



Oriola.com Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimus

Nea Vettenranta

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Opinnäytetyö (AMK)

2024

Tiivistelmä

Tekijä(t) Nea Vettenranta
Tutkinto Tradenomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Oriola.com Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimus
Sivu- ja liitesivumäärä 47 + 7
<p>Opinnäytetyössä tutkitaan vuonna 2022 julkaistun Digitaalisen palvelun, Oriola.com Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemusta. Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemusta, minkä avulla voidaan myöhemmin luoda Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemukselle mittarit. Samalla tutkimuksessa syntyy materiaalia Reklamaatiotyökalun kehittämistä varten.</p> <p>Käyttäjäkokemukselle on useita määritelmiä ja tässä tutkimuksessa käytetään määritelmää, jonka mukaan käyttäjäkokemus on subjektiivinen kokemus, joka on riippuvainen yksilöstä, hänen ajattelutavoistaan ja tavoista tuntea, sekä hänen sosiaalisesta, psyykkisestä ja fyysisestä toimintaympäristöstään. Käyttäjäkokemuksen huomioiminen järjestelmäkehityksessä mahdollistaa muun muassa järjestelmän taloudellista menestystä sekä käyttäjien inhimillistä hyvinvointia.</p> <p>Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimuksen tutkimusmenetelmänä käytettiin puolistrukturoitua haastattelututkimusta. Haastattelut toteutettiin tammikuussa 2024 ja niihin osallistui kahdeksan haastateltavaa kolmesta eri työtiimistä. Tutkimuksen tutkimusjoukko rajattiin Oriolan sisäisiin käyttäjiin.</p> <p>Tutkimuksen haastatteluaineistosta saatiin tietoa Reklamaatiotyökaluun kohdistuneista ajatuksista, toiveista, järjestelmään liittyvästä perehdytyksestä sekä järjestelmän käyttötavoista. Reklamaatiotyökalu sai haastatteluissa positiivista palautetta selkeydestään ja helppoudestaan ja sen tarjoamasta uudesta viestintämahdollisuudesta. Haastatteluissa tuli esiin myös kehityskohdita liittyen järjestelmän ohjaavuuteen asiakasreklamaatioiden luomisessa, viestintäkanavan rajoituksiin sekä prosessien hahmottamiseen. Yli puolet haastateltavista olivat kiinnostuneita osallistumisesta Reklamaatiotyökalun jatkokehittämiseen.</p> <p>Tutkimuksessa havaittiin, että haastateltavat olivat suhtautuneet Reklamaatiotyökaluun pääosin odottavasti ja positiivisesti, ja siihen kohdistui odotuksia parannuksista edelliseen järjestelmään verrattuna. Reklamaatiotyökalu olikin täyttänyt haastateltavien odotuksia ja sen käyttäminen koetaan helpoksi. Uusia kehityskohteita oli myöhemmin noussut esiin, ja näitä voidaan kehittää teknisillä ja tiedon jakamiseen liittyvin ratkaisuin.</p> <p>Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemuksen tuloksista havaittiin, että ne vastaavat tuotekehitysyklin Kuuntele-vaihetta. Järjestelmän käyttäjäkokemusta voidaankin jatkossa tutkia Kuuntele-vaiheen tehtäviin pohjautuen: käyttäjää kuuntelemalla, vähentämällä koulutuksen tarvetta, kommunikoimalla tulevista muutoksista ja värväämällä käyttäjiä tulevaisuudessa tapahtuvaan tutkimukseen ja testaukseen.</p>
Asiasanat haastattelu, käyttäjäkokemus, käyttäjäkokemuksen mittarit

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Käyttäjäkokemuksesta.....	3
2.1	Käyttäjäkokemuksen elementit.....	5
2.2	Miksi käyttäjäkokemuksen huomioiminen on tärkeää	7
3	Käyttäjäkokemuksen mittaaminen	10
3.1	Käyttäjäkokemuksen tutkimusmenetelmät.....	10
3.2	Tutkimusmenetelmän valinta projektin vaiheeseen perustuen	11
4	Haastattelututkimus	14
4.1	Haastattelu tutkimusmenetelmänä	14
4.1.1	Haastattelututkimuksen edut ja haitat.....	14
4.1.2	Teemahaastattelu	15
4.2	Reklamaatiotyökalun haastattelututkimuksen suunnitteleminen	15
4.2.1	Tutkimuksen kohderyhmä	16
4.2.2	Haastateltavien valinta.....	16
4.2.3	Haastattelukysymysten laatiminen	16
5	Haastattelututkimuksen toteutuminen ja tulokset.....	17
6	Pohdinta.....	36
6.1	Reklamaatiotyökalun haastattelututkimuksen pätevyys	40
6.2	Tulokset ja niiden hyöty organisaatiolle	41
6.3	Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemuksen mittaaminen jatkossa	43
6.4	Pohdintaa Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimuksen tekemisestä	43
6.5	Tutkimuksen aikana tapahtunut oma oppiminen.....	45
6.6	Loppusanat	46
	Lähteet.....	47
	Liitteet.....	48
	Liite 1. Reklamaatiotyökalun haastattelututkimuksessa käytetyt haastattelukysymykset.....	48
	Liite 2. Haastateltavien kuvaukset tyypillisimmästä työtehtävästään Reklamaatiotyökalussa....	51

1 Johdanto

Opinnäytetyössä tutkitaan Oriola Finland Oy:n digitaalisen palvelun, Reklamaatiotyökalun, sisäisten käyttäjien käyttäjäkokemusta. Reklamaatiotyökalu on vuonna 2022 julkaistu digitaalinen palvelu, joka on osa Oriola.com Digital Services -palvelusivustoa. Sivustolla on useita digitaalisia palveluita, joita käyttävät Oriolan asiakkaat ja Oriolan sisäiset käyttäjät.

Reklamaatiotyökalu on palvelu, jossa Oriolasta ostavat asiakkaat voivat tehdä reklamaatioita Oriolan toimituksista ja Oriolan jakelussa olevista tuotteista. Ostavat asiakkaat voivat reklamaatioiden avulla ilmoittaa Oriolalle poikkeamista keräilyn laadussa, toimituksen mukana tulleista vauriointeista tuotteista, viallisten sekä takaisinvedettyjen tuotteiden palautuksista sekä tilausvirheistä johtuvista tuotepalautuksista tai laskujen oikaisuista. Oriolan toimittavat asiakkaat, kuten lääkeyhtiöt, voivat Reklamaatiotyökalua käyttäen seurata heidän tuotteistaan ilmoitettuja laatureklamaatioita sekä ohjata niiden käsittelyä. Oriola.com Reklamaatiotyökalun edeltäjä oli vuonna 2015 käytössä OriolaPro-palautusjärjestelmä, joka poistui käytöstä vuonna 2022 Reklamaatiotyökalun tultua käyttöön.

Opinnäytetyön tavoitteena on käyttäjäkokemustutkimuksen avulla kartoittaa Reklamaatiotyökalun sisäisten käyttäjien käyttäjäkokemuksia, mitä hyödyntämällä Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemusta voidaan jatkossa mitata. Tutkimuksen tuloksena syntyy myös materiaalia Reklamaatiotyökalun kehittämistä varten. Käyttäjäkokemuksen tutkimisesta ja sen myötä käyttäjäkeskeisen suunnittelun hyödyntämisestä Reklamaatiotyökalun kehityksessä hyötyvät sekä Oriolan sisäiset käyttäjät Oriolassa sekä Oriolan asiakkaat.

Käyttäjäkeskeinen suunnittelu pyrkii huomioimaan järjestelmän kehittämisessä käyttäjän tarpeet ja käyttötilanteet vaatimuslähtöisen kehitystavan sijaan (de Voil 2020, 17). Ihmiskeskeinen lähestymistapa järjestelmän suunnittelussa ja kehityksessä antaa taloudellista ja sosiaalista hyötyä käyttäjälle, työnantajille ja toimittajille (SFS-EN 9241-210:2010, 86). De Voil (2020, 16) esittää myös mielenkiintoisen ajatuksen siitä, että käyttäjäkokemus on tärkeää siksi, että se ei vaikuta vain itse käyttäjään, vaan myös käyttäjää ympäröivään maailmaan.

Reklamaatiotyökalun käyttö on osa Oriolassa reklamaatioita käsittelevien tiimien, palautusosaston ja laskutusosaston päivittäistä työtä. Reklamaatioiden käsittelyn lisäksi Reklamaatiotyökalua käyttävät Oriolassa päivittäin muun muassa ostavien sekä toimittavien asiakkaiden asiakaspalvelutiimit sekä käännös- ja tuotevirhe-epäilykäsittelypalveluita tuottavat asiantuntijapalvelutiimit. Tässä tutkimuksessa keskitytään Reklamaatiotyökaluun tehtyjen asiakasreklamaatioita käsittelevien tiimien, palautusosaston ja laskutusosaston, sekä ostavien asiakkaiden asiakaspalvelun tiimijäsenten käyttäjäkokemukseen Reklamaatiotyökaluun liittyen. Näiden osastojen tehtäviin kuuluu

reklamaatioiden luominen, käsittely ja viestintä ostaville asiakkaille. Tutkimuksesta on rajattu pois toimittavien asiakkaiden rooli laatureklamaatioiden käsittelyssä sekä laatureklamaatioihin liittyvät muut, palveluna tuotettavat toiminnot, kuten käänköspalvelu ja tuotevirhe-epäilyjen käsittelypalvelu.

Taulukossa 1 kuvataan opinnäytetyön tietoperustassa ja Reklamaatiotyökalun tutkimuksessa käytettävät keskeiset käsitteet.

Taulukko 1. Opinnäytetyössä käytetyt keskeiset käsitteet

Käsite	Selitys
Bugi	Järjestelmässä ilmenevä ohjelmointivirhe.
ISO	International Organization for Standardization, valtioista riippumaton kansainvälinen standardisointijärjestö (ISO s.a.).
ISO-standardi	ISO:n luoma standardi, jolla parannetaan tuotteiden ja palveluiden laatua ja turvallisuutta (SFS Suomen Standardit ry s.a.).
Käytettävyys (usability)	Mittari sille, kuinka hyvin määrätty käyttäjä pystyy suorittamaan määritellyn tehtävän (SFS-EN 9241-210:2010, 86).
Käyttäjäkokemus (UX, User experience)	Tuotteen tai palvelun käyttämisestä syntyvä subjektiivinen kokemus, joka on riippuvainen yksilöstä, hänen ajattelutavoistaan ja tavoista tuntea, sekä hänen sosiaalisesta, psyykkisestä ja fyysisestä toimintaympäristöstään (de Voil 2020, 6–10; SFS-EN 9241-210:2010, 86).
Käyttöliittymä (UI, User interface)	Järjestelmän vuorovaikutteiset komponentit, joilla käyttäjä voi ohjata järjestelmää ja seurata järjestelmän antamaa tietoa (SFS-EN 9241-210:2010, 86).
Laskureklamaatio	Ostavan asiakkaan luoma reklamaatio asiakkaan laskussa olevasta määrä- hinta- tai muusta virheestä. Laskureklamaatioon ei liity fyysisen tuotteen palautumista Oriolaan.
Reklamaatio, asiakasreklamaatio	Ostavan asiakkaan tekemä reklamaatio, laskutus- tai hyvityspyyntö, johon voi liittyä fyysisen tuotteen palautuminen Oriolaan.
Reklamaatiotyökalu	Oriola.comin digitaalinen palvelu, jota Oriolan asiakkaat käyttävät luodessaan reklamaatioita Oriolalle. Oriolan sisäiset käyttäjät voivat luoda ja käsitellä reklamaatioita Reklamaatiotyökalussa.
Reklamaatioviesti	Reklamaatiotyökalussa reklamaatiolle tallennettu viesti. Viesti voi olla ulkoiselle tai sisäiselle käyttäjälle osoitettu.
SAP	Toiminnanohjausjärjestelmä, jonka on alun perin kehittänyt yritys nimeltään System Analysis Program Development (SAP s.a.).
Tuotepalautus	Ostavan asiakkaan luoma reklamaatio tilaus-, toimitus- tai muusta virheestä. Tuotepalautukseen liittyy fyysisen tuotteen palautuminen Oriolaan.
Tuotevirhe-epäily	Reklamaatio tuotteen laatuun liittyen.

2 Käyttäjäkokemuksesta

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemusta, mutta mitä käyttäjäkoke-
mus tarkoittaa? De Voil (2020, 6) tulkitsee käyttäjäkokemuksen tarkoitusta kahden eri määritelmän
perusteella. Nämä määritelmät ovat International Organization for Standardization (ISO) määri-
telmä ja Norman Nielsen Groupin määritelmä.

ISO:n standardi ISO 9241-210 (2010) ”Human-Centered Design for Interactive Systems” määritte-
lee käyttäjäkokemuksen (SFS-EN 9241-210:2010, 86) henkilön reaktioiksi ja havainnoiksi, jotka
seuraavat henkilön käytettyä tuotetta, järjestelmää tai palvelua ja/tai ennakoiden kyseistä käyttöä.
Käytämme määritelmässä mainitusta tuotteesta, järjestelmästä tai palvelusta jatkossa sanaa ”jär-
jestelmä”.

Kuten kuvasta 1 voidaan havaita, ISO 9241-210 (2010) standardin määritelmän mukaan käyttäjä-
kokemus johtuu järjestelmän käyttämisestä ja/tai ennakoidusta käytöstä syntyvistä havainnoista ja
vasteista, ja ISO (SFS-EN 9241-210:2010) on myös liittänyt määritelmän yhteyteen huomioita,
jotka tarkentavat määritelmää. Standardissa mainittujen huomioiden mukaan käyttäjäkokemus si-
sältää ennen käyttöä, käytön aikana ja käytön jälkeen ilmenevät käyttäjän tunteet, uskomukset,
mieltymykset, fyysiset ja psyykkiset vasteet sekä käyttäytymiset ja aikaansaannokset. Standardin
mukaan käyttäjäkokemus on seurasta sekä käyttäjän henkilökohtaisesta aiemmasta kokemuksesta
johtuvasta sisäisestä ja psyykkisestä tilasta, hänen asenteistaan, taidoistaan ja persoonallisuudes-
taan. Käyttäjäkokemus on myös seurausta tuotemerkin imagosta eli julkivaikutelmasta, ulkonäöstä,
toiminnallisuudesta sekä järjestelmän suorituskyvystä, vuorovaikutuskäyttäytymisestä sekä avusta-
vista ominaisuuksista. Myös itse käyttötilanne vaikuttaa käyttäjäkokemukseen. (SFS-EN 9241-
210:2010, 86.)

<p>“Henkilön havainnot ja vasteet, jotka ovat seurausta tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytöstä ja/tai ennakkoidusta käytöstä.”</p>		
<p>Käyttäjäkokemus sisältää kaikki käyttäjän</p> <ul style="list-style-type: none"> -tunteet -uskomukset -mielitymykset <p>-fyysiset ja psyykkiset vasteet</p> <ul style="list-style-type: none"> -käyttäytymiset -aikaansaannokset <p>jotka ilmenevät ennen käyttöä, käytön aikana ja käytön jälkeen.</p>	<p>Käyttäjäkokemus on seurausta</p> <ul style="list-style-type: none"> -tuotemerkin imagosta, ulkonäöstä, toiminnallisuudesta -järjestelmän suorituskyvystä -järjestelmän vuorovaikutuskäyttäytymisestä ja avustavista ominaisuuksista -käyttäjän aiemmasta kokemuksesta johtuvasta sisäisestä ja psyykkisestä tilastaasenteista, taidoista, persoonallisuudesta -käyttötilanteesta 	<p>Käytettävyys käyttäjien henkilökohtaisten tavoitteiden näkökulmasta tulkittuna voi sisältää sen tyyppisiä aisti- ja tunnenäkökulmia, jotka tyyppillisesti liitetään käyttäjäkokemukseen.</p> <p>Käytettävyyskriteereitä voidaan käyttää arvioimaan käyttäjäkokemuksen joitain näkökulmia.</p>

Kuva 1. Käyttäjäkokemus ISO 9241-210 (2010) mukaan (mukaillen SFS-EN 9241-210:2010, 86)

Kuten de Voil toteaa, ISO 9241-210 (2019) standardin määritelmässä käyttäjäkokemus on ryhmä subjektiivisia, yksilön kokemia psykologisia tapahtumia ja käsityksiä, jotka ovat vain kyseisen henkilön saavutettavissa. Käyttäjäkokemustutkimusta voidaan tehdä tutkimalla näitä tapahtumia ja käsityksiä seuraamalla käyttäjän puhetta, reaktioita ja toimintaa. (de Voil 2020, 6.) ISO 9241-210 (2010) standardiin liitettyjen huomautusten mukaan käyttäjän subjektiivisen käyttäjäkokemuksen syntyyn liittyvät tuotteen ominaisuudet sekä käyttäjän aiemmat kokemukset. Myös käytettävyys liittyy osaltaan käyttäjäkokemukseen. (SFS-EN 9241-210:2010, 86.)

Toinen de Voilin esiin nostama määritelmä on Norman & Nielsen Groupin (s.a.) määritelmä käyttäjäkokemuksesta, jonka mukaan käyttäjäkokemus kattaa kaikki näkökohdat loppukäyttäjän vuorovaikutuksesta yrityksen, sen palvelujen ja sen tuotteiden kanssa. Myös tämän määritelmän mukaan käyttäjäkokemus ei sisällä vain itse käyttötapautumaa, vaan koko kokemuksen tuotteen hankkimisen harkitsemista sen ostamiseen ja käyttämiseen, ja siihen mahdollisesti liittyvään asiakaspalveluun ja muihin jälkikäteen tapahtuviin kontakteihin. De Voilin (2020, 6) mukaan Norman & Nielsen Groupin määritelmässä käyttäjän subjektiivinen näkökulma on vain yksi osa käyttäjäkokemuksesta. Tämä määritelmä antaa de Voilin mukaan mahdollisuuden määritellä ja analysoida käyttäjäkokemuksen elementtejä objektiivisesti. (de Voil 2020, 6.)

Käsite ”käyttäjäkokemus” kärsii metonymiasta, mikä tarkoittaa sitä, että sillä viitataan johonkin toiseen, läheisesti samantapaiseen käsitteeseen. Eräs käsite, johon käyttäjäkokemus sekoitetaan, on käyttöliittymä. (de Voil 2020, 14; Interaction Design Foundation, s.a.) Käyttöliittymä, joka on rajapinta käyttäjän ja järjestelmän välillä, on osa käyttäjäkokemuksesta, mutta kuten Norman & Nielsen

(s.a.) toteavat, onnistunut käyttöliittymä vaikuttaa käyttäjäkokemukseen, mutta ei yksinään voi varmistaa käyttäjäkokemuksen onnistumista.

Toinen käyttäjäkokemukseen sekoittuva käsite on käytettävyys. Käytettävyys on mittari sille, kuinka hyvin määrätty käyttäjä pystyy suorittamaan määritellyn tehtävän (SFS-EN 9241-210:2010, 86). Pro gradu -tutkielmassaan Petri Immonen mainitsee käytettävyyden asemasta suhteessa käyttäjäkokemukseen olevan erilaisia näkökantoja: käyttäjäkokemuksen voidaan ajatella sisältävän käytettävyyden tai toisin päin – käytettävyyden voidaan ajatella sisältävän käyttäjäkokemuksen. Tällöin käyttäjäkokemus on mittari käyttäjän tyytyväisyydelle. Käyttäjäkokemus ja käytettävyys voidaan esittää myös toisistaan riippuvina käsitteinä. (Immonen 2013, 15–16.) Sekä de Voil (2020, 12–14) että Interaction Design Foundation (s.a.) mainitsevat käyttöliittymän ja käytettävyyden olevan käyttäjäkokemuksen alakategorioita. Norman & Nielsen Groupin (s.a.) mukaan käytettävyys on käyttöliittymän laatumittari.

Interaction Design Foundationin (s.a.) mukaan käyttäjäkokemukselle ei ole yhtä universaalia määritelmää, vaan hyvä käyttäjäkokemus tarkoittaa tietyn käyttäjän tarpeiden täyttämisen siinä kontekstissa, jossa he käyttävät tuotetta. Tässä tutkimuksessa käytetään käyttäjäkokemuksesta seuraavaa määritelmää: Käyttäjäkokemus on tuotteen tai palvelun käyttämisestä syntyvä subjektiivinen kokemus, joka on riippuvainen yksilöstä, hänen ajattelutavoistaan ja tavoista tuntea, sekä hänen sosiaalisesta, psyykkisestä ja fyysisestä toimintaympäristöstään.

2.1 Käyttäjäkokemuksen elementit

Tässä tutkimuksessa käyttäjäkokemusta tarkastellaan de Voilin (2020, 7) käyttäjäkokemuksen peruselementtien kautta. Käyttäjäkokemuksen peruselementit ovat:

- käyttäjä
- järjestelmä (tuote tai palvelu)
- käyttäminen, eli interaktio järjestelmän ja käyttäjän välillä
- järjestelmän käyttämisestä syntyneet havainnot
- käyttäjän reaktiot järjestelmään.

De Voil (2020, 8–10) myös laajentaa peruselementtejä tuoden mukaan myös käyttäjän taipumukset, tavoitteet ja käyttöympäristön.

Puhuttaessa **käyttäjistä** viitataan yleensä ihmisiin, joiden tarpeisiin järjestelmällä yritetään vastata. ISO 9241-210 (2010) määrittelee käyttäjän yksinkertaisesti henkilöksi, joka on vuorovaikutuksessa järjestelmän kanssa (SFS-EN 9241-210:2010, 85). De Voilin mukaan ISO 25010 (2011) ”Systems and software engineering” määrittelee käyttäjän miksi tahansa yksilöksi tai ryhmäksi, joka on vuorovaikutuksessa järjestelmän kanssa tai hyötyy järjestelmästä sen käyttämisen aikana. ISO 25010

(2011) myös erottelee suorat ja epäsuorat käyttäjät. Käyttäjät, jotka ovat vuorovaikutuksessa järjestelmän kanssa, ovat suorina käyttäjiä ja käyttäjät, jotka eivät itse käytä järjestelmää, mutta saavat järjestelmästä tuloksen, ovat epäsuoria käyttäjiä. (de Voil 2020, 10.)

Suorat käyttäjät voidaan jakaa kahteen ryhmään, ensisijaisiin ja toissijaisiin käyttäjiin. Ensisijaiset käyttäjät käyttävät järjestelmää pyrkiessään saavuttamaan päämääränsä. Toissijaiset käyttäjät käyttävät järjestelmää vain tarjotessaan tukifunktioita. Järjestelmän käytöstä hyötyvät myös muut sidosryhmät, kuin suorat ja epäsuorat käyttäjät. (de Voil 2020, 11.)

Järjestelmä voidaan käsittää tuotteena tai ohjelmistona tai laajemmassa merkityksessä palveluna, organisaationa tai brändinä. Järjestelmään sisältyväksi itse tuotteen lisäksi myös siihen liittyvä organisaatio ja sen toiminta, sillä se liittyy asiakkaan kokemukseen. Järjestelmä voidaankin käsittää ISO 9241-11 (2018) ”Ergonomics of human-system interaction” standardin mukaisena ”vuorovaikutteisena järjestelmänä”, joka on yhdistelmä ohjelmistoja, laitteistoja ja ihmisiä, joita käyttäjät hyödyntävät saavuttaakseen halutun tavoitteen. (de Voil 2020, 7–8.) ISO 9241-210 (2010) mukaan vuorovaikutteinen järjestelmä on ”laitteiston, ohjelmiston ja/tai palvelujen yhdistelmä, joka saa käyttäjältä syötteitä ja joka välittää käyttäjälle palautetta” ja johon tarkoituksenmukaisiin kohtiin liittyy myös järjestelmän pakkaus, tuotemerkki, käyttäjädokumentaatio, verkossa tapahtuva neuvonta, tuki sekä koulutus. (SFS-EN 9241-210:2010, 84.)

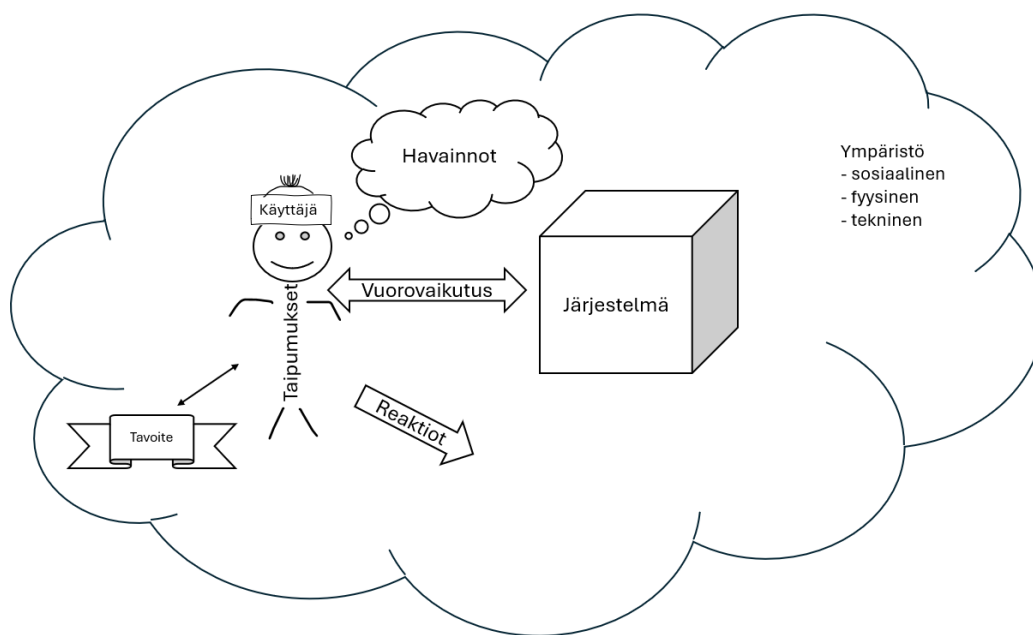
Järjestelmän **käyttäminen** tapahtuu tarkoituksella ja sen tarkoituksena on saavuttaa jotain. De Voilin mukaan käytettävyyttä ja käyttäjäkokemusta ei voida tutkia ilman, että tiedetään käyttäjän tavoitteet. Järjestelmän käyttäminen liittyy siis käyttäjän **tavoitteisiin**, joihin pyritään suorittamalla **tehtäviä**. Jotta käyttäjien tarpeisiin vastaava järjestelmä voidaan suunnitella, on tutkittava ja ymmärrettävä käyttäjän suorittamat tehtävät. Tehtävien suorittamista kehittämällä voidaan suunnitella parempi järjestelmä, jolla käyttäjä pääsee tavoitteeseensa. (de Voil 2020, 8.) ISO 9241-210 (2010) määrittelee tavoitteen lopputulokseksi, joka on tarkoitus saavuttaa ja tehtävän tavoitteen saavuttamiseksi tarvittaviksi toimiksi (SFS-EN 9241-210:2010, 82–84).

Järjestelmän käyttämiseen liittyvään kokemukseen vaikuttaa **käyttöympäristö**. Sekä fyysinen että tekninen ympäristö voivat aiheuttaa vaatimuksia järjestelmälle. Yleensä tekniset vaatimukset ovat suunnittelijalla tiedossa, mutta fyysiseen ympäristöön voi suunnittelijan olla vaikeampaa samaistua ilman käyttäjien parissa tehtävää kenttätutkimusta. Myös sosiaalinen ympäristö voi vaikuttaa käyttäjään; käyttäjän sosiaaliseen ympäristöön kuuluvilla sidosryhmillä voi olla käyttäjän kanssa yhteisiä tai ristiriitaisia tavoitteita. (de Voil 2020, 10.)

Järjestelmän käyttämisestä syntyy käyttäjälle **havainnot**, jotka voivat olla psykologisia tai fysiologisia. Järjestelmän käyttäminen on refleksiivistä; käyttäminen muokkaa käyttäjän käsityksiä ja **taipumuksia** ja edelleen vuorovaikutuksesta syntyviä havainnot. (de Voil 2020, 9.)

Käyttäjän emotionaaliset ja käyttäytymiseen liittyvät **reaktiot** järjestelmän käyttämisestä. Emotionaalisia reaktiota voi olla vaikea havaita ja analysoida. Käyttäytymiseen liittyvät reaktiot näkyvät käyttäjän toimissa, ja niitä on helpompi tutkia. (de Voil 2020, 7.)

Kuvassa 2 on havainnollistettu käyttäjäkokemuksen elementit; käyttäjällä on tavoite, jonka vuoksi hän käyttää järjestelmää. Käyttäminen on vuorovaikutusta henkilön ja järjestelmän välillä. Henkilöllä on ennakkokäsityksiä järjestelmästä, johon henkilön taipumukset vaikuttavat. Vuorovaikutuksen seurauksena henkilölle syntyy reaktioita ja havainnot, joihin henkilön taipumukset myös vaikuttavat. Käyttäjän kokemukseen vaikuttaa myös sosiaalinen, fyysinen ja tekninen ympäristö, jossa käyttäminen tapahtuu.



Kuva 2. Käyttäjäkokemuksen elementit (mukaillen de Voil 2020, 9)

2.2 Miksi käyttäjäkokemuksen huomioiminen on tärkeää

Visuaalisesti hieno ja teknisesti täydellinenkin tuote ei ole menestys, mikäli sillä ei ole käyttäjiä. Kuten de Voil (2020, 7) ja Interaction Design Foundation (s.a.) kertovat, käyttäjäkokemuksen suunnittelijat eivät voi suoraan vaikuttaa käyttäjän tapaan ajatella ja reagoida, mutta suunnittelijat voivat pyrkiä luomaan mahdollisuudet erinomaisen käyttäjäkokemuksen syntymiseen.

Käyttäjäkokemuksen merkitystä voidaan ajatella erilaisista taloudellisista näkökulmista. Perustelukseen käyttäjäkokemuksen huomioimisen tärkeyttä, de Voil (2020, 16–17) mainitsee, että vaikka tuote järjestelmä olisi teknisesti erinomainen, se ei ole arvokas, ellei se täytä käyttäjän tarpeita. Tuote ei siis saavuta suurta menestystä esimerkiksi pelkästään teknisellä ja visuaalisella täydellisyydellä, mikäli tuotetta ei ole miellyttävää käyttää. Kaupallista menestystä ajatellen ISO 9241-210 (2010) myös mainitsee, että korkeatasoisen käytettävyyden omaavat järjestelmät ovat tyypillisesti kaupallisesti ja teknisesti menestyvämpiä ja että kuluttajat voivat maksaa enemmän hyvin suunnitelluista ja toimivista tuotteista ja järjestelmistä (SFS-EN 9241-210:2010, 86).

ISO-standardi ISO 9241-210 (2010) toteaa, että käyttäjäkeskeinen suunnittelu edistää tuloksellisuutta ja tehokkuutta sekä parantaa inhimillistä hyvinvointia (SFS-EN 9241-210:2010, 80). Organisaatio hyötyy tästä taloudellisesti, sillä käyttäjäkeskeinen suunnittelu hillitsee kustannuksia parantamalla henkilöstön kykyä suorittaa käyttötehtäviä nopeammin ja virheettömämmin. Myös käyttäjätuen tarjoamisen ja käyttötukea tarjoavan henkilöstön tarve voi vähentyä, kun käyttäjät ymmärtävät järjestelmän tarvitsematta siinä lisätukea. (de Voil 2020, 16; SFS-EN 9241-210:2010, 86.) Käyttäjäkeskeinen suunnittelu voi myös auttaa organisaation lakisääteisten työsuojellisten velvoitteen täyttämässä, kun järjestelmän suunnittelussa otetaan huomioon ergonomia (SFS-EN 9241-210:2010, 86).

Käyttäjäkeskeisellä suunnittelulla on vaikutuksia myös kehitysprojektin onnistumisessa ja vähentää tarvetta jälkikäteen tehtäville muutoksille. ISO 9241-210 (2010) mukaan käyttäjäkeskeisyyden huomioinen kehitysprosessissa vahvistaa projektin onnistumisen mahdollisuuksia; käyttäjien kuuleminen läpi projektin helpottaa vaatimusmäärittelyn onnistumista sekä vähentää riskiä siitä, että tuote ei täytä käyttäjien vaatimuksia (SFS-EN 9241-210:2010, 88). Tuotekehitysvaiheessa käyttäjäkokemuksen huomioiminen vähentää myös tarvetta jälkikäteen tapahtuville käyttöliittymämuokkauksille (de Voil 2020, 17).

Käyttäjäkokemuksen huomioivan järjestelmän kehityksessä keskiössä tulee olla käyttäjät ja heidän tarpeensa. De Voilin mukaan käyttäjäkeskeinen suunnittelu nostaa järjestelmän käytettävyyden toiminnallisuuksien edelle (de Voil 2020, 19). ISO 9241-210 (2010) mukaan käyttäjäkeskeistä suunnittelua hyödyntävän projektin tulisi perustua käyttäjän tarpeiden, käyttötilanteiden ja käyttöympäristöjen ymmärtämiseen. Käyttäjän tulisi olla mukana läpi projektin ja projektin tuotoksia tulisi arvioida käyttäjäkeskeisen arvioinnin kautta. Läpi projektin tapahtuvalla käyttäjäkeskeisellä arvioinnilla ja sen myötä annetun palautteen huomioimisella vaatimusmäärittelyssä, suunnittelussa ja testattavissa prototyypeissä voidaan vähentää riskiä siitä, että järjestelmä ei kata käyttäjän tarpeita. Projektissa olisi käytettävä iterointia, eli vaihejaksojen tulisi toistua, kunnes haluttu lopputulos on saavutettu. (SFS-EN 9241-210:2010, 90.) Kuten edellä tutkimuksessa on mainittu, järjestelmillä on

suoria ja epäsuoria käyttäjiä (de Voil 2020, 10). Järjestelmän suunnittelussa on kuitenkin huomioitava se, että oikeiden käyttäjien tarpeet huomioidaan ja että järjestelmän kehityksessä ei yritetä tyydyttää epäolennaisten sidosryhmien tarpeita tai turhia vaatimuksia (de Voil 2020, 25).

3 Käyttäjäkokemuksen mittaaminen

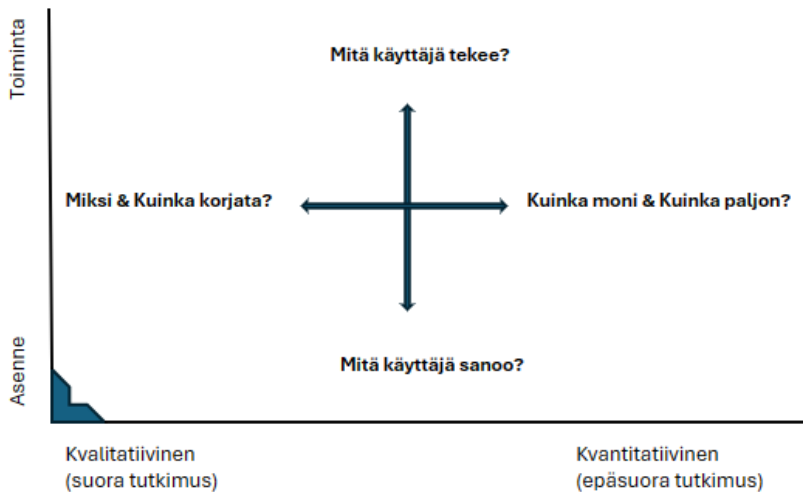
Farrellin (2017) mukaan käyttäjäkokemuksen tutkiminen on hyödyllistä projektin joka vaiheessa helpottaen näin kehitystyötä ja pitämällä käyttäjien oikeat tarpeet keskiössä kuviteltujen tarpeiden sijaan. Suurin osa käyttäjätutkimuksesta tulisi tehdä projektin alkuvaiheessa, sillä silloin tutkimuksella on eniten mahdollisuuksia vaikuttaa kehitykseen, mutta projektin jokaisessa vaiheessa suunnitellijoilla on opittavaa itse käyttäjiltä, ja siksi käyttäjäkokemuksen tutkimus joka projektin vaiheessa on kannattavaa. (Farrell 2017.)

3.1 Käyttäjäkokemuksen tutkimusmenetelmät

Käyttäjäkokemuksen mittaamiseen voidaan käyttää erilaisia tutkimusmenetelmiä. Farrellin (2017) mukaan tutkimusmenetelmän valitseminen riippuu käytettävistä aikaresursseista, tuotteen kypsyyssivaiheesta, tuotteen tyypistä ja sen hetkistä ongelmista. Rohrer (2022) esittää kolme eri ulottuvuutta sisältävän mallin, jossa erilaisia käyttäjätutkimuksen menetelmiä voidaan tarkastella verraten sitä, mitä niillä tutkitaan.

Käyttäjän asennetta tutkivia menetelmiä voidaan käyttää, kun halutaan kuulla, mitä käyttäjällä on kerrottavanaan. **Käyttäjän toimintaa** tutkivia menetelmiä voidaan käyttää, kun halutaan tietää, miten käyttäjä todellisuudessa toimii. Se, mitä käyttäjä sanoo ja miten hän toimii voivat olla ristiriidassa keskenään. **Kvalitatiivisilla tutkimusmenetelmillä** tutkitaan käyttäjän kertomaa tai käyttäytymistä kuulemalla tai havainnoimalla käyttäjää suoraan. Kvalitatiivisilla menetelmillä voidaanankin Rohrerin mukaan voidaan vastata kysymyksiin ”miksi” tai ”kuinka korjata asia”. **Kvantitatiivisilla tutkimusmenetelmillä** tutkitaan käyttäjän kertomaa tai toimintaa käyttäjältä jollakin välineellä, kuten kyselylomakkeella tai analyysityökalulla, kerätyn datan avulla. Kvantitatiivisella tutkimuksella voidaan vastata kysymyksiin ”kuinka moni” ja ”kuinka paljon”. (Rohrer 2022.)

Kuvassa 3 kuvataan edellä mainittujen kysymyksien ”miksi”, ”kuinka korjata asia”, ”kuinka moni” ja ”kuinka paljon” sijoittuminen käyttäjän asennetta ja toimintaa sekä tutkimusmenetelmän tyyppiä (kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen) merkitsevillä akselistoilla.



Kuva 3. Tutkittavat kysymykset tutkimusmenetelmäakselilla (mukaillen Rohrer 2022)

Myös **tuotteen käyttökonteksti** vaikuttaa tutkimukseen; tuotteen käyttämisen taso voi tutkimuksessa vaihdella luonnollisesta käyttötilanteesta käsikirjoitettuun käyttämiseen sekä vain tuotteen osien käyttämisestä siihen, että tuotetta ei käytetä tutkimuksen aikana lainkaan. Tuotteen käyttökonteksti vaikuttaa siihen, kuinka aidonkaltaisessa käyttötilanteessa käyttäjää ja hänen toimintaansa voidaan havainnoida ja toisaalta siihen, missä määrin tutkimusta voidaan kohdistaa tiettyihin, haluttuihin aiheisiin. (Rohrer 2022.)

3.2 Tutkimusmenetelmän valinta projektin vaiheeseen perustuen

Farrell (2017) käyttää nelivaiheista tuote- ja palvelusuunnittelusykliä jaotellessaan kuhunkin kehitysvaiheeseen sopivia tutkimusmenetelmiä. Rohrer (2022) puolestaan esittää tuotteen kolme kehitysvaihetta ja mainitsee myös kuhunkin vaiheeseen sopivia tutkimusmenetelmiä. Rohrer jaottelee tutkimusmenetelmät luonteeltaan generatiivisiksi (generative), formatiivisiksi, eli muokkaaviksi (formative) ja summaaviksi (summative). (Rohrer 2022.)

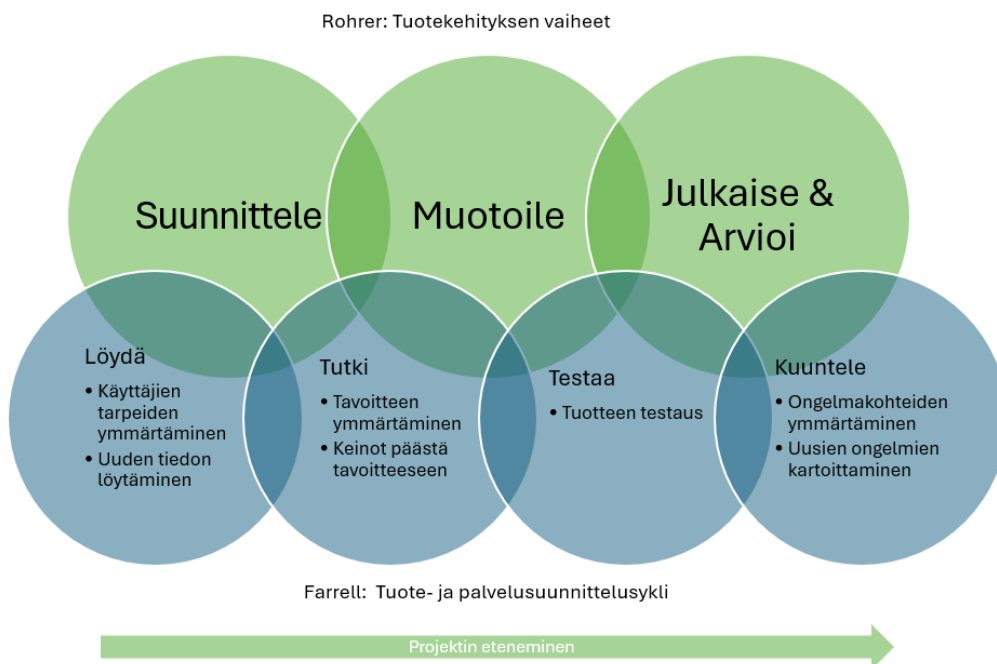
Farrellin Löydä-vaiheessa pyritään ymmärtämään käyttäjän tarpeet ja löytämään tietoa, mitä kehitysprojektin henkilöstöllä ei vielä ollut. Vaiheen tavoitteena on vahvistaa ja poistaa olettamuksia, jotta vältetään turha työ. (Farrell 2017.) Rohrerin mainitsema vastaava vaihe on "Suunnittele", jossa tavoitteena on löytää uusia suuntia ja mahdollisuuksia. Hänen mukaansa alkuvaiheessa voidaan käyttää generatiivisia tutkimusmenetelmiä, jotka auttavat keksimään uusia ideoita ja valitsemaan suuntaa, johon tuotetta halutaan viedä. (Rohrer 2022.) Tähän projektin alkuvaiheen tutkimusmenetelmiksi suositellaan esimerkiksi kenttätutkimuksia (field studies), päiväkirjatyyppisiä tutkimuksia (diary studies) sekä haastatteluja (Farrell 2017; Rohrer 2022).

Farrellin Tutki-vaiheessa pyritään saavuttamaan ymmärrys kehityskohteesta ja projektin tavoitteesta sekä siitä, kuinka käyttäjän tarpeet voidaan täyttää. Vaiheeseen sopivia tutkimusmenetelmiä ovat esimerkiksi käyttäjäpersoonien (persona building) ja käyttötapauksien (user stories) luominen, tehtäväanalyysi (task analysis), protoilu ja card sorting-menetelmä. (Farrell 2017.)

Farrellin Testaa-vaiheessa testataan rakenteilla olevaa tuotetta, jotta varmistetaan sen olevan toimiva käyttäjälle. Sopiviksi tutkimusmenetelmiksi mainitaan laadullinen käytettävyydestaus, Benchmark-testaus ja saavutettavuusarviointi. (Farrell 2017.) Rohrerin vaiheeseen ”Muotoile” kuuluu tiedon kerääminen siitä, kuinka tuotetta ja sen käytettävyyttä voidaan parantaa. Formativiset tutkimustavat, kuten card sorting-menetelmä ja käytettävyydestaukset, tuottavat tietoa siitä, kuinka tuotetta ja käytettävyyttä voidaan parantaa. (Rohrer 2022.)

Farrellin mukaan käyttäjiä tulee kuunnella koko tuotteen kehitysprosessin läpi. Kuuntele-vaiheessa kuunnellaan käyttäjiä, jotta ymmärretään olemassa olevat ongelmat ja etsitään mahdollisia uusia ongelmakohtia. (Farrell 2017.) Rohrerin (2022) Julkaise & Arvioi-vaiheessa tuotteen suoriutumista mitataan joko tuotetta itseään tai kilpailijaa vastaan. Tähän tuotekehitysprojektin loppuvaiheeseen sopivia tutkimusmenetelmiä ovat esimerkiksi kyselytutkimukset ja analyttiset tutkimukset (Farrell 2017; Rohrer 2022).

Kuvassa 4 on kuvattu Rohrerin mainitseman tuotekehitysvaiheiden sijoittuminen suhteessa Farrellin tuote- ja palvelusuunnittelusykliin.



Kuva 4. Käyttäjätutkimuksen tavoitteet tuotteen eri kehitysvaiheissa (mukaillen Farrell 2017 ja Rohrer 2022)

Reklamaatiotyökalu on käyttöön julkaistu palvelu ja siis tuotekehityssyklin Kuuntele-vaiheessa.

Farrellin (2017) mukaan Kuuntele-vaiheessa tehtävässä tutkimuksessa tulisikin:

- kuunnella käyttäjien mielipiteitä
- vähentää koulutuksen tarvetta
- kommunikoida tulevista muutoksista, mieluummin keskustelemalla kuin sanellen
- kerätä käyttäjiä tulevaisuudessa tapahtuvaa tutkimusta ja testausta varten.

Loppuvaiheen tutkimukseksi sekä Farrell (2017) että Rohrer (2022) suosittavat määrällisiä tutkimuksia. Tässä Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimuksessa käytetään metodina laadullista tutkimusmenetelmää, haastattelua, jonka avulla käyttäjiltä kootaan aineistoa muun muassa heidän tarpeistaan ja työtehtävistään. Tätä aineistoa voidaan mahdollisesti käyttää apuna Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemuksen mittaamisessa tulevaisuudessa.

4 Haastattelututkimus

Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemuksen tutkimusmenetelmäksi valikoitui haastattelututkimus, sillä toisena vaihtoehtona harkitun kyselylomaketutkimuksen osallistujamäärä olisi voinut jäädä hyvin pieneksi, mikä olisi vaikuttanut tutkimuksen onnistumiseen. Haastattelututkimuksella voi kerätä aineistoa pienempilukuiselta tutkimusjoukolta, ja haastattelutilanteessa on mahdollista kerätä enemmän ja syvempää tietoa kuin kyselytutkimuksessa.

4.1 Haastattelu tutkimusmenetelmänä

Haastattelu on laadullisen tutkimuksen keino, jolla on mahdollista tuoda esille haastateltavan havaintoja tilanteista. Se myös mahdollistaa haastateltavan menneisyyden ja kehityksen ottamisen huomioon tutkimuksessa. (Hirsjärvi & Hurme 2004, 27; Rosala & Pernice 2023.)

Kuten Hirsjärvi ja Hurme toteavat, käsityksemme todellisuudesta on muotoutunut sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ja siten totuudesta on erilaisia käsityksiä eikä tutkija voi savuttaa ehdotonta totuutta. Tutkijalla on myös väistämättä vaikutus tutkimukseen, sillä tutkija valitsee käytettävät käsitteet ja niiden tulkinnan, valitsee aineiston keruutavan, analysoi aineiston ja tulkitsee sitä. (Hirsjärvi & Hurme 2004, 18.) Tutkijan objektiivisuus syntyykin oman subjektiivisuuden tunnistamisesta (Hirsjärvi & Hurme 2004, 17). De Voilin mukaan haastatteluista saatava tieto on subjektiivista tietoa samoin kuin kyselytutkimustenkin kautta saavutettu tieto. Haastattelutieto on subjektiivista ns. kahdessa kerroksessa, sillä haastateltavan antama tieto on subjektiivista ja haastattelijan tekemät tulkinnot ovat myös subjektiivisia. (de Voil 2020, 44.)

4.1.1 Haastattelututkimuksen edut ja haitat

Haastattelu on joustava aineistonkeruumenetelmä, joka mahdollistaa tutkijan kerättävän tietoa esimerkiksi havainnoimalla haastateltavaa. Haastattelu menetelmänä soveltuu muun muassa päämäärien, tehtävien, toiminnan, välineiden, vuorovaikutuksen sekä kipupisteiden ja kiertotapojen kartoittamiseen. (de Voil 2020,44; Rosala & Pernice 2023.) Haastattelu antaa haastateltavalle mahdollisuuden kertoa asiasta mahdollisimman vapaasti, ja haastattelijalla voi esittää selventäviä ja syventäviä kysymyksiä (Hirsjärvi & Hurme 2004, 35). Haastatteluaineiston avulla kehitystyötä tekevien henkilöiden on mahdollista asettua käyttäjän asemaan ja näin ymmärtää käyttäjää ja hänen tarpeitaan paremmin (de Voil 2020, 44; Rosala & Pernice 2023).

Haastattelun huonoihin puoliin voidaan lukea se, että se vaatii opettelemista ja keskittymistä haastattelijalta, sillä haastattelutilanne ei ole normaali sosiaalisen kanssakäymisen tilanne, vaan haastattelijalla on siinä johtava rooli. Haastattelijan pitääkin unohtaa normaalin vuorovaikutuksen normit ja keskittyä todella kuuntelemaan ja ymmärtämään käyttäjää. Haastattelijan tulee hallita kyky

saada haastateltava esittämään asioita omasta halustaan omin sanoin, ilman haastattelijan suggestiota. Haastattelijan pitää oppia pitäytymään haastateltavan johdattelemisesta sekä tahattomasta vahvistamisesta. (de Voil 2020, 44–45; Hirsjärvi & Hurme 2004, 35.) Haastattelujen huonoihin puoliin kuuluvat myös virhelähteet; haastateltava saattaa antaa sosiaalisesti suotuisia vastauksia. Haastattelutilanne ei usein tapahdu itse käyttötilanteessa vaan käyttäjän pitää palata mieleensä menneisyyteen. Haastateltava voi muistaa asioita väärin tai epätäydellisesti ja tajuamattaan täydentää epätäydellistä muistikuvaa tahattomasti. (de Voil 2020, 42; Hirsjärvi & Hurme 2004, 35; Rosala & Pernice 2023.)

Siinä missä haastattelututkimuksen hyviin puoliin kuuluu mahdollisuus kartoittaa monipuolisesti käyttäjän henkilökohtaista ja ympärillä olevaa maailmaa ja kerätä näin hyvin paljon dataa, haastattelututkimuksen huonoksi puoleksi voidaan lukea myös se, että haastatteluaineiston analysoiminen vie aikaa, sillä vapaamuotoisen aineiston analyysia ei ole mahdollista toteuttaa valmiilla malleilla. (Hirsjärvi & Hurme 2004, 35.)

4.1.2 Teemahaastattelu

Kuten Hirsjärvi & Hurme toteavat, teemahaastattelu on haastattelumuotona puolistrukturoitu haastattelu, jolla ei ole varsinaista yhtä määritelmää (Hirsjärvi & Hurme 2004, 47). Teemahaastattelussa keskustellaan etukäteen valikoiduista teemoista, mutta kaikesta ei välttämättä puhuta kaikkien haastateltavien kanssa yhtä paljon. Teemahaastattelussa oleellisinta on, että haastattelu etenee yksityiskohtaisten kysymysten sijaan keskeisten teemojen varassa. Ennen haastattelua tutkija on tunnistanut teoriaan ja tutkimustietoon perehdyttyään teema-alueita, joita haastattelussa käydään läpi. Haastattelurunkoon ei laadita yksityiskohtaisia haastattelukysymyksiä, vaan luettelo valituista teemoista, joista haastattelijä muotoilee vapaasti kysymyksiä. (Hirsjärvi & Hurme 2004, 66; Hyvärinen, Suoninen & Vuori s.a.)

4.2 Reklamaatiotyökalun haastattelututkimuksen suunnitteleminen

Oriola.com Reklamaatiotyökalun käyttäjät voidaan luokitella kolmeen eri ryhmään; Oriolan ostavat asiakkaat, kuten apteekit, sairaala-apteekit, lääkekeskukset ja eläinlääkärit; Oriolan toimittavat asiakkaat, kuten lääkeyritykset ja muut terveystuotteiden valmistajat ja maahantuojat; sekä Oriolan sisäiset käyttäjät, joihin lukeutuvat muun muassa ostavien ja toimittavien asiakkaiden asiakaspalvelutiimit, laskutusosasto ja palautusosasto. Myös muilla, kuin edellä mainituilla tiimeillä Oriolassa on erilaisia rooleja Reklamaatiotyökaluun liittyvässä toiminnassa.

Tutkimuksen kohderyhmäksi valikoitui Oriolan sisäiset käyttäjät. Sisäisistä käyttäjistä haastateltavat valittiin ostavien asiakkaiden reklamaatioiden käsittelytiimeistä (palautusosasto ja laskutusosasto) sekä ostavien asiakkaiden asiakaspalvelutiimistä.

4.2.1 Tutkimuksen kohderyhmä

Haastattelututkimukseen valittujen tiimien käyttäjien käyttäjäkokemuksen tutkimisen pohjaoletukset olivat samat; heillä on käytössään samanlaiset tietotekniset työvälineet ja samanlaiset lopputavoitteet; palvelua ostavaa asiakasta toimien yrityksen määrittelemillä tavoilla ja yrityksen arvojen mukaisesti. Työtilojen ja etätömahdollisuuksien osalta tiimit eroavat hieman, sillä työtilojen sijoittelu yrityksen tiloissa ja etätömahdollisuudet riippuvat kunkin tiimin työtehtävistä.

Tutkimukseen osallistuvat tiimit käyttävät Reklamaatiotyökalua asiakasreklamaatioiden, kuten tuotepalausten ja laskureklamaatioiden käsittelyyn, luovat Reklamaatiotyökaluun uusia reklamaatioita työskentelevät sekä tekevät asiakaspalvelutyötä Reklamaatiotyökalun kautta. Näin ollen kyseisten tiimien kautta on mahdollista saada mittarien luomista varten käyttäjäkokemustietoa erilaisista Reklamaatiotyökalussa suoritettavista tehtävistä.

4.2.2 Haastateltavien valinta

Haastateltavien valitsemiskriteereinä käytettiin sitä, että he olivat tehneet työtehtäviään jo jonkin aikaa ja että he olivat käyttäneet Reklamaatiotyökalua ainakin muutaman kuukauden ajan. Näin haastateltavien työtehtävät olivat heille tuttuja ja heillä oli kokemusta Reklamaatiotyökalun käyttämisestä haastattelun toteutuessa. Haastattelija pyysi kahden tiimin esihenkilöä suosittelemaan tiimistään henkilöitä, jotka täyttivät edellä mainitut kriteerit. Kolmannesta tiimistä kaikilta tiimin jäseniltä kysyttiin kiinnostusta haastatteluun osallistumiseen. Haastattelija lähetti kutsut kaikille esihenkilöiden suosittelemille henkilöille sekä kolmannen tiimin niille jäsenille, jotka olivat aiemmin osoittaneet kiinnostusta nauhoitettavaan haastatteluun. Kaikki haastattelukutsun saaneet vastasivat myöntävästi.

4.2.3 Haastattelukysymysten laatiminen

Haastattelukysymykset (liite 1) laadittiin teemoihin, jotka perustuivat de Voilin (2020, 7–10) määritelmiin käyttäjäkokemuksen elementeistä. Kysymyksillä pyrittiin saamaan haastattelujen avulla käsitys käyttäjistä, käyttöympäristöstä, järjestelmästä, ennakkokäsityksistä ja reaktioista järjestelmään. Toisin kuin Hirsjärvi ja Hurme (2004, 66) ovat teemahaastattelun haastattelurunkoa kuvanneet, Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimuksen haastattelukysymykset laadittiin tarkoiksi ja sellaisiksi, että ne eivät johdattele haastateltavaa. Tämä siksi, että haastattelijalla oli hyvin vähän haastattelukokemusta ja huolellisesti suunnitellulla kysymystenasettelulla haluttiin välttää kokemattomuudesta johtuvaa tahatonta johdattelua.

5 Haastattelututkimuksen toteutuminen ja tulokset

Haastatteluihin kutsuttiin kolmesta eri työtiimistä yhteensä kahdeksan henkilöä, joista kaikki antoivat suostumuksen nauhoitettavaan haastatteluun. Haastattelija toteutti tammikuussa 2024 kahdeksan haastattelua, joista seitsemän pidettiin lähihaastatteluina yrityksen tiloissa neuvotteluhuoneessa ja yksi järjestettiin etäyhteydellä. Haastatteluille oli varattu Teams-palaverit ja haastattelujen audio nauhoitettiin konferenssikauittimen avulla Teams-palaverin tallenteeseen. Haastattelujen litteroinnissa käytettiin apuna Teamsin transkriptiotoimintoa, jota käytettiin haastattelujen litteroinnin apuna.

Haastattelut käsiteltiin anonyymeinä ja alla esitettäviin tutkimustuloksiin haastateltavat on merkitty tunnuksin H1 – H8. Täydennykset haastateltujen sitaatteihin on merkitty hakasulkeilla, kuten seuraavassa esimerkissä: ”Tämä on vastaus [haastattelijan] kysymykseen”.

Tutkittavasta **järjestelmästä**, Reklamaatiotyökalusta, käytettiin haastatteluissa nimeä Reklamaatiotyökalu. Kysyttäessä useimmat haastateltavat kertoivat kuitenkin käyttävänsä Reklamaatiotyökalusta eri nimiä vaihdellen Oriola.comista (verkkosivuston nimi) Origoon (projektin nimi) sekä erilaisiin nimiin, joissa esiintyy sana ”reklamaatio”.

Haastateltavien vastauksia kysymykseen ”Millä nimellä itse kutsut tätä järjestelmää?”

”Origo.” (H2)

”Sähköinen reklamaatiokanava.” (H3)

”Sanon sitä yleensä Reklaksi.” (H6)

”Digitaalisten palvelujen reklamaatiot.” (H7)

”Oriola.com.” (H8)

Haastateltavat **käyttäjät** olivat kolmesta eri työtiimistä, ja enemmistö heistä oli ollut nykyisessä työtehtävässään yli 3 vuotta. Yhtä haastateltavaa lukuun ottamatta haastateltavat käyttivät Reklamaatiotyökalua päivittäin.

Haastateltavien työtehtävät liittyivät:

- eri kommunikaatiokanavissa tapahtumaan asiakaspalveluun ja muihin asiakaspalvelutehtäviin, kuten neuvontaan ja tilausten vastaanottamiseen
- eri syiden takia palautettujen asiakaspalautusten (tuotepalautusten) käsittelyyn

- asiakkaiden ja päämiesten ilmoittamien laskureklamaatioiden, kuten keräilyvirhereklamaatioiden ja hintakorjauspyyntöjen käsittelyyn.

Kaikkien haastateltavien **sosiaaliseen ympäristöön** kuului kollegoita, jotka myös käyttävät Reklamaatiotyökalua. Kaikki haastateltavat tekivät läsnätyötä yrityksen tiloissa, ja työvälineistö yrityksen tiloissa oli yhteneväinen muutamia tehtäväkohtaisia poikkeuksia lukuun ottamatta. Etätyötä tekevillä haastateltavilla oli vaihteleva työvälineistö lukuun ottamatta yrityksen tarjoamia perusvälineitä. **Fyysiseen työympäristöön** läsnätoissa suhtauduttiin vaihtelevasti, mutta etätoissa työympäristöön oltiin pääosin tyytyväisiä.

”[Ympäristö läsnätoissa] semmoinen ihan hyvin valaistu ja hieman viileähkö paikotellen ja on tilaa. Eli ihan hyvät puitteet.” (H2)

”Avokonttori, niin se on vähän sellaista häiritsevää. Ja meillä on aika huono valaistus tuolla.” (H3)

”Rauhallinen ylipäättään. On ihan rauhallinen ja viihtyisä. Hyvät työkaverit.” (H5)

”Välillä täällä on kylmä, välillä täällä on kuuma ja sitten täällä on pölyistä. Täällä on meluista, että itsestä tuntuu, että saan kotona paljon paremmin asioita tehtyä. Mutta kyllä tänne on ihan kiva aina tulla.” (H6)

Haastateltavat mainitsivat monipuolisesti työnsä erilaisia sidosryhmiä. Yrityksen sisäisiä sidosryhmiä mainittiin useita logistiikkatoimintoihin, tuotehallintaan, asiakaspalveluun, laadunvarmistukseen ja asiantuntijapalveluihin liittyen. Osalla haastateltavista on työssään myös ulkoisia sidosryhmiä, joiksi mainittiin ostavat asiakkaat (apteekit, sairaala-apteekit, eläinlääkärit), toimittavat asiakkaat (lääkeyritykset, muut toimittajat) sekä myös kuljetusliikkeet.

”Kaikki sidosryhmät ovat aika pitkälti talon sisältä, siis muut tiimit kenen meidän pitää olla yhteydessä tai tarvitaan apua. Kuljetus, laskutus, Master Data ja sitten tietenkin on myös sitten nämä kuljetusliikkeet --.” (H1)

”Asiakaspalvelu Upstream ja Downstream. SCC [Supply Chain Coordination]. Laadunvarmistus. [Ja] kaikki varastolla olevat.” (H4)

Haastateltavilta kysyttiin, mitkä ovat kunkin kolme tärkeintä **tavoitetta** työssään. Esiin tuodut tavoitteet voidaan luokitella hyvään asiakaskokemukseen keskittyviin tavoitteisiin, työn virheettömyyteen liittyviin tavoitteisiin, ja aikataulullisiin tavoitteisiin. Myös henkilökohtaisia tavoitteita tuli esiin. Taulukossa 2 on listattu tavoitteisiin liittyviä sitaatteja haastateltavilta.

Taulukko 2. Esimerkkejä tavoitteista

Tavoitteen luokka	Sitaatti
Hyvä asiakaskokemus	"Ystävällinen ja rauhallinen asiakaspalvelu" (H1) "Että saataisiin ratkottua asiakkaan ongelma" (H1) "Tyytyväiset asiakkaat" (H7)
Työn virheettömyys	"Suorittaa työtä virheettömästi ja aikataulussa" (H2) "Että työt on tehty oikein" (H5)
Aikataulullinen	"Saada Oriola.com tyhjäksi päivittäin" (H8) "Saada ne reklamaatiot tehtyä sen päivän aikana mitä on" (H3)
Henkilökohtainen	"Että saa tehdä monipuolisia eri tehtäviä" (H6)

Haastateltavilta kysyttiin, minkälaisia **ajatuksia** heillä oli, kun he ensimmäistä kertaa kuulivat Reklamaatiotyökalusta. Suurin osa haastateltavista kertoi ajatuksiensa olleen positiivisia ja odottavia ja useampi haastateltava kertoi odottaneensa Reklamaatiotyökalun olevan parempi kuin edeltävä järjestelmä. Pieni osa haastateltavista mainitsi suhtautumisensa olleen epäroivä tai ristiriitainen, pe-länneensä muutosta hieman.

"Kun Reklamaatiotyökalu otettiin käyttöön, olin vielä ei-lääkkeellisen puolen tiimissä ja silloin alussa käyttö oli tosi lapsenkengissä. Kun sillä puolella ei niin paljon Reklamaatiotyökalua ja se oli jopa hieman pelottavakin." (H1)

"Vanha oli vaan vähän huono paikoitellen, niin oli kyllä ihan tervetullutta, että uudistetaan." (H2)

"Aina jos tulee uutta, niin se on aina parempi. Jos on parempaa kuin edellinen, niin mulla ei ole näitä uusia ohjelmia vastaan mitään." (H3)

"Vähän ristiriitaisia, mutta sitten niin sillä periaatteella, että näillä sitten mennään. Mutta että ei mitään negatiivista." (H5)

"Ei ollut varsinaisesti mitään ajatuksia, se on mielestäni ihan toimiva." (H6)

"Ihan positiiviset, ajattelin, että varmaan parempi kuin edeltäjä." (H7)

"Ihan onnellinen, että tulee kehittyvä [järjestelmä] siihen edelliseen verrattuna." (H8)

Kuten edellä on mainittu, haastateltavat odottivat Reklamaatiotyökalun olevan parempi kuin edeltäjänsä. Puhuttaessa haastateltavien **toiveista** Reklamaatiotyökalun suhteen, suurin osa

haastateltavista toivoi, että uusi järjestelmä on helppokäyttöinen, sujuva, selkeä, yksinkertaisempi ja sieltä olevan helpompi löytää asioita. Myös reklamaatioiden etenemisen näkyvyyteen ja asiakkaiden kanssa kommunikoimiseen toivottiin muutoksia verrattuna edelliseen järjestelmään.

Haastateltavien vastauksia kysymykseen ”Minkälaisia toiveita tai odotuksia sinulla oli Reklamaatiotyökalun suhteen?”

”Semmoista sujuvaa käyttöä.” (H2)

”Että ne [reklamaatiot] selkiytyisi edellisestä [järjestelmästä] ja olisi vähän paremmin luettavissa ja tiedot löytyisivät helpommin, ja sitten se asiakkaiden kanssa kommunikointi helpottuisi.” (H3)

”Tavallaan yksinkertaistaa jotain asioita, jotka siellä [edellisessä järjestelmässä] vaikuttivat vähän jotenkin vaikealta hahmottaa.” (H4)

”Että se olisi ainakin parempi kuin se edellinen mitä käytettiin.” (H5)

”Alussa ei ollut vielä mitään, kun ei ollut niin syvällä, tai niin paljon käyttänyt sitä [Reklamaatiotyökalua]. Ehkä ne päällimmäiset [toiveet] ovat tulleet sitten aika äkkiä sen käytön aloittamisen jälkeen.” (H6)

”Että sieltä paremmin pääsee näkemään kaikkien asiakkaiden tekemät reklamaatiot ja niiden eteneminen.” (H7)

”Se, että tulee parempi ja selkeämpi ja yksinkertaisempi [järjestelmä].” (H8)

Reklamaatiotyökaluun **perehtymisen** suhteen tutustuminen ja käytön opettelu oli toteutettu useimmiten yksilö- tai ryhmäperehdytyksellä. Muutama haastateltava kertoi, että oli opetellut käyttöä myös itse. Kysyttäessä jatkoperehdytyksen tarpeesta, haastateltavat kertoivat, etteivät tarvitse perehdytystä itse järjestelmän käyttöön. Esiin tuli kuitenkin muutamia toiveita saada kirjalliset ohjeet tai tietoa reklamaatioiden käsittelyprosesseista ja kunkin tiimin vastuista. Eräs haastateltava mainitsi, että hän toivoisi tiedottamista tehdyistä muutoksista ja siitä, miksi muutos on tehty ja mihin se vaikuttaa.

”Ihan itse tekemällä ja kokeilemalla.” (H1)

”Järjestettiin koulutusta siihen liittyen.” (H2)

”Jotenkin nyt en yhtään muista, että miten se meni, mutta kyllä se [koulutus] on siis epävirallista varmasti ollut.” (H4)

"Osastolla opeteltiin sitä yhdessä muiden kanssa. Eli yhdessä opiskellen muiden kollegoiden kanssa." (H5)

"Minulla oli siinä [aluksi] kollega mukana." (H6)

"Oma tontti on selkeä. Mutta sitten se, että miten [toinen tiimi] niitä katsoo --. -- olisi kiva tietää, että mitä [toinen] tiimi tekee." (H6)

"Jonkunlaisia yhteisiä palaverieja oli, missä kerrottiin päällimmäiset toiminnot sieltä." (H7)

"Kyllähän se tietysti hyvä olisi, että olisi kirjatut ohjeet. -- voisi olla sillä tavalla, että mitkä ovat kenenkin tehtäviä, minkä osaston tehdä mitäkin asioita." (H7)

"Meillä pidettiin semmoisia esimerkkejä ja pientä opastusta. Sitten, kun sitä kehitettiin, niin siellähän kyseltiin mitä kaikkea me tarvitsemme sinne, minkä tyyppisiä reklamaatioita tulee ja mitä siellä pitäisi olla sisällä --. Sitten saatiin sanoa, mitä me halusimme sinne tai meillä olisi tarve sinne saada. Sitten yhdessä tiimin kanssa opiskeltiin tiettenkin." (H8)

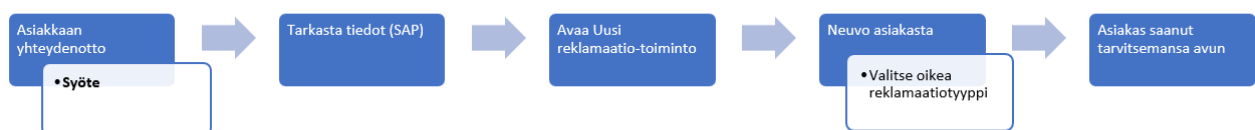
"Jos jotain uutta tulee sinne, niin kerrottaisiin mihin se pohjautuu. Tai sanottaisiin mihin se vaikuttaa --. --. Ja kenelle kaikille se näkyy ja näin pois päin." (H8)

Kysyttäessä Reklamaatiotyökalun **käyttamisestä**, haastateltavista viisi käytti Reklamaatiotyökalua erilaisten reklamaatioiden käsittelyyn, kuten tuotepalautusten ja laskureklamaatioiden käsittelyyn. Kolme haastateltavaa toimi tukitehtävissä ja käytti Reklamaatiotyökalua reklamaatioviestien käsittelyyn, asiakkaiden neuvomiseen, asiakkaiden luomien reklamaatioiden käsittelyvaiheen tarkasteluun sekä lisätiedon lisäämiseen. Kaksi haastateltavaa kertoi tekevänsä joskus reklamaatioita asiakkaan puolesta. Taulukossa 3 esitetään haastateltavien sitaatteja liittyen työtehtäviin, joita he suorittavat Reklamaatiotyökalussa.

Taulukko 3. Käyttötapaukset

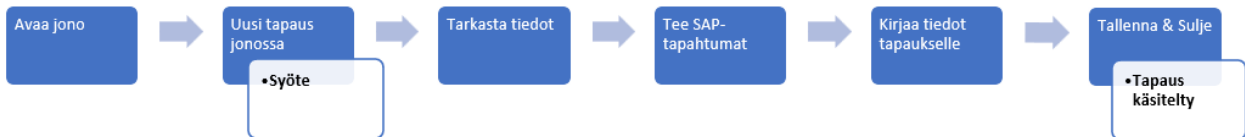
Käyttötapaus	Sitaatti
Reklamaatioiden käsittely	<p>”Palautuksia tai tuotevirhe-epäilyjä käsitellessä, eli näiden käsittelyssä, kun niitä kirjataan.” (H2)</p> <p>”Palautusten eri työtehtävissä päivittäin.” (H5)</p> <p>”[Käsittelen] keräilyvirheitä ja puuttuneita laatikoita ja niitä vaurioituneitakin ja sinne [Reklamaatiotyökaluun] tulee niitä hintakorjauksiakin ja sitten asiakkaat voi lähettää [reklamaatioita] toimitusmaksuvirheistä ja tällaisista.” (H8)</p>
Reklamaatioviestien käsittely	<p>”Teen niitä sairaaloiden [reklamaatioita], mihin on tullut jotain viestejä, vuorotellaan [kollegan] kanssa.” (H7)</p>
Asiakkaiden neuvominen	<p>”Asiakas soittaa, että tarvitsee apua sen [Reklamaatiotyökalun] käytössä.” (H6)</p>
Reklamaatioiden tarkastelu ja lisätiedon lisääminen	<p>”Jos asiakkaat kysyvät, missä tilassa meidän reklamaatiomme on, niin silloin mennään katsomaan, saadaanko sieltä reklamaatioista jotain vinkkejä.” (H1)</p> <p>”Jos asiakkailta tulee joku kysymys tai lisätieto johonkin reklamaatioon --.” (H7)</p>
Reklamaation luominen asiakkaan puolesta	<p>”Joskus sitten pitää tehdä se reklamaatio asiakkaan puolesta, etenkin eläinlääkäriasiakkaissa on hyvin paljon sellaisia, jotka eivät halua sitä itse tehdä.” (H1)</p> <p>”Joskus sitten tekee reklamaatiot heidän puolestaan, jos se tuntuu, että se on [heille] ihan mahdottomuus.” (H6)</p>

Haastateltavia pyydettiin kuvailemaan sanallisesti kunkin tyypillisimmin suorittama työtehtävä Reklamaatiotyökalussa. Haastateltavien kuvausten (liite 2) mukaan vastauksista muodostettiin viisi työnkulkua kuvaavaa prosessikuvausta; tuotepalautuksen käsitteleminen, laskureklamaation käsitteleminen, reklamaatioviestin käsitteleminen, asiakkaan neuvominen (reklamaation luomisessa) ja tuotevirhe-epäilyreklamaation käsitteleminen.



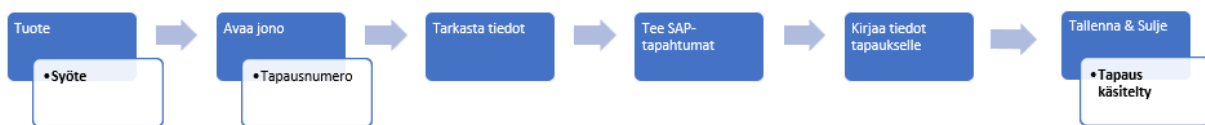
Kuva 5. Asiakkaan neuvominen

Asiakas ottaa yhteyttä asiakaspalveluun saadakseen ohjausta Reklamaatiotyökalun käyttämisessä. Asiakaspalvelija tarkastaa toiminnanohjausjärjestelmästä asiakkaan tilauksen tiedot ja avaa Reklamaatiotyökalun. Asiakaspalvelija ohjaa asiakasta reklamaation täyttämässä. Asiakkaan ohjaaminen voidaan toteuttaa puhelimitse tai kirjallisesti sähköpostilla. (Kuva 5.)



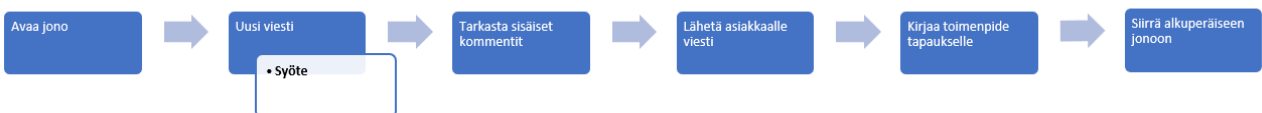
Kuva 6. Laskureklamaation käsittely

Laskutusosasto avaa työjonon ja avaa työjonosta käsittelyyn asiakkaan tekemän reklamaation tarkasteltavaksi. Toiminnanohjausjärjestelmässä tehtyjen tarkistusten jälkeen laskutusosasto tekee asiakkaalle laskunoikaisun toiminnanohjausjärjestelmään. Laskunoikaisun tiedot tallennetaan reklamaatiolle ja reklamaatio suljetaan. (Kuva 6.)



Kuva 7. Tuotepalautuksen käsittely

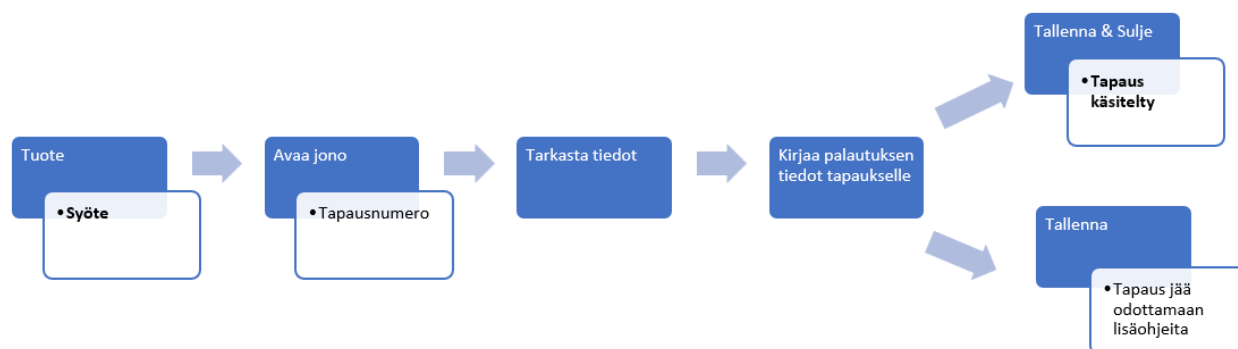
Palautusosasto vastaanottaa asiakkaan palauttaman tuotteen ja avaa Reklamaatiotyökalussa kyseisen reklamaation tarkasteltavaksi. Toiminnanohjausjärjestelmässä tehtyjen tarkistusten jälkeen palautusosasto tekee asiakkaalle laskunoikaisun toiminnanohjausjärjestelmään. Laskunoikaisun tiedot tallennetaan reklamaatiolle ja reklamaatio suljetaan. (Kuva 7.)



Kuva 8. Reklamaatioviestin käsitteleminen

Asiakaspalvelu ottaa työjonosta käsiteltäväksi uuden viestin sisältävän tapauksen. Asiakaspalvelu lukee tapauksen kommenteilta tarvittavat toimenpiteet ja lähettää asiakkaalle kunkin reklamaation

tarpeen mukaisen viestin. Asiakaspalvelu kuittaa tehdyt toimenpiteet reklamaatiolle ja siirtää sen alkuperäiseen työjonoon. (Kuva 8.)



Kuva 9. Tuotevirhe-epäilyreklamaation käsittely

Palautusosasto vastaanottaa tuotevirhe-epäilyreklamaation tuotteen. Palautusosasto avaa kyseisen reklamaation työjonosta tarkasteltavaksi. Palautusosasto kirjaa palautuksen tiedot ja tehdyt toimenpiteet reklamaatioille. Mikäli kyseiselle reklamaatiolle on saatu kaikki tarvittavat jatko-ohjeet, tapaus suljetaan. Mikäli reklamaatiolta puuttuu jatko-ohjeita, tiedot tallennetaan ja tapaus jää odottamaan lisäohjeita. (Kuva 9.)

Kaikki haastateltavat tarvitsivat muita järjestelmiä Reklamaatiotyökalussa tehtävän työn suorittamiseen. Esimerkiksi SAP-toiminnanohjausjärjestelmää käyttivät kaikki haastateltavat erilaisiin tarkoituksiin, kuten tilaustietojen ja tuotetietojen tarkasteluun sekä hyvitys- ja veloituslaskujen laatimiseen. Osa haastateltavista käytti Microsoft Office -ohjelmia työtehtävien suorittamiseen tai Reklamaatiotyökaluun liittyvien työohjeiden laatimiseen. Haastatteluissa mainittiin myös muita yksittäisiä tehtäväkohtaisia järjestelmiä, kuten esimerkiksi raportointi- ja analyysityökalu (SAP BO) ja tietokoneen kuvakaappaustyökalu (Snipping Tool).

"Käytän SAP:ia ja [Microsoft] Officea ja mitähän muuten meillä olisi..." (H4)

"Silloin, kun asiakas [ottaa yhteyttä] niin tietty yleensä puhelimella tai sähköpostilla sen yhteydenoton ottaa, ja sitten pitää SAP:ia käyttää, [missä] katson niitä [asiakkaan] tilauksia --." (H6)

"Hintakorjauksissa pitää käyttää BO-raporttia, että saa Excelin [taulukon] sieltä ja sitten [käytetään] Excel-uploadia, kun muodostetaan ne [laskuokaisut] ja ajetaan ne SAP:iin --." (H8)

Kaikki haastateltavat mainitsivat käyttävänsä sähköpostia reklamaatioihin liittyvän kommunikaation käymiseksi. Muiksi kommunikaatioon liittyviksi työvälineiksi mainittiin Microsoft Teams ja puhelin (Voice for Windows).

Kommunikaatiota käydään Reklamaatiotyökalun ulkopuolella haastateltavien mukaan seuraavista syistä:

- Kaikkien tarvittavien sidosryhmien kanssa ei ole mahdollista viestiä Reklamaatiotyökalussa.
- Viestintää ei ole mahdollista osoittaa useille vastaanottajille yhtä aikaa.
- Viestintää ei ole mahdollista kohdistaa tietyille henkilöille.

”Kun Reklamaatiotyökalussa ei pysty laittamaan kahteen työjonoon... jos on tapauksia, missä tarvitsisi samaan aikaan tiedottaa esimerkiksi molempia asiakaspalvelutimejä, niissä tapauksissa on laitettu sitten sähköpostilla semmoista, että ”Siirretty asiakaspalvelun työjonoon, mutta myös tänne teille tietoa.” (H2)

”Jos me tarvitsemme asiakaspalvelusta jonkun tietyn henkilön, niin sitten joudun lähettämään sähköpostia. – sitä [reklamaatiota] ei pysty siirtämään sähköistä kanavaa pitkin tietyille henkilöille.” (H3)

” [Tehdään] esimerkiksi sisäistä selvitystyötä. Kaikki osastot ei käytä Reklamaatiotyökalua Oriolassa, niin ei ole mahdollista käydä keskustelua esimerkiksi laadunvarmistuksen kanssa. Se pitää [tehdä] sähköpostitse.” (H4)

Kaikki haastateltavat olivat kokeneet **ongelmatilanteita**, vaikkakin harvoin. Ongelmatilanteita oli kahdenlaisia; teknisiä ongelmia ja prosessiin liittyviä ongelmia. Mainitut **tekniset ongelmatilanteet** liittyivät Reklamaatiotyökalun ominaisuuksiin, kuten aikakatkaisun jälkeiseen tallennukseen, reklamaatioiden muokkaamisen rajoituksiin sekä listauksen oletusnäkömään. Teknisiä ongelmia mainittiin olleen järjestelmän ajoittainen hitaus ja reklamaatiolle liitettyjen kuvien aukaisemisen epäonnistuminen sekä yleisesti pienet ”bugit”. **Prosessiin liittyvät ongelmatilanteet** liittyivät reklamaatioiden luomisessa tehtävään reklamaatiosyyntä valinnan hankaluuteen sekä reklamaatioiden käsittelyprosessin kokonaisuuden ymmärtämiseen. Taulukossa 4 esitetään haastateltavien sitaatteja liittyen heidän kohtaamiinsa teknisiin ja prosessiin liittyviin ongelmatilanteisiin.

Taulukko 4. Esimerkkejä ongelmatilanteista

Ongelmatilanteen tyyppi	Sitaatti
Tekniset ongelmatilanteet	<p>”Asiakas ei itse pysty muokkaamaan reklamaatioita, jos ne on vaikka valinnut, että emme palauta tuoteta ja sitten pitäisikin valita, että palauttaa tuotteen. Minulle ei ole selvää, voiko asiakas muokata reklamaatioita tai voimmeko mekään muokata sitä.” (H1)</p> <p>”Jotain pieniä bugeja, mitä on nyt sitten korjattu.” (H2)</p> <p>”Istunto saattaa yhtäkkiä heittää pois hyvin, hyvin harvoin.” (H5)</p> <p>”[Reklamaatiolta] piti saada kuva auki, se ei auennut ja siinä oli jotain, mutta sitten koneelleni tehtiin jotain ja sitten sain sen [kuvan] auki, jotain tommoista tuommoista pientä...” (H8)</p>
Prosessiin liittyvät ongelmatilanteet	<p>”[Reklamaation] tarvitaan se, että mihin kategoriaan mikäkin kuuluu tai mitä syykoodia käyttää. Sitten sitä vähän aikaa pyörittelee ja pohdiskelee, ja sitten vähän sortuu siihen, että laitetaan tämä ja kyllä se sitten korjaantuu.” (H6)</p> <p>”Aina ei tiedä, kenelle [reklamaatio-]tapaus kuuluisi siirtää tai pitääkö se pitää vielä siellä [omassa] jonossa ja odottaa siihen vastausta.” (H7)</p>

Reklamaatiotyökalun **käyttötuen** kartoittamiseksi haastateltavilta kysyttiin, mihin haastateltavat ottavat yhteyttä kohdatessaan mahdollisen ongelmatilanteen. Useimmat haastateltavat kääntyivät oman tiiminsä ja joskus esihenkilöön puoleen kohdatessaan ongelmia Reklamaatiotyökalun käyttötilanteissa. Muutama haastateltava mainitsi ottavansa yhteyttä Oriola.comin kehitystiimiin ja osa ottavansa yhteyttä yrityksen IT-tukeen, joka tarvittaessa ohjaa eteenpäin oikealle taholle. Apua kysytään tarvittaessa myös Reklamaatiotyökalun asianosaisilta sisäisiltä sidosryhmiltä. Yksi haastateltavista oli Reklamaatiotyökalun kehityksessä mukana ja toimi Reklamaatiotyökalun perehdyttäjänä ja lähitukena.

”Aika paljon kysyn omalta tiimiltä ja sitten on se [Teams-] chatti, missä on niitä [kehitystiimin henkilöitä], niin joskus joutuu sinne tukeutumaan.” (H1)

”Työkaverilta tai esimieheltä.” (H2)

”Lähestyisin meidän IT-tukea ensimmäisenä, ainakin kysymällä, pystyykö he auttamaan.” (H3)

”On varmasti aina tullut jotakin [ongelmatilanteita] vastaan. Sitten jos on, niin tietysti pitää selvittää, että onko käyttäjistä johtuva ongelmatilanne vai onko järjestelmästä

johtuva ongelmatilanne, ja jos johtuu järjestelmästä, sitten tehdään tikettiä --. Jos on käyttäjäongelma, niin sitten opastan käyttäjiä käyttämään.” (H4)

”Kyselen digitiimiltä [Reklamaatiotyökalun kehitystiimiltä], että onko heillä joku ratkaisu tai näkemys asiaan.” (H4)

”Yleensä kollegoilta [saa tukea].” (H5)

”Kollegoilta tai [omalta] tiimiltä. Yleensä kun kysyy, niin joku aina tietää.” (H6)

”[Otan yhteyttä] näihin muihin sidosryhmiin, eli palautusosastoon tai... Ja esimieheltä tietenkin voi kysyä.” (H7)

”Joko IT:ltä ja sitten ne ohjaavat joko sitten [Reklamaatiotyökalun kehitystiimin jäsenelle] tai johonkin tiettyihin henkilöihin, ja sitten totta kai tiimin kanssa ensin katsotaan, onko muillakin [ongelmaa] ja sitten otetaan yhteyttä, jos ei päästä eteenpäin.” (H8)

Haasteltavia pyydettiin kertomaan **parhaista asioista** Reklamaatiotyökalun käyttämiseen liittyen. Haastateltavat arvostivat Reklamaatiotyökalun selkeyttä sekä helppoutta; Reklamaatiotyökalua on helppo käyttää ja sieltä on helppo löytää asiakkaiden reklamaatiot. Asiakkaat myös osaavat itse luoda reklamaatioita, mikä helpottaa yrityksen sisäistä työtä. Useita mainintoja saivat myös mahdollisuus kommunikoida sekä asiakkaan kanssa että yrityksen sisällä. Reklamaatioiden muokkausmahdollisuus ja palautusilmoituksen tulostaminen Oriolassa nousivat esiin yksittäisinä mainintoina.

”Nehän on tosi helppo sieltä löytää, vaikka ei ole edes reklamaationumeroa, kun voi hakea asiakasnumerolla ja tuotteella ja...” (H1)

”Ehkä sellainen selkeys, helppous, nopeus.” (H2)

”Vaikka nyt ne [asiakkaat] täyttää niitä vääriä asiakasnumeroita, niin paremmin ne on tullut tässä esille, kun esimerkiksi edellisessä [järjestelmässä] ja sitten se, että tuotetiedot ovat paremmin tässä [Reklamaatiotyökalussa].” (H3)

”Se on ehkä yksi, että ne tapaukset on helppo löytää sieltä erilaisilla haku tavoilla. Parasta on myös se kommunikaatio, että voi sen [Reklamaatio]työkalun kautta käydä keskustelua muiden osastojen kanssa.” (H4)

”Se on selkeä, se on ymmärrettävä --. --, kun avaat sen, niin heti ymmärrät sen ja se on selkeä, ymmärrettävä ja tarpeeksi helppo tavallaan... Se ei ole mikään vaikea käyttää. Se on helppo käyttää.” (H5)

”Sieltä helppo hakea niitä tapauksia. Mielestäni se on monipuolinen, että usealla eri hakusanalla tai asiakasnumerolla, tapausnumerolla pystyy [hakemaan].” (H6)

”Se, että asiakas osaa itsekin käyttää ja pystyy käyttämään sitä itse, ja sitten me päästään muokkaamaan sitä.” (H6)

”Sieltä löytyy helposti ne tapaukset. -- Helppo siirtää myös toisen osaston jonoon. Sieltä on helppo tulostaa palautusilmoitus.” (H7)

”Se selkeys ja sitten se, että pystyt suoraan kysymään nyt viestien kautta sieltä Oriola.comin kautta asiakkaalta --. -- näin se on nopeampaa ja se tulee ja sitten eri osastojen välillä, kun laitetaan [yrityksen sisäisesti] niin se nopeuttaa, ettei tarvitse laittaa sähköpostia ja miettiä keneltä kysyn ja...” (H8)

Kun haastateltavia pyydettiin mainitsemaan kaikista **paras asia**, parhaimmiksi arvostetut ominaisuudet jakautuivat tasaisesti Reklamaatiotyökalun selkeään ulkoasuun, Reklamaatiotyökalun helppokäyttöisyyteen, viestintämahdollisuuteen sekä siihen, että asiakkaat voivat tehdä reklamaatit itse. Taulukossa 5 esitetään haastateltavien mainitsemat parhaat ominaisuudet luokiteltuina ja haastateltavien sitaatteja parhaisiin ominaisuuksiin liittyen.

Taulukko 5. Parhaat asiat Reklamaatiotyökalussa

Ominaisuus	Sitaatti
Selkeä ulkoasu	”Selkeys.” (H2) ”Tiedot ovat hyvin luettavissa.” (H3)
Helppokäyttöisyys	”Se on helppo käyttää.” (H5) ”Haku tai [reklamaatioiden] löytyminen.” (H7)
Mahdollisuus viestiä Reklamaatiotyökalussa	”Kommunikaatio.” (H4) ”Viestittely.” (H8)
Asiakkaat voivat reklamoida itse	”Asiakas voi tehdä sen [reklamaation] suoraan sieltä.” (H1) ”Se, että asiakas saa tehdä se itse siellä.” (H6)

Negatiivisia asioita ja kehityskohteita erikseen kysyttynä haastateltavilta tuli esiin useita eri teemoja. Osa negatiivisesta palautteesta liittyy asiakkaiden kykyyn käyttää Reklamaatiotyökalua:

reklamaatiosyyt ja reklamaatioaika eivät aina ole asiakkaille selviä eikä Reklamaatiotyökalu tarjoa juurikaan tukea tähän. Kaikki asiakkaat eivät myöskään osaa käyttää teknisiä ohjelmia. Asiakkaiden on myös mahdollista täyttää reklamaatio väärillä tiedoilla tai jättää tallentamatta valmista reklamaatiota, jolloin reklamaation käsittely viivästyy tai estyy, ja tämä aiheuttaa lisätyötä useilla tavoilla. Yrityksen sisäisesti ongelmia aiheuttavat bugit, uudesta viestistä kertovan visuaalisen merkin puute sekä se, että viestejä ei voi kohdistaa tietyille henkilöille. Toimintojen viimeistelemättömyys ja asiakastiedotteiden hankala löytyminen Oriola.comista koetaan sisäisesti ongelmaksi.

”Asiakas saattaa helposti kokea, että jos he kysyvät meiltä, voiko tuotteesta vielä tehdä reklamaation, ja kun heille on vastannut siihen, niin he saattavat valita reklamaatiolle syyn ”Sovittu palautus” ja lisätiedoksi ”sovittu asiakaspalvelun kanssa”, vaikka kysehän ei ole sovitusta palautuksesta. Sellaiset on vähän tulkinnanvaraisia juttuja.” (H1)

”Isommissa, hankalammissa reklamaatioissa, niin kyllä asiakas kokee sen [reklamaation luomisen] varmaan vähän kankeaksi ja haastavaksi ja sitten jos ne ovat muutenkin hermostuneita tilanteesta, niin sitten totta kai se vielä aiheuttaa sitten lisää lisätyötä.” (H1)

”Ne [bugit] hankaloittaa työskentelyä ja aina on sellainen virhemarginaali näiden takia.” (H2)

”Siitä ei tiedä, kuka on kommentoinut sinun kysymykseesi, siitä ei ole minkäänlaista tietoa, eli sitä joutuu käydä [Reklamaatiotyökalussa] katsomassa.” (H3)

”Tiedotteiden hakeminen.” (H3)

”Aina välillä tulee vastaan joku toiminto, joka ei toimi tai joka ei ole ehkä suunniteltu loppuun asti.” (H4)

” Olen ymmärtänyt, että asiakkaat eivät tajua Luonnokset-osiota. Siellä saattaa olla useampi luonnos samasta asiasta, mutta ei yhtään lähetettyä [reklamaatiota] ja sitten ne ihmettelevät, että miksi ei ole tullut hyvityksiä tai miksei reagoida. Se on vähän hassua, että miten ne ei paina ”Lähetä” -nappulaa.” (H6)

” Sieltä ei löydy sairaaloiden hyvityspyynnöille oikeata tapaa. Mutta ehkä se liittyy sitten siihen meidän muuhun [prosessiin], että ei ole sovittu niitä steppejä, että miten heidän tulisi tehdä ja opastettua asiakkaita, että miten heidän pitäisi hakea tällaisia vanhentuneiden hyvityksiä tai [muuta sellaista].” (H7)

”Se, kun asiakkaat onnistuvat joskus laittamaan sinne niin, että mitkään tiedot ei ole oikein.” (H8)

Haastateltavilta kysyttiin kuusi kysymystä, joihin heidän pyydettiin vastaamaan arvosana-asteikolla yhdestä viiteen (1–5) arvosanan yksi ollessa huonoin ja arvosanan viisi ollessa paras. Tämän haastateltavia pyydettiin perustelemaan vastauksensa lyhyesti.

Kysymys 1. Asteikolla 1–5, kuinka hyvin pystyt suorittamaan työtehtäväsi Reklamaatiotyökalun avulla?

Vastausten keskiarvo oli 4,25. Reklamaatiotyökalu toimii hyvin, mutta ei täydellisesti. Kehityskohteiksi mainittiin mm. väärin täytettyjen reklamaatioiden aiheuttama lisätyö ja reklamaatioilla tapahtuvan viestinnän rajoitteet.

”Viisi. Koska sillä on tavallaan pystynyt suoriutumaan kaikesta. Ei siinä ole mitään ongelmia reklamaatiotyökalun taholta, mitä ei pystyisi, niin sen takia viisi.” (H2)

”Kolme. Sen takia, että asiakkaat eivät välttämättä täytä oikein niitä [reklamaatioita], eli siellä saattaa olla väärää asiakasnumeroita, tilausnumeroita tai puuttuu jotain. Ne valitsevat yksinkertaisesti väärän otsikon sille, kun ne lähettävät, ne joutuvat valitsemaan otsikon, että minkä mukaan reklamoit, niin sitten se aiheuttaa minulle lisätyötä, että me joudutaan selvittämään, että mikä asiakas tämä on. Lähinnä se, minkä ehkä annan sen kolmosen, on että siellä ei pysty pakottamaan asiakasta kirjoittamaan oikein niitä [reklamaatioita.] (H3)

”Neljä. Koska kaikkia [kommunikaatioita vaativia] työtehtäviä ei pysty hoitamaan siellä sen [Reklamaatiotyökalun] kautta.” (H4)

”Viisi. Jos asiakas on tehnyt, täyttänyt sen [reklamaation] oikein, niin silloin siinä on kaikki tarvittavat [tiedot], niin siitä kopioidaan tiedot ja tehdään SAP:iin ja se on tosi nopeaa tehdä. Ja se on selkeä, hyvä, mielestäni.” (H8)

Kysymys 2. Asteikolla 1–5, kuinka tyytyväinen olet Reklamaatiotyökalun ulkoasuun/ulkonäköön?

Vastausten keskiarvo oli 4,375. Ulkoasu koettiin selkeäksi, mutta asiakkaiden käyttöön toivottiin ohjaavia tekstejä ja infopainikkeita sekä muita pieniä parannuksia yrityksen sisäiseen käyttöön.

”Viisi. Koska se on aika selkeä se ulkoasu, sieltä löytää helposti se mitä tarvitsee.” (H5)

”Neljä. Olen siihen tyytyväinen, sitä oikein nätimmäksikään saa --. Kyllä toivoisin enemmän sellaisia infoja, infopimpuloita, että kun vie hiiren siihen, niin sitten se vähän neuvoo, että mitä mihinkäkin pitää tehdä. Tai että se hälyttäisi niistä [reklamaatio]päivämääristä tai muista.” (H6)

”Neljä. Aika hyvä, mutta jotain siellä ei heti näy... Esimerkiksi ihan kaikki tiedot ei siinä yleisnäkyvässä heti osu silmääni niin kuin pitäisi.” (H7)

”Neljä. Kun asiakkaat laittavat johonkin kohtiin väärää [tietoja]... sanotaan, että tilausnumero, niin laittavat ihan jotain muuta. Se tavallaan, jos se [Reklamaatiotyökalu] pystyisi jotenkin blokkamaan sillä, että tietyn verran [numeroita], kun meillä on tilausnumero tietty [merkki]määrä, niin ei voisi laittaa hirveän pitkää... Se estäisi sen. Sinne tulisi ne oikeat [tiedot] oikeisiin lokeroihin, oikeat määrät tai oikea numero edes sitten.” (H8)

Kysymys 3. Asteikolla 1–5, kuinka tyytyväinen olet Reklamaatiotyökalun käyttöliittymään, kuten tietokenttien, painikkeiden jne. asetteluun?

Vastausten keskiarvo oli 4,25. Haastateltavien mukaan Reklamaatiotyökalun layout on suuremmita osin selkeä käyttäjälleen. Parannuskohteita tuli esiin asiakkaiden näkökulmasta; jotkin toiminnot/painikkeet ovat piilossa, eikä asiakas löydä niitä, kuten toiminnot ”Etkö löydä etsimääsi tuotetta?” ja ”Lisää laatikko”.

”Neljä. Onhan siellä jotain haasteita, että esimerkiksi se aiheuttaa monesti asiakkaille haasteita, että jos eivät vaikka löydä kyseistä tuotetta, niin siellähän on se mahdollisuus siellä tuotekohdassa, että ”Etkö löytänyt tuotetta” tai jotain. Siellä on semmoisia, ei nyt kompajuttuja, mutta semmoisia, mitkä on sitten vaikea [löytää], jos niitä ei ole käyttänyt.” (H1)

”Viisi. Kun on käyttänyt niin pitkään, niin en oikein osaa kuvitellakaan, että olisi mitenkään muuten... silloin ne ovat minulle täydellisissä paikoissa.” (H2)

”Viisi. -- en voi oikeastaan sanoa siitä muuta kun, että se on vaan niin selkeä, se on minulle selkeä. Ne ovat kaikki semmoisessa [paikassa], että ne löytyy hyvin ja näkyy siinä, mistä painat ja menet mihinkin.” (H5)

”Kolme. Jotkut [asiat] on itse asiassa vähän vaikea löytää tai tuntuu, että asiakkaat kysyvät samaa asiaa --. -- jostain syystä tämä ’Lisää puuttuva tuote’, niin ihmiset

eivät näe sitä. -- Koska siitä tulee sitten taas asiakkailta palautetta, että ne ei jotenkin osaa lukea tuota [Reklamaatiotyökälua]. Osa sitten osaa lukea.” (H6)

”Kolme. Kaikki ei ehkä näy sitten sillä tavalla heti.” (H7)

Kysymys 4. Asteikolla 1–5 (1 huonoin, 5 paras), kuinka tyytyväinen olet Reklamaatiotyökälussa oleviin toimintoihin?

Vastausten keskiarvo oli 3,875. Haastateltavien mielestä Reklamaatiotyökälun toiminnot olivat pääasiassa hyviä, mutta haastateltavat kertoivat kehityskohtia liittyen reklamaatioviesteistä saataviin ilmoituksiin (sekä asiakkaille että yrityksen sisällä) ja siihen, että Reklamaatiotyökälusta puuttuu tapa lisätä reklamaatiolle tuotteita helposti tilaukselta. Myös joitain reklamaatiotyyppejä voisi kehittää.

”Neljä. Ymmärrän, että sitä [Reklamaatiotyökälua] käytetään henkilökohtaisella tunnoksella, mutta mielestäni sitten se on haaste, että sitten kun laitetaan sieltä reklamaation kautta asiakkaalle viestiä, niin sehän menee vaan sen henkilön sähköpostiin, näin olen ymmärtänyt... Mielestäni se aiheuttaa varmasti siinä haastetta, että sitten se asiakas ei heti siellä tiedä tai huomaa, että sinne on laitettu viestiä. Sitten välillä niiden [reklamaatioiden] käsittely saattaa kestää, sitten joudutaan useamman kerran laittamaan [viestejä] tai sitten jopa soittamaan perään, että oletko huomannut, että sinne on tullut kommenttia.” (H1)

”Kolme. Ehkä nyt taas tulee mieleen se, että jos on useampi... tai kun pystyy aina siirtämään yhteen [työjonoon] kerrallaan --.” (H2)

”Kolme. Sieltä puuttuu ne muutama toiminto. Mitä asiakas pitäisi pystyä täyttämään, mitä ei saatu tähän silloin, eli näitä laatikkotietoja, että jos puuttuu koko laatikko niin sinne ei saa lyötyä niitä. -- jos me kommunikoimme talon sisällä, emme mitään ponnahdusta [ilmoitusta] siihen. Eli jos meidän talon sisällä toinen ihminen lähettää toiselle kommentin, niin meillä ei olisi siitä mitään tietoa, ellei me käydä katsomassa siellä [työjonossa]. (H3)

”Neljä. Tietenkin toivoisin, että se hintakorjaus[reklamaation] pystyisi sinne paremmin vielä...” (H8)

Kysymys 5. Asteikolla 1–5, kuinka miellyttävää Reklamaatiotyökälun käyttö sinusta on?

Vastausten keskiarvo oli 4,5. Reklamaatiotyökälu on pääsääntöisesti helppo käyttää. Kehitettävää mainitaan asiakkaiden hankaluuksissa käyttää Reklamaatiotyökälua; reklamaatiotyypin valinta ja

oikeiden tietojen saaminen on välillä hankalaa, ja joskus reklamaation joutuu tekemään asiakkaan puolesta.

”Neljä. Välillä tulee niitä hankaluuksia, ja sitten se, että jos joudut tekemään sen [reklamaation] asiakkaan puolesta, niin sitten se on aina vähän... jotenkin sitten haastavaa, että onhan siellä kaikki tiedot ja sitten että saatko asiakkaalta ne kaikki tarpeelliset tiedot. Sitten välillä se aiheuttaa... esimerkiksi vaurioitunut tuote ja tuotevirheepäily [reklamaatiotyypit], niin sitten se, että mikä tässä nyt valitaan.”

”Viisi. En koe suurta turhautumista ja työt sujuvat pääsääntöisesti.” (H4)

”Viisi. Se on helppo, hyvä käyttää.” (H5)

”Neljä. Se mielestäni helppo käyttää, kun sitä niin paljon käyttänyt, niin se on itseltään selvä.” (H6)

Kysymys 6. Asteikolla 1–5, millä arvosanalla kuvailisit Reklamaatiotyökalun käyttöä kokonaisuudessaan?

Vastausten keskiarvo oli 4,125. Haastateltavien mukaan käyttö on sujuva ja helppo käyttää. Kehitettävää on edellä mainituista rajoitteista reklamaatioiden muokkaamisen suhteen ja reklamaation luomisvaiheessa tuotteiden lisäämisfunktiossa. Sisäisen viestinnän ilmoitusten puute oli myös mainittu kehityskohde. Muutakin pientä kehitettävää haastateltavien mukaan löytyisi.

”Neljä. Se on pääsääntöisesti kaikilla tavoilla tosi toimiva kokonaisuus.” (H2)

”Kolme. Sen takia, että siellä on näitä tämmöisiä asioita, kuten laatikon tieto ja sitten se, että kommenttikentät ovat aika pieniä, eli jos nyt tulee paljon tekstiä, niin se pitää tavallaan lähettää, että näet mitä olet kirjoittanut sinne --.” (H3)

”Viisi. Mielestäni se [reklamaatio] on helppo avata siellä digipalveluista. Helppo löytää, helppo hakea tapauksia sortata... niitäkin saatu nyt parannettua.” (H4)

”Neljä. Aina on parannettavaa, mutta kyllä mielestäni osaan tuon [Reklamaatiotyökalun] käytön ja ymmärrän [Reklamaatiotyökalun] --.” (H6)

Kun haastateltavilta lopuksi kysyttiin vielä erikseen **kehitysehdotuksista ja toiveista**, haastateltavien vastaukset voidaan luokitella asiakkaille suunnattuihin kehityskohteisiin sekä yrityksen sisäisesti suunnattuihin kehityskohteisiin. Asiakkaiden kerrottiin toivovan yhteiskäyttötunnusten käyttämisen mahdollistamista. Reklamaatiotyökalun ruotsinkielisen version puuttuminen ja toive sairaalapteekkien reklamaatioiden kehittämisestä nousivat myös esiin. Sisäiseen kehitykseen toivottiin

viestintäominaisuuden laajentamista sekä lisäämällä Reklamaatiotyökaluun uusia tiimejä että mahdollistamalla kommunikointi useammalle tiimille yhtä-aikaisesti.

"Siellähän tehdään välillä sitten toisen tunnuksilla niitä [reklamaatioita] -- -- Monethan haluaisivat jonkun yhteiskäyttötunnuksen edelleen." (H1)

"Ruotsinkielisenä [Reklamaatiotyökalu] menee linkkuun ja se, miten nyt tuotteet syötetään sinne niin se olisi just se semmoinen [mahdollisuus lisätä tuotteita tilaukselta] hyvä. -- paljon tulee mielestäni niitä [reklamaatioita], joissa ylittyy reklamaatioaika, jos tuonne [Reklamaatiotyökaluun] saisi linkin toimitusehtojen ohjeisiin." (H6)

"Sinne ei pystynyt lisätä sähköpostikeskustelua liitteeksi, että jos tällaiset pystyisi laittamaan?" (H7)

"Varmaan siitä [Reklamaatiotyökalusta] olisi hyvä pitää jotain koulutuksia." (H7)

"-- kehitettävää olisi sen hintakorjauksen kohdalla." (H8)

Kysyttäessä **osallistumisesta Reklamaatiotyökalun kehitykseen** menneisyydessä ja tulevaisuudessa, haastateltavista kolme kertoi olleensa mukana Reklamaatiotyökalun kehittämisessä ja viisi ilmoitti, että ei ole ollut mukana. Kysyttäessä siitä, haluaisiko haasteltava jatkossa olla mukana Reklamaatiotyökalun kehittämisessä, kolme haastateltavaa ilmoitti, etteivät ole halukkaita ja viisi kertoi, että voisi olla mukana jatkokehityksessä eri tehtävissä omiin työtehtäviinsä liittyen.

Haastateltavien vastauksia kysymykseen "Haluaisitko olla mukana Reklamaatiotyökalun kehitystyössä?"

"No enpä erityisemmin." (H2)

"Kommentteja ja ideoita voin antaa, mutta en ihan näissä [kehitys-]tiimeissä en halua istua mukana." (H3)

"Jos jotain sellaista löytyy, että musta olisi hyötyä, niin totta kai mielellään olen mukana." (H6)

"Mikä ettei voisi olla." (H7)

"Haluaisin, että kysytään, että mitä tarvitaan." (H8)

Kaikki haastateltavat kokivat, että Reklamaatiotyökalun käyttäminen työtehtävien tekemiseen on heille hyödyllistä ja useimmat haastateltavat kuvailivat, että heidän ajatuksensa Reklamaatiotyökalun käyttämisestä ovat tulleet positiivisemmiksi ajan myötä. Kysyttäessä lopuksi asioista, joita ei

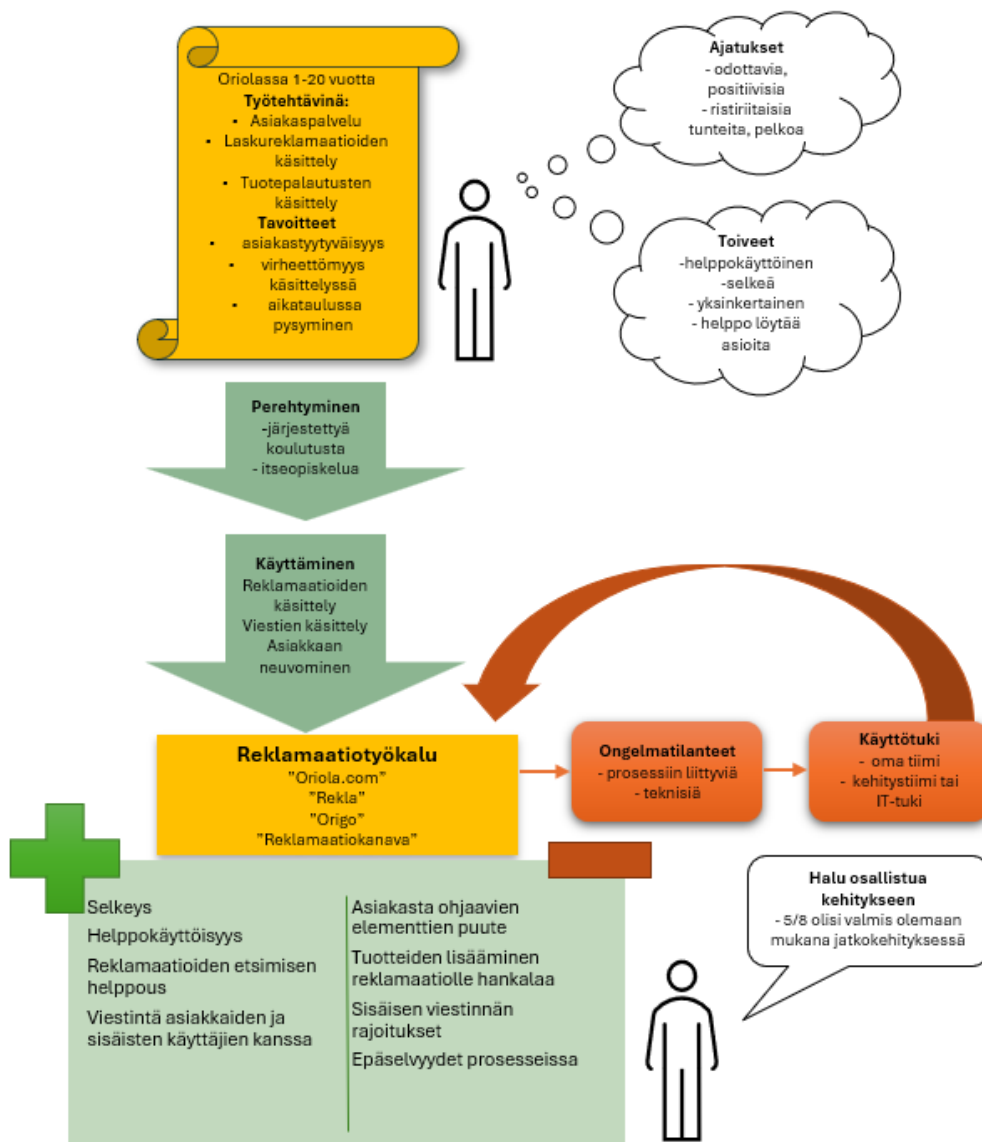
mahdollisesti ollut otettu esiin haastattelun aikana, osa haastateltavista kertoi odottavansa Reklamaatiotyökaluun parannuksia sekä Reklamaatiotyökaluun liittyvien prosessien kankeudesta.

”Tuntuu vähän siltä, että voisiko [toinen tiimi] laittaa viestiä suoraan sinne asiakkaalle, että se on välillä vähän sellaista ”tårta på tårta”, kun niitä käy.” (H1)

”Kun niitä ei tullutkaan ihan niitä [ominaisuuksia] mistä puhuttiin alussa, niin ehkä odottaa sen kehityksen kannalta sitä, että sinne saadaan sitten tulevaisuudessa niitä... lisää niitä mahdollisuuksia.” (H3)

6 Pohdinta

Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimuksen tarkoituksena oli kerätä käyttäjäkokemustietoa Oriolan sisäisiltä käyttäjiltä. Tietoa kerättiin haastattelututkimuksella, jonka kysymykset luotiin perustuen de Voilin määrittelemiin käyttäjäkokemuksen elementteihin. Haastatteluihin osallistuneet käyttäjät olivat kolmesta eri työtiimistä, joilla on erilaisia työtehtäviä; reklamaatioiden käsittelyä tai niihin liittyviä tukitoimintoja, kuten asiakkaan neuvomista ja reklamaatioviestien käsittelyä. Haastateluaineistosta havaittiin, että haastateltavat olivat suhtautuneet Reklamaatiotyökalun tuloon pääosin positiivisesti ja siltä odotettiin kehitystä vanhaan OriolaPro-järjestelmään verrattuna. Haastateltavat olivatkin Reklamaatiotyökaluun pääosin tyytyväisiä, mutta tutkimuksessa tuli esiin kehitystarpeita, jotka nykytilassaan aiheuttavat lisätyötä Reklamaatiotyökalun käyttäjille.



Kuva 10. Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemus haastattelutulosten mukaan

Tavoitteet

Haastateltavilla oli asiakastyytyväisyyteen, tehokkuuteen ja työn virheettömyyteen liittyviä tavoitteita työssään. Kuvassa 10 haastateltavien tavoitteet on listattu yhdessä käyttäjän työkokemuksen ja käyttäjän työtehtävien kanssa. Haastateltavien tavoitteet näyttivät korreloivan työtehtävien kanssa; asiakaspalvelutiimiin kuuluvien haastateltavien vastauksissa korostui hyvän asiakaskokemuksen saavuttaminen, kun taas reklamaatioiden käsittelyä tekevissä tiimeissä korostui työn virheettömyys ja aikataulussa pysyminen. Reklamaatioiden käsittely virheettömästi ja tavoiteajassa luo myös osaltaan hyvää asiakaskokemusta.

Ajatukset ja toiveet

Kuten kuvasta 10 havaitaan, haastateltavien ajatukset Reklamaatiotyökalusta olivat olleet enimmäkseen odottavia ja positiivisia, ja vain pieni osa haastateltavista suhtautui Reklamaatiotyökalun tuloon ristiriitaisesti tai pelolla. Reklamaatiotyökaluun kohdistui paljon odotuksia ja toiveita muun muassa selkeyteen ja helppokäyttöisyyteen liittyen, sillä sen toivottiin tuovan parannuksia vanhaan järjestelmään verrattuna.

Perehtyminen

Suurin osa haastateltavista oli kertomansa mukaan saanut yrityksen tarjoamaa perehdytystä joko ryhmäkoulutuksissa tai kollegan toteuttamana vieriperehdytyksenä. Osa oli opetellut järjestelmän käyttöä itse joko perehdytyksen jälkeen tai perehdytyksen vähäisyyden takia. Kuvassa 10 järjestetty perehdytys ja itseopiskelu on mainittu nuolikuviossa tavoitteiden jälkeen.

Koska Reklamaatiotyökalu koettiin helppokäyttöiseksi, harva haastateltava koki tarvitsevansa lisää perehdytystä järjestelmän käyttämiseen omilla työtehtävissään. Osa haastateltavista kuitenkin toivoi kirjallisia ohjeita ja perehdytystä liittyen muiden tiimien rooleihin ja toimintaan Reklamaatiotyökalussa.

Käyttäminen

Haastateltavat käyttivät Reklamaatiotyökalua reklamaatioiden käsittelyyn, reklamaatioiden tarkasteluun ja täydentämiseen, reklamaatioviestien käsittelyyn, asiakkaiden neuvomiseen Reklamaatiotyökalun käytössä sekä reklamaatioiden luomiseen asiakkaan puolesta. Kaikki haastateltavat käyttivät muita järjestelmiä suorittaessaan työtehtäviä Reklamaatiotyökalussa. Osa käytettävistä järjestelmistä, kuten toiminnanohjausjärjestelmä SAP:in ja sen raportointityökalun käyttäminen, liittyivät välttämättömiin toimintoihin reklamaatioiden käsittelyprosesseissa. Asiakaspalvelutiimin jäsenet käyttivät asiakasyhteydenottoihin tapauksen mukaan puhelin- ja sähköpostiohjelmiä.

Kaikki haastateltavat toivat esiin, kuinka reklamaatioihin liittyen käytiin kommunikaatioita Reklamaatiotyökalun ulkopuolella, sillä Reklamaatiotyökalun viestintämahdollisuudet eivät tällä hetkellä täysin vastaa käyttäjien tarpeita. Osa haastateltavien tarpeesta käyttää muita järjestelmiä, kuten sähköpostia tai Microsoft Teamsia, johtuu Reklamaatiotyökalun rajatusta mahdollisuudesta kommunikoida yrityksen sisällä; viestintää voi tällä hetkellä tehdä rajatulle valikoimalle tiimejä ja vain yhdelle tiimille kerrallaan. Haastateltavat toivoivat laajempia mahdollisuuksia viestintään, kuten vastaanottajien lisäämistä Reklamaatiotyökaluun ja mahdollisuuksia viestiä useammalle vastaanottajalle kerralla sekä myös yksittäisille henkilöille. Edellä mainitut sisäisen viestinnän rajoitukset on mainittu kuvassa 10 Reklamaatiotyökalua kuvaavassa kuviossa.

Ongelmatilanteet ja käyttötuki

Haasteltavien mukaan he olivat kohdanneet hyvin vähän teknisiä ongelmia, mutta mainitsivat muun muassa aikakatkaisun aiheuttaman uloskirjaamisen reklamaatioilta kesken reklamaation käsittelyn sekä pienet bugit. Haastateltavat olivat kohdanneet prosessiin liittyviä ongelmia, kuten reklamaatiotyypin ja reklamaatiosyyin valitsemisen hankaluus, reklamaatioilla käytävän viestinnän prosessin epäselvyys sekä kuinka toimia silloin, kun asiakkaan lähettämää reklamaatioita pitäisi muokata. Ongelmatilanteiden tyypit on listattu omassa kuviossaan kuvassa 10.

Käyttötukea haastateltavat hakivat tyypillisesti ensisijaisesti omasta tiimistään. Yksi vastaajista oli Reklamaatiotyökalun kehityksessä mukana oleva henkilö, joka auttaa tiimiään ongelmatilanteissa ja selvittää silloin, onko kyseessä käyttäjästä vai järjestelmästä johtuva ongelma. Vain pieni osa haastateltavista vastasi ottavansa tarvittaessa yhteyttä myös Reklamaatiotyökalun kehitystiimiin tai IT-tukeen. Käyttötuen kontaktit on listattu omassa kuviossaan kuvassa 10 ongelmatilanteiden jälkeen.

Parhaat asiat

Reklamaatiotyökalu sai paljon positiivista mainintaa selkeydestään, helppokäyttöisyydestään ja helppoudesta etsiä reklamaatioita. Myös viestintämahdollisuutta keuhuttiin, vaikkakin siinä koettiin vielä olevan joitain puutteita. Nämä haastateltavien listaamat parhaat asiat on listattu kuvassa 10 Reklamaatiotyökalua kuvaavassa kuviossa.

Lähes kaikki haastateltavat olivat toimineet työtehtävissään niin kauan, että olivat ehtineet käyttää edellistä reklamaatiojärjestelmää, OriolaProta, ja näin ollen he ovat varmasti verranneet näitä kahta palvelua keskenään. Vaikuttaakin siltä, että Reklamaatiotyökalu on onnistunut täyttämään haastateltavien odotuksia. Helppokäyttöisyys ja selkeys heijastui haastateltavien kokemassa lisäperehdytyksen tarpeettomuudessa; eräs reklamaatioita käsittelevä haastateltava kertoi, kuinka hän ymmärtää Reklamaatiotyökalun näkymän ”yhdellä silmäyksellä”.

Negatiiviset asiat ja kehityskohteet

Positiivisen palautteen lisäksi Reklamaatiotyökalu sai negatiivista palautetta; osa liittyi pääosin asiakkaiden käyttämiin toimintoihin Reklamaatiotyökalussa, eli reklamaatioiden luomiseen. Asiasta maininneet haastateltavat mainitsivat muun muassa seuraavat, asiakkaiden näkökulmasta hankalat asiat, joihin Reklamaatiotyökalu ei tällä hetkellä tarjoa riittävää tukea:

- Oikean reklamaatiosyyntä valitseminen.
- Toimitusehtojen mukaisen reklamaatioajan tarkastaminen.
- Tuotteiden lisääminen reklamaatiolle niin, että asiakas voisi valita järjestelmästä tilauksen tai laatikon ja poistaa sieltä tuotteita, eikä yksitellen tuotteita lisäämällä.

Myös osan Reklamaatiotyökalussa tällä hetkellä olevista toiminnoista koetaan olevan piilossa niin, että niitä on vaikea huomata. Edellä mainitut asiakasta ohjaavien elementtien puuttuminen sekä tuotteiden lisäystoiminnallisuus ovat mainittu kuvassa 10 Reklamaatiotyökalua kuvaavassa kuviossa. Kehityskohteita edellä mainittujen yksittäisiä mainintoja saivat lisäksi ruotsinkielisen version sekä yhteiskäyttötunnusten mahdollisuuden puute.

Haastateltavat toivat esiin myös asioita, jotka nykyisellään vaikuttavat Oriolan sisäisten käyttäjien työhön. Väärin täytetyt reklamaatiot aiheuttavat lisätyötä sekä Oriolan käyttäjille että asiakkaille, ja näin ollen myös viivästyksiä reklamaatioiden käsittelyssä. Oriolan sisäisen viestinnän rajoitukset tulivat usein esiin haastatteluissa. Oriolan käyttäjien kannalta toivottiin myös enemmän tietoa reklamaatioiden käsittelyn prosesseista ja Reklamaatiotyökaluun tehdyistä muutoksista tiedottamista.

Osallistuminen Reklamaatiotyökalun kehitykseen

Kolme haastateltavaa oli osallistunut Reklamaatiotyökalun kehitykseen aiemmin ja viisi haastateltavaa olivat halukkaita osallistumaan Reklamaatiotyökalun kehitykseen jatkossa. Jatkossa kehitykseen halukkaiden määrä on mainittu kuvassa 10 Reklamaatiotyökalua kuvaavassa kuvion vieressä. Nämä haastateltavat olivat halukkaita osallistumaan vaatimusmäärittelyyn niin, että heidän tarpeitaan ja mielipiteitään kuultaisiin Reklamaatiotyökalun jatkokehityksessä.

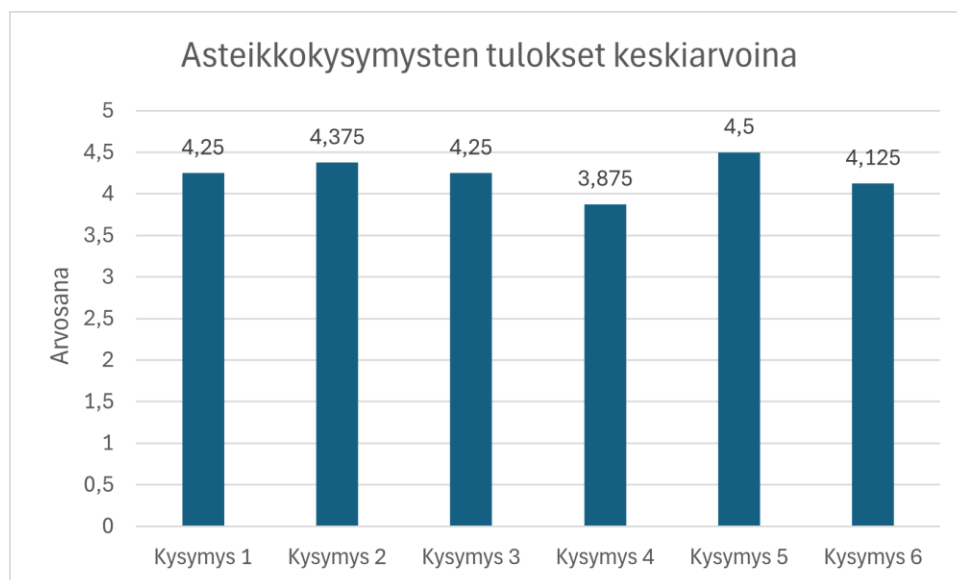
Mittarit

Haastateltavia pyydettiin arvioimaan Reklamaatiotyökalua numeroasteikolla 1–5, numeron yksi olleen huonoin arvosana ja numeron viisi paras arvosana. Haastateltaville esitettiin seuraavat kysymykset:

1. Asteikolla 1–5, kuinka hyvin pystyt suorittamaan työtehtäväsi Reklamaatiotyökalun avulla?
2. Asteikolla 1–5, kuinka tyytyväinen olet Reklamaatiotyökalun ulkoasuun/ulkonäköön?

3. Asteikolla 1–5, kuinka tyytyväinen olet Reklamaatiotyökalun käyttöliittymään, kuten tietokenttien, painikkeiden jne. asetteluun?
4. Asteikolla 1–5, kuinka tyytyväinen olet Reklamaatiotyökalussa oleviin toimintoihin?
5. Asteikolla 1–5, kuinka miellyttävää Reklamaatiotyökalun käyttö sinusta on?
6. Asteikolla 1–5, millä arvosanalla kuvailisit Reklamaatiotyökalun käyttöä kokonaisuudessaan?

Kuten kuvasta 11 voidaan todeta, Reklamaatiotyökalu sai hyvän tuloksen vastausten keskiarvon ollessa lähes jokaisessa kysymyksessä neljän (4) yläpuolella. Toimintoihin liittyvän kysymyksen (kysymys 4) vastausten keskiarvo jäi alle neljän (keskiarvo 3,875), johtuen toimintoihin liittyvistä kehityskohteista.



Kuva 11. Asteikkokysymysten arvosanat keskiarvoina

6.1 Reklamaatiotyökalun haastattelututkimuksen pätevyys

Tutkimuksen haastattelut eivät toteutuneet täysin teemahaastattelun hengessä, sillä etukäteen suunnitellut kysymykset ja niiden esittämisjärjestys toteutui pitkälti luodun haastattelurungon mukaisesti. Ajoittain haastattelija kuitenkin esitti keskustelun lomassa kysymyksiä suunnitellusta poikkeavassa muodossa sekä esitti vapaamuotoisia jatkokysymyksiä. Haastattelija antoi haastateltavien kertoa käsityksistään, kokemuksistaan ja mielipiteistään vapaasti ja suunniteltujen kysymysten ulkopuolella. Haastattelun konteksti oli kuitenkin saattanut jäädä osalle haastateltavista epäselväksi; useat asiakaspalvelutiimin jäsenet kertoivat Reklamaatiotyökalun käyttämisestä ja ongelmista myös asiakkaan näkökulmasta; kuinka asiakkaat asian ymmärtävät tai missä asiakkaat kohtaavat vaikeuksia. Asiakkaan näkökulman korostamisessa voi olla myös kyse siitä, että

asiakaspalvelutiimi työskentelee asiakasrajapinnassa ja vastaanottaa palautetta asiakkailta, jolloin asiakkaan näkökulma tulee korostetummin ilmi juuri asiakaspalvelutiimin vastauksissa. Muiden tiimien työtehtävät liittyvät pääasiallisesti reklamaatioiden itsenäiseen käsittelyyn, jolloin oman näkökulman korostuminen käyttäjäkokemuksessa on luonnollista. Vaikka asiakkaan näkökulmaa ei suoranaisesti opinnäytetyössä tutkittu, on haastateltavilta saadun asiakaspalautteen saaminen käyttäjäkokemustutkimusta tukeva asia.

Kuten tutkimuksen tietoperustassa on mainittu, haastattelu on tutkimusmenetelmä, jonka kulkuun haastattelijaa vaikuttaa; haastattelijan pitää pitää johdattelemisesta sekä haastateltavan vahvistamisesta. Myös virhelähteet ovat mahdollisia; haastateltava saattaa antaa sosiaalisesti suotuisia vastauksia tai muistaa asioita väärin. (de Voil 2020, 42; Hirsjärvi & Hurme 2004, 35; Rosala & Pernice 2023.) Joihinkin tutkimuksen haastattelutuloksiin on saattanut vaikuttaa se, että haastattelijaa oli ollut osalle haastateltavista entinen kollega ja myös entinen esihenkilön sijainen. Haastattelijaa vaihtoi työtehtäviään yrityksen sisällä noin 4 kuukautta ennen haastattelujen toteuttamista, mutta oli ennen tätä ollut muutaman haastateltavan kanssa samassa työtiimissä usean vuoden ajan. Haastattelijaa oli myös ollut mukana Reklamaatiotyökalun kehittämissä ja ollut näin osallana vaikuttamassa merkittävästi joihinkin Reklamaatiotyökalun osa-alueisiin. Edellä mainitut asiat ovat voineet aiheuttaa asetelman, jossa haastateltava voi alitajuisesti yrittää miellyttää haastattelijaa ylläpitääkseen ystävällistä suhdetta niin sanotusti sosiaalisesti suotavilla vastauksilla. Osassa haastatteluista tutkija havaitsi potentiaalisesti sosiaalisesti suotavia vastauksia.

Vaikkakin haastattelijaa pyrki olemaan johdattelematta haastateltavaa, osoittautui tämä joissain tapauksissa haastavaksi ja haastattelijaa tarjosi haastateltavalle vaihtoehtoja tai epähuomiossa vahvisti haastateltavaa. Haastateltavaan vaikuttaminen voi tapahtua huomaamatta; normaalissa vuorovaikutuksessa käytetyt ilmeet ja eleet, kuten hymyily tai pään nyökkääminen voi vaikuttaa haastateltavaan. Muutamassa haastattelussa haastateltavilla ilmeni mieleen palauttamisen ongelmia, koska haastattelut toteutettiin irrallaan Reklamaatiotyökalun käyttökontekstista.

6.2 Tulokset ja niiden hyöty organisaatiolle

Reklamaatiotyökalu sai kokonaisuudessaan positiivista palautetta ja kiitosta selkeydestään ja helpokäyttöisyydestään. Haastateltavat pitivät myös Reklamaatiotyökalussa olevasta viestintämahdollisuudesta, vaikkakin siinä koettiin olevan vielä kehitysvaraa. Kokonaiskuva Reklamaatiotyökalusta olikin haastateltavilla positiivinen, mikä kävi ilmi myös siitä, että arvosana-asteikoilla 1–5 Reklamaatiotyökalu sai kokonaisuudessaan arvosanan 4,125.

Kuten eräs haastateltavistakin mainitsi, aina on varaa parantaa. Haastattelun tuloksista nousi esiin seuraavia kehityskohteita, joihin voitaisiin vaikuttaa Reklamaatiotyökalun käyttöliittymän teknisellä kehityksellä:

- Reklamaatiosyyn valitsemisen selkeyttäminen.
- Reklamaatioajan tuominen esille reklamaatiota luodessa.
- Piilossa olevien toimintojen nostaminen esille.
- Tuotteiden reklamaatiolle lisäämisen helpottaminen.
- Mahdollisuus kohdentaa viestintää useammalle tiimille samanaikaisesti.
- Mahdollisuus kohdentaa viestintää tietylle sisäiselle käyttäjälle.
- Tiimien lisääminen Reklamaatiotyökaluun sisäisten viestinnän laajentamiseksi.

Asiakkaan toimintaa helpottavia elementtejä lisäämällä voitaisiin todennäköisesti helpottaa Reklamaatiotyökalun käyttämistä ja siten vähentää asiakkaiden mahdollista turhautumista. Reklamaatiotyökalun käytön helpottaminen asiakkaiden näkökulmasta voisi vähentää myös yhteydenottoja asiakaspalveluun neuvonnan saamiseksi sekä Oriolassa tapahtuvaa sisäistä työtä, kuten esimerkiksi sisäistä ja ulkoista viestintää, joka aiheutuu väärin täytetyistä tai puutteellisista reklamaatioista.

Reklamaatiotyökalun viestinnän kehittäminen mahdollistaisi reklamaatioista käydyn kommunikation kanavoimisen Reklamaatiotyökaluun ja vähentäisi järjestelmän ulkopuolisissa viestintävälineissä käytyä kommunikatioita. Tämän seurauksena reklamaatioihin liittyvä tieto tallentuisi Reklamaatiotyökaluun ulkoisten palveluiden, kuten sähköpostin, sijaan. Vaikka käyttöliittymän parannuksilla voitaisiin vähentää reklamaatioihin liittyvän viestinnän tarvetta, todennäköisesti sisäisen viestinnän tarve Reklamaatiotyökalussa jatkuisi, vaikkakin vähäisempänä.

Haastattelun tuloksista nousi esiin seuraavia kehityskohteita, joihin voitaisiin vaikuttaa teknisen kehityksen lisäksi sisäisten prosessien selkeyttämisellä, tehokkaammalla tiedon jakamisella ja sisäisten käyttäjien perehdyttämisellä:

- Sisäisten viestien ilmoitusten puuttuminen.
- Asiakkaan tarve luoda uusi reklamaatio, jos edellisessä reklamaatioissa on virhe.
- Reklamaatiosyiden valitseminen.
- Liitteiden lisääminen reklamaatioille.

Haastateltavien mainitsemisissa ongelmatilanteissa ja muussa palautteessa ilmeni edellä mainittuja asioita, jotka eivät ole teknisiä puutteita, vaan Reklamaatiotyökalun käyttämiseen liittyviä käyttövirheitä tai tietoa, joka ei ole päätynt kaikille käyttäjille. Nämä ovat on ratkaistavissa käyttäjien koulutuksella ja jakamalla Reklamaatiotyökaluun liittyvistä prosesseista tietoa tehokkaammin, jolloin tulevaisuudessa vastaavanlaisten ongelmatilanteiden selvittämiseen ei tarvitsisi käyttää aikaa. Toki

kuten Farrell (2017) toteaa, koulutus on usein tapa kiertää hankala käyttöliittymä, eli myös edellä esitettyihin, haastateltujen esiin tuomiin ongelmakohtiin voitaisiin hakea ratkaisua myös Reklamaatiotyökalun teknisellä kehittämisellä.

6.3 Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemuksen mittaaminen jatkossa

Reklamaatiotyökalun haastattelututkimuksessa tuli esiin Farrellin (2017) Kuuntele-vaiheeseen yhdistämiä tutkimuskohteita, kuten käyttäjien mielipiteen kuuleminen, koulutuksen tarpeen vähentäminen, muutoksista kommunikoiminen etukäteen sekä käyttäjien hankkiminen tulevaisuudessa tapahtuvaa tutkimusta ja testausta varten. Näitä elementtejä voitaisiin hyödyntää Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimuksessa tulevaisuudessa.

Kuvassa 12 esitetään Kuuntele-vaiheen käyttäjäkokemustutkimuksen kohteet ja kysymykset, joilla Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimusta voitaisiin jatkossa tutkia. **Käyttäjien mielipiteen kuulemiseksi** voitaisiin tutkia sitä, mitä Reklamaatiotyökalusta sanotaan ja mitä Reklamaatiotyökalun kehityksessä voidaan tehdä paremmin. **Koulutuksen tarpeen vähentämiseen** liittyen voitaisiin tutkia, mihin käyttäjät tarvitsevat apua ja miten Reklamaatiotyökalun käyttämistä voidaan helpottaa. **Muutoksista kommunikoimisen** osalta voitaisiin tutkia, kuinka Reklamaatiotyökalun muutoksista tulisi kommunikoida ja kuinka käyttäjiä voitaisiin auttaa suhtautumaan muutoksiin myönteisesti. **Tulevaisuuden testaajien värväämisen** osalta voitaisiin tutkia, ketkä sisäiset ja ulkoiset käyttäjät olisivat kiinnostuneita ja kyvykkäitä tulevaisuudessa tapahtuvaan kehitykseen ja siihen liittyviin testaukseen.

Käyttäjien mielipiteen kuuleminen	Koulutuksen tarpeen vähentäminen	Muutoksista kommunikoiminen	Tulevaisuuden testaajien värvääminen
<ul style="list-style-type: none"> •Mitä Reklamaatiotyökalusta sanotaan? •Mitä voimme tehdä paremmin? 	<ul style="list-style-type: none"> •Mihin käyttäjät tarvitsevat apua? •Miten voimme helpottaa Reklamaatiotyökalun käyttämistä? 	<ul style="list-style-type: none"> •Kuinka kommunikoimme muutoksista? •Miten voimme auttaa käyttäjiä suhtautumaan muutoksiin myönteisesti? 	<ul style="list-style-type: none"> •Ketkä osallistuvat tulevaisuuden kehitykseen?

Kuva 12. Kuuntele-vaiheen kysymykset Reklamaatiotyökalun kehityksessä

6.4 Pohdintaa Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimuksen tekemisestä

Käyttäjäkokemustutkimuksen tekeminen opinnäytetyönä oli haastavaa, sillä jo käsitteelle ”käyttäjäkokemus” löytyi runsaasti erilaisia määritelmiä ja niiden tutkimiseen kului aluksi paljon aikaa. Lopulta määritelmän pohjana päädyttiin käyttämään ISO-standardin ISO 9241-210 (2010) ja Norman

& Nielsenin määritelmiä käyttäjäkokemuksesta, ja käyttäjäkokemusta lähdettiin tutkimaan de Voilin käyttäjäkokemuksen elementtien avulla. Haasteita aiheuttivat myös opinnäytetyön tekijän henkilökohtaisessa elämässä tapahtuneet muutokset, kuten työtehtävien vaihtuminen yrityksen sisällä ja siihen liittyvät edellisten työtehtävien loppuun vieni sekä uusiin työtehtäviin liittyvä perehdytys. Tutkimuksen alun innostus ja suunniteltu tahti hiipui, mutta pontta tutkimukseen saatiin tauon jälkeen.

Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemustutkimus päätettiin tehdä haastattelututkimuksena, sillä kyselylomakkeen avulla tehtävä tutkimus olisi mahdollisesti voinut epäonnistua, mikäli vastauksia olisi saatu riittämätön määrä. Haastattelujen suunnittelua tehtiin pitkään ja haastattelurunkoon syntyi suuri määrä haastattelukysymyksiä. Käyttäjäkokemustiedon keräämiseksi oli harkinnassa käyttää haastattelussa osana myös *thinking aloud*-menetelmää. Menetelmässä haastateltava käyttää palvelua tai tuotetta ja kertoo ajatuksistaan samalla ääneen (de Voil 2020, xxii). Koska tehtyjen koehaastattelujen perusteella haastattelujen kesto pelkkien haastattelukysymysten kanssa oli noin 30–40 minuuttia, *thinking aloud*-menetelmän käyttämisestä luovuttiin haastattelujen keston pitämiseksi kohtuullisena. Lopulta osa haastattelukysymyksistä ei ollut relevantteja sellaisenaan, eikä niiden avulla saavutettu syvällistä tietoa Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemuksesta. Opinnäytetyön tekijä jättikin analyysivaiheesta pois vastauksia kysymyksiin, joihin niiden muotoilun vuoksi oli vastattu ”kyllä” tai ”ei” menemättä vastaukseen sen syvällisemmin, sekä niitä kysymyksiä, joiden aihe sinänsä on ollut käyttäjäkokemuksen elementtien mukainen, mutta joilla ei haastatteluissa päässyt porautumaan itse käyttäjäkokemukseen, jolloin vastaukset jäivät pinnallisiksi ja yleisluontoisiksi.

Tietoperustassa mainitaan, että haastattelijan tulee olla oppinut olemaan neutraali ja olemaan käyttämättä suggestiota ja vahvistamista. Itse haastattelutilanteet tuntuivat opinnäytetyön tekijästä sujuvan enimmäkseen hyvin; osa haastateltavista vastasi avoimen oloisesti ja kertoi mielellään tehtävistään ja mainitsi kehitystarpeita. Varautuneemmat haastateltavat asettivat haasteen suhteellisen kokemattomalle haastattelijalle: kuinka saada haastateltava rentoutumaan ja kertomaan kokemastaan itse niin, että haastattelija ei vahvista tai johdattele haastateltavaa?

Haastatteluaineiston analysointi oli manuaalista ja vei runsaasti aikaa. Aineistosta pyrittiin ottamaan sitaatteja, jotka edustavat haastateltavien sanomaa ja ilmentävät tuloksia. Haastatteluaineiston runsaus ja haastattelujen ajoittainen keskustelullinen muoto aiheuttivat omat haasteensa sitaattien nostamiselle tutkimusraporttiin.

Opinnäytetyön tekijä on ollut mukana Reklamaatiotyökalun kehittämisessä, joten tutkimuksen tekijän subjektiivisuus on eräs tutkimuksen luotettavuuden kysymys. Koska opinnäytetyön tekijä on aikanaan saanut vaikuttaa Reklamaatiotyökalun muotoutumiseen, on yksi tutkimuksen motiiveista ollut tutkia muiden käyttäjien käyttäjäkokemusta: missä onnistuttiin ja mitä tarvitsee muuttaa,

poistaa tai lisätä? Näin ollen opinnäytetyön tekijän lähtökohta tutkimukselle on muutosmyönteinen ja tutkimuksen lopputuloksissa esitetään haastateltavien esiintuomia kehityskohteita. Opinnäytetyön tekijän tavoite saavutettiin; haastateltavat pääsivät kertomaan kokemuksistaan ja samalla kerättiin palautetta sekä kehityskohteita Reklamaatiotyökalun mahdollista jatkokehitystä varten.

6.5 Tutkimuksen aikana tapahtunut oma oppiminen

Kiinnostus Reklamaatiotyökalun käyttäjäkokemuksen tutkimiseen lähti opinnäytetyön tekijän halusta tutkia palvelua käyttäjien kannalta. Syy tähän oli kysymys siitä opinnäytetyön tekijän halu tietää, oliko hän ”suunnitellut itselleen” osallistuessaan Reklamaatiotyökalun vaatimusmäärittelyyn ja suunnitteluun. De Voilin (2020, 23) mukaan itselleen suunnittelu tarkoittaa, että tuote suunnitellaan vastaamaan kehitystiimin tarpeita sen sijaan, että se vastaisi käyttäjien tarpeisiin. Näin suunnitellut tuotteet voivat de Voilin mukaan joskus onnistua siirtymässä kehitysryhmän käyttämästä tuotteesta laajemman käyttäjäkunnan käyttöön. (de Voil 2020, 23.) Digitaalisen palvelun käyttäjäkokemusta käsittelevän opintojakson innoittamana opinnäytetyön tekijä ei kuitenkaan halunnut tutkia vain palvelun käytettävyyttä, vaan myös muita käyttäjäkokemukseen liittyviä elementtejä.

Käyttäjäkokemuksen teoriaan tutustumisen yhteydessä opinnäytetyön tekijä ymmärsi, kuinka subjektiivinen kokemus käyttäjäkokemus on ja monet asiat siihen vaikuttavat. Esimerkiksi opinnäytetyössä toteutettu haastattelu voi vaikuttaa haastateltujen käyttäjäkokemukseen; he voivat kokea helpotusta tai jännitystä siitä, että ovat antaneet palautetta Reklamaatiotyökalusta tai he voivat odottaa muutoksia palveluun tai sitä ympäröiviin elementteihin heidän kerrottuaan kokemuksistaan, tarpeistaan tai kehityskohdista.

Kuten opinnäytetyön tietoperustassa todetaan, käyttäjäkokemus on subjektiivinen kokemus, ja järjestelmien kehittäjät eivät voi suunnitella hyvää käyttäjäkokemusta, mutta he voivat pyrkiä hyvän käyttäjäkokemuksen mahdollistamiseen (de Voil 2020, 7; Interaction Design Foundation s.a.). Opinnäytetyön tekijä oppi myös, kuinka käyttäjää osallistavalla ja käyttäjälähtöistä arviointia hyödyntävällä käyttäjälähtöisellä suunnittelulla voidaan pyrkiä hyvän käyttäjäkokemuksen syntymiseen, jos käyttäjiä ja heidän tarpeitaan ja tehtäviään onnistutaan ymmärtämään. Opinnäytetyön tekijä oppi myös, kuinka käyttäjäkokemuksen tutkimiseksi on erilaisia tutkimusmenetelmiä, joita voidaan hyödyntää sen mukaan, mitä tutkimuksessa halutaan tutkia; käyttäjän sanomaa, eli asennetta vai käyttäjän toimintaa.

Haastattelu tutkimusmenetelmänä oli tutkimuksen tekijälle suhteellisen uusi asia, mikä näkyi tutkimuksen haastattelujen suunnittelemisessa, toteutumisessa, saadussa aineistossa ja siten myös tuloksissa. Suuri määrä ennalta suunniteltuja haastattelukysymyksiä tuotti paljon materiaalia, joista osaa ei kuitenkaan voitu hyödyntää. Jatkossa tutkimuksen tekijä vastaavaa työtä tehdessään

painottaisi vähemmän haastattelukysymysten muotoa ja määrää, ja keskittyisi enemmän teemoihin ja kannustaisi haastateltavaa kertomaan ajatuksistaan vapaammin. Haastattelujen jälkeen haastateltavan ajatukset kävivät siinä, oliko esimerkiksi kysymysluettelon sivun kääntäminen tai yskähdys jossain kohdassa haastattelua mahdollisesti vaikuttanut haastateltavaan. Lopulta ajatuksesta oli pakko luopua; kyseinen haastattelu oli jo pidetty, mutta asiasta voisi oppia seuraavaa kertaa varten. Haastattelututkimuksen jälkeen opinnäytetyön tekijä voikin todeta, että kuten tietoperustassa kerrotaan, haastattelutilanteeseen vaatii haastattelijalta oppimista ja keskittymistä.

Opinnäytetyön tekijä havainnoi myös omia henkilökohtaisia ominaisuuksiaan ja taipumuksiaan opinnäytetyön tekemisen aikana; epäonnistumisen pelko ja siitä kumpuava täydellisyyden tavoittelun aiheuttama asioiden loputon hiomisen tarve oli osa tutkimuksen myöhästymisen syitä. Rohkeus luopua hiomisesta ja päästää asioista irti projektin eteenpäin viemiseksi onkin yksi tunnistettu opinnäytetyön tekijän henkilökohtainen kehityskohde. Opinnäytetyön tekijä on tottunut itsenäiseen työskentelyyn, ja toinen opinnäytetyössä ilmennyt kehityskohde on oma-aloitteinen toimeksiantajan tiedottaminen projektin vaiheista. Aikataulussa pysyminen oli opinnäytetyön tekijälle haaste, sillä palkkatyö ja henkilökohtainen elämä jättivät tutkimuksen tekemisen usein varjoonsa. Lopulta ohjaajan neuvo tasaisesta tekemisestä, vaikkakin vain lyhyestä päivittäisestä hetkestä, auttoi loppuvaiheen aikataulussa pysymiseen.

6.6 Loppusanat

Reklamaatiotyökalu on digitaalinen palvelu, joka palvelee useita käyttäjiä erilaisissa rooleissa. Reklamaatioiden sujuva käsitteleminen edellyttää tietoa ja toimintaa eri sidosryhmiltä. Yli puolet tutkimukseen osallistuneista haastateltavista oli valmiita osallistumaan Reklamaatiotyökalun jatkokehittämiseen, ja näiltä käyttäjiltä olisi mahdollista saada sekä Oriolan sisäisen että ulkoisen käyttäjän näkökulmaa Reklamaatiotyökalun kehittämiseksi. Tämän tutkimuksen ulkopuolelle jätettiin ulkoinen käyttäjäryhmä, Oriolan toimittavat asiakkaat, jotka myös käyttävät Reklamaatiotyökalua yhden reklamaatiotyypin osalta. Myös toimittavien asiakkaiden käyttäjäkokemusta tulisi tutkia ja kehityskohteita kartoittaa, jotta Reklamaatiotyökalun käyttäminen olisi mahdollisimman positiivinen kokemus kaikille osapuolille.

Lähteet

De Voil, N. 2020. User Experience Foundations. BCS, The Chartered Institute for IT. Swindon.

Farrell, S. 12.2.2017. UX Research Cheat Sheet. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/ux-research-cheat-sheet/>. Luettu: 25.2.2024.

Hirsjärvi, S., Hurme, H. 2004. Tutkimushaastattelu. Yliopistopaino. Helsinki.

Hyvärinen, M., Suoninen, E., Vuori, J. s.a. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Yhteiskunta-
teellinen tietoaarkisto. Tampere. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/haastattelut/>. Luettu: 21.3.2024.

Immonen, P. 2013. Käyttäjäkokemus ja käytettävyys: tutkielmavuorovaikutuksesta. Pro gradu -
tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201406172054>. Luettu: 12.3.2024.

Interaction Design Forum. s.a. What is User Experience Design? Luettavissa: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design?page=7>. Luettu: 24.8.2023.

ISO s.a. About ISO. Luettavissa: <https://www.iso.org/about-us.html>. Luettu: 5.4.2024.

Norman, D. Nielsen, J. s.a. The Definition of User Experience (UX). Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>. Luettu: 24.8.2023.

Rohrer, C. 17.7.2022. When to Use Which User-Experience Research Methods. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>. Luettu: 25.2.2024.

Rosala, M. Pernice, K. 17.9.2023. User Interviews 101. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/user-interviews/>. Luettu: 10.3.2024.

SAP s.a. What is SAP? Luettavissa: <https://www.sap.com/about/what-is-sap.html>. Luettu: 5.4.2024.

SFS-EN 9241-210:2010. Metalliteollisuuden Standardisointiyhdistys. 2012. SFS-käsikirja 405. Ih-
misen ja järjestelmän vuorovaikutuksen suunnittelu. Ergonomiavaatimukset ja -suositukset. Suo-
men Standardoimisliitto SFS Oy. Helsinki.

SFS Suomen Standardit ry. s.a. Standardeista. Luettavissa: <https://sfs.fi/standardeista/>. Luettu 5.4.2024.

Liitteet

Liite 1. Reklamaatiotyökalun haastattelututkimuksessa käytetyt haastattelukysymykset

Kysymys on Oriola.comin Digitaalisten palveluiden Reklamaatiotyökalusta. Onko ok, että puhun haastattelussa järjestelmästä nimellä Reklamaatiotyökalu? *Millä nimellä itse kutsut järjestelmää?*

Käyttäjä

Milloin olet aloittanut nykyisissä työtehtävissäsi?

Mitä työtehtäviisi kuuluu noin yleisellä tasolla?

Teetkö etä- vai läsnätoita vai mahdollisesti molempia?

Minkälaiset työvälineet sinulla on läsnätoissa? Entä etätoissa?

Minkälainen on fyysinen työympäristösi läsnätyössä? Entä etätoissa?

Onko sinulla kollegoita, jotka tekevät samaa työtä? Käyttävätkö he Reklamaatiotyökalua?

Mitä muita yhteistyökumppaneita tai sidosryhmiä sinulla on kollegoidesi lisäksi?

Mitkä ovat työsi kolme tärkeintä tavoitetta?

Ennakkokäsitykset

Kuinka pitkään olet käyttänyt Reklamaatiotyökalua?

Millaisia ajatuksia sinulla oli, kun kuulit ensimmäistä kertaa Reklamaatiotyökalusta?

Minkälaisia toiveita tai odotuksia sinulla tuolloin oli Reklamaatiotyökalun suhteen?

Kertoisitko, kuinka opit Reklamaatiotyökalun käyttämisen? *Toivoisitko lisää perehdytystä, oppimismateriaalia tai muuta tukea käyttämiseen?*

Oletko ollut mukana Reklamaatiotyökaluun liittyvässä kehitystyössä? *Mikä motivoi sinua osallistumaan kehitykseen? Koetko, että sait tavoitteesi täytettyä? -- Haluaisitko olla mukana kehittämässä? Millaisissa tehtävissä?*

Miten ajatuksesi Reklamaatiotyökalun käyttämisestä ovat muuttuneet matkan varrella?

Interaction

Minkälaisissa työtehtävissä ja kuinka usein käytät Reklamaatiotyökalua?

Käytätkö Reklamaatiotyökalua englannin kielellä vai suomen kielellä? *Miksi olet valinnut tämän kiel-*
len? Oletko käyttänyt toista versiota?

Koetko, että työtehtävien tekeminen nimenomaan Reklamaatiojärjestelmässä on sinulle hyödyllistä?

Liittykö Reklamaatiotyökalussa tehtävän työn suorittamiseen kommunikaatiota tai muiden järjestelmien käyttöä Reklamaatiotyökalun ulkopuolella? *Mihin sidosryhmiin olet yhteydessä ja millä tavoin? Mitä muita järjestelmiä käytät tekemisen aikana?*

Onko Reklamaatiotyökalua käyttäessä ilmennyt ongelmatilanteita? *Millaisia? Mistä saat tukea Reklamaatiotyökalun käyttöön tai ongelmatilanteisiin? Mihin otat yhteyttä ongelmatilanteissa?*

Kuvailisitko, miten suoritat tyypillisimmän työtehtäväsi Reklamaatiotyökalussa? *Mikäli mahdollista, voisimmeko kuvata tämän prosessin paperille? / Mikäli sinulle sopii, voisitko näyttää tämän tietokoneen avulla?*

Järjestelmä

7. Asteikolla 1–5 (1 huonoin, 5 paras), kuinka hyvin pystyt suorittamaan työtehtäväsi Reklamaatiotyökalun avulla? *Miksi vastasit näin?*
8. Asteikolla 1–5 (1 huonoin, 5 paras), kuinka tyytyväinen olet Reklamaatiotyökalun ulkoasuun/ulkonäköön? *Miksi vastasit näin?*
9. Asteikolla 1–5 (1 huonoin, 5 paras), kuinka tyytyväinen olet Reklamaatiotyökalun käyttöliittymään, kuten tietokenttien, painikkeiden jne. aseteluun? *Miksi vastasit näin?*
10. Asteikolla 1–5 (1 huonoin, 5 paras), kuinka tyytyväinen olet Reklamaatiotyökalussa oleviin toimintoihin? *Miksi vastasit näin?*
11. Asteikolla 1–5 (1 huonoin, 5 paras), kuinka miellyttävää Reklamaatiotyökalun käyttö sinusta on? *Miksi vastasit näin?*
12. Asteikolla 1–5 (1 huonoin, 5 paras), millä arvosanalla kuvailisit Reklamaatiotyökalun käyttöä kokonaisuudessaan? *Miksi vastasit näin?*

Risut ja ruusut

Mitkä ovat mielestäsi kolme parasta asiaa Reklamaatiotyökalun käyttämisessä? Mikä näistä on paras?

Entäpä negatiivisia asioita? *Miksi vastasit näin?*

Onko Reklamaatiotyökalussa työskenteleminen sinulle ensisijaisesti myönteinen vai kielteinen asia? -- *Kertoisitko, miksi vastasit näin?*

Toiveet, palaute

Onko sinulla kehitysehdotuksia tai muutostoiveita Reklamaatiotyökalun ominaisuuksien, toimintojen tai muun suhteen? *Esimerkiksi ominaisuuksien lisääminen, muuttaminen, koulutuksen lisääminen jne.*

Onko sinulla muuta kerrottavaa Reklamaatiotyökaluun liittyen, mitä emme käyneet tässä läpi?

Liite 2. Haastateltavien kuvaukset tyypillisimmistä työtehtävistä Reklamaatiotyökalussa

H1: ”Useimmitenhan se menee siten, että sieltä ottaa käsittelyyn asiakaspalvelun työjonoon siirretyn reklamaation, mihin pyydetään sitten asiakkaalta lisätietoa. Avataan sieltä se reklamaatio ja sitten katsotaan sieltä sisäisestä kommentista mitä on talon sisältä joku toinen taho pyytänyt asiakkaalta selventämään lisäkysymyksillä. Sitten laitan asiakkaalle sieltä reklamaation kautta viestin siitä, mitä lisätietoja on pyydetty ja sitten sen jälkeen sitten siirrän sen [reklamaation] takaisin sille taholle, mistä se on tullut ja laitan kommentin, että nyt on asiakkaalta kysytty.”

Käytetty prosessin ”Reklamaatioviestin käsittelyminen” (kuva 8) muodostamisessa

H2: ”Jos tulee tuotevirhe-epäily, niin kirjaan sinne Reklamaatiotyökaluun, että Oriolassa on vastaanotettu tämä tuote ja sitten kirjaan sen [palautuneen] määrän ja sitten se [Reklamaatiotyökalu] tallentaa myös päivämäärän, että koska se on tullut. Sitten laitan sen [valinnan], että odottaako se [reklamaatio] jatkokäsittelyohjeita ja sitten, että odottaako se hyvitysohjetta vai ei.

Haastattelija: Ja sitten jos se ei odota, mitä sitten?

Sitten kirjataan se, että jos on tiedossa jo vaikka esimerkiksi tullut päätös, niin kirjataan se lopputulos, että onko [tuote] lähetetty tai hävitetty, niin sieltä valitaan sitten oikea täppä, ruksataan ja sitten sen mukaan. Jos se [reklamaatio] ei jää odottamaan, vaikka hyvitysohjettaakaan, niin sitten sitä ei kyllä vielä suljeta koska se tulee seurantakoodi, jos se on lähetyksessä. Mutta jos se suljettaisi, tai siis hävitettäisiin, niin sitten se tapaus suljettaisiin siinä samalla.

Haastattelija: Eli se tapaus voi jäädä odottamaan vielä toiselta osapuolelta, jotain kunnes se suljetaan tai sitten se voidaan sulkea, riippuen tapauksesta?

Joo.”

Käytetty prosessin ”Tuotevirhe-epäilyreklamaation käsittelyminen” (kuva 9) muodostamisessa

H3: ”Avaan sen [reklamaation]. Kun en muista enää... tämä on tätä, kun teet jotain asiaa, niin se ei muista miten se on tapahtunut... [haastateltava toteaa, että prosessin selittäminen ääneen on hankalaa]. Avaan sieltä [suodatuksen] ”Avoimet” ja ”Tuotepalautus ja” mikä... en edes muista sitä sanaa, mutta se on se meidän osiomme, ja siitä laskutusosion. Avaan kolme tällaista [selaimen

välilehteä] auki ja sitten avaan toisen samanlaisen sivun, mutta siihen laitankin ”Avoimet” ja sitten ”Vaurioituneet” ja ”Laskutus”. Eli mulla on kaksi eri [välilehteä] aina auki, ettei tarvitse koko ajan vaihtaa niitä [suodatuksia], vaan käyn aina päivittämässä sitä sivua, että onko sinne tullut päivittynyt avoimia. Sitten mä käyn aina katsomassa vuorotellen, että onko kummassa tullut [uusia reklamaatioita].

Haastattelija: Ja sitten kun käsittelet vaikka yhden reklamaation. Kerro vaikka semmoinen, että miten sen käsittelet?

Sitten kun huomaan, että siinä on avoin reklamaatio, menen sen kohdalle, klikkaan sen auki ja otan sieltä tietoja, kuten asiakasnumeroa, tuotenumeroa, jotka siirrän SAP:iin, että saan auki tilauksen asiakkaalle. Sitten löydän sen tilauksen, mistä se asiakas reklamoi, eli on se sitten vaikka puuttunut tuote, niin käyn katsomassa sitten SAP-järjestelmästä, että onko se täydessä laatikossa vai onko se yksinäinen [tuote] yksin laatikossa. Sitten sen mukaan teen sen reklamaation siellä SAP:issa ja siirrän sitten siitä muodostuneet ne oikaisunumerot sinne reklamaatiokanavaan, sinne tallennetaan se [oikaisu]numero, päivämäärä oma puumerkki. Sitten jos on jotain, mitä tarvitsee lisätietoihin laittaa, niin sinne voi laittaa myös, että vaikka ”kadonnut laatikko ja hyvitetty” tai näin... Sitten ratkaisen... Tallennan ja ratkaisen.”

Käytetty prosessin ”Laskureklamaation käsitteleminen” (kuva 6) muodostamisessa

H4: ” Ensin haen tapauksen tapausnumerolla. Ai niin, avaan Reklamaatiotyökalun, avaan sen järjestelmän ja sitten sinne laitan tapauksen numeron, jos semmoinen on tiedossa. Avaan tapauksen, käsittelen tapauksen ja suljen sen. Merkitsen sinne tarvittavat tiedot ja sitten ratkaistaan.

Haastattelija: Joo, jos mä saan kysyä tuohon käsittelyosuuteen, mitä sellaiseen kuuluu yleensä?

Riippuu vähän, minkälainen tapaus on. -- normaali palautus vaikka, kuranttipalautus, niin käytän sitä reklamaatiotyökalua niin, että kopioin niitä, esimerkiksi tuotenumeroita, ja vien SAP:iin. Sitten [nähdään] SAP-erät ja kaikki, kun teemme tuotteen tarkastamisen SAP:issa. Kopioin sieltä reklamaatiotyökalulta ne tiedot sinne SAP:iin ja sitten teen SAP-oikaisut ja käyn kirjaamassa ne tiedot sitten sinne palautteelle, että mitä tuotteelle on tapahtunut ja minkälainen oikaisu on tehty. Sitten [reklamaatio] ratkaistaan.”

Käytetty prosessin ”Tuotepalautuksen käsitteleminen” (kuva 7) muodostamisessa

H5: "Jos normaalisti nyt otetaan vaikka palautus, normi asiakaspalautus, niin sitten kun olen tehnyt sen SAP:issa, niin sitten menen sinne Origoon, avaan sieltä sen keissin [reklamaation] ja [merkit-sen] siihen, että meneekö se [tuote] myyntiin vai ei, ja sitten hyvitysnumeron. Sitten suljetaan [ta-paus]. Noin nyt yksinkertaisemmillaan."

Käytetty prosessin "Tuotepalautuksen käsitteleminen" (kuva 7) muodostamisessa

H6: "Asiakas soittaa, että on vaikka toimitettu ylimääräinen tuote tai joku puuttuu, tai sitten on jotain just näitä palautuskieltoisia, niitten palautuksia. --.

Haastattelija: Sanoit että asiakas soittaa, ja sitten... Menetkö sinne järjestelmään [Reklamaatiotyö-kaluun] katsomaan, vai menetkö SAP:iin ensin?

Yleensä menen SAP:iin katsomaan. Katsotaan se asiakas ja sitten se mitä tilausta se koskee, mutta siinä kohtaa niin kun... tämä on vähän laaja [kysymys]. Jos nyt otetaan vaikka keräilyvirhe, että asiakas soittaa. Katson sen asiakkaan tiedot ja sen tilauksen, ne näen sieltä [SAP-]järjestel-mästä, että paljonko niitä olisi pitänyt tulla, missä laatikoissa ne ovat olleet, ja jos ne ei täsmää niin, sitten ne tee sitten keräilyvirhe. Sitten mennään sinne tuotepalautuksen/laskuoikaisun puolelle. Otetaan sinne ne tarvittavat tiedot, että siellä on liikaa tai liian vähän, mitä asiakas on tilannut. Sit-ten saadaan se, että joko asiakas pitää sen tai sitten ei pidä, tai sitten jos puuttuu joku [tuote] ne saa sen sitten hyvityksenä. Se nyt on semmoinen yksi esimerkki mitä tulee, ei niitä onneksi paljoa tule."

Käytetty prosessin "Asiakkaan neuvominen" (kuva 5) muodostamisessa

H7: "Siellä voi olla vaikka tehty tuotevirhe-epäilyilmoitus ja asiakas ei ole palauttanut sitä tuotetta. Se [tapaus] on sitten siirretty asiakaspalvelun jonoon, [saatteella], että kysyttekö, onko tämä palau-tunut tai pyydätte asiakasta palauttamaan [tuotteen]. Sitten laitetaan siitä viestiä asiakkaalle, että oletteko palauttaneet, ja sitten siirretään se [reklamaatio] palautusosaston jonoon."

Käytetty prosessin "Reklamaatioviestin käsitteleminen" (kuva 8) muodostamisessa

H8: "Menen tänne Oriola.comiin, niin sitten [siellä on] näitä keräilyvirheitä just --. -- että vaikka asia-kas ilmoittaa, että se on tilannut 5 [kappaletta] jotain tuotetta ja on saanut vain 4 [kappaletta]. Eli sitten puuttuu yksi, niin sitten menen niillä asiakkaan tiedoilla vielä SAP:iin ja katson sen laatikon

[tiedot] tai sen, että onko puuttuneita, ja sitten hyvitan sille [asiakkaalle SAP:issa] sen puuttuneen. Tai sitten se on saanut liikaa tai sitten se on saanut väärän tuotteen --. -- mutta enimmäkseen teen niin niitä puuttuu [puuttuvien reklamaatioita]. --”

Käytetty prosessin "Laskureklamaation käsitteleminen" (kuva 6) muodostamisessa