



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

# Tuotekortiston kehittäminen Case: Innokem Oy

Nea Aschan

2018 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

**Tuotekortiston kehittäminen**  
**Case: Innokem Oy**

Nea Aschan  
Matkailu- ja palveluliiketoiminta  
Opinnäytetyö  
Toukokuu, 2018

Nea Aschan

**Tuotekortiston kehittäminen Case: Innokem Oy**

Vuosi 2018 Sivumäärä 34

---

Opinnäytetyö oli toiminnallinen kehittämisprojekti, jossa kehitettiin palvelumuotoilua hyödyntäen Innokem Oy:lle tuotekortisto pesuaineista. Tavoitteena oli prosessin aikana kartoittaa tarve tuotekortistolle ja kehittää valmis Innokem-tuotekortisto. Tuotekortiston tarkoituksena oli palvella Innokem Oy:n työntekijöitä perehdytysoppaana ja palvelutuotteena myynninedistämiseksi sekä yrityksen asiakas sai apua elintarvikehygienian toteutuksessa, omavalvontasuunnitelman laatimisessa ja sijaisten koulutuksessa.

Opinnäytetyön teoreettinen tietoperusta koostui elintarvikehygieniasta, omavalvonnasta, HACCP-järjestelmästä, tuotekortistosta ja puhtaanapidosta, jossa oli alalukuna astiahuolto. Tutkimusmenetelminä käytettiin haastattelua ja havainnointia, joiden tulosten analysointiin käytettiin asiakasprofiilia, mindmapia ja palvelupolkua. Tutkimus tehtiin palvelumuotoilun keinoja hyödyntäen.

Tuloksena valmistunut Innokem-tuotekortisto oli tavoitteiden, tarpeiden ja odotusten mukainen. Prosessin aikana syntyi idea myös pesuaineiden etikettien värikoodauksesta, joka otettiin yrityksessä käyttöön. Tuotekortisto tukee kyseistä värikoodausjärjestelmää. Valmiiseen Innokem-tuotekortistoon oltiin tyytyväisiä niin yrityksessä kuin yrityksen asiakkaidenkin luona.

Nea Aschan

Developing Product Cards: Case Innokem Oy

Year	2018	Pages	34
------	------	-------	----

---

This thesis was a functional development project. The objective of the project was to develop product cards on detergents for Innokem Oy by using service design. The purpose was to survey the need for product cards and to develop a ready Innokem product card. The product cards were to serve Innokem employees as an orientation guide and a service product for sales promotion. The company's customers also receive help on achieving food hygiene, drawing up a self-supervision plan and while educating substitute staff.

The theoretical framework of this thesis covers food hygiene, self-supervision, the HACCP system, product cards and sanitation with a subsection on doing dishes. Interview and observation were selected as research methods. The results were analysed by Customer Profile, Mindmap and Service Path. The research was conducted by using Service Design.

The completed Innokem product card meets the set objective, the need and the expectation. The idea of colour coding being added to the label of the detergent was established in the thesis and the company took it into use. The company and its customers were satisfied with the developed Innokem product card.

Keywords: Food Hygiene, Product Cards, Sanitation, Self-supervision

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Toimeksiantaja: Innokem Oy .....	7
3	Teoreettinen tietoperusta .....	8
3.1	Elintarvikehygienia .....	8
3.2	Omavalvonta .....	8
3.3	HACCP-järjestelmä .....	9
3.4	Puhtaanapito.....	11
3.4.1	Astioiden puhdistus eli astiahuolto .....	12
3.5	Tuotekortisto .....	12
4	Tuotekortiston kehittämisprosessi .....	14
4.1	Palvelumuotoilu .....	14
4.2	Määrittelyvaihe .....	15
4.3	Tutkimusvaihe .....	15
4.3.1	Haastattelu .....	16
4.3.2	Havainnointi.....	17
4.3.3	Asiakasprofiili .....	18
4.4	Suunnitteluvaihe .....	19
4.4.1	Ideointi.....	20
4.4.2	Konseptointi.....	22
4.4.3	Prototypointi ja prototyypit.....	23
4.5	Tuotantovaihe .....	25
4.6	Arviointivaihe .....	27
5	Johtopäätökset .....	28
	Lähteet .....	29
	Kuvat .....	31
	Liitteet.....	33

## 1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö oli toiminnallinen kehittämisprojekti, jossa kehitettiin palvelumuotoilua hyödyntäen Innokem Oy:lle tuotekortisto pesuaineista. Tuotekortti on tarkka kuvaus tuotteesta. Yleensä pesuaineen tuotekortissa on tiedot: ominaisuudet, käyttö, sisältö, muut tiedot, varoitukset. Nämä löytyvät usein A4 kokoisena pdf-muodossa pesuainevalmistajan internetsivuilta. Tämän opinnäytetyön projektin tarkoitus oli teettää yksinkertaisemmat versiot tuotekorteista ja koostaa niistä tuotekortisto, jossa ilmenee: tuote, käyttökohde, laimennussuhde ja varoitukset. Sen uskottiin tuovan lisäarvoa Innokem Oy:n tuottamalle palvelulle. Opinnäytetyön tekijä työskentelee kyseisessä yrityksessä. Idea kehityshankkeelle oli lähtenyt Innokem Oy:n asiakalta ja työntekijöiltä.

Tavoitteena oli kehittää valmis Innokem-tuotekortisto. Innokem-tuotekortistosta on apua pesuaineiden käyttöön ravintolassa. Lisäksi se antaa vinkkejä ja muistuttaa, mitä tuotetta käytetään mihinkin, minkä verran ja kuinka usein sekä mitä suojaustoimenpiteitä tarvitaan. Pesuaineen oikeaoppinen käyttö auttaa myös pienentämään sen hiilijalanjälkeä, koska usein niitä käytetään liikaa ja jopa vääriin kohteisiin. Tarkoituksena oli saada tuotekortisto näkyvälle paikalle, jotta siitä oli helppo katsoa jokaisen tuotteen tarkemmat tiedot. Innokem-tuotekortiston tarkoituksena oli myös auttaa ravintolaa omavalvontasuunnitelman laatimisessa puhtaanapidon osalta sekä ylläpitää yrityksen työntekijän tuotetuntemusta. Tuotekortiston kehitys oli rajattu keskittymään HoReCa-sektorin pesuaineisiin, tarkemmin asitahuoltoon ja puhtaanapitoon. Tuotekortiston oli tarkoitus olla muokattavissa eli räätälöitävissä aina tietyn asiakkaan tarpeiden mukaan.

Opinnäytetyön teoreettinen tietoperusta koostuu elintarvikehygieniasta, omavalvonnasta, HACCP-järjestelmästä, puhtaanapidosta, jossa alalukuna astiahuolto sekä tuotekortistosta. Prosessin edetessä kuvataan tarkemmin laadullista tutkimusta sekä palvelumuotoilua. Tutkimusmenetelminä käytettiin haastattelua ja havainnointia.

Tässä raportissa kerrotaan ensin kehityshankkeen toimeksiantajasta eli Innokem Oy:stä. Sen jälkeen perehdytään tietoperustaan luvussa kolme. Luvussa neljä kuvataan koko kehittämisprosessi palvelumuotoilun keinoin, jolloin tutkimusmenetelmät tuodaan esiin. Lopuksi luvussa viisi on johtopäätökset.

## 2 Toimeksiantaja: Innokem Oy

Innokem Oy (kuva 1) on täysin kotimainen pesuainevalmistaja, joka valmistaa ja suunnittelee tuotteensa itse. Yritys on perustettu vuonna 2015 Kuopiossa, jossa sijaitsee yrityksen tuotanto, hallinto sekä logistinen keskus. Yrityksen vahvuus on myös kotimaisuudessa, omassa tuotekehityksessä ja valmistuksessa sekä toimivassa ja koko Suomen kattavassa myyntiorganisaatiossa. Asiakaskunta koostuu ammatissaan pesuaineita käyttävistä henkilöistä ja yrityksistä. Innokem Oy tarjoaa asiakkailleen korkeatasoista tehokkuutta ja hygieniaa sekä pitkän asiantuntemuksen alalta. Oman tuotannon lisäksi Innokem Oy tuo maahan tarkoin valittuja ammattituotteita. Tuotevalikoimaan kuuluvat ajoneuvojen ja HoReCa-sektorin pesuaineet sekä alan tarvikkeet. (Innokem Oy 2018.)



Kuva 1 Innokem Oy ([www.innokem.fi](http://www.innokem.fi))

Innokem Oy kehittää aktiivisesti pesuaineidensa turvallisuutta huomioiden erityisesti elintarviketeollisuuden ja suurkeittiöiden vaatimukset. Innokem Oy käyttää omaa HACCP-merkkiään (kuva 2) niissä pesuaineissa, jotka ovat koostumuksellisesti turvallisia käyttää elintarvikealalla ja joiden käyttöohjeet sisältävät tarvittavat annosteluohjeet ja käyttöalueet yms. elintarviketurvallisuuden takaamiseksi. Kyseisestä merkistä asiakas tunnistaa niiden sopivan HACCP-järjestelmäänsä. (Innokem Oy 2018.)



Kuva 2 HACCP ja INNO Uusiutuvista -merkki ([www.innokem.fi](http://www.innokem.fi))

Innokem Oy ottaa ilmastonmuutoksen huomioon liiketoiminnassaan ja kehittää aktiivisesti pesuaineitaan entistä vähemmän ympäristöä kuormittavaksi uusiutuvia luonnonvaroja hyödyntäen. Tällä tavoin voidaan pienentää pesuaineen ja sen käytön aiheuttamaa hiilijalanjälkeä merkittävästi. Innokem Oy ei käytä tuotteissaan ns. nanoyhdisteitä, koska tutkimustietoa niiden turvallisuudesta käyttäjälle on vielä rajallisesti. Kaikki Innokem Oy:n valmistamat pesuaineet ovat myös fosfaatittomia. Näin Innokem Oy vähentää osaltaan vesistöjen rehevöitymistä ja säästää arvokkaan ja uusiutumattoman fosfaatin sen oikeaan käyttökohteeseen eli lannoitukseen. Innokem Oy:n tuotteet, jotka ovat valmistettu uusiutuvista raaka-aineista ja auttavat vähentämään hiilidioksidipäästöjä tunnistaa kuvan 2 mukaisesta merkistä. (Innokem Oy 2018.)

### 3 Teoreettinen tietoperusta

Luvussa kolme kerrotaan tämän opinnäytetyön teoreettisesta tietoperustasta. Ensin kerrotaan hieman elintarvikehygieniasta, jonka jälkeen syvennyttään omavalvontaan ja HACCP-järjestelmään. Sitten kerrotaan puhtaanapidosta, jossa on alalukuna astiahuolto. Viimeisenä käydään läpi tuotekortisto, johon on sisällytetty tietoa kemikaalien luokituksesta, varoitusmerkeistä sekä pH-käsitteestä. Toiminnallinen opinnäytetyö on sisältänyt laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta. Kvalitatiivinen tutkimus ei ole vain yhdenlainen hanke, vaan joukko mitä moninai- simpia tutkimuksia (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 162). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tavoitteena ymmärtää tutkimuskohdetta. Usein tutkimus alkaa siitä, että tutkija yrittää kartoittaa kentän, jossa hän toimii. Kvalitatiivinen tutkimus voi perustua pieneenkin tapaus- määrään. (Hirsjärvi ym. 2013, 181.)

#### 3.1 Elintarvikehygienia

Maailman terveysjärjestön määritelmän mukaan elintarvikehygienialla tarkoitetaan kaikkia niitä välittömiä toimenpiteitä, joiden avulla voidaan varmistaa elintarvikkeiden turvallisuus, terveellisyys ja puhtaus alkutuotannosta kulutukseen, eli pelloilta pöytään asti. Euroopan par- lamentti ja neuvosto korostavat yleisessä elintarvikehygienia-asetuksessaan (EY/852/2004), että elintarvikehygienialla tarkoitetaan kaikkia niitä toimenpiteitä ja edellytyksiä, jotka ovat tarpeen elintarvikkeisiin liittyvien vaarojen hallitsemiseksi ja sen varmistamiseksi, että elin- tarvikkeet sopivat ihmisravinnoksi. (Evara 2018.)

Elintarvikehygienian tärkeimpänä tavoitteena on suojata kuluttajaa ihmisravinnoksi soveltu- mattomien elintarvikkeiden aiheuttamilta sekä terveydellisiltä että taloudellisilta riskeiltä. Elintarvikehygienialla pyritään myös estämään elintarvikkeiden ennen aikaista pilaantumista ja siitä syntyvää hävikkiä, sekä valmistajalle että kuluttajalle aiheutuvia taloudellisia tappioita. Elintarvikehygieniaosaaminen on tärkeää, koska esimerkiksi suurin osa ruokamyrkytyksistä johtuu nimenomaan hygieenisten työskentelytapojen laiminlyönnistä. (Evara 2018.)

#### 3.2 Omavalvonta

Omavalvonta on yritysten itse tekemää jatkuvaa ja järjestelmällistä hygienian valvontaa ja tuotteiden laadun tarkistusta. Omavalvonnan tavoitteena on estää sekä virheet että ongelmat ennen kuin ne pääsevät syntymään. Näin varmistetaan elintarvikkeiden turvallisuus. Omaval- vonnan avulla voidaan myös kehittää yrityksen toimintaa ja parantaa taloudellista tulosta, sillä elintarvikkeiden ja puhdistusaineiden oikea käsittely ja käyttö vähentävät hävikkiä. Elin- tarvikkeiden ja materiaalien tehokas ja hygieeninen käsittely säästää raaka-aineita ja muita materiaaleja. Valvontaviranomaiset valvovat omavalvonnan toteutumista ja neuvovat elintar- vikealan toimijoita tarvittaessa. Omavalvonta perustuu elintarvikelain mukaan HACCP-peri- aatteeseen eli riskien arviointiin ja niiden kontrollointiin hallintapisteiden avulla. (Ijä & Väli- mäki 2007, 72.)



Omavalvontasuunnitelma on kaikille elintarvikealan toimijoille lakisääteinen. Omavalvontavelvoite on määritelty elintarvikelaissa ja -asetuksessa. Terveysviranomaisille täytyy esittää omavalvontasuunnitelma ennen kuin elintarvikehuoneisto voidaan hyväksyä käyttöön. Jokainen yritys laatii suunnitelman omiin tarpeisiinsa yleisesti hyväksytyjä periaatteita noudattaen ja ottaen huomioon omat riskinarvioinnit. Kirjallisen omavalvontasuunnitelman toimivuutta seurataan jatkuvasti. Omavalvontasuunnitelmassa nimetään vastuuhenkilöt, mutta tärkeää on, että koko työyhteisö sisäistää suunnitelman ja ymmärtää sen merkityksen omalle toiminnalleen. Osana omavalvontaa elintarvikealan toimijan on pidettävä kirjaa työntekijöiden hygieniaosaamisesta ja sen ajan tasalla pysymisestä. (Ijäs & Välimäki 2007, 78.)

Omavalvontajärjestelmä koostuu tukijärjestelmästä ja tarvittaessa muista vaarojen hallintakeinoista. Tukijärjestelmä koostuu erillisistä ohjelmista. Tukijärjestelmän sisältö vaihtelee toiminnan luonteesta riippuen, se voi sisältää esimerkiksi tilojen puhtaanapitoon liittyvää ohjeistusta. Jos vaaroja arviotaessa todetaan, että tietty työvaihe täyttää kriittisen hallintapisteen kriteerit eikä kyseistä vaaraa hallita enää myöhemmissä työvaiheissa, sovelletaan tämän työvaiheen hallintaan kaikkia seitsemää HACCP-periaatetta. (Evira 2018.)

### 3.3 HACCP-järjestelmä

HACCP on kirjainlyhenne, joka tulee sanoista Hazard Analysis and Critical Control Point system, eli vaaran arviointi ja kriittisten hallintapisteen määrittely -järjestelmä. HACCP-konsepti on systemaattinen lähestyminen ruuan turvallisuuden hallintaan perustuen tunnettuihin periaatteisiin, jotka tavoittelevat vaarojen tunnistamista koko ruuan toimitusketjussa ja asettaa toimia estääkseen niiden tapahtumista. HACCP on hyvin looginen ja turvaa kaikki vaiheet ruuan tuottamisessa kasvatuksesta kuluttajalle. (Mortimore & Wallace 2015, 2.)

”HACCP-menettelyllä etsitään toiminnasta sellaiset kohdat, joihin sisältyy terveysriski, ja valitaan näistä kriittiset hallintapisteen. Nämä ovat sellaisia työ- tai käsittelyvaiheita, joissa riski voidaan todeta ja sen eteneminen pysäyttää, joihin hallinta voidaan kohdistaa ja jotka ovat oleellisen tärkeitä elintarviketurvallisuutta uhkaavan vaaran estämiseksi, poistamiseksi tai vähentämiseksi hyväksyttävälle tasolle.” (Evira, 2018.)

HACCP-järjestelmä perustuu seitsemään pääperiaatteeseen:

#### 1. Vaarojen arviointi

Arvioinnissa tunnistetaan vaarat, jotka liittyvät esimerkiksi raaka-aineisiin, pakkausmateriaaleihin, käsittelyyn, valmistukseen, säilytykseen, pakkaamiseen, jakeluun ja kulutukseen. Vaarojen vakavuus ja todennäköisyys arvioidaan ja niiden syntymistä pyritään ehkäisemään. Vaaraa elintarvikkeissa voivat aiheuttaa esimerkiksi erilaiset mikrobit, kemialliset jäämät ja vierasesineet.

## 2. Kriittisten hallintapisteiden määrittäminen

Kriittiset hallintapisteet ovat sellaisia kohtia elintarvikkeiden käsittelyssä ja tuotannossa, jotka ovat ratkaisevia tuotteen laadun takaamiseksi. Näissä pisteissä voidaan valvonnan avulla poistaa vaara tai vähentää sen todennäköisyyttä merkittävästi. Kriittisten hallintapisteiden valinnassa käytetään vaarojen arvioinnissa saatuja tietoja.

## 3. Kriittisten rajojen määrittäminen

Kriittisille hallintapisteille asetetaan tavoitetasot ja kriittiset rajat. Kriittiset rajat ovat mini- tai maksimiarvoja, jotka erottavat hyväksytyin tuotteen ei-hyväksytystä. Ne ovat tavallisesti erilaisia mittaustuloksia, jotka koskevat esimerkiksi lämpötilaa, aikaa, kosteuspitoisuutta, pH:ta tai makua, hajua ja ulkonäköä.

## 4. Kriittisten hallintapisteiden seurantakäytäntöjen laatiminen

Kriittisissä hallintapisteissä seurataan jatkuvasti ennalta sovittujen mittausten ja havainnointien tuloksia. Seurantamenetelmien tulee olla nopeita, koska mittaukset tehdään usein elintarvikkeiden valmistuksen ja käsittelyn yhteydessä. Tulokset on myös saatava nopeasti, jotta havaitut poikkeamat pystytään korjaamaan ja riskit välttämään.

## 5. Korjaavien toimenpiteiden määrittäminen

Kun havaitaan, että sovitut raja-arvot ylittyvät, tilanne korjataan ennen kuin todettu poikkeama aiheuttaa vaaraa. Esimerkkejä korjaavista toimenpiteistä ovat muun muassa lämpötilojen korjaus, pH:n säätö, lisäpuhdistustoimet, laitteiden toimivuuden huolto ja korjaukset tuotantoprosessiin. Kaikki tehdyt korjaavat toimenpiteet ja uudelleenjärjestelyt dokumentoidaan HACCP-kirjanpitoon.

## 6. Todentamiskäytäntöjen laatiminen ja HACCP-ohjelman validointi

Todentamiskäytäntöjen avulla tarkistetaan koko HACCP-järjestelmän toimivuus ja riittävyys. Siinä arvioidaan esimerkiksi tallennettua seurantatietoa ja mittalaitteiden toimivuutta. Tätä tehdään säännöllisesti sovitun aikataulun mukaan ja lisäksi aina silloin, kun on havaittu vaaran esiintyminen. Validoinnilla arvioidaan, onko koko HACCP-ohjelma laadittu oikein, pystytäänkö sitä toteuttamalla takaamaan tuotteen turvallisuus vai onko ohjelmaa tarpeen muuttaa.

## 7. HACCP-asiakirjat ja -tallenteet

HACCP-asiakirjoja ovat kaikki ne suunnitelmat ja ohjeet, joita tarvitaan HACCP-järjestelmää laadittaessa ja toteutettaessa. Asiakirjoja ovat muun muassa tuotteittain laaditut HACCP-ohjelmat, tuotekuvaukset, seuranta- ja mittausohjeet, raaka-aineita ja tuotteita koskevat tiedot ja hyväksymiskriteerit. Kaikki tallenteet pitää pystyä tunnistamaan ja jäljittämään, eikä niitä saa muuttaa jälkeenpäin. (Ijäs & Välimäki 2007, 74-77.)

Pesuaineille ei ole olemassa omaa elintarvikealan hyväksymismenettelyä eikä niille ole määritelty sisältövaatimuksia HACCP-systeemissä. EU-lainsäädäntö lähtee siitä, että pesuainevalmistaja vastaa valmistamansa pesuaineen turvallisuudesta ja tarkoituksenmukaisuudesta sitä elintarviketuotannossa käytettäessä. Elintarviketurvallisuus ja tarkoituksenmukaisuus molemmat asettavat pesuaineen koostumukselle, tehokkuudelle ja materiaalien yhteensopivuudelle omat vaatimuksensa, jotka jokainen valmistaja oman tietotaitonsa mukaisesti arvioivat ja ottavat huomioon tuotteiden elintarviketurvallisuutta koskevissa markkinointiväittämiä käyttäessään. Yhtä tärkeää kuin on pesuaineiden sisältö, on myös se, että niitä käytetään valmistajan ohjeiden mukaisesti. Vain tämä yhdistelmä takaa niiden turvallisen käytön elintarvikeympäristössä. (Ruottinen 2018.)

### 3.4 Puhtaanapito

Ruuissa ja niiden tähteissä on aina lukuisia mikrobeja. Puhdistuksessa poistetaan ruuantähtien lisäksi pölyä, saostumia sekä muuta likaa. Mikrobien vähentäminen työympäristöstä on tärkeä osa omavalvontaa. Puhtaus ja järjestys tuovat lisäksi turvallisuutta ja viihtyvyyttä elintarviketilaan. Puhtaanapidon tulee olla järjestelmällistä ja hyvin suunniteltua, samoin kuin muunkin toiminnan elintarvikealalla. (Ijäs & Välimäki 2007, 53.)

Puhdistuksessa käytettävien varusteiden sekä koneiden säilytykseen, huoltoon ja käyttöönottoon tarkoitetut tilat ovat tärkeä osa siivouksen toimivuutta. Riittävän suuri siivoustila, jossa on tilat koneiden huollolle, pesukoneille, siivouspyykin käsittelylle ja siivousvaunuille sekä muille tarvikkeille, on hyvä ratkaisu useissa tapauksissa. Toivottavaa olisi, että siivoustila sijaitsisi rakennuksessa keskeisessä pisteessä siten, että siitä olisi hyvät yhteydet kaikkiin siivousalueisiin eli rakennuksen eri osiin, jätehuoltotiloihin ja varastoihin. Hyvässä siivoustilassa voidaan erottaa sekä puhdas että likainen osa. Siivoustilan tulee olla lukittava, jotta sivulliset eivät pääse käyttämään siivoukseen tarkoitettuja tarvikkeita. (Lausjärvi & Väisänen 2015, 15.)

Omavalvontaohjelman yksi tärkeä osa on puhdistusohjelma, jossa pesu- ja desinfiointitoimet suunnitellaan yrityksen tarpeita vastaaviksi. Puhdistuksella ja desinfioinnilla pyritään mahdollisimman hyvään lopputulokseen pienin kustannuksin ja työturvallisuusohjeita noudattaen.

Kunkin kohteen puhdistusohjeissa esitetään selkeästi siivousaineiden oikea annostelu. Puhdistuksen tavoitteena on pitää mikrobitaso riittävän alhaisena. Puhdas, siisti ja hyvässä järjestyksessä oleva työympäristö lisää työviihtyvyyttä ja turvallisuutta. (Ijäs & Välimäki 2007, 88.)

#### 3.4.1 Astioiden puhdistus eli astiahuolto

Astioiden puhtaus on kaikissa elintarviketiloissa omavalvonnan kohde, jonka onnistumista tulee tarkkailla jatkuvasti. Pesukoneiden pesu- ja huuhtelulämpötiloja seurataan ja niistä pidetään kirjaa. Lämpötilojen tarkastus tehdään aina kun kone toimii, mutta kirjaukset tehdään kussakin työpaikassa sovitulla tavalla esimerkiksi kerran viikossa. Kone puhdistetaan päivittäin valmistajan ohjeiden mukaan. Sen toimintaa ja astioiden puhtautta seurataan jatkuvasti silmä määräisesti. Astioiden pesussa tarkkaillaan myös pesuaineen kulutusta ja veden puhtautta. (Ijäs & Välimäki 2007, 65.)

Astiahuolto on oleellinen osa elintarvikehygieniää. Astiahuollon tulee olla mitoitettu valmistettavan ruoan määrän, ruokailijoiden määrän, ruoan laadun ja astioiden mukaan. Astiahuollon suunnitelma kuuluu omavalvontasuunnitelmaan. Astiahuoltoon kuuluvat likaisten astioiden keräily, lajittelu ja käsittely, astioiden pesu, puhtaiden astioiden kuivumisen järjestäminen sekä puhtaiden astioiden säilytys ja siirto käyttöpaikoille. (Evira 2018.)

#### 3.5 Tuotekortisto

Tuote on yrityksen markkinoinnin keskeisin kilpailukeino, koska muut kilpailukeinoratkaisut rakentuvat tuotteen ympärille. Liikeideassa määritellään ensin asiakasryhmät, joiden tarpeita halutaan tyydyttää. Sen jälkeen määritetään, millä tuotteilla tarpeisiin pyritään vastaamaan. Tuote on markkinoitava hyödyke, jota tarjotaan markkinoille arvioitavaksi, ostettavaksi ja/tai kulutettavaksi niin, että asiakkaille tuotetaan arvoa asiakkaan tarpeet, odotukset ja mielihalut tyydyttäen. Tuote on markkinoinnillinen kokonaisuus. Se ei tarkoita yrityksen tuotannon tulosta sellaisenaan, vaan siitä markkinoinnin avulla luotua kokonaisuutta, joka tuo ostajalle arvoa. Asiakas ei osta vain tuotetta, vaan hän ostaa hyötyjä ja mielihyvää, joita tuote hänelle tarjoaa. Nykyisin ei enää välttämättä riitä, että yritys on asiakassuuntautunut ja yrittää tuntea asiakkaansa, vaan yrityksen on oltava asiakaskeskeinen. Tuotteet jopa räätälöidään yksittäisten asiakkaiden omien tarpeiden mukaisiksi. Tuotekäsité on siis hyvin laaja. Perinteisesti ymmärretään tuotteella tavaroita (jääkaappi) ja palveluja (hiustenleikkaus). Tuote voi tarkoittaa myös ihmisiä (poliitikko), paikkakuntia ("Elämyksiä Pohjanmaalla"), organisaatioita (SPR) ja jopa ideoita (ympäristöystävällisyys, kotimaisuus). (Bergström & Leppänen 2015, 173.)

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (2010) määrittelee tuotekortin näin: Tuotekortti on Excel-taulukko, joka sisältää sekä kaupalliset että operatiiviset tiedot tuotteesta ja palveluntuottajista. Tuote koostuu resursseista, eli osista, jotka rakentavat kokonaisuuden. Resurssit ovat joko yrityksen omaa tuotantoa tai alihankkijoiden tai yhteistyökumppaneiden toteuttamia osia tuotekokonaisuudesta. Jokaisella resurssilla on hankintahinta ja määritely sisältö.

Tuotekorttiin on kerätty jokaisen tuotteessa mukana olevan näkökulmasta nämä tiedot, ja sen avulla tuotteen hallitseminen ja siitä kommunikoiminen eri tahojen kanssa helpottuu. Sen avulla voi myös arvioida eri tekijöiden vaikutusta muun muassa tuotteen hintaan.

Tuotekortti on sähköinen, printattava tai painettava lyhyt esite tai dokumentti, jossa on kirjoitettu tai kuvattu tuotteen tärkeimmät tiedot kohdennetulle ryhmälle (esimerkiksi asiakkaat, myyjät). Erilaisia tuotekorttimalleja on olemassa useita. Tuotekortit voidaan jakaa karkeasti: sisäinen tuotekortti (käsikirja, tiedoiltaan laajin), tuotekortti myyjälle (sisältää oleellisen tiedon myynnin tueksi), ulkoinen tuotekortti (flyeri tai esite - asiakkaalle menevä mainos). On tärkeää arvioida, mitä tietoa tuotekortin käyttäjä tarvitsee. Korttien sisällöistä kannattaa keskustella mahdollisen käyttäjän kanssa. Tuotekortit täytyy pitää ajan tasalla ja niihin tulee päivittää mahdolliset muutokset. (Kulmat 2015.) Siivousainetta käytettäessä tarvitaan tietoa sen ominaisuuksista ja käyttöturvallisuudesta. Tärkeimmät tietolähteet ovat tällöin pakkausmerkinnät, käyttöturvallisuustiedote, tuotteen etiketti ja tuote-esite. (SSTL Puhtausala 2015, 103.)

Kemikaalien luokitus tehdään vertaamalla kemikaalin ominaisuuksia lainsäädännössä sovittuihin kriteereihin. Kemikaalin luokitukseen ei vaikuta sen käytössä aiheuttama riski vaan luokituksen perusteina ovat ainoastaan kemikaalin sisäiset ominaisuudet. Kemikaali tulee merkitä ja pakata lainsäädännössä sovittujen sääntöjen mukaan, jos se luokitellaan vaaralliseksi. (Tukes 2018.) Siivousaineiden käyttöturvallisuus liittyy yleiseen kemikaaliturvallisuuteen. Valmisteen oikeaan käyttöön, tuote- ja turvallisuustietoihin on tutustuttava huolellisesti. Pakkausmerkinnät ja käyttöturvallisuustiedote ovat tärkeimmät ohjaavat dokumentit, joiden tulisi olla jokaisen siivoustyöntekijän käytettävissä ja nähtäväksi saatavilla. Pakkauksissa olevat varoitusmerkit ohjaavat käyttäjää työskentelemään ja suojautumaan oikein. (Lausjärvi & Väisänen 2015, 147.)

Varoitusmerkit perustuvat vuonna 2009 voimaan tulleeseen CLP-asetukseen. Vanhan lainsäädännön mukaiset oranssimustat varoitusmerkit on korvattu uusilla CLP-asetuksen mukaisilla puna-valkomustilla merkeillä. Uusissa varoitusmerkeissä on oltava musta symboli valkoisella taustalla sekä punainen kehys, joka on riittävän leveä ollakseen selkeästi näkyvä. (Tukes 2018.)

pH-käsite on yksi siivousalan keskeisimmistä käsitteistä. pH ilmaisee puhdistusaineen emäksisyyttä tai happamuutta. pH:ta kuvataan asteikolla 0-14, jonka keskipistettä (pH 7) sanotaan neutraalipisteeksi. Mitä pienempi pH-luku sitä happamampi aine on ja vastaavasti mitä suurempi pH-luku sitä emäksisempi aine on. pH-luku antaa suuntaa siitä, minkälaisia turvallisuustoimenpiteitä aineen käyttö edellyttää ja mihin käyttötarkoituksiin aine soveltuu. (SSTL Puhtausala 2015, 109.)

#### 4 Tuotekortiston kehittämisprosessi

Kehittämishankkeen tavoitteena oli kehittää tuotekortisto Innokem Oy:lle. Tässä opinnäytetyön kehittämisprosessissa käytettiin Tuulaniemen (2011) yleistä palvelumuotoilun prosessia pohjana soveltaen sitä tuotekortiston kehittämisen tarpeisiin. Prosessin osat ovat määrittely-, tutkimus-, suunnittelu-, tuotanto- ja arviointivaihe. Seuraavissa alaluvuissa on kerrottu vaihe vaiheelta, kuinka prosessi eteni ja mitä palvelumuotoilun keinoja käytettiin kussakin vaiheessa sekä tuloksia prosessista. Ensin hieman tietoa palvelumuotoilusta.

##### 4.1 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilun avulla yritys pystyy havaitsemaan palveluiden strategiset mahdollisuudet liiketoiminnassa, innovoimaan uusia palveluita ja kehittämään jo olemassa olevia palveluita. Palvelumuotoilu on osaamisala, joka tuo muotoilusta tutut toimitavat palveluiden kehittämiseen ja yhdistää ne perinteisiin palvelun kehityksen menetelmiin. Palvelumuotoilu ei ole uusi innovaatio vaan tapa yhdistää vanhoja asioita uudella tavalla. Palvelumuotoilu ei ole abstraktia asiakkaiden tunteiden tai kokemusten suunnittelua. Se on konkreettista toimintaa, joka yhdistää sekä käyttäjien tarpeet ja odotukset että palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi. (Tuulaniemi 2011, 24-25.)

Palvelumuotoilu auttaa innovoimaan ja parantamaan palveluita tehden niistä tehokkaampia yritykselle ja käytännöllisempiä asiakkaille. Palvelut eivät ole konkreettisia, niitä ei voida varastoida tai omistaa, kulutus tapahtuu samaan aikaan kuin tuotanto ja ne ovat monimutkaisia kokemuksia, jotka tapahtuvat ajan saatossa, sekä niiden laatua on vaikea mitata. Siksi palvelumuotoilu vaatii erityistä harkintaa ja ymmärrystä. Palvelumuotoilu yhdistää johtamisen, markkinoinnin, tutkinnan ja suunnittelun, se yhdistää yrityksen ja asiakkaan uudella tavalla. Lähtökohtana on tunnistaa, kuinka palvelumuotoilu voi antaa merkittävää kilpailuetua. (Mortiz 2005.)

Palvelumuotoilussa jaetaan yhteisesti ajattelu- ja toimintatapa. Se on yhteinen kieli eri osaamisalojen yhteistyöhön palveluiden kehittämisessä. Palvelumuotoilu on prosessi ja työkaluvalikoima. Se on hyvä runko, jolla päästään käsiksi palveluiden kehittämiseen; jolla palvelun kehittäjä voi syventää omaa osaamistaan ja rakentaa omaan toimintaympäristöönsä paremmin sopivia työmenetelmiä ja -välineitä. (Tuulaniemi 2011, 58.) Palvelun kehittäminen on luonteeltaan uuden luomista ja ainutkertaista. Siksi palvelumuotoilun määrittelemisen ja kuvaaminen täysin yhdenmukaiseksi ja tiettyyn kaavaan meneväksi prosessiksi ei ole mahdollista. Eisiis ole mahdollista kuvata prosessia, joka toimisi yksi yhteen kaikenlaisten palveluiden kehittämisessä ja kaikissa tilanteissa. (Tuulaniemi 2011, 126.)

## 4.2 Määrittelyvaihe

Tässä vaiheessa mietitään, mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa, mitkä ovat projektin tavoitteet ja aikataulu. On myös tärkeää muodostaa kattava kuva palvelun tuottavasta organisaatiosta, tässä tapauksessa Innokem Oy:stä. Projektin tavoitteena oli kehittää tuotekortisto Innokem Oy:n HoReCa-sektorin pesuaineista. Tässä tapauksessa tuotekortistolla tarkoitettiin lähinnä tuoteopasta, joka tulee ravintolan astioiden pesutilan tai siivoustilan seinälle ja josta ilmenee kunkin asiakkaan käyttämät pesuaineet tarvittavine tietoineen. Tuotekortisto tehtiin erikseen osa-alueisiin puhtaanapito ja astiahuolto. Tarve tuotekortistolle oli tullut ilmi asiakkaiden kanssa keskustellessa. Projekti alkoi syksyllä 2017 viikolla 36 ja päättyi keväällä 2018 viikolla 19.

## 4.3 Tutkimusvaihe

Tutkimusvaiheeseen kuuluu asiakasymmärryksen kartoittaminen sekä strateginen suunnittelu, joka sisältää muun muassa Business Model Canvas - liiketoimintamallin kehittämistyökalun, mutta tässä projektissa viimeksi mainittua vaihetta ei toteutettu, koska sitä ei koettu tarpeelliseksi tuotekortiston kehittämiseen.

Asiakasymmärryksen kartoittaminen eli tutkimus kohderyhmän odotuksista, tarpeista ja tavoitteista on yksi palvelumuotoilun kriittisimpiä vaiheita. Tässä vaiheessa keskitytään keräämään ja analysoimaan suunnittelua ohjaavaa asiakastietoa. Palvelut suunnitellaan vastaamaan käyttäjien tarpeita ja toiveita, joten loppukäyttäjien todelliset tarpeet ja motiivit on tärkeää havaita ja tunnistaa. Palvelumuotoilulle on tyypillistä, että loppukäyttäjät osallistuvat prosessiin sen eri vaiheissa. Asiakasymmärrystä lähdetään rakentamaan loppukäyttäjän motiiveista, joten tässä vaiheessa ymmärrystä kasvatetaan loppukäyttäjän arkielämän motiiveja ja tarpeita tarkastelemalla. (Tuulaniemi 2011, 142.)

Asiakastutkimukset palvelumuotoilussa tarkoittavat nimenomaan tarkoituksenmukaista tiedonhankintaa eli tutkimusta sellaisesta materiaalista, jota voidaan suoraan hyödyntää suunnittelun ohjaamisessa ja inspiroimisessa. Hyvin analysoitu ja jäsennelty tieto asiakkaiden käyttäytymisestä ja heille arvoa tuottavista asioista mahdollistaa sellaisten palvelukonseptien kehittämisen, joista asiakkaat ovat valmiita maksamaan ja joista voidaan arvioida tuotto-odotus palvelun tuottajalle ja palvelun potentiaalinen arvo asiakkaille. (Tuulaniemi 2011, 142-143.)

Tässä opinnäytetyön kehittämisprosessin asiakasymmärrysvaiheessa käytettiin tutkimusmenetelminä haastattelua ja havainnointia. Tulosten yhteenvetona on kuvattu asiakasprofiili (4.3.3), mindmap (4.4.1) ja palvelupolku (4.4.2). Tämä vaihe on antanut suunnan tekemiselle ja ollut pohjana lopulliseen tuotokseen.

#### 4.3.1 Haastattelu

Laadullisella tutkimusmenetelmällä tehdyssä tutkimuksessa tutkimusaineistoa voidaan kerätä monella tavalla. Kaikki ihmisten tuottama materiaali kertoo jotakin niistä laaduista, joita ihmiset ovat eläessään kokeneet. Usein tutkimusaineistoksi valitaan ihmisten kokemukset puheen muodossa, jolloin tutkimusaineisto kerätään haastatteluina. (Vilkkä 2009, 100.)

Haastattelu on ainutlaatuinen tiedonkeruumenetelmä, koska siinä ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Haastattelun etu muihin tiedonkeruumuotoihin verrattuna on se, että siinä voidaan säädellä aineiston keruuta joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla ja vastaajia myötäillen. Haastatteluaiheiden järjestystä on mahdollista säädellä, samoin on enemmän mahdollisuuksia tulkita vastauksia kuin esimerkiksi kyselyissä. (Hirsjärvi ym. 2013, 204-205.) Laadullista tutkimusmenetelmää käyttävä tutkija usein haastattelee tutkimuskohteen jäseniä ja kerää selostuksia, joiden avulla hän kuvaa tutkimuskohteen jäsenten käytöstapoja, käyttäytymistapoja ja arkielämän tilanteita (Vilkkä 2006, 23).

Haastatteluilla saadaan tietoa asiakkaiden elämästä ja ajatuksista sekä kokemuksista niin palvelua tuottaessa kuin kulutettaessa. Haastatteluilla rakennetaan myös ymmärrystä asiakkaiden elämästä ja arjesta. Tätä tietoa käytetään ohjaamaan ja inspiroimaan suunnittelua.

Haastattelu voidaan tehdä etukäteen suunnitellun tiukan kaavan mukaisena eli strukturoituna haastatteluna tai se voidaan toteuttaa avoimena haastatteluna. Haastattelu voi tapahtua vapaamuotoisena keskusteluna asiakkaan arjessa, tietyssä käyttötilanteessa tai jonkin haastattelurungon mukaisesti rauhallisessa paikassa. (Tuulaniemi 2011, 147-148.) Avoin haastattelu tarkoittaa käytännössä, että tutkimushaastattelua ei rakenneta kysymysten ja teemojen ympärille. Tutkimusongelman aihepiiristä keskustellaan haastateltavan kanssa useita kertoja ja haastateltava voi puhua aiheesta vapaasti haluamistaan näkökulmista. Tyypillistä avoimelle haastattelulle on, että se toteutetaan yksilöhaastatteluna ja se perustuu vuorovaikutukseen haastateltavan ja haastattelijan välillä toisin kuin strukturoitu lomake- ja teemahaastattelu. (Vilkkä 2009, 104.)

Tässä prosessissa käytettiin sekä strukturoitua että avointa haastattelua. Haastattelukysymykset oli mietitty etukäteen, mutta itse haastattelut tapahtuivat tilaisuuden tullen, eikä ennalta sovittuna aikana. Opinnäytetyön tekijä oli jo työtä suunnitellessa kysellyt asiakkaiden mielipidettä ja tarvetta tuotekortistolle. Innokem Oy:n asiakkaiden luona käydään säännöllisesti kiertämässä, joten tietoa oli saatu kerättyä hyvin matkan varrella. Haastattelukysymysten pohjalta toteutetut haastattelut tehtiin neljän yhteistyöasiakkaan kanssa. Haastattelut ajoituivat viikoille 48 - 5. Haastattelukysymykset liitteessä 1. Kolmen haastateltavan aikana pystyttiin järjestämään pieni tuokio rauhassa istuen, mutta yhden kanssa käytiin kysymykset läpi ravintolatöiden ohessa. Haastattelukysymykset olivat ennalta mietitty, mutta jokaisen haastattelun kohdalla kysymykset ja keskustelu elivät tilanteen mukaan. Pääsääntöisesti haastat-



teluilla selvisi, että kaikille oli tuotekortisto jollakin tavoin entuudestaan tuttu muiden pesu-ainevalmistajien toteuttamana. Tarve tuotekortistolle oli tärkeämpi suurempiin paikkoihin, pieniin lounasravintoloihin sitä ei koettu niin tarpeelliseksi.

Nauhoitettu haastatteluaineisto muutetaan tekstimuotoon ja sitä kutsutaan litteroinniksi. Litterointi on työlästä, mutta samalla se lisää tutkijan vuoropuhelua tutkimusaineistonsa kanssa. Litterointi voidaan tehdä joko koko tutkimusaineistolle tai sen osille. Täytyy kuitenkin muistaa, että haastateltavien puhetta ei saa litteroinnissa muuttaa tai muokata. (Vilkkä 2009, 115-116.) Tässä tutkimuksessa haastattelut litteroitiin kokonaan. Haastattelujen tulokset ovat kuvattu asiakasprofiiliin (4.3.3) mindmapiin (4.4.1) ja palvelupolkuun (4.4.2).

#### 4.3.2 Havainnointi

Kyselyn ja haastattelun avulla saadaan selville, mitä henkilöt ajattelevat, tuntevat ja uskovat. Ne kertovat, miten tutkittavat havaitsevat, mitä ympärillä tapahtuu. Mutta ne eivät kerro, mitä todella tapahtuu. Havainnoinnin avulla saadaan tietoa, toimivatko ihmiset niin kuin he sanovat toimivansa. Havainnoinnin suuri etu on, että sen avulla voidaan saada välitöntä, suoraa tietoa yksilöiden, ryhmien tai organisaatioiden toiminnasta ja käyttäytymisestä. Sen avulla päästään luonnollisiin ympäristöihin. Havainnointi on erinomainen menetelmä muun muassa vuorovaikutuksen tutkimuksessa samoin kuin tilanteissa, jotka ovat vaikeasti ennakoitavissa ja nopeasti muuttuvia. Se sopii myös silloin kun tutkittavilla on kielellisiä vaikeuksia tai kun halutaan saada tietoa, josta tutkittavat eivät halua kertoa suoraan haastattelijalle. (Hirsjärvi ym. 2013, 212-213.)

Havainnointia voidaan kutsua myös varjostukseksi. Varjostus tarkoittaa palvelun loppuasiakkaan toiminnan havainnointia hänen kuluttaessaan palvelua. Varjostuksessa seurataan palvelutuotantoa ja palvelun kuluttamista. Varjostaja havainnoi palveluntarjoajan tiloissa palvelun loppukäyttäjää yleensä ainakin palveluhenkilöstön yhden työvuoron verran. Tarpeeksi laaja otos tuo esille tyypillisimmät tai usein toistuvat toimintamallit. Menetelmä tuo elintärkeää tietoa palvelukokonaisuudesta; siitä, miten ihmiset todellisuudessa kuluttavat palvelua ja miten se heille tuotetaan. Varjostuksella saadaan selville, miksi ihmiset käyttävät tai eivät käytä palvelua tai jotain sen elementtejä. Realistisesta palvelutilanteesta voidaan myös löytää ideoita ongelmakohtien ratkaisemiseksi. (Tuulaniemi 2011, 150.)

Liike-elämässä ja muotoilun suunnitteluprosessissa kerätään havainnointiaineistoa usein päätöksenteon tueksi ja taustoittamaan suunnittelutyötä (Vilkkä 2006, 23). Havainnointi voi olla joko ennalta tarkasti suunniteltua ja hyvin jäsenneltä tai hyvin vapaata, tutkittavan kohteen toimintaan mukautunutta. Vapaa havainnointi on hyvin vaativa tutkimusaineiston keräämisen tapa. Usein saatu tietomäärä havainnoitavassa tilanteessa on valtava ja sen kirjaaminen muistiin on hankalaa tutkimustilanteessa. Tutkijalla tulee olla kohteestaan paljon tietoa. Hänen

pitää pystyä koko ajan arvioimaan, miten edustava yksittäinen havainto on tutkittavissa olevaan ilmiöön nähden. Siksi havainnointi vaatii paljon ennakkovalmisteluja ja syventymistä tutkittavan kohteen sisältöön. (Vilka 2006, 38-40.)

Tässä työssä käytettiin vapaata havainnointia siihen, että käytiin Innokem Oy:n erilaisten ravintola-asiakkaiden luona havainnoimassa, kuinka puhtaanapidon ja astiahuollon pesuaineita sillä hetkellä käytettiin ja näkyikö missään toisten yritysten tuotekortistoja. Havainnoinnin tarkoitus oli saada vinkkejä tulevaa tuotekortistoa varten ja kartoittaa sen tarve. Havainnointia tai varjostusta on tehty koko prosessin ajan kymmenien erilaisten asiakkaiden luona. Havainnoinneista tehtiin muistiinpanoja, jotka tiivistettiin tuloksiksi. Havainnointien tulokset kuvattiin asiakasprofiiliin (4.3.3) mindmapiin (4.4.1) ja palvelupolkuun (4.4.2). Loppujen lopuksi eri pesuainetoimittajien tuotekortistoja löytyi vähän, mutta kaikki havainnoinnin kohteet olivatkin Innokem Oy:n asiakkaita. Esimerkiksi yksi havainnoitu tuotekortisto oli hyvin informatiivinen. Siinä oli yrityksen kaikki tuotteet, joten asiakkaalle se sisälsi jopa turhaa tietoa eli tietoa tuotteista, joita asiakas ei käytä. Havainnoitu tuotekortisto ei myöskään sisältänyt asiakkaiden toivomia varoituksia ja pH-pitoisuuksia. Lisäksi siihen oli laitettu paljon pientä tekstiä, jota asiakkaat toivoivat, että ei olisi.

#### 4.3.3 Asiakasprofiili

Asiakasprofiilit ovat huomattava asiakastutkimuksista saadun asiakastiedon kiteyttämisen ja esittämisen menetelmä. Asiakasprofiileissa kiteytetään tutkimuksessa esiin nousseet toimintamallit ja toiminnan motiivit. Asiakasprofiili on tietyn ryhmän kuvaus. Yksittäinen löydöskin havaitusta toimintamallista voi olla merkittävä asiakastutkimuksessa, mutta vielä tärkeämpää on havaita suuremman ryhmän toteuttama toimintamalli. Tämän suuremmasta ryhmästä havaitun toimintamallin perustalle voidaan jo lähteä rakentamaan ratkaisuja ja palveluita. (Tuulaniemi 2011, 154.)

Palvelumuotoilussa asiakkaiden arjen ymmärtäminen on suunnittelijalle ja palveluita kehittäväälle yritykselle kriittistä. Asiakasprofiileihin tiivistetään asiakastutkimuksissa saatu tieto ja löydökset asiakkaan käyttäytymismallista, toiminnan motiiveista, hallitsevista arvoista sekä toimintaa ohjaavista peloista ja esteistä eräänlaiseksi asiakasryhmän arkkityypiksi, heimon kuvaukseksi. Asiakkaiden arvonmuodostus voidaan profiileissa tiivistää muotoon, joka ohjaa konkreettisesti suunnittelua ja auttaa ymmärtämään, kenelle palveluita kehitetään ja miksi. (Tuulaniemi 2011, 155.)

Yritykselle asiakkaiden arvonmuodostuksen ymmärtäminen on lähtökohta erinomaisten asiakaskokemusten tuottamiselle. Hyvin rakennetut asiakasprofiilit toimivat suunnittelutyökaluina sekä ideointiin, päätöksentekoon että palvelukonseptointiin. Niiden kautta palveluita voidaan

profiloida ja kohdentaa sekä tehdä helpommin saavutettaviksi. Suunnittelijalle ne ovat kallis-arvoinen työkalu, jonka avulla hän voi katsoa uutta toimintoa, yksittäistä kontaktipistettä tai koko palvelukokemusta aina eri silmälasien läpi. (Tuulaniemi 2011, 156.)



Kuvio 1 Asiakasprofiili

Kuvion 1 mukainen asiakasprofiili muodostui tehtyjen tutkimusmenetelmien avulla. Haastattelujen ja havainnointien tulokset muodostivat esimerkin mukaisen Innokem Oy:n asiakkaan. Asiakasprofiilissa on tutkittuja kohteita edustava yritys, ravintola, jonka tarvetta, toivetta, turhaumaa, tavoitetta ja arvoa on mietitty. Ravintolan tarpeena on saada Innokem-tuotekortistosta helpotusta arkeen. Turhaumana on etsiä tarkempaa tietoa pesuaineesta kansista, joka saattaa sijaita kaukana työskentelypaikasta ja tuotteessa oleva etiketti on voinut lähteä irti. Tavoitteena on saada apua myös omavalvonnan toteuttamiseen omavalvontasuunnitelmaa laatien sekä tietojen ja taitojen ylläpitämisessä. On helpompaa lukea pesuaineen tärkeät tiedot näkyvillä olevasta tuotekortistosta. Toiveena on lisäksi saada helpotusta tuuraajien ja sijaisten kouluttamiseen. Kun tiedot pesuaineista on helposti nähtävillä, niitä tulee luettua useammin ja ne jäävät paremmin mieleen. Tuotekortiston arvo asiakkaalle on saada siten työkalu moneen tarkoitukseen.

#### 4.4 Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaihe koostuu siitä, että ideoidaan ja konseptoidaan erilaisia ratkaisuja ongelmaan. Tähän vaiheeseen kuuluu myös prototyypin testaus ja tarvittaessa vielä kehitetään ratkaisuja. Tämän kehittämisprosessin suunnitteluvaihe koostui ideoinnista, konseptoinnista ja prototyyppinnistä.



Väisänen 2015, 49). Värikoodauksen tarkoitus on, että työntekijä tunnistaa kussakin kohteessa sinne kuuluvat työvälineet ja käyttää vain niitä; näin voidaan muun muassa estää tartuntaa ja pilaantumista aiheuttavien pieneliöiden leviäminen (Lausjärvi & Väisänen 2015, 53). Kuvassa 7 on esitetty yksi yleisesti käytetty värikoodausmalli.

ESIMERKKI SIIVOUSVÄLINEIDEN VÄRIKODAUKSESTA	
<b>vihreät välineet</b>	suoraan elintarvikkeiden kanssa kosketuksiin joutuvat pinnat, esim. leikkuulaudat, astiat, leikkelekone, yleiskoneen kulho, lihamylly
<b>siniset välineet</b>	elintarvikkeiden kanssa kosketuksiin joutuvat pinnat, esim. pöytäpinnat, kuumentavat koneet, jakelulinjasto
<b>keltaiset välineet</b>	esikäsittelytilat, esim. valmistelutilat, juuresten pesu- ja kuorimakone
<b>punaisten välineet</b>	likaiset pinnat, jotka eivät ole kosketuksissa elintarvikkeiden kanssa, esim. lattiat, lattiakaivot, jäteastiat

Kuva 3 Esimerkki värikoodauksesta (Ijäs ym. 2007, 58)

Pesuvälineitä ovat erilaiset harjat, lastat, mopit, siivousliinat, kertakäyttöliinat ja muut puhdistuksessa käytettävät välineet. Pesuvälineiden täytyy kaikissa pesun vaiheissa olla toimintakuntoisia, ehjiä sekä puhtaita. Värikoodaus pesuvälineissä varmistaa, etteivät mikrobit leviä siivousvälineiden mukana. Eri kohteisiin tai tiloihin tarkoitetut välineet sekä vaatteet ja siivousliinat merkitään eri väreillä. Suurkeittiöissä ja sairaaloissa on yleisesti käytössä taulukossa (Kuva 7) esitetty värikoodaus. Värikoodauksen avulla estetään, ettei harjalla, jolla joku on juuri pessyt lattiakaivoa, pestä seuraavaksi astioita. (Ijäs & Välimäki 2007, 57.)



Kuva 4 Värikoodattuja etikettejä

Innokem Oy:n värikoodaus näkyy tuotteiden etiketin taustaväriin sävyssä (Kuva 8). Värikoodaus oli mietitty pohjautumaan aiemmin mainittuun yleiseen malliin. Innokem Oy:n tuotekategoriat värikoodattiin seuraavasti: **astiahuolto** = sininen, **pintojen puhdistus** = vihreä, **desinfiointi** = keltainen, **uunien puhdistus** = violetti ja **erikoistuotteet** = punainen. Tuotekortistossa näkyvät nämä värisävyt tuotteen nimen taustalla.

#### 4.4.2 Konseptointi

Konsepti on palvelun suuri kuva. Konseptissa kuvataan palvelun keskeinen idea. Palvelukonseptissa esitetään kokonainen tarina palvelun suuremmista linjoista yksittäisten ideoiden sijaan. Palvelukonsepti koostuu suunniteltavan palvelun palvelupolusta, johon on kuvattu palvelutuokiot tai kontaktipisteet siten, että siitä saadaan yhteinen ymmärrys, millaisesta palvelusta on kyse, miten palvelu tuotetaan, miten se vastaa asiakastarpeeseen ja mitä se vaatii palveluntuottajalta. Palvelukonsepti rakentaa suurempaa kuvaa antaen myös mahdollisuuden kehittämiselle. Konsepti on kartta, joka on skaalausasteikon keskivaiheilla; kartasta voidaan erottaa jo ääriviivat, mutta yksityiskohdista ei vielä saa selvää. (Tuulaniemi 2011, 189.)

Palvelupolku on palvelukokonaisuuden kuvaus. Asiakkaan kokema palvelun polku kuvataan vaiheittain niin, että sitä voidaan analysoida ja jotta siihen päästään käsiksi suunnittelun keinoin. Suunnittelun ensimmäinen toimenpide onkin määrittellä, mikä osa palvelupolkua otetaan suunnittelun kohteeksi. Mukaan otettavan osan on katettava tarkoituksenmukainen määrä suunniteltavan palvelun palvelupolkua. (Tuulaniemi 2011, 78.)



Kuvio 3 Palvelupolku

Palvelupolkuun (kuvio 3) on kuvattu yhteenveto saatujen haastattelujen ja havainnointien tuloksista. Palvelupolussa on kuvattu, kuinka lounasravintolan työntekijän työpäivä koostuu. Eri kontaktipistein on mietitty, koska työntekijä havaitsee Innokem-tuotekortiston. Työntekijän työpäivä alkaa kello 7.30, jonka jälkeen hän aloittaa astioiden puhdistuksen. Hän näkee Innokem-tuotekortiston astianpesukoneen vasemmalla puolella seinällä. Tuotekortistosta hänen on helppo tarkistaa, mitä pesuaineita hänen tulee käyttää missäkin vaiheessa. Tämän jälkeen hän palvelee asiakkaita lounaslinjastossa ja käy välillä astiahuollossa. Lounaan päätteeksi hän pesee lounasastiat ja tarkistaa astiahuollon pesuaineiden riittävyyden. Kello 14.30 hän aloittaa paikkojen siistimisen, jolloin hän menee siivoustilaan hakemaan pesuaineet ja -välineet. Tällöin hän näkee Innokem-tuotekortiston siivoustilan seinällä oven vieressä vasemmalla. Siitä hänen on helppo tarkistaa, mitä pesuaineita käytetään mihinkin kohteeseen, minkä verran ja miten hänen täytyy suojautua. Päivän päätteeksi hän tarkistaa vielä puhtaanapidon pesuaineiden riittävyyden ja tarvittaessa soittaa edustajalleen tehdäkseen tilauksen. Työpäivä päättyy kello 15.30.

Palvelupolkua suunniteltaessa huomattiin muun muassa sellainen seikka, että Innokem-tuotekortistossa voisi olla edustajan puhelinnumero, jotta asiakkaan on helppo soittaa tarvittaessa, eikä tarvitse erikseen etsiä puhelinnumeroa. Tähän asti ideoinnilla on haettu ratkaisuehdotuksia palvelutuotteen toteuttamiseksi, nyt ideoista käyttökelpoisimpia kehitetään ja niistä rakennetaan palvelukonsepteja (Tuulaniemi 2011, 190).

#### 4.4.3 Prototyypointi ja prototyypit

Yhden määrittelyn mukaan prototyyppi tarkoittaa alkuperäistä, ensimmäistä versiota. Palvelumuotoilussa prototyypoinnilla tarkoitetaan nopean mallin rakentamista sekä suunnittelun että kehittämisen avuksi. Prototyypointi on palvelun testausta. Prototyypoinnilla testataan, toimivatko kehitetyt konseptit niin kuin niiden on ajateltu toimivan. Prototyypointi on edullinen ja nopea tapa testata konseptien toimivuutta käytännössä. Tavoitteena on lisätä ymmärrystä kehitettävästä palvelutuotteesta eli niistä asioista, jotka toimivat, ja huomioidaan ne, jotka eivät sovi palveluun. Se on yksi tapa vähimmäistää epäonnistumisen riskejä. Prototyypointi on olennainen osa palvelumuotoilua. (Tuulaniemi 2011, 194.)

Tässä projektissa prototyyppi kehitettiin yhdessä neljän yhteistyöasiakkaiden kanssa. Prototyyppiin mietittiin, mitä tietoja siinä tulee olla ja miten esitettynä. Prototyypissä otettiin huomioon kaikki asiakasymmärrysvaiheessa ilmi tulleet toiveet ja tarpeet ja muokattiin ne Innokem Oy:n brändiin soveltuvaksi kokonaisuudeksi.

		<b>ASTIAHUOLTO</b>				Edustajanne: Nea Aschan 050 440 9179 <a href="mailto:nea@innokem.fi">nea@innokem.fi</a>	
							
<b>KÄYTTÖ:</b> Koneelliseen astianpesuun.  <b>LAIMENNUS:</b> Automaattiannostus. Vikatilanteessa ota yhteys edustajaan. 1,5 dl/10 pesua.  <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. pH: 14  	<b>KÄYTTÖ:</b> Koneelliseen astianpesuun.  <b>LAIMENNUS:</b> Automaattiannostus. Vikatilanteessa ota yhteys edustajaan.  <b>VAROITUKSET:</b> Haitallinen/Ärsyttävä/ Herkistävä. pH: hapan  	<b>KÄYTTÖ:</b> Käsin astianpesuun. Esiliotukseen.  <b>LAIMENNUS:</b> Astianpesu: 2-10 ml/10 L vettä. Esiliotus: 20 ml/10 L vettä.  <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävää silmille laimentamattomana. pH: 7  	<b>KÄYTTÖ:</b> Astioiden liotukseen, valkaisuun ja kirkastamiseen.  <b>LAIMENNUS:</b> LIOTUS: 0,5-1 dl/10L vettä noin 30 min. VALKAISU: 2 dl/10L n 60 min.  <b>OHJE:</b> Alle 40°C veteen. Huuhtelee ennen tiskausta.  <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. pH: 13,5  	<b>KÄYTTÖ:</b> Tiskikoneen kalkinpoistoon.  <b>LAIMENNUS:</b> 2-5 L tyhjään tiskikoneeseen.  <b>OHJE:</b> Täytä kone, pese n. 30 min. tyhjennä ja huuhtelee, harjaa tarvittaessa.  <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä.  			
Tehdas: Kaivotie 23 FI-70700 Kuopio		<a href="http://www.innokem.fi">www.innokem.fi</a> <a href="mailto:etunimi@innokem.fi">etunimi@innokem.fi</a>		Tuotekehitys: Koivikontie 25 FI-04440 Kerava			

Kuva 5 Astiahuolto-prototyyppi

		<b>PUHTAANAPITO</b>				Edustajanne: Nea Aschan 050 440 9179 <a href="mailto:nea@innokem.fi">nea@innokem.fi</a>	
							
<b>KÄYTTÖ:</b> Salin pöytäpintojen pyyhkimiseen.  <b>LAIMENNUS:</b> 50 ml/10 L vettä. (1/2 painallusta/suihkepullo)  <b>VAROITUKSET:</b> Haitallinen/Ärsyttävä/ Herkistävä. pH: 9-10  	<b>KÄYTTÖ:</b> Keittiön kaikkien pintojen puhdistus.  <b>LAIMENNUS:</b> 1 dl/10 L vettä. (1 painallusta/suihkepullo) RASVANPOISTO: 3 dl/1 L  <b>OHJE:</b>  <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. pH: 13  	<b>KÄYTTÖ:</b> Pintadesinfiointiaine. Pöytäpinnat, ovenkahvat, hanat, yms. Puhdistuksen jälkeen.  <b>LAIMENNUS:</b> Käytetään sellaisenaan.  <b>OHJE:</b> KÄYTTÖ PÄIVITTÄIN  <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. pH: 13  	<b>KÄYTTÖ:</b> Uunien, grillien ja pariloiden puhdistukseen.  <b>LAIMENNUS:</b> Käytetään sellaisenaan.  <b>OHJE:</b> Lämmitä uuni n. 60 °C, levitä pintaan, anna vaikuttaa n. 10 min, pyyhi kostealla.  <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. pH: 14  	<b>KÄYTTÖ:</b> Desinfioivaan hajunpoistoon.  <b>LAIMENNUS:</b> 1 dl/10 L vettä. (1/2 painallusta/suihkepullo)  <b>OHJE:</b> Suihkuta pintaan, pyyhi kostealla.  <b>VAROITUKSET:</b> Haitallinen/ Ärsyttävä/ Herkistävä. pH: 9-10  			
Tehdas: Kaivotie 23 FI-70700 Kuopio		<a href="http://www.innokem.fi">www.innokem.fi</a> <a href="mailto:etunimi@innokem.fi">etunimi@innokem.fi</a>		Tuotekehitys: Koivikontie 25 FI-04440 Kerava			

Kuva 6 Puhtaanapito-prototyyppi

Kuvat 5 ja 6 ovat kehitetyt prototyypit kehitettävästä tuotekortistosta erikseen astiahuoltoon ja puhtaanapitoon. Prototyypit vietiin neljälle yhteistyöasiakkaalle testattavaksi. Testausten jälkeen kerättiin keskustelemalla tietoa, mikä niissä toimii ja mikä ei sekä mahdolliset kehitysajat. Tästä lisää luvussa 4.6 Arviointivaihe.



#### 4.5 Tuotantovaihe

Tuotantovaihe koostuu palvelukonseptin viemisestä markkinoille asiakkaiden testattavaksi ja kehitettäväksi. Tässä vaiheessa suunnitellaan myös tarkemmin palvelun tuottaminen. Palvelukonseptit on tuotteistettava aikaisessa vaiheessa ja uskallettava viedä ne asiakkaiden arvioitavaksi (Tuulaniemi 2011, 231). Tuulaniemi (2011, 237) sanoo: Liiketoiminnan perustotuushan on, että palvelu voi olla kuinka hyvä tahansa, mutta jos asiakas ei siitä tiedä tai ei ymmärrä sen hyötyjä, on palvelu vain hyvä idea.

Palvelun lanseeraamisessa on olennaista, jotta palvelu tehdään tiettäväksi suunnitellulle kohderyhmälle sopivissa ympäristöissä ja heille ominaisella tavalla. Kehitysprosessin aikana kasvatettiin asiakasymmärrystä: tästä tiedosta voidaan löytää kohderyhmän käyttäytymismalleja ja heille merkityksellisiä paikkoja hyödynnettäväksi palvelun lanseerauksessa. Asiakasymmärryksessä nousevat esiin kohderyhmän motivaatiotekijät. Tätä tietoa voidaan hyödyntää suunniteltaessa paikkoja, joissa kohderyhmä on mahdollista kohdata, mikä on heille sopivin kontaktointimuoto ja mitä asioita on tarkoituksenmukaista nostaa markkinoinnissa esiin. (Tuulaniemi 2011, 238.)

Yrityksen tuotekehityksen tavoitteena on saada aikaan kokonaisuuksia, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita. Yrityksen tulee seurata markkinoita ja meneillään olevia trendejä, on seurattava ja tulkittava asiakkaiden käyttäytymistä sekä panostettava systemaattiseen tutkimukseen. Pelkästään ydintuotteeseen panostaminen ei usein riitä. Yrityksen on omaksuttava laajempi markkinoinnillinen näkemys, jotta se voi tyydyttää ostajien tarpeita ja saavuttaa kilpailuetua. Ydintuotteen laajentaminen tuotepoliittisin keinoin tuottaa sellaisen tarjooman, jonka asiakas on valmis hankkimaan ja jota asiakas arvostaa. Tuotekehityksellä raakatuotteesta tehdään markkinoitava tuote eli tuotteistetaan se. Tällöin tuote on asiakkaiden mielestä muita parempi ja haluttavampi. Käsitteenä tuotekehitys tarkoittaa täysin uusien tuotteiden eli innovaatioiden tuottamista ja entisten parantamistyötä eli muunnosten aikaansaamista. (Bergström, S. & Leppänen, A. 2015, 183.)



Kuva 7 Innokem tuotekehityksen logo

Innokem Oy:n etuna on oma tuotekehitys, joka tapahtuu Keravalla nykyaikaisissa laboratorio-tiloissa. Uudet ratkaisut syntyvät hyödyntämällä pitkää kokemusta ja uraauurtavaa näkemystä puhtausalalta. Vahvuutena on toimiva yhteistyö asiakkaiden ja jälleenmyyntiverkoston

kanssa, jolloin Innokem Oy voi tarjota räätälöityjä ratkaisuja hyvinkin nopealla aikataululla ja vastata käyttäjien tarpeisiin juuri oikeanlaisilla tuotteilla. Innokem Oy kehittää aktiivisesti pesuaineidensa turvallisuutta huomioiden erityisesti elintarviketeollisuuden ja suurkeittiöiden vaatimukset. Elintarviketurvallisissa pesuaineissaan on erityinen HACCP-merkintä (kuva 2). Innokem Oy:n uskotaan olevan edelläkävijä uusiutuvien raaka-aineiden käytössä pesuaineissa ja tullaan hyödyntämään osaamistaan entistä enemmän myös tulevaisuudessa ja ollaan näin osaltaan rakentamassa parempaa huomista. Erityisen tärkeää yritykselle on hyödyntää kotimaisia raaka-aineita ja pakkausmateriaaleja, jotta työ pysyisi Suomessa ja hyödyntäisi mahdollisimman monta suomalaista. (Innokem Oy 2018.)

Tässä prosessissa tuotantovaihe perustui tuotekortiston saamiseksi siten muokattavaan muotoon, että jokainen Innokem Oy:n työntekijä voisi tulostaa omille asiakkailleen räätälöidyn tuotekortiston. Tämän opinnäytetyön prosessin aikana ei saatu täysin lopullista tuotosta valmiiksi, mutta prototyyppien kehittäminen jatkuu. Kuvissa 8 ja 9 ovat kehitetyt tuotekortistot astiahuoltoon ja puhtaanapitoon. Nämä olivat tämän opinnäytetyön prosessin viimeisimmät mallit.

 Laatu ammattilaisille	<b>ASTIAHUOLTO</b>		Edustajanne: Nea Aschan 050 440 9179 <a href="mailto:nea@innokem.fi">nea@innokem.fi</a>	
<b>INNOKEM</b> HORECA <b>KONETISKI</b>	<b>INNOKEM</b> HORECA <b>Kristal</b> <b>HUUHTELUKIRKASTE</b>	<b>INNOKEM</b> HORECA <b>KÄSITISKIAINE</b>	<b>INNOKEM</b> HORECA <b>ASTIADIPPI</b>	<b>INNOKEM</b> HORECA <b>KALKINPOISTO</b>
<b>KÄYTTÖ:</b> Koneelliseen astianpesuun.	<b>KÄYTTÖ:</b> Koneelliseen astianpesuun.	<b>KÄYTTÖ:</b> Käsin astianpesuun. Esiliotukseen.	<b>KÄYTTÖ:</b> Astioiden liotukseen, valkaisuun ja kirkastamiseen.	<b>KÄYTTÖ:</b> Tiskikoneen kalkinpoistoon.
<b>LAIMENNUS:</b> Automaattiannostus. Vikatilanteessa 1,5 dl/10 pesua.	<b>LAIMENNUS:</b> Automaattiannostus. Vikatilanteessa ota yhteys edustajaan.	<b>LAIMENNUS:</b> Astianpesu: 2-10 ml/10 L vettä. Esiliotus: 20 ml/10 L vettä.	<b>LAIMENNUS:</b> LIOTUS: 0,5-1 dl/10L vettä noin 30 min. VALKAISU: 2 dl/10L n 60 min.	<b>LAIMENNUS:</b> 2-5 L tyhjään tiskikoneeseen.
<b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. pH: 14	<b>VAROITUKSET:</b> Haitallinen/Ärsyttävä/ Herkistävä. pH: hapan	<b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävää silmille laimentamattomana. pH: 7	<b>OHJE:</b> Alle 40°C veteen. Huuhtelee ennen tiskausta.	<b>OHJE:</b> Täytä kone, pese n. 30 min. tyhjennä ja huuhtelee, harjaa tarvittaessa.
 				
Tehdas: Kaivotie 23 FI-70700 Kuopio		<a href="http://www.innokem.fi">www.innokem.fi</a> <a href="mailto:etunimi@innokem.fi">etunimi@innokem.fi</a>		Tuotekehitys: Koivikontie 25 FI-04440 Kerava

Kuva 8 Kehitetty Innokem-tuotekortisto astiahuoltoon

 <b>YLEISPESU</b> <b>KÄYTTÖ:</b> Salin pöytäpintojen pyyhkimiseen. <b>LAIMENNUS:</b> 50 ml/10 L vettä. (1/2 painallusta/suihkepullo) <b>VAROITUKSET:</b> Haitallinen/Ärsyttävä/ Herkistävää. pH: 9-10 	 <b>FLOOR</b> <b>KÄYTTÖ:</b> Lattioiden puhdistus. Käsien ja koneella. <b>LAIMENNUS:</b> 0,5-2 dl/10 L vettä. <b>OHJE:</b> Ei linoleum-lattioille. <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. pH: 12,5 	 <b>ETA DES</b> <b>KÄYTTÖ:</b> Pintadesinfointiaine. Pöytäpinnat, ovenkahvat, hanat, yms. <b>LAIMENNUS:</b> Käytetään sellaisenaan. <b>OHJE:</b> Puhdistuksen jälkeen. Suihkutetaan pinnoille. <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. pH: 13 	 <b>CLEAN OVEN</b> <b>KÄYTTÖ:</b> Uunien, grillien ja pariloiden puhdistukseen. <b>LAIMENNUS:</b> Käytetään sellaisenaan. <b>OHJE:</b> Lämmitä uuni n. 60 °C, levitä pintaan, anna vaikuttaa n. 10 min, pyyhi kostealla. <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. pH: 14 	 <b>VIEMÄRIAUKAISU</b> <b>KÄYTTÖ:</b> Viemärien aukaisuun ja tukkeumien poistoon. <b>LAIMENNUS:</b> 2 dl – 1 L <b>OHJE:</b> Kaada viemäriin/ lattiakaivoon, anna vaikuttaa 30-60 min. Huuhtele kuumalla vedellä. <b>VAROITUKSET:</b> Syövyttävä. 
Tehdas: Kaivotie 23 FI-70700 Kuopio	<a href="http://www.innokem.fi">www.innokem.fi</a> <a href="mailto:etunimi@innokem.fi">etunimi@innokem.fi</a>			Tuotekehitys: Koivikontie 25 FI-04440 Kerava

Kuva 9 Kehitetty Innokem-tuotekortisto puhtaanapitoon

Kehitetyt tuotekortistot muokkautuivat siten, että itse tuotekortit ovat hieman suuremmat, tasakokoiset ja varoitusmerkeistä on otettu kehykset pois. Tuotekortistoissa näkyy yrityksen värikoodaus. Jokaiselle asiakkaalle muokataan tuotekortisto siten, että siinä on vain ne tuotteet, joita kyseinen asiakas käyttää.

#### 4.6 Arviointivaihe

Arviointivaiheessa kehitysprosessin onnistumista arvioidaan sekä palvelun toteuttamista markkinoilla mitataan ja palvelua hienosäädetään saatujen kokemusten mukaan. (Tuulaniemi 2011, 128). Arvioinnilla varmistetaan palvelun kilpailukyky ja jatkuvalla kehittämisellä pyritään pitämään yllä kilpailuetua kilpaileviin palveluihin. (Tuulaniemi 2011, 239). Palvelu on prosessi. Palvelumuotoilu on prosessi. Palvelubisnes on prosessi, ei projekti. Palvelu ei ole koskaan valmis, niinpä palvelu on jatkuvaa kehittämistä. On tärkeää tarkastella muuttuvia markkinoita, ihmisten kulutustottumuksia, heikkoja ja vahvoja signaaleja ja tehdä jatkuvaa kehittämistä, jotta palvelu vastaisi parhaalla tavalla asiakastarpeisiin. Asiakkaat ilahtuvat aina, kun huomaavat, että palvelun tuottaja on ottanut heidät huomioon ja tarjoaa heille kasvavaa hyötyä (arvoa) palvelussaan. Kun palvelu on lanseerattu markkinoille, on aika arvioida suunnitteluprojektia ja sen tuloksia. (Tuulaniemi 2011, 243.)

Tämän prosessin suunnitteluprojektia ja tuloksia arvioitiin sekä Innokem Oy:n tuotekehityksen ja työntekijöiden että neljän yhteistyöasiakkaan kanssa. Arviointia käytiin avoimin keskusteluin ja kirjattiin tulokset ylös. Kaikki osapuolet ovat olleet tyytyväisiä koko prosessiin. Yhteistyöasiakkailta tuli erityistä kiitosta tuotekorttien selkeyden, varoitusmerkkien ja pH-pitoisuuksien ansiosta. Tuotekortistosta tuli juuri sellainen kuin aluksi oli suunniteltu ja ideoitu.

Asiakkaat ovat entistä sitoutuneempia saadessaan olla mukana osana tärkeää kehitysprosessia sekä he saavat uuden palvelutuotteen tukemaan pesuaineiden oikeaoppista käyttöä.

## 5 Johtopäätökset

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena ja tarkoituksena oli kehittää valmis tuotekortisto Innokem Oy:lle. Kehitysprosessi toteutettiin palvelumuotoilun keinoja hyödyntäen. Haastatteluin ja havainnoin kartoitettiin asiakasymmärrystä, jossa selvisi, että asiakkaat toivoivat yksinkertaisempia tuotekortistoja verrattuna siihen, mitä tarjolla oli aiemmin ollut. Asiakastutkimusten perusteella saatiin kuva siitä, millainen tuotekortisto tulisi olla ja mitä tietoja sen tulisi sisältää. Prototyypin avulla saatiin vielä hieman kehitysideoita, joiden avulla tämänhetkinen vedos tuotekortistosta mallintui.

Kehittämiprosessi palvelumuotoilun keinoja hyödyntäen oli mielenkiintoinen ja avasi asiakasymmärrystä uudella tavalla. Asiakasymmärryksessä syvennyttiin miettimään asiakkaan tarpeita, toiveita, tavoitteita ja arvoja sekä odotuksia tulevasta Innokem-tuotekortistosta. Asiakkaan työpäivään myös perehdyttiin palvelupolun avulla.

Tuotekortisto tukee elintarvikehygienian toteutumista Innokem Oy:n asiakkailla. Yrityksen asiakkaat saavat tuotekortistosta apua omavalvontasuunnitelman laatimiseen sekä helpotusta tuuraajien ja sijaisten kouluttamiseen. Innokem Oy:n työntekijät saavat tuotekortistosta palvelutuotteen, joka on etuna kaupankäynnissä sekä tuotekortisto toimii myös perehdyttämisen apuna tuotteisiin. Prosessin aikana kehittyneestä tuotekortistosta tuli tavoitteiden, tarkoituksen ja tarpeiden mukainen. Yrityksessä otettiin jo projektin aikana käyttöön esiin tullut värikoodausjärjestelmä.

## Lähteet

### Painetut

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16. painos. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. 18.painos. Helsinki: Tammi.

Ijäs, T. & Välimäki, M-L. 2007. Tunne hygieniaosaaminen. 2.painos. Helsinki: Otava.

Lausjärvi, M. & Väisänen, U. 2015. Puhtauden tuottamisen tekijät. Forssan Kirjapaino.

Mortimore, S. & Wallace, C. 2015. HACCP. Second edition. Wiley Blackwell.

Nyström, A-G. & Leminen, S. 2011. Innovoi(tko) yhdessä asiakkaittesi kanssa - näkemyksiä Living Lab -toimintaan. Turku: Painosalama.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.-4. painos. Helsinki: Sanoma Pro.

SSTL Puhtausala ry. 2015. Siivoustyön käsikirja. 24. painos. Saarijärvi: Saarijärven Offset.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Vilkkä, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.

Vilkkä, H. 2009. Tutki ja kehitä. 1.-3. painos. Helsinki: Tammi.

### Sähköiset

Evira (Elintarviketurvallisuusvirasto). 2018. Viitattu 20.4.2018. <https://www.evira.fi/>

Innokem Oy. 2015. Viitattu 2.1.2018. <http://www.innokem.fi/>

Kulmat. 2015. 2. valmennus: Tuotteistaminen ja testaus. Viitattu 16.4.2018. <http://www.kulmat.fi/opi-lisaa/culture-creators/tuotteistaminen-ja-testaus>

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. 2010.Tuotekortti. Viitattu 16.4.2018. <http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tyokaluja-/Tuotteistamiseen/Tuotekortti>

Moritz, S. 2005. Service Design. A practical access to an evolving field. Viitattu 12.3.2018. <http://www.stefan-moritz.com/#book>

Tevere. 2017. viitattu 30.12.2017. <https://tevere.fi/metelmat/8-x-8-menetelma/>

Tukes (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto). 2017. Viitattu 14.4.2018. <http://www.tukes.fi/fi/Toimialat/Kemikaalit-biosidit-ja-kasvinsuojeluaineet/Luokituspakkaaminen-ja-merkinnat/>

Julkaisemattomat

Ruottinen, J-P. 2018. Tuotekehitys. Innokem Oy.

## Kuvat

Kuva 1 Innokem Oy (www.innokem.fi) .....	7
Kuva 2 HACCP ja INNO Uusiutuvista -merkki (www.innokem.fi) .....	7
Kuva 3 Esimerkki värikoodauksesta (Ijäs ym. 2007, 58).....	21
Kuva 4 Värikoodattuja etikettejä .....	21
Kuva 5 Astiahuolto-prototyyppi .....	24
Kuva 6 Puhtaanapito-prototyyppi .....	24
Kuva 7 Innokem tuotekehityksen logo.....	25
Kuva 8 Kehitetty Innokem-tuotekortisto astiahuoltoon .....	26
Kuva 9 Kehitetty Innokem-tuotekortisto puhtaanapitoon .....	27

## Kuviot

Kuvio 1 Asiakasprofiili .....	19
Kuvio 2 Mindmap .....	20
Kuvio 3 Palvelupolku .....	22



## Liitteet

Liite 1: Haastattelukysymykset.....	34
-------------------------------------	----

Liite 1: Haastattelukysymykset

1. Miten sinun työpäivä alkaa?
2. Mitä pesuaineita käytät työpäivän aikana?
3. Mitä teet, jos huomaat jonkun pesuaineen loppuneen?
4. Missä olet aiemmin tutustunut tuotekortteihin?
5. Miten hyödylliseksi koet Innokem-tuotekortiston?
6. Käytättekö värikoodausta?
7. Mitä tuotekorteissa mielestäsi pitäisi olla?
8. Miten työpäiväsi päättyy?