalvelu, joka tunnistaa ja hoitaa ongelmat, ennen kuin niitä ilmenee. Nämä prosessit ovat asiakkaalle näkymättömiä, mutta siitä on tulossa uusi odotusarvo. Palvelu ei tapahdu enää reaktiivisesti asiakaspalvelutilanteessa. Aiemman vuorovaikutuksen toisen ihmisen kanssa asiakaspalvelutilanteissa korvaa tulevaisuudessa osittain teknologiaavusteiset toiminnot. Virtuaalinen asiakaspalvelija voi vastata nopeammin, tasalaatuisemmin ja yksilöllisemmin. (Gerdt & Eskelinen 2018, 25-27.)

Digitalisoituminen vei puhelimelta aseman pääsiallisena sähköisenä asiakaspalvelun kanavana. Sosiaalinen media nousi nopeasti suosituksi kanavaksi. Puhelin oli nopea, vastauksen sai heti. Jatkossakaan asiakas ei halua odottaa vastausta, vaan se on saatava nopeasti. Chat on nopea kanava, jossa chattibotin vastaukset ovat lähes välittömiä ja yhdessä asiakaspalvelijoiden kanssa ne muodostavat tehokkaan tiimin. (Gerdt & Eskelinen 2018, 25)

Digiajan asiakaskokemuksen kehittäminen kohdistuu palvelun nopeuteen, personointiin ja käyttäjäystävällisyyteen, jotka toimivat hyvin rakennetussa teknologiaympäristössä. Nopeutta ovat esimerkiksi tuotteiden toimitus ja nopea vastaus kysymykseen. Personointia on myös henkilökohtaiselta tuntuva asiakaspalvelu. Verkkosivujen käytön ja maksamisen helppous ovat käyttäjäystävällisyyttä. (Gerdt & Eskelinen 2018, 56-59.)

Asiakaskokemus syntyy asiakkaan ja yrityksen välisen vuorovaikutuksen tuloksena. Digitalisaation myötä asiakkaan ostopolut ja kontaktipisteet ovat muuttuneet. Asiakkaan palvelupolku voi olla nykyisin monivaiheinen sillä se voi kulkea tarpeen mukaan markkinoinnin, myynnin ja asiakaspalvelun välillä. On tärkeää tietää missä vaiheissa ja kanavissa asiakas haluaa olla vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa. On pohdittava missä pisteissä asiakas kaippaa ja olettaa saavansa apua. He haluavat tulla palveluiksi siellä missä ovat. (Korkiakoski & Gerdt 2016, luku 1.)

Asiakaskokemuksen rakentaminen ei lopu koskaan. Asiakkaiden odotukset ja maailma muuttuu, tällöin myös asiakaskokemuksen rakentaminen on jatkuva prosessi. Asiakaspalvelu on vastaamista asiakkaan odotuksiin. Koska asiakaskokemus on aina subjektiivinen asia, tulee asiakaskokemuksen rakentajalla olla herkkyyttä tulkita asiakasta ja taitoa asettua toisen asemaan. (Korkiakoski & Gerdt 2016, luku 3.)

Asiakkaan tarpeiden ymmärtäminen, täyttäminen ja ylittäminen ovat asiakaspalvelua ja asiakaskokemuksen rakennusaineita. Digitalisaation ansiosta yrityksillä on tehokkaammat, nopeammat ja monipuolisemmat keinot onnistua tässä. Verkkokaupassa asiakaspalvelun yhdistäminen ostoprosessiin pikaviestipalvelulla on lisännyt tutkitusti liikevaihtoa. (Korkiakoski & Gerdt 2016, luku 4.)

Vännisen tekemän tutkimuksen mukaan asiakaspalvelijat kokivat chatin olevan yksi toimipiste yrityksen muiden toimipisteiden rinnalla. Vastausten etsimiseen kysymyksiin vei aikaa ja toi stressiä, sillä nopea vastaus on chatin ominaispiirre. Keskustelun päättämisenkin oli joskus hankalaa ja tähän kaivattiin standardeja. (Vänninen 2016, 28-30.)

Sosiaalisessa mediassa asiakaspalvelijakin voi olla tuttu. Asiakaspalvelijaan on voinut tutustua kivijalkaliikkeessä tai hänen kanssaan on voinut asioida puhelimesta. Ihmisen on helpompi ostaa tutulta kuin vieraalta. (Koivumäki & Korteso 2019, 21.) Tästä syystä asiakaspalvelijan nimeä käytetään usein chattiruudussa ja asiakaspalvelijan kuvaa kaivataan näkyville chatissakin. (Vänninen 2016, 33.)

#### 2.4 Chat-keskusteluikkunakonsepti asiakaspalvelukanavana

Chat-palvelu on yrityksen kotisivujen, nettikaupan tai valtion ja kunnan tarjoamien palvelujen nettisivujen yhteydessä toimiva, ruudun reunaan tuleva keskusteluikkuna, jonka avulla asiakas saa nopeasti vastauksen senhetkisiin ongelmiinsa.

Keskusteluikkunakonsepti antaa asiakkaalle mahdollisuuden matalan kynnyksen yhteydenottoon yritysten ja erilaisten toimijatahojen kanssa. Nettisivulle ilmestyvän keskusteluikkunan avulla voi nopeasti saada vastauksen mietityttävään kysymykseen. Ikkunan voi myös jättää huomiotta. Tämä on yhdistelmä itsenäistä asioiden hoitoa ja hyvää asiakaspalvelua. Perusviestintätehtäviä hoitaa usein myös chattibotti eli robotti, joka osaa esittää kysymyksiä ja vastata asiakkaan peruskysymyksiin. Chat-asiakaspalvelua voidaan hoitaa joko pelkästään ihmis- tai robottityönä tai näiden yhdistelmänä. Keskustelu voi siis siirtyä tarvittaessa ihmisen hoidettavaksi robotin osaamisen loppuessa. (Saviluoto 2017, 19.)

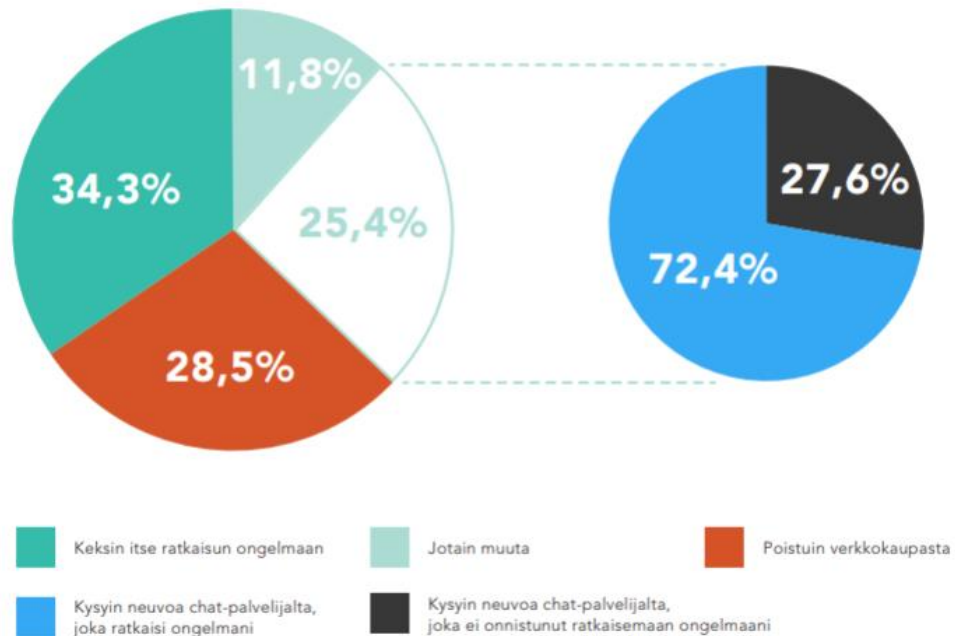
Verkkokauppa mielletään palveluksi, jossa asiakas itsenäisesti hoitaa ostostapahtuman, eikä hänellä ole tarvetta asiakaspalvelijalle. Asiakaspalvelijaa kuitenkin kaivataan monissa verkkokaupan toiminnoissa. Erilaiset asiakkaat kohtaavat erilaisia ongelmia asioidessaan verkkokaupassa. Kaikkia ongelmakohtia ei pysty ennakoimaan kaikkien ihmisten osalta. Tässä chat-asiakaspalvelu on nopea tapa ratkaista asiakkaan ongelmat ja saattaa asiointi loppuun asti. (FinnChat 2015, 6.)

Chat-palvelun etuihin kuuluu se, että siitä jää kirjallinen dokumentti, toisin kuin esimerkiksi puhelusta. Asiaan voidaan siis myöhemmin palata ja näin tarkistaa asioita. Hyvä asiakaspalvelija voi chatissa hoitaa samanaikaisesti monien asiakkaiden keskusteluja. Kun toinen asiakas pohtii ja kirjoittaa, voi asiakaspalvelija kirjoittaa vastaustaan toiselle asiakkaalle. Valmiita vastauksia voi myös tallentaa vakiovastauspankkiin. Näin voidaan nopeasti vastata pitkälläkin tekstillä asiakkaiden usein esittämiin kysymyksiin. Jos keskustelussa jää asioita ymmärtämättä, voi niitä täsmentää nopeasti. Tämä on suuri etu

sähköpostiin verrattuna. Puheluun vastaaminen saattaa kestää ja chatissa asiakas pääseekin esittämään kysymyksensä heti. Kun ruuhka helpottaa, asiakas saa nopeasti vastauksen. Myös asiakaspalvelija voi käyttää asiakkaan miettiessä aikansa hyödyllisesti toisten työtehtävien parissa, chat ilmoittaa kyllä, kun asiakkaalta saapuu viesti. (Korteso 2009, 57.)

Tutkimuksen mukaan asiakkaat kaipasivat chat-asiakaspalvelijan apua erityisesti lisätietojen saamiseen tuotteista, tuotteen saatavuudesta ja sopivien tuotteiden valinnassa. FinnChatin tekemän tutkimuksen mukaan 64% asiakkaista ajatteli, etteivät he olisi pystyneet tekemään ostopäätöstään ilman chat-asiakaspalvelijan apua. Samassa tutkimuksessa kävi ilmi, että 31% kyselyyn vastaajista oli kohdannut merkittävän ongelman verkkokaupassa asioidessaan ja heistä 34% onnistui itse ratkaisemaan ongelman. Kuitenkin 28% ongelmatilanteen kohdanneista poistui verkkokaupasta. Tämän takia on tärkeää, että ongelmatilanteet pystytään ratkaisemaan asiakkaan ollessa verkkokaupassa. (FinnChat 2015, 8.) Seuraavassa kaaviossa esitetään ongelmatilanteen kohdanneiden asiakkaiden toimintaa verkkokaupassa. Heistä yli 25% kysyi neuvoa chat-asiakaspalvelijalta. (Kuva 1)

31,7% vastaajista oli kohdannut ongelmatilanteen asioidessaan kyselyn verkkokaupoissa. Mitä ongelmatilanteesta seurasi? n=4377\*



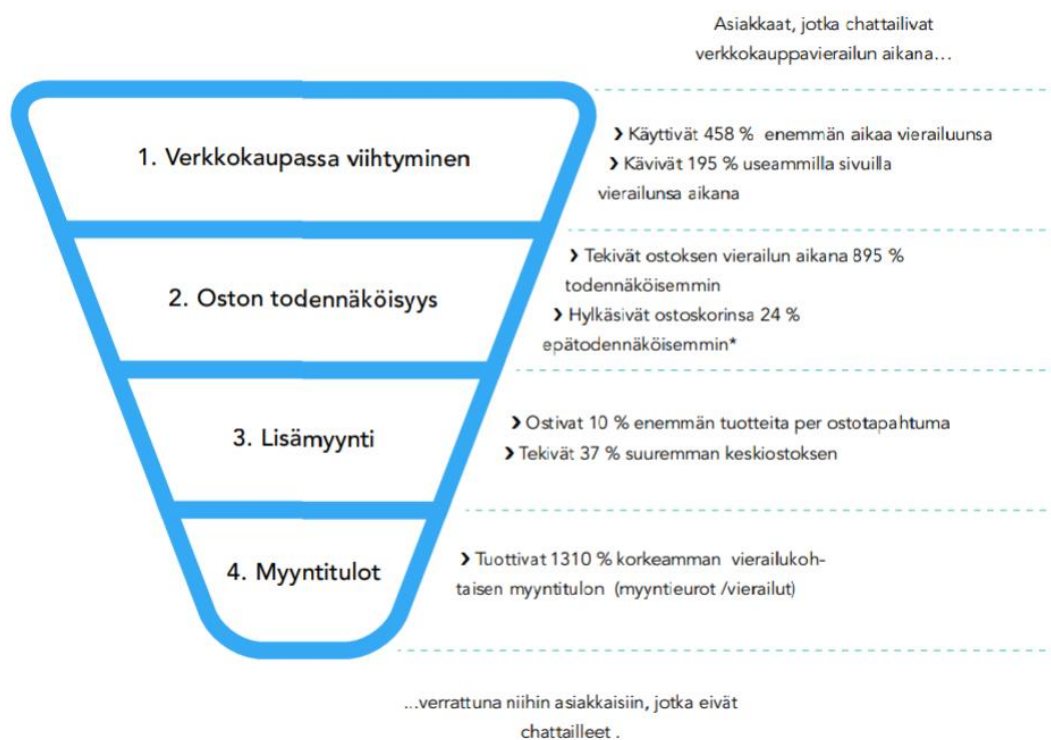
**Kuvio 3:** Asiakkaiden toiminta ongelmatilanteessa

\*tähän kysymykseen vastasivat kolmen verkkokaupan asiakkaat

Kuva 1 FinnChatin kaavio verkkokaupan ongelmiin törmänneiden asiakkaiden reaktioista

Chat-asiakaspalvelun vaikutus ostotapahtumaan voi olla merkittävä. Asiakkaat ostavat enemmän tuotteita ja kuluttavat enemmän rahaa vieraillessaan verkkokaupassa silloin kun heitä palvelee chat-asiakaspalvelija. He myös hylkäsivät ostoskorinsa harvemmin, kuin ne, jotka eivät chattiä käyttäneet. Jo pelkästään chat-mahdollisuus koettiin nostavan nettikaupan luotettavuutta ja tieto chatistä alensi poistumiskertoja kesken ostosten. (Kuva 2) Chat-palvelu antaa asiakkaalle myös vaivattoman mahdollisuuden antaa kehitysehdotuksia ja näin hän tuntee voivansa vaikuttaa verkkokaupan kehittämiseen ja että yritys on aidosti kiinnostunut asiakkaiden mielipiteistä. Tämä on hyvä sitouttamistapa, joka saa asiakkaan palaamaan verkkokaupan asiakkaaksi. (FinnChat 2015, 10-13.)

Chat-palvelulla pystytään parantamaan verkkokaupan asiakaskokemusta ja erottumaan muista verkkokaupoista. Chatin avulla pystytään luomaan asiakkaalle arvoa, jota ei pelkästään kaupasta tilatuista tuotteista tulisi. Asiakastyytyvyyden parantajana chat-asiakaspalvelu näyttäyty tärkeänä työkaluna. Asiakasuskollisuus on asiakkaan aikomus jatkaa asiointia yrityksen kanssa eikä vaihtaa asiointiaan muualle. Pitkäaikaiset asiakkaat ovat yrityksille arvokkaita. Uskolliset asiakkaat myös suosittelevat yritystä muille. Tästä syystä verkkokauppa-asiointin tulisi olla laadultaan vähintään yhtä hyvää, kuin kivijalkaliikkeenkin, jotta yhteissumma olisi korkea. (FinnChat 2015, 10.)



Kuva 2 Asiakkaiden ostokäyttäytymisvertailu

## 2.5 ePerusteet ja pedagogiikka

ePerusteet on kokoelma eri tutkintojen osien ammattitaitovaatimuksista ja niiden sisällöistä. Yksi liiketalouden perustutkinnon osista on asiakaspalvelu, joka kattaa 30 osaamispiiristä. Tämän osion arvioinnissa yhtenä osana on viestintävälineiden käyttö asiakaspalvelutilanteissa sekä asiakkaiden palvelu kirjallisesti käyttäen asiayhteyteen ja välineeseen sopivaa kieltä. Asiakaspalvelun osioon kuuluu myös viestintävälineiden käyttö organisaation ohjeiden mukaisesti sekä asiakkailta saatujen viestien välittäminen oikeille henkilöille. (Opetushallitus 2016.)

Salon seudun ammattiopiston opettajien mukaan esimerkiksi sähköpostietikettiä ja käytänteitä opetetaan tällä hetkellä liiketalouden opiskelijoille ja siihen on saatavilla opetusmateriaalia, mutta chat-asiakaspalvelua ei opeteta lainkaan, eikä siihen ole saatavana materiaalia. Esimerkiksi opetushallituksen oppimateriaalit-sivustolla tekstiilitehtaan asiakaspalvelu toimii sähköpostitse (Opetushallitus 2019). Opetusmateriaalia ja tehtäviä sähköpostin kirjoittamiseen löytyy myös esimerkiksi Kouvolan seudun ammattiopiston sivuilta (Kouvolan seudun ammattiopisto 2021).

Chat on tulevaisuudessa osa lähes kaikkien yritysten viestintää. Tästä syystä myös chatissa tapahtuvaa viestintää osana yritysten asiakaspalvelua tulisi opettaa liiketalouden perustutkinnon opetuksessa.

Joskus on vaikea tietää kenelle puhuu, kirjoittaa Risto Pelkonen artikkelissaan, Miten pidän luennon (Pelkonen 1995). Tällä hän tarkoittaa sitä, että kuulijakunta voi olla heterogeenistä vaikkapa aiheen tuntemisen suhteen. Tällöin täytyy valita keskitie ja viritetään luento siten, että suurin osa pystyy sitä seuraamaan. Opetusmateriaalia tullaan käyttämään sekä päivä- että monimuoto-opiskelijoilla, jolloin opiskelijoilla on monen tasoista taustatietoa. Tämä tuo haastetta luennon sisällön ja rakenteen suhteen.

Jouni Kekäle muistuttaa artikkelissaan Aikuiskasvatus-lehdessä, että ryhmätöistä ei ole välttämättä hyötyä, jos ne eivät stimuloi asiaan liittyvää aktiivista pohdintaa. Opiskelijoiden aktiivista ajattelua voidaan lisätä myös opettajan esittämällä kysymyksillä ja niistä syntyvillä keskusteluilla. Kekälän mukaan perinteinen luento soveltuu hyvin tiedon välittämiseen, opetusaiheeseen orientoitumiseen ja pinnallisempaan ymmärtämiseen. Jos esimerkiksi halutaan kehittää kriittistä ajattelua, muut opetusmenetelmät ovat tehokkaampia. Luento onkin tarkoituksenmukaista jaksottaa siten, että luennoinnin lomassa



on aktivoivia tehtäviä. Porinaryhmät ja muut ryhmätyöt myös saavat opiskelijoiden tarkkaavaisuuden pysymään asiassa. (Kekäle 1996, 115-121.)

Chat-asiakaspalvelu tapahtuu digitaalisessa ympäristössä. Vaikka opetus tapahtuisi luokassa lähiopetuksessa, ryhmätehtävät tulee voida tehdä sähköisesti. Tämän lisäksi voidaan tehtävät suunnitella niin, että niistä voidaan keskustella luokassa tai ryhmissä joko lähiopetuksessa että etäopetuksessa.

### 3 SELVITYSTEN TEKEMINEN

Varsinaisesta chatissa toimimisesta asiakaspalvelijan roolissa on valmista aineistoa vähän tai se on jo vanhaa. Digitaalinen maailma muuttuu nopeasti ja jo kahden vuoden takaiset materiaalit saattavat olla vanhentuneita. Opetusmateriaalin laatimiseksi perehdyttiin aiheeseen tarkemmin selvitysten kautta. Teoriaan tutustumisen jälkeen jäi avoimiksi kysymykset, miten työtä tehdään ja mitä yritykset ja asiakkaat chat-asiakaspalvelun opetukselta odottavat.

Menetelmiksi valittiin osallistuva havainnointi, haastattelu ja kysely.

#### 3.1 Osallistuva havainnointi, haastattelu ja kysely

Osallistuva havainnointia menetelmänä käytetään, kun havainnoidaan vuorovaikutusta. Menetelmä auttaa ymmärtämään toiminta- ja puhetapoja sekä rooleja. Tämä selvitys oli toiminnan aikana kohdistuvaa havainnointia, sillä etukäteen ei ollut määritelty, mitä erityistä asiaa tullaan havainnoimaan. (Valli 2018, 138-139.)

Osallistuvasta havainnoinnista ei kerätty aineistoa. Saatu tieto sisällytettiin muihin tutkimuksen aikana tulleisiin aineistoihin.

Etsittäessä tietoa chat-asiakaspalvelusta käytettiin satunnaisten yritysten chat-palvelua. Pääasiallisesti palvelu oli nopeaa ja asiakaspalvelijat osasivat vastata kysymyksiin. Osa paikoista käytti pelkästään bottia, osassa botti aloitti keskustelun ja siirsi sen myöhemmin ihmiselle. Oli myös paikkoja, joissa ihminen oli heti vastaamassa. Joillakin yrityksillä chat-ikkunassa on asiakaspalvelijan nimi ja valokuva. Tämä luo mielikuvan asiakkaan tärkeydestä yritykselle. Tätä tapaa suosittelee Hämäläinen & Patjas kirjassa *Palvelun taitajaksi*. (Hämäläinen & Patjas 2018, 101.)

Toiseksi työmenetelmäksi valittiin haastattelu, koska tutkittavasta asiasta ei ollut ennestään tarpeeksi tietoa. Ei myöskään tarkasti tiedetty, miten asioita voisi kyselyllä kartoittaa, niin että valitut kysymykset olisivat yksiselitteisiä. Haastattelussa voitaisiin myös esittää tarkentavia kysymyksiä ja täsmentää termejä. Kaikki kyselytutkimuksen vastaajista eivät tulisi olemaan alan ammattilaisia, eivätkä välttämättä ymmärtäisi kyselyn kysymyksiä. Haastattelussa kerättiin myös termejä ja niiden merkityksiä, jolloin voitaisiin laatia kyselytutkimuksen kysymykset ymmärrettävään muotoon.

Hirsjärvi & Hurmeen mukaan haastattelu sopii käytettäväksi silloin, kun kyseessä on vähemmän tunnettu, uusi asia. Näin voidaan kartoittaa asian pääkohtia ja saada esimerkkejä. Haastattelulla saadaan parempi vastausprosentti, koska haastateltavaa voi motiivoida. Lisäksi haastattelu antaa mahdollisuuden täsmennyksiin. Haastattelu on hyvä perusta kyselyn laatimiselle ja nämä menetelmät täydentävät toisiaan. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 34-37.)

Haastattelun tyyppiä valittiin teemahaastattelu. Kaikkia teemaan liittyviä asioita ei ollut selvillä ja tällä menetelmällä niitä tulisi parhaiten esiin. Haastattelussa voitaisiin kysyä lisäksi täsmennyksiä. Teemahaastattelu on eräänlainen keskustelu, jonka perusteeman ja tarkoituksen kumpikin osapuoli ymmärtää. ”Kuitenkin haastattelu eroaa yhdessä olennaisessa suhteessa keskustelusta: haastattelu tähtää informaation keräämiseen ja on siis ennalta suunniteltua päämäärähakuista toimintaa.” kirjoittaa Hirsjärvi & Hurme kirjassa Tutkimushaastattelu (2015, 42): teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Haastattelua voitaisiin kutsua myös tiedonhankintahaastatteluksi tai tutkimushaastatteluksi, sillä tämän haastattelututkimuksen tehtävänä oli ongelman ratkaiseminen saamalla lisää tietoa (Hirsjärvi & Hurme 2015, 42).

Teemahaastattelun lisäksi tehtiin lomakehaastattelu, sillä muutama yritys ilmaisi halunsa vastata kysymyksiin, mutta vain sähköpostin välityksellä. Haastattelusta tuli tässä tapauksessa enemmän kysely. Ne kuitenkin käsiteltiin haastatteluina.

Koska kysely koski vain niitä yrityksiä, jotka jo aiemminkin ovat toimineet harjoittelupaikkoina opiskelijoille, heille oli helppoa perustella, miksi selvitystä tehdään. Yrityksiä oli myös helppo informoida selvityksestä eikä tämän tiedon voida nähdä vaikuttavan vastauksiin ja näin he olivat voineet itse päättää osallistuvatko he selvitykseen tai kieltäytyvätkö he siitä. Näin toteutui informointiin perustuva suostumus. Haastatteluissa suostumusta kysyttiin heti haastateltavaa yritystä kontaktoitaessa, jolloin yrityksen edustajat olivat voineet päättää osallistumisesta.

Toinen kysely lähetettiin somekanavissa vapaamuotoisella esittelytekstillä, josta kävi ilmi kyselyn tarkoitus ja se mihin tietoja käytetään. Näin vastaaja päätti itse luvasta käyttää tietoja vastatessaan itse käyttäjäkyselyyn.

Kartoituksella saadun perustiedon lisäksi tarvittiin tarkempaa tietoa chat-asiakaspalvelijan koulutuksesta ja sen sisällöstä. Kysymykseen minkälainen ihminen soveltuu chat-asiakaspalvelijaksi eli minkälaisia ominaisuuksia hänellä tulisi olla ei kartoituksella ollut löydetty myöskään vastausta. Nämä kysymykset selvitettiin haastattelemalla johtavaa

sähköisen asiakaspalvelun yrityksen Vakka-Suomen puhelimen työntekijää. Tällaiseen haastatteluun riittää yksikin yritys, mikäli sen edustaja pystyy vastaamaan kysymyksiin kattavasti.

Teemahaastattelun teemoja olivat asiakaspalvelijan työ, koulutus ja asiakaspalvelijan ominaisuudet sekä toiveet ammattiopiston koulutuksen sisällöstä liittyen chat-asiakaspalveluun. Teemahaastattelu antoi mahdollisuuden myös hypätä kysymysten yli, mikäli haastateltava on aiempiin kysymyksiin vastatessaan jo niihin vastannut.

Haastattelusta sovittiin Vakka-Suomen puhelimen palvelupäällikön Irina Tavion kanssa Teamsiin. Vierailut VSP:n tiloissa oli koronan takia kielletty. Taviolle oli etukäteen lähetetty haastattelun aihe ja hän oli valmistautunut huolellisesti. Näin ollen haastattelijan ei tarvinnut esittää kuin muutama tarkentava kysymys. Haastattelua varten tehtiin salassapitosopimus, sillä VSP:n asiakkaina on yrityksiä, jotka eivät anna lupaa asiakkuutensa kertomiseen kolmansille osapuolille. Sopimuksen myötä Taviio pystyi esittelemään myös työntekijöidensä työtä vapaammin. Haastattelua ei litteroitu salassapitosopimuksen takia. Tilajalle toimitettiin raportti haastattelusta. Raportti löytyy liitteestä 1.

Toinen haastattelu tehtiin Hawraman shop oy:lle, joka on pieni elintarvikkeita myyvä perheyritys. Tämä haastattelu auttoi asettamaan kyselyyn pienille yrityksille sopivia kysymyksiä sopivin vastausmuodoin. Esimerkiksi kysymykseen kuinka paljon hyötyä chat-palvelusta on teille, oli hyvä laittaa liukukytkin, jotta vastaaja voi arvioida hyötyä monesta eri näkökulmasta ja antaa vastaukseksi yhden arvon. Haastattelu tehtiin liikkeessä eikä sitä siksi äänitetty. Paikalla oli ajoittain asiakkaita ja äänittäminen olisi ollut tästä syystä hankalaa. Haastattelusta tehtiin muistiinpanot ja ne kirjoitettiin myöhemmin puhtaaksi. Haastattelu löytyy liitteestä 2.

Lisäksi haastateltiin kahta yritystä sähköpostitse. He eivät halunneet nimiään kyselyyn, mutta vastasivat samoihin kysymyksiin, kuin Hawraman shop. Yritysten haastattelut löytyvät liitteestä 3.

Kyselyssä haluttiin ottaa selvää yritysten chat-asiakaspalvelun tilasta sekä siitä mitä kanavia yritys käyttää asiakaspalvelussa. Koska kysely ei koske mielipiteitä eikä henkilökohtaisia asioita, se sisältää enemmän kyllä-ei -tyyppisiä sekä kuinka paljon -tyyppisiä. Kyselyssä suurin osa vastausvaihtoehdoista oli annettu eli kysely on strukturoitu. Muutama avoin kysymys antoi mahdollisuuden tutkia paremmin kyllä/ei vastausten syitä. Ammattiopistolla oli yritysten yhteystiedot, jolloin niiden tiedustelua ei ollut tarve kyselyyn liittää.

Kysely tehtiin Webropol-ohjelmalla, jolloin erilaisia liukukytkimiä ja sääntöjä oli helppo käyttää. Webropolin analytiikka oli myös riittävä tähän työhön. Kysymyksistä keskusteltiin Salon Seudun ammattiopiston liiketoiminnan opettaja Jaana Nyströmin ja Salon seudun ammattiopiston verkkoviestinnästä vastaavan Hanna-Maria Kulmalan kanssa.

Kyselyn linkki lähetettiin 5.10.2020 vastaajille. Sähköpostissa oli myös saatekirje, jossa kerrottiin mihin kyselyn vastauksia käytetään, ketkä vastauksia käsittelee ja mitä monikanavainen asiakaspalvelu tarkoittaa. Saatekirjeessä kerrottiin myös mahdollisuudesta vastata anonyymisti. Saatekirjeen lopuksi oli kirjoittajan yhteystiedot mahdollisia kysymyksiä varten. Muistutussähköposti lähti yrityksille 12.10.2020 ja 19.10.2020 katsottiin kaikkien halukkaiden vastanneen kyselyyn.

Kyselyn teemoja olivat chat-palvelun yleisyys yrityksissä ja kuinka palvelua käytetään. Onko palvelun työntekijä ulkopuolinen vai yrityksen omaa henkilöstöä ja kuinka moni työskentelee chat-kanavassa. Jos yrityksellä ei ollut chat-palvelua, oliko yritys aikeissa ottaa se käyttöön. Koska kysely oli suunnattu yrityksille, koettiin sen yksipuoliseksi ja päätettiin tehdä kyselyn myös asiakkaille. Tämä toteutettiin myös Webropolilla ja jaettiin henkilökohtaisissa somekanavissa. Vastauksia tuli 82. Näiden kyselyiden vastausten vertaaminen voi tuoda uusia näkökulmia tarkasteltaessa chat-asiakaspalvelun tarjontaa ja kysyntää.

### 3.2 Selvitysten tulokset

Kyselyissä tuli esiin epäsuhta yritysten halussa käyttää chattia ja asiakkaiden mielipiteessä siitä, kuinka tärkeä chat on verkkokauppa-asioinnin apuna. Pienet yritykset pitivät chattia tarpeettomana tai olivat tietämättömiä siitä. Joku ilmoitti suoraan jarruttavansa edistystä. Toisaalta pieni yritys, jolla ei verkkokauppaa vielä ollut, piti chattia erinomaisena kanavana vastata asiakkaiden kysymyksiin tuotteiden saatavuudesta ja esimerkiksi aukioloajoista. Yrityksen edustajan mielestä juuri kysymisen helppous toi heille lisää asiakkaita.

Kyselyyn vastanneista 69:stä yrityksestä vain kahdella on tällä hetkellä chat ja yksi on kokeillut sitä. Kolme yritystä harkitsee chatin käyttöönottoa ja 42 kokee ettei heillä ole tarvetta chatille. Kuitenkin ne, joilla chat tällä hetkellä oli antoivat sen hyödylliseksi arvosa-

naksi 9 asteikolla 1-10. Chattibottia keskustelun aluksi käyttää toinen chat-palvelua käyttävä yritys ja toinen ei lainkaan. Yrityksissä chatissa työskenteli yrityksen oma henkilöstö, eli 1-3 henkilöä. Suurin vastaajaryhmä olivat erilaiset palveluyritykset.

Asiakkaista oli käyttänyt chattia 84% ja suuri osa vastaajista tarvitsisi verkkokaupassa asioidessaan apua asiakaspalvelijalta erilaisten tuotetietojen, tuotteen valinnan ja maksamisen kanssa. Vastaajat arvostivat oikeaa ihmistä chatissa ja kokivat chattibotit hankaliksi. Chatin nopeus nousi ykkösaiheeksi kysyttäessä miksi vastaaja pitää chat-palvelusta. Nämä tulokset olivat yhteneviä FinnChatin tekemän tutkimuksen kanssa.

Haastatteluissa yritysten edustajat toivoivat opiskelijoille opetettavan yleisesti hyvää asiakaspalvelua, sillä se on chat-asiakaspalvelussakin kaiken perusta. Nopea reagointikyky ja stressinsietokyky tuli esiin niin selvityksissä kuin lähdemateriaaleissakin. Hyvä kirjoitustyyli ja mukautuminen asiakkaan viestintätyyliin esitettiin tärkeinä asioina, joita olisi hyvä osata. Maalaisjärki ja maltti sekä kehittyneet ihmissuhdetaidot olivat asioita, joita haastateltavat ajattelivat olevan vanhemmilla työntekijöillä ja jotka auttavat toimimaan haasteellisessa asiakaspalvelussa.

Yrityksille tehdyt haastattelut ja kysely antoivat tietoa siitä, mitä asioita opetusmateriaalin sisällössä tulisi yritysten mielestä painottaa. Nämä asiat auttavat Salon seudun ammattiopistoa antamaan ajantasaista opetusta yritysten tuleville työntekijöille. Chatin osuus asiakaspalvelukanavissa tulee kasvamaan ja jo perusasteen ammattiopinnoissa tämä tulee ottaa huomioon. Kyselyyn vastattiin, että chat-asiakaspalvelussa niin kuin muusakin asiakaspalvelussa on oltava ystävällinen ja kohtelias ja etsiä asiakkaan kysymyksiin nopeasti vastauksia. Asiakkaat arvostivat ammattitaitoista chat-asiakaspalvelijaa osana verkkokaupan käytettävyyttä. Chattibotit eivät ansainneet kyselyyn vastanneilta kiitoksia vaan luotettiin enemmän aidon ihmisen kanssa asiointiin. Kummassakin ryhmässä nostettiin esiin chatin tärkeys helpotettaessa tuotteiden valintaa. Asiakaspalvelijan on siis oltava tuotteiden asiantuntija.

Yrityksille tehdystä kyselystä poistettiin Salon seudun ammattiopiston itselleen keräämiä tietoja. Yrityskysely löytyy liitteestä 5 ja asiakaskysely liitteestä 6.

### 3.3 Aineiston määrä ja laatu

Aineiston määrään vaikuttaa kyseessä oleva tutkimus sekä se onko selvitys kvalitatiivinen vai kvantitatiivinen. Kvalitatiivisen selvityksen ollessa jonkin asian ymmärtämiseen

tähtäävää, ei tutkimusaineiston tarvitse olla suuri. Opiston rekisteristä voitiin etsiä muutama yritys, joilla on haastattelun teemaan sopivaa liiketoimintaa ja näin saada tarpeeksi tarkka kuva selvityksen kohteesta haastattelumenetelmällä. Tätä kutsutaan harkinnanvaraiseksi otokseksi, joka tarkoittaa tutkijan asettamien kriteerien perusteella valittua joukkoa tutkittavia. Kvalitatiivisen tutkimuksen kohteena tuli olemaan suurempi joukko yrityksiä ja tuloksena on tieto, kuinka monessa yrityksessä on chat-asiakaspalvelua ja minkälaisissa kanavissa yritys toimii. Voidaan puhua myös aineiston kattavuudesta eli siitä että aineiston määrä on selvitykseen nähden riittävä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Kyselyyn valittiin Salon seudun ammattiopiston yhteistyökumppaneiden postituslistalta 423 yritystä. Totesimme mahdolliseksi lähteä tutkimaan etukäteen kenellä chat-palvelu on käytössä ja kyselyssä halusimme myös kartoittaa mitä kanavia yritykset asiakaspalvelussa yleensä käyttävät. Kysely kartoitti myös muita kuin tässä työssä tarvittavia tietoja.

Salossa on 14976 yritystä (Kauppalehti 2020). Salon seudun ammattiopiston yhteistyökumppaneina on 423 yritystä. Näistä kyselyyn vastasi 69 yritystä eli 16%. Tämä vastausmäärä riittää 10% virhemarginaaliin SurveyMonkin mukaan (SurveyMonkey 2020). Yrityskysely on tehty koko perusjoukolle, joka on Salon seudun ammattiopiston yhteistyöyritykset. Laajempi perusjoukko olisi ollut kaikki Salon seudun yritykset, mutta käytimme tässä tilaustyössä ammattiopiston yhteistyökumppaneiden kontaktilistaa. Käyttäjäkyselyyn valikoituu otos kaikista suomalaisista, sillä se jaettiin usean henkilön toimesta esimerkiksi Facebookissa, blogissa ja monissa muissa ryhmissä somessa. Tästä voidaan kuitenkin tehdä päätelmä jo siitä, että ihmiset, jotka eivät käytä somea ja ovat estyneet käyttämään tietoteknisiä laitteita, eivät pysty kyselyyn vastaamaan eikä se saavuta heitä. Kyselyssä ei myöskään ole vastausvaihtoehtoa alle 15-vuotiaille eikä sitä ole kuin suomen kielellä. Suomen väkiluku on noin 5 532 000 (Tilastokeskus 2020). 97 vastaajaa riittää 10% virhemarginaaliin. 99% luotettavuustaso vaatisi 664 vastaajaa. Koska vastaajia oli vain 82, ei kysely yltänyt 10% virhemarginaaliin.

## 4 OPETUSMATERIAALIN ESITTELY

Opetusmateriaalin ulkonäköön ja sisältöön vaikuttivat Salon seudun ammattiopiston omat diapohjat ja opetusmateriaalin käyttäjät eli opettajat ja opiskelijat. Opettajat usein muokkaavat dioja omien opiskelijaryhmiensä tarpeisiin sopiviksi. Monimuoto- ja päiväopiskelijat tarvitsevat osittain erilaista opetusmateriaalia riippuen ryhmäläisten taustoista. Nämä asiat asettivat työlle omat vaatimuksensa.

### 4.1 Opetusmateriaalin laatiminen

Ammattiopistolla on oma pohja PowerPoint-dioille, jota tässä työssä käytetään yhdenmukaisuuden saavuttamiseksi. Sisällöllisesti diojen tuli palvella myös opiskelijoita, jotka eivät tunneille osallistu ja saavat pelkät diat oman oppimisensa materiaaliksi.

Opetuksen kohderyhmänä ovat sekä ammattiopiston päiväopiskelijat että monimuotoopiskelijat. Opiskelijoiden ikähaitari on siis suuri ja näin ollen myös taustat ja aikaisempi kokemus ja tieto asiakaspalvelutyöstä. Chat-asiakaspalvelun opetusmateriaalin ei kuitenkaan ole tarkoitus olla asiakaspalvelutyön alkeiden opetusmateriaali, vaan esitellä opiskelijoille chat-kanavassa tapahtuvan asiakaspalvelun erityispiirteitä ja kiinnittää huomiota siihen, että chatissa asiakaspalvelua hoidetaan samoin peruseriaattein, kuin muissakin asiakaspalvelukanavissa.

Pedagogisesta näkökulmasta opetusmateriaali sovitettiin palvelemaan mahdollisimman hyvin homogeenistä opiskelijajoukkoa. Opetusmateriaalia tehtäessä oletettiin opiskelijoille aiemmin opetetun asiakaspalvelun perusasiat ja mahdollisesti jo muissa asiakaspalvelukanavissa työskentelyä. Chat-ohjelmiin ja niiden ominaisuuksiin ei keskitytty, sillä ohjelmia on paljon ja ne kehittyvät koko ajan. Harjoitteet suunniteltiin pitämään mielenkiintoa yllä ja aktivoimaan opiskelijaa toiminnallisuudella. Harjoitteissa opiskelija voi hyödyntää omia mielenkiinnonkohteita ja valita tutustumiskohteiksi itseään kiinnostavat yritykset. Näin opiskelijan mielenkiinto oppimista kohtaan pysyy yllä.

Diojen sisältöä suunniteltaessa huomioitiin ePerusteiden mukaiset asiat. ePerusteissa liiketalouden opiskelijoille tulee opettaa eri viestintävälineissä ja kirjallisesti tapahtuvaa



asiakaspalvelua. Opetukseen tulee sisältyä myös opetusta eri välineisiin ja asiayhteyksiin sopivasta kielestä. Näihin ePerusteiden kohtiin linkittyi tarve chat-asiakaspalvelun opettamisesta.

Tilaaaja pyysi yhden oppitunnin eli noin 45 minuutin mittaiseen opetustuokioon soveltuvaa materiaalia, jossa olisi myös aktiivisia tehtäviä. Opetusmateriaalin tulisi olla myös muokattavaa, jotta jokainen opettaja saisi tehtyä siitä opetukseensa sopivaa. Chat-asiakaspalvelun ollessa suhteellisen uusi asia, se myös muuttuu nopeasti. Tästäkin syystä materiaalia pitäisi pystyä päivittämään helposti.

Opetusmateriaalin käyttöön tarvittava aika arvioitiin tekemällä siitä opetusvideo. Video esitettiin Jaana Nyströmille, joka arvioi tehtäviin kuluvan ajan. Näin saatiin kokonaisaika sovitettua yhden oppitunnin mittaiseksi.

Linkki videoon löytyy liitteestä 7.

#### 4.2 Opetusmateriaalin sisältö

Kyselyissä esiin tulleet tärkeimmät asiat olivat asiakaspalvelun laatu ja nopeus. Sekä chat-palvelua antavat yritykset, että palvelua käyttävät asiakkaat pitivät tärkeänä asiakaspalvelun hyvää laatua ja asiakaspalvelijan ammattitaitoa. Tuotetietous, kohteliaisuus ja auttamishalu olivat erinomaisen asiakaspalvelijan ominaisuudet kummaltakin ryhmältä kysyttäessä. Hyvä kirjallinen ulosanti ja nopeus tulivat toisena chat-asiakaspalvelijan odotettuina ominaisuuksina. Nämä tutkimuksessa esiin tulleet asiat vahvistivat chat-asiakaspalvelua koskevan teorian kartoituksessa saatuja tietoja ja niiden perusteella tehtiin runko opetusmateriaalin sisällön tuottamista varten.

Erona perinteiseen sähköpostiin on chatin nopeus. Tekstiä ei hiota tunteja, joskus päiviä, vaan parhaimmassa tapauksessa kirjoittamiseen menee muutamia sekunteja. Tällöin pienet kirjoitusvirheet annetaan anteeksi, kunhan vastaus on selkeä. Samoin asiakkaan tyyliin sopeudutaan. Sähköpostiviesteissä kirjoitustyyli on asiakkaan ja asiakaspalvelijan osalta muodollisempaa. Sähköpostissa käytetään tervehdystä, kokonaisia lauseita ja kirjakieltä, kun chat-viesteissä on nopeampaa käyttää puhekielisiä ilmaisuja kuten mä ja ok. Sähköpostit pyritään kirjoittamaan myös niin, että asia tulee käsiteltyä kerralla mahdollisimman täydellisesti. Kysytään kaikki asiaan liittyvät kysymykset ja kerrotaan niihin liittyvät yksityiskohdat. Näin vältetään monen sähköpostiviestin kirjoittaminen ja asian käsittely nopeutuu. Chatissa asiaa käsitellään yksi askel kerrallaan nopeassa tahdissa.

Tämä myös helpottaa pienten asioiden kysymistä. Sähköpostitse tiedustelu esimerkiksi tuotteen saatavuudesta saattaa olla hankalaa, jos ensin pitää etsiä osoite, liittää se sähköpostiohjelmaan, kirjoittaa lyhyt tiedustelu ja jäädä odottamaan vastausta. Chat-ikkuna löytyy nopeasti yrityksen verkkosivuilta ja siihen voi kirjoittaa heti tuntematta olevansa vaivaksi. Chatissa kirjoitettavana on lyhyt lause ilman esittelyjä ja muodollisuuksia. Samoin asiakaspalvelijalta kuluu aikaa vähemmän, kuin muodollisen viestin laatimiseen sähköpostissa kuluu. Esittelykin on hoidettu chat-ikkunassa näkyvällä nimellä ja kuvalla. Nopeutta chatissä lisää vastausarkisto. Sähköpostin käytön opetusmateriaalissa on esimerkkejä viesteistä, mutta näiden eroavaisuuksien vuoksi ei chat-opetusmateriaalissa anneta esimerkkejä, vaan harjoitellaan asiakkaan tyyliin mukautumista hyvien käytöissäntöjen mukaisesti.

Tämän tiedon perusteella kerättiin tärkeimmät asiat opetusmateriaalia varten laaditun rungon teemojen mukaisesti PowerPoint-muotoon ja jaksoteltiin ne loogisesti eri dioille. Yksi dia käsittelee aina yhtä asiaa ja siitä on mahdollista erottaa pienempiä asiakokonaisuuksia omiksi dioikseen. Harjoitteista tehtiin omat diansa.

#### 4.3 Opetusmateriaalin kuvailu

Oppimateriaalin aluksi diassa on Salon seudun ammattiopiston logo ja tämän diaesityksen laatija. Tätä diaa voi muokata ja liittää siihen opettajan nimi ja ryhmä, kenelle opetusmateriaalia kulloinkin esitetään.



Kuva 3 Opetusmateriaali dia 1

Toinen dia käsittelee chat-palveluikkunakonseptia ja sen ominaisuuksia. Eri chat-ohjelmissa on erilaisia ominaisuuksia, mutta tässä on pyritty esittelemään niitä, jotka erottavat chatin muista palvelukanavista. Lisäksi esitellään asioita, jotka eivät asiakkaalle näy, kuten vastauspankkia ja ulkoistettua chat-palvelua. Diassa käsitellään myös chattibotin käyttöä osana asiakaspalvelua sekä chat-palvelun aukioloaikojen erilaisia mahdollisuuksia.

**Chat**

- Chat on keskusteluikkunakonsepti yrityksen, viraston tai muun tahon nettisivujen yhteydessä
- Chat on ohjelma, joka tarjoaa mahdollisuuden kirjalliseen viestintään asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä
- Ohjelmia voi hankkia niitä tarjoavilta yrityksiltä, mutta ilmaisohjelmiakin on
- Chattiin voi vastata chattibotti, ihminen tai keskustelun voi aloittaa chattibotti ja sitä voi jatkaa ihminen
- Chatin käyttöä nopeuttamaan voi tehdä vastauspankin, josta löytyy vastaukset usein kysytyihin kysymyksiin.
- Chat voi olla auki aina tai sillä voi olla aukioloajat
- Pienillä yrityksillä chatti voi olla auki silloin, kun siihen ehditään vastaamaan
- Chatti ja muut sähköiset asiakaspalvelutavat voivat olla myös ulkoistettu niitä tarjoavalle yritykselle

10/6/2020 [www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

Kuva 4 Opetusmateriaali dia 2

Kolmannessa diassa on kerrottu chat-palvelusta matalan kynnyksen yhteydenottokanavana. Epämuodollisempi asiakaspalvelukanava ei vaadi hiottuja lauseita ja pieniäkin asioita voi kysyä. Tässä muistutetaan, että chat-kanava ei sovellu henkilötietojen käsittelyyn eikä tarkempien sopimusten tekoon. Lopuksi muistutetaan asiakaspalvelijan tärkeistä kommunikointitavoista ja tarkentavien kysymysten esittämisestä.

**Chat-palvelun erot muihin kanaviin nähden**

- Asiakkaalle matalampi kynnys ottaa yhteyttä yritykseen
- Asiakas odottaa saavansa vastauksen heti
- Epämuodollisempi kuin sähköposti
  - pienet kirjoitusvirheet eivät haittaa
- Kanava jossa voi kysyä pienempiäkin asioita
- Ei sovellu henkilötietojen tai muiden arkaluontoisten tietojen käsittelyyn
- Ei sovellu tarkempien sopimusten tekoon
- Asiakaspalvelijan on oltava nopea ymmärtämään miten erilaisten asiakkaiden kanssa kommunikoidaan
- Tarkentavia kysymyksiä on osattava esittää

10/6/2020 [www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

Kuva 5 Opetusmateriaali dia 3

Neljäs dia esittelee Vakka-Suomen puhelimen chatiketin. Chatiketti on laadittu Vakka-Suomen puhelimesta muistuttamaan heidän chat-asiakaspalvelijointansa yrityksen tavasta toimia chatissa. Esimerkiksi ohje sinuttelusta saattaa olla erilainen eri yrityksissä, mutta esimerkkiohjeistuksena tämä on hyvä ja ytimekäs.

**SALON SEUDUN AMMATTIOPISTO**

## Vakka-Suomen puhelimen chattiketti

**Chatiketti**

- Sinuttele asiakasta ellei asiayhteys toisin vaadi
- Ole jämpä ja lyhytsanainen (vältä sarkasmia, isoja kirjaimia ja pitkiä sepustuksia)
- Vältä lyhenteitä selkeyden ja ymmärrettävyyden vuoksi
- Tyyli on rennompaa kuin sähköpostissa. Kuitenkin asiallista – hymiöitä vain mikäli asiakas itse käyttää niitä ensin
- Nopeus on valttia – muista silti oikeakielisyys!
- Kun asia on hoidettu, kysy aina asiakkaalta, voitko auttaa vielä jonkun muun kanssa
- Lopeta aina lyhyellä "Hyvää päivän jatkoa/Kiitos sinulle/Kiva, että asia selvisi/ tms. asiayhteyteen sopiva lopetus"

**VSP**

CONTACT CENTER    TIETOLIIKENNE    IT-PALVELUT

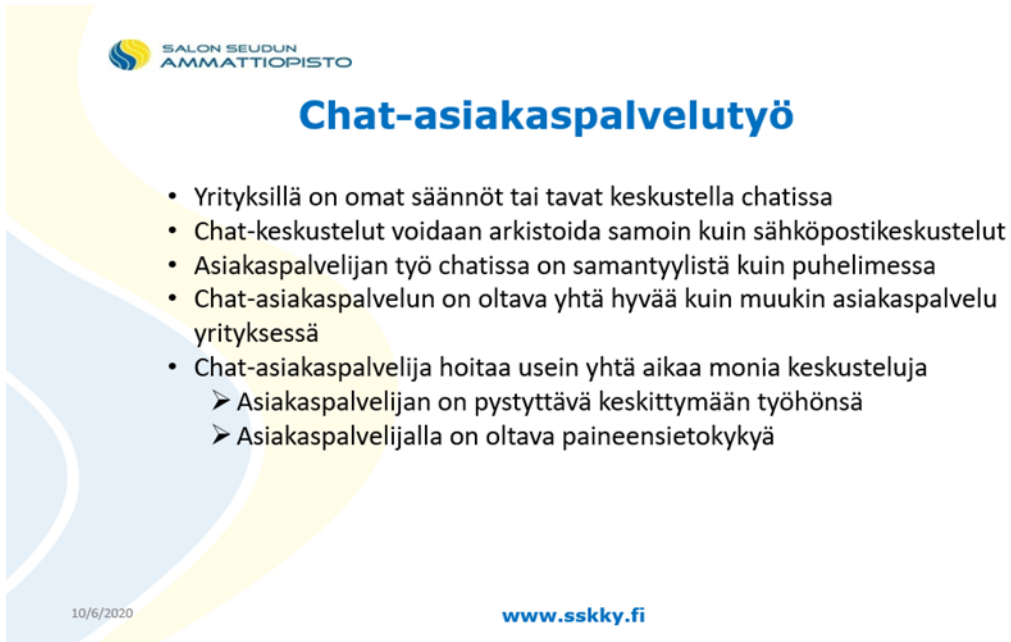
1    5.10.2020    ICT-palveluyhtiö VSP | www.vsp.fi

10/6/2020

[www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

Kuva 6 Opetusmateriaali dia 4

Viides dia keskittyy chat-asiakaspalvelijan työhön. Samoin kuin erilaisissa yrityksissä on erilaiset asiakaspalvelun tavat, rennot tai muodolliset, myös chatissa asiakaspalvelun käytänteissä on eroja. Tyylin tulee kuitenkin olla sama läpi koko yrityksen asiakaspalvelun. Chatissa työskentely eroaa muista kanavista siinä, että asiakaspalvelija hoitaa usein yhtä aikaa monia keskusteluja. Tämän takia asiakaspalvelijan on pystyttävä keskittymään työhönsä. Moni auki oleva keskusteluikkuna vaatii hyvää paineensietokykyä.



**SALON SEUDUN  
AMMATTIOPISTO**

## Chat-asiakaspalvelutyö

- Yrityksillä on omat säännöt tai tavat keskustella chatissa
- Chat-keskustelut voidaan arkistoida samoin kuin sähköpostikeskustelut
- Asiakaspalvelijan työ chatissa on samantyylistä kuin puhelimessa
- Chat-asiakaspalvelun on oltava yhtä hyvää kuin muukin asiakaspalvelu yrityksessä
- Chat-asiakaspalvelija hoitaa usein yhtä aikaa monia keskusteluja
  - Asiakaspalvelijan on pystyttävä keskittymään työhönsä
  - Asiakaspalvelijalla on oltava paineensietokykyä

10/6/2020 [www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

Kuva 7 Opetusmateriaali dia 5

Kuudennessa diassa siirrytään tekemään harjoituksia. Ensin opiskelijoita pyydetään etsimään verkkokauppa, jolla on auki oleva chat-palvelu. Tässä tehtävässä tutustutetaan opiskelijat chattiin.

Toisessa tehtävässä pyydetään opiskelijaa miettimään yksinkertaista kysymystä liittyen kyseiseen verkkokauppaan. Chat-keskustelun loppuksi vuorovaikutusta asiakkaan ja asiakaspalvelijan kanssa analysoidaan.



## Käy keskustelu chatissa

- Etsi verkkokauppa jossa on chat-palvelu
  - Oliko palvelu helppo löytää verkkokaupan sivuilta?
  - Oliko palvelussa ruuhkaa?
- Mieti kysymys ja lähde keskustelemaan siitä chat-asiakaspalvelijan kanssa
  - Vastasiko sinulle chattibotti vai ihminen?
  - Millä tyylillä sinulle vastattiin?
  - Ymmärsikö asiakaspalvelija kysymyksesi?
  - Ymmärsitkö sinä vastauksen?
  - Kuinka monta kysymystä tarvittiin asian selvittämiseksi?

10/6/2020 [www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

Kuva 8 Opetusmateriaali dia 6

Seitsemännen dian harjoitus tehdään pari- tai pienryhmätyönä

Tämä tehtävä voidaan tehdä esimerkiksi Teamsissa tai WhatsApissa. Opiskelijat käyvät keskustelua kuvitteellisessa chatissa joko niin, että yhdellä asiakaspalvelijalla on auki yksi keskustelu kerrallaan tai hän hoitaa kahta keskustelua yhtäikaa. Keskustelun loputtua rooleja vaihdetaan niin, että kaikki pääsevät kumpaankin rooliin. Lopuksi keskusteluja analysoidaan.



The image shows a PowerPoint slide titled "Chat-harjoitus" from the "SALON SEUDUN AMMATTIOPISTO". The slide contains a list of bullet points and sub-points. At the bottom left, there is a date "10/6/2020" and at the bottom right, the website "www.sskky.fi".

**SALON SEUDUN AMMATTIOPISTO**

## Chat-harjoitus

- Valitkaa kuvitteellinen verkkokauppa ja sen tuotteet tai palvelut
  - Käykää keskustelu kuvitteellisessa chatissa esimerkiksi Teamsissa tai WhatsApissa
  - Vaihtakaa asiakaspalvelijan ja asiakkaan rooleja
  - Noudattakaa chattikettä
    - Voitte myös sopia aluksi yrityksen omista chattiohjeista asiakaspalvelijalle
- Miettikää seuraavia asioita harjoituksen päätteeksi
  - Onko helppoa seurata chattiketin ja yrityksen omia ohjeita?
  - Oliko keskustelu kummallekin miellyttävää?
  - Mitä ongelmia teillä oli ja miten ne ratkaisitte?

10/6/2020 [www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

Kuva 9 Opetusmateriaali dia 7

Dioja on helppo muokata PowerPoint ohjelmalla. Tässä muodossa diat toimivat hyvin opiskelijoille jaettavana itsenäisen opiskelun materiaalina lukuun ottamatta tehtäviä. Opettaja voi pilkkoa dioissa olevat tekstit niin, että yhdessä diassa on vähemmän asiaa. Näin oppitunnin pitäminen on helpompaa ja diojen seuraaminen opiskelijalle miellyttävämpää.

Diat löytyvät liitteestä 8.



## 5 ARVIO TYÖN TOTEUTTAMISESTA

Tavoitteena oli luoda opetusmateriaalia Salon seudun ammattiopiston liiketalouden opetusta varten chat-asiakaspalvelusta. Opetusmateriaalin laajuudeksi oli annettu yhden opitunnin pitämistä varten tarvittava PowerPoint-esitys ammattiopiston omalle PowerPoint-pohjalle. Opetusmateriaalin tuli sisältää toiminnallisia tehtäviä tunnilla tapahtuvaa harjoittelua varten. Oppimateriaalin tuli olla lähi- ja etätyöskentelyyn soveltuvaa ja sitä pitää pystyä muokkaamaan.

Opetusmateriaali on seitsemän sivun mittainen sisältäen nimiösivun ja kaksi tehtävänantosivua. Annettujen ohjeiden mukaisesti se on tehty ammattiopiston omalle PowerPoint-pohjalle. Opetuskäytössä diojen sisällön määrä on sopiva yhden oppitunnin mittaiselle opetukselle tehtävineen. Dioja on helppo muokata kopioi-liitä menetelmällä ja kirjoittamalla dioille opettajan omia huomioita. Toiminnalliset tehtävät on mahdollista suorittaa sekä etä- että lähiopetuksessa opiskelijoiden omilla tietokoneilla tai mobiililaitteilla tai koulun tietokoneilla.

Opetusmateriaalin laatimiseen oli aikaa kaksi kuukautta. Chat-asiakaspalvelutyöhön ja ammattiopiston opetustyöhön tutustumiseen kului aikaa noin 1 ja puoli kuukautta. Tähän aikaan sisältyi myös haastattelun, kyselyiden ja osallistuvan havainnoinnin valmistelu, toteutus ja purkaminen. Varsinaisen oppimateriaalin laatimiseen kului aikaa kaksi viikkoa. Työtä ei tehty kokopäiväisesti ja työ tehtiin itsenäisesti. Oppimateriaali valmistui annetussa ajassa.

Oppimateriaalin tekeminen kuului osana harjoittelujaksoon. Kustannuksia ei ammattiopistolle syntynyt ohjaavan opettajan työpanosta lukuun ottamatta. Työn tulosta arvioi ohjaava opettaja Jaana Nyström ja liiketalouden opettaja Elna Jokinen. Elna Jokinen piti tunnin ammattiopiston päiväopiskelijoille käyttäen oppimateriaalia.

### 5.1 Palaute

Opetusmateriaalista saatu palaute oli hyvää, eikä diojen ulkonäöstä, sisällöstä tai muokattavuudesta saatu kriittistä palautetta. Palautetta antoivat Salon seudun ammattiopiston opettajat Jaana Nyström ja Elna Jokinen.

Chat-opetusmateriaali osoittautui sopivaksi tilaajan tarpeisiin. ”Opiskelijoille tulee opettaa tulevaisuuden työelämätaitoja, joista sähköinen asiakaspalvelu on yksi oleellinen taito. Sähköisestä asiakaspalvelusta ei ole tehty oppimateriaalia, johon tämä opinnäyte-työ pureutuu hienosti.” (Jaana Nyström 2.2.2021) Hän arvioi opetusmateriaalia seuraavien sanoin: ”Materiaali tehtävineen oli todella konkreettinen ja hyvä”.(Jaana Nyström 2.2.2021) Videon avulla hän arvioi opetuksen pituuden olevan sopiva, sillä tehtävien tekeminen vie opiskelijoilta aikaa. Salon seudun ammattiopiston opettaja Elna Jokinen kommentoi opetusmateriaalia käytettyään sitä päiväopiskelijoiden opetuksessa: ”Kiitos. Tehtävät toimivat mainiosti.” (Elna Jokinen 10.12.2020)

## 6 OPPIMATERIAALIN KÄYTTÖ

Koska verkossa tapahtuva asiakaspalvelu lisääntyy koko ajan ja sen muutokset ovat nopeita, tulee oppimateriaalia tarkastella kriittisesti lyhyin väliajoin. Vanhentunut tieto tulee poistaa ja oppimateriaaliin lisätä esiin tulleet uudet toimintatavat ja chat-ohjelmiin ja palveluihin tulleet uudet ominaisuudet. Oppimateriaalia on helppo muokata ja näin varmistetaan tietojen päivitysten tekeminen helpoksi ja nopeaksi.

Oppimateriaali ehdotetaan jaettavaksi osaksi oppimateriaaliarkistoa, josta sitä voi käyttää mahdollisimman moni oppilaitos. Oppimateriaali voidaan myös kääntää eri kielille tarpeen mukaan. Materiaalin avulla voidaan tehdä myös opetukseen sopiva videotalenne.

Oppimateriaalia voi käyttää myös yrityksille suunnatussa koulutuksessa tai yritysten omissa koulutuksissa. Kyselyissä kävi ilmi, että pienet yritykset ovat tietämättömiä chat-palveluiden ominaisuuksista, jotka helpottavat pienten yritysten toimimista chat-asiakaspalvelun tuottajina. Tätä asiaa tulisi tarkastella ja poistaa väärinkäsitykset chat-palvelun soveltuvuudesta vain suurten yritysten ja nettikauppojen asiakaspalvelukanavaksi. Salon seudun ammattiopisto järjestää koulutusta myös alueen yrityksille ja voisi olla yksi kanava asiakaspalvelun laajentamisen auttamisessa pienten yritysten osalta.

Tulevia tutkimuskysymyksiä pohdittaessa esiin nousi pienet yritykset ja yksinyrittäjät. Tutkimus antoi viitteitä siitä, että yritykset eivät tunne chat-palvelun mahdollisuuksia ja heillä ei ole tarpeeksi tietoa siitä, millä tavoin chat-palvelua voi käyttää. Yleisin keskusteluissani ja kyselyissä esiin tullut asia on se, että monet ajattelevat chatin tarvitsevan ympärivuorokautista asiakaspalvelijaa. Se ominaisuus, että chatin saa näkyville verkkosivuille vain silloin, kun joku ehtii siihen vastaamaan, oli tuntematonta. Myös se, ettei tietokoneen ääressä päivystäminen ole välttämätöntä, vaan yhteydenotot voi ohjata puhelimeen, ei ollut kaikilla tiedossa. Tällä tavoin chattiin voi vastata matkan päältäkin tai vaikka myymälän hoidon yhteydessä.

Mistä pienet yritykset saavat tietoa chat-palveluiden ominaisuuksista? Miten chat-ohjelmia toimittavat yritykset palvelevat pienyrittäjiä ja miten he voisivat poistaa esteitä chat-palveluiden käyttöönoton tieltä? Onko Salon seudun yrittäjillä tarvetta chat-asiakaspalvelun käyttöönottoon, ja mitä näiden yritysten asiakkaat toivovat yritysten asiakaspalve-

lulta? Kohtaavatko Salon seudun asiakkaiden toiveet yritysten antaman asiakaspalvelukanavien kanssa? Näihin kysymyksiin saatavien vastausten perusteella ammattiopisto voisi yhdessä seudun yrittäjien kanssa kehittää yritysten toimintaa. Tulevaisuudessa yrityksille voisi tarjota räätälöityjä koulutuksia chat-asiakaspalvelusta ja chat-palvelun käytöstä osana yritysten asiakaspalvelua.

## LÄHTEET

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Alma Talent Oy.

Ahvenainen, P.; Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus. Helsinki: Kauppakamari.

Business Finland 2020. Viitattu 27. Lokakuu 2020 <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/blogs/2020/korona-kiihdyttaa-kaupannurrosta/>.

FinnChat 2015. Viitattu 12. Syyskuu 2020 <https://finnchat.com/wp-content/uploads/2015/03/Tutkimus-chat-palvelun-vaikutuksesta-verkkokaupannmyyntiin-ja-asiakaskokemukseen.pdf>.

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

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu. 2nd ed. Helsinki: Oy Yliopistokustannus, HYY yhtymä.

Hyttinen, J. 2014. ASML. Viitattu 20. Maaliskuu 2021 <https://www.asml.fi/blogi/mista-syntyy-menestyva-asiakaspalvelu/>.

Hämäläinen, M. & Patjas, L.-M. 2018. Palvelun taitajaksi. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Julie 2021. Digizer. Viitattu 20. Maaliskuu 2021 <https://digizer.fi/>.

Kauppalehti 2020. Viitattu 20. Lokakuu 2020 <https://www.kauppalehti.fi/yriitykset/paikkakunnat/salo>.

Kekäle, J. 1996. Luento-opetuksen kehittäminen käytännönläheisillä menetelmillä. Vol. 15 No 2,.

Kesko 2020. Viitattu 27. Lokakuu 2020 <https://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/2020/miten-ruuan-verkkokauppa-muuttui-koronan-vaikutuksesta/>.

Kohonen, M. 2018. Salesforce. Viitattu 20. Maaliskuu 2021 <https://www.salesforce.com/fi/blog/2018/state-of-the-connected-customer-2018.html>.

Koivumäki, A. & Korteso, K. 2019. Sata faktaa myynnistä. Helsinki: Alma Talent.

Korkiakoski, K. & Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: Työkalupakki. Helsinki: Talentum Pro.

Korkiakoski, M. 2020. Viitattu 27. Lokakuu 2020  
<https://www.myyverkossa.fi/2020/09/verkkokaupiaan-tulevaisuus-kysely-2020.html>.

Korteso, K. 2009. Tekstiä ruudulla. Keuruu: Infor Oy.

Kouvolan seudun ammattiopisto 2021. Viitattu 1. Tammikuu 2021  
<https://peda.net/ksao/oppimisymp%C3%A4rist%C3%B6/yt-aineet/vtp/1vjv/1kp3o/teht%C3%A4v%C3%A4osio-9/t9sk>.

Opetushallitus 2019. Viitattu 1. Tammikuu 2021 <https://www.oph.fi/fi/tilastot-ja-julkaisut/julkaisut/tekstiitehdas>.

Opetushallitus 2016. ePerusteet. Viitattu 1. Tammikuu 2021  
<https://eperusteet.opintopolku.fi/#/fi/esitys/1718932/ops/tutkinnonosat/1719111>.

Pelkonen, P. 1995. Miten pidän luennon. Duodecim 19/1995.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Tampere Viitattu 9. Syyskuu 2020  
[https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_2.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2.html).

Salon seudun koulutuskuntayhtymä 2019. Viitattu 30. Tammikuu 2021  
<https://www.sskky.fi/yhteystiedot/tietoa-meista>.

Salon seudun koulutuskuntayhtymä 2021. Viitattu 1. Helmikuu 2021  
<https://www.sskky.fi/koulutukset-1/tiedot/5163-liiketoiminnan-perustutkinto%2C-merkonomi>.

Salon seudun koulutuskuntayhtymä 2021. Viitattu 1. Helmikuu 2021  
<https://www.sskky.fi/yhteystiedot/henkilosto#Liiketoiminta>.

Saviluoto, N. 2017. Digipalveleminen vakuutusyhtiössä-asiakkaiden suhtautuminen chatbotteihin. Opinnäytetyö. Turku: Theseus Turun AMK.

SurveyMonkey 2020. Viitattu 20. Lokakuu 2020  
<https://fi.surveymonkey.com/mp/sample-size/>.

Tilastokeskus 2020. Viitattu 20. Lokakuu 2020  
[https://www.stat.fi/til/vamuu/2020/08/vamuu\\_2020\\_08\\_2020-09-22\\_tie\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/vamuu/2020/08/vamuu_2020_08_2020-09-22_tie_001_fi.html).

Valli, R. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vehkaoja, S. 2017. Salesforce. Viitattu 20. Maaliskuu 2021  
<https://www.salesforce.com/fi/blog/2017/asiakaspalvelu-odotukset.html>.

Vänninen, I. 2016. Voinko auttaa?: chat asiakaspalveluympäristönä kirjastossa. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.

## Liite 1

Vakka-Suomen Puhelimen Irina Tavion haastattelu 5.10.2020 klo 11.00

Haastattelijana Elina Kaarrela

VSP toimii Uudessakaupungissa (60 työntekijää), Turussa (200) ja Salossa (40). Valta-osa työntekijöistä on vakituisia, kokoaikaisia (85%). Osa-aikaiseksi voi jäädä ainoastaan jo kokoaikaisena työskennelleet. Työntekijän alaikäraja on 18 vuotta, jotta heille voi antaa täyden vastuun asiakkuuksien hoitamisessa. VSP saa Salon toimipisteeseen hyvin työntekijöitä, Turussa on jo hankaluuksia saada sopivia. Asiakkaina VSP:lla on suuria ja keskisuuria yrityksiä.

VSP toimii puhelimessa, sähköpostissa, chatissa, somessa eli lähinnä Facebookissa, Messengerissä ja vähäisessä määrin WhatsAppissa ja Twitterissä. Chatissa asiakaspalvelusta tapahtuu kokonaisuudessaan 5-10% ja niiden yritysten, jotka chattia käyttävät, sen osuus on noin 15%. Puhelujen määrä on pysynyt samana ja sähköpostien vähentynyt chatin käytön kasvun myötä.

85% työntekijöistä hoitaa yhtä asiakkuutta ja loput hoitavat maksimissaan neljää pientä asiakkuutta. Asiakaspalvelijan peruskoulutus kestää kaksi viikkoa ja sen jälkeen vielä neljä viikkoa valvottua opiskelua asiakaspalvelutehtävissä. Koulutus sisältää tekniikan opiskelua, kokeneiden asiakaspalvelijoiden tekemiä case-videoita ja vierioiskelua.

Työntekijöillä on suunniteltu työvuorolista, joka kertoo mitä kanavaa työntekijä milloinkin hoitaa. Kaikki työntekijät eivät kuitenkaan työskentele kaikissa kanavissa, vaan jotkut voivat hoitaa esimerkiksi pelkästään puheluita tai sähköpostia.

Chattityöskentely tapahtuu pääosin Giosg-palvelussa. Harvat yritykset käyttävät omia ohjelmiaan. VSP:lta ostetaan siis kokonaispalveluja. Työntekijät toimivat yritysten omissa toimintaympäristöissä, jolloin he pääsevät hoitamaan asiakkuuksia samalla tavoin kuin yritysten omat työntekijät reaaliajassa.

Koulutus on jatkuvaa ja systemaattista. Tiiminvetäjät seuraavat työntekijöitä ja sparraavat heitä haasteissa. Jatkuva asiakaspalautteiden kerääminen kertoo ajantasaista tietoa asiakaspalvelijan osaamisesta. Näiden palautteiden perusteella tiiminvetäjät osaavat ohjata työntekijän oikeaan koulutukseen. Koulutuksessa chat tulee viimeisenä. Työntekijä toimii ensin muissa kanavissa oppiakseen asiakkuuden hyvin. Chat vaatii nopeutta, mikä



vaatii hyvää tuotetietoutta. Säännöllisin väliajoin työntekijöille lähetetään muistutukseksi chattiketti ja opastusvideo chatin käytöstä.



## Chatiketti

- Sinuttele asiakasta ellei asiayhteys toisin vaadi
- Ole jämpä ja lyhytsanainen (vältä sarkasmia, isoja kirjaimia ja pitkiä sepustuksia)
- Vältä lyhenteitä selkeyden ja ymmärrettävyyden vuoksi
- Tyyli on rennompaa kuin sähköpostissa. Kuitenkin asiallista – hymiöitä vain mikäli asiakas itse käyttää niitä ensin
- Nopeus on valttia – muista silti oikeakielisyys!
- Kun asia on hoidettu, kysy aina asiakkaalta, voitko auttaa vielä jonkun muun kanssa
- Lopeta aina lyhyellä "Hyvää päivän jatkoa/Kiitos sinulle/Kiva, että asia selvisi/ tms. asiayhteyteen sopiva lopetus

CONTACT CENTER      TIETOLIIKENNE      IT-PALVELUT

1      5.10.2020      ICT-palveluyhtiö VSP | [www.vsp.fi](http://www.vsp.fi)

Tulevilta työntekijöiltä kaivattaisiin enemmän bisnesajattelua ja siihen liittyvää asiakaspalvelun kokonaiskuvan hahmottamista. Vaikka työntekijä onkin VSP:n työntekijä, asiakas mieltää hänet yrityksen työntekijäksi, jonka asioita työntekijä hoitaa. Tällöin asiakaspalvelijan tulisi olla vastaamansa yrityksen muiden työntekijöiden kanssa samassa porukassa kommunikoidessaan asiakkaan kanssa. Tietokoneen käyttö ja kirjoitusnopeus ovat myös hyviä ominaisuuksia maalaisjärjen lisäksi. Hyvä asiakaspalvelija osaa kommunikoida asiakkaan kanssa hänelle sopivalla tavalla kuitenkin sen yrityksen toimintaohjeiden puitteissa, jotka häntä koskevat.

Irina Tavion mukaan parhaimpia työntekijöitä ovat vanhemmat henkilöt, sillä heillä on elämäkokemusta, maalaisjärkeä ja malttia. Ihmissuhdetaidot ovat päässeet myös kehittymään hyvälle tasolle.

## Liite 2

Hawraman Shop Morid Khuddari

Salon seudun ammattiopisto haluaa kartoittaa alueen yritysten monikanavaista asiakaspalvelua ja erityisesti chatin käytön yleistymistä. Tämän kartoituksen tarkoituksena on kehittää ammattiopiston liiketalouden opiskelijoiden opetusta. Halutessanne voitte vastata vain joihinkin kysymyksiin ja vastaukset voivat olla lyhyitäkin.

Voitte vastata kyselyyn myös siten, ettei yrityksenne vastauksia kirjata ammattiopiston tietokantaan teidän yrityksenne nimellä, vaan ne käsitellään ns. yleisinä vastauksina. Jos vastaukset kirjataan yrityksenne nimellä, yritykseenne saatetaan olla yhteydessä etsittäessä harjoittelupaikkoja opiskelijoille.

Tutkimuksesta tehdään raportti myös Turun ammattikorkeakoulun oppilastyöprojektiin liittyen. Tämä raportti on nähtävissä ainoastaan kyseisen aineen opettajille ja muille luokan opiskelijoille. Tutkimusraportissa voidaan käsitellä vastauksia myös ilman yrityksenne nimeä.

Haluatteko, että vastaukset kirjataan Salon seudun ammattiopiston tietokantaan yrityksenne nimellä?

Kyllä

Saako yrityksenne vastauksia käsitellä Turun Ammattikorkeakoulun oppilastyössä yrityksenne nimellä?

Kyllä

Kysymykset chat-asiakaspalvelusta:

1. Kuinka monta henkilöä on yrityksessänne ja kuinka moni heistä toimii chat-asiakaspalvelussa?

Yksi henkilö vastaa vähittäismyynnistä ja tukkukaupasta. Hän toimii myös chat-asiakaspalvelussa.

2. Kuinka kauan palvelu on ollut käytössä?

Kaksi kuukautta.

3. Liittyykö palvelu verkkokauppaan?

Verkkokauppa on tekeillä ja chat-liittyy sekä verkkokaupan tulemiseen, että muuhun asiakaspalveluun.

4. Mistä syystä tai syistä otitte palvelun käyttöön?

Chat helpottaa viestintää. Aiemmin asiakkaat ovat ottaneet yhteyttä pienissäkin asioissa, kuten tuotteen saatavuuden kysymisessä sähköpostin ja Facebookin kautta.

5. Millä laitteella käytätte palvelua? (puhelin, tietokone)

Puhelimella, koska se on aina käsillä, hälyttää ja on nopea laite.

6. Onko palvelu vastannut odotuksianne?

Chat on ylittänyt odotukset. Se on todella nopea tapa kommunikoida asiakkaiden kanssa.

7. Kuinka paljon yhteydenotot ovat lisääntyneet palvelun käyttöönoton jälkeen?

Uusia asiakkaita on kyllä sitä kautta tullut. Eilenkin kaksi.

8. Paljonko yhteydenotoista arvelette siirtyneen muista kanavista, kuten puhelinsoitoista ja sähköpostista chat-palveluun?

Ei välttämättä niinkään siirtynyt. Lisää yhteydenottoja on tullut ehkä noin 15 päivässä.

9. Paljonko työtunteja yrityksessänne menee chat-asiakaspalvelutyöhön?

Ehkä noin 2 minuuttia menee yhden chat-asiakkaan kanssa kerrallaan.

10. Minkälaista hyötyä koette chat-palvelusta olevan yrityksellenne? Entä haittaa?

Ei mitään haittaa. Hyötyä on uudet asiakkaat ja nopea vastaus asiakkaiden kysymyksiin.

11. Mitä chat-palvelu vaatii yritykseltä?

Samaa kuin muukin palvelu.

12. Minkälaisia ominaisuuksia edellytetään chat-asiakaspalvelijalta?

Samoja kuin muutenkin hyvältä myyjältä.

13. Mitä erityistaitoja liiketalouden opiskelijoille tulisi opettaa, jotta he olisivat valmistautuneet toimimaan chat-asiakaspalvelijoina?

14. Muita huomioita chat-palveluun liittyen.

Hawraman shopin chat on öisin kiinni. Chattiin vastataan lähes aina. Jos on kiirettä, lähetetään viesti, jossa kiirettä pahoitellaan ja ohjataan asiakas soittamaan tai lähettämään sähköpostia.

Kiitos

Elina Kaarrela, opiskelija

Turun ammattikorkeakoulu

### Liite 3

Haastattelu 1.

Haluatteko, että vastaukset kirjataan Salon seudun ammattiopiston tietokantaan yrityksen nimellä? Ei

Saako yrityksenne vastauksia käsitellä Turun Ammattikorkeakoulun oppilastyössä yrityksen nimellä? Ei

Kysymykset chat-asiakaspalvelusta:

1. Kuinka monta henkilöä on yrityksessänne ja kuinka moni heistä toimii chat-asiakaspalvelussa? Chat-asiakaspalvelua meillä hoitaa 3 ihmistä.
2. Kuinka kauan palvelu on ollut käytössä? Kyseinen palvelu on ollut meillä käytössä vuodesta 2017 saakka
3. Liittyykö palvelu verkkokauppaan? Kyllä liittyy
4. Mistä syystä tai syistä otitte palvelun käyttöön? Palvelu on otettu käyttöön, jotta saatiin asiakkaille yksi uusi väylä olla yhteydessä ja sitä kautta asiakkaat saavat nopeasti ja helposti vastauksia kysymyksiinsä.
5. Millä laitteella käytätte palvelua? (puhelin, tietokone) Tietokoneella.
6. Onko palvelu vastannut odotuksianne? Kyllä on.
7. Kuinka paljon yhteydenotot ovat lisääntyneet palvelun käyttöönoton jälkeen? Jonkin verran, mutta tarkkaa arviota asiasta ei ole.
8. Paljonko yhteydenotoista arvelette siirtyneen muista kanavista, kuten puhelinsoitoista ja sähköpostista chat-palveluun? Tarkkaa määrää on vaikea sanoa, mutta chatti on vähentänyt muiden kanavien kautta tulevia yhteydenottoja.
9. Paljonko työtunteja yrityksessänne menee chat-asiakaspalvelutyöhön? Yhteydenottojen määrä vaihtelee päivien/ajankohtien mukaan ja yhteydenottoihin menevä aika riippuu myös paljon asiakkaan kysymyksestä. Joten tarkkaa aikamäärää kuinka paljon pelkkä chat vie työpäivästä on hankalaa arvioida.

10. Minkälaista hyötyä koette chat-palvelusta olevan yrityksellenne? Entä haittaa? Chatti on madaltanut asiakkaiden yhteydenottoa ja sen kautta asiakkaat saavat avun nopeasti. Huonoksi puoleksi voi sanoa satunnaiset häiriköt, mutta niitä ei onneksi kovin paljon tule vastaan.

11. Mitä chat-palvelu vaatii yritykseltä? Chat- palvelun tarjoavan ohjelman

12. Minkälaisia ominaisuuksia edellytetään chat-asiakaspalvelijalta? Chat- asiakaspalvelijan on hyvä hallita käytettävä järjestelmä, sekä tuntea yrityksen tuotteet/ palvelut.

13. Mitä erityistaitoja liiketalouden opiskelijoille tulisi opettaa, jotta he olisivat valmistautuneet toimimaan chat-asiakaspalvelijoina?

14. Muita huomioita chat-palveluun liittyen.

Haastattelu 2.

Haluatteko, että vastaukset kirjataan Salon seudun ammattiopiston tietokantaan yrityksenne nimellä?-En

Saako yrityksenne vastauksia käsitellä Turun Ammattikorkeakoulun oppilastyössä yrityksenne nimellä?-Ei

Kysymykset chat-asiakaspalvelusta:

1. Kuinka monta henkilöä on yrityksessänne ja kuinka moni heistä toimii chat-asiakaspalvelussa?

-Yrityksessä toimii 4 henkilöä, joista 1 vastaa chat palvelusta

2. Kuinka kauan palvelu on ollut käytössä?

-6kk

3. Liittykö palvelu verkkokauppaan?- Kyllä

4. Mistä syystä tai syistä otitte palvelun käyttöön? -Helpottaaksemme asiakkaan tuotevalintaa

5. Millä laitteella käytätte palvelua? (puhelin, tietokone)- Molemmilla
6. Onko palvelu vastannut odotuksianne?-On toiminut hyvin
7. Kuinka paljon yhteydenotot ovat lisääntyneet palvelun käyttöönoton jälkeen? -50%
8. Paljonko yhteydenotoista arvelette siirtyneen muista kanavista, kuten puhelinsoitoista ja sähköpostista chat-palveluun? -25%
9. Paljonko työtunteja yrityksessänne menee chat-asiakaspalvelutyöhön?- sesonkiaikana 3h/pvä
10. Minkälaista hyötyä koette chat-palvelusta olevan yrityksellenne? Entä haittaa?- Tavoitettavuus on hyöty.
11. Mitä chat-palvelu vaatii yritykseltä? -Sitoutuneisuutta vastaamaan todella nopeasti
12. Minkälaisia ominaisuuksia edellytetään chat-asiakaspalvelijalta? -Pitää tuntea kaikki tuotteet hyvin jotta voi auttaa.
13. Mitä erityistaitoja liiketalouden opiskelijoille tulisi opettaa, jotta he olisivat valmistautuneet toimimaan chat-asiakaspalvelijoina?-nopeaa reagointia, hyvää kirjoitustyyliä, koska asiakkaat ovat kaiken ikäisiä.
14. Muita huomioita chat-palveluun liittyen.

## Liite 4

### Saatekirje

#### **Kartoitus Salon seudun yritysten asiakaspalvelusta**

Salon seudun ammattiopisto haluaa kartoittaa alueen yritysten monikanavaista asiakaspalvelua ja erityisesti chatin käytön yleistymistä. Tämän kartoituksen tarkoituksena on kehittää ammattiopiston liiketoiminnan opiskelijoiden opetusta ja kerätä tietoa chatin käytöstä Turun ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä varten.

Monikanavaisuus tarkoittaa asiakaspalvelua monella tavalla. Näitä tapoja on kasvokkain tapahtuva asiakaspalvelu, puhelimessa, sähköpostitse, chat-palvelussa ja somessa eli Facebookissa, Twitterissä, Instagramissa tai vastaavassa tapahtuva asiakaspalvelu. Monikanavaisuus käsittää monenlaiset yhdistelmät edellä mainituista.

Kyselyyn voi vastata anonyymisti. Mikäli jätätte yhteystietonne kyselyn lopussa, teihin voidaan olla yhteydessä Salon seudun ammattiopistosta yhteistyön merkeissä sekä käsitellä kartoituksessa esiin tulleita asioita yrityksenne nimellä Turun ammattikorkeakoulun opinnäytetyössä.

Kyselyyn vastaamiseen menee aikaa noin 5 minuuttia.

Lisätietoja:

Salon seudun ammattiopisto/ harjoittelija

Elina Kaarrela

elina.kaarrela@sskky.fi

0400779987



## Liite 5

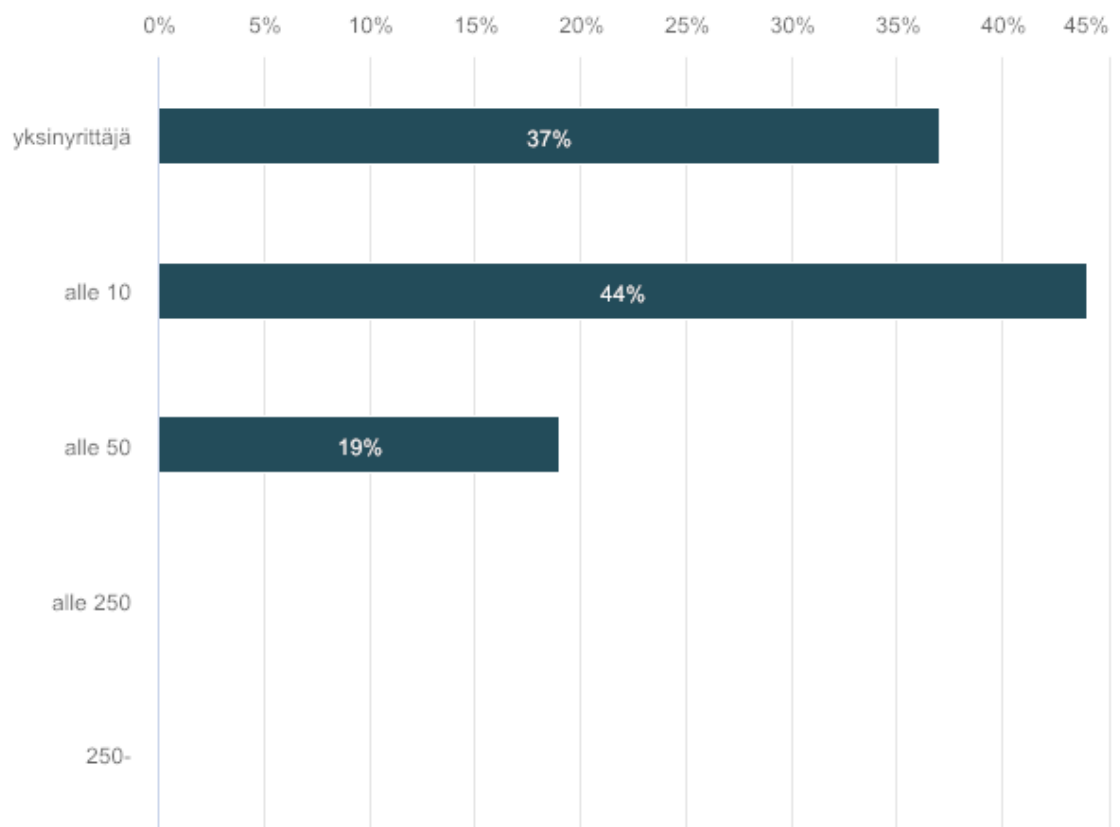
### Perusraportti

#### Kartoitus Salon seudun yritysten asiakaspalvelusta

Vastaajien kokonaismäärä: 70

#### 1. Yrityksenne henkilöstömäärä

Vastaajien määrä: 70

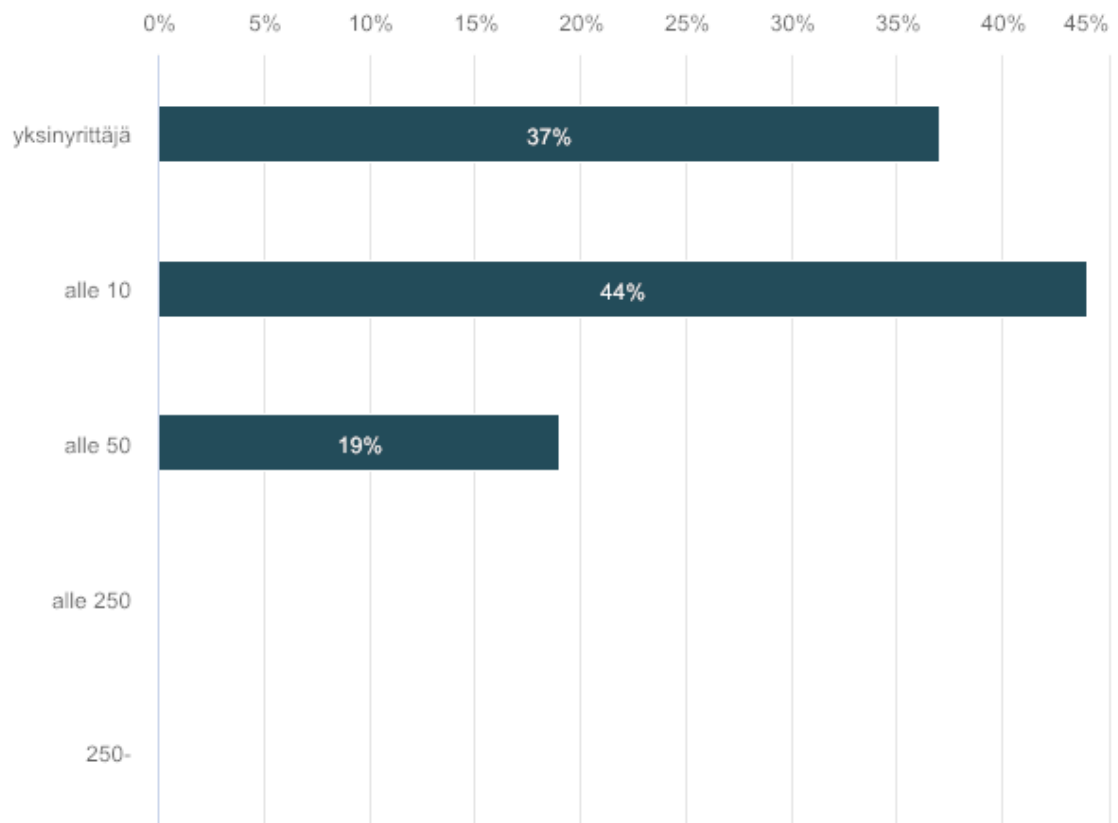


	n	Prosentti

yksinyrittäjä	26	37,14%
alle 10	31	44,29%
alle 50	13	18,57%
alle 250	0	0%
250-	0	0%

## 2. Yrityksenne henkilöstömäärä

Vastaajien määrä: 70

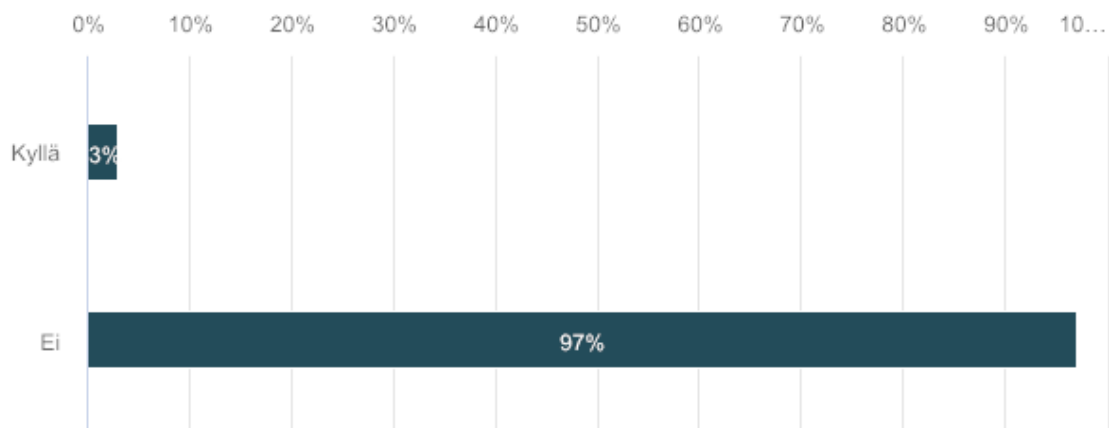


	n	Prosentti
--	---	-----------

yksinyrittäjä	26	37,14%
alle 10	31	44,29%
alle 50	13	18,57%
alle 250	0	0%
250-	0	0%

## 5. Onko yrityksellänne käytössä chat-palvelu

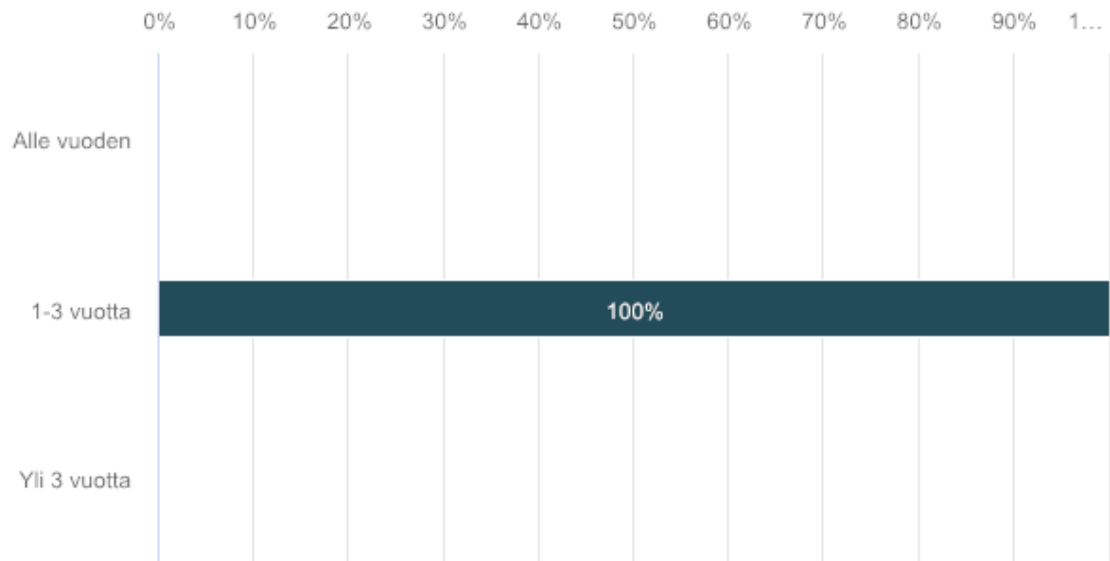
Vastaajien määrä: 70



	n	Prosentti
Kyllä	2	2,86%
Ei	68	97,14%

## 6. Kuinka kauan yrityksellänne on ollut chat-palvelu käytössä?

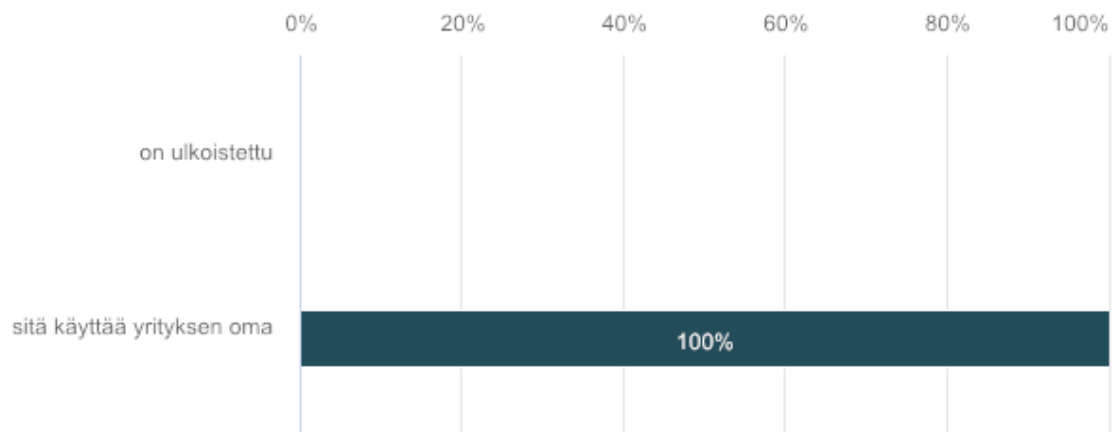
Vastaajien määrä: 2



	n	Prosentti
Alle vuoden	0	0%
1-3 vuotta	2	100%
Yli 3 vuotta	0	0%

## 7. chat-palvelu

Vastaajien määrä: 2



	n	Prosentti
on ulkoistettu	0	0%
sitä käyttää yrityksen oma henkilöstö	2	100%

### 8. Kuinka paljon hyötyä chat-palvelusta on yrityksellenne?

Vastaajien määrä: 2



Minimiarvo	Maksimiarvo	Keskiarvo	Mediaani	Summa	Keskihajonta
8	10	9	9	18	1,41

Liukukytken arvon lukumäärä	n	Prosentti
0	0	0%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	0	0%
6	0	0%
7	0	0%
8	1	50%
9	0	0%
10	1	50%

### 9. Mitä miinuspuolia chat-palvelusta on yrityksellenne?

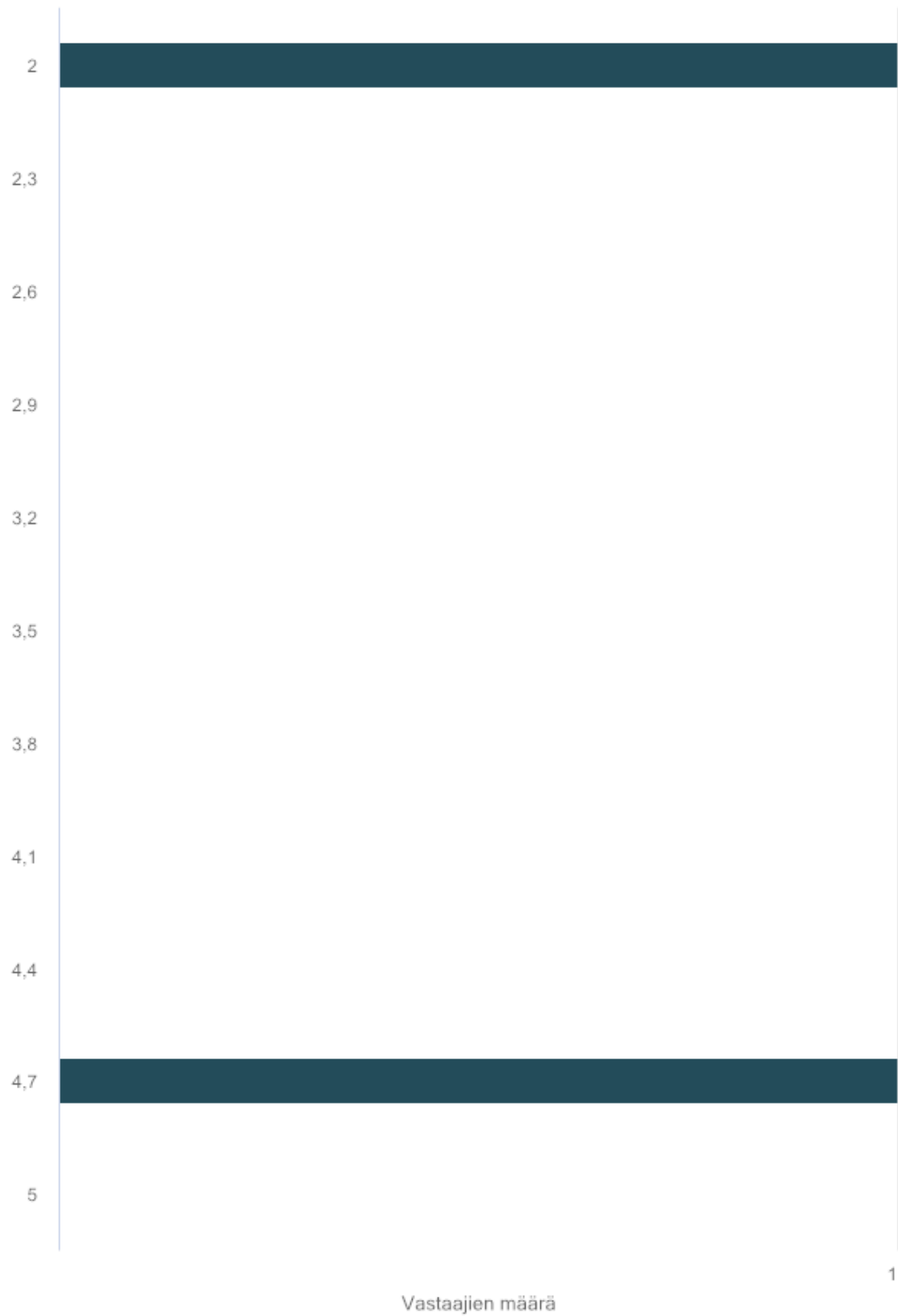
Vastaajien määrä: 1

#### Vastaukset

Se varaa henkilöstöä ja kun on kiire myymälän puolella se ei voi olla käytössä

### 10. Kuinka suuri osa asiakkaiden yhteydenotoista tulee tulee chat-palvelun kautta?

Vastaajien määrä: 2



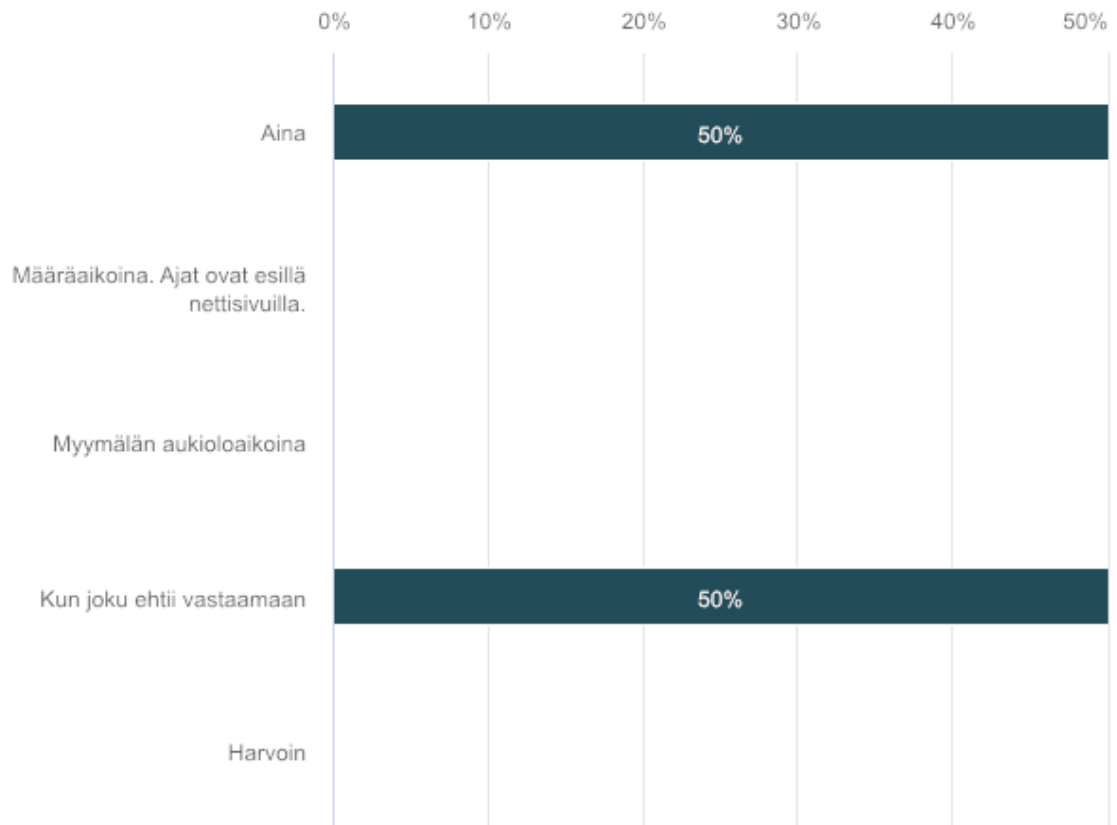


Minimiarvo	Maksimiarvo	Keskiarvo	Mediaani	Summa	Keskihajonta
2	5	3,5	3,5	7	2,12

Liukukytken arvon lukumäärä	n	Prosentti
0	0	0%
1	0	0%
2	1	50%
3	0	0%
4	0	0%
5	1	50%
6	0	0%
7	0	0%
8	0	0%
9	0	0%
10	0	0%

### 11. Milloin chat-palvelu on auki?

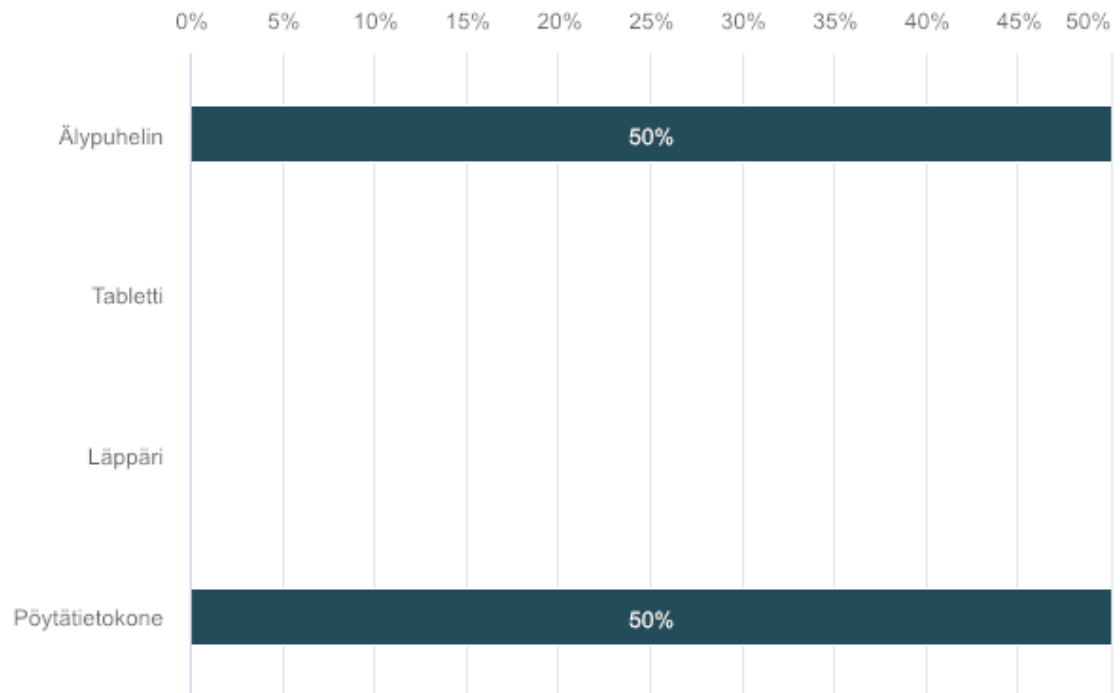
Vastaajien määrä: 2



	n	Prosentti
Aina	1	50%
Määräaikoina. Ajat ovat esillä nettisivuilla.	0	0%
Myymälän aukioloaikoina	0	0%
Kun joku ehtii vastaamaan	1	50%
Harvoin	0	0%

## 12. Millä laitteilla käytätte chat-palvelua?

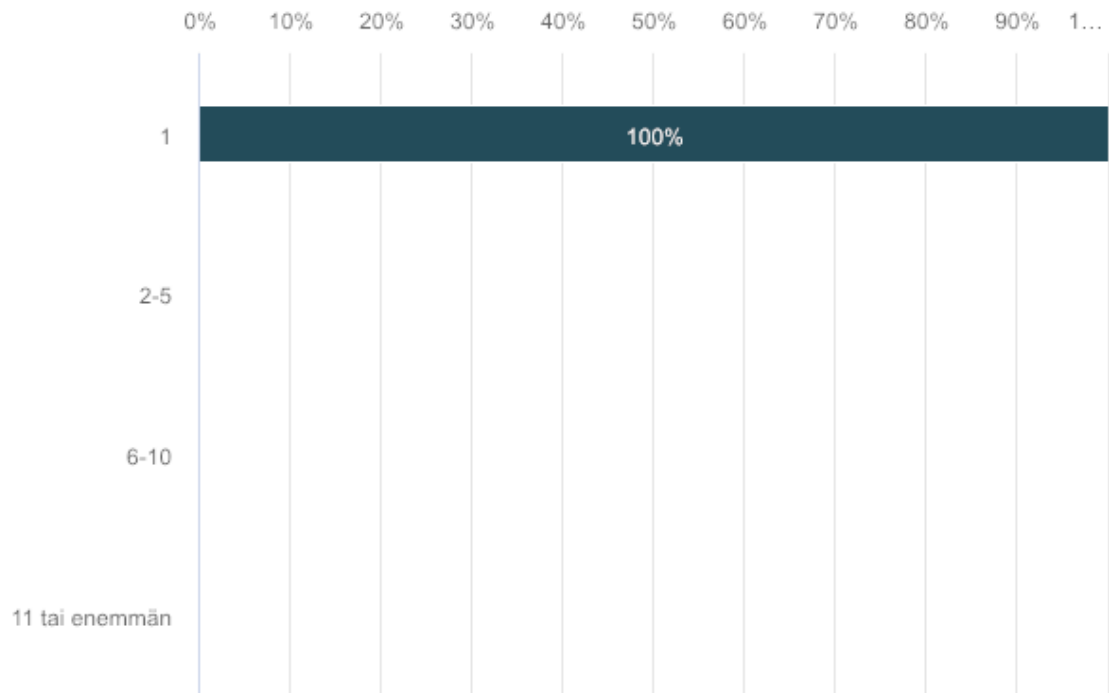
Vastaajien määrä: 2, valittujen vastausten lukumäärä: 2



	n	Prosentti
Älypuhelin	1	50%
Tabletti	0	0%
Lämpäri	0	0%
Pöytätietokone	1	50%

### 13. Kuinka moni henkilö yrityksessänne työskentelee chat-palvelussa?

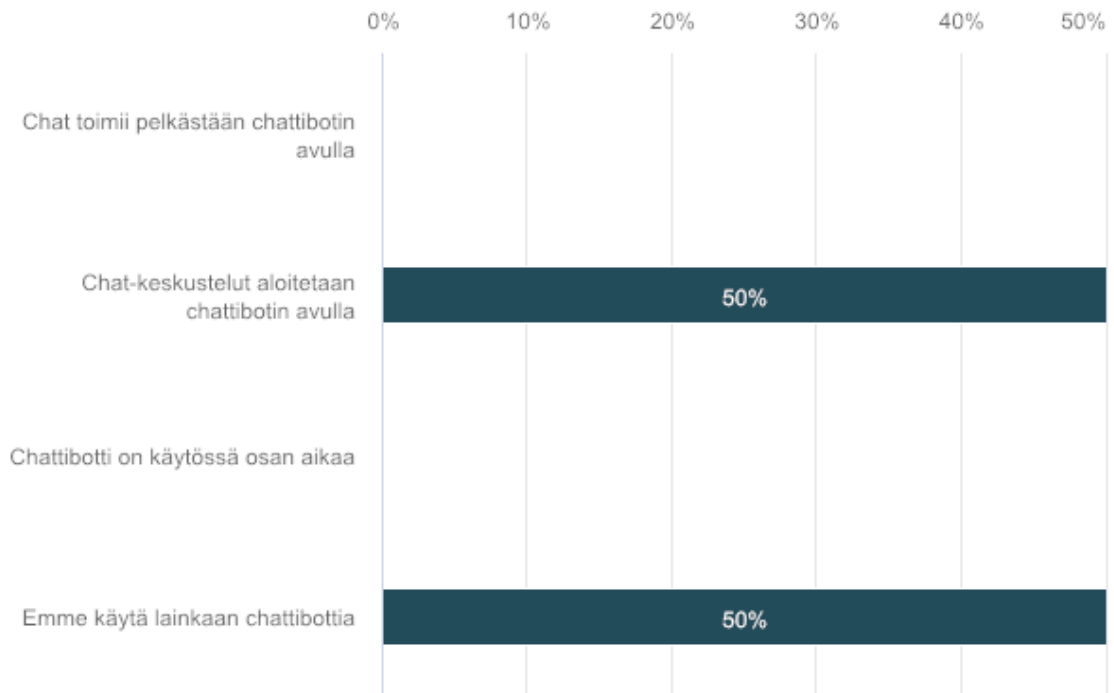
Vastaajien määrä: 1



	n	Prosentti
1	1	100%
2-5	0	0%
6-10	0	0%
11 tai enemmän	0	0%

#### 14. Käytättekö chattibottia?

Vastajien määrä: 2, valittujen vastausten lukumäärä: 2



	n	Prosentti
Chat toimii pelkästään chattibotin avulla	0	0%
Chat-keskustelut aloitetaan chattibotin avulla	1	50%
Chattibotti on käytössä osan aikaa	0	0%
Emme käytä lainkaan chattibottia	1	50%

### 15. Miten koulutatte chat-asiakaspalvelussa työskentelevät työntekijänne?

Vastaajien määrä: 1

**Vastaukset**

Koulutamme firman sisällä. Chatissa niin kuin kaikessa muussakin asiakaspalvelussa tärkeintä on olla ystävällinen, kohtelias ja etsiä asiakkaan esittämiin kysymyksiin mahdollisimman nopeasti vastauksia

## 16. Mitä asioita haluaisitte Salon seudun ammattiopiston opettavan liiketoiminnan opiskelijoille chat-asiakaspalvelusta?

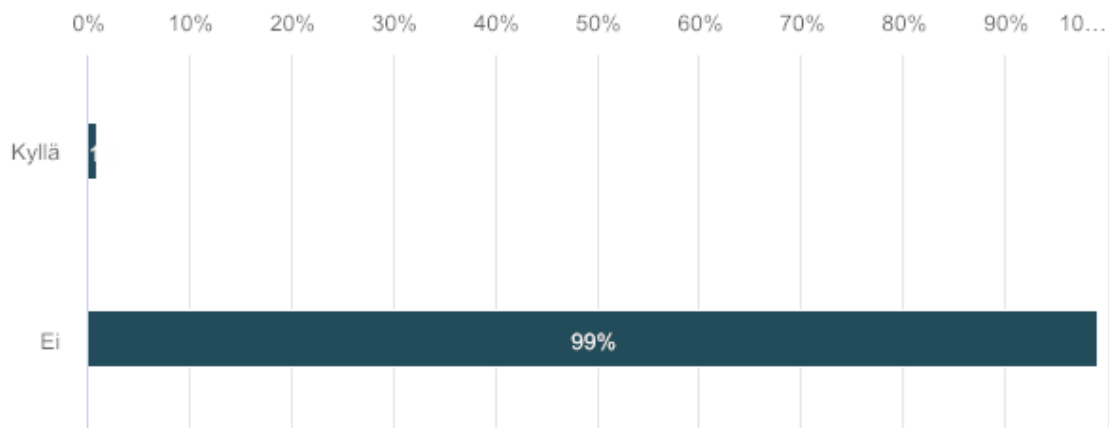
Vastaajien määrä: 1

### Vastaukset

Samoja asioita kuin asiakaspalvelusta yleensäkin, sillä ei sinänsä ole merkitystä onko asiakkaan kanssa naamakkain, puhelimesta, s-postissa vai chatissa, koska asiakasta pitää aina kohdella mahdollisimman hyvin

## 17. Oletteko aikeissa hankkia chat-palvelun lähiaikoina?

Vastaajien määrä: 67



	n	Prosentti
Kyllä	1	1,49%

Ei	66	98,51%
----	----	--------

### 18. Miksi olette/ette ole hankkimassa chat-palvelua lähiaikoina?

Vastaajien määrä: 55

Vastaukset
Olen ajamassa yritystä alas, jotta voin jäädä eläkkeelle.
Oli kerran kokeilussa, ei oikein palvele tässä työssä.
Ei tarvetta
Olen jäämässä eläkkeelle
Ei ole tarvetta
Ei tarvetta
Mainitut yhteydet riittää
ei vielä
Siihen tarvitaan 1 henkilö
Sellainen ei vastaa tarpeitamme asiakaskohtaamisissa.
en tiedä koko palvelusta mitään..
Ei tarvetta
Toimialamme on niin erityinen, ettemme halua ulkoista palveluamme kenellekään alaa tuntemattomalle.
jarrutan kehitystä
Teollisuus allalla tuskin tulee tarpeen.
Mahdollisesti joo....jos löydän sopivan.

ei tarvetta
Ei tarvetta.
Ei riitä aika
Ei tarvetta.
Ei ole aikaa ylläpitää sellaista
Ei palvele meidän yritystä
Yrittäjänä olen muutenkin jatkuvasti tavoitettavissa (ellen palvele tiskillä muita asiakkaita tai ole koulutuksessa), joten yhtä nopeasti pystyn älypuhelimien avulla vastaamaan puheluihin, messenger viesteihin, tekstareihin jne. Olettaisin, että chat-palvelulla pitäisi olla "aukioloajat", joten se itse asiassa rajoittaisi asiakkaan mahdollisia yhteydenottoaikoja, koska sinne en pystyisi lupaamaan 24/7 saatavuutta. Lisäksi kysymykset ovat yleensä niin suoraviivaisia, että yksi vastaus riittää, eikä tarvita pidempää vuoropuhelua (tai chattailua).
En tarvitse eikä oma toimialana hyödy siitä mitään eikä toimi käytännössä.
Ei tarpeellinen.
Kyseisestä palvelusta ei vastaavaa hyötyä ole tässä toimialassa, koska mahdolliset kyselyt asiakkailta tulevat suoraan yhteyshenkilöille, jotka tuntevat asiakkaat ja kohteet.
en tunne palvelua
Ei ole asiakaspalvelua tällä hetkellä
Ei toistaiseksi
ei kannata, facebookin mese ja puhelin riittää meille
ks. toimiala
Ei tarvetta
Yrityksessä ei ole henkilöä siten paikalla, että pystyisi vastaamaan koko päivän ammattitaitoa vaativiin kysymyksiin.



ei ole ihmistä vastaamaan chatissa
Ei sovi yritykseeni
edullisempaa ja joustavampaa asiakkaalle
Ei tarvita
Käytämme henkilökohtaisia whatsapp tilejä
Tällä hetkellä ei tarvetta
Aikaisempi kokemus Chat palvelusta osoitti, että ei toimi vielä meillä.
En koe sitä tarpeelliseksi
Ei le tarvetta
Sitä kokeiltiin joskus ja päivittäin tuli chat yritykseltä sähköpostia missä minulta kysyttiin chattaajien kysymyksiä. Pidän tätä tapaa ajan haaskaamisena
Ei ole tarvetta eikä resursseja kyseiselle palvelulle.
En tarvitse.
Yleensä monimutkaisempia kysymyksiä, joihin sähköposti sopii paremmin.
Ei sovellu toimialalle
Yksinyrittäjä ei pysty jakaantumaan joka taholle
Työn luonteen vuoksi, tätä työtä ei vain pysty tekemään chatin välityksellä.
Pärjätään nykyisillä tavoilla oikein hyvin. Valtaosa asiakkaista vakituisia, joten systeemi on selvä.
Puutteellinen tieto nykypäivän mahdollisuuksista. Botin käyttö ei kiinnosta niiden kóm-pelyyden vuoksi.
Ei käyttöä
Ei tarvitse

Ei sovi palvelun kuvaan. Työtä tehdään käsin ja ei pysty chattiin vastailemaan

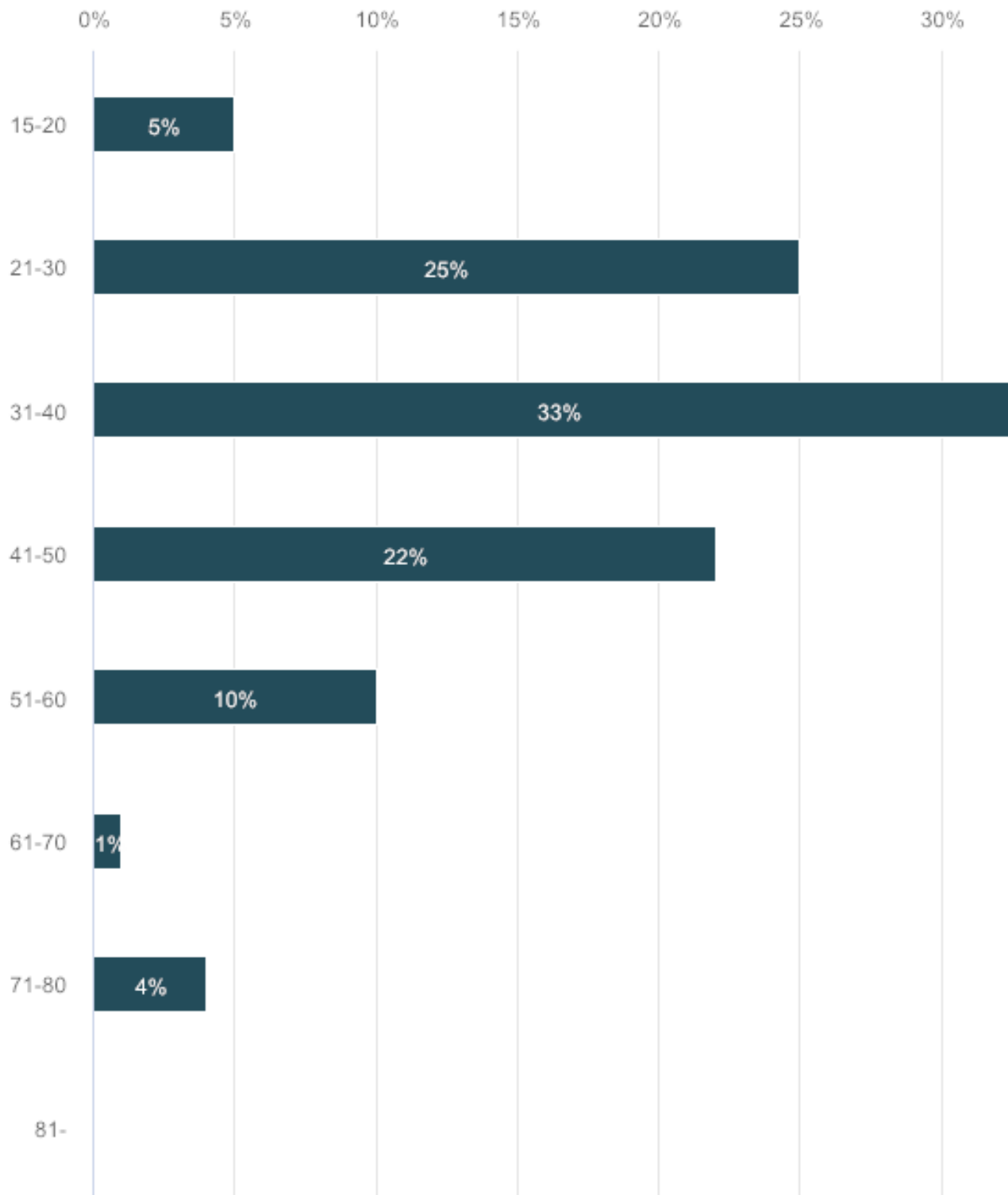
En näe tarpeelliseksi

**Liite 6****Perusraportti****Käyttäjäkysely**

Vastaajien kokonaismäärä: 82

**1. Ikä**

Vastaajien määrä: 82

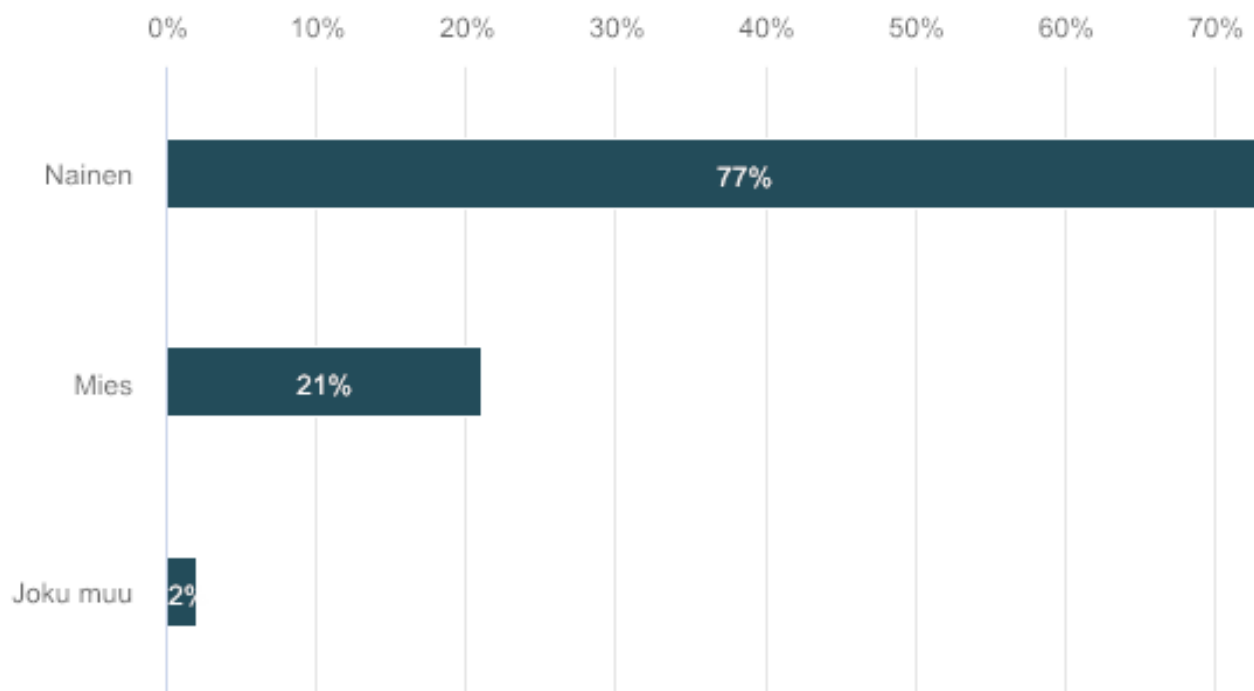


	n	Procentti
--	---	-----------

15-20	4	4,88%
21-30	21	25,61%
31-40	27	32,93%
41-50	18	21,95%
51-60	8	9,75%
61-70	1	1,22%
71-80	3	3,66%
81-	0	0%

## 2. Sukupuoli

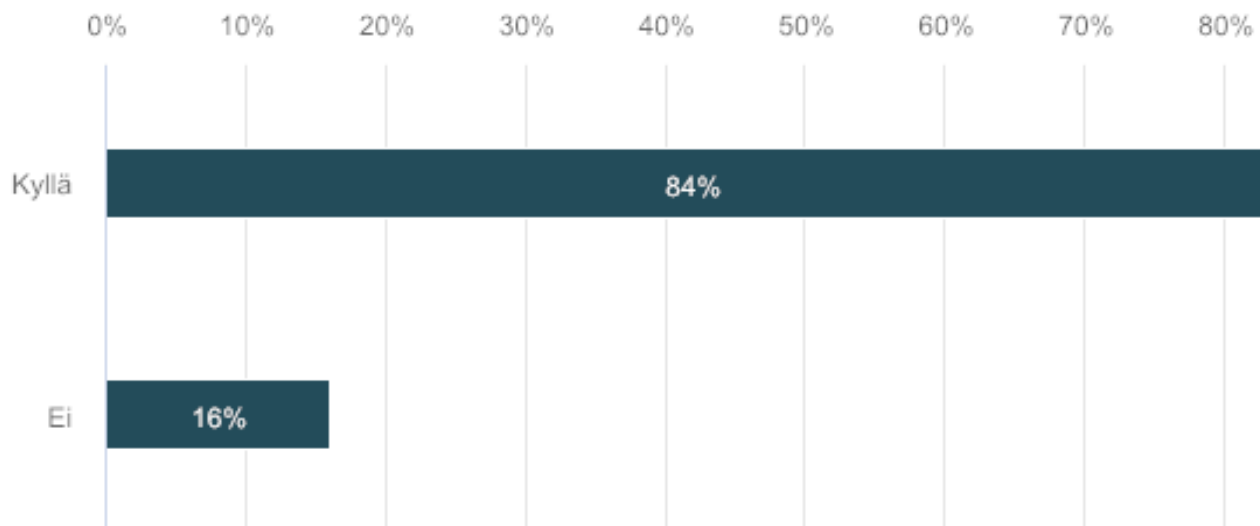
Vastaajien määrä: 82



	n	Prosentti
Nainen	63	76,83%
Mies	17	20,73%
Joku muu	2	2,44%

### 3. Oletko asioinut chat-asiakaspalvelussa

Vastaajien määrä: 82



	n	Prosentti
Kyllä	69	84,15%
Ei	13	15,85%

### 4. Minkä alan nettisivuilla olet viimeksi asioinut chat-asiakaspalvelussa? Esimerkiksi päivittäistavarakaupan tai energiayhtiön nettisivuilla.

Vastaajien määrä: 69

<b>Vastaukset</b>
Vakuutusyhtiö
Puhelinyhtiön nettisivuilla
Ikea
pankki
Sähkönmyynti
Netin viruksentorjunta
Päivittäistavara
Telia
Kunnan
Terveystieteiden tutkimuskeskuksen asiakaspalvelussa
Vakuutusyhtiön
Autojen varaosia myyvän liikkeen
Muistaakseni Keskon/K-ryhmän asiakaspalvelun kanssa. Selvittelin Plussa-korttiasioitani.
Pankin
Kodinkoneliike
Pankin chat-asiakaspalvelussa
Erityispalveluiden alan yrityksen, b2b.
Pankin
DHL
Op-kevytyrittäjä
Verohallinto

Sokos
Joukkoliikenne
viihde
Pankin ja vakuutusyhtiön
Puhelinyhtiö
Visma, koskien sähköistä allekirjoituspalvelua
Logistiikka-ala
Terveyskeskus
Tietotekniikka
Lehtiyhtiön
Autoliike
Rautakauppa
Kodinkoneliike
Telephone company
Laivayhtiö
Klarna maksupalvelu
Kuljetusliikkeen kanssa
Puhelinyhtiö.
Olisko ollu just energiayhtiö, Helen.
Vakuutusyhtiö, verottaja, eri kaupat.
Joukkoliikenteen palveluita tuottava yritys
Pankki

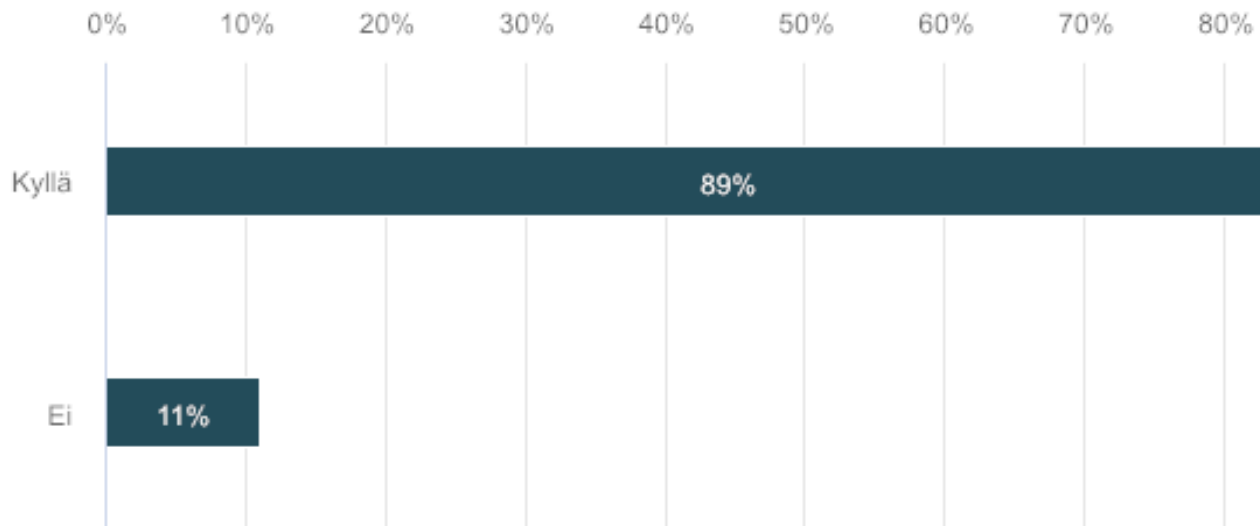


Puhelinliittymä Telia
Puhelinyhtiö
yliopiston apteekin, jonkun terveystieteiden keskuksen.
Power sivusto
Helenin verkkosivuilla
YTK
Telia ja Elisa
Tietokonesovellusten tarjoajan.
Viraston
Fiksuruoka
Postin
Teleoperaattori
teleoperaattori ja joku verkkokauppa
Rengaskorjaamo
Tavaratalon (kärkkäinen)
Kela
Netti- ja puhelinliittymä
En muista. Mutta Postin palvelua olen käyttänyt töissä usein.
Lääkärin muistaakseni
Huonekalukauppa
Puhelinoperaattori
Verkko-operaattorien, chat ominaisuus on ilmainen ja joissain tapauksissa melkein ympärivuorokautinen ominaisuus.

Vakuutusyhtiö
Vaatealan
Pankin, vakuutusyhtiön ja vr:n chatissa.
Gigantti

### 5. Oliko yritys tai virasto suomalainen?

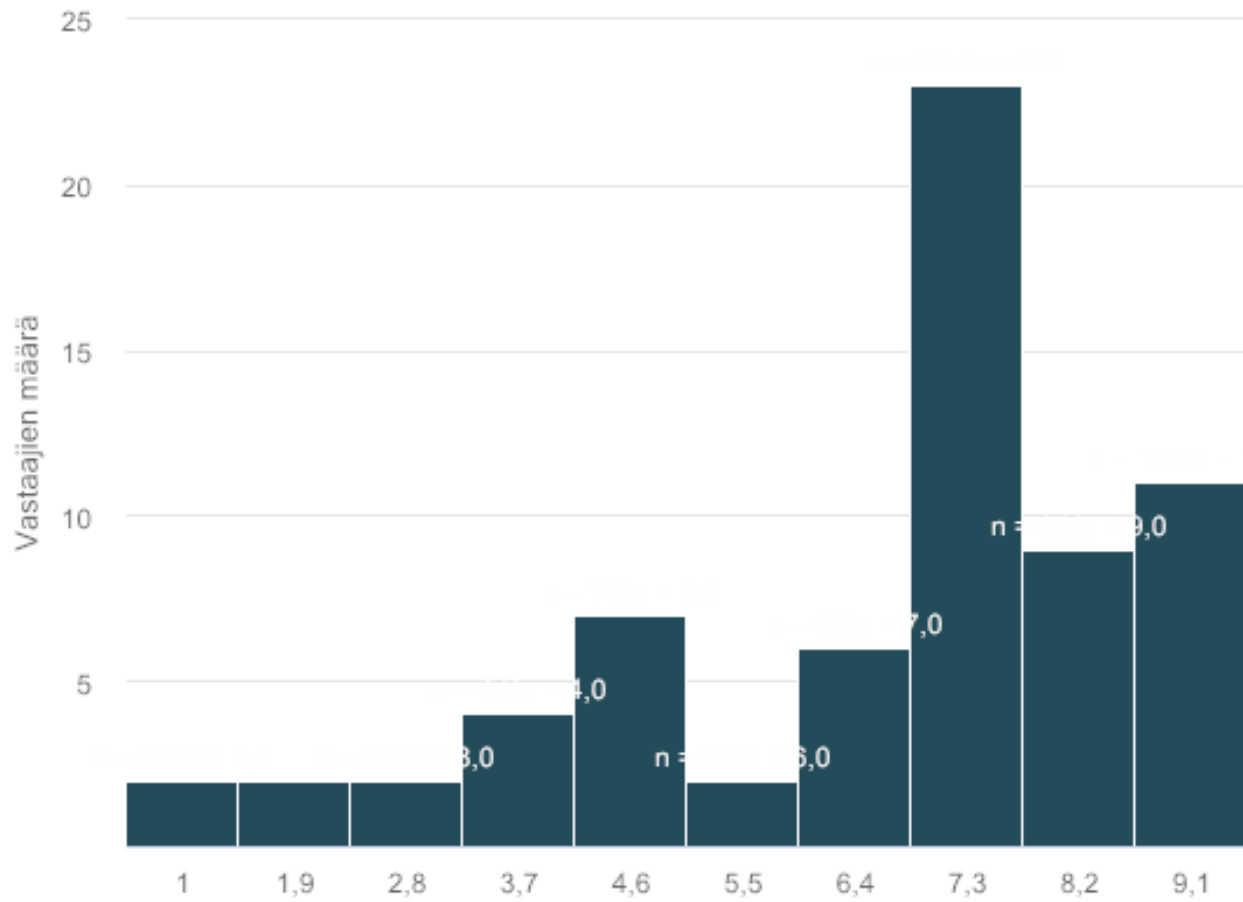
Vastaajien määrä: 66



	n	Prosentti
Kyllä	59	89,39%
Ei	7	10,61%

### 6. Kuinka tyytyväinen olit palveluun?

Vastaajien määrä: 68



Minimiarvo	Maksimiarvo	Keskiarvo	Mediaani	Summa	Keskihajonta
1	10	7,24	8	492	2,36

Liukukytkimen arvon lukumäärä	n	Prosentti
0	0	0%
1	2	2,94%
2	2	2,94%
3	2	2,94%
4	4	5,88%

5	7	10,3%
6	2	2,94%
7	6	8,82%
8	23	33,82%
9	9	13,24%
10	11	16,18%

## 7. Miksi olit / et ollut tyytyväinen chat-asiakaspalveluun?

Vastaajien määrä: 65

Vastaukset
En saanut riittävän kattavaa vastausta
Asian selittäminen/vastauksien ymmärtäminen tuntui haastavammalta kuin fff käytössä keskustelussa tai puhelinkeskustelussa. Ongelmaan kuitenkin löydettiin ratkaisu.
Vastattiin vain kysymykseen, ei tarjottu muita vaihtoehtoja
Chat ohjasi linkin avulla sivulle josta saa vastauksen kysymykseen jos kyseessä on vastausbotti. JOs toisessa päässä on ihminen, asia selviää täsmällisemmin
Ei osannut vastata kysymykseen
Ongelmani ratkesi hetkessä ja vielä parhaalla mahdollisella tavalla
Sain heti tarvittavat tiedot
Asiakaspalvelija vain kirjoitti vastaukseksi mikä on ongelma, mutta en saanut ratkaisua, ennenkuin meni jo hermo.
Sain vastauksen kysymykseeni
Palvelu oli hidasta.

Asia hoitui nopeasti, eikä tarvinnut soittaa.
Yhteydenpito oli nopeaa ja vaivatonta, ja asiakaspalvelija taisi jopa vauhtua välillä, mutta se ei haitannut menoa :)
Lisään tähän liittyen seuraavan vastaukseeni:  En ole aina tavoittanut chatin kautta asiakaspalvelijaa. Kyseessä on viime kerralla ollut mm. Yhdysvalloissa toimiva firma, jolloin aikaero saattaa vaikuttaa asiaan, mutta en saanut heiltä mitään vastausta chatiin, ainakaan pariin tuntiin kun selaimeni eli chat oli auki.  Suomessa olen saanut hyvää palvelua, kaupan lisäksi mm. omalta pankiltani. Tähän voi vaikuttaa isojen firmojen resurssit sekä aikavyöhyke eli että ei ole aikaeroa.
Olin tyytyväinen sen jälkeen, kun robotti vihdoinkin yhdisti minut ihmiselle. Robotista ei muuta hyötyä ollut ja tähän yhdistämiseenkin meni liian kauan.
Ei apua
Chatrobotti ei ymmärtänyt yksinkertaisen väitelauseen muotoon kirjoitettua asiaani ja siirryin puhelinpalveluun.
Hitaat vastaukset miinusta, kunnolliset vastaukset plussaa
Asiakaspalvelija ei ymmärtänyt ongelmaani, vaan oletti minua tyhmäksi
Asiani otettiin vakavasti ja sitä alettiin heti selvittää. Asiakaspalvelija vielä palasi sovittuun asiaan jälkeensä.
Vastaus oli hieman epäselvä eikä sisältänyt haluamiani lähteitä. Vastaus oli kuitenkin oikein, jäi vain epävarma fiilis.
En saanut tarvitsemaani tietoa.
Sain tarvitsemani tiedon ja hinnan.
Asiani tuli hoidettua nopeasti ja asianmukaisesti.

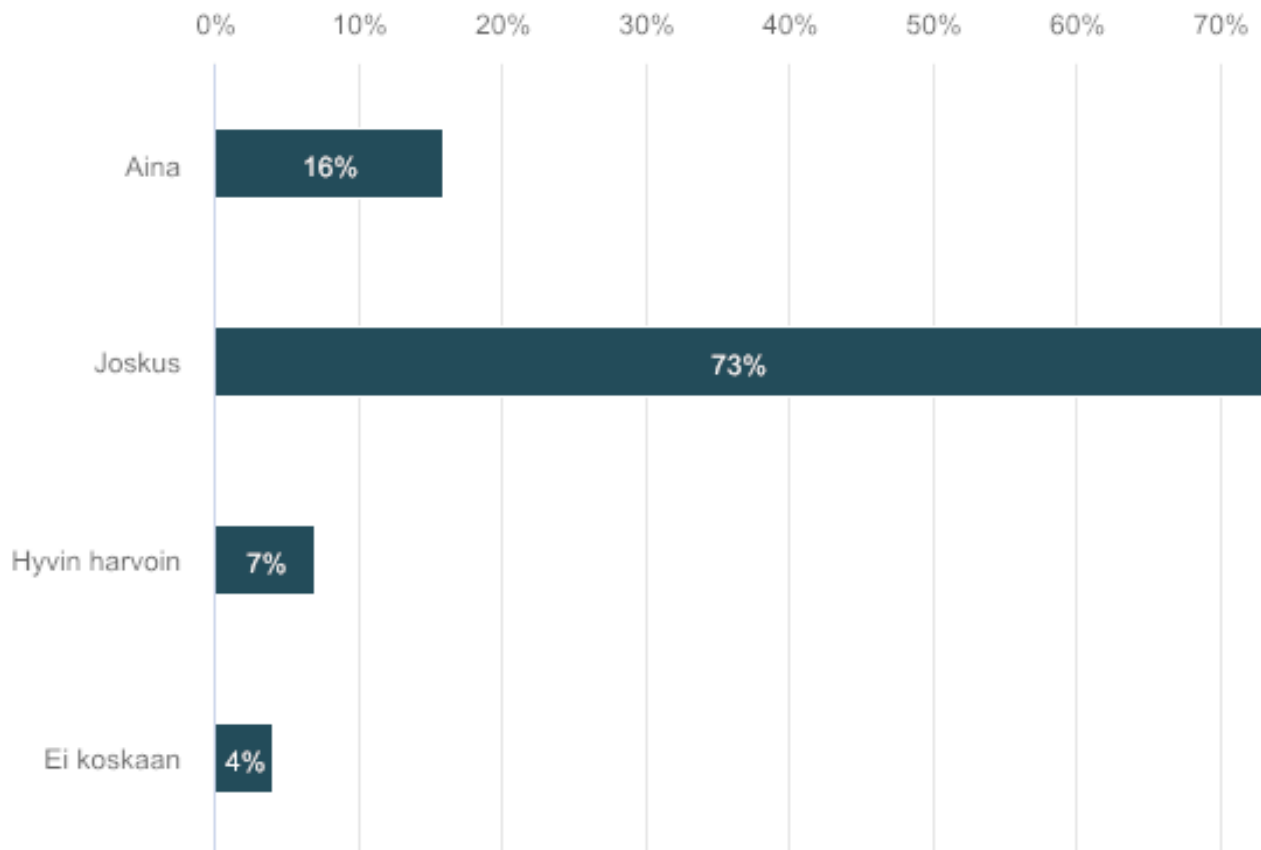
Asia hoitui nopeammin kuin esim. sähköpostilla ja palvelu oli asiantuntevaa ja kohteliasta.
Helppo ja nopea avun saanti
Asia hoitui kerralla kuntoon
En saanut vastausta, vaan chat ohjasi ohjeisiin
Pari pistettä lähti, sillä chat-toiminto oltiin automatisoitu robotille, josta ei ollut mahdollista siirtää asiakaspalvelijalle, vaan ohjattiin yhteydenottolomakkeelle
Noora ja asiallinen vastaus
Asia ratkesi nopeasti verrattuna, että olisi lähettänyt sähköpostia
Botti vastasi kerta toisensa jälkeen, ettei ymmärrä kysymystäni. Yksinkertaistin kysymystäni kolmasti, sitten luovutin. Jos ei botti toimi, olkoon suljettuna
Ongelma saatiin ratkaistua
Ei aivan saumaton näkyvyys myymälöiden varastotilanteeseen. Täytyy kuitenkin kysyä sina myymälästä.
Asiani (palautteen antaminen) ei ratkennut, sillä palautetta ei voinut kohdentaa chatissa kyseiseen myymälään.
I got a straight answer pretty quickly
Sain asiani selvitettyä
Sain asiaani nopeasti vastauksen ja henkilö auttoi ongelmassa.
Kysyin rahdin kuljetusaikaa enkä saanut täsmällistä vastausta.
Yleensä saa aika nopeasti jonkun auttamaan, eikä tarte jonottaa puhelimesta.
Jos oikea henkilö vastaa niin on ok, jos robotti vastaa niin ei ole ok
Olin tyytyväinen, koska sain hoidettua asiani.
Vastauksen saaminen reaaliajassa.

Sain tarvitsemani avun ystävällisellä palvelulla ja nopealla aikataululla
En saanut tarvittavia vastauksia
sain asian hoidettua ja min asiani ymmärrettiin.
Sain tilauksen peruttua ja uuden tilauksen tehtyä samalla kerralla melko vaivattomasti. Palvelu oli selkeää ja suoraan asiaan. Chattin jonotus kesti n. 20 minuuttia, mutta oli sen arvosta
Vastaus tuli nopeasti ja selkeästi
Sieltä kyllä vastattiin nopeasti, mutta en saanut kattavaa vastausta kysymykseeni.
Mukavia asiakaspalvelijoita ja toimivaa palvelua
Ongelmani ratkesi nopeasti ja yksinkertaisesti. Piti vain kysyä yhtä asiaa.
Asia ratkesi helposti
Nopea vastaus, ja hyvin avuliasta
Sain asian ratkaistua.
se oli täys paska
Asiani ratkesi.
Sain nopeasti vastauksen.
Vastausaika oli nopea
Saa nopeasti vastauksia
Asia saatiin hoidettua heti ja laadukkaasti
En saanut yksiselitteistä vastausta kysymykseeni - aspa ei osannut vastata tyhjäntävästi.
En ollut tyytyväinen, sillä vastauksissa kesti tarpeettoman kauan.

Ilmaisuudesta plussaa verrattuna puhelun hintaan, chatit ovat toimineet hyvin, mutta jonoa voi olla tunneiksi asti pahimmassa tapauksessa. 50/50 korjaantuuko ongelma mistä olen lähtenyt ottamaan yhteyttä chatin kautta.
Selkeä vastaus kysymykseeni, odotusaika oli vähän pitkä.
Chat-asiakaspalvelija omatoimisesti tarjosi minulle sopivia vaihtoehtoja.
Olin tyytyväinen palvelun nopeuteen ja siihen että sain pikaisesti.
Tosi pitkä jonotusaika oli. Mutta asia selvisi nopeasti kun palveluun pääsi.

## 8. Onko ongelmasi ratkennut chat-asiakaspalvelun avulla?

Vastaajien määrä: 69

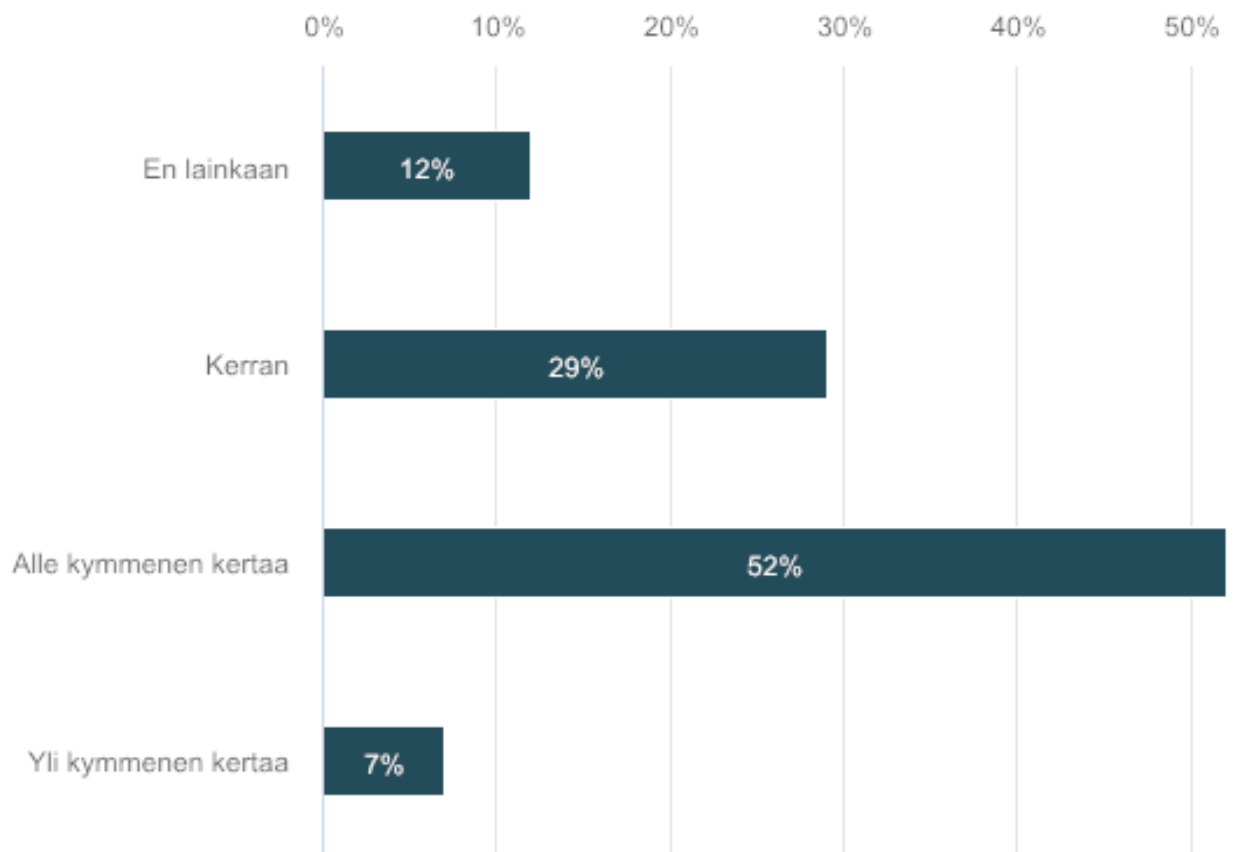




	n	Prosentti
Aina	11	15,94%
Joskus	50	72,46%
Hyvin harvoin	5	7,25%
Ei koskaan	3	4,35%

### 9. Kuinka usein olet käyttänyt chat-asiakaspalvelua viimeisen kuuden kuukauden aikana?

Vastaajien määrä: 69

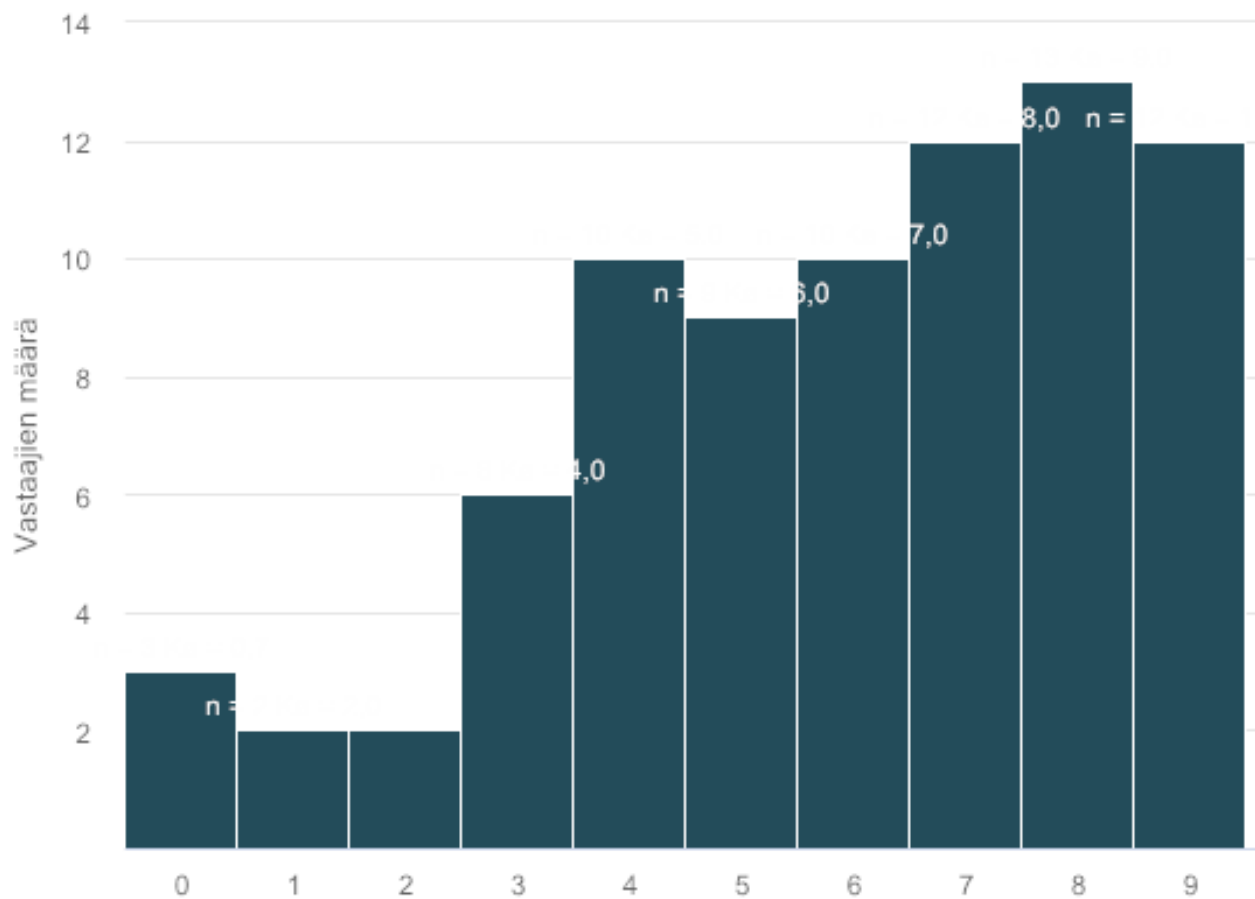


	n	Prosentti

En lainkaan	8	11,59%
Kerran	20	28,99%
Alle kymmenen kertaa	36	52,17%
Yli kymmenen kertaa	5	7,25%

### 10. Kuinka tärkeänä pidät chat-palvelua yritysten ja virastojen nettisivujen yhteydessä?

Vastaajien määrä: 79



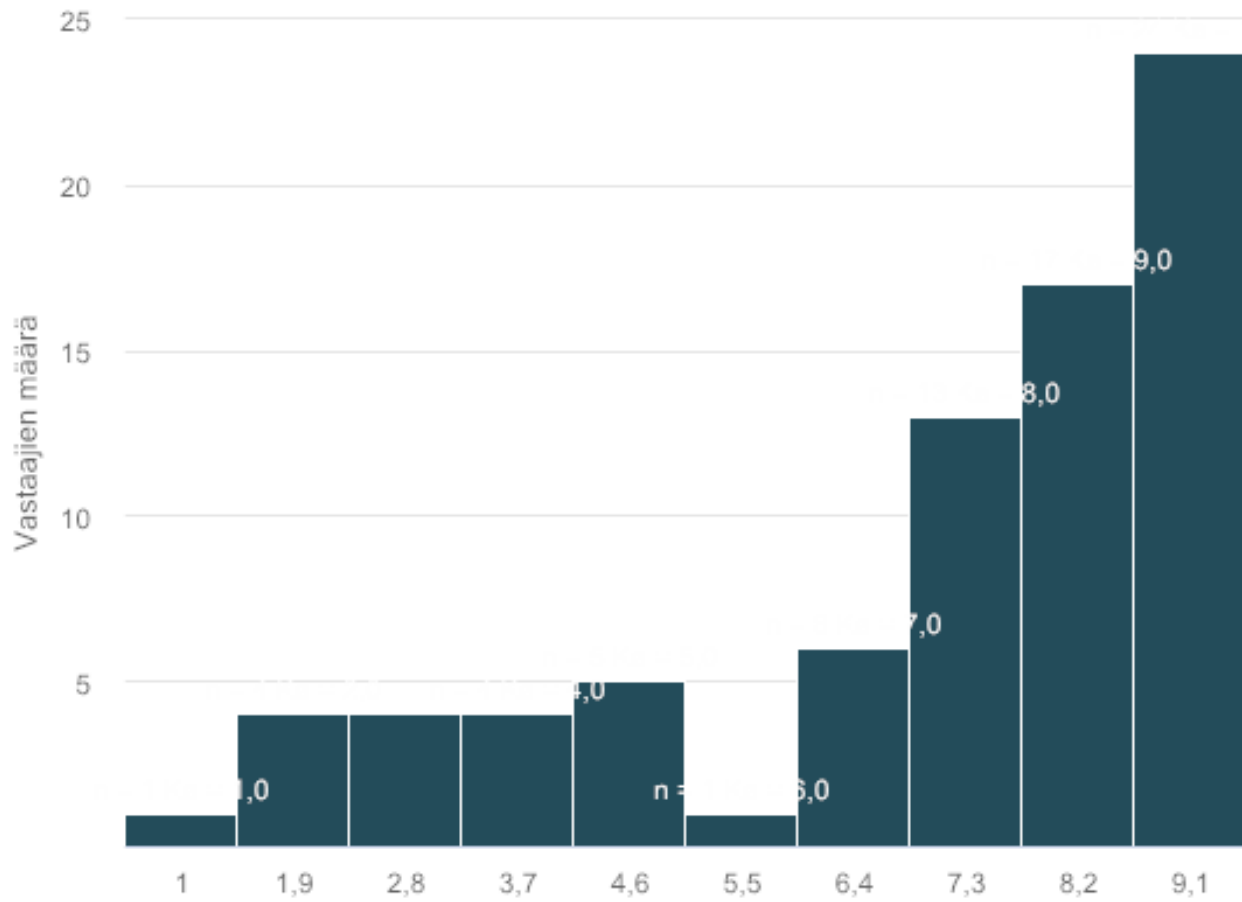
Minimiarvo	Maksimiarvo	Keskiarvo	Mediaani	Summa	Keskihajonta

0	10	6,87	7	543	2,47
---	----	------	---	-----	------

Liukukytkimen arvon lukumäärä	n	Prosentti
0	1	1,27%
1	2	2,53%
2	2	2,53%
3	2	2,53%
4	6	7,59%
5	10	12,66%
6	9	11,39%
7	10	12,66%
8	12	15,19%
9	13	16,46%
10	12	15,19%

### 11. Kuinka helpoksi koet keskustelun aloittamisen chat-palvelussa?

Vastaajien määrä: 79



Minimiarvo	Maksimiarvo	Keskiarvo	Mediaani	Summa	Keskihajonta
1	10	7,68	9	607	2,57

Liukukytkimen arvon lukumäärä	n	Prosentti
0	0	0%
1	1	1,27%
2	4	5,06%
3	4	5,06%
4	4	5,06%

5	5	6,33%
6	1	1,27%
7	6	7,59%
8	13	16,46%
9	17	21,52%
10	24	30,38%

## 12. Missä asioissa koet tarvitsevasi apua asioidessasi verkkokaupassa?

Vastaajien määrä: 67

Vastaukset
En missään
Tuotetietojen, toimitukseen tai maksamiseen liittyvien asioiden ymmärtämisessä/vertailussa.
voisin kysyä tuotteen ominaisuuksista tai saatavuudesta jotain, tai kokoa tms.
vaihtelee, ei sitä voi tietää ennakkoon.
Tuotekysely, varastotilanne, toimitusnopeus
Monesti asiointissa alkuun pääseminen auttaa jo paljon. Kun tietää mistä kannattaa aloittaa tai mistä haluamansa löytää niin asiat alkavat hoitua.
Ei tule nyt mitään mieleen
Sellaiseen asiaan, johon en löydä helposti vastausta
Tuotetiedot
Esim. Tuotteen palautuksessa tai reklamaatiossa.
Toimituksen seuranta, menikö maksu läpi jne.

En koe tarvitsevani apua verkkokaupassa asioinnissa.
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Salasanat tai muut käyttäjätiliin liittyvät asiat.</li> <li>2. Nopeat tarkistukset, vaikka aukioloajat tai jonkin tilauksen käsittelyn vaihe.</li> <li>3. Kysymykset, jotka on helpompi esittää step by step kuin lähettää pitkä sähköposti asiasta. Vaikkapa jos kyseessä on neuvottelu siitä, voisiko jostain firman lisenssistä saada alennusta tai miten hinnoittelu menee minun/meidän tapauksessa.</li> </ol>
Etsimäni tiedon löytymisessä. Aina nettisivut eivät ole kovin selkeät.
Tuotteiden toimivuus
En koe tarvitsevani apua.
Tietynlaisen tuotteen löytäminen, jos tuotteen nimi tai virallinen käyttötarkoitus ei tiedossa.
Saatavuustiedot
Kadonneet tuotteet
Jos asiat ei ole riittävän selkeästi ilmaistuja.
Oikeuden tuotteiden valinnassa ja mahdollisissa teknisissä ongelmissa.
Oikean tuotteen löytyninen/varmistaminen
Maksusuorituksen ongelman selvittäminen
Liittyen ostamisen käytännönjärjestelyihin yksittäisissä tapauksissa.
Mielestäni en missään.
Koon määrittäminen (ts tuotteesta puuttuvat mitat)
Välillä esim kyseisen sivuston käytön kanssa tai en löydä sivuilta tietoa, jota tarvitsisin
Esimerkiksi tuotteiden saldon tarkastaminen tai milloin tuotetta on saatavilla taas
Koon valinta

Detaljit kuten väri, koko, materiaali, huolto, valmistusmaa, ja takuu.
Saatavuus, valikoimat, ammattimyyjän apu olisi tarpeen.
Riippu sivuston rakenteesta, miten helppoa tietoa on löytää. Mikäli sivusto on rakennettu selkeäksi, chati ei ole mielestäni kovinkaan tärkeä. Lisäksi useamman kerran chatissa ei ole ollut mahdollisuutta selvittää asiaani, joten siksi en pidä chattia kovin tärkeänä.
Sometimes the policies are not clear in regards to returns or delivery times
Ei ollut verkkokauppaostosta kysymys vaan muuten suunnattu yritykselle
Harvoin missään, käytän verkkokauppoja paljon ja useimmiten löydän helposti tarvitsemani tiedon.
Kaikessa.
Yleensä en tarvitse apua, mutta voisin kuvitella että toimitusajan ja -kustannuksen selvittämiseksi.
Riippuu kaupasta, mutta varmaan selventämään tuotteiden ominaisuuksia tai eroja keskenään, kertomaan mikä sopisi itselle.
Kyselyitä tuotteesta ja saatavuudesta
Hyödykkeiden palautus tai vaihto varsinkin tilanteessa jossa hyödykkeeseen liittyy jokin erityistapaus. Esimerkiksi junalipun (jossa on lisänä paikka avustajalle) palauttaminen tai lentoyhtiön järjestämien erityisjärjestelyjen pyytäminen tai näissä tilanteissa ohjaus, siitä kenelle tulee soittaa tai minne pitää olla yhteydessä.
Jos verkkokauppa on jotenkin epäselvä. Pääasiassa avuntarve kureinkin pankki- tai vakuutusasioissa tms.
Jos joissain vaatekappaleissa ei ilmoiteta mittoja niin voisin kysyä.
Kun tietoja ei löydy verkosta, ongelmatilanteiden ratkaisu (moniin yrityksiin ei saa enää sähköpostilla yhteyttä)
Onko maksu turvallinen

asioissa joissa en ole niin varma mitä pitäisi tehdä, tai en ymmärrä jotain. myös asioihin joihin ei ole vastauksia sivuilla. ja jos haluan varmistaa jotain. myös varaukset ja tilaukset on helppo tehdä chatin kautta.
Tilauksien suhteen jos tulee ongelmia tai epäselvyyttä. Vain silloin kuin apua tarvitaan.
Löytääkseni tiedon nettisivuilta tai jos haluan palauttaa tavaransa tms
Verkkokaupoissa en koe tarvitseväni juuri apua, ongelmia ja kysyttävää on lähinnä eri virastojen kanssa asioidessa esim. Kela ja työkkäri. Niissä minulla on eniten ongelmaa koukeroisten lauseenrakenteiden ja epäselvien sääntöjen ja toimintatapojen kanssa.
Laitteiden/liittymien suosittelussa ja kytkentähommissa
En yleensä verkkokaupassa. Chat on tarpeellinen kuitenkin asiakaspalveluun erikseen.
Jos tuotteesta ei kerrota jotain asiaa mikä vaikuttaa ostopäätökseeni.
Esimerkiksi jos tuote on varastosta loppunu, niin kysyn onko saatavilla lisää. Jos lähetys on mennyt väärään osoitteeseen tms
Tarkentavat kysymykset.
tiedonhankinnassa kun haluttu tieto ei ole helposti löydettävissä sivustolla
Tuotteesta tietoa
Mikäli ostotapahtuma ei suju kuten pitäisi.
-
Enimmäkseen hoidan chatissä liittymäasoita. Jos haluan esimerkiksi päivittää jotain
Kun kysyy jotain yksityiskohtia, mikä ei selviä esim tuotetta ostaessa
Riippuu tilanteesta... Usein ihan vaan kysyttävää miten toimin.
Kaikessa
Jos en löydä tarvitsemaani tietoa verkkosivuilta



Jos tuotteissa/palveluissa esiintyy epäselvyyksiä.
En koe tarvitsevani apua verkkokauppa-asioinnissa jos asiat ovat esitetty hyvin ja selkeästi verkkokauppojen sivuilla, esimerkkinä tiedot siitä, miten toimia, jos tuote ei ole odotusten mukainen, on viallinen tai muuten olisi syytä palauttaa tai vaihtaa tuote.
Esim kokojen vertailussa.
Tuotetiedoissa ja saatavuuskyselyissä
Sivuston luotettavuuden arvioimiseen. Mikäli verkkokauppa ei ole ennestään tuttu on vaikea tehdä arviota siitä onko yritys luotettava tai onko sitä edes ylipäätään olemassa.
Jos tarvitsen lisätietoa tuotteesta tai palvelusta.

## Liite 7

Alla linkki videoon joka tehtiin mittaamaan diojen kanssa pidettävää oppituntia. Videossa esitellään esimerkkejä ja selostetaan mitä opettaja voisi ottaa huomioon tuntia pitäessään. Video ei ole varsinainen opetusvideo.

<https://youtu.be/QdFU1372nwU>

## Liite 8



## Chat

- Chat on keskusteluikkunakonsepti yrityksen, viraston tai muun tahon nettisivujen yhteydessä
- Chat on ohjelma, joka tarjoaa mahdollisuuden kirjalliseen viestintään asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä
- Ohjelmia voi hankkia niitä tarjoavilta yrityksiltä, mutta ilmaisohjelmiakin on
- Chattiin voi vastata chattibotti, ihminen tai keskustelun voi aloittaa chattibotti ja sitä voi jatkaa ihminen
- Chatin käyttöä nopeuttamaan voi tehdä vastauspankin, josta löytyy vastaukset usein kysytyihin kysymyksiin.
- Chat voi olla auki aina tai sillä voi olla aukioloajat
- Pienillä yrityksillä chatti voi olla auki silloin, kun siihen ehditään vastaamaan
- Chatti ja muut sähköiset asiakaspalvelutavat voivat olla myös ulkoistettu niitä tarjoavalle yritykselle

10/6/2020

[www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

## Chat-palvelun erot muihin kanaviin nähden

- Asiakkaalle matalampi kynnys ottaa yhteyttä yritykseen
- Asiakas odottaa saavansa vastauksen heti
- Epämuodollisempi kuin sähköposti
  - pienet kirjoitusvirheet eivät haittaa
- Kanava jossa voi kysyä pienempiäkin asioita
- Ei sovellu henkilötietojen tai muiden arkaluontoisten tietojen käsittelyyn
- Ei sovellu tarkempien sopimusten tekoon
- Asiakaspalvelijan on oltava nopea ymmärtämään miten erilaisten asiakkaiden kanssa kommunikoidaan
- Tarkentavia kysymyksiä on osattava esittää

10/6/2020

[www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

## Vakka-Suomen puhelimen chattiketti



**Chatiketti**

- Sinuttele asiakasta ellei asiayhteys toisin vaadi
- Ole jämpä ja lyhytsanainen (vältä sarkasmia, isoja kirjaimia ja pitkiä sepustuksia)
- Vältä lyhenteitä selkeyden ja ymmärrettävyyden vuoksi
- Tyyli on rennompaa kuin sähköpostissa. Kuitenkin asiallista – hymiöitä vain mikäli asiakas itse käyttää niitä ensin
- Nopeus on valttia – muista silti oikeakielisyys!
- Kun asia on hoidettu, kysy aina asiakkaalta, voitko auttaa vielä jonkun muun kanssa
- Lopeta aina lyhyellä "Hyvää päivän jatkoa/Kiitos sinulle/Kiva, että asia selvisi/ tms. asiayhteyteen sopiva lopetus

CONTACT CENTER    TIETOLIIKENNE    IT-PALVELUT

1    5.10.2020    ICT-palveluyhtiö VSP | www.vsp.fi

10/6/2020

[www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

## Chat-asiakaspalvelutyö

- Yrityksillä on omat säännöt tai tavat keskustella chatissa
- Chat-keskustelut voidaan arkistoida samoin kuin sähköpostikeskustelut
- Asiakaspalvelijan työ chatissa on samantyylistä kuin puhelimesta
- Chat-asiakaspalvelun on oltava yhtä hyvää kuin muukin asiakaspalvelu yrityksessä
- Chat-asiakaspalvelija hoitaa usein yhtä aikaa monia keskusteluja
  - Asiakaspalvelijan on pystyttävä keskittymään työhönsä
  - Asiakaspalvelijalla on oltava paineensietokykyä

10/6/2020

[www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

## Käy keskustelu chatissa

- Etsi verkkokauppa jossa on chat-palvelu
  - Oliko palvelu helppo löytää verkkokaupan sivuilta?
  - Oliko palvelussa ruuhkaa?
- Mieti kysymys ja lähde keskustelemaan siitä chat-asiakaspalvelijan kanssa
  - Vastasiko sinulle chattibotti vai ihminen?
  - Millä tyyllillä sinulle vastattiin?
  - Ymmärsikö asiakaspalvelija kysymyksesi?
  - Ymmärsitkö sinä vastauksen?
  - Kuinka monta kysymystä tarvittiin asian selvittämiseksi?

10/6/2020

[www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)

## Chat-harjoitus

- Valitkaa kuvitteellinen verkkokauppa ja sen tuotteet tai palvelut
  - Käykää keskustelu kuvitteellisessa chatissa esimerkiksi Teamsissa tai WhatsApissa
  - Vaihtakaa asiakaspalvelijan ja asiakkaan rooleja
  - Noudattakaa chattikettiä
    - Voitte myös sopia aluksi yrityksen omista chattiohjeista asiakaspalvelijalle
- Miettikää seuraavia asioita harjoituksen päätteeksi
  - Onko helppoa seurata chattiketin ja yrityksen omia ohjeita?
  - Oliko keskustelu kummallekin miellyttävää?
  - Mitä ongelmia teillä oli ja miten ne ratkaisitte?

10/6/2020

[www.sskky.fi](http://www.sskky.fi)