



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Eerik Kuusela

Tapaustutkimus vakuutusyhtiön verkkopalvelun käyttäjäkokemuksesta

Tarkastelussa LähiTapiola Pirkanmaan ajoneuvovahinkoilmoitukset

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö
Pro Gradu -tutkielma
Teknisen viestinnän maisteriohjelma

Vaasa 2021

VAASAN YLIOPISTO**Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Eerik Kuusela
Tutkielman nimi:	Tapaustutkimus vakuutusyhtiön verkkopalvelun käyttäjäkokemuksesta: Tarkastelussa LähiTapiola Pirkanmaan ajoneuvovahinkoilmoitukset
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Oppiaine:	Tekninen viestintä
Työn ohjaaja:	Arto Lanamäki
Valmistumisvuosi:	2021
Sivumäärä:	82

TIIVISTELMÄ:

Suomalaisilla kotitalouksilla on usein tarve sekä lakisääteiselle että vapaaehtoiselle vakuutusturvalle. Esimerkiksi liikennevakuutus on pakollinen tieliikennekäytössä olevalle moottoriajoneuvolle. Vakuutuksenottajien tarpeisiin liittyy olennaisesti sujuva sähköinen asiointi vakuutusyhtiön verkkopalvelussa ja muissa digitaalisissa palvelukanavissa. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millainen on LähiTapiola Pirkanmaan henkilöasiakkaiden verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemus. Vahinkoilmoituksen täyttö verkossa voi tulla kysymykseen ajoneuvovahingon sattuessa, ja siksi sen käytettävyyden ja käyttäjäkokemuksen selvittämistä voi pitää oleellisena tutkimuskohteena.

Tutkimukseen osallistui 32 LähiTapiola Pirkanmaan asiakasta. LähiTapiola Pirkanmaa on itsenäinen vakuutusyhtiö, joka on osa LähiTapiola-ryhmää. Tutkimuksessa haastateltiin puhelimitse kuutta LähiTapiola Pirkanmaan asiakasta, jotka olivat ilmoittaneet aiemmin ajoneuvovahingosta verkossa. Lisäksi tutkimuksessa suoritettiin kyselytutkimus LähiTapiola Pirkanmaan alkuvuonna 2021 ajoneuvovahingosta verkossa ilmoittaneille asiakkaille. Lopuksi suoritettiin lomakehaastattelu neljälle LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaalle, jotka harjoittelivat ajoneuvovahinkoilmoituksen täyttöä ja vastasivat sen perusteella kysymyksiin käyttäjäkokemuksesta. Tutkimuksessa suoritettiin myös kaksi LähiTapiola-ryhmän sisäistä asiantuntijahaastattelua. Tutkimusmenetelminä olivat asiantuntijahaastattelut, erilaiset asiakashaastattelut sekä kyselytutkimus. Aiemmat teorialat käytettävyydestä, käyttäjäkokemuksesta, asiakaskokemuksesta ja palvelumuotoilusta muodostavat tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen.

Tutkimuksen tuloksista selviää, että LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaat arvioivat verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemusta pääosin positiivisesti. Joillain asiakkailla oli ilmennyt palvelun käytössä myös erilaisia haasteita ja ongelmia, mutta selvä enemmistö oli saanut ilmoituksensa täytettyä onnistuneesti ensi yrittämällä. Tulosten perusteella onnistunut käyttäjäkokemus ja positiivinen asiakaskokemus parantavat asiakastyytyvääisyyttä. Lisäksi selvisi, että ajoneuvovahingon korvausprosessi sisältää usein monikanavaista palvelua, jossa käyttäjäkokemuksella on suuri rooli.

Tutkimuksen tuloksista voi päätellä, että vakuutusyhtiön kannattaa panostaa digitaalisiin palvelukanaviin, kuten verkkopalveluun. Mahdollisia jatkotutkimusaiheita olisivat tutkimuksen laajentaminen ajoneuvovahinkoilmoituksen osalta myös muihin yhtiöihin tai vakuutusyhtiöiden verkkopalveluiden muiden toimintojen käyttäjäkokemuksen tutkiminen. LähiTapiola-ryhmän sisältä tutkimuskohteita löytyisi verkkopalvelun muista toiminnoista sekä yhtiöryhmän asiakkailleen tarjoamista lukuisista mobiilisovelluksista. Etenkin lakisääteisten vakuutusten osalta esimerkiksi laajempi korvaushakemuksiin liittyvä ja useampia eri vakuutusyhtiöitä koskeva tutkimus ajaisi vakuutuksenottajien etua.

AVAINSANAT: Käyttäjäkokemus, käytettävyys, palvelumuotoilu, asiakaskokemus, vakuutus

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Tutkimuksen tavoite	8
1.2	Tutkimuksen aineisto	8
1.2.1	Sisäiset asiantuntijahaastattelut	9
1.2.2	Kyselytutkimus ja asiakashaastattelut	10
1.3	Tutkimusmenetelmät	11
2	Käyttäjäkokemus, käytettävyys ja asiakaskokemus	16
2.1	Käyttäjäkokemus	16
2.2	Käytettävyys	19
2.3	Asiakaskokemus	22
3	Vakuutusyhtiön palvelumuotoilu	25
3.1	Palvelumuotoilu	26
3.1.1	Digitalisaatio vakuutusallalla	28
3.1.2	LähiTapiolan palvelukanavat	31
3.2	Ajoneuvovahinkoilmoituksen teko	32
3.3	LähiTapiola-ryhmän sisäiset asiantuntijahaastattelut	35
3.3.1	LähiTapiolan verkkopalvelun rooli asiointikanavana	36
3.3.2	LähiTapiolan verkkopalvelun ajoneuvokorvaustoiminnot	38
4	LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaiden verkkopalvelun käyttäjäkokemukset	40
4.1	Puhelinhaastattelut asiakkaille	41
4.1.1	Kokemukset ajoneuvovahinkoilmoituksesta verkossa	42
4.1.2	Kokemukset verkkoasioinnista	44
4.2	Kyselytutkimus	46
4.2.1	Arviot ajoneuvovahinkoilmoituksesta verkossa	48
4.2.2	Asiointitottumukset ja kokemukset verkkoasioinnista	49
4.3	Uusien asiakkaiden lomakehaastattelut	51
4.4	Keskeiset löydökset ajoneuvovahinkoilmoituksesta	53
4.5	Keskeiset löydökset verkkoasiointitottumuksista	57

5	Päätäntö	60
	Lähteet	68
	Liitteet	73
	Liite 1. LähiTapiola ryhmän sisäisten haastatteluiden kysymykset	73
	Liite 2. Asiakashaastatteluiden kysymykset	74
	Liite 3. Kyselytutkimuksen kysymykset	76
	Liite 4. Uusien asiakkaiden lomakehaastattelut	80

Kuvat

Kuva 1.	Korvaus- ja vahinkoasiat. (LähiTapiola 2020b)	33
Kuva 2.	Vahinkoilmoituksen tekeminen (LähiTapiola 2020b)	34
Kuva 3.	Ajoneuvovahinkoilmoituksen aloittaminen (LähiTapiola 2020b)	34
Kuva 4.	Vahinkotyyppin valinta (LähiTapiola 2020b)	35

Kuviot

Kuvio 1.	Tutkimuksen kulku.	15
Kuvio 2.	Vakuutusyhtiön verkkopalvelun arvostetuimmat ominaisuudet.	51

Taulukot

Taulukko 1.	Käytettävyyden heuristinen arviointi (Nielsen 1993, s. 20).	21
Taulukko 2.	Haastateltavilta kysytyt perustiedot.	41
Taulukko 3.	Kyselyyn vastanneiden iät ja asiakkuuden kestot.	47
Taulukko 4.	Kyselyyn vastanneiden muut perustiedot.	47
Taulukko 5.	Kyselytutkimuksen vapaat palautteet.	49
Taulukko 6.	Mieluisimmat asiointikanavat.	50
Taulukko 7.	Lomakehaastatteluiden vapaat palautteet.	53

1 Johdanto

Kuluttajien tavat ja tottumukset asioida verkossa ovat kasvattaneet suosiotaan myös vakuutus­alalla (Finanssiala ry 2020). Sujuvan verkkواسioinnin mahdollistaminen asiakkaille onkin vakuutusyhtiölle kilpailuetu, kun asiakkaille pystytään tarjoamaan heidän tarpeita vastaavaa palvelua. Lisäksi verkkopalvelun runsas käyttö auttaa yhtiöitä säästämään resursseja ja paperia. Helppokäyttöistä asiointia sekä toimivaa palvelua odottava asiakas tarjoaa kuitenkin vakuutusyhtiölle myös haasteen. Asiakkaat voivat arvioida käyttäjäkokemusta hyvinkin kriittisesti, ja negatiiviset kokemukset heikentävät asiakastyytyväisyyttä ja asiakasuskollisuutta.

Tämän tutkimuksen aiheena on LähiTapiolan henkilöasiakkaiden verkkopalvelun käyttäjäkokemus. Käyttäjäkokemuksen voi katsoa laajassa määritelmässään sisältävän kaiken käyttäjän käyttäytymisen sekä kaikki käyttäjän tunteet, havainnot, uskomukset sekä fyysiset ja psykologiset reaktiot, jotka tapahtuvat ennen järjestelmän tai palvelun käyttöä, käytön aikana ja sen jälkeen (ISO-Standardi, 2010). Tutkimuksen kohderyhmänä on loppuvuonna 2020 ja alkuvuonna 2021 ajoneuvovahingosta verkossa ilmoittaneet LähiTapiola Pirkanmaan henkilöasiakkaat. Suoritin kuudelle asiakkaalle puhelinhaastattelun ja niiden jälkeen kyselytutkimuksen kohderyhmälle. Lisäksi tutkimus sisältää myös tutkimusvaiheen, jossa suoritin neljälle LähiTapiola Pirkanmaalta keväällä 2021 ajoneuvovakuutukset ostaneelle henkilölle lomakehaastattelun sen jälkeen, kun he olivat harjoitelleet vahinkoilmoituksen täyttöö.

Aiemmin vakuutusyhtiöiden verkkopalveluita on tutkittu esimerkiksi ostokäyttäytymiseen liittyen sekä järjestelmän laadun merkityksen (Wang & Lu, 2014) että verkkواسioinnin kustannustehokkuuden (Yu & Chen, 2018) näkökulmasta. Tämän lisäksi viime vuosina on ilmestynyt kirjallisuutta esimerkiksi digitaalisesta asiakaskokemuksesta vakuutus­alalla (Yliruusi, 2018), digitalisaation vaikutuksista vakuutusyhtiön asiointikanaviin ja palveluihin (Kurki, 2016) sekä digitalisaatiosta finanssialalla (Pohjola, 2015).

Vakuutuksen voi vapaasti määritellä vakuutuksenottajan ja vakuutuksenantajan väliseksi oikeudelliseksi sopimukseksi, jossa vakuutetun riskin toteutuessa vakuutuksenantaja korvaa siitä aiheutuneen vahingon sovitusti vakuutuksesta vuosimaksua maksavalle vakuutuksenottajalle (Rantala & Kivisaari 2020, s. 75). Vaikka vain osa vakuutuksista on lakisääteisiä, kuten liikennevakuutus tieliikennekäytössä olevalle moottoriajoneuvolle, on monella suomalaisella kotitaloudella tarve esimerkiksi kotivakuutukselle (Rantala & Kivisaari 2020, s. 446, s. 523). Tämän suuren ihmismassan ja heidän tarpeidensa vuoksi vakuutuksenottajilla voi katsoa olevan myös perusteltu tarve sujuvaan sähköiseen asiointiin. Siksi verkkopalvelun käyttäjäkokemuksen selvittämistä voidaan pitää tarpeellisenä tutkimuskohteena.

LähiTapiola Pirkanmaa on keskinäinen vakuutusyhtiö, joka toimii nimensä mukaisesti Pirkanmaan alueella. Yhtiö tarjoaa kattavasti laajan valikoiman vakuutuksia sekä henkilöettä yritysasiakkaille, ja sillä on yhteensä hieman yli 99000 henkilö-, maatala-, yritys-, ja yhteisöasiakasta (LähiTapiola, 2020a). LähiTapiola-ryhmä puolestaan on keskinäiseen yhtiömuotoon perustuva, asiakkaidensa omistama yhtiöryhmä, joka koostuu 19 itsenäisestä alueyhtiöstä sekä kuudesta valtakunnallisesti toimivasta yhtiöstä, joista LähiTapiola Keskinäinen Vahinkoyhtiö on vakuutuslain mukainen ryhmän ylin emoyritys. LähiTapiolan verkkopalvelu uudistui lokakuussa 2020. Tärkeimmät LähiTapiola-ryhmän digitaalisista palvelukanavista, kuten verkkopalvelu, ovat alueyhtiöille yhteisiä. Selvyyden vuoksi tässä tutkimuksessa puhutaan kuitenkin pääosin LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelusta, sillä tutkimukseen osallistui vain LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaita.

Selvitän tässä tutkimuksessa LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaiden kokemuksia ajoneuvovahinkoilmoittamisesta verkkopalvelussa. Selvitin verkkopalvelun roolia asiointikanavana suorittamalla kaksi LähiTapiola-ryhmän sisäistä asiantuntijahaastattelua. Tämän jälkeen suoritin aiemman tutkimusteorian, asiantuntijahaastatteluiden vastausten sekä tutkimuskohteen tarkastelun pohjalta asiakashaastatteluita sekä kyselytutkimus ajoneuvovahinkoilmoituksen verkossa täyttäneille LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaille. Hyvä käyttäjäkokemus tavanomaisesti parantaa sekä asiakaskokemusta että

asiakastyytyväisyyttä ja luo siten yhtiölle myös liiketoiminnallista arvoa (Dam, 2020). Tämän tutkimuksen on tarkoitus joko vahvistaa edellä kerrottua olettamusta tai sitten tuoda siihen uusia näkökulmia.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää LähiTapiola Pirkanmaan henkilöasiakkaiden ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemus. Tavoitteeseen liittyy olennaisesti myös ajoneuvovahinkoilmoituksen käytettävyyden selvittäminen. Tavoitteeseen pääsemisessä on apuna seuraava tutkimuskysymys:

1. Millainen on LähiTapiola Pirkanmaan henkilöasiakkaan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemus?

Vaikka tutkimuksen osallistujat on rajattu ajoneuvovahinkoilmoituksen verkossa täyttäneisiin LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaisiin ja tutkimuskysymys liittyy verkkovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemukseen, on yleisempikin informaatio verkkopalvelun käytöstä hyvin tärkeää tulevan palvelumuotoilun sekä verkkoasioinnin kehittämisen kannalta. Tutkimuksessa selvitetäänkin myös ominaisuuksia, joita vakuutuksenottajat arvostavat asioidessaan vakuutusyhtiönsä verkkopalvelussa. Tutkimuskysymykseen etsitään vastauksia käytettävyyteen, käyttäjäkokemukseen, asiakaskokemukseen ja palvelumuotoiluun liittyviä teorioita sekä aiemmassa tutkimuskirjallisuudessa esitettyjä havaintoja apuna käyttäen.

1.2 Tutkimuksen aineisto

Tutkimuksen aineistona on kaksi LähiTapiola-ryhmän sisäistä asiantuntijahaastattelua sekä LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaille vuonna 2021 teettämäni haastattelut sekä kyselytutkimus. Tarkoitukseni oli kerätä kattavasti erilaista informaatiota LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaiden kokemuksista vakuutusyhtiönsä verkkopalvelussa asiointiin liittyen. Painotin haastatteluissa ja kyselyssä erityisesti ajoneuvovahinkoilmoitukseen liittyviä

kokemuksia, mutta esitin tutkimukseen osallistuneille kysymyksiä myös verkkoasioinnista yleisemmin, jotta ajoneuvovahinkoilmoituksen täytön käyttäjäkokemuksen yhteydestä asiakaskokemukseen laajemmin saatiin aineistoa.

1.2.1 Sisäiset asiantuntijahaastattelut

Haastattelu on aineistohankintamenetelmä, jossa tutkijalla on vuorovaikutteinen rooli aineiston tuottamisessa. Tutkimushaastattelussa tieto rakentuu haastattelijan ja haastateltavan välisessä vuorovaikutuksessa (Kvale 2007, s. 1). Haastattelun suunnittelu on tärkeää, sillä niitä on erilaisia riippuen sen rakenteesta ja toteutuksesta (Kvale 2007, s. 2–3, 36–37, 41). Rakenteen erilaisuus näkyy esimerkiksi siinä, että strukturoiduissa haastatteluissa kysymykset ja haastattelun kulku on usein tarkasti määritelty, avoimissa haastatteluissa taas vuorovaikutus voi muistuttaa enemmän keskustelua valitusta aiheesta (Hirsjärvi & Hurme 2008, s. 43–45). Sekä kysely että haastattelu ovat suosittuja aineistohankinnan menetelmiä esimerkiksi käytettävyytutkimuksessa (Böhm & Wolff, 2014).

Tutkimukseen osallistui kaksi vakuutusalan asiantuntijaa LähiTapiola-ryhmän sisältä. Heistä ensimmäisen työtehtäviin kuuluu verkkopalvelun kehittäminen liiketoiminnan näkökulmasta. Toisen toimenkuvaan puolestaan kuuluu etenkin verkkopalvelun korvaustoimintojen sekä niiden automaation kehittäminen. Haastateltavat vastasivat kysymyksiin anonymisti. Pidän kahden haastattelun tekoa perusteltuna siksi, että toinen haastateltavista osasi erityisesti kertoa verkkopalvelun korvaustoiminnoista ja ensimmäinen haastateltava osasi puolestaan kertoa kattavasti viime vuosina tehdyistä muutoksista verkkopalvelusta, sen roolista tällä hetkellä sekä sen tulevaisuuden kehityssuunnista. Haastateltaville esitetyt kysymykset löytyvät tämän tutkielman liitteestä 1.

Suoritin kummatkin haastattelut joulukuun 2020 aikana Microsoft Teams -sovelluksen välityksellä. Haastateltaville annettiin kysymykset ennen haastattelua viimeistä kysymystä lukuun ottamatta. Ensimmäinen haastateltavista vastasi kaikkiin kahteentoista kysymykseen, kun taas toinen vastasi yhteensä seitsemään kysymykseen, sillä koki

osaavansa vastata niihin toimenkuvansa vuoksi parhaiten. Esitetyt kysymykset löytyvät tämän tutkielman liitteestä 2. Haastattelujen kestot olivat 30 minuuttia ja 45 minuuttia. Haastattelut olivat puolistrukturoituja teemahaastatteluja. Perustelen sisäisten asiantuntijahaastattelujen tekoa sillä, että niiden avulla sain tarkemman, monipuolisemman ja yksityiskohtaisemman kuvan tutkimuskohteesta. Tämän lisäksi asiantuntijahaastatteluiden vastaukset olivat hyödyksi muiden tutkimusvaiheiden analyysivaiheessa, kun etsin vahvistusta niissä esitetyille näkemyksille.

1.2.2 Kyselytutkimus ja asiakashaastattelut

Teemahaastattelu antaa haastattelun muotona mahdollisuuden haastattelijan ja haastateltavan väliselle monipuoliselle vuorovaikutukselle (Hirsjärvi & Hurme 2008, s. 47–48). Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat valmiiksi mietittyjä ja samat kaikille haastateltaville, jotka voivat kuitenkin vastata omin sanoin (Hirsjärvi & Hurme 2008, s. 47). Haastattelun tammi-helmikuun 2021 aikana kuutta LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelussa ajoneuvovahingosta ilmoittanutta asiakasta. Haastateltavat valikoituivat sattumanvaraisesti loppuvuodesta 2020 ajoneuvovahingosta verkkopalvelussa ilmoittaneista ja korvausprosessin jo päätökseen saaneista asiakkaista. Suoritin haastattelut puhelimitse ja niissä oli sekä teemahaastattelun että puolistrukturoidun haastattelun piirteitä. En ollut toimittanut haastateltaville kysymyksiä etukäteen. Puhelimitse tehtyjen haastatteluiden ajatuksena oli saada monipuolisia vastauksia samoihin kysymyksiin ja antaa haastateltaville mahdollisuus kertoa omin sanoin kokemuksistaan asiointista vakuutusyhtiön kanssa ajoneuvovahinkoon liittyen.

Trochim (2001) mukaan kysely on aineistohankintamenetelmä, joka voidaan toteuttaa monella tavalla ja jossa samoja kysymyksiä käyttäen kysytään vastauksia tietyin kriteerein valitulta ihmisjoukolta. Kyselyn laatimiseen ja toteuttamiseen liittyy runsaasti tekijöitä, jotka vaikuttavat kyselyn luotettavuuteen sekä vastausten määrään ja hyödyllisyyteen. Esitetyt kysymykset voivat olla joko suljettuja tai avoimia riippuen vastausvaihtoehdoista. Kyselyn vastauksia voidaan analysoida usein sekä laadullisesti että määrällisesti. Kyselytutkimuksen on todettu toimivan etenkin tilanteissa, joissa

lomake on huolellisesti suunniteltu ja sillä pyritään selvittämään konkreettista ja yksiselitteistä ilmiötä (Hirsjärvi & Hurme 2008, s. 37).

Suoritin kyselytutkimuksen ajoneuvovahingosta vuoden joulukuun 2020 ja alkuvuoden 2021 aikana ilmoittaneille LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaille maaliskuussa 2021. Laadin kysymykset aiemman tutkimusteorian, asiantuntijahaastatteluiden vastausten sekä ensimmäisessä tutkimusvaiheessa suoritettujen asiakashaastatteluiden kysymysrungon pohjalta. Kyselytutkimuksen ajatuksena oli saada lukumääräisesti haastatteluja enemmän vastaajia ja siten lisää aineistoa, jota on mahdollista analysoida paitsi laadullisesti myös määrällisesti. Suurempi volyymi vastaajia ja niiden tuoma aineisto auttaa etsiessäni vastata tutkimuskysymykseeni.

Lopuksi aineistoa tutkimukseen tuo myös uusille asiakkaille teetetyt lomakehaastattelut. Uusilla asiakkailla tarkoitetaan tässä tapauksessa asiakkaita, jotka ovat ostaneet ajoneuvovakuutukset LähiTapiola Pirkanmaalta maaliskuusta huhtikuun 2021 aikana. Myös tämän tutkimusvaiheen kysymykset liittyivät käyttäjäkokemukseen verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen sekä yleisemmän verkkopalvelun käytön osalta.

1.3 Tutkimusmenetelmät

Tapaustutkimuksessa aineiston kokona on yksi, spesifi tapaus ja tarkoituksena on tutkia valittua tapausta perusteellisesti (Laine ja muut 2007, s. 9). Peruslähtökohtana on tiedon tuottaminen erityisistä aikaan ja paikkaan sidotuista olosuhteista, ilmiöistä, prosesseista ja merkityksistä (Peltola 2007, s. 111). Tapauksen määrittely ja rajaaminen sekä tutkimuskysymyksen asettelu ovat tärkeässä roolissa (Malmsten 2007, s. 57). Tapaustutkimukselle on tavallista, että tutkittavasta tapauksesta saatava tieto on yksityiskohtaista ja tapaus on tapahtumakulku tai jokin ilmiö (Laine ja muut 2007, s. 9). Siinä pyritään tutkitavan ilmiön kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen sekä selvittämään niitä olosuhteita, jotka vaikuttivat tapaukseen (Laine ja muut 2007, s. 10).

Tämä tutkimus on tapaustutkimus, jonka aiheena on LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelun käyttäjäkokemus. Tutkimuksen aineisto on empiirisesti kerätty tutkimusaineisto, jonka muodostin verkossa ajoneuvovahingosta ilmoittaneilla LähiTapiola Pirkanmaan asiakkailta teetetyillä haastatteluilla ja kyselytutkimuksella. Suorittamani kaksi LähiTapiola-ryhmän sisäistä asiantuntijahaastattelua tuovat myös aineistoa tutkimukseen. Tutkimusvaiheiden taustateoriat pohjautuvat käyttäjäkokemukseen, käytettävyyteen, asiakaskokemukseen ja palvelumuotoiluun liittyvään tutkimuskirjallisuuteen. Tämän lisäksi tutkimuksen teoriaosuudessa on huomioitu nimenomaisesti vakuutusalaan liittyviä tämän tutkimuksen kannalta olennaisia seikkoja. Aineistoa analysoidaan tutkimuksessa laadullisen tutkimuksen keinoin, mutta mukana on tuloksia analysoitaessa myös määrällistä raportointia. Tutkimuksen kulkua on havainnollistettu tarkemmin kuvioon 1.

Onnistuneessa tapaustutkimuksessa on teorian ja empirian välistä vuoropuhelua (Peltola 2007). Tapaustutkimuksessa menetelminä voidaan käyttää sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä (Laine ja muut 2007, s. 9). Useimmiten tapaustutkimuksissa ei tehdä tilastollista yleistämistä, vaan tärkeämpää on tapauksen kokonaisvaltainen ymmärtäminen (Malmsten 2007, s. 73). Joskus tosin tapaustutkimuksissakin voidaan pyrkiä analyyttiseen yleistämiseen (Laine ja muut 2007, s. 30–31). Haasteena on löytää tapoja, joilla tarttua tapausten tarjoamiin mahdollisuuksiin ja tehdä yleistyksiä ainutlaatuisuuden perusteella (Peltola 2007, s. 113). Tapaustutkimuksen perimmäinen tehtävä on tehdä tapauksesta ymmärrettävä.

Kiviniemen (2018, s. 2) mukaan tavanomaisesti laadullisessa tutkimuksessa pyrkimyksenä on tavoittaa tutkittavien näkemys tutkittavana olevasta ilmiöstä tai ymmärtää ihmisen toimintaa tietyssä ympäristössä. Laadullisessa tutkimuksessa voi katsoa olevan kyse tutkittavan ilmiön vähitellen tapahtuvasta käsitteellistämisestä, jossa aineiston merkitys teoreettisen tarkastelun jäsentäjänä korostuu. Laadullinen tutkimus sisältää usein myös määrällisestä tutkimuksesta tutut vaiheet aineiston hankinnasta analyysiin ja siitä tulosten tarkasteluun ja tutkimuksen onnistumisen arviointiin, mutta laadullinen tutkimus ei

välttämättä etene vaihe vaiheelta tasaisesti, vaan esimerkiksi tutkimusasetelmaa ja aineistonkeruuta koskevat ratkaisut voivat kehittyä vähitellen.

Analyysivaiheessa analysoin kyselytutkimuksen vastaukset avoimien kysymysten osalta laadullisesti ja suljettujen kysymysten osalta määrällisesti. Haastatteluiden vastaukset analysoin laadullisesti. Laadullinen analysointi tehdään sisällönanalyysin avulla. Sisällönanalyysi on dokumentin sisällön kuvausta sanallisesti (Tuomi & Sarajärvi 2018, s. 88). Tuomen ja Sarajärven (2018, s. 91-93) mukaan sisällönanalyysille on menetelmänä tyypillistä, että se pyrkii luomaan jostain tietystä ilmiöstä kuvauksen, joka on tiivistetty ja yleinen esimerkiksi siten, että tutkimusaineistosta erotetaan samankaltaisuudet ja eroavaisuudet tai sitten aineisto luokitellaan muuten, ja sen avulla pyritään luomaan hajanaisesta aineistosta selkeämpi kokonaisuus, jotta tulkinta ja johtopäätösten teko on mahdollista.

Lomakehaastattelussa edetään lomakkeen kysymysten mukaan, ja kysymysten ja väitteiden muoto ja esittämismuoto on täysin määrätty (Hirsjärvi & Hurme 2008, s. 44). Lomakehaastattelu sopii hyvin esimerkiksi tutkimuksiin, joissa halutaan testata muodollisia hypoteeseja, kun kerätty aineisto halutaan helposti ja mielekkäästi kvantifioida, kun halutaan kerätä faktatietoa ja on etukäteen tiedossa, millaista tietoa haastateltavat voivat antaa ja kun testataan aiempien kvalitatiivisten tulosten yleistettävyyttä (Hirsjärvi & Hurme 2008, s. 45).

Lopuksi suoritin neljälle LähiTapiola Pirkanmaan uudelle asiakkaalle huhti-toukokuussa 2021 sähköiset lomakehaastattelut, joita ennen he olivat saamansa tehtävänannon mukaisesti harjoitelleet ajoneuvovahinkoilmoituksen tekoa LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelussa. Lomakkeella kysytyt kysymykset olivat hyvin samankaltaisia verrattaessa kahteen aiempaan tutkimusvaiheeseen. Haastattelujen tuoman aineiston analyysissa hyödynsin samoja menetelmiä kuin puhelinhaastatteluissa ja kyselytutkimuksessa. Vaikka haastateltavat eivät ole osa aiemmin mainittua tutkimuksen kohderyhmää, pidin tutkimusvaihetta perusteltuna ja tarpeellisena, jotta palvelun

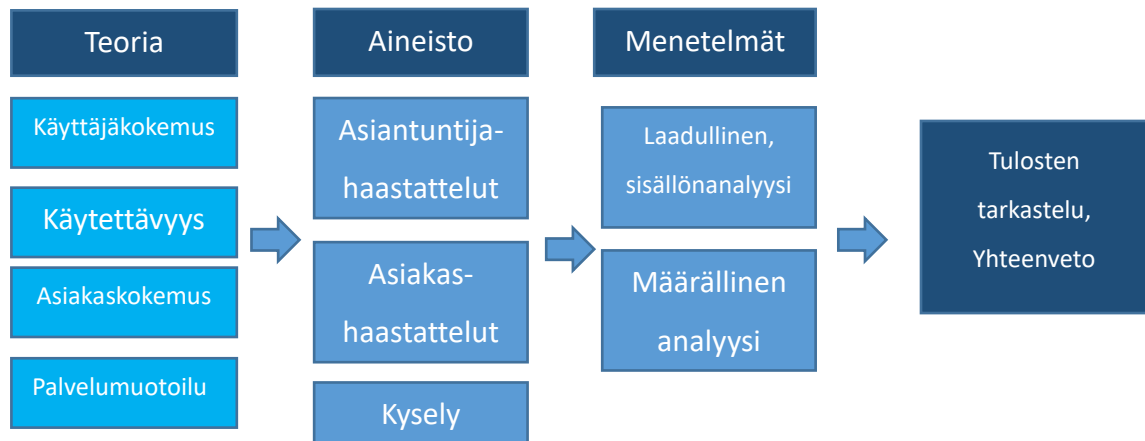
käyttäjäkokemuksesta muodostuisi mahdollisimman monipuolista aineistoa. Tutkimusvaiheen ajatuksena oli saada informaatiota uusien asiakkaiden valmiudesta ja halukkuudesta ilmoittaa ajoneuvovahingon satuttua vahinkotapahtumasta verkossa. Vaiheen tulokset olivat myös hyödyksi arvioitaessa aiempien tulosten yleistettävyyttä.

Hyödynnän analyysissani erilaisia taulukoita ja kuvioita, joiden avulla esitän tutkimustuloksia. Analyysini perustuu siihen, että haastatteluiden ja kyselytutkimuksen varsinaisten tutkimustulosten esittämisen ja läpikäynnin jälkeen esittelen keskeiset löydökset sekä ajoneuvovahinkoilmoittamisen että yleisemmän verkkopalvelun käytön osalta. Koen, että tämän jälkeen LähiTapiolan henkilöasiakkaan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemuksesta on piirtynyt selkeä ja ymmärrettävä kuva, josta tekemäni erilaiset johtopäätökset ovat perusteltuja.

Ajoneuvon vakuutukset on mahdollista jakaa kahteen eri tyyppiin, jotka ovat liikennevakuutus ja autovakuutus. Liikennevakuutuksen turva määräytyy käytännössä liikennevakuutuslain ja liikennetapaturmalaisissa määritellyn mukaan (Rantala & Kivisaari 2020, s. 446–447), kun taas ajoneuvon oma autovakuutus on saatavilla hyvin eri laajuisella turvan tasolla, joka vaikuttaa vakuutuksen korvattavuuteen. Rantalan ja Kivisaaren (2020, s. 517) mukaan autovakuutus täydentää vapaaehtoisena vakuutuslajina lakisääteistä liikennevakuutusta. Sekä liikenne-, että autovakuutusvahinkoja on monenlaisia ja etenkin laajimmista autovakuutuksista korvataan määrällisesti hyvin paljon erilaisia vahinkoja.

Tutkimukseen osallistujia ei ole eritelty heidän ilmoittamiensa vahinkojen vahinkotyyppien perusteella, vaan ajoneuvovahinkoilmoitukset nähdään tässä tutkimuksessa yhtenä kokonaisuutena. LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelussa ajoneuvovahingosta ilmoitetaan samalla lomakkeella, joskin lomakkeen kysymykset mukautuvat valitun vahinkotyyppin mukaan. Keskityn tutkimuksessani käyttäjäkokemukseen, joten en nähnyt tarpeelliseksi tehdä perustavaa jaottelua esimerkiksi liikennevahinkoilmoitusten ja autovahinkoilmoitusten välillä, vaan keskittyä sen sijaan lomakkeen käyttäjäkokemukseen ja käytettävyyteen kokonaisuutena. Haastatteluissa ja kyselytutkimuksessa esittämäni

kysymykset liittyvät sekä käytettävyyteen että käyttäjäkokemukseen ajoneuvovahinkoilmoituksen täyttämisen osalta ja käyttäjäkokemukseen ja asiakaskokemukseen yleisemmän verkkopalvelun käytön osalta.



Kuvio 1. Tutkimuksen kulku.

2 Käyttäjäkokemus, käytettävyys ja asiakaskokemus

Tässä kappaleessa esittelen käyttäjäkokemuksen, käytettävyyden ja asiakaskokemuksen käsitteet. Laineen (2018) mukaan tutkittaessa ihmisen kokemuksia on tärkeää muistaa, että kokemukset rakentuvat olennaisesti merkityksistä. Siten tutkittaessa kokemuksia tutkitaan merkityssisältöä ja sen rakennetta. Kokemuksissamme on usein myös yksilöllisiä elementtejä, joita ei ole helppo ilmaista toisille ja monissa tapauksissa yksilölliset erot ovat tärkeä tutkimustulos. Jokainen yksilö on erilainen. Toisaalta yleensä, kuten tässäkin tutkimuksessa, on olemassa yleisempi tutkimusintressi, jossa halutaan eroavaisuuksien etsimisen lisäksi selvittää, onko tutkittavien kokemuksissa myös jotain yhteistä. Yhteisten piirteiden etsiminen ei ole sama asia kuin yleistäminen. Tutkimus on usein onnistunut, jos se auttaa meitä näkemään kohteena olleen ilmiön aikaisempaa selvemmin ja monipuolisemmin.

2.1 Käyttäjäkokemus

Käyttäjäkokemuksen voidaan määritellä sisältävän kaikki käyttäjän kokemuksen näkökohdat, toiminnot, tuntemukset, huomiot ja aistien muodostamiset oltaessa tekemisissä teknisen laitteen tai palvelun kanssa (Stewart 2015, s. 1; Sauer ja muut 2020, s. 4). Käyttäjäkokemus on käsitteenä määritelty ihmisen käsityksiksi ja vastauksiksi, jotka johtuvat tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytöstä tai ennakoidusta käytöstä (Sauer ja muut, 2020, s. 4). Se on käsitteenä usein tärkeässä roolissa järjestelmien, teknisten tuotteiden ja palveluiden kehityksessä (Tullis & Albert 2013, s. 14).

Käyttäjäkokemus on seurausta interaktiivisen järjestelmän esityksestä, toiminnallisuudesta, järjestelmän suorituskyvystä, vuorovaikutteisesta käyttäytymisestä ja avustavista ominaisuuksista (Stewart 2015, s. 1; ISO-standardi 2017). Se sisältää kaikki tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytettävyyden ja toivottavuuden näkökohdat käyttäjän näkökulmasta (Stewart 2015, s. 1; ISO-standardi 2017), joten käyttäjäkokemus vastaa laajemmin kysymyksiin laitteen tai palvelun hyödyllisyydestä sekä uskottavuudesta verrattaessa käytettävyyteen (Stewart 2015, s. 1), joka perehtyy sen sijaan tarkemmin jonkin teknisen

laitteen tai palvelun helppokäyttöisyyteen. Joissain tapauksissa käyttäjäkokemusta onkin käsitteenä ymmärretty ja käytetty käytettävyyden laajenuksena, sillä sen näkökohdat tehokkuuteen, vaikuttavuuteen ja tyytyväisyyteen sekä niiden käyttäjässä aikaan saamiin tunteisiin liittyen eivät kuulu alkuperäisen käytettävyyden tutkimisen piiriin (Sauer ja muut, 2020, s. 4).

Käyttäjäkokemukseen liittyy käyttötilanne, jossa on olemassa käyttäjä, joka on vuorovaikutuksessa järjestelmän, laitteen tai tuotteen kanssa ja tuosta vuorovaikutuksesta syntyy kokemus, joka on havaittavissa tai mitattavissa (Tullis & Albert 2013, s. 4). Viime vuosina on ilmestynyt tutkimuskirjallisuutta liittyen käyttäjäkokemusta parantaviin suunnittelu-menetelmiin, jotka perustuvat mittaukseen (Tullis & Albert 2013; Law ja muut 2014), erilaiseen datan keräämiseen (Isomursu ja muut, 2007) sekä työkaluihin, kuten käyttäjä-polun kartoitus (customer journey mapping), jossa hahmotetaan odotettu käyttäjäpolku, selvitetään testikäyttäjien avulla todellinen käyttäjäpolku ja verrataan niitä toisiinsa (Samson ja muut, 2017).

Asiakas odottaa vakuutusyhtiön verkkopalvelulta helppokäyttöisyyttä sekä selkeää ja ymmärrettävää informaatiota eri vaihtoehtojen kattavuudesta ja niiden riskeistä (Kucheriavy, 2019). Lisäksi asiakkaat saattavat tarvita erilaista neuvontaa, mikäli he toteavat kipaavansa apua ja ohjausta ennen päätöksentekoa (Kucheriavy, 2019). Yksi käyttäjäkokemuksen avulla tehtävän tuotekehityksen perusajatus on, että ihmisen tarpeiden ja heidän kokemustensa tulisi sanella tuotekehityskäytännöt (Bacha, 2018).

Tuotteiden ja palveluiden monimutkaistuessa erilaiset käyttäjäkokemukset ovat yhä suu-rempi osa elämäämme ja teknologioiden kehittymisen ja yleistymisen myötä niitä käyt-tää yhä monipuolisempia käyttäjäryhmiä. Tämä kehitys ei tarkoita, että eri teknologioita olisi automaattisesti helpompi käyttää (Tullis & Albert 2013, s. 6). Tämän vuoksi tarvitaan käyttäjäkokemuksen suunnittelua ja arviointia tuotteiden kehityksessä. Käyttäjäkokemuksen tavoitteena on parantaa asiakastytytyväisyyttä ja -uskollisuutta esimerkiksi hyö-dyllisyyden ja helppokäyttöisyyden kautta oltaessa vuorovaikutuksessa tuotteen kanssa

(Kujala ja muut 2011, s. 1). Sekä hyvät että huonot kokemukset ovat tärkeitä, kunhan niitä on mahdollista ymmärtää omassa kontekstissaan, koska ne auttavat välttämään saman virheen tekemistä ja toisaalta ennakoimaan, mikä voisi toimia kyseisessä kontekstissa (Bacha 2018, s. 6).

Käyttäjäkokemuksen kehittämisessä on useita huomioon otettavia seikkoja. Jos päätehtään esimerkiksi mitata jotain toimintoa, on tärkeää suunnitella huolellisesti ennen tutkimuksen tekoa, mitä varsinaisesti mitataan ja mitä halutaan selville (Tullis & Albert, 2013). Käyttäjäkokemusta tutkineille tutkijoille suoritetussa kyselyssä (Law ja muut, 2014) havaittiin, että käyttäjäkokemuksen mittaamista voidaan kehittää vielä paljon. Kyselyssä löydettiin tietty kaksijakoisuus sen suhteen, että toisaalta kokemukset vaativat tutkimuskohteena laadullista tarkastelua mutta toisaalta mittaamalla määrällisesti saadaan myös tärkeää tietoa. Olennaisena pidettiin, että mittausta käytettäessä ymmärrettään mittari, se mitä se tarkoittaa ja mitä sillä juuri kyseisessä tutkimuksessa pyritään saamaan selville. Myös kustannustehokkuus mainittiin tärkeänä tekijänä sekä ongelmaksi, että kokemusta on vaikea mitata kokonaisuutena, sillä useimmilla käyttäjäkokemuksen osa-alueilla löytyy mitattavien tekijöiden lisäksi tekijöitä, kuten tiettyjä tunteita, joita asiantuntijoiden mukaan ei ole mahdollista mitata luotettavasti.

Lyhytaikaisemman käyttäjäkokemuksen ja niin kutsutun ensivaikutelman lisäksi käyttäjäkokemusta on onnistuttu mittamaan ja tutkimaan myös pidemmän aikavälin osalta (Kujala ja muut, 2011). Joskus on tarpeen keskittyä myös pitkäaikaisempaan käyttäjäkokemukseen, sillä tarvitsemme tietoa myös siitä, kuinka käyttäjän kokemus ja suhde tuotteeseen kehittyy ajan myötä varhaisesta oppimisesta ja innostuksesta osaksi jokapäiväistä elämää (Kujala ja muut, 2011, s. 2). Tämä pitkäaikainen käyttäjäkokemus saa ihmiset jatkamaan tuotteen käyttöä ja suositlemaan sitä myös muille (Kujala ja muut, 2011, s. 2). Tässä tutkimuksessa etenkin uusilla asiakkailla teetettävät lomakehaastattelut liittyvät enemmän lyhytaikaisempaan käyttäjäkokemukseen, kun taas muiden tutkimusvaiheiden puhelinhaastattelut ja kyselytutkimus saattoivat liittyä myös pitkäaikaisempaan

käyttäjäkokemukseen, jos asiakas oli käyttänyt verkkopalvelua ja mahdollisesti myös korvaustenhakuun liittyviä toimintoja jo aiemmin.

Kujala ja muut (2011) tutkivat pitkäaikaista käyttäjäkokemusta siten, että tutkittavia pyydettiin ilmaisemaan kokemansa valitseman tuotteen käytöstä useamman kuukauden ajalta piirtämällä käyriä eri käyttäjäkokemuksen osa-alueista ja kuvailemalla syyt muutoksille, kun käyrä lähti ylös- tai alaspäin (Kujala ja muut, 2011, s. 3–4). Pitkäaikaisen käyttäjäkokemuksen voi katsoa liittyvän myös tähän tutkimukseen, sillä monet osallistujat olivat käyttäneet verkkopalvelua jo aiemmin ja mahdollisesti hyvinkin pitkän ajan. Positiivinen tai negatiivinen aiempi käyttäjäkokemus vakuutusyhtiön verkkopalvelussa voi vaikuttaa mieltymyksiin asiointikanavan valinnassa tulevilla vakuutustapahtumissa.

2.2 Käytettävyys

Käytettävyys on alkujaan 1980-luvulla käsitteenä hahmotettu etenkin käyttäjäystävällisyyden sekä helppokäyttöisyyden kautta (Sauer ja muut, 2020, s. 2). Sittemmin käsitteelle on annettu useampia määritelmiä, joissa on otettu laajemmin huomioon erilaisia näkökulmia, esimerkiksi tuotekeskeinen näkökulma, jossa käytettävyyttä voidaan kuvata tuotteen ominaisuuksilla, käyttäjälähtöinen näkökulma, jossa painotetaan käyttäjän ponnistuksia tuotteiden käytössä ja heidän asennettaan tuotteeseen, suorituskyykyyn suuntautunut näkökulma, jossa korostuu käyttäjän ja tuotteen välinen vuorovaikutus sekä kontekstiorientoitu näkökulma, jossa huomioidaan käyttäjien ja suoritettavien tehtävien lisäksi ympäristö (Sauer ja muut, 2020, s. 2). Tämän tutkimuksen voi katsoa keskittyvän käyttäjälähtöiseen näkökulmaan.

Kansainvälinen ISO-standardi (2010) määrittelee käytettävyyden olevan ”missä määrin järjestelmää, tuotetta tai palvelua voidaan tiettyjen käyttäjien toimesta käyttää tiettyjen tavoitteiden saavuttamiseen tietyssä määritellyssä kontekstissa käyttäjäytyytyväisesti, vaikuttavasti ja tehokkaasti”. Muissa käytettävyyden määritelmissä on lisäksi nostettu esiin esimerkiksi käytön miellyttävyyttä, virheiden määrää, opittavuutta sekä muistettavuutta (Nielsen, 1993, s. 25–26). Tämän lisäksi käytettävyys voidaan jakaa

summatiiviseen käytettävyyteen ja muodolliseen käytettävyyteen, joissa kummassakin on yhtäläisyyksiä, mutta ratkaisevat erot ovat, että summatiivisessä käytettävyydessä käytettävyyden mittaamisen painopiste on mittareissa, jotka liittyvät varsinaisen tehtävän ja tuotetavoitteiden saavuttamiseen, kun taas muodollisessa käytettävyydessä painotetaan käytettävyyssongelmien havaitsemista ja toimenpiteiden suunnittelua niiden vaikutusten vähentämiseksi tai poistamiseksi kokonaan (Lewis 2014, s. 3). Tähän tutkielmaan liittyy kumpikin, mutta summatiivisen käytettävyys korostuu erityisesti.

Vaikka käytettävyydelle ei ole tieteenalalla löydetty kaikkia miellyttävää määritelmää, on runsaan tutkimuskirjallisuuden ansiosta käsitteelle mahdollista muodostaa edelläkin kerrotut tunnuspiirteet, minkä lisäksi käsitteeseen liittyviä näkökulmia voidaan painottaa oman tutkimuksen kontekstiin sopivaksi. En keskity tässä tutkimuksessa tarkemmin käytettävyyden ja käyttäjäkokemusten käsitteiden väliseen suhteeseen, vaan pyrin selvittämään LähiTapiola Pirkanmaan henkilöasiakkaiden verkkopalvelun käyttäjäkokemusta siitä lähtökohdasta, että käytettävyys liittyy siihen olennaisesti, etenkin selvitettäessä käyttäjän näkökulmasta palvelun helppokäyttöisyyttä. Olen hyödyntänyt käytettävyyttä käsitteenä taustateoriana etenkin siten, että haastatteluiden ja kyselyn kysymykset auttaisivat osallistujia havaitsemaan ja kuvaamaan LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen käytön helppoutta tai sitten sen vaikeutta.

Käytettävyyttä on mahdollista arvioida erilaisilla malleilla ja työkaluilla. Yksi tunnettu tapa arvioida käytettävyyttä on Nielsenin luomat kymmenen heuristiikkaa (Nielsen 1993, s. 19), jotka on luotu sillä ajatuksella, että satojen tai jopa tuhannen eri asian ja säännön huomioon ottamisen sijaan on usein järkevämpää suorittaa arviointi keskittymällä kymmeneen perusasioihin keskittyvään heuristiikkaan. Näitä periaatteita voidaan käyttää selittämään hyvin suuri osa käyttöliittymäsuunnittelussa havaituista ongelmista. Nielsenin (1993) heuristiikat on koottu tämän tutkimuksen taulukkoon 1. Heuristiikkojen pohjalta on luotu tutkimusvaiheen asiakashaastatteluiden ja kyselyn niitä kysymyksiä, jotka koskevat LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen käytettävyyttä.

Taulukko 1. Käytettävyyden heuristinen arviointi (Nielsen 1993, s. 20).

Heuristiikka	Selite
Yksinkertainen ja luonnollinen vuoropuhelu	Merkityksettömän informaation välttäminen vuoropuhelussa on tärkeää. Tiedot on esitettävä loogisessa ja luonnollisessa järjestyksessä.
Ymmärrettävän kielen käyttö	On tärkeää käyttää käyttäjälle tuttuja sanoja ja termejä siten, että käytetty kieli on selkeää.
Käyttäjän muistikuorman minimointi	Käyttäjän ei voi vaatia muistavan vuoropuhelua osasta toiseen. Myös käyttö- ja toimintaohjeet pitäisi olla helposti löydettävissä.
Johdonmukaisuus	Esimerkiksi samoja sanoja ei pidä käyttää eri merkityksissä, eikä merkitys saa vaihdella tilanteesta ja toiminnosta toiseen.
Palautteen antaminen	Järjestelmän tulee antaa palautetta käyttäjälle, esimerkiksi kertomalla mikä vaihe on menossa ja mikä toiminto on suoritettu.
Järjestelmästä poistumisen mahdollisuus	Käyttäjät tarvitsevat usein selkeästi merkityn ”hätäuloskäynnin”, jota haluavat käyttää laajemman vuoropuhelun välttämiseksi.
Pikanäppäimet	Etenkin tottuneet käyttäjät arvostavat nopeaa ja tehokasta etenemistä, parhaimmillaan hyödyttävät myös aloittelijoita.
Hyvät virheilmoitukset	Järjestelmän on ilmoitettava käyttäjälle selkeästi, kun virhe tapahtuu. Tapahtuneen virheen lisäksi on kerrottava ratkaisu.
Virheiden ehkäisy	Toimivia virheilmoituksia parempi on ehkäistä virheitä kokonaan mahdollisuuksien mukaan.
Toimivat ohjeet	Apu on usein tarpeen järjestelmien käytössä, ohjeet tulisi olla helposti käytettävissä ja niiden pitäisi olla käyttäjälähtöisiä.

Shieh (2012, s. 2–3) on todennut, että käytettävyyteen voi katsoa olennaisesti liittyvän myös löydettävyyden käsite. Emme voi käyttää jotain, mitä emme ensin onnistu löytämään. Löydettävyyden voi määritellä käyttäjien kykynä tunnistaa sopiva tai oikea verkkosivusto ja navigoida tuon sivuston sivuilla asiaankuuluvan tiedon hakemiseksi ja

löytämiseksi. Löydettävyyttä liittyy paikannettavuuden tai navigoitavuuden laatuun. On arvioitavissa, missä määrin tietty kohde verkkosivustolla on tai ei ole helppo löytää. On myös analysoitavissa, kuinka hyvin verkkosivusto tukee navigointia ja hakua. Löydettävyyttä voidaan arvioida esimerkiksi käytettävyytestauksella.

2.3 Asiakaskokemus

Asiakaskokemuksen voi käsitteenä määritellä mielikuvana ja tunteena, joka asiakkaalle muodostuu kaikista kohtaamisista yrityksen kanavien ja palvelujen kanssa (Ahvenainen ja muut 2017, s. 9). Verkkoasiointin yleistyttyä asiakas valitsee yhä useammin tahon, joka tarjoaa parasta asiakaskokemusta juuri hänelle sopivana ajankohtana ja sopivassa paikassa tai kanavassa. Tutkiessaan vakuutusyhtiöiden verkkosivuja Wang & Lu (2014) havaitsivat, että vakuutusallalla tuotteen monimutkaisuus, johon yhtiö pystyy vaikuttamaan järjestelmän ja informaation laadulla, sekä asiakkaan kokema luottamus ovat tärkeitä tekijöitä vakuutuksia ostettaessa. Toisaalta myös yritysten välineet tarjota parempia asiakaskokemuksia ovat kasvaneet digitalisaation myötä (Ahvenainen ja muut 2017, s. 11). Tutkimuksissa on aiemmin selvitetty, että moni kuluttaja on joskus lopettanut asiakkuuden oltuaan pettynyt asiakaskokemukseen ja yhtä lailla moni olisi valmis maksamaan enemmän palvelusta, jos asiakaskokemus olisi parempi (Ahvenainen ja muut 2017, s. 15).

Koivisto ja muut (2019, s 22–23, 25) ovat todenneet, että asiakkaat odottavat nykyisin, että heidän käyttämänsä palvelu tuottaa heille lisäarvoa ja hyötyä. He arvostavat palveluratkaisuja, jotka osaavat täyttää tai jopa ennakoida heidän tarpeensa. Positiivisten asiakaskokemusten tarjoaminen näkyy sekä yrityksen tuottojen kasvuna että kustannussäästöinä. Negatiivinen asiakaskokemus näkyy puolestaan pahimmillaan asiakaskatona. Asiakkaat odottavat myös, että palvelut ovat ominaisuuksiltaan ymmärrettäviä, helppokäyttöisiä ja helposti saatavilla.

Kokemuksen merkitys palvelujen kuluttamisessa on myös kasvanut ylipäättään siksi, että lopputulokset eivät kovin usein erotu toisistaan merkittävästi (Koivisto ja muut 2019, s.

23). Viimeisen huomion voi katsoa koskettavan myös tämän tutkimuksen aihetta, sillä myös vakuutusyhtiöiden verkkopalveluissa ei varmasti ole perustoiminnoiltaan erityisen suuria eroja. Jos vaikkapa uudelle paikkakunnalle muuttanut opiskelija haluaa ostaa verkosta kotivakuutuksen, löytää hän varmasti useamman vakuutusyhtiön verkkopalvelun, jossa tämä on mahdollista. Nuo palvelut tarjoavat hänelle saman lopputuloksen, mutta toisaalta hyvin erilaisen kokemuksen, jossa hän saattaa arvostaa esimerkiksi sitä, että valitun sopimuksen avaintiedot ja turvan kattavuus on kerrottu ymmärrettävästi, että ostaminen tapahtuu sujuvasti ja hän saa ostovahvistuksen, jossa on kerrottu selkeästi, mitä hän on ostanut ja mistä hän voi halutessaan vakuutus sopimuksensa sisältöä tarkastella. Tämä pätee osittain myös vahinkoilmoituksen tekoon, joka on tarkemmin tämän tutkimuksen aiheena.

Fileniuksen (2015, s. 15–16) mukaan asiakaskokemus on aina yksilöllinen. Asiakas tulkitsee tilannetta omasta näkökulmastaan, ja on todettu, että tähän näkökulmaan vaikuttaa ainakin asiakkaan osaaminen, hintatietoisuus ja asenne. Osaamisen merkitys korostuu digitaalisissa palveluissa, sillä niissä on usein tarpeen hyödyntää jotain teknistä laitetta. Yksilöllisyyden lisäksi asiakaskokemus ja sen rakentuminen on tilannekohtaista. Tunnetila ja sen aikaan saama kokemus vaihtelevat toimenpiteen kiireellisyyden ja tärkeyden mukaan. On tavallista, että asiakas asioi yrityksen kanssa useammassa kanavassa asiakkuuden elinkaaren aikana. Tämän voi katsoa pätevän myös vakuutusyhtiöihin, sillä vakuutuksenottajat tarvitsevat usein asiakaspalvelun ja henkilökohtaisen turvankartoituksen lisäksi esimerkiksi verkkopalvelua sekä korvauspalveluita. Siten he asioivat asiakkuutensa aikana eri kanavien kanssa. Yrityksen näkökulmasta hyvän asiakaskokemuksen luomista asiakkaalle voi jo yhdessä kanavassa voi pitää haasteellisena, ja tehtävä vain vaikeutuu, kun pitää hallita useampi kanava, joskus vieläpä yhtä aikaa (Filenius 2015, s. 17).

Filenius (2015, s. 19) on todennut, että digitaalinen asiakaskokemus syntyy, kun käyttäjä hyödyntää suorittaakseen halutun operaation tai osan siitä mitä tahansa päätelaitetta, johon on tuotettu digitaalisesti palvelu. Verkkopalvelun käytettävyys, prosesseja tukeva järjestelmä, asiakkaan tarpeiden ymmärrys sekä prosessien kehitys yhä paremmaksi

asiakastarpeen toteuttamiseksi ovat tekijöitä onnistuneen digitaalisen asiakaskokemuksen taustalla. Käytettiin sitten käytettävyyden, käyttökokemuksen, asiakaskokemuksen tai digitaalisen asiakaskokemuksen käsitettä, kaikista oleellisinta on ymmärtää, miten asiakkaan kokemus muodostuu mahdollisimman hyväksi.

3 Vakuutusyhtiön palvelumuotoilu

Vakuutusyhtiöiden perustamisesta, järjestysmuodosta ja toiminnan peruslinjoista säädetään vakuutusyhtiölaissa (VYL 521 /2008). Rantala ja Kivisaari (2020, s. 75) ovat todenneet, että vakuutus on aina sopimus, jossa määritellään yksityiskohtaisesti sekä vakuutuksenottajan että vakuutuksenantajan oikeudet ja velvollisuudet. Esimerkki näistä on se, minkälainen riski kuuluu vakuutuksen piiriin ja miten korvaus määritellään. Lakisääteisissä vakuutuksissa, kuten liikennevakuutuksessa, määrittelevä oikeussuhde perustuu myös lakiin. Nykyisin vakuutustoiminnan haasteena on luoda kuluttajille mahdollisimman selkeä kuva siitä, millaisten riskien osalta nämä voivat turvautua yhteiskunnan tarjoamaan turvaverkkoon ja millaisissa tilanteissa taas oma varautuminen on tärkeää (Rantala & Kivisaari 2020, s. 105).

Vakuutuspalvelut mielletään kuluttajien taholta usein monimutkaisiksi palveluiksi. Puustisen ja muiden (2007, s. 107) mukaan sähköiset vakuutuspalvelut edellyttävät toimiakseen hyvin suunnitellun palveluympäristön, jossa on otettu huomioon kuluttajien vakuutusasiointiin liittyvät tarpeet sekä heidän kykynsä toimia kyseisessä palveluympäristössä. Vakuutuskorvauksen hakeminen on vakuutuspalvelujen olennainen toiminto. Korvauksen hakeminen edellyttää useimmiten vakuutuksenottajalta vahinkoilmoituksen tekoa vakuutusyhtiöön. Joskus voidaan vaatia myös muita toimenpiteitä, pyydetään esimerkiksi lisätietoja tai kuitteja kuluista.

Puustinen ja muut (2007, s. 108, 110) toteavat, että vakuutuspalvelu voidaan jakaa neljään vaiheeseen, jotka ovat tarve, hankinta, omistusvaihe sekä luopuminen. Tarvevaiheessa asiakas ymmärtää ja osaa tarkentaa, millaista palvelua hän tarvitsee. Hankintavaiheessa hän vertailee eri vaihtoehtoja ja lopulta sopivimman löydettyään ostaa palvelun. Omistusvaiheessa asiakas tarkkailee palvelun sisältöä, ja luopumisvaiheessa hän lopettaa palvelun käytön ja mahdollisesti korvaa tarpeensa jollain muulla palvelulla. Vakuutuspalveluille on tyypillistä, että niitä ei tarvita kovin usein sopimuskauden aikana. Muutoksen teko vakuutusturvaan tai lisäturvan hankkiminen ostamalla lisää vakuutuksia ovat esimerkkejä muutoksista, joita vakuutuksenottaja voi vakuutussopimuksen

voimassaolon aikana tehdä. Irtisanoessaan vakuutussopimuksensa asiakas luopuu vakuutuspalvelusta. Yleisiä syitä irtisanoa vakuutus ovat korkea hinta, halu keskittää vakuutukset yhteen yhtiöön sekä negatiiviset palvelukokemukset.

Finanssiala ry:n (2020) teettämässä tutkimuksessa havaittiin, että selvä enemmistö vuoden sisällä tutkimuksen teosta korvausta hakeneista vakuutusasiakkaista kertoi, että korvaus vahingosta oli ehtojen mukainen ja vastasi sattunutta vahinkoa. Asiakkaat kokivat myös saaneensa vahinkotilanteessa vakuutusyhtiöltään hyvää palvelua. Myös korvaushakemukset koettiin käsitellyn viivytyksettä. Verko- ja mobiilipalveluissa koettiin tapahtuneen eniten parannusta edellisen kahden vuoden aikana. Internet havaittiin tyypillisimmäksi kanavaksi asioida vakuutusyhtiön kanssa.

Lisäksi aiemmin on todettu, että vakuutuksenottajat pitävät tärkeänä sitä, että he saavat vahinkovakuutusyhtiöltään sujuvaa korvauspalvelua (Koivisto 2017, s. 102). Vaikka perinteisellä asioinnilla esimerkiksi konttorilla on yhä roolinsa, digitalisaatio on vaikuttanut suuresti vakuutusyhtiöiden palvelu- ja asiointikanaviin viime vuosina (Kurki 2016, s. 42–46). Tämän lisäksi Kurki (2016, s. 45) on havainnut, että vaikka myös myynti verkossa kasvaa tasaisesti, digitalisaation vaikutus vakuutusalaalla on ollut suurta nimenomaan korvauspalveluissa. Sähköisen korvauspalvelun käyttö verkossa on yleisempää verrattaessa vakuutuksien myyntiin.

3.1 Palvelumuotoilu

Koiviston ja muiden (2019, s. 32, 35, 48) mukaan palvelumuotoilu on ihmislähtöistä palveluinnovointia, joka on kokonaisvaltaista systeemien sekä ajassa tapahtuvien kokemusten ja prosessien kehittämistä. Se on erikoistunut palvelujen, asiakas- ja työntekijäkokemusten sekä palveluliiketoiminnan kehittämiseen. Palvelumuotoilun keskeinen tavoite on palvelun käyttäjälähtöinen kehittäminen ottamalla huomioon sekä asiakkaan tarpeet että palveluntarjoajan liiketoiminnalliset tavoitteet. Sillä halutaan edistää palvelujen käytön ja kuluttamisen sujuvuutta, helppoutta ja vaivattomuutta mutta myös

elämyksellisyyttä sekä lisäksi palveluntarjoajan näkökulmasta niiden taloudellista kannattavuutta tai muutoin toiminnan vaikuttavuutta.

Palvelumuotoilu on noussut keskeiseksi palvelukehittämisen lähestymistavaksi niin Suomessa kuin maailmalla (Koivisto ja muut 2019, s. 16). Asiakaskokemuksen merkityksen kasvaminen ja asiakaslähtöisyyden lisääminen yksinä yritysten strategisina kilpailukeinoina sekä palveluluiden yhä kasvava rooli maailmantaloudessa ovat merkittäviä tekijöitä, jotka ovat vaikuttaneet palvelumuotoilun kasvaneeseen kysyntään viime vuosina (Koivisto ja muut 2019, s. 21). Suuri ero verrattaessa perinteiseen kehittämistoimintaan on palvelumuotoilun vahva asiakaslähtöisyys (Koivisto ja muut 2019, s. 48). Palvelumuotoilussa korostuu palvelupolku eli käyttäjän läpikäymä prosessi palvelua käytettäessä, prosessin yksittäiset vaiheet sekä vuorovaikutus esineiden, laitteiden, tilojen ja ihmisten kanssa. Kontaktipisteet palvelupolulla muodostavat asiakaskokemuksen. Kehittämisen kohde voi olla esimerkiksi palvelu verkkopalvelussa, asiakaspalvelu palvelupisteellä tai kokonainen asiakkuuden elinkaari asiakkaaksi liittymisestä asiakkuuden päättymiseen. (Koivisto ja muut 2019, s. 35)

Palvelumuotoiluprosessissa on tarkoitus tunnistaa arvonluontimahdollisuuksia ymmärtämällä asiakas- ja käyttäjätarpeita sekä luoda arvolupauksia parantaa palvelun laatua erilaisten asiakas- ja käyttäjätarpeisiin sekä palveluntarjoajan asettamien reunaehtojen sisään mahtuvien luovien ratkaisujen avulla. Olennaista on oikean ongelman löytäminen ja siihen parhaan mahdollisen ratkaisun kehittäminen (Koivisto ja muut 2019, s. 36).

Polaine ja muut (2013, s. 18–19) ovat aiemmin todenneet, että esimerkiksi teknologioiden ja ihmisten järkevän yhteistyön avulla voidaan yksinkertaistaa monimutkaisia palveluja ja tehdä niistä vaikuttavampia asiakkaalle. Luomalla muotoiluun joustavuutta tarjottut palvelut sopeutuvat muutoksiin paremmin ja hyödyttävät sekä asiakasta että palveluntarjoajaa pidempään. Polainen ja muiden (2013, s. 18–19) mukaan kokemusten tutkiminen ja niistä saatujen tulosten avulla tehtävä palvelujen kehittäminen kuulostaa

usein helpommalta kuin onkaan. Monet suuretkin organisaatiot ovat kohdanneet ja tulevat kohtaamaan haasteita tässä.

Vakuutusalaan liittyvässä tapaustutkimuksessa kohteena oli norjalainen vakuutusyhtiö. Tutkimuksessa havaittiin (Polaine ja muut, 2013), että palvelumuotoiluun liittyy niin pienet yksityiskohdat kuin koko yhtiön liiketoimintastrategia. Kuluttajan näkökulmasta havaittiin esimerkiksi, että luottamus vakuutusyhtiötä kohtaan on tärkeää. Yhtiön näkökulmasta havaittiin, että esimerkiksi palvelukanavia on hyvä käyttää johdonmukaisesti. Jos asiakas laittaa sähköpostia, hänelle on myös hyvä vastata sähköpostitse. Lisäksi havaittiin, että tietojärjestelmät ovat keskeisessä roolissa, ymmärrettävän kielen käyttö palvelutilanteissa ja materiaaleissa on tärkeää ja asiakaspalautteiden keräämisen merkitys on suuri asiakaskokemuksen mittaamisessa. Tutkimuksessa todettiin myös toimivaksi yrittää nähdä vakuutus tuotteen sijaan palveluna, joka on muotoiltava mahdollisuuksien mukaan mahdollisimman hyvin asiakkaan tarpeita vastaavaksi.

3.1.1 Digitalisaatio vakuutusosalalla

Digitalisaatio on laaja käsite, jolla ei ole täysin vakiintunutta lyhyttä määritelmää, mutta sen voi hahmottaa digitaalisten teknologioiden yleistymisenä ja kehittymisenä ihmisten ja yritysten arjessa (Ilmarinen ja Koskela 2015). Pohjolan (2015, s. 1) mukaan digitalisaatio on muokannut pysyvästi finanssialaa ja siten myös vakuutusala ja sen toimintaympäristöä. Vakuutuspalvelujen aineettomuus tarkoittaa, että ne ovat digitoitavissa tietojen ja viestintäpalveluiden avulla (Pohjola 2015, s. 8). ICT-investointien osuus finanssialalla onkin ollut kasvussa etenkin verrattaessa muihin investointeihin 1990-luvulta alkaen. Toisaalta palveluja on myös ulkoistettu, mikä luultavasti osaltaan selittää, että aivan viime vuosina ICT-investoinnit ovat olleet myös laskussa (Pohjola 2015, s.8). Digitaalisten alustojen lisääntynyt suosio on haastanut vakuutustoimintaa perinteisin tavoin harjoittavia yhtiöitä (Pohjola 2015, s. 9).

Pohjola (2015, s. 17) uskoo, että rutiininomaiset työt vakuutusosalalla, kuten vakuutuskorvausten maksu, häviävät digitalisaation vaikutuksesta ajan myötä kokonaan, mutta

toisaalta hän myös nostaa esiin, että asiakasosaaminen on vakuutusyhtiöille hyödynnettävä suhteellinen etu kilpailtaessa internet-yritysten omistamien digitaalisten palvelualustojen kanssa. Finanssialan toimijoiden olisi syytä hyödyntää digitaalisuutta mahdollisimman laajalti kilpailuasemansa säilyttääkseen.

Pohjola (2015, s. 18) toteaa, että finanssialan yrityksillä, kuten vakuutusyhtiöillä, on kolme keinoa pärjätä kilpailussa. Nämä keinot ovat palvelujen jatkuva kehittäminen, henkilöstön osaamisen ja toimintatapojen kehittäminen sekä asiakkaiden digitaalisia palveluja koskeviin odotuksiin keskittyvän yrityskulttuurin luominen. Etenkin vakuutuslalla Pohjola toteaa (2015, s. 2) palveluiden kehittämisen voivan olla vähittäistäkin, sillä toisaalta myös nopeasti tehtävien suurien muutosten riskit voivat joskus olla hyvin suuret. Henkilöstön osaamisen kehittämisessä korostuu asiantuntemus ja luottamus sekä myös niiden yhdistäminen digitaalisiin asiointikanaviin. Yrityskulttuurin kehittämisessä on kiinnitettävä huomiota itse tietotekniikan lisäksi myös johtamis-, kannuste- ja palkitsemisjärjestelmiin (Pohjola 2015, s. 18)

Shiehin (2012, s. 1) mukaan verkkosivut oli mahdollista nähdä jo kymmenen vuotta sitten eräänlaisina tietotukikohtina, jotka käytännössä jokaisella organisaatiolla tulisi olla perustettuna. Verkkosivut esittävät ja luovat organisaatioiden ulkoista kuvaa sekä tarjoavat viestintää ja palvelukanavan käyttäjilleen. Verkkosivustojen ei pitäisi olla vain täynnä runsaasti tietoja, vaan niiden pitäisi tarjota käyttäjille helppoa ja sujuvaa navigointiarkkitehtuuria auttaakseen heitä löytämään mitä he tarvitsevat.

Yu ja Chen (2018, s. 1, 4, 9) ovat havainneet, että luotettavuus on tärkeä tekijä ihmisten ostopäätöksissä verkossa, esimerkiksi kun he ostavat uutta matkavakuutusta. Epävarmuus ennen ostopäätöstä voi saada kuluttajan luopumaan kaupanteosta. Tutkimuksessa todettiin myös, että liiketoiminta verkossa parantaa vakuutusyhtiön tehokkuutta ja vähentää transaktiokustannuksia. Myös asiakkaat voivat hyötyä asioidessaan verkossa, kun esimerkiksi tiedon etsintä ja vertailu on helpompaa. Vakuutusyhtiöiden on jatkuvasti kehitettävä tehokkaita ja eriytettyjä markkinointistrategioita, jotka kohtaavat asiakkaiden

tarpeita. Puustinen ja muut (2007, s. 111) ovat todenneet, että kuluttajat Suomessa ovat arvostaneet sähköisten vakuutuspalvelujen tuomaa ajansäästöä sekä ajasta ja paikasta riippumattomuutta jo 2000-luvulla.

Datan määrän valtava kasvu (Rantala & Kivisaari 2020, s. 56–57) on yksi vakuutusosalalle merkittävä tekijä etenevässä digitalisaatiossa. Datan keräys ja käsittely ovat koko vakuutusalan historian ajan olleet keskeisiä tekijöitä riskien jaossa ja arvioinnissa. Odotettavissa on, että esimerkiksi tiedon hallintaan liittyvät kuluerät niin vakuuttamisessa kuin korvausten maksamisessa tulevat alenemaan. Lisääntyvä digitaalinen data synnyttää kuitenkin myös haasteita. Eettisyys, informaation asetelma vakuutuksenantajan ja asiakkaan välillä, sovellettavien mallien riittävä ymmärrettävyys asiakkaalle ja muille sidosryhmille sekä korvauksenhakijan etujen turvaaminen ovat tekijöitä, joiden voi odottaa nousevan tulevaisuudessa keskustelun aiheeksi. Yksittäisen kuluttajan oikeuksien turvaaminen on tärkeää jatkossa etenkin korvauskäsittelyssä.

Yliruusi (2016 s. 69) on diginatiivien suhtautumista digitaalisen asiakaskokemuksen eri tekijöihin selvitettyään todennut, että digitaalisessa palvelukanavassa asioinnin tulisi olla nopeaa, helppoa sekä ajasta ja paikasta riippumatonta. Lisäksi digitaalisessa asiakaskokemuksessa todettiin tärkeiksi tekijöiksi käytettävyys ja saavutettavuus sekä havaittiin, että vakuutuksen hinta on monelle tärkeä valintakriteeri. Yliruusi (2016 s. 70) havaitsi tutkielmassaan myös, että selvä enemmistö tutkimukseen osallistuneista suhtautui myönteisesti tekoälyn hyödyntämiseen korvauspäätösten teossa ja maltillinen enemmistö suhtautui positiivisesti tekoälyn hyödyntämiseen henkilökohtaisessa palvelussa. Vastauksissa korostui esimerkiksi, että korvauspäätöksen nopeutta pidettiin tärkeänä. Selvä enemmistö vastaajista oli myös sitä mieltä, että kokemukset vakuutusyhtiön digitaalisista palveluista ovat keskeinen tekijä, kun he arvioivat yhtiön toimintaa. Myös näistä tutkimustuloksista saatiin yleisesti vahvistusta ajatukselle, että vakuutusyhtiöiden on tärkeää panostaa digitaalisten palvelujen kehittämiseen.

3.1.2 LähiTapiolan palvelukanavat

LähiTapiola-ryhmä (LähiTapiola 2021) on keskinäiseen yhtiömuotoon perustuva, asiakkaidensa omistama yhtiöryhmä, joka palvelee henkilö-, maatala-, yrittäjä-, yritys- ja yhteisöasiakkaita LähiTapiolan tuotteet ja palvelut kattavat vahinko-, henki- ja eläkevakuuttamisen sekä sijoittamisen ja säästämisen palvelut. Keskinäisen vakuutusyhtiön osakkaita ovat vakuutuksenottajat, sen hallinnollinen rakenne on lähellä osuustoiminnallisia laitoksia ja sen voitonjako tapahtuu tavanomaisesti siten, että vakuutuksenottajille annetaan maksunalennuksia tai -palautuksia tai maksuttomia lisäetuja (Rantala & Kivisaari 2020, s. 232).

LähiTapiola-ryhmän (LähiTapiola, 2021) muodostavat valtakunnallisesti toimivat LähiTapiola Vahinkoyhtiö, LähiTapiola Henkiyhtiö, LähiTapiola Varainhoito, LähiTapiola Kiinteistövarainhoito ja LähiTapiola Vaihtoehtorahasto sekä 19 alueellista keskinäisestä vahinkovakuutusyhtiötä. LähiTapiola Keskinäinen Vahinkoyhtiö on LähiTapiola-ryhmän vakuutusyhtiölain mukainen ryhmän ylin emoyritys. Tähän tutkimukseen osallistui vain LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaita. Perinteisten palvelukanavien, konttorien, toimipisteiden ja puhelinpalvelun, lisäksi LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaille on mahdollista asioida myös digitaalisissa palvelukanavissa. Näitä ovat LähiTapiolan verkkopalvelu sekä useat mobiilisovellukset, kuten henkilövakuutusasiointiin etenkin liittyvä TerveysHelppi-sovellus, eläinvakuutusasiointiin liittyvä LemmikkiHelppi-sovellus sekä henkilöasiakkaan vakuutusasiointiin yleisemmin liittyvä Elämänturvasovellus. Tässä tutkimuksessa keskitytään digitaalisista palvelukanavista verkkopalveluun. Koska tutkimukseen osallistui vain Pirkanmaan alueyhtiön asiakkaita, palveluun viitataan tässä tutkimuksessa valtaosassa tapauksista LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalveluna.

LähiTapiola Pirkanmaan henkilöasiakkaan verkkopalvelussa asiakas voi esimerkiksi ostaa tai irtisanoa vakuutuksen, käyttää vakuutuslaskureita hintojen vertailuun, varmistaa tietoja vakuutusturvastaan, olla yhteydessä asiakaspalveluun, päivittää asiakastiedot, maksaa laskuja tai hakea korvausta vakuutuksestaan. Ajoneuvovahinkoilmoituksella voidaan hakea korvausta sekä lakisääteisestä liikennevakuutuksesta että vapaaehtoisesta

autovakuutuksesta. Toimiva ilmoituslomake hyödyttää sekä asiakasta että yhtiötä. Asiakas saa ilmoittaa vahingostaan ongelmitta ja antaa ammattilaisten huolehtia lopusta. Vakuutusyhtiö puolestaan saa tarvitsemansa tiedon, jotta sen henkilökunta tai automaattikka pääsee käsittelemään vahingon ja tekemään tarvittavat toimenpiteet, kuten korvausten maksun ja korvauspäätöksen antamisen ilmoittajalle.

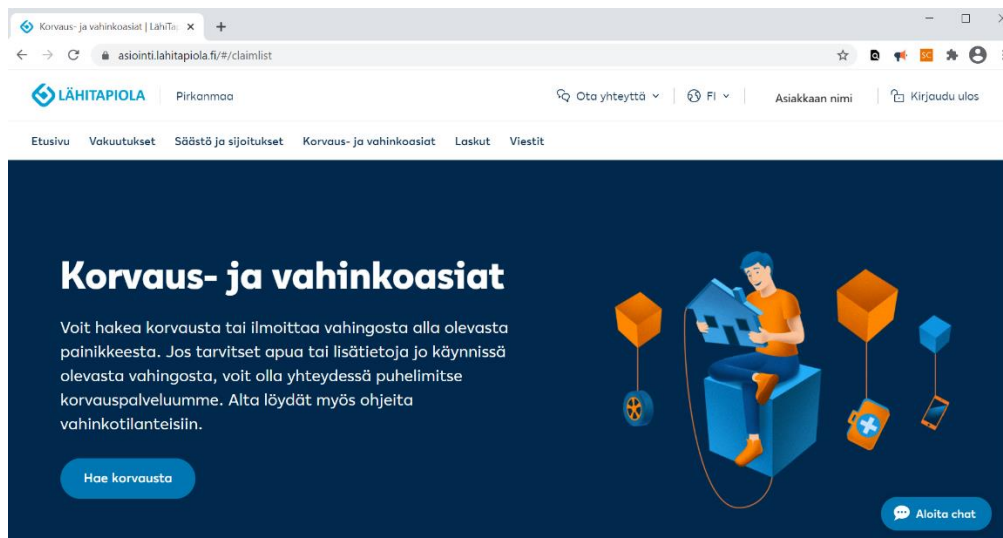
3.2 Ajoneuvovahinkoilmoituksen teko

Vahinkovakuutus on vakuutus, joka otetaan esinevahingon, vahingonkorvausvelvollisuuden tai muun varallisuusvahingon aiheuttaman menetyksen korvaamiseksi (Luukkonen ja muut 2018, s. 176). Autovakuutus on esimerkki vahinkovakuutuksesta. Vakuutusyhtiön korvaustoiminnan johtava periaate on (Luukkonen ja muut, 2018, s. 167), että asiakkaan tulee saada ne korvaukset, jotka hänelle lain ja vakuutussopimuksen mukaan kuuluvat. Vahingon satuttua vakuutusyhtiö antaa asiakkaalle tietoja vakuutuksen sisällöstä ja tarvittaessa opastaa korvausten hakemisessa. Lähtökohtana on, että asiakas on antanut oikeat ja täydelliset tiedot (Luukkonen ja muut 2018, s. 412). Vakuutuksenantajan tulee ryhtyä korvauskäsittelyyn viivytyksettä korvaushakemuksen vastaanotettuaan (Luukkonen ja muut, 2018, s. 413). Onnistuneen korvaustoiminnan kannalta on tärkeää, että vakuutusyhtiöt pitävät asiakkaat sekä ennen vakuutuksen ottamista että vakuutuksen voimassaoloaikana selvillä asiakkaan ja vakuutusyhtiön oikeuksista ja velvollisuuksista (Luukkonen ja muut, 2018, s. 412).

Ajoneuvon omistajalla tai haltijalla on oltava liikenteessä käytettävää moottoriajoneuvoa varten liikennevakuutus (Kivisaari & Rantala 2020, s. 447). Vuonna 2018 vakuutusyhtiöille ilmoitettujen liikennevahinkojen määrä oli yhteensä 132 040 kappaletta (Kivisaari & Rantala 2020, s. 459) autovahinkojen määrän ollessa yhteensä 538 647 (Kivisaari & Rantala 2020, s. 520). Autovahinkojen luku sisältää autopalvelu- ja lasivahingot. Sattumanvaraisuus ja vahingon mahdollisuus ovat esimerkkejä vakuutuksen ominaisuuksista (Rantala & Kivisaari 2020, s. 76). Pienetkin auto-onnettomuudet ovat epämiellyttäviä ja henkisesti stressaavia tilanteita, mutta vakuutusyhtiöiden kannalta olisi tärkeää saada pian

yksityiskohtaiset tiedot tapahtuneesta, jotta asiakasta päästäisiin ohjeistamaan jatkotoimista (Baecker ja muut, 2009, s. 1).

Henkilöasiakas voi tehdä vahingon satuttua ajoneuvovahinkoilmoituksen LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelussa. Uudistuneessa verkkopalvelussa kaikki täysi-ikäiset Suomen kansalaiset voivat nykyään pankkitunnuksiaan käyttämällä kirjautua verkkopalveluun, vaikka eivät olisikaan LähiTapiolan asiakkaita, tosin tällaisenkin käyttäjän on hyväksyttävä palvelun käyttöehdot. Kirjaututtaessa henkilöasiakkaan verkkopalveluun ilmestyy vasempaan yläkulmaan asiakkaan alueyhtiön nimi (ks. kuva 1). Ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeelle pääsee useampaa eri reittiä, esimerkiksi korvaus- ja vahinkoasiat-välilehdeltä tai sivun alhaalta suoraan hae korvausta -linkkiä painamalla. Joulukuun 2020 jälkeen LähiTapiolan verkkopalvelussa on ollut mahdollista ilmoittaa liikennevahingosta myös vastapuolen roolissa tai asioitaessa valtakirjalla.



Kuva 1. Korvaus- ja vahinkoasiat. (LähiTapiola 2020b)

Asiakas pääsee valitsemaan vakuutuslajin, josta on hakemassa korvausta Hae korvausta -linkistä. Asiakkaalle avautuu tämän jälkeen eri vaihtoehtoja, joista hän voi valita (ks. kuva 2). Vaihtoehtojen oikealla puolella on info-näppäin, josta asiakas voi halutessaan saada lisätietoa. Asiakas pääsee oikean vakuutuslajin valittuaan siirtymään eteenpäin vaihtoehtojen alla olevasta linkistä.

Kuva 2. Vahinkoilmoituksen tekeminen (LähiTapiola 2020b)

Asiakkaan valittua esimerkiksi ajoneuvovahinkoilmoituksen järjestelmä kysyy ensin, mitä ajoneuvoa ilmoitus koskee (ks. kuva 3). Asiakkaalle näkyy valmiiksi lista hänen vakuuttamistaan ajoneuvoista, josta hän voi valita, mistä vakuutuksesta on hakemassa korvausta ja aloittamassa vahinkoilmoituksen täytön. Mikäli asiakkaalla ei ole omaa vakuutusta LähiTapiolassa, ja etenkin jos hän asioikin tällaisessa tapauksessa esimerkiksi vahingon vastapuolena tilanteessa, jossa toinen osallinen on vakuutettu LähiTapiolassa, hän tarvitsee toisen osallisen rekisterinumeron päästäkseen eteenpäin. Kun ajoneuvo on valittu, järjestelmä kysyy, ilmoittaako käyttäjä vahingosta kyseisen ajoneuvon kuljettajana tai käyttäjänä vai vahingonkärsineenä.

Kuva 3. Ajoneuvovahinkoilmoituksen aloittaminen (LähiTapiola 2020b)

Tämän jälkeen asiakkaalta kysytään vahinkopäivämäärää ja tarkkaa aikaa, jonka annettuaan asiakkaalta kysytään tarkemmin vahinkotyyppiä (ks kuva 4). Vahinkotyyppin valittuaan järjestelmä kysyy ilmoittajalta valitun tyyppin perusteella vahingon tiedot. Monissa lomakkeen kysymyksissä on info-näppäimiä antamassa tarvittaessa lisätietoa. Asiakkaan on mahdollista aloittaa chat-keskustelu palveluneuvojan kanssa, mikäli lomakkeen täytössä ilmenee ongelmia. Lomakkeen kysymyksiin vastattuaan ja antamansa tiedot oikeiksi vakuutettuaan asiakas saa lähetettyä vahinkoilmoituksen käsiteltäväksi.

The screenshot shows a web browser window with the URL asiointi.lahitapiola.fi/#/ajoneuvovahinko/select-loss-type. The page title is 'Mitä tapahtui?' (What happened?). Below the title is a list of accident types, each with a radio button and an information icon (i):

- Kolarin toisen ajoneuvon tai omaisuuden kanssa
- Kolarin oman ajoneuvoni
- Törmäsin hirviöläimeen
- Ajoneuvolleni tehtiin ilkeilyä
- Ajoneuvoni lasi rikkoutui
- Ajoneuvollani ei voi ajaa ja se tarvitsee hinauksen
- Ajoneuvoni varastettiin tai siihen murtauduttiin
- Ajoneuvoni paloi
- Myrsky, raesade tai muu luonnonilmiö vahingoitti ajoneuvoni
- Pysäköityn ajoneuvoni törmättiin toisella ajoneuvolla
- Törmäsin muuhun eläimeen

At the bottom right of the form is a blue button labeled 'Aloita chat' (Start chat).

Kuva 4. Vahinkotyyppin valinta (LähiTapiola 2020b)

3.3 LähiTapiola-ryhmän sisäiset asiantuntijahaastattelut

Esitin haastateltaville 12 kysymystä, jotka löytyvät tutkimuksen liitteestä 1. Kysymykset liittyivät verkkopalvelun rooliin nyt ja tulevaisuudessa sekä siihen viime aikoina tehtyihin muutoksiin. Lisäksi osa kysymyksistä keskittyi erityisesti ajoneuvovakuutusten korvaustoimintoihin ja niihin viime aikoina tehtyihin muutoksiin. Lisäksi mukana oli kysymys, jossa tiedusteltiin, mitä ominaisuuksia asiantuntijat uskoivat asiakkaiden arvostavan asioidessaan vakuutusyhtiön verkkopalvelussa. Suorat lainaukset ensimmäisen haastateltavan vastauksista on viitattu A1-nimimerkillä ja toisen haastateltavan vastauksista A2-

nimimerkillä. Toisin kuin muuten tässä tutkielmassa, tässä luvussa LähiTapiolan henkilöasiakkaan verkkopalveluun viitataan yleisesti LähiTapiolan verkkopalveluna, mutta kaikki vastaukset pätevät sellaisenaan puhuttaessa LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelusta.

3.3.1 LähiTapiolan verkkopalvelun rooli asiointikanavana

Kummatkin haastateltavat vastasivat kysymykseen LähiTapiolan verkkopalvelun tämänhetkisestä roolista asiointikanavana. Vastauksissa nousi esiin, että verkkopalvelun roolin merkitys ja suuruus vaihtelee suuresti asiakkaiden välillä. Esiin nostettiin myös muiden palvelukanavien aukioalojen ulkopuolella tapahtuva myöhäinen iltä- sekä yöaikaan tapahtuva asiointi, jonka verkkopalvelu mahdollistaa. Lisäksi ensimmäinen haastateltava totesi, että monet asiakkaat kaipaavat myös erilaista apua ja neuvontaa verkkopalvelussa esimerkiksi chatin muodossa. Kummatkin haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että verkkopalvelun rooli asiointikanavana kasvaa ja on kasvanut, mutta toinen haastateltava korosti, että hänen mielestään rooli on ollut ja on yhä liian pieni.

Verkkopalveluun on tehty viimeisen kahden vuoden aikana merkittäviä muutoksia niin yleisesti kuin korvaustoimintojen osalta. Ensimmäinen haastateltava kertoi, että käytännössä koko käyttöliittymä on uudistettu ja pääajatus on ollut, että palvelu olisi mahdollisimman käytettävä eri päätelaitteilla. Yksi havaittu trendi koko alalla kerrottiin olevan, että ihmiset siirtyvät asioimaan mobiilikanavissa yhä enemmän.

- (1) A1: Ja kilpailijat on tehnyt tosi paljon töitä niitten verkkopalveluiden ja verkkosivustojen kanssa, mikä johtaa siihen et kun ne on kokoajan helpommin mobiilikäytettäviä, niin ne käyttäjät siirtyy sinne mobiilikanavaan. Et, et sellanen niinku, ehkä sellanen freesaus ja sellainen käytettävyyden parantaminen on ollut ne isoimmat muutokset sen verkkopalvelun osalta. Ja sit toki se että et me halutaan tuoda sitä niinku LähiTapiolan kokonaisasiakkuutta asiakkaalle selkeesti näkyviin. Että me ei olla niinkun vakuutusyhtiö, vaan me ollaan se elämänturvayhtiö ja meillä on niinku paljon muitakin palveluja kuin vain ne vahinkovakuutukset, joita asiakkaalle tarjotaan.

Kummatkin asiantuntijat myös nostivat esiin, että LähiTapiola on panostanut kovasti myös muihin palvelukanaviin. Sen konttoriverkosto läpi Suomen on yhä merkittävän

laaja ja myös puhelinpalvelua on saatavilla suhteellisen nopeasti ja joustavasti. Verkkoasiointia on priorisoitu, mutta muihinkin kanaviin panostamista on jatkettu. Kysyttäessä verkkoasioinnista saaduista asiakaspalautteista toinen haastateltava koki, että yleisestä käytöstä tuleva palaute on mahdollista jakaa kahtia. Toiset ovat tyytyväisempiä ja toiset tyytymättömämpiä. Kummatkin asiantuntijat nostivat esiin, että erilaiset tekniset haasteet näkyvät nopeasti verkkopalvelun palautteissa, niin yleisesti verkkopalvelun käytön kuin vain ajoneuvovahinkoilmoittamisenkin osalta. Lisäksi mainittiin, että toiset käyttäjät arvostavat moderniutta ja mahdollisuutta käyttää palvelua eri päätelaitteilla enemmän kuin toiset.

LähiTapiolan aiemmin itse teettämien sisäisten tutkimusten perusteella ja muuten oman kokemuksensa perusteella ensimmäinen haastateltavista asiantuntijoista kertoi asiakkaiden arvostavan verkkoasioinnissa vakuutusyhtiön kanssa luotettavuutta ja teknistä toimivuutta. Hän myös mainitsi ihmisten olevan nykyään valveutuneita erilaisiin ”kalasteeluihin”, joten niitä pitäisi välttää. Lisäksi hän mainitsi, että asiat eivät myöskään saa olla liian helppoja, sillä siinä palataan edellä mainittuun luotettavuuteen: ihmiset ovat tottuneet siihen että vakuutusasioiden hoitaminen ottaa tietyn aikansa, joten liika helppous voi saada heidät epäilemään toiminnan luotettavuutta. Korvaustoimintoihin erityisesti liittyen hän mainitsi asiakkaalle mahdollisesti nololta tuntuvat vahingot, joista asiakas ei välttämättä halua puhua palveluneuvojan kanssa. Toinen haastateltavista ei halunnut ottaa kantaa siihen, mitä asiakkaat arvostavat verkkoasioinnissa tai tarkemmin vahinkoilmoituksen täytössä, mutta kertoi omasta puolestaan asiantuntijana olevansa sitä mieltä, että asioinnin pitäisi olla helppoa, luotettavaa ja nopeaa. Nopeuteen hän lisäsi vielä, että viittasi sillä myös itse vahinkoilmoituksen käsittelyajan nopeuteen.

Kysyttäessä verkkopalvelun tulevaisuudesta ensimmäinen haastateltava uskoi asiakkaiden toiveen olevan, että henkilökohtaiset kohtaamiset asiantuntijoiden kanssa säilyvät ja niitä käytetään yhä enemmän kokonaisvaltaisempiin ja ymmärrystä lisääviin tapahtumiin, joissa pystytään tarvittaessa käymään asiakkaan henkilöturva, LähiTapiolan muitakin kuin vakuuttamiseen liittyviä palveluja sekä tarvittaessa myös suomalaista

sosiaaliturvaa läpi. Vastaavasti yksinkertaisissa asioissa, esimerkiksi vakuutusopimuksen omavastuuseen tehtävä pieni muutos tai laskun maksaminen hoidettaisiin itsepalvelukanavassa. LähiTapiola-ryhmässä on suuressa roolissa paikalliset alueyhtiöt, joten yhtenä haasteena voi pitää paikallisuuden ja sen etujen tuomista mukaan myös digitaaliseen asiointiin. Ajoneuvokorvauksiin liittyvien toimintojen suhteen toinen haastateltava totesi, että toiminnassa ollaan menossa parempaan suuntaan. Kokonaisprosessin hallinta tulee korostumaan, kun pyritään lisäämään verkkoasioinnin määrää mutta toisaalta sujuvoittamaan korvausprosesseja esimerkiksi osin ulkoistettuna toimivien kumppanien kanssa yhteistyötä kehittämällä.

3.3.2 LähiTapiolan verkkopalvelun ajoneuvokorvaustoiminnot

Myös LähiTapiolan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoitukseen on tehty viimeisen kahden vuoden aikana muutoksia. Toinen haastateltava totesi myös, että yritysasiakkaiden vahinkoilmoitus on jossain määrin erilainen, mutta tämän tutkimuksen aiheena on vain henkilöasiakkaiden vahinkoilmoituslomake. Toinen haastateltava myös mainitsi, että LähiTapiolalla on yhä käytössä järjestelmäteknisistä syistä johtuen myös toinen ajoneuvovahinkoilmoituslomake kuin se, joka on tämän tutkimuksen aiheena. Kyseisen lomakkeen käyttö on kuitenkin tämän tutkimuksen aiheena olevan lomakkeen käyttöön verrattuna erittäin harvinaista, eivätkä esimerkiksi uudet asiakkaat käytä sitä lainkaan. Tutkimuksessa tarkistettiin erikseen, että kaikki tämän tutkimuksen osallistujat olivat täyttäneet juuri uudemman ja yleisemmän vahinkoilmoituslomakkeen, jonka alku on edellä esitelty ja joka myös asiantuntijahaastatteluissa oli aiheena.

Asiantuntijat mainitsivat vastauksissaan, että aiempi henkilöasiakkaan ilmoituslomake oli ollut asiakaspalautteen perusteella monimutkainen ja vaikea täyttää. Vanha lomake oli jopa kolmetoista sivua pitkä, ja osa asiakkaista jätti ilmoituksen täytön kesken. Uuden ajoneuvovahinkoilmoituksen taustalla oli ajatus, että ilmoituksen täytön pitäisi olla helppompaa, nopeampaa ja asiakasystävällisempää. Yhtiön kannalta toivottiin, että verkkoasioinnin suosio kasvaisi ja asiakkaat myös kokisivat sen mielekkäämmäksi. LähiTapiolan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoitukseen on siis tehty laajoja uudistuksia vuosina

2019–2020. Uudistusten myötä ilmoituslomake täyttää nykyisin saavutettavuusvaatimukset ja loppuvuodesta 2020 alkaen vahingosta ilmoittaminen tuli mahdolliseksi myös vastapuolen roolissa tai valtakirjalla asioivalle.

- (2) A2: Et et, tommosta niinkun mitä vois sanoo, muutosten, tai tekijät muutosten taustalla on ollut se että se todella huono asiakaskokemus siinä vanhalla verkkovahinkoilmoituksella, et kun se jäi kesken.

Nykyisin asiakas saa listan itse vakuuttamistaan ajoneuvoista, pystyy valitsemaan siitä asiaa koskevan ajoneuvon ja jatkamaan eteenpäin, jonka jälkeen järjestelmä etsii asiakkaalle omaa vakuutusturvaa vastaavat vahinkotyyppit ja asiakas pystyy niistä valitsemaan, mistä lähtee ilmoittamaan vahingosta. Toinen haastateltava totesi, että vahinkoilmoitus kattaa suurimman osan tilanteista, etenkin jos ilmoittaja toimii ajoneuvon kuljettajana tai vahingon kärsineenä. Ilmoituslomakkeen kysymykset on kohdistettu aina kyseiseen vahinkotapahtumaan. Lomake siis mukautuu aina vahinkotyyppin mukaan ja kysyy vahinkoon liittyen vain olennaisia kysymyksiä. Asiantuntijat kertoivat kumpikin, että uudesta ilmoituksesta saatu palaute on ollut pääosin myönteistä. Tämä antaa hyvän ja mielenkiintoisen lähtökohdan tälle tutkimukselle lähteä selvittämään asiakkaiden ajatuksia ja tuntemuksia laajemmin.

4 LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaiden verkkopalvelun käyttäjäkokemukset

Keräsin aineistoa tutkimukseeni LähiTapiola Pirkanmaan asiakkailta kolmella eri tapaa. Ensin haastattelin puhelimitse LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaita. Kokemus on aina yksilöllinen, joten vaiheen tarkoitus oli antaa mahdollisuus kertoa asiakkaille omasta näkökulmastaan, miten kokivat vahinkoilmoituksen täytön, korvauspalvelun sujuvuuden ja mitä he ajattelevat verkkopalvelun käytöstä yleisemmin. Toiseksi suoritin kyselytutkimuksen samalle kohderyhmälle, mutta eri asiakkaille, joita haastattelin. Kyselyn avulla sain määrällisesti enemmän aineistoa pääosin samoihin kysymyksiin kuin ensimmäisessäkin vaiheessa. Lopuksi suoritin vielä huhtikuussa 2021 neljä lomakehaastattelua, joiden tarkoituksena oli kerätä tietoa LähiTapiola Pirkanmaan uusien asiakkaiden halukkuudesta ja valmiudesta ilmoittaa mahdollisesta ajoneuvovahingosta verkossa.

Haastattelin tammi-helmikuun aikana kuutta LähiTapiola Pirkanmaan asiakasta, jotka olivat ilmoittaneet ajoneuvovahingosta verkossa loppuvuonna 2020. Haastateltavat valikoituivat sattumanvaraisesti. Menetelmänä oli puolistrukturoitu puhelinhaastattelu, jotka muistuttivat myös vuorovaikutukseltaan teemahaastattelua ja joissa oli mukana muutama yksittäinen strukturoitu kysymys, joissa haastateltaville annettiin tietyt vastausvaihtoehdot. Haastatteluiden kestot vaihtelivat 12 minuutista 34 minuuttiin. Haastattelut nauhoitettiin. Asiakkaille esitettiin kysymyksiä, joihin he saivat vastata omin sanoin. Mukana oli myös joitain kysymyksiä, joissa haastateltavalle annettiin vastausvaihtoehtoja valittavaksi. Haastattelun kysymysrunko löytyy tämän tutkielman liitteestä 2. Tarvittaessa esitin myös jatko- ja lisäkysymyksiä haastateltaville, mikäli koin ne tarpeelliseksi aiemman vastauksen perusteella. Sain asiakashaastatteluista runsaasti laadullisesti analysoitavaa tutkimusaineistoa.

Suoritin maaliskuun 2021 aikana kyselytutkimuksen ajoneuvovahingosta verkossa ilmoittaneille LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaalle. Kyselyyn vastasi 22 asiakasta. Kyselyn kysymykset olivat pitkälti samat kuin haastattelukysymykset ensimmäisessä

tutkimusvaiheessa. Suurempi määrä vastauksia edesauttaa tutkimustulosten tulkintaa ja lisää tutkimuksen luotettavuutta. Lisäksi kyselyn vastaukset ovat hyödyksi yritettäessä vahvistaa asiantuntija- ja asiakashaastatteluiden perusteella tehtyjä päätelmiä tai sitten kumottaessa niitä. Esittelen kappaleen lopuksi keskeiset löydökset kaikista vaiheista.

4.1 Puhelinhaastattelut asiakkaille

Kuudelta haastateltavalta kysyttiin perustietoina ikä, asiakkuuden kesto, vahinkoilmoituksen täytössä käytetty laite, itsearviointi verkkoasioimistaidoista sekä rooli, jossa ilmoitti vahingosta. Perustiedot on koottu taulukkoon 2. Haastateltavat on numeroitu H1-H6 ja näillä samoilla numeroilla viitataan heidän vastauksistaan otetuilla suorilla lainauksilla. Haastateltavien iät vaihtelivat 43–57 vuoden välillä. Kaikki haastateltavat olivat olleet LähiTapiolan asiakkaita yli 2 vuotta. Myös tämä havainto puoltaa kolmannen tutkimusvaiheen tarpeellisuutta, sillä haastatteluissa voi katsoa korostuneen uskollisten asiakkaiden näkökulma. Yksi haastateltavista oli käyttänyt puhelinta vahinkoilmoituksen tekoon, loput tietokonetta. Neljäs ja viides haastateltava arvioi verkkoasioimistaitonsa erinomaiseksi, muut hyväksi. Kaikki haastateltavat asioivat vakuutuksenottajina.

Taulukko 2. Haastateltavilta kysytyt perustiedot.

	Ikä	Asiakkuuden kesto	Käytetty laite	Itsearviointi verkkoasioimistaidoista	Rooli (VO = vakuutuksenottaja)
H1	57	yli 2 vuotta	Tietokone	Hyvät taidot	VO
H2	52	Yli 2 vuotta	Tietokone	Hyvät taidot	VO
H3	54	Yli 2 vuotta	Tietokone	Hyvät taidot	VO
H4	43	yli 2 vuotta	Tietokone	Erinomaiset taidot	VO
H5	51	Yli 2 vuotta	Tietokone	Erinomaiset taidot	VO
H6	56	Yli 2 vuotta	Puhelin	Hyvät taidot	VO

4.1.1 Kokemukset ajoneuvovahinkoilmoituksesta verkossa

Kaksi haastateltavaa kertoi olleensa ennen varsinaisen vahinkoilmoituksen tekoa yhteydessä puhelimitse yhteydessä LähiTapiolan hätäpalveluun. Yksi heistä muisti saaneensa nimenomaiset ohjeet verkkovahinkoilmoituksen tekoon ja toinenkin piti tätä mahdollisena, mutta ei muistanut varmasti. Hätäpalvelu palvelee ajoneuvovahinkoon osalliseksi joutuvia puhelimitse kellon ympäri. Toinen haastateltava oli ainoana kuudesta haastateltavasta ilmoittanut ajoneuvovahingosta aiemmin LähiTapiolaan. Hän kertoi kokemuksensa olleen tuolloin ihan sujuva.

Haastateltavat kertoivat kaikki löytäneensä verkkovahinkoilmoituksen helposti verkkopalveluun kirjaututtuaan. He kertoivat myös ymmärtäneensä kaikki heiltä kysytyt kysymykset ja osanneensa pääosin vastata niihin. Ensimmäinen haastateltava muisteli, että häntä vaivasi lomaketta täyttäessä jokin epäloogisuus, mutta ei muistanut tarkemmin mikä. Hän kertoi, että oli siirtynyt vain eteenpäin ilman vastausta kyseiseen kohtaan, järjestelmä oli tämän mahdollistanut, eikä häneltä oltu kyseistä tietoa enää uudelleen kysytty. Vahinkoilmoituslomakkeella liikkumisen kerrottiin olleen vaivatonta ja haastateltavat kertoivat myös olleensa koko ajan tietoisia siitä, missä kohtaa vahinkoilmoitusta oltiin.

- (3) H1: Siinä oli joku, tota, siin oli joku semmonen, joku semmonen epäloogisuus mikä ei, mihin ei niinku mun käsitys voinu tavallaan vastata mut ku sen vaan pysty siinä sivuuttamaan niin mä ajattelin et ei se varmaan mitään siihen vaikuta, eikä se vaikuttanutkaan, et siin piti vaa rohkeesti joku tommonen sivuuttaa. Sen mä muistan et se oli aino mikä siin kävi mieleen, muuten se oli kyl ihan niinku perfect.

Viides haastateltava kertoi joutuneensa täyttämään vahinkoilmoituksen useamman kerran. Ensimmäinen toisto tosin johtui siitä, että hän itse halusi jättää ilmoituksen uudelleen tapahtuneeseen vahinkoon liittyneen epäselvyyden takia. Toinen toistokerta johtui teknisistä ongelmista, joiden syyn hän arveli voineen olla myös hänen puolellaan, esimerkiksi verkkoselaimessa tai tietokoneessa. Lopulta hän onnistui jättämään vahinkoilmoituksen. Hän kertoi toivovansa ominaisuutta, jossa lomake olisi muistanut paremmin jätetyt tiedot, jottei niitä joutuisi kirjoittamaan uudelleen. Muut haastateltavat kertoivat

saaneensa asian hoidettua kerralla. Haastateltavista kukaan ei tarvinnut erityistä ohjeistusta itse vahinkoilmoituksen täytössä. Viides haastateltava kertoi tosin soittaneensa varmuuden vuoksi poliisille ennen vahinkoilmoituksen jättämistä, sillä hän halusi varmistua tapahtuneen vahingon vastuista.

- (4) H3: Mulle jäi semmonen mielikuva et se meni aika sutjakkaasti sitten kun sen ilmoituksen pääsin tekemään. Että ei mulla jäänyt mielikuvaa, että siinä ois ollu jotain hankaluuksia. Se meni oikeastaan varmaan, ihan kertarysäyksellä sain sen tehtyä.

Haastateltavat kertoivat kokeneensa palvelun luotettavaksi. Kysymykseen siitä, kokivatko he saaneensa selkeät ohjeet tai neuvontaa ilmoituksen jätön jälkeen, haastateltavat vastasivat vaihtelevasti. Neljä haastateltavista koki ohjeet ihan selkeäksi, heistä kahden ajoneuvo oli tässä kohtaa jo hinattu korjaamolle ja kaksi muuta kävivät oma-aloitteisesti näyttämässä sitä korjaamolla. Toinen ja neljäs haastateltava kertoivat, ettei saadut ohjeet olleet ilmoituksen jätön jälkeen kovinkaan selkeitä, mutta neljäs haastateltava kertoi, että häneen oltiin LähiTapiolasta puhelimitse yhteydessä seuraavana arkipäivänä ja että puhelinkeskustelussa ohjeet olivat hyvät. Toinen haastateltava kertoi, että olisi kaivannut lisätietoa eri korvausvaihtoehdoista, esimerkiksi kertakorvausmenettelystä.

- (5) H2: No itseasiassa ei, siis kyllähän siinä niinku semmost tuli et se etenee mutta esimerkiksi tässä tapauksessa kun oli autosta vaurioitunu yks vanne ja yks rengas niin oli vähän epäselvää et miten sen kans menetellään. Niin siit ei tullu kyllä lisätietoo.

- (6) H4: En muista, kuitattiinko siinä itse palvelussa kuinka hyvin sitä, että mitä seuraavaks tapahtuu, mutta ainakin heti seuraavana arkipäivänä soitettiin kyllä sitten vakuutusyhtiöstä ja selitettiin asiaa eteenpäin. Että puhelinkeskusteluissa oli tosi hyvät ohjeet kyllä.

Haastateltavat kokivat verkkopalvelun hyväksi kanavaksi ilmoittaa ajoneuvovahingosta. He myös kokivat ilmoituksen käteväksi. Vaikka viidennellä haastateltavalla oli ilmennyt edellä esitellyn mukaan erilaisia ongelmia lomakkeen täytössä, hän arvioi silti omin sanoin kokemuksensa ihan positiiviseksi. Myös esimerkiksi ensimmäinen haastateltava kiiteli verkkopalvelussa tehtävän vahinkoilmoituksen helppoutta.

- (7) H5: Kyl se siis oli ihan positiivinen sit loppujen lopuksi se käyttökokemus et se oli vaan se tietysti, se että kun ei ollu sitten, koskaan aikasemmin ei ollut käyttänyt niin sit just se että aikasemmin niitä on ollu niitä jotain korvausjuttuja niin se on ollut just vähän tämmöset niinku joku, pojan puhelin mennä rikki ja sitte on yleensä mennä sillai että soittaa vaan.
- (8) H1: Kyl se niinku ihan ihan tota työkalusta kävi että homma tuli hoidettua ja ei ollut mitään probleemaa että tota sillai oon tyytyväinen niinku, miettii kuin ne nykyään on aika helppoja näitä jutut, et saa vaik kotio tulla siinä illalla sitten ja saman tien tehdä vahinkoilmoituksen ja se on huomenna sit jo heillä työmaalla odottamassa vakuutusihmisillä. Se on niinku kätsy, ei oo sidottu mihinkään, ei tarvi käydä eikä, näin, mennä paikalle eikä mitään. Kyl se niinku yllättävän, yllättävän hyvin toimi tai sillai niinku sanotaan näin, kiitettävän hyvin toimi et ei siin ainakaan mun kohdalla ollu mitään probleemaa.

Viides haastateltava nosti erikseen vastauksessaan esiin, että hänen olonsa oli huojentunut, kun hän oli saanut ilmoituksen jätettyä. Hän kuvasi tilannetta ennen ilmoituksen jättöä vähän ärsyttäväksi ja stressaavaksi.

- (9) H5: Mut tietysti tää et sillai se se nyt tuli tietysti, vähän tilanteena on semmonen vähän ärsyttävä ja stressaava niin sitten siitä pääs eroo niin kyllähän se sitten oli huojentava se olo sitten siinä kun sen sit sai lähetettyä.

4.1.2 Kokemukset verkkواسioinnista

Kuudesta haastateltavasta viisi oli käyttänyt LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelua aiemmin. Myös ensimmäinen haastateltava kertoi asioineensa verkossa aiemminkin vakuutusasioihin liittyen, mutta ei muistanut minkä yhtiön asiakas oli tuolloin. On siis hieman epävarmaa, onko kyseessä ollut LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelu, eikä haastateltava itsekään tätä erikseen kysyttäessä pystynyt vahvistamaan. Haastateltavat kertoivat käyttäneensä verkkopalvelun toimintoja melko laajalti. Kolme haastateltavaa kertoivat tehneensä korvaushakemuksen verkossa aiemminkin, esimerkiksi henkilövakuutuksesta. Lisäksi toinen haastateltava kertoi käyttävänsä verkkopalvelun vakuutuslaskureita. Viides ja kuudes haastateltava kertoivat olleensa verkkopalvelun välityksellä yhteydessä asiakaspalveluun joko verkkoviestillä tai chat-yhteyden kautta.

Kaikki haastateltavat kertoivat löytäneensä etsimänsä tiedon sekä saaneensa asian hoidettua kerralla ja ilman neuvontaa, tosin useampi kertoi, että asian suorittamiseen myös kului jonkin verran aikaa. Kolme haastateltavaa painottivat erikseen, että käyttävät verkkopalvelua verrattain harvoin, ei edes joka vuosi. Toinen haastateltava antoi palautetta erikseen sisäänkirjautumisesta, joka hänen mielestään kestää aivan liian monta klikkausta ennen kirjautumista. Hän otti vertailukohteeksi oman pankkinsa verkkopalvelun, jonka sisäänkirjautumisen kertoi olevan sujuvampaa.

Kysyttäessä mieluisinta asiointikanavaa eri vakuutustapahtumissa verkkopalvelu oli suosituin etenkin vahinkoilmoituksen tekemisessä, vakuutuksen irtisanomisessa, sekä osoitteenmuutoksesta tai muusta omaan talouteen liittyvästä muutoksesta ilmoittamisesta. Myös puhelinpalvelu sai yksittäisiä vastauksia. Kuudesta haastateltavasta viisi kertoi kuitenkin asioivansa mieluiten verkkopalvelussa edellä mainituissa asioissa.

- (10) H6: Kyllä mää luulen että tää verkkopalvelu on kyllä ihan hyvä, niinkun, kun mää en ollu itte ajamassa sitä vahinkoo niin niin mun mielestä tää oli niin sujuva että jos olis halunnu niin senhän olisi voinut vaikka tehdä siinä siis, saman tien siinä, tiekkö siinä tilanteessa, mutta kun mää en ollu siinä niin niin sitten tehtiin, niinku vaimo ajo, niin tehtiin sitten jälkeenpäin kotona niillä tiedoilla mitä oli olemassa ja verkko oli kyllä ihan, emmää usko että semmoseen puhelinpalveluun tulis soitettua että kyllä toi on ihan hyvä toi, koska sitten siinä on kuitenkin se oma hetkensä kun sen voi sitten niinku rauhassa tehdä ja muuta niin. Oli niinku ihan hyvä.

Vakuutuksen ostaminen jakoi eniten asiakkaiden mielipiteitä. Kaksi asiakasta mainitsi verkkopalvelun, kolme puhelinpalvelun ja yksi toimipisteen mieluisimmaksi asiointikanavaksi. Useampi haastateltava tosin lisäsi myös toisen kanavan ikään kuin toiseksi vaihtoehtoiseksi, vaikka tätä ei erikseen heiltä kysytty. Kumpikin vakuutuksen osto -tilanteessa verkkopalvelun mieluisimmaksi vaihtoehtoiseksi valinnut haastateltava esimerkiksi lisäsi, että soittaisi kyllä puhelinpalveluun, jos olisi jotain kysyttävää.

Kysyttäessä ominaisuuksia, joita haastateltavat arvostavat asioidessaan vakuutusyhtiönsä verkkopalvelussa, luotettavuus nimettiin viidesti. Selkeys mainittiin kolme kertaa,

helppous ja helppokäyttöisyys kumpikin kaksi kertaa. Nopeus mainittiin myös kaksi kertaa ja tekninen toimivuus sekä yksinkertaisuus kerran. Haastateltavista kolme kertoi voivansa suositella LähiTapiolaa vakuutusyhtiönä verkkoasioinnin perusteella ja toiset kaksi kertoivat voivansa suositella, jos joku heiltä aiheesta kysyisi. Yksi vastasi, että ei suosittelee. Vapaana kehitysehdotuksena kolmas haastateltava ehdotti näkyvää ja helposti löytyvää hakutoimintoa etusivulle, joka auttaisi löytämään etsityn tiedon nopeammin.

4.2 Kyselytutkimus

Toteutin maaliskuussa 2021 kyselytutkimuksen LähiTapiola Pirkanmaan ajoneuvovahingosta verkossa ilmoittaneille asiakkaille. Kyselyn kysymykset liittyivät verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeen käytettävyyteen ja käyttäjäkokemukseen sekä asiakkaiden verkkopalvelun käyttötottumuksiin ja -kokemuksiin yleisemmin. Osallistujille esitetyt kysymykset löytyvät tutkielman liitteestä 3. Toteutin kyselyn sähköisesti Webropol-työkalulla, kohderyhmänä olivat joulukuusta 2020 maaliskuuhun 2021 ajoneuvovahinkoilmoituksen verkkopalveluun jättäneet asiakkaat. Analysoin kyselytutkimuksen vastaukset kysymyksittäin kokonaisuutena kaikki vastaukset huomioiden eikä yksittäin vastaajakohtaisesti. Hyödynnän taulukoita ja kuvioita tulosten esittämisessä.

Vastausaika kyselyyn alkoi 20.3.2021 ja päättyi 31.3.2021. Kyselyyn vastasi 22 ihmistä. Vastanneilta kysyttiin perustietoina ikä, asiakkuuden kesto, itsearviointi verkkoasioimistaidoista, ajoneuvovahinkoilmoituksen täyttöön käytetty laite sekä rooli, jossa vahingosta ilmoitettiin. Vastaajien ikä ja asiakkuuden kesto on koottu taulukkoon 3. Ainoastaan ikäryhmään 18–24 ei tullut vastauksia, muuten vastauksia tuli melko tasaisesti ikäryhmittäin. Eniten vastauksia tuli ikäryhmiin 25–34 (32%) sekä yli 65 vuotta (23%). Reilu enemmistö vastaajista (68%) oli ollut LähiTapiolan asiakas yli 2 vuotta, mutta mukana oli myös joitain alle vuoden kestäneitä asiakkuuksia (14%) sekä asiakkaita, joiden asiakkuus oli kestänyt 1–2 vuotta.

Taulukko 3. Kyselyyn vastanneiden iät ja asiakkuuden kestot.

Ikä (vuotta)	Vastaukset	Asiakkuuden kesto	Vastaukset
18–24	0	Alle vuosi	14% (n=3)
25–34	13,5% (n=3)	1–2 vuotta	18% (n=4)
35–44	32% (n=7)	Yli 2 vuotta	68% (n=15)
45–54	13,5% (n=3)		
55–64	18% (n=4)		
Yli 65	23% (n=5)		

Kyselyyn vastanneet arvioivat omia verkkoasioimistaitojaan vaihtelevasti. 36% (n=8) vastaajista piti verkkoasioimistaitojaan erinomaisina, 55% (n=12) piti taitojaan hyvinä ja loput 9% (n=2) tyydyttävinä. Vastaajat olivat myös käyttäneet eri laitteita asioidessaan verkkopalvelussa. Tietokone oli suosituin laite, sitä käytti 68% (n=15) vastaajista. Muita käytettyjä laitteita olivat älypuhelin, jota oli käyttänyt 23% (n=5) vastaajista, sekä tabletti, jota oli käyttänyt 9% (n=2) vastaajista. 95% vastaajista (n=21) asioi vakuutuksenottajana, ja 5% (n=1) asioi vahingonkärksineenä. Vastaajien itsearviointi verkkoasioimistaidoista sekä heidän käyttämänsä laitteet ja roolit, jossa vahingosta ilmoitettiin, on koottu taulukkoon 4.

Taulukko 4. Kyselyyn vastanneiden muut perustiedot.

Itsearviointi verkkoasioimistaidoista	Vastaukset	Käytetty laite	Vastaukset	Rooli	Vastaukset
Erinomaiset taidot	36% (n=8)	Tietokone	68% (n=15)	Vakuutuksenottaja	95% (n=21)
Hyvät taidot	55% (n=12)	Älypuhelin	23% (n=5)	Valtakirja	0
Tyydyttävät taidot	9% (n=2)	Tabletti	9% (n=2)	Vahingonkärksinyt	5% (n=1)

4.2.1 Arviot ajoneuvovahinkoilmoituksesta verkossa

Vastaajista 41% (n=9) oli ilmoittanut aiemmin ajoneuvovahingosta LähiTapiolaan. Vastaajista 50% (n=11) puolestaan ei ollut aiemmin jättänyt ajoneuvovahinkoilmoitusta LähiTapiolaan. 9% (n=2) vastaajista ei muistanut, oliko jättänyt vahinkoilmoitusta vai ei. Vastaajista yhteensä 32% (n=7), oli ollut yhteydessä LähiTapiolan hätäpalveluun tai kumppaniin, kuten autokorjaamoon, ennen vahinkoilmoituksen jättöä. Loput 68% (n=15) eivät olleet yhteydessä kumpaankaan ennen ilmoituksen tekoa. 64% vastaajista (n=14) kertoi löytäneensä ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeen hyvin helposti verkkopalvelusta. 36% vastaajista (n=8) kertoi löytäneensä lomakkeen melko vähällä vaivalla.

82% (n=18) arvioi ymmärtäneensä kaikki ilmoituslomakkeen kysymykset ja osanneensa myös vastata niihin. Loput 18% (n=4) kertoivat ymmärtäneensä valtaosan kysymyksistä ja osanneensa vastata niihin. 95% (n=21) vastaajista arvioi, että vahinkoilmoituslomakkeella liikkuminen oli vaivatonta. 5% vastaajista (n=1) arvioi, että liikkuminen ei ollut vaivatonta. 82% vastaajista (n=18) kertoi ymmärtäneensä koko ajan, missä vaiheessa ilmoituksen tekoa kulloinkin oltiin. 9% (n=2) vastaajista ei ymmärtänyt ja toiset 9% (n=2) ei osannut sanoa. 86% vastaajista (n=19) sai jätettyä ilmoituksen heti ensimmäisellä kerralla. 3 vastaajaa (n=14%) kertoi saaneensa jätettyä ilmoituksen toisella yrittämällä. Kaikki vastaajat (n=22) kokivat palvelun luotettavaksi.

68% vastaajista (n=15) kertoi saaneensa ilmoituksen jätettyään selkeää neuvontaa ja ymmärtäneensä, mitä tulee tapahtumaan seuraavaksi. 32% (n=7) puolestaan kertoivat, etteivät saaneet selkeää neuvontaa, mutta luottivat, että heihin ollaan tarvittaessa yhteydessä. 68% vastaajista (n=15) arvioivat ajoneuvovahinkoilmoittamisen LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelussa erittäin käteväksi ja 23% (n=5) käteväksi. 9% vastaajista (n=2) pitivät ajatusta käteväenä, mutta lomake ei tehnyt kokemuksesta miellyttävää. Kuusi vastaajaa antoi vapaata palautetta ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeesta. Palautteet on koottu taulukkoon 5.

Taulukko 5. Kyselytutkimuksen vapaat palautteet.

Numero	Palaute
1.	Vahinkoasia hoidettiin hyvin. Olin tyytyväinen palveluun. Nettisivu oli toimiva, eikä kaatuillut, kuten esim tullin sivut.
2.	Voisi olla selvemmin ne vahinkotyyppit
3.	Hämmästyttävän sujuvaa!
4.	Ilmoitus käsiteltiin nopeasti. Hätäpalvelu ei ollut hyvää, ei neuvottu eikä ohjeistettu selkeästi miten toimitaan ja mitä vakuutus sisältää. Hätäpalvelun toiminnan arvio oli ala-arvoinen.
5.	Päätös tuli nopeasti.
6.	Vastapuolen yhteystietojen jättäminen ei onnistunut niille osoitettuun kohtaan vaan ne piti laittaa muihin tietoihin.

4.2.2 Asiointitottumukset ja kokemukset verkkoasioinnista

54% vastaajista (n=12) oli käyttänyt LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelua viimeisen vuoden aikana. 14% vastaajista (n=3) kertoi käyttäneensä palvelua, mutta käytöstä oli yli vuosi aikaa. 27% vastaajista ei ollut käyttänyt verkkopalvelua aiemmin. 5% vastaajista (n=1) ei muistanut, oliko käyttänyt palvelua vai ei. 12 vastaajasta, jotka olivat käyttäneet palvelua viimeisen vuoden aikana 92% (n=11) kertoi saaneensa tuolloin asiansa hoidettua kerralla. 8% (n=1) kertoi, että ei ollut saanut asiaansa hoidettua. Kaikista vastaajista 68% (n=15) kertoi löytäneensä etsimänsä tiedon verkkopalvelusta helposti. 32% vastaajista (n=7) kertoi löytäneensä etsimänsä tiedon lopulta.

Kysyttäessä mieluisinta asiointikanavaa eri asioimistilanteissa verkkopalvelu korostui suosituimpana vaihtoehtona kaikissa tilanteissa. Vakuutuksen ostossa verkkopalvelu oli

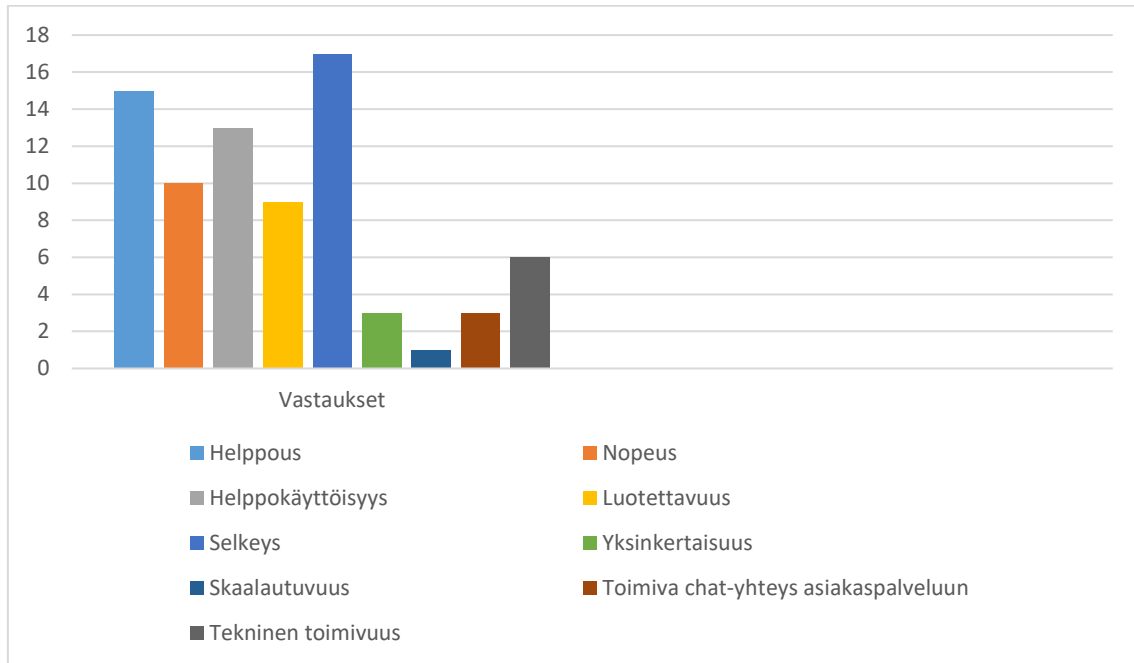
suosituin kanava, mutta ei yhtä suurella erolla muihin asiointikanaviin verrattaessa muihin tilanteisiin. Vastaukset mieluisimmista asiointikanavista eri tilanteissa on koottu taulukkoon 5. On huomioitava, että osallistujat olivat vastanneet joihinkin asiointitilanteisiin kaksi eri kanavaa. Siksi asiointitilannekohtainen yhteenlaskettu vastausmäärä on kolmessa ensimmäisessä tilanteessa yli osallistujamäärän ($n=22$). Vastauksista selviää, että etenkin osoitteenmuutoksesta tai muusta omaan talouteen liittyvästä muutoksesta ilmoittaminen on etenkin suosituinta verkkopalvelussa. Myös vahinkoilmoituksen teossa ja vakuutuksen irtisanomisessa verkkopalvelu on selkeästi suosituin kanava, mutta yksittäiset asiakkaat kokivat myös puhelinpalvelun tai toimipisteellä asioinnin mieluisimmaksi kanavaksi. Vakuutuksen ostotilanteessa vastaukset jakautuivat eniten. Verkkopalvelu keräsi 48% vastauksista ($n=13$), toimipiste 30% ($n=8$) ja puhelinpalvelu 22% ($n=6$) vastauksista.

Taulukko 6. Mieluisimmat asiointikanavat.

	Puhelinpalvelu	Verkkopalvelu	Toimipiste	Yhteensä
Vakuutuksen osto	6	13	8	27
Vahinkoilmoituksen teko	2	21	1	24
Vakuutuksen irtisanominen	3	19	3	25
Muutoksesta ilmoittaminen	2	20	0	22
Yhteensä	13	73	12	

Kysyttäessä kolmea ominaisuutta, joita kyselyyn vastanneet arvostavat eniten asioidessaan vakuutusyhtiön verkkopalvelussa yhteensä yhdeksän eri ominaisuutta nimettiin. Nämä ovat helppous, nopeus, helppokäyttöisyys, luotettavuus, selkeys, yksinkertaisuus, skaalautuvuus, tekninen toimivuus sekä toimiva chat-yhteys asiakaspalveluun. Selkeys, helppous ja helppokäyttöisyys olivat suosituimmat ominaisuudet. Vastaukset on koottu kuvioon 2. Kysyttäessä voisivatko vastaajat suositella LähiTapiolaa vakuutusyhtiönä 36%

(n=8) vastasi kyllä, 59% (n=13) vastasi kyllä, jos joku heiltä aiheesta kysyisi ja 5% (n=1) vastasi, ettei osaa sanoa.



Kuvio 2. Vakuutusyhtiön verkkopalvelun arvostetuimmat ominaisuudet.

4.3 Uusien asiakkaiden lomakehaastattelut

Tässä tapauksessa uudella asiakkaalla tarkoitetaan asiakasta, joka oli vakuuttanut ajoneuvonsa LähiTapiola Pirkanmaalla korkeintaan kaksi kuukautta ennen tutkimukseen osallistumista ja jotka eivät oikeasti olleen kärsineet ajoneuvovahinkoa tänä aikana. Viimeiseen tutkimusvaiheeseen osallistui neljä uutta asiakasta, jotka olivat vakuuttaneet ajoneuvonsa LähiTapiola Pirkanmaalla maaliskuuhun 2021 aikana. He harjoittelivat ensin LähiTapiolan verkkopalvelussa ajoneuvovahinkoilmoituksen tekoa, minkä jälkeen he vastasivat sähköiseen lomakehaastatteluun. Lomakehaastattelu toteutettiin Survio-työkalulla. Haastattelussa oli yhteensä 18 kysymystä, jotka löytyvät tämän tutkimuksen liitteestä 4. Liitteessä on mukana myös haastateltavien tehtävänanto.

Kaikki neljä osallistujaa olivat 45–54-vuotiaita. Kolme heistä käytti ajoneuvovahinkoilmoitusta verkossa harjoitellessaan tietokonetta ja yksi älypuhelinta. Kolme heistä arvioi

itse verkkoasioimistaitonsa olevan hyvät, yksi arvioi niiden olevan erinomaiset. Kolme osallistujista ei ollut ilmoittanut ajoneuvovahingosta aiemmin LähiTapiolaan, yksi neljästä osallistujasta puolestaan oli ilmoittanut aiemmin. Tämä on mahdollista, sillä vaikka asiakas olisi ostanut LähiTapiolasta ajoneuvovakuutukset keväällä 2021 ja vaikka hänellä ei ennen tätä ole hetkeen ollut LähiTapiolan asiakas, hänellä on saattanut olla aiemmin ajoneuvovakuutukset LähiTapiolassa. Haastateltava kertoi, että aiemmasta ilmoituksesta on alle kaksi vuotta mutta ei haastattelulomakkeen vastauksesta ei voi päätellä, kuinka kauan. Vastauksesta ei voi myöskään päätellä, mitä kanavaa pitkin vahinkoilmoitus on aikanaan tehty. Siitä, että asiakas kuitenkin osallistui tutkimukseen eikä maininnut avoimissa kysymyksissä asiasta, voisi kuitenkin päätellä, ettei hän ollut aiemmin ilmoittanut vahingosta verkossa. Tätä ei voi kuitenkaan pitää varmana.

Kaikki neljä osallistujaa kertoivat löytäneensä ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeen hyvin helposti. He kokivat myös ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeen vahinkotyytit selkeiksi. Kyselyyn vastanneiden vapaissa palautteissa mainittiin, että ilmoituksen alkupuolella valittavaksi tulevat vahinkotyyppivaihtoehdot voisivat olla selkeämmin ilmaistu. Lomakehaastatteluissa samaa ongelmaa ei ilmennyt, tosin vahinkotyytin valinnan selkeys varmasti riippuu myös paljon sattuneesta vahingosta. Annetussa tehtävänannossa oli kyseessä selvä törmäys hirvieläimen kanssa. Kaikki neljä olivatkin osanneet valita tehtävänannon esimerkitapauksen perusteella vaihtoehdon ”Törmäsin hirvieläimeen”.

Kolme vastaajista ymmärsi kaikki kysymykset ja koki osanneensa vastata niihin. Vastavasti yksi vastaaja koki ymmärtäneensä valtaosan kysymyksistä ja osanneensa vastata niihin. Kolme vastaajista koki, että vahinkoilmoituslomakkeella liikkuminen oli vaivatonta, kun taas yksi vastaajista koki, että se ei ollut. Kun kysyttiin, ymmärsivätkö vastaajat koko ajan, missä vaiheessa ilmoituksen tekoa oltiin, kolme vastasi ymmärtäneensä koko ajan ja yksi vastasi, että ei ollut ymmärtänyt. Kaikki neljä vastaajaa uskoivat, että oikean vahingon kohdatessa he saisivat ilmoituksen jätettyä kerralla ja ilman neuvontaa. Kaikki neljä vastaajaa myös kokivat palvelun luotettavaksi.

Kolme vastaajaa koki vahinkoilmoituksen teon verkkopalvelussa käteväksi ja yksi hyvin käteväksi. Kolmella vastaajista ilmoituksen harjoittelu kesti suunnilleen alle kymmenen minuuttia ja yhdellä vastaajista 15–20 minuuttia. Vastaajilta kysyttiin myös, mitä he tekisivät oikean vahingon kohdatessa. Kolme vastaajaa valitsivat vaihtoehdon ”Soittaisin LähiTapiolan Hätäpalveluun tai muuhun LähiTapiolan palvelunumeroon, kertoisin tilanteen puhelimitse ja noudattaisin ohjeita”, kun taas yksi vastaaja valitsi vaihtoehdon ”Tekisin oma-aloitteisesti vahinkoilmoituksen LähiTapiolan verkkopalvelussa pikimmiten, kun tilanne olisi selvinnyt. Soittaisin yleiseen hätänumeroon, jos tilanne sitä vaatisi, mutta en LähiTapiolaan”. Kolme vastaajaa koki aiheelliseksi jättää vapaata palautetta ajoneuvovahinkoilmoituksesta. Palautteet on koottu taulukkoon 6. Kaksi neljästä vastaajasta oli käyttänyt vakuutusyhtiönsä verkkopalvelua viimeisen vuoden aikana.

Taulukko 7. Lomakehaastatteluiden vapaat palautteet.

1.	Aika yksityiskohtainen oli
2.	kuvaile tapahtuma paikka tarkemmin aiheutti hie- man mietintää, mitäs sillä tarkoitetaan. tarkoite- taanko osoitetta vai mitä. Piti palata takaisin ja tar- kistaa myös mitä olin aiemmin kirjoittanut (kuvaile mitä on tapahtunut sekä auton vahingot).
3.	Kellon aikaa ei pysty muokkaamaan jälkikäteen. Muuten kätevä ja mielestäni helppo kun esim vauhti ja paikat kysytään erikseen.

4.4 Keskeiset löydökset ajoneuvovahinkoilmoituksesta

Tutkimukseen osallistui pääosin asiakkaita, jotka asioivat vakuutuksenottajan roolissa, mutta kyselyyn vastanneissa oli mukana myös yksi vastapuolen eli vahingonkärsineen roolissa asioinut. Osallistujat olivat käyttäneet monipuolisesti eri laitteita verkossa

vahingosta ilmoittaessaan. Tämä osaltaan tukee asiantuntijahaastatteluissa esitettyä näkemystä mobiilikanavien kasvavasta suosiosta myös asioitaessa vakuutusyhtiön verkkopalvelussa. Enemmistö haastatteluiden ja kyselyn osallistujista arvioi verkkoasioimistaitojensa olevan joko hyvät tai erinomaiset, mutta kyselyyn vastanneista kaksi arvioi taitojensa olevan tyydyttävät. Asiakkuuksien kestot vaihtelivat. Mukana oli niin uusia asiakkaita, joilla asiakkuus oli kestänyt alle vuoden, sitten oli asiakkaita, joiden asiakkuus oli kestänyt yhdestä kahteen vuotta sekä asiakkaita, joiden asiakkuuden kesto oli yli kaksi vuotta. Tutkimukseen osallistui asiakkaita laajasti eri ikäryhmistä. Vain 18–24-vuotiaiden ikäryhmään ei löytynyt osallistujia. Hieman yli kolmasosa kaikista osallistujista oli ilmoittanut ajoneuvovahingosta LähiTapiolaan myös aiemmin.

Vastauksista käy ilmi, että LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeen löydettävyyden on hyvällä tasolla. Kaikki osallistujat niin haastatteluiden kuin kyselytutkimuksen osalta kertoivat löytäneensä vahinkoilmoituslomakkeen verkkopalvelusta joko hyvin helposti tai melko vähällä vaivalla. Myös käytettävyyteen liittyvien ominaisuuksien, kuten ymmärrettävyyden ja vaivattoman liikkumisen suhteen, osallistujat arvioivat vahinkoilmoituslomakkeen toimivaksi. Viisi haastateltavaa sekä 18 kyselyyn osallistunutta kokivat ymmärtäneensä kaikki lomakkeen kysymykset ja osanneensa vastata niihin. Vastaavasti yksi haastateltava ja neljä kyselyyn vastannutta ymmärsivät valtaosan kysymyksistä ja osasivat vastata niihin. Vain yksi tutkimukseen osallistuja koki, ettei lomakkeella liikkuminen ollut vaivatonta. Kaikki haastateltavat ja 18 kyselyyn vastannutta kertoivat ymmärtäneensä koko ajan, missä vaiheessa ilmoitusta oltiin. Kaksi ei ymmärtänyt ja toiset kaksi ei osannut sanoa. Käytettävyyteen liittyviä tuloksia voi yleisesti pitää hyvinä, mutta toisaalta pieni osa käyttäjistä oli kohdannut eritasoisia käytettävyysongelmia.

Lieviä käytettävyysongelmia ilmeni sekä haastatteluihin osallistuneilla että kyselyyn vastanneilla. Haastatteluihin osallistuneet olivat yhtä lukuun ottamatta saaneet jätettyä ilmoituksen kerralla. Kyselyyn vastanneista kolme oli saanut jätettyä ilmoituksen vasta toisella yrittämällä. Prosentuaalisesti 86% haastatteluihin ja kyselyihin osallistuneista

asiakkaista (n=24) oli siis saanut jätettyä ilmoituksensa ensi yrittämällä. Kaikki haastateltavat ja kyselyyn vastanneet kokivat palvelun luotettavaksi. Tätä voi pitää tärkeänä löydöksenä. Lisäksi on syytä huomata, että vaikka tietokone oli selkeästi käytetyin laite, kyselyyn vastanneista useampi sekä haastateltavistakin yksi oli käyttänyt ilmoituksen täyttöön tablettia tai puhelinta. Muista vastauksista ei ole havaittavissa, että käytettävyyden taso laskisi tai vastaavasti olisi muita korkeampi jollain tietyllä laitteella. Tätä voi pitää myös huomionarvoisena löydöksenä.

Käyttäjäkokemuksen osalta yksi haastateltava kritisoi, että jo kirjautumisvaihe vaatii käyttäjältä liian monta klikkausta. Painettuaan kirjaudu sisään -painiketta käyttäjän pitää vielä välissä valita henkilöasiakkaan verkkopalvelu ennen kuin pääsee tunnistautumaan verkkopankkitunnuksillaan ja siirtymään palveluun. Tätä voi pitää yhtenä löydöksenä, joka muistuttaa, että käyttäjäkokemus alkaa heti sivulle siirryttyä ja sisään kirjauduttaessa. Lisäksi toinen haastateltava nosti esiin, että verkkopalvelussa ilmoituksen jättämisen jälkeen saatu neuvonta ei ollut kovinkaan selkeää, mutta kun häneen oltiin seuraavana arkiaamuna puhelimitse yhteydessä, neuvonta oli todella hyvää ja hän sai kaiken tarvitsemansa tiedon. Toisaalta kyselytutkimuksen vapaissa palautteissa esimerkiksi LähiTapiolan hätäpalvelua arvioitiin kriittisesti. Voi pitää merkittävänä löydöksenä, että tämän tutkimuksen perusteella esimerkiksi puhelinasioinnin on mahdollista nähdä käyttäjäkokemuksen osana. Toisaalta olisi myös mahdollista pohtia esimerkiksi käyttäjäkokemusta ja asiakaskokemusta erikseen, varsinkin jos tutkimusasetelma olisi toisenlainen. Tämän tutkimuksen tavoite ja tutkimusasetelma kuitenkin mahdollistaa muunkin kuin verkkoasioinnin näkemisen käyttäjäkokemuksen osana.

Yleisesti enemmistö vastanneista koki saaneensa ilmoituksen jätettyään selkeää neuvontaa siitä, miten korvausprosessi etenee. Näin vastasi kyselyssä 68% vastaajista ja haastateltavista 4 (66%). Myös tämän voi kuitenkin nähdä kehityskohteena. Luku voisi olla suurempikin, järjestelmä voisi viestiä käyttäjälle vielä paremmin, mitä ilmoituksen jättämisen jälkeen tapahtuu. Lopuista kyselyyn vastanneista 32% tosin vastasi myös, että he

luottivat, että heihin oltaisiin yhteydessä tarvittaessa. Tämä koski myös kahta haastateltavaa, jotka eivät myöskään kokeneet saaneensa järjestelmältä selkeää neuvontaa.

68% kyselyyn vastanneista koki myös ilmoittamisen verkossa erittäin käteväksi. Luku on identtinen vastauksiin, joissa vastattiin kysymykseen siitä, olivatko he saaneet selkeää neuvontaa vahinkoilmoituksen jättämisen jälkeen. 23% (n=5) vastaajista koki ilmoittamisen verkossa käteväksi ja loput kahden vastaajan mielestä ilmoitus verkossa on ajatuksena kätevä, mutta lomake ei tehnyt kokemuksesta miellyttävää. Kaikki haastateltavat puolestaan kokivat verkkopalvelun hyväksi kanavaksi ilmoittaa ajoneuvovahingosta. Vaikka tuloksista ei täydellä varmuudella ole mahdollista luoda selkeää syy-yhteyttä selkeän neuvonnan ja verkkovahinkoilmoituksen kokemisen erittäin käteväksi välillä, tätäkin löydöstä voi pitää merkittävänä. Sujuva ilmoituksen jättö ja sen jälkeen saatu selkeä neuvonta varmasti antaa käyttäjälle kokemuksen, jonka jälkeen on helppo arvioida ilmoittaminen verkossa erittäin käteväksi. Myös se, että kaksi vastaajaa arvioivat, että lomake ei tehnyt käytöstä miellyttävää puolestaan saa epäilemään syy-yhteyttä aiemmin mainittujen lievien käytettävyyssongelmien ja näiden vastausten välillä. Esimerkiksi kaksi vastaajaa oli vastannut aiemmin, ettei aina ymmärtänyt, missä vaiheessa lomaketta oli tiin ja yksi oli vastannut, että liikkuminen lomakkeella ei ollut vaivatonta.

Uusien asiakkaiden lomakehaastatteluissa nousi esiin, että kaikki haastateltavat uskoivat, että saisivat jätettyä ilmoituksen kerralla ja ilman neuvontaa oikean vahingon sattuessa. Lisäksi kolme haastateltavaa kertoi, että heidän harjoittelunsa vahinkoilmoituslomakkeella oli kestänyt alle kymmenen minuuttia ja yhdellä haastateltavalla 15–20 minuuttia. Aikaa voi pitää hyvinkin kohtuullisena. Kolme lomakehaastattelun vastaajaa myös koki vahinkoilmoituksen teon verkossa käteväksi ja yksi hyvin käteväksi. Toisaalta myös kyselytutkimuksen kanssa vastaavia lieviä käytettävyyssongelmia oli ilmennyt myös useammalla lomakehaastatteluiden vastaajalla. Kysyttäessä sitä, oliko ilmoituslomakkeella liikkuminen vaivatonta, kysymys keräsi myös yhden ”Ei”-vastauksen samoin kuin kysymys siitä, ymmärsikö haastateltava koko ajan, missä vaiheessa ilmoituksen tekoa oltiin. Lisäksi vapaissa palautteissa nousi esiin, että yksi haastateltava ei ollut onnistunut

muokkaamaan vahinkotapahtuman kellonaikaa jälkikäteen, ja toinen haastateltava oli kokenut haastavaksi vahinkopaikan kuvailun.

Tutkimustuloksista voidaan todeta, että LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemusta arvioitiin pääosin positiivisesti. Tutkimukseen osallistujat löysivät kuitenkin myös parannettavaa sekä kritisoitavaa. Mielenkiintoisia löydöksiä olivat, että käytettävyyssongelmat vaikuttivat toisilla asiakkailla asiakaskokemukseen enemmän kuin toisilla. Yksi haastateltava, joka ei onnistunut jättämään ilmoitusta ensimmäisellä yrittämällä, kuvaili silti käyttäjäkokemustaan ”ihan positiiviseksi”. Vastaavasti toinen haastateltava kertoi, ettei voisi suositella verkkoasioinnin perusteella LähiTapiolaa vakuutusyhtiönä, vaikka olikin saanut ensi yrittämällä oman ilmoituksensa jätettyä. Syitä oli verkkopalvelun negatiivinen käyttäjäkokemus muuten, hän olisi toivonut selviävänsä vähemmällä vaivalla verkkoasioinnissa ja saaneensa selkeämpää neuvontaa korvausprosessiin liittyen.

Kyselyn vastauksista selvisi, että enemmistö arvioi ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemusta positiivisesti. Useammalla käytettävyyden osa-alueella löytyi kuitenkin yksittäisiä tai muutamia negatiivisempiakin arvioita esimerkiksi ymmärrettävyyteen, lomakkeella liikkumiseen ja selkeään neuvonnan puuttumiseen liittyen. Asiantuntijahaastatteluissa esiin tulleita viime vuosina tehtyjä muutoksia ja parannuksia verkon ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeeseen voi kuitenkin pitää tulosten perusteella käyttäjä- ja asiakaskokemusta parantavina, kun ottaa huomioon, että toinen haastateltava asiantuntija totesi, että aiemmalla lomakkeella ilmoituksen täyttö oli jäänyt usein kesken ja asiakaskokemus oli todettu todella huonoksi.

4.5 Keskeiset löydökset verkkoasiointitottumuksista

Kuudesta puhelimitse haastatellusta asiakkaasta viisi oli käyttänyt LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelua aiemmin. Kyselyyn vastanneista 68% (n=15) oli käyttänyt verkkopalvelua aiemmin, tosin kolme heistä lisäsi, että käytöstä oli yli vuosi aikaa. 12 vastaajasta, jotka olivat käyttäneet verkkopalvelua viimeisen vuoden aikana, 11 oli saanut asiansa hoidettua kerralla. Haastateltavat kertoivat löytäneensä etsimänsä tiedon sekä

saaneensa asian hoidettua kerralla ja ilman neuvontaa, tosin useampi kertoi, että asian suorittamiseen myös kului jonkin verran aikaa. Tuloksista voi päätellä, että on tavallista, että moni LähiTapiola Pirkanmaan vakuutuksenottaja ei tarvitse kovinkaan usein vakuutusyhtiönsä verkkopalvelua. Toisaalta tämäkin tuo osaltaan yhtiölle haasteen, kun sen pitäisi pystyä tarjoamaan sujuvaa ja helppokäyttöistä asiointia myös sellaiselle asiakkaalle, joka ei ole pitkään aikaan saati koskaan aiemmin asioinut palvelussa.

Kyselyyn vastanneista 68% (n=15) kertoi löytäneensä etsimänsä tiedon verkkopalvelusta helposti ja loput 32% vastaajista (n=7) kertoi löytäneensä etsimänsä tiedon lopulta. Voi pitää yhtenä löydöksenä, että löydettävyyden suhteen ei myöskään yleisellä tasolla näytä olevan suuria ongelmia, sillä yksikään tutkimukseen osallistuneista ei suoraan kertonut, ettei olisi löytänyt jotain tiettyä etsimäänsä asiaa tai toimintoa verkkopalvelusta. Osa vastaajista kertoi löytäneensä tiedon lopulta nähtyään hieman vaivaa asian eteen. Tämä varmasti osaltaan kertoo myös vakuutusyhtiön haasteesta kehittää verkkopalvelunsa navigointia, kun toimintoja ja ominaisuuksia yksinkertaisesti on niin lukuisia. Yleisen löydettävyyden osalta on myös huomioitava, että otanta on varsin pieni ottaen huomioon tutkimuskohteena olevan yhtiön koon.

Esimerkkinä olleissa asiointitilanteissa verkkopalvelu oli yleisin kanava, mutta myös muut ja perinteisemmät asiointikanavat saivat kannatusta. Etenkin vakuutuksia ostettaessa osa asiakkaista selkeästi haluaisi asioida myös ihmisen kanssa, joko konttorilla tai puhelinpalvelussa. Vastaavasti vahinkoilmoituksen tekoon, vakuutuksen irtisanomiseen sekä osoitteenmuutoksesta tai muusta omaan talouteen liittyvästä muutoksesta ilmoittamiseen verkkopalvelu koettiin selkeästi suosituimmaksi kanavaksi. Myös näissä asiointitilanteissa muut palvelukanavat saivat yksittäisiä vastauksia. Myös näitä tutkimustuloksia analysoitaessa on otettava huomioon, että otanta on ollut varsin pieni verrattaessa yhtiön kokoon. Verkkopalvelun suosiota vahinkoilmoituksen jättämiseen, vakuutuksen irtisanomiseen ja muutoksen ilmoittamiseen liittyen voi kuitenkin pitää myös tärkeänä löydöksenä. Palvelumuotoilun kannalta voi pitää vakuutusyhtiölle haasteena kykyä tarjota monikanavaista palvelua asiakkailleen. Esimerkiksi konttoriasiointi keräsi kaikissa

asiointitilanteissa vähintään yksittäisiä vastauksia, mutta yhtiön näkökulmasta esimerkiksi pienten paikkakuntien asukkaille tätä ei ole kovin helppoa mahdollistaa.

Kysyttäessä kolmea ominaisuutta, joita asiakkaat arvostavat asioidessaan vakuutusyhtiönsä verkkopalvelussa, eniten vastauksia keräsivät selkeys, helppous ja helppokäyttöisyys. Seuraavaksi eniten vastauksia keräsivät nopeus, luotettavuus ja tekninen toimivuus. Näiden lisäksi myös toimiva chat-yhteys asiakaspalveluun, yksinkertaisuus sekä skaalautuvuus keräsivät yksittäisiä vastauksia. Kaikki edellä mainitut ovat hyvän ja toimivan verkkopalvelun ominaisuuksia vakuutusosalalla ja keräsivät vastauksia siten täysin odotetusti. Silti selkeyden ja helppouden korostumista suosituimpina vastauksina voi pitää mielenkiintoisena löydöksenä.

Asiakaskokemuksen kannalta keskeinen löydös oli, että yhteensä kaikista osallistujista 39% (n=11) olisi valmis suosittelemaan LähiTapiolaa vakuutusyhtiönä asiointinsa perusteella. 53% (n=15) olisi valmis suosittelemaan, jos joku heiltä aiheesta kysyisi. 4% (n=1) ei osannut sanoa ja toiset 4% (n=1) ei olisi valmis suosittelemaan. Kun ottaa huomioon aiemmin läpi käydyt vastaukset käytettävyyden pääosin hyvästä tasosta, tuloksesta löytää perusteita sille, että verkkopalvelun hyvä käytettävyys vaikuttaa positiivisesti käyttäjä- ja asiakaskokemukseen.

5 Päätäntö

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millainen on LähiTapiola Pirkanmaan henkilöasiakkaan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeen käyttäjäkokemus. Lisäksi tutkimuksessa kerättiin tietoa myös yleisemmin LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaiden valmiuksista ja tottumuksista verkkoasiointiin liittyen. Tutkimuksessa selvitettiin myös, millaisia ominaisuuksia vakuutuksenottajat arvostavat asioidessaan vakuutusyhtiönsä verkkopalvelussa. Tutkimuksessa haastateltiin kahta LähiTapiola-ryhmän vakuutusalan asiantuntijaa ja kuutta LähiTapiola Pirkanmaan ajoneuvovahingosta ilmoittanutta asiakasta, joiden korvausprosessi oli jo valmis. Lisäksi suoritettiin kyselytutkimus ajoneuvovahinkoilmoituksesta LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelussa loppuvuonna 2020 ja alkuvuonna 2021 ilmoittaneille LähiTapiola Pirkanmaan asiakkaille. Kyselyyn vastasi 22 asiakasta. Lopuksi neljälle asiakkaalle suoritettiin lomakehaastattelu, jolla kartoitettiin uusien asiakkaiden valmiutta ja halukkuutta ilmoittaa mahdollisesta ajoneuvovahingosta verkossa.

Tutkimuskysymystä lähestyttiin monesta näkökulmasta. Asiantuntijahaastattelut auttoivat ymmärtämään tarkasteltavaa kohdetta, LähiTapiolan verkkopalvelua ja sen ajoneuvovahinkoilmoituslomaketta, syvällisemmin ja yksityiskohtaisemmin. Asiakashaastattelut toivat laajasti analysoitavaa aineistoa ilmoituksen tekoon ja korvausprosessiin liittyvästä käyttäjäkokemuksesta. Asiakkaille teetettyyn kyselyyn vastasi haastatteluihin verrattuna moninkertainen määrä, mikä osaltaan toi tutkimukseen luotettavuutta ja yleistettävyyttä, kun pääosin samoihin kysymyksiin saatiin määrällisesti enemmän vastauksia. Tutkimukseen osallistui henkilöitä monipuolisesti eri ikäryhmistä. Lisäksi heidän asiakkuutensa kesto ja käyttämänsä laitteet vaihtelivat. Lomakehaastatteluiden avulla tutkimukseen saatiin myös uuden asiakkaan näkökulma, kun sellaisetkin asiakkaat, jotka eivät vielä olleet kohdanneet ajoneuvovahinkoa, pääsivät harjoittelemaan ilmoituksen täyttöö ja kertomaan kokemuksistaan.

Aineistoa analysoitiin laadullisesti sisällönanalyysin avulla. Lisäksi aineistoa esitettiin ja analysoitiin määrällisesti erilaisten taulukoiden ja kuvioiden avulla. Analyysin jälkeen

LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelun henkilöasiakkaan käyttäjäkokemuksesta piirtyi kuva, että selvä enemmistö osallistujista kertoi käyttäjäkokemuksen olleen siinä mielessä onnistunut, että kaikki osallistujat olivat löytäneet vahinkoilmoituksen verkkopalvelusta joko hyvin helposti tai sitten melko vähällä vaivalla. Selvä enemmistö osallistujista myös onnistui jättämään vahinkoilmoituksensa suunnitellusti ensi yrittämällä. Lisäksi kaikki osallistujat kokivat palvelun käytön luotettavaksi. Näitä löydöksiä voi pitää tärkeinä ja ne kaikki osaltaan perustelevat, että tietyt käytettävyyden peruselementit voidaan katsoa olevan kunnossa palvelun henkilöasiakkaan ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeella. Tämä puolestaan näkyi suoraan siinä, että moni osallistujista arvioi, että olisi valmis asiointinsa perusteella suosittelemaan LähiTapiolaa vakuutusyhtiönä, etenkin jos joku aiheesta kysyi. Tuloksista voi löytää perusteita aiemmin esitettyyn (Dam, 2020) näkemykseen siitä, että positiivinen käyttäjäkokemus parantaa myös asiakaskokemusta ja näkyy siten myös asiakastyytyväisyydessä.

LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemuksesta löytyi tutkimusaineiston perusteella myös parannettavaa. Haastateltavista yksi ja kyselyyn vastanneista kolme saivat jätettyä ilmoituksensa vasta toisella yrittämällä. Tämä on 14% (n= 4) puhelinhaastatteluiden ja kyselytutkimuksen osallistujista. Asiakshaastatteluissa nousi esiin, että yksi haastateltava piti jo kirjautumista työläänä vaiheena, sillä se vaatii useamman klikkauksen enemmän kuin muissa hänen käyttämässään verkkopalveluissa. Tämä muistutti osaltaan käyttäjäkokemuksen aiemmin esitellyistä määritelmistä, joissa esimerkiksi Stewart (2015, s. 1) sekä Sauer ja muut (2020, s. 4) ovat todenneet, että käyttäjäkokemus sisältää kaikki käyttäjän kokemuksen näkökohdat, toiminnot, tuntemukset, huomiot ja aistien muodostamiset oltaessa tekemisissä teknisen laitteen tai palvelun kanssa.

Aiemmin esitellyissä Nielsenin (1993, s. 20) heuristiikoissa mainittiin esimerkiksi ymmärrettävyyden, johdonmukaisuuden sekä tietojen loogisen ja luonnollisen järjestyksen tärkeys arvioitaessa järjestelmän käytettävyyttä. Vaikka kaikkien tutkimusvaiheiden tuloksissa selvä enemmistö arvioi käyttäjäkokemustaan positiiviseksi eikä löytänyt

käytettävyyteen liittyviä ongelmia tai ainakaan merkittäviä sellaisia, esimerkiksi kyselyn vastauksista selvisi, että kaksi vastaajaa ei ollut tiennyt missä vaiheessa ilmoituksen tekoa eri vaiheissa oltiin ja toiset kaksi ei osannut sanoa. Yhdellä lomakehaastatteluun osallistuneella asiakkaalla oli sama ongelma. Lisäksi yksi haastateltava, neljä kyselyyn vastaajaa ja yksi lomakehaastateltava eivät olleet ymmärtäneet aivan kaikkia kysymyksiä. Haastateltava oli saanut silti ilmoituksensa jätettyä onnistuneesti ja ilman neuvontaa, kyselyyn vastanneista tätä ei ollut mahdollista analysoida. Käytettävyyden eri osa-alueista löytyi siis myös huomautettavaa.

Uusien asiakkaiden lomakehaastatteluissa kävi ilmi, että kolmen haastateltavan harjoittelu ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeella kesti alle kymmenen minuuttia ja yhden 15–20 minuuttia. Kaikki haastateltavat myös uskoivat, että saisivat jätettyä vahinkoilmoituksensa kerralla oikean vahingon sattuessa. Vaikka annettu tehtävänanto oli melko yksinkertainen ja otos on pieni, löydöstä voi pitää merkittävänä ja se myös osaltaan puoltaa sitä, että yleisesti vahinkoilmoituslomakkeen käytettävyyden todettiin olevan hyvällä tasolla ja osallistujat kuvasivat käyttäjäkokemustaan positiiviseksi. Sekä kyselyn että uusien asiakkaiden lomakehaastatteluiden ajoneuvovahinkoilmoitusta koskevissa vapaissa palautteissa nostettiin esiin erilaisia osallistujien mieleen jääneitä asioita, joissa oli ollut ongelmia. Tällaisia olivat vahinkotyyppien valinta, vahinkotapahtuma paikan kuvaamiseen liittyvä kysymys, mahdollisuus muokata tapahtuneen kellonaikaa jälkikäteen sekä vastapuolen tietojen jättäminen niille osoitettuun kohtaan. Tämän lisäksi asiakkaat jättivät vapaisiin palautteisiin myös erilaisia kehuja.

Verkkoasiointitottumuksien suhteen mielenkiintoinen löydös oli, että puhelinhaastatteluihin ja kyselytutkimukseen osallistuneista asiakkaista 61% (n= 17) oli käyttänyt LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelua viimeisen vuoden aikana ennen vahinkoilmoituksensa jättöä. Toisaalta asiakkailta kysytyissä neljässä asiointitilanteessa verkkopalvelu oli kaikissa suosituin palvelukanava. Etenkin vahinkoilmoituksen teossa, vakuutuksen irtisanomisessa ja omaan talouteen liittyvästä muutoksesta ilmoittamisessa verkkopalvelu oli ylivoimaisesti suosituin kanava. Tutkimuksessa saatiin samankaltaisia tuloksia kuin

Finanssiala ry:n (2020) tutkimuksessa, jossa verkkopalvelu todettiin tyypillisimmäksi kanavaksi asioida vakuutusyhtiön kanssa. Tässä tutkimuksessa mainituissa asiointitilanteissa ei ollut mukana esimerkiksi laskutukseen, vakuutusasiakirjojen tarkasteluun tai muuhun tiedon etsintään liittyvää verkkopalvelun käyttöä, mutta kun ottaa huomioon verkkopalvelun suosion asiointikanavana, olisi voinut kuvitella, että verkkopalvelua olisi voinut käyttää edellisen vuoden aikana vieläkin useampi asiakas. Valtaosa verkkopalvelua edellisen vuoden aikana käyttäneistä asiakkaista myös kertoi saaneensa selkeää neuvontaa ja asiansa hoidettua. Edellä mainitut seikat kannustavat osaltaan myös LähiTapiola Pirkanmaata tarjoamaan asiakkailleen sujuvaa ja teknisesti toimivaa verkkopalvelua ja myös etsimään keinoja ohjata asiakkaitaan asioimaan verkossa yhä useammin.

Kokonaisuutena tutkimuksen tuloksista voi sekä ajoneuvovahinkoilmoittamisen että muunkin verkkoasioinnin osalta todeta, että asiointi digitaalisissa palvelukanavissa ei ole enää eikä ole vähään aikaan ollutkaan pelkästään tulevaisuutta, vaan yksinkertaisesti suosittu palvelukanava vakuutuksenottajalle hoitaa omia vakuutusasioitaan. Mutta vaikka verkkoasiointi näytti tutkimustuloksissa suosionsa, ei sovi unohtaa, että myös perinteisemmät palvelukanavat saivat vastauksia kysyttäessä mieluisinta asiointikanavaa eri tilanteissa. Tämä tuokin LähiTapiola Pirkanmaalle ja muillekin vakuutusyhtiöille palvelumuotoilun kannalta haasteen, kun asiakkaille pyritään tarjoamaan heidän tarpeitaan vastaavaa palvelua. Vastaavasti arvioitaessa ja selvitetessä näiden palvelujen laatua voidaan Fileniuksen (2015, s. 19) havainnon mukaan tämänkin tutkimuksen kontekstissa todeta, että riippumatta siitä, käytetäänkö käytettävyyden, käyttäjäkokemuksen, asiakaskokemuksen tai digitaalisen asiakaskokemuksen käsitettä, kaikista oleellisinta on ymmärtää, miten asiakkaan kokemus muodostuu mahdollisimman hyväksi.

Yhden mielenkiintoisen näkökulman edellä mainittuun terminologiaan tämän tutkimuksen kontekstissa tuo se, että kyselytutkimukseen vastasi myös yksi vahingonkärsinyt osapuoli. LähiTapiolan henkilöasiakkaan verkkopalvelussa on ollut mahdollista ilmoittaa myös vahingonkärsineen eli vastapuolen roolissa joulukuusta 2020 alkaen. Tällaisissa tapauksissa on perustellumpaa puhua käyttäjäkokemuksesta eikä niinkään

asiakaskokemuksesta, sillä vahingonkärsineenä vahingosta ilmoittanut ei välttämättä ole vakuutuksenottajana missään LähiTapiola-ryhmän yhtiössä. Käytettävyyden ja käyttäjäkokemuksen selvittämistä myös tällaisissa tapauksissa voi kuitenkin pitää perusteltuna ja vakuutuksenottajien etujen mukaisena. Liikennevakuutus on lakisääteinen vakuutus tieliikennekäytössä olevalle moottoriajoneuvolle, ja Suomessa tapahtuu suuri määrä liikennevahinkoja vuosittain. Vahingosta ilmoittamisen pitäisi olla mahdollisimman sujuvaa kaikille osapuolille, sillä joissain tilanteissa myös vahingonkärsineen voi olla tarpeen tehdä kirjallinen ilmoitus.

Tutkimustuloksissa kävikin myös ilmi, että esimerkiksi ajoneuvovahingon korvausprosessi sisältää usein monikanavaista asiointia vakuutusyhtiön ja asiakkaan välillä ja tämän asioinnin arvointiin vaikuttaa asiakkaan näkökulmasta paitsi verkkopalvelun käyttäjäkokemus myös käyttäjäkokemus ja asiakaskokemus laajemmin. Useampi asiakas sekä haastatteluihin osallistuneista että kyselyyn vastanneista esimerkiksi kertoi, ettei ollut saanut vahinkoilmoituksen jätettyään selkeää neuvontaa itse verkkopalvelusta, mutta osasi luottaa, että häneen ollaan yhteydessä tarvittaessa. Lisäksi haastateltavista kaksi kehui erikseen LähiTapiola Pirkanmaan puhelinpalvelun laatua ja selkeyttä omien korvausprosessiensa aikana. Nämä havainnot tuovat osaltaan uutta näkökulmaa yritettäessä hahmottaa, mitä kaikkea esimerkiksi vakuutusyhtiön verkkopalvelun käyttäjäkokemus pitää sisällään asiakkaan näkökulmasta. Tämän tutkimuksen perusteella esimerkiksi vahinkoilmoituksen jätön jälkeen puhelimitse tapahtuvan asioinnin voi hyvin nähdä käyttäjäkokemuksen osana, sillä sen laadukkuus hyvin selkeästi vaikutti siihen, miten osallistujat jälkeinpäin arvioivat myöskin itse ilmoitukseen liittyvää verkkoasiointia. Jos asian hahmottaa näin, käyttäjäkokemuksen merkitystä asiakastytyväisyyteen vaikuttavana tekijänä voi pitää erittäin suurena.

Tätä tutkimusta voi pitää onnistuneena, sillä LähiTapiola Pirkanmaan henkilöasiakkaan ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemuksesta saatiin kerättyä monipuolisesti tietoa sekä asiantuntijahaastatteluiden, asiakashaastatteluiden että asiakkailta teetetyn kyselytutkimuksen avulla. Tuloksista voidaan todeta, että LähiTapiola Pirkanmaan

verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoitus-toiminnon käytettävyys on hyvällä tasolla ja sen johdosta asiakkaat arvioivat myös käyttäjäkokemustaan pääosin positiivisesti. Tutkimuksessa on kuitenkin myös tiettyjä vajavaisuuksia. Se ei sisällä esimerkiksi vertailua muiden vakuutusyhtiöiden verkkopalvelujen vastaaviin toimintoihin. Toisaalta valittu tutkimusmenetelmä auttoi selvittämään tarkemmin valitun tutkimuskohteen käyttäjäkokemuksen laatua. On myös syytä todeta, että suurempi osallistujamäärä olisi tuonut vielä enemmän luotettavuutta tutkimustuloksiin, varsinkin kun ottaa huomioon tutkimuksen kohteena olleen yhtiön koon.

Tämän tutkimuksen tuloksista voi löytää tukea ja vahvistusta aiemmassa tutkimuskirjallisuudessa esitetyille näkemyksille, havainnoille ja johtopäätöksille. Pohjolan (2015, s. 18) toteaman mukaisesti voidaan tämänkin tutkimuksen analyysin jälkeen todeta, että vakuutusalan toimijoiden, kuten LähiTapiola-ryhmän ja LähiTapiola Pirkanmaan, todella kannattaa panostaa digitaalisiin palvelukanaviinsa ja myös siihen, että ne oppisivat yhdistämään ihmiset, digitaaliset palvelualustat ja tehokkaat toimintatavat asiakkaiden tarpeita vastaaviksi. Lisäksi tässä tutkimuksessa todetun vahvan syy-seuraussuhteen sujuvan korvausprosessin ja asiakastyytyväisyyden välillä voi katsoa vahvistavan Koiviston (2017) havaintoa siitä, että vakuutuksenottajat perinteisesti arvostavat vahinkovakuutusyhtiöltään sujuvaa korvauspalvelua. Myös Yliruusin (2016, s. 69) havainnolle siitä, digitaalisessa palvelukanavassa asioinnin tulisi olla nopeaa, helppoa sekä ajasta ja paikasta riippumatonta, saatiin tukea tässäkin tutkimuksessa. Helppous oli toiseksi suosituin ja helppokäyttöisyys kolmanneksi suosituin ominaisuus kysyttäessä osallistujilta tärkeimpiä ominaisuuksia heidän asioidessaan vakuutusyhtiönsä verkkopalvelussa. Nopeus puolestaan sai neljänneksi eniten vastauksia.

Toisaalta esimerkiksi Kurjen (2016, s. 45) esittämään havaintoon siitä, että digitalisaation vaikutus vakuutusosalalla on ollut suurta nimenomaan korvauspalveluissa, saatiin sekä vahvistusta että uusia näkökulmia. Tämän tutkimuksen tuloksissa verrattaessa esimerkiksi vakuutuksen ostoon oli vahingosta ilmoittaminen suositumpaa verkkopalvelussa, mutta esimerkiksi vakuutuksen irtisanominen ja omaan talouteen

liittyvästä muutoksesta ilmoittaminen oli vielä vahingosta ilmoittamistakin suositumpaa verkkopalvelun välityksellä. Toisin sanoen verkkopalvelun suosio on tämän tutkimuksen perusteella suuri myös sellaisessa vakuutusasioinnissa, joka ei suoranaisesti liity vakuutusten ostoon tai korvausten hakuun. Lisäksi todettiin, että korvausprosessi vahinkotapahtumasta vahingostailmoittamiseen ja siitä edelleen korvauspäätökseen ja mahdolliseen korvauksen maksamiseen vakuutuksenottajalle on usein monikanavainen ja pitää sisällään verkkoasioinnin lisäksi esimerkiksi puhelinasiointia.

Suomessa tapahtuu vuosittain suuri määrä erilaisia ajoneuvovahinkoja. Tämän tutkimuksen tuloksista selviää, että vahingon satuttua moni LähiTapiola Pirkanmaan vakuutuksenottaja on halukas ilmoittamaan vahingosta vakuutusyhtiönsä verkkopalvelussa. Kaikissa tutkimusvaiheissa selvä enemmistö osallistujista arvioi ilmoitusta verkossa pääosin joko käteväksi tai hyvin käteväksi. Vaikka tämän tapaustutkimuksen aiheena on vain yhden vakuutusalan toimijan ja sen yhden alueyhtiön asiakkaiden, LähiTapiolan ja LähiTapiola Pirkanmaan, käyttäjäkokemus, voi tutkimustuloksista päätellä, että vakuutuksenottajilla on laajemminkin halu ja tarve ilmoittaa ajoneuvovahingoistaan sujuvasti verkossa. LähiTapiola Pirkanmaan verkkopalvelun voidaan nähdä tämän tutkimuksen perusteella vastaavan tähän tarpeeseen pääosin hyvin.

Mahdollisia jatkotutkimusaiheita on useita. LähiTapiola-ryhmän sisältä tutkimusta voisi kohdentaa muihin digitaalisiin palvelukanaviin, kuten mobiilisovelluksiin. Tämän lisäksi verkkopalvelun muita toimintoja voisi tutkia yksityiskohtaisemmin niin käytettävyyden, käyttäjäkokemuksen kuin asiakaskokemuksenkin näkökulmasta. Lisäksi aiheeseen liittyen olisi mahdollista tehdä vertailevaa tutkimusta Suomessa toimivien vahinkovakuutusyhtiöiden välillä esimerkiksi verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoituksen käyttäjäkokemuksen osalta. Myös moni muu verkkopalvelujen ominaisuus ja toiminto sopisi erittäin hyvin tutkimuskohteeksi. Kokonaisuutena voidaan lopuksi todeta, että etenkin lakisääteisten vakuutusten osalta verkkoasioinnin käyttäjäkokemus korvausta hakiessa olisi tärkeä tutkimuskohde

muutenkin kuin LähiTapiola-ryhmän osalta. Laajempi yksityiskohtainen tutkimus aiheesta toisi tärkeää tietoa aiheesta myös asiakkaan näkökulmasta ja ajaisi siten vakuutuksenottajien etua.

Lähteet

- Ahvenainen, P., Gylling J. & Leino S. (2017). *Viiden tähden asiakaskokemus*. Helsingin seudun kauppakamari.
- Bacha, J. (2017). *Mapping Use, Storytelling, and Experience Design: User-Network Tracking as a Component of Usability and Sustainability*. Journal of Business and Technical Communication. 32, 2:198.228
<https://doi.org/10.1177/1050651917746708>
- Baecker, O., Ippisch, T., Michahelles, F., Roth, S. & Fleisch, E. (2009). *Mobile claims assistance*. MUM '09. Proceedings of the 8th International Conference on Mobile and Ubiquitous Multimedia. <https://doi.org/10.1145/1658550.1658561>
- Böhm, V. & Wolff C. *A Review of Empirical Intercultural Usability Studies*. Teoksessa: Design, user experience, and usability. Theories, methods, and tools for designing the user experience: Third international conference, DUXU 2014, held as part of HCI International 2014, Heraklion, Crete, Greece, June 22-27, 2014, Proceedings, Part I
- Dam, R. (2020). *Improve Customer Experience with UX Investments that Increase ROI*. Noudettu 20.4.2021 osoitteesta <https://www.interaction-design.org/literature/article/improve-customer-experience-with-ux-investments-that-increase-roi>
- Filenius, M. (2015). *Digitaalinen asiakaskokemus. Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa*. Docendo.
- Finanssiala ry. *Vakuutustutkimus 2020*. Noudettu 1.3.2021 osoitteesta <https://www.finanssiala.fi/uutismajakka/Sivut/Vakuutustutkimus-85-prosenttia-tyytyvaisia-korvauksiin-ja-palveluun.aspx>

- Hirsjärvi, S. & Hurme H. (2008). *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Gaudeamus.
- Ilmarinen V. & Koskela K. (2015). *Digitalisaatio: Yritysjohdon käsikirja*. Helsinki. Talentum.
- Isomursu, M., Tähti M., Väinämö S. & Kuutti K. (2007). *Experimental evaluation of five methods for collecting emotions in field settings with mobile applications*. International Journal of Human-Computer Studies. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.11.007>
- ISO-Standardi (2010). *Usability*. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:v1:en>
- ISO-Standardi (2010). *User experience*. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241-210:ed-1:v1:en>
- ISO-Standardi (2017). *User experience*. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso-iec-ieee:24765:ed-2:v1:en:term:3.4472>
- Kiviniemi, K. (2018). *Laadullinen tutkimus prosessina*. Teoksessa: Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. toim. Raine Valli. PS-Kustannus.
- Koivisto, J. (2017) *Tahto ratkaisee - Näin syntyi LähiTapiola*. Otava.
- Koivisto, M., Säynäjäkangas J. & Forsberg S. (2019). *Palvelumuotoilun bisneskirja*. Alma Talent
- Kucheriavy, A. (2019) *World's Best Insurance and InsurTech Websites for User Experience*. Noudettu 1.3.2021 osoitteesta <https://www.intechnic.com/blog/worlds-best-insurance-and-insurtech-websites-for-user-experience/>
- Kujala, S., Roto V., Väänänen-Vainio-Mattila K., Karapanos E. & Sinnelä A. (2011) *UX Curve: A method for evaluating long-term user experience*. Interacting with Computers 23: 473-483. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2011.06.005>

- Kurki, A. (2016). *DIGITALISAATION VAIKUTUKSET VAKUUTUSYHTIÖIDEN ASIOINTIKANNAVIIN JA PALVELUIHIN (Case Turva)*. Tampereen yliopisto. Pro Gradu -tutkielma. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/100190/GRADU-1480504678.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kvale S. (2007). *Doing Interviews*. SAGE Publications Ltd.
- Laine, M., Bamberg J. & Jokinen P. (2007). (toim.) *Tapaustutkimuksen taito*. Gaudeamus. Helsinki
- Laine, T. (2018). *Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma*. Teoksessa: Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. toim. Raine Valli. PS-Kustannus. Jyväskylä
- Law, L-C., van Schaik P. & Roto V. (2014). *Attitudes towards user experience (UX) measurement*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2013.09.006>
- Lewis, J.R. (2014). "Usability: lessons Learned... and yet to Be Learned." *International Journal of Human-Computer Interaction* 30 (9): 663–684. <https://doi.org/10.1080/10447318.2014.930311>
- Luukkonen, I. Mäntyniemi, L. Pekonen-Ranta, M. Raulos, V. & Santavirta P. (2018) *Vakuutuslainsäädäntö*. FINVA. Helsinki
- LähiTapiola (2020a). *Esittely*. Noudettu 20.11.2020 osoitteesta <https://www.lahitapiola.fi/tietoa-lahitapiolasta/yhtiot/pirkanmaa>
- LähiTapiola (2020b). *Korvaus- ja vahinkoasiat*. Noudettu 10.12.2020 osoitteesta <https://www.lahitapiola.fi/henkilo>
- LähiTapiola (2021) *Yhtiöryhmän rakenne*. Noudettu 1.2.2021 osoitteesta <https://www.lahitapiola.fi/tietoa-lahitapiolasta/lahitapiola-ryhma/yhtioryhm-tietoa/ryhman-rakenne-ja-johto>
- Malmsten, A. (2007). *Rajaaminen*. teoksessa: *Tapaustutkimuksen taito*. toim. Markus Laine, Jarkko Bamberg & Pekka Jokinen. Gaudeamus.

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Morgan Kaufmann.

Peltola, T. (2007). *Empirian ja teorian vuoropuhelu*. Teoksessa: Tapaustutkimuksen taito. toim. Markus Iain, Jarkko Bamberg & Pekka Jokinen. Gaudeamus. Helsinki.

Pohjola, M. (2015). *Digitalisaatio ja tuottavuus finanssialalla*. AaltoYliopiston Kauppakorkeakoulu. www.finanssiala.fi/materiaalit/Digitalisaatio_ja_tuottavuus_finanssialalla.pdf

Polaine, A., Lovlie Lavrans & Reason, Ben. (2013). *Service Design - From Insight to Implementation*. Rosenfeld Media. Brooklyn, New York.

Puustinen, P., Salonen J. & Ahonen, A. (2007). *Ymmärrämmekö toisiamme – sähköiset vakuutuspalvelut lähemmäksi kuluttajaa*. Teoksessa Lammi, Minna – Järvinen, Raija – Leskinen, Johanna (toim.) *Kuluttajat kehittäjinä. Miten asiakkaat vaikuttavat palvelumarkkinoilla? Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2007*. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki. 105-125. https://docplayer.fi/2781782-Kuluttajat_kehittajina.html

Rantala, J. & Kivisaari E. (2020). *Vakuutusoppi*. FINVA. Turenki.

Samson, S., Granath K. & Alger A. (2017) *Journey Mapping the User Experience*. College & Research Libraries. <https://doi.org/10.5860/crl.78.4.459>

Sauer, J., Sonderegger A. & Schmutz S. (2020). Usability, user experience and accessibility: towards an integrative model. *Ergonomics* 63: 1207–1220. <https://doi.org/10.1080/00140139.2020.1774080>

Shieh, J-C. (2012) From website log to findability. *The Electronic Library*, Vol. 30 No. 5, 707-720. <https://doi.org/10.1108/02640471211275747>

Stewart, T. (2015). *User experience*. *Behaviour & Information Technology* 34: 949-951. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2015.1077578>

- Trochim, W. (2001) *Survey Research*. *Research Methods Knowledge Database*. Noudettu 5.5.2021 osoitteesta <https://conjointly.com/kb/survey-research/>
- Tullis, T & Albert W. (2013). *Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability data*, 2nd ed. Waltham, MA: Morgan Kauffman.
- Tuomi, J. & Sarajärvi A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi.
- Vakuutusyhtiölaki. (2008) 1. Osa. <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2008/20080521>
- Yliruusi, E. (2018). *Digitaalinen asiakaskokemus vakuutuslalla*. Pro Gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto. Saatavilla: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103652/1527844271.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yu, T-W & Chen, T-J. *Online travel insurance purchase intention: a transactio cost perspective*. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 35, 9: 1175-1186. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1486781>
- Wang, W-T & Lu. C-C. (2014). *Determinants of Success for Online Insurance Web Sites: The Contributions from System Characteristics, Product Complexity, and Trust*. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*. 24, 1: 1-35. <https://doi.org/10.1080/10919392.2014.866501>

Liitteet

Liite 1. LähiTapiola ryhmän sisäisten haastatteluiden kysymykset

LähiTapiola-ryhmän sisäinen asiantuntijahaastattelu

Kysymykset

Mikä on LähiTapiolan verkkopalvelun tämänhetkinen rooli asiointikanavana?

Mitä muutoksia LähiTapiolan verkkopalveluun on tehty viimeisen kahden vuoden aikana?

Mitä muutoksia LähiTapiolan verkkopalvelun ajoneuvovahinkoilmoitukseen on tehty viimeisen kahden vuoden aikana?

Millaiset tekijät ovat muutosten taustalla?

Millainen muutosten vastaanotto on yleisesti ollut asiakaspalautteiden perusteella?

Miten asiakkaiden on ollut mahdollista osallistua muutoksien valmisteluun?

Miten asiakkaiden on mahdollista jatkossa osallistua verkkopalvelun kehitykseen?

Mitkä ominaisuudet asiakkaat kokevat tärkeimmiksi verkkopalvelun käytössä?

Mitä ominaisuuksia asiakkaat pitävät tärkeänä vahinkoilmoituksen täytössä verkossa?

Millainen asema verkkopalvelulla nähdään olevan LähiTapiolassa 2020-luvulla verrattaessa perinteisiin asiakaspalvelukanaviin?

Millainen asema verkkopalvelun korvauksenhakutoiminnoilla nähdään 2020-luvulla verrattaessa perinteisempiin asiakaspalvelukanaviin?

Mitä haluaisit kysyä LähiTapiolan asiakkailta, jotka ovat täyttäneet ajoneuvovahinkoilmoituksen verkossa?

Liite 2. Asiakashaastatteluiden kysymykset

Haastattelukysymykset

Perustiedot

- Ikä
- Asiakkuuden kesto (Yli 2 vuotta, 1-2 vuotta, alle vuosi)
- Käytetty laite
- Itsearviointi verkkoasioimistaidoista (Hyvät taidot, tyydyttävät taidot)
- Rooli, jossa vahingosta ilmoitettiin (vakuutuksenottaja, valtakirja, vastapuoli)

Ajoneuvovahinkoilmoitus

1. Oletko ilmoittanut ennen ajoneuvovahingosta LähiTapiolaan? (Jos olet, milloin, mikä kanava?)
2. Olitko ennen verkkovahinkoilmoitusta yhteydessä LähiTapiolaan muita kanavia pitkin, esimerkiksi LähiTapiolan Häätäpalvelun kautta?
3. Löysitkö helposti ajoneuvovahinkoilmoituksen verkkopalvelusta?
4. Oliko ajoneuvovahinkoilmoituslomakkeen kieli ymmärrettävää?
5. Osasitko vastata sinulta kysyttyihin kysymyksiin?
6. Oliko vahinkoilmoituslomakkeella liikkuminen vaivatonta?
7. Ymmärsitkö koko ajan, missä vaiheessa vahinkoilmoitusta oltiin ja milloin siirryttiin eteenpäin?
8. Saitko asiasi hoidettua kerralla?
9. Tarvitsitko erillistä ohjeistusta vahinkoilmoituksen täytössä?
10. Koitko palvelun luotettavaksi?
11. Saitko selkeät toimintaohjeet tai neuvontaa siitä, miten prosessi jatkuu vahinkoilmoituksen jälkeen?
12. Jos saisit valita, miten haluaisit ilmoittaa ajoneuvovahingosta?
13. Kuinka käteväksi koit ilmoituksen verkossa?
14. Vapaa palaute ajoneuvovahinkoilmoituksesta

Korvausprosessin sujuvuus

15. Onko LähiTapiolasta kysytty sinulta lisätietoja vahinkoilmoitukseen liittyen?
16. Mitä kanavia pitkin olit yhteydessä LähiTapiolaan korvausprosessin aikana vahinkoilmoituksen jätettyäsi?
17. Mitä kanavia suosit tällaisissa tilanteissa?
18. Miten arvioisit koko korvausprosessin sujuvuutta?

Verkkopalvelun käyttö

19. Oletko käyttänyt LähiTapiolan verkkopalvelun muita toimintoja?
20. Jos olet käyttänyt, mitä?
21. Saitko tuolloin asian hoidettua kerralla?
22. Oletko löytänyt etsimäsi tiedon verkkopalvelusta?
23. Tarvitsitko siihen apua?
24. Seuraavissa vakuutustapahtumissa, mikä on sinulle mieluisin asiointikanava:
 - vakuutuksen osto
 - vahinkoilmoituksen teko
 - vakuutuksen irtisanominen
 - osoitteenmuutoksesta tai muusta asiakastietoihisi liittyvästä muutoksesta ilmoit-

taminen

25. Mitä kolmea ominaisuutta arvostat eniten asioidessasi vakuutusyhtiön verkkopalvelussa?
26. Oletko tyytyväinen LähiTapiolan verkkopalveluun?
27. Voisitko suositella LähiTapiolaa vakuutusyhtiönä verkkoasioinnin perusteella?
(Kyllä, EOS, Ei)
28. Kehitysehdotuksia LähiTapiolan verkkopalveluun:

Liite 3. Kyselytutkimuksen kysymykset

1. Ikä

18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, yli 65

2. Asiakkuuden kesto

Alle vuosi

1-2 vuotta

yli 2 vuotta

3. Itsearviointi verkkoasioimistaidoista

Erinomaiset taidot

Hyvät taidot

Tyydyttävät taidot

4. Ajoneuvovahinkoilmoitukseen käytetty laite

Tietokone

Älypuhelin

Tabletti

Muu

5. Rooli jossa vahingosta ilmoitettiin

Asioin vakuutuksenottajana

Asioin valtakirjalla

Asioin vastapuolena

6. Olitko ennen ilmoittanut ajoneuvovahingosta LähiTapiolaan?

Kyllä

En

En muista

7. Olitko ennen vahinkoilmoituksen täyttööä yhteydessä LähiTapiolan hätäpalveluun tai kumppaniin?

Kyllä, olin yhteydessä hätäpalveluun

Kyllä, olin yhteydessä kumppaniin

En

En muista

8. Löysitkö helposti ajoneuvovahinkoilmoituksen verkkopalvelusta?

Kyllä, löysin hyvin helposti

Kyllä, löysin melko vähällä vaivalla

En löytänyt helposti mutta löysin lopulta

En löytänyt itse, tarvitsin apua

9. Oliko vahinkoilmoituslomakkeen kieli ymmärrettävää?

Kyllä, ymmärsin kaikki minulta kysytyt kysymykset ja osasin vastata niihin

Kyllä, ymmärsin valtaosan kysymyksistä ja osasin vastata niihin

En ymmärtänyt kaikkia kysymyksiä, mutta sain jätettyä ilmoitukseni

En ymmärtänyt kysymyksiä, tarvitsin apua ilmoituksen jättöön

10. Oliko vahinkoilmoituslomakkeella liikkuminen vaivatonta?

Kyllä, pääsin liikkumaan vaivattomasti tarvittaessa

Ei

En osaa sanoa

11. Ymmärsitkö kokoajan, missä vaiheessa ilmoituksen tekoa oltiin?

Kyllä

En

En osaa sanoa

12. Saitko vahinkoilmoituksesi jätettyä kerralla?

Kyllä

En, sain jätettyä ilmoitukseni vasta toisella yrittämällä

En, ilmoitukseni jättäminen vei yli kaksi yrittämää

13. Koitko palvelun luotettavaksi?

Kyllä

En

En osaa sanoa

14. Saitko selkeää neuvontaa, kun olit jättänyt ilmoituksesi?

Sain selkeää neuvontaa ja ymmärsin, mitä tapahtuu seuraavaksi

En saanut selkeää neuvontaa, mutta luotin että minuun ollaan tarvittaessa yhteydessä

En saanut selkeää neuvontaa lainkaan, en tiennyt miten prosessi etenee jatkossa

15. Kuinka käteväksi koit ajoneuvovahinkoilmoittamisen verkossa?

Erittäin kätevä

Kätevä

Ajatuksena kätevä, mutta lomake ei tehnyt kokemuksesta miellyttävää

Ilmoittaisin mieluummin toista kanavaa pitkin vahingosta

16. Vapaa palaute ajoneuvovahingosta

17. Olitko käyttänyt LähiTapiolan verkkopalvelua viimeisen vuoden aikana?

Kyllä

Olen käyttänyt palvelua, mutta käytöstä on yli vuosi aikaa

En

En muista

18. Jos olit käyttänyt, saitko tuolloin asiasi hoidettua kerralla?

Kyllä

Sain asiani hoidettua, mutta tarvitsin neuvontaa

En

En muista

19. Oletko löytänyt etsimäsi tiedon verkkopalvelusta?

Kyllä, olen löytänyt etsimäni tiedon helposti

Kyllä, olen löytänyt etsimäni tiedon lopulta

En ole löytänyt etsimääni tietoa

20. Seuraavissa asioimistilanteissa, mitä palvelukanavaa käyttäisit mieluiten? (puhelinpalvelu, verkkopalvelu, toimipiste)

Vakuutuksen osto

Vahinkoilmoituksen teko

Vakuutuksen irtisanominen

Osoitteenmuutoksesta tai muusta muutoksesta ilmoittaminen

21. Mitä seuraavista ominaisuuksista arvostat eniten asioidessasi vakuutusyhtiön verkkopalvelussa? (valitse kolme)

Helppous, Nopeus, Helppokäyttöisyys, Luotettavuus, Selkeys, Yksinkertaisuus, Skaalautuvuus, Toimiva chat-yhteys asiakaspalveluun, Tekninen toimivuus, Modernius

22. Voisitko suositella LähiTapiolaa vakuutusyhtiönä verkkoasioinnin perusteella?

Kyllä

Kyllä, jos joku minulta aiheesta kysyisi

En osaa sanoa

En

23. Avoin palaute

Liite 4. Uusien asiakkaiden lomakehaastattelut

Tehtävänanto osallistujille:

1. Kirjaudu LähiTapiolan henkilöasiakkaan verkkopalveluun pankkitunnuksillasi osoitteessa <https://www.lahitapiola.fi/henkilo>
2. Etsi verkkopalvelustasi ajoneuvovahinkoilmoitus (Korvaus- ja vahinkoasiat -> Hae korvausta -> valitse "Ajoneuvoa" ja siirry Seuraava-linkistä sivun alhaalta lomakkeelle)
3. Täytä vahinkoilmoitus alla olevan kuvitteellisen tilannekuvauksen perusteella. Jos et löydä kuvauksesta kaikkiin kysymyksiin vastausta, vastaa/toimi parhaasi mukaan ja siirry eteenpäin. Päästyäsi Yhteenveto-sivulle, älä lähetä ilmoitusta eteenpäin, vaan siirry vastaamaan kyselyyn.

Olet joutunut ajoneuvosi kanssa hirvieläinkolariin. Kuljetit ajoneuvoasi itse. Vahinko tapahtui kuluvan päivän aamuna kello 9. Sää oli selkeä ja kirkas, tienpinta paljas ja kuiva. Alkoholilla ei ollut osuutta asiaan. Ajaessasi Kyröntietä Sastamalassa Häijään Nesteen lähetyvillä eteesi loikkasi yllättäen peura tai muu hirvieläin. Se aiheutti vahingon osuessa ajoneuvoosi vasemman etuvalon kohdalta. Sinulla oli vauhtia törmäyshetkellä noin 30 km/h, sillä ehdit hieman jarruttaa ennen törmäystä. Nopeusrajoitus tiellä on 50 km/h. Ajoneuvosi vasen etukulma vaurioitui, siihen jäi naarmuja ja painauma. Henkilövahinkoja ei syntynyt. Pystyit ajamaan ajoneuvosi itse kotiin tapahtuman jälkeen. Et voi vähentää ajoneuvosi käytöstä aiheutuvia arvonlisäveroja.

Kysymykset:

1. Ikä (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, yli 65)
2. Käytetty laite
3. Itsearviointi verkkoasioimistaidoista
4. Oletko ilmoittanut aiemmin LähiTapiolaan ajoneuvovahingosta?
En
Kyllä, viimeisen kahden vuoden aikana
En muista
Kyllä, mutta vahinkotapahtumasta on kulunut yli 2 vuotta.
5. Löysitkö helposti ajoneuvovahinkoilmoituksen verkkopalvelusta?
Kyllä, löysin hyvin helposti
Kyllä, löysin melko vähällä vaivalla
En löytänyt helposti mutta löysin lopulta
En löytänyt itse, tarvitsin apua

6. Olivatko valittavat ajoneuvovahinkotyypit mielestäsi selkeitä?

Kyllä, vaihtoehdot olivat mielestäni selkeitä. Valitsin vahinkotyyppiä "Törmäsin hirvieläimeen".

Kyllä, vaihtoehdot olivat mielestäni selkeitä, mutta päädyin valitsemaan muun vahinkotyyppin ja jatkoin ilmoituksen tekoa.

Kyllä, vaihtoehdot olivat mielestäni selkeitä, mutta päädyin valitsemaan muun vahinkotyyppin ja jatkoin ilmoituksen tekoa. Ei, vaihtoehdot eivät olleet mielestäni selkeitä, mutta valitsin jonkun ja pääsin eteenpäin

Ei, vaihtoehdot eivät olleet mielestäni selkeitä ja olisin kaivannut apua oikean tyyppin valitsemiseen

En osaa sanoa selkeydestä, mutta pääsin ilmoituksessani eteenpäin

7. Oliko ilmoituslomakkeen kieli ymmärrettävää?

Kyllä, ymmärsin kaikki kysymykset ja osasin vastata niihin

Kyllä, ymmärsin valtaosan kysymyksistä ja osasin vastata niihin

En ymmärtänyt kaikkia kysymyksiä, mutta olisin saanut jätetty ilmoitukseni

En ymmärtänyt kysymyksiä, olisin tarvinnut apua oikean ilmoituksen jättämiseen

8. Oliko ilmoituslomakkeella liikkuminen vaivatonta?

Kyllä, pääsin liikkumaan ilmoituksella vaivattomasti eteenpäin ja tarvittaessa myös taaksepäin, Ei, En osaa sanoa

9. Ymmärsitkö kokoajan missä vaiheessa ilmoituksen tekoa oltiin?

Kyllä, En, En osaa sanoa

10. Harjoittelusi perusteella, uskotko, että saisit jätettyä vahinkoilmoituksesi kerralla ja ilman neuvontaa vahingon satuttua oikeasti?

Kyllä, uskon että saisin jätettyä ilmoituksen kerralla ja ilman neuvontaa

Kyllä, uskon että saisin jätettyä ilmoituksen kerralla, mutta saattaisin kaivata neuvontaa esimerkiksi asiakaspalvelusta

En usko että saisin jätettyä ilmoitusta kerralla

11. Harjoittelusi perusteella, koitko palvelun luotettavaksi?

Kyllä, En, En osaa sanoa

12. Harjoittelusi perusteella, kuinka käteväksi koet vahinkoilmoituksen teon verkkopalvelussa vahingon sattuessa?

Koen ilmoituksen verkossa hyvin käteväksi

Koen ilmoituksen verkossa käteväksi

Koen ilmoituksen verkossa käteväksi ajatuksena, mutta harjoittelemani perusteella lomake ei tekisi kokemuksesta miellyttävää

Ilmoittaisin mieluummin muuta kautta

13. Kuinka kauan ilmoituksesi harjoittelu suunnilleen kesti verkkopalveluun kirjautumisesta kyselyyn vastaamisen aloittamiseen?

Alle kymmenen minuuttia

10-15 minuuttia

20-30 minuuttia

Yli 30 minuuttia

14. Oikean vahingon kohdatessa mitä seuraavista tekisit? Tämä riippuu tietysti todella paljon vahinkotilanteesta. Kuvittele tilanne, joka olisi samankaltainen tehtävänannossa olevan tilanteen kanssa.

Soittaisin LähiTapiolan Hätäpalveluun tai muuhun LähiTapiolan palvelunumeroon, kertoisin tilanteen puhelimitse ja noudattaisin ohjeita

Tekisin oma-aloitteisesti vahinkoilmoituksen LähiTapiolan verkkopalvelussa pikimmiten, kun tilanne olisi selvinnyt. Soittaisin yleiseen hätänumeroon, jos tilanne sitä vaatisi, mutta en LähiTapiolaan

Weisin/huolehtisin ajoneuvoni oma-aloitteisesti LähiTapiolan kumppanille tarkastettavaksi ja kuuntelisin asiantuntijoiden arvioita ja ohjeita. Tilaisin myös oma-aloitteisesti ajoneuvolleni hinauksen tarvittaessa. Olisin LähiTapiolaan yhteydessä vasta myöhemmin.

En osaa sanoa miten toimisin, se riippuisi niin paljon tilanteesta

15. Vapaa palaute ajoneuvovahinkoilmoituksesta

16. Oletko käyttänyt vakuutusyhtiösi verkkopalvelua viimeisen vuoden aikana?

Kyllä

Olen käyttänyt verkkopalvelua, mutta käytöstä on jo yli vuosi

En

En muista

17. Seuraavissa asiointitilanteissa, mitä kanavaa suosit (puhelinpalvelu, verkkopalvelu, toimipiste, asiamiehen kautta asiointi)

Vakuutuksen osto

Vahinkoilmoituksen teko

Vakuutuksen irtisanominen

Osoitteenmuutoksesta tai muusta muutoksesta ilmoittaminen

18. Mitä seuraavista ominaisuuksista arvostat eniten asioidessasi vakuutusyhtiösi verkkopalvelussa?

Helppous, Nopeus, Helppokäyttöisyys, Luotettavuus, Selkeys, Yksinkertaisuus, Skaalautuvuus, Toimiva chat-yhteys asiakaspalveluun, Tekninen toimivuus, Modernius