

Käyttäjälähtöinen Kampusopas osana Lahden Ammattikorkeakoulun muutosta

Case: NiemiCampus M19

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden ja matkailun ala
Palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Maaliskuu 2018
Minna Förbom
Sami Partanen

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden ja matkailun ala

FÖRBOM MINNA & PARTANEN SAMI

Käyttäjälähtöinen Kampusopas
osana Lahden Ammattikorkeakoulun
muutosta- Case: NiemiCampus M19

Palveluliiketoiminnan opinnäytetyö, 63 sivua, 27 liitesivua

Kevät 2018

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö tehtiin Lahden Ammattikorkeakoulun Kampuskehitykselle. Tavoitteena oli tuottaa käyttäjälähtöinen sekä kattava Kampusopas, jossa olisi kaikki uuden NiemiCampuksen palvelut, tilat ja toiminnot yksissä kansissa. Uusi NiemiCampus tulee yhdistämään kaikki LAMKin alat saman katon alle. Kampusoppaan tarkoitus on toimia muutosviestinnän työkaluna, helpottaen nykyisiä opiskelijoita sekä henkilöstöä siirtymisvaiheessa uudelle kampukselle. Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat: Miten luodaan käyttäjälähtöinen Kampusopas sekä millä keinoin Kampusopas tukee LAMKin muutosprosessia.

Opinnäytetyössä on kaksi teoriaosuutta. Ensimmäinen käsittelee käyttäjälähtöistä suunnittelua ottaen huomioon muotoiluajattelun, yhteissuunnittelun sekä palvelumuotoilun teorian. Toisessa teoriaosuudessa esitellään muutosviestinnän teoriaa, organisaation muutoksen, muutosjohtajuuden sekä muutosvastarinnan näkökulmia.

Opinnäytetyö on toiminnallinen. Työn toiminnallisessa osiossa toteutettiin aloitustyöpaja tulevan oppaan teemoista, haettiin uusia näkökulmia benchmarkingin avulla sekä pidettiin brainstorming tuokioita. Kampusoppaasta toteutettiin käyttäjättestaus teemahaastattelun avulla. Haastattelumenetelmää käytettiin myös oppaan sisällöntuotannossa.

Näillä tutkimusmentelmillä tuotettiin käyttäjälähtöisen Kampusoppaan sisältö, joka julkaistiin verkkosivutoteutuksena mainostoimisto SST:n toimesta maaliskuussa 2018. Käyttäjälähtöinen Kampusopas voidaan luoda käyttäjälähtöisen suunnittelun avulla. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa käyttäjä on osana suunnitteluprosessia sen alusta loppuun saakka. Kampusopas tukee LAMKin muutosprosessia kahdessa eri vaiheessa. Toteuttamisvaiheessa sen avulla osallistettiin ja sitoutettiin henkilöstöä ja opiskelijoita muuttoon uudelle kampukselle. Muuttovaiheessa opas tarjoaa tukea sen antaman informaation kautta. Opas toimii muutosviestinnän välineenä sekä ennalta ehkäisee mahdollista muutosvastarintaa.

Asiasanat: Käyttäjälähtöinen suunnittelu, muutosviestintä, palvelumuotoilu

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Business and Hospitality

FÖRBOM MINNA & PARTANEN SAMI

User-centric Campus Guide
Supporting the change in Lahti
University of Applied Sciences -
Case: NiemiCampus M19

Bachelor's Thesis in Service Management
appendices

63 pages, 27 pages of

Spring 2018

ABSTRACT

This thesis was made for Campus Development of Lahti University of Applied Sciences (LUAS). The aim was to create user-centric Campus Guide, which would include all the services of the new NiemiCampus. The new NiemiCampus will collect all the fields under the same roof. Campus guide will be the tool for communication of change. Its aim is to help the staff and the students with the moving process. The research questions are: How to create user-centric Campus Guide and How Campus Guide will support the process of change in LUAS.

There is two theoretical parts in this thesis. The first one focuses on user-centric design, considering the theories of design thinking, co-designing and service design. The second part introduces theories of change management, change in organization, change communication and change resistance.

This thesis was carried out as functional study. We organized a workshop of the guide's themes, got lots of new ideas of benchmarking research and kept various brainstorming sessions. User testing of Campus Guide was implement with theme interview. Interview method was also used by content production of the guide.

With these research methods was made the content of user-centric Campus Guide. It was published as web page at March 2018 by advertising agency SST. The study showed that user-centric campus guide could be made by user-centric design. In user-centric design the user should be part of the design process from its start to finish. The Campus guide will support the change process of LUAS at two stages. At making process it was used by involving and committing the staff and the students to upcoming moving. In the actual moving it will help the users oto adapt to new studying and working environment. The guide works at change communication implement and anticipate change resistance.

Key words: user-centric design, change communication, service design

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Työn tausta ja toimeksiantaja	1
1.2	Opinnäytetyön tavoite	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne	3
2	KÄYTTÄJÄLÄHTÖISESTÄ SUUNNITTELUSTA ARVON LUOMISEEN	4
2.1	Käyttäjälähtöinen suunnittelu	4
2.2	Design thinking	6
2.3	Co-design	11
2.4	Palvelumuotoilu	13
3	KAMPUSOPAS MUUTOSVIESTINNÄN VÄLINEENÄ	21
3.1	Muutos organisaatiossa	21
3.2	Muutosjohtajuus	22
3.3	Muutosprosessi	23
3.4	Muutosviestintä	25
3.5	Muutosvastarinta	26
3.6	Opas osana muutosviestintää	26
4	LAMK - TULEVAISUUDEN OPPIMISYMPÄRISTÖ	28
4.1	Lahden Ammattikorkeakoulu LAMK	28
4.2	Muuttuva LAMK	28
4.3	Kampusopas osana muuttoa	33
5	TOIMINNALLINEN OSUUS	35
5.1	Toiminnallinen opinnäytetyö	35
5.2	Laadullinen tutkimus	36
5.3	Vetoketjumalli	37
5.4	Palvelumuotoilun näkökulma työssä	37
5.5	Työpaja Kampusoppaan pääteemoista	38
5.6	Benchmarkingilla uusia näkökulmia	40
5.7	Brainstormingilla luovia ideoita	43
5.8	Oppaan käyttäjättestaus teemahaastattelun avulla	46
5.9	Sisällöntuotantoa oppaaseen haastatteluilla	51

6	JOHTOPÄÄTÖKSET	55
6.1	Tutkimuskysymykset	55
6.2	Toiminnallisen osuuden arviointi	57
6.3	Opinnäytetyöprosessin ja oppimisen arviointi	61
6.4	Jatkotutkimusehdotukset	63
	LÄHTEET	64
	LIITTEET	68

1 JOHDANTO

1.1 Työn tausta ja toimeksiantaja

Tämä opinnäytetyö käsittelee tekemäämme Kampusoppaan sisällöntuotantoprosessia Lahden ammattikorkeakoululle. Kampusopas on projekti, jonka saimme harjoittelupaikassamme NiemiCampus M19 Kampuskehityksessä. Aloitimme kummatkin harjoittelun Kampuskehityksessä keväällä 2017. Saimme Kampuskehityksen projektijohtajalta Satu Hyökiltä toimeksiannoksi tehdä uudelle kampukselle Kampusoppaan, jonka tarkoituksena olisi koota kaikki kampuksen tilat, toiminnot ja palvelut yhteen oppaaseen. Aloitimme oppaan tekemisen kesäkuussa 2017 ja teimme sitä koko harjoittelun ajan aina lokakuuhun asti. Päätimme projektin aikana elokuussa, että tekisimme yhdessä opinnäytetyön Kampusoppaan suunnitteluprosessista ja sisällöntuotannosta.

Lahden ammattikorkeakoulu on syksyllä 2018 yhden historiansa suurimman muutoksen edessä. Tällä hetkellä Lahden ammattikorkeakoulun liiketalouden, muotoilun, tekniikan sekä sosiaali- ja terveysalojen toimipaikat sijaitsevat viidellä eri kampuksella ympäri Lahtea. Ensi syksynä kaikki alat muuttavat saman katon alle uuteen NiemiCampus M19 kampukselle, joka tulee toimimaan nykyisen Niemen N73 kampuksen kanssa yhteisenä kampuskokonaisuutena kaikille opiskelijoille. Uusi yhteinen kampusalue sijaitsee noin kolmen (3) kilometrin päässä Lahden keskustasta. Mikkulankatu 19 osoitteeseen rakentuva M19 kampus rakennetaan vanhaan Iskun tehdaskiinteistöön. M19 kampusksesta tulee moderni oppimisympäristö sen käyttäjille. Uuden kampuksen tilat ovat noin 23 000 neliömetrin kokoiset ja tulevat toimimaan monialaisena korkeakoulun sekä yritysten yhteisenä ekosysteeminä.

NiemiCampus Kampuskehitys M19 aloitti toimintansa vuonna 2012, tavoitteena vahvistaa LAMKia vetovoimaisena korkeakouluna. Kampuskehityksen päämääränä on ollut toteuttaa vastuullinen kampusratkaisu, jossa nykyisen viiden kampuksen sijasta olisi yksi

yhteinen kampus. Kampus, jossa kaikki Lahden ammattikorkeakoulun toimialat toimivat yhdessä saman katon alla Niemessä.

Ohjaajana työssämme on toiminut kampuskehitystiimin palvelukoordinaattori Aku Mattila. Projektia on johtanut Satu Hyökki. Oppaan tekemisessä on ollut mukana Toni Tilsala, joka opiskelee toista vuotta graafista suunnittelua muotoiluinstituutissa. Hän on pohtinut oppaan visuaalista ilmettä yhdessä opinnäytetyön toteuttajien kanssa. Oppaan lopullisesta toteutuksesta vastaa LAMKin käyttämä turkulainen mainostoimisto SST, joka tekee oppaasta sähköisen verkkosivutoteutuksen. Toimitimme heille suunnitelmamme ja tuottamamme materiaalit harjoittelumme päätyttyä lokakuun lopussa. Projektin eri vaiheissa olemme myös saaneet apua kampuskehitystiimin muilta harjoittelijoilta ja työntekijöiltä. Mukana ovat olleet harjoittelijat Kai Toivonen ja Teppo Luoma, projektipäällikkö Hannu Kaikonen sekä projektityöntekijät Henri Mylly ja Tytti Ritala.

1.2 Opinnäytetyön tavoite

Opinnäytetyömme tavoitteena on tehdä Lahden ammattikorkeakoululle käyttäjälähtöinen Kampusopas. Oppaan on tarkoitus olla kaiken kattava tietopaketti uudesta kesällä 2018 valmistuvasta kampuksesta. Kampusopas palvelee kaikkia kampuksen käyttäjiä: opiskelijoita, henkilöstöä sekä muita kampuksen vieraita kuten yritysvieraita. Uusi kampus tulee yhdistämään kaikki LAMKin alat saman katon alle. Jokaisella alalla on erilaiset toimintakulttuurit, mikä osaltaan hankaloittaa sopeutumista uudelle yhteiselle kampukselle. Kampusoppaan tarkoituksena on helpottaa siirtymisprosessissa uudelle kampukselle ja toimia näin muutosviestinnän työkaluna.

Opinnäytetyömme aiheena on tutkia, mitkä asiat on otettava huomioon käyttäjälähtöistä opasta tehdessä sekä miten opas kytkeytyy LAMKin muuttoon uudelle NiemiCampukselle. Käymme työssämme läpi suunnitteluprosessin, työn eri vaiheet sekä perustelemme, miten

päädyimme valitsemiimme ratkaisuihin. Olemme käyttäneet Kampusopasta tehdessämme palvelumuotoilun työkaluja, joiden avulla olemme pyrkineet tekemään oppaasta mahdollisimman käyttäjälähtöisen.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

- Miten luodaan käyttäjälähtöinen Kampusopas?
- Millä keinoin Kampusopas tukee LAMKin muutosprosessia?

Meidän työemme rajautuu oppaan suunnitteluprosessiin ja sisällöntuotantoon. Olemme rajanneet oppinnäytetyömme käsittelemään oppaan valmistusprosessia opiskelijoiden ja henkilöstön näkökulmasta, koska he tulevat olemaan oppaan pääkäyttäjryhmiä. Opinnäytetyö ei tule käsittelemään oppaan tuottamista kampuksen muiden vieraiden, kuten yritysvieraiden näkökulmasta, koska emme saaneet osallistettua heitä oppaan suunnitteluprosessiin. Tämä johtui siitä, ettemme tienneet, mitkä yritykset tulevat toimimaan uudella kampuksella.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Tämä työ on toiminnallinen opinnäytetyö ja sen tekemiseen on käytetty laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Työssä on kaksi tietoperustalukua, jotka käsittelevät käyttäjälähtöiseen suunnitteluun liittyviä teemoja sekä muutosjohtajuuden eri käsitteitä. Toiminnallisessa osiossa esittelemme aluksi työemme taustaa ja selitämme oppaan merkitystä Kampuskehitykselle. Tämän jälkeen kerromme käyttämistämme menetelmistä ja niiden soveltamisesta työssä. Toiminnallisessa osiossa kerromme myös menetelmien avulla saaduista tuloksista. Viimeisessä luvussa käydään läpi työstä tehdyt johtopäätökset, arvioidaan toiminnallista osuutta, opinnäytetyöprosessia, omaa oppimista ja esitellään jatkotutkimusehdotukset.

2 KÄYTTÄJÄLÄHTÖISESTÄ SUUNNITTELUSTA ARVON LUOMISEEN

Tämän opinnäytetyön tavoitteen mukaisesti lähestymme Kampusopasta käyttäjälähtöisen suunnittelun näkökulmasta. Tässä kappaleessa esittelemme käyttäjälähtöisen suunnittelun, muotoiluajattelun, yhteissuunnittelun sekä palvelumuotoilun käsitteitä aina niiden lähtökohdista ja teorioista käytännön soveltamiseen sekä hyötyihin.

2.1 Käyttäjälähtöinen suunnittelu

Käyttäjälähtöinen suunnittelu on tuotteen tai palvelun suunnittelua loppukäyttäjän kanssa läpi koko suunnitteluprosessin (Keinonen & Sutinen 2017). Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa käyttäjällä on merkittävä rooli etenkin projektin alkuvaiheessa, sillä tällöin projektin pohjana toimii käyttäjien tarpeet ja toiveet (Hätönen 2017). Käyttäjä voi toimia tapauksesta riippuen ideoijana, tiedonlähteenä tai inspiraationa (Jyväskylän Yliopisto 2017). Käyttäjälähtöinen suunnittelu lähtee yrityksen ja käyttäjän välisestä kommunikaatiosta. Perimiltään on kyse käyttäjän toiveiden kuuntelemisesta ja aidosta ymmärtämisestä. (Lammi 2005, 222-224.)

“Vaikka muotoilijalla ja suunnittelijalla on paras asiantuntemus suunnitelmastaan, heillä on harvoin omakohtaista kokemusta tai asiantuntemusta käyttäjien tarpeista” (Hätönen 2017).

Käyttäjän osallistaminen suunnitteluprosessiin lisää suunnittelutyön tehokkuutta. Kun käyttäjät ovat alusta asti mukana prosessissa, karsitaan mahdollisuus, ettei tuote/palvelu vastaisikaan käyttäjien toiveita ja kehittämistyö pitäisi aloittaa alusta. Käyttäjät voivat huomata tuotteessa/palvelussa vikoja, joita suunnittelija ei osaa edes aavistaa tai he voivat keksiä uusia ideoita koko konseptiin. Tuotteen markkinoille tuonti pehmentyy, kun tiedetään että se on käyttäjille mieluinen. Yrityksen kilpailuetua edistää myös se, kun kuluttaja tietää, että hänen toiveitaan ja tarpeitaan on otettu huomioon jo suunnitteluvaiheessa. (Hätönen 2017.)

Käyttäjän määrittely

Käyttäjälähtöisen suunnittelun määrittämien on syytä aloittaa selvittämällä, kuka on käyttäjä. Käyttäjä eroaa asiakkaasta sillä, että käyttäjä on tuotteen tai palvelun loppukäyttäjä, kun taas asiakas ostaa tuotteen (Lammi 2005, 14-18).

Käyttäjiä määriteltäessä on muistettava, ettei yksi käyttäjä vastaa kaikkien käyttäjien mielipidettä, sekä hän voi kuulua moneen käyttäjäryhmään samanaikaisesti. Tämän vuoksi käyttäjiä kannattaa osallistaa monista eri käyttäjäryhmistä, jos mahdollista. Käyttäjäryhmät voidaan puolestaan jakaa erilaisten yhdistävien tekijöiden perusteella. Tällaisia ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, asuinympäristö tai mielenkiinnon kohteet. Käyttäjiä ei voi siirtää projektista toiseen, vaan heidät tulisi määrittää aina uudestaan kunkin projektin alussa. Muutoin heidän mielipiteensä saatetaan yleistää, jolloin ne muuttuisivat yleispäteviksi ja merkityksettömiksi. (Hätönen 2017.)

Erilaisia toteutustapoja

Suunnitteluprosessissa voidaan joko haastatella käyttäjiä ja näin saada selville mitä he haluavat, tarvitsevat ja odottavat tuotteelta/palvelulta tai voidaan havainnoida kuluttajia, kun he käyttävät kyseistä tuotetta/palvelua. Tutkija voi myös pyytää käyttäjiä itse dokumentoimaan elämäänsä, jolloin saadaan relevanttia tietoa käyttäjän jokapäiväisistä haasteista ja onnistumisista. (Keinonen ja Sutinen 2017.)

Tarkempaa tietoa ja innovatiivisia ideoita saadaan usein pienemmistä käyttäjäryhmistä. Tällöin voidaan järjestää esim. erilaisia työpajoja. Tulosten luotettavuuden parantamiseksi suunnittelijoiden kannattaa käyttää monia eri menetelmiä. (Hätönen 2017.)

Kaikki edellä mainittu tieto voidaan hyödyntää tuotekehityksessä. Käyttäjä voidaan ottaa mukaan myös palvelun kehitystiimiin, jolloin hän on aidosti osana tuotantoprosessia. Tällöin käyttäjällä tulee kuitenkin olla kokemusta jo kyseisestä palvelusta. Käyttäjän on myös saatava hyötyä palvelun

kehittämisestä, muutoin hän ei lähde siihen mukaan. Kaikkein motivoitunein käyttäjä on todennäköisesti tyytymätön asiakas, sillä hän saa parhaimman hyödyn palvelun kehittämisestä paremmaksi. (Lammi 2005,25.)

Olipa toteutustapa mikä tahansa, suunnittelutyöhön kannattaa varata riittävästi resursseja. Hyviä vuorovaikutustaitoja tarvitaan käyttäjien kohtaamisiin. Käyttäjien mielipiteiden kerääminen sekä niiden pohjalta tehdyt muokkaukset suunnitelmiin voivat viedä yllättävän paljon aikaa. (Hätönen, 2017.)

Suunnittelijan olisi hyvä olla itse paikalla kohtaamassa käyttäjiä, sillä jos hän kuulee käyttäjien mielipiteet sekä kokemukset monen välikäden kautta, voivat merkittävät tiedot mennä ohitse. Esimerkiksi käyttäjien äänenpaino, innokkuus sekä ideoiden syntyminen eivät välttämättä välity, ellei itse ole suunnittelutilanteessa mukana. (Hätönen 2017.)

Käyttäjälähtöistä suunnittelua voidaan toteuttaa myös muotoilun avulla. Muotoilulla voidaan lisätä tuotteeseen tai palveluun yrityksen brändiä näkyvämmäksi. (Lammi 2005, 30-36).

2.2 Design thinking

Design thinking (muotoiluajattelu) on saanut juurensa jatkuvan muutoksen pyörteestä. Alati muuttuva yritysmaailma haastaa yrityksiä niin rakenteellisiin kuin globaaleihinkin muutoksiin. Muotoilu on noussut osaksi strategista kehitystä ja innovointia. Muotoiluajattelun perustana on käyttäjälähtöinen (user- centric), luova ja kannustava innovointi. Muotoiluajattelu antaa uuden näkökulman innovoinnille, toimii sen lähtökohtana sekä työkaluna. Ihmiset koittavat löytää ratkaisuja eliminoimalla vaihtoehtoja, kun heidän tulisi rakentaa uusia ideoita. (Kämäräinen 2012). Muotoiluajattelun pohjana on ajatus, etteivät mitkään asiat ole valmiiksi määriteltyjä, niin kuin me usein uskomme. Aina on tilaa innovaatioille. (Savolainen 2012.)

“Muotoiluajattelu tuo mukaan näkökulman, joka kannustaa yhteisen kielen käyttämiseen ja oman asiantuntijuuden tuomiseen yhteiseksi hyväksi.”
(Heinonen 2014, Miettinen 2014, 8.)

Muotoiluajattelu on luovan prosessin keino keksiä uusia ratkaisuja tulevaisuuteen tähdäten. Prototyyppien kehittäminen ja niiden kautta ideoiden testaaminen, sekä tekemällä oppiminen ovat muotoiluajattelun peruselementtejä. Tavoitteena on ajatella positiivisesti, luovasti sekä uteliaasti ratkaisten käyttäjien ongelmat ja kohdata heidän tarpeensa. Muotoiluajattelun etuja ovat uusien mahdollisuuksien löytäminen, oikeiden kysymysten kysyminen sekä avoimen mielen merkitys. (Savolainen 2012.)

Muotoiluajattelu antaa eväät myös muutosjohtamiseen. Muutosjohtaminen on luovaa johtamista, läpi muutosprosessien. Muutosjohtamisen avulla voidaan löytää ratkaisuja muutostilanteisiin sekä kehittää uutta. Luovan johtajan tulee omata muotoilustrategista ajattelua, luovaa ajattelua, visioita ja kestävyyttä. Hänen tulee koota monialainen suunnittelutiimi, jonka avulla päästään ennennäkemättömiin ratkaisuihin. Luovan johtamisen tavoitteena on saada työntekijät vapautumaan ja löytämään oma luovuutensa sekä potentiaalinsa, ennemmin kuin vain seuraamaan johtajaa ja toteuttamaan sokeasti hänen visiotaan. Tulevaisuuden työelämässä luovalta johtajalta odotetaan kykyä keskustella sekä ratkaista ongelmia yhdessä alaisten kanssa. Luovan johtajan luonteenpiirteisiin kuuluvat myös yrittäjämäisyys, riskinotto-kyky, epäonnistumisten sieto, kokeilukulttuurin omaksuminen sekä taiteilijamainen, oman intuition seuraus. (Miettinen 2014.)

Miten muotoiluajattelu toimii käytännössä?

Muotoiluajattelussa ongelmia pyritään ratkaisemaan käyttäjälähtöisesti yhteistyökumppaneiden avulla. (Liedtka, King & Bennet 2013, 11-12). Yksi muotoiluajattelun päämääristä on uusien strategioiden tunnistaminen. Muotoiluajattelu sulkee ovensa arvailuilta, intuitioilta sekä vanhaan tietoon nojautuvilta päätöksiltä ja keskittyy kuluttajien käytökseen sekä tutkimaan

minkälaisia tuotteita ja palveluita he tulevaisuudessa haluavat.
Muotoiluajattelu on ratkaisukeskeistä toimintaa (Miettinen 2014.)

Muotoilun tavoitteena on luoda arvoa sidosryhmien lisäksi koko yhteiskunnalle. Nykyisin sitä on alettu käyttämään käyttäjälähtöisen kehittämisen työkaluna sekä erilaisissa kehityksen edistämishankkeissa. Arvonluonnin tasot ovat brändäys, käyttäjälähtöisyys sekä uusien ratkaisujen luonti. Kaikki kolme ovat hyviä työkaluja muotoiluajattelulle. Ne sopivat tilanteeseen, kun yritys suunnittelee uusia tuotekehityksen tapoja. Käyttäjälähtöisyyden näkökulma voi olla osana alkuideointia, ideoiden testausta tai parhaimmillaan osana yrityksen kaikkia osa-alueita. (Miettinen 2014.)

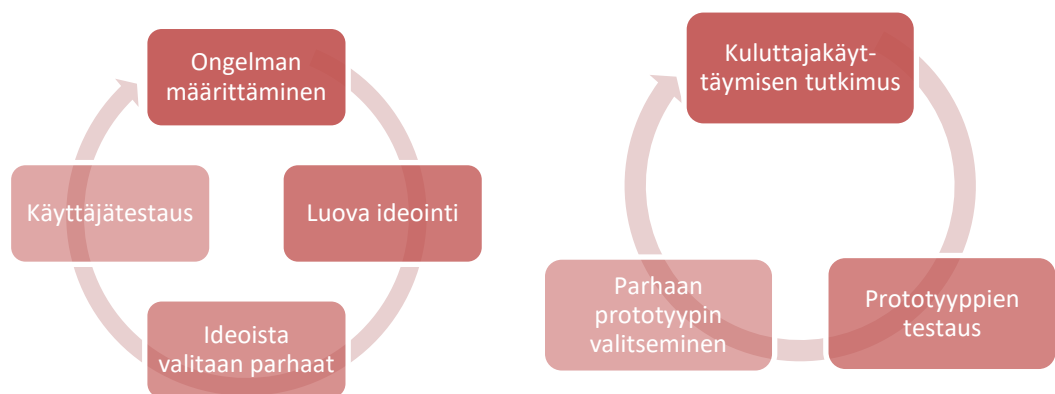
Muotoiluajattelu on laajentunut omalta alaltaan, monien toimialojen yhteiseksi toimintatavaksi. Suomesta on jo pitkään noussut alan parhaita insinöörejä, asiantuntijoita sekä heidän huipputuotoksiaan myös kansainvälisille markkinoille. Nyt on aika ottaa muotoiluajattelu mukaan peliin. Muotoiluosaamista ei kannata ulkoistaa. Sen tulisi olla yritysten ydinosaamista, jotta siitä saataisiin paras hyöty. Muotoiluajattelua voi hyödyntää yrityksen kilpailuetuna, yhdessä muiden tekijöiden kanssa. Muotoiluajattelu yksin ei lisää yritysten kilpailukykyä, mutta se antaa työvälineet yhdessä kehittämiseen ja sitä kautta yhdessä oppimiseen sekä vertaisoppimiseen. Muotoilutoiminnan tavoitteena on osaamisen uudenlainen jäsentäminen. Se on nyt jo osana niin julkisten- kuin pk-yritystenkin arkea. Muotoilun avulla voidaan ratkaista myös suurempia yhteiskunnallisia ongelmia, kuten väestön ikääntymisestä syntyviä ongelmia. Muotoiluajattelu on otettu osaksi niin Suomen, Euroopan Unionin kuin sen jäsenvaltioidenkin strategioita vuoden 2012 jälkeen. (Miettinen 2014, 25-26.)

Liedtka ym. (2013) ovat jakaneet muotoiluajattelu prosessin neljään osaan (suomennos kirjoittajan):

- Mitä on? (What is?)
- Mitä jos? (What if?)

- Mikä yllättää? (What wows?)
- Mikä toimii? (What works?)

Ensimmäisessä vaiheessa (What is?) tutustutaan perinpohjaisesti yrityksen tämänhetkiseen tilanteeseen ja määritellään, mitä ongelmia aletaan ratkaista. Seuraavassa vaiheessa (What if?) edetään systemaattisesti ratkomaan ongelmaa, käytetään työkaluja jotka auttavat ajattelemaan ”boxin ulkopuolelta”, sekä ideoidaan mahdollisia ratkaisuja, rakentaen niistä hypoteeseja. Kolmannessa vaiheessa (What wows?) ideoista valitaan parhaat, pohtimalla mitkä ideat tuottavat sidosryhmille aidosti hyötyä, sekä ovat yrityksen resurssein toteutettavissa. Kun ideat ovat rajattu, niistä tuotetaan prototyypit käyttäjän testattavaksi. Neljännessä vaiheessa (What works?) aloitetaan prototyypin käyttäjätestaus. Käyttäjiltä odotetaan hyödyllistä palautetta, ja näiden pohjalta tuotteeseen tehdään muutoksia. Sama toistetaan niin kauan, että tuote on valmis markkinoille. Tämä nelivaiheinen prosessi tukee tekemällä oppimista, jossa epäonnistumisia toivotaan varhaisessa vaiheessa, jotta ne voidaan korjata mahdollisimman pian. Prosessin avulla pyritään minimalisoimaan kokeilujen kustannukset sekä todentamaan oletukset toimiviksi, tai epätoimiviksi, mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. (Liedtka ym. 2013.)



KUVIOT 1 & 2. Muotoiluajatteluprosessi (oikealla Liedtka ym. 2013, vasemmalla Brown 2008)

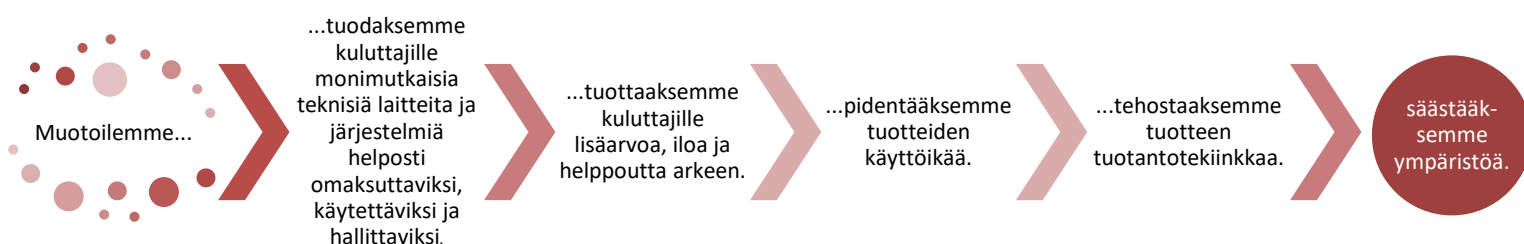
Brown (2008) yhteistyökumppaneineen puolestaan jakaa design thinking prosessin kolmeen suurempaan vaiheeseen. Ensimmäisessä vaiheessa tutkitaan kuluttajakäyttäytymistä ja kysytään kuluttajien haluista, arjesta ja tulevaisuudesta. Ei siitä, minkälaisen tuotteen he haluavat. Seuraavassa vaiheessa aloitetaan raakojen prototyyppien testaus, sekä arviointi, miten asiakkaat ottavat tuotteen vastaan. Tarkoitus on saada prototyypit mahdollisimman aikaisessa vaiheessa testiin, ettei niiden hiominen ime turhia resursseja. Viimeisessä vaiheessa valitaan prototyyppien voittajat sekä arvioidaan, onko yrityksellä riittävät valmiudet, toiminnot sekä resurssit tuotteen tuottamiseen, jakeluun ja myymiseen. (Brown 2008.)

Brownin (2008) sekä Liedtkan ym. (2013) muotoiluajatteluprosessit (kuviot 1 ja 2) näyttävät millä eri tavoin muotoiluajattelutoimintaa voidaan toteuttaa. Molempia yhdistää ideointi, prototyyppien testaus sekä käyttäjien osallistaminen keskeisenä osana prosessia. Siinä missä Liedtka ym. aloittaa ongelman määrittelyllä ja luovalla ideoinnilla, Brownin menetelmässä keskitytään heti kuluttajakäyttäytymisen tutkimiseen ja koitetaan etsiä ongelmaan ratkaisua sen pohjalta.

Miettisen (2014) mukaan muotoilutoimintaa ei voi tehdä lainkaan ilman käyttäjäymmärrystä. Suunnittelijan tulee olla empaattinen loppukuluttajaa kohtaan. Hänen tulee ymmärtää mikä luo arvoa ja merkitystä käyttäjälle, ja tätä kautta löytää tunneside yrityksen ja kuluttajan välille massamarkkinoilla. Mahdollista käyttäjää kannattaa mielummin havainnoida kuin haastatella, sillä hänelle itsestäänselvät arkiset askareet voivat olla niin automaattisia, ettei hän välttämättä osaa tuoda niitä esille haastattelussa. Käyttäjäymmärrystä syventäessä muotoilija voi tehdä käyttäjäprofiileja, sarjakuvamaisia luonnoksia, palvelupolkuja sekä tulevaisuuden skenaarioita. Nämä kaikki helpottavat hahmottamaan, millainen käyttäjä on kyseessä, kartoittaa tämän ominaisuuksia, toimintoja sekä yhteyttä tuotteeseen. (Miettinen 2014.)

Miksi ylipäätään muotoilla?

Muotoilun tavoite on luoda abstrakteista ideoista visuaalisia ratkaisuja. Karkeita luonnoksia on helppo ja nopea tuottaa vain kynän ja paperin avulla. Muotoiluajattelussa on tärkeää, että ideat, ajatukset ja kokemukset konkretisoidaan mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Tällöin käyttäjien sekä kanssatuottajien on helpompi hahmottaa ne ja antaa saman tien kehitysehdoituksia. Muotoiluajattelu vaati epäonnistumisten sallimista, ongelmakentän ja ratkaisuvaihtoehtojen ymmärtämistä ja löytämistä. Kuvio 3 antaa perustavanlaatuiset syyt muotoilulle. (Miettinen 2014.)



KUVIO 3. Miksi muotoilemme? (Miettinen 2014)

2.3 Co-design

Co-designingia (yhteissuunnittelua) käytetään usein "kattoterminä" osallistamiselle, yhteisluomiselle (co-creation) sekä avoimelle suunnittelulle (open design). Co-design tekniikat ovat kehitetty Skandinaviassa vasta 1970-luvulla. Yhteissuunnittelun periaatteena on, että käyttäjät toimivat käyttäjäkokemuksensa perusteella suunnitteluprosessin asiantuntijoina. Tällöin se muuttaa perinteisen suunnittelija- asiakas suhteen. Asiakkaat eivät ole enää pelkkiä konsultteja, vaan kanssatuottajia. (Chisholm 2017.)

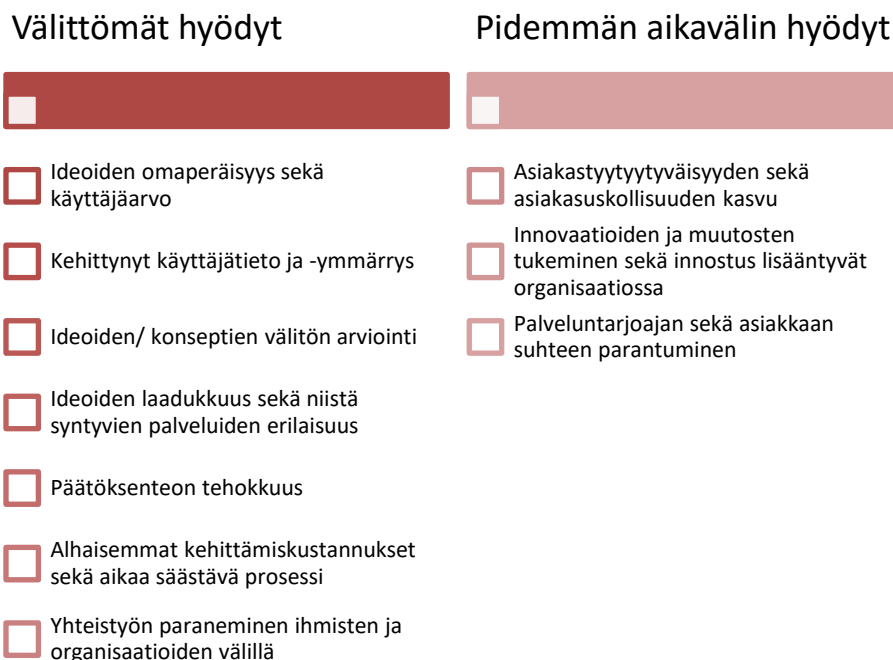
Co-designin avulla voidaan kehittää sekä järjestelmiä että palveluja toimivimmiksi. Co-design on sidosryhmien kanssa yhdessä suunnittelua, jossa voidaan osallistaa joko yrityksiä, yrityksen eri osastoja tai asiakkaita. Yhteissuunnittelun avulla varmistetaan palvelun toimivuus, käytettävyys, sekä asiakkaiden tarpeiden kohtaaminen. (Weiler 2016.)

Weiler (2016) ja Chisholm (2017) ovat yhtä mieltä siitä, että käyttäjien ja yhteistyökumppaneiden täytyy olla aktiivisessa roolissa co-design

projektissa, jotta ratkaisuja löydetään ja palveluja voidaan kehittää. Yhteissuunnittelu onnistuu sitä paremmin, mitä enemmän sidosryhmien edustajia voidaan osallistaa. Käyttäjät, asiakkaat, palveluntarjoajat sekä asiantuntijat voivat yhdessä luoda monialaisen suunnitteluryhmän, jossa yhteistyö synnyttää luovia ideoita. Sidosryhmiä voi hyödyntää missä kohtaa vain kehitysprojektia. Mitä aiemmin ja useammin heidät otetaan osaksi suunnitteluprosessia, sitä vahvemmin he pystyvät vaikuttamaan todelliseen lopputuotokseen. Ottamalla palveluntarjoajat sekä loppukäyttäjät mukaan suunnitteluprojektiin, kuullaan sekä heidän että heitä palvelevien yritysten mielipiteet aikaisessa vaiheessa. (Weiler 2016.)

Vastuu co-design projektin onnistumisella on sen ohjaajalla, esimerkiksi suunnittelijalla. Hänellä täytyy olla puitteet yhdessä luomiseen, onnistuneeseen kommunikointiin sekä uusien ideoiden testaamiseen (Chisholm 2017). Suunnittelijoiden täytyy hyödyntää omaa ammattitaitoaan ohjaamalla yhteistyökumppaneiden ideointi- ja kehittämisprosessia sekä auttaa heitä ideoiden esittelyssä. Tämä täytyy tapahtua niin, etteivät suunnittelijat tuo omia tavoitteitaan tai ideoitaan liian vahvasti esiin, vaan antavat tilaa yhteistyökumppaneiden vapaalle ideoinnille. (Weiler 2016.)

Chisholm (2017) on jakanut co-design prosessista saatavat hyödyt (Kuvio 4) välittömiin hyötyihin sekä pidemmän aikavälin hyötyihin.



KUVIO 4. Yhteissuunnittelun hyödyt (Chisholm 2017)

2.4 Palvelumuotoilu

Tässä luvussa esitellään mistä palvelumuotoilu on lähtöisin, mihin sitä tarvitaan sekä millä eri keinoin palvelumuotoilua voidaan toteuttaa käytännössä. Kampusoppaan teossa on hyödynnetty palvelumuotoilun menetelmiä ja siksi lukijan on hyvä tietää, mistä palvelumuotoilussa on kyse.

Palvelumuotoilun määritelmä

Palvelumuotoilu on suunnittelijoiden sekä sidosryhmien yhteinen ajattelu- ja toimintatapa. Palvelumuotoilu ei ole vain muotoilijoiden yksinoikeus, vaan yleensä prosessiin liittyvät eri alojen asiantuntijat, aina insinööreistä sosiologeihin. Palvelumuotoilun tuloksena syntyy palveluita, kun taas muotoilun tuloksena syntyy muotoilua. Palvelumuotoilu mahdollistaa palvelujen kehittämisen yhteisten menetelmien kautta. Palvelumuotoilussa hyödynnetään teollisen muotoilun perusteita, eli prosessi- ja

menetelmäosaamista, visualisointia sekä ”tyhjän näkyväksi tekemistä” eli prototypointi. (Tuulaniemi 2011.)

Palvelumuotoilu tuo muotoiluosaamisen palvelujen kehittämiseen.

Palvelumuotoilu ei ole abstrakti aihe vaan: ”se on konkreettista toimintaa, joka yhdistää sekä käyttäjien tarpeet ja odotukset, että palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi” (Tuulaniemi 2011).

Palvelumuotoilua voidaan hyödyntää olemassa olevien palveluiden tehostamiseen sekä uusien palveluiden luomiseen. (Tuulaniemi 2011.)

Palvelumuotoilun taustaa

Palvelumuotoilu johtaa juurensa ilmiöön nimeltä palveluistuminen, joka tarkoittaa palveluiden merkityksen kasvua yhteiskunnassamme (Tuulaniemi 2011). Maailmalla, kuten Suomessakin, ollaan siirtymässä tavaran omistamiskulttuurista palveluiden kuluttamiseen. Suomessa palveluiden osuus bruttokansantuotteesta on noin 70% vuonna 2016, kun taas alkutuotanto valtaa 2,7% ja jalostus 27% (Tilastokeskus 2017).

Yhdysvalloissa ja Australiassa arvioitiin palveluiden osuuden bruttokansantuotteesta olevan yli 80% jo vuonna 2011. (Tuulaniemi 2011.)

Palvelumuotoilu on muotoiluajattelijoiden synnyttämä ala, jonka lähtökohtana oli palvelusektorin taloudellinen vahvistuminen 1990- luvulla (Meroni 2016). Tällä hetkellä talous on suorastaan riippuvainen palvelualasta. Tuulaniemi (2011) kohdistaa tämän päivän palvelumuotoilun synnyn Eurooppaan. Palvelumuotoilun pioneereina toimivat saksalainen professori Michael Erlhoff, joka lanseerasi alan vuonna 1991, sekä Birgit Mager joka aloitti ensimmäisenä palvelumuotoilun professorina 1995 Kölnin Kansainvälisessä muotoilukoulussa. (Tuulaniemi 2011.)

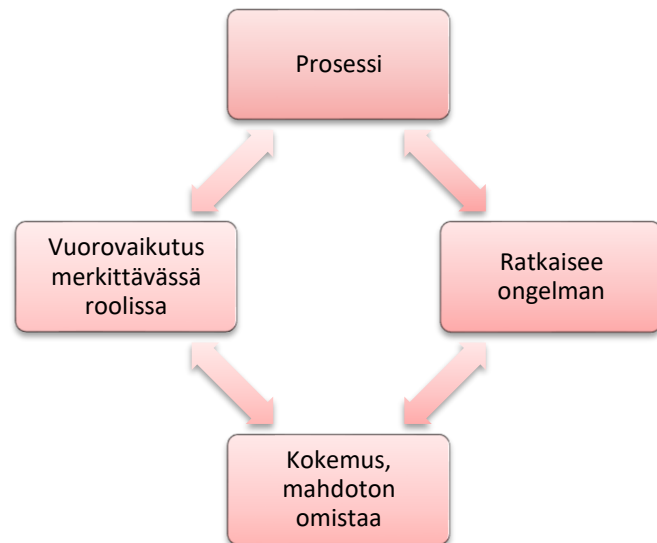
Palveluistumisesta huolimatta tarvitsemme jokapäiväisessä henkilökohtaisessa elämässämme tai yritysmaailmassa aina joidain tavaroita, oli se sitten teknisiä koneita tai huonekaluja. Tämä lisääkin uusia tulokulmia myös yritysmaailmaan. ”Aineettomiin palveluihin voi lisätä

tavaroita - tavaroiden ympärille voi aina lisätä palveluita!” naulaa Tuulaniemi (2011). Tämä tarkoittaa, että jos yritys myy tekniikkaa, voi palveluun panostamalla saada erinomaisen kilpailuedun markkinoilla lisäämällä tuotteen ostoon vaikkapa jatkuvan huoltosopimuksen. Tai sitten aineellisen tavaran myynnin sijasta voi yritys tarjota leasing tai vuokraus palveluita. (Tuulaniemi 2011.)

Palvelun määritelmä

Asiakkaat etsivät palveluista ratkaisuja, jotka palvelevat ja luovat arvoa heidän arkeensa. Tällöin asiakkaat eivät etsi vain tuotteita tai palveluita, vaan kokonaisvaltaisia paketteja, jotka tarjoavat heille käytännössä kaiken, aina tietotaidon jakamisesta toimitukseen - nopeasti ja vaivattomasti. (Grönroos 2015.)

Palvelu on prosessi (Kuvio 5), joka täytyy kokea, mutta sitä ei voi omistaa. Palvelu luodaan yhteisesti kuluttajan kanssa. Ilman kuluttajaa on mahdotonta olla palvelua. (Tuulaniemi 2011.) Palvelua ei voi myöskään kokeilla ennen sen ostamista. Palvelu on monimutkainen ilmiö, joka voi muodostua henkilökohtaisesta palvelusta tai tuotteen ympärille kootusta palvelukokonaisuudesta. (Grönroos 2015).



KUVIO 5. Palvelun määritelmä (Tuulaniemi 2011)

Palvelulla on aina seuraavat ominaisuudet:

- Aineettomuus
- Epäyhtenäisyys
- Tuotannon ja kulutuksen erottamattomuus
- Pilaantuvuus

Meroni (2016) jakaa palvelun ominaisuudet edeltävään neljään osioon (Meroni 2016, suomennos kirjoittajan). Aineettomuus syntyy siitä, ettei palveluja voida nähdä, tuntea, maistaa tai koskea samalla tavalla kuin tuotteita. Palvelut ovat ennemminkin toimintoja ja suorituksia kuin asioita tai esineitä. Epäyhtenäisyydellä viitataan palvelun tapaan olla riippuvainen työntekijöistä, palvelutilanteesta sekä myös asiakkaasta. (Meroni 2016.) Mikään palvelutilanne ei siis ole täysin identtinen toisen kanssa. Tämä tuottaa yrityksille haasteen pitää palvelun laatu tasaisena palvelutilanteesta toiseen (Grönroos 2015). Tuotannon ja kulutuksen erottamattomuus täsmentää ajatusta siitä, ettei palvelua voida tuottaa ilman asiakasta. Palvelu on aina riippuvainen ihmisten välisestä kontaktista ja vuorovaikutuksesta. Pilaantuvuudella tarkoitetaan palvelun sitä ominaisuutta, että sitä ei voida tuottaa ennakoon taikka varastoida. Tämän vuoksi palveluntarjoajan on pystyttävä toimittamaan palvelu asiakkaalle juuri oikeaan aikaan. Mikäli hän epäonnistuu, voidaan todeta, ettei palvelua koskaan ollutkaan, sillä asiakas ei kohdannut sitä tarvittaessaan. (Meroni 2016.)

Palvelut ovat asiakkaan arvoa tukevia prosesseja. Asiakkaan arvontuotantoprosessi syntyy vasta kun asiakas hyödyntää ostamaansa palvelua. Arvoa ei voida luoda ennalta yrityksen taustatoimissa, vaan asiakas luo arvoa itse, osana palvelun kuluttamista. Palveluntarjoaja on tässä prosessissa kuitenkin olennaisesti osana, mahdollistaen arvonluonnin. Palvelulogiikan mukaa yrityksen tulisi tukea asiakkaan arvontuotantoprosessia, ei vain antaa tälle rerusseja, tuotteita ja tietoa, ja toivoa että hän osaa käyttää niitä. (Grönroos 2015.)

Palvelumuotoilun tavoite

Palvelumuotoilun tavoitteena on 100% asiakastyytyväisyys. Asiakas muodostaa mielipiteensä palvelusta aina subjektiivisesti, kunkin palvelukokemuksen jälkeen. Asiakastyytyväisyyttä voidaan kuitenkin pyrkiä parantamaan pilkkomalla palvelu osiin - palvelupisteisiin ja tarkastelemalla kutakin palvelupistettä erikseen ja näin parantaa palvelun

kokonaisprosessia. Palvelumuotoilun yhtenä tavoitteena on asiakkaan ongelmien ratkaisu palvelun avulla. Palvelumuotoilussa on tärkeää ottaa huomioon palveluntarjoajat, kaikki prosessiin osallistuvat tuottajat sekä kaikki asiakasryhmät. (Tuulaniemi 2011.)

Palvelumuotoilun avulla voidaan parantaa palvelun koettua arvoa. Palvelun arvo on aina subjektiivinen, koska se on asiakkaan kokemus hinnan ja hyödyn välinen suhde. Ennen palvelun lunastamista asiakkaalla on käsitys palveluntarjoajan arvolupauksesta. Arvolupaus määrittää, millainen tuote tai palvelu on kyseessä, mikä tekee siitä erikoisen, kenelle tuote/palvelu on tarkoitettu sekä mitä hyötyä asiakas siitä saa. Mikäli palveluntarjoaja päättää joko laskea palvelun hintaa tai nostaa palvelusta saatua hyötyä hintaa lisäämättä, tuottaa hän kuluttajalle lisäarvoa. Yleensä palvelumuotoilussa on kyse lisäarvon tuottamisesta ja näin kilpailukyvyn parantamisesta. Välillä palveluntarjoajat puhuvat palvelun tuottamasta lisäarvosta, kun he tarkoittavat palvelun arvoa. Tällöin lisäarvo tuodaan esille jo arvolupauksessa, jolloin se muuttuu palvelun arvoksi. Palvelut eivät voi tuottaa asiakkaille arvoa ennen kuin asiakas on niitä käyttänyt. Tällöin asiakas on mukana palvelun arvon luonnissa, jolloin hän hyötyy palvelun käyttöarvosta. (Tuulaniemi 2011.)

Palvelumuotoilu markkinoinnissa

Palvelumuotoilulla on roolinsa myös markkinoinnissa. Tämän päivän markkinointi on muuttunut muinaisesta yksisuuntaisesta viestinnästä kuluttajan ja palveluntuottajan vuoropuheluksi. Välillä palveluntarjoajaa voi edustaa pelkkä tuote, brändi tai toisinaan palvelutilanne. Palvelumuotoilu astuu esiin, kun tarkastellaan missä ja miten kuluttajat kohtaavat palveluntarjoajan brändin. Erilaisia kanavia ovat fyysisten kohtaamisten lisäksi sosiaalinen media sekä virtuaalimaailma. Asiakaspalvelu on tärkeä markkinoinnin väline, sillä onnistuneesta palvelutuokiosta voi syntyä uusia palvelutilanteita. Nykyinen asiakas palaa todennäköisemmin liikkeeseen, jossa hän on kokenut myönteisen palvelukokemuksen. Optimaalisessa tilanteessa hän saattaa jakaa palvelukokemuksensa tuttavilleen, oli se

sitten kasvotusten tai sosiaalisen median välityksellä, ja vilpittömästi suositella palvelua. Palvelu on markkinointia parhaillaan. Tästä syystä yritysten pitäisi panostaa asiakaspalveluun ja yksittäisiin palvelutuokioihin enemmän kuin massamarkkinointiin, joka tavoitellessaan suurta yleisöä ei välttämättä tavoittakaan ketään. (Tuulaniemi 2011.)

Grönroos (2015) mieltää palvelun sijan markkinoinnissa juuri asiakassuhteiden ylläpitämisenä ja lujittamisena, ja puoltaa henkilökohtaista asiakassuhteen vaalimista tehokkaampana markkinoinnin muotona kuin massamarkkinointia. Yritysten pitäisi muistaa panostaa markkinoinnissaan vanhojen asiakkaiden suhteiden lujittamiseen, uusien asiakkaiden hankkimisen ohella. Uusien asiakkaiden hankkiminen on vaikeaa ja kallista. Suhdenäkökulman mukaisesti yritystä kehoitetaan johtamaan sekä vaalimaan asiakassuhteitaan niin, että asiakkaat saavat haluamaansa arvoa ja laatua yrityksen palveluista. Tämän näkökulman mukaan markkinoinnissa pitäisi keskittyä asiakassuhteiden vaalimiseen enemmän kuin itse palvelun ostoon. (Grönroos 2015.) Tämä toimintatapa saattaa toimia paremmin yritysten välisessä kaupankäynnissä (B2B) kuin yrityksen ja kuluttajan välillä (B2C).

Palvelumuotoilun elementtejä

Käyttäjäjymmärrys sekä käyttäjien kanssa yhteissuunnittelu ovat palvelumuotoilun kulmakiviä. Käyttäjäjymmärryksen tutkimuksen pohjalta voidaan luoda käyttäjäprofiileja, jotka puolestaan edustavat aina eri käyttäjäryhmiä. Käyttäjäprofiileille luodaan nimet, kuvaus persoonasta, elämäntyylistä, käyttäytymismalleista sekä tavoitteista. Käyttäjäprofiilit toimivat osana palvelumuotoiluprosessia. Palvelumuotoilussa ilmenee myös muotoiluajattelun etuja, kuten prototyyppien aikainen testaaminen sekä palveluideoiden esittäminen visuaalisesti. (Miettinen 2011.)

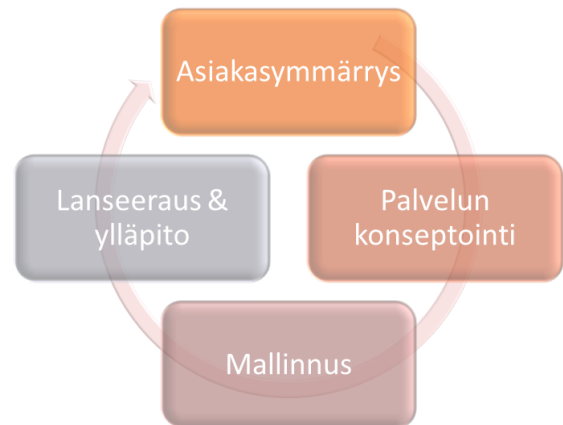
ISO 13407- standardiin on sisällytetty käyttäjien tarpeet osana suunnitteluprosessia (Miettinen 2011.) Prosessi on nelivaiheinen:

1. Ymmärtäminen ja kontekstin kartoitus
2. Käyttäjien profilointi

3. Suunnitteluratkaisujen tuottaminen
4. Arviointi

ISO 13407 standardissa on samoja pääpiirteitä kuin Liedtka'n ym. (2013) muotoiluajattelu prosessissa. Toisen kohdan, käyttäjien profilointi, sijaan Liedtka'n ym. (2013) prosessissa ideoidaan uusia ratkaisuvaihtoehtoja, muotoiluajattelulle tyypilliseen tapaan.

Palvelumuotoiluprosessi (Kuvio 6) alkaa aina asiakkaasta, asiakasymmärryksestä, käyttäjien havainnoinnista sekä yhteissuunnittelusta. Seuraavaksi päästään palvelun konseptointiin, jota tehdään erilaisten visualisointien ja



KUVIO 6. Palvelumuotoiluprosessi (Miettinen 2011)

visualisointien ja palvelumuotoilun työkalujen avulla. Konseptoinnin jälkeen alkaa mallinnus, prototypointi, käyttäjätestauksen jatkaminen. Lopuksi valmis palvelukokonaisuus lanseerataan markkinoille. (Miettinen 2011.)

Käyttäjien osallistaminen suunnitteluprosessiin luo heille arvoa, sillä he pääsevät itse muokkaamaan palvelua itselleen sopivaksi. Kustomointi luo puolestaan asiakkaalle lisäarvoa, jolloin asiakas pääsee itse muokkaamaan yksilöllisen tuotteen itselleen. (Miettinen 2011.)

Asiakaskokemus/palvelukokemus on palvelumuotoilun ydin tarkastelupisteitä. Se muodostuu toiminnasta, tunteista ja merkityksestä. Toimintaosuus muodostuu palvelun yleisestä sujuvuudesta, saavutettavuudesta sekä asiakkaan tarpeisiin vastaamisesta. Tunnetasolle päästään, jos palvelu herättää asiakkaassa innostusta, kiinnostusta tai muita mielihyvän tuntemuksia. Merkitys syntyy, jos asiakas pystyy liittämään palveluun omia henkilökohtaisia arvojaan. (Tuulaniemi 2011.)

Palvelupaketti muodostuu koko palvelutarjonnasta, se on ydintuotteen/palvelun ympärille rakennettu palvelujen kokonaisuus. Palveluiden ollessa aineettomia, on palveluntarjoajan vastuulla brändätä palvelu näkyväksi kuluttajille. Palvelutodiste puolestaan on juuri aineellinen palvelujen näkyväksi tekemistä, erilaisten fyysisten tuotteiden avulla. Näitä voivat olla lentoliput, nettisivut, seminaarikansiot sekä univormut. Palvelumaisemaksi kutsutaan kaikkia paikkoja missä käyttäjä kohtaa palveluntarjoajan. Nämä ovat fyysisiä tiloja, jotka käyttäjä voi aistia. (Tuulaniemi 2011.)

3 KAMPUSOPAS MUUTOSVIESTINNÄN VÄLINEENÄ

Tässä luvussa käymme läpi muutosjohtamisen peruseriaatteita organisaatiossa. Työmme Kampusopas tulee olemaan muutosviestinnän työkalu toimeksiantajan organisaatiossa, jossa ollaan siirtymässä uudelle kampukselle. Kampusopas kytkeytyy osaksi tätä muutosprosessia. Koemme tärkeäksi asiaksi esitellä muutosjohtajuuden teoriaa, jotta Kampusoppaan tarkoitus isommassa kuvassa hahmottuu lukijalle. Käsittemme tässä luvussa muutosprosessin vaiheita, muutosviestintää, muutosvastarintaa sekä muutosjohtajuutta.

3.1 Muutos organisaatiossa

Muutos käsitteenä on siirtymistä tilasta tai tilanteesta toiseen. Muutos merkitsee entisistä ajattelumalleista luopumista ja siirtymistä uusiin tapoihin tehdä asioita (Juholin 2013, 388). Muutokset ovat osa ihmisten elämää. Ne voivat olla suuria tai pieniä. Muutos on eri ihmisille erilainen tunnetila. Se pelottaa ja järkyttää. Toisille se on odotettu asia ja mahdollisuus johonkin uuteen. Joitakin se taas ei kosketa millään tavalla. Muutokset voivat tapahtua nykyhetkessä tai tulevaisuudessa. Esimerkkejä organisaatioiden muutoksista ovat rakennemuutokset, toiminnan linjaukset tai uudet strategiat. Muutokset tarvitsevat toteutuakseen ammattimaista tiedottamista, suunnittelemista ja käsittelyä erilaisilla foorumeilla. Muutokset ovat aina suhteellisia. Pienistäkin muutoksista voi kehittyä suuria asioita. (Juholin 2009, 7, 125.)

Aarnikoivun (2008, 164) mukaan muutokseen johtavia syitä organisaatiossa on kuusi kappaletta. Syynä voi olla organisaation menestyminen/menestymättömyys, toimintaympäristöön liittyvät tekijät, kuten teknologia tai lainsäädäntö, liiketoiminnan trendit, sidosryhmien odotukset, demografiset muutokset, kuten ikääntyminen tai työntekijöiden kansainvälistyminen, sosiaaliset, poliittiset tai taloudelliset muutokset. (Aarnikoivu 2008, 164.)

3.2 Muutosjohtajuus

Muutos on asia, joka tarvitsee toteutuakseen johtamista.

Muutosjohtamisella pyritään pienentämään muutoksista aiheutuvia kustannuksia. Muutosjohtajuus on muutoksen viemistä hallitusti läpi organisaatiossa ja työyhteisössä. Se sitouttaa henkilöstön organisaation uusittuihin tavoitteisiin. Muutosjohtamisen päämääränä on selkeyttää henkilöstölle muutostilannetta ja tavoitteita. (Työterveyslaitos 2017.)

Muutokset ovat välttämättömiä nykyajan yritysmaailmassa. Kyky johtaa muutosta on erittäin tärkeässä asemassa, jotta yritys pystyy menestymään. Muutokset on toteutettava ja johdettava järjestelmällisesti (Aarnikoivu 2008, 163.) Muutosprosessi organisaatiossa käynnistyy yleensä tarpeesta. Organisaatiossa huomataan ja havaitaan uusiutumisen tarve, esimerkiksi jonkin epäkohdan takia. Muutoksen tarve havaitaan yleensä esimiestasolla, jonka jälkeen muutosta aletaan viedä läpi. Aluksi johtajatason täytyy selittää muutoksen tarve koko organisaatiolle. Selitys on annettava selkeästi ja ymmärrettävästi. Johtajatason tehtävänä on tukea työntekijöitä muutoksessa. Tämä edellyttää asiantuntevaa muutosjohtajuutta. (Ponteva 2010, 9-11.)

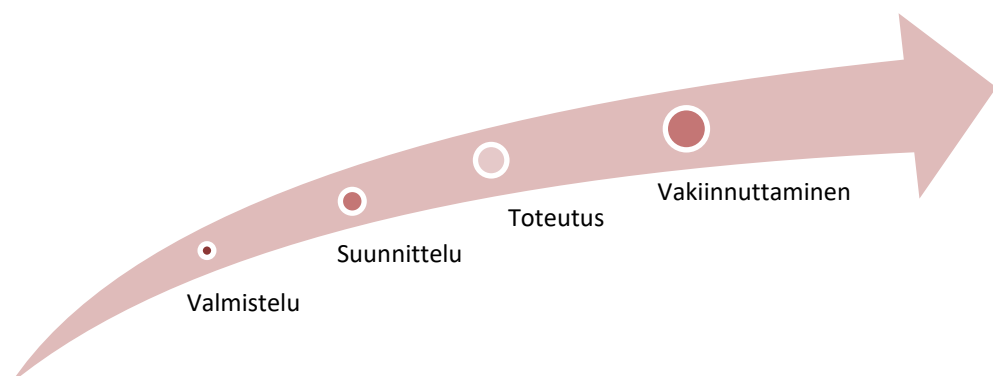
Honkanen (2006) mainitsee kirjassaan muutosjohtamisen ja organisaation kehittämisen sisältävän kaksi koulukuntaa, rakennejatteluun ja prosessijatteluun. Rakennejattelussa kysymyksiä, joihin haetaan vastauksia, ovat ”mitä asioita pitää muuttaa, että pääsemme tavoitteeseemme” ja ”miten asioita on kehitettävä”. Rakennejattelussa kehitetään näkyviä asioita organisaatiossa. Näitä ovat esimerkiksi järjestelmät, työntekijöiden osaaminen ja työskentelymenetelmät. Prosessijattelu puolestaan vastaa kysymyksiin ”miten ihmiset saadaan tekemään muutos”, ”miten muutoksiin sitoudutaan” ja ”miten organisaatiossa opitaan tekemään muutoksia”. Prosessijattelu kehitetään rakennejattelusta poiketen asenteiden, mallien ja arvojen kaltaisia asioita. (Honkanen 2006, 347-348.)

Edellä mainitut ajattelutavat eivät sulje toisiaan pois ja niiden kummankin puolia tarvitaan muutoksen läpiviemisessä. Yhtä lailla organisaatio tarvitsee työprosessien ja teknologian kehittämistä kuin yhteistyötä ja vuorovaikutuksen kehittämistä muutoksen läpiviemisessä. Toisen ajattelutavan ylikorostaminen johtaa muutoksen hallitsemattomuuteen. (Honkanen 2006, 347-348.)

3.3 Muutosprosessi

Muutoksen johtaminen on organisaatiossa tyypillisesti nelivaiheinen prosessi (Kuvio 7). Siihen kuuluvia vaiheita ovat valmistelu, suunnittelu, toteutus ja vakiinnuttaminen. Ensimmäisessä, eli valmisteluvaiheessa, määritellään mitä muutos on ja luodaan kokonaiskuva siitä.

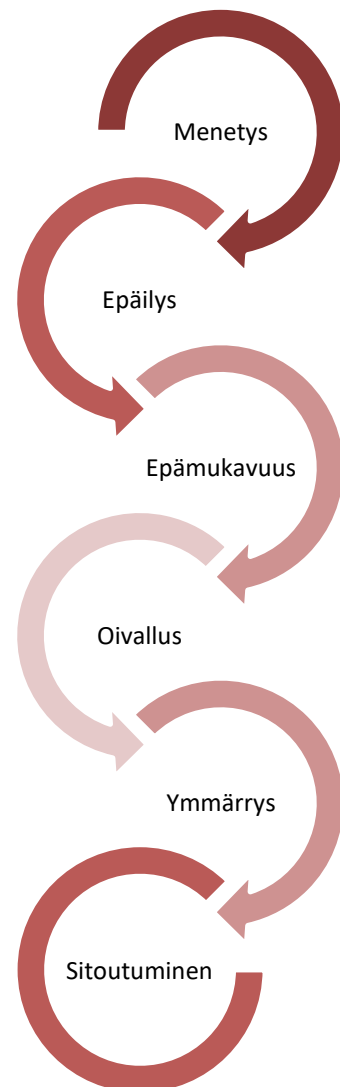
Valmisteluvaiheessa pyritään määrittämään nykytila, siirtymävaihe, tavoitetila lopputuloksineen sekä muutostarve, miksi, miten ja mitä kysymysten avulla. Toisessa, eli suunnitteluvaiheessa, keskitytään muutoksen toteuttamiseen ja sen keinoihin. Tässä vaiheessa henkilöstöä osallistetaan ja sitoutetaan muutokseen. Suunnitteluvaiheen jälkeen siirrytään kolmanteen, eli toteuttamisvaiheeseen. Tämä tapahtuu muutoksesta vastaavan esimiehen lähtökäskystä. Toteuttamisvaiheen jälkeen on luvassa viimeinen eli vakiinnuttamisvaihe. Sen aikana muutoksesta saadut hyödyt yleensä realisoituvat. (Aarnikoivu 2008, 164-165.)



KUVIO 7. Muutosjohtamisen vaiheet (Aarnikoivu 2008,164-165)

Alkuvaihe muutosprosessissa on tiedostamatonta tarvetta muutoksesta. Ulkoinen tai sisäinen tarve herättää muutostarpeen organisaatiossa. Muutostarpeen ja esimiehen aikaansaava ohjausvoima aloittavat muutosprosessin. Päätöksenteon jälkeen seuraa yleensä sekava vaihe, joka johtaa toiminnan tehokkuuden laskemiseen. Mikäli muutostarve on tarpeeksi voimakas, sekavan vaiheen jälkeen muutos alkaa hiljalleen toteutua. Muutoksen oltua käynnissä pidemmän aikaa, siirtyy organisaatio tasaisen kehityksen aikakauteen ja hyväksyy muutoksen. (Salminen 2011, 145-147.)

Muutos on nopeampoinen tapahtuma. Henkilökunta joutuu yleensä sopeutumaan muutoksiin ainoastaan pinnallisesti. Muutoksen läpikäymiseen tarvitaan kuitenkin sopeutumista myös tunnetasolla. Tunnetasolla muutoksen hyväksyminen on monivaiheinen prosessi. Heiskanen ja Lehikoisen (2010, 51) esittämän muutosviestinnän työkalun, muutospöyrän (Kuvio 8), mukaan vaihteita, joita ihminen käy läpi muutosprosessissa, on kuusi. Menetys, epäily, epämukavuus, oivallus, ymmärrys ja sitoutuminen. Nämä vaiheet kuvaavat henkilön tunteita muutoksen eri ajanjaksoilla. Yleensä jokainen henkilö käy nämä vaiheet läpi muutosprosessissa. (Heiskanen & Lehikoinen 2010, 49-51.)



KUVIO 8. Muutospöytä kuvaa muutoksesta aiheutuvia tunnetiloja (Heiskanen & Lehikoinen 2010, 49-51)

3.4 Muutosviestintä

Muutosviestintä on osa organisaation strategista viestintää.

Muutosviestinnän tavoitteena on muutoksen selventäminen henkilöstölle.

Taustat ja muutoksen sisältö pyritään selvittämään työntekijöille mahdollisimman selkeästi. Tämän avulla henkilöstö ymmärtää muutoksen tarpeellisuuden ja heitä voidaan myös hyödyntää muutoksen läpiviemisessä. Muutosviestinnällä pyritään myös luomaan vuorovaikutusta työntekijöiden ja organisaation välille (Heiskanen & Lehikoinen 2010, 21.)

Muutosviestinnän avulla pyritään vähentämään mahdollista muutosvastarintaa henkilöstössä. Viestinnän avulla lisätään henkilöstön sitoutuneisuutta, mikäli heidän tarpeitaan huomioidaan suunnitelmissa. (Luomala 2008, 8.)

Muutosviestinnän rooli kasvaa, mitä suurempi muutos organisaatiossa on. Suurempi muutos on tärkeämpää ja haastavampaa toteuttaa organisaatiolle. Organisaation on tärkeää tunnistaa minkälaista viestintää heidän työntekijänsä kaipaavat. Tätä kautta henkilöstö sitoutuu ja osallistuu muutokseen paremmin. (Heiskanen & Lehikoinen 2010, 35.)

Muutostilanteet organisaatiossa saattavat horjuttaa henkilöstön motivaatiota, työilmapiiriä sekä luottamusta organisaatiota kohtaan. Muutosviestinnän tarkoituksena on ennakoida, rakentaa sekä muistaa inhimillisyys muutostilanteessa. Esimerkiksi ennakoimalla, että henkilöstöllä on kysymyksiä heidän perustehtävistään muutoksen jälkeen, on johdon hyvä vastata näihin huoliin jo etukäteen. "Organisaatioiden pitäisi pystyä puuttumaan asioihin, kun ne ovat vielä asioita - eivät kriisejä. Tämä edellyttää tiettyä herkkyyttä ja jatkuvaa ympäristön luotaamista." (Heiskanen & Lehikoinen 2010, 19-22.)

3.5 Muutosvastarinta

Muutoksen johtaminen ei ole yksiselitteinen asia. Ihmiset eivät reagoi muutokseen objektiivisesti, vaan muutoksen kokeminen on yksilöllistä. Erityisesti tämä koskee asioita, jotka organisaatio kokee mitättöminä, mutta yksilö vaikeina. Muutostilanteessa pelokkuus ja epävarmuus omasta tilanteesta ovat normaaleja ja inhimillisiä reaktioita. Näitä tunnetiloja aiheuttavat mm. tietämättömyys muutosprosessista ja sen tavoitteista. (Salminen 2011, 147-148.)

Muutosvastarinta on muutoksen suunnittelun kriittistä tarkastelua. Muutosvastarinta ei tarkoita yksiselitteisesti sitä, että organisaation työntekijä haluaa aiheuttaa tarkoituksella hankaluuksia muutoksen läpiviemisessä. Se voi olla myös osoitus työntekijöiden aidosta välittämisestä organisaatiosta ja sen toiminnasta. (Aarnikoivu 2008, 166.)

Muutosvastarinta näkyy eri tavoin eri ihmisissä. Alkuvaiheessa vastarinta on yleensä sanallista. Muutos ilmenee tyypillisesti neljänä eri muotona:

1. Muutoksesta irtisanoutuminen
2. Samaistuminen
3. Epävarma suunta
4. Pettyminen

Neljään eri ilmenemismuotoon sisältyy eri vastarinnan toteutumismuotoja. Muutoksesta irtisanoutuvat tekevät asiat edelleen niin kuin ennenkin, eivätkä pidä muutoksia heitä koskevinä. Työntekijät, jotka eivät samaistu muutokseen, muistelevat menneitä sekä vastustavat uusia asioita. Epävarman suunnan työntekijät kyselevät muutoksesta toistuvasti ja keskittyvät väärin asioihin. Pettyneet työntekijät ovat kireitä, itsesäällissä rypeviä sekä kieltäytyjiä. (Aarnikoivu 2008, 167-168.)

3.6 Opas osana muutosviestintää

Rentolan (2006) mukaan oppaasta etsitään muun muassa apua, hyötyä, oppia ja taitoja. Oppaan avulla lukija pyrkii toimimaan paremmin elämässään, työssään tai ihmissuhteissaan. Hyvän oppaan

tunnusmerkkejä on se, että se auttaa lukijaa oppimaan, tietämään ja tekemään uutta. (Rentola 2006, 92-94.)

Oppaan kirjoittamisessa kaikki lähtee lukijan tarpeen tunnistamisesta. Oma osaaminen ja tieto tulee kirjoittaa sillä tavalla, että se palvelee lukijaa. Oppaan luettuaan lukija osaa toimia annettujen ohjeiden mukaan. Hyvä keino opasta tehdessä on kuvitella lukija, jolle on opasta tekemässä. Yleistykseen ja ennakkoluuloihin lukijoiden tiedosta ei kannata sortua, vaan kannattaa tutustua lukijakuntaansa etukäteen. (Rentola 2006, 92-94.)

Etu, jonka lukija saa lukiessaan opasta, kannattaa miettiä etukäteen. Mitä uhkia se esimerkiksi poistaa sen lukijalta. Oppaan tekemisessä loogisuus on tärkeässä asemassa. Teksti ei palvele lukijaa, jos se sisältää liian vaikeita elementtejä, sen takia tekstin on oltava selkeää. (Rentola 2006, 92-94.)

4 LAMK - TULEVAISUUDEN OPPIMISYMPÄRISTÖ

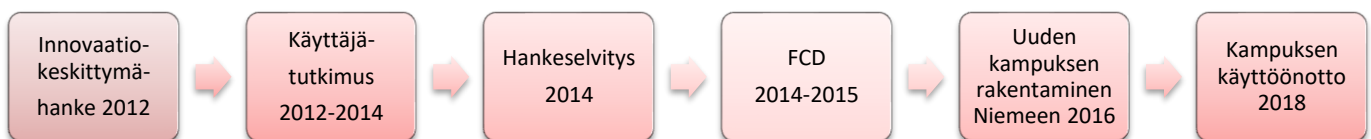
Tässä luvussa esittelemme opinnäytetyömme toimeksiantajan Lahden ammattikorkeakoulun sekä NiemiCampus M19 suunnittelu ja toteutus prosessin pääpiirteittäin. Lisäksi selitämme, miten suunnittelemamme Kampusopas kytkeytyy osaksi LAMKin muutosprosessia uudelle kampukselle.

4.1 Lahden Ammattikorkeakoulu LAMK

Toimeksiantajana opinnäytetyössämme toimii Lahden Ammattikorkeakoulu Oy, joka on perustettu vuonna 1992. LAMKista tuli osakeyhtiö vuonna 2015. Lahdessa toimivassa ammattikorkeakoulussa opiskelee noin 5000 tutkinto-opiskelijaa. Henkilöstöä on puolestaan yli 400. LAMKissa voi opiskella liiketaloutta ja matkailua, muotoilua ja viestintää, sosiaali- ja terveysalaa sekä tekniikan alaa. (LAMK 2018.)

4.2 Muuttuva LAMK

Lahden ammattikorkeakoulu on ollut muutostilassa jo pidempään. Innovaatiokeskittymä hanke alkoi jo vuonna 2012, se vaihtui Tulevaisuuden oppimisympäristön määrittäminen- hankkeeksi (Future Campus Demonstrator- FCD) vuonna 2014-2015. Hanke on Opetus- ja Kulttuuriministeriön rahoittama (Hyökki & Piipponen 2015). Sen myötä LAMK on päässyt rakentamaan uutta kampusta, tulevaisuuden oppimisympäristöä sekä uudenlaista LAMKia. Kuvio 9 kuvaa hankkeen kulkua vuosina 2012-2018.



KUVIO 9. Projektin kulku

Projektin kulku

Lahdessa ammattikorkeakoulu nähdään palveluna, jonka takia kampuskokonaisuuttakin tarkastellaan palvelumuotoilun näkökulmasta. Palvelumuotoilu on suunnittelijoiden sekä sidosryhmien yhteinen ajattelu- ja toimintatapa (Tuulaniemi 2011). Kampuskehitystyössä, kuten Kampusopas- projektissakin, palvelumuotoilu antaa työkalut yhdessä työskentelyyn. "Palvelumuotoilu on konkreettista toimintaa, joka yhdistää sekä käyttäjien tarpeet ja odotukset, että palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi" (Tuulaniemi 2011). Tavoitteena on luoda elämyksellinen, tilallisesti ja toiminnallisesti toimiva, sekä eri käyttäjäryhmiä palveleva kampus. Kampusen suurimmat käyttäjäryhmät ovat LAMKin opiskelijat sekä henkilöstö, mutta myös muut käyttäjäryhmät on otettu huomioon suunnittelussa. LAMK käyttää käyttäjäkeskeisen suunnittelun iteratiivista mallia, joka pohjautuu toistuvaan ratkaisujen kehittämisen, kokeilemisen, analysoimisen ja jalostamisen prosessiin. (Hyökki, Kaikonen & Nenonen 2015.)

Ensin projektissa luotiin palvelumuotoilun sekä käyttäjätutkimuksen avulla määritelmä tulevaisuuden oppimisympäristöstä, jonka jälkeen laadittiin kampusteetit (Hyökki, Kaikonen & Nenonen 2015). Teesit ovat syntyneet käyttäjävuorovaikutuksen kautta tehdystä käyttäjätiedontutkimuksesta vuosina 2012-2014. Kampusteesejä on kuusi, ne ovat vastuullisuus, toimintaympäristöön avautuminen, joustavuus, yhtenäinen kampus, arjen palvelut sekä yhdessä tekeminen (Kuvio 10). Teesit ovat ohjanneet suunnitteluprosessia niin tilallisen kuin toiminnallisen suunnittelun osalta ja toimivat tilaohjelman sekä kampuskehityksen perustana. Teeseistä on tullut oleellinen osa LAMKin arvopohjaa. (LAMK 2018.)

Kampusteedit



Vastuullisuus
Elä niin kuin sydän sanoo.
Ei koskaan liian vähän,
ei yhtään turhaa.



Yhtenäinen kampus
Ilman karttaa kaikki tarvitsemasi
helposti tavoitettavissa, arkeesi
sovitettuna.



**Toimintaympäristöön
avautuminen**
Vuorovaikutus kasvattaa ja
kehittää joka suunnalta,
kaikkia.



Arjen palvelut
Elä aamusta iltaan oman rytmisi
mukaan. Kampuksella on kaikki
tarvittava.



Joustavuus
Ota muunneltavat mahdollisuudet
käyttöön, yksin tai yhdessä,
tiloissa ja tavoissa.



Yhdessä tekeminen
Toimimme yhteisin tavoittein,
erilaisuudestamme rikastuen.

KUVIO 10. Kampusteedit ohjaavat suunnitteluprosessia (LAMK 2018)

Vuonna 2014 Lahden kaupungin Niemen alueen kehittämisen johtoryhmä määräsi LAMKin uusista vuokratiloista tehtävän kampusteeseihin nojautuvan, paikkariippumattoman hankeselvityksen. Hankeselvitys hyväksyttiin 8.5.2014. Tarjouspyynnöt pyydettiin Osaamiskiinteistöt Oy:ltä sekä Isku Invest Oy:ltä. Tarjouskilpailun ollessa melko tasainen, Iskun tarjous voitti, sillä heidän tarjouksensa oli hankeselvityksen mukainen eikä edellyttänyt uudisrakentamista. Sopimus vuokratiloista solmittiin joulukuussa 2014. (Hyökki, Oresto & Piipponen 2015.)

Lahden kaupungin tavoitteena on vahvistaa omaa kilpailukykyään panostamalla Niemen Tiedepuiston alueeseen sekä osaamiseen. Niemen kaupungisosassa toimii tällä hetkellä Lahden ammattikorkeakoulun lisäksi monia kehittämisorganisaatioita, kuten Lahden Seudun kehitys LADEC, Helsingin Yliopiston Ympäristötieteiden laitos sekä paljon muita yrityksiä. Lahteen halutaan myös keskittää kansallisesti merkittävää innovaatiotoimintaa. (Hyökki, Kaikonen & Nenonen 2015.) "Tavoitteena onkin koko kaupunginosan kehittäminen yhdessä kehittyvän kampusalueen kanssa" (Hyökki, Kaikonen & Nenonen 2015).

LAMK ottaa rakennusprosessin myötä aluksi käyttöönsä kahden kampuksen mallin, jolloin LAMK tulee sijaitsemaan NiemiCampuksella (Niemenkatu 73 ja Mikkulankatu 19) sekä FellmanniCampuksella, Lahden keskustassa. Tulevaisuudessa LAMK tulee kuitenkin keskittämään toimintansa vain NiemiCampukselle. Uusi kampus rakennetaan vanhaan Iskun tehdasrakennukseen, vain vajaan kilometrin päähän nykyisestä NiemiCampuksesta. Matkaa kampusten välillä tulee olemaan noin 400m kampusraitia pitkin. LAMK luo vanhaan huonekalutehtaaseen modernin oppimisympäristön, joka tulee yhdistämään kaikki koulutusalat saman katon alle, tehostaen resurssien käyttöä sekä vuorovaikutusta alojen välillä. (Hyökki, Oresto & Piipponen 2015.) Uusi kampus toteuttaa LAMKin strategian mukaista uusiutumista sekä kasvattaa LAMKin kilpailukykyä sekä vetovoimaa ammattikorkeakouluna. (LAMK 2018.)

Käyttäjäkeskeisyys ja osallistava suunnittelu ovat olleet kampuskehityksen strategian lähtökohtina. Kuviossa 11 on koottu käyttäjien osallistamisen muodot vuosilta 2012-2014. Sidosryhmät, mukaan luettuna opiskelijat, ovat olleet projektissa mukana alusta asti. Opintopisteitä Kampuskehityksen työhön liittyen on suoritettu peräti yli 5000, yli 50 opiskelijan toimesta, joko harjoitteluina, projektitöinä tai opintojaksosuorituksina. Opinnäytetöitä tähän mennessä on tehty yksinomaan yli 30 kappaletta, kampuksen suunnitteluun, tilaratkaisuihin tai erilaisiin tutkimuksiin keskittyen. (LAMK 2018.)

Käyttäjien osallistaminen 2012-2014



KUVIO 11. Käyttäjien osallistaminen projektissa vuosilta 2012-2014 (Hyökki ja Kaikonen 2015, 237)

Yhteissuunnittelussa opiskelijoiden kanssa ollaan esimerkiksi mietitty skenaarioita tulevaisuuden oppimisympäristöistä, eri alojen sekä erilaisten toteutustapoja edustavien opiskelijoiden kanssa. Henkilöstön kanssa ollaan taas tutkittu opettajuuden muutosta opettajien käyttäjätutkimuksen pohjalta. Käyttäjää osallistamalla on myös luotu käyttäjäprofiilikysely sekä käyttäjätyöpajoja, joiden pohjalta syntyivät kampuksen käyttäjäprofiilit. (Hyökki, Kaikonen & Nenonen 2015.) Kuviossa 12 on koottu käyttäjätestauksessa nousseita uutta kampukselta kuvaavia sanoja.

Rakennuksen näkyvä historia **Yhdistävä** Kokoava Lamkilaisuus
Viihtyisä Puu ja puurakentaminen Avoin Houkutteleva **Vuorovaikuttava**
Ekologinen 24/7 Turvallinen Ihmiskeskeinen Valoisa **Toimiva** Tarkoituksenmukainen
Elämyksellinen Rajaton **Fyysisen ja virtuaalisen tilan Integraatio** Avara
 Sisäpihan hyödyntäminen **Käytettävä** Indoor-outdoor mix

KUVIO 12. Uutta kampukselta kuvaava sanapilvi (LAMK 2018)

“Kampuskehitystyö ei pääty kampusratkaisujen syntymiseen, vaan jatkuu iteratiivisena kehitysprosessina, joka palaa käyttäjärajapintaan, jossa

palvelua nimeltä ”kampus” kehitetään palveluiden jatkuvan muotoilun periaatteella, palvelumuotoiluajattelulla, vahvasti kampuustoimijoita osallistaen“ (Hyökki, Kaikonen & Nenonen 2015).

Rakennusurakka

Rakennustyöt aloitettiin 1.12.2016 vanhaan Iskun tehtaaseen Lahden Mukkulan kaupunginosassa. Pääurakoitsijana toimi alkuun SRV, kesällä 2017 pääurakoitsijaksi vaihtui ISS Proko, joka toimii projektinjohtopalvelumallilla toteutettavassa hankkeessa päätoteuttajana. H&M Arkkitehdit Oy vastaa kampuksen suunnittelusta. ISS tulee vastaamaan myös kampuksen palveluista, kuten ravintolamaailmasta sekä aulapalveluista. Uusi kampuskokonaisuus, joka muodostuu Niemenkatu 73:sta sekä Mikkulankatu 19:sta, pitää sisällään noin 23 000 m² monialaista ja monitoimijaista oppimisen ja työnteon ympäristöä. Muutto uudelle kampukselle ajoittuu syksylle 2018. (LAMK 2018.)

4.3 Kampusopas osana muuttoa

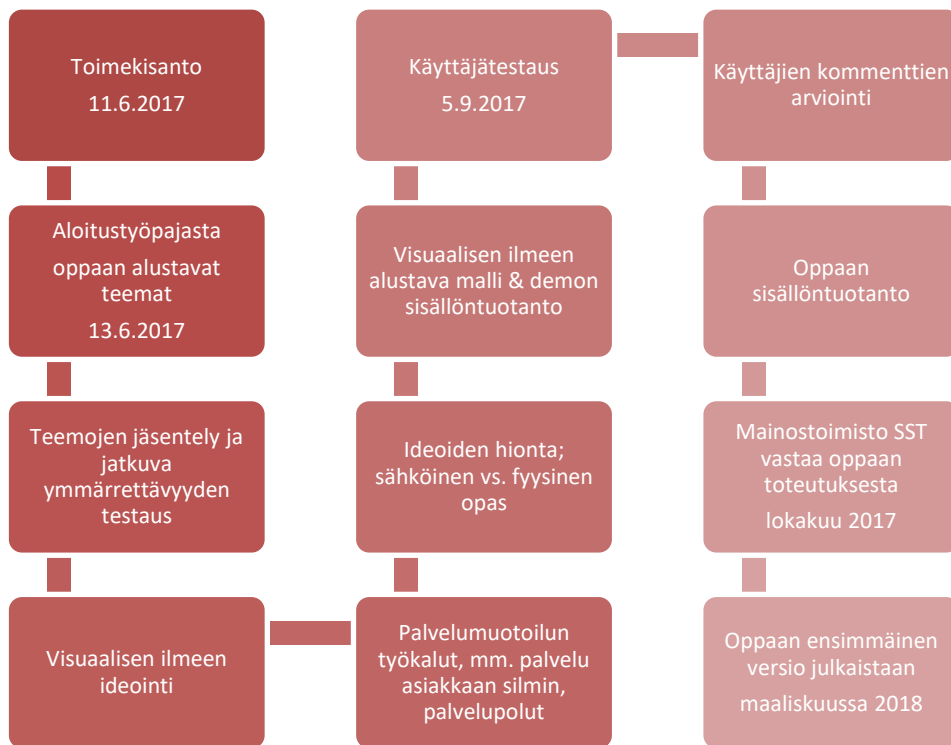
Kampusopas tulee tukemaan opiskelijoiden ja henkilöstön muuttoa uudelle kampukselle. Tarve Kampusoppaasta syntyi tarpeesta alkaa herättelemään LAMKin henkilöstöä sekä opiskelijoita tulevasta muutosta uudelle kampukselle. Opas toimii muutosviestinnän työkaluna ja sen avulla halutaan innostaa, sitouttaa sekä aktivoida henkilöstö ja opiskelijat muuttoon. Kuten Luomala (2008, 8) toteaa, muutosviestinnällä pyritään vähentämään mahdollista muutosvastarintaa henkilöstössä.

Sitoutuneisuutta voidaan lisätä, jos henkilöstön tarpeet huomioidaan suunnitelmissa (Luomala 2008, 8). Ennakoimalla, että henkilöstöllä on kysymyksiä heidän perustehtävistään muutoksen jälkeen, on johdon hyvä vastata näihin huoliin jo etukäteen (Heiskanen & Lehikoinen, 2010, 19-22). Oppaan avulla halutaan välttää juuri opiskelijoiden sekä henkilöstön epätietoisuutta ja vastata jo edeltä kampuksen käyttäjiä mahdollisesti askarruttaviin arkisiin kysymyksiin, kuten ”kuinka toimin uudella kampuksella”.

LAMK on ottanut omakseen muutosviestinnän eri kampanjoiden avulla. Kampusteetit ovat olleet jo vuosia näkyvissä nykyisillä kampuksilla, rakennusprojektia on voinut seurata osoitteesta www.lamk.fi/futurecampus, LAMKin uutisissa on tuon tuosta päivityksiä Kampuskehityksen työstä, yhteistyöprojekteista opiskelijoiden sekä henkilöstön kanssa puhumattakaan. Kampusopas tulee jatkamaan tätä työtä.

5 TOIMINNALLINEN OSUUS

Tässä luvussa käymme läpi opinnäytetyön toiminnallista osuutta, jonka lopputuloksena syntyi Kampusopas Lahden ammattikorkeakoululle. Käymme läpi työmme eri vaiheita ja esittelemme palvelukehittämisen menetelmiä, joiden avulla olemme opasta työstäneet. Käytettyjä menetelmiä joita luvussa esitellään ovat osallistava työpaja, benchmarking, brainstorming, teemahaastattelu käyttäjille sekä haastattelu oppaan sisällöntuotannossa. Kuviossa 13 on kuvattu projektin vaiheet toimeksiannosta oppaan julkaisuun.



KUVIO 13. Kampusopas projekti pääpiirteittäin

5.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallinen opinnäytetyö edustaa käytännön toiminnan opastamista, ohjeistamista sekä järjeistämistä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus sekä sen raportointi tutkimusmenetelmien avulla. Tärkeää on tutkiva ja kehittävä ote. Toiminnallisen opinnäytetyön hyötynä on sen tarjoama mahdollisuus tekijälle yhdistää teoria käytäntöön.

Myös toimeksiantaja hyötyy toiminnallisesta opinnäytetyöstä konkreettisen lopputuotteen muodossa. Heikkoutena voi taas mainita vaikeuden yhdistää teoriaa käytännön toteuttamiseen. Toiminnallisessa opinnäytetyössä käytämme laadullisen tutkimuksen menetelmää koittamalla ymmärtää käyttäjien tarpeita ja toiveita. (Vilkkä & Airaksinen, 2003, 9-10.)

5.2 Laadullinen tutkimus

Tutkimusmenetelmät jaetaan kahteen eri menetelmään. On olemassa määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä ja laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Laadullisessa tutkimusotteessa tutkitaan ilmiöitä ihmisten elämismailmasta monien eri lähestymistapojen ja menetelmien avulla sekä pyritään ymmärtämään niiden merkityksiä sekä syy-seuraussuhteita. (KvaliMOTV 2018.)

Elämismailmaksi kutsutaan sitä kokonaisuutta, josta ihmistä voi tarkastella. Elämismailma koostuu erilaisista merkityksistä, jotka liittyvät ihmisyyksilön ja yhteisön välisiin ilmiöihin. (Pitkäranta 2014, 8-9.)

”Laadullisen tutkimuksen tehtävä on lisätä ymmärrystä, mahdollistaa erilaisia tulkintoja, antaa asioille merkityksiä ja tuottaa asioista mallinnuksia” (Pitkäranta 2014, 13). Laadullisessa tutkimuksessa korostuu kehittävä ja uudistava tutkimusote. Tavoitteena on parantaa tutkittavaa kohdetta. Laadulliset tutkimukset painottuvat koskemaan usein tulevaisuutta, niiden kehittävä otteensa vuoksi. (Pitkäranta 2014, 9.)

Päädyimme laadullisen tutkimusotteen valintaan, koska halusimme käyttämillämme laadullisilla työskentelymenetelmillä saada syvällisempää ymmärrystä sekä tietoa Kampusoppaan tulevilta käyttäjiltä. Tekemillämme haastatteluilla ja työpajoilla pystyimme saamaan laadukasta tietoa, josta oli opasta tehdessä suuri apu.

5.3 Vetoketjumalli

Opinnäytetyömme toiminnallisen osion kuvaus tapahtuu vetoketjumallin mukaisesti, jossa käyttämämme menetelmän teoriaosuus on tekstissä ensimmäiseksi, jonka jälkeen kerromme, kuinka sovelsimme sitä projektissamme. Vuorijärvi ja Boedeker (2007) mukaan vetoketjumalli on menetelmä, jossa teoreettista viitekehystä ja tuloksia käsitellään yhtenä asiakokonaisuutena. Vetoketjumallia sovelletaan yleensä laadullisissa sekä toiminnallisissa opinnäytetöissä, joissa raportointi on suoraviivaisempaa ja se noudattaa opinnäytetyön prosessia ajallisesti kuvattuna (Vuorijärvi & Boedeker 2007). Käytimme kyseistä menetelmää, koska halusimme tuoda tällä selkeyttä työhömmme. Toiminnallisessa osiossa prosessimme kuvaus kulkee aikajärjestyksessä. Menetelmien teorian yhdistämisen toiminnalliseen kuvaukseen on tarkoitus helpottaa lukijaa hahmottamaan kokonaisuus kustakin osiosta.

5.4 Palvelumuotoilun näkökulma työssä

Palvelumuotoilun teorian on tarkoitus avata lukijalle, miksi Kampusopasta tutkitaan palvelumuotoilun sekä sen työkalujen avulla. Lahdessa ammattikorkeakoulu nähdään palveluna, jonka takia kampuskokonaisuuttakin tarkastellaan palvelumuotoilun näkökulmasta. Palvelumuotoilun yhtenä tavoitteena on asiakkaan ongelmien ratkaisu palvelun avulla (Tuulaniemi 2011). Kampusoppaan tavoitteena on tarjota sen käyttäjille helpotusta arkeen. Asiakkaat etsivät palveluista kokonaisvaltaisia ratkaisuja jotka palvelevat ja luovat arvoa heidän arkeensa (Grönroos 2015). Oppaan tavoite on olla informatiivinen, helppokäyttöinen ja aidosti auttaa käyttäjää hänen jokapäiväisissä askareissaan, kun hän aloittaa uudella kampuksella.

Kampuksen käyttäjät ovat kampuksen asiakkaita, joille pyritään palvelumuotoilun keinoin tuottamaan 100% asiakastyytyväisyys. Tyytyväisyyttä voidaan parantaa, jos käyttäjä kokee saavansa arvoa palvelusta. Kampusopas voi luoda arvoa sen käyttäjälle vasta, kun hän

käyttää sitä. Arvoa ei voida luoda ennalta yrityksen taustatoimissa, vaan asiakas luo arvoa itse, osana palvelun kuluttamista (Grönroos 2015).

Palvelulogiikan mukaan yrityksen tulisi tukea asiakkaan arvontuotantoprosessia, ei vain antaa tälle rerusseja, tuotteita ja tietoa, ja toivoa että hän osaa käyttää niitä (Grönroos 2015). Grönroosin teorian mukaan LAMK palvelun tarjoajana, kampuksen ollessa palvelu, on vastuussa siitä, miten käyttäjät osaavat käyttää heille tarjottavaa palvelua eli kampukselta. Tässä kohtaa Kampusopas astuu kehiin, sillä se on ratkaisu käyttäjän ”kuinka toimin kampuksella”- ongelmaan.

Palveluiden ollessa aineettomia, on palveluntarjoajan vastuulla brändätä palvelu näkyväksi kuluttajille (Tuulaniemi 2011). Kampusoppaassa tuodaan esiin kampuksen kaikki palvelut. Yhtenäisiä merkkejä palveluista, kuten esimerkiksi opastuksen graafiset muodot tulevat näkymään sekä oppaassa että kampuksen fyysisissä tiloissa. Muotoilulla voidaan lisätä tuotteeseen tai palveluun yrityksen brändiä näkyvämmäksi (Lammi 2005, 30-36). Oppaassa tuodaan tietoisesti LAMKin brändiä esiin muun muassa värien, fonttien, logojen sekä kampusteeseien avulla.

5.5 Työpaja Kampusoppaan pääteemoista

”Työpajalla tarkoitetaan työskentelytapaa, jossa ryhmä ihmisiä työskentelee valitun aihepiirin tai asian parissa” (Finto 2018).

Työpajan tarkoituksena on miettiä yhdessä ryhmänä ongelmaa ja keksiä siihen ratkaisuja. Työpaja järjestetään sovitussa paikassa ja se kestää sovitun ajanjakson verran, yleensä noin kahdesta kolmeen tuntiin. Työpajan järjestäjät kutsuvat työpajaan osallistujia. Osallistujat voivat olla esimerkiksi tiimin jäseniä, asiakkaita, potentiaalisia asiakkaita tai osakkeenomistajia. Työpajan järjestämisen etuna on sen tarjoama innovatiivinen työskentelytapa, jossa ideoita syntyy yhdessä työskentelemällä. (Pavelin, Pundir & Cham 2014.)

Projekti alkuun työpajan voimin

Järjestimme Kampusoppaan (ensin Kampusmanuaali) ensimmäisen työpajan 13.6.2017 LAMKin Kampuskehityksen toimistolla. Työpaja kesti noin kaksi tuntia, se järjestettiin klo 13-15 välisenä aikana. Työpajaan osallistui Kampuskehityksen työntekijöitä, palvelukoordinaattori Aku Mattila, ympäristöalan asiantuntija Henri Mylly sekä harjoittelijoita muotoiluinstituutista, tekniikan sekä liiketalouden aloilta. Eri aloja edustavan tiimimme avulla lähdimme pohtimaan tulevan Kampusoppaan mahdollista sisältöä. Pavelin ym. (2014) toteavat työpajan synnyttävän innovatiivisia ratkaisuja yhdessä työskentelemällä.

Aloitimme pohtimalla, mitä palveluja kampuksella on, ja kirjassimme ne itsenäisesti post-it lapuille. Laput liimasimme seinälle kaikkien nähtäville. Niitä syntyi noin 80 kappaletta. Sitten luimme lappujen palvelut yhdessä ja mietimme viisi (5) pääteemaa, jotka yhdistivät palveluja. Pääteemat olivat Kulkeminen, Palvelut, Viestintä, Opiskelu & Työ sekä Opastus. Sen jälkeen yhdistelimme samankaltaisia palveluja ja jaottelimme ne pääteemojen alle (Kuva 1).



KUVA 1. Työpaja 13.6.2017 (Teppo Luoma 2017)

Tämän jälkeen otimme teeman kerrallaan käsittelyyn, ja mietimme mitä kysymyksiä kustakin aiheesta syntyi. Esimerkiksi Kulkeminen- teemassa oli aiheena Julkinen liikenne, ja tästä syntyi seuraavia kysymyksiä; *Mitkä bussit tulevat kampukselle? Pääsevätkö yhteistyökumppanit Helsingistä*

helposti? sekä Ovatko aikataulut helposti saatavilla? Saman toistimme jokaisen palvelun kohdalla. Näiden kysymysten pohjalta saimme käsityksen mihin kysymyksiin opiskelijat sekä henkilöstö etsisivät vastauksia ja mitä aiheita olisi syytä mainita kampusoppaassa.

Työpajan jälkeen kokosimme teemat yhdeksi tiedostoksi, ja mietimme, mitä kukin teema tulisi pitämään sisällään. Tämän jälkeen aloitimme teemojen muokkauksen ymmärrettävämpään ja selkeämpään suuntaan. Teemojen järjestys sekä alateemat vaihtoivat paikkaansa moneen kertaan prosessin aikana. Myös teemojen nimet ja sisällöt vaihtuivat useaan otteeseen. Syy näille muutoksille oli siinä, että testasimme teemoja muotoiluajatteluprosessin mukaan sidosryhmille eli kollegoillemme. Ideoiden testaus projektin aikaisessa vaiheessa antaa sijaa kanssatuottajien mielipiteille (Miettinen 2014). Pitkän prosessin kautta, kokeillen ja välillä epäonnistuen, teemat muotoutuivat lopulliseen muotoonsa. Muotoiluajatteluprosessiin kuuluu epäonnistuminen ja ratkaisujen löytäminen kokeilujen avulla (Miettinen 2014).

5.6 Benchmarkingilla uusia näkökulmia

Benchmarking (suom. vertailukehittäminen) on muiden yritysten toimintojen arviointia. Tavoitteena on parantaa oman yrityksen toimintatapoja. Benchmarkkauksessa voidaan, ja on suotavaa, tutkia eri alojen toimintaa ja ottaa niiltä mallia omaan yritystoimintaan. (Riley 2017.)

Kulmala ja Kyrö (2014) määrittävät benchmarkkauksen olevan jatkuvaa tutkimustyötä, jossa etsitään parhaita toimintoja sekä keskitytään työn laadun parantamiseen. Vasta nykypäivänä benchmarkingia on alettu käyttämään koko yritystoiminnan suoritus- ja kilpailukyvyyn parantamiseen. (Kulmala & Kyrö 2014)

Riley (2017) on jakanut benchmarking- prosessin neljään osaan:

1. Yksittäisen liiketoimintaprosessin tunnistaminen.
2. Muiden yritysten liiketoimintaprosessin analysointi.

3. Oman yrityksen suorituskyvyn vertaus analysoituihin yrityksiin.
4. Tarvittavien toimenpiteiden aloitus yrityksen suorituskyvyn parantamiseksi.

Benchmarking projektissa

Benchmarking oli yksi käyttämistämme palvelumuotoilun työkaluista. Projektin palvelumuotoiluotteen vuoksi käytimme benchmarking- työkalua paljon projektin alkuvaiheessa. Etsimme tietoa siitä, miten muut kampukset ja oppimisympäristöt Suomessa sekä maailmalla ovat toteuttaneet kampusoppaansa. Kävi ilmi, ettei samantyylistä kampusopasta (campus guide) olla toteutettu vielä Suomessa, emmekä myöskään löytäneet ulkomaisia oppaita. Tämä ei kuitenkaan takaa sitä, etteikö niitä oltaisi jossain päin maailmaa tehty. Monella yliopistolla oli piirrettyjä karttoja sekä kuvia heidän sokkeloisista kampusalueistaan. Uunituoreella Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu XAMKsilla puolestaan oli 360-kuvakokoelmat heidän neljästä kampuksestaan. Ohjelman kautta kampuksiin pääsi tutustumaan hyvinkin läheltä ja konkreettisesti.

Kartat olivat huomioitu meidänkin suunnittelussa jo aiemmin, sillä niiden avulla käyttäjät löytävät selkeästi paikasta toiseen. Uudelle kampukselle ei kuitenkaan ollut tarkoitus liittää muita kampuksia, (pois lukien Niemenkatu 73:n tilat, jotka tulevat toimimaan yhdessä uuden kampuksen kanssa), vaan päämääränä oli tiedottaa juuri uudella kampuksella liikkumisesta, sen palveluista ja toimintatavoista. Kartoista syntyikin idea kampuksen pohjakuvan käyttämisestä olennaisena osana Kampusopasta. Arkkitehtien käyttämä pohjakuva ei kuitenkaan olisi hyödyllinen kampuksen käyttäjille, vaan tarvitsimme selkeämpää mallia. Tämän oivalluksen jälkeen aloimme etsiä mitä vain suurempia palvelukokonaisuuksia ja miten he ovat hahmottaneet tilansa ja toimintansa asiakkailleen. Benchmarkkauksen keinoin voidaan toimintotapoja verrata myös muilta toimialoilta (Riley 2017). Malli pohjakuvaan löytyikin kauppakeskuksien yksinkertaistetuista sekä läpyleikatuista pohjakuvista. Graaffikkomme Toni Tilsala aloitti hahmoittelemaan kampuksen yksinkertaistettua pohjakuvaa (Kuvio 14).



KUVIO 14. Kampusen pohjakuva 1. kerroksen A-siivestä.

Muita kohteita, joita käytimme ideoinnin pohjana olivat:

- Helsinki-Vantaan lentokentän palveluiden esittely finavian sivuilla. (<https://www.finavia.fi/fi/helsinkivantaa/palvelut/>)
- Helsingin HUONE yritystapahtumien järjestäjä organisaation nettisivut; selkeät kuvat sekä minimalistinen mutta informatiivinen tekstityyli (<https://www.huone.events/fi>)
- Pelillisuus ideat palvelupolusta, eli määritellään erilaisia palvelupolkuja, miten opasta voidaan käyttää ja käyttäjä pääsee itse päättämään sekä muokkaamaan henkilökohtaista opasnäkymäänsä.
- Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen Potilaan opas- sivusto, jossa on esitelty selkeästi, kuinka asiakkaan tulisi toimia tullessaan potilaaksi. (<http://www.potilaanopas.fi/fi/>)

Sekä Helsinki-Vantaan lentokentän sivusto, että Helsingin HUONE organisaation sivut olivat mielestämme selkeitä, hyvin jäsenneltäviä ja niissä oli paljon fiiliskuvia, joita me myös halusimme käyttää. Potilaan opas- sivusto sekä palvelupolku toivat pelillisyyden näkökulman mukaan, jolloin saimme idean, että kampusoppaan ei tarvitse olla kaikille käyttäjille samanlainen, vaan käyttäjä voi itse valita miten palvelua käyttää, aina

omien tarpeidensa mukaisesti. Tällöin palvelun kustomointi tuottaisi lisäarvoa kuluttajalle, kun hän pääsee itse vaikuttamaan sen sisältöön (Miettinen 2011).

5.7 Brainstormingilla luovia ideoita

Brainstorming (aivoriihi) on ideointityökalu, jossa normaalisti 6-12 henkilöä muodostavat ryhmän, joka pyrkii ryhmän vetäjän johdolla kehittämään ja ideoimaan ratkaisuja haluttuun ongelmaan. Tämä menetelmä on erittäin suosittu ideointityökalu. (Ojansalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 145-147.)

Braingstormingin toteutustavasta on olemassa eri versioita. On olemassa kuitenkin standardi toteutustapa brainstormingille. Se koostuu kahdesta eri vaiheesta. Aluksi esivaiheessa ideoita heitellään vapaasti ilmoille ilman arvosteluita. Ryhmänvetäjä kirjaa ideoita kaikkien nähtäväksi. Ideoita pyritään tässä vaiheessa kehittämään jatkuvasti. (Ojansalo ym. 2009, 145-147.)

Valintavaiheessa ideoita arvioidaan ryhmän haluamalla tavalla. Ideoita voidaan esimerkiksi pisteyttää ja valita tällä keinoin ideoista toteutuskelpoisin. (Ojansalo ym. 2009, 145-147.)

Brainstoming on tehokas tapa tuottaa uusia ideoita monen ihmisen voimalla. Se kuitenkin vaatii osaavan ryhmänvetäjän, joka osaa ohjata koko tilannetta. Brainstormingissa on tärkeää muistaa seuraavat viisi asiaa:

1. Toisten ideoita ei tule tuomita.
2. Määrä korvaa ideoinnissa laadun.
3. Kannusta toisia villeihin ideoihin.
4. Kaikkien ideat ovat yhtä arvokkaita.
5. Muiden ideoita voi ja tulee kehittää.

(Ojansalo ym. 2009, 145-147.)

Brainstorming työssämme

Brainstorming oli yksi oleellinen osa projektiamme. Koko Kampusopas projekti alkoi niin sanotusti tyhjästä. Oli tarve saada opas, mutta ei ollut mallia, millainen siitä tulisi. Brainstormingia teimme niin kaksin kuin koko Kampuskehitystiimin avulla. Tiimin kanssa yhdessä ideointi tuki co-design mallia. Käyttäjät, asiakkaat, palveluntarjoajat sekä asiantuntijat voivat yhdessä luoda monialaisen suunnitteluryhmän, jossa yhteistyö synnyttää luovia ideoita (Weiler 2016). Tämä olikin päämäärämme. Lisääarvoa yhteissuunnittelusta saimme sillä, että Kampuskehitystiimi muodostui eri alojen asiantuntijoista. Näin saimme mielipiteitä ja ideoita eri näkökulmista.

Ideoinnin avulla lisäarvoa tuottavia ratkaisuja käyttäjälle

Brainstorming oli meillä, varsinkin Kampusopas- projektin alussa, käytetty menetelmä. Istuimme monena päivänä miettimässä mahdollisia ratkaisuja siihen, miten opas kannattaisi toteuttaa. Pohdimme ideoita printattavaan sekä verkkosivutoteutukseen oppaasta. Ideoinnillemme olimme saaneet pohjaa benchmarkkaamistamme kohteista.

Mietimme erilaisia ratkaisuja, potentiaalisen idean sattuessa kohdalle, aloimme jatkokehittämään sitä. Pohdimme eri ideoiden potentiaalia lisäarvon tuottajana. Valitsimme ainoastaan ideoita, joiden näimme tuottavan lisäarvoa käyttäjälle. Ideoita tuli lopulta useampi ja osa niistä säilyi mukana oppaan lopulliseen versioon saakka.

Ideoita esittelimme projektijohtaja Satu Hyökille ja palvelukoordinaattori Aku Mattilalle kesäkuun 2017 puolella välissä. Ideana oli esim. pelillisyyden lisääminen oppaan verkkosivutoteutukseen (Kuvio 15). Käyttäjä pystyisi personoimaan omaa päiväänsä kampuksella ja luomaan siitä palvelupolun. Lisäksi ideoita olivat:

- kirjautuminen opaspalveluun omilla opiskelijatunnuksilla
- palveluiden selkeä jaoittelu teemoittain
- 360- teknologian hyödyntäminen oppaassa
- oppaan tekeminen kampusteeseien ympärille
- infograafit/palvelupolut oppaassa

- tarinallisuuden käyttäminen

Alkunäkymä/kampus



KUVIO 15. Pelillisyyden idean visualisointi

Ideoista päätettiin yhdessä valita toteutuskelpoisimmiksi palveluiden selkeä jaoittelu teemoittain, 360 teknologian hyödyntäminen oppaassa, oppaan tekeminen kampusteiden ympärille, sekä infograafien käyttäminen. Kyseisten ideoiden pohjalta lähdimme jatkamaan työtämme ja kehittämään opasta eteenpäin.

Brainstorming kampuskehityksen työntekijöiden kanssa

Järjestimme elokuussa 2017 brainstorming ideointityöpajan, jonka tavoitteena oli saada ideoita oppaan visuaaliseen ilmeeseen. Koimme tärkeäksi saada ideoita myös muilta kuin itseltämme, jotta saisimme aiheeseen erilaisia näkökulmia. Brainstormingiin osallistui meidän lisäksi Kampuskehityksen työntekijä Henri Mylly ja graafikkoharjoittelija Toni Tilsala. Toni teki saamistamme ideoista kaksi demoversiota, joita testasimme myöhemmin oppaan tulevilla käyttäjillä (Liite 2).

Jokainen osallistuja sai esitellä omia ideoitaan siitä, millä tavalla oppaan ulkonäkö voisi olla. Brainstorming työpaja oli luonteeltaan vapaamuotoinen. Heittelimme ideoita heti ilmoille sitä mukaa kuin niitä tuli mieleen. Olimme kuitenkin miettineet valmiiksi ne aihealueet oppaan

ulkonäöstä, joihin halusimme ideoita. Mitään tiettyä aikarajaa emme ideoinnille rajanneet. Mukana meillä oli tietokone, johon kirjasimme ideoita ylös.

Ideota syntyi liittyen oppaan kokoon, muotoon, värimaailmaan sekä lukijaa helpottaviin asioihin, kuten pohjakuviin kampuksesta. Kun olimme kuulleet kaikkien ideat, lähdimme valitsemaan niistä toteutuskelpoisimpia. Keskustelimme oppaan koosta ja muodosta. Vaihtoehtoina olivat A3, A4 sekä A5 kokoiset oppaat. Yhteinen mielipide oli se, että oppaasta tulisi liian pitkä ja epäkäytännöllinen, jos se tehtäisiin A3 kokoisena. A5 kokoinen opas olisi helppo kuljettaa mukana, mutta pelkäsimme että pohjakuvien tekstit menisivät liian pieniksi ja luettavuus kärsisi liikaa. Päädyimme täten valitsemaan A4 kokoisen oppaan. Oppaan värimaailmaan emme pystyneet paljon vaikuttamaan, koska LAMKilla on käytössään tietyt väri vaihtoehdot markkinoinnissaan. Oppaan oli myös tarkoitus istua LAMKin brändiin. Saimme kuitenkin idean siitä, että jokainen teema, kuten esimerkiksi Kulkeminen ja liikkuminen kampuksella, olisi oppaassa omalla värillään. Värit näkyisivät myös oppaan sivuilla ja käyttäjän olisi helppo löytää tämän avulla haluamansa kohta oppaasta. Olimme jo aikaisemmin projektin aikana miettineet kampuksen pohjakuvien hyödyntämistä oppaassa. Saimme kuitenkin idean tässä työpajassa siitä, että karttoja olisikin useammassa kohtaa opasta. Aikaisemmin tarkoituksena oli tehdä oppaan alkuun yksi iso pohjakuva, johon palvelut ja tilat laitettaisiin. Nyt ideana oli, että karttoja olisikin jokaisen pääteeman yhteydessä helpottamassa käyttäjää. Tällöin kartasta olisi värikoodattu vain se alue, josta kappale kertoi. Pidimme tästä ideasta ja sitä päätettiin käyttää myös demoversiossa, jota testattiin käyttäjillä.

5.8 Oppaan käyttäjättestaus teemahaastattelun avulla

Haastatteluita on jaettu eri kasteihin sen mukaan kuinka valmiita ja sitovia ne ovat. On olemassa strukturoituja, puolistrukturoituja ja strukturoimattomia eli avoimia haastatteluja. Strukturoitu haastattelu on haastattelu, jossa on valmiit kysymykset ja valmiit vastausvaihtoehdot.

Puolistrukturoiduissa haastatteluissa kysymykset tai teemat ovat ennalta määriteltyjä, mutta haastattelu on vapaamuotoisempi ja esimerkiksi kysymysten järjestys voi vaihdella. Strukturoimaton eli avoin haastattelu on haastattelu, joka muistuttaa enemmänkin keskustelua. Tässä menetelmässä kuljetaan haastateltavan ehdoilla. (Ruusuvuori & Tiittula 2005, 11-12.)

Teemahaastattelussa haastattelu kohdennetaan tiettyihin ennalta päätettyihin teemoihin. Tavallisista haastatteluista poiketen teemahaastatteluissa ei ole ennalta määritettyjä tarkkoja kysymyksiä, vaan kyselyn rakenne etenee teemojen varassa. Teemahaastattelu huomioi haastateltavien mielipiteitä ja heidän tulkintojaan. Teemahaastattelu muistuttaa luonteeltaan strukturoimatonta haastattelua, mutta siinä on kuitenkin strukturoituja piirteitä haastattelun teeman ennalta sopimiseksi. Muilta osiltaan se on luonteeltaan vapaa strukturoimaton haastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 48.)

Käyttäjätestauksen suunnittelu

Olimme edenneet projektissamme kesä- elokuun välisenä aikana Liedtkaan ym (2013) nelivaiheisen what is, what if, what wows, what works- muotoiluajatteluprosessin mukaisesti. Olimme ensiksi tutustuneet what is- vaiheessa ongelmaan, jota pyrimme ratkaisemaan eli uuden kampuksen muutosprosessin helpottaminen kampusoppaan avulla. Seuraavassa what if- vaiheessa aloimme ratkomaan ongelmaa työkalujen eli työpajan, benchmarkingin ja brainstormingin avulla. Ideoimme mahdollisia ratkaisuja kampusoppaan sisällön ja ulkoasun osalta. Kolmannessa what wows- vaiheessa rajasimme ideoitamme ja valitsimme parhaimmat kaksi vaihtoehtoa kampusoppaasta testattavaksi käyttäjillä. Seuraavana meillä oli edessä neljäs what works- vaihe eli käyttäjätestaus. Aloimme olla elokuun lopussa valmiita testauttamaan ideoitamme käyttäjillä eli tulevan kampuksen opiskelijoilla ja henkilökunnalla. Idea oppaan demoamisesta syntyi yhdessä projektin ohjaajan Aku Mattilan kanssa. Toteutusvaihtoehtoja meillä oli kaksi, joko sähköpostitse oppaan

lähettäminen opiskelijoille ja henkilökunnalle tarkasteltavaksi ja arvioitavaksi tai paikan päälle kampukselle meneminen esittelemään opasta ja keräämään palautetta.

Projektimme tavoitteena oli luoda käyttäjälähtöinen Kampusopas. Se suunniteltaisiin yhdessä käyttäjien kanssa palvelemaan heitä. Kuten Hätönen (2017) toteaa, käyttäjällä olevan merkittävä rooli tuotteen tai palvelun suunnittelussa, koska heiltä saa omakohtaista kokemusta sekä tietoa ja ideoita suunnitteluun. Halusimme osallistaa käyttäjiä, kuulla heidän mielipiteitään ja saada heiltä palautetta. Oppaasta tulisi parempi käyttäjiltä saatavan tiedon avulla. Tämän vuoksi päädyimme menemään FellmanniCampukselle pitämään puolistrukturoidun teemahaastattelun Kampusoppaan tuleville käyttäjille.

Teemahaastattelu on keskustelunomainen tilanne, jossa ei edetä tarkoin määriteltyjen kysymysten avulla. Sen antaa haastateltavalle vapauden puhua ja ilmaista mielipiteitään (KvaliMOTV 2018). Tämä menetelmä sopi meille, koska emme halunneet rajata kysymyksiä pikkutarkoiksi ja kaavamaisiksi. Halusimme saada mahdollisimman laajasti mielipiteitä ja tulkintoja. Kysymysten rajaaminen olisi heikentänyt vastausten laatua. Kyseisellä menetelmällä pääsimme johdattelemaan keskustelua ja näin saamaan laajoja vastauksia.

Käyttäjätestaus FellmanniCampuksella

Aloimme valmistautua käyttäjätestaukseen paria viikkoa ennen sovittua päivämäärää 5.9.2017. Teimme graafikkoharjoittelija Toni Tilsalan kanssa Kampusoppaasta kaksi eri tavoin muotoiltua paperista demoa (Liite 2). Kummatkin demot käsittelivät kampuksen henkilöstötiloja ja liikkumista kampuksella. Käyttäjät saivat valita kummasta pitävät enemmän tai mistä osiosta jommassa kummassa versiossa he pitävät. Tulostimme myös oppaan sisällysluettelon käyttäjille kommentoitavaksi (Liite 1). Vaihtoehtojen avulla tarjosimme käyttäjille useamman kuin yhden vaihtoehdon, jonka tarkoituksena oli helpottaa haastattelua.

Mainostimme demomaista (Kuvio 16) viikkoa ennen tapahtumaa LAMKin Kampuskehityksen Facebook- sivuilla, Respassa sekä Yammerin eri kanavilla. Edeltävät ovat kaikki LAMKin henkilöstön sekä opiskelijoiden käyttämiä tiedonjakokanavia. Halusimme herättää huomiota ja mainostaa käyttäjätestausta hyvissä ajoin. Oppaan testaus käyttäjillä tapahtui 5.9.2017 FellmanniCampuksen pääaulassa. Tapahtuma kesti kaksi tuntia, alkaen klo 10:00 ja päättyen klo 12:00. Apuna kyselyssä käytimme Fellmannian aulassa olevaa isoa kosketusnäyttöä. Siitä vastaajat näkivät toistenkin vastauksia, sekä pystyivät halutessaan lisäämään omia kommenttejaan.



KUVIO 16. Mainos Kampusoppaan käyttäjätestauksesta

Kyselimme käyttäjiltä eri kysymysten avulla kehitysideoita oppaan luontiin (Liite 3). Kysymykset koskivat ensivaikutelmaa, ulkoasua, käytettävyyttä, kokoa, ymmärrettävyyttä, puutteita, parannusehdotuksia sekä sitä kumpaa versiota käyttäjä mielummin käyttäisi, sähköistä vai printattavaa. Vastaajia saimme kyselyymme yhdeksän kappaletta. Viisi opiskelijaa ja neljä LAMKin henkilökunnan edustajaa. Vastaajat olivat sattumanvaraisia, mutta pyrimme siihen, että saisimme tasapainon opiskelijoiden ja henkilökunnan välille. Tämän teimme sen vuoksi, että saisimme kattavan otannon kummankin käyttäjäryhmän edustajista. Haastattelun toteutimme

siten, että toinen meistä haastatteli vastaajaa ja toinen kirjasi koneelle ylös vastauksia (Kuva 2).

Saimme vastaajilta paljon uusia kehitysideoita oppaan ulkonäköön ja sisältöön. Vastaajat olivat selkeästi innostuneita aiheesta. Kahden tunnin ajan pisteellämme oli lähes koko ajan joku haastateltavana. Saimme ideoita myös sellaisiin asioihin, joita emme kysyneet, mikä oli erittäin positiivista kehitystyömme kannalta.



KUVA 2. Kampusoppaan käyttäjättestaus 5.9.2017 (Aku Mattila 2017)

Tuloksia käyttäjätestauksesta

Vastauksia saimme yhteensä yhdeksän kappaletta. Vastauksista kokosimme yhteenvetdon (Liite 4). Lähdimme tämän jälkeen analysoimaan yhteenvetoa. Tarkastelimme vastauksia kokonaisuutena ja jaoinme sitä pienempiin osiin. Etsimme vastauksista yhtäläisyyksiä ja kokosimme yhteen toistuvia vastauksia. Eniten ääniä saanut vaihtoehto oppaasta päätettiin valita lopulliseksi versioksi oppaasta. Vastauksista saimme hyvän käsityksen siitä mitä käyttäjät oppaalta toivoivat. Vastauksista erottuivat eniten toivotut asiat ja saimme myös yksittäisiä laadukkaita

ideoita, joita emme itse olleet ajatelleet. Hyödynsimme osaa näistä myös oppaan muokkaamisessa. Tulimme siihen johtopäätökseen, ettemme tarvitse enempää vastauksia vaan saamamme vastaukset riittivät tarvittavaan otantaan käyttäjistä, tutkimusmenetelmämme ollessa laadullinen. Mikäli kyseessä olisi ollut määrällinen tutkimusmenetelmä olisimme tarvinneet enemmän vastaajia haastattelun laadun ja luotettavuuden varmistamiseksi. Tulokset auttoivat meitä muokkaamaan opasta ja kertoivat meille sen mitä käyttäjät toivoivat oppaalta, joka oli tärkein päämäärämme projektissa.

5.9 Sisällöntuotantoa oppaaseen haastatteluilla

Haastattelu toimii tiedonkeruumenetelmänä, jossa haastattelija keskustelee haastateltavan ihmisen kanssa mm. hänen mielipiteistään, käsityksistään ja uskomuksistaan. Haastattelun tarkoituksena on ymmärtää miksi haastateltavat ihmiset toimivat tai ajattelevat tietyllä tavalla. Motiivit vastausten perusteluiksi on mahdollista saada haastattelijan ollessa kielellisessä vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa. Haastattelu on menetelmä, jota voidaan käyttää monissa eri tutkimustilanteissa, ja sen takia se onkin yksi suosituimmista tiedonkeruumenetelmistä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 10,34)

Sisällöntuotannon suunnittelu

Oppaan testaamisen jälkeen elokuussa aloimme suunnitella, miten tuottaisimme oppaaseen sisältöä. Osan tiedoista pystyimme hankkimaan Kampuskehityksen työntekijöiltä ja LAMKin tietokannoista. Tarvitsimme kuitenkin tietoa ja sisältöä oppaaseen eri palveluista vastaavilta henkilöiltä. Tämä tiedonhankinta yhteyshenkilöiltä tulisi myös sitouttamaan projektijohtajan Satu Hyökin mukaan henkilöstöä muuttoon uudelle kampukselle, heidän osallistuessaan oppaan sisällöntuotantoon. Kuten Weiler (2016) toteaa, yhteissuunnittelu sidosryhmien kanssa onnistuu sitä paremmin, mitä enemmän heitä osallistetaan työhön. Tarvitsimme paljon tietoa, sillä opas käsittelee laajasti uuden kampuksen palveluita ja tiloja.

Saimme eri palveluista vastaavien yhteyshenkilöiden yhteystiedot projektijohtaja Satu Hyökiltä ja palvelukoordinaattori Aku Mattilalta. Seuraavana tehtävänä meillä oli päättää, miten haastattelut toteutetaan. Tarkoituksena oli saada usealta haastateltavalta tietoa suhteellisen lyhyessä ajassa, koska harjoittelu oli toisella meistä päättymässä lähiviikkoina ja toisella parin kuukauden sisään. Teimme ratkaisun sähköpostiviestikyselyn lähettämisestä palveluista vastaaville yhteyshenkilöille, jossa tiedustelimme lyhyesti kuvausta palvelusta uudella kampuksella (Liite 5). Ruusuvuori & Tiittala (2005) mukaan sähköpostikyselyissä on etuna se, ettei haastattelu ole aikaan ja paikkaan sidottu tapahtuma. Haittapuolena on puolestaan se, ettei sähköpostikyselyssä välity ilmeet, eleet ja tunteet samalla lailla kuin kasvokkain tapahtuvassa haastattelussa. (Ruusuvuori & Tiittala 2005.)

Sähköpostitse haastattelu

Kyseiseen päätökseen päädyimme, koska halusimme saada tietoa nopeasti ja mahdollisimman monelta yhteyshenkilöltä samaan aikaan. Tiesimme myös sen, että kysymyksemme saattoivat olla haastavia eikä haastateltavilla ollut antaa varmoja vastauksia uuden kampuksen palveluista. Tästä syystä koimme sähköpostitse haastattelemisen antavan enemmän aikaa haastateltavalle kerätä tietoja ja pohtia vastauksiaan. Emme myöskään tarvinneet pitkiä vastauksia, vaan ainoastaan lyhyen esittelyn palvelusta uudella kampuksella, joka oli sähköpostihaastattelun etuna. Sähköpostikysely lähetettiin yhdelletoista (11) LAMKin henkilökunnan ja kahdelle (2) ISS:n edustajalle. Kyselyt lähetettiin elosyyskuun vaihteessa.

Saimme viesteihimme vastaukset muutamalta henkilöltä ensimmäisen kahden viikon aikana. Viesteissä kyseltiin aikataulua ja luvattiin palata asiaan. Päätimme lähettää muistutusviestin niille, jotka eivät olleet vastanneet ensimmäiseen viestiin. Muistutusviestiin vastasi myös vain osa yhteyshenkilöistä ja heiltäkään emme saaneet vielä vastauksia kysymyksiimme.

Haastattelutavan muuttaminen

Sähköpostiviestinnän osoittauduttua hankalaksi keinoksi saada sisältöä oppaaseen päädyimme muuttamaan toimintatapaamme. Pidimme 18.9.2017 tapaamisen Hyökin ja Mattilan kanssa, jolloin sovimme sisällön hankkimisen tapahtuvan haastatteluiden avulla. Jälkikäteen ajateltuna näin olisi pitänyt toimia jo alussa. Sähköpostin avulla haastattelemine oli haastavampaa kuin aluksi luulimme. Päätimme myös muuttaa kysymyksiä, joita esitäisimme yhteyshenkilöille. Teimme jokaiselle yhteyshenkilölle 5-10 tarkkaa kysymystä heidän palveluja koskevista aiheista, joihin haastateltavan olisi helpompi vastata (Liite 6). Kysymysten muokkaamisen tarkoitus oli myös helpottaa omaa työtämme vastausten muokkaamisessa oppaan tekstimuotoon.

Sovimme tapaamisia yhteyshenkilöiden kanssa lokakuun alkupuolelle lähettämällä kokouskutsun sähköpostitse. Haastattelut sopivat kaikille, joille lähetimme kutsun. Yksi yhteyshenkilö joutui perumaan tapaamisen viime hetkellä. Saimme häneltä kuitenkin vastauksia sähköpostitse. Haastattelut pidettiin 6.-16.10.2017 välisenä aikana. Meistä ainoastaan toinen pääsi tekemään haastatteluja, joka toi omat haasteensa toteuttamiseen.

Haastattelut sovittiin järjestettäväksi FellmanniCampuksen kahvilaan. Haastattelut sovittiin puolen tunnin mittaisiksi. Liikuntapalveluiden kohdalla aika meni kymmenellä minuutilla yli sovitusta. Haastateltaville esiteltiin ensiksi Kampusopas- projektia ja oppaan sisällysluettelo, jotta he saivat käsityksen haastattelun tarkoituksesta. Tämän jälkeen haastateltavalle esitettiin ennalta laadittuja kysymyksiä. Vastaukset päädyimme kirjoittamaan suoraan koneelle nauhoittamisen sijasta, koska vastaukset olivat kohtuullisen lyhyitä ja nopeasti kirjoitettavia. Tämä säästi meiltä myös aikaa litteroinnilta. Haastatteluiden ollessa ohi sovimme jokaisen yhteyshenkilön kanssa, että lähetämme heille muokatun tekstiversion heidän osuudestaan oppaassa.

Aluksi lähdimme muokkaamaan vastauksista valmiita tekstiosioita oppaaseen. Ehdimme tehdä osasta vastauksista tekstiversioita (Liite 6). Samaan aikaan saimme tietää, että Kampusoppaan tulee tekemään loppuun turkulainen mainostoimisto SST. Tietoomme tuli myös, ettei oppaasta tehtäisikään printattavaa versiota, vaan ainoastaan verkkosivu ratkaisu. SST alkoi muokata keräämistämme vastauksista valmiita tekstiversioita oppaaseen. Toimitimme haastatteluiden päätyttyä lokakuun lopussa kaiken keräämämme materiaalin heille muokattavaksi. Samaan aikaa myös molempien harjoittelu oli tullut päätökseen. SST jatkoi työtämme eteenpäin ja tarkoituksena on saada toimiva verkkosivujulkaisu Kampusoppaasta julkaistavaksi vuoden 2018 alussa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyömme tavoitteena oli tuottaa Lahden ammattikorkeakoululle käyttäjälähtöinen Kampusopas. Lähdimme tarkastelemaan opinnäytetyötämme seuraavien tutkimuskysymysten kautta:

- Miten luodaan käyttäjälähtöinen Kampusopas?
- Miten Kampusopas tukee LAMKin muutosprosessia?

6.1 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön ensimmäinen tutkimuskysymys oli: Miten luodaan käyttäjälähtöinen Kampusopas? Käyttäjälähtöinen Kampusopas voidaan luoda käyttäjälähtöisen suunnittelun avulla. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa käyttäjä on osana suunnitteluprosessia sen alusta loppuun saakka (Keinonen & Sutinen 2017). Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa on tärkeää määrittää, keitä palvelun käyttäjät ovat. Käyttäjä eroaa asiakkaasta siten, että käyttäjä on tuotteen tai palvelun loppukäyttäjä, kun taas asiakas ostaa tuotteen (Lammi 2005, 14-18). Kampusopasprojektissa LAMKia voisi pitää asiakkaana, joka ostaa tuotteen. Opiskelijat, henkilöstö sekä kampusvieraat ovat oppaan lopullisia käyttäjiä. Samoin Kampuskehityksen harjoittelijat, jotka ovat LAMKin opiskelijoita ja Kampuskehityksen työntekijät, jotka kuuluvat LAMKin henkilöstöön, ovat myös kampusen käyttäjiä. Käyttäjiä määriteltäessä on myös muistettava, ettei yksi käyttäjä vastaa kaikkien käyttäjien mielipidettä, tämän vuoksi käyttäjiä on hyvä osallistaa monista eri käyttäjäryhmistä (Hätönen 2017). Kampusoppaalla ovat samat käyttäjäryhmät kuin uudella kampusella. Eli LAMKin opiskelijat, henkilöstö sekä yritykset.

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa käyttäjä voi toimia tiedonlähteenä sekä ideoijana (Jyväskylän Yliopisto 2017). Kampusopasprojektissa käyttäjät ovat olleet mukana alussa pidettävässä työpajassa, jolloin määriteltiin työn keskeisimmät sisällöt teemojen avulla. Käyttäjien osallistaminen projektin alkuvaiheessa lisää projektin tehokkuutta varmistuen, että lopputulos on käyttäjien toiveiden mukainen (Hätönen 2017).

Käyttäjät pääsivät myös arvioimaan oppaan testiversiota käyttäjätestauksessa. Toivoimme sekä henkilöstön että opiskelijoiden mielipiteitä ja saimmekin niitä melko tasaisesti. Hätösen (2017) mukaan tarkempaa tietoa ja innovatiivisia ideoita saadaan usein pienemmistä käyttäjäryhmistä (Hätönen 2017). Pieniä testiryhmiä ja vastausmääriä tukee myös laadullisen tutkimuksen periaate, joten olimme tyytyväisiä käyttäjätestauksen 9 vastaajaan, viiteen opiskelijaan ja neljään henkilökunnan edustajaan. Suunnittelijan olisi hyvä olla itse paikalla kohtaamassa käyttäjiä, sillä jos hän kuulee käyttäjien mielipiteet sekä kokemukset monen välikäden kautta, voi merkittävät tiedot mennä ohitse (Hätönen 2017). Käyttäjätestauksesta saatavat tulokset eivät välttämättä olisi välittyneet meille yhtä hyvin, jos emme olisi keskustelleet oppaan sisällöstä, ulkonäöstä sekä toteutustavasta käyttäjien kanssa henkilökohtaisesti. Haastattelujen keston venyminen osoittikin käyttäjien mielenkiintoa aiheesta.

Opinnäytetyömme toisena tutkimuskysymyksenä oli: Miten Kampusopas tukee LAMKin muutosprosessia? Muutosviestintä on osa yrityksen viestintää, jonka tarkoituksena on selittää muutoksen tarve henkilöstölle. Sen avulla luodaan vuorovaikutusta henkilöstön ja organisaation välille (Heiskanen & Lehikoinen 2010, 21). Muutosviestinnän avulla pyritään vähentämään mahdollista muutosvastarintaa henkilöstössä (Luomala 2008, 8). Meidän tehtävänämmä oli Kampusoppaan avulla helpottaa käyttäjien siirtymäprosessia uudelle kampukselle. Emme kuitenkaan pystyneet itse suunnittelemaan koko opasta ja olettaa käyttäjien olevan tyytyväisiä lopputulokseen. Kuten Weiler (2016) toteaa, yhteissuunnittelun avulla varmistetaan palvelun toimivuus, käytettävyys, sekä asiakkaiden tarpeiden kohtaaminen.

Kampusopas ja sen tekemisprosessi ovat olleet LAMKin muutosprosessia tukevaa toimintaa. Pelkästään opas ei ole ollut keskiössä. Prosessin aikana olemme järjestäneet työpajan, käyttäjätestauksen ja haastatelleet henkilöstöä. Kaikki tämä on ollut LAMKin muutosprosessia tukevaa toimintaa. Haastatteluissa olemme osallistaneet henkilöstöä ja opiskelijoita

oppaan suunnitteluun ja antaneet heille sananvaltaa. He ovat voineet antaa omia näkemyksiään ja ideoitaan, joita olemme myös toteuttaneet. Samalla olemme esitelleet heille uutta kampusta. Suurelle osalle haastateltavista pääsimme kertomaan kampuksen palveluista tai palvelujen ominaisuuksista, joita he eivät olleet vielä tiedneet. He halusivat kysyä meiltä myös sellaisia asioita, jotka uudessa kampuksessa askarruttivat.

Kampusopas on siis tukemassa LAMKIn muutosprosessia kahdessa eri vaiheessa. Tekemisvaiheessa sen avulla osallistettiin ja sitoutettiin henkilöstöä ja oppilaita muuttoon uudelle kampukselle. Itse muuttovaiheessa opas tarjoaa tukea sen antaman informaation kautta.

6.2 Toiminnallisen osuuden arviointi

Kampusoppaan aloitustyöpajaan osallistui kaikkiaan seitsemän (7) henkeä. Osallistujat olivat Kampuskehityksen työntekijöitä sekä harjoittelijoita. Työpajan tarkoitus oli käynnistää Kampusopas- projekti sekä antaa pohjaa oppaan tulevasta sisällöstä. Pavelin ym. (2014) toteavat työpajan synnyttävän innovatiivisia ratkaisuja yhdessä työskentelemällä. Tämä osoittautui todeksi, sillä emme olisi välttämättä mieltäneet kaikkia kampuksen palveluita palveluiksi, saati keksineet niistä heräviä kysymyksiä. Työpajan rikkaus oli se, että opiskelijat eri aloilta kaipasivat kampukseltakin erilaisia aktiviteetteja. Liiketalouden opiskelijalle ei olisi tullut mieleen kysyä mistä tekniikan alan laboratorioita saisi varattua. Myös opiskelijoiden sekä henkilöstön mielenkiinnon kohteet poikkesivat hieman toisistaan. Henkilöstön jäseniä mietitytti esimerkiksi vapaiden työskentelypisteiden löytäminen yhteiskäyttökampuksella. Samoin autollisten sekä julkisella liikenteellä liikkuvien huolet olivat luonnollisesti erilaisia. Ainoa ala joka ei ollut edustettuna oli sosiaali- ja terveysala. Tämä johtui siitä, ettei Kampuskehityksellä sillä hetkellä ollut harjoittelijaa sieltä. Olisimme voineet järjestää aloitustyöpajan oppaan käyttäjille eli opiskelijoille/ henkilökunnalle ja saaneet näin tehtyä enemmän käyttäjälähtöisemmän työpajan. Emme olisi kuitenkaan saaneet

järjestettyä kyseistä työpajaa silloin, koska kesälomat olivat alkaneet valtaosalla oppilaista ja henkilökunnasta. Työpajan laatu ei kuitenkaan kärsinyt siitä, että se tehtiin Kampuskehityksen harjottelijoille ja henkilökunnalle, koska saimme koottua erittäin hyvin kampuksen eri palveluita yhteen. Myöhemmässä vaiheessa opiskelijat ja henkilökunta pääsivät vaikuttamaan projektiin käyttäjätestauksessa. Kaiken kaikkiaan työpaja oli onnistunut ja siellä syntyi oppaan pääteemat seuraavassa muodossa: Kulkeminen, Palvelut, Viestintä, Opiskelu & Työ sekä Opastus. Julkaistavassa Kampusoppaassa teemat ovat muokkautuneet seuraavaan muotoon: Kulkeminen ja Liikkuminen, Opiskelu ja Työskentely, Arjen- ja Vapaa-ajan palvelut, Turvallisuus sekä Viestintäkanavat. Pääteemat muuten ovat siis melko samat, mutta niiden sisällöt ovat jäsentyneet ymmärrettävämmäksi moneen kertaan prosessin edetessä (Liite 1).

Benchmarkauksessa voidaan, ja on suotavaa, tutkia eri alojen toimintaa sekä ottaa heiltä mallia omaan yritystoimintaan (Riley 2017). Kuten Riley (2017) täsmentää, benchmarkingia voidaan tehdä yli toimialajoen. Aloitimme benchmarkingin ensin tutkimalla muita kampuksia, kansainvälisiä ja kotimaisia, jonka jälkeen laajensimme vertailukohteitamme tutkimalla erilaisia palvelukokonaisuuksia. Mikäli olisimme ottaneet mallia vain oppimisympäristöistä, emme välttämättä olisi keksineet niin monia eri lähestymistapoja. Benchmarking prosessi toi työhömmä idean käyttää kauppakeskuksien tapaista, yksinkertaistettua pohjakuvaa selkeyttämässä kampuksen tiloja sen käyttäjille. XAMKin 360-kuvamateriaali kampuksen tiloista auttaa käyttäjää tutustumaan tiloihin silloinkin, kun hän ei itse ole fyysisesti siellä. Näin uusi käyttäjä voi etsiä missä sisäänkäynti, opintoimisto tai auditorio sijaitsee. Kampuksella jo aiemmin käynyt käyttäjä voi tarkistaa Kampusoppaasta, missä tiloissa alkava kurssi pidetään, tai mistä löytyikään hänen tarpeilleen sopiva co-working ympäristö. Tällaisen halusimme myös LAMKille käyttöön. Benchmarking prosessissa olisimme voineet etsiä benchmarking- kohteita vieläkin laajemmalla alueella, ottaa rohkeammin vaikutteita muistakin kohteista sekä ajatella boxin ulkopuolelta. Edellä mainitut seikat olisivat voineet synnyttää vieläkin luovempia ideoita. Lisäksi olisimme voineet

käyttää itse benchmarkingiin enemmän aikaa ja suunnitella benchmarking- kohteet harkitummin. Prosessi on kuitenkin aikaa vievää, sillä uusien kohteiden etsiminen ja pohtiminen vievät enemmän resursseja kuin niiden analysointi ja vertailu. Saimme myös sidosryhmiltä hyviä ideoita benchmarking kohteista silloin, kun olimme jo lopettaneet vertailunkehittämisen ja olimme jalostamassa saatuja ideoita piedemmälle. Meidän olisi siis pitänyt kysyä benchmarking kohteita sidosryhmiltä aiemmin.

Brainstorming oli meillä varsinkin Kampusopas- projektin alussa käytetty ideointimenetelmä. Kuten Ojansalo ym. (2009, 145-147) sanovat, brainstorming on suosittu ideointityökalu. Mietimme erilaisia ideoita oppaan printattavaan sekä verkkosivutoteutukseen. Brainstorming tuokioihin osallistui kahdesta viiteen ideoijaa Kampuskehitystiimistä. Useimmiten mietimme ideoita kuitenkin kaksin. Pohjana ideoinnille toimi benchmarking kohteemme. Ojansalo ym. (2009, 145-147) mukaan brainstormingissa on kaksi vaihetta: vapaa ideoiden heittäminen, jota seuraa ideoiden karsinta ryhmän haluavalla tavalla. Meidän brainstorming prosessi noudatti aina tätä kaavaa. Ideoita ei tosin pisteytetty, vaan niistä puhuttiin yhdessä, ja siten valikoitui parhaat ideat, joita päätettiin jatkojalostaa. Valitsimme ainoastaan ideoita, joiden näimme tuottavan lisäarvoa käyttäjälle. Ideoita tuli lopulta useampi ja osa niistä säilyi mukana oppaan lopulliseen versioon saakka. Emme keksineet valmiita toteutuskokonaisuuksia, vaan ennemminkin yksittäisiä ideoita, joita myös yhdistelimme. Tämä oli ideointiprosessin helmi, sillä tällöin saimme monipuolisen lopputuloksen. Lopulliseen oppaaseen valikoitui seuraavat ideat: palveluiden selkeä jaottelu teemoittain, 360- teknologian hyödyntäminen oppaassa, oppaan tekeminen kampusteesten ympärille, sekä infograafien käyttäminen. Ideoiden työstäminen oli yksi projektin haasteellisimmista osioista. Vaikka toteutuskelpoisia ideoita kertyikin, olisimme voineet käyttää systemaattisempia ja intensiivisempia menetelmiä, joista ideoita olisi kummunnut mahdollisesti enemmän. Brainstormingissa ideoiden määrä korvaa laadun (Ojansalo ym. 2009, 145-147), sillä ideoita voidaan aina jatkokehittää.

Käyttäjätestauksen avulla pyrimme saamaan käyttäjiltä kommentteja ja ideoita koskien Kampusoppaan ulkonäköä sekä sisältöä. Saimme haastateltua FellmanniCampuksella järjestetyssä teemahaastattelussa yhteensä yhdeksää opiskelijaa ja henkilökunnan edustajaa.

Teemahaastattelu oli toimiva keino saada vastaajilta meitä hyödyttäviä vastauksia, koska kuten Hirsjärvi & Hurme (2008, 48) toteavat, se on vastaajan tulkintoja ja mielipiteitä huomioiva haastattelumenetelmä.

Käyttäjätestaus käyttäjille teemahaastattelun avulla sujui pääosin hyvin. Saimme vartenotettavia kommentteja ja kehitysideoita Kampusoppaan sisällöstä, ulkonäöstä sekä siitä, mitkä aiheet uupuivat vielä oppaasta. Olisimme voineet suunnitella vastauksien keräämisen paremmin. Emme erotelleet vastaajia toimialojen perusteella. Tämä olisi ollut jälkikäteen ajateltuna järkevää, koska silloin olisimme saaneet käsityksen, onko vastauksissamme edustettuna opiskelijoita eri toimialoilta sekä miten heidän vastaukset eroaisivat toisistaan. Emme myöskään erotelleet opiskelijoiden ja henkilökunnan vastauksia toisistaan. Tämäkin olisi ollut järkevää, koska silloin olisimme nähneet mahdolliset erot tai yhteneväisyydet opiskelijoiden ja henkilöstön vastauksissa. Saimme kuitenkin tasaisesti edustajia opiskelijoista ja henkilöstöstä, joka oli positiivinen asia. Haasteena koimme myös haastattelun toteuttamisen, joka ei täysin onnistunut. Haastattelun ollessa nopeatempoista, oli vaikeaa pysyä mukana muistiinpanojen kirjaamisessa. Onnistuneena pidimme kysymyksiämme, joiden avulla saimme haastateltavilta kattavia vastauksia ja aidosti meitä hyödyntäviä ideoita. Apuna toiminut kosketusnäyttö toimi hyvin huomion herättämisessä ohikulkijoissa. Kuitenkaan itse haastattelutilanteessa siitä ei ollut hyötyä, haastateltavan keskittyessä tutustumaan oppaaseen ja keskustelemaan meidän kanssamme.

Ständimme sijainti oli hyvä, sen ollessa heti aulassa, se herätti ohikulkijoiden huomion. Olimme myös tyytyväisiä vastaajien lukumäärään, koska saimme jokaiselta vastaajalta kattavia vastauksia koskien oppaan ulkoasua, käytettävyyttä, kokoa, ymmärrettävyyttä sekä puutteita. Haastattelutkin olivat jokaisen haastateltavan kohdalla 10-30 minuutin pituisia.

Sisällöntuotantohaastattelut toteutettiin LAMKin henkilökunnalle jäsenille sekä ISS:lle. Haastattelut järjestettiin lokakuussa 2017. Aluksi yritimme saada sisältöä hankittua sähköpostihaastatteluiden avulla. Tämä ei kuitenkaan onnistunut yrittämisestä huolimatta ja päätimme muuttaa toimintatapaa tekemällä haastattelut kasvokkain. Haastattelujen toteuttamisessa opimme paljon tekemiemme virheiden kautta. Sähköpostihaastattelu osoittautui nopeasti virheelliseksi menetelmäksi saada sisältöä oppaaseen. Teimme kuitenkin johtopäätöksen menetelmän virheellisyydestä ja vaihdoimme toimintatapaa. Tämä opetti meille sen, ettei kaikki suju projekteissa aina suunnitelmien mukaan. On myös hyvä oppia virheistään ja tehdä muutoksia kokeiltuihin toimintatapoihin. Virheiden ja epäonnistumisten kautta oppiminen sopii myös hyvin muotoiluajattelun toimintatapaan, sillä siinä korostetaan epäonnistumisten sallimista. Myöskään eri menetelmien kokeilemisessä ei ole mitään väärää, koska ei voida tietää varmuudella tietyn menetelmän toimivuudesta, jos sitä ei käytännössä kokeile itse. Me pystyimme korjaamaan virheen ja lopputuloksena saimme kattavasti sisältöä oppaaseen useammasta eri haastattelusta. Haastatteluiden tekemisen kasvokkain koimme onnistuneena. Olimme tehneet, jokaiselle haastateltavalle 5-10 kysymystä joihin he vastasivat. Kysymysten muotoilu oli mielestämme onnistunut, koska saimme olennaisimmat asiat kysytyä. Vastauksista syntyi tiivistettyä ja informatiivista tekstiä oppaaseen.

6.3 Opinnäytetyöprosessin ja oppimisen arviointi

Opinnäytetyön kirjoittamisprosessi alkoi elokuussa 2017.

Kampusopasprojekti oli toiminut kesäkuusta asti pelkästään harjoitteluun kuuluvana projektina. Olimme kummatkin miettineet kesän aikana sopivaa opinnäytetyön aihetta. Hyökki ja Kaikonen olivat esitelleet meille eri vaihtoehtoja Kampuskehityksen työstä opinnäytetyön aiheiksi. Kampusopas oli kuitenkin sellainen aihe, josta kummatkin halusimme tehdä opinnäytetyön. Aluksi ideana oli tehdä kaksi erillistä työtä, kummatkin eri näkökulmista oppaan tekemisestä. Keskustelimme

kuitenkin aiheesta keskenämme ja ajatus yhdestä yhteisestä työstä alkoi muodostua. Olimme tehneet opasta yhdessä ja tuntui luontevalta tehdä myös opinnäytetyö samasta aiheesta. Tämä sopi myös toimeksiantajallemme ja aloimme oppaan tekemisen ohessa suunnitella opinnäytetyötä.

Opinnäytetyön kirjoittamisprosessi eteni elokuu-joulukuu välillä rauhallisemmalla tahdilla kummankin tehdessä vielä omaa harjoitteluaan loppuun. Kirjoitimme tänä aikana työhömmme tietoperustaa. Olimme sopineet etukäteen, mistä aiheesta kumpikin kirjoittaa. Luimme säännöllisesti osiotamme ristiin ja annoimme toisillemme kommentteja. Tämä oli meidän kummankin mielestä toimiva työskentelytapa. Vuoden 2018 alusta alkaen teimme työtä nopeammalla aikataululla. Tammikuun aikana kirjoitimme toiminnallisen osion valmiiksi. Helmikuun alussa siirryimme johtopäätösten tekoon ja työ alkoi olla valmiina kuun puolessa välissä.

Kampusopasprojektissamme kohtasimme erilaisia haasteita. Kampusoppaasta ei tullut meistä riippumattomista syistä lainkaan printattavaa versiota. Päätös tästä tapahtui vasta sen jälkeen, kun olimme jo järjestäneet käyttäjätestauksen ja ehtineet suunnitella oppaan printattavan version. Opas julkaistiin ainoastaan verkkosivujulkaisuna ja tästä johtuen siitä ei tullut ihan sellainen ulkonäöltään kuin olimme suunnitelleet. Perusasiat lopullisessa versiossa olivat kuitenkin meidän suunnitelmiamme mukaiset. Yksi haastavimmista asioista itse kirjoittamisessa oli yhdenmukaisen tekstin tuottaminen kahden kirjoittajan toimesta. Meidän kirjoitustapamme poikkeavat toisistaan ja tekstissä tämä saattaa ilmetä kirjoittajan vaihtuessa, mutta olemme yrittäneet hioa niitä yhdenmukaisiksi.

Meillä kummallakin oli tavoitteena valmistua vuoden 2018 keväällä. Tämän vuoksi meillä ei tullut aikataulutuksessa missään vaiheessa erimielisyyksiä. Saimme jaoteltua työtä hyvin ja koimme kummatkin tehneemme työtä tasaisesti. Olimme tehneet Kampusopas- projektia

yhdessä kesästä alkaen, joten olimme jo harjoitelleet työn tekemistä yhdessä. Tästä olikin apua opinnäytetyön kirjoittamisprosessissa. Tiesimme molemmat, miten vastapuoli työskentelee, joten pystyimme luottamaan siihen, että työ etenee kummankin osalta. Kampusopasta tehtiin paljon yhteistyönä eri ihmisten välillä. Olemme oppineet yhteistyötaitoja niin työn kuin kirjoittamisenkin osalta. Opimme myös paljon palvelun kehittämistyöstä käytännön projektissa. Saimme tehtäväksemme oikean projektin, jonka lopputuloksena syntyi aito tuote käyttäjille. Se toi vastuuta, mutta myös motivoi tekemään huolellista työtä parhaimman mahdollisen lopputuloksen saamiseksi.

Tekemämme Kampusopas oli meistä kummankin mielestä mielenkiintoinen ja opettava projekti. Saimme hyödyntää siinä koulutuksessamme oppimiamme taitoja käytännössä. Työllämme oli merkitystä, koska toimeksiantajalla, Lahden ammattikorkeakoululla, oli aito tarve saada Kampusopas käyttöönsä uudelle kampukselle. Työn lopputulos tyydytti sekä toimeksiantajaa että meitä.

6.4 Jatkotutkimusehdotukset

Tämän opinnäytetyön tuloksena syntyi Lahden ammattikorkeakoululle Kampusopas hyödynnettäväksi (<http://kampusopas.lamk.fi/>).

Lopputuotoksena syntynyt verkkosivujulkaisu toteutettiin mainostoimisto SST:n toimesta. Oppaan kehittäminen jatkuu yhdessä Kampuskehityksen työn kanssa kampuksen valmistuessa. Jatkotutkimusehdotuksena voitaisiin tutkia oppaan onnistumista muutosprosessin jälkeen.

- Käyttäjien tyytyväisyyden mittaus oppaan eri osioihin ja erityisesti oppaan käyttäjälähtöisyyteen.
- Tuottaako opas aidosti lisäarvoa käyttäjälle ja miten?
- Miten opasta voisi hyödyntää muuton jälkeenkin? Ettei se jäisi ainoastaan muuttovaiheen työkaluksi.
- Millä keinoin LAMK voi hyödyntää opasta esimerkiksi markkinoinnissaan?

LÄHTEET

Aarnikoivu, H. 2008. Esimiehenä arjessa. Juva. Wsoy

Brown, T. 2008. How to make design thinking part of the innovation drill [viitattu 16.1.2018]. Ideo. Saatavissa: <https://www.ideo.com/post/design-thinking-in-harvard-business-review>

Finto. KEKO- Kestävän kehityksen kasvatuksen ontologia 2018. [viitattu 4.1.2018] Saatavissa: <https://finto.fi/keko/fi/page/p79>

Grönroos, C. 2015. Palvelujen johtaminen ja Markkinointi. Helsinki. WSOYpro

Heiskanen, M. & Lehikoinen, S. 2010. Muutosviestinnän voimapaperi. Helsinki. Talentum Media oy

Hirsjärvi, S, Hurme, H. 2008 Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki. Gaudeamus Helsinki University Press

Honkanen, H. 2006. Muutoksen agentit- Muutoksen ohjaaminen ja johtaminen. Helsinki. Edita Prima Oy.

Hyökki, S. & Kaikonen, H. 2015. Mun, sun ja meitin kampus – Lahden ammattikorkeakoulun kampuskehitys. Monitoimisuushaastaa – AMK- ja ammatillisen koulutuksen tutkimuspäivät 2014 –julkaisu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisusarja. [viitattu 30.1.2018] Saatavissa: <http://www.jamk.fi/fi/Tutkimus-ja-kehitys/JAMKin-julkaisut/Julkaisuja/monitoimisuus-haastaa-koulutuksen/>

Hyökki, S. , Kaikonen H. & Nenonen, S. 2015. Mun, sun, meitinkampus – Lahden kampuskehitys Oppiva kampus. Rakennetun ympäristön tutkimusohjelman julkaisu. [viitattu 30.1.2018] Saatavissa: http://sykoy.fi/wp-content/uploads/oppiva-kampus_valmis_pieni.pdf

Hyökki, S., Oresto, J. & Piipponen, M. 2015. LAMKin kampuskehitys vie kohti NiemiCampusta. Verkkolehti Lahtinen [viitattu 26.1.2018] Saatavissa: <http://lahtinen.lamk.fi/?p=834>

Hyökki, S. & Piipponen, M. 2015. LAMKin uusi kampus tulee – miten valmistaudumme? Verkkolehti Lahtinen [viitattu 26.1.2018] Saatavissa: <http://lahtinen.lamk.fi/?p=932>

Hätönen, J. 2017. Käyttäjälähtöisellä suunnittelulla yhdenvertaista osallisuutta [viitattu 12.9.2017]. Aspa. Saatavissa: <https://www.aspa.fi/fi/suuntaaja/suuntaaja-32015/k%C3%A4ytt%C3%A4j%C3%A4l%C3%A4ht%C3%B6isell%C3%A4-suunnittelulla-yhdenvertaista-osallisuutta>

Juholin, E. 2009. Viestinnän vallankumous: löydä uusi työyhteisöviestintä. Helsinki. WSOYpro.

Juholin, E 2013. Communicare. Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Kopinjyvä. MIF

Jyväskylän Yliopisto. 2017. Käyttäjälähtöisen suunnittelun periaatteet [viitattu 12.9.2017]. Saatavissa: <http://smartereducation.jyu.fi/projektit/systech/Periaatteet/suunnittelun-periaatteet/kayttajalahtoisien-suunnittelun-periaatteet>

Keinonen, T. & Sutinen, P. 2017. Mistä kyse: Käyttäjälähtöinen suunnittelu [viitattu 15.8.2017]. Muotoilutarinat. Saatavissa: <http://www.muotoilutarinat.fi/fi/artikkeli/k%C3%A4ytt%C3%A4j%C3%A4l%C3%A4ht%C3%B6inen-suunnittelu/>

Kotler, P. 1999. Muuttuva markkinointi-luo, voita hallitse markkinoita. Porvoo. WSOY

Kulmala, J. & Kyrö, P. 2014. The roots and the content of benchmarking. [viitattu 11.9.2017]. Metodix. Saatavissa: <https://metodix.fi/2014/05/19/kyro-the-roots-and-the-content-of-benchmarking/>

KvaliMOTV. 2018. Mitä laadullinen tutkimus on: lyhyt oppimäärä [viitattu 27.1.2018]. Saatavissa:

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1_2.html

KvaliMOTV. 2018. Teemahaatattelu [viitattu 5.1.2018]. Saatavissa:

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html

LAMK. 2018. Lahden ammattikorkeakoulun Intra-kampuskehitys [viitattu 10.1.2018].

Liedtka, J., King, A. & Bennet, K. 2013. Solving Problems with Design Thinking: Ten Stories of What Works [viitattu 16.1.2018] Saatavissa:

https://masto.finna.fi/Record/nelli16_phkk.2670000000429836

Luomala, A. 2008. Muutosjohtamisen Abc. [viitattu 20.9.2017].

Uta.Saatavissa:

<http://www.uta.fi/jkk/synergos/tyohyvinvointi/oppaat/muutoskirja.pdf>

Meroni, A. 2016. Design for services. [viitattu 4.1.2018] Abingdon:

Routledge 2016. Saatavissa:<https://masto.finna.fi/Record/masto.144497>

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu. Teknologiainfo Teknova Oy.

Miettinen, S. 2014. Muotoiluajattelu. Teknologiainfo Teknova Oy.

Ojansalo, K. Moilanen T. Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki. WSOYpro

Pavelin, K., Pundir, S. & Cham, J.A. 2014. Ten simple rules for running interactive workshops. [viitattu 4.1.2018] PLOS Saatavissa:

<http://journals.plos.org/ploscompbiol/article?id=10.1371/journal.pcbi.1003485>

Pitkäranta, A. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Jokioinen. e-Oppi Oy

Ponteva, K. 2010. Onnistu muutoksessa. Juva Wsoy

Rentola, M. 2008. Hyvä opas. Teoksessa Jussila, Raimo; Ojanen, Eero ja Tuominen, Taija (toim.) 2008. Tieto kirjaksi. Helsinki. Kansanvalistusseura.

Riley, J. 2017. What is benchmarking? [viitattu 11.9.2017]. Tutor2u. Saatavissa: <http://www.tutor2u.net/business/reference/what-is-benchmarking>

Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1994. Suunnitelmallinen Markkinointi: suunnittelu, tutkimus ja kansainvälistyminen. Helsinki. Weilin + Göös.

Ruusuvuori, J. Tiittula, L. 2005. Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere. Vastapaino

Salminen, J. 2011. Uuden esimiehen kirja. Helsinki. Talentum Media Oy

Savolainen, P. 2012. Welcome to Finnish design thinking. Helsinki. WTF Helsinki Oy.

Tilastokeskus, 2017. Kansantalous [viitattu 22.8.2017]. Tilastokeskus. Saatavissa: http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_kansantalous.html

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum.

Työterveyslaitos 2017. Muutosjohtaminen. [viitattu 24.8.2017] Saatavissa: <https://www.ttl.fi/palvelu/muutosjohtaminen/>

Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki. Tammi

Vuorijärvi, A. & Boedeker, M. 2007. Oulu. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. [viitattu 27.1.2018]. Saatavissa: www.oamk.fi/opinnaytehanke/docs/kirja_artikkelit/5.../15_vuorijarvi_boedeker.doc

LIITTEET

LIITE 1. Kampusoppaan sisältö

Kulkeminen ja liikkuminen

Saapuminen kampukselle

- ✓ Julkisen liikenteen opasteet & aikataulut
- ✓ Pyörät- Lainausta & Parkit
- ✓ Pysäköinti

Kampuksella liikkuminen

- ✓ 24/7 kulku
- ✓ Aukioloajat
- ✓ Aulapalvelut
- ✓ Infotaulut & opasteet
- ✓ Kulkuoikeudet
- ✓ Säilytystilat
- ✓ Naulakot
- ✓ Pukuhuoneet & Suihkut
- ✓ Löytötavarat
- ✓ WC
- ✓ Savuton kampus
- ✓ Esteettömyys
- ✓ Opastusjärjestelmät
- ✓ Paikantaminen
- ✓ Henkilökortti

Opiskelu & Työskentely

Tilat ja ympäristöt/ Tilatyypit

- ✓ Co-working / Työskentelypisteet
- ✓ Henkilöstötilat
- ✓ Oppimistilat
 - Projektityötilat
 - Hiljaiset tilat
 - Erityistilat
 - Tenttiakvaario
 - Auditorio
 - Työskentelypisteet
- ✓ Näyttelytilat
- ✓ Tilojen varaus
 - Luokkatilojen varaus
 - Kokoustilojen varaus

Tukipalvelut

- ✓ Kierrätys

- ✓ Kestävä kehitys
- ✓ Tulostus
- ✓ Tavaroiden lainaus
- ✓ IT- palvelut
- ✓ Opetusvälineiden ohjeistus
- ✓ Pajat&labrat; laitteiden käyttöoikeudet
- ✓ Välineiden käytön ohjeistus
- ✓ Av ja opetusteknologia
- ✓ Arkistointi

Viestintämahdollisuudet

- ✓ Palautteen antaminen
- ✓ Kampusradio; Limuradio
- ✓ Keskusradio
- ✓ Kohtaaminen

Opiskelijapalvelut

- ✓ Opintotoimisto
 - Opiskelijavaihdon palvelut
 - Opintojen ohjaus ja tutorointi
- ✓ Opiskelijayhdistykset
- ✓ Kirjastopalvelut
- ✓ Terveyspalvelut (Iamk support)
 - terveydenhoitaja
 - psykologi
 - erityisopettaja
 - pappi

Yrittäjyys ja yritys yhteistyö

- ✓ Yritys yhteistyö
- ✓ Start up/ Pop up- toiminta opiskelijoille
 - Tapahtumien järjestäminen
 - näyttelyt, myyjäiset, tilan vuokraus
- ✓ Osuuskuntatoiminta
- ✓ Oppimisympäristöt
 - (Lamkes, M.idea...)

Arjen & Vapaa-ajan palvelut

Ruokapalvelut

- ✓ Food Garden
- ✓ Välipala-/juoma-/kahviautomaatit
- ✓ Kitchenette
- ✓ Kampuskahvio
- ✓ Opiskelijabaari

Rentoutuminen ja hyvinvointi

- ✓ Taukotilat/ Lepotilat
- ✓ Hiljentymistila
- ✓ Sisäpiha
- ✓ Opiskelijaliikuntapalvelut
- ✓ Tapahtuma- areena
- ✓ Sauna
- ✓ Opiskelijatapahtumat

Arjen palvelut

- ✓ Lähi-alueen palvelut (kaupat jne.)
- ✓ LAMK Shop
- ✓ (Mahd. Otto-automaatti, Kauppa, Posti-/pakettiautomaatti)
- ✓ Sinun palvelusi?

Turvallisuus

- ✓ Turvallisuuksuunnitelma
- ✓ Hätänumerot
- ✓ Hätäilmoitusohje
- ✓ Hätäuloskäynnit

Viestintäkanavat

- ✓ Mobiilisovellus
- ✓ Verkkosivut
- ✓ Opiskelijaviestintä, reppu, respa yms.
- ✓ Some
- ✓ Wifi

LIITE 2. Kampusoppaan demoversiot

Yhteinäiset osiot:



Kampuksella liikkuminen

Bussiyhteys



M19 kampukselle kulkee 4 bussilinjaa.
Linjat 21, 31, 32, 35

Junayhteys



Rautatieasemalta 3,5km

Pysäköinti



Kampukselta löytyy yli 1300
ilmaista parkkipaikkaa.

Pyörät- Lainausta & Parkit



Pyöräparkit pääoven läheisyydessä.
Aulapalvelusta voi vuokrata kampus-
pyöriä käyttöönsä.

24/7 Kampus

Kampus avoinna ma-pe 6.30-21.00
Muina aikoina kulku
omalla kulkukortilla



Henkilökohtainen kulku-
kortti on noudettavissa
pääaulasta

Aulapalvelut



Palvelee kampusen
pääaulassa kampusen
aukioloaikoina

Henkilöstötilat

Henkilöstötiloihin kuuluvat henkilöstölle suunnatut työskentely- sekä taukotilat. Niitä on yhteensä 13, tilat ovat jaettu seitsemään erilaiseen tilatyypin käyttötarkoituksen mukaan.

Tilatyypit:

Tehotyöskentelytilat ovat monitilatoimistoja

Wellness & Break taukotilat ovat henkilöstön taukotiloja

Sosiaalisen yksinolon yhteisölliset tilat ovat hiljaisia työtiloja.

Näyteikkuna osaamiseen ja Lahtelaisuuteen vyöhykeistetty monitilatoimisto

Design For All on vyöhykeistetty monitilatoimisto.

Kotitoimisto on kodinomainen työympäristö.

Jokaiselle jotakin on suuri monitilatoimisto.

Tilat on jaettu hiljaiseen, puolihiljaiseen sekä aktiiviseen työskentelyyn.



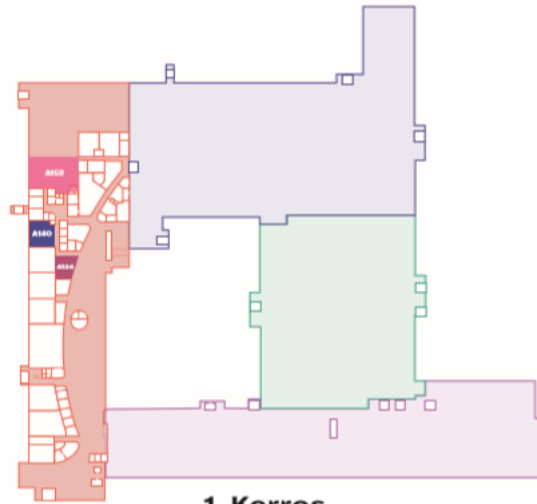
Hiljainen tila on tarkoitettu täysin hiljaiseen työskentelyyn.



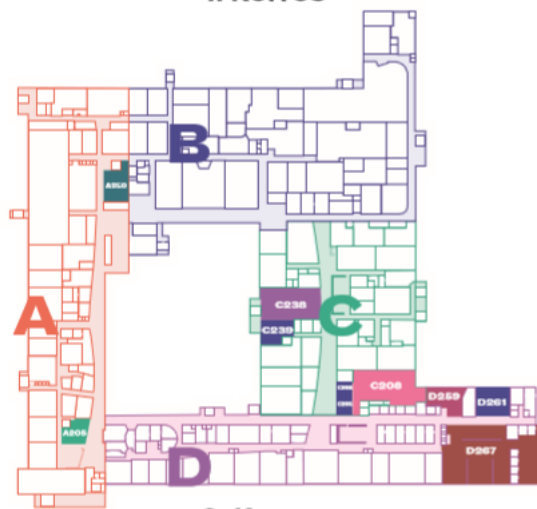
Puolihiljainen tila on tarkoitettu hiljaiseen työskentelyyn, jossa saa kuitenkin vastata puhelimeen ja keskustella kollegan kanssa.



Aktiiviset työskentelytilat ovat niin pistäytymisiin kuin kohtaamisiinkin. Aktiivisissa työtiloissa saa puhua?

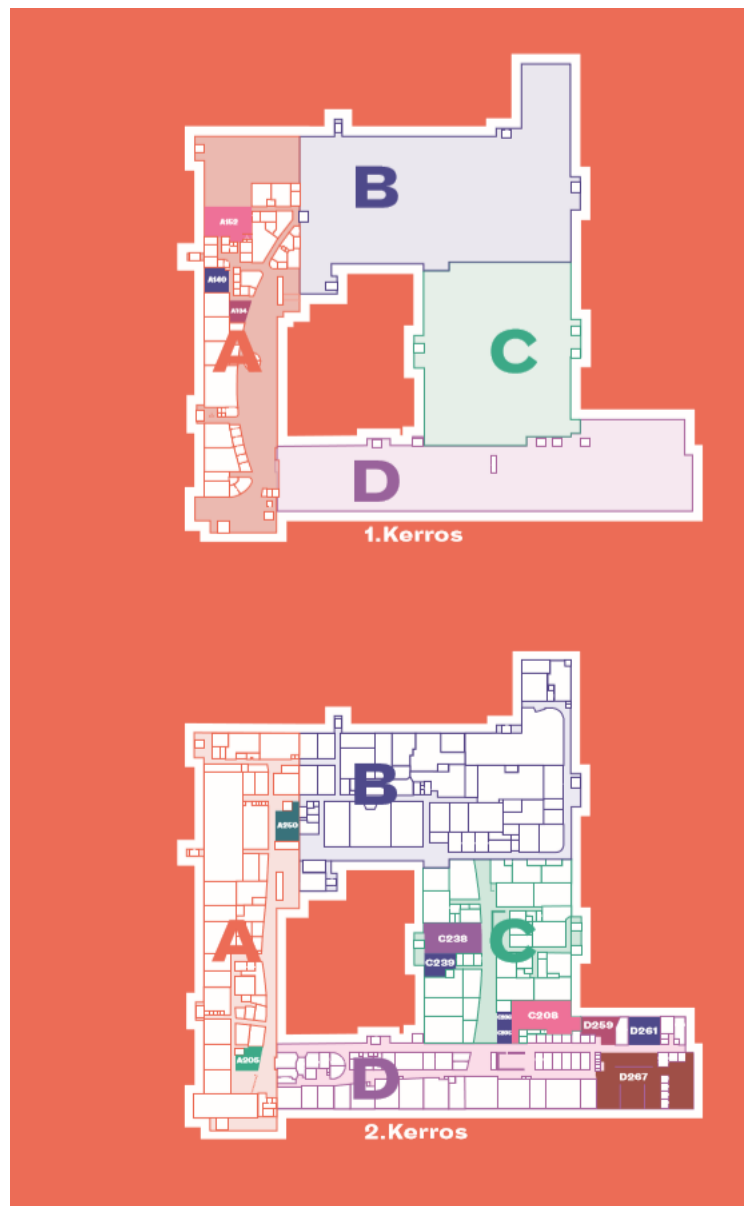


1. Kerros



2. Kerros

Versio 1:



Sosiaalisen yksinolon yhteisölliset tilat

Tilat sopivat hiljaiseen työskentelyyn.

A140 82m²
Opiskelijoille ja henkilöstölle
Puhelinkoppi
12 työskentelypistettä

C205 42m²
8 työskentelypistettä

C206 22,5m²
4 työskentelypistettä

C239 86m²
12 työskentelypistettä

D261 128m²
24 työskentelypistettä

Näyteikkuna osaamiseen ja Lahtelaisuuteen

Tila soveltuu aktiiviseen työskentelyyn ja pistäytymiseen.

A205 73m²
Puhelinkoppi
6 työpistettä

Jokaiselle jotakin

Suuri vyöhyketoimisto sopii kohtaamisille, pistäytymiselle sekä hiljaiseen työskentelyyn.

60 työpistettä
6 yksittäistä työhuonetta
10 m² lepotila
4 kpl puhelinkoppeja
Kokoustila tykiilla
Kohtaamispaistettä
Kopiointi & tulostus
3 WC:tä

D267 644m²

Tehotyöskentelytilat

Tilat sopivat semi-aktiiviseen työskentelyyn.

A152 217m²
30 työskentelypistettä
2 kpl puhelinkoppeja
Hiljentymistila

C208 305,5m²
2 kpl puhelinkoppeja
40 työskentelypistettä

Wellness & Break

Ensimmäisen kerroksen Wellness ja Break tila sopii rauhalliseen taukoiluun. Toisen kerroksen tila sopii puolestaan menevämpään menoon.

A134 60m²
Keittiöpiste

D259 111m²
Kuntolaitteita
Keittiöpiste liedellä

Kotitoimisto

Kodinomainen työympäristö soveltuu niin aktiiviseen kuin hiljaiseenkin työskentelyyn.

C238 236,5m²
28 työskentelypistettä
11 m² Lepotila
Puhelinkoppi

Design For All

Tila soveltuu aktiiviseen taukoiluun.

A250 102m²
8 työskentelypistettä
Puhelinkoppi
4kpl keinutuoleja
Keittiöpiste
Tussitaulupöytä
Kopiointi & tulostus

Versio 2:

Tehotyöskentely-tilat

Tilat sopivat semi-aktiiviseen työskentelyyn. 

A152
217m²

30 työskentelypistettä
2 kpl puhelin koppeja
Hiljentymistila

A134
60m²

Keittiöpiste

C208
305,5m²

2 kpl puhelin koppeja
40 työskentelypistettä

D259
111m²

Kuntoilulaitteita
Keittiöpiste liedellä

Wellness & Break

Ensimmäisen kerroksen Wellness ja Break tila sopii rauhalliseen taukoiluun. Toisen kerroksen tila sopii puolestaan menevämpään menoon.

Kotitoimisto

Kodinomainen työympäristö soveltuu niin aktiiviseen kuin hiljaiseenkin työskentelyyn. 

C238
236,5m²

28 työskentelypistettä
11 m² Lepotila
Puhelin koppi

A250
102m²

8 työskentelypistettä
Puhelin koppi
4kpl keinutuoleja
Keittiöpiste
Tussitaulupöytä
Kopionti & tulostus

Design For All

Tila soveltuu aktiiviseen taukoiluun.



1. Kerros

Sosiaalisen yksinolon yhteisölliset tilat

Tilat sopivat hiljaiseen työskentelyyn.

A140 82m²
Opiskelijoille ja henkilöstölle
Puhelinkoppi
12 työskentelypistettä

C205 42m²
8 työskentelypistettä

C206 22,5m²
4 työskentelypistettä

C239 86m²
12 työskentelypistettä

D261 128m²
24 työskentelypistettä

Näyteikkuna osaamiseen ja Lahtelaisuuteen

Tila soveltuu aktiiviseen työskentelyyn ja pistäytymiseen.

A205 73m²
Puhelinkoppi
6 työpistettä

Jokaiselle jotakin

Suuri vyöhyketoimisto sopii kohtaamisille, pistäytymiselle sekä hiljaiseen työskentelyyn.

D267
644m²

60 työpistettä
6 yksittäistä työhuonetta
10 m² lepotila
4 kpl puhelinkoppeja
Kokoustila tykiitä
Kohtaamispaistettä
Kopiointi & tulostus
3 WC:tä



LIITE 3. Kampusoppaan käyttäjäkysely ja vastaukset

Opiskelija	LAMKin henkilöstö	Muu
5	4	0

Millaista tietoa kuvittelisit löytäväsi kampusoppaasta? Mitä käyttäjä ajattelee löytävänsä ennen kuin lukee oppaan?

Toiminnoista	Palveluista	Tiloista	Muu
Saapuminen & pysäköinti	Mistä saan aamukahvin?	<i>"Kartta olisi hyvä, jos etsii jotain spesifiä"</i> (esim. työskentely pisteet)	Pitää olla pohjapiirustus/ kartta
Onko tila vapaana? /Mistäs sen voi varata?	Tietysti haluan löytää kirjaston	<i>Missä mun pitäis olla?</i>	Pohjakartta
	Yleisesti mitä palveluja	Sijainti (mm. siipi, kerros, mikä tila, suuntaa antava; <i>missä päin kampusta?</i>)	Kartta/ hakemisto, mistä löytyy mitä tilaa/kohtaa olet etsimässä
	Varustelutaso	Monelle hengelle?	
	Aukiolot		

Ensivaikutelma/ Yleisfiilis

+ Tykkää kampuksella liikkuminen kohdasta (bussiaikatauluista, kampusen aukioloista, kulkulätkä)

+ Tilatyypit selitetty hyvin symbolien kautta (symbolit plussaa)

- Tilatyypit hämmentävästi sivun keskellä, ei erota luetteloksi tai nimiä vaikka ne on boldattu
- Hakemisto olisi hyödyllinen (esim. aakkosjärjestyksessä oppaan alussa tai lopussa)
- Uusi kampus. Uusi LAMK. → Ekaan painokseen? Ei toimi seuraavana vuonna.
- Kampuslogo näyttää vanhalta telian logolta
- Kulkukortti ja tägi?

Ulkoasu:

Kategorioiden värit ja pohjavärit sekoittaa lukijaa → koska siipien väreissä samoja värejä kuin teemoissa.

Tilatyypien boxien väritausta olivat toimivia versiossa 1.

”Värikoodaus toimii”

Kartta voisi olla isommalla

”Pohjakuva Niemessä ihan älyttömän kätevät, näkee nopeasti mihin mennä.”

Dia blod fontti on hyvä! ”kaunis”

Pinkki väri huono.

”LAMKmainen”

Hetki menee hahmottaa, koska kartat ja laatikot samoilla väreillä → hämäävä

Tilatyypit- kohta on sekava (esim. pallerot selkeyttäisi)

Kiva ilme

Selkeä vasen sivua (infograafit), liikaa tekstiä oikealla (henkilöstötilojen aloitussivu)

Tilatyypit voisi olla kuvallisesti esitetty → tuo enemmän infoa

Mielummin kuvia → sähköisessä ehkä neliömäärät etc.

Ykkösversio on toimiva. Boksit ja fontit.

Kartat hyviä!

Taittosivut mahdollisuus? Kahtena sivuna aukeamaan

Sähköinen vai printattu versio?

Molemmat

S: voi katsoa tabletilta, ei välttämättä puhelimen ruudulta, kevyempi versio, rakennettu laitteistoa tukevaksi, suosisi itse sähköistä

P: helposti saatavilla, materiaali kestää

P: mielummin printattu

"Näppärä koko, pienempään voi olla vaikea ympätä kaikkea."

Molempi parempi! Jos on paikan päällä printattu olisi helpompi

S: mielummin voi tarkistaa aikaisemmin, mihin on menossa

Sähköinen mielummin! Kulkee mukana

"Yritysvieraita palvelisi pienempi versio" → jos olisi taitettava ei tarvitsi käyttää niittejä → helpompi kierrättää

"Kartta mielummin paperinen" Esim. lehtiö. Netissä oppaan sisältö ja tarkemmat tiedot.

Mielummin mobiili, koska palvelut voivat muuttua, helpompi muokattavuus. (Tai sitten merkintä "varmistaa aukiolo netistä")

Riippuu sähköisen version toteutustavasta. Appi mielummin kuin pdf.

Toimisi yhdistettynä LAMKin appiin.

Sähköinen versio olisi parempi. Jos opas on printattu versio, tulisi sen olla pienempi. Esim. taiteltuversio.

Piktogrammien ymmärrettävyys

Tilatyypit parhaat, assosioituu heti, parempi kontrasti 2. ja 3 välillä

Ei toimi taustalla (selkeä kuva)

Hyvin kuvaavat. Yksinkertainen on kaunista

Otsikot mielummin boldattuna

"Tää oli ihan hyvä"

Piktogrammit jees! (tosi selkee, kiva väri)

Tilatyypit logo mielummin sivussa eikä taustalla.

Logot olivat selkeät ja helposti ymmärrettävät.

Mielummin sädeäännet aktiivisen tilan logoon

Piktogrammit (infograafit) voisivat olla ehkä rajattuna

Piktogrammit hauskoja ja toimivia.

Käsitteiden ymmärrettävyys

Enkku ja suomi sekasin

"Tuleeko englannin kielinen?" → mielummin 2 eri versiota "niinhän ravintoloissakin on"

Wellness & Break, Desing for all? → yksi kieli!

"82m2 puhelinkoppi"

Hyvin selitettynä ei lisättävää

"Sosiaalisen yksinolon yhteisölliset tilat" sosiaalinen ja yksin? → mikä tää on → en ainakaa mee sinne! → Liian pitkä otsikko boxin sisällä.

Näyttää sekavalta

"kokoustila TYKILLÄ"

Tehotyöskentelytiloihin parempi selitys? "osittain määriteltyihin tehtäviin"

Lahtelaisuuteen → L pienellä

Näyteikkuna- sana hämäsi

Minkä kokoinen oppaan tulisi olla?

Maximi koko → isompaa ei haluta/pystytä kantaa

Ei ainakaan isompi (tämä tai puolet tästä) → luettavuus ei saa kärsiä

"Tää on aika jees"

"Ei ainakaan pienempi → kartat menee liian pieniksi!"

Koko on hyvä. Pienempänä karttojen luettavuus kärsii

Mahtuu reppuun.

Vois olla pienempikin, että voi työntää takataskuun

Parannusehdotuksia/ Vapaa sana?

+ Hyvät avaukset laatikoissa

- Pinkissä (wellness & break) → symbolit hukkuu tekstiin

+ Uloskäynnit & hätä uloskäynnit karttoihin

- Mikä wifi?

- Pysäköinti (missä opiskelijat/ missä henkilöstö?)

- KampuksELLE liikkuminen

-Aukioloajat selkeästi esitettynä.

Voisi lukea ja kannustaa ihmisiä rohkeasti kokeilemaan kaikkia tiloja ja painottaa vapaata liikkumista kampuksella. Ei rajoiteta alueita tietyille aloille.

”Mahdollistetaan oman aikataulun mukainen työskentely”

Aika paljon neliöitä, ”onko huoneiden neliömäärät tärkeää infoa”

Esitteessä voisi olla erikseen neliömäärät

Mikä versio on mieluisin?

1	2	Ei kumpikaan
xxx	xxx selkeempi kuin 1.	1. & 2. kombinaatio

Tilat ryhmiteltynä kerroksittain pohjakuvassa. Helppo löytää ylhäältä tiedot kakkosversiossa.

Oppaan sisältö:

Teemat on hyvät ja selkeät, ei näytä siltä että mitään puuttuu.

Sisältö on kattava

Opiskelijapalvelujen alle kv palvelut jne.

Kv palveluiden tilalle opiskelijapalvelut. Kv ei omaa pistettä

Opintotukineuvonta & Hakupalvelut PUUTTUVAT

Sports kun ratkeaa miten tulee näkyviin.

Mitä tietoja puuttuu?

Infopisteet (isompi kartta mistä näkee huonenumerot)

Mistä bussit tulee? (Esim. Pääseekö suoraan hollolasta?)

Hakemisto/sisällysluettelo

Missä kampus sijaitsee?

LIITE 4. Käyttäjätestauksen yhteenveto

- Henkilöstötilat sivulla tilatyypit kohdassa teksti epäselvää. Kaivattiin selkeyttäviä asioita kuten pisteitä lauseiden alkuun.
- Labelit hämääviä taustalla. Voisi laittaa boksien viereen.
- Infograafeista tykättiin yleisesti.
- Taittosivu mahdollisuus pohjakartoille.
- Kontrasti selkeämmäksi puolihiljaisen ja aktiivisen tilan välillä.
- Yleisesti toivottiin sähköistä tai molempia versioita käytettäväksi.
- Lamk appiin yhdistämistä kaivattiin.
- Sähköisessä versioissa toimivuus tärkeää.
- Printtavassa puolestaan saatavuus.
- Englanti ja suomi sekaisin voiko asialle tehdä jotain?
- Tilatyypien nimet hämmentäviä.
- Oppaan koko hyvä. Voi olla pienempi jos luettavuus ei kärsi. Plussaa olisi jos pystyisi kantamaan mukana.
- Kampusopas infotalulla.
- Kieliasun tarkistus, kannustetaan ihmisiä kokeilemaan eri tiloja.
- Ensimmäinen ja toinen versio saivat yhtä paljon kannatusta. Toivottiin myös näiden kombinaatiota.

LIITE 5. Sähköpostikyselyn lähettäminen yhteyshenkilöille

Hei, Teemme tulevalle LAMKin M19 kampukselle Kampusopasta, jonka tarkoituksena on palvella kampuksen kaikkia käyttäjäryhmiä henkilöstöstä opiskelijoihin sekä yhteistyökumppaneihin. Oppaaseen tulee kaikki info tiivistetysti kampukselle pääsystä ja alueella kulkemisesta, arkisiin rutiineihin sekä muihin tarpeisiin. Oppaan on tarkoitus valmistua alkuvuodesta 2018, jolloin se on valmiina helpottamaan muuttoa uudelle kampukselle.

Tarvitsemme kirjastopalveluita koskevan lyhyen esittelyn. Miten kirjastopalvelut sekä muut opetusta tukevat palvelut tulevat näkymään uudella kampuksella?

Olemme keräämässä alustavia tietoja palveluista, mikäli palvelut ovat vielä suunnitteluasteella, voidaan tietoja päivittää vielä myöhemminkin.

Painottaen kuitenkin, että tämän oppaan tulisi valmistua alkuvuodesta, jolloin se saadaan jakoon mahdollisimman pian.

Ystävällisin terveisin,

Sami Partanen

Harjoittelija

Lahden Ammattikorkeakoulu

M19 Kampuskehitys

LIITE 6. Sisällöntuotannon haastattelukysymykset

It-palvelut

1. Mitä suunnitelmia uuden kampuksen it palveluille on tehty?
2. Onko tiedossa mitkä verkkoyhteydet tulevat toimimaan kampuksella?
3. Miten tulostuspistettä uudelle kampukselle on tulossa?
4. Onko toiveita oppaassa mainittavista asioista.
5. It-palveluista voisi laittaa linkitykset yleisiin It-ohjeisiin, onko esimerkiksi tämä linkki sellainen jonka voisi laittaa oppaaseen?

Kirjastopalvelut

1. Mitä suunnitelmia kirjastopalveluista uudelle kampukselle on tehty?
2. Kuuluuko toimenkuvaanne muutakin kuin kirjastopalveluita?
3. Mitä kaikkea kirjastosta voi lainata?
4. Tuleeko uudella kampuksella olemaan saman kaltaisia lainausautomaatteja mitä Niemessä on?
5. Tuleeko palvelunne poikkeamaan nykyisestä palvelustanne uudella kampuksella?
6. Mitä toiveita teillä olisi oppaassa mainittavista asioista?

Limu ja kampusradio

1. Mitä suunnitelmia teillä on limu ja kampusradiolle uudella kampuksella?
2. Tulevatko palvelut muuttumaan nykyisistä palveluista uudella kampuksella?
3. Mitä kuulutuksia kampusradiosta pystytään välittämään turvallisuuskuulutusten lisäksi?
4. Miten pääsen Limuradion toimintaan mukaan?

5. Miten limuradio kuuluu kampuksella ja eri kanavissa?
6. Onko toiveita oppaassa mainittavista asioista?

Liikuntapalvelut

1. Mitä suunnitelmia liikuntapalveluista uudella kampuksella on tehty?
2. Mitä liikuntamahdollisuuksia kampuksella/kampuksen läheisyydessä on?
3. Mikä LAMK Sports on? Miten siihen voi liittyä?
4. Mitä Lamk Sport jäsenyys maksaa ja mitä sillä saa?
5. Haluaisin järjestää liikunta-aktiviteettia/liikuntatapahtuman. Onnistuisiko LS:n avulla?
6. Onko toiveita mitä oppaassa voisi mainita Lamk Sportista ja liikuntapalveluista?

Opiskelijapalvelut

1. Mitä kaikkia opiskelijapalveluita Lamkissa on? Opiskelun ja oppimisen tukipalvelut
2. Mitä suunnitelmia opiskelijapalveluista kuten opintotoimistosta, hakupalveluista, kv-palveluista sekä opintotukineuvonnasta on tehty uudella kampuksella
3. Mistä mihin palvelut ovat auki?
4. Mistä löydän netistä korkeakoulupalvelut?
5. Tulevatko palvelut muuttumaan nykyisistä palveluista?

6. Onko toiveita oppaassa mainittavista asioista?

Tilanvaraus/ tilanhallinta

1. Mistä käyttäjä voi varata tiloja? Mitkä ovat Lamkin varausjärjestelmät?
2. Voinko varata työpisteen käyttöni? Ketkä voivat varata tiloja?
3. Mistä näen tilojen/työpisteiden varaustilanteen?
4. Voiko käyttää tilaa, jos se on tyhjänä mutta järjestelmä näyttää, että tila on varattu?
5. Voiko avoimia ryhmätyöskentelyalueita varata?
6. Miten voin peruuttaa varauksen, jos en tarvitsekaan tilaa käyttöni?

LIITE 7. Haastatteluiden pohjalta tehdyt sisällöt oppaaseen

It-Palvelut

1. Käyttäjätunnukset ja salasanat

Henkilökohtaisen AD-verkkotunnuksen eli LAMKin käyttäjätunnuksen saat osoitteesta <http://jumpin.lamk.fi>. Voit tunnistautua pankkitunnuksilla, mobiilivarmenteella tai henkilökortilla.

- Tunnuksen oikeudet eri palveluihin ja käyttöaika määräytyvät kulloisenkin tarpeesi mukaisesti.
- Vastaanottaessasi tunnuksen sitoudut noudattamaan tietoturvasääntöjä (linkki sääntöihin?) sekä huolehtimaan omalta osaltasi yleiseen tietoturvallisuuteen liittyvistä asioista.
- Salasanan muutat tai vaihdat unohtuneen salasanan samasta osoitteesta kuin loit käyttäjätunnuksen <http://jumpin.lamk.fi>.

2. Langaton verkko

LAMK:ssa on käytössä kaksi langatonta verkkoa: LAMK sekä Eduroam.

- LAMK-verkko on tarkoitettu vain LAMKin tietokoneille, jotka on liitetty AD-verkkoon. Verkko ei kysy käyttäjätunnusta eikä salasanaa, koska kirjautuminen tapahtuu sertifikaattien avulla automaattisesti. LAMK-verkosta on laajempi pääsy sisäverkon palveluihin kuin Eduroam-verkosta.
- Eduroam on yleisesti korkeakouluissa käytössä oleva langaton verkko, joka on tarkoitettu opiskelijoille, vierailijoille sekä henkilökunnan puhelimille ja BYOD-laitteille. Eduroam-verkkoon kirjaututaan LAMKin sähköpostiosoitteella ja salasanalla.

Osoitteesta:

<https://lamkfi.sharepoint.com/sites/intranet/Pages/langaton-wlan-verkko.aspx> löydät lisää langattomaan verkkoon liittyviä ohjeita.

Respan pääsivu → Kirjoita hakuruutuun: langaton verkko

3. Tulostaminen

Voit tulostaa kaikilta LAMKin tietokoneilta. Tulostaminen pohjautuu omaan henkilökohtaiseen tulostussaldoosi.

- Opiskelijan tulostussaldo on 3 euroa/lukuvuosi (75 mustavalkoista A4:sta). Tulostussaldoa voit ostaa lisää verkkokaupasta. <https://verkkokauppa.lamk.fi/>
- Kirjaudu tulostimelle omalla RFID-tarralla tai Esmikon kulkutagilla tai omalla LAMKin käyttäjätunnuksella ja salasanalla.
- Tulosteesi poistuvat tulostinjonosta 24 tunnin kuluttua, jos et ole vapauttanut sitä tulostimelle.
- Omalta koneeltasi voit tulostaa laittamalla tulostettavan työn sähköpostin liitteeksi ja lähettämällä viestin osoitteeseen byodprint@lamk.fi (toimii, jos sinulla on LAMK:in sähköpostiosoite)

Osoitteesta

<https://lamkfi.sharepoint.com/sites/intranet/pages/tulostus.aspx>

löydät lisää tulostamiseen liittyviä ohjeita.

Respan pääsivu → Kirjoita hakuruutuun: tulostus.

4. ATK-ohjelmat

Työasemien perusohjelmistojen luettelon löydät osoitteesta:

<https://lamkfi.sharepoint.com/sites/intranet/pages/laitteet-ja-ohjelmat.aspx>.

Respan pääsivu → Kirjoita hakuruutuun: työasemien perusohjelmat

5. BYOD – oman koneen käyttäminen

Käytät opiskelussasi pääasiassa kevyitä ohjelmia: Office -pakettia, selainta ja muita kevyitä ohjelmia. Erityisohjelmia vaativat kurssit pyritään järjestämään ICT-painotteisissa erityistiloissa.

Osoitteesta

[https://lamkfi.sharepoint.com/sites/intranet/Pages/opiskelun-](https://lamkfi.sharepoint.com/sites/intranet/Pages/opiskelun-tyokalut.aspx)

[tyokalut.aspx](https://lamkfi.sharepoint.com/sites/intranet/Pages/opiskelun-tyokalut.aspx) löydät lisää oman koneen käyttämiseen liittyviä ohjeita.

Respan pääsivu → Kirjoita hakuruutuun: byod

6. Office365

Opiskelijoilla ja henkilökunnalla on käytössä Microsoftin ylläpitämä pilvipalvelu Office 365. Pilvipalvelu toimii henkilökunnalla työsuhteen ja opiskelijoilla läsnäolon ajan.

Office-paketin voit ladata koneellesi ilmaiseksi opiskelujesi ajaksi. Palveluun kirjaudut <https://portal.office.com> kautta käyttämällä omaa käyttäjätunnusta ja salasanaa.

Palvelun kautta löydät esimerkiksi Office ohjelmat, sähköpostin, OneDriven, Respan, Yammerin sekä monia muita Microsoftin ohjelmia. Ohjelmien asennustukea omille laitteille emme tarjoa, ohjeet löytyvät Microsoftin sivuilta.

7. Yammer

LAMKin sisäinen sosiaalinen media, joka löytyy O365 vohvelivalikosta.

Yammerissa kaikki lamkilaiset (henkilöstö ja opiskelijat) keskustelevat yhdessä. Tarkoitus on kerätä koko LAMK saman katon alle virtuaalisesti.

Yammerissa ei tarvitse seurata kaikkea eikä olla perillä kaikista käynnissä olevista keskusteluista. Voit tutustua ja päättää itse, mitä ryhmiä haluat seurata.

TalkIT-kanavalla voit keskustella, auttaa ja jakaa IT vinkkejä muille.

8. Servicedesk

LAMK ServiceDesk on keskitetty palvelukanava tietotekniikkaan liittyvissä ongelmatilanteissa.

LAMK ServiceDesk löytyy osoitteesta <http://servicedesk.lamk.fi>, jossa voit luoda palvelupyynnön (tiketti). Palvelupyynnön voit tehdä myös lähettämällä sähköpostia osoitteeseen servicedesk@lamk.fi.

Lisätietoa:

<https://it.lamk.fi/> ja <http://respa.lamk.fi/it>

Kirjasto M19 - korkeakouluopiskelija, et voi olla ilman!

Kansainvälisiä aineistoja, tiedonhankinnan laatua, informaatiolukutaidon kehittämistä, asiantuntijuutta!

Korkeakoulukirjasto M19 palvelee kampuksella ja kellon ympäri verkossa. Meiltä löydät asiantuntijan avuksesi tiedonhankinnan pulmissa sekä kurssikirjat ja käsikirjaston. Verkkopalvelussamme [Masto-Finnassa](#) pääset

lukemaan e-kirjoja ja valtavasti ensiluokkaisia artikkeleita kotimaasta ja ulkomailta.

Kirjastosta saat oppia tiedonhankinnassa ja tiedon arvioinnissa sekä neuvoja korkeakouluopintoihin sopivien lähdeaineistojen löytämiseen ja lähdemerkintöihin.

Tule kirjaston käyttäjäksi ja täytä asiakkaaksi ilmoittautumislomake [verkossa](#).

Kaikki korkeakoulukirjaston palvelut löydät [täältä](#) >

#maailmatuleeluoksesi

#sinäkinoletneropatti

#kirjastonjonnejeesaa

Tervetuloa!

Kirjasto M19 | (sijainti tarkentuu myöhemmin)

www.lamk.fi/korkeakoulukirjasto

www.facebook.com/lahdenkorkeakoulukirjasto

[twitter.com/lamklibrary]twitter.com/lamklibrary

Lamk Shop/Showroom

Lamk Shop (työnimi) on kampuksen ensimmäisessä kerroksessa toimiva kauppa/pop-up toiminta kokonaisuus. Lamk Shopissa on myynnissä laadukkaita Lamkin tuotteita. Voit ostaa tuotteita kampuksella tai verkosta osoitteessa verkkokauppa.lamk.fi

Lamk Shop tarjoaa myös mahdollisuuden Lamkin opiskelijoille saada tuotteitaan nähtäville ja myyntiin pop-up toiminnan avulla. Shopin vieressä sijaitsevat tilat pop-up toimintaan tarkoitetut tilat. Pop-up toiminta on tarkoitettu kaikille opiskelijoille alasta riippumatta. Myytävien tuotteiden on tarkoitus olla lähituotettuja pieneriä.

Mikäli kiinnostuit aiheesta ja haluaisit mukaan pop-up toimintaan ota yhteyttä myymäläpäällikköömme. Tavoitat hänet sähköpostilla osoitteesta

x sähköposti x

tai puhelimitse numerosta

puhelinnumero x

<https://fi-fi.facebook.com/showroommuotsikka/>

Opiskelijaliikuntapalvelut

Lamk Sports

Lahden ammattikorkeakoulun liikuntapalvelut, LAMK Sports, tarjoaa Lahden ammattikorkeakoulun ja Lahden yliopistokampuksen opiskelijoille ja henkilökunnalle monipuoliset, laadukkaat ja edulliset liikuntapalvelut.

- LAMK Sportsin jäsenmaksu sisältää seuraavat palvelut:
- Kuntosalin vapaa käyttö päivittäin
- Ryhmäliikuntatarjonta (ryhmäliikuntajäsenyys)
- Pallovuorot
- Monipuolinen välinelainaus
- Lajikokeiluja, kursseja, koulutuksia (osassa erillinen maksu)

LAMK Sportsin kausittaisen jäsenmaksun maksaminen käy näppärästi netistä LAMK Shopin kautta tai M19 kampukselta. Valittavissasi on joko kuntosalijäsenyys tai kuntosali- ja ryhmäliikuntapalvelut.

Lue lisää Lamk Sportsin palveluista heidän verkkosivuiltaan osoitteesta <http://www.lamk.fi/opiskelijalle/liikunta/Sivut/default.aspx>

Ota yhteyttä tarvittaessa osoitteeseen sports@lamk.fi

Aktiivinen oppimisympäristö

M19 kampusta on pyritty kehittämään aktiiviseksi oppimisympäristöksi. Kampukselta löydät erilaisia liikunnan ja hyvinvoinnin edistämiseen tarkoitettuja aktivointipisteitä. Kyseiset pisteet sisältävät esimerkiksi ravintoneuvontaan, liikuntaan tai taukoiluun liittyviä asioita.

Kampuksen sisäpihalta löydät liikunta-alueen, jossa voit harrastaa eri liikuntamuotoja. Voit halutessasi lainata eri liikuntavälineitä kätevästi sisäpihalla sijaitsevista lokeroista omalla henkilökohtaisella kulkukortillasi.

Kampuksella on toiminnassa myös matalan kynnyksen hyvinvointipalvelu. Kyseessä on opiskeluterveyden huollon ja liikuntapalveluiden yhteinen terveysneuvontapalveluketju. Palvelun avulla pääset aloittamaan terveellisemmän elämäntavan asiantuntijoittemme tuella. **Lisätietoa asiasta sähköpostiosoitteesta ?**

(Taukotilat kohtaan) Ympäri kampusta järjestetään taukoliikunta hetkiä päivittäin. Taukoliikunta muodot vaihtelevat ja pysyt valitsemaan juuri itseäsi kiinnostavat liikuntamuodot.

Aktivointitutor lisätietoa asiasta myöhemmin.

Korkeakoulupalvelut

Löydät Lamkin opintotoimiston ja opiskelijavaihdon palvelun kampuksen ensimmäisestä kerroksessa sijaitsevasta opiskelijapalvelukeskuksesta.

Opintotoimistossa toimivia palveluja ovat neuvonta, rekisteripalvelut, haku- ja valinta-asiat sekä stipendi- ja apuraha-asiat. Löydät lisätietoja palveluista [nettisivuiltamme](#)

Opiskelijavaihdon koordinaattorimme ovat käytössäsi, mikäli kaipaat apua opiskelijavaihtoon liittyvissä asioissa. Varaa aika tapaamiselle osoitteessa x tai sähköpostilla. Opiskelijavaihdon vastaanoton löydät opiskelijapalvelukeskuksesta. Yhteystiedot ja ohjeistukset vaihtoon lähtemiselle löydät [nettisivuiltamme](#).

Opintojen ohjaus ja tutorointi

Opiskeluun liittyviin kysymyksiin ja opintojen suunnittelun tueksi on tarjolla monenlaista ohjaus- ja neuvontapalvelua. Opintojen ohjauksen keskeisiä toimijoita ovat opettaja- ja opiskelijatutorit, opintoneuvojat sekä opintokoordinaattorit. Ensisijaista ohjausta opiskelijalle antaa oma opettajatutor. Opettajatutor ohjaa ja tukee opiskelijaa arvioimaan omaa osaamistaan ja kehittämään omia vahvuuksiaan suhteessa toimintaympäristönsä mahdollisuuksiin.

Opiskelijatutorointi on Lamkon järjestämää vertaisohjausta, jossa vanhempien vuosikurssien opiskelijat jakavat kokemuksiaan, osaamistaan ja tietoaan uusille opiskelijoille. Lue lisää eri ohjauksista osoitteissa

<https://lamkfi.sharepoint.com/sites/intranet/pages/opintojen-ohjaus-ja-tutorointi.aspx>

<http://www.lamko.fi/fi/tutorointi/vertaistutorointi>

Tilanhallinta

M19 kampuksella pystyt varaamaan erilaisia tiloja tarpeesi mukaan. Varausjärjestelmänä henkilökunnalle ja opiskelijoille kampuksella toimii Peppi järjestelmä. Pepistä pystyt varaamaan kaikkia kampuksen tiloja käyttöösi. Osa tiloista on vapaasti varattavissa ja osa vaatii sisäänkirjautumisen järjestelmään omilla ad-tunnuksilla. Peppi-varausjärjestelmän löydät osoitteesta

<https://haka.lpt.fi/idp/profile/SAML2/Redirect/SSO;jsessionid=89E6BD7B9386E3C5477C4E7577D9E60A?execution=e1s1>

Kampukselta löydät tilojen edestä olevia ovinäyttöjä. Näistä näytöistä pystyt varaamaan ja näkemään sen hetkisen varaustilanteen. Tiloja pystyt myös varaamaan myös Lamkapp sovelluksesta. Tilojen varaustilanteen näet osoitteesta tilat.lamk.fi.

Kampuksella tilojen vapauttaminen käytöstä on tehty helpoksi. Pystyt perumaan varauksesi järjestelmästä, josta olet varauksen tehnytkin. Tilat myös vapautuvat käyttöön automaattisesti, mikäli niitä ei käytetä tiettyyn aikaan mennessä.

Yrityksille tai talon ulkopuolisille henkilöille kampus tarjoaa mahdollisuuden varata työ ja kokoustiloja käyttöönsä. Varaaminen tapahtuu näissä tapauksissa Studymeet järjestelmän kautta. Tutustu Studymeet järjestelmään osoitteessa <https://www.studymeet.lamk.fi/>