

Digivallan-
kumouksen
alkumetreillä

Kela.fi – Suuriin säästöihin vastaamalla suoraan käyttäjätarpeisiin

Päivi Bergman

Kela

Verkkoviestintäpäällikkö

28.11.2017



Yrityksissä meno on usein liian suoraviivaista: kuljetaan tuttua polkua ja kiinnitetään huomio siihen mihin ennenkin

Sama ei toimi kaikille

Riittämättömyyden tunne lietsoo vihaa

Oppiminen vaatii toistoja

Mitä enemmän klikkauksia, sen herkemmin tartutaan luuriin

Kaikkien kohtelu reilusti ei ole sama asia kuin kaikkien kohtelu samalla tavalla

Tasapäistäminen tappaa

Jähmettyminen on pelkoreaktio

Hallinnan tunne

2



Päivi Bergman

Jatkuva kokeileminen on arvokasta, koska se herkistää uusille asioille ja muutoksille.

Kun kokeileminen saa jalansijaa, kaikkea ei yritetä enää suunnitella kerralla valmiiksi, vaan edetään pikkuhiljaa vaihtoehtoja tunnustellen.

Kun maailma muuttuu ja asiat etenevät nopeasti, kyky tarttua yllätyksiin mahdollistaa menestyksen.

- Kela.fi on Kelan kattosivusto, kokonaisasiakkuuden tukijalka ja kriisiviestinnän tärkein kanava.
- Kela.fi on yksi osoite kaikkiin Kelan palveluihin, kuten asiointipalveluun, laskureihin, Kysy Kelasta -palveluun, palvelupisteen hakuun ja palautelomakkeeseen.
- Kela.fi:n kautta asiakas tavoittaa koko Kelan etuus- ja palvelutarjonnan sekä tiedon oikeuksistaan ja mahdollisuuksistaan Kelan asiakkaana.
- Kela.fi:n sisältö koostuu etuuksia koskevista infosisällöistä, sähköisistä asiointipalveluista, lyhyistä organisaation perustiedoista sekä avoimista työpaikoista.

Kävijät ja kohderyhmät

- Kela.fi on kävijämäärältään Kelan suurin palvelukanava. Vuonna 2016 sen kävijämäärä oli 29,3 miljoonaa. Kävijöistä asiointipalveluun kirjautui 25 miljoonaa eli 85 %.
- Kela.fitä käyttävät:
 - Kelan henkilöasiakkaat
 - Työnantajat
 - Kelan yhteistyökumppanit
 - Kelan sidosryhmät (mm. media ja työnhakijat)
- Sivuston suurin ja tärkein käyttäjäryhmä ovat henkilöasiakkaat.

Henkilöasiakkaita noin 85 %

- Henkilöasiakkaat ovat nykyisiä tai potentiaalisia Kelan asiakkaita, jotka vierailevat palvelussa yksityishenkilöinä. Asiakkuudet voidaan Kelan palvelustrategian mukaan segmentoida elämäntilanteittain seuraavasti:

Lapsiperheet
Opiskelijat
Asevelvolliset
Työttömät
Eläkeläiset
Sairastaminen
Kuntoutus

Vammaistuet
Omaisien kuolema
Maasta- ja maahanmuutto
Asumisen tuet
Toimeentulotuki
Perustulokokeilu

Miljoonaluokan säästömahdollisuus muissa palvelukanavissa

– perusparannus-uudistus alkoi 12/2015

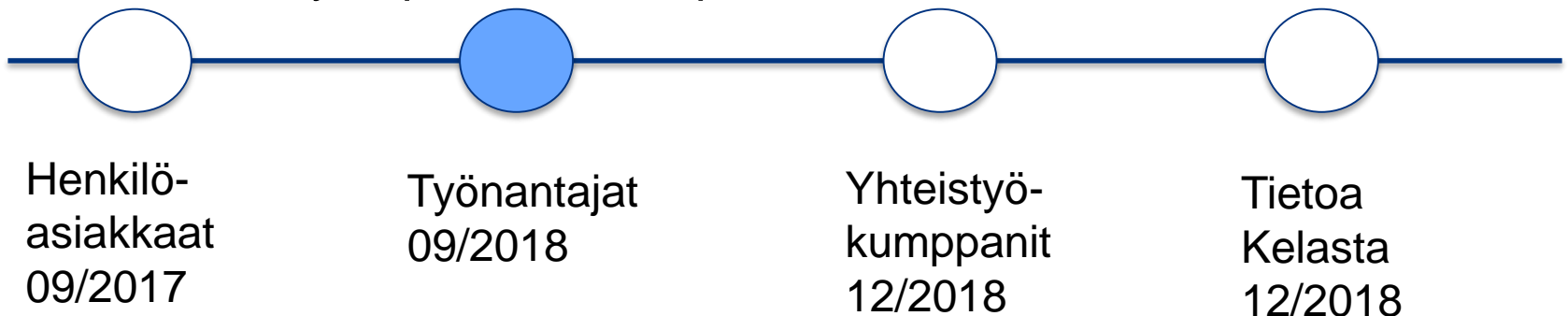
Kohti erinomaista asiakaskokemusta kela.fin palvelukyky paremmaksi

- Asiakaskontaktit toimistossa ja puhelimessa vähemmäksi
- Verkkopalvelusta helppokäyttöinen ja yksiselitteinen
 - Asiakkaalle tulee hallinnan ja luottamuksen tunne
 - Asiakas osaa toimia itsenäisesti
 - Asiakas haluaa hoitaa asiansa Kelan verkkopalvelussa
- Asiakaskokemus samanlaiseksi kaikissa palvelukanavissa: palvelutapa ja sisällöt
- **Tutkimuksesta (Keskinen 2015) ilmeni, että sisällöt eivät täysin palvele asiakasta, vaan puhelinpalveluun ohjautuu turhia soittoja, kun asia ei selviä verkosta.**

Laskennallista säästöä 08/2017 mennessä 8,5 M€. Ennusteen mukaan säästö kasvaa edelleen.

Hyödyllisyys, helppous ja hallinnan tunne

- HAASTE: Kelan asiointi veti, mutta asiakkaat eivät poistuneet muista palvelukanavista – konseptiuudistuksen ajurina säästöt, mutta myös prosessin helpottaminen



- Muutos hankalakäyttöisestä asiakkaalle helpommin löydettävään ja ymmärrettävään tietoon.
- Pohjalla asiakastarpeiden kartoitukset ja tutkimukset sekä pieni asiakkaiden kanssa yhdessä kehittäminen.

Tälle haettiin ratkaisua: Haasteet pähkinänkuoressa



- Asiointipalvelu ja julkinen palvelu eivät käytä samaa terminologiaa eikä sisältöjä. EI INTUITIIVISTA
 - palvelukokemus katkeaa > syntyy epävarmuuksia, jotka johtavat puhelinpalvelun tai toimistopalvelun käyttämiseen. ASIAKAS TARVITSEE TUKEA
- Oikean sisällön ja omaan tilanteeseen liittyvien etuuksien löytäminen sekä kokonaiskuvan muodostaminen on haasteellista, palvelu muodostuu sirpaleista
- Avoimessa palvelussa rakenne, käyttöliittymä ja tekniikka uudistettiin 2013 – sisältöä ei. Useita päivittäjiä eikä tekemistä ohjaavaa konseptia.
- Sisältö on erittäin tekstipainotteista, vaikka esimerkiksi esitteissä on erinomaista grafiikkaa

Kartoitus ja analyysi: Asiakaskeskeisen kehittämisen malli

- Web-analytiikka
- AB-testaukset
- Heatmap
- Kävijäkyselyt
- Käytettävyystudkimukset
- Asiakasraadit
- Verkkobränditutkimus
- Palautteet
- Lean-UX-menetelmä
- Palveluneuvojat ja ratkaisukäsittelijät toimistoista ja yhteyskeskuksesta
 - Haasteet ja juurisyyt

TYÖPAJAT: kun **KAIKKI** kommentoivat omasta näkökulmastaan, **YHDISTETTY** näkökulma johtaa erittäin konkreettiseen, edulliseen ja suurelta osin helposti toteutettavaan kehitettävyyteen

= Asiakaskokemuksen varmistamisen kokonaisuus

Perusparannusten periaatteet

- Yksinkertaisuus
- Verkkopalvelun yhdenmukaistaminen ja yhtenäinen rakenne
- Tehokkaampi ja suoraviivaisempi palveluiden käyttö
- Ymmärrettävä ja kaikkialla samanlainen kieli

- Kun uudistus jatkuu
 - yhteentoimivuus Kelan omien palveluiden kesken
 - yhteispeli Kelan ja muiden julkishallinnon toimijoiden sivustojen välillä
 - tietovarantojen tehokas käyttö julkisilla toimijoilla

Konseptointi: Hyödyllisimmät sivut

1. pikaoppaat,
 2. etuustarjotin, jonka kautta tärkeimmät sisällöt löytyvät nopeasti,
 3. selkeät näin haet - sivut,
 4. entistä aktiivisemmat ohjaukset asiointipalveluun ja
 5. opastusvideot
- Ajankohtaisviestintää tukevat elävät etusivut
 - Mahdollisuus integroida somea, kampanjasivua, muita asiakasmedioita

Mitä tehdään? Mikä muuttuu?

- Osioetusivu - modulaarinen
 - ks. [Lapsiperheet-etusivu](#)
- Pikaopas = Kelan asiointipolku yksinkertaisesti ja tiiviisti yhdellä sivulla
 - [Ks. Pikaopas](#)
- **Rakenne ja sisällöt** tarkistetaan
- **Selkeytetään tekstit** + kielenhuolto + käännökset
- Tarkistetaan: linkityskäytännöt, terminologian yhdenmukaistaminen, **vakioilmaisut**, url-osoitteet, silmäiltävyys yms.
- Mikakunto-kampanja loppuu 31.1.2016 -> materiaalin hyödyntäminen kela.fi kuntoutusosiossa? Asiakasesimerkit? Mitä muuta?
- Käytettävyydesti asiakkailta (?)

Sisällöntuottajan ohjeet

- ❖ Auta asiakasta löytämään etuudet omaan tilanteeseen
- ❖ Selitä esimerkein, kuvin ja opasvideoin
- ❖ Älä käytä kuvia koristeena
- ❖ Käytä infografiikkaa, jos se selventää
- ❖ Pidä kieli yksinkertaisena ja käytä käyttäjän kieltä
- ❖ Käytä sovittuja vakioilmaisuja ja termejä
- ❖ Pikaopas: kerro käyttäjälle,
 - mitä ja milloin hän voi odottaa Kelalta
 - mitä hänen pitää tehdä itse
- ❖ Etuustarjotin: kokoa keskeinen tieto ryhmiteltynä teemojen alle
- ❖ Näin haet: ohjaa suoraviivaisesti ja riittäväillä toimintaohjeilla asiakas hakemaan

Kela.fi ydintavoite

- Kela.fi toimii asiakkaan ja Kelan kohtaamispaikkana verkossa ja tuottaa erinomaisen asiakaskokemuksen.
 - Se tarjoaa tarpeellisen tiedon asiakkaalle kuhunkin vaiheeseen helposti, nopeasti, kohdennetusti ja ajantasaisesti. Asiakas saa asiansa hoidettua.
 - Se opastaa asiakkaan tarkoituksenmukaiseen palvelumuotoon, joka voi olla henkilökohtaista palvelua tai itsepalvelua.

Muita tavoitteita

- Tavoitteena on, että kela.fi näyttää ja tuntuu asiakkaalle
 - käyttökokemukseltaan yhtenäiseltä verkkopalvelulta, jossa
 - käyttöliittymä, kieli, termit, puhuttelu, liikkumisen ja toiminnallisuuksien logiikka ovat yhtenäiset kautta palvelun. Lisäksi sisällöt on kirjoitettu tietoisina toisista sisällöistä verkkopalvelun sisällä.
- Kela.fistä tulee seuraavan sukupolven asiakaspalvelukanava, joka
 - mukautuu asiakkaan elämäntilanteen mukaisesti,
 - ohjaa ja tukee asiakasta etuuksien hakemisessa sekä
 - auttaa häntä Kela-asioidensa seuraamisessa ja hallinnassa.

Hyväksi todetut käytännöt

- Liikkeelle lähteminen strategian pohjalta
- Nykytilan kartoitus
- Tavoitteiden naulaaminen - asiakkaan ja Kelan
- Asiakaskeskeisen kehittämisen malli – mitä asiaa ollaan ratkaisemassa ja missä järjestyksessä asiat ratkaistaan
- Eteneminen uudistusprojektin vaiheiden mukaan

Asiat, jotka tekisin nyt toisin

– yllätykset, joihin ei osattu varautua

- Tekemisen avuksi pitäisi olla kunnolliset ohjeistukset
 - Mitä uudistus pitää sisällään
 - Miten on tarkoitus tehdä
- Tekisin pienempinä paloina
 - Koko elämäntilanteen julkaiseminen kerralla kuormittaa prosessin monessa vaiheessa
 - Kielenhuoltoa, kääntäjiä ym.
 - Löytyisikö asiakokonaisuuksia, joita voisi julkaista kerralla – ei koko elämäntilanne
- Projektin eri vaiheissa etenemistä pitäisi seurata muunkin kun aikataulun osalta.
- Yllätysten minimoimiseksi kollegat kertoivat kokemuksia ja oppeja matkan varrelta