

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma

Ulla-Maarit Reijonen

AJONEUVOJEN REKISTERÖINNIN MUUTOS
ASIAKASPALVELUTYÖHÖN

Opinnäytetyö
Lokakuu 2016



OPINNÄYTETYÖ
Lokakuu 2016
Liiketalouden koulutusohjelma

Karjalankatu 3
80230 JOENSUU
013 260 600

Ulla-Maarit Reijonen

Nimeke

Ajoneuvojen rekisteröinnin muutos asiakaspalvelutyöhön

Toimeksiantaja

LähiTapiola Itä

Tiivistelmä

Opinnäytetyö käsittelee ajoneuvojen rekisteröinnin muutoksia asiakaspalvelutyöhön. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia miten liikenteen turvallisuusvirasto Trafín luoma ajoneuvorekisteröinti uudistus on vaikuttanut palvelumyyjän työhön vakuutusyhtiössä. Vakuutusyhtiöt toimivat Trafín sopimuskumppaneina ajoneuvorekisteröinneissä. Tutkimus toi esille asiat, jotka ovat muuttuneet asiakaspalvelutyössä uudistuksen myötä ja mitä vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia uudistuksessa koetaan olevan.

Opinnäytetyö on kvalitatiivinen tutkimus, jossa haastatellaan LähiTapiola Idän asiakaspalvelutyössä toimivia palvelumyyjiä. Haastattelujen tueksi teoreettinen tietoperusta koottiin alan aineistoista. Teoriaosiossa käsitellään lakisäätteistä ajoneuvovakuuttamista ja -rekisteröintiä. Lisäksi pohdittiin digitalisaatiota ja asiakaspalvelua.

Yhteenvedon voidaan todeta, että asiantuntijuuden rooli palvelumyyjän työssä korostuu uudistuksen myötä. Digitalisaatio mahdollistaa asiakkaiden itsepalvelun lisääntymisen, mutta uudistuksen alussa neuvonnan ja opastamisen osuus on korostunut palvelumyyjän työssä. Yrityksen toimintojen digitalisoituessa tulisi myös järjestelmien olla vahvassa toimintavalmiudessa. Digitalisaation myötä asiakkaiden eriarvoisuus kasvaa, sillä henkilökohtainen asiakaspalvelu hinnoitellaan kalliimmaksi kuin itsepalvelu.

Kieli
suomi

Sivuja 43
Liitteet 1
Liitesivumäärä 1

Asiasanat

lakisäateinen ajoneuvovakuuttaminen, rekisteröinti, digitalisaatio, asiakaspalvelu



THESIS
November 2016
Degree programme in Business
Economics
Karjalankatu 3
80230 JOENSUU
FINLAND
013 260 600

Author
Ulla-Maarit Reijonen

Title
Change of Vehicle Registration in Customer Service

Commissioned by
LähiTapiola Itä

Abstract

The topic of the thesis deals with the impacts of vehicle registration changes on customer service. The aim of the thesis was to investigate how the vehicle registration changes created by the Finnish Transport Safety Agency (Trafi) have affected the work of the clerks in insurance companies. Insurance companies operate as contract partners with Trafi in vehicle registrations.

This thesis is a qualitative research, conducted by interviewing LähiTapiola Itä's salespersons in the customer service. To support the interviews, theoretical materials were collected. The theory section deals with the statutory vehicle insurance and registration. In addition, digitalization and customer service are discussed.

The study pointed out factors that have changed in the customer service and which strengths, weaknesses, opportunities and threats are being seen in the reorganization of vehicle registration process. On the basis of the results it can be stated that due to the changes the role of an expert in sales will increase. Digitalization enables increase of customers' self-service but in the beginning of the reform the role of guiding and counseling services is emphasized in the salespersons' work. Moreover, digitalization of the company's activities require that the digital systems operate well, too. Due to the digitalization, inequality among customers grows as personalized customer service will be more expensive than self-service.

Language
Finnish

Pages 43
Appendices 1
Pages of Appendices 1

Keywords
statutory vehicle insurance, registration, digitalization, customer service

Sisältö

1	Johdanto.....	5
2	Opinnäytetyön taustaa ja toimeksiantaja	6
2.1	Taustaa opinnäytetyöstä	6
2.2	Toimialakuvaus	8
2.3	LähiTapiola	9
2.4	LähiTapiola Itä.....	9
3	Lakisääteinen ajoneuvovakuuttaminen ja -rekisteröinti	10
3.1	Liikennevakuutus	10
3.2	Vahinkohistoria.....	11
3.3	Ajoneuvorekisteröinti	12
3.4	Rekisteröintimahdollisuudet	14
4	Digitalisaatio ja asiakaspalvelu	16
4.1	Digitalisaatio yritysten toiminnassa	17
4.2	Asiakkaat ja digitalisaatio	18
4.3	Asiakaspalvelu	20
4.4	Asiakaspalvelun sujuvuus ja organisointi	20
5	Opinnäytetyön tutkimustehtävä ja menetelmällinen valinta	23
5.1	Aineiston hankinta	23
5.2	Haastattelut.....	26
5.3	Haastattelukysymykset	27
5.4	Aineiston luotettavuus ja analysointi	28
6	Tutkimustulokset	30
6.1	Muutokset asiakaspalveluun.....	30
6.2	Asiakaskokemukset ja -yhteydenotot	31
6.3	Uudistuksen markkinointi	33
6.4	Perehdyttäminen.....	33
6.5	SWOT- analyysi ajoneuvorekisteröinti uudistuksessa	34
7	Pohdinta	36
7.1	Johtopäätökset.....	37
7.2	Tutkimuksen luotettavuus.....	39
7.3	Jatkotutkimukset	40
	Lähteet.....	41

Liitteet

Liite 1 Haastattelurunko

1 Johdanto

Sähköiset toiminnot eri toimialoilla lisääntyvät kiihtyvää tahtia. Digitalisaatio on luomassa omalta osaltaan puitteet suomalaisen yhteiskunnan rakenteelliselle uudistukselle. Tärkein rooli digitalisaatiossa on, että se haastaa meidät kyseenalaistamaan jo olemassa olevat toimintatavat ja luomaan ne uudelleen entistä joustavimmiksi ja toimivimmiksi. Digitalisaatiolla on tulevaisuudessa entistä suurempi rooli kaikissa elämäntilanteissa. (Valtiovarainministeriö 2016.)

Yhä useampi yritys digitalisoi toimintojaan myös yhdessä yhteistyökumppanien kanssa. Digitalisaatio liittyy siihen, että yritys haluaa uudistaa strategiaansa ja toimintamallejaan. Yrityksen kannalta digitalisaatio on kokonaisvaltaisempaa, koska siinä uudistetaan enemmän kuin verkkopalvelut tai analogia digitaaliseen muotoon. Digitalisaatio vaikuttaa yrityksen kaikkiin toimintoihin, osiin ja tasoihin. Sillä on vaikutusta markkinointimalleihin, strategioihin, tuotteistamiseen sekä teknologia-arkkitehtuuriin. Digitalisaatio synnyttää yrityksen organisaatiossa uusia osaamistarpeita. Tämä johtaa siihen, että nykyisiä työntekijöitä voidaan irtisanoa ja samalla haluttaisiin palkata enemmän digitaalisen alan osaajia. Digitalisoituvassa liiketoiminnassa on havaittavissa myös, että tietyt johtamisen tavat ja organisaatiokulttuurit toimivat paremmin kuin toiset. (Ilmarinen & Koskela 2015, 25.)

Opinnäytetyöni aiheena on ajoneuvojen rekisteröinnin muutos asiakaspalveluun. Tarkoituksena on selvittää, miten ajoneuvorekisteröinti uudistus on vaikuttanut asiakaspalvelutilanteisiin LähiTapiola Itä Keskinäisessä vakuutusyhtiössä. Tavoitteena on selvittää, mitkä asiat ovat muuttuneet asiakaspalvelutilanteessa, silloin kun kyseessä on ajoneuvojen rekisteröinti yhdessä vakuutuksen hankkimisen kanssa. Tässä tutkimuksessa muutosta tutkitaan palvelumyyjän kannalta.

Taustana tälle uudistukselle liikenteen turvallisuusviraston eli Trafín luoma uudistus, jonka yhteydessä poistuvat paperiset rekisteröintiotteet. Samalla asiakkaille annetaan enemmän mahdollisuuksia ajoneuvojen rekisteröintiin. Aiemmin käytössä olleiden paperisten rekisteriotteiden sijaan asiakas voi toimia itsenäi-

sesti Trafín verkkopalveluissa tekemällä ajoneuvolle luovutusilmoituksen tai hakemalla varmenteen, jolla voi myydä ajoneuvonsa. Uudistuksen myötä asiakas voi myös toimia vakuutusyhtiöiden verkkopalveluissa hankkien ajoneuvolle liikennevakuutuksen ja rekisteröidä sen omiin nimiinsä. Tämä helpottaa myös asiakkaiden mahdollisuutta samalla vertailla liikennevakuutus tuotteiden hintoja eri vakuutusyhtiöiden välillä. Vuoden 2016 aikana lähes kaikki suurimmat vakuutusyhtiöt ovat lisänneet palveluihinsa sähköisen rekisteröinnin mahdollisuuden.

Tähän opinnäytetyöhön kerättiin aineistoa haastattelemalla LähiTapiola Idän toimistojen palvelumyyjiä, jotka työssään tekevät ajoneuvojen rekisteröintejä ajoneuvovakuutusten myynnin ohessa. Haastattelut suoritettiin tallennettuina puhelinhaastatteluina. Kerätystä aineistosta pyrittiin selvittämään, miten rekisteröinnin sähköistäminen on muuttanut palvelumyyjän työtä. Teoreettisessa tietoperustassa käsitellään lakisäätöistä ajoneuvovakuuttamista, ajoneuvojen rekisteröintiä sekä digitalisaatiota ja asiakaspalvelua. Teoriaosiossa esitellään myös toimialaa sekä toimeksiantajayritystä LähiTapiola Itää.

2 Opinnäytetyön taustaa ja toimeksiantaja

2.1 Taustaa opinnäytetyöstä

Pohtiessani opinnäytetyön aihetta koin tärkeäksi, että se liittyisi jollain tapaa vakuutus alalle, jolla työskentelen. Keskustellessani aihe mahdollisuuksista esimieheni kanssa tuli sähköisen rekisteröinnin muutos esille sen ajankohtaisuuden takia. Omaan työtehtäviini kuuluu myös ajoneuvojen rekisteröinti kuten omistajanvaihdokset, haltijanpoistot ja -lisäykset, liikennekäytöstäpoistot ja liikennekäyttöönnotot. Olin kuitenkin työskennellyt uudistuksen tullessa vakuutus alalla vain vähän aikaa, joten itselleni ajoneuvorekisteröinti oli vielä kovin uusi asia. Havaitsin kuitenkin, että syksyllä 2015 tullut rekisteröinti uudistus oli todella laaja ja vaati koko organisaatiolta runsaasti koulutusta ja opettelemista uusiin toimintatapoihin ja järjestelmätoimintoihin. Tämä tuli esille, kun sähköinen rekisteröinti otettiin käyttöön: kokeneemmatkin palvelumyyjät saivat aktiivisesti koulutusta ja oppia uusiin toimintatapoihin.

Opinnäytetyötä tehdessäni minulla oli mahdollisuus syventää omaa osaamistani vakuutusalan yhdellä osa-alueella, tukien näin omaa ammatillista kasvuani. Rekisteröinti uudistus oli alkanut puoli vuotta ennen tutkimuksen aloittamista, eikä sitä ole tutkittu aiemmin. Muutoksen taustalla on liikenteen turvallisuusviraston eli Trafín tekemä uudistus, jonka ajatus sähköisen rekisteröinnin päätoimintaperiaatteista on havaittavissa kuviossa 1.

Rekisteröinti vakuutusyhtiöiden palveluissa



Kuvio 1. Rekisteröinti uudistus/ Trafí.fi

Opinnäytetyöni tutkimus suoritettiin puhelinhaastatteluin LähiTapiola Idän alueen palvelumyymälöille. Laadullisen haastattelun kysymykset lähetettiin haastateltaville paria päivää aikaisemmin, jotta heillä oli halutessaan mahdollisuus tutustua kysymyksiin ennakolta. Päädyin tähän toimintatapaan, koska tein testihaastattelun ennen varsinaisia haastatteluja, jolloin huomasin haastateltavan palaavan jo aiemmin esitettyihin kysymyksiin. Asiat, joita haastattelussa käsiteltiin, ovat ajoittuneet pitkälle aikavälille alkaen uudistuksesta marraskuusta 2015. Ajoneuvorekisteröintitapahtumien erilaisuus aiheuttaa asiakaspalvelutilanteeseen sen, että niiden toistumisväli voi vaihdella muutamasta päivästä jopa viikkoihin.

Ajoneuvojen sähköinen rekisteröinti muuttui 16.11.2015 alkaen, jonka jälkeen ajoneuvon omistajan vaihdoksen voi tehdä sähköisissä palveluissa, mikäli ajoneuvon vakuutus on hankittu etukäteen. Uudistuksen myötä paperiset rekisteröintitodistukset poistuvat vuoden 2017 alkuun mennessä. Ajoneuvon mukana ei myöskään tarvitse pitää teknistä osaa kotimaan liikenteessä vaan tarvittaessa valvontaviranomaiset voivat tarkistaa ajoneuvon tiedot omista järjestelmistään. Tämä uudistus Suomessa tapahtuu ensimmäisten maiden joukossa koko maailmassa. (Trafi 2015.)

Tarvittaessa asiakas voi tilata paperiset rekisteriotteet Trafian sähköisistä palveluista ilmaiseksi. Uudistuksesta koituu säästöjä Trafille, sillä vuosittain tulostettavien rekisteriotteiden määrä on ollut viime vuosina noin yhdeksän miljoonaa kappaletta. (Trafi 2015.) Ajoneuvon omistajanvaihdos tilanteessa, sähköisellä varmenteella tai Trafian järjestelmään luodulla luovutusilmoituksella voidaan korvata paperiset rekisteriotteet.

2.2 Toimialakuvaus

Vakuutustoiminnan alkuna voidaan pitää sitä, että ihmisillä on aina ollut suojautumisen tarve sairauksien, vanhuuden, tulipalon, merionnettomuuksien ja muiden vahinkojen varalta. Alkujaan perhe ja sukulaissuhteiden lujuden kautta muodostuneet yhdyskunnat takasivat sen, että hätään joutuneita jäseniä autettiin. Myöhemmin sukulaissavun tilalle muodostui keskinäistä avunantotoimintaa erilaisten yhteisöjen kuten ammattikuntien keskuudessa. Toimitapana oli, että jokainen oli velvollinen auttamaan, jos jollekin yhteisön jäsenelle tapahtui onnettomuus. Vastaavasti jokaisella oli oikeus saada apua tarvittaessa. (Rantala & Kivisaari 2014, 18 - 19.)

Lain mukaan henki-, vahinko – ja työeläkevakuutusta on harjoitettava erillisissä yhtiöissä, mutta ne toimivat usein yhtiöryhmänä tai yhteistyössä keskenään. Vakuutusyhtiöt ovat yhtiömuodoltaan joko keskinäisiä tai osakeyhtiöitä. Suomessa vakuutuksia tarjoavat myös ulkomaisten vakuutusyhtiöiden sivukonttorit tai ne voivat toimia Suomessa ilman toimipistettä. Erityispiirteensä Suomen va-

kuutusmarkkinoilla on lakisääteisten vakuutusten merkittävä rooli. Lakisääteisten vakuutusten osuus vakuutusyhtiöiden yhteenlasketusta maksutulosta on noin 61 prosenttia. (Finanssialan keskusliitto 2016a.)

Vakuutusyhtiölaki ja vakuutus sopimuslaki säätelevät vakuutusyrittötoimintaa. Lakisääteisillä vakuutuksilla on lisäksi omat lakinsa. Finanssivalvonta valvoo vakuutusyrittösten toimintaa. (Finanssialan keskusliitto 2016a.) Suomessa toimi 55 kotimaista vakuutusyhtiötä vuoden 2015 lopussa. Näistä vahinko- ja jälleenvakuutusyhtiöitä oli 38, henkivakuutusyhtiöitä 11 ja työeläkevakuutusyhtiöitä 6. Vuonna 2015 yhtiöiden palveluksessa työskenteli keskimäärin 9690 henkilöä. (Finanssialan keskusliitto 2016b.)

2.3 LähiTapiola

Lähivakuutus ja Tapiola yhdistyivät vuonna 2012 ja LähiTapiola aloitti virallisesti toimintansa 1.1.2013. Vahinkovakuutuksen ja alueyhtiöiden lisäksi yhtiöryhmän muodostavat valtakunnalliset LähiTapiola Varainhoito, LähiTapiola Henkiyhtiö ja LähiTapiola Kiinteistövarainhoito. Elo on yhtiöryhmän työeläkevakuutus kumppani ja LähiTapiolan asiakkaiden pankkiasiat hoidetaan S-Pankissa. LähiTapiola omistusosuus S-Pankista on 23,5 %. LähiTapiolassa työskentelee noin 3400 henkilöä, joista puolet alueyhtiöissä. Alueyhtiöiden verkosto koostuu LähiTapiolassa 20 alueellisesta keskinäisestä vakuutusyhtiöstä. Omistajaasiakkaita yhtiössä on noin 1,6 miljoonaa. (LähiTapiola 2016.)

2.4 LähiTapiola Itä

LähiTapiola Idän toimialue ulottuu Itä-Suomesta Ylä-Savoon. Pääkonttori sijaitsee Iisalmissa. Yhtiö tarjoaa asiakkailleen henki- ja vahinkovakuuttamisen sekä säästämisen ja sijoittamisen palveluita. LähiTapiola Idän yhteistyökumppani eläkevakuuttamisessa on Työeläkevakuutusyhtiö Elo ja pankkikumppani on S-Pankki. Asiakkaidensa omistaman LähiTapiola Idän asiakaskanta koostuu koti-, maatalous- ja yritysasiakkuuksista. Koska yhtiö on asiakkaidensa omistama tarkoittaa se, että asiakkailla on todelliset ja toimivat vaikutuskanavat sekä oikeus osallistua alueyhtiön yhtiökokoukseen. Kokouksessa keskinäisen yhtiön

omistaja- asiakkaat valitsevat hallintoneuvoston ja tämä taas vastaavasti yhtiön hallituksen. (LähiTapiola 2016.)

3 Lakisääteinen ajoneuvovakuuttaminen ja -rekisteröinti

1.9.1925 tuli voimaan laki moottoriajoneuvoliikenteestä johtuvan vahingon vastuusta, ja sen pohjalta sai alkunsa lakisääteinen suomalainen liikennevakuutus. Tuolloin laki oli vastuuvakuutustyyppinen eli se oli voimassa korvausvelvollisuuden varalta silloin, kun ajoneuvon kuljettaja tai omistaja saattoi joutua korvaustilanteeseen sivullisille aiheutuneen vahingon johdosta käyttäessään ajoneuvoa liikenteessä. (Rantala & Kivisaari 2014, 440 - 441.) Liikennevakuutuslaissa määritellään tarkasti, milloin ajoneuvon katsotaan olleen liikenteessä ja myös se, millaisia vahinkoja pidetään liikennevahinkoina. Mikäli vahinkotilanteessa tulee esille törkeä huolimattomuus, alentaa se maksettavaa korvausta. Jos ajoneuvo on otettu luvattomasti käyttöön ja vahinko syntyy silloin, korvataan se vain erityisestä syystä. Sama periaate koskee vahinkotilanteita, jotka ovat syntyneet huumausaineen alaisena tai päihtyneenä. (Arajärvi 2011, 471.)

Vuosien saatossa liikennevakuutuslaki on laajentunut niin, että se kattaa myös henkilövahinkoja. Henkilövahinkojen osalta liikennevakuutusta voidaan kutsua liikennetapaturmalaiaksi, jolloin henkilövahingot korvataan ankaran vastuun perusteella tuottamuksesta riippumatta. Omaisuusvahingoissa on käytössä vastuuperiaate, jonka perusteella syyllisen osapuolen vakuutus korvaa syyttömälle aiheutuneita vahinkoja. Syyllisen osapuolen vapaaehtoinen vakuutus korvaa hänen omia omaisuusvahinkojaan. (Rantala & Kivisaari 2014, 440.)

3.1 Liikennevakuutus

Ajoneuvon haltijalla tai omistajalla pitää olla liikennevakuutus moottoriajoneuvoihin, joita hän käyttää liikenteessä. Liikennevakuutus on pakollinen vakuutus kaikille moottoriajoneuvoille. Mikäli moottoriajoneuvon omistaja on laiminlyönyt vakuuttamisvelvollisuutensa, niin hän on velvollinen suorittamaan liikennevakuutuskeskukselle tapauskohtaisen hyvikkeen. Hyvikkeen määrään vaikuttaa korottavasti tilanne, jossa liikennevahinko on sattunut. Tuolloin hyvikkeen mää-

rä voi olla jopa kymmenkertainen keskimääräistä maksutasoa vastaavaan määrään, joita liikennevakuutusyhtiöt perivät. Normaalitilanteessa hyvike voi olla korkeintaan nelinkertainen. (Rantala & Kivisaari 2014, 440.)

Liikennevakuutuslaissa on kerrottu ne ajoneuvot, joita vakuuttamisvelvollisuus koskee. Lain 3 §:ssä määritellään, että moottoriajoneuvo on konevoimainen kulkuväline tai työkone tai muu kulkuneuvo, joka kulkee kiskoitta sekä myös sellainen kulkuneuvo, joka on rakennettu liikkumaan kytkettynä kulkuvälineeseen tai työkoneeseen. (Liikennevakuutuslaki 279/1959.) Liikennevakuutuslain mukaan liikenteellä tarkoitetaan myös muuta kuin yleisillä teillä tapahtuvaa liikennettä. Ajoneuvon käyttäminen pihalla, yksityisalueella ja maastossa on liikennevakuutuslain tarkoittamaa liikennettä. Samoin perustein moottorikelkalla ajaminen maastossa tai järven jäällä katsotaan liikennevakuutuslain mukaiseksi liikenteeksi. (Rantala & Kivisaari 2014, 442.)

Liikennevakuutusmaksun hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä ovat auton ominaisuudet kuten merkki, malli, käyttöönottovuosi, moottorin ominaisuudet, (sylinteritilavuus, teho ja käytettävä polttoaine) omapaino ja auton korityyppi. Ajoneuvon haltijan ikä, asuinpaikka ja vahinkohistoria vaikuttavat myös liikennevakuutuksen hintaan. Lisäksi vaikuttavia tekijöitä ovat vakuutus sopimuksen omavastuu, laskutustapa ja -väli sekä erikois- tai keskittämisalennukset. (Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2014.)

3.2 Vahinkohistoria

Vakuutuksenottajan vahinkohistoria vaikuttaa bonusjärjestelmän kautta vakuutusmaksun alennusprosenttiin. Bonusprosenttia nostavat vakuutuksenottajan vahingottomat vuodet, kun taas sattuneet vahingot laskevat bonusprosenttia. Käytännössä mitä korkeammalla vakuutuksen bonusluokka on, sitä suurempi vakuutuksesta saatava alennus. Näin ollen vakuutusmaksu on pienempi. (Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2014.)

Sosiaali- ja terveysministeriö on vuonna 2002 antanut bonusasetuksen, jonka perusteella määräytyvät puitteet liikennevakuutuksen bonusjärjestelmälle. Tuon

annetun asetuksen mukaan vakuutusyhtiöillä on oltava liikennevakuutuksille bonusluokka-taulukko tai vastaava säännöstö, josta näkyy, miten vahingottomat vuodet vaikuttavat asiakkaan liikennevakuutusmaksuun. Asetuksessa ei kuitenkaan tarkkaan määritellä, millainen kunkin vakuutusyhtiön bonusjärjestelmän tulee olla. Tämä mahdollistaakin erot bonusjärjestelmissä eri vakuutusyhtiöiden välillä. (Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2014.)

Vahinkotilanteet, silloin kun niistä on maksettu korvauksia vahingonkärsineille alentavat liikennevakuutuksen bonuksia. Bonus alenemissa on kuitenkin vakuutusyhtiökohtaisia eroja, sillä toiset vakuutusyhtiöt myöntävät asiakkailleen bonusturvan, kun asiakkaalla on takana useampi liikennevahingoton vuosi.

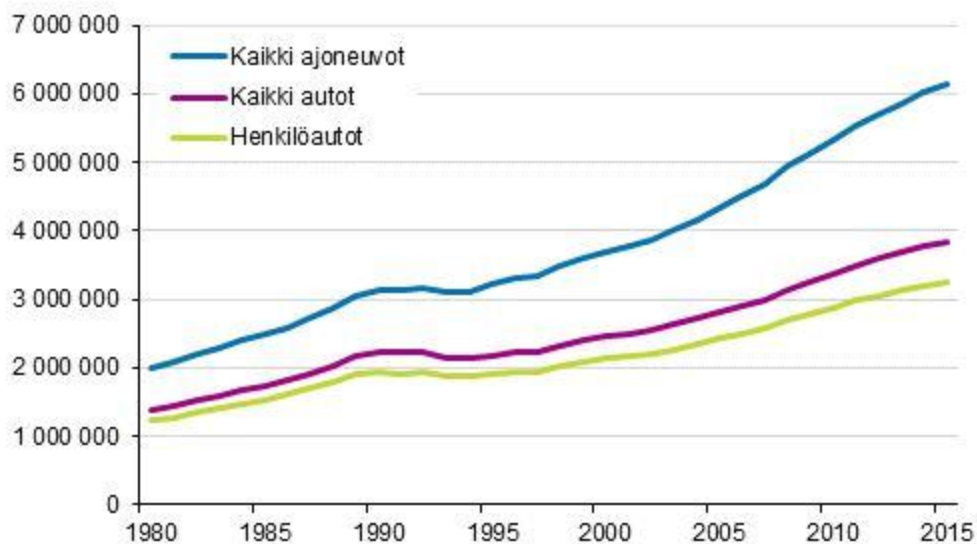
Bonuksia kertyy vahingottomista vakuutusvuosista henkilökohtaisesti vakuutuksenottajalle. Liikennevakuutuksen bonuksia on mahdollista kuitenkin siirtää avo- ja aviopuolisoiden kesken kirjallisella siirtoilmoituksella. Kuolinpesän ajoneuvon vahinkohistoria siirtyy aina leskelle.

3.3 Ajoneuvorekisteröinti

Ajoneuvolain 64 § mukaisesti ajoneuvo, jota käytetään liikenteessä, on rekisteröitävä ja sille tapahtuvista muutoksista on ilmoitettava ajoneuvorekisteriin. Rekisteröintiasetuksessa säädetään ajoneuvojen rekisteröinnistä. Kun ajoneuvon rekisteröinnissä tapahtuu muutos, pitää rekisteri-ilmoitus tehdä rekisteröintitoimipisteessä mahdollisimman pian. Rekisteröinti-ilmoitus on tehtävä viimeistään seitsemän päivän sisällä muutoksen tapahtumisesta. Määräaikaan ei lasketa muutospäivää. Mikäli määräajan viimeinen päivä on lauantai tai pyhäpäivä, voi muutoksen tehdä vielä seuraavana arkipäivänä. Jos kyseessä on liikennekäytöstä poistetun ajoneuvon omistaja- tai haltijamuutos, on silloinkin rekisteri-ilmoitus tehtävä määräajassa. Ajoneuvon liikennekäytöstäpoistosta ja liikennekäyttöönnotosta ilmoitukset tehdään aina kuluvana päivänä. Liikenteessä käytettävää ajoneuvoa tai siihen liitettävää perävaunua koskee myös rekisteröintivelvollisuus. Mikäli rekisteri-ilmoitusta laiminlyödään, syyllistytään ajoneuvorikkomukseen. Poliisi voi laiminlyönnin johdosta poistaa ajoneuvon rekisterikilvet ja antaa sakkorangaistuksen. (Trafi 2016a.)

Rekisteröintivelvollisuudessa on myös poikkeuksia eikä se koske sellaista ajoneuvoa, jota käytetään ainoastaan yleiseltä liikenteeltä eristetyllä työmaalla tai tehdas-, satama-, varasto-, kilpailu- tai muulla vastaavalla alueella. Alueella ei tule olla myöskään maasto- ja jalankulkuliikennettä. Poikkeuksena rekisteröintivelvollisuudesta on myös muu maastoajoneuvo kuin moottorikelkka ja moottorityökone joka on rakennettu sadon tuottamiseen, sadonkorjuuseen tai tienpitoon rakennettu tai varustettu. Rekisteröidä ei myöskään tarvitse perävaunua, joka on tarkoitettu kytkettäväksi L-luokan ajoneuvoon, traktoriin, moottorityökoneeseen tai maastoajoneuvoon eikä muihin ajoneuvoihin kuin autoon kytkettävää hinattavaa laitetta kuten rekeä. (Trafi 2016a.) Tilastokeskuksen mukaan Suomessa oli vuoden 2015 lopussa ajoneuvorekisterissä 6,1 miljoonaa ajoneuvoa, joista liikennekäytössä oli noin 5 miljoonaa ajoneuvoa. Edellisvuodesta rekisteröityjen ajoneuvojen määrä kasvoi 2,4 prosentilla ja liikennekäytössä olevien ajoneuvojen määrä 0,4 prosentilla. (Tilastokeskus 2016.) Kuviossa 2 on nähtävissä ajoneuvokannan kehitys viime vuosikymmeninä.

Ajoneuvokanta vuosina 1980–2015



Kuvio 2. Tilastokeskus 2016

Liikenteen hallinto- ja turvallisuusviranomaisen Trafi vastaa liikennejärjestelmän säätely ja valvontatehtävistä, sen toimiala kattaa kaikki liikennemuodot. Trafin toimialaan kuuluu myös kestävä kehityksen edistäminen kokonaisvaltaisesti liikennejärjestelmässä sekä erilaisten viranomaispalvelujen tuottaminen liikennealalla. Se vastaa myös oman toimialansa kansalaisviestinnästä ja kansalaisil-

le suunnatuista viestintäkampanjoinnista sekä toimialansa kehitys- ja tutkimustoiminnasta. (Trafi 2010.)

3.4 Rekisteröintimahdollisuudet

Moottoriajoneuvon rekisteröinti on mahdollista tehdä katsastustoimipaikoissa, vakuutusyhtiössä tai verkossa. Rekisteröintitilanteessa tulee asiakas aina tunnistaa. Hyväksyttävä henkilötodistus, josta asiakkaan henkilöllisyys on tarkastettava, ovat passi, henkilöllisyystodistus, ajokortti tai kuvallinen kela-kortti. Jos asiakkaalla ei ole mukana henkilöllisyyspapereita asiakaspalvelutilanteessa, ei rekisteröintiä voida tehdä. (Trafi 2010.) Kun ajoneuvoa rekisteröidään omiin nimiin perinteisin paperisin rekisteriottein, tulee käytössä olla ns. viimeisin rekisteröintitodistuksen ilmoitusosa. Viimeisimmän rekisteröintitodistuksen ilmoitusosan numero on tarkistettavissa Trafian palveluista. Rekisteröintitodistuksen ilmoitusosaan tulee täyttää seuraavat tiedot; ilmoituksen laatu, (omistajanvaihdos, liikennekäyttöönotto, liikennekäytöstäpoisto tms.) omistajan tiedot, haltijan tiedot, ajoneuvon tiedot, omistusoikeuden luovutuspäivämäärä sekä myyjän ja ostajan omakätiset allekirjoitukset ja nimenselvennykset. Rekisterimuutos tulee tehdä aina seitsemän päivän kuluessa luovutuspäivästä. Ennen kuin ajoneuvo rekisteröidään, tulee sillä olla voimassa oleva liikennevakuutus. (A-katsastus 2016.) Rekisteröitsijä merkitsee käsittelijän merkintöihin henkilön etu- ja sukunimen, asiakkaan henkilötunnuksen neljä viimeisintä merkkiä sekä asiakirjan, josta asiakkaan henkilöllisyys on todennettu. (Trafi 2010.)

Omistajanvaihdoksen lisäksi voi olla ajoneuvon liikennekäyttöönotto tai -poisto. Ajoneuvon liikennekäytöstäpoisto kannattaa ilmoittaa ajoneuvorekisteriin silloin, kun ajoneuvo on pidempään pois käytöstä. Kun ajoneuvo poistetaan liikennekäytöstä, katkeavat myös ajoneuvon vakuutusmaksut ja verot. Liikennekäytöstä poistetun ajoneuvon rekisterikilpiä ei tarvitse palauttaa. Ajoneuvoa ei kuitenkaan saa käyttää muutoin ajamiseen kuin katsastukseen varattuna katsastusaikana ja sieltä pois. Liikennevakuutuksen tulee olla voimassa ajon aikana. Jos ajoneuvo halutaan poistaa kokonaan ajoneuvorekisteristä, tulee sille tehdä romutuspoisto. (A-katsastus 2016.)

Ajoneuvon omistajanvaihdos onnistuu sähköisesti varmennetta käyttäen. Ajoneuvon myyjällä voi luoda myynnissä olevalle ajoneuvolle varmenteen. Varmenteen voi luoda Trafín sähköisissä palveluissa. Se luovutetaan ajoneuvon ostajalle autokaupan yhteydessä. Varmenne on kuusi merkkiä pitkä koodi, joka sisältää numeroita ja kirjaimia. Ajoneuvon uusi omistaja esittää varmenteen rekisteröinnin yhteydessä. Varmenne on voimassa 14 vuorokautta. Myyjän kannattaa kuitenkin tehdä ostajan kanssa myös perinteinen kauppakirja, jotta pysyy tarvittaessa jälkikäteen todistamaan omistusoikeuden siirtymisen kirjallisesti. (Trafi 2016b.) Omistajanvaihdos tilanteessa varmennetta voi käyttää, joko sähköisessä palvelukanavassa tai asiakaspalvelutilanteessa omistajanvaihdosta tehtäessä. Myös perinteisen paperisen luovutusilmoituksen käyttäminen omistajanvaihdostilanteessa toimii dokumenttina molemmille kaupan osapuolille.

Ajoneuvokaupassa on mahdollista käyttää myyjän ja ostajan välillä luovutusilmoitusta. Ajoneuvon myyjän on hyvä merkitä ylös ostajan nimi, henkilö- tai y-tunnus, osoite ja luovutuspäivämäärä. Tämän voi tehdä kopioimalla rekisteröintitodistuksen ilmoitusosan, jossa on ostajan tiedot tai täyttämällä luovutuskirjan, josta löytyvät vastaavat tiedot. Ajoneuvon edellinen omistaja voi tehdä vapaaehtoisen luovutusilmoituksen pelkästään omalla allekirjoituksellaan tai mikäli on tiedossa uuden omistajan henkilö tai y-tunnus voidaan luovutusilmoitus tehdä myös Trafín tai vakuutusyhtiön sähköisissä palveluissa. Kun ajoneuvorekisteriin on merkitty luovutusilmoitus, päättää se ajoneuvon edellisen omistajan liikennevakuutuksen sekä ajoneuvoverovelvollisuuden. (Trafi 2016b.)

Useat vakuutusyhtiöt toimivat Trafín rekisteröintikumppaneina. Laki ajoneuvojen rekisteröinti toiminnasta määrittelee toimet, joita liikenteen turvallisuuskeskuksen sopimusrekisteröitsijät voivat tehdä. Lain mukaan Trafín on myös pidettävä yllä ajantasaista luetteloita toimipaikoista, joissa rekisteröintejä voidaan tehdä, avoimessa sähköisessä palvelussa. Sopimusrekisteröijät voivat tehdä niin sanottuja avustavia rekisteröintitapahtumia, joita ovat esimerkiksi ilmoitusten vastaanotto, rekisteröintisuoritteista perittävien maksujen vastaanotto ja asiakirjojen lähettäminen digitoitavaksi tai arkistoitavaksi. Vaatimuksena sopimusrekisteröijälle ovat seuraavat, sen toiminnan tulee olla ammatillisesti asiantuntevaa. Työskentelevien henkilöiden tulee olla täysi-ikäisiä eikä heidän toimintakelpoi-

suuttaan ole rajoitettu. Lisäksi henkilöllä tulee olla tehtävien edellyttämä ammattitaito sekä koulutus. (Laki ajoneuvojen rekisteröintitoiminnasta 175/2015.)

Vakuutusyhtiöiden toimipisteissä tai verkkotoiminnoissa voi asioida rekisteröintiasioissa. Ajoneuvon rekisteröinti ja vakuuttaminen ovat ns. sidoksissa toisiinsa eli ajoneuvo on mahdollista rekisteröidä sen yhtiön toimipaikassa, josta liikenevakuutuskin hankitaan. Vakuutusyhtiöissä suoritetaan ensisijaisesti liitteettömiä rekisteröintejä. Toimipaikoissa ei ole mahdollista suorittaa rekisteröintejä, silloin kun omistajanvaihdoksessa on väliomistajia tai kyseessä on kuolinpesärekisteröinti. Myöskään vakuutusyhtiöiden toimipaikoissa ei voida tehdä nimen- ja osoitteenmuutoksia yksittäisinä rekisteröintitapahtumina. (Trafi 2010.) Rekisteröintiasetuksessa on Trafille annettu oikeus antaa tarkempia ohjeita mm. rekisteröintitehtävien hoitamiseen (Ajoneuvohallintokeskus.) Vakuutusyhtiö vastaa henkilökuntansa kouluttamisesta rekisteröintiosaamisen osalta.

Perinteisesti ajoneuvojen rekisteröintejä hoitavat katsastustoimipaikat. Katsastustoimipaikat toimivat sopimusrekisteröijinä Trafian alaisuudessa. Alan toimijoita ovat mm. A-katsastus, PlusKatsastus ja K1Katsastus suurimmissa kaupungeissa. Katsastustoimipaikoissa on eniten valmiuksia tehdä erilaisia rekisteröintejä.

4 Digitalisaatio ja asiakaspalvelu

Kun tarkastellaan digitalisoinnin murrosta, voidaan sen todeta alkaneeksi asiakkaiden muuttuneista odotuksista ja teknologioiden tarjoamista mahdollisuuksista palvella heitä paremmin. (Keskuskauppakamari 2016). Ilmarisen ja Koskelan (2015, 13) mukaan digitalisaatiota voidaan pitää yhtenä aikakautemme suurimpana muutosvoimana. Digitalisaatio muuttaa radikaalisti monia ihmisten tapoja, kuten keinoja hankkia informaatiota, kuluttaa palveluja, ostaa tuotteita, hoitaa asioitaan, jakaa kokemuksiaan sekä olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Yrityksiin kohdistuva digitalisaation vaikutus on valtavan suuri, sillä se sekoittaa kilpailuympäristöä sekä murtaa perinteisiä toimialarajoja. Digitalisaation muutoksessa yritysten on pakko uudistaa toimintatapojaan ja osaamistaan. Toimialasta riippumatta digitalisaatio koskettaa jokaista yritystä.

4.1 Digitalisaatio yritysten toiminnassa

Yrityksen ydinprosessi päivitetään uuden teknologian, työkalujen ja toimintatapojen kautta. Näistä esimerkkeinä ovat markkinointi- ja myyntityö, palvelu- ja tuotekehitys sekä asiakaspalvelu. Yhä useammin yrityksen brändi määräytyy digitaalisessa käyttökokemuksessa. Digitalisaation kautta on mahdollista tehostaa yritysten toimintaa. Sillä on merkitystä myös liiketoiminnan arvoketjuun sekä ekosysteemiin. (Keskuskauppakamari 2016.)

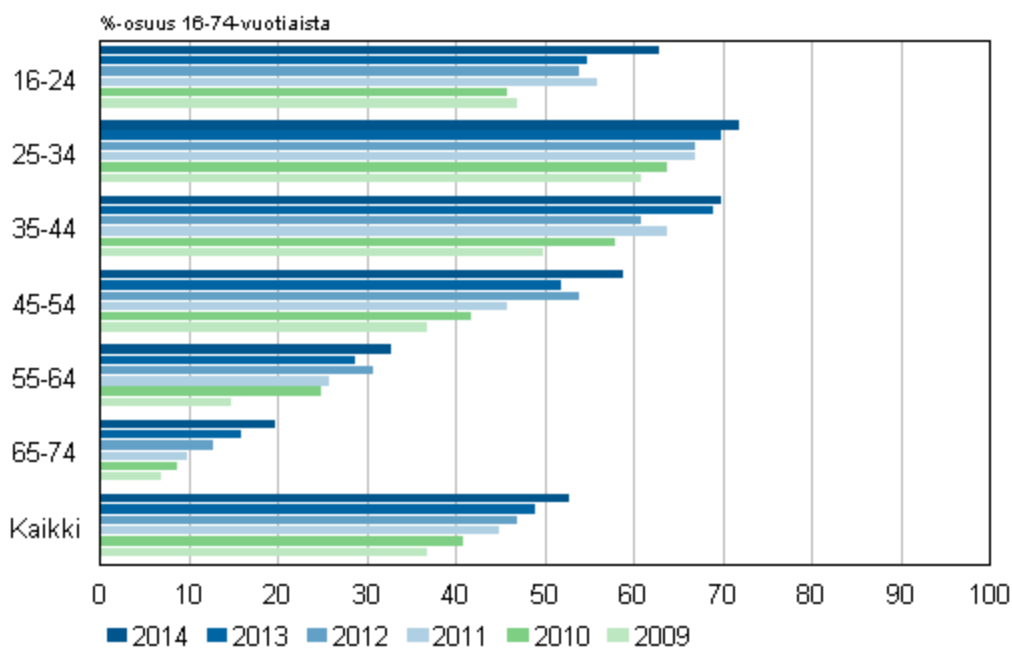
Liiketoiminnassa digitalisaatio on uudistamisen väline. Riippumatta yrityksen strategiasta, kasvu ja kannattavuus sekä kilpailukyky ovat liiketoiminnan keskeisiä tavoitteita kaikissa menestykseen tähtäävissä yrityksissä. Digitalisaation avulla jokainen yritys voi vauhdittaa kasvuaan, parantaa toimintansa laatua, karsia kulujaan ja tarjota parempaa asiakaskokemusta. (Ilmarinen & Koskela 2015, 31.)

Pohjola (Digitalisaatio ja tuottavuus finanssialalla 2015) onkin todennut, että mikäli yritys tavoittelee kasvua, tarvitsee se myös digitaalisen strategian. Onnistunut digitaalinen strategia yhdistää ihmiset, digitaaliset alustat, tehokkaat toimintatavat ja globaalin liiketoiminnan samalla vastaten asiakkaiden tarpeisiin. Digitalisaation avulla on mahdollisuus kasvattaa työn tuottavuutta myös vakuutuslalla. Tuottavuutta rahoitus- ja vakuutuslalla voidaan parhaiten edistää kehittämällä toimintatapoja sekä luomalla uusia tuotteita. Kun yritys onnistuu digitalisaatiossa, se mahdollistaa myös työpaikkojen säilymisen ja lisää työhyvinvointia.

Jotta yritys pystyy parhaiten hyödyntämään digitalisaation tuomia, etuja edellyttää se henkilökunnalta uusien taitojen oppimista ja uudenlaisen ajattelun edistämistä. Moniosaajien tarve kasvaa, koska henkilökunnalta vaaditaan jatkossa enemmän liiketaloudellisten lainalaisuuksien hallinnan lisäksi myös teknisiä valmiuksia toimimaan digitaalisilla alustoilla. Työntekijöiden tulee pystyä jatkossa ymmärtämään, analysoimaan ja myös vaihtamaan kriittistä tietämystä uudistusten tuomista tilanteista eri sidosryhmien kanssa. (Björn, Juneja, Kalilainen, Karhusaari, Nylander & Rasimus 2000, 62.)

4.2 Asiakkaat ja digitalisaatio

Digitalisaatio vaikuttaa asiakkaiden ostokäyttäytymiseen. Kun asiakaskäyttäytyminen muuttuu, tulee yritysten oppia asiakkaidensa tavoille. Asiakas on aina se, joka päättää missä, miten ja milloin hän haluaa yrityksen kanssa asioida. Digitaalinen maailma tarjoaa asiakkaalle runsaasti erilaisia vaihtoehtoja; mikäli yksi yritys ei pysty vastaamaan asiakkaan tarpeisiin, voi asiakas tarvittaessa hankkia haluamansa tuotteen tai palvelun mistä päin maailmaa tahansa. Digitalisaation myötä asiakkaiden odotukset ovat muuttuneet tuotteiden saatavuuden suhteen. Asiakas odottaa, että palvelut ovat saatavilla ympäri vuorokauden, jokaisena viikonpäivänä. Lisäksi halutaan toimia erilaisilla päätelaitteilla niin, että ostaminen ja palvelujen käyttäminen on vaivatonta ja sujuvaa. Instant elämälle on tyypillistä, että asioiden on tapahduttava välittömästi, kun niille on tarve. Asiakkaat eivät halua jonottaa puhelimesta asiakaspalveluun ja heille on myös tärkeää saada vastaus verkon kautta lähetettyyn yhteydenottopyyntöön välittömästi. Digitalisaation myötä asiakkaista on tullut hintatietoisempia, koska digitalisaatio mahdollistaa helpommin hintojen vertailemisen. (Ilmarinen & Koskela 2015, 53 - 54.) Alla olevassa kuviossa 3 on nähtävissä verkkokaupan kehittyminen viime vuosina eri-ikäisten keskuudessa.



Kuvio 3. Verkkokaupasta ostaneiden osuus iän mukaan 12 kuukauden aikana v. 2009 – 2014 (Tilastokeskus 2016a).

Digitalisaatio mahdollistaa itsepalvelun useilla eri tuote ja palvelusektoreilla. Osa asiakkaista jopa kokee palvelujen parantuneen itsepalvelun myötä, sillä se vähentää jonottamista. On olemassa kuitenkin asiakaskunta, joka arvostaa mahdollisuutta tutustua palveluihin ja tuotteisiin rauhassa, haluaa pyytää myyjää avukseen vain tarvittaessa. (Ilmarinen & Koskela 2015, 56.) Jokaisella yrityksellä on mahdollisuus valita aktiivinen tai passiivinen rooli digitalisaatiossa. Mikäli yritys toimii passiivisesti, se sopeutuu muuttuneeseen toimintaympäristöön. Jos yritys ottaa aktiivisen roolin digitalisaatiossa, se itse muuttaa ansaintaansa ja toimintamallejaan niin, että se hyödyntää digitaalisuutta. (Ilmarinen & Koskela 2015, 25.)

Asiakkaiden odotukset yritysten asiakaspalvelutoimintoja kohtaan ovat muuttuneet digitalisoitumisen myötä. Yhä useimmin asiakkaat odottavat, että he voivat asioida yrityksen kanssa myös verkossa. Tärkeä osa liiketoimintaa on, että ollaan siellä missä asiakkaatkin ovat. Nettitoimintojen myötä on luontevaa, että asiakkaita kohdataan verkkomedioissa ja somessa. Älypuhelimien yleistymisen myötä on entistä tärkeämpää, että yrityksen tarjoamat palvelut toimivat myös mobiililaitteissa. (Ilmarinen & Koskela 2015, 73.) Luottamus ja asiantuntemus ovat perinteisiä vakuutusalan kilpailuetuja. Digitaalisessa asiointissa informaation määrä kasvaa. Tämä kasvanut informaatio tulee jalostaa asiakkaalle arvokkaaksi ja luottamukselliseksi tiedoksi asiakaskohtaamisissa. (Pohjola 2015.)

Sähköinen rekisteröinti uudistus on uusi askel vakuutusyhtiöiden arvoketjuun. Se tukee asiakkaan palveluhankintaa nykyaikaisesti, toiminnot ovat käytettävissä silloin, kun asiakas niitä tarvitsee ajasta ja paikasta riippumatta. Lisäksi uudistukselle on suuri ekologinen vaikutus, koska paperisia rekisteröintiotteita ei enää tulosteta ilman erillistä tilausta katsastustoimipaikoillakaan. Ajoneuvon omistajanvaihdoksen voi hoitaa sähköisellä varmenteella tai luovutusilmoituksella.

Digitalisaatio muuttaa monelta osin myös työelämää ja asiakaspalvelutilanteita. Osaamisen päivitystarpeet on tiedostettu myös eri opintoaloilla. Myös korkeakouluopintoja ollaan kehittämässä niin, että ne pystyvät vastaamaan yhä enemmän digitaalisen maailman vaatimuksiin ja osaamistarpeisiin työelämässä. (Kuukkanen 2016.)

4.3 Asiakaspalvelu

Toiminta, jolla pyritään auttamaan ja opastamaan asiakasta on asiakaspalvelua. Jos yritys haluaa erottua markkinoilla, kannattaa sen tarjota asiakkailleen kilpailijoitaan parempaa asiakaspalvelua. Näin yritys tuottaa asiakkailleen lisäarvoa. Alalla jolla tuotteet ovat hyvin samanlaisia, on asiakaspalvelun merkitys suurempi. (Bergström & Leppänen 2011, 180.)

Kun asiakas tapaa palvelun tarjoajan resursseja ja toimintatapoja, ovat ne asiakkaan palvelun laatukokemukselle ratkaisevia tilanteita. Palvelutapaamiset ja vuorovaikutustilanteet määrittelevät yrityksen toiminnallisen laadun tason. (Grönroos 2000, 68.) Digitalisoituminen luo uusia kanavia palveluasiakkaita ajasta ja paikasta riippumatta. Asiakkaalla on mahdollisuus valita milloin ja miten hän haluaa palvelunsa hankkia. Henkilökohtainen asiakaspalvelu kasvokkain tai verkon välityksellä on kuitenkin usein sidottua tiettyihin palveluaikoihin mitä yritykset tarjoavat. Verrattuna henkilökohtaiseen toimistoasiointiin ovat puhelinpalvelun sekä internetissä tapahtuvan chat - palvelun palveluajat laajemmat.

Yrityksen palveluresurssit eli henkilöstö ja palveluympäristö sekä palvelussa käytettävä teknologia, laitteet ja järjestelmät vaikuttavat sen asiakaspalvelukykyyn. Palveluresurssit voidaan jakaa niin, että osa niistä on välittömästi asiakkaan kanssa kosketuksessa, kun taas osa niistä saattaa toimia vain näkymättömästi taustalla. Asiakaspalvelukyvyssä merkittävässä roolissa ovat asiakaspalveluhenkilöstön määrä ja laatu, jotka suoraan vaikuttavat palvelun saavutettavuuteen ja sujuvuuteen. Hyvän asiakaspalvelijan ominaisuuksia ovat asiakasymmärrys ja joustavuus, oman alan asiantuntemus ja tuotetietous sekä hyvät viestintätaidot. Myös täsmällisyys, nopeus, luotettavuus, rehellisyys, oikeudenmukaisuus, kohteliaisuus ja ystävällisyys ovat osa hyvää asiakaspalvelua. (Bergström & Leppänen 2011, 183.)

4.4 Asiakaspalvelun sujuvuus ja organisointi

Tahvanaisen (2016) mukaan digitalisaatio vaatii käytettävän teknologian mahdollistaman toimintatapojen muutoksen. Digitalisaation vaikutukset ovat organisaatio- ja yksilötasolla. Vaikka digitalisaatio tuo suuret muutokset, eivät johtamisen perusasiat muutu. Yrityksen tavoitteiden, suunnan ja menestyksen määrittämistä tarvitaan myös digitalisaation aikakaudella. Johtaminen on toimintaa, joka rakentuu vuorovaikutuksessa ja siihen osallistuvat kaikki organisaation jäsenet. Digitalisaatio mahdollistaa laajemman ja hyödynnettävän datan käytön, mutta sen avuksi tarvitaan edelleen inhimillistä johdon harkintakykyä ja näkemystä liiketoiminnassa. Uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistaminen, markkinoiden ymmärtäminen, luova ajattelu, sidosryhmätoimintojen tehostaminen sekä visioiden ilmaiseminen sekä työntekijöiden motivoiminen kohti tavoitettaan ovat tehtäviä, joihin johtajia tarvitaan digitalisaation aikakaudella.

Henkilöstöjohtaminen pitää sisällään työntekijöiden hyvinvointiin ja koulutukseen liittyviä asioita. Sen osa-alueena on myös henkilöstön kehittäminen mukaan lukien organisaation sisäisten toimintatapojen kehittämisen. Henkilöstöjohtamiseen ovat vaikuttaneet uudet ja kehittyvät teknologiat sekä intranettien käyttöönotto. Digitalisaation myötä tiimijohtamisen rooli korostuu, sillä sen mukaan johtaminen koostuu sosiaalisesta ongelmaratkaisusta. Se vaikuttaa monella tapaa myös työn organisointiin. Kun teknologioita käytetään kokonaisvaltaisemmin mahdollistaa se nopeamman ja suoraviivaisemman viestimisen organisaation sisällä, tehokkaamman päätöksenteon datan pohjalta sekä työskentelyn paikasta ja ajasta riippumatta. Digitalisaatio helpottaa henkilöstön kehittämistä erilaisissa sopeutumistilanteissa, antaen mahdollisuuden erilaisiin kustannustehokkaisiin ja joustaviin virtuaalikoulutuksiin. (Tahvanainen 2016.)

Asiakaspalvelijan persoona, kyky ja halu toimia asiakaspalvelutilanteessa ovat hänen tärkeimpiä työkalujaan. Kun asiakaspalvelija tunnistaa omat toimintatapsa ja ajattelumallinsa, hän voi muuttaa niitä haluttuun suuntaan. Asiakaspalvelutyössä toimiva henkilö on aina oman alansa asiantuntija. Myytävien tuotteiden tuntemisen lisäksi on hyvä tuntee roolinsa asiakaspalvelutapahtumassa. Roolin ymmärtäminen auttaa toimimaan työssään ammattimaisesti. (Eräsalo 2011, 14.) Esimiehen ja johdon tärkeimpiä tehtäviä on huolehtia, että asiakaspalvelutyöntekijöiden tiedossa on heidän perustehtävänsä ja että he työskentelevät sen toteuttamiseksi. Tämä lisää työn sujuvuutta ja organisointia. Koska

perustehtävä ei pysy muuttumattomana tulee sitä tarkistaa ja selkeyttää jatkuvasti. Asiakkaiden tarpeiden muuttuessa tulee tarkastella yrityksen tuotteita ja palveluita, jotta yritys pysyy mukana kovenevassa kilpailussa.(Järvinen 2012, 28.)Tahvanaisen (2016) mukaan uusien sovellusten käyttöönotto ja niiden täydellinen osaaminen on haaste myös digitalisaation mukanaan tuomassa tiimi johtamisessa. Haasteena on myös helppokäyttöisimmän, tehokkaimman ja suoraviivaisimman sovelluksen valitseminen tiimien väliseen viestintään.

Asiakaspalvelussa yritysten on ollut pakko kehittää monikanavaisuutta, sillä asiakkaat toimivat monikanavaisesti palveluympäristöissä. Monikanavaisuus mahdollistaa palvelujen vertailtavuuden kilpailijoiden kesken. Asiakkaat haluavat tehdä joitakin asioita itse, mutta henkilökohtaista palvelua kaivataan myös (Ilmarinen & Koskela 2015, 109.)

Ilmarisen ja Koskelan (2015, 106.) mukaan perinteisessä puhelinpalvelussa yrityksen ja asiakkaan suhde on varsin yksinkertainen: yritys vastaa silloin, kun asiakas soittaa. Kun asiakaspalvelutilannetta tarkastellaan digitaalisessa näkökulmassa, on suhde monipuolisempi. Tällöin koetaan hyväksi palveluksi se, että yritys kohtaa asiakkaan siellä missä hän muutenkin on. Näin ollen digitalisaation myötä asiakaspalvelun vaatimukset kiinteiden työaikojen puitteissa tulevat muuttumaan, sillä joustaville työajoille ja etätöille on entistä enemmän tarvetta (Pohjola 2015).

Tehokkain, kallein ja aikaa vievin asiakaskohtaaminen on henkilökohtaisesti asiakkaan kanssa. Face-to face kohtaamisessa ensimmäisen myyntitapaamisen tavoitteena on usein osapuolten tutustuminen ja yrityksen tarjoaman esittely. Kaksisuuntainen kommunikointi mahdollistuu henkilökohtaisessa asiakastapaamisessa, sillä siinä ollaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Nämä tapaamiset mahdollistavat tarkentavien kysymysten tekemisen ja niihin vastaamisen. Verrattuna muihin markkinointiviestinnän osa-alueisiin henkilökohtainen asiakaspalvelutilanne on paras kontakti asiakkaaseen päin. (Karjaluoto 2010, 87 - 88.)

5 Opinnäytetyön tutkimustehtävä ja menetelmällinen valinta

Tutkimuksella on aina jokin tehtävä tai tarkoitus, näistä jälkimmäinen ohjaa tutkimusstrategisia valintoja. Hyvänä ohjeena tutkimusta suunnittelevalla voidaan pitää sitä, että hän pohtii mikä menettely tuo selvyyttä käsiteltäviin ongelmiin. On tärkeää, että tutkija valitsee sellaisen metodin tai lähestymistavan, jonka pätevyydestä hän on itse vakuuttunut. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 133.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelmana oli selvittää miten ajoneuvojen rekisteröinti uudistus on vaikuttanut asiakaspalvelutilanteisiin vakuutusyhtiössä. Tutkimuksen tarkoitus on kartoittava, jolloin sen tarkoituksena on etsiä uusia näkökulmia sekä selvittää ilmiöitä, joita tunnetaan vain vähän tutkimuskysymyksestä (Hirsjärvi ym. 2008, 134). Tutkimuksen tarkoituksena oli löytää asioita, jotka ovat muuttuneet asiakaspalvelutyössä vakuutusyhtiössä, kun asiakas hankkii ajoneuvon ja siihen pakollisen liikennevakuutuksen sekä rekisteröi ajoneuvon omiin nimiinsä. Rekisteröinnin muuttuessa sähköiseksi poistuvat paperiset rekisteriotteet niin, ettei niitä enää tulosteta vuosikatsastuksenkaan yhteydessä vuonna 2017. Lisäksi tutkimuksessa tarkastellaan palvelujen digitalisoimista. Digitalisointi on lisääntymässä palvelualoilla ja myös vakuutusallalla sen uskotaan vaikuttavan tulevaisuudessa asiakkaiden palvelukäyttäytymiseen.

5.1 Aineiston hankinta

Tutkimusmenetelmä koostuu käytännöistä ja tavoista, joilla tutkimusaineistoja eli havaintoja kerätään. Menetelmän valintaan vaikuttaa yleensä se, millaista tietoa etsitään, keneltä tai mistä sitä etsitään. Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa tavoite on ymmärtää tutkimuskohdetta. (Hirsjärvi ym. 2008, 177 - 179.)

Kvalitatiiviselle kyselylle on ominaista, että se on kokonaisvaltaista tiedon hankintaa ja aineisto kootaan todellisissa, luonnollisissa tilanteissa. Kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti. Laadullisessa tutkimuksessa tapauksia käsitellään ainutlaatuisina ja aineistoa tulkitaan sen mukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2008,

160.) Laadullisen tutkimuksen piirteitä ovat monimutkaisten ilmiöiden ja prosessien tutkiminen. Tutkimuksessa tutkitaan ilmiöitä, joita ei vielä tunneta hyvin tai niitä koskevia muuttujia ei ole vielä tunnistettu. Laadullisen tutkimuksen kohteena on usein asioita, joita ei voida tutkia kokeellisesti eettisistä tai käytännöllisistä syistä. (Järvenpää 2006.)

Kun kyseessä on kvalitatiivinen tutkimus, on sen päämenetelmänä usein haastattelu. Koska haastattelussa ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa, tekee se haastattelusta tiedonkeruumenetelmänä ainutlaatuisen. Haastattelun suurimpia etuja ovat sen joustavuus aineistoa kerätessä. (Hirsjärvi ym. 2008, 199 - 200.) Haastattelemisen on tutkimuksen osana vuorovaikutustilanne, jonka luonteenomainen piirre on suunnitelmallisuus, jolloin haastattelijalla on ennalta tutustunut tutkimuksen kohteeseen sekä teoriassa että käytännössä. Haastattelun tavoitteena on, että haastattelijalla saa luotettavaa tietoa tutkimusongelman alueilta, jotka ovat tärkeitä tutkimuksen kannalta. Haastattelun alullepanija ja ohjaaja on aina haastattelijalla. Hänen tehtävänä on myös haastateltavan motivointi ja sen ylläpitäminen. Itse haastattelutilanteessa haastattelijalla tuntee roolinsa toisin kuin haastateltava oppii sen haastattelun aikana. Haastattelussa on tärkeää että haastateltava voi luottaa antamiensa tietojen käsittelyn luotettavuuteen. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 43.)

Silloin kun kyseessä on pieni kohderyhmä, sopii laadullinen tutkimus parhaiten tutkimusmenetelmäksi. Tutkimuksessa mitataan tuolloin laatua eikä määrää. Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään, kunnes samat asiat alkavat kertaantua haastatteluissa. Tuolloin tutkittava aineisto kyllääntyy ja saavutetaan saturaatio. Tällöin on kasassa tietty määrä aineistoa, jonka uskotaan tuovan esille tietyn määrän teoreettista aineistoa. (Hirsjärvi ym. 2008, 177.)

Haastatteluun tutkimusmenetelmänä sisältyy myös ongelmia. Niiden teko vie aikaa ja edellyttää huolellista suunnittelua. Haastattelijalla on myös hyvä kouluttautua. Haastattelutilanteeseen voi sisältyä monia virhelähteitä haastattelijasta tai haastateltavasta johtuen. Myös haastattelujen luotettavuuteen saattaa liittyä ongelma, niin että haastattelussa voi olla haastateltavalla taipumus antaa vastauksia, jotka ovat sosiaalisesti suotavia. (Hirsjärvi ym. 2008, 201.) Laadulli-

sessä tutkimuksessa tehty haastattelu on aina vuorovaikutus tilanne, jolloin molemmat osapuolet vaikuttavat toisiinsa. Haastattelijan rooliin voi kuulua myös haastateltavan motivointi. Tilanteessa haastattelijan tulee tuntee oma roolinsa. (Järvenpää 2006.)

Haastattelutilanteessa haastattelijalla on ohjat, jolla tapaa se poikkeaa normaalista keskustelutilanteesta. Tutkimushaastattelut voidaan kuitenkin jakaa kolmeen eri ryhmään muodollisuutensa ja tarkan säätelynsä mukaisesti. Ryhmät ovat strukturoitu eli lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. (Hirsjärvi ym. 2008, 202 - 203.)

Strukturoidussa haastattelussa haastatteliija käyttää apunaan lomaketta, jossa kysymysten ja väitteiden muoto ja esittämisjärjestys on täysin määrätty. Tämä haastattelumuoto on helppo toteuttaa sen jälkeen, kun kysymykset on laadittu ja järjestetty. Teemahaastattelulle on tyypillistä että haastattelun teema-alueet ovat tiedossa, mutta siitä puuttuu kysymysten tarkka muoto ja järjestys. Avoin haastattelu on haastattelumuodoista laajin ja lähimpänä keskustelua. Sen avulla haastatteliija selvittää haastateltavan ajatuksia, mielipiteitä, tunteita ja käsityksiä sellaisina kun ne tulevat vastaan keskustelun kuluessa. Avoin haastattelu vie eniten aikaa ja se voi edellyttää useita haastattelukertoja. (Hirsjärvi ym. 2008, 203 - 204.)

Tämän tutkimuksen aineisto kerättiin haastattelemalla palvelumyyjiä LähiTapiola Idän eri toimistoilta. Tutkimusmenetelmänä käytettiin strukturoitua haastattelua, jolloin kysymykset esitettiin haastateltaville tietyssä ennakkoon suunnitellussa järjestyksessä. Kohderyhmä oli pieni, joten laadullinen tutkimus sopi sille parhaiten. Otantamenetelmä on systemaattinen. Haastattelu on informoitu koska, haastattelukysymykset lähetettiin kaksi päivää ennakkoon kaikille haastateltaville, jotta he pystyivät tutustumaan kysymyksiin ennakkoon. Haastattelut suoritettiin tallennetuina puhelinhaastatteluina. Ajankohta haastatteluille oli huhti - toukokuu 2016, tuolloin rekisteröinti uudistusta oli takana puoli vuotta. Jokaisella haastatteluun osallistuneella palvelumyyjällä oli käytännön kokemusta ajoneuvorekisteröintitoiminnoista muutaman kuukauden ajan ennen haastattelun suorittamista.

5.2 Haastattelut

Tähän tutkimukseen haastattelut tehtiin tallennetuina puhelinhaastatteluina. Haastattelut suoritettiin 28.4. – 3.5.2016. Tutkimushaastateltavat ovat LähiTapiola Idän palvelumyyjiä viideltä eri toimistoilta yrityksen eri toimipisteistä. Kaikki haastateltavat toimivat monipuolisissa palvelumyyjän tehtävissä ensisijaisesti toimistoilla, mutta myös muissa asiakaspalvelukanavissa kuten puhelimesta sekä verkkoympäristössä. Kaikki haastattelut suoritettiin yksilöhaastatteluina. Haastatteluajankohdaksi valittiin toimeksiantajan toiveesta aika ennen toimistojen aukeamista ja työpäivän alkamista. Tämä mahdollisti rauhallisen haastattelujen tekemisen.

Jokaiselle haastateltavalle lähetettiin kaksi päivää ennen haastattelutilannetta kysymysrunko ennakkoon tutustuttavaksi. Tähän toimintatapaan päädyin siksi, että ennen varsinaista haastattelua tehty testihaastattelu toi esille tarpeen kysymysten ennakkoon lähettämisestä. Testihaastattelussa huomasin, että haastateltava palasi useaan kertaan jo aiemmin kysytyyn kysymykseen, koska ei ollut ennakkoon ehtinyt miettiä tilanteita, joita uudistus oli tuonut tullessaan.

Asiakaspalvelutilanteissa hoidettavien ajoneuvo rekisteröintitilanteiden määrä on laaja ja monipuolinen. Niinpä erilaisia ajoneuvorekisteröintitilanteita tapahtuu asiakaspalvelutilanteessa pitkälläkin aikavälillä. Testihaastattelulla pystyin varmistamaan huolellisesti laadittujen kysymysten toimivuuden itse haastattelutilanteessa.

Ennakkoon lähetetyillä kysymyksillä varmistin, että haastateltava pystyi perehtymään aiheeseen ja miettimään jo aiemmin tapahtuneita asiakaspalvelutilanteita heti uudistuksen alkuvaiheessa. Näin varmistettiin, että aineiston keruun kannalta saatiin kasattua mahdollisimman laaja aineisto, joka kattaa tutkimusaineiston keruun kannalta tärkeimpiä asioita.

Haastattelututkimukseen osallistui viisi palvelumyyjiä. Kaikki haastateltavat olivat tutustuneet kyselyrunkoon todella hyvin ja heillä on laaja ammatillinen tietämys rekisteröinneistä ja vakuuttamisesta jo ennakkoon. Yksittäiset haastattelut kestivät keskimäärin 15 minuuttia. Teknisesti haastattelujen tallentaminen sujui

moitteetta toimeksiantajan järjestelmässä ja kaikki haastattelut saatiin tallennettua ilman minkäänlaisia häiriöitä. Puhelinhaastattelujen kaikki nauhoitteet onnistuivat hyvin ja kaikkia voitiin käyttää tutkimuksessa.

Kaikki haastattelut nauhoitettiin ja näin kerätty aineisto litteroitiin eli aineisto kirjoitettiin puhtaaksi. Nauhoitetut haastattelut kuunneltiin useaan kertaan ja puhtaaksi kirjoitus tehtiin tarkasti. Tehdessä laadullista tutkimusta aineiston analysointitapaa on hyvä miettiä valmiiksi jo sitä kerättäessä. Tavallinen menettelytapa on, että aineistoa analysoidaan samanaikaisesti, kun sitä kerätään. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 136.)

Laadullisen analyysin pääpiirteitä ovat:

- analyysin aloittaminen jo haastattelutilanteessa
- aineisto säilyy sanallisessa muodossa
- tutkijan induktiivinen¹ tai abduktiivinen² päättely
- vain vähän standardoituja tekniikoita (Hirsjärvi & Hurme 2009, 136.)

Laadulliselle tutkimukselle on ominaista, ettei ole yhtä oikeaa tai yhtä ehdottomasti muita parempaa analysointitapaa. Tärkeä osa analysointia oli aineiston lukeminen useaan kertaan jonka tarkoituksena oli löytää mahdollisimman paljon yhtymäkohtia käytettyyn teoriaan. Tässä tutkimuksessa aineisto teemoiteltiin ja niistä koodattiin esille tulleet yhtenevät asiat. Tämän tutkimuksen aineisto analysoitiin teorialähtöisesti ja saatuja tuloksia verrattiin siihen ja tehtiin tutkimuksen perusteella johtopäätöksiä mitä rekisteröinti uudistus on tuonut asiakaspalvelutilanteisiin.

5.3 Haastattelukysymykset

Haastatteluja varten laadittiin huolellisesti ennalta suunniteltu kysymyspatteristorunko. Kysymysrunгон suunnittelussa otettiin huomioon aiheen looginen eteneminen. Erityistä huomiota kiinnitettiin kysymysten järjestykseen aihealueiden mukaisesti. Aluksi kysyttiin ns. taustatietona haastateltavan kokemusta ajone u-

¹ Induktiivisessa päättelyssä aineistolähteisyys on keskeistä.

² Abduktiivisessä päättelyssä tutkija pyrkii todentamaan aineistonsa avulla teoreettisia johtoeitoja joita hänellä on jo valmiina.

vorekisteröinnin osalta. Ensimmäiset kysymykset käsittelevät haastateltavan omia kokemuksia liittyen omaan työskentelyyn asiakaspalvelussa rekisteröinti-uudistuksen jälkeen. Seuraavissa kysymyksissä tarkasteltiin asioita, jotka ovat helpottuneet uudistuksen myötä sekä haasteita mitä rekisteröinti-uudistus on tuonut tullessaan.

Haastattelussa oli osio, jossa kysyttiin palvelumyyjiltä asiakaskohtaamisessa esiintyneitä asiakkaiden kokemuksia sähköisestä rekisteröinti uudistuksesta. Palvelumyyjien asiakaskohtaamiset tapahtuvat ensisijaisesti toimistoilla kasvotusten tai puhelimitse. Lisäksi kartoitettiin, millaisia haastateltavien saamat asiakas yhteydenotot ovat olleet uudistuksen tiimoilta. Haastattelussa selvitettiin myös haastateltavien asiakasyhteydenottojen määrää kartoittavasti.

Ajoneuvorekisteröinti-uudistuksen uutisointia, markkinointia ja tiedottamista selvitettiin seuraavassa kysymyksessä. Yhtenä osana kyselyä oli myös työnantajan tarjoama perehdytys rekisteröinti-uudistuksesta. Haastattelussa selvittiin palvelumyyjien mielipiteitä perehdytyksestä ja sen riittävydestä uudessa toimintatavassa.

Suurin yksittäinen kokonaisuus kyselyssä on uudistuksen SWOT - analyysi, jossa selvitettiin palvelumyyjien näkemyksiä rekisteröinti-uudistuksen vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhkista. Viimeisessä kysymyksessä yhteenvetona kartoitettiin vielä palvelumyyjien kokemuksia sähköisestä rekisteröinti-uudistuksesta kokonaisuudessaan.

5.4 Aineiston luotettavuus ja analysointi

Ihmisten elämä, tarinat, käyttäytyminen, sosiaalinen organisaatio tai vuorovaikutussuhteet ovat tutkinnan kohteena laadullisessa tutkimuksessa. Tutkimuksen tavoitteena on saada mahdollisimman paljon variaatioita tutkimuksen kannalta tärkeimpiin kysymyksiin. Laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan ilmiöitä ja sitä mitä sille voidaan tehdä. Tehtäessä laadullisen tutkimuksen analyysiä voidaan päätyä löytöihin, joihin ei määrällisellä tutkimuksella päästä. (Willberg 2009.)

Analysoitaessa laadullista aineistoa on tärkeää aineiston luotettavuuden säilyminen. Tiedon keruu, analysointi ja raportointi kytkeytyvät tiiviisti toisiinsa laadullisessa analyysissä. Kun tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan, ovat nämä kaikki vaiheet tärkeitä. Siksi onkin suositeltavaa, että kirjoittaminen aloitetaan varhaisessa vaiheessa. Tiedon sovellettavuus ja siirrettävyys mahdollistaa sen vertailtavuuden aikaisempiin tutkimuksiin. Tämä lisää luotettavuutta lukijan kannalta, sillä hänellä on aineistoa johon voi verrata tutkimusta. (Willberg 2009.)

Tutkimuksen luotettavuuden kannalta tärkeitä asioita ovat myös uskottavuus ja vahvistettavuus. Uskottavuus laadullisessa tutkimuksessa säilyy silloin, kun tutkijan omat ennakkoluulot ja näkemykset eivät näy tutkimuksessa. Tutkijan omat mielipiteet eivät tule esille, kun tutkimusta raportoidaan neutraalisti. Muiden tutkimusten tuki omalle tutkimukselle lisää tutkimuksen vahvistettavuutta. Tuolloin joku on aiemmin tutkinut samankaltaisia asioita ja lopputulos on ollut samanlainen. (Willberg 2009.) Hirsjärvi ym. (2008, 227.) mukaan luotettavuutta laadullisessa tutkimuksessa kohentaa tarkka tutkijan selostus tutkimuksen toteuttamisesta sen kaikissa vaiheissa. Myös aineiston tuottamisen olosuhteet on kerrottava totuudenmukaisesti ja selvästi.

Analysointi laadullisessa tutkimuksessa tehdään tarkasti ja pohjautuen teoriaan. Saadakse laajan käsityksen aineistosta lukijan täytyy ymmärtää käsitteet ja tekstin sisältö kattavasti. Tutkimuksen kannalta on tärkeää, että lukija voi arvioida ja kritisoida tekstiä. (Willberg 2009.)

Haastattelulla kartoitettiin tärkeimmät ja keskeisimmät asiat liittyen opinnäytetyöni tutkimusongelmaan. Kuten aineiston keruulle on tärkeää, haastattelut suoritettiin täysin anonymisti eikä haastateltavien henkilöllisyys tullut esille missään tutkimuksen vaiheessa. Kaikki tähän kyselyyn osallistuneet palvelumyyjät työskentelevät eri toimistoilla LähiTapiola Idän toimialueella.

6 Tutkimustulokset

Tutkimukseen haastateltiin puhelinhaastatteluin 28.4. – 3.5.2016 viittä eri palvelumyyjää LähiTapiola Idän toimistoilta. Tehdessäni haastatteluja työstin välittömästi seuraavina päivinä aineistoa litteroimalla eli kirjoittamalla haastattelut puhtaaksi. Tutkimusaineiston kasaan saamiseksi tämä määrä haastatteluja oli riittävä, sillä haastatteluissa alkoivat toistua samat asiat eli aineisto alkoi kyläntyä. Työskentely haastateltavien kanssa oli helppoa ja he olivat motivoituneita vastaamaan uudistusta koskeviin kysymyksiin. Palvelumyyjät olivat ennalta tutustuneet kysymyksiin mikä helpotti haastattelujen sujuvuutta. Haastateltavista oli aistittavissa innostuneisuus uudistusta kohtaa ja he olivat laajasti pohtineet miten ajoneuvorekisteröinti uudistus vaikuttaa jatkossa heidän työskentelyynsä.

Haastateltavien työkokemus vakuutusosalta ja ajoneuvojen rekisteröintitoiminnoista vaihteli yhdestä vuodesta kymmeneen vuoteen. Tästä taustaeroavaisuudesta huolimatta tuli haastattelussa runsaasti esille asioita, jotka olivat yhteneviä asiakaspalvelutyössä ajoneuvojen rekisteröinti uudistuksen jälkeen. Haastattelut tulokset jaettiin neljään eri kategoriaan, joissa aineistoa tarkasteltiin. Lopuksi tutkimuksen tärkeimmät tulokset koottiin SWOT - analyysiin. Analyysi tuo esille uudistuksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

6.1 Muutokset asiakaspalveluun

Uudistuksen tuomat muutokset heijastuvat asiakaspalvelutyöhön vakuutusyhtiössä. Haastateltavilta kysyttiin uudistuksen vaikutusta omaan työskentelyyn asiakaspalvelutyössä, uudistuksen tuomia helpotuksia sekä haasteita mitä uudistus on tuonut tullessaan. Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että uudistus on yksinkertaistanut työskentelyä asiakaspalvelussa ajoneuvorekisteröintien osalta. Kun vakuutus ja rekisteröinti tehdään yhdessä järjestelmässä, niin uudistus on nopeuttanut rekisteröinnin perustoimintoja entisestään, kuten liikennekäytöstäpoistoja ja -ottoja. Uudistuksessa on suuri rooli itse tekemisellä,

koska se mahdollistaa koko prosessin läpikäynnin yhdellä kertaa. Usea haastateltava koki, että uudistus on tuonut aluksi pientä epävarmuutta oman työn tekemiseen. Näissä tilanteissa palvelumyyjät ovat tarvittaessa tukeutuneet työtehtävissään työnantajan antamiin ohjemateriaaleihin.

Uudistuksen tuomaksi helpotukseksi nimettiin, että toiminnot voidaan tehdä yhdessä järjestelmässä. Lisäksi asiakaspalvelutyöhön on tullut enemmän sujuvuutta sillä asiakkaalla välttämättä tarvitse olla rekisteröintipapereita mukana, vaan asiakkaan vahva tunnistaminen riittää ajoneuvojen rekisteröinti tilanteessa. Haastateltavien mielestä tämä myös luo asiakkaalle mielikuvan, että uudistuksen myötä ajoneuvorekisteröinti on helpottunut myös asiakkaiden itsensä kannalta.

Haastattelussa kysyttiin asioita, joita palvelumyyjät ovat kokeneet uudistuksessa haasteellisimmiksi. Useassa vastauksessa esille tuli järjestelmähaasteet, eli tilanteet, jolloin käytössä oleva järjestelmä, missä rekisteröinti ja vakuutus tehdään, ei toiminutkaan moitteetta. Osa haastateltavista koki haasteelliseksi sen että uudistus on asiakkaille uusi asia, ja asiakaskohtaamisissa täytyy käydä läpi alusta pitäen miten uudistus vaikuttaa asiakkaaseen. Yksi haastateltavista kertoi asiakaskohtaamisista seuraavasti:

”No aikaa vievää siinä mielessä että asiakkaille tämä on vielä aika outo juttu, ja sitten nämä muutokset on selitettävä aika lailla aasta ööhön että mitä papereita nyt tulee ja mitä tapahtuu nytten ja miten jatkossa toimitaan, siinä mielessä on aikaa vievää.”

Asiakaskohtaamisissa asiantuntijuuden rooli korostui palvelumyyjän työtehtävissä. Rekisteröinti uudistus on niin laaja ja vaatii asiakkailtakin uuden toimintatavan omaksumisen. Käytännön tekemisen lisäksi asiakaspalvelu tilanteessa haastateltavat kertoivat neuvomisen ja opastamisen osuuden lisääntyneen ja vievän aikaa enemmän kuin ennen.

6.2 Asiakaskokemukset ja -yhteydenotot

Palvelumyyjiltä kysyttiin asiakaskokemuksia, joita he ovat kohdanneet asiakaspalvelutilanteissa. Vastauksissa tuli esille, että asiakkaat ovat tuoneet ilmi monenlaisia kokemuksia uudistuksesta. Poikkeuksetta mikäli asiakas on nuori netin käyttäjä, ovat he kokeneet uudistuksen helpoksi. Asiakaspalvelutilanteissa on tullut esille iäkkäämpien rekisteröijien epävarmuus, mikäli asiakas ei ole aktiivinen ja varma internetin käyttäjä. Myös se, että paperisia rekisteriotteita ei enää tule rekisteröintitapahtuman jälkeen, on askarruttanut asiakkaita. Paperisten rekisteröintiotteiden puuttuminen on tuonut esille asiakkaiden huolen muun muassa iäkkäistä sukulaisista, joille rekisteriote on ollut tukemassa ajoneuvon katsastuskäynnin tietoisuutta. Asiakaskokemuksia asiakaspalvelutilanteessa eräs haastateltava kuvasi seuraavasti:

”Niitä tulee aika paljon, ja sitten pitää selvittää miten siinä pitää toimia. Paljon enemmän tulee neuvontaa ja tarvitsevat tukea siihen että miten tehdään. Minun mielestä niitä on että kappalemääriä en osaa sanoa mutta yhteydenottojen määrä on mielestäni lisääntynyt, puhelimesta paljon kyselevät ja toimistolla myös.”

Asiakaskokemusten lisäksi kysyttiin haastateltavilta millaisia yhteydenottoja he ovat saaneet uudistuksen tiimoilta. Kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että asiakasyhteydenottojen määrä on lisääntynyt, niin toimistoilla kuin puhelimestakin. Yhteydenottojen luonne on ollut asiakkaan puolelta tuen, ohjeistuksen ja neuvonnan tarve. Asiakkaat ovat olleet epätietoisia missä tietyn asian voi hoitaa. Myös epäluulo varmennetta kohtaan on aiheuttanut yhteydenottoja sekä se, ettei paperisia rekisteriotteita enää tule automaattisesti rekisteröintitapahtuman jälkeen. Asiakkaita on myös kiinnostanut sesonkituotteiden kuten moottoripyörien ja –kelkkojen liikennekäytöstä poistot ja otot.

”No paljonhan niitä tulee niin kuin ennenkin, ihan yleisesti tuohon ajoneuvovakuuttamiseen ja rekisteröintiin liittyen kysymyksiä. Samat ovat jatkuneet ne ovat vain muuttuneet vähän niin kuin sävyllään, mutta ehkä tullut enempi niitä että kun mulla on tämmönen varmenne että teenkö minä vakuutuksen itse täällä vai teetkö sinä semmosta ihan samanlaista että asiakkaat soittaa tavallaan saadakseen sen tuen että kumpi tehdään ensin ja mikä missäkin vaiheessa mitä ja jos ei ole esimerkiksi varmennetta niin mitä dokumentteja tarvitaan, semmoset ovat olleet suurimpia.”

6.3 Uudistuksen markkinointi

Kaikkien palvelumyyjien kanta uudistuksen markkinointiin oli, että asiakkaille kohdistettua markkinointi oli hyvin pienimuotoista. Moni koki, että markkinointi oli lähinnä aiheen uutisointia lehdistössä. Usein asiakkaat olivat täysin tietämättömiä uudistuksesta kun tulivat ajoneuvorekisteröinnin tiimoilta asioimaan toimistoilla tai puhelimitse. Haastateltavat kokivat, että he olivat usein ensimmäinen uudistuksesta kertova henkilö asiakkaille.

6.4 Perehdyttäminen

Koska uudistus on varsin laaja, on se vaatinut koko yhtiön organisaatiolta runsaasti kouluttautumista ja muutokset jatkuvat edelleen tuotteiden kehitystyönä. Palvelumyyjiltä kysyttiin haastattelussa, miten he ovat kokeneet perehdytyksen, jonka he ovat saaneet uudistuksesta. Vastauksissa oli havaittavissa, että jo kauemmin ajoneuvojenrekisteröintejä tehneet kokivat saaneensa aiheesta riittävästi perehdytystä, kun taas vähemmän aikaa alalla työskennelleet kokivat perehdytyksen liian vähäiseksi. Kaikki haastateltavat olivat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että itse tekemällä on oppinut uudistuksen parhaiten.

”On ollut ihan hyvä se perehdyttäminen mutta ehkä niin kuin tässäkin asiassa on pitänyt enemmän niin kuin toki normaalistikin oppia itse ollut niin kuin itse selvittelet ja opit itse tekemällä enemmän.”

”Se on ihan totta että toistot sitten niin ne jää siinne lihasmuistiin sitten. se on niin kuin parasta että et voi olettaa että jonkun liven jälkeen olet valmis tekemään. Asiakkaan tilanteet ja kysymykset ei ole ihan suoraan niistä esimerkeistä kovinkaan monesti.”

Perehdytys sai kuitenkin kaikilta kiitosta siltä osin, että koulutus oli jaettu useaan eri osaa eikä kerralla tullut esille montaa uutta asiaa. Huomiota sai myös se, että uudistus oli uusi myös asian kouluttajille, mutta he olivat perehtyneet asiaan todella hyvin. Esille tuli myös kertauskoulutuksen tarve, koulutuksia olisi kaivattu tarjottua enemmän.

6.5 SWOT -analyysi ajoneuvorekisteröinti uudistuksessa

Jokaiseen uudistukseen kohdistuu odotuksia sen mukanaan tuomista muutoksista käytännön tekemiseen. Kaikki uudistukset sisältävät vahvuuksia ja myös mahdollisuuksia. Odotukset voivat olla myös epäilyksiä uudistuksen huonoista puolista. Nuo voivat olla uusien asioiden heikkouksia tai uhkia.

SWOT lyhenteenä tulee englanninkielisistä sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). SWOT-analyysi on analysointimenetelmä, jolla voidaan analysoida työskentelytapaa tai toimintaympäristöä. SWOT-analyysin tulokset ovat usein enemmänkin suuntaa antavia kuin velvoittavia toimenpiteitä. SWOT -analyysia käytettäessä tulee myös huomioida, että se tuo esille tärkeimpiä suuntaa antavia pääpiirteitä. (Opetushallitus 2016.)

Haastattelussa kerättiin uudistuksen tuomia vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia, ja uhkia, joita palvelumyyjät kokivat uudistuksen tuovan ajoneuvorekisteröintiin ja vakuuttamiseen. Esille tulleet asiat on koottu alla olevaan taulukkoon.

SWOT ANALYYSI - SÄHKÖISEN REKISTERÖINNIN MUUTOKSET ASIAKASPALVELUUN

Taulukko 1. SWOT-analyysi sähköisen rekisteröinnin uudistuksesta LähiTapiola Idässä

<p style="text-align: center;">VAHVUUDET</p> <p style="text-align: center;">asiointiin helpottuminen nopeus ei enää paperisia rekisteriotteita palvelumyyjän työn helpottuminen</p>	<p style="text-align: center;">HEIKKOUEDET</p> <p style="text-align: center;">järjestelmävirheet ei tasapuolinen kaikille asiakkaille vaaditaan netissä toimimistaidot hinnoittelu</p>
<p style="text-align: center;">MAHDOLLISUUDET</p> <p style="text-align: center;">joustavuus asiointi ei aikaan ja paikkaan sidottua nykyaikainen yksinkertaistaa asioiden hoitoa tuotekehitys verkkokanavan hyödynnettävyys</p>	<p style="text-align: center;">UHAT</p> <p style="text-align: center;">asiakasvirran väheneminen toimistoilla aktiivisuustarve asiakkaan suuntaan bulvaanitilanteet väärinkäytökset varmenteen joutuminen vääriin käsiin tekijän virhemahdollisuus tietotekniikka</p>

SWOT – analyysissä näkyvät kaikki ne keskeiset asiat, jotka tutkimuksessa tulivat esille koskien palvelumyyjien työtä LähiTapiola Idän toimistoilla. Analyysissä käsitellään tutkimuksessa esille tulleita huomioita rekisteröinti uudistuksen tuomissa muutoksissa asiakaspalvelutilanteissa.

Vahvuutena uudistuksessa on koettu asioiden hoitamisen helppous ja nopeus, jotka vaikuttavat kokonaisvaltaisesti palvelumyyjän työn kuvaan. Kun paperisten rekisteriotteiden käyttäminen on vähentynyt, palvelumyyjän työ helpottuu, koska paperisten rekisteriotteiden täyttäminen ja postittaminen jää työtehtävistä pois. Digitalisoinnin perusidea, toimintojen ja palveluiden kehittäminen kilpailukykysempään suuntaan, toteutuu heidän mielestään uudistuksessa.

Tutkimuksen perusteella uudistuksen heikkoutena koettiin omassa työskentelyssä järjestelmävirheet. Järjestelmä, jossa ajoneuvovakuuttaminen ja rekisteröinti voidaan hoitaa samanaikaisesti, ei ollut heti uudistuksen alkaessa täydes-

sä toimintavalmiudessa. Palvelumyyjät kokivat myös uudistuksen suurena heikoutena sen, että uudistus ei ole tasapuolinen kaikille asiakkaille. Asiakkaat ovat eriarvoisessa asemassa omien taitojensa ja sitä myötä toiminta mahdollisuuksiensa takia. Ne jotka eivät osaa käyttää internetiä tai heillä ei ole internet-yhteyttä käytettävissä, maksavat samasta palvelusta kalliimpaa hintaa, kuin nettitaitoiset asiakkaat. Haastatteluissa tuli kuitenkin esille, että osa asiakkaista oli valmiita maksamaan siitä, että ammattitaitoinen palvelumyyjä hoiti hänen puolestaan rekisteröintitapahtuman, jonka hän olisi voinut itse hoitaa edullisemmin netissä.

Mahdollisuutena uudistuksessa nähtiin, että palvelu on nykyaikainen eikä ajoneuvon vakuutuksen hankkiminen ja rekisteröinti ole aikaan ja paikkaan sidottua. Lisäksi uudistus helpottaa asioiden hoitoa ja mahdollistaa vakuutustuotteiden kehittämisen asiakasystävällisempään suuntaan kausituotteiden osalta. Tutkimuksessa tuli myös esille, että mahdollisuutena nähtiin verkkokanavan hyödynnettävyys asiakaskohtaamisissa silloin, kun asiakas ostaa vakuutuksensa netissä.

Uhat olivat analyysissa esillä varsin kokonaisvaltaisesti, koskien asiakaspalvelutilanteita. Asiakasvirran väheneminen toimistoilla koettiin uhaksi minkä nähtiin lisäävän tarvetta omaan aktiivisuuteen asiakkaiden suuntaan. Asiakaspalvelun kannalta uhaksi olivat mietittynä mahdolliset bulvaani³ tai väärinkäytös tilanteet jotka luovat omat haasteensa asiakaspalvelutilanteisiin. Lisäksi palvelumyyjät olivat miettineet mahdolliseksi uhaksi sähköisen varmenteen joutumisen väärin käsiin. Myös tekijän, olipa se sitten palvelumyyjä tai asiakas itse, virhemahdollisuus ja tietotekniikka koettiin uhaksi rekisteröintiuudistuksessa.

7 Pohdinta

Uudistus on mahdollistanut verkkotoiminnot asiakaspalvelukanavana laajemmän käyttönoton. Verkkotoiminnoissa on voinut uudistuksen jälkeen hankkia

³ Henkilö joka toimii omissa nimissään toisen henkilön lukuun tämän tahdon mukaan ja eduksi. Näin toimivat henkilö on ns. välikäsi, jolloin päämies pysyy salattuna, vaikka hänellä onkin määräämisvalta bulvaanin toimiin. (Tieteen termipankki 2016.)

ajoneuvojen vakuutuksen ja rekisteröinnin samalla kertaa. Tämä lisää asiakasvirtaa digitaalisissa kanavissa ja asiakkaita tulisi myös kontaktoida henkilökohtaisesti asiakkuuden hoitamisen muodossa. Ajoneuvorekisteröinti uudistus on iso avaus digitalisaation kehityksessä. Se antaa asiakkaille uusia mahdollisuuksia hoitaa ajoneuvojen vakuuttaminen ja rekisteröinti itse. Lisäksi se lisää entistä laajempaa valinnan mahdollisuutta eri toimijoiden kesken. Valinnan mahdollisuus lisää myös hintojen helpompaa kilpailuttamista.

Asiakkaiden kannalta ajoneuvorekisteröinti uudistuksessa on huomioitavaa, että hinnoittelun kannalta he ovat omasta osaamisesta johtuen eriarvoisessa asemassa. Internetin käyttötaitoiset asiakkaat maksavat itsepalvelutoiminnoista huomattavasti vähemmän kuin mitä ne asiakkaat, jotka joutuvat käyttämään henkilökohtaista asiakaspalvelua.

7.1 Johtopäätökset

Tutkimuksen perusteella löytyi useita muutoksia, joita ajoneuvojen sähköinen rekisteriuudistus on tuonut palvelumyyjän työhön. Osan näistä uudistuksen tuomista muutoksista oli ennalta arvattavissa. Näitä ennalta arvattavia muutoksia pohdin tutkimuskysymystä asettaessani. Haastatteluiden perusteella löytyi odottamattomiakin asioita.

Tutkimuksessa esillä olleen uudistuksen alkuunpanija on Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi, jonka alaisuudessa rekisteröintikumppanit hoitavat ajoneuvorekisteröintejä. LähiTapiolan on pitänyt sopimusrekisteröitsijänä muokata omat järjestelmätoiminnot niin, että sähköisen ajoneuvorekisteröinnin uudistuksen tuomat muutokset ovat toimineet myyntijärjestelmissä.

Koska rekisteröinti uudistuksen alkamisesta on vain vähän aikaa, tuo tämä tutkimus esille asiakaspalvelut tilanteen muutokset nimenomaan uudistuksen alkuvaiheessa. Uudistus on todella laaja ja koskettaa kaikkia ajoneuvoja. Se on luonut täysin uudet toimintatavat LähiTapiola Idän organisaatioon. Palvelumyyjien työtehtävissä on entiset toimintatavat jouduttu osittain hylkäämään uudistuksen myötä. Järvisen (2012, 114.) mukaan ihmisten ammatillinen osaaminen

ja itsetunto joutuvat koetukselle. Erilaiset uudistukset saattavat herättää yksilöissä pelkoja siitä, miten he selviytyvät muuttuneissa olosuhteissa. Tutkimuksessa tuli kuitenkin esille, että muutos on helpottanut ja nopeuttanut palvelumyyjän asiakaspalvelutyötä. Haastateltavat kokivat ajoneuvorekisteröinti uudistuksen nykyaikaisena vakuutuslalle. Suurimmat haasteet koettiin järjestelmien toimivuudessa. Yhtiön tarjoamat koulutukset oli koettu hyviksi, mutta käytännön tekemisen kautta järjestelmätoiminnot tulivat parhaiten tutuksi.

Tämä tutkimus toi esille sen, että tulevaisuudessa myös palvelumyyjien työssä korostuu enenevässä määrin asiantuntijuuden rooli. Asiantuntijan rooli vaatii palvelumyyjiltä jatkuvaa opiskelua. Digitalisaation tuomat uudistukset luovat usein asiakaskontaktin, jotta uudistuksen tuomat käytänteet tulevat tutuiksi myös asiakkaille. Rajander-Juustin (2013) mukaan teknologian kehittymisen myötä tulevaisuudessa työnteon tavoissa on nähtävissä asiakasvaatimusten kasvu. Ainoa pysyvä asia uudentymässä työssä on muutos. Tämä vaatii koulutukselta sen, että pystytään jatkuvasti tuottamaan sellaisia osaajia työmarkkinoille, että heillä on kyky selviytyä muutoksesta. Muuttuvissa ja vaihtuvissa tilanteissa on keskeiseksi nousevat suhtautuminen tiedonhankintaan ja oppimiseen.

Uudistuksessa perehdyttäminen koettiin yleisesti riittäväksi. Tukea oli tarjolla niin kouluttajilta kuin alueen omilta ajoneuvorekisteröinti vastaavilta riittävästi. Muutoksen johtaminen on aina yritykselle haasteellista. Ilmarisen ja Koskelan (2015, 232.) mukaan digitaalisessa johtamisessa johdetaan myös poisoppimista ja luopumista. Muutosprosessissa oleva yritys ottaa uusia mahdollisuuksia käyttöönsä. Samalla se usein joutuu myös vaiheittain korvaamaan tai ajamaan alas vanhoja tuotteita ja toimintamalleja. Ajoneuvovakuutukset kehittyvät varmasti vielä tulevaisuudessa digitalisaation myötä entistäkin asiakasystävällisemmiksi ja helppokäyttöisimmiksi asiakkaan kannalta. Moni asiakas arvostaa sitä, että maksaa vakuutus tuotteestaan vain siltä ajalta, jolloin ajoneuvo on aktiivisessa käytössä.

Kokonaisuudessaan uudistus koettiin palvelumyyjien kannalta hyväksi ja nykyaikaiseksi. Uudistus luo kilpailukykyä LähiTapiola Idän asiakassuhteisiin. Suu-

rimmat ongelmat koettiin olevan järjestelmissä ja niiden toimivuudessa. Tutkimuksessa on kuitenkin havaittavissa, että palvelumyyjien työn kannalta uudistus on vasta alussa. Vakuutus ja rekisteröintiala tulevat varmasti tulevaisuudessakin uudistumaan koko ajan, tämä vaatii alan tekijöiltä jatkuvaa oppimista.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimusta tehdessä täytyy tarkkailla myös sen laatua. (Hirsjärvi ym. 2008, 226.) mukaan pätevien tutkimustulosten saamiseksi on kiinnitettävä huomiota kysymysten laadintaan. Oikeanlaisilla kysymyksillä, jotka on tehty oikealle kohderyhmälle, saadaan vastauksia juuri niihin kysymyksiin joihin tutkimusongelmassa on haluttukin saada vastaus. On myös tärkeää, että vastaajat ymmärtävät kysymykset oikein. Myös mittaustulosten toistettavuutta tulee tarkastella tutkimuksessa.

Tämän tutkimuksen tuloksia voidaan pitää luotettavina. Kohderyhmä, jolle tämän opinnäytetyön tutkimus tehtiin, oli tulosten saamiseksi oikea. Haastateltavien määrä oli riittävä sillä aineisto alkoi kylläntyä. Haastateltavina olivat henkilöt, jotka tekevät päivittäistä käytännön työtä ajoneuvorekisteröintien kanssa. He kohtaavat asiakkaat toimistoilla tai puhelimesta eri toimistoilla LähiTapiola Idän toimipisteillä. Informoitu haastattelu vähensi virhetulkintoja haastattelutilanteessa koska haastateltavat saattoivat tutustua kysymysaineistoon ennakolta. Toimeksiantajan kohdistama haastatteluajankohta minimoi häiriötekijät itse haastattelutilanteessa.

Tutkimuksen tekijän edustaessa tutkittavaa yritystä voivat saadut tutkimustulokset esiintyä myönteisessä valossa. Tutkijana olen kuitenkin pyrkinyt tarkastelemaan saamiani tuloksia neutraalisti. Tekemässä laadullisessa tutkimuksessa saatujen tulosten ja johtopäätösten objektiivisuus lähtee siitä, että minä tutkijana olen yrittänyt ymmärtää haastateltavan henkilön ilmaisuja ja näkökulmia, enkä ole sekoittanut omia asenteitani, uskomuksiani ja arvostuksiani tutkimuskohteeseen. Tämä onnistui tässä tutkimuksessa hyvin, sillä oma tekemiseni ja osaamiseni ajoneuvojen rekisteröinneistä oli uudistuksen alkaessa varsin vähäistä. Tutkimusta tehdessäni oma tietämykseni ja taidot ajoneuvorekisteröinneistä lisääntyivät niin, että ammatillinen osaamiseni kasvoi.

7.3 Jatkotutkimukset

Mielestäni tämä tutkimukseni mahdollistaa aiheen jatkotutkimuksen vielä vuosienkin päästä. Minusta tutkimuksen aihe, sähköinen ajoneuvojen rekisteröinti, oli ajankohtainen, koska uudistus on otettu käyttöön vasta vähän aikaa sitten. Uskon, että vastaavanlaiset uudistukset tulevat lisääntymään tulevaisuudessa kaikilla toimialoilla.

Lähteet

- Ajoneuvohallintokeskus. 2008. Rekisteröinnin koulutus. Vakuutusyhtiöt.
<http://docplayer.fi/1470092-Ajoneuvohallintokeskus-rekisteröinnin-koulutus-vakuutusyhtiöt.html> 29.6.2016.
- A-katsastus.2016. Tietoa rekisteröinneistä ja vakuutuksista. <https://www.a-katsastus.fi/tietoa-rekisteröinneista-ja-vakuutuksista>. 22.5.2016.
- Arajärvi, P.2011. Johdatus sosiaalioikeuteen. Hämeenlinna: Talentum.
- Bergstöm, S. & Leppänen, A. 2011. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.
- Björn,H.,Juneja,E., Kalilainen,T.,Karhusaari, W.,Nylander, T. & Rasimus, T. 2000. Digitaalinen tarjontaketju. Tavara- ja tietovirrat uudessa taloudessa. Helsinki: WSOY.
- Eräsalo,U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa: Restamark Oy.
- Finanssialan keskusliitto.2016a.Vakuutuksella hallitaan riskejä. <http://www.finanssiala.fi/finanssialasta/vakuutus/Sivut/default.aspx> 21.5.2016.
- Finanssialan keskusliitto.2016b. Vakuutusvuosi 2015.Vakuutusyhtiöiden tuloskatsaus. <http://www.finanssiala.fi/materiaalit/FK-julkaisu-Vakuutusvuosi-2015.pdf>. 21.5.2016.
- Grönroos,C.2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. Helsinki.WSOY.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu – teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio. Yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum.
- Järvenpää. E. 2006. Laadullinen tutkimus. Teknillinen korkeakoulu. Helsinki.
<http://www.cs.tut.fi/~ihtesem/k2007/materiaali/luento4.pdf> 9.10.2016
- Järvinen, P.2012. Onnistu esimiehenä. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Karjaluoto, H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä - esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. Jyväskylä.Docendo.
- Keskuskauppakamari.2016. Digitaalinen polku. Mitä digitaalinen murros on? <http://digitaalinenpolku.fi/ohjelma/mita-digitaalinen-murros/> 16.6.2016.
- Kuukkanen,T.2016.Digitalisaatio muuttaa työelämää ja korkeakoulutusta.
<http://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/talous/item/108602-digitalisaatio-muuttaa-tyoelamaa-ja-korkeakoulutusta> 29.9.2016
- Laki ajoneuvojen rekisteröintitoiminnasta.175/2015.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20150175> 24.7.2016.
- Liikennevakuutuslaki 279/1959.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1959/19590279> 4.4.2016.
- LähiTapiola 2016. Tietoa yhtiöryhmästä. <https://www.lahitapiola.fi/tietoa-lahitapiolasta/lahitapiola-ryhma/yhtioryhmätietoa/ryhman-rakenne-ja-johto> 21.5.2016.
- Opetushallitus. 2016. SWOT analyysi
http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi 13.6.2016.
- Pohjola. M. 2015. Digitalisaatio ja tuottavuus finanssialalla. Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulu.

- http://www.finanssiala.fi/materiaalit/Digitalisaatio_ja_tuottavuus_finanssialalla.pdf 29.9.2016.
- Rajander-Juusti.R. 2013. Opetushallitus. Liiketalousalan osaamistarpeet - ennakointitietoa koulutuksen suunnittelun tueksi
http://www.oph.fi/download/146309_Liiketalousalan_osaamistarpeet.pdf. 9.10.2016.
- Rantala, J. & Kivisaari, E. 2014. Vakuutusoppi. Helsinki:FINVA.
- Tahvanainen.S.2016. Digitalisaation vaikutukset johtamiseen. Jyväskylän yliopisto
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/50948/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201608153791.pdf?sequence=1> 9.10.2016.
- Tieteen termipankki.2016.Bulvaani.
<http://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:bulvaani> 25.7.2016.
- Trafi .2010. Rekisteröinnin peruskoulutus.
http://www.trafi.fi/filebank/a/1322478103/3bd74c18b86e8450fb909e9176291368/1768-VAKYRekisteroinninperuskurssisyksy2010_1.pdf. 29.6.2016.
- Trafi 2015.Paperista rekisteröintitodistusta tarvitaan jatkossa vain ulkomail-la.http://www.trafi.fi/tietoa_trafista/ajankohtaista/3639/paperista_rekisterointitodistusta_tarvitaan_jatkossa_vain_ulkomaillla 8.5.2016.
- Trafi 2016a. Rekisteröintivelvollisuus ja rekisteri-ilmoituksen määräaika.http://www.trafi.fi/tieliikenne/oman_ajoneuvon_palvelut/rekisterointivelvollisuus 21.5.2016.
- Trafi 2016b. Usein kysyttyä.
http://www.trafi.fi/tietopalvelut/usein_kysyttya/tieliikenne_-_sahkoinen_rekisterointiuudistus_osto_ja_myynti 22.5.2016.
- Tilastokeskus 2016. Ajoneuvokanta kasvoi vuonna 2015.http://www.stat.fi/til/mkan/2015/mkan_2015_2016-03-23_tie_001_fi.html 30.5.2016.
- Tilastokeskus 2016 a. Verkkokauppa
http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_kat_005_fi.html 10.7.2016.
- Vakuutus ja rahoitusneuvonta.2014.Liikenne- ja kaskovakuutusten hintavertailu.
<https://www.fine.fi/media/julkaisut-2014/liikenne-ja-kaskovakuutusten-hintavertailu-2014.pdf> 6.4.2016.
- Valtiovarainministeriö.2016.Digitalisaatio. <http://vm.fi/digitalisaatio> 10.7.2016.
- Willberg, E. 2009. Laadullisen aineiston luotettavuus. Jyväskylän Yliopisto.
<https://www.jyu.fi/edu/laitokset/eri/opiskelu/opiskelu-info/prosem/laa-dullinen>. 3.9.2016.

LIITE 1

Haastattelukysymyksiä opinnäytetyöhön

Taustakysymys: kuinka kauan olet tehnyt ajoneuvorekisteröintejä?

Varsinaiset kysymykset

Miten rekisteröinti uudistus on vaikuttanut omaan työskentelyysi asiakaspalvelussa?

Mitkä asiat ovat mielestäsi helpottuneet uudistuksen myötä?

Mitkä asiat olet kokenut haasteellisimmiksi uudistuksen myötä?

Miten kuvailisit asiakkaiden kokemuksia uudistuksesta?

Millaisia asiakasyhteydenottoja olet saanut uudistuksen tiimoilta?

Millaiseksi olet itse kokenut uutisoinnin/ markkinoinnin/ tiedottamisen uudistuksesta?

Millaista uudistukseen perehdyttäminen on mielestäsi ollut?

Millaisia

vahvuuksia
heikkouksia
mahdollisuuksia
uhkia

mielestäsi on sähköisessä rekisteriuudistuksessa?

Millaiseksi kuvailisit rekisteröinti uudistusta kokonaisuudessaan?