



PIRKANMAAN  
AMMATTIKORKEAKOULU

**MARKKINOINTITUTKIMUS KOULUINFO OY:N TUOTTEEN  
KÄYTÖSTÄ KOHDEKOULUISSA**

**Jaakko Virtanen**

Opinnäytetyö  
Maaliskuu 2009  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Yritystoiminnan suuntautumisvaihtoehto  
Pirkanmaan ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Pirkanmaan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Yritystoiminnan suuntautumisvaihtoehto

VIRTANEN, JAAKKO

Markkinointitutkimus Kouluinfo Oy:n tuotteen käytöstä kohdekouluissa

Opinnäytetyö 33 s.  
Maaliskuu 2009

---

Opinnäytetyön tekeminen käynnistyi Kouluinfo Oy:n tarpeesta kerätä tietoa Suomen peruskoulujen alaluokkien henkilökunnalta tuotteensa Opetuskansio -oppimateriaalin käytöstä ja yleisesti heidän suhtautumisestaan liikennevalistukseen. Tavoitteena oli saada tietoa materiaalin tunnettavuudesta ja henkilökunnan perussuhtautumisesta liikennevalistukseen sekä siitä, kuinka turvalliseksi he kokevat liikenteen lasten kouluympäristössä. Vastauksien avulla Kouluinfo Oy pyrkii parantamaan markkinointimenetelmiä ja keräämään yleisellä tasolla lisätietoa, jonka avulla voidaan julkisesti perustella Opetuskansio -materiaalin tarpeellisuutta alaluokkien liikenneopetuksessa. Opinnäytetyö esittelee Kouluinfo Oy:n yrityksenä, itse tuotteen ja sen markkinoinnin, sekä työnkuvan myyntineuvottelijan näkökulmasta. Lisäksi opinnäytetyö käsittelee Suomen liikennettä ja sen tulevaisuuden näkymiä.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselylomaketta, joka avattiin Webforum- palveluun. Kouluinfo Oy maksoi palveluun liittyvät kustannukset. Tutkimus oli kvalitatiivinen ja vastauksia saatiin vain 50. Vastaukset analysoitiin tekijän henkilökohtaisen kokemuksen perusteella sekä Kouluinfo Oy:n markkinointijohtaja Carita Jäntin avulla. Teoriassa Opetuskansio- materiaalin pitäisi olla yleisesti tunnettu, koska se on toimitettu lähes kaikkiin Suomen kouluihin.

Opetuskansio -materiaalia pidettiin yleisesti hyvänä ja selkeänä. Merkittäviä ilmenneitä ongelmia olivat mm. rehtoreiden tietämättömyys materiaalista sekä vanhempien huolimaton liikennekäyttäytyminen (ylinopeus ja tarkkaamattomuus) kouluympäristössä. Tutkimustulosten perusteella Kouluinfo Oy aikoo lisäinformoida koulujen rehtoreita materiaalista. Lasten vanhempien huolimaton liikennekäyttäytyminen kouluympäristössä on ongelmana uusi ja siihen Kouluinfo Oy pyrkii vaikuttamaan tulevaisuudessa .

---

Asiasanat: Liikennevalistus, Opetuskansio -materiaali, liikenne, Kouluinfo Oy

Pirkanmaa University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Entrepreneurship

VIRTANEN, JAAKKO:

A Marketing Survey for Kouluinfo Oy of the Use of their Product in Target Schools

Bachelor's thesis 33 p

March 2009

---

The objective of this study was to examine the use of the material Opetuskansio (Educational material) in elementary schools in Finland and the school personnel's general attitude to traffic education. The main task was to provide information on the popularity of the material, the personnel's attitude towards the material as well as their opinion of the traffic safety in the school environment. With the help of the results of this study, Kouluinfo Oy aims at developing its marketing methods and collects further information that could be used in giving reasons and justifying the necessity of using the material Opetuskansio in elementary schools. This study introduces Kouluinfo Oy as a company, their product and the marketing of it as well as the daily tasks of a sales negotiator. Additionally, the study discusses the traffic in Finland and its future prospects.

The survey was carried out as an e-form, which was opened in the Webforum service on the Internet. Kouluinfo Oy paid for the expenses. The survey was qualitative, because only 50 answers were collected. The analysis of the answers was based on the author's personal experience and the knowledge given by Kouluinfo Oy's marketing manager, Ms Carita Jääntti. In theory, the material Opetuskansio should be well-known because most Finnish elementary schools already have the material.

The material Opetuskansio was generally considered useful. The biggest problems found in the survey were the lack of the principals' knowledge of the material and the parents' irresponsible traffic behaviour (speeding) in the school environment. Based on the results, Kouluinfo Oy will more actively inform the principals of the material. Kouluinfo Oy also needs to find a way to interfere in the parents' irresponsible traffic behaviour.

---

Keywords: Traffic education, Opetuskansio ómaterial, traffic, Kouluinfo Oy

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
1.1 Lähtökohdat	5
1.2 Liikenne Suomessa	6
1.3 Lapset ja Suomen liikenne	7
2 KOULUINFO OY Ó ORGANISAATIO JA TUOTE	9
2.1 Kouluinfo Oy:n organisaatio	9
2.2 Tuotteen määritelmä	9
2.3 Tuote	9
3 MARKKINOINTI	10
3.1 Markkinoinnin määritelmä	10
3.2 Markkinoinnin tehtävät	10
3.3 Puhelinmyynti	10
3.4 Tunnetilojen vaikutus puhelinmyyntiin	11
3.5 Myynnintehostaminen	12
3.6 Kouluinfo Oy:n myyntitapahtuma	13
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET	15
4.1 Tutkimuksen tavoitteet, ongelmat ja tutkimusmenetelmä	15
4.2 Tutkimuksen tulokset	16
4.2.1 Vastaajajoukko	16
4.2.2 Ajankäytön parannusehdotukset	17
4.2.3 Liikennevalistuksen informointi henkilökunnalle	19
4.2.4 Oppiminen tekemällä	20
4.2.5 Liikennevalistusmateriaali kouluissa ja henkilökunnan odotukset	21
4.2.6 Opetuskansio - materiaalin tunnettavuus	22
4.2.7 Liikennevalistuksen kehitys kouluissa	23
4.2.8 Henkilökunnan mielipiteet kansiosarjan kehittämiseksi	24
4.2.9 Liikenneturvallisuus kouluympäristössä	24
5 YHTEENVETO JA PÄÄTELMÄT	26
5.1 Tutkimustulosten yhteenveto	26
5.2 Tutkimustulosten johtopäätökset	27
5.3 Oma oppiminen	28
LÄHTEET	29
LIITTEET	30

## 1 JOHDANTO

### 1.1 Lähtökohdat

Lehtien otsikoista joudumme viikoittain lukemaan surullisia uutisia lasten osallisuudesta liikenneonnettomuuksiin. Liikennevalistusta tuskin voi olla liikaa. Liikennevalistuksen tärkeys jää usein huomioimatta muiden tärkeiden aiheiden rinnalla. Peruskoulussa tapahtuvalla liikenneopetuksella on suuri merkitys lapsen liikennekäyttäytymiseen. Opinnäytetyössä kerrotaan liikennevalistuksen tilasta Suomessa sekä koulujen henkilökunnan suhtautumisesta aiheeseen. Lisäksi kehitetään uusia ideoita Kouluinfo Oy:n myyjien oppaaseen, ja tutkitaan miten Kouluinfo Oy:n toimintaa voidaan jatkossa kehittää.

Kouluinfo Oy:n tavoite on hankkia Opetuskansio ó opetusmateriaali Suomen alakoulujen kaikille 1-2 luokille. Luokkien opettajien käytössä tulee olla neljä opetuskansiota sisältävä Opetuskansio ó kansiosarja ja jokaisella oppilaalla henkilökohtainen, kansioihin perustuva työkirja. Kouluinfo Oy tiedostaa, että Suomen kouluilla ei ole määrärahoja hankkia kyseistä liikenneopetusmateriaalia. Sen vuoksi tärkeä osa Kouluinfo Oy:n työtä on hankkia saman paikkakunnan yritykset ja yhdistykset sponsoroimaan kohdekoulujen kirjat. Materiaalin hankkimisprosessissa on siis mukana kolme eri osapuolta: 1) Kouluinfo Oy, materiaalin kustantaja ja toimittaja 2) koulu, jonne materiaalit hankitaan, 3) yritys/yhdistys, joka sponsoroi materiaalin ja saa vastineeksi positiivisen huomiarvon.

Oleellinen asia materiaalin markkinoinnissa on puhelimitse tapahtuva yhteydenotto yrityksiin ja yhdistyksiin. Tekijän kokemuksen mukaan ongelmana on yritysten negatiivinen suhtautuminen puhelinmyyntiin. Markkinoilla on paljon epärehellisiä toimijoita, joiden epärehellisyys mustamaalaa kaikki puhelinmyyntiyritykset. Huomioitavaa on myös, että puhelimitse toimivia markkinoitsijoita on paljon. Myyjän onkin aina löydettävä hyvä syy perustella yritykselle, miksi juuri heidän kannattaa ottaa osaa Kouluinfo Oy:n liikennevalistushankkeeseen.

Opinnäytetyön aineisto kerättiin Webforum- palvelun avulla. Internettiin luotiin koulujen henkilökunnalle kohdistettu kyselylomake. Kouluinfo Oy rahoitti kaikki lomakkeen

ja sen ylläpitoon liittyvät kustannukset. Opinnäytetyön teoriaosuus esittelee yleisesti tuotteen markkinointia, sekä liikennevalistusta Suomessa.

Opinnäytetyö koostuu kolmesta osiosta. Ensimmäinen osio esittelee Kouluinfo Oy:n ja sen markkinoimat tuotteet. Lisäksi osio kertoo puhelinmyyjän työnkuvasta myyjän näkökulmasta ja käsittelee liikennevalistusta Suomessa. Toinen osio käsittelee tutkimuksen toteutusta: tutkimukselle asetetut tavoitteet, sen toteutus ja aineiston analysointi. Kolmas osio on yhteenveto tutkimuksesta. Sen lisäksi viimeinen osio esittelee uusia ideoita koskien myyjien opasta, pohtii tutkimuksen luotettavuutta ja arvioi tekijän omaa työtä.

## 1.2 Liikenne Suomessa

Liikennejärjestelmässä on häiriö, kun sattuu onnettomuus. Onnettomuus syntyy ihmisen virheestä. Virhe on, itse asiassa, tehty jo liikennejärjestelmän suunnitteluvaiheessa, sillä järjestelmän ei pitäisi vammauttaa tai tappaa käyttäjiään. Suomen sorateitä alettiin päällystämään asfaltilla 60-luvulla liikennejärjestelmän kehittäessä. Aluksi asfalttiteiden uskottiin parantavan liikenneturvallisuutta, mutta tasainen ja laadukas tien pinta sai autoilijat lisäämään nopeutta. Tästä johtuen onnettomuudetkin lisääntyivät.

( Mattila 2001, 131.)

Yksinkertaistettuna voidaan ajatella seuraavasti: mitä vähemmän liikennettä sitä vähemmän onnettomuuksia. Liikenteen vähentäminen tuntuu mahdottomalta, koska yhdyskuntarakenne on muuttoliikkeen seurauksena hajautunut. Näin ollen välimatkat töihin, ostoksille tai harrastuksiin pitenevät. Pienillä paikkakunnilla välimatkat töihin ja harrastusten pariin ovat lyhyempiä kuin isoilla paikkakunnilla. Helsingin ytimessä on toimiva joukkoliikenne, muualla Suomessa väestö liikkuu pääasiassa henkilöautoilla. Elintason nousu on vaikuttanut huomattavasti liikenteeseen: suomalaisen palkansaajan ansiotason noustessa 2500 EUR/kk, vapaa-ajan matkustelu vähenee ja työmatkat lisääntyvät. ( Mattila 2001, 137.)

Suomessa henkilöautoilu käsitetään tärkeimmäksi liikkumismuodoksi. Kolmasosa matkoista tehdään jalan tai polkupyörällä. Joukkoliikennettä käyttää vain neljännes. Ainoastaan Helsingissä on onnistuttu rajoittamaan henkilöautoliikenteen kasvua. Liikenneväylien määrän kasvu johtuu työmatkaliikenteen aiheuttamasta paineesta. Tietotekniikan mahdollistaman etätyön odotettiin vähentävän liikkumisen tarvetta. Etätyön tekijät

asuvat yleensä kauempana kuin muut työntekijät, usein taajaman ulkopuolella. Etätyöskentely ei merkittävästi ole laskenut liikennettä, koska myös etätyötä tekevien on ajoitain käytävä työpaikallaan. ( Mattila 2001, 138.)

### 1.3 Lapset ja liikenne

Kehittyvällä lapsella on oikeus liikkua vapaasti turvallisessa ympäristössä. Turvallinen ympäristö vaatii päättäjiltä panostusta turvallisuusvälineisiin ja liikenneohjaukseen. Kaikkien liikenteessä kulkevien on ymmärrettävä, että lapset käyttäytyvät arvaamattomasti liikenteessä. Suurin lasten tapaturmainen kuolinsyy Suomessa on liikenneonnettomuus. Niitä sattuu selvästi enemmän kuin hukkumisia tai palokuolemia. Vakavat onnettomuudet sattuvat lapsille tienylityksessä. Eniten liikenneonnettomuuksia tapahtuu kesällä. Lapsille sattuu liikenteessä tilastoitua enemmän onnettomuuksia , koska vain poliisin tietoon tulleet onnettomuudet tilastoidaan. Erityisesti 6-9 -vuotiaat lapset loukkaantuvat liikenteessä jalankulkijoina (vuosittain lähes 70). Polkupyöräilijöistä 10-14-vuotiaat ovat suuri riskiryhmä joutua onnettomuuteen. Viime vuosien tilastojen mukaan liikenteessä kuolee vuosittain n. 20 alle 15-vuotiasta.

Lapsi on aikuiseen verrattuna heikompi liikenteessä, koska lapsen valmiudet kulkea turvallisesti liikenteessä kehittyvät vähitellen. Lapsen näkökenttä on paljon kapeampi kuin aikuisen, ja näin ollen vastaan tulevan ajoneuvon etäisyyttä on lapsen vaikea käsittää. Autoilija ei havaitse lasta lapsen pienen koon vuoksi. Lapsen on vaikeampi nähdä esteiden, kuten pysäköityjen autojen, yli. Aikuiset kantavat aina vastuun lapsista. Huolehtimalla lasten turvavyön käytöstä ja vähentämällä auton nopeutta päiväkotien ja koulujen kohdalla ehkäistään onnettomuuksia. ( Liikenneturva 2009.)

## 2 KOULUINFO OY Ó ORGANISAATIO JA TUOTE

### 2.1 Kouluinfo Oy:n organisaatio

Kouluinfo Oy on Tampereelta käsin toimiva puhelinmyyntiyritys. Kouluinfo Oy:n organisaatio koostuu kahdesta johtoportaan henkilöstä. Markkinointipäällikön vastuualue koostuu myyjien koulutuksesta, neuvomisesta, valvomisesta ja rekrytoinnista. Toinen johtohenkilöistä vastaa materiaalin hankkimisesta, sen toimittamisesta kouluille sekä atk-huollosta. Myyjiä on vuodenajasta riippuen 3-15 henkilöä. Kouluinfo Oy työllistää hyvin opiskelijoita, sillä myynnillisesti paras vuodenaika on kesä. Osa-aikaisena työskentely on myös mahdollista.

### 2.2 Tuotteen määritelmä

Yrity maailman kilpailukeinoista tuotteella on keskeinen asema. Menestymisen kannalta vain menestyvät tuotteet takaavat yritykselle toiminnan jatkuvuuden tulevaisuudessa. Tuote ei aina välttämättä ole aineellinen, vaan yrity maailmassa ostetaan paljon palveluita. Tuote nähdään kokonaisratkaisuna, jolla ratkaistaan asiakkaan ongelma. Tuote on yleensä hyödyke ja siihen kuuluvat osat yhteensä. Yhteiskunnan kehittyessä ja elintason nousun seurauksena yritykset ovat joutuneet panostamaan tuotteen kokonaisvaltaiseen toimivuuteen. Tuotteella on ikään kuin oma elinkaari, joka päättyy kun tuottamaton tuote vedetään pois markkinoilta. ( Kinkki & Isokangas 2003, 199-201.)

### 2.3 Tuote

Kouluinfo Oy:n toiminta perustuu Opetuskansio ó tuotteen myymiseen. Tuote koostuu neljästä erillisestä liikennekansioista ja kansioihin kuuluvista työkirjoista. Kansiosarja on tarkoitettu opettajalle liikennevalistuksen tueksi. Kansioden materiaali kattaa kaiken mitä 1-3 luokkalaisten lapsen tulee tietää liikenteestä. Opettaja opettaa lapsille kansioden avulla liikennevalistusta, jonka jälkeen lapset voivat tehdä opettajien antamia, kan-



sioihin perustuvia tehtäviä työkirjasta - joko piirtämällä tai kirjoittamalla. Näin ollen työkirjaa voi hyödyntää myös lapsi, joka ei vielä osaa lukea ja/tai kirjoittaa.

Puhelinmyyjien on yleensä helpompi myydä työkirjoja kuin kansioita (hintaeron vuoksi). Työkirjoja voidaan myydä ainoastaan kouluihin, joihin on jo hankittu kansiosarja. Lähes jokaisesta Suomen koulusta löytyy kansiosarja, joten työkirjoja myydään päivittäin. Työkirjoja myydessä on tärkeää saada yksi kokonaisuus valmiiksi (esim.luokka) ennen toisen kokonaisuuden aloittamista. Esimerkiksi 20 oppilaan luokalle on hankittava 20 kirjaa, ja muutama ylimääräinen kirja ei ole haitaksi, päinvastoin. Ylimääräisille kirjoille löytyy aina käyttäjiä, mutta jos kirjoja ei ole tarpeeksi, niitä ei voida lapsille jakaa.

Opetuskansio ó kansiosarjasta on myös päiväkotiversio. Siihen on koottu kaikki neljä kansiota samoihin kansiin, mutta ilman kalvoja. Päiväkoteihin ei ole lähiaikoina hankittu materiaalia, vaan myynti on selvästi suunnattu kouluihin.

Yleisimmät kysymykset myytävästä materiaalista käsittelevät hintaa ja sen koostumusta. Myyjä voi perustella hintaa kansiosarjan monipuolisuudella ja monivuotisuudella, materiaalin kestävyydellä ja kalvojen korkealla hinnalla. Sekä kansiot että työkirjat on tarkoitettu monivuotisiksi.

### 3 MARKKINOINTI

#### 3.1 Markkinoinnin määritelmä

Markkinointi on asiakaslähtöinen ajattelu- ja toimintatapa, jonka avulla luodaan yritykselle kilpailuetua, tuodaan hyödykkeet markkinoille ostohalua synnyttäen ja rakennetaan kaikkia osapuolia tyydyttäviä, kannattavia suhteita. (Bergström & Leppänen 2004, 20.) Markkinoinnin määritelmiä on aikakaudesta riippuen ollut useita. Edellä mainitussa määritelmässä huomioidaan kaikki tekijät, jotka markkinoitsijan tulee ottaa huomioon. (Bergström & Leppänen 2004, 21.)

#### 3.2 Markkinoinnin tehtävät

Yritystoiminnan menestyminen perustuu suurelta osin markkinointiin. Markkinointi on kilpailijoista erottumista ja tuotteista tiedottamista asiakkaille. Markkinointi on yrityksen toiminta ja sen ajattelutapa. Markkinoinnissa on ajateltava toimintaa pitkällä tähtäimellä. Yrityksessä johdon vastuulla on markkinoinnin lähtökohtien suunnittelu ja sen muuttaminen käytännön toiminnaksi. Markkinointi kuuluu koko organisaatiolle, ei pelkästään markkinointiosastolle. (Bergström & Leppänen 2004, 9-11.)

Pienyrityksellä on markkinoinnissa omat vaikeutensa. Pienyritykselle on tärkeää löytää oma asiakaskunta ja tunnistaa sen tarpeet. Pienyritys ei voi kilpailla alhaisilla hinnoilla, siksi sen tuotteiden ja palveluiden on oltava kilpailijoita parempia, jotta asiakkaat ovat valmiina maksamaan enemmän. (Bergström & Leppänen 2004, 12-13.)

#### 3.4 Puhelinmyynti

Puhelinmyynti on osa telemarkkinointia. Telemarkkinointia voidaan luonnehtia kaksisuuntaiseksi ja mittavaksi markkinointitavaksi. Puhelinkontakti on helppo ja tehokas tapa tavoittaa asiakkaat. Puhelinmyynti on ennen kaikkea henkilökohtaista myyntityötä, jossa vaikutetaan välittömästi potentiaaliseen asiakkaaseen ja yritetään saada aikaan asiakkaan ostopäätös. Yrityksen imagon takia puhelinmyyjän on osattava hoitaa asiakas-

kontaktit hyvin, koska asiakkaan näkökulmasta puhelinmyyjä toimii koko yrityksen edustajana. Myyjän luoma luottamus asiakkaaseen vaikuttaa koko yrityskuvaan. Puhelinmyynnin ongelmat ovat yritysten avainhenkilöiden vaikea tavoittaminen puhelimitse sekä asiakkaan helppous kieltäytyä tuotteesta verrattuna henkilökohtaiseen asiakaskäyntiin.

Puhelinmyyntityön toimenkuva riippuu asiakkaista ja tuoteryhmistä. Sosiaaliset taidot ovat puhelinmyyntityössä tärkeitä, koska kauppatapahtuma tapahtuu pääsääntöisesti asiakkaan ja puhelinmyyjän välisessä kontaktissa. Puhelinmyyjän on myös tärkeää tietää yrityksestä, tuotteesta ja asiakkaiden ostokäyttäytymisestä. Puhelinmyyjä, joka ei myy, on yritykselle turha. Tämän vuoksi puhelinmyyjien palkkaus koostuu usein provisiosta, joka on tietty prosentti tehdystä myynnistä. Usein puhelinmyyntiyritykset kannustavat myyjiään parempiin myyntituloksiin tarjoamalla yhteisiä ravintolalounaita tai risteilyjä. Puhelinmyyntiyritys tarvitsee sitoutuneita ja motivoituneita myyjiä. Huono myyjä tuottaa yritykselle ajan kuluessa tappiota ja voi vahingoittaa yrityskuva, esim. jos myyjä ei ole tiennyt tarpeeksi yrityksestä/tuotteesta tai jos myyjä on hoitanut asiakaskontaktit huonosti.

Puhelinmyyntiä voidaan harjoittaa kahdella tavalla: myyjä soittaa asiakkaalle tai asiakas myyjälle. Kuluttajille markkinoissa yleisempää on kuluttajan yhteydenotto yritykseen kun taas yritykselle markkinoissa yrityksen myyntiedustaja luo asiakaskontaktin toisen yrityksen avainhenkilöön. Automaattiset soittojärjestelmät mahdollistavat mahdollisimman suuret määrät potentiaalisia asiakaskontakteja. Nämä soittojärjestelmät valikoivat asiakasrekistereistä sopivimmat yritykset puhelinmyyjän puolesta. Puhelinmyyjän soittaessa asiakkaalle hän valmistautuu puheluun hakemalla tietoa asiakkaasta myyntirekisteristä. Aloittelevalla puhelinmyyjällä voi olla alussa apuna sanasta sanaan kirjoitettu myyntipuhe, mutta työkokemuksen karttuessa myyntipuheen tulee olla mahdollisimman vuorovaikutteinen ja spontaani.

( Kinkki & Isokangas 2003, 223; Bergström.S & Leppänen 2004, 384- 385.)

### 3.5 Tunnetilojen vaikutus puhelinmyyntiin

Tampereen yliopiston sosiaalipsykologian opiskelijan Marjukka Kallion pro gradu- tutkielman mukaan tunteet ovat hyvin vahvana osana puhelinmyyntityötä. Puhelinmyyjä ei

voi soittaessa tietää millaisessa tilanteessa vastaaja on. Asiakas usein purkaa tunteitaan puhelinmyyjälle. Myyjän kyky käsitellä asiakkaan eri tunteita ja asiakkaan ymmärtäminen (empatia) ovat keskeisiä asioita puhelinmyyntityössä. Tunne on tärkeä ja vaikuttava tekijä myynnin onnistumisessa. Puhelinmyyjän positiivisuus voi vaikuttaa myönteisesti asiakkaaseen, ja tilanne johtaa kaupan syntymiseen. Tunteiden hallintaan vaikuttaa vahvasti puhelinmyyjän rutiini. Kun myyjä onnistuu myymään tuotteen, kaupanteko nostaa myyjän virettä, jolloin todennäköisyys onnistua myös myöhemmissä puheluissa on suurempi kuin alavireisillä myyjillä. Onkin tärkeää, että vasta-alkavat puhelinmyyjät saavat helpon tuotteen tai alueen, jotta kaupanteko olisi sujuvaa ja myyjän itseluottamus kasvaisi onnistuessa. Jokaisella puhelinmyyjällä on päiviä jolloin hyvien myyntitulosten takia rentous ja itseluottamus ovat huipussaan. Huonoina myyntipäivinä myyjän äänestä kuuluu turhautuneisuus, joka vaikuttaa negatiivisesti myyntituloksiin. Huonot myyntitulokset lisäävät myyjän epäonnistumisen tunnetta. Puhelinmyyjän on muistettava, että asiakkaalla on oikeus näyttää tunteensa, myös negatiiviset tunteet. Puhelinmyyjällä ei tätä oikeutta ole. (Kallio 2007, 34, 36.)

Kallio puhuu tutkielmassaan myös pinnallisesta tunnetyöskentelystä ja syvällisestä tunnetyöskentelystä. Pinnallinen tunnetyöskentely pitää sisällään tunteiden esittämistä, joita työstetään äänenpainon, puherytmin, temmon ja taukojen pitämisen avulla myyntipuheessa. Vastaväitteisiin vastaaminen on tärkeää, kun myyjän omat näkemykset esitetään asiakkaalle. Yleisempiin vastaväitteisiin myyjä kykenee valmistautumaan etukäteen, mutta joskus asiakkaat saattavat kysyä jotain mihin myyjä ei heti keksi/tiedä sopivaa vastausta. Tällaisissa tilanteissa puhelinmyyjä yleensä turvautuu ympäriryöreään vastaukseen ja keskustelu saattaa hyvällä onnella johtaa kaupan tekoon. Syvällinen tunnetyöskentely puhelinmyynnissä tarkoittaa negatiivisten tunteiden poistoa. Tässä työskentelymuodossa tunteet pyritään pitämään tasaisina ja hallittuina. Työkavereiden ja esimiehen taito kannustaa työntekijä pysymään positiivisessa vireessä (vastoinkäymisistä huolimatta) on puhelinmyynnin onnistumisessa hyvin tärkeää. (Kallio 2007, 53-54.)

### 3.6 Myynnin tehostaminen

Puhelinmyynnissä, kuten muissakin myyntitavoissa vallitsevat samanlaiset vakiot, joita noudattamalla myyntiä voidaan tehostaa. Myyjän tulisi kiinnittää huomiota siihen mitä hyötyä tuotteesta asiakas saa. Asiakkaan kanssa ei ole syytä kiirehtiä, jos hän on ostamassa tuotteen, vaan myyjän tulisi kunnioittaa asiakkaan aikatauluja. Rehellisyys on

tärkeää, koska menetettyä luottamusta on vaikea saada takaisin. Myynnillinen kehuminen on tietysti kaupanteossa sallittua, mutta väärää informaatiota ei saa antaa. Toisaalta omalle myynnille epäedullisia asioita ei kannata asiakkaalle kertoa. Eri tilanteet vaativat eri lähestymistavat, rutinoitunut myyjä pystyy mukautumaan erilaisiin ihmisiin ja eri tilanteisiin. Saman kaavan mukaisesti tapahtuva myyntipuhe ei ole pitkällä tähtäimellä hyväksi. Varsinkin puhelinmyynnissä etukäteen mietityt vastaväitteet ovat hyvä tapa selvittää kiperistä tilanteista. Joskus myyjä saattaa kuitenkin joutua tilanteeseen missä hänellä ei ole vastausta asiakkaan kysymykseen. Siinä tilanteessa myyjän on reilusti todettava, että ei tiedä vastausta, mutta selvittää asian.

Työmäärä, puhelinmyynnissä asiakaskontaktien suuri määrä, vaikuttaa suhteessa myynnin tulokseen: mitä enemmän myyjä soittaa potentiaalisille asiakkaille sitä suuremmalla todennäköisyydellä hän myös myy. Myyjän kiinnostus asiakasta kohtaan antaa hyvän perustan kaupan onnistumiselle. Myyjän on hyvä osoittaa asiakkaalle kiinnostuksensa, mutta hyvän maun rajoissa. Liika mielistely ei ole asiakkaan kunnioittamista, vaikka se juuri on miellyttävän asiakaskontaktin peruste. Aggressiivinen myynti ei ole sama kuin tehokas myynti. Aggressiivinen myyjä saattaa herättää asiakkaassa öminullehan et myyö- reaktion. Puhelinmyyjän tulee aina varmistaa asiakkaalta, että asiakkaalla on varmasti aikaa keskustella. (Rope 2004, 12 - 16, 21 - 29, 35 - 39, 81 - 87, 149.)

### 3.7 Kouluinfo Oy:n myyntitapahtuma

Päivittäinen työaika on 6 tuntia päivässä klo 9.00- 15.00. Tuona aikana myyjällä on todennäköisimmät mahdollisuudet tavoittaa yritysten avainhenkilöt. Kuusi tuntia on puhelinmyyjän työpäiväksi pituus, jolloin myyjän vireystaso ei ehdi laskemaan. Työpäivä Kouluinfo Oy:ssä alkaa usein lyhyellä 10 minuutin aamupalaverilla markkinointipäällikkö Carita Jäntin johdolla. Jos yritykseen on tullut uusia työntekijöitä, heidät tietysti koulutetaan tehtäviin. Parhaiten työn oppii rohkeasti soittelemalla. Yrityksen kokoa tai toimialaa ei kannata etukäteen spekuloida, se vaan huonontaa tehokkuutta ja soittoaktiivisuutta.

Varsinainen työ alkaa soittamalla markkinointipäällikkön työntekijälle määräämän kunnan sivistystoimen johtajalle. Puhelun tarkoitus on saada lupa Opetuskansio ó materiaalin hankkimiseen sen kunnan kouluille. Lisäksi sivistystoimen johtajan lupaa ja innostusta voidaan käyttää apuna myyntipuheessa työn seuraavissa vaiheissa. Asia tulee

esittää sivistystoimen johtajalle lyhyesti ja selkeästi. Jos hän esittää kysymyksiä, myyjän on aina vastattava niihin tyhjentävästi. Jos sivistystoimen johtaja kieltää materiaalin hankkimisen, se tarkoittaa että kaikki sen kunnan koulut jäävät ilman kyseistä materiaalia. Tällaisessa tilanteessa kunta "laitetaan jäihin" muutamiksi kuukaussiksi kunnes myyjä soittaa sivistystoimen johtajalle siinä toivossa, että hän on muuttanut mielensä. Joskus myös sivistystoimen johtaja on ehtinyt vaihtumaan tässä ajassa.

Kun sivistystoimen johtajalta on saatu lupa aloittaa hanke kunnassa, myyjä kartoittaa alueen koulujen materiaalitarpeen sekä luokkien oppilasmäärät. Koulujen tiedot löytyvät nykyaikana helposti kuntien nettisivuilta. Ensin myyjä ottaa yhteyden rehtoriin, jolta myös kysytään lupa tuotteen hankkimiseksi koululle. Rehtorilta kysytään kuinka monta 1-2 luokkaa koulussa on ja kuinka monelta luokalta puuttuu vielä Opetuskansio ó materiaali. Opetuskansiosarja hankitaan jokaiselle luokalle. Samoja kansioita hankittiin kouluihin materiaalin ollessa toisen yrityksen omistama. Siksi on tärkeää selvittää koulun todellinen tarve, jotta kansiot saadaan myös puuttuville luokille. Kansiosarjan hankkiminen jokaiselle luokalle on perusteltua, koska se lisää materiaalin käyttöastetta. Materiaaliin kuuluu myös työkirja, joka tulee lapselle henkilökohtaiseen käyttöön. Tämän vuoksi myyjän on selvitettävä rehtorilta myös 1-2 luokkien tarkat oppilasmäärät.

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET

### 4.1 Tutkimuksen tavoitteet, ongelmat ja tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen tavoitteena oli saada tietoa Kouluinfo Oy:n käyttöön ja vertailla sitä vallitseviin olettamuksiin. Tutkimuksella ei yritetty saada aikaan absoluuttista kokonaiskuvaa asioiden tilasta, vaan nostaa tietoisuuteen asioita, joita voidaan tulevaisuudessa tutkia tarkemmin, tai herättää keskustelua siitä mihin suuntaan yrityksen toimintaa tulisi tulevaisuudessa kehittää. Tutkimuksen aikaisempi tavoite löytää uusia ideoita myyjien oppeeseen jouduttiin muuttamaan tutkimuksen aikana sivutavoitteeksi, koska Kouluinfo Oy:n huomattiin käsittelevän markkinoita pelkän oletustiedon varassa.

Tutkimuksen ongelmaksi muodostui se, että Kouluinfo Oy:llä on vain oletuksia sen tärkeästä sidosryhmästä eli koulujen henkilökunnasta, mutta ei tarpeeksi tietoa toiminnan tukemiseen. Olettamukset syntyivät Kouluinfo Oy:n henkilökunnan omista kokemuksista. Koulujen henkilökunnan oletettiin olevan kiireisiä. Heidän oletettiin haluavan innostavaa, tehokasta materiaalia, joka olisi tarpeeksi yksinkertaista, mutta samalla asiasisällöltään kattavaa. Opetuskansio ó materiaali kykenee hyvin vastaamaan kyseisille vaatimuksille. Tiedon puute on selkeä ongelma tulevaisuuden tuotekehittelyssä, koska arviot perustuvat vain oletuksiin. Riittävällä tiedolla saataisiin vastauksia myös kysymyksiin: Onko Kouluinfo Oy:n tuote oikea? Onko siitä oikeasti hyötyä kouluille?

Tutkimus piti ensin toteuttaa puhelinkyselynä, käyttäen hyväksi tekijän puhelinmyyntikokemusta. Puhelinkysely todettiin kuitenkin tehottomaksi , koska rehtorit olivat huonosti tavoitettavissa ja puheluihin meni runsaasti aikaa. Tutkimuksen toteutustavaksi vaihdettiin e-lomake (liite 1), jonka ylläpidon Kouluinfo Oy kustansi. Kohde- paikkakunnat sekä kysymykset valitsi Kouluinfo Oy:n markkinointipäällikkö. Kouluja valittiin sekä kaupunkien keskustoista että syrjäseuduilta. Koulujen henkilökunnan jäsenille lähetettiin noin 200 sähköpostia, jossa oli linkit e-lomakkeeseen ja ystävällinen kehoitus vastata siihen. Vastauksia odotettiin saapuvan enemmän e-lomakkeen avulla kuin puhelinkyselynä, koska sähköposteja pystyttiin lähettämään joukkopostituksen avulla suurina määrinä. Realistisen vastausmäärän arvioitiin olevan 40-60 kappaletta, koska vastauksien analysoinnissa arvioitiin menevän aikaa.

## 4.2 Tutkimuksen tulokset

### 4.2.1 Vastaajajoukko

Tutkimuksen alussa opettajilta odotettiin enemmän vastauksia kuin rehtoreilta. Tämä yksinkertaisesti sen takia, että koulujen henkilökuntaan kuuluu enemmän opettajia kuin rehtoreita. Tutkimuksen kohdepaikkakunnat olivat suurelta osin Suomen suurimpia kaupunkeja. Noin 200 kappaletta kyselyitä lähetettiin ympäri Suomea. Vastauksien jakaantumisessa oli suuria eroja. Ainoastaan Espoosta tuli yli 10 vastausta. Jyväskylästä kukaan ei vastannut. Vastauksia tutkittaessa mietittiin vastasivatko kyselyyn vain sellaiset henkilöt, jotka pitivät liikennevalistusta tärkeänä. Vastaajan sukupuolta kyselyssä ei kysytty, mutta koulujen nimet kysyttiin. Eniten vastauksia tuli Aurinkorinteen koulusta Kuopiosta, Niilonkankaan koulusta Kuusamosta ja Friisilän koulusta Espoosta. Vastauksia saatiin jokaisesta koulusta 3, kaikki vastaajat olivat opettajia.

Kaikista kyselyyn vastanneista vain 4 oli rehtoreita. Määrä jäi odotettua pienemmäksi, vaikka rehtoreilta ei suurta vastausmäärää odotettukaan. Rehtoreista kaksi oli Pietarsaaresta, yksi Porista ja yksi Härmälästä, Tampereelta. Härmälän rehtori tiedettiin jo ennalta tärkeäksi liikennevaikuttajaksi Tampereen alueella. Rehtoreiden vastaamattomuuden syyksi epäiltiin heidän työnkuvaansa toimia koulun hallinnollisena johtajana, kun taas opettajien ensisijainen tehtävä on toimia lasten kanssa opetustehtävissä. Opettajia vastaajista oli 38. Opettajien vastausmäärän jarruttavana tekijänä epäiltiin olevan sähköpostin mieltämistä roskapostiksi. Opettajilla arvailtiin olevan myös liian vähän aikaa keskittyä opinnäytetyökyselyyn. Vastauksien kokonaismäärän, 50 vastausta, todettiin olevan riittävä analysoitavaksi.

Taulukosta 1 selviää vastauksien jakaantuminen eri paikkakunnille



TAULUKKO 1. Vastauksien määrä paikkakunnittain

a) Turku		5% (2)
b) Helsinki		10 % (4)
c) Tampere		5 % (2)
d) Rovaniemi		5 % (2)
e) Oulu		7 % (3)
f) Kuopio		2 % (1)
g) Espoo		28 % (12)
h) Vantaa		2 % (1)
i) Pori		7 % (3)
j) Jyväskylä		0 % (0)
k) Mänttä		2 % (1)
l) Pietarsaari		7 % (3)
m) Vaasa		5 % (2)
n) Kuusamo		14 % (6)

#### 4.2.2 Ajankäytön parannusehdotukset

Ajankäytön parannusehdotuksia kartoitettiin kysymyksellä: „Miten ajankäyttöä voisi parantaa? Vastauksista 20 oli käyttökelpoisia. Yhtään mullistavaa ajankäytön ongelmaa poistavaa vastausta ei saatu. Kahdessa vastauksessa toivottiin materiaalin olevan tehokasta ja perinpohjaista, jotta liikennevalistukseen käytettävä aika pystytään hyödyntämään kunnolla. Liikennevalistuksen jakamista eri vuodenojoille kannatettiin kolmessa vastauksessa. Seitsemässä vastauksessa suositettiin liikennevalistuksen integroimista muihin oppiaineisiin kuten liikuntaan. Viidessä vastauksessa haluttiin toteuttaa liikennevalistusta käytännön tasolla, esim. luokan matkustaessa uimahalliin liikuntatunneilla. Kahdessa vastauksessa haluttiin lisätä liikennevalistukseen käytettävien oppituntien

määrää. Neljässä vastauksessa tuli ilmi, että aikaa liikennevalistukseen koulussa on riittävästi.

Vastauksia pohdittaessa yritettiin selvittää miten Opetuskansio ó materiaali pystyy vaikuttamaan ajankäytön parannusehdotuksiin. Eniten materiaalin käyttöä voidaan soveltaa vastauksiin, joissa toivottiin liikennevalistusmateriaalin olevan tehokasta ja valmista, jotta liikennevalistukseen käytettävä aika voidaan hyödyntää maksimaalisesti. Opetuskansio ó materiaali onkin kehitetty yksikertaisen tehokkaaksi. Liikennevalistuksen integrointi muihin aineisiin osoittautui vastauksissa suosituksi. Liikennevalistus olisi helppo integroida liikuntatunteihin: ensiksi lapsille opetettaisiin asiat teoriassa ja sen jälkeen tehtäisiin opitut asiat käytännössä. Ympäristöopin kirjathan käsittelevät liikennevalistusta, mutta vain muutaman sivun verran. Määrä tuntuu vähäiseltä verrattuna Kouluinfo Oy:n materiaaliin. Tutkimus ei pitänyt liikennevalistuksen opettamista käytännössä, esim. matkalla uimahalliin, positiivisena vastauksena, koska uimahallikäyntien ja vastaavien määrä kouluissa on vähäistä. Liikennevalistuksen oppituntimäärää voitaisiin lisätä, jolloin Opetuskansio ó materiaalia hyödynnettäisiin kouluissa enemmän. Lisäksi vastauksia pohdittaessa ilmeni tarvetta lisätä koulujen henkilökunnalle selkeämmät ohjeet materiaalin käytöstä, jolloin materiaalin käytön tehokkuus ja käytömahdollisuudet lisääntyvät liikennevalistuksen integroitua liikuntaan.

Tässä esimerkki vastauksesta, jossa vastaaja halusi tehokasta materiaalia käyttöön:

*öTehokkaat materiaalit niin ei mene aika hukkaanö*

opettaja, Oulu

Tämän vastaajan mielestä koulu on kiireinen:

*öEn tiedä, kun koulu on muutenkin liian hektinen tänä päivänä. Karsisin paljon turhaa pois.ö*

opettaja, Espoo

Tässä hyvä esimerkki vastauksesta, jossa toivotaan ympärilukuvuotista liikenneopetusta:

*öEhkäpä olisi parempi ottaa liikennevalistusta pitkin vuotta. Yleensä sitä on joko syksyllä tai keväällä.ö* opettaja, Rovaniemi

#### 4.2.3 Liikennevalistuksesta informointi henkilökunnalle

Koulujen sisäisellä tiedonkululla arveltiin olevan merkitystä opettajien suhtautumiseen liikennevalistukseen. Asiaa kartoitettiin kysymyksellä: *öKuinka rehtori tiedottaa opettajia liikennevalistuksesta?ö* Vastaajista 14 kertoi rehtorin tiedottavan liikennevalistuksesta opettajille syksyllä lukuvuoden alussa. Sähköpostilla vastasi 9 vastaajaa. Kahden sähköpostilla vastanneen mielestä tiedotus oli huonoa ja kahden vastaajan mielestä taas hyvää. Monet vastaajista kertoivat rehtorin tiedottavan opettajia asiasta yhteisissä kokouksissa.

Sähköpostilla vastaajia pidettiin hyvänä asiana Kouluinfo Oy:lle. Yrityksen palaverissa kehiteltiin sähköposti, joka lähetetään koulujen rehtoreille. Rehtori voi tiedottaa opettajia asiasta lähettämällä kyseisen sähköpostin heille yhteispostituksena. Näin opettajat eivät luule sähköpostia roskapostiksi, koska se tulee heidän esimieheltä. Rehtoreille suunniteltiin myös koulujen kartoituksen jälkeen lähetettävä sähköposti, johon pyydetään rehtorin kuittausta. Näin Kouluinfo Oy ja sen materiaali eivät unohdu rehtoreilta. Myös Opetuskansio ó materiaalin tunnettavuus lisääntyy kun rehtorit saavat materiaalista tietoa myös kirjallisena. Liikennevalistuksesta tiedottaminen heti lukuvuoden alussa todettiin hyväksi kommunikointitavaksi, mutta rehtoreiden tulisi tiedottaa opettajia liikennevalistuksesta enemmän kuin kerran vuodessa.

Esimerkki opettajien vastauksista, joissa kerrottiin sähköpostilla tiedottamisesta:

*ö Sähköpostitse ja suullisesti. Viikottaisissa kokouksissa asiasta keskustellaan.ö*

opettaja, Espoo

*öSähköpostitse erilaisista tapahtumista. Kertoo YT-palaverissa esim. kehittämissryhmän aloitteista tms.ö*

opettaja, Kuusamo

*öYhteisissä kokouksissa ja sähköpostillaö*

opettaja, Kuopio

#### 4.2.4 Lapsen oppiminen tekemällä

Työkirjojen käyttöä silmällä pitäen tutkimuksessa selvitettiin henkilökunnan näkemyksiä lapsen tekemällä oppimisesta. Henkilökunnalta kysyttiin: öMiten lapsen tekemällä oppiminen tulisi järjestääö? Positiiviseksi arvioksi tulkitaan vastaukset, joissa maininta työkirjoista. Työkirjat mainittiin suoraan 8:ssa vastauksessa. Tätä määrää pidettiin tutkimuksessa hyvänä. Suosittuja tapoja toteuttaa liikennevalistusta käytännön tekemisen kautta olivat pyöräilyradat, kilpailut, teemaviikot ja poliisin vierailut kouluissa. Yhteinen tekijä edellämainituille tavoille on niiden rajallinen käyttömahdollisuus yhden lukuvuoden aikana. Työkirjat tulevat lapselle henkilökohtaiseen käyttöön eli kirja kulkee aina lapsen mukana. Vastauksista pääteltiin, että työkirjojen markkinoinnissa tulisi painottaa teorian ja käytännön yhdistämisen tehokkuutta: ensin opetetaan teoriaa Opetuskansio ó materiaalilla ja sen jälkeen tehdään käytännön harjoittelua ulkona. Kysymyksen asettelutavasta mietittiin ymmärrettiinkö lapsen tekemällä oppiminen kysymyksessä oikein. Luulivatko rehtorit ja opettajat kysymyksen käsittelevän enemmän fyysisiä aktiiviteetteja kuin luokassa opiskelua? Jos kysymyksen asettelu olisi ollut selkeämpi, olisiko saatu enemmän työkirjoja käsitteleviä vastauksia?

Esimerkkivastauksia kysymyksestä: öMiten lapsen tekemällä oppiminen tulisi järjestääö

*öTyökirjat ok. Poliisin vierailut hyviä.ö*  
opettaja, Kuusamo

*öTyökirjat, liikuntatunnit, kaikki luokan kanssa tekemät kirkko- ja bussimatkat jne. sekä tutustuminen ohjaajan kanssaö*

opettaja, Espoo

*Työkirja, Sopivat tehtävistöt / mahd.kilpailut.*

rehtori, Kuopio

#### 4.2.5 Liikennevalistusmateriaali kouluissa ja henkilökunnan odotukset

Markkinoinnin onnistumiseksi Kouluinfo Oy tarvitsi tietoa kilpailevista koulujen käytössä olevista liikennevalistusmateriaaleista. Yritykselle oli myös tärkeää kerätä mielipiteitä materiaalin käyttäjiltä, eli koulujen henkilökunnalta, Opetuskansio ó materiaalista. Kouluinfo Oy oli tietoinen, että kouluilla oli myös muuta liikennevalistusmateriaalia käytettävissä, mutta vahvaa kilpailijaa Opetuskansio ó materiaalille ei tiedetty olevan. Opetuskansio ó materiaalin oletettiin olevan sopiva koulujen henkilökunnan käyttöön ja sen uskottiin olevan laajasti käytössä.

Vastaajista 4 ilmoitti käyttävänsä Opetuskansio ó materiaalia liikennevalistusopetukseen. Vastaajista 8 ilmoitti käyttävänsä kansiota, mutta kansion nimeä ei mainittu. Vastauksia, joissa Opetuskansio ó materiaali mainittiin nimeltä, oli yllättävän vähän. Syyinä uskottiin olevan Kouluinfo Oy:n puutteellisen tiedotuksen koulujen rehtoreille. Jos rehtoreita informoidaan puutteellisesti, niin myös opettajat saavat puutteellisia tietoja.

Liikennevalistusmateriaalilta odotetaan yleisesti seuraavia asioita. Tässä on muutamia vastauksista poimittuja termejä: uudet ideat, kuvat, elävyys, mielenkiintoisuus, yksinkertaisuus, motivoituneisuus, käytännöllisyys, helppokäyttöisyys ja vaihtelevuus.

Esimerkkivastauksia:

*öElävyyttä ja mielenkiintoisuutta Liikennekansioö*

opettaja, Helsinki

*öKäytämme opetuskalvoja ja käytännön harjoituksia lähiympäristössöö*

opettaja, Oulu

*öYksinkertaista, motivoivaa, toiminnallista toivoisin. Nyt käytössä yksinkertaista, esim. liikennemerkit, jalankulku pyörätiellä/ajotiellä, turvallisuusasiat kuten heijastimen käyttö jneö* opettaja, pori

#### 4.2.6 Opetuskansio -materiaalin tunnettavuus

Opetuskansio materiaalin tunnettavuutta kartoitettiin kysymällä: *ö*Onko teillä Opetuskansio *ó* materiaali käytössä, ja mikä on mielipiteenne siitä? Kysymyksen asettelutapa toimi muistutuksena koulun henkilökunnan jäsenelle materiaalista. Tutkimusvastauksia, joissa materiaalin todettiin olevan käytössä ja sen olevan myös hyödyllistä, odotettiin määrällisesti olevan suuri, koska Opetuskansio *ó* materiaali on laajasti levinnyt ympäri Suomen.

Lähes jokainen kyselyyn vastanneista ilmoitti materiaalin olevan käytössä, ja suurin osa piti materiaalia myös hyvänä. Muutamassa vastauksessa koettiin kansioiden sisältö liian lapselliseksi kolmasluokkalaisille. Kansioita pidettiin hyödyllisinä, koska ne tarjoavat valmiin materiaalin opettajan käyttöön, jolloin opettajan ei tarvitse itse suunnitella liikennevalistustunnin sisältöä. Liikennevalistukseen käytettävä aika oli vastaajien mielestä valitettavan vähäistä. Vastauksista voitiin päätellä, että Kouluinfo Oy:n tuote on käytännöllinen käytettäväksi kouluissa. Liikennevalistukseen käytettävä aika (tai sen puute) kertoo, että liikennevalistukseen ei panosteta tarpeeksi Suomen kouluissa.

Esimerkkivastauksia:

*ö*Kyllä on! Valistus liikenneasioissa on aina paikallaan.*ö*

rehtori, Tampere

*ö*On ja pidän siitä. Täyttä asiaa, eri tilanteisiin sopivaa ja kivat kuvat.*ö*

opettaja, Tampere

*ö*Kyllä, en ole kauheasti käyttänyt. Se mitä olen käyttänyt on ok.*ö*

opettaja, Turku

#### 4.2.7 Liikennevalistuksen kehitys kouluissa

Tulevaisuudessa, tuotteen elinkaaren päättyessä, Kouluinfo Oy:n on aloitettava tuotekehitys. Tuotekehityksessä tarvitaan tietoa niistä liikenteen osa-alueista, joita henkilökunta toivoi kehitettävän. Tietoa kerättiin kysymällä: *öMitä osa-aluetta liikennevalistuksessa tulisi eniten kehittää ja miten?ö*

Pyöräily ja jalankulku olivat esillä suurimmassa osassa vastauksia, koska ne ovat suosituimpia pienen lapsen tapoja liikkua. Tutkimus ei pystynyt tekemään oletuksia henkilökunnan toivomista osa-alueista. Seuraavassa luettelo sanoista, joilla kuvailtiin tärkeimpiä liikennevalistuksen osa-alueita: pyöräily, jalankulku, julkiset liikennevälineet, kypärä, suojatie, koulumatka, kevyen liikenteenväylä, heijastin. Myös seuraavia asioita pidettiin tärkeänä: tarkkaavaisuus, vastuuntunto, asenne, oma järki, tilannetaju, turvallisuus, yhteiset kokemukset ja yllättävät tilanteet. Kysymyksen aseteltavassa oli parantamisen varaa, mutta vastaukset antoivat tutkimukselle uutta tietoa. Pyöräilyä ja jalankulkua käsitellään perinpohjaisesti Opetuskansiossa, joten tilannetta voidaan pitää tämän kysymyksen osalta Kouluinfo Oy:n tuotteen kannalta hyvänä.

Esimerkkivastauksia:

*öTarkkaavuutta liikenteessä ja tehdä itsensä näkyväksi pimeän aikana liikkeessaan.ö*

rehtori, Tampere

*öAsenteita, toisten huomioon ottamista, jopa omien oikeuksien luopumisesta, jotta vahinko vältettäisiin...!ö*

opettaja, Tampere

*öOppilaita tulisi valistaa autoliikenteen vaaroista. Esim. kuinka suojatietä ylitettäessä kaikki autot eivät odota.ö*

opettaja, Espoo

#### 4.2.8 Henkilökunnan mielipiteet kansiosarjan kehittämiseksi

Tutkimuksen avulla yritettiin löytää uusia ideoita kansiosarjan kehittämiseksi tulevaa tuotekehittelyä ajatellen kysymällä: *ö*Pitäisikö kansiosarjaa kehittää ja miten?*ö* Vastusten oletettiin käsittelevän kansiosarjan ajan tasalla pitämistä, joka osoittautuikin oikeaksi oletukseksi. Moni kyselyyn vastannut ei osannut vastata tähän kysymykseen. Huomioitavaa oli toive videoiden ja Internetin käyttömahdollisuuksista materiaalin tukena. Vastauksien perusteella voidaan päätellä materiaalin olevan niin kattava, että tuotekehittelyyn olisi syvennyttävä perinpohjaisesti, jotta parannettavaa löytyisi.

Esimerkkivastauksia:

*ö*Ajantasalla pitäminen ainakin liikennemerkkien suhteen.*ö*

rehtori, Tampere

*ö*Selkeämmät kuvat ja kansio 2010 luvun mukaiseksi*ö*

opettaja, Espoo

#### 4.2.9 Liikenneturvallisuus kouluympäristössä

Tutkimuksen avulla pyrittiin löytämään lasta uhkaavia vaaroja, joita ei välttämättä muuten huomata, kartoittamalla kouluympäristön liikenneuhkia. Kysymys muotoiltiin seuraavasti: "Onko koulun liikenneturvallisuusympäristö turvallinen mielestänne ja toivoisitko uudistuksia?" Kysymyksen asettelutapa aiheutti jälleen sekaannusta. Termi "liikenneturvallisuusympäristö" olisi pitänyt kirjoittaa selkeämpään muotoon - nyt se herätti hämmennystä vastaajien keskuudessa.

Sillä, miltä paikkakunnalta vastaukset saatiin, ei näyttänyt olevan merkitystä. Esimerkiksi Espoolaisten mielipiteet jakaantuivat kahtia: osa koki kouluympäristön turvallisena, osa taas turvattomana. Tärkein kysymyksestä saatu palaute käsitteli yllättäen vanhempien huolimatonta liikennekäyttäytymistä (ylinopeus) kouluympäristössä. Tähän viitattiin yhteensä seitsemässä vastauksessa. Lisäksi kouluympäristöön toivottiin lisää



hidasteita, liikennevaloja, suojateitä ja liikennemerkkejä.

Tieto vanhempien huolimattomasta liikennekäyttäytymisestä ei suoranaisesti vaikuta Opetuskansio ó materiaalin kehitykseen. Asia on sinänsä huolestuttava ja hyvä tiedottaa, kun keskusteluja liikennevalistuksesta käydään eri sidosryhmien ja Kouluinfo Oy:n välillä.

Esimerkkivastauksia:

*öAina on parannettavaa, jos ei rakennetussa ympäristössä niin ratin ja penkin välissä.ö*

opettaja, Rovaniemi

*öMelko turvallinen. Ainoastaan vanhemmat itse aiheuttavat vaaratilanteita ajamalla koulun pihalle kielloista huolimatta.ö*

opettaja, Rovaniemi

*"Koulumme sijaitsee erityisen vilkkaan kadun varressa, jossa mm. siltatyömaan rakentamisen vuoksi raskas liikenne on liikkunut alueella jo pitkään. Alikulku on 'väärässä' paikassa."*

opettaja, Kuopio

*öOlemme pyrkineet kehittämään sitä turvallisemmaksi esim. kehottamalla vanhempia olemaan ajamatta koulun parkkipaikalle oppilaita tuodessaan.ö*

opettaja, Turku

*öTeiden varsiin pitäisi saada liikennemerkkejä, joissa muistutetaan että lähistöllä on kouluö*

opettaja, Oulu

## 5 YHTEENVETO JA PÄÄTELMÄT

### 5.1 Tutkimustulosten yhteenveto

Tiedon keruun kannalta jokainen kysymys oli tuottoisa. Tehokas ja perinpohjainen materiaali parantaisivat koulujen henkilökunnan mielestä ajankäyttöä: opettajan aikaa säästyy, kun materiaali on valmis käytettäväksi sellaisenaan ja kun liikennevalistusta voidaan integroida muihin aineisiin. Tekemällä oppimista työkirjojen avulla pidettiin hyvänä 8:ssa vastauksessa, muita mainittuja oppimistapoja olivat pyöräradat, kilpailut ja poliisien vierailut.

Liikennevalistusmateriaalista kysyttäessä Opetuskansio ó materiaali mainittiin nimeltä 8:ssa vastauksessa, yhtään vakavasti otettavaa kilpailijaa ei vastauksista ilmennyt. Henkilökunta halusi materiaalin olevan tehokasta ja selkeää.

Opetuskansio ó materiaalin tunki nimeltä lähes kaikki vastaajat. Muutamit vastaajista halusivat materiaalin olevan kypsempää kolmasluokkalaisille. Myös ajan vähyyttä parhoideltiin. Tärkeimmiksi liikennevalistuksen osa-alueiksi mainittiin pyöräily ja jalankulku. Kansiosarjan kehittämisideoita ei juuri ollut, tosin videomateriaalia toivottiin materiaalin tueksi.

Kouluympäristön liikenneuhkaksi mainittiin yllättävän useassa vastauksessa vanhempien huolimaton liikennekäyttäytyminen. Tutkimuksen paikkakunnalla ei ollut merkitystä koulun liikenneympäristön turvallisuuteen. Kouluissa käytetään liikennevalistukseen 1-10 tuntia vuodessa. 78 % vastaajista koki liikennevalistukseen käytettävän ajan olevan tarpeeksi. Vastaajista 98% piti liikennevalistuksen aloittamista jo ensimmäisellä luokalla tärkeänä. Vastaajista 62% piti hyvänä, että lapsi osaisi liikenneperusteet kolmannella luokalla, 38 % mielestä lapsen tulisi tietää liikenteestä mahdollisimman paljon.

## 5.2 Johtopäätökset tutkimustuloksista

Tutkimus tuotti lisää tietoa Kouluinfo Oy:lle. Tieto muutti olettamuksia faktoiksi, kun osa olettamuksista osui oikeaan. Koulujen henkilökunnan tiedettiin haluavan tehokasta liikennevalistusmateriaalia, ja rajoitettu ajankäyttö ilmeni vastauksista.

Liikennevalistuksen integroinnin tiedettiin olevan yleinen tapa hyödyntää koulujen ajankäyttöä ja tutkimus vahvisti tämänkin olettamuksen oikeaksi. Sähköpostia ei aluksi osattu hyödyntää, kun koulujen rehtoreihin otettiin yhteyttä. Vastaukset kysymykseen, joka käsitteli rehtorin informointia Opetuskansio ó materiaalista opettajille, loi uuden idean: jokaiselle myyjälle kehitettiin sähköpostiviesti, joka lähetetään koulun kartoituksen jälkeen muistutukseksi rehtorille, ja johon pyydetään rehtorin kuittaus. Kyseinen tapa osoittautui tehokkaaksi keinoksi muistuttaa rehtoreita Opetuskansio ó materiaalista. Sähköpostin etuna on sen helppous rehtorille lähettää eteenpäin opettajille. Todennäköisyys, että opettajat lukevat rehtorilta saapuvan sähköpostin on suurempi kuin jos se tulisi suoraan Kouluinfo Oy:sta, jolloin opettajat helposti mieltäisivät sen roskapostiksi.

Työkirjojen mainitseminen 8:ssa vastauksessa pidettiin positiivisena asiana. Luultavasti liikennevalistukselle vuodessa käytettäviin 1-10 tuntiin sisältyy esim. teemapäivä tai poliisin vierailu, jolloin aikaa kuluu yhden päivän aikana liikennevalistukseen runsaasti. Yllättäen, suuri osa vastaajista (78 %) vastasi, että kouluissa tapahtuvaan liikennevalistukseen käytetään tarpeeksi aikaa Suomessa. Ennen tutkimusta oletettiin, että suurin osa vastaajista kertoisi aikaa olevan liian vähän. Lähes jokainen vastaaja piti tärkeänä liikennevalistuksen aloittamisesta heti ensimmäisellä luokalla ó tämä tieto ei ollut yllättävä. Työkirjojen tärkeydestä liikennevalistuksessa, jota vastaajista 70 % piti tärkeänä, voitiin päätellä työkirjojen oleva kannattava tuote, jonka markkinointiin Kouluinfo Oy:n kannattaa tulevaisuudessa panostaa.

Tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina, koska kysymykset osoitettiin juuri sille kohderyhmälle, joka on tekemisissä liikennevalistusmateriaalin kanssa eli koulujen henkilökunnalle. Epäluottamusta tutkimukselle tuo se, että tutkimukseen vastasivat vain henkilökunnan jäsenet, jotka olivat jo valmiiksi kiinnostuneita liikennevalistuksesta tai olivat asian kanssa enemmän tekemisissä.

Tutkimustulosten perusteella oli vaikea kehittää uusia ohjeita aloitteleville puhelinmyyjille. Oppaaseen voitaisiin lisätä uutta, myyjiä innostavaa tietoa, kuten esimerkkejä työkirjojen suosiosta opettajien keskuudessa. Lisäksi myyjille voidaan kertoa tästä tutkimuksesta ja kuinka pidetty ja tarpeellinen se kouluissa on. Yrityksille, jotka epäilevät materiaalin tarpeellisuutta, esitetään tutkitut faktat. Nämä tiedot myyjien tulisi löytää helposti myyjien oppaasta. Uutena ja tärkeänä ideana on sähköpostilla lähetetty vahvistusviesti rehtorille.

### 5.3 Oma oppiminen

Tämän opinnäytetyön tekeminen kesti noin vuoden. Sitä voidaan pitää kohtuullisen pitkänä aikana opinnäytetyön tekemiseen ammattikorkeakouluopinnoissa. Työn sivumäärää voidaan pitää vähäisenä tutkimuksen vastausten vähäisyyden vuoksi. Oppimisprosessina opinnäytetyö palveli tekijäänsä hyvin. Eri työvaiheiden läpikäyminen ja niistä suoriutuminen (joka alussa tuntui jopa mahdottomalta) antoi opiskelijalle kokemusta ja itseluottamusta. Työn vaikein vaihe oli alussa, kun ei vielä osannut viedä työtä eteenpäin. Alun epäonnistuneiden puhelinkyselyjen jälkeen Internet osoittautui tehokkaaksi tutkimusvälineeksi. Vaikeaa opinnäytetyön tekemisessä oli sovittaa aikataulut yhteen Kouluinfo Oy:n markkinointipäällikkö Carita Jäntin kanssa. Kysymysten asettelutavassa olisi ollut jälkikäteen katsottuna parantamisen varaa, koska osa kysymyksistä oli epäselkeitä vastaajille. Tästä huolimatta Kouluinfo Oy oli tyytyväinen saatuihin tutkimustuloksiin. Kysymyksiähän voidaan tulevaisuudessa kehittää tutkittaessa lisää Kouluinfo Oy:n toimintaa. Tämä tutkimus toimii hyvänä pohjana tulevaisuuden tutkimuksille. Teknistä osaamista sai e-lomakkeen teosta Internettiin sekä kirjoitusohjelmien käytöstä. Suomen kielen kirjoitustaidon osalta voi sanoa kuinka paljon taito on ehtinyt taantua vuosien varrella.

## LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2004. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita

Kallio, M. 2007. Tunnettyö puhelinmyynnissä. Tampere: Tampereen yliopisto, Pro Gradu

Kinkki, S. & Isokangas J. 2003. Yrityksen perustoiminnot Vantaa: Wsoy,

Liikenneturva 2009.

[http://www.liikenneturva.fi/fi/liikennekasvatus/lapset/lasten\\_liikenneturvallisuus.php](http://www.liikenneturva.fi/fi/liikennekasvatus/lapset/lasten_liikenneturvallisuus.php)

Luettu 24.2.2009

Mattila, I. 2002. Ihmisen kestävä liikenne. Saarijärvi: Gummerus

Rope, T. 2004. 100 keinoa tehostaa myyntiä Juva:Wsoy

## LIITE 1

## KYSELYLOMAKE

Toimenkuva koulussa ?

Paikkakunta ?

Koulun nimi ?

1. Kuinka paljon vuodessa käytätte aikaa 1-3 luokkalaisten liikennevalistukseen?

2. Minkä oppitunnin/oppiaineen yhteydessä liikennevalistusta opetetaan?

3. Onko aikaa riittävästi?

4. Miten ajan käyttöä voisi parantaa?

5. Onko liikennevalistus mielestänne tärkeää aloittaa jo 1.luokalla ?

Jos ei, niin miksi ei ?

6. Mitä lapsen tulisi tietää liikennevalistuksesta 3.luokalla ?

Jos c) vaihtoehto niin esim. mitä?

7. Mitä osa-aluetta liikennevalistuksessa tulisi eniten kehittää ja miten ?

8. Mitä opetusmuotoa pidätte parhaana ?

9. Miten tekemällä oppiminen tulisi järjestää?

10. Onko koulun liikenneturvallisuusympäristö turvallinen lapsille mielestänne ja toivoisitteko uudistuksia?

11. Mitä odotatte liikennevalistusmateriaalilta ja minkälaista materiaalia käytätte ?

12. Kuinka rehtori tiedottaa opettajia liikennevalistuksesta?

13. Pidätkö tärkeänä lapsikohtaisia työkirjoja liikennevalistuksessa?

Jos ei, niin miksi ei ?

14. Onko teillä Opetuskansio -materiaali käytössä, ja mikä on mielipiteenne siitä?

15. Onko Opetuskansio - kansiosarja mielestänne tarpeellinen?

16. Pitäisikö kansiosarjaa kehittää lisää, jos pitää niin miten?

## LIITE 2

## MUUT KYSELYN TULOKSET

TAULUKKO 2. Kuinka paljon vuodessa käytätte aikaa 1-3 luokkalaisten liikennevalistukseen?

a) 0-5 h	6 %	(3)
b) 1-5 h	40 %	(20)
c) 5-10 h	40 %	(20)
d) 10-15 h	14 %	(7)
e) 15-20 h	0 %	(0)

TAULUKKO 3. Onko aikaa riittävästi?

a) on	78 %	(39)
b) ei	22 %	(11)

TAULUKKO 4 . Onko liikennevalistus mielestänne tärkeää aloittaa jo 1 lk:lla

a) on	98 %	(49)
b) ei	2 %	(1)

TAULUKKO 5. Mitä lapsen tulisi tietää liikennevalistuksesta 3.luokalla ?

a) ei vielä mitään	0 %	(0)
b) perusteet	62 %	(31)
c) mahdollisimman paljon	38 %	(19)



TAULUKKO 6 .Pidätkö tärkeänä lapsikohtaisia työkirjoja  
liikennevalistuksessa?

a) kyllä	70 %	(35)
b) ei	30 %	(15)









