

Johanna Lehto

KAIKKIEN KOTI – TILASTA TUOTTEEKSI

Liiketalouden koulutusohjelma  
2016

## KAIKKIEN KOTI – TILASTA TUOTTEEKSI

Lehto, Johanna  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma, julkishallinnon suuntautumisvaihtoehto  
Toukokuu 2016  
Ohjaaja: Lehtonen, Mikko  
Sivumäärä: 66  
Liitteitä: 6

Asiasanat: tuotteistaminen, palvelumuotoilu, benchmarking

---

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli löytää ratkaisuja Satakunnan Ammattikorkeakoulun Kaikkien Kodin palveluiden tuotteistamiseen, hinnoitteluun ja tunnettuuteen liittyen. Palvelutarjooman tuotteistustyön alkuvaiheessa selvitettiin tuotteistamisen perusteita teorian avulla sekä kartoitettiin eri tuotteistusmenetelmiä. Selvitystyön tuloksena päädyttiin tekemään Kaikkien Kodin palvelutarjooma hyödyntäen palvelumuotoilun keinoja. Palvelutarjooma suunniteltiin yhteistyössä työn tilaajan kanssa.

Ratkaisuja palvelujen tuotteistamiseen ja hinnoitteluun haettiin selvittämällä kyselyn ja benchmarkingin avulla vastaavien mallitilojen toimintaa ja palveluita sekä etsimällä näiden toiminnan ja palvelutuotannon hyviä käytäntöjä.

Potentiaalisten asiakkaiden kiinnostusta Kaikkien Kotiin ja uusiin palvelutuotteisiin sekä yhteistyöhön selvitettiin kyselytutkimuksen avulla. Kyselyt lähetettiin 134 yritykselle ja 73 yhdistykselle. Lisäksi yksityishenkilöiltä kerättiin vastauksia kyselyyn Huittisten Seniorimessuilla syksyllä 2015. Yksityishenkilöiltä saatiin yhteensä 17 vastausta.

Yksi opinnäytetyön myötä valmistunut palvelukokonaisuus testattiin myös käytännössä. Ammattiopisto Luovin 2 opiskelijaryhmää testasivat Kirjurinluodon retkipaketin. Palvelun testauksesta kerättiin ja analysoitiin palaute sekä asiakkaalta että Kaikkien Kodin henkilökunnalta. Palautetta hyödynnetään jatkossa retkipaketin sisällön suunnittelussa.

Tuotteistaminen aloitettiin kartoittamalla asiakaskohderyhmät. Asiakaskohderyhmiä valittiin yritykset, ryhmät, yksityishenkilöt ja ammattilaiset. Jokaiselle kohderyhmälle suunniteltiin useammasta eri palvelusta koostuvat palvelukokonaisuudet. Palvelut koostuvat moduuleista, joista asiakas voi koota haluamansa palvelukokonaisuuden. Valmiit moduulit helpottavat palvelun myyntiä ja toteutusta sekä hinnoittelua. Palveluprosessit kuvattiin ja tilaajan sisäiseen käyttöön laadittiin jokaisesta palvelusta tuotekortti myynnin ja palvelun tuotannon tueksi. Palvelujen hinnoitteluun tehtiin Excel-ohjelmalla hinnoittelutyökalu, jolla tuotteelle on mahdollista laskea omakustannushinta ja myyntihinta sekä määrittellä tavoitekatte.

## KAIKKIEN KOTI – FROM ENVIRONMENT TO A PRODUCT

Lehto, Johanna

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences  
Degree Programme in public administration

May 2016

Supervisor: Lehtonen, Mikko

Number of pages: 66

Appendices: 6

Keywords: productization, service design, benchmarking

---

The purpose of this thesis was to find solutions in productization, pricing and conspicuousness of accessible model environment Kaikkien Koti at Satakunta University of Applied Sciences. The basics and methods of productization were examined through theory at the beginning of productizing the servicescape. As a result for this study, service design was chosen as a method for productization. The servicescape was designed in co-operation with Kaikkien Koti's personnel.

Solutions for productization and pricing were examined by doing a survey to the personnel of other similar places in Finland and using benchmarking to find out their best practices.

The interest to co-operation, interest towards new services and common interest for Kaikkien Koti's services was also examined through a survey for potential customers. The survey was emailed to 134 companies and 73 associations. In addition to that, answers were also collected at a Huittisten Seniorimessut, fair for elderly citizens in November 2015. 17 private people answered the survey during the event.

One designed service product was also tested in practise. The Kirjurinluoto excursion package for groups was tested with a two groups from Luovi vocational school. Feedback was collected and analysed from both the customer and Kaikkien Koti's personnel. The collected feedback can be used for the future development of the group trip packages.

The service designing was begun with charting the possible client groups. The chosen client groups are companies, groups, private persons and professionals. A service entity consisting of several different services for each client group was planned. The service entities consist of pre-planned modules, from which the customer can choose the modules they desire. Pre-planned modules ease the sales process, service production and pricing. The service processes were pictured and a product description from each service entity was written to support the sales and service production. Also a pricing tool in Excel-program was planned for pricing of Kaikkien Koti's services. With it it's possible to calculate the cost price for the service and also define a target price.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Toimeksiantajan esittely .....	6
1.2	Opinnäytetyön tarkoitus.....	8
1.3	Työn tausta ja lähtötilanne .....	8
1.4	Tutkimusongelma .....	9
1.5	Tutkimusmenetelmät.....	10
1.6	Teoreettinen viitekehys .....	13
2	BENCHMARKING .....	14
2.1	Benchmarkingin hyödyt toiminnan kehittämisessä .....	14
2.2	Benchmarkingin hyödyntäminen palvelujen tuotteistamisessa .....	15
2.3	Suomalaisten mallitilojen benchmarking.....	16
2.3.1	Toimiva Koti, DoMedi Oy, Helsinki.....	17
2.3.2	Kätevä koti, Kainuu.....	19
2.3.3	Uni & Itse –tilat, Tampere.....	19
2.3.4	Kunnonkoti, Turku .....	20
2.4	Esteettömien mallitilojen hyviä käytäntöjä.....	21
3	PALVELUN TUOTTEISTAMINEN .....	22
3.1	Palvelun tuotteistamisen hyödyt .....	22
3.2	Palvelun tuotteistamisen menetelmät.....	24
3.3	Palvelun määrittely .....	25
3.4	Palveluprosessi.....	27
3.5	Palvelun vakioiminen.....	29
3.6	Palvelun konkretisointi .....	30
3.7	Onnistunut tuotteistus .....	31
4	ASiantuntijapalvelujen hinnoittelu .....	31
4.1	Palvelukokonaisuuden hinnoittelu .....	32
4.2	Hinnoittelussa huomioon otavat asiat ja hinnoittelumalli.....	33
4.3	Kaikkien kodin palvelujen hinnoitteluperusteet .....	34
5	KAIKKIEN KODIN PALVELUTARJOOMA.....	35
5.1	Palvelut yrityksille .....	36
5.2	Palvelut ryhmille.....	41
5.3	Palvelut yksityishenkilöille.....	46
5.4	Palvelut ammattilaisille.....	48

6	KYSELYTUTKIMUKSET.....	51
6.1	Kyselytutkimus potentiaalisille yritysasiakkaille .....	51
6.2	Kyselytutkimus ryhmille.....	53
6.3	Kysely yksityishenkilöille.....	56
7	RETKIPAKETIN TESTAUS KÄYTÄNNÖSSÄ JA TULOKSET .....	59
7.1	Asiakkaan palaute retkestä.....	59
7.2	Kaikkien Kodin ajatukset retken toteutuksesta.....	61
8	UUSISTA PALVELUISTA VIESTIMINEN .....	63
9	JOHTOPÄÄTELMÄT JA LOPPUTULOKSEN ARVIOINTI .....	64
	LÄHTEET .....	67
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Ajatus opinnäytetyön aiheesta tuli Satakunnan ammattikorkeakoulun sosiaali- ja terveysalan liikunnan lehtori Kati Karinharjulta. Hän toimii myös Satakunnan ammattikorkeakoulun esteettömyys ja saavutettavuus –tutkimusryhmän johtajana ja vastannut Kaikkien Kodin toiminnasta. Kaikkien Kodin henkilökunta ja oppilaitoksen muu henkilökunta on ollut aktiivisesti parantamassa yritysten, julkisen hallinnon sekä yksityishenkilöiden tietoisuutta esteettömästä ja saavutettavasta ympäristöstä. Esteettömyydellä tarkoitetaan jokaisen mahdollisuutta osallistua harrastuksiin, työntekoon, opiskeluun ja kulttuuriin, mutta myös mahdollisuutta vaikuttaa itseään koskevaan päätöksentekoon ja yhteiskuntaan osallistumiseen täysivaltaisesti.

Opinnäytetyössä keskitytään löytämään ratkaisuja Satakunnan Ammattikorkeakoulun esteetöntä asumista esittelevän mallitilan, Kaikkien Kodin palvelujen tuotteistamiseen ja hinnoitteluun sekä tunnettuuteen liittyviin tekijöihin. Ratkaisuja haetaan benchmarkingin ja palvelumuotoilun keinoin, opinnäytetyön laatimisen aikana tullaan myös hankkimaan käytännön kokemuksia tuotteistuksesta testaamalla tuotteita myös todellisilla asiakasryhmillä. Suunniteltujen palvelujen kiinnostavuutta potentiaalisessa asiakaskunnassa selvitetään kyselytutkimuksen avulla.

### 1.1 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Satakunnan Ammattikorkeakoulu Oy:n esteettömyys ja saavutettavuus –tutkimusryhmä. Opinnäytetyö liittyy osaltaan myös Turun ja Satakunnan ammattikorkeakoulujen yhteisen CoastAL-hankkeen Toimiva arki ja saavutettavuus –tutkimustiimin toimintaan. CoastALin toimintaa rahoittaa oppilaitosten lisäksi Opetus- ja kulttuuriministeriö (CoastAL-verkkosivut: Työryhmät 2014). Kaikkien Koti on esteetön mallikoti, joka sijaitsee ammattikorkeakoulun Tiilimäen kampuksella Porissa. Kampuksella toimii oppilaitoksen hyvinvoinnin ja terveyden osaamisalueet.



Kuva 1: Satakunnan ammattikorkeakoulun Kaikkien Koti  
(Kaikille.fi www-sivut 2015)

Kaikkien Koti tarjoaa esteettömiä ratkaisuja koteihin ja muihin tiloihin. Näitä ovat esimerkiksi kalusteratkaisut, apuvälineet ja uusi teknologia, joiden avulla yksityishenkilön on mahdollista selvitä arjestaan silloinkin, kun toimintakyky on syystä tai toisesta heikentynyt. Kaikkien Koti tarjoaa myös asiantuntijapalveluja yrityksille esimerkiksi tuotekehityksessä tai henkilöstön koulutuksessa sekä yhteisöille ja yksityishenkilöille opastamalla esimerkiksi oikeiden apuvälineiden valinnassa. Satakunnan ammattikorkeakoulun mallikoti on toteutettu osana Satakunnan Ammattikorkeakoulun EU-rahoitteista Sataesteetön-hanketta, vuosina 2009 – 2011. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2015.)

Kaikkien Kodin esteetön mallitila mukautuu eri käyttäjäryhmien mukaan ja toimii yrityksille testausalustana. Mallikodissa tuotteet ja kalusteet ovat eri käyttäjäryhmien kokeiltavana ja edelleen kehiteltävinä. Tiloja käytetään myös opetuskäytössä oppimisympäristönä. (Törne, Karinharju, Kyngäs, Tupala, Jaakkola-Hesso & Myllymaa 2011, 9.) Kodinomaisessa, esteetömässä tilassa voidaan hyödyntää yli toimialojen ulottuvia yritysverkostoja sekä luoda uusia, esteetöntä asumista ja elämistä edistäviä innovaatioita. Yhteistyöyritysten tarpeiden mukaan tilassa tehdään käyttäjätutkimusta eri tuotteille ja ratkaisuille, tilassa on mahdollista toteuttaa myös asumiskokeiluja. (Törne, ym. 2011, 15.) Kaikkien Koti löytyy myös Internetistä, Satakunnan ammat-

tikorkeakoulun ylläpitämät [www.kaikille.fi](http://www.kaikille.fi) –verkkosivut tarjoaa tietoa, koulutusta ja käytännön vinkkejä esteettömyydestä ja saavutettavuudesta, näiden verkkosivujen Koti-osio esittelee Kaikkien Kodin palveluja. (Kaikille.fi [www-sivut](http://www.kaikille.fi) 2015.)

## 1.2 Opinnäytetyön tarkoitus

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on määritellä Satakunnan ammattikorkeakoulun Kaikkien Kodille asiakaskohderyhmät sekä suunnitella kohderyhmille soveltuvat, kiinnostavat palvelutuotteet ja tuotteiden hinnoittelumenetelmät. Opinnäytetyön alkuvaiheessa selvitetään sähköpostikyselyn avulla myös muiden esteettömien mallikotien tarjoamat palvelut ja näin kerättyä tietoa hyödynnetään Kaikkien Kodin tuotteistamisessa. Tarkoitus on löytää myös uusia palvelumahdollisuuksia ryhmille, tämä tullaan toteuttamaan tuotteistamalla Porin alueelle suuntautuvia, esteettömiä retkipaketteja.

## 1.3 Työn tausta ja lähtötilanne

Helposti ajatellaan, että esteettömyyteen liittyvät tekijät koskettavat ainoastaan ihmisiä, joilla on jokin liikkumis- tai toimintarajoite. Esteettömät ja käytettävät tuotteet ja turvallinen ympäristö helpottavat kuitenkin jokaisen liikkumista ja toimimista. Esteettömyys ja saavutettavuus voi tuoda yritykselle myös kilpailuetua sillä palveluiden kehittäminen esteettömäksi tietää yritykselle uusia potentiaalisia asiakkaita. (Karinharju & Tupala, 2014, 8.) Esteetön mallikoti tuo olemassa olevat ratkaisut lähelle kuluttajaa, auttaa yrityksiä uusien tuotteiden suunnittelussa ja tarjoaa asiantuntijapalvelua esteettömyydestä alueen yrityksille ja yhteisöille.

Esteetöntä asumista esittelevien mallitilojen verkostoon kuului opinnäytetyön laatimisvaiheessa yhteensä seitsemän eri organisaation mallitilaa. Näistä yksi on yhtiöitetty ja kuusi muuta toimivat ammattikorkeakoulujen yhteydessä. Hankerahoituksen avulla perustetun, esteettömiä tilaratkaisuja esittelevän Kaikkien Koti –mallikodin palveluja suunniteltiin jo vuonna 2011, mutta hankkeen päätyttyä tilan käyttö ja pal-



velujen laajempi tuotteistus on jäänyt kesken. Satakunnan ja Turun ammattikorkeakoulut päättivät lähteä tuotteistamaan esteettömän kodin palveluja yhteistyössä. Tuotekehitys ja palveluiden hinnoittelu toteutetaan osana Turun ja Satakunnan ammattikorkeakoulujen yhteisen liittouman, CoastALin tutkimus ja kehitystoimintaa. Tuotekehitystyön käynnistys toteutetaan tämän opinnäytetyön avulla Toimiva arki ja säästettävyyttä -työryhmässä. (CoastAL-verkkosivut: Työryhmät 2014.)

#### 1.4 Tutkimusongelma

Toimeksiantajan ajatus opinnäytetyönä tehtävän työn tavoitteista oli saada selville keinot toimitilojen toiminnan tehostamiseen palvelujen tuotteistamisen kautta sekä saada tiloille näkyvyyttä ja löytää uusia asiakaskohderyhmiä. Opinnäytetyön avulla pyritään siis ratkaisemaan palvelun tuotteistusongelma ja rakentamaan toimiva, kiinnostava palvelukokonaisuus sekä hinnoittelemaan se. Työn teoriaosassa selvitetään benchmarkingin edut tuotteistamisessa, palvelujen tuotteistamisen hyviä käytäntöjä sekä kuvataan tuotteistusprosessin eri vaiheet. Palvelujen hinnoittelun osalta selvitetään, miten palvelun välittömät ja välilliset kustannukset pystytään luotettavasti selvittämään ja mitkä tekijät vaikuttavat palvelun hinnoitteluun.

Opinnäytetyön empiriaosa käsittää Kaikkien Kodin kohderyhmien kartoituksen, palvelutarjoaman suunnittelun palvelumuotoilun keinoin sekä suunnitellun tuotteen testauksen todellisella asiakkaalla. Suunnitelman käytäntöön saattamisen edellytys on, että palvelujen suunnittelu perustuu Kaikkien Kodin toiminta-ajatukseen, Kodin henkilökunta on tärkeässä roolissa palvelujen sisällön suunnittelussa. Uusien palvelujen tuotteistusprojekteissa on olemassa riski, että suunnitellut palvelukokonaisuudet jäävät vain paperille, eikä niitä koskaan saada varsinaiseen tuotantoon saakka. Opinnäytetyön tuotoksena on Kaikkien Kodin palvelujen myynnin tueksi laaditut, sisäiseen käyttöön tarkoitetut tuotekortit, joissa kuvataan prosessi palvelun myynnistä aina jälkimarkkinointiin saakka.

## 1.5 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön alkuvaiheessa hyödynnetään kvalitatiivista, eli laadullista tutkimusta. Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen, tutkimuksen kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Yleisesti todetaan, että kvalitatiivisessa tutkimuksessa on pyrkimys löytää tai paljastaa tosiasioita, kuin todentaa jo olemassa olevia väittämiä. Laadullisessa tutkimuksessa suositetaan ihmistä instrumenttina, tämä tarkoittaa, että tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa ja keskusteluihin tutkittavien ihmisten kanssa kuin mittausvälineillä hankittavaan tietoon. Tutkimuksessa hyödynnetään metodeja, joissa tutkittavien näkökulmat ja ääni pääsevät esille, esimerkiksi teemahaastatteluja, osallistuvaa havainnointia, ryhmähaastatteluja tai erilaisten dokumenttien ja tekstien diskursiivista analyysiä. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2000, 152 - 155).

Kyselyn tuloksia tarkastellaan sisällönanalyysin keinoin. Pyritään selvittämään, onko vastanneiden toiminnassa löydettävissä jonkinlainen toiminnan logiikka ja sitä kautta myös se, onko jossain kodissa jo tehty laajemmin palvelujen tuotteistamista. Kyselyssä kartoitetaan, miten muissa vastaavissa mallitiloissa toimitaan, sekä kartoitetaan muiden mallikotien pääasialliset asiakaskohderyhmät. Tietojen keruu toteutetaan sähköpostikyselynä. Opinnäytetyön tekijä syventää ymmärrystään mallikotien toiminnasta tutustumalla työn tilanteen Kaikkien Kodin toiminnan lisäksi myös Turussa toimivan Kunnonkodin toimintaan. Vierailun aikana on tarkoitus syventää käsitystä mallitilan toiminnoista, kuulla Kaikkienkodin vastuuhenkilön suunnitelmia toiminnan nykytilasta, kehitystarpeista ja tulevaisuuden suunnitelmista. Vierailu on vapaamuotoinen, sen aikana tutustutaan esillä oleviin tuotteisiin ja keskustellaan vastuuhenkilön kanssa mallitilan toiminnasta.

Laadullisessa tutkimuksessa hyödynnetään myös benchmarkingia, jonka avulla pyritään selvittämään ja ottamaan opiksi samalla toimialalla toimivien muiden mallitilojen toiminnan hyvät käytännöt. Lyhyt, viiden avoimen kysymyksen kysely lähetetään kotimaiseen mallitilojen verkostoon kuuluvien esteettömien mallitilojen vastuuhenkilöille sähköpostitse. Kysymykset liittyvät mallitilan palvelutarjontaan, palvelujen

käyttöasteeseen, käytettäviin markkinointikanaviin ja palvelujen tuottamiseen. Koska kyselyn kohderyhmä rajataan tarkoin mallikotien vastuuhenkilöille, taustakysymyksiä ei kyselyssä kysytä. Tutkimuksessa kysely tehtiin sähköpostikyselynä, sillä mallitilat sijaitsevat eripuolilla Suomea eikä haastattelu olisi mahdollista ja koska tietojen kerääminen halutaan keskittää tiettyihin, tärkeimmiksi valittuihin seikkoihin. Sähköpostikysely toimii samalla mallikotien toimintaan perehtymisenä ja tukee tätä kautta opinnäytetyön tarkoitusta tuomalla tärkeää tietoa verkoston toimijoiden hyvistä käytännöistä.

Laadullisen tutkimuksen ja vastaavien tilojen benchmarkingin jälkeen siirrytään kartoittamaan mahdolliset asiakaskohderyhmät sekä tuoteryhmät. Tässä työssä käytetään apuna toimintatutkimusta. Toimintatutkimuksen tarkoituksena on vaikuttaa tutkimuskohteeseen, sen toimintaan tai ympäristöön niitä kehittävästi ja parantavasti. Sen strategiassa vaikuttaminen tapahtuu tutkijan osallistumisella tutkimuskohteen toimintaan, vaikuttamisen ja kehittämisen perustana onkin tutkimus, jota tutkija tekee tutkimuskohteen ympäristössä. Toimintatutkimuksessa yhdistetään tieteellisyys ja käytännöllisyys. (Jyväskylän yliopiston Koppa-palvelun www-sivut 2015.) Toimintatutkimuksessa teoriaa ja käytäntöä käsitellään saman asian eri puolina ja siinä lähtökohtana on reflektiivinen ajattelu, jonka avulla pyritään pääsemään tutkittavan toiminnan uudenlaiseen ymmärtämiseen ja sitä kautta kehittämään toimintaa. (Aaltola & Valli 2010, 215, 219).

Opinnäytetyön tekemisen aikana työn tekijä ja tilaaja suunnittelevat yhdessä tuotekuvauksia, jalostavat tuoteideoita valmiimmiksi tuotteiksi ja kuvaavat palvelun toteutusta. Tämä prosessi on opinnäytetyön toimintatutkimuksen osa-alue. Opinnäytetyön tuotoksena kehitetään Kaikkien Kodin toimintaa, lisätään palveluvalikoimaa asiakaslähtöisesti ja luodaan työkaluja palvelutuotannon käynnistämiseen. Toimintatutkimuksen avulla opinnäytetyön tekijä ja tilaajan yhteyshenkilöt yhdessä selvittävät jo nykyäänkin hyvin toimivat palvelut, nykyiset asiakaskohderyhmät sekä kartoittavat tilojen suomat mahdollisuudet uusille tuotteille ja palveluille. Tämä tehdään keskustelemalla Kaikkien Kodin henkilökunnan ja sidosryhmien, kuten Turun ammattikorkeakoulun Kunnonkodin henkilökunnan kanssa. Lisäksi potentiaalisten asiakasryh-

mien kiinnostus Kaikkien Kodin toimintaa kohtaan selvitetään verkossa toteutettavan kyselytutkimuksen avulla.

Varsinainen palvelujen tuotteistaminen toteutetaan palvelumuotoilun keinoin. Palvelumuotoilussa palvelun aineettomat osat saadaan näkyviksi visualisoinneilla ja hahmomalleilla. Se on konkreettista toimintaa, joka yhdistää eri käyttäjien tarpeet ja odotukset sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi. (Tuulaniemi 2011, 25.) Kaikkien Kodin palvelutuotteista opinnäytetyön tekemisen aikana yksi suunniteltu tuote tullaan testaamaan todellisen asiakkaan kanssa. Asiakas osallistuu palvelun kehittämiseen antamalla palautetta palvelusta ja kertomalla kokemuksiaan palvelutuokiosta. Palvelun testaus alkaa asiakkaan yhteydenotosta ja päättyy siihen kun palvelu on tuotettu asiakkaalle ja asiakas lähtee kotimatalle. Testaukseen osallistuvat Kaikkien kodin henkilökunta huolehtimalla yhteydenpidon, palvelun yksityiskohtien suunnittelun sekä palvelutuokion toteuttamisen. Opinnäytetyön tekijä osallistuu testaukseen seuraamalla palvelutuokion toteutusta sekä havainnoimalla palvelutuokion etenemistä. Testauspäivän jälkeen asiakkaalle lähetetään lisäksi palautekysely, jonka avulla täsmennetään, vastasiko palvelu asiakkaan odotuksia. Asiakkaalta pyydetään myös palveluun liittyen kehitysehdotuksia. Testauksen avulla saatua tietoa ja havaintoja hyödynnetään palvelutuotteen kehittämisessä ja sen perusteella tehdään myös tarvittavia korjauksia sisäisiin tuotekortteihin.

Potentiaalisten asiakkaiden kiinnostusta Kaikkien Kotiin ja uuteen palvelutarjoomaan kartoitetaan kyselylomaketutkimuksen avulla. Kyselylomaketutkimus voidaan toteuttaa tutkijan ohjauksessa ja läsnä ollessa tai esimerkiksi postikyselynä, jossa vastaanottaja toimii itsenäisesti saamiensa ohjeiden pohjalta. Onnistunut kysymysten asettelu on perustana tutkimuksen onnistumiselle, kysymysten muoto aiheuttaakin eniten virheitä tutkimustuloksiin, sillä jos vastaaja tulkitsee kysymystä eri tavalla kuin kyselyn laatija on tarkoittanut, tutkimuksen tulokset vääristyvät. (Aaltola & Valli, 2010, 104).

Opinnäytetyössä toteutetaan lyhyt kyselytutkimus nykyisille ja mahdollisille uusille yritysasiakkaille tai yhteistyökumppaneille. Kyselyssä hyödynnetään Webropol-alustaa, ja kysymykset ovat väittämiä, joihin vastaukset kerätään Likert-asteikkoa

hyödyntäen. Potentiaalisten ryhmien ja yksityishenkilöiden kiinnostusta ja tarvetta Kaikkien Kodin esteettömiin ratkaisuihin ja palveluihin kerätään niin ikään kyselytutkimuksen avulla. Yritysassiakkaiden rekisterissä hyödynnetään olemassa olevia rekistereitä alalla toimivista yrityksistä sekä uusien mahdollisten asiakkaiden osalta verkon yritysrekistereitä, kuten Satakanta-yritysrekisteriä. Ryhmien osalta kysely lähetetään toimeksiantajan ylläpitämään yhdistysrekisterin mukaisesti, yksityishenkilöiltä vastauksia kerätään Huittisten Seniorimessujen kävijöiltä.

## 1.6 Teoreettinen viitekehys

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostuu seuraavista käsitteistä: kohderyhmien tunnistaminen, palvelun tuotteistaminen ja palvelun hinnoittelu. Kuviossa 1 on havainnollistettu työn keskeisten käsitteiden yhteyksiä toisiinsa. Opinnäytetyössä määritellään valitulle asiakaskohderyhmälle palvelutuotteet hyödyntäen palvelumuotoilun menetelmiä. Palvelumuotoilu tuotteistamisen menetelmänä pyrkii luomaan palvelukokonaisuuden, joka on asiakkaan näkökulmasta haluttava ja palvelun tuottajan näkökulmasta tehokas ja tunnistettava (Miettinen 2011, 31). Valituille tuotteille valitaan soveltuva hinnoittelumenetelmä. Hinnoitteluun liittyviä keskeisiä päätöksiä tehdään liiketoiminnon hinnoittelustrategiasta ja –politiikasta päätettäessä, uutta palvelukonseptia kehitettäessä sekä palvelun myyntitilanteessa asiakkaan kanssa neuvoteltaessa. Hinnoittelu ei ole yksittäinen toimenpide, vaan jatkuva prosessi, joka liittyy monilla tavoilla yrityksen toimintoihin. (Sipilä 2003, 65.)



Kuvio 1: Työn keskeiset käsitteet (Johanna Lehto)

## 2 BENCHMARKING

### 2.1 Benchmarkingin hyödyt toiminnan kehittämisessä

Benchmarking, eli vertailukehittäminen on keino verrata yhteisön tuottamia palveluja ja tuotteita sekä sen toimintatapoja kilpailijoihin tai niihin yhteisöihin, joita pidetään alan edelläkävijöinä. Benchmarkingin avulla yhteisön vastuuhenkilöt voivat selvittää, onko yhteisön toiminta tehokasta, kustannusrakenne kilpailijoiden tasolla sekä missä asioissa ja millä keinoin yhteisön toimintaa voidaan kehittää nykyisestä. Kilpailijoiden tai alan edelläkävijöiden toimintaan tutustumalla voidaan selvittää heikkoudet oman yhteisön toiminnassa ja muuntaa nämä kehittymismahdollisuuksiksi. Yhteisön on mahdollista hyödyntää benchmarkingia löytääkseen menestyneimmät toimintatavat muiden kokonsa, tyyppinsä tai alueellisen sijaintinsa puolesta vertailukelpoisten yhteisöjen joukosta. (Reference for Business [www-sivut](http://www-referenceforbusiness.com) 2015.)

Benchmarking-toiminta kohdentuu rooleihin, prosesseihin ja kriittisiin menestystekijöihin. Rooleilla tässä tarkoitetaan työtä tai tehtävää jonka joku henkilö toteuttaa,

prosessit käyttävät yrityksen voimavaroja ja kriittiset menestystekijät ovat asioita jotka yhteisön on käsiteltävä menestyäkseen pitkällä aikavälillä ja saadakseen kilpailuetua. Tarkoitus on löytää tehottomuus tietyissä toiminnoissa sekä potentiaaliset kehittymisalueet. On olemassa useita tapoja toteuttaa benchmarkingia, vertailtavat asiat voivat olla määrällisiä, jolloin mitataan tiettyjen vertailupisteiden tuloksia. Benchmarkingia voidaan hyödyntää myös hyvien käytäntöjen etsimiseen. Tällöin keskitytään yksilöimään erinomaiset tekniikat tietyssä toiminnassa. Infrastruktuurin benchmarking sisältää mm. tietohallintoon, verkostoihin, käyttäjätukeen, ohjelmointiin ja toimivuuteen liittyvää vertailua, kun taas sovellusten benchmarking liittyy yrityksen tietohallintoon, kuten järjestelmiin, niiden kehitykseen ja ylläpitoon liittyviin toiminnallisuuksiin. Strateginen benchmarking keskittyy osaamisen arviointiin, tietohallintostrategioihin, liiketoiminnan ja tekniikan välisiin linjauksiin sekä roolien ja vastuiden määrittelyyn. (Reference for Business www-sivut 2015.)

## 2.2 Benchmarkingin hyödyntäminen palvelujen tuotteistamisessa

Benchmarkingia voidaan hyödyntää tuotteistamisessa esimerkiksi hyvien käytäntöjen kartoittamisessa. Tuotteistettaessa palveluja tai tuotteita, asiakkaan näkökulmasta tärkeää on, että tuote tai palvelu ratkaisee jonkin ongelman. Tuotteistamista aloitettaessa etsitään jo olemassa olevaa tietoa tuotteesta, tätä tietoa voidaan saada lähiympäristössä toimivilta ihmisiltä, kirjallisuudesta, patenteista, kilpailijoilta tai konsulttiyritykseltä. Olemassa olevaa tietoa voidaan hyödyntää kokonaan uusien tuotteiden tai palvelujen suunnittelussa tai olemassa olevien tuotteiden kehittämistyössä. (Karlöf, Lundgren & Froment 2003, 64.)

Karlöf, Lundgren ja Froment avaavat kirjassaan *Ota oppia parhaista!* (2003, 76) tarkemmin termiä *benchlearning*. Vertailukehittämisen, Benchmarkingin rinnalla *benchlearning*, vertailuoppiminen toimii palvelujen kehittämisen työkaluna. Vertailuoppiminen perustuu siihen, että selvitetään miksi esikuvaorganisaatiot toimivat tietyllä tavalla. Selvittämällä toimenpiteiden logiikkaa voidaan selvittää onko toimintatavoista mahdollista ottaa oppia oman organisaation tai sen tarjoamien palvelujen kehittämisessä. Kyse ei ole siis jäljittelystä, vaan samalla toimialalla toimivaa yksik-

köä tai esikuvaa käytetään virikkeenä, jonka avulla haetaan ratkaisuja organisaation omiin ongelmiin. Muiden tutkimista ja ymmärtämistä voidaan siis pitää vipuna, joka auttaa ymmärtämään omaa tilannetta, heikkouksia ja puutteita sekä herättämään parannusideoita. Hyviä käytäntöjä kartoittamalla ja kilpailijan toimintatapoihin perehtymällä selvitetään siis olemassa olevia, toimivia käytäntöjä ja logiikkaa niiden takana sekä hyödynnetään saatua tietoa tuotekehitystyössä ja uusien palvelujen kehittämisessä omassa organisaatiossa.

Sekä vertailukehittämisen että vertailuoppimisen avulla omaa toimintaa tarkastellaan ulkopuolelta. Asetuttaessa oman liiketoiminnan rajojen ulkopuolelle, myös omasta toiminnasta on mahdollisuus havaita puolia, joita aikaisemmin ei ole havainnut, koska niitä ei ole aikaisemmin verrattu muiden kokemuksiin. Vuorovaikutus ulkomailman kanssa siis mahdollistaa uusien oivallusten saamisen ja oman ymmärryksen lisäämisen. (Karlöf, Lundgren & Froment 2003, 78.)

### 2.3 Suomalaisen mallitilojen benchmarking

Vastaavalla idealla rakennettuja, mallikotien verkostossa toimivia mallitiloja löytyy eri puolilta Suomea yhteensä seitsemän. Mallikodeista kuusi toimii ammattikorkeakoulun yhteydessä ja toiminta on osa oppilaitoksen palvelua, yksi mallikoti toimii yksityisen sairaalan tiloissa ja toiminta on yhtiöitetty. Myös muita, samalla periaatteella toimivia mallitiloja löytyy Suomesta, nämä eivät kuuluneet opinnäytetyön laatimisvaiheessa verkostoon.

Opinnäytetyön aloitusvaiheessa, kun Kaikkien Kodin palvelutarjoomaa suunniteltiin, päätettiin selvittää miten muut mallitilat toimivat ja mitä palveluita ne tarjoavat. Mallitiloja löytyy eripuolilta Suomea (kuvio2). Tämän vuoksi kaikille verkostoon kuuluvien mallitilojen vastuuhenkilöille lähetettiin sähköpostitse kysely, jonka avulla kartoitettiin mallikodin tarjoamia palveluja ja kodin toimintamallia. Kysymyksillä pyrittiin selvittämään, mitä palveluja mallikoti tarjoaa, miten tuotettavat palvelut ovat valikoituneet palveluvalikoimaan ja miten ne on hinnoiteltu, miten palveluja markkinoidaan ja miten palvelut tuotetaan asiakkaille sekä onko mallikodilla palkattua hen-



kilökuntaa. Vastuuhenkilöiltä kysyttiin myös tilan keskimääräistä käyttöastetta sekä mallikodin myydyimpiä palveluja. Sähköpostikyselyn avulla pyrittiin selvittämään vastaavien mallitilojen toimintamalleja sekä hyviä käytäntöjä, vastauksia hyödynnettiin Kaikkien Kodin palvelutarjooman suunnittelussa. Neljän esteettömän mallikodin vastuuhenkilö vastasi kyselyyn. Sähköpostikyselyn kysymykset ovat tämän opinnäytetyön liitteenä (LIITE 1).

Sähköpostikyselyn lisäksi Toimivan kodin vastuuhenkilö Tiina Petäjävaaraa on haastateltu yhtiön toiminnan laajuuden selvittämiseksi. Lisäksi opinnäytetyön aihepiiriin ja esteettömien kotien toimintaan perehtyäkseni tutustuttiin myös Turun Ammattikorkeakoulun Kunnonkodin toimintaan vierailemalla Kunnonkodissa helmikuussa 2015. Puhelinkeskustelussa Petäjävaaran kanssa kävi ilmi, että Kotien edustajat tapaavat keskimäärin 1 – 2 kertaa vuodessa ja näissä tapaamisissa mietitään yhdessä esteettömien mallitilojen palvelujen kehittämistä asiakasnäkökulmasta.

Kuvio 2: Esteetöntä asumista esittelevät tilat Suomessa:

1) Kunnonkoti, Turku, 2) Kaikkien Koti, Pori, 3) ITSE-tila ja UNI-tila, Tampere, 4) Älykoti, Jyväskylä, 5) Kätevä koti, Kaajani, 6) Mahdollistava koti, Oulu ja 7) Toimiva Koti, Helsinki (Kaikille.fi www-sivut 2014.)

### 2.3.1 Toimiva Koti, DoMedi Oy, Helsinki

Toimiva Koti –tila toimii Ortonin sairaalan tiloissa ja se on osa DoMedi Oy:n toimintaa, palvelu yksityistettiin vuoden 2014 alussa. Tätä ennen palvelun tarjosi Helsingin kaupunki, jonka toimintaa palvelu oli noin 15 vuoden ajan. (Petäjävaara, henkilökohtainen tiedonanto 26.9.2014.)

Toimiva Koti –mallikodin palveluja ovat esteettömien ratkaisujen ja apuvälineiden esittely ja myynti, kotitohtorointi-palvelu ja esteettömyyskartoitukset. Esteettömiä ratkaisuja esitellään tilauksesta erilaisille ryhmille, esimerkiksi opiskelijoille, omaishoitajaryhmille tai senioriryhmille. Opiskelijaryhmille palvelu on maksullista ja sii-



hen sisältyy koulutuksellinen näkökulma. Muut ryhmät pääsevät toistaiseksi veloituksetta tutustumaan ratkaisuihin ja kokeilemaan apuvälineitä. Toimiva koti – mallikodissa on myös tuotemyymälä. Toimiva Koti tekee yhteistyötä sairaalan fysioterapeuttien kanssa ja tuotevalikoimaa onkin laajennettu tämän yhteistyön tuloksena esimerkiksi fysiologisilla asusteilla ja terveydenhuoltoalan tuotteilla. Yritys markkinoi palveluaan lehti-ilmoittelun avulla, sähköpostitse sekä yhteistyöyritysten verkkosivujen kautta. Lisäksi Toimivalle Kodille on saatu näkyvyyttä mm. lehtiartikkelien ja radiohaastattelujen kautta. (Petäjävaara, henkilökohtainen tiedonanto 26.9.2014.)

Yrityksen palvelut ovat pääasiassa maksullisia, tietyt ryhmäesittelyt ovat toistaiseksi maksuttomia, mutta näissä palveluissa tuottoa odotetaan tuotemyynnistä. Yhteistyöyritykset vuokraavat myytävälle tuotteilleen tilan talosta ja maksavat tilavuokran lisäksi myyntipalkkion myydyistä tuotteista. Tuotevalikoima on laaja, apuvälineistä aina huonekaluihin ja kodinkoneisiin saakka. (Petäjävaara, henkilökohtainen tiedonanto 26.9.2014.)

DoMedi Oy ja Toimiva koti etsii aktiivisesti uusia ideoita ja tuotteita valikoimiinsa. Alan messut ovat tärkeä tiedonhankintakanava tässä työssä, henkilökunta kiertääkin messuilla kotimaassa ja ulkomailla. Tiina Petäjävaara on vienyt esteettömän asumisen mallitila-idea myös ulkomaille ja osallistunut mm. Pietarin alueen esteettömän mallitilan perustamiseen. Esteettömien mallitilojen perustamiseen liittyvää konsultointipalvelua on myyty myös Ruotsiin, Tanskaan, Ranskaan, Norjaan ja Singapooreen saakka. (Petäjävaara, henkilökohtainen tiedonanto 26.9.2014.)

Koska Toimiva Koti on osa voittoa tavoittelevan yhtiön toimintaa, sen on huolehdittava kannattavuudestaan. Yhteistyöyrityksillä on tuotto-odotus tilaan myyntiin tuoduille tuotteille, lisäksi yrityksen tarjoamien koulutus- ja esittelypalvelujen tuotoilla pitää pystyä kattamaan toiminnasta aiheutuvat kulut ja sen pitäisi myös tuottaa omistajilleen voittoa. Talo toimii siis hieman eri pohjalta, kuin muut suomalaiset mallikodit, jotka pääasiassa toimivat oppilaitoksen yhteydessä (Petäjävaara, henkilökohtainen tiedonanto 26.9.2014.)

### 2.3.2 Kätevä koti, Kainuu

Kätevä koti sijaitsee keskussairaalan tiloissa ja on osa julkista palvelutuotantoa. Kainuun ammattikorkeakoulu, Kamk on vastannut Kätevän kodin rakentamisesta, se on toteutettu hankerahoituksella, jossa Kainuun sote-kuntayhtymä oli partnerina. Koska Kätevää kotia käyttävät fysioterapeutit, puhe- ja toimintaterapeutit, näön ja kuulon kuntoutusohjaajat, apuvälineteknikot sekä sosiaalityöntekijät asiakastyössään. Tilassa kokoontuvat kipuryhmät ym. ryhmäohjausta tarvitsevat ja lisäksi se palvelee sosiaali- ja terveysalan oppilaitoksia Kainuussa ja lähialueilla. (Juntunen sähköposti 30.9.2014.)

Kätevän kodin palveluja ei ole varsinaisesti tuotteistettu, eikä niitä markkinoida tällä hetkellä aktiivisesti. Kätevän kodin palvelusta Kamkissa vastaava Anitta Juntunen pohtii, että markkinointia voitaisiin ehkä tehdä ammattikorkeakoulun oppimisneuvola Myötätuulen kautta. Tällä hetkellä Kätevää kotia voi varata kuntoutusyksikön osastosihteeriltä, varauksen tekee se henkilö, joka vie asiakkaansa tai ryhmänsä kotiin. Kätevän kodin käyttöaste on 63 %, eniten taloa käytetään päivittäisten toimintojen ja liikkumisen apuvälineiden käyttöön liittyvässä ohjauksessa. Kätevän kodin tarjoamat palvelut ovat käyttäjälle maksuttomia. (Juntunen sähköposti 30.9.2014.)

### 2.3.3 Uni & Itse –tilat, Tampere

Tampereen ammattikorkeakoulun yhteydessä toimiva Uni- & Itse –tila tarjoaa tila- ja tuote-esittelyjä yksittäisille ihmisille ja erilaisista työorganisaatioista tuleville ryhmille. Tiloissa järjestetään esteettömyys- ja välinekoulutusta terveys- ja sosiaalialan opiskelijoille, lisäksi yksittäiset henkilöt voivat tulla tilaan koekäyttämään välineitä. Uni & Itse-tilat ovat päivittäisessä käytössä, niitä käytetään kokoustilana ja vuokrataan myös yöpymispaikaksi oppilaitoksessa vieraileville luennoitsijoille. Tiloissa järjestetään avoimet ovet lukuvuosittain. (Roivas sähköposti 2.10.2014.)

Tiloissa tuotettavat palvelut on valikoitu lähinnä tarjonnan ja kysynnän perusteella, hinnoittelu perustuu palvelun toteuttavan opettajan kustannuksiin. Tilojen markki-

nointiin ei ole varattu erillistä resurssia, vaan markkinointi perustuu yritysyhteistyöhön sekä nettisivuihin ja blogi-kirjoitteluun. Tilojen esittelystä ja koulutuksista vastaavat kaksi opettajaa omien töidensä ohella. (Roivas sähköposti 2.10.2014.)

#### 2.3.4 Kunnonkoti, Turku

Kunnonkoti on esteettömän asumisen neuvonta- ja vierailukeskus. Kunnonkoti toimii Turun ammattikorkeakoulun yhteydessä ja sen palveluja ovat neuvonta ja ohjaus, ryhmäesittelyt, yksilöidyt ja räätälöidyt esittelyt ja esteettömyyskartoitukset opettaja-opiskelijatyönä. Lisäksi Kunnonkoti tarjoaa räätälöityjä projekteja kunnille, yksiköille ja yrityksille, järjestää teemapäiviä, täydennyskoulutusta sekä luentoja. Asiakkaita ovat alan opiskelijat ja oppilaitokset, ammattilaiset, yksityishenkilöt, kunnat ja alan yritykset. Kunnonkodin tilat ovat myös vuokrattavissa. Kunnonkoti on avoinna keskimäärin 9 – 10 kk/vuodessa, lähinnä oppilaitoksen toiminnan mukaan. Kävijämäärä vuonna 2014 oli noin 2400 henkilöä. Tiloissa on esittelytilan toimistotilat ja niitä käytetään myös oppimisympäristönä ja kokoustilana. (Karlsson sähköposti 1.2.2015)

Kunnonkodin peruspalveluista on tehty prosessikuvaukset, hinnoittelun perusteena on käytetty mm. asiantuntijapalveluun käytettävää aikaa, joka on muutettu euroiksi. Markkinointi on pääasiassa sähköpostiviestintää laajalle vastaanottajajoukolle. Näitä sähköposteja lähetetään 1- 2 kertaa vuodessa ja kohderyhmänä ovat kunnat, ammattilaiset, erilaiset järjestöt sekä yhdistykset. Koulutuksista ja teemapäivistä lähetetään lisäksi täsmämarkkinointia ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen ja verkostojen kautta. Kevään 2015 aikana Kunnonkodissa kehitetään viestintää ja aktivoidaan markkinointia kahden tradenomiopiskelijan harjoittelujakson ajan, kodilla on myös omat nettisivut. (Karlsson sähköposti 1.2.2015)

Kävin tutustumassa Kunnonkodin palveluihin ja toimintaan, tämän tutustumiskäynnin aikana selvisi, että Kunnonkodin toiminnasta vastaa yksi palkattu työntekijä, joka vastaa kaikesta mallitilaan ja sen palveluihin liittyvästä toiminnasta. Työntekijä huolehtii yritysyhteistyöstä, laatii sopimukset, toimii verkostoissa, ylläpitää ja kehittää

mallitilaa, sekä huolehtii markkinointiviestinnästä, palvelutuotannosta, ja teemapäivien tai koulutusten osalta ideoinnista, viestintämateriaaleista, markkinoinnista ja toteuttamisesta. Tehtävä on osa-aikainen, ja tämän työn lisäksi työntekijä osallistuu hankevalmisteluun, hankkeiden toteutukseen sekä toimii opetustehtävissä.

#### 2.4 Esteettömien mallitilojen hyviä käytäntöjä

Kyselyn vastauksia tutkittaessa voidaan päätellä, että oppilaitosten yhteyteen sijoitettujen mallitilojen toiminta on pääosin hyvin samantyyppistä. Oppilaitoksessa toimivan mallitilan toiminnasta vastaa oppilaitoksen työntekijä, esimerkiksi opettaja, oman toimensa ohella ja palvelun tuottamisessa hyödynnetään opiskelijoita esimerkiksi niin, että opiskelija voi suorittaa harjoittelujaksonsa mallitilassa. Oppilaitokset hyödyntävät mallitilojensa kehittämisessä aktiivisesti opiskelijoita, toiminnan kehittämiseen saadaan lisäresursseja esimerkiksi opinnäytetyön tekemisen kautta. Mallitilaa ja vastuuhenkilön ammattitaitoa hyödynnetään myös opetuksessa.

Yritysyhteistyö perustuu kyselyyn vastanneissa mallitiloissa tuotteiden esittelyyn tiloissa. Osassa mallitiloja mahdollisuus tuotteiden esittelyyn on maksutonta, toiset mallitilat taas perivät yritykseltä maksun, joka perustuu näytteilleasettajapaikkaan mallitilassa. Näytteilleasettajapaikka mallitilassa sisältää myös tuotteen tai ratkaisun esittelyn ja käytön opastuksen asiakkaalle. Tuotemyyntiä ei oppilaitosten yhteydessä toimivissa tiloissa ole. Palvelujen markkinointi oppilaitoksissa perustuu näkyvyyteen internetissä, messuilla ja tapahtumissa sekä esimerkiksi avointen ovien päivän järjestämisenä.

Turkulaisen Kunnonkodin toimintaan tutustuminen ja keskustelu vastuuhenkilö Kirsi Karlssonin kanssa selvensi erityisesti opiskelija- ja harjoittelijaresurssin tärkeyttä oppilaitoksen yhteydessä toimivan mallitilan palvelutuotannossa. Opiskelijaresurssin hyödyntäminen palvelutuotannossa edellyttää opiskelijan hyvää perehdytystä mallikodin toimintaan ja palveluihin. Turussa on harjoittelijatyönä laadittu perehdytysopas harjoittelujaksolle tulevan opiskelijan perehdyttämisen tueksi. Turussa on tehty myös yhteistyötä alueen yhdistysten kanssa suurempia tilaisuuksia järjestettäessä, yhteis-

työn avulla tapahtuman järjestäminen on saatu resursoitua. Vastaavaa toimintaa on ainakin Kaikkien Kodilla, muiden mallikotien osalta ei tätä opinnäytetyötä tehtäessä lähdetty laajentamaan kyselyä.

### 3 PALVELUN TUOTTEISTAMINEN

“Asiantuntemuksellasi ei ole erityistä arvoa, ellet pysty jakamaan sitä muiden hyödyksi. Vasta myynti- ja markkinointikelpoisena ammattitaitosi alkaa tuottaa hyötyä asiakkaillesi.” (Parantainen 2008, 18).

Asiantuntijapalvelun tuotteistaminen on asiakkaalle tarjottavan palvelun määrittelyä, suunnittelua, kehittämistä, kuvaamista ja tuottamista siten, että palvelun asiakshyödyt voidaan maksimoida ja asiantuntijayrityksen tulostavoitteet saavutetaan. Palvelun tuotteistamisella pyritään parantamaan oman työn vaikuttavuutta ja asiakshyötyjä. Tuotteistamisesta voidaan puhua, kun palveluista kehitetään selkeitä palvelukokonaisuuksia ja –prosesseja, joita tarjotaan sellaisenaan asiakkaalle, tai kun perusmalleista räätälöidään moduulien avulla asiakaskohtaisia kokonaisuuksia. Täysin tuotteistettu palvelu on mahdollista monistaa ja toimittaa asiakkaille jakeluteitä hyödyntäen (Sipilä 1996, 12-13).

#### 3.1 Palvelun tuotteistamisen hyödyt

Yleisellä tasolla ajateltuna, globalisaatio ja kasvava kilpailu asettavat paineita erityisesti niiden palvelujen tuotteistamiseen, joita organisaatio myy eniten. Onnistuneen palvelujen tuotteistamisen avulla kasvatetaan palvelusta saatavaa tuottoa ja syntyvää katetta. Palvelujen tuotteistaminen parantaa myös yksittäisen yrityksen voimavarojen johtamista esimerkiksi antamalla uudelle työntekijälle selkeät raamit palvelun tuottamiseen ja vapauttamalla kokeneempien työntekijöiden aikaa haastavampien asiakasongelmien ratkaisemiseen. (Hofferberth & Urih 2011. 2.) Palveluja kehittävien

organisaatioiden menestymisen edellytys on saada osaamisen ja uusien ideoiden kautta aikaan kasvua sekä kannattavaa liiketoimintaa. Tuotteistamista voidaan hyödyntää sekä uuden palveluidean kehittämisessä toistettavaksi palvelukonseptiksi, että olemassa olevien palvelujen tehostamisessa tai laadun parantamisessa. Tuotteistamisella tavoitellaan yrityksen kilpailukyvyn parantamista palvelun määrittelyn, vakiointin, systematisoinnin ja konkretisoinnin avulla. Toiminnan systematisoiminen helpottaa palvelujen myyntiä ja markkinointia sekä vähentää palvelun kehittämiseen ja tuottamiseen liittyvää epävarmuutta. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 5.)

Asiakkaan näkökulmasta tuotteistaminen tekee palvelusta ja sen tarjoamasta lisäarvosta konkreettisemmän sekä tekee palvelun arvioimisesta ja ostamisesta helpompaa (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 5). Asiakkaat vaativat enemmän palveluntuottajalta. Asiantuntijapalveluita ostavat asiakkaat vaativat selkeästi määriteltyjä palvelukuvauksia, toimitusketjun läpinäkyvyyttä ja vahvistettua projektikustannusta ennen sopimuksen hyväksymistä. Markkinat siirtyvät kohti suoriteperusteisia ja kiinteähintaisia sopimuksia, mikä siirtää vastuullisuutta onnistuneesta toimituksesta yhä enemmän palvelun tuottajalle. Oman lisänsä palvelujen tuottamiseen tuo myös nopeasti muuttuva teknologinen ympäristö joka tuo haasteensa sekä asiantuntijapalvelua tuottavalle yritykselle että heidän asiakkailleen. Näihin vaatimuksiin voidaan hakea ratkaisuja tuotteistamalla palvelut huolellisesti. (Hofferberth & Urih 2011. 2-3.)

Kustannustehokkuuden ja kasvaneen katteen lisäksi organisaatio hyötyy palvelujen tuotteistamisesta oman toimintansa kehittämisessä. Tuotteistuksen avulla organisaatio voi selvittää, miten sen osaaminen tukee valittua liiketoimintastrategiaa palvelujen osalta, se pystyy kartoittamaan olemassa olevan osaamisen sekä mahdolliset puutteet osaamisessa. Palvelujen tuotteistaminen pakottaa organisaation tunnistamaan parhaat kierrätettävissä olevat toimintatavat, työkalut, mallit ja käytännöt. Näiden avulla organisaatio voi taata jatkuvan palveluntuotannon suojaten samalla organisaation mainetta ja palvelun laatua. (Hofferberth & Urih 2011. 4-5.)

Palvelujen tuotteistamisen avulla saatuja hyötyjä ovat esimerkiksi voitettujen tarjouskilpailujen määrän kasvu, arvioiden parempi luotettavuus, toistettavissa olevien

palveluiden mitattavissa olevan suorituksen kasvu ja nopeutunut rekrytointi, mahdollisuus hyödyntää vähemmän kokenutta henkilökuntaa. Lisäksi tuotteistamisen avulla voidaan parantaa immateriaalioikeuksien arvoa organisaation toimintatapoihin, työkaluihin ja prosesseihin liittyen sekä tehostaa projektinjohtamista. Tuotteistamisen avulla kulut, tarvittava voimavarat, aika ja suoriteperusteet ovat paremmin ennakoitavissa, riskit pienenevät sekä jatkuvuus ja laatu paranevat. Tuotteistaminen auttaa myös parantamaan ennusteiden tarkkuutta ja mahdollistaa korkeammat tuotto-odotukset. (Hofferberth & Urih 2011. 5.)

### 3.2 Palvelun tuotteistamisen menetelmät

Palvelun tuotteistajan tehtävä on rakentaa apuvälineitä, joiden avulla asiakkaan on helpompi ostaa palvelu, joka on ominaisuuksiltaan muita vahvempi, tehokkaammin myytävissä ja helpommin monistettavissa. Palvelua tuotteistettaessa on ratkaistava miten omat palvelut erottuvat kilpailijoiden tarjoamista palveluista niin, että asiakkaan on helppo valita juuri tuottamasi palvelu. Miten palvelut paketoidaan niin, että ne muodostavat asiakkaan arkea helpottavan kokonaisuuden ja miten palveluratkaisut muotoillaan niin, että asiakkaalta poistuu riskin tunne, joka estää häntä ostamasta. (Parantainen 2010, 39.)

Jotta palvelu erottuu kilpailijoiden vastaavista palveluista, jo tuotteistusvaiheessa on päätettävä, mitä sellaista luvataan, jota kukaan muu (kilpailija) ei lupaa. Tarjottavasta palvelusta on tärkeää kertoa kenelle se on tarkoitettu, minkä ongelman se ratkaisee ja miten tarjottava palvelu eroaa muista omista palveluista. On tärkeää selvittää myös kilpailijan tarjoaman palvelun vahvuudet ja heikkoudet, jotta tarpeen tullen pystytään auttamaan asiakasta päätöksenteossa. (Parantainen 2007, 41 – 43.)

Parantaisen mukaan (2007, 134) onnistuneessa palvelukehityshankkeessa on kaksi päävaihetta, ensimmäisessä vaiheessa tuotteistaja lupaa ratkaista jonkin todellisen asiakasryhmän polttavan ongelman. Tämän jälkeen toisessa vaiheessa määritellään, miten lupaus lunastetaan. Lunastusvaiheen perusta on Parantaisen mallissa ongelman ratkaisevan palvelun vaativuusmäärittely. Vaativuusmäärittelyn avulla pyritään ensi-



sijaisesti löytämään, priorisoimaan ja dokumentoimaan asiakkaan tarpeet ja johtamaan näistä palvelun ominaisuudet (Parantainen 2007, 197).

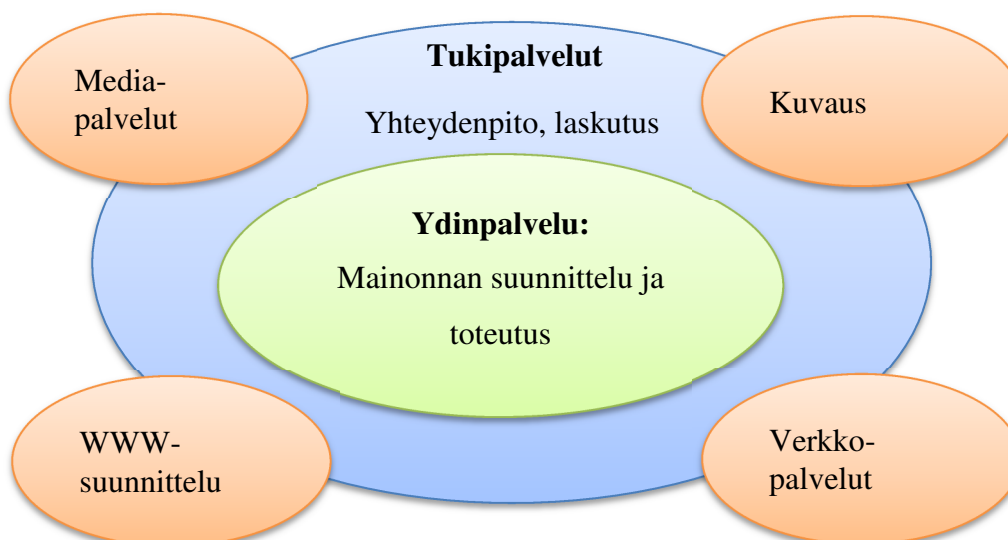
### 3.3 Palvelun määrittely

Palvelumuotoilu on systemaattinen ja looginen toimintaketju ottaa palveluliiketoiminta haltuun, se on tapa toteuttaa palveluiden tuotekehitystä, samoin kuin koko palveluliiketoiminnan innovointia (Palvelumuotoilun työkalupakki www-sivut 2015.). Palvelujen systemaattisen kehittämisen tavoitteena on luoda kilpailukykyistä, kannattavaa ja innovatiivista liiketoimintaa, niin, että sen avulla on mahdollisuus menestyä myös kansainvälisillä markkinoilla. Palvelujen kehittäminen lähtee organisaation liiketoimintastrategiasta, joka on näkemys siitä, miten organisaation osaaminen ja resurssit saadaan parhaiten kytkettyä toimialan mahdollisuuksiin niin, että organisaatio saavuttaa kasvua ja kannattavuutta. Keskeisiä yrityksen toimintaa määrittäviä kysymyksiä ovat: millaisia asiakkaita ja asiakassuhteita tavoitellaan, miten ja millaisia tuotteita ja palveluita tuotetaan sekä mikä on erikoistumisen ja tuotekehityksen aste. Jotta palveluliiketoiminta olisi menestyksekkästä, se edellyttää osaamista palvelun, asiakkaiden ja toimialan suhteen. Strategisia valintoja tehtäessä tulisikin hankkia tietoa ainakin asiakkaiden tarpeista, toimialan olosuhteista, trendeistä ja kilpailijoista. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 3.)

Palvelutarjooma tarkoittaa yrityksen tai organisaation tarjoamien palvelujen kokonaisuutta. Kokonaisuuden kuvaamisen ja arvioimisen kautta saadaan selkeä käsitys siitä, minkälaisista palveluista organisaation liiketoiminta arviointihetkellä koostuu. Kehitystyötä voidaan ohjata esimerkiksi määrittelemällä organisaatiolle tavoitteellinen palvelutarjooma, johon organisaatio pyrkii tietyn ajanjakson sisällä. Verrattaessa tarjooman nykytilannetta strategiaan ja tavoitteisiin, saadaan selville, miten organisaation liiketoimintaa pitäisi uudistaa ja kehittää, jotta tavoitteet saavutetaan. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 7.)

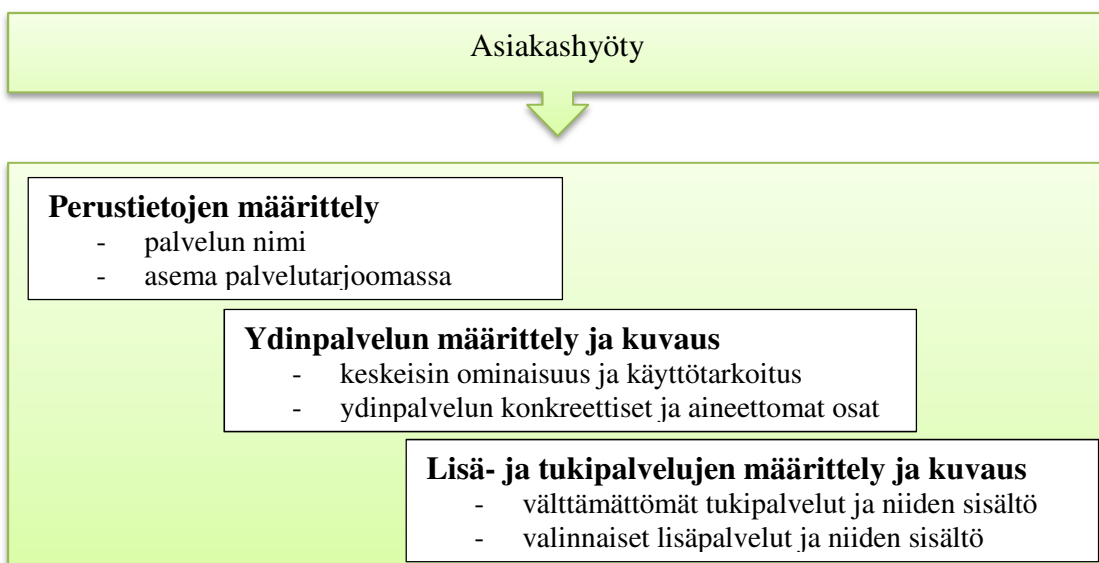
Kehitettäväksi valitun palvelun tuotteistaminen aloitetaan sen keskeisten ominaisuuksien määrittelyllä. Kuvataan, mikä on palvelun sisältö ja käyttötarkoitus, sekä miten palvelua tuotetaan. On tärkeä tietää myös, mitä aineellista tai aineetonta hyötyä asiakkaat palvelun avulla tavoittelevat, jotta palvelun suunnittelussa pystytään huomioimaan asiakkaan tarpeet. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 7.) Palvelumuotoilu yhdistää asiakkaiden (palvelun kuluttaja) ja liiketoiminnan (palveluntuottajan) tarpeet. Jos palvelu ei vastaa asiakkaiden tarpeisiin, niin tämä ei osta tuotetta toista kertaa, toisaalta palvelun on oltava myös liiketoiminnallisesti kannattavaa, jotta liiketoiminta olisi kannattavalla pohjalla. (Palvelumuotoilun työkalupakki www-sivut 2015.)

Palvelun sisältö rakennetaan vastaamaan asiakkaan tavoittelemaa hyötyä. Sisältö voidaan yleensä jakaa ydinpalveluun, joka on palvelun oleellisin ominaisuus ja syy, miksi asiakas haluaa ostaa palvelun sekä tuki- ja lisäpalveluihin. Tukipalvelut ovat ydinpalvelun käytettävyydelle välttämättömiä oheispalveluja, lisäpalvelut taas asiakkaalle annettavia tai myytäviä, rahanarvoisia etuja, jotka antavat asiakkaalle enemmän valinnanmahdollisuuksia. Ydinpalvelujen, sekä tuki- ja lisäpalvelujen muodostamaa kokonaisuutta kutsutaan usein palvelupaketiksi. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 11.) Esimerkiksi mainostoimiston ydin-, tuki- ja lisäpalvelut voitaisiin kuvata kuvion 3 mukaisesti:



Kuvio 3: Mainostoimiston ydin-, tuki- ja lisäpalvelut Mukailtu: Jaakkola, Orava, Varjonen 2007, 11. (Johanna Lehto)

Ydinpalvelujen ja tuki- sekä lisäpalvelujen paketoiminen palvelupaketiksi auttaa asiakasta näkemään asiakkaalle tuotettavan palvelun lopputuloksen, eli mitä asiakkaalle tarjotaan. Tässä ydinpalvelu vastaa asiakkaan keskeiseen ostotarpeeseen ja muu palvelupaketti rakentuu sen ympärille. (Koivisto 2011, 43-44.) Palvelupakettiin liittyvät välttämättömät tukipalvelut on syytä tunnistaa, jotta voidaan selvittää kaikki palvelun tuottamiseen tarvittavat resurssit ja työvaiheet. Tarvittaessa toiminnan tehostaminen voidaan toteuttaa juuri tukipalveluissa, jotka eivät välttämättä näy asiakkaalle. Lisäpalveluiden avulla organisaatio voi erottautua kilpailijoista, jos asiakkaat pitävät usean palveluntarjoajan ydinpalvelua samankaltaisena. Lisäpalvelun ei välttämättä tarvitse suoraan tuottaa katetta, jos niiden avulla saadaan lisättyä asiakasvirtaa. Lisäpalvelujen vaikutusta kokonaisuuteen kannattaa siis arvioida riittävän laajasti. Palvelun sisällön määrittelystä esimerkki kuviossa 4. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 11-12.)



Kuvio 4: Esimerkki palvelun sisällön määrittelystä. (Jaakkola, Orava, Varjonen 2007, 12.)

### 3.4 Palveluprosessi

Palvelut tuotetaan ja kulutetaan vuorovaikutteisessa prosessissa asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä, sen vuoksi palvelutuotetta ei voi määrittää pelkästään palvelun lopputulosta kuvaavalla palvelupaketilla (Koivisto 2011. 44-45). Kun

palvelun sisältö on määritelty, pitää määritellä, miten palvelu tuotetaan ja toteutetaan. Palveluprosessin määrittely on hyvä aloittaa kuvaamalla palvelun toteutusvaiheet mahdollisimman tarkasti. Kuvaamisen kautta selviää, ketkä osallistuvat palvelun tuottamiseen, missä vaiheessa ja kuinka pitkän ajan. Kun tietyn palvelun tuottamisessa tarvittavat resurssit on selvillä, toimintaa voidaan suunnitella ja aikatauluttaa tehokkaammin ja palvelun tuottamisen kustannusvaikutuksia arvioida tarkemmin. Palveluprosessin kuvaaminen voidaan toteuttaa esimerkiksi toimintakaaviona, joka sisältää palvelun toteuttamiseen tarvittavat työvaiheet ja niihin osallistuvat henkilöt. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2001, 15.)

Riippuen palvelupaketista, asiakkaalla saattaa olla merkittävä rooli palvelun tavoitteiden asettamisessa, liiketoiminta-ajatuksen vahvistamisessa sekä palvelun vuorovaikutteisessa suunnittelussa. Palvelun saavutettavuus muodostuu tekijöistä, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemukseen palvelun ostamisen ja kuluttamisen helppoudesta tai vaikeudesta. Näitä tekijöitä voivat olla esimerkiksi palveluntarjoajan henkilöstön määrä ja osaaminen, toimipisteen aukioloajat, sijainti ja ulkonäkö. Asiakkaan vuorovaikutus palveluorganisaation kanssa vaikuttaa merkittävästi asiakkaan kokemukseen palvelusta. Vuorovaikutusta palvelutilanteessa on esimerkiksi henkilöstön käyttäytyminen ja kommunikointi asiakkaan kanssa, palveluntarjoajan järjestelmien ja rutiinien selkeys, laitteiden ja automaattien käytön ymmärrettävyys sekä mahdollisten muiden asiakkaiden vaikutus. Myös asiakkaalla itsellään on vaikutusta siihen, millainen palvelukokemus hänelle muodostuu. (Koivisto 2011. 44-45.)

Palveluprosessin vaiheet voidaan kuvata yksityiskohtaisemmin esimerkiksi blueprinting-menetelmän avulla. Tässä menetelmässä prosessin vaiheet kuvataan visuaalisena vuokaaviona, jossa erotetaan asiakkaalle näkyvät toiminnot yrityksen sisäisistä toiminnoista. Blueprinting-kaavio kuvaa kaikki palvelun vaiheet tarkasti ja objektiivisesti. Kun palveluprosessi kuvataan blueprinting-kaaviona, se kiinnittää huomion kehittämistä ja analysointia tarvitseviin vaiheisiin ja palvelun laadun kannalta kriittisiin kohtiin. Blueprinting on keino hajoittaa palvelupaketti pienempiin osiin ja kuvata ne keinot joilla kukin palvelun vaihe suoritetaan. Kaavion avulla

pystytään hahmottamaan myös ne kohdat, joissa asiakkaan ja palveluntuottajan prosessit kohtaavat. Liitteenä on mallikuvaus retkipaketin blueprintistä (LIITE 2).

### 3.5 Palvelun vakioiminen

Palvelun vakioimisella tarkoitetaan palvelun tai sen prosessin osien kehittämistä monistettavaksi tai toistettavaksi jonkin järjestelmällisen menetelmän avulla. Palvelun vakioituja osia voidaan tuottaa usealle asiakkaalle samalla tavalla, jolloin palvelutuotannosta tulee tehokkaampaa, kannattavampaa ja tasalaatuisempaa. Vakioiminen voi kohdistua palvelutarjooman sisältöön tai palvelun tuottamiseen ja kuluttamiseen liittyviin prosesseihin. Vakioitujen ja räätälöityjen osien suhde vaihtelee eri palveluissa, yhdessä ääripäässä on palvelu, joka on ainutlaatuinen eikä sisällä mitään vakioituja osia, toisessa ääripäässä taas palvelu, joka toteutuu aina samansisältöisenä. Palvelun luonteesta ja organisaation liiketoimintastrategiasta riippuu, mikä tuotteistamisen aste on kannattavin. Täysin vakioidulla tuotteella on vaikea huomioida asiakkaan yksilöllisiä tarpeita. Toisaalta on myös hidasta ja kannattamatonta aloittaa palvelun suunnittelu jokaisen asiakkaan kohdalla täysin alusta. Joustavuutta vakioituihin palveluihin voi saada jakamalla palvelu itsenäisiin osiin, moduuleihin, joista asiakas voi koota haluamansa paketin. Modulaarisuutta voidaan toteuttaa tarjoamalla asiakkaalle palvelun perusmallia ja tätä täydentäviä liitännäispalveluita. Modulaarisen palvelun hyötynä on joustavuus, nopeus ja kustannustehokkuus. Modulaarisuuden edellytyksenä on, että osat ovat itsenäisiä ja helposti yhdisteltäviä, se on keino massaräätälöidä palvelu. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 19-20.)

Palvelun vakioiminen tuo hyötyä myös organisaation sisäiseen työnjakoon. Erityisesti osaamisintensiivisissä organisaatioissa kokeneiden asiantuntijoiden työaika pitäisi keskittää asiantuntemusta vaativiin tehtäviin. Kun vakioitavissa olevien vaiheiden suorittaminen tehostuu ja nopeutuu, rutiininomaisiin tehtäviin kuluu vähemmän aikaa ja näin pystytään panostamaan tehtäviin, jotka todella vaativat räätälöintiä. Toimintatapojen vakioimisesta on myös se merkittävä etu, että palvelun tulosten ennustettavuus paranee. Kun palvelu tuotetaan tietyn toimintatavan tai menetelmän mukaisesti,

syntyy vertailutietoa ja hyvä käsitys siitä, minkälaisia tuloksia asiakkaalle on odotettavissa. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 22.)

### 3.6 Palvelun konkretisointi

Tärkeä osa tuotteistamista on palvelusta viestimisen yhtenäistäminen ja konkretisointi asiakasrajapinnassa. Konkretisoimisella tavoitellaan palvelun uskottavuuden, erottumiskyvyn ja ymmärrettävyyden kasvattamista. Tuotteistetulle palvelulle voidaan antaa nimi ja suunnitella omaleimainen ilme, brändi. Brändi voidaan määrittellä ryhmäksi arvoja, jotka lupaavat tietyn palvelukokonaisuuden: se on asiakkaan mielikuva tuotteen tai palvelun identiteetistä. Brändin luomiseen pyritään, sillä se lisää asiakasuskollisuutta ja helpottaa myyntiä. Vahvan brändin rakentamisen edellytys on, että tuotetta tai palvelua koskevat viestit ovat yhdenmukaisia. Jokainen vuorovai-  
kutustilanne asiakkaan kanssa on viesti palvelubrändin ominaisuuksista, jos palvelua toteutetaan vaihtelevilla tavoilla, ei yhtenäisen viestin luominen onnistu. Yhtenäisen yrityskuvan ja palvelubrändin rakentamisen kannalta onkin tärkeää, että asiakaskontaktissa oleva henkilöstö viestii täsmällisesti ja yhdenmukaisesti palvelutarjoomasta kokonaisuutena sekä yksittäisten palvelujen sisällöstä ja toteuttamisesta. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 27.)

Palvelua voidaan konkretisoida myös rakentamalla palvelun osaksi aineellistavia elementtejä. Konkreettiset elementit auttavat asiakasta arvioimaan palvelun sisältöä ja laatua, sitä kautta ne helpottavat myös palvelun ostamista. Konkretisointi auttaa myös palvelun myyntiä, kun asiakkaalle voidaan esitellä jotain käsin kosketeltavaa. Näitä konkretisoinnin keinoja ovat esimerkiksi esitteet ja muut painotuotteet, työnäytteet, erilaiset tavarat, kuten mapit, raportit tai piirustukset sekä esimerkiksi organisaation tilojen ulkonäkö, henkilökunnan pukeutuminen, erilaiset koneet ja laitteet luovat mielikuvaa yrityksestä ja sen tarjoamista palveluista. Myös referenssit erityisesti osaamisintensiivisissä organisaatioissa ovat käytetty konkretisointikeino, samoin patentit, sertifiikatit, auktorisoinnit ja palkinnot viestivät osaamisen tasosta ja palvelun laadusta. Takuun antaminen on vahva tapa viestiä palvelun laadusta, lisäksi se laskee asiakkaan kokemaa riskiä. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2007, 27-28.)

### 3.7 Onnistunut tuotteistus

Palvelun tuotteistaminen on onnistunut, kun kuka tahansa pätevä henkilö pystyy tuottamaan palvelun. Tämä edellyttää sitä, että palvelun suunnitteluvaihe, myynnin menetelmät, markkinointimateriaali, hinnoittelu, sopimukset, graafinen ilme ja muu olennainen tieto palvelun tuottamiseksi on talletettu kirjalliseen tai sähköiseen muotoon niin yksityiskohtaisesti, että palvelun tuottaminen onnistuu materiaalin perusteella (Parantainen 2007, 12).

Oman kokemukseni mukaan palvelun tai tuotteen tuotteistamisessa on kyse merkittävän paljon suuremmasta kokonaisuudesta kuin mitä ensin voi kuvitella. Tuotteistus liittyy kiinteästi koko organisaation toimintaan, arvoihin ja brändiin. Kun tuotteistuksen arvo ymmärretään ja siihen käytetään riittävästi voimavaroja, se luo osaltaan pohjaa organisaation tulevaisuuden suunnittelulle ja toiminnan kehittämislle. Tuotteistaessaan palvelujaan, organisaatio määrittelee mitä, miten ja kenelle se palveluaan tai tuotettaan myy, sen avulla määritellään tuotettavan palvelun laatu ja laajuus, dokumentoituna se toimii myös työkaluna työntekijälle joka tuottaa palvelun tai valmistaa tuotteen asiakkaan ostettavaksi. Asiakasnäkökulmasta katsottuna hyvin tuotteistettu palvelu helpottaa ostopäätöksen tekemistä, sillä tuotteistusvaiheessa myyjä on jo miettinyt mihin asiakkaan ongelmaan palvelu tai tuote vastaa, minkä ongelman se ratkaisee.

## 4 ASIANTUNTIJAPALVELUJEN HINNOITTELU

Hinta on korvaus tuotetusta palvelusta, se vaikuttaa suoraan palvelutuotteen kannattavuuteen. Valitulla hinnoittelustrategialla ja hinnoittelulla kokonaisuutena on keskeinen vaikutus yrityksen kannattavuuteen ja toiminnan jatkuvuuteen. Yrityksen rahoitus tulee pääasiallisesti vain myyntituottojen, eli hinnan kautta tulorahoituksena, tällä rahoituksella yrityksen pitää rahoittaa nykytoimintansa, tuotekehitystyön sekä

kerätä varoja tulevaisuutta varten uusien palvelutuotteiden ja toiminnan kehittämiseen. Hinnoittelupäätöksellä on ratkaiseva vaikutus yrityksen toiminnan kannattavuuteen tai kannattamattomuuteen. Väärät hinnoittelupäätökset voivat tuhota yrityksen, kun taas yksittäiset oikeat hinnoittelupäätökset voivat tehdä siitä äärimmäisen kannattavan ja vauraan. (Sipilä 2003, 25.)

#### 4.1 Palvelukokonaisuuden hinnoittelu

Palvelut hinnoitellaan tyypillisesti niin, että palvelukokonaisuudelle annetaan yksi hinta. Tällaisen tuotehinnan antamisen edellytyksenä on, että palvelu on pystytty tuotteistamaan. Tuotteistetun palvelun lopputulos, osapalvelut ja menetelmät on mahdollista kuvata kaupantekohetkellä täsmällisemmin kuin perinteisessä tarjoustilanteessa. Kun asiakkaille on tehty etukäteen erilaisia tuoteversioita tarjottavasta palvelusta, voidaan vaihtoehdoilla ohjata asiakkaiden odotuksia oikeampaan suuntaan nopeammin ja täsmällisemmin. Palvelun tuotteistus tekee mahdolliseksi myös kiinteän hinnan määrittämisen palvelupaketille. (Sipilä 2003, 204-205.)

Palvelun hinnoittelu kokonaisuutena voidaan toteuttaa tarjoamalla yhtä kokonaispakettia yhdellä hinnalla, tai pilkkomalla palvelu pienempiin osiin ja hinnoittelemalla osat erikseen. Asiakas hyötyy paketoinnista valmiiksi yhteensopivan toimivan kokonaisuuden antaman paremman arvon muodossa. Vastaavasti palvelun tuottaja hyötyy palvelun paketoinnista, koska valmiiksi paketoitu palvelu voi kasvattaa asiakkaan kokonaisuutta ja siten kasvattaa liikevaihtoa ja kannattavuutta. Palveluntuottajan on mahdollista ottaa suurempi laatuvastuu, kun paketti on valmiiksi koottu ja sen toimivuus on testattu. Valmiiksi suunniteltu paketti on mahdollisesti myös helpompi myydä, kun myyjä voi tarjota asiakkaalle valmiin kokonaisuuden, eikä sen tarvitse selostaa yksityiskohtia tai ohjeistaa asiakasta kokonaisuuden rakentamisessa. (Sipilä 2003, 208.)

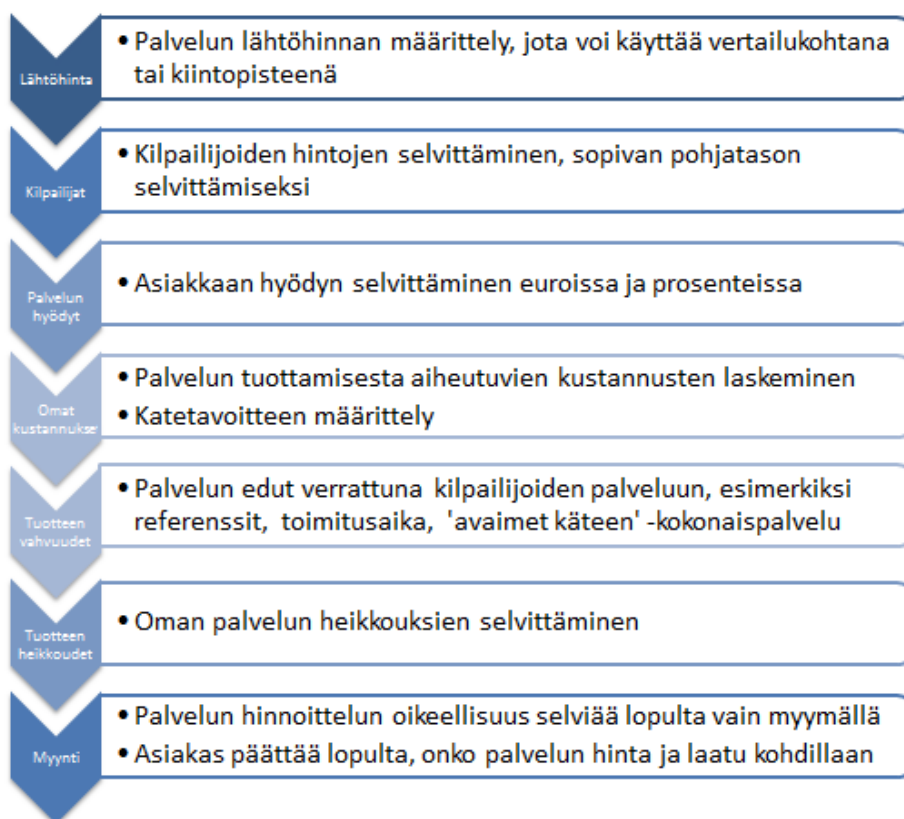
Palvelun ominaisuudet (toimitussisältö), sen tuottamiseen kuluva työaika ja palvelun hinta ovat toisiinsa tiukasti kytköksissä. Palvelun hinta määrittelee enimmäismäärän



työtä, joka on käytettävissä palvelun tuottamiseen. Tarjottaessa palvelukokonaisuutta joka on hinnoiteltu pakettina, asiakkaan on vaikeampi tehdä suoraa hintavertailua kuin silloin kun palvelu on hinnoiteltu tuntihinnalla. Tuntihinta ei kuitenkaan useissa tapauksissa ole vertailukelpoinen, jos tarkkaa tuntimäärää palvelun tuottamisesta ei ole ilmoitettu. Pakettihinnoitellun palvelun ei tarvitse jokaisella kerralla olla kannattava, riittää että se on sitä keskimäärin. Yksittäiset toimitukset voivat toisinaan olla kannattamattomia, kunhan toiset toimitukset ovat keskimääräistä kannattavampia. (Parantainen, 2007, 87.)

#### 4.2 Hinnoittelussa huomioitavat asiat ja hinnoittelumalli

Tuotteen tai palvelun tuottamisesta syntyvät välittömät ja välilliset kustannukset on tärkeä selvittää palvelua hinnoiteltaessa. Kustannusperusteinen hinnoittelu ei kuitenkaan huomioi palvelun arvoa asiakkaalle, eikä sen vuoksi ole yleensä suositeltava vaihtoehto palvelun hinnoittelun perusteena. Palvelun arvo asiakkaalle voi olla ostettavan tuotteen tai palvelun tuoman hyödyn arvo asiakkaalle tulevaisuudessa, mahdollisuus asiakkaan liiketoiminnan tai liikevaihdon kasvuun tai merkittävä kustannussäästö asiakkaan toiminnassa. (Apunen 2013, 56-57.) Häirikön hinnoitteluoppaan (Apunen 2013, 51) hinnoittelumallissa hinta tuotteelle tai palvelulle muodostetaan seuraavassa kuviossa 5 mukaillun prosessin mukaisesti:



Kuvio 5: Hinnoittelun vaiheet (mukailtu Apunen 2011, 50). Johanna Lehto

#### 4.3 Kaikkien kodin palvelujen hinnoitteluperusteet

Kaikkien Kodin palvelutarjoomaa suunniteltaessa työn lähtökohtana on ollut luoda huolella suunniteltuja, toimivia palvelukokonaisuuksia, joiden myynti- ja palvelutuotanto pystytään kuvaamaan prosessina. Tuotteistettaessa palvelua, päädyttiin osaan tuotteista rakentamaan 2 – 3 eri laajuista toteutusvaihtoehtoa. Lopuissa palveluissa lähtökohtaisesti on yksi vaihtoehto, mutta palvelukokonaisuuden sisällä on mahdollisuus tehdä valintoja. Kaikkien Kodin palvelut on järkevä hinnoitella palvelukokonaisuutena, jolloin palvelu toteutetaan ennalta suunnitellusti ja sen kokonaishinta on asiakkaalle selkeä ja etukäteen tiedossa.

Ryhmille tarjottavissa palveluissa hinta muodostuu asiakkaan valitsemista palvelumoduuleista sekä osallistujamäärästä. Palvelukokonaisuuden hinta on siis sidottu henkilömäärään tai/ja valittuihin moduuleihin. Hinnoittelun tueksi laaditaan laskenta-

taulukko, jonka avulla määritellään yhden palvelun tuottamiseen tarvittavat resurssit ja näistä aiheutuvat kustannukset sekä toivottu kate. Opinnäytetyön osana tehdyn kyselyn perusteella on voitu kartoittaa vastaavien mallikotien hinnoitteluperusteita, tätä tietoa voidaan myös hyödyntää palvelujen hinnoittelussa, palvelutuotteiden suunnittelussa on mietitty palvelun edut asiakkaalle ja mahdolliset palvelun tuottamiseen liittyvät haitat joten hinnoitteluprosessin mukainen palvelujen hinnoittelu on mahdollista toteuttaa.

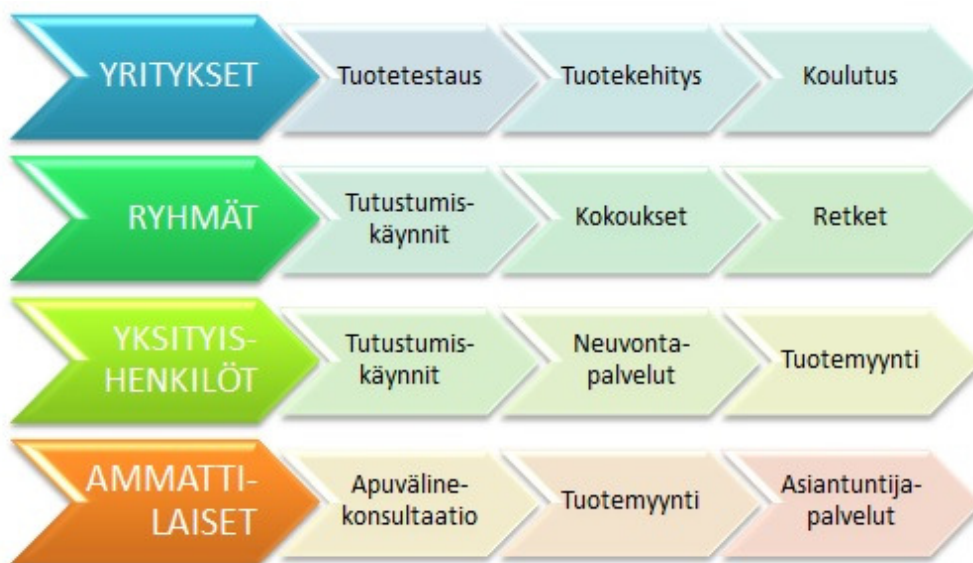
## 5 KAIKKIEN KODIN PALVELUTARJOOMA

Kaikkien Kodin palvelut tuotteistetaan palvelumuotoilun keinoin, tämä näkyy selvimmin palvelujen asiakasymmärryksen ja käyttäjätiedon keräämisessä sekä palvelujen konseptoinnissa. Asiakasymmärryksellä tässä tarkoitetaan asiakkaan tietoisten ja tiedostamattomien tarpeiden selville saamista ja niistä oppimista. Käyttäjätiedolla tarkoitetaan ns. hiljaista tietoa, sen avulla pyritään saamaan käyttäjän esinettä, tuotetta tai palvelua koskeva kokemus ja sen merkitys omassa elämäkokemuksessaan näkyväksi myös muille, esimerkiksi suunnitteluryhmän jäsenille. (Hämäläinen, Vilka & Miettinen 2011, 61-63.) Asiakasymmärrys ja käyttäjätieto kerätään Kaikkien Kodin palveluiden osalta kohderyhmätutkimuksena joka toteutetaan aidon palvelutilanteen yhteydessä.

Palvelun konseptoinnin avulla palvelupolku kuvataan sekä palvelun tuotantotapa, rakenne ja päävaiheet konkretisoidaan, vaikka itse palvelua ei vielä ole olemassa. Palvelun konseptointi toimii hyvänä välineenä esittää uusia palveluideoita yrityksen sisällä (Miettinen, Kalliomäki & Ruuska 2011, 107). Kaikkien Kodin palvelujen palvelupolku kuvataan sisäiseen käyttöön laadittavilla tuotekorteilla (LIITE 5) joihin palvelupolku on kuvattu asiakkaan yhteydenotosta varsinaisen palvelutilanteen loppuun ja jälkimarkkinointiin saakka. Palvelupolun kuvaaminen auttaa myös palvelun hinnoittelussa, kun kokonaisuus ja tarvittavat resurssit on tarkoin mietitty. Palvelujen

hinnoittelua varten laaditaan laskentataulukko, joka toimii hinnoittelutyökaluna (LIITE 6).

Satakunnan Ammattikorkeakoulun Kaikkien Kodin palvelut ryhmiteltiin ensin asiakkaiden mukaan neljään ryhmään, tämän jälkeen asiakasryhmille suunniteltiin tarjottavat palvelutuotteet seuraavasti:



Kuvio 5: Kaikkien Kodin mahdolliset asiakasryhmät ja palvelutarjoama (Johanna Lehto)

### 5.1 Palvelut yrityksille

Yrityksille suunnattuja palvelukokonaisuuksia on kaksi. Toinen palveluista on suunnattu esteettömiä ratkaisuja tarjoaville tai erilaisia apuvälineitä suunnitteleville ja myyville yrityksille, toinen taas kodin kiintokalusteita suunnitteleville ja myyville yrityksille. Apuvälineitä suunnitteleville ja myyville yrityksille tarjotaan tuotetestaus- ja konsultointipalvelua apuvälineiden tuotekehitykseen, kiintokalusteita myyville ja suunnitteleville yrityksille tarjotaan koulutuspalvelua, jonka avulla yrityksen työntekijät pystyvät aikaisempaa paremmin ottamaan huomioon esteettömyyden kaluste-suunnittelussa.

## Tuotetestauspalvelu

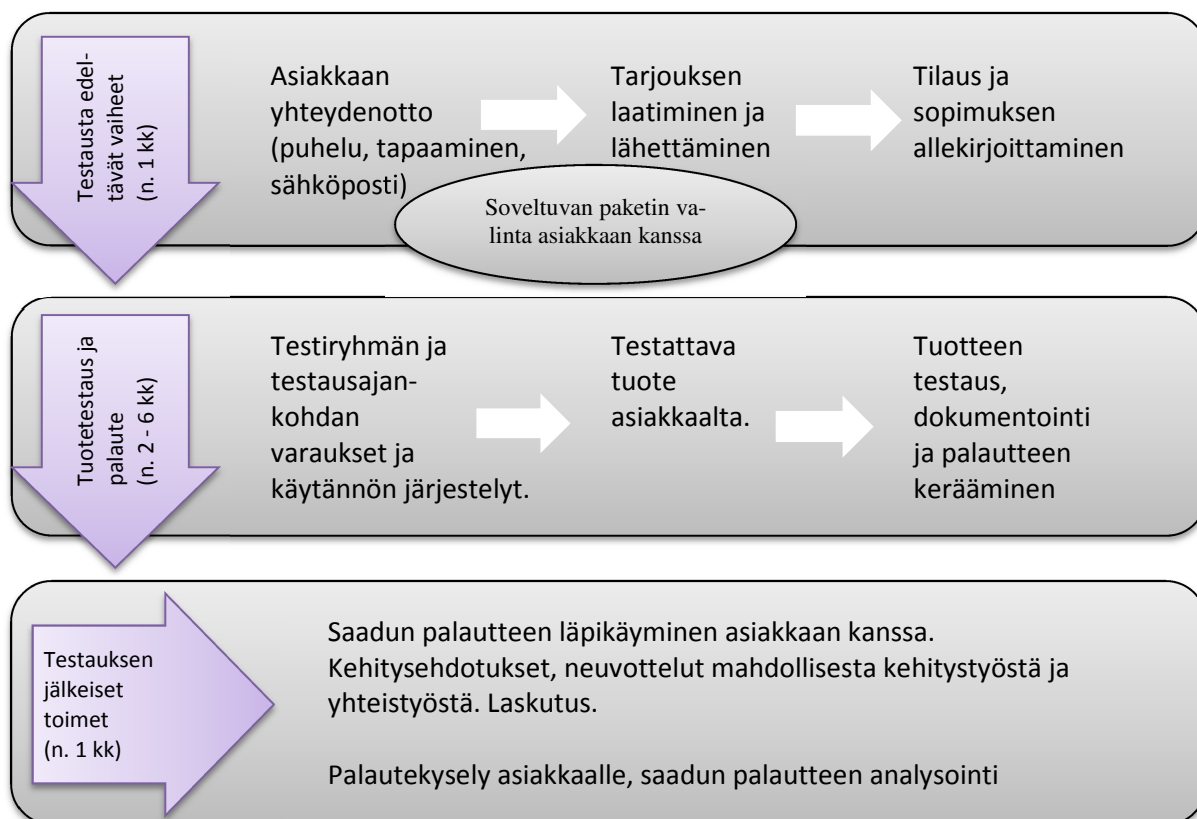
Apuvälinemarkkinoille on avautumassa monia mahdollisuuksia uusille innovaatioille jo pelkästään siitä syystä, että ns. suuret ikäluokat vanhenevat. Tähän ikäluokkaan kuuluvilla on keskimääräisesti vakaampi taloudellinen tilanne ja he ovat tottuneempia ostamaan palveluja kuin edelliset sukupolvet. Apuvälineiden kehitystyössä tarvitaan alan asiantuntijoiden sekä todellisten käyttäjien palautetta, jotta tuotteiden menestys markkinoilla voidaan varmistaa. Kaikkien Koti tarjoaa tuotekehitysyrityksille, apuvälinevalmistajille ja jälleenmyyjille tuotteen testauspalvelua ja konsultointipalvelu tuotekehitykseen.

Palvelumuotoilun ajatus näkyy palvelupaketoinnissa. Tuotetestauspalvelun ydinpalvelu on asiakkaan tuotteen käyttäjätestaus. Tukipalveluna tuotetaan asiakkaalle testiryhmä sekä laaditaan kooste tuotetestauksen aikana saadusta palautteesta. Lisäpalvelu, joka lisää palvelun käyttömukavuutta ja tuo lisäarvoa palvelulle, on tuotetestauspalvelussa Kaikkien Kodin asiantuntijan konsultointipalvelu, jossa asiantuntija analysoi käyttäjäpalautteen ja antaa asiakkaalle konkreettisia kehitysehdotuksia testatun tuotteen kehitystyöhön.

Asiakasyritys hyötyy testauspalvelusta saamalla asiantuntevasti kerättyä käyttäjäpalautetta asiakkaan toivomusten mukaan muodostetulta käyttäjäryhmältä. Palautetta asiakas pystyy hyödyntämään tuotekehitystyön vauhdittamisessa. Lisäksi asiakas saa näkyvyyttä tuotteelleen ja yritykselle jo testivaiheessa, sen oman kohderyhmän potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa. Testauspalvelun avulla voidaan selvittää esimerkiksi tuotteen helppokäyttöisyyteen, kestävyys tai toimintoihin liittyviä kehityskohtia.

Tuotetestaus ja konsultointipalvelut on jaettu palvelun laajuuden perusteella neljään kokonaisuuteen, joista suppeimmassa palvelussa asiakkaan tuotteelle järjestetään yleinen tuotetestaus sekä laaditaan kirjallinen kooste palautteesta, laajin kokonaisuus käsittää testauksen tilat ja testiryhmän niin, että asiakas voi vaikuttaa sekä testiryhmän valintaan että kokoon. Testaus toteutetaan valvotusti ja asiantuntija antaa palaut-

teen sekä kehitysehdotukset asiakkaan tuotekehitykselle. Tarkemmin palvelun tuottaminen on kuvattu sisäisillä tuotekorteilla (LIITE 5), jotka on toteutettu tämän opinäytetyön osana yhdessä Kaikkien Kodin henkilökunnan kanssa. Tuotekortilla yksityiskohtaisemmin kuvattu palveluprosessi tuotekehityspalvelun osalta on seuraavanlainen (kuvio 6):



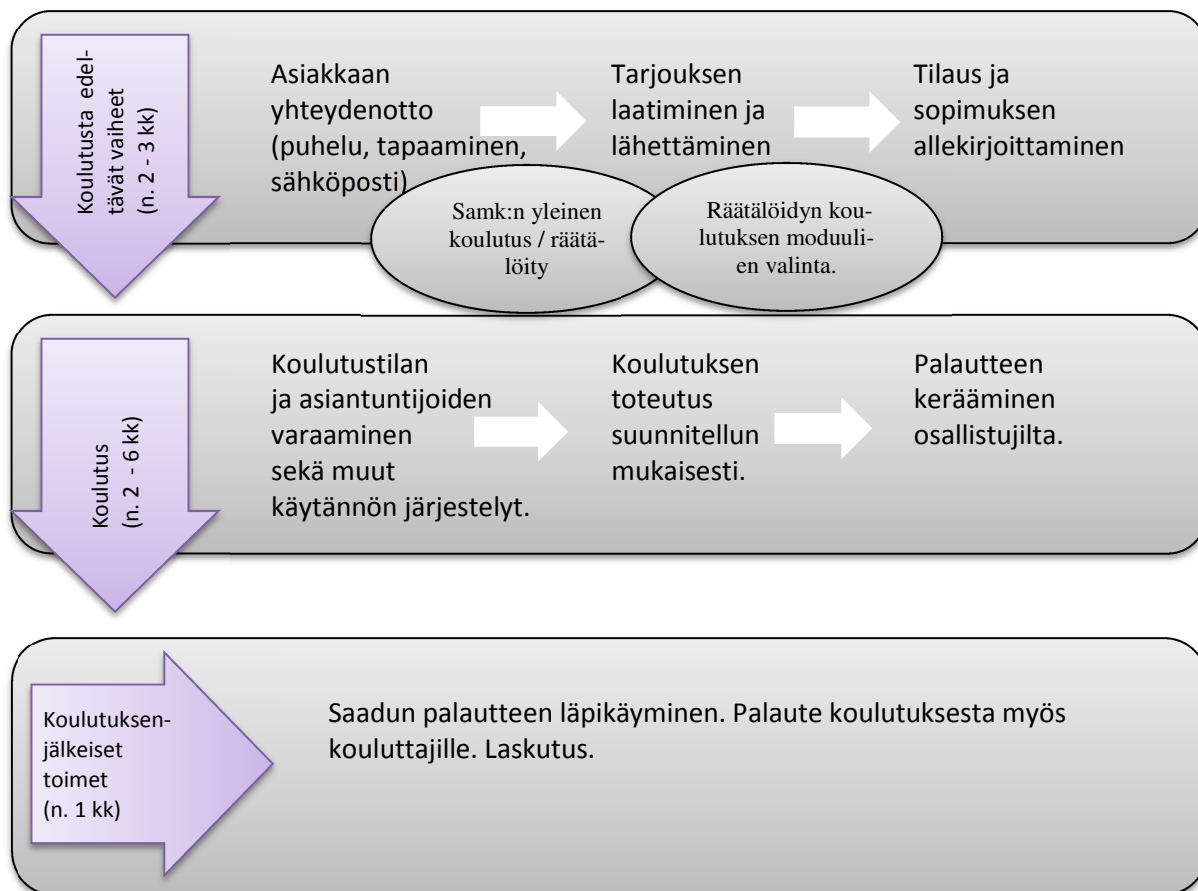
Kuvio 6: Tuotetestauspalvelun palveluprosessi. (Johanna Lehto)

Palvelun kohderyhmään kuuluvat yritykset, jotka suunnittelevat, tuottavat ja myyvät apuvälineitä Suomessa ja kansainvälisillä markkinoilla. Testattavat tuotteet voivat käytännössä olla mitä tahansa; tuotteita, sovelluksia, esteettömiä ratkaisuja, pelejä tai muita ratkaisuja koteihin tai julkisiin tiloihin. Palvelua markkinoidaan nettisivuilla, osallistumalla alan messuille ja tapahtumiin sekä hyödyntämällä kohdennettua markkinointia esimerkiksi sähköpostilla, tapaamisten yhteydessä tai joukkokirjeillä.

## **Koulutuspalvelut**

Esteettömyys ja saavutettavuus osataan huomioida aikaisempaa paremmin julkisten tilojen suunnittelussa, se olisi kuitenkin helposti huomioitavissa myös kotien kaluste-suunnittelussa, kun suunnittelijalla on riittävästi osaamista ja tietoa esteettömyyttä lisäävistä vaihtoehdoista. Esteettömyyden ei pitäisi olla korostettava erityispiirre kodin kiintokalusteita hankittaessa, vaan ennemminkin luonteva osa hyvää suunnitelmää. Näin koti toimii kaikille turvallisena ympäristönä, eikä suurempia erityisjärjestelyjä vaadita kun elämäntilanteet muuttuvat.

Kaikkien Koti tarjoaa valmista koulutuskokonaisuutta kiintokalusteita myyville ja suunnitteleville yrityksille. Palvelumuotoilun ajatus näkyy koulutuspalveluissa mm. siinä, että asiakkaan on mahdollista valita ennakkoon suunnitelluista koulutusosista tietyt moduulit omalle henkilökunnalleen. Asiakas pääsee halutessaan vaikuttamaan siis koulutuksen sisältöön. Vaihtoehtoisesti asiakkaan on mahdollista osallistua kaikille avoimeen, Satakunnan Ammattikorkeakoulun Täydennyskoulutuskeskuksen kautta järjestettyyn koulutukseen. Näitä kaikille avoimia koulutuksia suunnitellaan järjestettävän aluksi kerran vuodessa. Jotta palvelun vakioinnista saadaan haluttu hyöty, Kaikkien Kodin henkilökunta suunnittelee koulutuksen osat niin, että niistä saadaan muodostettua Täydennyskoulutuksen kautta toteutettava koulutus ja samoja moduuleja voidaan hyödyntää yrityskohtaista koulutusta räätälöitäessä. Kuvio 7 kuvaa koulutuspalvelun palveluprosessin, tarkempi palvelun kuvaus on kirjoitettu auki sisäiselle tuotekortille, joka on tämän työn liitteenä (LIITE 5).



Kuvio 7. Koulutuspalvelujen palveluprosessi. (Johanna Lehto)

Koulutus mahdollistaa asiakasyrityksen henkilökunnan entistä paremman ja asiakaslähtöisemmän asiakaspalvelun, koulutuksen käytyään henkilökunta pystyy myös tarjoamaan omille asiakkailleen lisäpalveluja jotka tukevat kestäväää kehitystä ja huomioivat esteettömyyden ja saavutettavuuden tilojen ja kalusteiden suunnittelussa. Koulutuksen aikana tutustutaan uusimpiin ratkaisuihin, ja käsitellään esteettömyyttä laajemmin kuin vain kalustesijoittelun näkökulmasta. Koulutus auttaa suunnittelijoita ja myyjiä palvelemaan asiakkaitaan paremmin antamalla paremmat eväät tunnistaa asiakkaan mahdolliset erityistarpeet ja huomioimaan esteettömyyden näkökulmasta kestävään kehityksen ratkaisut ja tilojen muunneltavuuden asiakkaan elämäntilanteiden mukaisesti.

Koulutuspalvelua tarjotaan keittiökalustetoimittajille, -suunnittelijoille, sisustussuunnittelijoille ja sisustussuunnittelukoulutuksessa oleville sekä muille aiheesta kiinnos-



tuneille. Palvelua markkinoidaan nettisivuilla, osallistumalla alan messuille ja tapahtumiin sekä hyödyntämällä kohdennettua markkinointia esimerkiksi sähköpostilla, tapaamisten yhteydessä tai joukkokirjeillä. Lisäksi koulutus näkyy Satakunnan Ammattikorkeakoulun Täydennyskoulutuskeskuksen koulutusvalikoimassa.

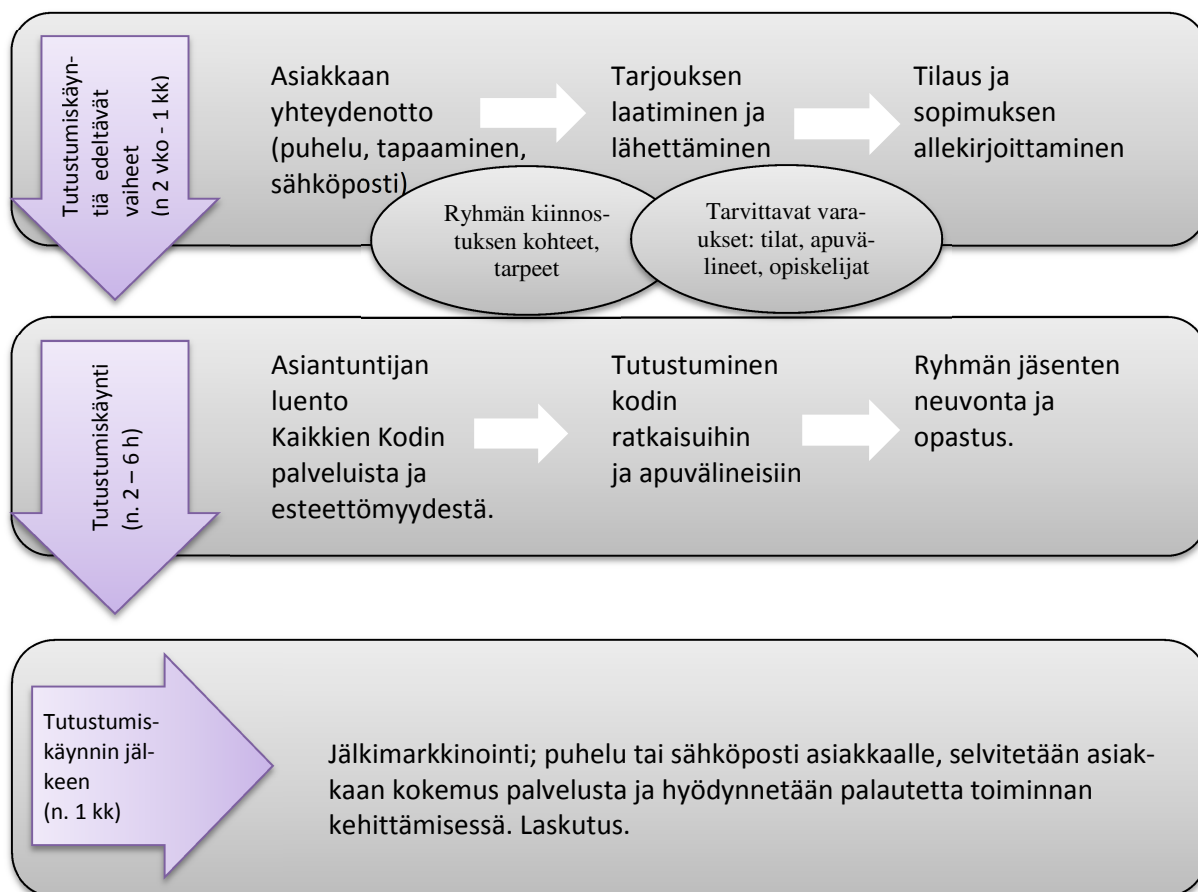
## 5.2 Palvelut ryhmille

Kaikkien Kodin ryhmäpalveluita ovat erilaiset tutustumiskäynnit ja kokoukset sekä retket. Ryhmien osalta asiakaskohderyhmään kuuluvat alan opiskelijat sekä erilaiset erityisryhmät, kuten omaishoitajat, erityisoppilaitokset tai yhdistykset. Tutustumiskäynnit ovat luonnollinen osa esteettömän kodin ydintoimintaa, kokousten järjestäminen Kaikkien Kodissa edesauttaa Kaikkien kodin palvelujen näkyvyyttä ja antaa mahdollisuuden jakaa tietoa esteettömistä vaihtoehdoista. Esteettömien retkien myyntiä ja toteutusta tullaan tuottamaan Satakunnan ammattikorkeakoulun Soteekin avulla. Soteekki on Satakunnan ammattikorkeakoulun sosiaali- ja terveystieteiden palvelukeskus, joka tarjoaa laadukkaita hyvinvointipalveluja opiskelijatyönä opettajan ohjauksessa (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2015). Yhteistyömahdollisuuksia Porin Seudun Matkailu Oy:n kanssa tultaneen myös kartoittamaan myöhemmässä vaiheessa.

### **Tutustumiskäynnit**

Erilaisia apuvälineitä ja arkea helpottavia ratkaisuja kehitetään jatkuvasti, esteettömien ratkaisujen ja itselle parhaiten sopivien apuvälineiden löytämistä auttaa, kun niitä pääsee itse kokeilemaan. Tutustumiskäynnin aikana Kaikkien Kodin asiantuntija kertoo ryhmälle esteettömistä ratkaisuista kotona, neuvoo oikeanlaisten apuvälineiden valinnassa ja opastaa ryhmän jäseniä apuvälineiden käytössä. Tutustumiskäynnin sisältöä voidaan painottaa ryhmän toivomusten perusteella, esimerkiksi hoitoalan opiskelijoille tutustumiskäynnillä voidaan opastaa tulevaisuuden työtä helpottavien apuvälineiden ja tekniikoiden käyttöä, kun taas ikäihmisille tai erityisryhmille voidaan antaa neuvontaa apuvälineiden käytössä tai tutustumiskäynnillä voidaan tutustua erilaisiin peleihin ja ajanvietesovelluksiin.

Palvelun ydintuote on neuvontapalvelu. Asiakas saa lisäarvoa palvelusta ryhmälleen, kun sen jäsenet saavat käyttää ja kokeilla alan uutuuksia, perehtyä asiantuntijan ohjauksessa oikeisiin työmenetelmiin ja kuulla markkinoilla olevista, arkea helpottavista apuvälineistä ja auttamalla oikean apuvälineen valinnassa ja käytössä. Tutustumiskäyntien kohderyhmää ovat sosiaali- ja terveysalan oppilaitosten opiskelijaryhmät, hoiva- ja hoitoalan yritykset, sairaanhoitopiirit, kuntien vanhuspalveluiden tai sosiaalitoimen työntekijät sekä yhdistykset ja muut yhteisöt. Kuviossa 8 on kuvattu tutustumiskäyntien palveluprosessi.



Kuvio 8. Tutustumiskäynnin palveluprosessi. (Johanna Lehto)

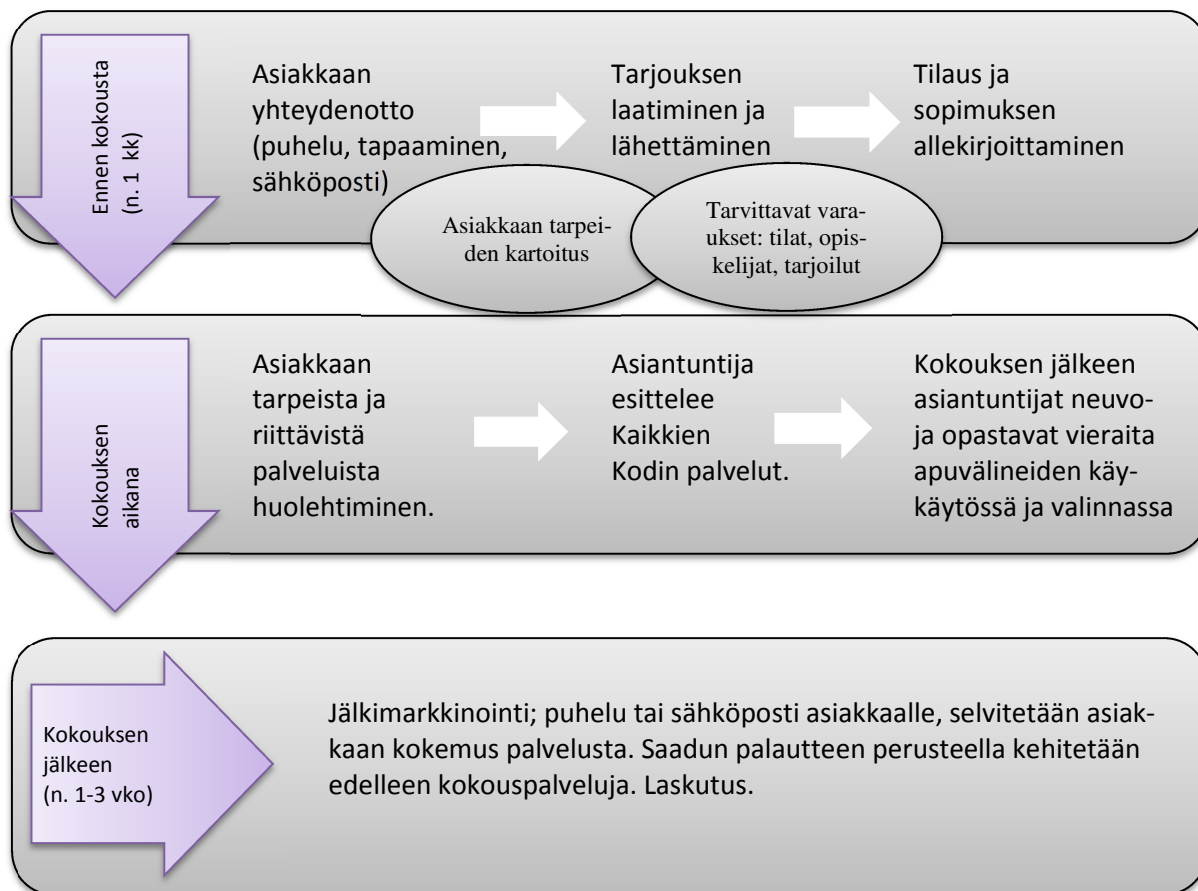
Palvelun markkinointi tapahtuu mm. sähköisten tai painettujen esitteiden avulla, esitteitä viedään oppilaitoksiin ja kuntien palveluyksiköihin. Kaikkien Kodin asiantuntijat kertovat tutustumiskäynneistä osana palvelutarjoomaa myös tilaisuuksissa, mes-

suilla tai kokouksissa, palvelut näkyvät myös Satakunnan Ammattikorkeakoulun ja Kaikkien Kodin verkkosivuilla.

### **Kokouspaketit**

Kaikkien Koti tarjoaa esteettömän kokoustilan noin 15 hengen ryhmälle. Lisäarvoa paikalliseen kokoustilarjontaan Kaikkien Koti tuo erityisesti esteettömyyden sekä rauhallisen ja kodinomaisen kokouksympäristön kautta. Kokouksen yhteydessä asiakkaalla on mahdollisuus tutustua esteettömiin ratkaisuihin ja tilata luento Kaikkien Kodin asiantuntijalta kokouksen alkuun. Kaikkien Kodin kokoustiloista löytyy nykyaikaiset kokousvälineet ja tilaan on mahdollista tilata kokoustarjoilut asiakkaan toivomusten mukaisesti.

Kokouspalveluissa ydinpalvelua on esteetön kokoustila sekä tarvittavat kokousvälineet. Tukipalveluita kokoukselle ovat asiantuntijaluento esteettömyyteen liittyen sekä kokouksen tarjoilut. Lisäpalveluna asiakas voi ostaa oppilaitoksen opiskelijatyönä esimerkiksi opastuksen apuvälineiden käyttöön tai vaikka hemmottelupalvelun. Kokouspalveluiden kohderyhmän tarpeet huomioiden ydinpalvelu saattaa olla tietyille ryhmille edellytys kokouksen pitämiseen. Asiakas hyötyy kokouspalvelusta erityisesti silloin, kun kokoukseen osallistuvien joukossa on erityispalveluja tarvitsevia henkilöitä. Asiakas voi luottaa siihen, että tilaan on esteetön pääsy ja että tilassa on häiriötöntä pitää oma tilaisuus. Kuviossa 9 kuvataan kokouspalvelujen palveluprosessi, tarkemmin kokouspalvelut on kuvattu sisäisessä tuotekortissa, joka löytyy tämän opinnäytetyön liitteenä.



Kuvio 9: Kokouspalvelujen palveluprosessi. (Johanna Lehto)

Kokouspaketteja tarjotaan alueen seuroille ja yhdistyksille, palvelu pyritään saamaan myös osaksi Porin Seudun Matkailu Oy:n kokouspalveluja. Kokouspaketteja markkinoidaan lähinnä Satakunnan Ammattikorkeakoulun ja Kaikkien Kodin verkkosivuilla, lisäksi kokouspalveluista kerrotaan tapahtumissa ja erilaisissa tapaamisissa.

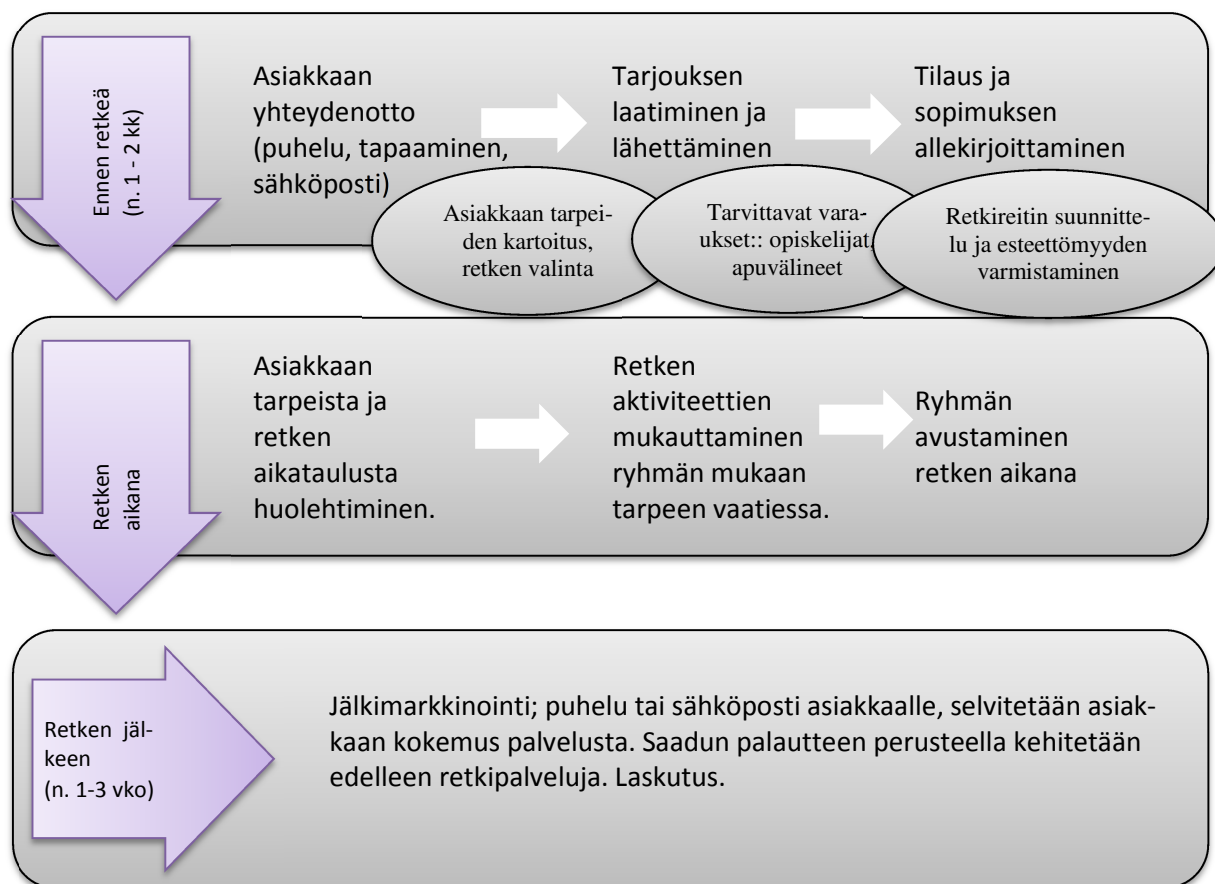
### Esteettömät retket

Porin alueella on monia ainutlaatuisia luontokohteita, joihin on esteetön tai avustetusti esteetön kulku. Ryhmille, joissa osa tai kaikki osanottajat ovat liikuntaesteisiä tai liikkumisessa muuten apua tarvitsevia, on vähän tarjolla retkipalveluja. Osana ryhmille suunniteltuja palveluja Kaikkien Koti tarjoaa asiakkailleen retkipaketteja avustajineen ja apuvälineineen. Kaikissa Kaikkien Kodin retkien suunnittelussa on

huomioitu esteettömyys, asiantunteva henkilökunta järjestää asiakkaan toivomusten ja tarpeiden perusteella retkelle mukaan tarvittavan määrän oppilaitoksen opiskelijoita avustajiksi sekä liikkumista helpottavia apuvälineitä. Näin retkestä saadaan koko ryhmälle turvallinen ja mielekäs elämys.

Kaikkien Kodin palveluvalikoimassa on kolme erilaista retkeä. Lähialueen luontoon pääsee tutustumaan Yyterin lietteille ja lintutorneille tai Kirjurinluotoon suuntautuvalla retkellä, nämä retket toteutetaan niin, että ryhmä saapuu lähtöpaikalle, jossa Kaikkien Kodin henkilökunta odottaa, retken kesto on noin 2 tuntia ja tämän jälkeen siirrytään yhdessä Kaikkien Kotiin. Lyhyempi, ulkoilua ja hemmottelua yhdistelevä retki toteutetaan Diakoniapuiston metsäpolulla ja Kaikkien Kodissa. Retken aikana käydään kävelyllä Diakoniapuiston esteettömällä metsäpolulla, jonka jälkeen tullaan Kaikkien Kotiin kahville ja hemmoteltavaksi esimerkiksi käsihieronnalla tai hiusten laitolla. Kun retkiin on yhdistetty vierailu Kaikkien Kodissa, on ryhmän mukana olevilla ammattilaisilla mahdollisuus tutustua kodin palveluihin, esillä oleviin apuvälineisiin ja kuulla heidän omaa työtään helpottavista ratkaisuista.

Retkipaketin ydinpalvelu on kaikkien osallistumisen mahdollistava retkikohde sekä tarvittavat avustajat ja apuvälineet. Tukipalvelua retkipaketeissa on retken kohde-ryhmän mukainen suunnittelu ja aktiviteettien valinta. Lisäpalveluna retkeen on mahdollista ostaa eväs- tai lounaspaketti retken osallistujille. Asiakkaalle retkipalvelu tuo lisäarvoa erityisesti ammattitaitoisen suunnittelun ja paikallistuntemuksen myötä. Paikallistuntemus auttaa retkikohteiden valinnassa, asiakas voi luottaa siihen, että retki on suunniteltu niin, että koko ryhmän on mahdollista osallistua. Retkipalvelujen palveluprosessi kuvattu alla kuviossa 10:



Kuvio 10: Retkipalvelun palveluprosessi. (Johanna Lehto)

Retkien kohderyhmää ovat mm. erityiskoulut, vammaisryhmät ja vanhusryhmät sekä julkiset ja yksityiset palvelulaitokset. Esteettömät retkipaketit pyritään saamaan näkyviin Porin Seudun Matkailu Oy:n verkkosivuille ja myyntiin yhtiön varauspalveluiden kautta. Retkipaketeista voidaan tehdä myös pdf-mainos, jota jaetaan alueella toimiville yhdistyksille ja hoitolaitoksille.

### 5.3 Palvelut yksityishenkilöille

Esteettömyys ja helppokulkuisuus ovat jokaisessa kodissa tärkeitä ja turvallisuutta luovia tekijöitä, kodin asukkaista riippuen esteetön asuinympäristö on joissain tilanteissa jopa kotona asumisen edellytys. Kaikkien Koti tarjoaa yksityishenkilöille, perheille ja läheisille henkilökohtaista neuvontapalvelua, josta voi saada apua niissä ti-

lanteissa, kun oma tai läheisen elämäntilanne on muuttunut, liikkuminen tai tavalliset arkiaskareet ovat syystä tai toisesta hankaloituneet. Neuvontakäynnille varataan etukäteen aika ja käynnin sisältö määritellään asiakkaan tarpeiden mukaan. Käynnin aikana voidaan käydä läpi asiakkaan elämäntilanteeseen soveltuvat apuvälineet, kerrotaan mahdollisista tuki- tai rahoitusvaihtoehdoista esimerkiksi kodin muutostöihin liittyen sekä tahot, jotka opastavat tuen hakemisessa.

Palvelun kohderyhmää ovat esimerkiksi sairauden tai onnettomuuden kautta vammautuneet henkilöt ja heidän omaisensa sekä vanhukset, jotka voivat asua kotonaan, kun oikeat turva- ja apuvälineet arkeen löydetään. Neuvontakäynnille voi tulla yksin, omaisen kanssa tai mukaan voi tarvittaessa ottaa fysioterapeutin, avustajan tai sosiaalilimityöntekijän kanssa. Palvelua markkinoidaan esimerkiksi kunnallisen terveydenhuollon, sosiaalitoimen tai sairaanhoitopiirin tiloihin vietävillä ilmoituksilla, verkossa sekä Satakunnan Ammattikorkeakoulun että Kaikkien kodin verkkosivuilla, erilaisilla messuilla (esimerkiksi Hyvä Ikä –messut) ja tapahtumissa.

Neuvontakäyntien lisäksi yksityishenkilöillä on mahdollisuus tulla tutustumaan Kaikkien Kodin esteettömiin ratkaisuihin ja apuvälineisiin kodin aukioloaikoina. Tutustumiskäynnille ei tarvitse varata aikaa.

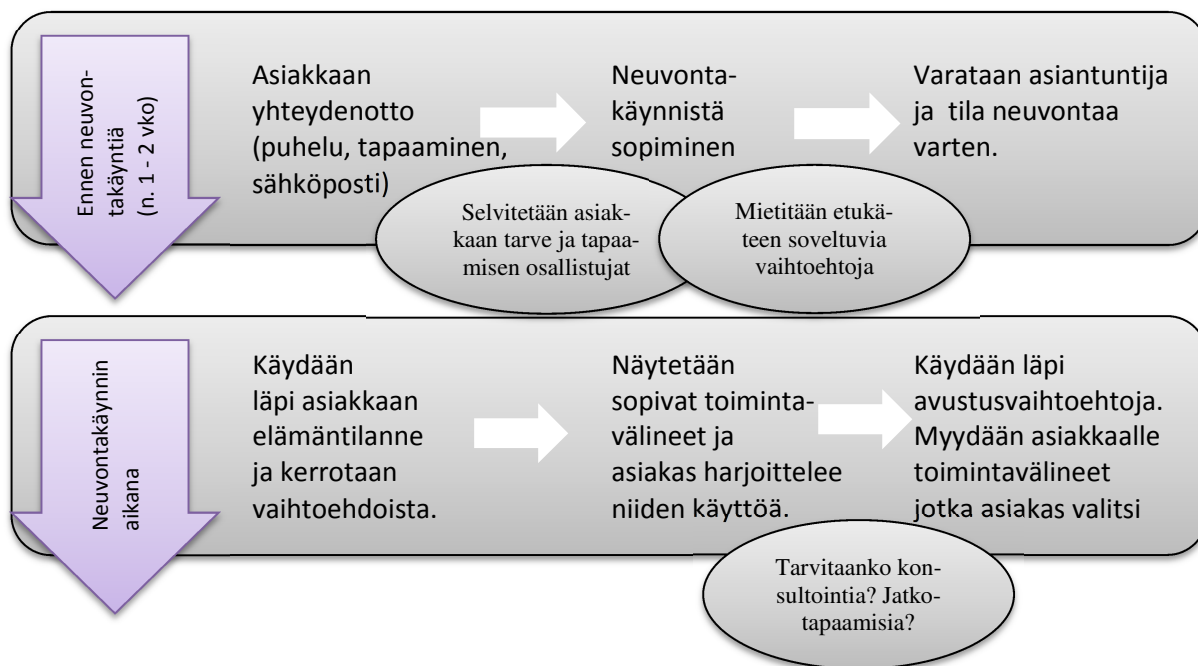
## **Tuotemyynti**

Apuvälinemyynti tai –välitys toteutetaan yhteistyössä tavarantoimittajien kanssa. Tuotteita, joita Kaikkien Kodissa on näytteillä, voidaan välittää tai myydä asiakkaille joko toimitusmyyntinä tai niin, että yhteistyöyritys vuokraa Kaikkien Kodista tuotteilleen myyntipisteen. Tarkoitus on, että tuotteet ovat yhteistyöyrityksen omistuksessa, kunnes asiakas ostaa tuotteen. Kaikkien Koti veloittaa tuotteen myyntihinnan ja saa myyntityöstä sopimuksen mukaisen provision.

Tuotemyynnin etu kuluttaja-asiakkaalle on, että tämä saa asiantuntijan kanssa testatun tuotteen heti käyttöönsä, yhteistyöyritys taas saa asiantuntevan opastuksen tuotteidensa loppukäyttäjälle, näkyvyyttä sekä omien asiakkaiden että alan ammattilais-

ten vieraillessa Kaikkien Kodissa sekä kasvavaa liikevaihtoa uuden myyntipisteen avulla. Kaikkien Kodin hyötyjä vuokrattavien myyntipaikkojen osalta ovat esimerkiksi parempi asiakaspalvelu ja mahdollisuudet lisämyyntiin. Lisäksi yhteistyön yritysten kanssa voidaan ajatella auttavan yrityksille suunnattujen palvelujen myyntityössä.

Yksityishenkilöille tarjottavien palveluiden ydinpalvelu on neuvonta- ja opastuspalvelu. Tukipalveluna asiakas voi opetella tuotteiden käyttöä kotiympäristön kaltaisessa ympäristössä, jolloin hän pystyy paremmin selvittämään, mikä vaihtoehtoista on juuri hänelle paras. Lisäpalvelua yksityishenkilöille suunnatuissa palveluissa ovat maksulliset konsultoinnit sekä tuotemyynti. Yksityishenkilöiden palvelujen palveluprosessi on kuvattu kuviossa 11:



Kuvio 11: Neuvontakäynnin palveluprosessi. (Johanna Lehto)

#### 5.4 Palvelut ammattilaisille

Kaikkien Koti tarjoaa sen asiakaskohderyhmän kanssa työskenteleville ammattilaisille, kuten fysioterapeuteille ja ohjaajille konsultointipalvelua, koulutusta ja tuotemyyntiä. Myös erityisoppilaitosten, kuten erityisnuorille valmentavaa koulutusta tai



tuettua asumista tarjoavien oppilaitosten voi olla mahdollista järjestää erityisesti asumiseen liittyvää, nuoren omassa kodissa selviytymistä edistävää koulutusta Kaikkien Kodissa.

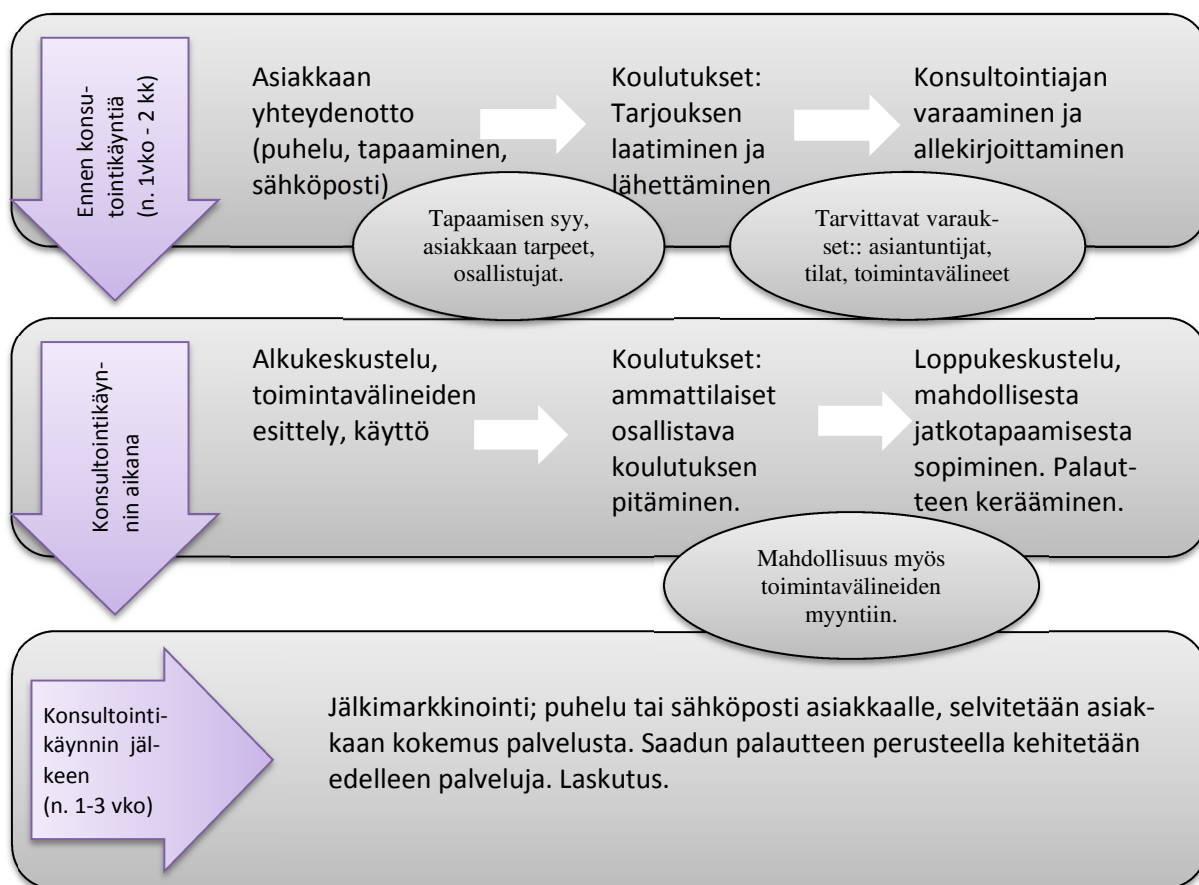
### **Konsultointipalvelut**

Alan ammattilaisille suunnattujen konsultointipalvelujen ydinpalvelua on tarjota ammattilaisen näkökulmasta uusia ratkaisuja joko oman työn tekemiseen liittyen tai asiakkaan ongelman ratkaisemiseksi. Konsultointipalvelut voivat olla yksilöllistä palvelua, yrityksen henkilökunnalle suunnattua koulutusta tai yleisten, avointen koulutustilaisuuksien järjestämistä. Tukipalveluna konsultointipalveluissa on mahdollisuus harjoitella toimintavälineiden käyttöä arkielämää vastaavassa ympäristössä, asiantuntijan opastamana. Lisäpalveluna ammattilainen voi tulla Kaikkien Kotiin oman asiakkaansa kanssa, jolloin asiakkaan arkea helpottaviin toimintavälineisiin voidaan tutustua oman hoitajan ja Kaikkien Kodin asiantuntijan avustuksella..

Nämä ammattilaisille suunnatut konsultointipalvelut auttavat alalla toimivia henkilöitä palvelemaan paremmin omia asiakkaitaan. Toimintavälinekoulutuksessa ammattilainen saa tehokkaan perehdytyksen uusiin innovaatioihin ja toimintavälineisiin ja kehittää omaa ammattitaitoaan. Ammattilaisen tullessa asiakkaan kanssa yhdessä vierailulle Kaikkien Kotiin, tällä on käytössään ja kokeiltavanaan useita vaihtoehtoja toimintavälineistä, eikä ammattilaisen tarvitse pitää mallikappaleita omassa toimipisteessään.

Oppilaitoksille tarjottava itsenäistä asumista tukeva koulutus toteutetaan yhteistyössä asiakasorganisaation opettajien kanssa, ajatuksena on hyödyntää Kaikkien Kodin ympäristöä itsenäisen asumisen harjoittelussa. Ydinpalvelu oppilaitoksille suunnatussa konsultoinnissa on mallitila ja sen toimintavälineet sekä kodin normaalitoimintojen käyttö. Tukipalvelua on asiantuntijoilta saatava opastus ja valmennus toimintavälineiden käytössä. Lisäpalvelua oppilaitoksille tarjottavassa konsultointipalvelussa on mahdollisuus käyttää asiantuntijoita opettajina tietyissä oppilaitoksen kursseissa.

Koulutus voidaan toteuttaa 2-3 osassa esimerkiksi yhden viikon aikana, Kaikkien Kodin henkilökunta suunnittelee koulutuksen pohjan ja moduulit, joita hyödyntämällä koulutus voidaan räätälöidä asiakkaan tarpeisiin sopivaksi. Koulutuksen osaluokkia voivat olla esimerkiksi ruuan valmistus, kodin siisteys ja kodin turvallisuus. Asiakasoppilaitoksen hyödyt palvelun ostamisessa Kaikkien Kodista ovat esimerkiksi tilan kodinomaisuus, joka tukee itsenäiseen asumiseen oppimista sekä käytettävissä olevat toimintavälineet. Ostaessaan tämän koulutuksen Kaikkien Kodista, oppilaitoksen ei tarvitse panostaa omaan koulutustilaan. Ammattilaisille suunnattujen palvelujen palveluprosessi kuvataan kuviossa 12:



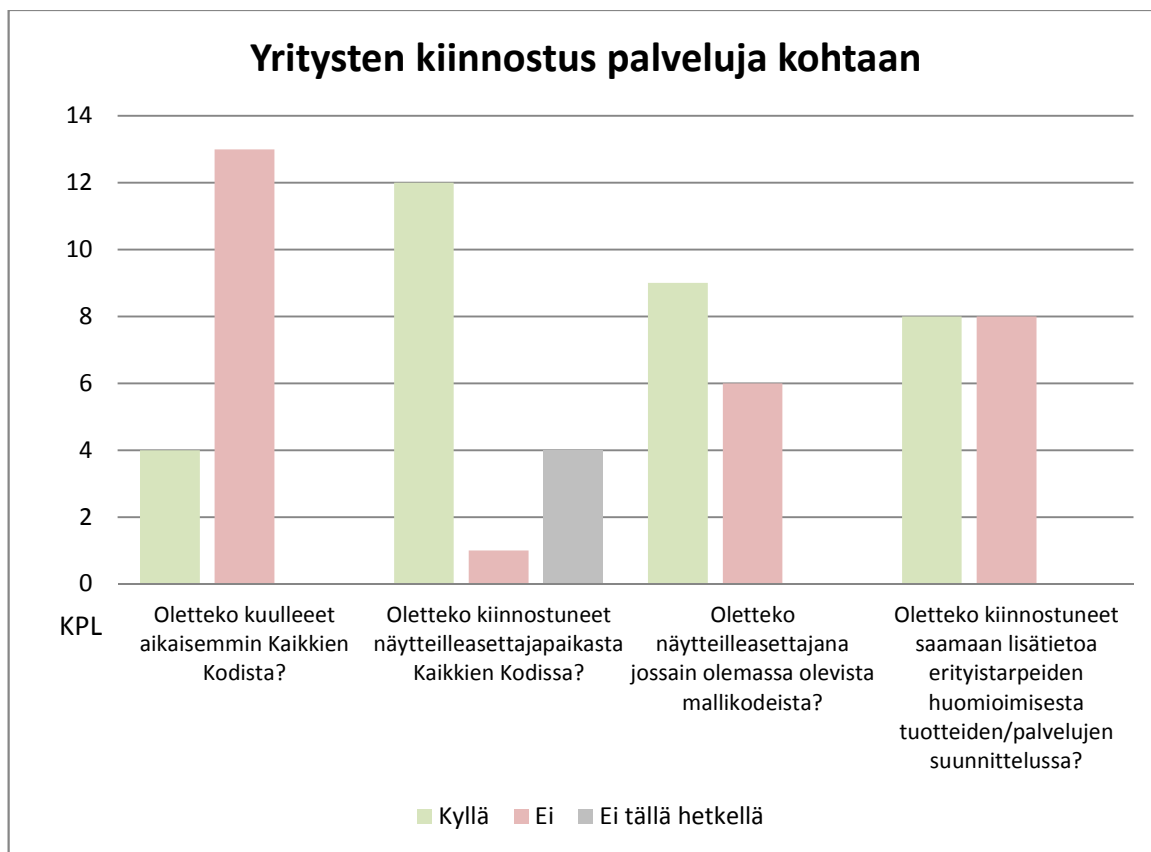
Kuvio 12: Konsultointipalvelujen palveluprosessi. (Johanna Lehto)

## 6 KYSELYTUTKIMUKSET

Syksyllä 2015 Kaikkien Kodin potentiaalisille asiakasryhmille lähetettiin sähköpostitse kyselytutkimus, jonka avulla kartoitettiin eri asiakasryhmien kiinnostusta yhteistyöhön ja selvitettiin uusien palvelujen kiinnostavuutta kohderyhmässä. Kysely toteutettiin Webropol-alustaa hyödyntäen internetissä. Kysymykset olivat väittämiä, osaan väittämistä vastaaja valitsi oikean vastauksen annetuista vaihtoehdoista tai valitsi Likert-asteikolla, miten hyvin väittäjä vastasi vastaajan ajatusta kysymyksestä. Kaikkiaan kyselyitä lähetettiin kolme erilaista, yksi yritysasiakkaille, yksi ryhmille ja yhdistyksille sekä yksi yksityishenkilöille. Vastausprosentti kokonaisuudessaan jäi 22 %, kyselyllä selvitettiin kohderyhmään kuuluvien yritysten kiinnostusta Kaikkien Kodista, joten tulokset eivät kerro laajemmin yritysten, yhdistysten tai yksityishenkilöiden kiinnostuksesta tai tarpeesta esteettömiin palveluihin. Kyselyn tuloksia voidaan kuitenkin hyödyntää Kaikkien Kodin toiminnan kehittämisessä ja erityisesti yhteistyöyrityksiä etsittäessä.

### 6.1 Kyselytutkimus potentiaalisille yritysasiakkaille

Yrityksiltä kysyttiin taustakysymyksinä liikevaihto, henkilöstömäärä ja toimipaikka. Varsinaisina tutkimuskysymyksinä kysyttiin tunteeko vastaaja Kaikkien Kodin, toimiiko vastaajan edustama yritys näytteilleasettajana jossain suomalaisessa esteettömissä mallitilassa, onko vastaaja kiinnostunut näytteilleasettajapaikasta Kaikkien Kodissa ja onko vastaaja kiinnostunut saamaan lisätietoa esteettömistä ratkaisuista tuotekehityksessä tai suunnittelussa. Lisäksi vastaajaa pyydettiin kertomaan tarkemmin vastaajayrityksen toiminnasta. Kysely lähetettiin 134 vastaanottajalle ja vastauksia saatiin 17. Vastausprosentti oli 12,68 %.



Kuvio 13: Vastanneiden yritysten kiinnostus Kaikkien Kodin palvelutarjoamaan (Johanna Lehto).

Kuvion 13 mukaisesti voidaan todeta, että 17 vastaajasta neljä (24 %) oli kuullut Kaikkien Kodista aikaisemmin, kaikista vastanneista 71 % oli kiinnostunut näytteilleasettajapaikasta. Yhdeksän (60 %) kyselyyn vastanneista yrityksistä oli jo kyselyhetkellä jonkun suomalaisen mallitilan näytteilleasettajana, näistä Kaikkien Kodin näytteilleasettajana kyselyhetkellä oli 2 yritystä. 12 kyselyyn vastanneista yrityksistä ilmoitti olevansa kiinnostunut näytteilleasettajapaikasta Kaikkien Kodissa, myös nykyiset näytteilleasettajat ilmaisivat halukkuutensa jatkaa näytteilleasettajana. Kahdeksan yritystä oli kiinnostunut myös saamaan lisätietoa erityistarpeiden huomioimisesta tuotteiden/palvelujen suunnittelussa.

Kyselyyn vastanneiden kiinnostusta yhteistyöhön päätettiin tarkastella vielä taulukoimalla havainnot Charles Raginin metodilla, jossa tutkitaan, millä ehdoilla tietty asiantila toteutuu (Alasuutari 2011, 195). Tarkoitus oli selvittää, löytyykö tutkimus-

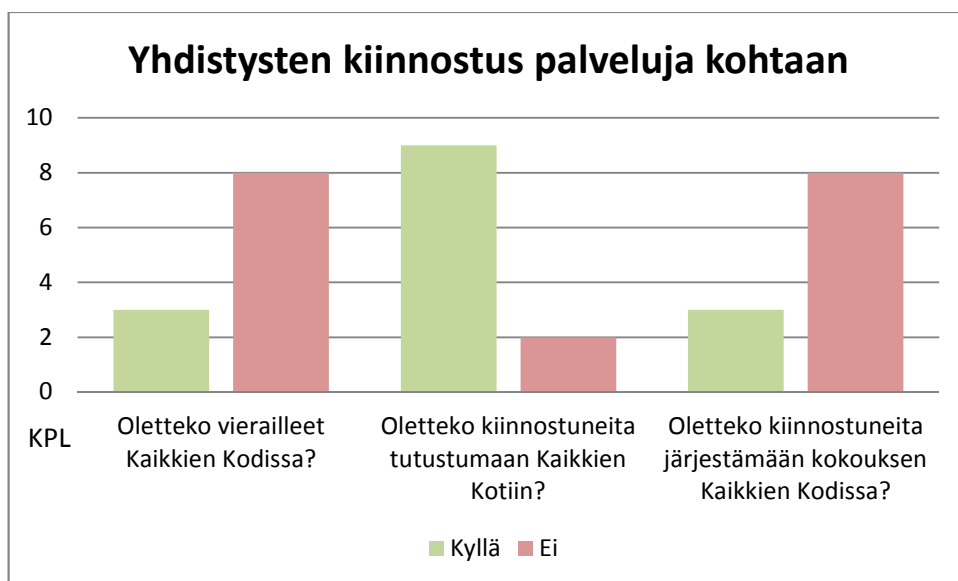
aineistosta selkeä ryhmä, joilla on kiinnostusta yhteistyöhön Kaikkien Kodin kanssa. 17 vastaajasta 4 vastaajan ryhmä, jotka eivät entuudestaan tunteneet Kaikkien Kotia, mutta olivat kiinnostuneita sekä saamaan lisätietoa esteettömistä ratkaisuista tuotekehitystyössä ja suunnittelussa että näytteilleasettajapaikasta Kaikkien Kodissa. Nämä neljä yritystä toimivat turva- ja terveysalalla (2), kylpyhuone-, keittiö- ja kodinhoituhuoneen kalusteiden valmistuksessa (1) sekä autoilun apuvälinealalla (1). Yritysten toimipisteet sijaitsivat eri puolilla Suomea.

Kyselyn avulla selvitettiin myös vastanneiden yritysten valmiuksia huomioida tuotaja/tai palvelusuunnittelussa asiakkaiden erityistarpeet ja esteettömyys. Vastanneista 15 (88 %) kokee pystyvänsä huomioimaan asiakkaan erityistarpeet palvelusuunnittelussa. Avoimissa vastauksissa vastaajat kertoivat huomioivansa asiakkaan erityistarpeet mm. suunnittelulla, yhteistyöllä asiakkaan tai fysioterapeutin kanssa, tarjoamalla asiakkaalle helposti huollettavia, kestäviä ja paloturvallisia vaihtoehtoja tai suunnittelemalla oman tuoteryhmänsä tämän segmentin asiakkaille. Vastanneista viiden yrityksen tuotevalikoimaan kuuluvat erilaiset apuvälineet.

Yrityksille tehdyn kyselyn perusteella voidaan todeta, että Kaikkien Kodin toiminnan jatkokehittämisen yhteydessä on hyvä mahdollisuus käynnistää näytteilleasettajapaikoista neuvottelut useamman yrityksen kanssa. Näytteilleasettajapaikasta Kaikkien kodissa oli kiinnostunut apuvälineiden toimittajien lisäksi kalustetoimittaja sekä hyvinvointiteknologiayritys.

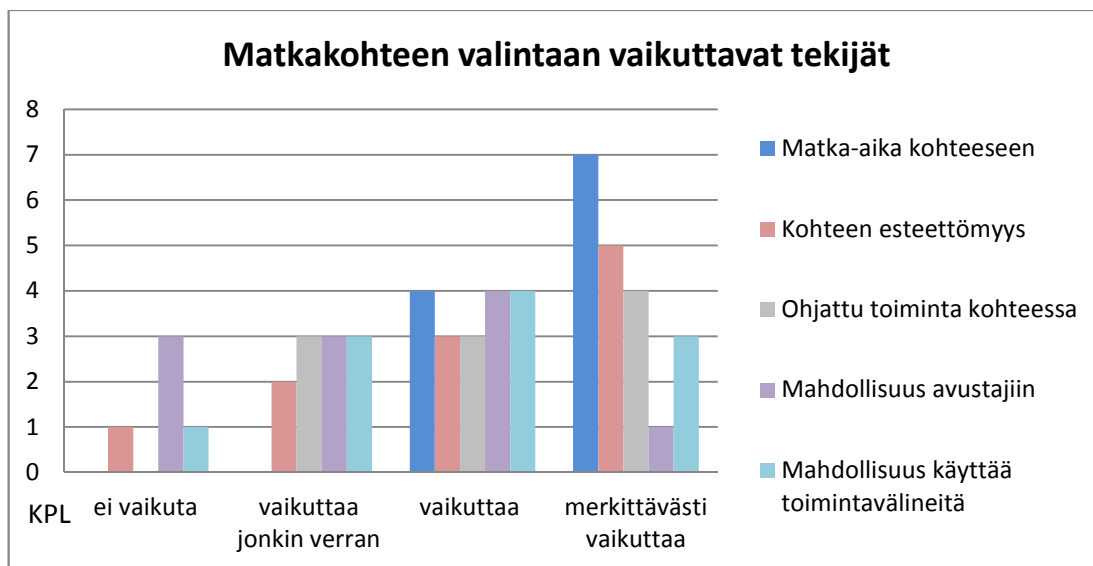
## 6.2 Kyselytutkimus ryhmille

Ryhmille ja yhdistyksille suunnatun kyselyn avulla oli tarkoitus kartoittaa vammais- ja erityisryhmien kiinnostusta vieraillla Kaikkien Kodissa, järjestää kokous tiloissa sekä niitä tekijöitä, mitkä vaikuttavat retkikohteen valintaan yhdistyksen järjestäessä retkeä jäsenilleen. Kysely lähetettiin yhteensä 73 yhdistykselle sähköpostitse, vastauksia saatiin 11 länsisuomalaiselta yhdistykseltä. Seuraavassa on purettu auki yhdistyksille tehdyn kyselyn vastaukset.



Kuvio 14: Kaikkien Kodin tunnettuus ja kiinnostavuus vastanneiden yhdistysten keskuudessa (Johanna Lehto)

Kuviosta 14 käy ilmi, että viisi yhdistystä vastanneista kertoo kuulleen Kaikkien Kodista aikaisemmin, kysyttäessä, mitä kautta vastaajat olivat kuulleet Kaikkien Kodista, yksi vastaajista kertoi käyneensä ja osallistuneensa myös kokoukseen tilassa, tietoa Kaikkien Kodista oli saatu myös kollegoilta, sähköpostitse, opiskeluaikana sekä tutustumiskäynnillä. Vierailut kaikkien kodissa kiinnostivat 9 (82 %) yhdistystä. Nämä yhdistykset olivat invalidi-, vanhus- ja vammaisyhdistyksiä sekä erityisammattioppilaitoksen edustajia. Kokouksen järjestämisestä tiloissa oli kiinnostunut 3 (27 %) vastanneista.



Kuvio 15: Matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät (Johanna Lehto).

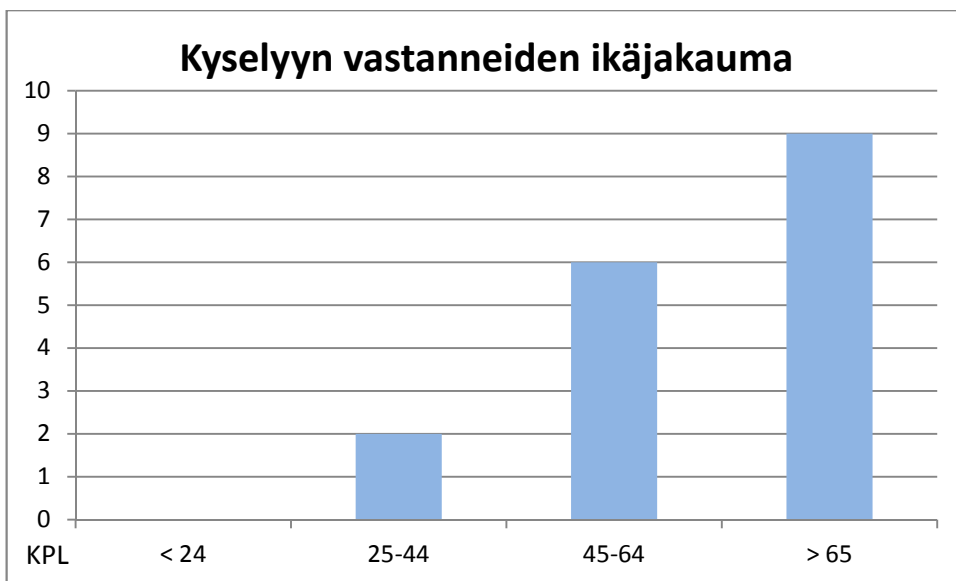
Kuviossa 15 kuvataan, miten tietyt, kysytyt asiat vaikuttavat matkakohteen valintaan. Kysyttäessä yhdistysten edustajilta matkakohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä, 7 vastaajaa 11 kertoi matka-ajan vaikuttavan merkittävästi retkikohteen valintaan. 5 vastaajaa koki kohteen esteettömyyden merkittävästi vaikuttavan retkikohteen valintaan, neljälle vastaajista ohjattu toiminta kohteessa oli merkittävä valintaan vaikuttava tekijä. Mahdollisuus avustajiin koettiin melko tärkeäksi valintakriteeriksi invalidi- ja vammaisjärjestöissä sekä erityisammattipistossa. Ohjattu toiminta kohteessa oli merkittävästi valintaan vaikuttava tekijä omaishoitajien, erityisammattipiston sekä invalidiyhdistysten vastauksissa. Invalidiyhdistykset kokivat myös mahdollisuuden käyttää toimintavälineitä merkittävästi retkikohteen valintaan vaikuttavaksi tekijäksi. Kysyttäessä muita valintaan vaikuttavia tekijöitä avoimella kysymyksellä, vastaajat ilmoittivat hinnan ja kohderyhmää kiinnostavan kohteen olevan tärkeitä valintakriteereitä, myös retkelle osallistuvien toimintamahdollisuudet vaikuttavat kohteen valintaan.

Kyselyn perusteella suunnitelluille retkille voisi olla kysyntää erityisesti invalidiyhdistysten, erityisoppilaitosten ja vammaisjärjestöjen keskuudessa. Retkipakettien markkinointia kannattaisi siis suunnata näille kohderyhmille. Kokouspakettien osalta

kysyntää on vaikea arvioida tämän kyselyn perusteella, kyselyn pienen vastausmäärän vuoksi.

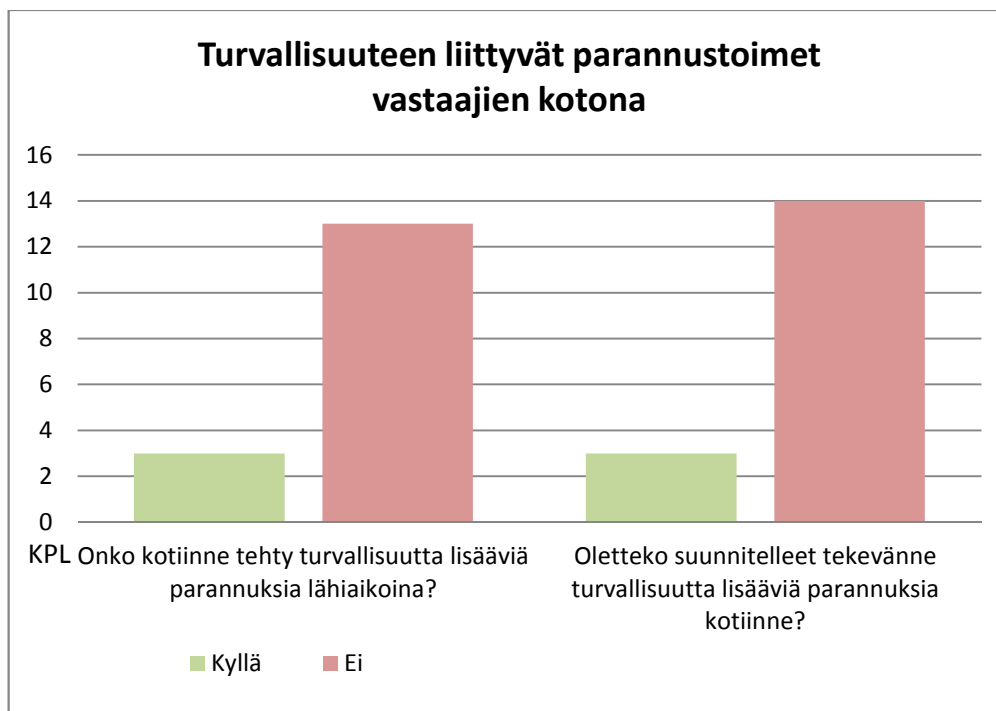
### 6.3 Kysely yksityishenkilöille

Yksityishenkilöiden vastauksia kerättiin Huittisten Seniorimessuilla 21.11.2015. Kyselyyn oli mahdollista osallistua netissä tai täyttämällä ja palauttamalla kyselylomake messuilla. Messut olivat avoinna lauantaina klo 12 – 16 ja järjestäjän mukaan kävijöitä tuona aikana kävi noin 1000. Kaikkien Kodin messupöydän luona vieraili kymmeniä ihmisiä, päivän aikana jaettiin tietoa Kaikkien Kodin palveluista ja pyydettiin kävijöitä vastaamaan kyselyyn. Vastauksia saatiin 17, näistä naisia oli 15 ja miehiä 2. 53 % vastaajista oli yli 65-vuotiaita (kuvio 16).



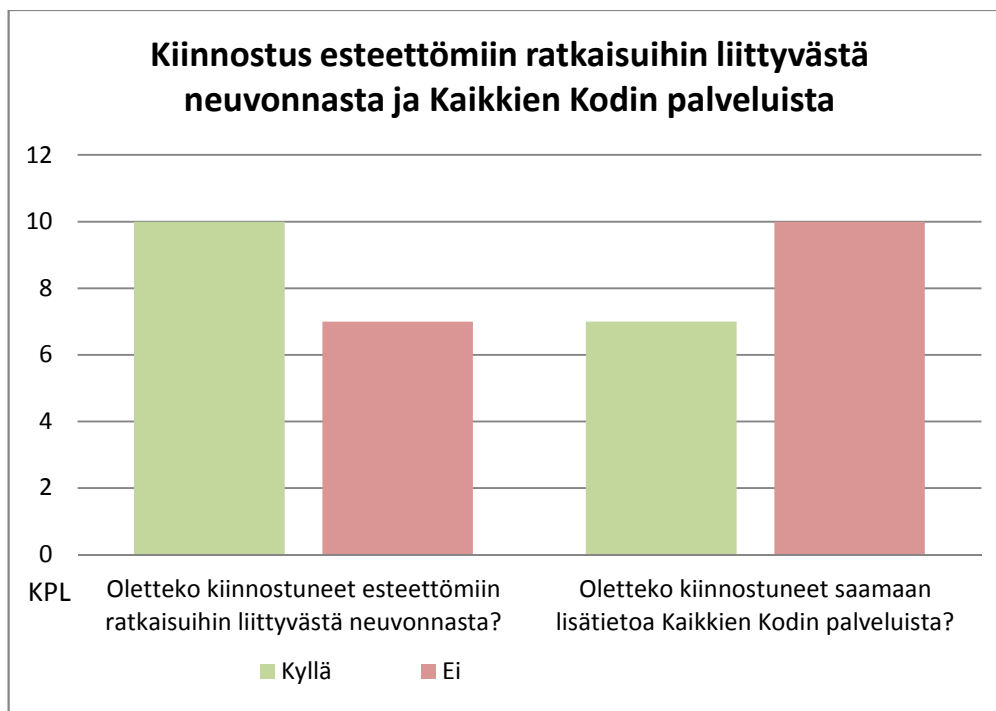
Kuvio 16: kyselyyn vastanneiden ikäjakauma (Johanna Lehto).





Kuvio 17: Turvallisuuteen liittyvät parannukset ja parannussuunnitelmat vastaajien kotona (Johanna Lehto).

Vastaajilta kysyttiin, ovatko he tehneet tai suunnitelleet tekevänsä turvallisuutta lisääviä parannuksia kotonaan (kuvio 17). Vastaajalla oli mahdollisuus kertoa suunnitelmistaan tai tehdyistä toimista avoimessa kysymyksessä. Kolme vastaajaa oli tehnyt turvallisuuteen liittyviä parannuksia kotiinsa, kolme suunnitteli tekevänsä niitä. Avointen vastausten perusteella tehtävät parannukset ovat esimerkiksi WC:n muutostyöt, tukikahvojen asentaminen ja korotetun sängyn hankinta.



Kuvio 18: Kiinnostus Kaikkien Kodin palveluihin ja esteettömiin ratkaisuihin liittyen (Johanna Lehto).

Vastanneiden kiinnostusta ja tarvetta neuvontapalveluun tarkasteltiin vielä taulukoi-  
malla havainnot Charles Raginin metodilla, jossa tutkitaan, millä ehdoilla tietty asi-  
antila toteutuu (Alasuutari 2011, 195). Tarkoitus oli selvittää, kuinka moni neuvonta-  
palveluista kiinnostunut on kiinnostunut myös saamaan lisätietoa Kaikkien Kodin  
palveluista. Yllä kuvion 18 perusteella voidaan nähdä, että 10 vastaajaa oli kiinnos-  
tunut esteettömiin ratkaisuihin liittyvästä neuvonnasta, 7 oli kiinnostunut saamaan  
lisätietoa Kaikkien kodin palveluista. Kuusi vastaajaa 17:sta kertoi olevansa kiinnos-  
tunut sekä esteettömiin palveluihin liittyvästä neuvonnasta, että saamaan lisätietoa  
Kaikkien Kodin palveluista.

Vastausten pienen määrän vuoksi kyselyn perusteella ei voi tehdä päätelmiä neuvon-  
tapalvelun yleisestä kiinnostuksesta, mutta Kaikkien Kodin palveluista tiedottaminen  
sekä näkyvyys erilaisissa tilaisuuksissa ja tapahtumissa voisi lisätä myös yksityis-  
henkilöiden tietoutta Kaikkien Kodin palveluista myös yksityishenkilöille.

## 7 RETKIPAKETIN TESTAUS KÄYTÄNNÖSSÄ JA TULOKSET

Yllä kuvatuista palveluista testattiin Kirjurinluodon retkipakettia. Asiakkaana testaustilanteessa toimi Ammattiopisto Luovin kaksi valmentavaan koulutukseen osallistuvaa ryhmää. Molemmissa ryhmissä oli 4 opiskelijaa sekä kaksi Luovin omaa ohjaajaa. Kaikkien Kodista retkipäivään osallistuivat Niina Inberg, Reetta-Kaisa Kuusiluoma ja Riikka Tupala. He vastasivat retken suunnittelusta ja toteutuksesta. Kirjurinluodon retkipäivä toteutettiin tiistaina, 21.11.2015.

Palvelun testaus lähti liikkeelle opinnäytetyön tekijän aloitteesta ja yhteydenotosta Ammattiopisto Luovin henkilökuntaan. Ensimmäisen kontaktin jälkeen yhteydenpito ja testiretken järjestelyistä sopiminen siirrettiin asiakkaan ja Kaikkien Kodin välille. Kaikkien Kodin henkilökunta laati retkiohjelman päivästä sekä turvallisuussuunnitelman (LIITE 4) joka lähetettiin etukäteen asiakkaan yhteyshenkilölle. Päivän aikana tehtiin kaksi retkeä, ensimmäisessä ryhmässä oli opiskelijoita, joiden liikkuminen oli sujuvampaa. Heidän retkireittinsä pituus Kirjurinluodolla oli noin neljä kilometriä. Toisen ryhmän liikkuminen oli hitaampaa ja heille retki järjestettiin noin kahden kilometrin mittaisena. Aikaa ensimmäisen retken testaukseen kului noin 1,5 tuntia, toisen retken taas 1,25 tuntia.

### 7.1 Asiakkaan palaute retkestä

Asiakkaalta kysyttiin palautetta retkestä sähköpostitse, heti retken jälkeen. Tämän palautekyselyn avulla pyrittiin selvittämään asiakkaan palvelukokemus ja saamaan palautetta palvelun kehittämiseksi. Asiakkaan yhteyshenkilö osallistui retken valmisteluun. Asiakas kertoi palautteessaan, että retki oli huolellisesti valmisteltu ja ryhmän erityispiirteet oli pystytty huomioimaan annetun ennakkotiedon mukaisesti. Erityisesti turvallisuussuunnitelma koettiin hyväksi ja tarpeelliseksi ryhmän ohjaajille. Ohjaaja koki, että ei ollut riittävän selkeästi kertonut yhden ryhmän jäsenen erittäin hitaasta liikkumisesta. Muille ryhmän jäsenille oli retken aikana tullut paikoin kylmä odotellessa.



Kuva 2: Retkipäivän aktiviteetti, kuntoilurasti. Kuvassa ovat retken opas Reetta-Kaisa Kuusiluoma sekä retkelle osallistunut opiskelija. (Kuva: Johanna Lehto)

Retkelle osallistuneet opiskelijat kertoivat retkestä parhaimmin jääneen mieleen iloiset retken oppaat sekä miellyttävä ja mukava vastaanotto retken aluksi. Ohjaaja kertoi palautteessaan, että retki kokonaisuutena oli hyvin tehty ja suunniteltu juuri kohderyhmälle sopivaksi. Erityisesti kuvarastit, joita jokainen osanottaja sai, olivat tälle ryhmälle toimiva ratkaisu. Opiskelijat pitivät ulkoilusta ja rastitehtävistä, työntekijät taas saivat ideoita virkistyspäivien ideointiin ja oman työhyvinvoinnin ylläpitämiseen. Kysyttäessä kehitysehdotuksia retken toteuttamiseksi, asiakas kertoi että nyt toteutettua retkeä ajatellen ryhmän eritasoiset henkilöt olisi hyvä jakaa eri ryhmiin, jolloin hitaammin liikkuville järjestetään heille paremmin soveltuva reitti ja ohjaus. Lisäksi nyt toteutettuun retkeen voisi yhdistää ruokailun, esimerkiksi grillausta, mehua ja eväiden syömistä, Kirjurinluodolla on grillauspaikka ja paljon mahdollisuuksia eväiden nauttimiseen. Palautekysely sekä vastaukset asiakkaalta liitteenä (LIITE 3).

## 7.2 Kaikkien Kodin ajatukset retken toteutuksesta

Kaikkien Kodin henkilökunnalta pyydettiin myös palautetta retken toteutuksesta. Heiltä kysyttiin, millaisia alkuvalmisteluja retken toteutus vaati, mitä asioita he selvittivät ennen retkeä. Kuinka usein he olivat yhteydessä asiakkaaseen ennen retkeä, miten järjestäjän näkökulmasta retki onnistui sekä mitä kehitettävää he havaitsivat retken aikana. Tämän kyselyn avulla oli tarkoitus saada käsitys retken järjestämisen työllistävyydestä ennen retkeä, retken aikana sekä retken jälkeen. Tietoa voidaan hyödyntää retkipakettien hinnoittelussa, työmäärän arvioinnissa sekä myytävien retkipakettien suunnittelussa.

Ennen retkipäivää yhteydenpito asiakkaan kanssa tapahtui puhelimitse ja sähköpostilla. Retken järjestäjä keräsi asiakkaalta etukäteen tietoa retken järjestämiseksi (ryhmän koko, osallistujien iät ja nimet, toimintakyky, mahdolliset toimintavälineet, kommunikointi, avustajien lukumäärä ym.). Saatujen tietojen perusteella suunniteltiin ryhmälle soveltuva retkipäivä. Suunnittelussa kiinnitettiin erityistä huomiota mm. asiakkaiden toiminnan ohjaukseen ja kommunikointiin, liikkumiseen sekä aktiviteettien soveltuvuuteen. Asiakkaan yhteyshenkilö vaihtui ennen retkipäivää ja tästä johtuen aiemmin sovitut ja kerätyt tiedot käytiin läpi myös uuden vetäjän kanssa.

Alkuselvyksissä selvisi, että ryhmässä on nopeammin liikkuvia sekä hitaammin eteneviä henkilöitä. Erilaisten toimintakykyjen vuoksi asiakkaalle ehdotettiin, että retket toteutetaan kahtena erillisenä ryhmänä. Ryhmien erot toimintakyvyssä vaikuttivat myös retkireittien ja aktiviteettien määrän suunnitteluun. Retkipäivän suunnittelua helpotti se, että Kirjurinluodon alue oli retken järjestäjille entuudestaan tuttu, joten kohteen saavutettavuus, reittivaihtoehdot, reittien kunto ja esteettömyys sekä toimintamahdollisuudet olivat selvillä retkeä suunniteltaessa. Retken järjestäjät kävivät retkipaikalla viikkoa ennen varsinaista retkipäivää, he kulkivat suunnitellut reitit läpi ja testasivat toimintapisteiden kunnon ja soveltuvuuden ryhmälle. Samalla he varmistivat reittien turvallisuuden ja tekivät lopulliset päätökset kuljettavista reiteistä ja valokuvasivat rastikohteet. Retkestä laadittiin myös turvallisuussuunnitelma, joka löytyy myös Kaikkien kodin palautteen liitteenä (LIITE 4).

Retken onnistumiseen vaikuttivat ryhmien reipas mieli ja osallistuminen aktiviteetteihin omien kykyjensä mukaan. Ryhmän ohjaajien innokas ja positiivinen asennoituminen edisti myös retken sujuvuutta. Luovin omat ohjaajat myös tuntevat opiskelijoiden erityispiirteet ja osasivat antaa tarvittavaa yksilöllistä ohjausta, tämä teki retken toteuttamisesta helpompaa ja luontevampaa. Ulkona pidettävissä retkissä on osattava varautua ja asennoitua myös säätilan muutoksiin. Retkipäivänä sää oli vilpoinen ja luminen, lunta ei kuitenkaan vielä viikkoa aiemmin, reitin testausvaiheessa ollut. Lumen ja jään vuoksi kaikkia suunniteltuja kuntoilurasteja ei voitu toteuttaa, sillä laitteet olivat jäässä. Lisäksi liikkumisessa oli noudatettava erityistä varovaisuutta liukkaan lumen ja jään vuoksi. Vaaratilanteita tai kaatumisia ei retken aikana tullut.

Retken järjestäjät kertoivat palautteessaan, että jälkimmäisen ryhmän osalta retki-suunnitelmaa muokattiin retken aikana, kun huomattiin että ryhmän eteneminen on oletettua verkkaisempaa. Muutoksia ei tuotu esille retken aikana, eivätkä ne vaikuttaneet ryhmäläisten toimintaan tai kokemukseen retken onnistumisesta. Retken järjestäjien mielestä ryhmäläisiin olisi hyvä päästä tutustumaan ennen retkipäivää tai vaihtoehtoisesti saada tarkemmin tietoa osallistujien aktiivisuudesta sekä toiminta- ja liikkumiskyvystä. Nämä tiedot olisivat voineet auttaa päivän suunnittelussa ja osallistujien erityisten tarpeiden huomioimisessa paremmin. Hyvästä suunnittelusta huolimatta retken oppaiden on osattava varautua mahdollisiin muutoksiin ja hallittava tilannekohtainen toiminta. Myös sääolot ja vuodenaika on huomioitava retkeä suunniteltaessa.

## 8 UUSISTA PALVELUISTA VIESTIMINEN

Tämän opinnäytetyön tutkimustehtävän ulkopuolelle rajattiin palvelujen markkinointisuunnitelman laatiminen. Markkinoinnin ja kokonaan uuden palvelukonseptin lanseeraamisen suunnittelu on laaja kokonaisuus, opinnäytetyön laajuus huomioiden sitä ei ollut mielekästä lisätä työhön. Tässä työssä käsitellenkin vain pinnallisesti palvelujen sisäistä viestintää, sillä palvelujen onnistunut sisäinen viestintä on avainasemassa palvelujen myynnin käynnistyksessä. Sisäisen markkinoinnin avulla saadaan henkilöstö tietoiseksi uusista tuotteista ja palveluista sekä kampanjoista. Sen avulla saadaan työntekijät hyväksymään tuotteet ja kampanjat sekä saadaan työntekijät tietoisiksi ja hyväksymään uudet toimintatavat. (Grönroos 2010, 454.)

Kun Kaikkien kodin palvelutarjoama on saatu koottua, on tärkeää saada viestittyä palveluista oppilaitoksen omalle henkilökunnalle. Sisäistä markkinointia suunniteltaessa on tärkeää selventää, miten heillä on mahdollisuus hyötyä uudesta palvelusta. Uuden palvelun lanseeraus kannattaa käynnistää juuri oman talon henkilökunnasta sillä on tärkeää, että muu henkilökunta voi kokea pystyvänsä vielä vaikuttamaan palvelun toteutukseen. Henkilökunnalta on siis hyvä pyytää palautetta ja parannusehdotuksia palveluun. Erityisesti on tärkeää saada johto sitoutumaan palveluun, tätä helpottaa, kun palvelu on oikein hinnoiteltu ja sen tuotot ja kulut on laskettu auki luotettavasti. (Parantainen 2007, 226 - 227.)

Kun muu henkilökunta on tutustunut palveluun ja saanut kertoa palautteen ja parannusehdotukset palvelusta, näistä poimitaan ne ideat ja ehdotukset, jotka päätetään toteuttaa heti tai jossain vaiheessa myöhemmin. Tämän jälkeen henkilökunnan käyttöön tuotetaan palvelusta myyntimateriaalia, jota kuka tahansa voi jakaa asiakkailleen. Materiaali voi olla printattava esite, PowerPoint-esitys tai video, materiaalin lisäksi henkilökunnalle kerrotaan, kenelle he voivat toimittaa palvelu- tai tarjouspyynnöt. (Parantainen 2007, 227 - 228.)

Palvelun myyjille ja tuottajille laaditaan palveluista tuotekortit, joissa kuvataan palvelun sisältyvät asiat ja se, millä tavalla palvelu tuotetaan asiakkaalle. Seuraavassa vaiheessa nämä palvelut viedään käytäntöön niin, että palvelut ja niiden tuottaminen asiakkaalle käydään huolella läpi palvelun myyjien kanssa. On tärkeää selventää mitä ja miten palvelua myydään sekä mikä on palvelun toimitussisältö. Tuotekortin lisäksi jokaisesta palvelutuotteesta on hyvä täyttää hinnoittelulomake, josta nähdään palvelun tuottamisen eri osa-alueet ja näistä aiheutuvat kulut sekä palvelun hinta loppuasiakkaalle. Myynnin tueksi kannattaa laatia tämän opinnäytetyön tuotoksena syntyneiden asiakirjojen lisäksi myös esimerkiksi tarjous- ja tilausvahvistuspohja ja muuta tukimateriaalia tarpeen mukaan.

## 9 JOHTOPÄÄTELMÄT JA LOPPUTULOKSEN ARVIOINTI

Kaikkien Kodin palvelukokonaisuuden tuotteistaminen on käynnistynyt jo vuonna 2011, kun mallitilaa alettiin suunnitella. Kaikkien Kodin palveluja on kehitetty Satakunnan Ammattikorkeakoulun henkilökunnan työnä sekä opiskelijatyönä esimerkiksi opinnäytetöiden tai projektitöiden kautta. Tämä käsissäsi oleva opinnäytetyö on osa kehityksen ketjua, se on jo saanut jatkoa tuotteiden ja palvelujen markkinointisuunnitelman ja mm. Hyväksi-hankkeen suunnitteilla olevan yhteistyön kautta. Myös palvelutarjooman kehittämistyö on jatkuvaa, Soteekin opiskelijoiden hyödyntäminen myyntityössä edellyttää hyvin laadittua perehdyttämissuunnitelmaa, joka voi olla eräs opinnäytetyön aihe.

Palvelutarjoomaa suunniteltaessa tuote- ja palveluideoita syntyi enemmän, kuin tähän opinnäytetyöhön päädyttiin valitsemaan. Jatkossa Kaikkien Kodin palveluja kehitettäessä voidaan suunnitella esimerkiksi yritys yhteistyökumppaneiden kanssa yhdessä järjestettävät toimintavälinemessut. Messut olisi mahdollista järjestää Kaikkien Kodissa ja niiden kohderyhmää olisivat esimerkiksi fysioterapeutit, jumpparit, hoitajat vanhustyössä, alan opettajat ja opiskelijat. Messujen aikana voidaan järjestää esimerkiksi tietoiskuja, tuotekoulutusta ja tuote-esittelyjä yhteistyökumppaneiden toi-



mesta. Toinen mahdollisuus on järjestää avoimet ovet, päivä, jolloin kaikki on kutsuttu tutustumaan tilaan. Tämän voisi toteuttaa esimerkiksi uuden kampuksen avausten yhteydessä. Messut olisi varmasti mahdollista toteuttaa opinnäytetyön kautta.

Mikäli luontomatkailuun liittyvät retket löytävät kohderyhmänsä, on näitä palveluja mahdollisuus kehittää yhteisillä paketeilla alueen matkailuyrittäjien ja hyvinvointialan yrittäjien kanssa. Näitä retkipaketteja voisivat olla esimerkiksi erilaiset terveysretket, esteettömät luontoretket sekä esteetön elämysmatkailu. Mahdollisuudet yhteistyöhön alueella toimivien Green Care –yrittäjien kanssa voisi olla myös hyvä selvittää. Green Care on luontoon ja maaseutuympäristöön liittyvää toimintaa, jolla edistetään ihmisten hyvinvointia ja elämänlaatua. Green Care –palveluita ovat esimerkiksi ratsastusterapia, puutarhaterapia, sosiaalinen hevostoiminta tai ekopsykologian menetelmät. Toimintaa harjoitetaan vastuullisesti, tavoitteellisesti ja ammatillisesti. Satakunnassa ja lähialueilla toimii useita Green Care –yrittäjiä. (Green Care Finland ry:n www-sivut 2016.)

Kaikkien Koti on tällä hetkellä osa oppilaitoksen toimintaa, tilan resursseja ja asiantuntijoita hyödynnetään opetustyössä ja näin he huolehtivatkin mallikodin toiminnasta muun työnsä ohella. Palvelun kehittämisessä on monia mahdollisuuksia, kuitenkin käytössä olevat resurssit (työntekijät ja opiskelijat) sekä oppilaitoksen johdon intressit toiminnan kehittämiseen ja liiketoiminnallistamiseen vaikuttavat paljon Kaikkien Kodin tulevaisuuteen. Kaikkien Kodin palveluista vastaavat sen työntekijät sekä oppilaitoksen opiskelijat Soteekin kautta. Työhön perehdyttäminen, vakituisten työntekijöiden tuki ja erityisesti myyntityöhön liittyvät tukimateriaalit ovat tärkeässä roolissa, kun työtä tehdään lyhytaikaisten harjoittelijoiden tai opiskelijoiden voimin.

Nyt tuotteistettujen palvelujen tuottaminen asiakkaille onnistuu, kun Kaikkien Kodissa on riittävästi ammattitaitoista henkilökuntaa ja toiminnassa voidaan hyödyntää oppilaitoksen opiskelijoita. Tulevaisuudessakin on huolehdittava, että organisaatiosta löytyy riittävästi ammattitaitoista henkilökuntaa vastaamaan kasvavaan kysyntään ja tuottamaan laadukkaat palvelut asiakkaille. Opiskelijoiden hyödyntäminen palvelu-

jen tuottamisessa tuo sitä tarvittavaa joustoa, jota ainakin alkuvaiheessa tarvitaan, kun toiminnan volyymit ja asiakasvirrat vaihtelevat.

Esteettömien mallikotien verkosto on myös hyvä kanava palvelujen kehittämiseen ja uusien ideoiden testaamiseen. Verkoston hyödyntäminen palvelun kehittämisessä on erittäin tärkeää, sillä talot toimivat eri puolilla Suomea. Mallikodit toimivat pääasiassa oppilaitosten yhteydessä niin, että vastuhenkilö vastaa mallikodin palveluista oman työnsä ohella. Näin ollen vähäisiä resursseja ei kannata hukata siihen että samoja asioita suunnitellaan yksin, voimavarat yhdistämällä palveluista ja tuotteista saadaan entistä parempia.

## LÄHTEET

- Aaltola, J. & Valli, R. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. 2010. Juva: PS-kustannus
- Alasuuteri, P. Laadullinen tutkimus 2.0. 2011. Tampere: Osuuskunta vastapaino
- Apunen, A. Häirikön hinnoitteluopas, 2013. Helsinki: Ediste. Viitattu 9.4.2015. Luettavissa: [http://ediste.fi/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Ediste-pikaopas5\\_Hairikon\\_hinnoitteluopas\\_web.pdf](http://ediste.fi/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Ediste-pikaopas5_Hairikon_hinnoitteluopas_web.pdf)
- CoastAL Lounais-Suomen ammattikorkeakoululiittouman www-sivut. Viitattu 15.9.2014. Saatavissa: <http://www.CoastAL.fi>.
- Green Care Finland ry:n www-sivut. Viitattu 3.4.2016. Luettavissa: <http://www.gcfinland.fi/>
- Grönroos, C. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOY Pro Oy
- Juntunen, A. Kysely mallikodin palvelujen tuotteistamisesta. Vastaanottaja: johanna.a.lehto@student.samk.fi. Lähetetty 30.9.2014 klo 11:23. Viitattu 7.10.2014.
- Jaakkola, Orava & Varjonen. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua, opas yrityksille, 2007. Helsinki: Tekes.
- Kaikille www-sivut. Viitattu 26.9.2014. Saatavissa: <http://www.kaikille.fi>
- Koivisto, M. 2011. Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Teoksessa S. Miettinen (toim.) Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy
- Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu – yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Teoksessa S. Miettinen (toim.) Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy
- Miettinen, S., Kalliomäki, A. & Ruuska, J. 2011. Palvelun konseptointi. Teoksessa S. Miettinen (toim.) Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy
- Hämäläinen, K., Vilka, H. & Miettinen, S. 2011. Asiakasymmärryksen ja käyttäjätiedon hankkiminen. Teoksessa S. Miettinen (toim.) Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy
- Parantainen, J. 2007. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Tuotteistaminen 10. Hämeenlinna: Karisto Oy.
- Parantainen, J. 2009. Tuotteistajan pikaopas 3.0. Noste Oy

Parantainen, J. 2010. Tuotteistaminen. 4. painos. Hämeenlinna: Talentum.

Petäjävaara, T. Yksikönjohtaja, Toimiva koti, DoMedi Oy. Helsinki. Puhelinhaastattelu 26.9.2014. Haastattelijana Johanna Lehto. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Roivainen, T. Kysely mallikodin palvelujen tuotteistamisesta. Vastaanottaja: johanna.a.lehto@student.samk.fi. Lähetetty 2.10.2014 klo 16:16. Viitattu 7.10.2014.

Service Compass Service Productizing © 2011 Service Performance Insight

Sipilä, J. 1996. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen. Porvoo: WSOY

Sipilä, J. 2003. Palvelujen hinnoittelu. Porvoo: WSOY

Palvelumuotoilun työkalupakki www-sivut, 2014. Viitattu 11.2.2015. Saatavissa: [http://sdt.fi >miksi\\_palvelumuotoilu.html](http://sdt.fi >miksi_palvelumuotoilu.html)

Reference for business www-sivut. Viitattu 22.2.2015.

Saatavissa: <http://www.referenceforbusiness.com/management/A-Bud/Benchmarking.html>

Törne, Karinharju, Kyngäs, Tupala, Jaakkola-Hesso & Myllymaa. (2011). Esteetöntä asumista – esteetöntä vapaa-aikaa – Sataesteetön-hankkeen loppuraportti. Pori: Satakunnan Ammattikorkeakoulu.

## LIITE 1

Sähköpostikysely mallikotiverkostossa toimivien esteettömien mallikotien vastuuhenkilöille:

Hyvä vastaanottaja,

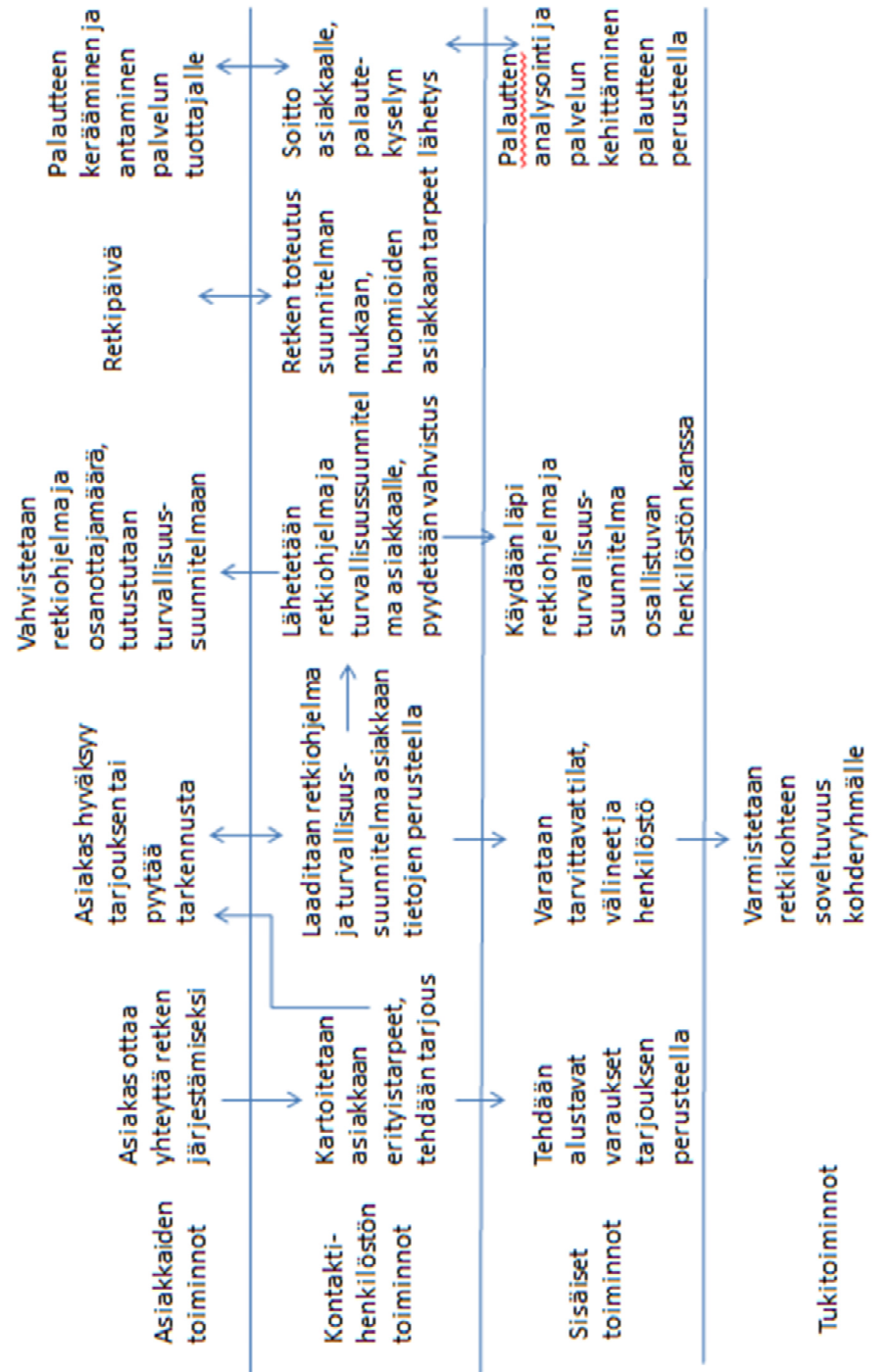
Olen Satakunnan ammattikorkeakoulun liiketalouden aikuissovelluksen opiskelija. Teen projektityönä SAMKin esteettömyys ja saavutettavuus -tutkimusryhmän osana toimivan Kaikkien koti -mallikodin tuotteistamista.

Osana projektityötä kartoitan, mitä palveluja vastaavissa mallikodeissa Suomessa on tarjolla ja miten näitä palveluja tuotetaan. Toivoisin, että Sinulla olisi pieni hetki aikaa vastata alla näkyviin muutamaaan kysymykseeni.

- 1) Mitä palveluja mallikotinne tarjoaa?
- 2) Minkä prosessin kautta palvelut on valittu, miten hinnoittelitte palvelut? (Miten tuotteistitte mallikodin)
- 3) Markkinoitteko palveluja alan yrityksille, yhdistyksille tai muille sidosryhmille aktiivisesti? Miten?
- 4) Miten palvelut tuotetaan? Onko teillä palkattu henkilö, joka vastaa mallikodin palveluista vai hoidetaanko palvelua muiden töiden ohella?
- 5) Mikä on tilan käyttöaste keskimäärin? Entä mitkä ovat eniten myydyt palvelut?

Retkipaketin palveluprosessin blueprint.

### Kaikkien Koti, retkipaketin palveluprosessi



## LIITE 3

Sähköpostikysely retkipaketin testaukseen osallistuneelle vastuopettajalle ja ohjaajalle sekä saadut vastaukset.

- 1) Miten mielestäsi retken valmistelut ja yhteydenpito retken järjestäjien kanssa sujui?

Opettajan sijainen Sirpa Grönvall vastasi kysymykseen: ”Asiaa oli valmisteltu ryhmämme opettajan kanssa. Järjestäminen siirtyi minulle, koska opettajamme jäi koko marraskuiksi pois töistä. En tiennyt asiasta etukäteen mitään. Soitettuani järjestävälle henkilölle sain paljon tietoa asiasta ja suunnitellun retkipäivän ohjelmasta. Sovimme myös alustavasti ryhmien kokoonpanot. Valmistelu sujui hyvin.”

- 2) Saitteko riittävästi ja tarpeellista tietoa?

Opettajan sijainen Sirpa Grönvall vastasi kysymykseen: ”Saimme riittävästi tietoa. Turvallisuussuunnitelma oli erinomaisesti laadittu, siitä saimme kaiken tarpeellisen tiedon. Tulostin sen myös mukaan lähtevälle ohjaajalle ja henkilökohtaisille ohjaajille. Itse en ehkä osannut kertoa tarpeeksi selkeästi hiitamman ryhmän eräästä naispuolisesta jäsenestä, joka on todella hidas liikkuja suuren ylipainonsa vuoksi. Hän ilmeisesti hidasti muiden menoa niin, että muille alkoi tulla jo kylmä odotellessa. Ehkä hän olisi tarvinnut ihan oman suunnitelman.”

- 3) Mikä jäi päällimmäisenä mieleen retkipäivästä?

Ohjaaja Jonathan Linnell vastasi kysymykseen: ”Erittäin miellyttävä ja mukava vastaanotto Kirjuriluodon parkkipaikalla, ja avustajien/oppaiden iloisuus ja hymyt.”

- 4) Mikä asia retkessä oli mielestäsi erityisen onnistunut?

Ohjaaja Jonathan Linnell vastasi kysymykseen: ”Kokonaisuutena, se oli erittäin hyvin tehty, suunniteltu meidän opiskelijoitamme ajatellen. Kuva rastit jotka annettiin jokaiselle opiskelijalle omansa, olivat toimiva ratkaisu.”

## 5) Vastasiko retkipäivä odotuksiasi?

Ohjaaja Jonathan Linnell vastasi kysymykseen: ”Minulla henkilökohtaisesti, ei ollut mitään erityisiä odotuksia, muuta kuin ulkoilua ja sitä sain koko päivän aikana riittämiin. Eli kyllä vastasi. Opiskelijat kaikki ainakin pitivät ulkoilusta ja rasteista, useammat tykkäsivät myös siitä voimaharjoittelu paikasta. Ja myös työntekijät saivat siitä ideoita omaan virkistytymispäiviensä ideointiin ja oman työhyvinvoinnin ylläpitämiseen.”

## 6) Suositteletko Kaikkien Kodin retkipalveluja muille ryhmille?

Ohjaaja Jonathan Linnell vastasi kysymykseen: ”Kyllä ehdottomasti, olen jo kertonut ja kehun retkipäivästä.”

## 7) Palvelusta on tarkoitus tehdä maksullinen lisäpalvelu Satakunnan ammattikorkeakoulun ja soteekin palvelutarjontaan. Olisitko valmis maksamaan tänään toteutetun retken tyyppisestä palvelusta?

Ohjaaja Jonathan Linnell vastasi kysymykseen: ”Olisin kyllä.”



## LIITE 4

Luovi pilottiryhmä  
Kirjurinluodon retkipäivä ti 24.11.2015

SAMKin esteettömyystyöryhmän kokoama palaute retkipäivän toteutumisesta ja sen valmistelusta

- Niina Inberg, Reetta-Kaisa Kuusiluoma ja Riikka Tupala

### **Alkuvalmistelut ennen retkeä**

Yhteydenpito ennen retkeä asiakasryhmän vetäjän kanssa tapahtui sekä puhelimitse että sähköpostitse. Ensimmäinen kontakti oli syys – lokakuun vaihteessa, jolloin ryhmän vetäjä tiedusteli retkipaketin sisältöä ja soveltuvuutta heidän ryhmilleen. Retken järjestäjä keräsi ensimmäisestä yhteydenotosta alkaen tietoa (ryhmän koko, osallistujien iät ja nimet, toimintakyky, mahdolliset toimintavälineet, kommunikointi, avustajien lukumäärä, ym.) ryhmistä, jotta retkien sisällön suunnittelu voitiin aloittaa. Myös retken ajankohdasta keskusteltiin ensimmäisen yhteydenoton aikana. Kyseessä oli ammatillisen erityisoppilaitoksen opiskelijaryhmä (8 hlö), jossa osallistujilla kaikilla on jokin erityisen tuen tarve. Suunnittelussa tuli kiinnittää erityisesti huomiota mm. asiakkaiden toiminnan ohjaukseen ja kommunikointiin, liikkumiseen sekä aktiviteettien soveltuvuuteen.

Lokakuussa retken järjestäjä sai tiedon, että asiakasryhmän vetäjä on vaihtunut. Tästä johtuen edellä esitetyt asiat käytiin uudestaan läpi uuden vetäjän kanssa. Samalla sovittiin myös retkipäivän tarkka ajankohta.

### **Reittien suunnittelu ja turvallisuussuunnitelman tekeminen**

Kun ryhmien taustatiedot ja retken tarkka ajankohta olivat tiedossa, oli mahdollista aloittaa retkikohteen ja retkien sisällön tarkempi suunnittelu. Retkipäivään osallistuvat asiakkaat päätettiin jakaa kahdeksi pienryhmäksi erilaisten toimintakykyjen vuoksi. Toisessa ryhmässä liikkuminen oli reippaampaa ja nopeampaa. Tämä vaikutti retkireittien ja aktiviteettien määrän suunnitteluun.

Retkikohteeksi valikoitui Porin Kirjurinluoto sen sijainnin ja siellä olevien toimintamahdollisuuksien vuoksi. Kohde oli järjestäjille entuudestaan tuttu, mutta sen lisäksi toimintamahdollisuuksista haettiin lisätietoja internetin kautta. Jos kohde ei olisi ollut järjestäjille entuudestaan tuttu, paikan päällä olisi pitänyt käydä tutustumassa (mm. kohteen saavutettavuus, reittivaihtoehdot, reittien kunto ja esteettömyys, toimintamahdollisuuksien kartoitus) hyvissä ajoin.

Järjestäjät kävivät paikan päällä viikkoa ennen varsinaista retkipäivää kulkemassa suunnitellut reitit läpi ja testaamassa reittien varrella olevien toimintamahdollisuuksien kunto ja soveltuvuus. Samalla varmistettiin reittien turvallisuus ja tehtiin lopulliset päätökset kuljettavista reiteistä. Lisäksi suunnitelluista tehtäväpisteistä otettiin valokuvat, joiden avulla ryhmäläisiä aktivoitiin tunnistamaan reittien varrella olevia tehtäväpisteitä.

Näiden jälkeen laadittiin lopullinen retkipäivän ohjelma sekä turvallisuussuunnitelma (liite 1). Turvallisuussuunnitelman pohjana käytettiin valmiiksi sitä varten laadittua lomaketta. Turvallisuussuunnitelma ja ohjelma toimitettiin kommentoitavaksi asiakasryhmän vetäjälle kuusi päivää ennen varsinaista retkipäivää. Samalla annettiin ohjeita säänmukaisesta pukeutumisesta. Tehdyt suunnitelmat hyväksyttiin ilman muutoksia. Muutoksia tuli ainoastaan kahden retkiin osallistuvan asiakkaan kohdalla

heidän osallistumisensa peruuntuessa. Heidän tilalleen tuli kuitenkin kaksi uutta asiakasta. Osallistujamuutokset eivät vaikuttaneet retkipäivän suunnitelmaan.

### **Retkien onnistuminen järjestäjien näkökulmasta**

Retkiin osallistuneet ryhmät lähtivät reippain mielin suunnitelluille reiteille ja osallistuivat omien kykyjensä mukaisesti erilaisiin aktiviteetteihin. Ryhmien mukana olleiden ohjaajien innokas ja positiivinen asennoituminen edisti retkien sujuvuutta. Se, että ohjaajat tietävät ryhmäläistensä erityispiirteet ja osaavat antaa heille tarvittavaa yksilöllistä ohjausta, teki retken toteuttamisesta helpompaa ja luontevampaa. Myös järjestäjät kokivat ohjaajien mukana olon hyvänä asiana, sillä asiakkaat eivät olleet entuudestaan tuttuja.

Ulkona pidettävissä retkissä on osattava varautua ja asennoitua säätilan muutoksiin. Retkipäivä sattuikin melko vilpoiselle ja lumiselle marraskuun aamulle, mikä asetti retkille uudenlaisen ulottuvuuden. Esimerkiksi kuntoilualueen laitteista poljettava pyörä oli jäänyt yöpakkasten vuoksi ja joidenkin laitteiden käytön aikana oli noudatettava erityistä varovaisuutta liukkaan lumen ja jään vuoksi. Vaaratilanteita tai kaatumisia ei sääolosuhteista huolimatta aiheutunut. Vallinneiden olosuhteiden vuoksi ja vaaratilanteiden välttämiseksi sekä järjestäjien että ryhmän ohjaajien tuli olla koko ajan valppaana ja esimerkiksi avustaa siirtymisissä ja liikkumisessa. Ryhmäläiset olivat varustautuneet retkeen lämpimin vaattein ja asustein.

Jälkimmäisen ryhmän osalta retkisuunnitelmaa jouduttiin muokkaamaan retken aikana. Kaksi toimintapistettä jätettiin kokonaan pois kun ryhmä osoittautui oletettua verkkaisemmaksi ja aikataulussa oli kuitenkin pysyttävä. Järjestäjät eivät kuitenkaan tuoneet esille retken aikana toteutettuja muutoksia, eikä se vaikuttanut ryhmäläisten toimintaan tai kokemukseen retken onnistumisesta.

### **Järjestäjien havaitsemat kehittämiskohteet**

Vaikka ryhmäläisistä saatiin etukäteen tiedot, olisi ollut hyödyllistä tutustua ryhmään ennen retkipäivää tai vielä tarkemmin saada tietää osallistujien aktiivisuudesta sekä toiminta- ja liikkumiskyvystä. Tämä olisi voinut vielä edesauttaa päivän aikataulun suunnittelua. Vaikka jälkimmäisen ryhmän osalta oli varauduttu verkkaisempaan etenemiseen ja lyhyempään reittiin, silti kaikkea suunniteltua ei ehditty toteuttamaan. Hyvin suunnitellusta ohjelmasta ja saaduista osallistujatiedoista huolimatta on osattava varautua mahdollisiin muutoksiin ja hallittava tilannekohtainen toiminta.

Retkien toteuttamisajankohta (vuodenaika) ja vallitseva säätila vaikuttavat myös omalta osaltaan niiden suunnitteluun ja toteuttamiseen. Esimerkiksi ryhmät antoivat palautetta, että retken aikana olisi ollut mielekästä grillata tai muuten nauttia eväitä. Toteutuneen retkipäivän aikana tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista, sillä valitussa retkikohteessa ei kyseisenä vuodenaikana voinut hyödyntää alueen grillauspisteitä tai sisätiloja. Saatu palaute tullaan kuitenkin huomioimaan jatkossa retkipäiviä suunniteltaessa.

### **Retkipäivän jälkeinen yhteydenpito järjestäjän ja ryhmän vetäjän kanssa**

Järjestäjät ovat suunnitelleet toimittavansa esimerkiksi retkien aikana otettuja valokuvia ryhmäläisille, mutta tätä ei ole kuitenkaan vielä tehty.

## RETKI- JA TURVALLISUUSUUNNITELMA (palautteen liite 1)

### Ajankohta:

Tiistai 24.11.2015

Ryhmä 1 klo 8:30-10:30 (nopeampi ryhmä) / Ryhmä 2 klo 12:30-13:45 (hitaampi ryhmä)

**Paikkakunta:** Pori

### Tavoitteet:

Tavoitteena toteuttaa reippailu aamu- ja iltapäivä ammattiopisto Luovin kahdelle 4 hlön ryhmälle. Päivän tavoitteena on tutustuttaa ryhmä Kirjurinluodon alueeseen liikunnan keinoin. Päivä toteutetaan etenemällä kävelemällä paikasta toiseen. Matkan varrella hyödynnetään alueen monipuolisia mahdollisuuksia. Päivä sisältää mm. fyysistä kuntoa kehittävää harjoittelua (kävely, voimailu) sekä koordinaatiota ja tarkkuutta harjoittavia tehtäviä.

### Tapahtuman ajan toimivat vastuuhenkilöt:

Riikka Tupala ja Reetta-Kaisa Kuusiluoma, Satakunnan ammattikorkeakoulu

### Turvallisuuden ennakointi ja toteutus:

Alueeseen ja reitteihin on käyty tutustumassa 1 viikko ennen reippailupäivää. Reitit käydään tarkistamassa myös päivää ennen varsinaista reippailupäivää. Ryhmän mukana on ensiapulaukku. Avustajia on riittävä määrä kohderyhmään nähden. Päivästä on tehty myös riskiarviointi, joka löytyy tämän tiedoston kolmannelta sivulta.

### Kulkureitit ja arvioitu aika:

Kokoontuminen molempien ryhmien kanssa Rauman sillan jälkeen vasemmalla puolella olevalle P-alueelle (karttamerkinä 1). Katso kartta liitteenä.

### Ryhmä 1:

**klo 8:30** Tapaaminen Kirjurinluodon parkkipaikalla (karttamerkinä 1), esittäytyminen, päivän ohjelman esittely, materiaalien esittely, säännöt

**noin klo 8:45** lähdetään kävellen kohti Hanhipuiston lahoppuarhaa (karttamerkinä 2). Osallistujille on jaettu kuvia asioista, joita nähdään matkan varrella ja joiden kohdalle pysähdytään. Tarkoitus on, että osallistujat havainnoivat ympäristöä ja löytävät ennalta kuvatut kohteet. Lahoppuarhalla kerrotaan sen tarina.

Lahoppuarhaltä jatketaan matkaa kohti ensimmäisiä kuntoiluvälineitä (karttamerkinä 3). Reittinä käytetään karttaan merkittyä punaista reittiä. Samoin, kuin edellisessä kohdassa, osallistujat etsivät kohteen kuvan perusteella. Ohjaajat kuitenkin näyttävät, mitä reittiä käytetään.

**Noin 9:00** kuntoiluvälineiden kohdalla tehdään alkuverryttely, ja ohjaaja näyttää, mitä liikettä milläkin laitteella tehdään. Kiertoharjoitteluna noin 45 s /liike, reilu siirtymisaika. Tehdään 2 kierrosta. Ensimmäisillä laitteilla liikkeinä ovat tasapainoharjoittelu, reisilihaliike, käsipyörä, soutu ja taljaveto.

**Noin 9:30** Ensimmäisiltä laitteilta edetään seuraaville laitteille (karttamerkinä 4) ja toistetaan edellisen tapaan ohjaus ja kiertoharjoittelu. Toisella pisteellä liikkeinä ovat **Noin 9:45** jatketaan matkaa kuntoilulaitteilta takaisin kartassa punaisella merkittyä reittiä takaisin parkkialueen suuntaan jatkaen siitä matkaa kohti Kirjurinluodon liikennepuistoa (karttamerkinä 5). Matkalla tien ylitys, jossa noudatetaan erityistä varovaisuutta.

**Noin 10:00** Mahdollisesti pysähdytään Liikennepuiston kohdalla ja tarkastellaan liikennemerkkejä

**Noin 10:15** Jatketaan matkaa kohti kuusilabyrinttiä (karttamerkintä 6). Labyrintin kohdalla ensin jokainen etsii reitin ulkopuolelta keskelle. Kun reitti on löytynyt, pelataan hippa-peliä.

**Noin 10:30** jatketaan matkaa, joko suoraan parkkipaikalle (karttamerkintä 1) tai, jos aikaa on, pelataan tarkkuutta vaativaa ”Angry Birds” peliä Angry Birds leikkivälineiden kohdalla (karttamerkintä 7). Parkkialuetta kohden kävellessä matkalla tien ylitys, jossa noudatetaan erityistä varovaisuutta. Lopuksi käydään läpi fiilikset ja kiitetään päivästä.

## **Ryhmä 2:**

**klo 12:30** Tapaaminen Kirjurinluodon parkkipaikalla (karttamerkintä 1), esittäytyminen, päivän ohjelman esittely, materiaalien esittely, säännöt

**noin klo 12:45** lähdetään kävelen kohti Hanhipuiston lahoppuutarhaa (karttamerkintä 2). Osallistujille on jaettu kuvia asioista, joita nähdään matkan varrella ja joiden kohdalle pysähdytään. Tarkoitus on, että osallistujat havainnoivat ympäristöä ja löytävät ennalta kuvatut kohteet. Lahoppuutarhalla kerrotaan sen tarina.

Lahoppuutarhalla jatketaan matkaa kohti ensimmäisiä kuntoiluvälineitä (karttamerkintä 3). Reittinä käytetään karttaan sinisellä merkittyä reittiä. Samoin, kuin edellisessä kohdassa, osallistujat etsivät kohteen kuvan perusteella. Ohjaajat kuitenkin näyttävät, mitä reittiä käytetään.

**Noin 13:00** kuntoiluvälineiden kohdalla tehdään alkuverryttely. Ohjaaja näyttää, mitä liikettä milläkin laitteella tehdään. Kiertoharjoitteluna noin 45 s /liike, reilu siirtymisaika. Tehdään 2 kierrosta. Ensimmäisillä laitteilla liikkeinä ovat tasapainoharjoittelu, reisilihaliike, käsipyörä, soulu ja taljaveto.

**Noin 13:30** jatketaan matkaa kuntoilulaitteilta takaisin kartassa sinisellä merkittyä reittiä parkkialueen suuntaan jatkaen siitä matkaa kohti hiekka-aluetta (karttamerkintä 8), jossa pelataan ”Angry Birds” peliä, jos aikaa on. Lopuksi käydään läpi fiilikset ja kiitetään päivästä.

Suunnitelmaa sovelletaan tarpeen mukaan, mikäli ryhmä esimerkiksi etenisi suunniteltua nopeammin tai hitaammin. Ryhmän mukana kulkee maastopyörätuoli, jota voidaan käyttää tarvittaessa lepäämiseen. Matkan varrella on myös istuimia.

## **Kohderyhmä ja osallistujien kokonaismäärä:**

Ammattiopisto Luovin opiskelijaryhmä 8 hlöä + ohjaajat.

Kokonaismäärä:

Ryhmä 1: 10 hlöä

Matti Inkinen, Tarmo Hautala, Heidi Hiukka, Esa Virtanen + hlökunnasta Jonathan Linnell ja Heidi Sukanen (Matin henk.koht. ohjaaja). SAMKista Riikka Tupala, Reetta-Kaisa Kuusiluoma, Niina Inberg ja Johanna Lehto

Ryhmä 2: 10 hlöä:

Kari Pihlaja, Henri Saine, Joel Ojala, Emmi Tervämäki + hlökunnasta Jonathan Linnell ja Johanna Nieminen (Joelin henk.koht. ohjaaja). SAMKista Riikka Tupala, Reetta-Kaisa Kuusiluoma, Niina Inberg ja Johanna Lehto

## **Tapahetken kulusta vastaa:**

Riikka Tupala, Satakunnan ammattikorkeakoulu

Reetta-Kaisa Kuusiluoma, Satakunnan ammattikorkeakoulu

## **Turvallisuussuunnitelmasta vastaavat henkilöt:**

Riikka Tupala, Satakunnan ammattikorkeakoulu

Reetta-Kaisa Kuusiluoma, Satakunnan ammattikorkeakoulu

### **Keskeisimmät yhteistyökumppanit:**

Satakunnan ammattikorkeakoulu

Ammattiopisto Luovi

### **PUHELINNUMEROITA:**

Riikka Tupala 044 710 3486

Reetta-Kaisa Kuusiluoma 044 710 3852

Sirpa Grönvall 040 319 3800

Kaikki hälytykset (poliisi, palokunta, ambulanssi): 112

Lähin terveyskeskus: Porin kaupunginsairaala, Pääterveysasema 1. krs, Maantiekatu 31, Ma-to klo 8-16

### **RISKIKARTOITUS**

Vakavuus, esiintymisen todennäköisyys ja riskikerroin on arvioitu luvuilla yhdestä kolmeen. Yksi tarkoittaa epätodennäköisyyttä. Kaksi tarkoittaa mahdollisuutta. Kolme tarkoittaa todennäköistä riskiä.

Todennäköisyys:

1 = Hyvin epätodennäköistä, ei voida kuitenkaan sulkea pois.

2 = Mahdollista, mutta ei todennäköistä.

3 = Mahdollista ja todennäköistä.

<b>Mahdollinen riski</b>	<b>Esiintymisen todennäköisyys</b>	<b>Toimenpiteet</b>
<b>Kaatuminen tai tasapainon menetys, puutoaminen</b>	3	Suurin todennäköisyys kuntoiluvälineiden kohdalla. Avustajat ovat apuna laitteisiin siirtymisessä ja tukena tarvittaessa. Siirtymiset tehdään rauhassa. Mahdollinen rannan läheisyydessä kulkevalla polulla. Polkua ei käytetä, jos se on mutainen ja liukas.
<b>Avustajan tapaturma</b>	2	Mukana ensiapulaukku.
<b>Laiteviat</b>	1	Kuntoiluvälineiden kunto tarkistettu viikkoa ennen retkipäivää. Tarkistus vielä retkeä edeltävänä päivänä.
<b>Liian haastava reitti</b>	2	Ryhmän 2 kanssa kierretään lyhyempi reitti. Maasto on koko reitillä tasainen, Polsan reitin rannan polulla loivaa nousua/laskua. Ohjaajat kuljettavat mukana maastopyörätuolia, jota käytetään tarvittaessa.



## Kaikkien Kodin tuotekortit

## YRITYKSET

Ohje sisäiseen käyttöön

## ESTEETTÖMIÄ KOTEJA KAIKILLE

Esteettömyys osataan huomioida aikaisempaa paremmin julkisten tilojen suunnittelussa, se olisi kuitenkin helposti huomioitavissa myös kotien kalustesuunnittelussa kun suunnittelijalla on riittävästi osaamista ja tietoa esteettömyyttä lisäävistä vaihtoehdoista. Esteettömyyden ei pitäisi olla korostettava erityispiirre kodin kiintokalusteita hankittaessa ja kodin sisustusta suunniteltaessa, vaan ennemminkin luonteva osa hyvää suunnitelmaa. Näin koti toimii kaikille turvallisena ympäristönä, eikä suurempia erityisjärjestelyjä vaadita kun elämäntilanteet muuttuvat.

### *Kenelle?*

Koulutus on suunnattu kodin kiintokalusteita myyvien yritysten suunnittelijoille ja myyjille sekä sisustussuunnittelijoille. Koulutus auttaa yrityksiä palvelemaan asiakkaitaan paremmin ja huomioimaan esteettömyyttä tukevat vaihtoehdot työssään.

### *Miksi?*

Koulutuksen avulla yritykset voivat palvella paremmin asiakkaitaan ja myyjät/suunnittelijat pystyvät paremmin ottamaan huomioon esteettömyyttä tukevat vaihtoehdot suunnittelussa ja myyntityössä. Koulutus antaa paremmat eväät tunnistaa asiakkaan mahdolliset erityistarpeet ja huomioimaan esteettömyyden näkökulmasta kestävän kehityksen ratkaisut, jotka toimivat asiakkaan eri elämäntilanteissa.

### *Miten toteutetaan?*

Koulutusta markkinoidaan kohderyhmälle, ja mahdollisiin asiakkaisiin ollaan yhteydessä, pyydetään mahdollisuutta kertoa koulutuksen sisällöstä tarkemmin. Koulutus toteutetaan Satakunnan Ammattikorkeakoulun Täydennyskoulutuskeskuksen kautta, käytännössä ilmoittautumiset koulutukseen hoidetaan kuten muihinkin oppilaitoksen järjestämiin koulutuksiin. Osallistujayrityksen kanssa tehdään koulutus sopimus ja koulutus toteutetaan Kaikkien Kodissa, kodin asiantuntijoiden toimesta. Koulutuksessa opiskelijat saavat työkaluja ja ohjeita esteettömyyden huomioimiseen tavallisten kotien ja tilojen suunnittelussa. Ratkaisuja haetaan jo valmiisiin kohteisiin sekä uudisrakennuksiin.

Opetus voi koostua tietyistä määrästä moduleita, eli aihekokonaisuuksia. Kun modulit on suunniteltu, voidaan palvelua tarvittaessa räätälöidä näiden modulien avulla asiakas kohtaisesti. Tarkemman opetuksellisen sisällön ja laajuuden suunnittelee SAMKin esteettömyys ja saavutettavuus tutkimusryhmä. Koulutus järjestetään aluksi kerran vuodessa, mikäli kysyntää koulutukselle on, voidaan myöhemmin miettiä useampia koulutuksia, esimerkiksi yksi syksyllä ja toinen keväällä.

Koulutusta järjestetään joko yksittäisistä ammattilaisista koostuvalle opiskelijaryhmälle, tai yhdelle yritykselle räätälöitynä koulutuspaketina. Räätälöidyn koulutuspaketin suunnittelussa asiakkaan kanssa käydään läpi koulutuksen sisältö (perusraamit aina samat molemmissa vaihtoehdoissa, painotusta moduulien kesken voidaan vaihdella), valitaan asiakkaan näkökulmasta tärkeät painotukset sekä selvitetään asiakkaan aikataulu koulutukselle. Selvitettäviä asioita ovat:

- Osallistujamäärä
- Pidetäänkö koulutus asiakkaan tiloissa vai Kaikkien Kodissa?
- Mikä on yrityksen toimiala, ovatko asiakkaat kuluttaja- vai yritysasiakkaita?
- Muut koulutuksen kannalta olennaiset tiedot yrityksen toiminnasta
- Mikä on osallistujien pääasiallinen työtehtävä?
- Onko joukossa sekä suunnittelijoita että myyjiä?
- Mikä on asiakkaan toivoma aikataulu koulutukselle?

#### **Tarjouksen laatiminen ja asiakashuolenpito**

Kun yksityiskohdat on kartoitettu, asiakkaalle lähetetään tarjous koulutuksesta. Asiakkaalle soitetaan kun tarjous on lähtenyt ja varmistetaan että tämä on saanut tarjouksen. Ennen tarjouksen umpeutumisaikaa soitetaan uudelleen ja pyritään saamaan vahvistus tilaukselle. Kun vahvistus on saatu, asiakkaalle lähetetään sopimus allekirjoitettavaksi. Ennen koulutuksen käynnistymistä asiakkaalle soitetaan ja varmistetaan henkilömäärä, ja muut olennaiset tiedot koulutuksen onnistumiseksi, mikäli asiakkaan kanssa ei muuten ole näistä käyty keskustelua.

Koulutuksen päätyttyä osallistujille tai koulutuksen tilaajalle lähetetään tyytyväisyys/palautekysely, jossa kartoitetaan, miten asiakkaan näkökulmasta tilaisuus onnistui, tulisivatko uudelleenkin ja voisivatko ajatella suositteluvansa vastaavanlaista koulutusta tai Kaikkien Kodin palveluja myös muille.

#### *Hinta*

Koulutuksen hinta määritellään kun opetuksen kesto ja sisältö hahmottuvat. Hinnoittelussa vaihtoehtoina ovat €/henkilö tai jos yritys haluaa kouluttaa koko henkilökuntansa, kurssille räätälöidään €/yritys –hintaa, joka perustuu osanottajamäärään.

#### *Palvelun markkinointi- ja myyntikanavat*

Yrityksille suunnattua tuotetestauspalvelun markkinointikanavat:

- [www.samk.fi/kaikkienkoti](http://www.samk.fi/kaikkienkoti) –nettisivut
- osallistutaan messuille, kuten Hyvä Ikä –messut, Apuvälinemessut sekä Rakennus- ja vapaa-aika messut joko omalla osastolla tai käymällä messuilla ja verkostoitumalla
- osallistutaan SAMKin tilaisuuksiin ja tapahtumiin, kuten Hyvinvointiteknologian seminaariin mm. järjestämällä tapahtumiin osallistuville mahdollisuus tutustua Kaikkien Kotiin.
- lisäksi hyödynnetään sähköpostitse tehtävää suoramarkkinointia kohderyhmän asiakkaille



## Konsultointi- ja koulutuspalvelut ammattilaisille

---

### *Kenelle?*

Alan ammattilaisille, kuten fysioterapeuteille ja hoitotyöntekijöille. Konsultointipalvelua tarjotaan myös erityisoppilaitoksille, joiden on mahdollista tilata Kaikkien Kodista itsenäistä asumista tukeva koulutus opiskelijoilleen.

### *Miksi?*

Ammattilaisille suunnatut konsultointipalvelut auttavat alalla toimivia henkilöitä palvelemaan paremmin omia asiakkaitaan. Hoitoalan ammattilainen pääsee tutustumaan uusiin toimintavälineisiin ja innovaatioihin asiantuntijan opastamana ja kehittämään omaa ammattitaitoaan osallistumalla ammattilaisille suunnattuun toimintavälinekoulutukseen.

Fysioterapeutin tullessa asiakkaan kanssa yhdessä vierailulle Kaikkien Kotiin, tällä on käytössään ja kokeiltavanaan useita vaihtoehtoja toimintavälineistä, eikä ammattilaisen tarvitse pitää mallikappaleita omassa toimipisteessään.

Opettaja saa käyttöönsä kodinomaisen tilan, jossa opiskelijoiden on mahdollista harjoitella itsenäistymistä ja kotiaskareita turvallisesti ja ohjatusti. Vastaavan tilan järjestäminen oppilaitokseen olisi kallista ja tilaa vievää.

### *Miten toteutetaan?*

#### **Toimintavälinekoulutus:**

Koulutus on pääasiassa 1 illan mittainen tietoisuus ammattilaisille. Koulutusta markkinoidaan kohderyhmään kuuluville yrityksille. Mahdollisiin asiakkaisiin ollaan yhteydessä ja pyydetään mahdollisuutta kertoa koulutuksen sisällöstä tarkemmin. Koulutus toteutetaan Satakunnan Ammattikorkeakoulun Täydennyskoulutuskeskuksen kautta, käytännössä ilmoittautumiset koulutukseen hoidetaan kuten muihinkin oppilaitoksen järjestämiin koulutuksiin. Osallistujayrityksen kanssa tehdään koulutussopimus ja koulutus toteutetaan Kaikkien Kodissa, kodin asiantuntijoiden toimesta.

Kaikkien Kodin asiantuntijat suunnittelevat koulutuksen sisällön koulutuskohtaisesti. Koulutuksen aikana osallistujat saavat työkaluja ja käytännön ohjeita omiin työtekniikoihin liittyen. Koulutuksessa käydään läpi myös toimintavälineiden oikea käyttö niin, että ammattilainen pystyy ohjaamaan myös omaa asiakastaan toimintavälineen käytössä ja valinnassa.

**Itsenäisen asumisen koulutus:**

Oppilaitoksille tarjottava, itsenäistä asumista tukeva koulutus toteutetaan yhteistyössä asiakasorganisaation opettajien kanssa. Opetuksessa hyödynnetään Kaikkien Kodin ympäristöä itsenäisen asumisen harjoittelussa. Kaikkien Koti tarjoaa opiskelijoiden ja opettajien käyttöön tilan ja toimintavälineet sekä mahdollisuuden harjoitella turvallisessa ympäristössä kodin normaalitoimintojen käyttöä. Kaikkien Kodin asiantuntijat opastavat ja valmentavat toimintavälineiden käytössä. Lisämaksullisena palveluna asiantuntijat voi ostaa myös toimimaan opettajina tietyillä oppilaitoksen kursseilla. Ennen koulutuksen toteuttamista selvitetään opiskelijoiden ikä, ryhmän koko, osallistujien toimintaedellytykset sekä tilaajan edellytykset koulutukselta.

**Konsultointikäynti:**

Ammattilainen voi varata konsultointikäynnin asiakkaalleen. Käyntiä varattaessa selvitetään asiakkaan erityistarpeet ja ammattilaisen ajatukset asiakkaalle tarjottavista vaihtoehdoista. Kaikkien Kodin asiantuntija huolehtii konsultointikäynnin toteutuksesta asiakkaan toiveiden mukaisesti, aikaa käyntiin varataan 1 – 2 tuntia.

*Hinta*

Ammattilaisille suunnatut koulutukset hinnoitellaan sisällön ja osallistujamäärän mukaisesti hinnoittelumallia hyödyntäen. Konsultointikäynneillä on tuntihinta.

*Palvelun markkinointi- ja myyntikanavat*

Konsultointi- ja koulutuspalveluja markkinoidaan seuraavien kanavien kautta:

- [www.samk.fi/kaikkienkoti](http://www.samk.fi/kaikkienkoti) –nettisivut
- painetut tai sähköiset yleisesitteet, joissa palvelusta kerrotaan. Esitteitä jaetaan esimerkiksi yhdistyksiin ja kuntien sosiaalitoimiin.
- osallistutaan messuille, kuten Hyvä Ikä –messut, Apuvälinemessut sekä Rakennus- ja vapaa-aika messut joko omalla osastolla tai käymällä messuilla ja verkostoitumalla
- osallistutaan SAMKin tilaisuuksiin ja tapahtumiin, kuten Hyvinvointiteknologian seminaariin mm. järjestämällä tapahtumiin osallistuville mahdollisuus tutustua Kaikkien Kotiin.

## LÄHDETÄÄN RETKELLE! - luontoretkiä ja hemmottelua kaikille

---

Porin alueella on monia ainutlaatuisia luontokohteita, joihin on esteetön kulku, näistä viimeisimpänä valmistunut Yyterin lietteiden luontopolku ja lintutornit. Kaikkien Koti tarjoaa erilaisille ryhmille retkipaketteja, joiden suunnittelussa ja toteutuksessa on huomioitu esteettömyys ja saavutettavuus.

### *Kenelle?*

Kaikkien kodin ryhmäretkiä markkinoidaan ryhmille, joissa osa tai kaikki ryhmän jäsenistä tarvitsevat jonkinlaista tukea osallistuakseen luontoretkelle. Retket on suunniteltu niin, että retkelle voi osallistua kuka tahansa, mutta erityisesti myös liikuntarajoitteiset ryhmän jäsenet. Retkien markkinointi on suunnattu suomalaisille erityiskouluille, vammaisryhmille ja vanhusryhmille.

### *Miksi?*

Useamman liikuntarajoitteisen henkilön ryhmän on haasteellista löytää luontoretkikohdetta, sillä resurssit ryhmän jäsenten avustamiseen eivät aina ole riittävät. Kaikkien Kodin ryhmäpaketteihin on mahdollista sisällyttää tarvittava määrä opiskelija-avustajia ja liikkumista helpottavia apuvälineitä. Näiden avulla retki voidaan toteuttaa turvallisesti ja mielekkäästi koko ryhmälle. Alan ammattilaiset ovat suunnitelleet retket niin, että niistä on helppo valita juuri oman ryhmän kiinnostuksen ja jaksamisen mukainen retki.

### *Miten toteutetaan?*

Ryhmän ottaessa yhteyttä retken järjestämiseksi, selvitetään tarjouksen laatimista varten ensin, minkälaisesta ryhmästä on kyse ja mistä asioista ryhmän jäsenet ovat erityisesti kiinnostuneita. Retkestä riippumattomia selvitettäviä asioita ovat mm:

- ryhmän koko
- erityispiirteet
- retkikohde
- retken ajankohta ja kesto
- tarjoilut (kahvi, lounas)
- avustajatarve
- apuvälinetarve

*Retkivaihtoehdot:***1) Esteetön retki Yterin lietteille tai Kirjuriin**

Retkipäivät varataan Satakunnan Ammattikorkeakoulun Soteekin kautta, Soteekin henkilökunta huolehtii tarvittavat varaukset (apuvälineet, tilat, opiskelijat, tarjoilu) yhteistyössä Kaikkien kodin henkilökunnan kanssa.

Asiakas huolehtii itsenäisesti kuljetuksen retkipaikalle. Kaikkien Kodin henkilökunta ja sopimuksen mukainen määrä opiskelijoita ja tarvittavat apuvälineet saapuvat sovitusti retkipaikalle. Ennen tarjouksen lähettämistä on syytä tarkastaa Porin kaupungin vapaa-aikavirastolta, että reitti on käyttökunnossa.

Luontoretkeen voidaan yhdistää ruokailu kaikkien kodissa, ruokailun ajan opiskelijat toimivat edelleen ryhmän avustajina. Ryhmän omat ohjaajat voivat halutessaan tilata erikseen tietoiskun esteettömistä ratkaisuista sekä tutustua Kaikkien Kodin ratkaisuihin ja apuvälineisiin. Lisäpalvelut hinnoitellaan erikseen.

**Hinnoittelu**

Luontoretki on kestoaltaan joko ½ päivän tai koko päivän kestävä retki. Retken osallistujamäärä on 10 – xx henkeä, peruspalvelut hinnoitellaan henkilömäärän mukaan, xx €/henkilö. Peruspalvelun hintaan sisältyy Kaikkien kodin asiantuntijan opastus ja tarvittavat apuvälineet. Lisämaksusta järjestetään lounas- tai kahvitarjoilu sekä tarvittavat opiskelija-avustajat. Lisäpalveluiden hinnoitteluun vaikuttaa ulkopuolisten palveluntarjoajien hinnoittelu.

**2) Reippailua ja rentoutumista**

Reippailua ja rentoutumista –retki on parin tunnin kaupunkiretki, jossa ensin ulkoillaan Diakoniapuiston esteettömällä metsäpolulla ja ulkoilun jälkeen nautitaan Kaikkien Kodissa kahvit pienen herkkupalan kera. Retken päätteeksi ryhmän jäsenet saavat ennakoon sovitun mukaisen rentouttavan hoidon (käsihieronta, hiusten laitto tms...) joka toteutetaan opiskelijoiden avulla. Kun ryhmän jäsenet pääsevät nauttimaan hemmottelusta, ohjaajilla tai ryhmän vetäjillä on mahdollisuus tutustua Kaikkien Kodin toimintaan ja apuvälineisiin sekä saada tietoa tuoreimmista ratkaisuista oman työn helpottamiseksi.

Retken kohderyhmää ovat julkiset ja yksityiset vanhainkodit, yhdistykset ja yksityiset ryhmät. Kaupunkiretkä suunniteltaessa huomioidaan ryhmän tarpeet ja ulkoilu sekä muut aktiviteetit suunnitellaan ryhmän toiveiden mukaan.

**Hinnoittelu**

Reippailua ja rentoutumista –paketti toteutus kestää noin 2 tuntia (?) Paketti hinnoitellaan ryhmän koon ja erityistarpeiden mukaan. Paketin hinta on. vähintään xx €/henkilö, jolloin pakettiin sisältyy ohjaaja, tilavuokra ja kahvitarjoilu.

**Tarjouksen laatiminen ja asiakahuolenpito**

Tarjousta laadittaessa on huomattavaa, että retken perushintaan ei sisälly tarjoiluita tai ylimääräisiä avustajia, nämä on hinnoiteltava erikseen asiakkaan tarpeen mukaan. Jo tarjousvaiheessa on syytä huolehtia, että alustava varaus retkestä merkitään varauskirjaan tai muuhun vastaavaan järjestelmään, jotta mahdollisilta päällekkäisiltä varauksilta vältytään. Ruokailuja tai muita ulkopuolisia palveluja hinnoiteltaessa on muistettava ensin pyytää tarjous palveluntuottajalta ja varmistaa palvelun saatavuus.

Asiakkaalle soitetaan kun tarjous on lähtenyt ja varmistetaan että tämä on saanut tarjouksen. Ennen tarjouksen umpeutumisaikaa soitetaan uudelleen ja pyritään saamaan vahvistus tilaukselle. Asiakkaan vahvistettua tilauksen, asiakkaalle lähetetään sopimus allekirjoitettavaksi. Kun retkijankohtaan on aika viikko, asiakkaalle soitetaan ja varmistetaan henkilömäärä, ja muut olennaiset tiedot tilaisuuden onnistumiseksi, mikäli asiakkaan kanssa ei muuten ole näistä käyty keskustelua.

Ryhmä tavataan retkikohteessa tai Kaikkien Kodissa, jos retkelle lähdetään Kaikkien Kodista. Kaikkien Kodin asiantuntija huolehtii että paikalla on sovitun mukaiset apuvälineet sekä avustajat, koordinoi avustajien toimintaa ja tarvittaessa opastaa ryhmän omia ohjaajia. Kaikkien Kodin asiantuntija opastaa asiakkaita retkikohteessa.

Retken jälkeen asiakkaalle lähetetään tyytyväisyys/palautekysely, jossa kartoitetaan, miten asiakkaan näkökulmasta retki onnistui, tulisivatko uudelleenkin ja voisivatko ajatella suosittellevansa tutustumiskäyntejä tai Kaikkien Kodin palveluja myös muille.

*Palvelun markkinointi- ja myyntikanavat*

Tutustumiskäyntejä markkinoidaan seuraavien kanavien kautta:

- [www.samk.fi/kaikkienkoti](http://www.samk.fi/kaikkienkoti) –nettisivut
- painetut tai sähköiset mainokset tai esitteet, joita jaetaan mm. yhdistyksille, hoitolaitoksiin ja alueen kuntien vanhuspalveluihin.
- osallistutaan messuille, kuten Hyvä Ikä –messut, Apuvälinemessut sekä Rakennus- ja vapaa-aika messut joko omalla osastolla tai käymällä messuilla ja verkostoitumalla
- osallistutaan SAMKin tilaisuuksiin ja tapahtumiin, kuten Hyvinvointiteknologian seminaariin mm. järjestämällä tapahtumiin osallistuville mahdollisuus tutustua Kaikkien Kotiin.
- lisäksi hyödynnetään sähköpostitse tehtävää suoramarkkinointia kohderyhmän asiakkaille
- retkipaketteja on tarjottu myös Porin Seudun Matkailu Oy:n palveluvalikoimiin, jolloin paketit näkyvät myös [www.maisa.fi](http://www.maisa.fi) –verkkosivuilla.

## KÄYTTÖKOKEMUKSESTA POTKUA TUOTEKEHITYKSEEN

### *Kenelle?*

Kaikkien Koti tarjoaa kotiin ja asumiseen liittyvien tuotteiden valmistajille, kehittäjille ja jälleenmyyjille prototyyppeihin tai jo olemassa olevien tuotteiden testauspalvelun. Testattavia tuotteita voivat olla vaikkapa erilaiset arkea helpottavat apuvälineet tai kodin esteettömyyttä edistävät ratkaisut..

### *Miksi?*

Yritys hyötyy testauspalvelusta saamalla asiantuntevasti kerättyä käyttäjäpalautetta tuotteestaan tuotekehitystyön vauhdittamiseksi sekä näkyvyyttä tuotteelle ja yritykselle sen oman kohderyhmän potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa. Testauspalvelun avulla voidaan selvittää esimerkiksi tuotteen helppokäyttöisyyteen, kestävyysyteen tai toimintoihin liittyviä kehityskohtia.

Testiryhmät muodostetaan asiakkaan toivomusten mukaan Kaikkien Kodin kävijöistä, kuten

- 2. asteen ja ammattikorkeakoulun opiskelijat mm. sosiaali- ja terveydenhuoltoalalta ja rakennusosalta, myös SAMKin esteettömyyskartoittaja –opiskelijoita voidaan hyödyntää tuotetestauksessa
- seurat ja yhdistykset, kuten reumayhdistys, eläkeläiset
- oppilaitoksen tilaisuuksiin tai tapahtumiin osallistuvat asiantuntijaryhmät (Kv-viikko, hyvinvointiteknologia-seminaari)
- matkailijaryhmät
- koululaiset, yksityishenkilöt
- alan ammattilaiset

### *Valmiit paketit valintaa helpottamaan*

Palvelun laajuus on valittavissa neljästä vaihtoehdosta

#### **1) Yleinen tuotetestaus ja kirjallinen kooste saadusta palautteesta**

Testaus toteutetaan etukäteen sovitun aikavälin aikana keräämällä Kaikkien Kodin asiakkailta käyttäjäkokemuksia ja palautetta tuotteeseen liittyen. Asiantuntija kokoaa palautteet ja laatii niistä kirjallisen koosteen asiakkaalle.

#### **2) Testaus valitulla kohderyhmällä ja kirjallinen kooste saadusta palautteesta**

Tuotetestaukseen valitaan asiakkaan määrittelyn perusteella sopiva kohderyhmä. Asiakas päättää, miten laajana tuotetestaus toteutetaan. Asiantuntija valvoo tuotetestauksen, kokoaa saadun palautteen ja laatii kirjallisen koosteen asiakkaalle.

**3) Testaus valitulla kohderyhmällä, asiakkaan asiantuntija osallistuu testaukseen ja kerää palautteen**

Kaikkien Koti järjestää tilat ja testausryhmän asiakkaan tuotetestausta varten. Tuotetestaukseen osallistuva testausryhmä valitaan asiakkaan määrittelyn perusteella, asiakas päättää myös sen, miten laajalla testiryhmällä tuotetestaus toteutetaan. Asiakkaan oma asiantuntija valvoo tuotetestauksen, kokoaa saadun palautteen sekä laatii yhteenvedon.

**4) Testaus valitulla kohderyhmällä, Kaikkien Kodin asiantuntija kerää ja analysoi palautteen sekä antaa kehitysehdotukset.**

Kaikkien Koti järjestää tilat ja testausryhmän asiakkaan tuotetestausta varten. Tuotetestaukseen osallistuva testausryhmä valitaan asiakkaan määrittelyn perusteella, asiakas päättää myös sen, miten laajalla testiryhmällä tuotetestaus toteutetaan. Asiantuntija valvoo tuotetestauksen, kokoaa saadun palautteen, analysoi sen ja antaa palautteen perusteella kehitysehdotukset asiakkaan tuotekehitykselle.

*Valitulla paketilla on yksi hinta***Palvelun tuottaminen Kaikkien Kodissa**

Asiakkaan ottaessa yhteyttä tilataksaan tuotetestauspalvelu, asiantuntijan tehtävä on selvittää asiakkaan tarpeet; perustiedot testattavasta tuotteesta, tuotetestauksen laajuuden sekä asiakkaan aikataulun tuotetestauksen toteuttamisesta. Tämän jälkeen asiantuntija ehdottaa sopivaa tuotepakettia.

Kun asiakkaan kanssa on laadittu sopimus, jossa sovitaan tuotetestauksen pääkohdat, asiantuntija hankkii testausryhmän, varaa tarvittavat tilat sekä huolehtii tuotetestauksen toteuttamisesta.

Tuotetestauksen jälkeen asiantuntija kokoaa palautteen ja toimittaa sen asiakkaalle sovitulla tavalla, esimerkiksi sähköpostitse tai tapaamalla asiakkaan ja käymällä läpi saatu palaute. Koottu palaute toimitetaan aina asiakkaalle kirjallisena.

**Palvelun hinnoittelu**

Palvelun kustannus on xxx € / testattava tuote. Hinta sisältää valikoidun testiryhmän tuotetestauksen (x kk tai xx kpl) sekä palautteen tuotetestauksesta kirjallisena.

**Palvelun markkinointi- ja myyntikanavat**

Yrityksille suunnattua tuotetestauspalvelun markkinointikanavat:

- [www.samk.fi/kaikkienkoti](http://www.samk.fi/kaikkienkoti) –nettisivut
- osallistutaan messuille, kuten Hyvä Ikä –messut, Apuvälinemessut sekä Rakennus- ja vapaa-aika messut joko omalla osastolla tai käymällä messuilla ja verkostoitumalla
- osallistutaan SAMKin tilaisuuksiin ja tapahtumiin, kuten Hyvinvointiteknologian seminaariin mm. järjestämällä tapahtumiin osallistuville mahdollisuus tutustua Kaikkien Kotiin.
- lisäksi hyödynnetään sähköpostitse tehtävää suoramarkkinointia kohderyhmän asiakkaille

## ESTEETTÖMYYS TUTUKSI –vierailut Kaikkien Kodissa

---

### *Kenelle?*

Opastetut tutustumiskäynnit on suunniteltu opiskelijaryhmille, omaishoitajaryhmille, yhdistyksille ja muille ryhmille. Mahdollisia asiakkaita ovat esimerkiksi Sosiaali- ja terveysalan oppilaitokset, alan yritykset, Satakunnan sairaanhoitopiiri, lounaisen Suomen kaupunkien sosiaalityö ja vanhuspalveluyksiköt sekä yhdistykset. Tutustumiskäynnin aikana kerrotaan esteettömistä ratkaisuista kotona sekä tutustutaan ja testataan arkea helpottavia apuvälineitä.

### *Miksi?*

Erilaisia apuvälineitä ja arkea helpottavia ratkaisuja kehitetään jatkuvasti, esteettömien ratkaisujen ja itselle parhaiten sopivien apuvälineiden löytämistä auttaa, kun niitä pääsee itse kokeilemaan. Ryhmät saavat tutustumiskäynnillä tietoa esteettömistä ratkaisuista ja löytävät apua arjen toiminnan haasteisiin. Opiskelijaryhmien osalta vierailut tukevat ammatillisen osaamisen kasvattamista, omaishoitajat löytävät keinoja helpottaa läheisen tai omaa arkea. Kaikkien kodin henkilökunnalla on tuorein tieto esteettömistä ratkaisuista, joten ryhmä saa yhdellä käynnillä asiantuntijan opastuksen, mahdollisuuden tutustua ratkaisuihin sekä kokeilla niitä käytännössä.

### *Miten toteutetaan?*

Ryhmän ottaessa yhteyttä tutustumiskäynnin järjestämiseksi, selvitetään tarjouksen laatimista varten ensin, minkälaisesta ryhmästä on kyse ja mistä asioista ryhmän jäsenet ovat erityisesti kiinnostuneita. Selvitettäviä asioita ovat mm:

- ryhmän koko
- erityispiirteet
- tutustumiskäynnin ajankohta
- tarjoilut (kahvi, lounas)
- avustajatarve

### **Tarjouksen laatiminen ja asiakashuolenpito**

Tarjoustaan laadittaessa on huomattavaa, että tutustumiskäynnin perushintaan ei sisälly tarjoiluita tai ylimääräisiä avustajia, nämä on hinnoiteltava erikseen. Jo tarjousvaiheessa on syytä huolehtia, että alustava varaus tutustumiskäynnistä merkitään varauskirjaan tai muuhun vastaavaan järjestelmään, jotta mahdollisilta päällekkäisiltä varauksilta vältytään.

Asiakkaalle soimitaan kun tarjous on lähtenyt ja varmistetaan että tämä on saanut tarjouksen. Ennen tarjouksen umpeutumisaikaa soimitaan uudelleen ja pyritään saamaan vahvistus tilaukselle. Asiakkaan vahvistettua tilauksen, asiakkaalle lähetetään sopimus allekirjoitettavaksi. Kun



tutustumiskäyntiin on aika viikko, asiakkaalle soitetaan ja varmistetaan henkilömäärä, ja muut olennaiset tiedot tilaisuuden onnistumiseksi, mikäli asiakkaan kanssa ei muuten ole näistä käyty keskustelua.

Ryhmän saapuessa Kaikkien Kotiin, kodin asiantuntija ottaa ryhmän vastaan ja esittelee kodin toimintaa lyhyesti. Tämän jälkeen tutustumiskäynti toteutetaan asiakkaan kanssa sovitun painotuksen mukaisesti.

Tutustumiskäynnin jälkeen asiakkaalle lähetetään tyytyväisyys/palautekysely, jossa kartoitetaan, miten asiakkaan näkökulmasta tilaisuus onnistui, tulisivatko uudelleenkin ja voisivatko ajatella suosittellevansa tutustumiskäyntejä tai Kaikkien Kodin palveluja myös muille.

### *Hinta*

Tutustumiskäynnin hinnoittelu perustuu osallistujamäärään ja tarvittaviin lisäpalveluihin.

### *Palvelun markkinointi- ja myyntikanavat*

Tutustumiskäyntejä markkinoidaan seuraavien kanavien kautta:

- [www.samk.fi/kaikkienkoti](http://www.samk.fi/kaikkienkoti) –nettisivut
- painetut tai sähköiset mainokset tai esitteet, joita jaetaan mm. oppilaitoksiin, yhdistyksiin ja kuntien sosiaalitoimiin.
- osallistutaan messuille, kuten Hyvä Ikä –messut, Apuvälinemessut sekä Rakennus- ja vapaa-aika messut joko omalla osastolla tai käymällä messuilla ja verkostoitumalla
- osallistutaan SAMKin tilaisuuksiin ja tapahtumiin, kuten Hyvinvointiteknologian seminaariin mm. järjestämällä tapahtumiin osallistuville mahdollisuus tutustua Kaikkien Kotiin.
- lisäksi hyödynnetään sähköpostitse tehtävää suoramarkkinointia kohderyhmän asiakkaille

## TERVETULOA KAIKKIEN KOTIIN! - Maksuttomat vierailut Kaikkien Kodissa

Esteettömyys ja helppokulkuisuus ovat jokaisessa kodissa tärkeitä ja turvallisuutta luovia tekijöitä, kodin asukkaista riippuen esteetön asuinympäristö on joissain tilanteissa jopa kotona asumisen edellytys. Kaikkien Koti tarjoaa yksityishenkilöille mahdollisuuden tutustua kodinomaisessa ympäristössä esteettömiin ratkaisuihin, henkilökunta auttaa asiakasta oikeiden ratkaisujen valinnassa ja halutessaan asiakas voi hankkia toimivat apuvälineet Kaikkien kodista.

### *Kenelle?*

Erityisesti yksityishenkilöille, perheille ja läheisille, kun elämäntilanne muuttuu ja apuvälineillä voidaan arkea helpottaa, mutta Kaikkien kodin aukioloaikoina kotiin ovat tervetulleita tutustumaan kaikki.

### *Miksi?*

Kaikkien Kodin ratkaisuista voi saada ideoita oman kodin korjaukseen ja remontointiin sekä hyviä vinkkejä arkea helpottavista apuvälineistä. Kotiin on helppo tulla itsenäisesti tutustumaan, tarvittaessa Kaikkien Kodin henkilökunnalta saa myös opastusta esimerkiksi apuvälineiden käytössä ja hankinnassa.

### *Miten toteutetaan?*

Koska kuka tahansa voi tulla tutustumaan Kaikkien Kotiin sen aukioloaikoina, on tärkeää, että aukioloaikaan on henkilökuntaa paikalla ja valmiudessa myös auttamaan asiakasta. Tämän tutustumiskäynnin aikana on hyvä jutella asiakkaan tarpeista ja mahdollisesti tarjota tälle myös maksullista henkilökohtaista neuvontakäyntiä.

### *Hinta*

Tutustumiskäynti on maksuton.

### *Palvelun markkinointi- ja myyntikanavat*

Tutustumiskäyntejä markkinoidaan seuraavien kanavien kautta:

- [www.samk.fi/kaikkienkoti](http://www.samk.fi/kaikkienkoti) –nettisivut
- painetut tai sähköiset yleisesitteet, joissa palvelusta kerrotaan. Esitteitä jaetaan esimerkiksi yhdistyksiin ja kuntien sosiaalitoimiin.
- osallistutaan messuille, kuten Hyvä Ikä –messut, Apuvälinemessut sekä Rakennus- ja vapaa-aika messut joko omalla osastolla tai käymällä messuilla ja verkostoitumalla
- osallistutaan SAMKin tilaisuuksiin ja tapahtumiin, kuten Hyvinvointiteknologian seminaariin mm. järjestämällä tapahtumiin osallistuville mahdollisuus tutustua Kaikkien Kotiin.

## APUA ARKEEN – henkilökohtaiset neuvontakäynnit Kaikkien Kodissa

Esteettömyys ja helppokulkuisuus ovat jokaisessa kodissa tärkeitä ja turvallisuutta luovia tekijöitä, kodin asukkaista riippuen esteetön asuinympäristö on joissain tilanteissa jopa kotona asumisen edellytys. Kaikkien Koti tarjoaa yksityishenkilöille mahdollisuuden tutustua kodinomaisessa ympäristössä esteettömiin ratkaisuihin, henkilökunta auttaa asiakasta oikeiden ratkaisujen valinnassa ja halutessaan asiakas voi hankkia toimivat apuvälineet Kaikkien kodista.

### *Kenelle?*

Yksityishenkilöille, perheille ja läheisille suunnattu henkilökohtainen neuvontapalvelu auttaa niissä tilanteissa, kun oma tai läheisen elämäntilanne on muuttunut, liikkuminen tai tavalliset arkiaskeleet ovat syystä tai toisesta hankaloituneet. Palvelun kohderyhmää ovat esimerkiksi sairauden tai onnettomuuden kautta vammautuneet henkilöt ja heidän omaisensa sekä vanhukset, jotka voivat asua kotonaan, kun oikeat turva- ja apuvälineet arkeen löydetään.

### *Miksi?*

Kun elämäntilanne muuttuu sairastumisen tai ikääntymisen myötä, erilaisista apuvälineistä saa helpotusta arkeen. Tarpeiden selvittäminen ja oikeiden apuvälineiden valinta on helpompaa, kun vaihtoehtoihin saa tutustua rauhassa ja asiantuntijan opastuksella. Kaikkien kodissa voi sekä tuotetta tarvitseva että hänen läheisensä testata tuotteita ja opetella niiden oikeanlaista käyttöä sekä ostaa tarvitsemansa tuotteet. Kaikkien kodin henkilökunta auttaa ja neuvoo myös muutostöiden ja lupahakemusten kanssa, kun kotia on tarve muuttaa esteettömäksi.

### *Miten toteutetaan?*

Neuvontakäynnille varataan aikaa noin 1 tunti, asiakas voi tulla käynnille yksin, omaisen kanssa tai vaikka sosiaalityöntekijän tai fysioterapeutin kanssa. Neuvontakäynnille varataan aika etukäteen, kun asiakas varaa aikaa, selvitetään seuraavat asiat:

- käynnin ajankohta ja osallistujien lukumäärä
- avun tarve yleisellä tasolla, onko asiakas kiinnostunut apuvälineistä vai esteettömistä ratkaisuista
- onko asiakkaalla tarve remontoida asuntoa

Yksityishenkilön neuvontakäynti on tuntihinnoiteltu. Asiakkaalle kerrotaan käynnin hinta hänen varatessa aikaa. Kun neuvonta-aika on sovittu, tehdään tarvittavat varaukset varauskirjaan tai muuhun vastaavaan järjestelmään, jotta mahdollisilta päällekkäisiltä varauksilta vältytään.

Asiakkaan saapuessa Kaikkien Kotiin, kodin asiantuntija esittelee kodin toimintaa lyhyesti ja tämän jälkeen neuvontakäynti toteutetaan asiakkaan kanssa sovitun painotuksen mukaisesti.

Neuvontakäynnin jälkeen asiakkaalle lähetetään tyytyväisyys/palautekysely, jossa kartoitetaan, miten asiakkaan näkökulmasta käynti onnistui, saiko asiakas tarvitsemansa avun ja jäikö jokin asia vielä askarruttamaan.

#### *Hinta*

Neuvontakäynti on tuntihinnoiteltu.

#### *Palvelun markkinointi- ja myyntikanavat*

Tutustumiskäyntejä markkinoidaan seuraavien kanavien kautta:

- [www.samk.fi/kaikkienkoti](http://www.samk.fi/kaikkienkoti) –nettisivut
- painetut tai sähköiset mainokset tai esitteet, joita jaetaan mm. oppilaitoksiin, yhdistyksiin ja kuntien sosiaalitoimiin.
- osallistutaan messuille, kuten Hyvä Ikä –messut, Apuvälinemessut sekä Rakennus- ja vapaa-aika messut joko omalla osastolla tai käymällä messuilla ja verkostoitumalla
- osallistutaan SAMKin tilaisuuksiin ja tapahtumiin, kuten Hyvinvointiteknologian seminaariin mm. järjestämällä tapahtumiin osallistuville mahdollisuus tutustua Kaikkien Kotiin.
- lisäksi hyödynnetään sähköpostitse tehtävää suoramarkkinointia kohderyhmän asiakkaille

## Hinnittelupohja

## HINNOITTELULOMAKE - KAIKKIEN KOTI

Tarjottava palvelu: \_\_\_\_\_



HENKILÖSTÖKULUT						HINNOITTELU, EI SIS. ALV		
kuukausipalkan jakaja:		159						
sivukulujen määrä (%):		50 %						
Työntekijä	palveluun käyt. aika	palkka/kk	palkka/h	palkkakulu/tilaisuus	sivukulut	palkkakulu yhteensä	kate %	myyntihinta
Työntekijä 1	2	2600	16,35	32,70	16,35	49,06	30 %	64,0
Työntekijä 2	2	2600	16,35	32,70	16,35	49,06	30 %	64,0
Työntekijä 3	2	2600	16,35	32,70	16,35	49,06	30 %	64,0
Työntekijä 4	2	2600	16,35	32,70	16,35	49,06	30 %	64,0
Henkilöstökulut yhteensä:						196,23		256,0

TILAKUSTANNUKSET						HINNOITTELU, EI SIS. ALV		
Tilan maksimikäyttöaika keskim./kk		252 tuntia (21 pv, 12h/pv)						
Tilan neliömäärä		200						
Tilan käyttökustannus	palvelun käyttöaika	kulu/kk	kulu/h	kulu yht./tilaisuus	Tilan käyttöaste	kulu yhteensä	kate %	myyntihinta
Kaikkien koti-tila	2	2000	7,94	15,87	50 %	63,49	30 %	83,0
Siivous	2	500	1,98	3,97	50 %	15,87	30 %	21,0
Muut laskenn. Kulut					50 %		30 %	
Muut tilaan liitt. Kulut					50 %		30 %	
Tilakulut yhteensä:						79,37		104,0

OPISKELIJATYÖ						HINNOITTELU, EI SIS. ALV		
Opiskelijatyön hinta	palveluun käyt. aika	Opiskelijan palkkio/h	Muu kulu 1/h	Muu kulu 2/h	Opiskelija kulu yht.	Opiskelija-kulu yht.	kate %	myyntihinta
Opiskelija 1					0	0		0,0
Opiskelija 2					0	0		0,0
Opiskelija 3					0	0		0,0
Opiskelija 4					0	0		0,0
Opiskelija 5					0	0		0,0
Opiskelija 6					0	0		0,0
Opiskelijatyön hinta yht:						0		0,0

APUVÄLINEVUOKRAT						HINNOITTELU, EI SIS. ALV			
Apuväline	vuokra-aika (min. 1 pv)	hankinta-kustannus	käyttöaika/k k	keskim.		Käyttöaste	sisäinen		
				v	käyttöaika/p		hinta/pv	kate %	myyntihinta
Apuväline 1	1	3000	24	720	10 %	41,67	70 %	71,0	
Apuväline 2	1	3000	24	720	20 %	20,83	150 %	53,0	
Apuväline 3	1	3000	24	720	30 %	13,89	50 %	21,0	
Apuväline 4	1	3000	24	720	40 %	10,42	70 %	18,0	
Apuvälinevuokrat yht:						86,81		163,0	

OSTOPALVELUT						HINNOITTELU, EI SIS. ALV		
Palvelu	Palvelun myyjä	á-hinta	kpl	yhteensä	ostohinta, ei sis. alv.	kate %	myyntihinta	
Kahvi/tee	Amica	1,5	20	30,00	30,00	30 %	39,0	
Kahvileipä	Amica		2	40,00	40,00	30 %	52,0	
lounas	Amica	7	20	140,00	140,00	30 %	182,0	
kuljetus	Porin Linjat	300	1	300,00	300,00	30 %	390,0	
					0,00	0 %	0,0	
Ostopalvelut yht:						510,00		663,0
Palvelupaketin hinta yhteensä, ALV 0 %						872,40		1186,00

Osallistujamäärä: 20      Hinta/hlö: 60

ALV      24 %      284,64

Kokonaishinta, sis alv: 1470,70