

Digitaalisen palvelun kehittäminen vakuutusyhtiöiden matkavakuutusliike- toiminnalle

Arto Horttanainen
Anna Latvala

2017 Laurea

Laurea-ammattikorkeakoulu

Liiketalouden koulutus
Opinnäytetyö
Tammikuu, 2018

Digitaalisen palvelun kehittäminen vakuutusyhtiöiden matkavakuutusliiketoiminnalle

Vuosi 2018 Sivumäärä 53

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, minkälaisia palveluita matkavakuutuksen omaava henkilö kokee tarvitsevansa helpottaakseen oikean hoidon löytämistä matkan aikana. Tavoitteena oli kehittää tapa, joka helpottaa matkustajia löytämään oikeaa hoitoa heidän matkustaessaan kotimaassa tai ulkomailla. Tavoitteena oli kehittää digitaalinen palvelu matkustajille lievän tapaturman tai sairauden sattuessa matkan aikana, kun sairastuessa ei ole normaalia turvaverkkoa eikä edes yhteistä kieltä palveluntarjoajien kanssa. Koko hankkeen tavoitteena toimeksiantajalla on kaupallistaa vakuutusyhtiöille digitaalinen palvelu, joka parantaa yhtiöiden asiakaspalvelua, helpottaa yhtiöiden asiakkaiden asiointia ulkomailla sekä pienentää matkavakuutuksien korvauksista vakuutusyhtiöille aiheutuvia välittömiä ja välillisiä kuluja.

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa tuotoksena on toimeksiantajalle uusi digitaalinen palvelu ja siihen liittyvät jatkokehitysehdotukset.

Tietoperustassa keskityttiin digitalisaatioon palveluntuotannossa sekä palvelumuotoilun tuomiin lähestymistapoihin uusia palveluja kehitettäessä. Nykyisissä palveluissa todettiin kehittämiskohteita, joita pyrittiin parantamaan käyttäjälähtöisen ideoinnin avulla. Palvelumuotoilun yhteiskehittämisen menetelmistä valittiin aivoriihi-menetelmä. Aivoriihimenetelmää hyödyntäen kerättiin joukko kehittämisideoita, joita hyödynnettiin uuden digitaalisen palvelun suunnittelemisessa.

Aivoriihimenetelmällä kerättyjä ideoita ja tietoperustaa yhdistelemällä muodostettiin palvelusta visuaalinen kuvaus. Visuaalinen kuvaus sisältää sovelluksen kehittämistä varten luodut vaatimusmäärittely-kuvaukset, jotka hyödyttävät toimeksiantajaa tulevaisuudessa uuden digitaalisen palvelun luomisessa ja sovelluksen kaupallistamisessa.

Jatkokehitysehdotuksina suositeltiin prototyypin rakentamista ja sen testaamista matkustajaryhmällä suositussa matkakohteessa. Prototyypin tulisi sisältää kaikki olennaiset toiminnot kuten karttasovelluksen, lääkäriasemien ja apteekkien paikannuksen ja käännöspalvelun. Prototyyppiä toimeksiantaja pystyy hyödyntämään sovelluksen jatkokehityksessä.

Development of a digital service to travel insurance business

Year	2018	Pages	53
------	------	-------	----

The aim of this thesis was to find out what kind of services a person needs in order to find the right treatment in case of an injury or illness while traveling. The aim was to develop a way, which makes it easier for passengers to find the right treatment for their condition while traveling domestically or internationally. The aim was to develop a digital service for passengers in the event of a minor or moderate injury or illness during a trip, when the traveler doesn't have their normal safety net nor a common language with the service providers. The goal of the whole project is to commercialize a digital service for insurance companies that will enhance customer service, facilitate the transactions of customers abroad, as well as to reduce the direct and indirect costs arising from the compensations to insurance companies.

This thesis is a functional thesis, in which the output is a new digital service and related further development proposals.

The data basis focused on digitalization, service design and the ways to develop new services with service design. It was found that the current services need development, which was sought to improve by user-driven inspiration. Brainstorming method was selected from the co-creation methods among service design. The brainstorming method created a set of ideas that were used in the development of a new digital service.

Ideas from the brainstorming were connected with the data basis and a visual form of the service was made. That includes requirements specification images, that the commissioner of the thesis can use in the future while creating the new digital service and prepare to commercialize the application.

Further development proposals were the construction of a prototype and its testing in one travel group at a popular destination. The prototype should include all the essential functions such as map application, positioning of the doctors and hospitals and pharmacies and a translation service. The commissioner of the thesis can utilize the prototype in the further development of the application.

Keywords: digitalization, digital services, service design.

Sisällys

1	Johdanto	7
2	Digitaalisen palvelun suunnitteleminen toimeksiantaja yritykselle	8
2.1	Nykytila	8
2.2	Tavoite	8
2.3	Toimenpiteet	9
2.4	Tulokset ja analyysi	9
3	Digitalisaatio ja digitaaliset palvelut	9
3.1	Teknologian kehitys	10
3.2	Digitaalisten palvelujen kehittämisen haasteet	10
3.3	Mobiiliteknologia ja internetin käyttö mobiilisti	11
3.3.1	Mobiilikanavan roolin ja käytön erityispiirteet	11
3.3.2	Mobiilisovellukset	12
3.3.3	Käyttäjystävällisyys, käyttökokemus ja käytettävyys	12
4	Mobiilisovellus	13
4.1	Käyttöjärjestelmät	14
4.1.1	Android	14
4.1.2	iOS	14
4.1.3	Windows Phone	15
4.2	Sovelluksen kehittäminen	15
4.2.1	Suunnittelu	16
4.2.2	Prototyypointi	17
4.2.3	Testaus	17
5	Vakuutusliiketoiminta	18
5.1	Matkavakuutukset	18
5.2	Matkavakuutuksen käsitteet	19
5.3	Asiakaspalvelu vakuutuslalla	20
5.4	Tämänhetkinen palvelurakenne	20
5.4.1	Turva	21
5.4.2	LähiTapiola	21
5.4.3	OP (Pohjola Vakuutus)	21
5.5	Suomalaisten matkailu	22
6	Palvelumuotoilu	23
6.1	Palvelumuotoilun tavoitteet	23
6.2	Prosessi	25
6.2.1	Määrittelyvaihe	26
6.2.2	Tutkimusvaihe	27
6.2.3	Suunnitteluvaihe	28

	6.2.4	Palvelutuotantovaihe	28
6.3		Palvelumuotoilun menetelmän valinta	29
	6.3.1	Kehitysideoiden muodostaminen aivoriihimenetelmällä	30
	6.3.2	Aivoriihen toteutumissuunnitelma	31
7		Työpajan toteutus	32
	7.1	Omat ja kuullut kokemukset	33
	7.1.1	Hyviä asioita nykytilassa	33
	7.1.2	Huonoja asioita nykytilassa	34
	7.2	Tapahtumaketju ihannetilanteessa	35
	7.3	Palvelun kehittäminen	36
	7.4	Palaute	38
8		Palvelun kuvaus	38
	8.1	Vaatimusmäärittely	38
	8.1.1	Sovelluksen käyttöönotto	38
	8.1.2	Kirjautuminen	39
	8.1.3	Hätänumeroon soitto	40
	8.1.4	Aloitusruutu	40
	8.2	Sovelluksen käyttäminen ja sisältö	41
	8.2.1	Omat tiedot	41
	8.2.2	Löydä hoito	42
	8.2.3	Tulkkaus	43
	8.2.4	Oma lääkitys	43
	8.2.5	Matkavakuutus kortti	44
	8.2.6	Hyviä ohjeita	45
9		Arviointi	45
		Lähteet	48
		Kuviot	52
		Kuvat	53

1 Johdanto

Työllistymisen trendit kaikissa niin sanotuissa kehittyneissä maissa näyttävät siirtyvän pois valmistuksesta, rakentamisesta, kaivostoiminnasta ja maanviljelystä kohti palveluliiketoimintoja, mukaan lukien kauppa, rahoitus, kuljetus sekä ammatilliset ja julkiset palvelut. Osittain tämä johtuu siitä, että valmistus ja muut alat ovat kehittyneet niin tehokkaiksi ja automatisoiduiksi, että ne työllistävät harvoja kun taas palvelut ovat asiakaspinnassa laaja-alaisesti työllistäviä. Kehittyneimmissä maissa, kuten Yhdysvallat ja Britannia, palvelut muodostavat kolme neljäsosaa varallisuudesta sekä 85 prosenttia työvoimasta, silti tiedämme suhteellisen vähän innovaatioiden hallinnasta tällä sektorilla. Palvelujen kriittinen rooli yhteiskunnassa on laajalti tunnustettu, mutta palveluinnovaatiot ovat vähemmän ymmärrettyjä. (Bessant & Tidd 2015, 330.)

Vaatimukset digitaalisten kuluttajapalvelujen suhteen ovat viimeisten vuosien aikana kasvaneet merkittävästi ja digitalisaatiolla on mahdollistettu täysin uudenlainen liiketoiminnan kehittäminen. Kuluttaja on luonteeltaan kärsimättömämpi ja hänen odotusarvonsa palvelulta on korkeampi. Kehittyneempi teknologia, monipuolisemmat laitevalikoimat ja kuluttajien kasvava tietoisuus alan mahdollisuuksista pakottavat yrityksiä kehittämään palvelujaan jatkuvasti uusilla tavoilla. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22-33.)

Digitaalisten palvelujen kehittäminen on vaikeaa ja moniulotteista, mutta haasteiden tunnistaminen tehostaa kehitystyön toteuttamista. Toimintatapoja eri yrityksissä ei kuitenkaan helposti lähdetä muuttamaan. Toimintatapojen muuttaminen lähtee liikkeelle yritysjohdon toimesta muuttaa yrityksen ajatustapaa. Näistä syistä on myös tavallista, ettei yrityksessä muisteta ottaa huomioon tuotteen tai palvelun loppukäyttäjiä, joiden mielipiteitä tulisi kuulla jo suunnitteluvaiheessa. (Filenius 2015, 192-198.) Tästä syystä onkin tärkeää, että asiakaslähtöisyys otetaan huomioon jo lähdettäessä suunnittelemaan digitaalista palvelua. Tämän opinnäytetyön tuloksena kehitetyn palvelun tulisi myös helpottaa vakuutusyhtiöiden asiakaspalvelua ja madaltaa korvauspalveluiden kulurakenteita.

Palvelumuotoilun tavoitteena on täydellinen asiakastyytyväisyys. Osaamisalana palvelumuotoilu on kasvava ja kiinnostus siihen on Suomessa suuri. Ihmiset haluavat helpottavia ratkaisuja elämään ja ratkaisuja etsitään yhä useammin palveluista tavaroiden sijaan, mikä johtaa yksittäisten tavaroiden merkityksen laskuun sekä siihen, että yritysten on tarjottava kokonaisvaltaisia ratkaisuja asiakkailleen heidän tarpeidensa mukaisesti. (Tuulaniemi 2011, 11-18.)

Toiminnallisella opinnäytetyöllä tarkoitetaan vaihtoehtoista tapaa tehdä ammattikorkeakoulun tutkimuksellinen opinnäytetyö. Toiminnallisella opinnäytetyöllä tavoitellaan käytännön

opastamista, ohjeistamista, toiminnan kehittämistä tai järjeistämistä. Kyseessä voi esimerkiksi olla messuosaston toteuttaminen tai palvelun tuottaminen. (Vilkka & Airaksinen 2003, 9-12.) Toiminnallisessa opinnäytetyössä on tärkeää, että käytännön toteutus yhdistyy siitä tehtyyn raportointiin, joka on tehty tutkimusviestinnän tavoin. Tuotoksena on aina konkreettinen tuote, siksi raportissa tulee käydä läpi tavat, joilla tähän konkreettiseen tuotokseen on tultu. (Vilkka & Airaksinen 2003, 51-61.)

Vilkan (2006) mielestä ammattikorkeakoulun opinnäytetyön laajuus ei anna ajallisia mahdollisuuksia tehdä toimintatutkimusta. Toimintatutkimus on ajallisesti vaativaa tutkimusta koska se edellyttää pitkäaikaista aktiivista havainnointia, aktivointia tutkimuskohteessa, haastatteluiden ja muun materiaalin keräämistä tutkimusaineistoksi sekä muutokseen ja vaikuttavuuteen pyrkivää tieteellistä kirjoittamista. Se on toimintatutkimuksen käytön rajoite laajuudeltaan suppeissa opinnäytteissä. Profiloituminen toiminnalliseen opinnäytetyöhön toimintatutkimuksen sijaan ei tarkoita, etteikö toiminnallisella opinnäytetyöllä olisi ammatillista, jopa yhteiskunnallista, vaikuttavuutta kehittämiskohteessaan.

2 Digitaalisen palvelun suunnitteleminen toimeksiantaja yritykselle

Toiminnallisen opinnäytetyön toimeksiantajana on suomalainen konsulttiyritys, Lexatum Consulting Oy, jonka tavoitteena on kaupallistaa vakuutusyhtiöille suunnattu digitaalinen asiakaspalvelu-konsepti.

2.1 Nykytila

Tällä hetkellä yrityksellä ei ole palvelusta olemassa prototyyppiä, vaan he haluavat asiakaslähtöisen tuotekehityksen kautta rakentaa kaupallistettavan palvelun.

2.2 Tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää vakuutusyhtiöiden asiakaspalvelua uudella digitaalisella palvelulla. Työn tavoitteena oli suunnitella palvelu, joka auttaa matkavakuutuksen omaavaa henkilöä matkan aikana. Palvelun avulla henkilö voi sijaintinsa perusteella löytää oikeaa hoitoa relevantilta palveluntarjoajalta priorisoiden tahoja, jonka kanssa hänen vakuutusyhtiöllään on sopimus.

Koko hankkeen tavoitteena toimeksiantajalla on kaupallistaa vakuutusyhtiöille digitaalinen palvelu, joka parantaa yhtiöiden asiakaspalvelua, helpottaa yhtiöiden asiakkaiden asiointia ulkomailla sekä pienentää matkavakuutuksien korvauksista vakuutusyhtiöille aiheutuvia välittömiä ja välillisiä kuluja.

Opinnäytetyön laadullisina tavoitteina ovat teoriaan ja ideointimenetelmään perustuva luotettava ja laadukas analysointi tulevan palvelun ominaisuuksista, tekijöiden oman ammattitaidon kehittäminen ja yhteyttä vakuutusyhtiöiden nykyisen palvelurakenteen kehittämiseen.

Määrällisinä tavoitteina ovat riittävä joukko osallistujia ideointitapahtumaan sekä kattava määrä teoriaan ja ideoihin pohjautuvia palvelun ominaisuuksia, joita voidaan hyödyntää tulevaa digitaalista palvelua rakennettaessa.

Opinnäytetyö rajataan koskemaan käyttäjälähtöistä palvelunkehittämistä palvelumuotoilun menetelmin ja niitä hyödyntäen sovelluksen Beeta-version kehittämistä ja toimittamista toimeksiantajalle.

2.3 Toimenpiteet

Opinnäytetyön ensimmäinen vaihe oli tietoperustan selvittäminen ja kirjoittaminen. Sen jälkeen selvitimme palvelumuotoilun teorian kautta menetelmiä digitaalisen palvelun rakentamiseen. Kutsut työpaja -iltaan lähetettiin mahdollisille osallistujille, joiden vahvistus selvisi viikkoa ennen suunnitelmaseminaaria. Työpajan jälkeen seurasi tuloksien analysointivaihe, jolloin muodostimme selkeän kuvan työpajan tuloksista ja sen pohjalta visuaalisen kuvauksen tulevasta palvelusta.

2.4 Tulokset ja analyysi

Koko työpaja -vaihe taltioitiin havainnoiden ja valokuvien, joita käytimme hyödyksi analysoidessamme tuloksia ja muodostaessamme visuaalista kuvausta palvelusta. Analyysi pohjautui ideointitiimien tuloksiin ja ajatuksiin. Analysoinnin tuloksena on visuaalinen palvelun kuvaus, joka johtaa digitaalisen palvelun rakentamiseen.

3 Digitalisaatio ja digitaaliset palvelut

Digitalisaatio on sana, jolle ei vielä löydy yhtä oikeaa, yksiselitteistä määritelmää. Valtiovarainministeriö (2015) määrittelee digitalisaatiolla palvelujen sähköistämistä, uudistusta toimintatapoihin sekä sisäisten prosessien digitalisoimista. Digitalisaatio näkyy useimmiten verkkokauppoina, verkkosivustoina, mobiilisovelluksina ja muina asiointipalveluina. Sen avulla syntyy uusia liiketoimintamalleja, palveluja, tuotteita ja prosesseja, joiden avulla sekä yritys että tämän asiakkaat hyötyvät kehityksestä. Digitalisaatiossa käyttäjälähtöisyys ja asian tarkastelu asiakkaan näkökulmasta korostuu. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22-33.)

Vaatimukset digitaalisten kuluttajapalvelujen suhteen ovat viimeisten vuosien aikana kasvaneet merkittävästi ja digitalisaatiolla on mahdollistettu täysin uudenlainen liiketoiminnan kehittäminen. Kuluttaja on luonteeltaan kärsimättömämpi ja hänen odotusarvonsa palvelulta on

korkeampi. Kehittyneempi teknologia, monipuolisemmat laitevalikoimat ja kuluttajien kasvava tietoisuus alan mahdollisuuksista pakottavat yrityksiä kehittämään palvelujaan jatkuvasti uusilla tavoilla. Palvelujen ja tietojärjestelmien kehittäminen vaatii suuria investointeja ja henkilöresursseja kehitysvaiheessa, mutta digitalisaatiolla saattaa myös olla suuria mahdollisuuksia luoda yrityksille säästöjä. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22-33.)

3.1 Teknologian kehitys

Teknologian kehitys on mullistanut useita toimialoja ja perinteisen liiketoiminnan rakenteet ovat jo muuttuneet ja muuttuvat kaiken aikaa. Talouden muutosvoimana digitalisaatio ulottuu kaikille elämän osa-alueille ja kaikille toimialoille. Ilmiöstä syntyy internet-taloutta ja toiminta yrityksissä muuttuu globaalimmaksi. Digitalisaatio tukee kasvua, mutta vähentää nykyisen työvoiman tarvetta. Toisaalta vaikutus kokonaisvaltaiseen arvoketjuun palvelutuottajien kesken on suuri. Suomalaisten yritysten muutosstrategioista 18 prosenttia piti digitalisaatiota lähtökohtana vuonna 2015. Norjassa ja Ruotsissa vastaava luku oli lähes 50 prosenttia. Suomessa on edellytykset uusien digitaalisten palveluiden luomiselle ja Suomi on muiden pohjoismaiden mukana digibarometrin kärkimaita, mutta Suomessa ei tilaisuuksiin osata tarttua muiden pohjoismaiden tapaan. Suomen suurimpana ongelmana lienee organisaatioiden ja toimintatapojen muutoksen hidaskäynnin eteneminen, vaikka laitteita ja ohjelmistoja Suomessa on hyvin tarjolla. Tämän seurauksena suomalainen kuluttaja päätyy usein ostoksille ulkomaiseen verkkokauppaan. Suomalaiset yritykset ovat lisäksi varovaisia suuntaamaan toimintaansa kansainvälisille markkinoille. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015; Digile, Liikenne- ja viestintäministeriö, Tekes, Teknologiateollisuus ja Verkkoteollisuus 2015; Kaupan liitto, Liikenne- ja viestintäministeriö, Tekes, Teknologiateollisuus ja Verkkoteollisuus 2016.)

3.2 Digitaalisten palvelujen kehittämisen haasteet

Digitaalisten palvelujen kehittäminen on vaikeaa ja moniulotteista, mutta haasteiden tunnistaminen tehostaa kehitystyön toteuttamista. Toimintatapoja eri yrityksissä ei kuitenkaan helpposti lähdetä muuttamaan. Toimintatapojen muuttaminen lähtee liikkeelle yritysjohdon halusta muuttaa yrityksen ajatustapaa. Kokonaiskuvan muodostaminen muutosten yhteydessä on haastavaa, koska kyseessä on vaatimusten, aikataulutuksen, vastuunjaon ja kustannusten tasapainottelu. Suunnitteluvaiheessa ideointi on usein korkealentoista, eivätkä projektit tämän takia toteudu. Haastetta lisää toteuttamisen vaikeus esimerkiksi aiempien teknologia- tai järjestelmävalintojen takia, jolloin integroiminen uuden idean kanssa ei luonnistu. Haasteina voidaan nähdä myös yleinen muutosvastarinta ja kiire. Näistä syistä on myös tavallista, ettei yrityksessä muisteta ottaa huomioon tuotteen tai palvelun loppukäyttäjää, jonka mielipiteitä tulisi kuulla jo suunnitteluvaiheessa. (Filenius 2015, 192-198.)

3.3 Mobiiliteknologia ja internetin käyttö mobiilisti

Maailma muuttuu nopealla vauhdilla ja digitaalisuus on tullut osaksi ihmisten arkipäivää. Myös mobiiliteknologiat ovat kehittyneet isoin harppauksin viime vuosina. Mobiiliteknologian kehityksen avulla yritykset voivat hajauttaa tehokkaasti prosessejaan, automatisoida toimintojaan sekä karsia turhat työvaiheet kokonaan pois. Pelkän teknologian avulla ei kuitenkaan pystytä liiketoimintahyötyjä saavuttamaan, mutta tutkimukset todistavat, että hyvin toteutetuista mobiiliratkaisuista on merkittäviä hyötyjä liiketoiminnalle. Teknologian kehittyminen ja sen tuomat uudistukset palvelualalla ovat olleet yksi merkittävimmistä muutoksista ja suuresti asiakkaisiin vaikuttavista tekijöistä. Osaamisen jatkuva erikoistuminen ja asiakkaiden jakautuminen useille eri palvelukanaville tuo kuitenkin myös haasteita. (Keronen & Tanni 2013, 13-15.)

Motorolan tuotua markkinoille ensimmäisen matkapuhelimen vuonna 1973 ja japanilaisten vuonna 2001 esittelemä 3G-verkon mahdollistama nopea internet yhteys, on hiljalleen johtanut siihen, että matkapuhelimen omistaa nykyään käytännössä jokainen kuluttaja. (Filenius 2015, 17-18.) Lisäksi matkapuhelimilla selaillaan enenemissä määrin internetiä. Tilastokeskuksen (2015) mukaan 87 prosenttia 16-89-vuotiaista suomalaisista käyttää internetiä. Samasta ikäryhmästä 62 prosenttia käyttää internetiä matkapuhelimella. Mobiililaitteiden yleistyttyä suomalaiset käyttävät yhä useammin internetiä mobiilisti. Useimmiten internetiä käyttävät alle 45-vuotiaat, joista jopa 90 prosenttia käyttää internetiä useasti päivässä.

3.3.1 Mobiilikanavan roolin ja käytön erityispiirteet

Mobiilikanava on laajempi kokonaisuus, jossa muita palvelukanavia on integroitu yhdeksi toimivaksi kokonaisuudeksi. Mobiili kuuluu monikanavaiseen kokonaisuuteen, jonka tarkoituksena on tarjota asiakkaille katkeamaton asioimiskokemus. (Luhtala, From & Jäppinen 2013, 6-13.) Yhdessä palvelukanavassa voi olla yhdistetty muitakin palveluja. Esimerkiksi vakuutuspalveluja on yhdistetty pankin mobiilipalveluihin. (Ylikoski & Järvinen 2011, 124-126.) Mobiili toimii suurena osana monikanavaista kokonaisuutta asiakkaan ja yrityksen välillä. Mobiilikanava on yrityksen ja asiakkaiden yhdistäjä, joka tuottaa tietyille asiakkaille suurta arvoa. Nykyään mobiili ei ole harjoitus, vaan se on yksi suurimmista kanavista. (Luhtala, From & Jäppinen 2013, 6-10.)

Asiakaskäyttötymisen muutos ajaa yritykset tarkastelemaan omia palvelujaan ja niiden käytökanavia. Asiakkailta on yhä parempia älypuhelimia, jotka ovat heille tiedonlähteitä, viihdekeskuksia sekä henkilökohtaisia kauppapaikkoja. Kanavien muutos pitää sisällään sen faktan, että nykyiset kanavat jättävät suuria aukkoja asiointiprosessiin sekä sen, että vanhoissa kanavissa on huomattu tehottomuutta. Vanhojen kanavien tehottomuus tulee ilmi mobiiliin käytön

lisääntyessä. Tästä syystä on syntynyt mobiili. Mobiilikanavat tuovat asioimiseen henkilökohtaisuutta, lähes vaivattoman kommunikaatioyhteyden sekä tietoisuuden asiakkaan sijainnista. Useissa yrityksissä mobiilikanavista on tullut osa asiakkaan arkea. Lisäksi ne antavat yritykselle mahdollisuuden palvella asiakkaitaan enemmän kohdennetusti. (Luhtala, From & Jäppinen 2013, 13-32.)

3.3.2 Mobiilisovellukset

Sovelluksella tarkoitetaan informaatioteknologian alueella ohjelmaa, joka on suunniteltu suoritamaan määriteltyjä tehtäviä käyttäjän puolesta. Mobiilisovellus tarkoittaa tätä määritelmää tuomalla mukaan tiedon siitä, että sovellus on kehitetty toimimaan mobiililaitteilla. Mobiilisovellukset kehittyvät laitteiden mukana ja yhä kehittyvät laitteet mahdollistavat aina vain monipuolisempien sovellusten rakentamisen. Joissakin yhteyksissä mobiilisovelluksiksi mielletään myös verkkosivuja, jotka toimivat palveluntarjoajan palvelimella ja käyttö tapahtuu selaimen välityksellä. Osalla verkkosivuista on mobiililaitteiden selaimille näyttöön skaalautuva käyttöliittymä. (Jussila 2012.)

3.3.3 Käyttäjystävällisyys, käyttökokemus ja käytettävyys

Viime vuosien aikana on havahduttu tosissaan ihmislähtöisyyteen asiakasjattelussa. Sen seurauksena ymmärretään entistä paremmin erilaisten asiakkaiden toiveita, tottumuksia ja arkielämän ongelmia heidän omasta perspektiivistään. Tämän oivaltaneet yritykset ovat pystyneet luomaan paitsi taloudellista myös sosiaalista arvoa ja kuluttajille merkityksellisiä eroja kehittämällä tuotteita ja palveluja todellisiin asiakastarpeisiin. Digitaalinen kehitys on tarjonut yrityksille mahdollisuuksia kehittää asiakas - ja palvelukokemuksia monin verroin entistä paremmiksi. Dialogi asiakkaan kanssa on monikanavaisempaa ja personoidumpaa kuin ennen, ja se johtaa usein myös uusiin oivalluksiin. (Hämäläinen, Maula & Suominen 2016, 120-121.)

Palveluissa on keskeistä asiakkaan kokemus saamastaan palvelusta. Asiakkaalle muodostuva asiakaskokemus kattaa koko yrityksen tarjoaman: mainonnan ja muut kontaktit ennen palvelua, asiakaspalvelun laadun, palveluominaisuudet, käytön helppouden ja luotettavuuden. Erinomaiset asiakaskokemukset syntyvät vasta sitten, kun ymmärretään, miten ja milloin ihmiset kohtaavat yrityksen tarjoaman. Asiakaskokemus voidaan ajatella jakautuvan kolmeen tasoon: toimintaan, tunteisiin ja merkityksiin. Toiminnan tasolla tarkoitetaan palvelun kykyä vastata asiakkaan funktionaaliseen tarpeeseen, prosessien sujuvuutta, palvelun hahmotettavuutta, saavutettavuutta, käytettävyyttä, tehokkuutta sekä monipuolisuutta. Toiminnan tason vaatimuksien tulee täyttyä, jotta palvelulla on yleensä mahdollisuus toimia markkinoilla. (Tuulaniemi 2011, 74-75.)

Tunnetasolla tarkoitetaan asiakkaalle syntyviä välittömiä tuntemuksia ja henkilökohtaisia kokemuksia. Tällaisia tuntemuksia ovat kokemuksen miellyttävyyttä, helppoutta, kiinnostavuutta, innostavuutta, tunnelmaa, tyyliä ja kykyä koskettaa aisteja. Ylimmällä asiakaskokemuksen tasolla, merkitystasolla, tarkoitetaan kokemukseen liittyviä mielikuva- ja merkitysluottuvuuksia. Näitä ovat esimerkiksi kulttuuriset koodit, unelmat, tarinat, lupaukset, oivallukset kokemuksen henkilökohtaisuudesta, suhteet asiakkaiden elämäntapaan sekä omaan identiteettiin. (Tuulaniemi 2011, 74-75.)

4 Mobiilisovellus

Mobiilisovelluksiksi kutsutaan internet-sovelluksia, jotka toimivat älypuhelimissa ja muissa mobiililaitteissa kuten tableteissa. Sovellusta helpottavat ja nopeuttavat internetin käyttöä mobiililaitteilla. Mobiilisovelluksien tarkoitus on helpottaa palvelun käyttöä mobiilialustalla. Mobiilisovelluksia on lukuisia erilaisia, joista tunnetuimpia ovat erilaiset pelit tai sosiaalisen median sovellukset. (Beal 2014.) Nykyään mobiilisovelluksia on ladattavissa satojatuhansia erilaisia eri matkapuhelinvalmistajien sovelluskaupoista (Bhose 2013).

Mobiilisovelluksien ajatellaan tekevän elämästä helpompaa. Mobiilisovelluksilla saadaan elämään viihteellisyyttä, niiden avulla voidaan helpottaa ja nopeuttaa päivittäisiä askareita sekä yhteydenpito ystäviin helpottuu. Compuware Global Consumer -tutkimuksessa selvitettiin mobiilisovelluksien ja mobiilisivuston käytettävyyttä. Kyselyyn vastanneista 85 prosenttia piti mobiilisovellusta parempana kuin mobiilisivustoa. Tärkeimpinä syinä tähän olivat sovelluksien helppous, nopeus ja selkeys. Tutkimus pyrki selvittämään yli 3500 maailmanlaajuisen vastaajan avulla, mitä kuluttajat todella tarvitsevat ja haluavat, kun on kyse mobiilisovelluksista. Vaikka vastaus tähän kysymykseen on alati muuttuva, on olemassa muutamia perusasioita, kuten helppo pääsy tuote- ja myymälätietoihin, reittisuunnittelun ja navigoinnin helppous sekä kommunikointi reaaliajassa. (PCWorld 2013.)

Kuluttajat haluavat sovelluksia, jotka tarjoavat mukautettua sisältöä esimerkiksi tarjouksia ja etuisuuksia sekä perustuvat heidän tarpeisiinsa. Samalla kuluttajat haluavat mahdollisuuden jakaa tarjouksia, uutisia sekä tuotesuosituksia sosiaalisissa verkostoissaan. Kuitenkin mobiilisovelluksen huonot kokemukset todennäköisesti myös jaetaan verkossa, mikä voi aiheuttaa huonoja arvosteluja sovellukselle. Huono sovelluskokemus on myös omiaan estämään käyttäjiä käyttämästä tätä sovellusta uudelleen. Mobiilisovelluksen tulisi olla suorituskyvyltään tehokas ja sen tulisi olla nopea sekä luotettava, jotta sitä voitaisiin pitää onnistuneena sovelluksena. (PCWorld 2013.)

4.1 Käyttöjärjestelmät

Mobiilisovellukset ovat ladattavissa puhelinvalmistajien omista sovelluskaupoista. Jokaisella puhelinvalmistajalla on oma yksilöllinen käyttöjärjestelmä, jonka pohjalta sovelluskauppa on luotu. Tunnetuimmat ja käytetyimmät käyttöjärjestelmät ja sovelluskaupat ovat Android käyttöjärjestelmä ja Googlen Play-kauppa, Applen iPhone iOS-käyttöjärjestelmä ja App Store sekä Microsoft Windows Phone käyttöjärjestelmä ja Microsoft Store.

4.1.1 Android

Android on Googlen julkaisema käyttöjärjestelmä mobiililaitteille. Se on avoimen lähdekoodin alusta ja sen kehittäminen ja käyttäminen on ilmaista. Android-järjestelmä on käytössä useiden suurten valmistajien mobiililaitteissa, kuten Huawei, LG, Samsung ja Sony. Android-puhelin on vahvasti riippuvainen Googlen palveluista. Sovelluskauppana toimii Google Play Store. (Android.com 2017.)

Androidin ohjelmointikielenä on Java. Javan vahvuuksia ovat laajat ja monipuoliset rajapinnat, standardoitu arkkitehtuuri, säikeet, synkronointi sekä laiteriippumattomuus. Koodia voidaan hyödyntää kaikenlaisissa ympäristöissä eikä se rajoitu pelkästään web-sivuille. Koska Java on strukturoitu kieli, sen ohjelmakoodista tulee selkeää, mikä vaikuttaa alentavasti myös ohjelmien elinkaarikustannuksiin. Virallinen Android-kehitysalusta on Android Studio, jonka avulla sovelluksia voidaan suunnitella mille tahansa Android-laitteelle (Android.com 2017).

4.1.2 iOS

Apple iOS on Applen kehittämä mobiilikäyttöjärjestelmä, joka on käytössä vain Applen omissa laitteissa kuten iPhoneissa, iPadissa ja iPod touchissa. Mobiilisovellusten lataukseen ja asennukseen käytetään App Storea. Ensimmäinen Applen kehittämä iOS tuli markkinoille vuonna 2007, jolloin kosketusnäyttöpuhelimet alkoivat yleistymään. Apple kehitti käyttöjärjestelmänsä keskittymään kosketusnäyttöön ja ensimmäistä kertaa virtuaalinäppäimistöä pystyi käyttämään sormilla. Käyttöjärjestelmä oli tuolloin innovatiivinen verrattuna muiden valmistajien puhelimiin, vaikkakin siinä oli puutteita teknisissä yksityiskohdissa. Zoomaus, ruudun vierittämisen tarkkuus ja helppous olivat vallankumouksellisia, mikä helpotti huomattavasti Internetin selaamista mobiililaitteilla. (The Verge 2013.)

Applen sovelluskauppa App Store on kilpailijoitaan edellä, johon on useita syitä, näistä tärkeimpänä sen edut sovelluskehittäjille. Apple tarjoaa kehittäjille paremmat provisiot maksullisista sovelluksista ja suuremman osuuden mainostuloista, kuin muut sovelluskaupat. Kaikki sovelluskauppaan ladattavaksi tulevat sovellukset käyvät läpi tarkan testiprosessin. Vaikka nykyään tärkeimmät sovellukset tulevat jokaiselle käyttöjärjestelmälle, tulevat ne monesti

iOS:lle ensimmäisenä, koska iOS:n käyttäjät maksavat Android-käyttäjiä mieluummin sovelluksista. (Pinola 2014). Toisaalta myös iOS:n vähäinen pirstaloituminen mahdollistaa nopeamman sovelluskehityksen kun testattavia laitteita ja käyttöjärjestelmän versioita ei ole useita erilaisia. Kehittäjät ovat myös raportoineet sovelluksien teon olevan yksinkertaisesti helpompaa Applen käyttöjärjestelmälle kuin Androidille, joiden mukaan yksi iOS-ohjelmoija saa saman verran aikaiseksi kuin kaksi Android-ohjelmoijaa. (Smith 2014.)

Sovellusten täytyy toimia hyvin sekä pienillä että isoilla iOS-laitteiden näytöillä, kuten puhelimissa ja tableteissa. On myös hyvä ottaa huomioon sovellusta kehitettäessä, että laitteissa on tilaa rajoitettu määrä, sekä se että verkkoyhteyden katkokkien varalle tuleva data kannattaa puskuroida silloin kun yhteys on hyvä. (Ramnath 2014, 9.)

4.1.3 Windows Phone

Windows Phone on Microsoftin kehittämä mobiilikäyttöjärjestelmä. Vuoden 2017 tilastojen mukaan se oli kolmanneksi suurin käyttöjärjestelmä Androidin ja iOS:in jälkeen ja vaikka se on selvästi häviämässä markkinaosuutta Androidille ja iOS:lle, on sillä silti merkittävä markkina-asema varsinkin pienempien puhelinalmistajien käyttöjärjestelmänä. (Spence 2017.) Viimeisin merkittävä uusi käyttöjärjestelmäversio tätä opinnäytetyötä kirjoitettaessa on ollut Windows 10 Mobile, joka julkaistiin vuonna 2017.

Sovelluskehitystä varten on ladattava Windows Phone SDK, joka sisältää Microsoft Visual Studio-kehitysympäristön ja muita sovelluskehityksen kannalta hyödyllisiä välineitä esimerkiksi luotujen sovellusten testausta varten. Jos käytössä on jo Visual Studio 2012 Professional tai sitä uudempi versio sekä Windows 10 käyttöjärjestelmä, SDK-työkalua ei tarvitse ladata erikseen. (Microsoft 2014.)

4.2 Sovelluksen kehittäminen

Sovelluksia voi tehdä kahdella eri menetelmällä, natiivisti tai hybridisovelluksena, jolloin sovellus on verkkosivujen ja natiivin sovelluksen välimuoto. Natiivisovellus tarkoittaa tietyille käyttöjärjestelmälle erikseen ohjelmoitua sovellusta. Natiivisovellusten kehittäminen mahdollistaa sen, että sovelluksen suorituskyky on paras mahdollinen, kun siltä vaaditaan suurta laskentakykyä. Natiivisovellukset pääsevät myös käsiksi laitteiden ominaisuuksiin ja rajapintoihin toisin kuin verkkosivut. Eri alustoille ohjelmoitut sovellukset eivät ole keskenään yhteensopivia, joten on mietittävä mille käyttöjärjestelmälle sovellusta aletaan kehittämään. (W3 2014.) Android johti markkinoita 83 prosentin osuudella vuonna 2016 (Smartphone market 2016.), mutta sovelluksen kehittäminen vain yhdelle käyttöjärjestelmälle sulkee kuitenkin suuren määrän käyttäjiä ulkopuolelle.

4.2.1 Suunnittelu

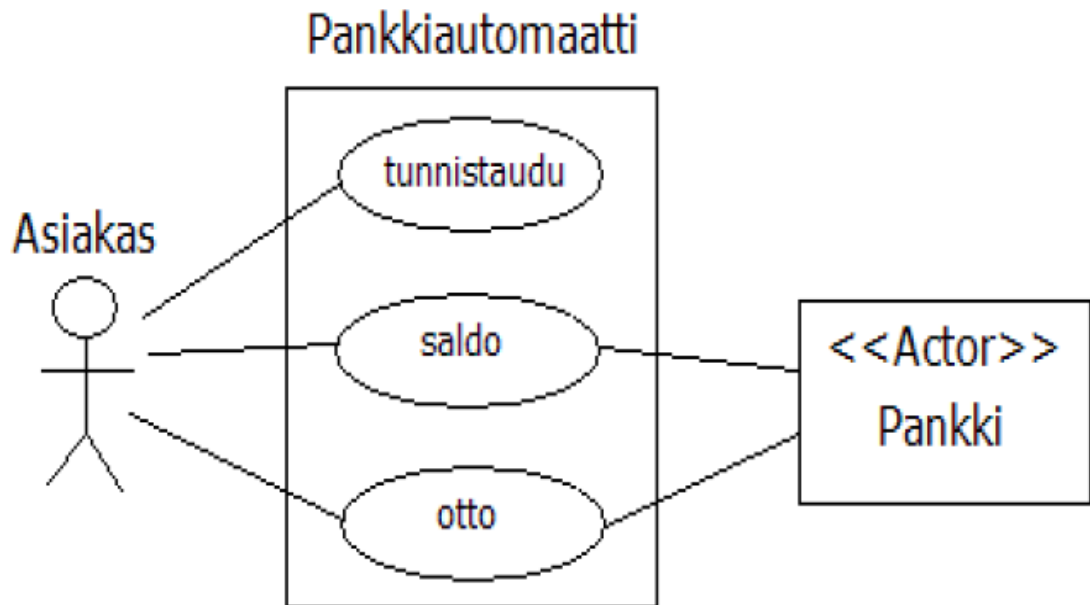
Sovellusta rakennettaessa on olennaista aluksi kartoittaa millaisia toimintoja ja ominaisuuksia käytössä tarvitaan. Tällaista kartoitusta kutsutaan vaatimusmäärittelyksi. Vaatimusten määrittely muodostaa ohjelmistoprojektin kulmakiven, jonka varaan projektin kaikki myöhempi menestys rakentuu. Lopullisen ohjelmiston onnistuneisuutta arvioidaan vertaamalla sitä vaatimusmäärittelyyn. Vaatimusten määrittelyn tuotoksena syntyy vaatimusmäärittelydokumentaatio. Vaatimusmäärittelyssä voidaan käyttää esimerkiksi käyttötapauskaaviota kuvaamaan eri toimijoiden rooleja ja tietokannan käyttötapauksia. Silloin myös muiden, kuin ohjelman toteuttajien on helpompi ymmärtää, mitä ollaan tekemässä. (Haikala & Mikkonen 2011, 61-83)

Vaatimuksia on kahdenlaisia, toiminnalliset vaatimukset ja ei-toiminnalliset vaatimukset. Toiminnalliset vaatimukset vastaavat kysymykseen mitä toimintoja ohjelmassa on. Ei-toiminnalliset vaatimukset, eli ympäristön rajoitteet, sisältävät muun muassa toteutusympäristön ja suorituskykyvaatimukset. Vaatimusmäärittelyssä ei oteta kantaa ohjelman sisäisiin teknisiin ratkaisuihin, ainoastaan siihen miten toiminta näkyy käyttäjälle. (Luukkainen 2011, 4.)

Käyttötapausmalli on yksi tapa ohjelman toiminnallisten vaatimusten ilmaisemiseen. Ei-toiminnallisten vaatimusten ilmaisemiseen käyttötapausmalli ei juuri ota kantaa, vaan ne on ilmaistava muulla tavalla. On olemassa muitakin tapoja toiminnallisten vaatimusten ilmaisuun. Käyttötapaus kuvaa käyttäjän ohjelman avulla suorittaman tehtävän, eli sen miten käyttäjä kommunikoi järjestelmän kanssa tietyssä käyttötilanteessa. Käyttötilanteet liittyvät käyttäjän tarpeeseen tehdä järjestelmällä jotain. Yksi käyttötapaus on looginen, "isompi" kokonaisuus, jolla on lähtökohta ja merkityksen omaava lopputulos. Pienet asiat, kuten "syötä salasana" eivät ole käyttötapauksia, koska kyseessä on pikemminkin yksittäinen operaatio, joka voi sisältyä käyttötapaukseen. Käyttötapaus kuvataan tekstinä, mutta ei ole olemassa täysin vakiintunutta tapaa kuvaukseen. Kuvauksessa on mukana usein tietyt osat: käyttötapauksen nimi, käyttäjät, laukaisija, esiehto, jälkiehto, käyttötapauksen kulku sekä poikkeuksellinen toiminta. (Luukkainen 2011, 5-11.)

Käyttötapauskaavion avulla voidaan kuvata käyttötapausten ja käyttäjien keskinäisiä suhteita. Kaaviossa on käyttötapauksista ainoastaan nimi ja sisältö kuvataan aina tekstuaalisena esityksenä. Kaavio tarjoaa hyvän yleiskuvan järjestelmän käyttäjistä ja palveluista. Määrittelydokumentin alussa kannattaakin olla käyttötapauskaavio sisällysluettelona. Jokainen käyttötapaus tulee kirjata tekstuaalisesti tarvittavalla tarkkuudella. Käyttötapauskaaviossa käyttäjät (kuvio 1) voidaan kuvata tikku-ukkoina ja käyttötapaukset järjestelmää kuvaavan neliön sisällä olevina ellipseinä. Ellipsin sisällä on käyttötapauksen nimi. Käyttötapausellipsiin yhdistetään vii-

valla kaikki sen käyttäjät. Käyttötapauskaaviossa ei kuvata mitään järjestelmän sisäisestä rakenteesta, vaikka tiedettäisiin että järjestelmä sisältää tietokannan, ei sitä tule kuvata käyttötapausmallissa. (Luukkainen 2011, 15-17.)



Kuvio 1: Käyttötapauskaavio (Luukkainen 2011, 19)

4.2.2 Prototyypointi

Prototyyppejä voidaan rakentaa kahden päätyypin mukaisesti: evoluutioprototyypinä tai kertakäyttöisenä prototyypinä. Kertakäyttöinen prototyyppi on pelkkä mallinnus järjestelmästä, jonka jälkeen kehitys aloitetaan alusta. Prototyyppi ei ole sidottu mihinkään malliin ja sen voi tehdä kuka vain missä vaiheessa projektia tahansa. Evoluutioprototyypissä tuotetta kehitetään vaihe vaiheelta, kunnes se on valmis. Käytännössä tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että ohjelmasta kehitetään ensin tärkeimmät piirteet ja kehitystä jatketaan asiakkaalta saadun palautteen mukaisesti. Jossain vaiheessa sekä asiakas, että ohjelmoija ovat yhtä mieltä siitä, että ohjelma on tarpeeksi toimiva, jolloin se viimeistellään ja julkaistaan. (Haikala & Mikkonen 2011, 38-39.) Prototyypointi on paitsi vaihtoehtoisten ideoiden testausta ja verifiointia, myös tehokas menetelmä yhä uusien suuntien löytämiseen. Prototyypin manipulointi tuottaa uusia ideoita, koska prototyyppi auttaa pohtimaan mitä voisi olla. (Hämäläinen ym. 2016, 131.)

4.2.3 Testaus

Testauksella varmistetaan, että kaikki sovelluksen ominaisuudet toimivat suunnitellun mukaisesti ja sovellus täyttää asiakkaan tarpeet. Testausmallit voidaan jakaa staattisiin ja dynaamisiin malleihin. Staattisessa testausmenetelmässä sovellusta ei varsinaisesti käytetä lainkaan,

vaan tutkitaan arkkitehtuurisuunnittelun ja koodiarviointien näkökulmasta. Dynaaminen testaus puolestaan on staattisen testauksen vastakohta. Sovellusta käytetään ja sen reaktioita seurataan. (Kasurinen 2015.)

5 Vakuutusliiketoiminta

Viime vuosikymmeninä yhdentymiskehitys on johtanut siihen, että vakuutuslalla on tapahtunut lukuisia yhtiöiden yhtymisiä eli fuusioita. Fuusioitumista on aiheuttanut myös ankara kilpailu, joka on karsinut heikoimmin edellytyksin toimineita yhtiöitä. Vuonna 1945 toiminnassa olleista 73 yhtiöstä on vuoden 2013 loppuun mennessä lopettanut toimintansa 60 eli yli 80 prosenttia. Vakuutusyhtiöiden lukumäärä ei ole kuitenkaan vähentynyt edellä esitettyä vastaavasti, vaan se oli vuoden 2014 alussa 57. Ulkomaisten vakuutusyhtiöiden osuus tästä oli 17. (Rantala & Kivisaari 2014, 55.)

5.1 Matkavakuutukset

Matkavakuutus voi sisältää matkustajavakuutuksen tapaturmien ja äkillisten sairastumisien varalle, matkatavaravakuutuksen matkatavaran menettämisen ja vahingoittumisen varalle ja matkavastuuvakuutuksen toiselle henkilölle aiheutettujen vahinkojen varalle. Matkavakuutus on suunniteltu matkustajan tarpeiden mukaiseksi ja on tarkoitettu peittämään erityisesti ulkomaanmatkailuun liittyviä riskejä. Matkustajavakuutus on matkavakuutuksen tärkein osa. Siitä korvataan sekä tapaturmasta että äkillisestä sairastumisesta aiheutuneet kulut ilman euromääräistä ylärajaa. Vakuutusta, joka korvaa ainoastaan tapaturman seurauksia, kutsutaan matkatapaturmavakuutukseksi. Keskeytymiskorvauksena maksetaan ylimääräiset matka- ja majoituskustannukset, kun matka keskeytyy vakuutetun tai hänen lähiomaisensa äkillisen sairastumisen, tapaturman tai kuoleman johdosta. Jos vakuutettu joutuu äkillisen sairauden tai tapaturman johdosta sairaalahoitoon tai palaamaan kotimaahan ennenaikaisesti, korvataan menetettyjä matkapäiviä vastaava osuus etukäteen maksetun matkan hinnasta. Kuolin tapauksissa korvataan kohtuulliset kotiinkuljetuskustannukset tai hautauskustannukset ulkomailla. Matkustajavakuutuksesta maksetaan kuolin korvaus myös silloin, jos vakuutettu kuolee matkalla saatuun tartuntatautiasetuksessa määritellyyn yleisvaaralliseen tartuntatautiin vuoden kuluessa taudin toteamisesta. (Rantala & Kivisaari 2014, 506-507.)

Useimmat henkilövakuutukset, kuten henkivakuutukset, yksityistapaturmavakuutukset ja nuorisovakuutukset, ovat voimassa kaikkialla maailmassa. Ne eivät kuitenkaan anna samaa turvaa matkoilla kuin matkustajavakuutus. Niissä voi olla ylärajoja tai korvausrajoituksia hoitokulujen osalta. Niistä ei myöskään makseta esimerkiksi kotiinkuljetusta vakavan sairauden tai tapaturman sattuessa tai kuolin tapauksessa. (Salo 2013, 7.)

Matkavakuutuksen yhteydessä on erittäin tärkeää, että vakuutuksenantajalla on ulkomailla, ennen kaikkea tärkeimmissä lomakohteissa, sopimuslääkäreitä ja -sairaaloita, jotka hoitavat asiakkaita maksutta ja laskuttavat kulut suoraan vakuutusyhtiöltä. Muutamilla yhtiöillä on yhteistyöhön perustuva maailmanlaajuinen palveluverkosto ja omia toimistoja ulkomailla. Lisäksi Finnairin toimistot antavat apua, esimerkiksi ennakkokorvauksia, vakavan henkilövahingon satuttua. Jotkut yhtiöt ovat järjestäneet, yleensä yhteistyössä ulkomaisten yhtiöiden kanssa, ympärivuorokautisen puhelinpäivystyksen, johon voi ottaa yhteyttä vahinkotilanteissa. (Rantala & Kivisaari 2014, 508.)

5.2 Matkavakuutuksen käsitteet

Matkavakuutus antaa turvaa matkalla sattuvien vahinkojen varalle. Matkan määritelmä on useimmissa vakuutusyhtiöissä sama. Vakuutus on voimassa lähes kaikissa vakuutuksissa ulkomailla sekä kotimaassa matkustettaessa yli 50 kilometrin päähän päivittäisestä elinympäristöstä. Useimmissa ehdoissa päivittäisellä elinympäristöllä tarkoitetaan vakuutetun asuntoa, työpaikkaa, opiskelupaikkaa ja vapaa-ajan asuntoa. (Jokela, Lammi, Lohi & Silvola 2013, 193.)

Matkavakuutus on joko määräaikainen, yhdelle matkalle sen keston ajaksi ostettava vakuutus, tai jatkuva matkavakuutus, joka on ympäri vuoden voimassa. Jatkuva matkavakuutus on voimassa vain enimmillään tietyn pituisilla matkoilla. (Salo 2013, 2.)

Matkasairaudella tarkoitetaan tavallisesti sellaista lääkärinhoitoa vaatinutta sairautta, josta ilmenee selviä oireita matkan aikana tai jonka voidaan katsoa saaneen alkunsa matkan aikana. Tavanomaisia matkasairauksia ovat esimerkiksi äkilliset hengitystietulehdukset, aurin gonpolttamat ja ruokamyrkytykset. (Jokela ym. 2013, 194, Salo 2013, 3.) Vakuutettu voi saada matkan aikana myös tartuntataudin, josta ilmenee oireita vasta matkan jälkeen. Tällöin kyseessä on matkalla alkanut matkasairaus. Useimmista matkavakuutuksista maksetaan myös korvaus sairaudesta silloin, kun vakuutetulla ennen matkaa ollut sairaus pahenee matkan aikana odottamattomasti. Edellytyksenä kuitenkin on, että vakuutettu on ollut ennen matkaa sellaisessa kunnossa, että hän on voinut lähteä matkalle. (Jokela ym. 2013, 194.)

Matkatapaturman määritelmänä käytetään usein samaa määritelmää kuin yksityistapaturmavakuutuksissa. Tapaturmana pidetään äkillistä ulkoista, ruumiinvamman aiheuttavaa tapahtumaa, joka sattuu vakuutetun tahtomatta. Tapaturmana voidaan pitää myös äkillisen voiman ponnistuksen tai liikkeen yhteydessä syntyntä vammaa, johon annetaan lääkärinhoitoa 14 vuorokauden kuluessa. Jotta vakuutetulla on oikeus korvaukseen, on tapaturman tapahduttava matkan aikana. (Salo 2013, 4, Jokela ym. 2013, 195.)

5.3 Asiakaspalvelu vakuutusosalalla

“Asiakaspalvelun suunta on digiavusteisessa asiakaspalvelussa. Ilmarinen digitalisoi palveluitaan muiden palvelutuottajien tavoin asiakkaiden asiointikäyttäytymisen muutoksen mukana. Asiakkaamme ovat tottuneet hoitamaan asioitaan digitaalisesti ja odottavat digipalveluilta ylivoimaista laatua. Digipalveluiden käyttö kasvaa voimakkaasti ja on ohittanut muiden palvelukanavien käytön useita vuosia sitten” kommentoi Customer Service Director Rikka Hakkarainen Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarisesta kysyttäessä mikä on asiakaspalvelun merkittävin trendi/kehityssuunta vuonna 2017? Miksi? (Laakso 2017, 7)

Yleisesti ottaen asiakastytyväisyys on vakuutusalla pysynyt varsin tasaisena ja on korkealla tasolla (kuvio 2). Viime vuoteen verrattuna asiakastytyväisyys on kuitenkin laskenut hieman yksityispuolella. Vakuutusyhtiön imago on eniten asiakastytyvyyteen vaikuttava tekijä ja tärkeintä asiakkaille on kokemus siitä, että vakuutusyhtiö välittää asiakkaistaan. Erot yritysten välillä ovat olleet suhteellisen pieniä. Muutosta koko alalla viime vuoteen verrattuna on tapahtunut koetussa palvelunlaadussa ja siellä erityisesti yhtiöiden aloitteellisuus saa alhaisimmat arvosanat. (Iivonen 2016.)

Yksityisasiakkaiden tyytyväisyyden laskiessa toimialalla keskimäärin, Turva ainoana pystyi sitä parantamaan. Turvan koettu tuotelaatu ja vastine rahalle ovat asiakkaiden mielestä parhaat. Turva välittää asiakkaistaan ja on saavutettavissa silloin, kun asiakas tarvitsee apua. Turvan asiakkaana oleminen koetaan myös helpoksi ja Turvan asiakkaat ovat myös alan uskollisimpia. Koettu palvelulaatu on viime vuosina pysynyt vakaan korkealla vakuutusosalalla, mutta tänä vuonna se on laskenut sekä yksityis - että yrityspuolella. Aloitteellisuus koetaan nyt alueeksi, johon kannattaa panostaa. (Iivonen 2016.)

Yksityisasiakkaat	2012	2013	2014	2015	2016
Fennia	77,1	77,2	77,2	77,2	75,5
If	73,3	75,9	74,9	76,9	74,2
LähiTapiola	77,9	78,3	77,0	77,5	76,8
OP (Pohjola Vakuutus)	73,6	74,3	74,5	77,5	76,0
Turva	80,2	79,2	78,6	77,0	78,6
Toimiala	75,4	76,9	76,0	77,2	75,9

Kuvio 2: Asiakastytyväisyys 2012-2016

5.4 Tämänhetkinen palvelurakenne

Otimme tämänhetkiseen palvelurakenteen vertailuun kolme parhainta vakuutusyhtiötä vuoden 2016 EPSI Rating-tutkimuksesta, joka tutkii asiakkaiden kokemusten ja yrityksen kanssa käydyn vuorovaikutuksen avulla, mitä mieltä asiakkaat ovat yrityksestä. EPSI Ratingin

tutkimusmenetelmä on Tukholman kauppakorkeakoulun suunnittelema ja toimii perustana puolueettomille ja luotettaville tutkimuksille. (EPSI Finland 2017.) Tutkimuksen perusteella valikoituivat Turva, LähiTapiola ja OP. Selvitimme näiden vakuutusyhtiöiden matkavakuutuksien asiakaspalvelun ja digitaalisten palveluiden tilanteen.

5.4.1 Turva

Turvan asiakkaat voivat käyttää verkkopalvelussa sähköistä korvauspalvelua. Se on nopein tapa hakea korvausta. Sen avulla korvausrahat maksetaan tilille jopa päivässä. Verkkopalveluun kirjaututaan verkkopankkitunnuksilla ja se on toiminnassa joka päivä 7-23. Matkalla sairastumisesta tai matkalla tapahtuneesta tapaturmasta voi hakea korvausta myös ensimmäisten kulujen jälkeen (ns. "jatkokulut"), kun korvauksenhaku on alkanut sähköisen korvauspalvelun kautta. Turvan korvauspalvelu vastaa arkisin puheluihin 9-17. (turva.fi 2017)

5.4.2 LähiTapiola

Korvauksen hakeminen käy nopeasti verkkopalvelussa. Korvauksen saa parhaimmillaan samana päivänä tilille, kun vakuutetulla on aikuisten tai lasten sairauskuluvakuutus, tapaturma- tai matkustajavakuutus. Vahinkoilmoitukset ovat valmiiksi esitetyt omilla ja vakuutusten tiedoilla. Asiakas voi hakeutua ulkomailla mihin tahansa hoitolaitokseen, jos hän sairastuu tai hänelle sattuu tapaturma. Asiointi onnistuu useimmiten ilman omaa rahaa. Suosituissa turistikohteissa riittää yleensä, että vakuutettu esittää vakuutuskortin tai -todistuksen. Tällöin lasku tulee suoraan LähiTapiolaan. Kaikissa ulkomaisissa hoitolaitoksissa LähiTapiola ei ole tunnettu, eikä kortti kelpaa. Tällöin sujuvinta on maksaa pienet kulut itse ja hakea niistä korvausta matkan jälkeen. Jos kulut ovat suuret, voi soittaa LähiTapiolan Hätäpalveluun, jolloin yhtiö hoitaa tarvittavan maksusitoumuksen. Laskutusasian voi selvittää myös Hätäpalvelussa, joka palvelee 24 tuntia vuorokaudessa. LähiTapiolan yhteistyökumppani ulkomaan henkilövahingoissa on SOS International. (lahitapiola.fi 2017)

5.4.3 OP (Pohjola Vakuutus)

OP-Pohjolan vakuutuksen myöntää Vakuutusosakeyhtiö Eurooppalainen (pohjola.fi 2017.) Eurooppalaisen 24 h -matkahätäpalvelusta saa ulkomaanmatkalla ollessa apua luotettavan lääkärin tai sairaalan valintaan, henkilökohtaista tukea sairaus- tai loukkaantumistilanteessa, maksusitoumuksen sairaalahoitoon, leikkaukseen tai muuhun toimenpiteeseen tai yhteyden lääkäriin, jonka kanssa voi keskustella esimerkiksi ehdotetuista hoidoista. Ulkomailla vakuutettua auttaa Eurooppalaisen kumppanin Euro-Centerin laaja lääkäriasemaverkosto. Lähimmän lääkärin voi löytää verkkopalvelussa olevalla haulla. Kulut kannattaa valmistautua maksamaan itse, elleivät ne nouse korkeiksi, jolloin Eurooppalaisen matkahätäpalvelunumerosta voi pyytää maksusitoumuksen. (eurooppalainen.fi 2017)

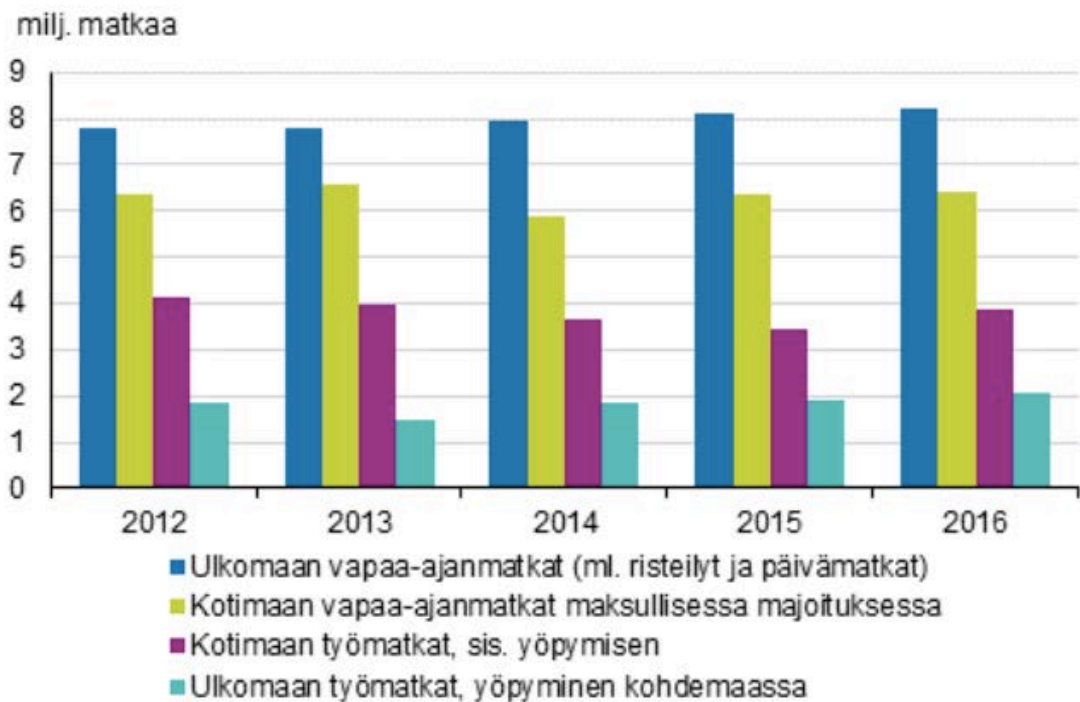
Palvelurakenne opinnäytetyötä kirjoittaessa, on vakuutusyhtiöstä riippumatta melko lailla samanlainen. Suurin osa yrityksistä toimii niin, että kun vahinko sattuu niin asiakas maksaa hoidon itse tai hakeutuu paikalliseen julkiseen terveydenhuoltoon. Tämän jälkeen asiakas hakee korvausta kuluista, joko matkan aikana tai sen jälkeen, sähköisesti tai puhelinpalvelun kautta. Vertailussa mukana olleilla vakuutusyhtiöillä on käytössään verkkopalvelupohjainen korvauspalvelu. Se on itsessään käyttäjälle helpompi ja vakuutusyhtiölle puhelinpalvelua kustannustehokkaampi, mutta silti aiheuttaa molemmille silti lisävaivaa ja kustannuksia, verratessa maksusitoumuksen käytännöllisyyteen. Tämä tietysti vaatii vakuutusyhtiöltä kohdekohtaisia kumppaneita.

Tämänhetkisestä palvelurakenteesta erottuu erityisesti LähiTapiolan lupaus siitä, että ulkomaisissa hoitolaitoksissa kelpuutetaan vakuutuskortti tai -todistus, jolloin hoitokuluja ei tarvitsisi itse maksaa. Tosin samoin kuin OP-Pohjolan lähimmän lääkärin verkkohaun tuloksista, ei ole mitään mainintaa ovatko ne lupauksien mukaisia, sillä ne vaikuttavat vaan satunnaisilta hakutuloksilta mainitun kaupungin tietyn pisteen lähistöltä. Ne eivät vaikuta olevan vakuutusyhtiön maksusitoumusta hyväksyviä kumppaneita.

5.5 Suomalaisen matkailu

Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan suomalaiset tekivät vuonna 2016 ulkomaille yli 8 miljoonaa vapaa-ajanmatkaa. Pohjoismaihin, Itä-Eurooppaan ja Amerikan mantereelle suuntauneet matkat lisäsivät suosiotaan. Länsi-Eurooppa ja Aasia menettivät suosiotaan suomalaismatkoilijoiden keskuudessa. Etelä-Euroopan maista läntisen Välimeren maat kasvattivat ja itäisen Välimeren maat menettivät suosiotaan. Työmatkailu kotimaassa ja ulkomailta lisääntyi vuodesta 2015. (Tilastokeskus 2017.)

Suomalaisten vapaa-ajanmatkailu ulkomaille vuonna 2016 pysyi samalla tasolla kuin vuonna 2015 (kuva 3). Viroon tehtiin vuonna 2016 hieman edellisvuotta vähemmän matkoja, mutta se säilytti vankkumattoman ykkösasemansa suomalaisten vapaa-ajan matkakohteena. Yönyliristeilyt Viroon lisääntyivät, mutta päiväristeilyt vähenivät. Vapaa-ajanmatkat Ruotsiin lisääntyivät edellisvuodesta. Myös matkat Venäjälle lisääntyivät parin vuoden notkahduksen jälkeen. (Tilastokeskus 2017.)



Kuvio 3: Suomalaisen matkailu 2012-2016 (Tilastokeskus 2017)

Perinteisistä suosikeista Saksa ja Ranska menettivät suosiotaan, kun taas matkat Italiaan, Manner-Espanjaan ja Kanarian saarille lisääntyivät. Eurooppaa etäämmäksi tehtyjen matkojen määrä lisääntyi Amerikan mantereelle. Yhdysvaltoihin näistä matkoista suuntautui 70 prosenttia. Aasia sen sijaan menetti suosiotaan suomalaisten vapaa-ajanmatkakohteena. (Tilastokeskus 2017.)

6 Palvelumuotoilu

”Mitä on palvelumuotoilu? Kun tietokoneohjelman käyttö on niin helppoa, ettei sitä edes huomaa, tai oudossa virastossa löytää perille kuin itsestään, saattaa kiitos kuulua palvelumuotoilulle.” (Järvi-Herlevi & Seppälä 2016.)

Palvelumuotoilu on suomennos sanoista service design. Käsite sai alkunsa noin 20 vuotta sitten palvelunkehittämisen yhteydessä teollisen muotoilun puolella. Alan arvostus on kohonnut viimeisen vuosikymmenen aikana erityisesti Euroopassa. Nimenomaan palvelumuotoiluun erikoistuneita yrityksiä on jo useita, mutta myös konsultointiyritykset ja markkinointiviestintäyritykset tarjoavat palvelua laajalti. (Brink 2016, 36.)

6.1 Palvelumuotoilun tavoitteet

Palvelumuotoilun tavoitteena on täydellinen asiakastytyväisyys. Osaamisalana palvelumuotoilu on kasvava ja kiinnostus siihen on Suomessa suuri. Ihmiset haluavat helpottavia ratkaisuja elämään ja ratkaisuja etsitään yhä useammin palveluista tavaroiden sijaan, mikä johtaa

yksittäisten tavaroiden merkityksen laskuun ja siihen, että yritysten on tarjottava kokonaisvaltaisia ratkaisuja asiakkailleen heidän tarpeidensa mukaisesti. (Tuulaniemi 2011, 11-18.) Asiakaskokemus ja tämän johtaminen ovat käsitteinä niin uusia, että niitä pidetään usein vain osana asiakaspalvelun kehittämistä. Asiakaskokemuksen kokonaisvaltainen johtaminen on kuitenkin laajempi ajattelutapa, jossa huomioidaan yrityksen kaikki osa-alueet. (Löytänä & Korteso 2011, 14.) Jokaisen palvelun keskiössä on ihminen, joka asiakkaan roolissa muodostaa henkilökohtaisen palvelukokemuksen käyttäessään palvelua. Kokemukset eivät ole suunniteltavissa, mutta palvelumuotoilun tavoitteena on edesauttaa, että asiakkaan kokemus on hänelle paras mahdollinen. (Tuulaniemi 2011, 26; Meroni & Sangiorgi 2011, 203-204.)

Palvelumuotoilu on lähestymistavaltaan monitieteinen ja yhdistää tieteenaloja hyödyntämällä eri metodeja ja työkaluja. Palvelumuotoilu elää ja kehittyy koko ajan eikä sille näin ollen ole tarkkaa sanallista määrittelyä olemassa koska ajatellaan, että tämä saattaisi rajoittaa kehitystä. (Stickdorn & Schneider 2013, 29.) Teollinen muotoilija ja palvelumuotoilun kehittäjä Kaj Hämäläinen (2016) toteaa, että palvelumuotoilussa hyödynnetään käyttäjän näkökulmaa palvelun mallintamisessa ja kehittämisessä. Tällä tavoin saadaan tietoa siitä mikä on turhaa, mitä puuttuu ja mitä kehitettävää palvelussa on. Käyttäjän kokemuksesta tarkkaillaessa ilmenee myös palvelun hyvät puolet.

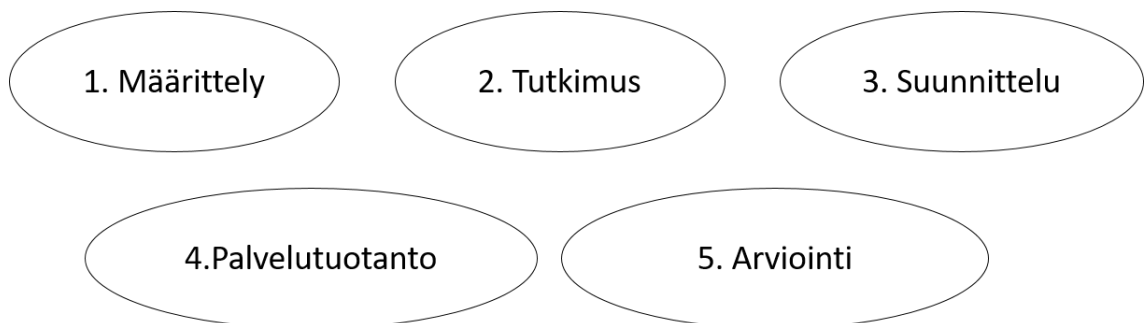
Palvelujen kehittäminen on viime vuosina muuttunut ja yksi muuttava tekijä on ollut palvelumuotoilu. Palvelumuotoilu on tiivistä yhteistyötä yrityksen ja asiakkaan välillä ja haastaa muotoilijan työskentelemään asiakkaan kanssa tiiviimmin kuin pelkässä jo aiemmin paljon käytetyssä käyttäjälähtöisessä palveluntuottamisessa on totuttu. Muotoilijan tavoite on saada suora yhteys asiakkaan käyttäjäkokemukseen ja saada hänet näin osaksi palvelun kehittämishanketta. Yhteistyössä korostuu asiakkaan ymmärtäminen, tilanteen visualisointi ja kyky asettaa asiakkaan asemaan. Käyttäjän odotusten ja tarpeiden tunnistaminen suunnitteluvaiheen alussa on oleellista. (Miettinen 2011, 23.)

Palvelumuotoilu eroaa perinteisistä suunnittelutavoista siten, että siinä osallistutetaan kaikki osapuolet, mukaan lukien itse palvelun käyttäjä. Palvelumuotoilu-termin ohessa käytetään myös muita samanlaista asiaa tarkoittavia termejä. Näitä ovat esimerkiksi yhteissuunnittelu (co-design), osallistuva suunnittelu (participatory design), käyttäjälähtöinen muotoilu (user-driven design) ja yhteiskehittäminen (co-creation). (Kurronen 2013, 22-25.) Palvelumuotoilua voidaan käyttää suunniteltaessa täysin uusia palveluja tai kun olemassa olevia palveluja kehitetään (Miettinen 2011, 31).

6.2 Prosessi

Palvelun kehittämisprosessi aloitetaan useimmiten asiakkaille tehdyllä kartoituksella palvelukokemuksesta. Työ on muodoltaan laadullista tutkimusta muistuttava. Tapa saattaa olla haastattelu tai muu havainnointi asiakkaan kokemuksesta palvelutilanteesta tai sen jälkeen. Vastauksista voidaan päätellä eri asioita ja usein ne voidaan myös kategorisoida aiheryhmiin, joista muodostuu kehitysalue tai jatkumo, jota voidaan työstää yhdessä kaikkien osapuolten eduksi. (Hämäläinen 2016.) Palvelumuotoiluprosessi alkaa siis luomalla asiakasymmärrystä ja vahvistamalla ymmärrystä käyttäjäkokemuksesta. Asiakkaan tavoitteiden, tarpeiden ja unelmienkin ymmärtäminen ovat ensimmäisiä asioita jotka tulee huomioida kasvattaessa asiakasymmärrystä. (Miettinen 2011, 31; Miettinen 2011, 61.)

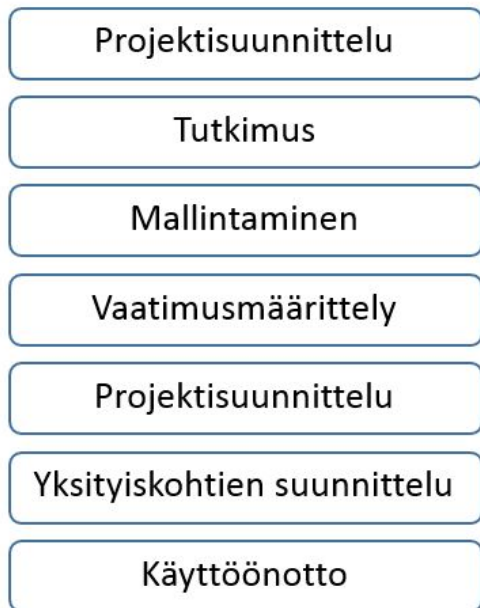
Prosessi on sarja toimintoja, jotka toistuvat ja etenevät loogisesti. Palvelua kehittäessä jokainen tilanne on erilainen, sillä kehittämistyöllä saadaan aikaan jotain uutta ja useimmiten uniikkia. Palvelumuotoiluprosessi noudattaa luovan ongelmanratkaisun ohjenuoraa. Palvelut ovat erilaisia ja niiden kehittäminen on joka kerta erilaista, joten prosessin on muokkauttava jokaisen palvelun mukaan. Palvelumuotoiluprosessimalleja on useita erilaisia, riippuen toteuttajien omista näkemyksistä ja taustoista, mutta pääpiirteiltään prosessit ovat samanlaisia. Kuviossa 4 on kuvailtu Tuulaniemen kehittämä perusprosessi, jota seuraamalla ja soveltamalla voidaan luoda palvelun kehittämishankkeelle runko. (Tuulaniemi 2011, 126-131; Polaine, Lovlie & Reason 2013, 48-49).



Kuvio 4: Tuulaniemen palvelumuotoilun prosessi (mukaillen Tuulaniemi 2011)

Tuulaniemen palvelumuotoiluprosessi on vain yksi monista kehitetyistä palvelumuotoilun prosesseista. Goodwin (2009, 10-13) on kehittänyt oman seitsemän vaiheen prosessinsa (kuvio 5), mutta vaikka se onkin hieman eri muodossa, on se sisällöltään lähes identtinen. Goodwinin versio painottaa prosessin visualisointia, jotta palvelun kehittämistyössä mukana olevat tahot saisivat alusta asti kehityskohteesta kokonaiskuvan. Tuulaniemi taas on pilkkonut prosessin pääotsikoiden alle pienempiin, yksityiskohtaisempiin osioihin. Goodwin perustaa prosessinsa

myös enemmän laadulliseen tutkimukseen linkitettyinä, kun taas Tuulaniemen prosessin kuvaus pätee mielestämme tämän opinnäytetyön pohjaksi sen muokattavuuden takia. Molemmissa päätavoite on kuitenkin sama, eli palvelun tuottaminen sekä asiakkaiden ja yrityksen tarpeiden ymmärtäminen. Päädymme tässä opinnäytetyössä seuraamaan Tuulaniemen prosessia, koska kyseinen prosessi soveltui mielestämme paremmin tilanteeseen, jossa painotus on käyttäjälähtöisyydessä ja lähtötilanteessa prosessissa ei ole mukana yrityksen organisaation jäseniä.



Kuvio 5: Goodwinin palvelumuotoilun prosessi (mukaillen Goodwin 2009)

6.2.1 Määrittelyvaihe

Tuulaniemen (2011, 126) mallissa palvelumuotoilun prosessi alkaa määrittelyvaiheella, joka on jaettu kahteen osaan, aloittaminen ja esitutkimus. Määrittelyosiossa mietitään suunnitteluprosessin tavoitteita tilaajan näkökulmasta. Erittelyllä pyritään luomaan ymmärrys organisaation tavoitteista ja näin saadaan kehys palvelumuotoiluprosessille. Heti alkuun selvitetään organisaatiolta projektille allokoitu aikataulu, budjetti ja muut resurssit. Benchmarking eli vertaisoppiminen on usein hyödynnetty apuväline esitutkimusvaiheen aikana. Tässä osassa prosessia pyritään ymmärtämään palvelua tuottavaa yritystä tai organisaatiota paremmin sekä kartoittamaan sen tavoitteet kuten muissakin suunnitteluprojekteissa yleensä.

Suunnitelmatyölle tehdään tavoitteet ja sovitaan mikä on se suunta mihin projektilla tähdätään. Asiakasyritys saattaa esimerkiksi haluta projektin tuloksella täyttää kohderyhmänsä jonkun tietyn tarpeen, jolloin alustava suunta projektille on luonnollisesti sen keinon selvittäminen. Suunnitelmaan onkin hyvä kirjata kohderyhmä, tavoitteet, yrityksen oma visio projektista sekä esimerkiksi mitä dataa yritys voi palvelumuotoiluryhmälle antaa. Suunnitelma elää koko prosessin ajan, joten sitä täydennetään jokaisessa prosessin vaiheessa. Oleellista on,

että suunnitelman sisällöstä kommunikoidaan projektityöryhmän kaikille jäsenille, jotta työryhmä on alusta asti tietoinen keskeisistä asioista liittyen projektiin. Seuraavaksi prosessissa siirrytään tutkimusvaiheeseen. (Tuulaniemi 2011, 126-141.)

Goodwin (2009, 10) painottaa, ettei hänen mallinsa projektisuunnitteluvaiheessa tule osallistujille antaa tiukkaa aikataulua, sillä jokainen suunnitteluprosessi elää prosessin kuluessa. Hänen mukaansa kokeneen suunnittelijan on kuitenkin mahdollista ehdottaa prosessille suurpiirteistä aikataulua ja osuvinta tapaa toimia. Goodwinin, kuten myös Tuulaniemen, mukaan suunnittelu ei ole valmis tämän osion jälkeen, vaan muuttuu palvelumuotoilun periaatteiden mukaisesti riippuen työn suunnasta.

6.2.2 Tutkimusvaihe

Prosessin toinen osio, eli tutkimusvaihe jaetaan kahteen osaan, asiakasymmärrykseen ja strategiseen suunnitteluun. Asiakasymmärryksen rakentamisen vaihe on yksi kriittisimpiä vaiheita koko palvelumuotoiluprosessissa. Tavoitteena on rakentaa ymmärrys esimerkiksi käyttäjien tavoitteista, tarpeista sekä siitä mitä he odottavat palvelulta, jota ollaan kehittämässä. (Tuulaniemi 2011, 142-143.) Tässä prosessin osassa myös Goodwin (2009, 183-189.) painottaa ongelman ymmärrystä parhaan lopputuloksen saamiseksi. Hän suosii prosessissaan selkeästi haastattelumenetelmiä, joskin hän myös antaa esimerkkejä vaihtoehtoisista tutkimusmenetelmistä kuten kyselylomakkeista.

Asiakasymmärryksen keräämiseen voidaan käyttää sekä laadullista että määrällistä tutkimusta. On kuitenkin koettu, että nimenomaan laadullisella tutkimuksella saavutettu asiakasymmärrys on käyttäjän toiveista ja tarpeista suunnittelun kannalta huomattavasti tärkeämpää, vaikka molemmista tutkimusmuodoista saadut tiedot lopulta täydentävät toisiaan. Määrällinen tutkimus edesauttaa vahvemmin suunniteltavan palvelun onnistumisen mittaamisessa. (Tuulaniemi 2011, 142-144.)

Asiakasymmärryksen lisääminen lähtee liikkeelle jo olemassa olevien aineistojen pohjalta. Organisaation omaa dataa esimerkiksi asiakastyytyväisyysmittaustuloksista tai muista markkinatutkimustilastoista on hyvä hyödyntää lähtökohtana. Tärkeää tietoa asiakkaista saadaan myös muun muassa haastattelemalla yrityksen henkilöstöä tai järjestämällä työpajoja. Muina tiedonkeruun menetelminä voidaan käyttää haastatteluja, kyselyjä, havainnointia ja verkkoetnografiaa. Erityisesti haastattelutilanteissa on yleistymässä muotoilupelien hyödyntäminen. Muotoilupelit ovat lautapelejä, erilaisia tehtäviä tai kortteja, joiden avulla haastattelutilanteeseen saadaan rakennettua runko. (Tuulaniemi 2011, 145-148.)

Strategisen suunnittelun vaiheessa on tarkoitus määritellä miten hyvin yritys pärjää kilpailussa. Kilpailustrategia määrittää suunnitelman suunnan ja tavoitteena on selvittää, miten yritys aikoo menestyä markkinoilla. Yleinen ja hyväksi havaittu asia strategian valinnassa on, että yrityksen kaikki osa-alueet puhaltavat yhteen hiileen, eikä eri saman brändin alla olevilla palveluilla ole ristiriitaisia strategioita. (Tuulaniemi 2011, 174-175.)

6.2.3 Suunnitteluvaihe

Prosessin kolmas vaihe on suunnittelu, joka on jaettu kahteen osaan, ideointiin ja konseptointiin sekä prototypointiin. Vaiheen tavoitteena on keksiä erilaisia ratkaisuehdotuksia ongelmaan, joka on kehittämistyön kohteena. Tämä tulisi tapahtua tarkastelemalla ongelmaa mahdollisimman kriiikittömästi ja kaukaa. Vaihe toteutetaan keksimällä useita ideoita, jotka saattavat kuulostaa mahdottomilta. Ideoiden määrää supistetaan jaksoittain, kunnes suunnitteluryhmä toteaa, että jäljelle jäävät ideat ovat relevanteimpia kohteena olevan ongelman ratkaisua ajatellen. (Tuulaniemi 2011, 182-184.)

Konseptointiosassa, joka on suunnitteluvaiheen toinen osa, havainnollistetaan palvelun laajempi kuva. Tuloksena on konsepti, jossa kuvaillaan palvelun tuottamaa tarinaa yksittäisten ideoiden sijaan laajemmasta näkökulmasta. Tässä vaiheessa puhutaan palvelupolusta, joka kattaa kaikki palvelun eri vaiheet, joita sekä käyttäjän että yrityksen on hyvä ottaa huomioon palvelua suunniteltaessa. Konsepti on eräänlainen kartta, josta selviää suunnitelman ääriiivat, mutta ei vielä pienempiä yksityiskohtia. (Tuulaniemi 2011, 191-195.)

Suunnitelmavaiheen prototypointi osassa testataan palvelua nopeasti rakennettujen mallien perusteella. Testeillä pyritään selvittämään ovatko kehitetyt konseptit oikeita, kun niitä käytetään käytännössä. Näin saadaan lisää ymmärrystä siitä, mikä toimii ja mitä tulee vielä kehittää. Kun tämä testaus tehdään oikeilla kuluttajilla, on lopputulos aidompi ja näin epäonnistumisen riski lopullisen palvelun suhteen laskee. (Tuulaniemi 2011, 196.)

6.2.4 Palvelutuotantovaihe

Palveluotoiluprosessin neljäs vaihe, palvelutuotanto, jaetaan aiempien vaiheiden tapaan kahteen osaan. Nämä osat ovat pilotointi ja lanseeraus. Tämä prosessin vaihe on luonnollisesti erittäin tärkeä, sillä tämän vaiheen aikana tuotetaan kehitetty palvelu. Tässä vaiheessa prosessin aiempien vaiheiden opit siirtyvät käytäntöön ja eri vaiheissa kerätty tieto käytetään hyödyksi palvelun kokonaisuutta tuottaessa. Koko prosessin aikana käyty dialogi käyttäjien ja palvelun lopullisten tuottajien välillä on ideaalitalanteessa ollut täysin läpinäkyvää ja kaikki osa-alueet ovat kaikkien tahojen hyvässä tiedossa. Tällä tavoin tuotantovaiheen jälkeen tapahtuva mahdollinen edelleen kehittäminen mahdollistetaan. (Tuulaniemi 2011, 232-237.)

Harkiten työstetyt palvelukonseptit on rohkeasti tuotava asiakkaiden arvioitaviksi. Pilotointivaiheessa on erityisen tärkeää, että asiat, joita testataan asiakkailla, on mitattavissa. Mittareina voidaan käyttää muun muassa yrityksen omaa dataa, havainnointia tai haastatteluja. Tavoitteena on saada varmistus siitä, mikä toimii, mikä ei ja miksi. Digitaalisissa palveluissa on tyypillistä, että palvelusta tehdään Beeta-versio, joka esitellään ja kokeilutetaan asiakkailla, jotka saavat antaa tuotteeseen kehitysehdotuksia kokeilun aikana ja sen jälkeen. Lanseerausvaiheessa palvelu tuotetaan ja lanseerataan julkiseen käyttöön. Tämän jälkeen palvelun suoritusta seurataan jo aiemmin sovittujen mittareiden avulla. (Tuulaniemi 2011, 232-237.)

Prosessin viimeinen vaihe on arviointi. Tässä osassa tarkastellaan koko kehitysprosessin onnistumista ja seurataan palvelua markkinoilla eri mittareiden avulla. Suoritusta voidaan jatko kehittää annetun palautteen tai muiden ilmenevien tarpeiden mukaisesti. Tällaisia muutoksia voi esimerkiksi olla markkinoilla tai toimintaympäristössä tapahtuvat muutokset, jotka kohdistuvat itse palveluun tai sen käyttäjiin. (Tuulaniemi 2011, 238-242.)

6.3 Palvelumuotoilun menetelmän valinta

Tämän opinnäytetyön palvelun kehittämisen runkona on palvelumuotoilu. Yksi palvelumuotoilun keskeisistä ajatuksista on palvelun eri osapuolten mukaan ottaminen palvelun kehittämisprosessiin. Palvelun käyttäjä toimii palvelun keskiössä. Tuulaniemen mukaan palvelumuotoilussa on tärkeää ymmärtää loppukäyttäjän tarpeet ja toiminnan motiivit kehitettävänä olevaan palveluun. Käyttäjän ottaminen mukaan kehittämiseen edistää suunnittelua, tiedon kulkua ja arvon rakentumista. Palveluntuottajan puolelta toimii eri sidosryhmiä kaikissa palveluun liittyvissä toiminnoissa kuten esimerkiksi asiakaspalvelussa ja palvelutuotannossa. Käyttäjän eli asiakkaan lisäksi myös muut palvelun kanssa tekemisissä olevat henkilöt osallistutetaan suunnitteluprosessiin heti sen alusta. Yhteiskehittäminen on työtapaa, joka kuuluu palvelumuotoilun periaatteisiin. (Tuulaniemi 2011, 116-118.)

Ideointivaiheessa hyödynnetään monipuolisesti erilaisia yhteisöllisiä ideointimenetelmiä, joihin pyritään saamaan mukaan palvelun eri osapuolia. Erilaisten luovusmenetelmien ja -työkalujen avulla pyritään tuottamaan uusia näkökulmia, ideoita ja ratkaisuja erilaisiin kehittämishankkeisiin. Näitä menetelmiä ovat muun muassa aivoriihi, 8x8-menetelmä, kaukaiset ajatusmallit-menetelmä sekä heuristinen ideointitekniikka. 8x8-menetelmän perusajatus on kirjoittaa ongelma paperille, jonka jälkeen sen ympärille sijoitetaan ongelmasta mieleen tuleva näkökulma. Saadut näkökulmat sijoitetaan uusiksi aloituspisteiksi ja niistä tuotetaan uudestaan kahdeksan ideaa. Kaukaiset ajatusmallit-menetelmän ajatuksena on, että valitaan jokin kaukainen ajatusmalli ja sovitetaan se ongelmaan. Ominaisuuksista laaditaan lista ja niistä tehdään ehdotus uudeksi palveluksi. Näin syntyy uusia ideoita, jotka eivät kuitenkaan välttä-

mättä johda mihinkään. Tällä ajatusmallilla kyetään kuitenkin irtautumaan totutuista po-
luista. Heuristista ideointitekniikkaa käytetään ongelman ratkaisu- tai kehittämisvaihtoehto-
jen ja niiden yhdistelmien muodostamiseen ja arviointiin. Ensinnä luodaan ristikko, joka sisältää
erilaisia ongelman tai kehitettävän asian ulottuvuuksia ja niille ideoituja vaihtoehtoja. Näin
syntyneistä vaihtoehtoista karsitaan ne, jotka eivät voi tulla kyseeseen. (Ojasalo, Moilanen ja
Ritalahti 2014, 78, 158-172.)

Päätimme ideoida palvelun käyttäjälähtöisesti aivoriihimenetelmää hyödyntäen. Päädyimme
tähän menetelmään, koska aivoriihellä saimme nopealla aikataululla laajan joukon ideoita,
joita pääsimme hyödyntämään käyttäjälähtöisesti päättäessämme lopullisen palvelun ominai-
suuksista. Käytimme aivoriihimenetelmää, koska muilla menetelmillä emme olisi saaneet näin
laajaa valikoimaa erilaisia ideoita samassa aikataulussa ja aivoriihi sopi mielestämme parhai-
ten ryhmässä tapahtuvaan kollektiiviseen ideointiin.

Klassinen aivoriihi (brainstorming) on yksi tunnetuimmista ja yleisimmin käytetyistä ideointi-
tekniikoista, jonka Alex Osborn kehitti 1940 - luvulla mainostoimintonsa tarpeisiin uusien ide-
oiden tuottamiseksi. Aivoriihen avulla tuotetaan huomattava joukko ideoita, joista seulotaan
parhaat ideat. Aivoriihessä on kaikkiaan seitsemän vaihetta, vaikka onkin tavallista että kaik-
kia vaiheita ei käydä istunnon aikana läpi. Vaiheisiin kuuluvat ongelman asettaminen ja sitä
koskeva keskustelu, ongelman uudelleen muotoilu, ongelman lopullinen valinta, lämmitte-
lyidointi, varsinainen aivoriihi, viljeilyidea sekä päättäminen. (Harisalo 2011, 79.)

6.3.1 Kehitysideoiden muodostaminen aivoriihimenetelmällä

Aivoriihessä pyritään luovaan ongelmanratkaisuun tuottamalla ideoita ryhmässä. Ryhmä koos-
tuu pääsääntöisesti 6-12 hengestä, joista yksi toimii ryhmän vetäjänä. Vetäjän tehtävä on
saada ryhmä ideoimaan uusia lähestymistapoja sekä ratkaisuja johonkin ennalta määrättyyn
ongelmaan. Aivoriihi alkaa tavoitteiden asettamisella ja samalla ryhmän vetäjä kertoo toimin-
taperiaatteen. Kun pelisäännöt ovat kaikille selvät, alkaa varsinainen ideointivaihe. (Ojasalo,
Moilanen ja Ritalahti 2009, 145-146.)

Ryhmässä ideoinnin haasteita on useita. Jäsenet saattavat sopeuttaa mielipiteensä vastaa-
maan muun ryhmän ajattelua tai ryhmässä toimii mielipidevaikuttaja, joka ilmaisee mieli-
piteensä hyvin vahvasti ja ehdottomasti. Halu käyttäytyä joko tietoisesti tai tiedostamattaan
ryhmän odotusten mukaisesti on luonnollista ja se on myös todettu monissa psykologisissa tut-
kimuksissa. Yksi käytännön keino tällaisesta ryhmäajattelusta suojautumiseen on aloittaa kes-
kustelu tai päätöksentekotilanne siten, että kutakin jäsentä pyydetään ensin kirjoittamaan
mielipiteensä paperille, ennen kuin siitä aletaan keskustelemaan yhdessä. (Hämäläinen ym.
2016, 117-118.)

Ideointivaiheen alussa kirjataan ylös kaikki ehdotukset ilman, että niitä tarvitsee perustella. Myös ideoiden arvioiminen on tässä vaiheessa kiellettyä. Kirjattuja ehdotuksia tulee yhdistellä ja kehittää koko aivoriihi-prosessin ajan. Post-It-lappujen käyttäminen on suotavaa, sillä niiden avulla ideoiden yhdistäminen ja siirtely on erittäin helppoa. Mikäli ideoiden synty hidastuu, tulee vetäjän pyrkiä vauhdittamaan sitä uudelleen käyttämällä esimerkiksi muita menetelmiä apunaan. Ideointivaihetta seuraa valintavaihe, jossa tutkitaan syntyneitä ideoita kriittisesti. Tässä vaiheessa saatuja ideoita arvioidaan työpajassa annettujen ohjeiden mukaisesti. Jokaiselle osallistujalle annetaan mahdollisuus sanoa mielipiteensä annetuista ehdotuksista. (Ojasalo ym. 2009, 146.)

Ryhmän vetäjällä on iso vastuu aivoriihen onnistumisesta. Vetäjän tehtävä on ylläpitää järjestystä aivoriihen ajan ja varmistaa, että osallistujat toimivat laadittujen tavoitteiden ja sääntöjen mukaisesti. Ideointihetket voivat kestää minuuteista aina useisiin tunteihin, joten taukoja tulee pitää varsinkin pitkissä projekteissa. Vetäjän tulee myös pitää huoli siitä, ettei syntyneitä ideoita arvioida heti ideointivaiheessa, vaan vasta myöhemmin sovittuna ajankohtana. Tällöin voidaan yhdessä katsoa ideoista parhaat ja toteuttamiskelpoisimmat. (Ojasalo ym. 2009, 147.)

Opinnäytetyömme aivoriihessä hyödynsimme SIL-tekniikkaa (Harisalo 2011, 94-95.), jossa ideointi työskentely jakautuu kahteen vaiheeseen: yksilö- ja ryhmätööhön. Ensimmäisessä vaiheessa ryhmän jäsenet tuottavat ideoita käsiteltävään ongelmaan yksin ja kirjoittavat ne omalle paperilleen, jonka jälkeen jokainen ryhmän jäsen esittelee oman ideansa ryhmälleen. Ideat kerätään omalle taululle tai paperille. Kun kaikki ovat esittäneet ideansa, alkaa ryhmätöövaihe, jossa ryhmän tehtävänä on yhdistää esitetyt ideat niin, että lopputulos on toimivampi tai parempi kuin yksilöiden alkuperäiset ideat.

Halusimme kuitenkin saada aivoriihestä parhaat mahdolliset ideat lopulliseen palvelun kuvaukseen, joten päätimme hyödyntää aivoriihen lisäksi Value Proposition Design menetelmää (Osterwalder ym. 2014, 81). Tässä menetelmässä aivoriiehen osallistuvat ryhmät esittelevät ideansa muille ryhmille, jotta toiset ryhmät näkevät muiden ideat ja pääsevät hyödyntämään niitä. Lopullisessa päättämisvaiheessa ryhmät valitsevat kunkin ideointivaiheen parhaat vaihtoehdot ja muodostavat niistä oman prototyypinsä palvelusta.

6.3.2 Aivoriihen toteutumissuunnitelma

Aivoriihi toteutettiin Laurea Lohjan Yrityslabran tiloissa työpajana 5.6.2017. Työskentelyyn osallistui yhteensä 11 henkilöä mukaan lukien ryhmän vetäjät. Kaikki osallistujat olivat Laurea Lohjan opiskelijoita ja aktiivisia tai melko aktiivisia matkailijoita. Ikähaarukka osallistujilla oli 26-42 vuotta. Aivoriihen toteutusta varten tilassa oli fläppitaulupaperia, Post-It-lappuja sekä tusseja.

Aivoriihen kulku jaettiin useaan osaan: ensimmäisenä etsittiin ratkaisuja osallistujien matkoilla ilmenneisiin ongelmiin sairastapauksissa, jonka jälkeen siirryttiin näiden tilanteiden mahdollisiin ratkaisumalleihin. Tuulaniemen (2011, 26) lisäksi Hämäläinen (2016) esittää palvelun kehittämisprosessin alkavan useimmiten käyttäjille tehdystä palvelukokemuksen kartoituksesta.

Tavoite oli, että ideoidessaan osallistajat pystyivät katsomaan muiden tekemiä ehdotuksia, sekä mahdollisesti jatkokehittämään muiden ratkaisuehdotuksia. Jokaisesta teemasta pyrittiin valitsemaan 3-4 parasta kehitysideaa, riippuen siitä mikä kehitettävä kohde oli, ja millaisia ehdotukset olivat. Jokaisen teeman jälkeen ideat kasattiin yhteen ja osallistajat saivat valita niistä parhaat, jotka jatkoivat seuraavaan teemaan.

Ideoitavia teemoja olivat erilaiset ratkaisut ulkomailla sairastumiseen, hoidon löytämiseen, hoidon maksamiseen sekä kommunikointiin hoitohenkilökunnan kanssa. Lisäksi kysyimme ideoita siitä, miten palvelu voisi hyödyttää matkailijan ja hänen vakuutusyhtiönsä välistä toimintaa.

7 Työpajan toteutus

Aivoriihi toteutettiin Laurea Lohjan Yrityslabran tiloissa työpajana maanantaina 5.6.2017. Työpajaan osallistui yhdeksän Laurean eri-ikäistä opiskelijaa. Aloitimme illan esittelemällä aiheemme. Pyysimme myös osallistujilta luvat valokuvaamiseen sekä ääni- ja videotallenteiden ottoon.

Illan ensimmäisessä osuudessa pyysimme osallistujia kertomaan omia tai kuultuja kokemuksia lievista tapaturmista tai sairauksista matkoilla ja miten kyseisessä tilanteessa oli toimittu. Keskustelun jälkeen jaoin osallistajat kolmen hengen pienryhmiin. Pienryhmille annoimme avuksi post-it lappuja, kyniä, paperia ja fläppitaulun.

Seuraavaksi pienryhmille annettiin tehtäväksi käydä läpi omia tai kuultuja kokemuksia ensin itsenäisesti ja sitten pienryhmien kesken. Tavoitteena oli listata tapahtumaketjun positiiviset ja negatiiviset piirteet. Pienryhmä teki löydöksistään kootut listat ja tämän jälkeen kokoonnuimme jälleen yhteiseen tilaan kaikkien osallistujien kesken purkamaan löydöksiä. Tälle tehtävän osuudelle rajoitimme ajaksi 20 minuuttia.

Pienryhmien oli seuraavaksi määrä valita aiemmin löydetyistä positiivisista asioista heille mieleisimmät sekä negatiivisista asioista heidän mielestään parhaat kehitysalueet. Tämän jälkeen pienryhmät siirtyivät omiin ryhmätiloihinsa. Tavoitteena tässä osiossa oli luoda pienryhmän ihanteellinen tapahtumaketju lievän tapaturman tai sairauden sattuessa matkalla. Tehtävän

tueksi annoimme pienryhmille otsikot: hoidon löytäminen, hoitoon pääsy, maksaminen ja vakuutus. Pienryhmien ollessa valmiita kokoonnuimme taas yhteiseen tilaan ja kävimme läpi pienryhmien tuotokset. Tälle tehtävän osuudelle rajoitimme ajaksi 30 minuuttia.

Pienryhmille annettiin viimeiseksi tehtäväksi valita heille mieleisin digitaalisen palvelun alusta sekä visualisoida tulevan palvelun sisältö. Vaihtoehtoina annoimme osallistujille internet alustan, mobiilisovelluksen tai puhelinpalvelun. Kokoonnuimme tehtävän jälkeen jälleen suurempaan tilaan, jossa jokainen pienryhmä esitteli oman palvelunsa. Tälle tehtävän osuudelle rajoitimme ajaksi 30 minuuttia.

Illan lopussa kysyimme osallistujien halukkuutta mahdolliseen toiseen työpajaan, jossa esittelisimme työmme tuloksen ja antaisimme heille mahdollisuuden antaa kehitysehdotuksia. Pysimme myös osallistujia jättämään illasta anonyymin palautteen.

Koko illan aikana työpajan vetäjien tehtävänä oli havainnoida ja tallentaa työpajan kulkua ja tiimien ratkaisumalleja.

7.1 Omat ja kuullut kokemukset

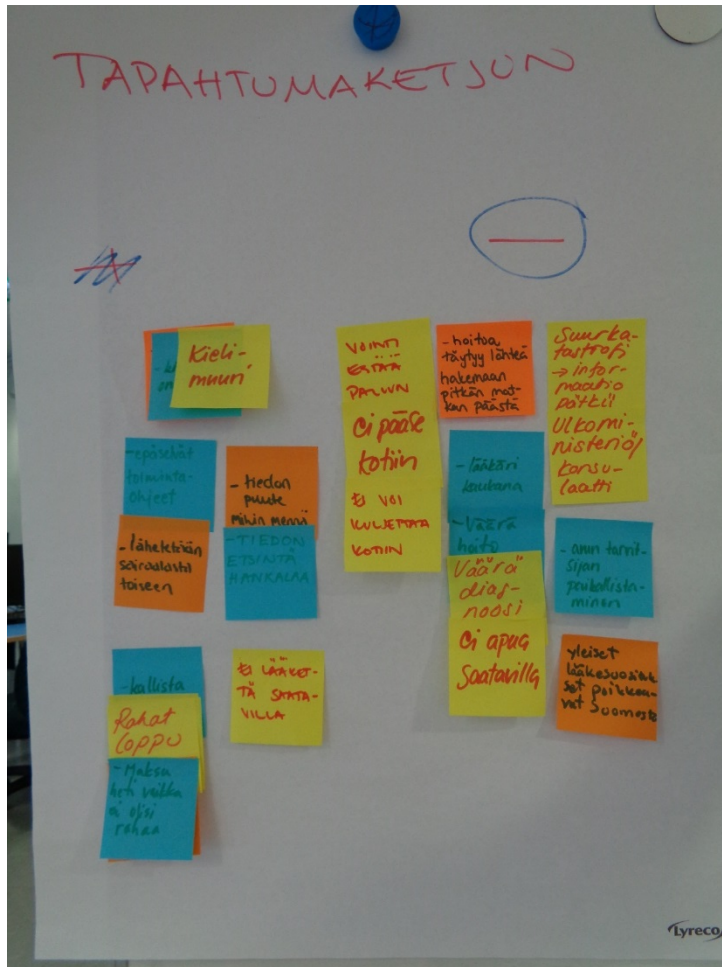
Ennen ryhmiksi jakautumista osallistujilta kysyttiin heille itselleen tai heidän tutuilleen tapahtuneista hyvistä ja huonoista kokemuksista sairastuttaessa matkalla. Osallistajat kertoivat aktiivisesti kokemuksistaan ja samalla heidät tutustutettiin illan teemaan. Kun kaikki ryhmät olivat valmiina, kasattiin heidän ajatuksensa isolle taululle, niin että ryhmät laittoivat post-it lappunsa taululle joko huonoihin kokemuksiin tai hyviin kokemuksiin.

7.1.1 Hyviä asioita nykytilassa

Luonnollisesti iso osa nykytilanteen asioista riippuu siitä miten, missä ja milloin matkustetaan. Kohteen sijainti, kaupungin koko, matkustusmuoto ja mikä vakuutusyhtiö matkaajalla on, vaikuttaa siihen miten helposti hoito ulkomailla on löydettävissä ja miten se pitää maksaa. Ryhmät jakoivat paljon samoja asioita, joita he kokivat hyvinä nykytilanteessa.

Kaikki ryhmät nostivat esille (kuva 1) helpon hoitoon pääsyn tunnetuissa kohteissa tai jos paikalla on matkatoimiston opas. Joissakin hotelleissa on mahdollista tilata lääkäri omaan huoneeseen, ja usein hotellien virkailijat osaavat neuvoa hyvään tai lähimpään hoitopaikkaan. Tämä tietysti riippuu paljon siitä mihin matkustetaan ja missä yövytään.

Vakuutusyhtiöiden korvauksien tavoissa oli osallistujien mielestä paljon hyvää. Suurin osa kiiteli nopeaa korvauspalvelua ja yksi osallistuja mainitsi, että hänen vakuutusyhtiöstään sai maksusitoumuksen, jolloin omaa rahaa ei tarvinnut käyttää ollenkaan. Hänen mukaansa tämä



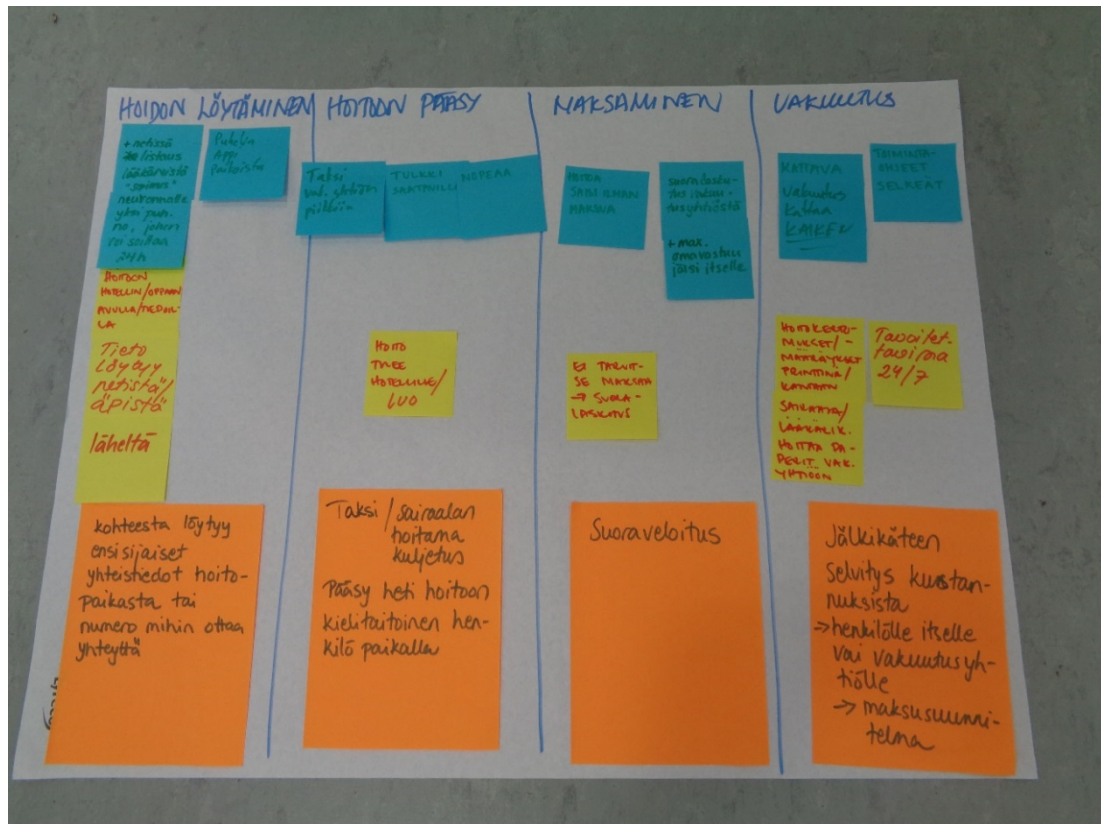
Kuva 2: Huonoja asioita nykytilassa

7.2 Tapahtumaketju ihannetilanteessa

Ihante tapahtumaketjua kuvailtaessa pienryhmät saivat tueksi otsikoita (kuva 3). Hoidon löytäminen- otsikon alla korostui hoitopaikan paikannus digitaalisen kanavan kautta. Valitussa digitaalisessa kanavassa tulisi ihannetilanteessa olla lista lähimmistä hoitopaikoista ja reititysmahdollisuus karttasovelluksen avulla. Mahdollisuus virtuaalitulkkiin koettiin osassa ryhmistä olevan oleellinen osa ihannepalvelua. Myös oppaiden mahdollinen avustus koettiin tärkeäksi. Hoitoon pääsy- otsikon alle jokainen ryhmä oli kirjannut taksin. Osa ryhmistä koki tärkeäksi, että hoito saapuisi tarvittaessa hotellille tai sen hetkiseen sijaintiin suoraan.

Kaikki ryhmät korostivat suoraveloituksen tärkeyttä maksaminen- otsikon alla. Palvelun haluttiin nopeuttavan korvauskäytäntöä, jos suoraveloitushetkellä ei ollut. Vakuutus-otsikon alla ryhmät määrittivät vuorokauden ympäri olevan yhteydenottomahdollisuuden tärkeänä. Hoitopaikan mahdollisuus lähettää vakuutusyhtiön tarvitsemat dokumentit suoraan vakuutusyhtiölle sai erityismaininnan.

Kaiken kaikkiaan ryhmät olivat yhtä mieltä siitä, että ihannetilanteessa nykyaikaisin digitaalisin keinoin hoidon ja vakuutusasiakirjojen tallentaminen ja jakaminen tulisi olla mutkatonta ja näin ollen vähentää matkailijan sairastapauksessa jo kohonnutta stressitilaa.



Kuva 3: Ihannetilanne eriteltynä

7.3 Palvelun kehittäminen

Ihanteellisen palvelun ideoimisen jälkeen ryhmiä pyydettiin valitsemaan palvelulle sopiva alusta; sovellus, internet-sivu tai puhelinpalvelu. Jokaiselle ryhmälle annettiin valmis pohja (kuva 4), johon he pystyivät ideoimaan palvelun rakenteen pääkohdiltaan. Ryhmille annettiin 30 minuuttia aikaa ideoida ja rakentaa esitys, jonka jokainen ryhmä piti muille ajan päätyttyä. Kaikki ryhmät päätyivät sovelluksen suunnitteluun. Ryhmät esittelivät palvelunsa asiakkaan palvelupolkuun, eli miten sovelluksen pääsivulta asiakas etenee palvelussa eteenpäin ja mitä ominaisuuksia palvelussa on.

Kaikilla ryhmillä yhteisiä ominaisuuksia olivat GPS, karttasovellus, omat tiedot, kuljetuksen tilaus sekä maksusitoumus vakuutusyhtiöltä. Ryhmien mukaan GPS on välttämätön asiakkaan sekä palveluiden paikantamiseen yhdessä kartan kanssa. Kartta auttaa asiakasta paikantamaan eri palveluntarjoajat, muun muassa sairaalat, yksityiset lääkäriasemat ja apteekit. Kartta ja GPS -sovelluksen avulla pystyttäisiin myös tilaamaan kuljetus esimerkiksi paikallisen taksipalvelun tai Uber-palvelun kautta. Samoin lääkäripalveluja tarjoavat yritykset pystyisivät tarjoamaan lääkäreitä tulemaan asiakkaan luokse.

7.4 Palaute

Halusimme palautetta illan tapahtumista, jotta saisimme pohjaa projektin luotettavuuden arvioimiseen sekä vertailukohtaa itsearviolle. Keräsimme avoimet palautteet nimettöminä kirjallisesti ryhmiltä illan päätteeksi.

Palaute ryhmiltä oli positiivista. Kaikki ryhmät kokivat alustuksen ohjeistuksen sekä illan aikataulutuksen sujuneen suunnitellusti. Ohjeistusta luonnehdittiin hyväksi omien ajatusten esille tuomiseen ilman vaikutteita. Aikataulutus eteni ryhmien mielestä riittävän napakasti ja realistisesti. Työpajan ilmapiiriä kuvailtiin rennoksi ja mukavaksi.

Fasilitoijan näkökulmasta työpaja sujui erinomaisesti. Osallistujat heittäytyivät jokaiseen tehtävään ja keskittyminen olennaiseen onnistui. Alustusten ansiosta saimme aikaan yhteishengen ja mukaansa tempaavan ilmapiirin, joka näkyi niin pienryhmien kuin kokonaisryhmän tuotoksissa. Ajallisesti pysyimme tavoitteessa ja olimme tyytyväisiä lopputulokseen.

8 Palvelun kuvaus

Palvelun kuvauksessa selvitämme mitä ominaisuuksia palvelu sisältää ja mitä tietoja järjestelmä vaatii ja mitkä käyttäjät siihen liittyvät. Pyrimme myös selventämään palvelun rakennetta vaatimusmäärittelyllä, joka toimii jatkossa sovelluksen ohjelmointia tukevana dokumentaationa.

8.1 Vaatimusmäärittely

Vaatimusmäärittelyssä kartoitimme millaisia toimintoja ja ominaisuuksia sovelluksen käytössä tarvitaan. Vaatimusten määrittelyn tuotoksena syntyi vaatimusmäärittelydokumentaatio, jota voidaan hyödyntää jatkossa sovellusta koodatessa. Vaatimusmäärittelyssä käytimme käyttötapauskaaviota kuvaamaan eri toimijoiden rooleja ja tietokannan käyttötapauksia. Kaaviot tarjoavat hyvän yleiskuvan järjestelmän käyttäjistä ja palveluista. Jokainen käyttötapaus kuvattiin kirjallisesti mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Käyttötapauskaaviossa käyttäjät kuvataan tikku-ukkoina ja käyttötapaukset järjestelmää kuvaavan neliön sisällä olevina ellipseinä. Ellipsin sisällä on käyttötapauksen nimi. Käyttötapausellipsiin yhdistetään viivalla kaikki sen käyttäjät. Kuten Luukainen (2011, 4) toteaa, vaatimusmäärittelyssä ei oteta kantaa ohjelman sisäisiin teknisiin ratkaisuihin, ainoastaan siihen miten toiminta näkyy käyttäjälle.

8.1.1 Sovelluksen käyttöönotto

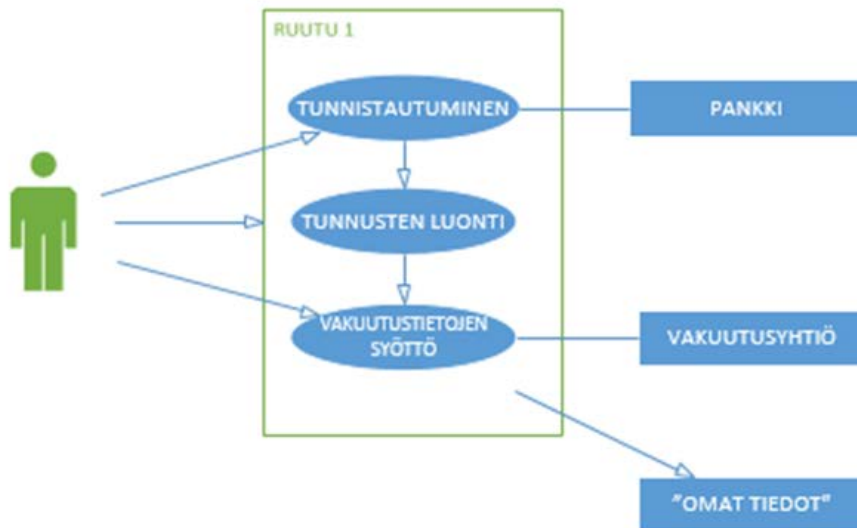
Käyttäjä lataa sovelluksen puhelimensa käyttöjärjestelmään sopivasta sovelluskaupasta. Sovellus on ladattavissa kaikille, mutta sen saa käyttöön ainoastaan palvelun tarjoavan vakuu-

tusyhtiön asiakas. Sovelluksen itsessään on tarkoitus olla maksuton. Ladattaessa sovellus vaatii käyttäjältä suostumuksen paikannuksen käyttöönottoon, jotta sovelluksen karttapalvelu toimii automaattisesti sovelluksen avautuessa. Kun sovellus on ladattu ja asennettu puhelimeen, käyttäjä avaa sovelluksen ja kirjautuu sisään palveluun. Tämä vaatii käyttäjältä pankkitunnukset tai sirullisen henkilökortin, jolla varmistutaan käyttäjän henkilöllisyydestä.

8.1.2 Kirjautuminen

Sovellukseen kirjautuminen vaatii ennen palvelun käytön aloittamista vakuutetun henkilötietojen ja vakuutustietojen syöttämistä (kuvio 6). Käyttäjä syöttää omat tiedot; nimen, henkilötunnuksen, osoitteen ja puhelinnumeron sekä vakuutustunnuksen järjestelmään, jonka jälkeen sovellus tunnistaa käyttäjän ja siirtää tiedot käyttäjästä ja muista vakuutetuista sovelluksen "omat tiedot" - valikkoon. Kirjautumisen jälkeen järjestelmä lähettää annettuun sähköposti - osoitteeseen salasanan, jolla käyttäjä pääsee kirjautumaan sovellukseen ensimmäisen kerran.

Tämä takaa asiakkaan tietoturvan, sillä sovellus vaatii tunnistautumisen sähköposti-osoitteesta, joka on myös vakuutusyhtiön järjestelmässä. Myöskin kirjautumisen vaatiminen joka kerta sovellusta avattaessa lisää asiakkaan tietoturvaa. Tällä hetkellä esimerkiksi Klarna - laskutussovelluksen käyttäminen tapahtuu samalla tavalla, joten mielestämme tämän tyyppisen sovelluksen tietoturva on riittävällä tasolla. Toki jatkokehittäessä palvelua, voidaan ottaa vakuutusyhtiöiden mielipide huomioon ja tietoturvaa voidaan parantaa tarpeen vaatiessa.

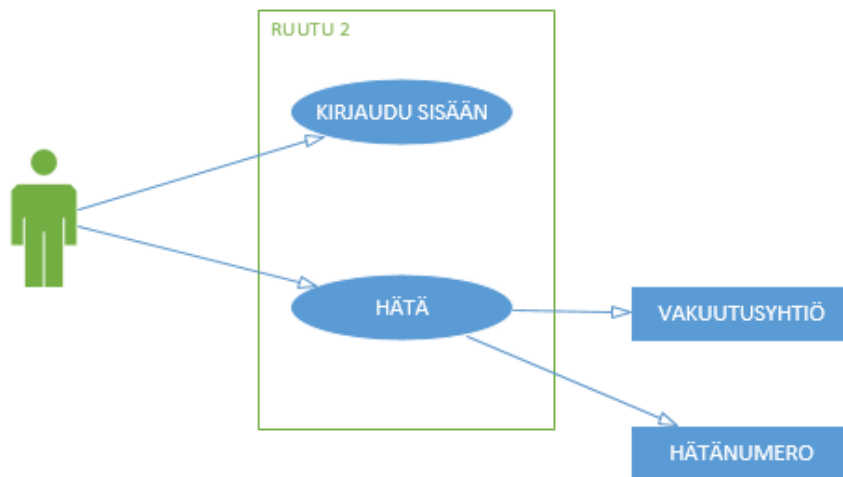


Kuvio 6: Vaatimusmäärittely 1

8.1.3 Hätänumeroon soitto

Sovellukseen kirjautumisen jälkeen sovellus aukeaa "Sisään kirjautuminen" - ikkunaan, jossa käyttäjä voi joko kirjautua palveluun tai soittaa suoraan hätänumeroon tai vakuutusyhtiön hätäpuun "Hätä" - painikkeen kautta (kuvio 7).

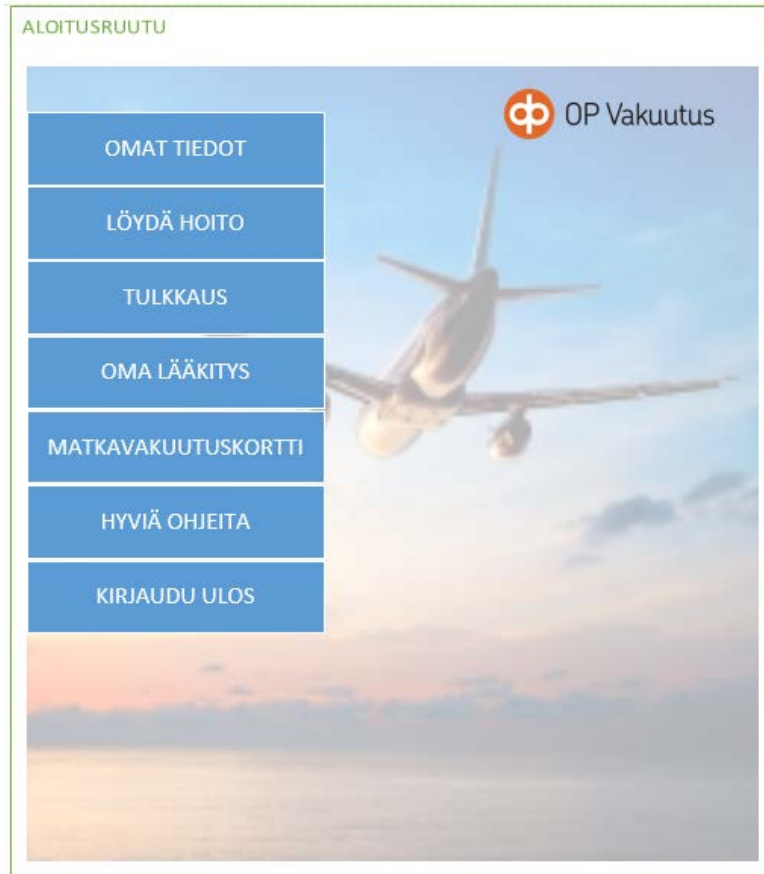
"Kirjaudu sisään" - ruudussa käyttäjä syöttää käyttäjätunnuksen sekä annetun salasanan tai oman vaihdetun salasanasensa. Ruudussa on myös linkki, jos salasana on unohtunut, jolloin järjestelmä lähettää automaattisesti uuden salasanan annettuun sähköposti - osoitteeseen. "Hätä" - painike avaa ruudun, josta voi pikatoiminnolla soittaa sijaintimaan hätänumeroon tai vakuutusyhtiön hätäpalvelu - numeroon. Tämä ei vaadi käyttäjältä sisäänkirjautumista, jotta palvelut olisivat mahdollisimman nopeasti käytettävissä.



Kuvio 7: Vaatimusmäärittely 2

8.1.4 Aloitusruutu

Sisäänkirjautumisen jälkeen avautuu sovelluksen aloitusruutu (kuvio 8), jossa käyttäjällä on valittavana alavalikoista omat tiedot, löydä hoito, tulkkaus, oma lääkitys, matkavakuutus-kortti, hyviä ohjeita sekä kirjaudu ulos valikot. Aloitusruudulla on myös tilaa esimerkiksi vakuutusyhtiön brändiä tukevalle kuvalle tai mainonnalle.



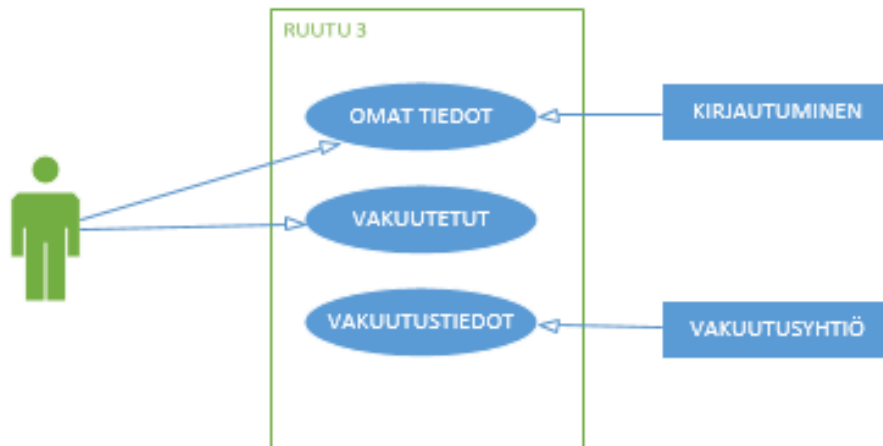
Kuvio 8: Aloitusruutu

8.2 Sovelluksen käyttäminen ja sisältö

Sovelluksen käyttäminen ja sisältö osuudessa selvennämme miten palvelua käytetään käyttäjän näkökulmasta. Vaatimusmäärittelyt kertovat mitkä asiat käyttäjä syöttää järjestelmään ja toisaalta mihin ominaisuuksiin tarvitaan toisten toimijoiden osallistumista.

8.2.1 Omat tiedot

Omat tiedot-sivulta löytyy käyttäjän aiemmin syöttämät henkilötiedot sekä vakuutustiedot (kuvio 9). Sovellus etsii henkilötunnuksen avulla käyttäjän omat vakuutustiedot sekä käyttäjän vakuutukseen liitettyjen muiden vakuutettujen tiedot. Vakuutustiedoista käyttäjä löytää vakuutuksistaan perustiedot kuten vakuutusnumerot, voimassaoloajan ja vakuutusehdot. Käyttäjän tarpeesta riippuen, tulee tässä vaiheessa valita kenen vakuutetun tietoja käyttäjä haluaa tarkastella. Käyttäjä voi tätä kautta myös tilata tarvittavia vakuutustodistuksia, kuten esimerkiksi viisumianomusta varten tarvittavia dokumentteja.



Kuvio 9: Vaatimusmäärittely 3

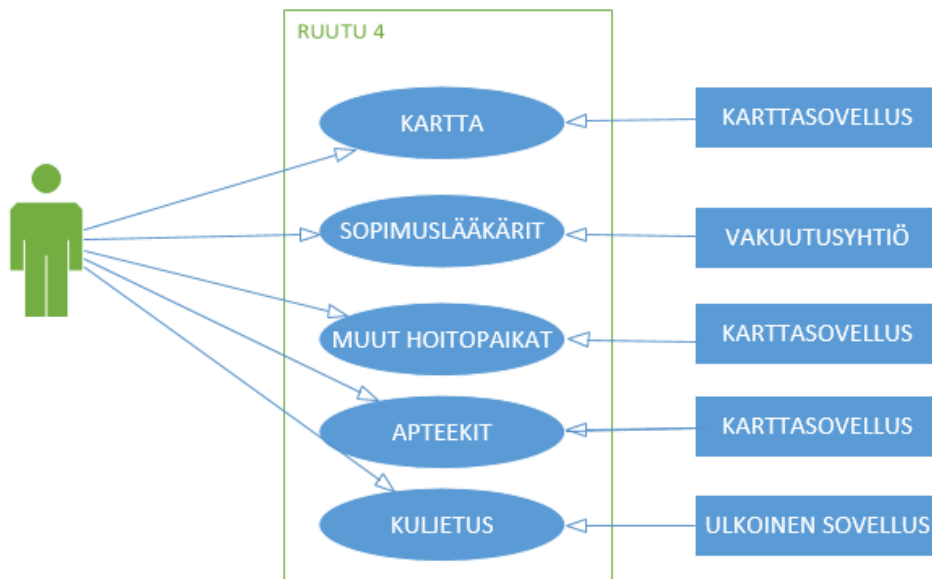
8.2.2 Löydä hoito

Löydä hoito-sivu on suunnitellun sovelluksen tärkein elementti. Sivulla käyttäjä löytää maantieteellisen sijaintinsa perusteella lähistöllä sijaitsevat vakuutusyhtiön sopimuslääkärit, muut lähistöllä sijaitsevat hoitopaikat sekä alueen apteekit. Nämä tiedot toimivat niin online - kuin offline-tilassa (kuvio 10).

Sopimuslääkäri painiketta painamalla sovellus paikantaa valitun vakuutetun vakuutusehtojen mukaiset sopimuslääkärit tai sopimuslääkäriasemat, korostaen sopimuslääkäreitä tai -asemia, joissa on vakuutusyhtiön maksusitoumus. Tämä koettiin erityisen tärkeänä aivoriihen osallistujien keskuudessa. Tämän lisäksi Rantala ja Kivisaari (2014, 508.) korostavat asian tärkeyttä teoksessaan. Käyttäjällä on tässä vaiheessa mahdollisuus tarkastella kunkin lääkärin tai aseman yhteystietoja ja suorittaa navigointi suoraan sijainnistaan kohteeseen. Tämä toimii sekä online - että offline tilassa.

Muut hoitopaikat- painiketta painamalla sovellus paikantaa kaikki lähistöllä sijaitsevat hoitopaikat ja lääkäriasemat. Apteekit- painiketta painamalla sovellus löytää alueen lähimmät apteekit.

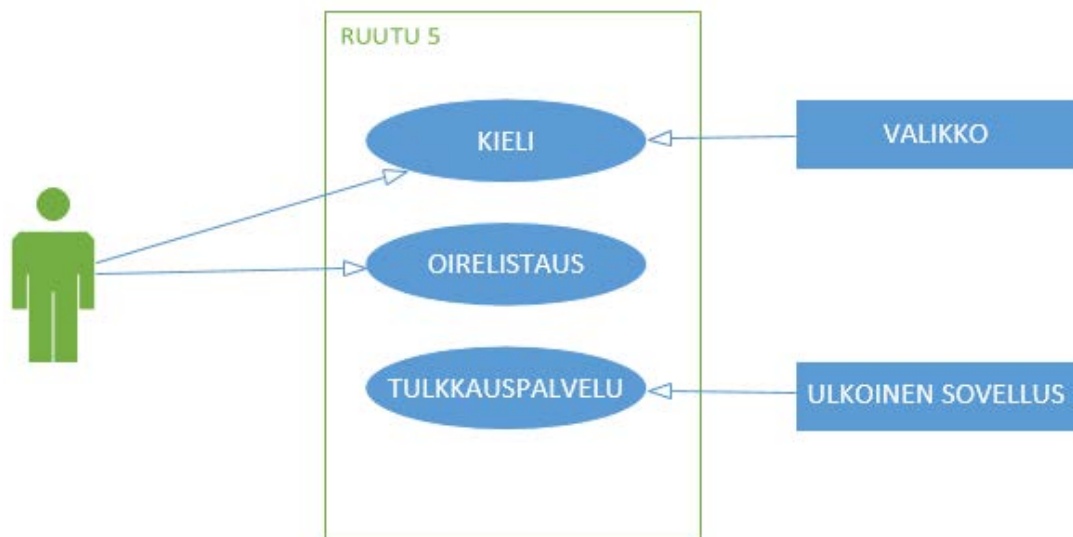
Online tilassa ollessaan käyttäjä voi Löydä hoito-sivulta tilata kuljetuksen suoraan sijaintiinsa. Sovellus yhdistää käyttäjän suoraan paikalliseen kuljetusmuotoon, kuten lähimpään taksikeskukseen. Vaihtoehtoisesti käyttäjä voi Löydä hoito-sivulta paikantaa lähistöllä sijaitsevat liikkuvat lääkärit ja tilata lääkärin luokseen.



Kuvio 10: Vaatimusmäärittely 4

8.2.3 Tulkkkaus

Aivoriivessä ilmeni vahva tarve tulkkaukselle hoitotilanteessa. Tulkki-sivulla käyttäjän on mahdollista valita kohdemaansa kieli. Käyttäjä voi tämän jälkeen valita listalta oireet, jotka halutaan käännettävän aiemmin valitulle kielelle. Sivulta löytyy myös linkki ulkoiseen puheentulkkaukspalveluun (kuvio 11).

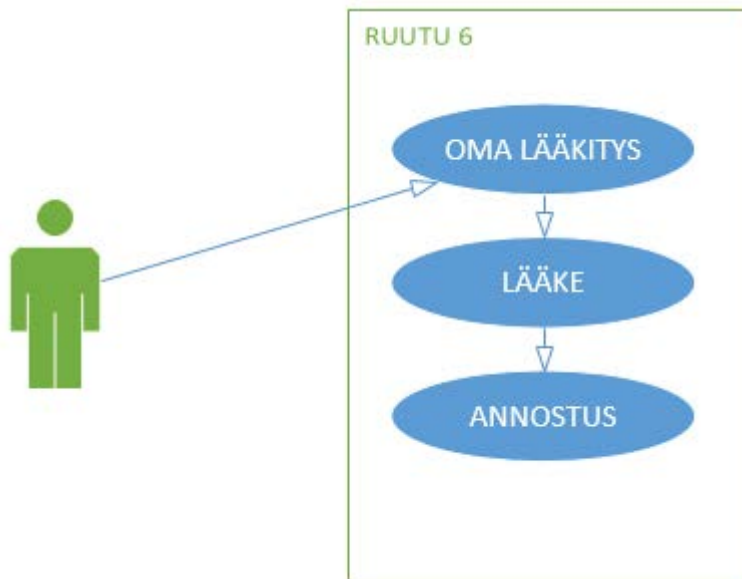


Kuvio 11: Vaatimusmäärittely 5

8.2.4 Oma lääkitys

Oma lääkitys-sivulla (kuvio 12) käyttäjällä on mahdollisuus lisätä omia lääkkeitään, niiden annostuksia sekä mahdollisia lääkeallergioita erikseen jokaiselle vakuutetulle. Tällä pyritään

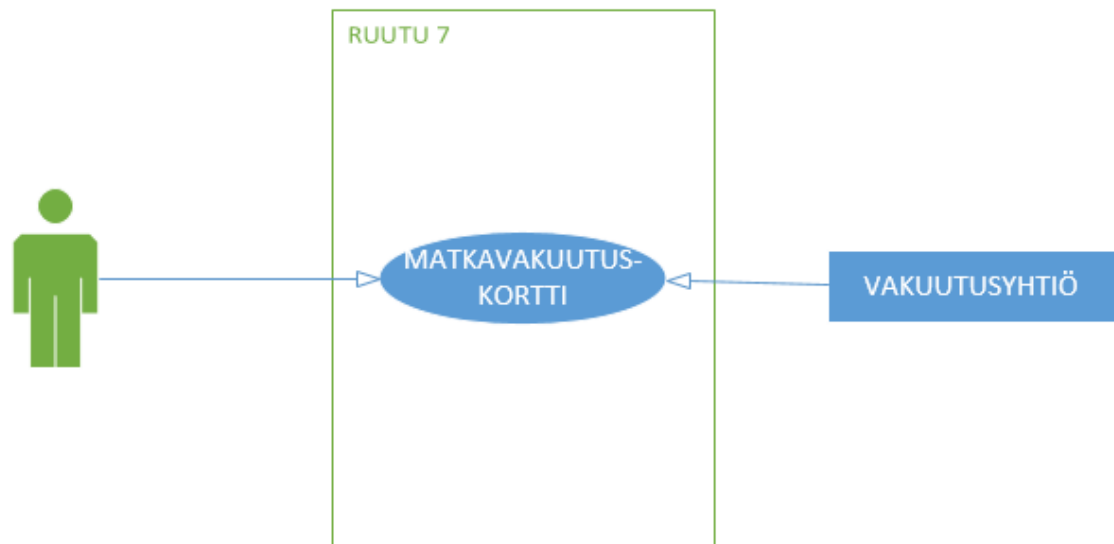
edesauttamaan hoitotilanteessa mahdollisesti kysyttäviä lääkkeiden yhteisvaikutuksia ja lääkkeiden soveltuvuuksia vakuutetuille.



Kuvio 12: Vaatimusmäärittely 6

8.2.5 Matkavakuutuskortti

Matkoilla tarvittavan matkavakuutuskortin tiedot löytyvät sovelluksen Matkavakuutuskortti-sivulta (kuvio 13). Sivulta löytyy kortin digitaalinen kopio, joka toimii todisteena esimerkiksi hoitolaitoksessa asioidessa.



Kuvio 13: Vaatimusmäärittely 7

8.2.6 Hyviä ohjeita

Sovellukseen on koottu lista matkoilla tarvittavista hyvistä ohjeista. Ohjeissa on alaotsikoit-
tain kokonaisuuksia, joihin lukeutuvat muun muassa matkatavaroiden vahingot ja varkaus,
matkan keskeytyminen ja vakuutuskorvauslomakkeen täyttö.

9 Arviointi

Oman opinnäytetyön kokonaisuuden arviointi on osa opiskelijan oppimisprosessia ja se voi-
daan toteuttaa kriittisesti tutkivalla asenteella. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tulisi arvi-
oida työn ideaa, tavoitteiden saavuttamista, mitkä asiat jäivät saavuttamatta ja kuinka am-
matillisesti merkittävä tuotos on. Lisäksi tulisi arvioida miten onnistunut lähdekirjallisuuden
valinta on, kuinka raportointi onnistui, miten prosessin aikataulutus sujui, mitä jatkosuunni-
telmia aiheeseen liittyy ja minkälaista ammatillista kasvua tekijät ovat prosessissa saavutta-
neet. (Vilka & Airaksinen 2003, 154-160.)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa palvelu helpottamaan matkailijoita kohteissa,
joissa sairastuessa ei ole normaalia turvaverkkoa eikä välttämättä edes yhteistä kieltä palve-
luntarjoajien kanssa. Tästä syystä olikin tärkeää, että asiakaslähtöisyys otettiin huomioon jo
lähdettäessä suunnittelemaan digitaalista palvelua. Palvelun tarkoituksena on myös helpottaa
vakuutusyhtiöiden asiakaspalvelua ja madaltaa korvauspalveluiden kulurakenteita.

Opinnäytetyössä saavutettiin lähes kaikki asetetut tavoitteet. Tietoperustassa esitellystä tut-
kimuskirjallisuudesta saatiin hyvä yleiskäsitys palvelumuotoilun menetelmistä sekä digitaalis-
ten palveluiden hyvistä ominaisuuksista. Tämänhetkisiä palvelumalleja verrattiin lähdekirjalli-
suudessa todettuihin onnistuneisiin käytäntöihin. Nykyisissä palveluissa todettiin kehittämis-
kohteita, joita pyrittiin parantamaan käyttäjälähtöisen ideoinnin avulla. Aivoriihimenetelmää
hyödyntäen kerättiin joukko kehittämisideoita, joita käytettiin uuden digitaalisen palvelun
suunnittelemisessa.

Toimeksiantajan mielestä työlle asetetut tavoitteet saavutettiin. Kuvattu palvelu toimii hy-
vänä pohjana tulevalle kaupallistettavalle tuotteelle. Raportin teoriaosuus vahvisti toimeksi-
antajan käsitystä idean toimivuudesta. Tekijöille tavoite oli selkeä ja prosessi sujui hyvin. Ai-
voriihen toteutus onnistui, ideoita saatiin määrällisesti ja laadullisesti tavoitteiden mukai-
sesti.

Tekijät kokivat eri toimijoiden välisessä yhteistyössä rajoituksia palvelua kehitettäessä. Ra-
joittavana tekijänä ilmeni toimeksiantaja yrityksen toive olla hyödyntämättä vakuutusyhtiöi-
den mielipidettä ennen kuin tuote kaupallistetaan. Tästä johtuen opinnäytetyön tuotos on

täysin käyttäjälähtöinen. Lisäksi työn tekijöillä oli tavoitteena palvelun Beeta-version luominen, joka ei aikataulutusta syistä onnistunut. Tätä Beeta-versiota olisi haluttu arvioida ja jatkokehittää ylimääräisessä aivoriihi-tilaisuudessa.

Vilka ja Airaksinen (2003, 157.) toteavat, että opinnäytetyön tekijöiden tulisi pohtia sitä miten oivaltava, innovatiivinen ja miten ammatillisesti merkittävä ja kiinnostava työn lopputulos on. Toimeksiantajan palautteen mukaan opinnäytetyö tarjoaa innovatiivisen palvelun, jollaista ei tällä hetkellä ole käytössä. Vakuutusliiketoiminnan palvelurakenteet pohjaavat vahvasti organisaatioiden omiin tarpeisiin ja käyttäjälähtöisyys ei ole ollut keskiössä yhtä laajasti aiemmin. Työn tekijät kokevat, että vakuutusala saa tulevalta palvelulta sellaisia hyötyjä, joita nykyinen asiakaspalvelurakenne ei pysty tarjoamaan.

Tietoperustassa painotettiin digitaalisuutta ja palvelumuotoilua. Tekijöiden mielestä lähdekirjallisuutta oli saatavilla laajasti ja ajankohtaisesti. Aiheen luonteen takia pyrittiin varmistamaan, että lähdeaineisto olisivat mahdollisimman uusia. Raportoinnissa korostui asiakaslähtöisyys ja perustelut sille miksi työn tekijät keskittyivät yhteiskehittämiseen ja asiakaslähtöisen palvelun luomiseen. Raportointi on tekijöiden mielestä looginen, riittävän kattava ja lukijalle helposti seurattavissa.

Opinnäytetyön prosessi alkoi keväällä 2017 ja alun perin toimeksiantajan tavoitteena oli saada työ syksyllä 2017. Teoriapohjan kerääminen sujui aikataulussa ja tekijöillä oli suunnitelmaseminaarissa lähes koko aineisto kasassa ennen aivoriihin toteutusta. Kutsut aivoriihi-tilaisuuteen lähetettiin aikataulussa ja vastaukset saimme pyydettyyn päivään mennessä. Toteutus sujui suunnitelmien mukaisesti ja sovitussa aikataulussa. Tekijät sopivat tavoiteaikataulun siirtämisestä toimeksiantajan kanssa ja uudeksi tavoitteeksi sovittiin joulukuun 2017. Työn kirjallinen tuotos toimitettiin toimeksiantajalle aikataulussa joulukuun alussa.

Sovellus on jatkossa mahdollista kaupallistaa omana sovelluksenaan, joka voidaan räätälöidä esimerkiksi värimaailmaltaan vastaamaan kunkin vakuutusyhtiön brändiä. Vaihtoehtoisesti sovellus voidaan kaupallistaa infrastruktuurina kullekin vakuutusyhtiölle erikseen. Tekijät suosittelivat kaupallistamaan sovelluksen infrastruktuurina, koska silloin vakuutusyhtiöt voivat tarjota asiakkailleen personoitua palvelua, joka samalla markkinoi vakuutusyhtiöitä mahdollisille uusille asiakkaille.

Toimenpide-ehdotuksina tekijät suosittelivat prototyypin rakentamista ja sen testaamista jollakin matkustajaryhmällä suosituissa matkakohteissa. Prototyypin tulisi sisältää kaikki olennaiset toiminnot kuten karttasovelluksen, lääkäriasemien ja apteekkien paikannuksen ja kää-

nöspalvelun. Tällä tavalla sovelluksen kehittäjät saivat lisäpalautetta sovelluksen toimivuudesta ja siitä kuinka käyttäjät kokevat palvelukokemuksen oikeassa tilanteessa matkakohdeissa.

Opinnäytetyöprosessiin oleellisena osana kuului opinnäytetyön tekijöiden oma arviointi. Arviointia tehtiin omaa suoritusta analysoimalla ja arvioimalla yhteistyötä opinnäytetyön parityökentelyssä. Prosessin aikana tekijöiden vahvuusalueiden hyödyntäminen korostui. Yhteistyön voima toiminallista opinnäytetyötä tehtäessä antoi tekijöille paremmat edellytykset ideoida, suunnitella ja toteuttaa tämän kaltaisen projektin. Palvelumuotoilun menetelmät olivat tekijöille aiemmin tuntemattomia ja digitaalisen palvelun kehittäminen oli myös uutta. Tekijöiden osaaminen näillä alueilla kehittyi huomattavasti prosessin aikana.

Henkilökohtaisena tavoitteena tekijöillä oli kehittyminen projektin johtamisessa, ideointimenetelmien hyödyntämisessä sekä digitaalisten palveluiden toteuttamisessa. Näissä kohdissa tekijät kokivat onnistuneensa.

Lähteet

Painetut lähteet:

Bessant, J. & Tidd, J. 2015. Innovation and entrepreneurship. West Sussex: John Wiley & Sons.

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Jyväskylä: Docendo Oy.

Goodwin, K. 2009. Designing for the Digital Age. Indianapolis: Wiley Publishing.

Haikala, I. & Mikkonen, T. 2011. Ohjelmistotuotannon käytännöt. Helsinki: Talentum.

Harisalo, R. 2011. Luovuuden teknologia. Tampere: Tampere University Press.

Hämäläinen, V., Maula, H. & Suominen, K. 2016. Digiajan strategia. Helsinki: Alma Talent.

Ilmarinen, V. & Koskela K. 2015. Digitalisaatio yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum.

Jokela, T., Lammi, V., Lohi, I. & Silvola, T. 2013. Vapaaehtoinen henkilövakuutus. Helsinki: Finva.

Kasurinen, J. 2015. Ohjelmistotestauksen käsikirja. Jyväskylä: Docendo Oy.

Keronen, K. & Tanni, K. 2013. Johdata asiakkaasi verkkoon. Helsinki: Talentum Media.

Luhtala M., From T. & Jäppinen M. 2013. Onnistumisen avaimet mobiilimarkkinointiin, Tallinna: Joon OÜ.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus: Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Meroni, A., Sangiorgi, D. 2011. Design for services. Surrey. Gower Publishing Limited.

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu - yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy

Miettinen, S., (toim.). 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Ramnath, R. 2014. Beginning iOS Programming For Dummies. Hoboken: Wiley.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., Bernarda, G. & Papadacos, P. 2014. Value Proposition Design. New Jersey: John Wiley & Sons.

Rantala, J. & Kivisaari, E. 2014. Vakuutusoppi. Helsinki: Finva.

Salo, H. 2013. Perustietoa matkavakuutuksista. Helsinki: FINE.

Stickdorn, M. & Schneider, J. 2013. This is Service Design Thinking. Amsterdam: BIS Publishers.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Sähköiset lähteet:

Allinger, T. 2016. Markkinointi ja mainonta. Viitattu: 28.2.2017. <http://www.marmai.fi/blogit/vierasblogi/kommentti-palvelumuotoilu-on-kaannosvirhe-6275850>

Android.com. 2017. Viitattu 11.9.2017. https://www.android.com/intl/en_in/

Android.com. 2017. Android Studio. Viitattu 11.9.2017. <http://developer.android.com/sdk/index.html>

Beal, V. 2014. Mobile Applications. Viitattu 29.8.2017. http://www.webopedia.com/TERM/M/mobile_application.html

Bhose, C. 2013. Tässä ovat kuumimmat mobiilisovellukset. Viitattu 29.8.2017 <http://www.kauppaalehti.fi/etusivu/tassa+ovat+kuumimmat+mobiilisovellukset/201302369459>

Brink, P. 2016. Viitattu: 8.2.2017 <http://verkkojulkaisu.viivamedia.fi/ekonomi/2016/6>

Bowling, D. 2012. The History Of The Mobile App Marketplace. Viitattu 29.8.2017. <http://www.webpronews.com/the-history-of-the-mobile-app-marketplace-2012-02>

PCWorld. 2013. Compuware Global Consumer Survey Reveals Preference for Mobile Apps. Viitattu 29.8.2017. <https://www.pcworld.idg.com.au/mediareleases/16002/compuware-global-consumer-survey-reveals/>

Digile, Liikenne- ja viestintäministeriö, Tekes, Teknologiateollisuus ja Verkkoteollisuus. 2015. Digibarometri 2015. Helsinki: Taloustieto Oy. Viitattu 7.5.2017 http://teknologiateollisuus.fi/sites/default/files/file_attachments/digibarometri-2015.pdf

EPSI Finland. 2017. Vakuutus 2016. Viitattu 14.5.2017. <http://www.epsi-finland.org/toimiala-tutkimukset/vakuutus/>

Hämäläinen, K. 2016. . Haastattelu artikkelissa Toimiva arki. Viitattu 9.2.2017. <http://www.sydan.fi/terveys-ja-hyvinvointi/toimiva-arki>

Jussila, K. 2012. Käytön laadun tärkeys mobiilisovelluskehityksessä. Viitattu 28.8.2017. <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu05839.pdf>

Järvi-Herlevi, A-M, Seppälä, M. 2016. Viitattu 9.2.2017. Toimiva arki. <http://www.sydan.fi/terveys-ja-hyvinvointi/toimiva-arki>

Ilvonen, T. 2016. EPSI Rating vakuutus - 2016. Viitattu 9.5.2017. <http://www.epsi-finland.org/report/vakuutus-2016/>

International Data Corporation. 2017. Smartphone OS Market Share, 2017 Q1. Viitattu 3.8.2017. <http://www.idc.com/promo/smartphone-market-share/os>

Kiviniemi, K. 2013. Palvelumuotoiluosaaminen oli elämäni puuttuva palanen. Viitattu 3.4.2017. <http://aaltopro.aalto.fi/fi/info/ajankohtaista/view/2013-05-30/>

Laakso, M. 2017. Asiakaspalvelun Trendiraportti 2017. ManpowerGroup Solutions. Viitattu 9.5.2017. <http://tietopankki.manpower.fi/hubfs/UIkoistettu%20asiakaspalvelu/Manpower-Group-Asiakaspalvelun-trendiraportti-2017.pdf?t=1493990598244>

- Luukkainen, M. 2011. Ohjelmistojen mallintaminen, luento 5.11.2011. Helsinki: Helsingin Yliopisto, Tietojenkäsittelytieteen laitos. Viitattu 20.9.2017. <https://www.cs.helsinki.fi/u/mluukkai/ohmas10/luentokalvot/luento2.pdf>
- LähiTapiola. 2017. Matkavakuutus. Viitattu 9.5.2017. <https://www.lahitapiola.fi/henkilo/vakuutukset-ja-elake/matkavakuutukset/matkavakuutus>
- Microsoft. 2014. Getting started with developing for Windows Phone 8. Viitattu 2.11.2017. <http://msdn.microsoft.com/en-us/library/windows/apps/ff402529%28v=vs.105%29.aspx>
- OP Vahinkoapu. 2017. Sairastuin tai loukkaannuin ulkomailla. Viitattu 9.5.2017. <https://vahinkoapu.op.fi/matka/sairastuin-tai-loukkaannuin-ulkomaanmatkalla.html>
- Pagani, M. 2013. Digital Business Strategy and Value Creation: Framing the Dynamic Cycle of Control Points. Viitattu 22.10.2017. *MIS Quarterly*, 37(2), 617–632. <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=3109&context=misq>
- Pinola, M. 2014. This is why developers make iOS apps first. Viitattu 11.9.2017. <http://www.itworld.com/consumerization-it/400623/why-developers-make-ios-apps-first>
- Pohjola - OP-Ryhmä. 2017. Matka. Viitattu 9.5.2017. <https://www.pohjola.fi/pohjola/henkiloasiakkaat/vakuutukset/matka?id=312500&srcpl=8>
- Polaine, A., Lovlie, L. & Reason, B. 2013. Service Design from insight to implementation. Rosenfeld media. Viitattu 2.10.2017. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/laurea/detail.action?docID=1131102>.
- Smith, D. 2014. Apple's App Store breaks records, but Google Play is catching up. Viitattu 11.9.2017. <http://readwrite.com/2014/01/08/app-store-sales-google-play-android#awesm=-oETI1TJNGYEA8T>
- Spence, E. 2017. Windows 10 Mobile And Microsoft's Smartphone Ambitions Have Not Died. Viitattu 14.9.2017. <https://www.forbes.com/sites/ewanspence/2017/08/20/microsoft-windows10-mobile-idol4-pro/#1eeb71db40a9>
- Suomen virallinen tilasto (SVT). 2016. Suomalaisten matkailu [verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 6.4.2017. http://tilastokeskus.fi/til/smat/2016/smat_2016_2017-03-29_fi.pdf
- Suomen virallinen tilasto (SVT). 2015. Internetin käyttö mobiilia, laitteet henkilökohtaisia. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 6.8.2017. http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2015/sutivi_2015_2015-11-26_tie_001_fi.html
- The Verge. 2013. iOS: A visual history. Viitattu 11.9.2017. <https://www.theverge.com/2011/12/13/2612736/ios-history-iphone-ipad>
- Turva. 2017. Asioi verkossa. Viitattu 9.5.2017. <https://www.turva.fi/henkiloasiakkaat/otayhteytta/asioi-verkossa/turvan-verkkopalvelu>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015. Palvelutalouden murros ja digitalisaatio. Viitattu 16.4.2017. http://digitaalinenpolku.fi/wp-content/uploads/2015/08/TEM-jul_12_2015_web_30032015.pdf
- Valtiovarainministeriö 2015. Digitalisaatio. Viitattu 30.4.2017. <http://vm.fi/digitalisaatio>
- Vilka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Viitattu 11.5.2017. <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-havainnoi.pdf>

W3.fi. 2014. Kolme tapaa kehittää mobiilisovellus. Viitattu 13.09.2017. <https://w3.fi/kolme-tapaa-kehittaa-mobiilisovellus/>

Kuviot

Kuvio 1: Käyttötapauskaavio (Luukkainen 2011, 19)	17
Kuvio 2: Asiakastyytyväisyys 2012-2016.....	20
Kuvio 3: Suomalaisten matkailu 2012-2016 (Tilastokeskus 2017)	23
Kuvio 4: Tuulaniemen palvelumuotoilun prosessi (mukaillen Tuulaniemi 2011).....	25
Kuvio 5: Goodwinin palvelumuotoilun prosessi (mukaillen Goodwin 2009).....	26
Kuvio 6: Vaatimusmäärittely 1	39
Kuvio 7: Vaatimusmäärittely 2	40
Kuvio 8: Aloitusruutu	41
Kuvio 9: Vaatimusmäärittely 3	42
Kuvio 10: Vaatimusmäärittely 4	43
Kuvio 11: Vaatimusmäärittely 5	43
Kuvio 12: Vaatimusmäärittely 6	44
Kuvio 13: Vaatimusmäärittely 7	44

Kuvat

Kuva 1: Hyviä asioita nykytilassa.....	34
Kuva 2: Huonoja asioita nykytilassa	35
Kuva 3: Ihannetilanne eriteltyinä.....	36
Kuva 4: Palvelun kuvaus	37