

# Järvi-Saimaan Palvelut Oy työkulttuurin kehittäjänä

Järvi-Saimaan Palvelut Oy on selvä edelläkävijä alhaalta ylös lähtevän kehittämiskulttuurin rakentamisessa. Se toimii jo nyt mallina muillekin ja jakaa auliisti kehittämistyönsä tuloksia. Järvi-Saimaan Palvelut Oy:n tarkoituksena on vahvistaa henkilöstölähtöistä kehittämistä ja luoda uutta kulttuuria, joka mahdollistaa pienen kunnan elinvoiman kehittämisen siirryttäessä maakuntaudistukseen.

Työkulttuurin kehittämisohjelmassa kehitystyö tapahtui kuudessa linjassa kolmen kunnan alueella. Fyysiset kohtaamiset ajoittuivat noin puolen vuoden ajalle. Kaikissa kohtaamisissa on sparrattu henkilöstöä pohtimaan tulevaisuuden Järvi-Saimaan Palveluja, haluttua työkulttuuria ja tekemään uusia kokeiluja sitä rakentaen.

Tässä julkaisussa on kuvattu kussakin kuudessa linjassa tehtyä työtä ja aikaansaatuja tuloksia. Raportti jakautuu täten kuuteen osaan:

Alkusanat

1. Erinomainen asiakaskokemus
2. Olisiko minusta myyjäksi?
3. Hankalat asiakastilanteet
4. Digitaalisissa kanavissa
5. Verkostot ja kumppanuudet
6. Mainekuvan rakentaminen

Loppusanat

140 henkilön henkilöstö jaettiin kuuteen linjaan. Tarkemmin sanoen henkilöstö itse valitsi, mikä linjoista on juuri hänelle sopiva. Valinnan tehdessään he näkivät sekä aiheet että valmentajat. Valmentajista he tunsivat useita jo entuudestaan ja voivat näin nähdä, minkä teeman ympärillä he haluavat työkulttuuria kehittää. Kaikki linjat ovat hieman erilaisia keskenään.

Aikaansaamiset ovat olleet kaikkien linjojen näkyvillä koko valmennuksen ajan niin, että henkilöstö on pystynyt tekemään ketteriä kokeiluja omassa työssään koko ohjelman ajan. Työsuojelurahasto on osallistunut hankkeen rahoittamiseen

Hankkeessa on sovellettu tutkimuksia ja katsauksia tulevaisuuden työelämään (ks. esim. Dufva, Halonen, Kari, Koivisto, Koivisto & Myllyoja 2017; Alasoini, Järvensivu & Mäkitalo 2012), tavoiteltavaan mahdolliseen tulevaisuudenkuvaan sekä tutkimuksia työniloon ja -innostukseen liittyen (ks. esim. Manka & Manka 2016).



Työsuojelurahasto  
Arbetarskyddsfonden  
The Finnish Work Environment Fund



JÄRVI-SAIMAAN  
PALVELUT OY

# Alkusanat

Järvi-Saimaan Palvelut Oy on lähtenyt kehittämään työkulttuuria ja muokkaamaan tapaa toimia. Kyseessä on ollut koko yhtiön historian ajan palvelurakenteen kehittäminen. Tätä työtä on tehty kaikilla organisaatiotasolla,

Koko JSP:n ajatusmaailma tässä suhteessa on lähtöisin henkilöstöltä. Kaikki kehittämistoimet ja niiden eteenpäin vieminen on tapahtunut henkilöstön aloitteesta, kokeiluista, oppimisesta, jakamisesta ja uudelleen kehittämisestä. Merkittävää tässä on, että samalla työ on saanut uusia merkityksiä. Aina ei ole tarvinnut rakentaa tai muuttaa työtä mitenkään radikaalisti, mutta arvostus omaa sekä kaverin työtä kohtaan on noussut merkittävästi. Ylpeys omasta tekemisestä, ylpeys kollegan onnistumisista, ylpeys siitä että kuulumme Järvi-Saimaan Palveluihin on kohonnut rajusti. Ja tämä näkyy!

Tämä näkyy uskalluksena hypätä uuteen, kokeilla, kehua, kertoa, jakaa. Erityisesti jakaa. Henkilökunta on jakanut iloa asiakkaille, ollut mukana asiakkaiden arkipäivän askareissa, auttanut ja opastanut. Elänyt mukana. Tämä ei ole tavallista perinteisessä kuntatekniikan maailmassa. Asiakasrajapinnassa toimiminen on avartunut selvästi. Tai oikeastaan ensimmäistä kertaa voidaan puhua konkreettisella tasolla, että rajapinta on muuttunut yhdyspinnaksi. Tästä on puhuttu monessa yhteydessä, mutta JSP:llä tämä on saatu konkreettiseksi toiminnaksi.

Miten tässä on onnistuttu?

Vastaus on helppo. Henkilökuntaan luotetaan ja heille on annettu mahdollisuus kehittää ja kehittyä. Kehittyminen ei kuitenkaan tapahdu yksilötasolla kovinkaan vauhdikkaasti, jos ympärillä ei ole vertaisryhmää. Sellaista vertaisryhmää, johon myös esimiehet kuuluvat. Ei määrällijoinä, vaan sparraajina ja itsekin oman työnsä kehittäjinä. Tämä vaatii työryhmätyöskentelyä, kokeiluja ja innostumista. Tämä onnistuu työyhteisössä jossa on iloinen, mukaansatempaava ja innostava kehittäminen kulttuuri. Tämän kulttuuri rakentamisessa TSR on ollut merkittävässä roolissa. TSR on luonut mahdollisuuden työpajatoimintojen jatkuvaan kehittämiseen ja seuraavan riman ylittämiseen.

JSP:ssä jatkuu tämä työhurja toiminta, joka nyt on saatu ulotettua entistä tiiviimmin osaksi arkipäivää.

Simo Kaksonen  
Järvi-Saimaan Palvelut Oy, kehitysjohtaja



Työsuojelurahasto  
Arbetarskyddsfonden  
The Finnish Work Environment Fund



**JÄRVI-SAIMAAN**  
PALVELUT OY

# 1. linja

## Erinomainen asiakaskokemus

Ensimmäinen linja "Erinomainen asiakaskokemus" virittää ajattelua asiakkaan maailmaan. Millainen on ylivertainen asiakaskokemus, mistä syntyy aito asiakaspalveluasenne?

Ylivertainen asiakaskokemus vaatii syntyäkseen monenlaisten työelämätaitojen hallintaa. Vuorovaikutusta, luovuutta, empatiaa ja oppimisenhalua.

Nämä palaset synnyttävät erinomaista asiakaskokemusta ja niihin pohjautui kehittäminen joulukuusta 2017 helmikuuhun 2018.

Tänä päivänä parhaat kehittäjät löytyvät yrityksen sisältä. Kukaan ulkopuolinen ei pysty sanomaan, mitä työssä tulisi kehittää ja miten se parhaiten tehtäisiin. Kehittäminen kuuluu meille kaikille.

Ohjelman ensimmäisessä linjassa lähdemme tarkastelemaan omaa työtämme asiakkaan silmälasien läpi. Millaisen kokemuksen meidän työmme asiakkaalle antaa? Havainnoimme, uudistamme ja otamme pieniä askeleita kohti vielä parempaa asiakaskokemusta.

Tavoitteemme on 200 pientä kokeilua. Kun meillä on n. 150 työntekijää, se tarkoittaa reilua yhtä pientä kokeilua per nenä. Emme viilaa sisäisiä prosesseja, vaan kaikki mitä teemme, näkyy suoraan asiakkaalle.

27.11.2017, Juvalla  
asiantuntijana Kirsi Parviainen





## Hyvinvointia alueelle ja asukkaille.

Järvi-Saimaan Palvelut Oy:n tehtävä on selkeä. Eri palvelusektorimme tähtäävät aina hyvinvoinnin toteuttamiseen. Oli kyse kaduista, ruuasta tai vaikkapa liikuntapaikoista ja niiden hoitamisesta.

- Laadukasta, maukasta, monipuolista, terveellistä ruokaa, ruokaa jonka olemme valmistaneet asiakkaita varten
- Ystävällistä palvelua, aitoa vuorovaikutusta
- Teemme vähän enemmän kuin minimitarpeen. Vähän enemmän kuin siivousta - juttelua, asiakkaiden auttamista myös muissa asioissa.
- Hyvää ja terveellistä vettä, varmuudella
- Hyvä viestintä poikkeustilanteissa
- Olemme palveluammattissa, toimimme asiakkaan kannalta parhaalla tavalla



## Maakunnallinen kumppani ja vastuullinen asiantuntija.

Toimimme yhteistyössä ja kumppanuudessa eri toimijoiden kanssa. Yhteiskuntavastuullinen asiantuntija Järvi-Saimaan alueella. Koko Suomessa.

- Kannustetaan rohkeaan kokeiluun ja kehittämiseen
- Kaikkea ei tarvitse tehdä samalla tavoin kuin aina ennen
- Uudet ideat ja työtavat helppo ottaa kokeiluun ja käyttöön
- Töitä tehdään tosissaan, tehot tapissa, työhurjasti

- Vauvasta vaariin, meillä on laaja asiakaskirjo
- Terveellinen, monipuolinen, ravitseva ja herkullinen ruoka auttaa jaksamaan
- Viihtyisät ja hygieeniset tilat laadukkaalla työllä
- Asialliset ja käyttötarkoituksen mukaiset välineet, joista pidämme hyvää huolta, jotta työkavereilla olisi aina toimivat välineet käytössä



## Meihin sijoitetulla eurolla paras asiakashyöty.

Paras ja halutuin kumppani. Meihin sijoitetulla eurolla eniten. Niin Järvi-Saimaan alueella, kuin maakunnissakin.

- Vastaamme omasta työstä ammattitaidolla, olemme ammattilaisia myös haastavissa kohteissa
- Valvomme ja vastaamme työstämme itse
- Huolehdimme asiakkaiden erikoistarpeista ja toiveista
- Käytämme oman maakunnan tuotteita



## Työhurjasti ja innovatiivisesti elinvoimaa koko alueelle.

Meillä ollaan työhurjia. Töitä tehdään hurjalla Järvi-Saimaalaisella asenteella asiakkaittemme ja asukkaidemme hyväksi. Joka päivä. Kaikilla toimialoilla.





Me kaikki teemme asiakaspalvelutöitä, oli kyse sitten sisäisestä tai ulkoisesta asiakkaasta. Oma työ on osa kokonaisuutta, osa palapeliä. Organisaatiolla on aina tavoitteita ja matalassa organisaatiossa jokaisen rooli korostuu entisestään.

Tavoitteet on sisällytetty strategiaan ja strategian täytyy ohjata toimintaa. Siksi toimintaa seurataan ja valvotaan jatkuvasti. Jokainen tekee oman työnsä parhaansa mukaan, mutta maailman muuttuessa meidän on myös mukauduttava muutoksiin, jotta pysymme toiminnassa mukana.

Hommat eivät ole kiinni tuurista tai lahjakkuudesta. Vaan asenteesta. Asenne tapahtuu joka päivä ja se koetaan henkilökohtaisesti. Miten haastavat tilanteet tai loppoajat koetaan? Asenne on hyvä tunnistaa ja ymmärtää. Suhtautumistapa johtaa käytökseen joka näkyy myös asiakaspalvelun laadussa. Oma mielentilamme määrittää miten suhtaudumme muita kohtaan ja miten muut suhtautuvat meihin.

Uusi palvelutuotanto tapahtuu tasavertaisella vuorovaikutuksen kentällä. Ei niin, että asiantuntijat antavat palvelua yläviistosta pikkuisen passiivisille asiakkaille. Vuorovaikutuksen kentällä tuotamme asiakkaalle lisäarvoa yhdessä muiden kanssa. Olennaista on, että asiakas osallistuu myös itse aktiivisesti.

Vuorovaikutustaidot korostuvat myös tulevaisuuden työelämässä. Se muodostuukin todelliseksi kilpailuvaltiksi niin asiakaspalvelussa kuin kaikessa muussakin kanssakäymisessä.

Myös asiakaspalvelu ja asiakaskokemus ovat murroksessa: palvelu siirtyy yhä enemmän sosiaaliseen mediaan, jolloin ne työntekijät, jotka kohtaavat asiakkaan digitaalisesti, ratkaisevat yrityksen tulevaisuuden.

Digitaaliset palvelukokemukset, vuorovaikutusosaaminen ja välineiden hallinta ovat oleellinen osa kokonaisuutta ja avainasemassa organisaation tulevaisuuden kilpailukyvyllä.





## ERINOMAINEN ASIAKASKOKEMUS

Asiakas valitsee meidät - paras arvo meihin sijoitetulla eurolla



### ME TEEMME ASIAKASKOKEMUKSEN

Anne L. Tuija, Anneli, Kirsi, Pirjo K. Tuula, Kanda, Heljä, Ritva, Marja-Leena, Malla, Anne P. Marita, Kirsi L. Päivi, Pirjo A. Nanna, Seija P. Arja-Leena, Tapio, Tomi, Ari, Katariina, Oiva, Jouni, Seija V.



## ERINOMAISEN ASIAKASKOKEMUKSEN RESEPTI

### TÄLLÄ RESEPTILLÄ TUOTAT ERINOMAISEN ASIAKASKOKEMUKSEN

Ämpäriäinen osaamista  
Hyppysellinen hymy ja hyvää mieltä  
Aimo annos iloa  
Sylillinen rakkautta  
Pisara persoonallisuutta  
Huhmarellinen huumoria  
Kupillinen kohteliaisuutta  
Kipollinen kiitosta  
Huiskaus huomiota  
110% Arvostusta

*Sekoita kaikki aineet kuohkeaksi palveluksi.  
Muokkaa määriä ja suhteita tarvittaessa.  
Kokeile ilolla.*



## ERINOMAINEN ASIAKAS

VIDEOTERVEISET ASIAKKAALLE



## ERINOMAINEN ME

### TÄMÄ ON JÄRVI-SAIMAAN PALVELUT OY:N ASIAKASKOKEMUS

Olemme luotettavin, laadukkain ja paikallinen yritys, joka toimii aina persoonallisesti ja yllätyksellisesti.

Olemme helposti lähestyttävä, uusia elämyksiä luova unelmien toteuttaja.

Parhaita osaajia, jotka tekevät 110% asiakkaan hyväksi.

Palvelut tuottaa koulutettu, asiantunteva henkilöstö. - **Olemme Sinua varten.**



Näin ajattelimme sinusta asiakas.

Hei lapsi. Olet asiakkaamme. Tässä sinulle tervetsemme.

# 2. linja

Olisiko minusta  
myyjäksi?

## Mitä myymisellä voidaan minun työssäni tarkoittaa?

Palvelun on toimittava, se mitä teemme jo nyt. Iso osa asiakaskokemusta on tunne joka asiakkaalle syntyy. 2/3 osaa asiakaskokemuksesta on tunnetta. Kuinka varmistamme että kohtaaminen asiakkaan kanssa on hyvä?

Henkilökohtaiset tapaamiset asiakkaan kanssa saavat aikaan tunteen huomioiduksi tulemisesta. Se vaatii hyvää vuorovaikutusta ja kaikkien näkökulmien perkaamista. Tavoitteena on aina synnyttää tunne, että joku on varta vasten tullut kohtaamaan juuri minut. Aidosti arvostava ja kiireetön kohtaaminen.

## Myyminen on...

Asiakkaan tuntemista

Tilanneälyä

Oman palvelun ja tuotteen tuntemista

Ratkaisun löytämistä

Vuorovaikutusta ja viestintää

Asiakkaasta huolehtimista

Vuorovaikutus on myynnissä elintärkeää. Kulttuurien kohdatessa erilaiset termit ja sanastot on oltava kaikille selviä, jotta työssä voidaan tuottaa parasta mahdollista asiakashyötyä.

Entä miten myyjän asenne näkyy sisäisessä toiminnassa? Työnkierrossa osaaminen leviää hienosti eri yksiköiden ja ihmisten välillä. Sisäinen viestintä on parantunut uutiskirjeen myötä, ja sitä kehitetään varmasti jatkossa lisää. Henkilökunnan on aina oltava yhteisen tiedon äärellä. Siihen nykyajan digitaaliset välineet antavat ketteriä ja kaikkien saatavilla olevia työkaluja.







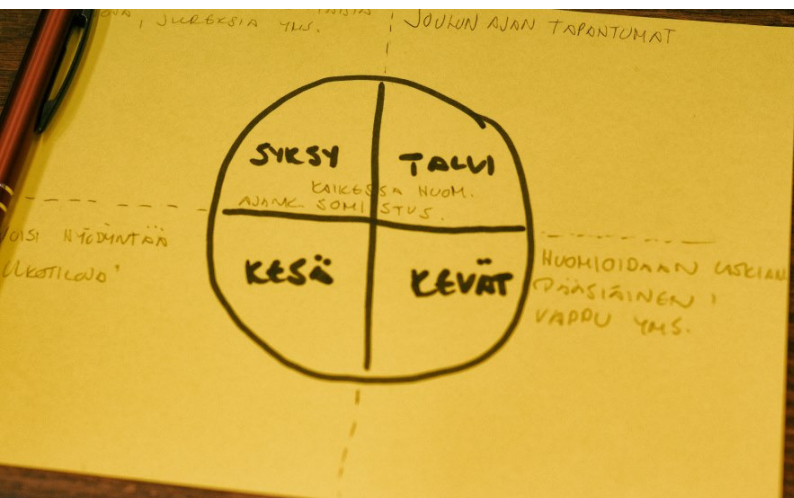
Oikea asenne on kaiken A ja O myös myyntityössä. Myyntityössä täytyy tunnistaa kuka on käyttäjä ja kuka on asiakas. Koululainen on loppukäyttäjä, joka käyttää ruokala- ja kuljetuspalveluja, mutta kunta on tässä maksajana. Näiden kokonaisuuksien hahmottaminen on myyntityön kannalta välttämätöntä.

**Asiakkaan tunteminen on iso osa myyntiä!**

**Ostoikkunan** kautta pääsemme miettimään asiakkaan tilannetta. Oli kyseessä sitten kuluttaja tai yrittäjä-asiakas. Ostoikkunan ajattelun periaate on se, että voimme huomata erilaisista asiakkaan impulsseista onko heillä juuri nyt tarvetta tarjoamallamme palvelulle. Ymmärrys syntyy kaikkein helpoiten avoimesta vuorovaikutuksesta asiakkaan kanssa.



**J-S Palvelut Oy** @JSpalvelutOy · 3 t  
Jokainen päivä olkoon ystävän- ja empatian päivä! Hyvää ystävänpäivää ja #työhurja 't! T: JSpalvelutOy



# 3. linja

## Hankalat asiakastilanteet

### **Kehittäminen kuuluu meille kaikille - hankalissakin tilanteissa**

Järvi-Saimaan Palveluissa tavoitteena on tehdä työtä ilolla, innostuksella ja yhdessä kokeillen. Parasta asiakaskokemusta ja hyötyä tuottaen. Se on strategian, mission ja vision mukaisten asioiden tekemistä ja aikaansaamisen kulttuuria. Asiakasarvon tuottamisesta asiakkaalle.

### **Hankalin mahdollinen tilanne?**

Vaikka saatammekin ajatella, että asiakkaat ovat vaativia, eivät he ole hankalia. Vedet katki ja pinna kireällä. *Asiakas hyvässä humalassa tai aina oikeassa. Muistisairasta harmittaa ja ruoka on väärää.*

### **Miten näistä huolimatta saamme luotua hyvän asiakaskokemuksen?**

Oli kyseessä sitten tyyppi, jonka vedet katkesivat tai nariseva nuori, hyvä kokemus on jätettävä ihan aina. Yritettävä ratkaista tontilta löytyvillä materiaaleilla, osaamisella ja asenteella tilanne sellaiseksi, että asiakkaan poistuttua hän kertoo meistä positiivista tarinaa.

### **Entä sosiaalinen media?**

Sosiaalinen media on muuttanut yrityksen imagon rakentumista valtavasti. Yhdensuuntaisen markkinointiviestinnän aika on menneisyyttä. Nykyään yrityksen imago rakentuu asiakkaiden ja käyttäjien mielipiteiden ja kokemusten ympärille ja yrityksellä ei ole enää mahdollisuutta luoda omaa mainekuvaansa täysin itsenäisesti. Pahimmassa tapauksessa yrityksen asiakaspalvelijan huonosti hoitama pienikin yksittäinen asiakascase leviää viraaliksi ilmiöksi ja yhtä asiakasta koskettanut huono kokemus jaetaan iltapäivälehtien ja sosiaalisen median kautta sadoille tuhansille, jopa miljoonille ihmisille.

Paras tapa hallita somessa tapahtuvaa negatiivista keskustelua on avoimuus ja nöyryys. Provosoituminen, peittely tai syyttely ovat huonoimpia vaihtoehtoja.





## Millaisissa tilanteissa haastavat tilanteet syntyvät?

Kiire

Kun asiakas ei ymmärrä syy-seuraussuhdetta

Puutteellisessa viestinnässä

Väärinkäsityksissä

Väärissä odotuksissa

**Negatiivista palautetta antava asiakas on äärimmäisen arvokas.** Hän antaa meille vinkkejä kehittämiseen nostaessaan puutteita, poikkeamia ja ongelmia näkyviin omasta näkökulmastaan.

## Miten tilanne ratkaistaan?

Älä välttele asiakasta, älä pakene paikalta, vaan pyri hoitamaan tilanne itse ja asiakkaan kanssa välittömästi.



## *Selviytymisohje*

Hillitse itsesi, älä provosoidu!

Kuuntele ja ole kiinnostunut

Kiitä!

Osoita ymmärrystä ja empatiaa

Ota osa vastuusta

Pyri sopimaan jotakin konkreettista. Varmista, että asiakkaalle jää tunne, että asia on hoidossa.





# 4. linja

## Digitaalisissa kanavissa

Digitalisaatio tarjoaa aivan uusia mahdollisuuksia asiakaspalveluun. Miten voimme hyödyntää niitä omassa työssämme? Miten digitalisaatio vaikuttaa minun ja asiakkaan välille syntyvään suhteeseen?

Neljäs linja muodostuu esimerkeistä, joita kokeilemme arjen työssä.

Kehittäminen on osa työtä. Se ei ole irrallinen työstä. Tärkeää on se, että saamme tuotettua kehittämisellä hyviä asiakaskokemuksia. Kehittämisellä sinällään ei ole arvoa, jos se kohdistuu ainoastaan sisäänpäin. Jos se kohdistuu asiakkaaseen, on se merkittävää.

Asiakkaan sitouttaminen on se juttu.

Miten JSP:n pitää teidän mielestä näkyä digitaalisissa kanavissa? Miksi sen pitää näkyä? Ja mikä on se viesti?



*Viisi ohjetta  
digitaalisessa  
maailmassa  
toimimiseen*

Innostavasti  
Työntäyteisesti  
Tekemisen meininkiä!  
Persoonallisesti, rohkeasti sinun  
näköistäsi  
Saa mokata!

Hyvä asiakaskokemus on sitä, että molemmat hyötyvät kohdattavasta tilanteesta. Asiakkaat ovat kuitenkin hyvin erilaisia ja joskus on haastavaa osata tarjota kaikille juuri heidän toivomaansa. Nämä teemat toistuvat myös digitaalisessa maailmassa. Digitaalisen vuorovaikutuksen rakentaminen on aloitettava ajoissa.

Olemme tottuneet pitkään siihen, että tuotamme lakisääteisesti määrättyjä palveluita, eli hoidetaan se mitä laki määrää. Niillä resursseilla mitä meillä on käytettävissämme. Olemme tässä maailmassa miettineet vasta viimeisenä mitä asiakas varsinaisesti tarvitsee. Tähän ei ole liittynyt vuorovaikutuksen ajattelua ja suunnittelua. Asiakkaan yhteydenotot tulevat erilaisia digitaalisia kanavia pitkin. Miten suunnittelemme vuorovaikutuksen jokaiseen kanavaan sopivaksi?



Digitaalinen vuorovaikutuksen kenttä voi olla Facebook -ryhmä tai muu vastaava ympäristö. Hyvä nyrkkisääntö näissä viestimiseen on, että kaikki nettiin ja someen kirjoitettava on voitava sanoa myös kasvokkain toiselle ihmiselle. Hyvää vuorovaikutusta on myös viesteihin vastaaminen nopeasti ja luontevasti, tai ainakin ilmoittaminen viestin lähettäjälle, että milloin asiaan palataan.





# Kumppanuus- kartta

*Kenen kanssa arjessa olet tekemisessä? Ketkä ovat niitä sinun kumppaneitasi?*

*"Valitkaa omasta kumppanuuskartasta kolme sellaista, joihin panostamalla alueille ja asukkaille syntyy eniten hyvinvointia.*

*Kirjoittakaa ohje, mitä niiden kanssa pitää tehdä. Lisäksi kolme kokeilua, jotka parantavat kumppanuutta ja nostavat sen uudelle tasolle."*

## **Yli 50 urheiluseuraa**

Yhteinen ideointi-ilta kunnittain. Kerromme liikunnan tämän hetkisistä mahdollisuuksista. Ohjaajakoulutukset järjestöille. Osallistuminen tapahtumien yhteisiin järjestelyihin.

## **Metsästysseurat**

Yhteinen suunnitteluilta. Luodaan koko alueelle uusi juttu, ampumahiihtomahdollisuus puitteineen. Sille ja harrastamiselle mahdollisuudet. Paikka, jossa pystyy ampumaan myös pimeässä. Järjestötoimintaa yhteen.

Metsästysseuran puolelle sysääminen myös.

## **Kylätoimikunnat**

9 kylätapahtumaa, kolme jokaisessa kunnassa. Kylän näköinen tapahtuma, liikuntapainotteinen. Osallistutaan heidän kokouksiin, tuodaan esille liikunnan kehittämisen mahdollisuuksia. Otamme kumppanuutta. ESLI on hyvä tuomaan lisää, samoin Urheiluopisto. Koulutusta lähelle.

## **ESSOTE**

Sisustus ja viihtyvyys. Hyllytyspalvelu hoitajien tarvikkeille.

## **Oma työyhteisö**

Kommunikaatio. Välillä tieto häviää matkan varrelle. Työyhteisön oma Whatsapp-ryhmä. Se ei pakota tiettyyn kellonaikaa eikä paikkaan.

## **Juvan kunta**

Maailman paras kouluruoka tavoitteena ja päätöksenä. Se on vetovoimatekijä myös matkailijoille. Sitä voi tulla kuka tahansa syömään. Oppilasryhmä pienessä ryhmässä mukana suunnittelemassa ruokalistaa. Oppilaat, viihtyisyys, monipuolinen palvelu. Oppilaat ruokalistojen suunnitteluun. Biojätteiden määrän huomioiminen -> biojätevientivuorot. Osallistuvuutta. Kuntien vuokra-asuntojen peruskorjaukset & ylläpitokorjaukset. Niihin osallistuminen ja tarjoaminen. Lammentausta Oy:n strategiseksi kumppaniksi. Koskee kaikkien kuntien omistamia asuntoja. Haluamme ja pystymme pitämään huolen.

## **Koulut**

Väliaika-aktiviteetit. Liikuntavälineitä ja sen kautta järkevää tekemistä. Lähileipomien kanssa yhteistyötä -> sellaisia tuotteita, jotka käyvät meidän vanhuksille. Lisäksi leipäkaappi-kokeilu leipomien kanssa. Paikalliset kukkakaupat - edukkaaseen hintaan ylijäämäkukat. Kokeilu, jossa he toimittavat kukkia ja niitä on aina saatavilla.

# 6. linja

## Mainekuvan rakentaminen

Mainekuva on aikaisemmin syntynyt esimerkiksi brändikirjan luomisella. Luodaan logo, tehdään ohjeistukset ja sen jälkeen viestintävastaava tiedottaa siitä. Usein palkataan myös mainostoimisto tekemään tiedottamista. On ylhäältä määritelty jotakin mitä jaetaan alaspäin. Uudessa työelämässä hierarkiat kuitenkin murtuvat. Tieto on yhä enemmän kaikkien saatavilla. Työtä tehdään liikkuvammin, kumppanien kanssa verkostoissa. Työ ja vapaa-aika limittyvät keskenään. Ei ole kovin kauaa siitä, kun esimerkiksi paperitehtaalla on ollut ihmisiä vahtimassa, ettei työtä viedä kotiin. Työ voi muuttua mukavammaksi ja innostavammaksi, kun siihen tulee vapauksia.

Mainekaan ei rakennu enää samalla tavalla ylhäältä määriteltynä. Vanhanaikainen ylhäältä alas suuntautuva markkinointi tuo usein palvelupettymyksiä. Nykyään voidaan puhua avoimesta brändäyksestä ja mainekuvan rakentamisesta, jota ihmiset itse tekevät. Ja he tekevät sitä kertomalla tarinoita, luomalla hyviä asiakaskokemuksia. Se rakentuu pienillä ja isoilla teoilla. Mutta niiden on oltava näkyviä. Ne leviävät erilaisissa kanavissa.



# Mainekuva- kokeilut

Olemme tottuneet siihen, että joku ulkopuolinen tekee organisaatioissa kehittämisen tai vaikka viestinnän. Mainekuvan rakentamisessa merkitykselliset teot ovat ihmisen kokoisia, omassa työssä tehtyjä.

Mainekuvan rakentumisen tärkein juttu on se, miten ihmiset ilostuvat saamastaan palvelusta ja miten he jakavat sitä eteenpäin. Sen vuoksi mainekuvan rakentuminen on muuttunut hallitsemattommaksi. Se syntyy yllättäenkin.

Minkälaisen te haluatte Järvi-Saimaan Palveluilla olevan? Mitä te haluatte, että teidän asiakas sanoo teistä?

Että he ovat tyytyväisiä saamaansa palveluun. Se toimii ja tekijä on joustava ja luotettava. Voi saada vaikka yllätyksiä.

Asiakas kertoo odottamattomasta. Jos luvattu palvelutaso on saavutettu, ei siitä usein kerrota. Tasalaatuinen ei herätä positiivisia tunteita. Pieni lisä tekee paljon.

Asiakaskokemuksen elementtejä mainekuvan rakentamisen pohjaksi:

*"Minkä kokeilun voisit tehdä kumppanin kanssa? Sellaisen, joka rakentaa alueen hyvinvointia, JSP:n mainekuvaa sekä tuo asiakashyötyä? Tee kokeilu seuraavaksi kerraksi!"*

- Palvelun nopeus ja joustavuus, vaivattomuus asiakkaalle
- Palvelun kokonaisvaltaisuus
- Palvelutarpeen tunnistaminen ja uusien tuotteiden tarjoaminen
- Ystävällisyys, asiakkaan kuunteleminen, hymy, kiitos, tervehtiminen
- Persoonallinen palvelu, intohimo omaan työhön
- Asiantuntemus ja tuotetuntemus
- Jokainen meistä on asiakaspalvelija. Tehtävänkuvasta riippumatta.



Asiakkaan ilahduttamista teoilla.



Äntylän keittiön lähiruokapäivän iokalista