



Hyvinvointipäivien konseptointi

Case: Työterveys ja lääkärikeskus Pirte

Essi Alho

OPINNÄYTETYÖ
Elokuu 2019

Liiketalouden koulutus

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalous

ALHO, ESSI:
Hyvinvointipäivien konseptointi
Case: Työterveys ja lääkärikeskus Pirte

Opinnäytetyö 56 sivua, joista liitteitä 6 sivua
Elokuu 2019

Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Työterveys ja lääkärikeskus Pirtelle. Se syntyi tekijän kiinnostuksesta hyvinvointipalveluja ja palvelumuotoilua kohtaan, sekä toimeksiantajan tarpeesta kehittää hyvinvointipalvelujaan.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tukea Pirten hyvinvointipalveluiden kehittämistä ja tarkoituksena suunnitella valmiit asiakkaiden tarpeita vastaavat hyvinvointipäiväkokonaisuudet palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa on käsitelty työhyvinvoinnin haasteita ja määritelty palvelumuotoilu sekä perehdytty palvelumuotoilun prosessiin ja työkaluihin. Teoriaa hyödynnettiin työn empiirisessä osassa, jossa palvelumuotoilun keinoin suunniteltiin toimeksiantajalle uudet hyvinvointipäiväkokonaisuudet. Niistä toteutettiin määrittely- ja suunnitteluvaiheet ja luotiin valmis konsepti. Palvelukonseptin testaus ja arviointi eivät kuuluneet opinnäytetyöhön.

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä ja aineiston keruumenetelmänä käytettiin puolistrukturoituja teemahaastatteluja. Tutkimusta varten haastateltiin kesäkuussa 2019 seitsemää Pirten työterveyshuollon asiakasta eri toimialoilta.

Teemahaastattelujen aineistoista nousi esille työhyvinvointiin eniten vaikuttavina tekijöinä työntekijöiden henkinen jaksaminen ja kokonaisvaltainen elämänhallinta sekä esimiesten tarve kehittyä työntekijöiden tukemisessa.

Strategian suunnittelussa hyödynnettiin Business Model Canvas -työkalua ja hyvinvointipäivistä laadittiin Blueprint-palvelumalli.

Opinnäytetyössä suunniteltiin teemahaastatteluissa saatujen tulosten ja toimeksiantajan raamien pohjalta kolme erityyppistä hyvinvointipäiväkokonaisuutta, jotka sisältävät variointimahdollisuuksia.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme of Business Administration

ALHO, ESSI:

Case: Pirte Healthcare
Conceptualization of wellness days
Bachelor's thesis 56 pages, appendices 6 pages
August 2019

The thesis was carried out as a commission for Pirte Healthcare. It arose out of the author's interest in healthcare and service design but also from the commissioner's need to develop their well-being services.

The objective of this thesis was to support the development of Pirte well-being services. The intention was to create complete concepts for a wellness day, whereupon customers' needs were met and methods of the service design were utilized.

In the theoretical section of this thesis well-being challenges were discussed, the concept of the service design was defined and the process of the service design and its tools were considered in greater detail. The theory was utilized in the empirical part of the thesis, whereupon new wellness day concepts were planned for the commissioner by means of the service design. Definition and planning stages were carried out and a complete concept was created. The thesis comprised neither testing nor rating of the service concept.

The research method was chosen to be qualitative and the material was gathered by means of theme interviews. For this study seven Pirte occupational healthcare customers with different lines of business were interviewed in June 2019.

The results of the thematic interviews showed that in occupational well-being the most influencing factors were the mental strength and the holistic life management of the employees as well as the superiors' craving to improve themselves in supporting employees.

Business Model Canvas tool was utilized when planning the strategy and a Blueprint service design was compiled from the wellness days.

Three different wellness day service concepts with variation opportunities were planned on the basis of the results of the theme interviews and commissioner's frames for the thesis.

Key words: wellness day, service concept, service design, occupational wellbeing, Pirte

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
2	TYÖHYVINVOINNIN RAKENTUMINEN.....	10
	2.1 Työnantaja työhyvinvoinnin edistäjänä	10
	2.2 Työhyvinvoinnin osa-alueet.....	11
	2.3 Hyvinvointipäivän merkitys	14
3	PALVELUMUOTOILU	15
	3.1 Mitä on palvelumuotoilu?	15
	3.2 Palvelupaketti.....	17
	3.3 Palvelukokemus ja palvelupolku.....	17
4	PALVELUMUOTOILUN PROSESSI JA TYÖKALUT	20
	4.1 Tarpeen määrittely ja kartoitus.....	21
	4.1.1 Projektin määrittely ja toimialan kartoitus	21
	4.1.2 Benchmarking ja kilpailijoiden tarjonta.....	21
	4.1.3 Asiakasymmärrys	22
	4.2 Teemahaastattelu	23
	4.3 Laadullisen tutkimuksen analysointivaihe	23
	4.4 Muotoilu	24
	4.4.1 Strategian muotoilu, ideointi ja konseptointi.....	24
	4.4.2 Service Blueprint-palvelumalli	27
	4.5 Kokeilu	27
	4.6 Toteutus ja palvelun lanseeraus	28
	4.7 Arviointi	28
5	HYVINVOINTIPÄIVIEN MUOTOILU	29
	5.1 Toimeksiantajan esittely.....	29
	5.2 Toimintaympäristön tarkastelu	29
	5.3 Tutkimuksen toteutus	30
	5.4 Teemahaastatteluiden tulokset.....	32
	5.5 Strategia ja ideointi työpajassa	33
	5.6 Muotoiluvaihe.....	36
	5.7 Konseptointi	37
6	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	42
	6.1 Palvelumuotoiluprosessin arviointi	42
	6.2 Tutkimuksen arviointi.....	43
	6.3 Kehittämisehdotukset ja jatkotutkimusaiheet.....	44
	6.4 Johtopäätökset	45
	6.5 Oman toiminnan pohdinta.....	46

LÄHTEET	47
LIITTEET	51
Liite 1. Teemahaastattelun kysymysrunko	51
Liite 2. Teemahaastatteluista lainattuja sitaatteja.....	52
Liite 3. Hyvinvointipäivien suunnittelu - Business Model Canvas	54
Liite 4. Hyvinvointipäivän palvelumalli - palvelun Service Blueprint	55
Liite 5. Sähköpostiviesti Pirten asiakkaille	56

1 JOHDANTO

Työntekijöiden hyvinvointi koetaan yrityksissä entistä tärkeämmäksi. Työnantajat ovat ymmärtäneet, että hyvinvoiva työyhteisö on tuottavampi ja innovatiivisempi. Ergonomia ja fyysinen jaksaminen on huomioitu hyvin yrityksissä, mutta työntekijöiden henkisen jaksamisen tukeminen vaatii vielä toimia. Jopa kolmasosa työsäkävivistä kärsii stressioireista (Juuti & Vuorela 2015, 8). Työterveyslaitoksen professori Guy Ahosen mukaan työpahoinvointi aiheuttaa Suomessa vähintään 25 miljardin kustannukset vuosittain. Työpahoinvointi lisää sairauspoissaoloja ja työkyvyttömyyttä sekä heikentää työhön sitoutumista. (Ahonen 2016.)

Työhyvinvointiin panostamalla pyritään säilyttämään työntekijöiden työkyky, motivaatio ja halu edistää omaa ja koko työyhteisön hyvinvointia. Työssä jaksamista ja viihtymistä voidaan tukea useilla toimilla, ja työhyvinvoinnin parantamiseen tähtäävät suunnitelmat ovatkin yleistyneet yrityksissä. Hyvinvointipäivät ovat osa työhyvinvointikokonaisuutta. Usein niiden merkitystä on pidetty lähinnä työyhteisön henkeä parantavana ja hauskana yhdessäolona. Yksittäinen hyvinvointipäivä ei tietenkään ratkaise kaikkia haasteita, mutta sen avulla voidaan herätellä ajatuksia ja tarjota tietoa ja virkistävää yhdessäoloa ilman työpaineita. Se on hyvä tapa parantaa työyhteisön ilmapiiriä ja auttaa työntekijöitä tutustumaan työkavereihin. Viime vuosina pidempiaikaiset hyvinvointivalmennukset ovat yleistyneet, mutta osa yrityksistä ei vielä näe niiden hyötyä riittävänä suhteessa kustannusten suuruuteen.

Opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella hyvinvointipäivät, jotka vastaavat asiakkaiden todellisia tarpeita ja tarjoavat mahdollisuuden kiinnittää työhyvinvointiin huomiota yhtä päivää pidemmän ajan. Tarkoituksena on suunnitella yhtä päivää laajempia hyvinvointipalvelupaketteja hyödyntäen palvelumuotoilun keinoja. Tarkoituksena on tehdä hyvinvointipäivien suunnittelu ja toteutus helpoksi pirkanmaalaisille yrityksille, tarjoamalla avaimet käteen palvelupaketteja.

Asiakaskokemuksen merkitys on kasvanut ja asiakkaat ovat entistä vaativampia. Menestyäkseen yritysten on kuunneltava asiakkaita ja asetettava heidät päätöksenteon ja kehittämisen keskiöön. Palvelumuotoilun keinoin pyritään vastaamaan

asiakkaiden todellisiin tarpeisiin ja tuottamaan lisäarvoa huomioiden myös palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet. Näistä lähtökohdista suunniteltiin myös toimeksiantaja Pirtelle hyvinvointipäiväkokonaisuudet.

Suoritin kolmen kuukauden mittaisen harjoittelujakson keväällä 2019 pirkanmaalaisessa Työterveys ja lääkärikeskus Pirtessä. Harjoittelun aikana sain hyvän kuvan yrityksen toiminnasta, arvoista ja visiosta. Opinnäytetyön tavoitteena on tukea Pirten hyvinvointipalveluiden kehittämistä suunnittelemalla heille valmiita asiakkaiden tarpeita vastaavia hyvinvointipäiväkokonaisuuksia. Minua kiinnostaa ihmisten kokonaisvaltainen hyvinvointi, asiakaskokemuksen kehittäminen ja palvelumuotoilu, joten hyvinvointipäivien suunnittelu yhteistyössä Pirten kanssa oli kiinnostava mahdollisuus.

Opinnäytetyön lähestymistapa oli palvelumuotoilun ja laadullisen tutkimuksen yhdistelmä. Palvelumuotoilun menetelmiä sovellettiin palvelun suunnitteluun ja asiakkaiden tarpeita selvitettiin laadullisella tutkimuksella. Tutkimusmenetelmänä käytettiin puolistrukturoituja teemahaastatteluja. Opinnäytetyössä hyvinvointipäivien palvelumuotoiluprosessista toteutettiin määrittely- ja suunnitteluvaiheet. Valmiina tuotoksena syntyi kolme erilaista hyvinvointipäiväkonseptia. Konseptien testaus ja arviointi jäävät toimeksiantajan tehtäväksi.

Tutkimusta varten haastateltiin seitsemää erikokoista Pirten työterveyshuollon asiakasyritystä eri toimialoilta. Haastatteluilla selvitettiin yritysten työhyvinvoinnin haasteita ja tarpeita sekä hyvinvointipäivän sisältötoiveita. Lisäksi kartoitettiin heidän ajallisia ja taloudellisia resurssejaan. Tutkimusmenetelmäksi valittiin laadullinen tutkimus, koska sen avulla saatiin parhaiten selvitettyä yritysten todellisia tarpeita ja toiveita. Laadullisten tutkimusmenetelmien on todettu sopivan myös parhaiten palvelumuotoilun tarpeisiin (Tuulaniemi 2013,143).

Opinnäytetyön teoreettista viitekehystä varten on käytetty lähteinä alan kirjallisuutta ja verkkolähteitä. Opinnäytetyö jakautuu teoriaosuuteen, empiiriseen osuuteen ja produktiin eli valmiisiin tuotekonsepteihin. Toisessa luvussa käsitellään työhyvinvoinnin rakentumista ja hyvinvointipäivän tarkoitusta. Luvun tarkoitus on johdatella lukijaa työhyvinvointiin vaikuttaviin tekijöihin ja avata syitä, miksi

työnantajien olisi syytä panostaa entistä enemmän työntekijöiden kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Kolmannessa luvussa kerrotaan mitä on palvelumuotoilu ja neljännessä luvussa kuvataan sosiaali- ja terveysalalle soveltuvan palvelumuotoiluprosessin eri vaiheet ja ne työkalut, joita on käytetty opinnäytetyön empiriassa osassa. Viidennessä luvussa kuvataan hyvinvointipäivien muotoiluprosessi ja suunnitellut konseptit. Kuudennessa luvussa pohditaan opinnäytetyön tekemisprosessia ja sen onnistumista, sekä kehitysideoita.

2 TYÖHYVINVOINNIN RAKENTUMINEN

Tässä luvussa käsitellään työhyvinvoinnin eri osa-alueita ja vastuita. Työhyvinvointi on käsitteenä laaja. Työterveyslaitos määrittelee työhyvinvoinnin seuraavasti: ”Työhyvinvointi tarkoittaa, että työ on mielekästä ja sopivaa turvallisessa, terveyttä edistävässä sekä työuraa tukevassa työympäristössä ja työyhteisössä” (TTL 2019).

Työntekijöiden hyvinvoinnin on todettu vaikuttavan suoraan yrityksen menestymiseen ja suunnitellusti toteutetut toimenpiteet maksavat yleensä itsensä takaisin (TTL 2019). Tätä vahvistaa myös Ahosen, Auran, Hussin & Ilmarisen (2016, 65) tekemä tutkimus, jonka mukaan työnantajan työhyvinvointiin sijoittamat panostukset näkyvät myöhemmin suoraan yrityksen tuloksessa. Menestyäkseen yritysten tulisi jatkossa huomioida työhyvinvointia kokonaisvaltaisemmin ja kattavammin. Tulevaisuudessa aineettomat resurssit, kuten organisaation kyky uudistua, hyvinvointiin panostaminen, työntekijöiden arvot, asenteet ja osaaminen nousevat aineellisia resursseja tärkeämpään rooliin. (Larjovuori, Manka & Nuutinen 2015, 4.)

2.1 Työnantaja työhyvinvoinnin edistäjänä

Työelämän vaatimukset muuttuvat jatkuvasti, ja nyt vaaditaankin uudenlaista osaamista ammatillisen osaamisen rinnalle niin esimiehiltä kuin työntekijöiltäkin. Uudistuminen ja työntekijöiden osaamisen jatkuva kehittäminen takaavat yritykselle kilpailukyvyn säilymisen. Yritykset voivat vahvistaa uusiutumiskykyään panostamalla henkilöstöön ja työyhteisön toimivuuteen. (Aura ym. 2016, 11; Manka & Manka 2016, 24.)

Työhyvinvointi ei ole pelkästään työnantajan vastuulla, vaan se luodaan yhdessä työntekijöiden kanssa. Yhteiskunta vastaa työkykyä ylläpitävien lakien säätämisestä. Organisaatiot huolehtivat osaltaan, että säädetyt lakeja noudatetaan ja

varmistavat työpaikalla turvallisen ja mielekkään työskentelyn. Työntekijän vastuulla on omasta henkilökohtaisesta hyvinvoinnista vastaaminen ja sääntöjen noudattaminen työpaikalla. (Virolainen 2012, 12.)

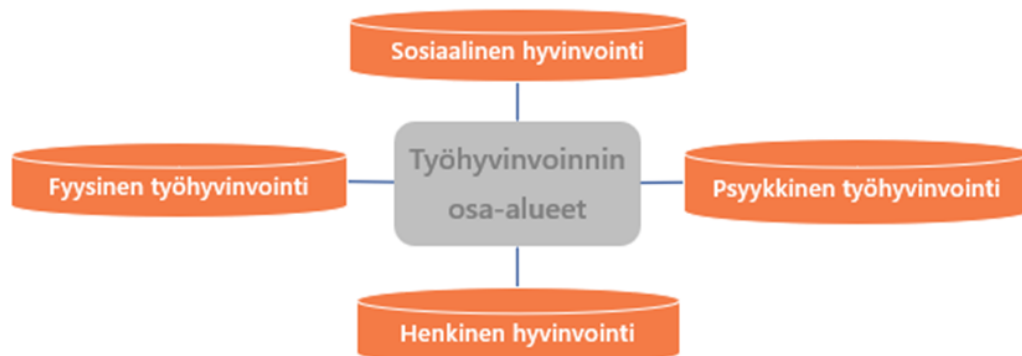
Esimiestyö ja johtaminen ovat keskeisiä työhyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä. Johtamisella voidaan vaikuttaa lähes kaikkiin työhyvinvointia lisääviin asioihin. Esi- miehen tärkein tehtävä on luoda ja varmistaa työntekijöille mahdollisuudet onnis- tua työssään. (Kauhanen 2018, 96). Työhyvinvoinnin johtaminen on jatkuvaa jo- kapäiväistä toimintaa. Yhteisöllisyyden tukeminen, joustavuus työn ja perheen yhteensovittamisessa, epäasialliseen käytöksen kitkeminen, puheeksi ottaminen ja varhainen puuttuminen ovat keinoja, joilla työhyvinvointia voidaan parantaa. (TTL verkkolehti 2014.)

Työhyvinvointisuunnitelmat ovat yleistyneet yrityksissä vauhdilla, sillä työnantajat ovat ymmärtäneet työhyvinvoinnin vaikutuksen työn tuottavuuteen. Kun työhyvin- vointitoiminta on johdettua, etukäteen suunniteltua, tavoitteellista ja sen vaikutta- vuutta ja muutoksia arvioidaan säännöllisesti, voidaan puhua strategisesta työ- hyvinvoinnista. Strategisen hyvinvoinnin tarkoitus on parantaa henkilöstön tuot- tavuutta kehittämällä työntekijöiden motivaatiota, osaamista ja työkykyä vastaa- maan liiketoiminnan vaatimuksia. (Aura ym. 2016, 3.) Osalla haastatelluista yri- tyksistä oli jo hyvinvointisuunnitelma olemassa ja loputkin olivat sitä suunnitelleet.

2.2 Työhyvinvoinnin osa-alueet

Työhyvinvointi on laaja kokonaisuus, johon kuuluvat fyysinen, psyykkinen, sosi- aalinen ja henkinen hyvinvointi (Virolainen 2012, 11). Työhyvinvointi ei rajoitu pel- kästään työhön, vaan siihen sisältyy myös työn ulkopuolinen elämä. Hyvinvointi on aina subjektiivinen kokemus, joka muodostuu eri osa-alueiden yhteisestä ko- konaisuudesta (Kestilä & Karvonen 2018, 96). Yksilölliseen hyvinvointiin vaikut- tavat muun muassa henkilökohtaisen elämän tapahtumat, kiinnostus ylläpitää omaa hyvinvointia ja elämänasenne. Ongelmat yhdellä osa-alueella heijastuvat ja vaikuttavat yleensä myös muihin osa-alueisiin, joten on tärkeää panostaa ta- saisesti kaikkiin osa-alueisiin. (Virolainen 2012, 12.)

Työhyvinvoinnin osa-alueet ovat fyysinen, sosiaalinen, psyykinen ja henkinen hyvinvointi. Osa tutkijoista yhdistää henkisen ja psyykkisen työhyvinvoinnin. Virolainen (2012) on kuitenkin erotellut sen omaksi osa-alueekseen (kuvio 1).



KUVIO 1. Työhyvinvoinnin osa-alueet (mukaillen Virolainen 2012,12)

Fyysisellä työhyvinvoinnilla tarkoitetaan, että työ ei kuormita liikaa fyysisesti, hyvää ergonomiaa, työskentelyolosuhteita ja työympäristöä. Nämä ovat yleisesti hyvin huomioituna yrityksissä, mutta niiden osuus on kokonaishyvinvoinnista vain pieni osa. (Virolainen 2012, 17–18.)

Sosiaalinen työhyvinvointi syntyy yhteisöllisyydestä ja toimivasta vuorovaikutuksesta työkavereiden ja johdon kanssa. Työhön sitoutumista lisää, että työntekijä kokee olevansa tärkeä osa työyhteisöä. Sosiaalista hyvinvointia työpaikalla lisäävät myös ystävyysuhteiden syntyminen ja tutustuminen työkavereihin myös ihmisinä työn ulkopuolella. Näiden lisäksi oikeudenmukainen johtaminen, avoin tiedonvälitys ja tasapuolisuus lisäävät sosiaalista hyvinvointia. (Virolainen 2012, 24; TTL 2019.)

Psyykkisellä työhyvinvoinnilla tarkoitetaan stressitöntä ja paineetonta olotilaa. Työpaikan hyvä ilmapiiri sekä työntekijän mahdollisuus ilmaista tunteita ja mielipiteitä lisäävät psyykkistä hyvinvointia samoin mielekkäät työtehtävät ja sopiva määrä työtä. (Virolainen 2012, 18.) On tärkeää, että työt jakautuvat tasaisesti ja työnantaja huolehtii, ettei kenenkään työtaakka kasva liian suureksi. Sillä juuri työn hallinnan tunne koetaan yhdeksi tärkeimmistä työhyvinvoinnin lähteistä. (Manka & Manka 2016, 26–28.)

Kiire on merkittävin psyykkisen kuormituksen aiheuttaja. EVA:n (2010) tutkimuksen mukaan yli kahdeksan kymmenestä (82 %) kokee, että työpaikoilla kiire ja kova paine aiheuttavat stressiä ja loppuun palamista. Kiireen aiheuttajaksi on nimetty muun muassa liian vähäinen henkilökunnan määrä työtaakkaan nähden. Liiallinen kiire ja työntekijän ylikuormittuminen aiheuttavat stressiä ja siitä voi seurata työntekijän ammatillisen itsetunnon heikkenemistä, masentuneisuutta, uni-häiriöitä ja jopa työuupumusta. (Manka & Manka 2016, 28–32.) Muita yleisiä stressin aiheuttajia ovat kuormittava työympäristö, epäselvä rooli tai työtehtävät, henkilösuhteet työkavereihin ja esimieheen (Virolainen 2012, 32–34).

Henkiseen työhyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa riittävän tuen ja arvostuksen saaminen, työn merkityksellisyys, mahdollisuus kehittyä ja toteuttaa itseään sekä yhteisöllisyyden tunne. Työpaikalla ihminen voi kokea kuuluvansa ryhmään ja näin tyydyttää yhteenkuuluvuuden perustarvettaan. Henkiseen hyvinvointiin vaikuttavat myös sujuva yhteistyö, toisista välittämisen kulttuuri ja yhteinen arvopohja. (Virolainen 2012, 26.)

Opinnäytetyön haastatteluaineistosta nousi työhyvinvoinnin haasteena esille työntekijöiden henkinen jaksaminen. Myös hyvinvointiteknologiayritys Vigoferen toimitusjohtaja Niina Venho nimeää uudeksi haasteeksi työntekijöiden henkisen jaksamisen ja mielenterveyden. Hän sanoo, että työhyvinvointisuunnitelmissa ei ole osattu vielä ottaa riittävästi huomioon työntekijöiden henkistä jaksamista. (Venho 2019.) Seuraavaksi työnantajien tulee siis panostaa muiden osa-alueiden lisäksi aktiivisesti myös työntekijöiden henkisen jaksamisen tukemiseen.

2.3 Hyvinvointipäivän merkitys

Työhyvinvointipäivä on työnantajan kustantama ja yleisesti työajalla järjestettävä päivä, joka tukee yhteisöllisyyttä ja yhdessä toimimista. Yksittäinen hyvinvointipäivä ei ratkaise työhyvinvoinnin haasteita, mutta niiden tavoitteena on tarjota työkaluja sekä yksilön henkilökohtaiseen hyvinvointiin että työyhteisölle. Työterveyslaitoksen työsuojelupäällikkö Sirpa Laakso (2018) tiivistää Motiivi-lehden haastattelussa, että työhyvinvointipäivien tarkoitus on yhteisen tekemisen kautta parantaa yhteisöllisyyttä, jaksamista, rentouttaa, virkistää sekä tarjota oivalluksia ja näkökulmia työhön ja henkilökohtaiseen elämään.

Tyypillisesti hyvinvointipäivät sisältävät luento- tai koulutusosuuden sekä vapaa-muotoisempaa ohjelmaa, joka voi olla mitä tahansa panssariajoneuvoilla ajamisen ja lavatanssin väliltä. Laakson mielestä työhyvinvointia pitää kehittää suunnitellusti ja systemaattisesti. Hyvinvointipäivä on yksi työhyvinvointia lisäävistä toimista ja se voidaan sisällyttää osaksi työpaikan työhyvinvointisuunnitelmaa. (Laakso 2018.)

Yritysten panostaminen työhyvinvointiin avaa palveluntuottajille uusia mahdollisuuksia kehittää asiakkaiden tarpeita vastaavia palveluja. Liiketoimintaympäristöt ja asiakkaiden tarpeet muuttuvat aiempaa nopeammassa tahdissa. Mukana pysyminen ja menestyminen edellyttävät yrityksiltä entistä enemmän joustavuutta, proaktiivisuutta, kokeiluja ja luovuutta. Tulevaisuudessa menestyvät yritykset, jotka pystyvät ennakkoiden tunnistamaan piileviä asiakastarpeita, katsomaan tulevaisuuteen ja uudistamaan toimintaansa ketterästi. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 217).

3 PALVELUMUOTOILU

Palvelumuotoilu on asiakaslähtöistä ja kokeilevaa palveluiden sekä palveluliiketoiminnan kehittämistä, jonka tavoitteena on tuottaa asiakkaille parempia palvelukokemuksia, arvoa ja heidän tarpeitaan vastaavia palveluja unohtamatta palvelun tuottajan liiketoiminnan tavoitteita. (Ahonen 2017, 51; Koivisto ym. 2019, 217–218.) Tässä luvussa on määritelty palvelumuotoilun käsite ja kuvattu mitä palvelumuotoilulla tarkoitetaan.

3.1 Mitä on palvelumuotoilu?

Palvelumuotoilu syntyi Euroopassa 1990-luvun alkupuolella, kun palveluala ja palveluiden vaatimukset alkoivat kasvaa. Varsinaiseksi ilmiöksi palvelumuotoilu alkoi muodostua 2000-luvun puolivälissä, jolloin huomattiin asiakaslähtöisempien palvelujen kysynnän kasvavan. Vuonna 2004 viisi eurooppalaista muotoilukoulua perustivat yhteistyöverkoston SDN:n eli Service Design Networkin, jonka ympärille kansainvälinen toiminta on edelleen keskittynyt. (Tuulaniemi 2013, 61–62; Koivisto ym. 2019, 32.)

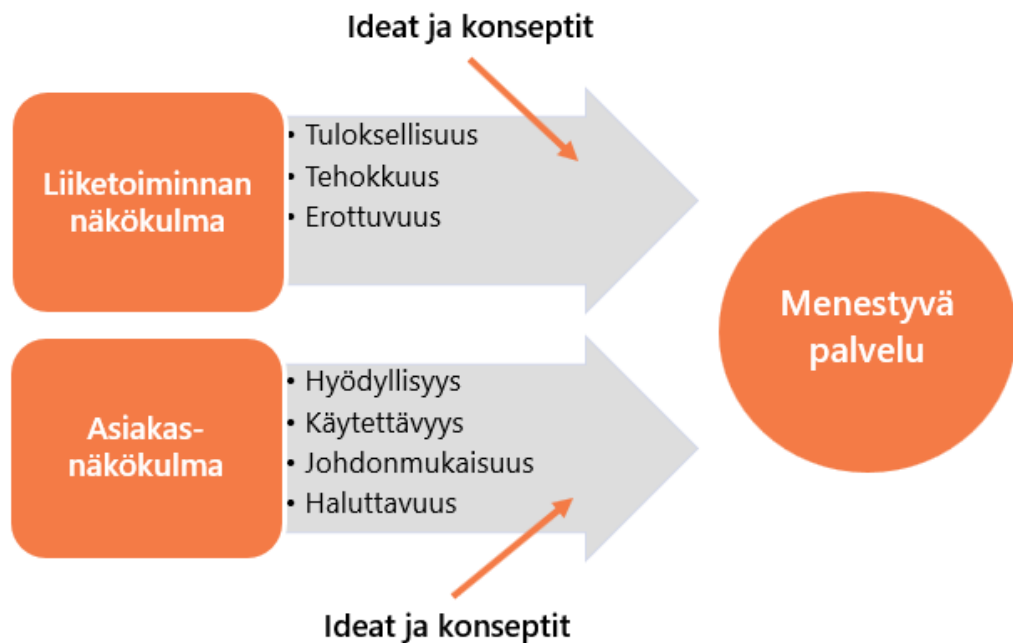
Palvelumuotoilun eli *service designin* käsitettä ei voida määritellä yhdellä ainolla tavalla, sillä palvelumuotoilussa yhdistyvät eri tieteenalojen erilaiset lähestymistavat, menetelmät ja työkalut (Stickdorn & Schneider 2019, 28). Ahonen (2017) määrittelee palvelumuotoilun kirjassaan näin:

Palvelumuotoilu on menetelmä, jonka tarkoitus on suunnitella ja toteuttaa palveluja yhteiskehittämisen keinoin (Ahonen 2017, 6).

Koivisto ym. (2019) määrittelevät kirjassaan palvelumuotoilun näin:

Palvelumuotoilu on muotoiluajatteluun perustuva ihmislähtöinen, palvelujen asiakas- ja työntekijäkokemusten sekä palveluliiketoiminnan kehittämisote ja innovointimuoto, jossa palvelun käyttäjä joko asiakkaan tai tuottajan roolissa on kehittämisen keskipiste (Koivisto ym. 2019, 233).

Kuvio 2 havainnollistaa, miten palvelun käyttäjien tarpeet ja odotukset sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet yhdistetään, kun tavoitteena on luoda menestyvä palvelu. (Tuulaniemi 2013,103).



KUVIO 2. Palvelumuotoilun perusajatus (mukaillen Tuulaniemi 2013, 103)

Palvelumuotoilu on yhdessä kehittämistä, ja siinä palvelun käyttäjä asetetaan kaiken kehittämisen keskiöön. Suunnitteluvaiheessa huomioidaan asiakkaan lisäksi palvelun tuottajan ja muiden palveluun kuuluvien osapuolten tarpeet ja toiveet. Ottamalla asiakas mukaan palvelun kehittämiseen voidaan tuottaa oikeanlaisia palveluja huomioimalla asiakkaan todelliset tarpeet ja motiivit. (Tuulaniemi 2013, 116–117.)

Tavoitteena on tuottaa lisäarvoa, tehdä palveluista asiakkaan näköisiä ja heille suunniteltuja. Tuottavuutta ja kustannustehokkuutta haetaan karsimalla pois lisäarvoa tuottamattomat ja toimimattomat osat. Palvelumuotoilulle tyypillistä on nopeat kokeilut ja pilotoinnit. (Ahonen 2017, 34,38.) Tavoitteena on ratkaista asiakkaan ongelma ja tuottaa hänelle sellaista arvoa, mistä hän on valmis maksamaan. Palvelumuotoilu soveltuu sekä uusien palveluiden suunnitteluun että olemassa olevien palveluiden kehittämiseen ja innovointiin. (Koivisto ym. 2019, 58.)

Linström, Nyberg, & Ylä-Anttila. (2006) osoittavat tutkimuksessaan, että palvelumuotoilua käyttäneet ja siihen panostaneet yritykset ovat pystyneet paremmin erottautumaan tuotteillaan tai palveluillaan kilpailijoista. Yritykset kokivat muotoilun vaikuttaneen positiivisesti myös brändin ja tuotemerkin tunnettavuuteen sekä palveluiden ja myynnin kasvuun. (Linström ym. 2006, 50.)

3.2 Palvelupaketti

Palvelupaketti on konkreettisista tai aineettomista palveluista koostuva kokonaisuus. Sen muodostavat perus- tai ydinpalvelut ja lisäpalvelut, jotka yksilöivät palvelun ja tekevät siitä kilpailukykyisen. (Grönroos 2015, 222.)

Organisaatioille myytävän palvelun tarkoitus on ratkaista tai lievittää jotakin asiakkaan ongelmaa. Ongelma ei aina ole negatiivinen vaan esimerkiksi toiminnan kasvaminen tai halu kehittää työntekijöiden hyvinvointia voi olla positiivinen ongelma, johon palveluntuottaja voi tarjota ratkaisua. Ongelman ratkaiseminen tuottaa arvoa asiakkaalle, ja palvelun tuottavalle yritykselle se tarjoaa mahdollisuutta myyntiin. Siksi ongelmaan liittyvien tekijöiden ymmärtäminen, sen määrittely ja siihen oikean ratkaisun tarjoaminen ovat tärkeässä asemassa. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 62–63.)

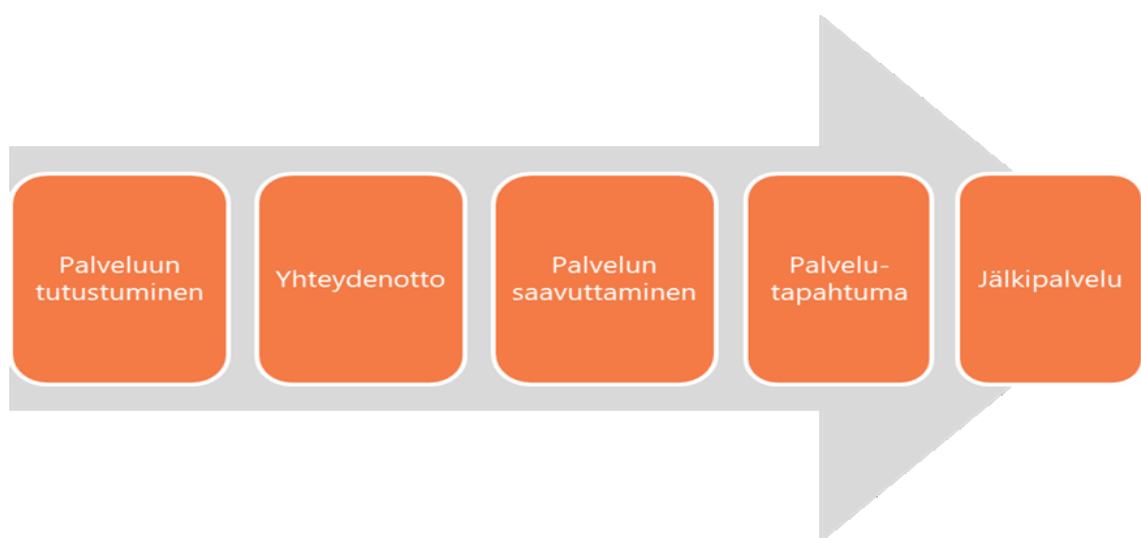
3.3 Palvelukokemus ja palvelupolku

Palvelukokemus muodostuu asiakkaan kokemuksista palvelun aikana. Asiakkaan saama kokemus määrittää, palaako asiakas käyttämään palvelua uudestaan. (Ahonen 2017, 35.) Palvelukokemus on aina subjektiivinen, ja asiakkaat voivat kokea saamansa palvelun hyvin eri tavoin. Hyvää palvelua voidaan kuvailla sanoilla saavutettava, sujuva, hyödyllinen, vuorovaikutuksellinen, toimiva, luotettava ja ammattitaitoinen. Onnistunut asiakaskokemus edellyttää, että palvelu on tasalaatuista kaikissa kohtaamispaikoissa. Hyvä palvelukokemus muodostuu asiakkaan aidosta huomioimisesta ja erinomainen palvelukokemus asiakkaan odotusten ylittämisestä. (Maijala 2016.) Lisäarvoa palveluun voidaan tuottaa lisäämällä asiakkaan saamaa ja kokema hyötyä (Tuulaniemi 2013, 38).

Palvelupolku on kuvaus asiakkaan kokemasta palvelukokonaisuudesta (Tuulaniemi 2013, 78). Palvelupolku muodostuu palvelutuokioista ja palvelun kontaktipisteistä. Kontaktipisteitä palvelutuokion sisällä ovat muun muassa ihmiset, ympäristö ja toimintatavat. Tutustumalla asiakkaan kulkemaan palvelupolkuun ja kohtaamispisteisiin, voidaan löytää kohtia, joita kehittämällä saadaan asiakaskokemusta parannettua (Koski 2018). Yritykset, jotka ovat ymmärtäneet syvällisesti asiakkaiden tarpeita ja asettaneet asiakkaan keskiöön kaikessa toiminnassaan sekä ovat tuottaneet erinomaisia asiakaskokemuksia ovat menestyneet parhaiten asiakkaan aikakaudella (Koivisto ym. 2019, 217).

Palvelupolun vaiheet voidaan jakaa esi-, ydin- ja jälkipalveluihin asiakkaalle muodostuvan arvon näkökulmasta. Esipalveluilla tarkoitetaan ennen varsinaisen palvelun käyttöä tapahtuvia kohtaamispisteitä, kuten palvelun varaamista. Ydinpalvelu on varsinainen palvelutapahtuma, johon sisältyy useita kohtaamispisteitä. Jälkipalvelulla tarkoitetaan palvelun jälkeen tapahtuvaa vuorovaikutusta, kuten asiakkaalta palautteen pyytämistä tai lupaa markkinointiin. (Ahonen 2017, 60–63.)

Tässä opinnäytetyössä hyvinvointipäivän palvelupolun palvelutuokiot ovat seuraavat: palveluun tutustuminen, yhteydenotto ja siihen liittyvä vuorovaikutus, palvelun saavuttaminen, varsinaisen palvelun käyttäminen ja jälkipalvelu (kuvio 3).



KUVIO 3. Palvelutuokiot hyvinvointipäiväpalvelun palvelupolulla (mukaillen Tuulaniemi 2013, 79)

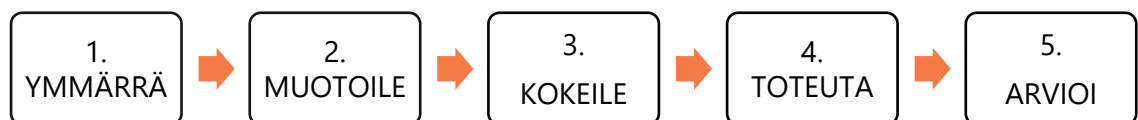
Asiantuntijapalvelun tuotteistaminen on haastavaa, sillä asiakkaat haluavat yksilöllisiä ja juuri heille räätälöityjä paketteja. Räätälöiminen vie paljon aikaa ja on tehotonta tuottaa. Liiallinen tuotteistaminen taas ei välttämättä vastaa asiakkaan tarpeita. Onkin tärkeää löytää tasapaino räätälöinnin ja vakioinnin välille. Hyvä keino on osallistaa asiakkaat ja henkilöstö palvelupaketin tuotteistamiseen, jolloin palvelupaketteja on helpompi suunnitella asiakkaiden todellisiin tarpeisiin. (Palvelujen tuotteistamisen käsikirja 2019.)

4 PALVELUMUOTOILUN PROSESSI JA TYÖKALUT

Tässä luvussa on kuvattu sosiaali- ja terveysalalle kehitetty palvelumuotoilun koko prosessi ja opinnäytetyön empiirisessä osassa käytetyt palvelumuotoilun työkalut. Palvelumuotoiluprosessi muodostuu toisiinsa systemaattisesti liittyvistä tapahtumista, jotka yhdessä muodostavat kokonaisuuden. Kokonaisuus alkaa toimeksiantajan tarpeesta ja päättyy, kun tarve on saavutettu. (Ahonen 2017, 38.)

Palvelumuotoiluprosessi perustuu asiakasymmärrykselle ja asiakkaan aitoihin kokemuksiin. Prosessiin ei ole yhtä oikeaa etenemistapaa, vaan sitä voidaan toteuttaa lukuisin eri tavoin ja eri työkaluja käyttäen. Palvelumuotoilu on luovaa ja kokonaisvaltaista toimintaa, jossa kaikki palveluun osallistuvat osapuolet otetaan mahdollisuuksien mukaan palvelun kehittämiseen. (Ahonen 2017, 53–54.) Tyyppillistä on myös iteratiivinen eteneminen eli työvaiheiden toistaminen ja tarvittaessa palaaminen takaisin edellisiin vaiheisiin. Kehittämistä jatketaan, kunnes saavutetaan haluttava, teknisesti toteutettavissa oleva ja taloudellisesti kannattava kaikkia osapuolia parhaiten palveleva ratkaisu (Koivisto ym. 2019, 38–39.)

Ahonen (2017, 73) on muokannut erityisesti sosiaali- ja terveysalalle soveltuvan palvelumuotoiluprosessin. Prosessin eteneminen kuvataan alla olevassa kuviossa 4. Koska toimeksiantaja toimii terveysalalla, on tässä opinnäytetyössä käytetty alla esitettyä Ahosen kehittämää palvelumuotoiluprosessia. Opinnäytetyön tarkoitus on hyvinvointipäiväkokonaisuuksien suunnittelu, joten kokeilun, toteuttamisen ja arvioinnin vaiheet eivät löydy empiirisestä osasta.



KUVIO 4. Palvelumuotoilun prosessin eteneminen sosiaali- ja terveysalalla (muokailen Ahonen 2017, 73).

4.1 Tarpeen määrittely ja kartoitus

Palvelumuotoiluprosessi aloitetaan tarpeen määrittelyllä sekä asiakasymmärryksen kartoituksella ja tutkimisella. Tämän vaiheen tarkoitus on kartoittaa ja saada syvälinen ymmärrys kaikkien osapuolten tarpeista, toiveista ja tavoitteista. Asiakasymmärryksen avulla palveluntuottaja pystyy tuottamaan asiakkaille juuri heidän tarpeitaan vastaavia palveluja ja saavuttamaan omat liiketaloudelliset tavoitteensa. (Ahonen 2017, 78.)

4.1.1 Projektin määrittely ja toimialan kartoitus

Aloituspalaverissa organisaatio, jolle palvelua suunnitellaan, määrittelee projektille tavoitteet, tarkoituksen ja joustavat raamit. Joustovaraa tarvitaan, sillä asiakasymmärryksen myötä suunnitelmia voidaan joutua tarkastamaan. On myös hyvä määrittellä budjetti sekä kriteerit ja mittarit onnistuneelle projektille. Ennen toimeksiannon aloittamista palvelumuotoilijan on hyvä varmistaa, että kaikilla osapuolilla on yhteinen ymmärrys projektista. (Tuulaniemi 2013, 132; Ahonen 2017, 79–80.) Visuaaliset materiaalit, kuten kuvat ja videot auttavat hahmottamaan aineetonta ja näkymätöntä palvelua (Tuulaniemi 2013, 25).

Aloituspalaverin jälkeen palvelumuotoilija tai suunnitteluryhmä perehtyvät kattavasti palvelua tuottavaan organisaatioon. He selvittävät esimerkiksi organisaation tulevaisuuden visiot, arvot, liiketoimintastrategian, markkina- ja kilpailutilanteen, nykyisen palvelutarjooman ja kohderyhmän, jolle palvelua ollaan suunnittelemassa. (Tuulaniemi 2013, 136.)

4.1.2 Benchmarking ja kilpailijoiden tarjonta

Benchmarkingissa omaa toimintaa verrataan toisten toimintaan. Ideana on oppia muilta ja kehittää omaa toimintaa. Benchmarkingin avulla voidaan välttää muiden tekemiä virheitä sekä tutustua markkinatarjontaan. Kun markkinoiden tarjonta on selvillä, on helpompi suunnitella muista erottuvia palveluja. Yritysten ko-

tisivut ovat helppo ja nopea tapa kartoittaa kilpailijoiden palvelutarjontaa sekä arvioida heidän toimintaansa. (Tuulaniemi 2013, 138–139.) Liiallista matkimista ja kilpailijoiden seuraamista ei kuitenkaan kannata tehdä, sillä se voi heikentää organisaation omaa kykyä luoda ja innovoida uutta. (Lindberg 2016, 188).

Kilpailijoita analysoimalla voidaan selvittää heidän vahvuuksiaan ja heikkouksiin sekä saatujen tietojen perusteella pyrkiä parantamaan ja säilyttämään oma asema markkinoilla. Kilpailijoiden analysointi aloitetaan määrittelemällä kilpailijat sekä mahdolliset potentiaaliset kilpailijat. Suorien kilpailijoiden lisäksi on hyvä tarkastella laajemmin mitkä palvelut voivat tarjota asiakkaalle vaihtoehtoja. (Lindberg 2016, 188–189.) Opinnäytetyössä ei tehty kilpailija-analyysiä, vaan kartoitettiin lähinnä kilpailijoiden tarjontaa valmiista hyvinvointipäiväkokonaisuuksista.

4.1.3 Asiakasymmärrys

Asiakasymmärryksen selvittäminen vaatii tiedonhankintaa. Asiakkaiden tarpeiden, odotusten ja tavoitteiden selvittäminen kuuluu oleellisena osana palvelumuotoiluprosessiin. Saadun asiakasymmärryksen avulla palvelut voidaan muotoilla loppukäyttäjää parhaiten palveleviksi ja lisäarvoa tuottaviksi. Palvelumuotoilun työmenetelmien avulla pyritään huomioimaan myös ihmisten tiedostamattomat tarpeet ja vastaamaan niihin. (Tuulaniemi 2013, 142; Ahonen 2017, 51.)

Palvelumuotoilussa tiedonhankintaan on todettu sopivan laadulliset tutkimusmenetelmät, sillä niiden avulla pystytään parhaiten selvittämään asiakkaiden todelliset tarpeet ja toiveet. (Tuulaniemi 2013, 142–143.) Laadullisen tutkimuksen avulla pyritään ymmärtämään syvällisesti ilmiötä ja samalla kuvaamaan ja ymmärtämään sitä (Kananen 2017, 35). Laadullista tutkimusta voidaan tehdä useilla eri aineistonkeruumenetelmillä, joista yleisimpiä ovat haastattelu, kysely, havainnointi ja tiedon kerääminen dokumenteista. Aineistonkeruumenetelmä valitaan tutkittavan ongelman ja resurssien mukaan. Menetelmiä voidaan käyttää yksin tai yhdistellen. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 83.) Opinnäytetyön empiirisessä osassa on kuvattu teemahaastattelut, joilla on selvitetty asiakkaiden työhyvinvoinnin haasteita ja tarpeita sekä hyvinvointipäivien sisältötoiveita.

Tutkimusongelmasta johdetut tutkimuskysymykset auttavat ymmärtämään mihin ongelmaan vastausta haetaan. Näiden kysymysten lisäksi on erikseen tutkittaville esitettävät kysymykset, joilla haetaan tietoa tutkimuskysymysten ratkaisemiseksi. Kysymykset jaetaan avoimiin -ja strukturoituihin kysymyksiin. Laadullisessa tutkimuksessa käytetään pääosin avoimia kysymyksiä, sillä ne tarjoavat laajempia ja kattavampia vastauksia. Tutkijan tavoitteena on saada tutkittava kertomaan aiheesta mahdollisimman laajasti. (Kananen 2017, 43.)

4.2 Teemahaastattelu

Teemahaastattelussa tutkija ja haastateltava keskustelevat etukäteen määritellyistä aiheista eli teemoista. Kysymykset määräytyvät tutkimusongelman mukaan ja saatujen vastausten perusteella pyritään muodostamaan kokonaiskuva tutkitavasta ilmiöstä. Luottamuksellinen ilmapiiri ja tutkijan oman kiinnostuksen osoittaminen tutkimusta kohtaan kannustavat haastateltavaa avoimuuteen. (Kananen 2017, 90–91.) Haastattelun etuna on mahdollisuus toistaa tai tarkentaa kysymyksiä sekä esittää haastateltavalle lisäkysymyksiä aiheesta. Tavoitteena on saada mahdollisimman paljon tietoa aiheesta, joten haastateltaviksi kannattaa valita henkilöt, joilla on tietoa ja kokemusta tutkittavasta aiheesta ja ilmiöstä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 85–86.)

4.3 Laadullisen tutkimuksen analysointivaihe

Laadulliselle tutkimukselle ominaista on, että analyysiä tehdään koko tutkimusprosessin ajan. Aineiston keräämistä jatketaan niin kauan, että tutkimusongelmaan löydetään vastaus. (Kananen 2017, 35.) Tutkija Timo Laine Jyväskylän yliopistosta on kuvannut laadullisen tutkimuksen analysoinnin rungon. Tuomi ja Sarajärvi (2018, 104) esittävät sen kirjassaan seuraavasti: ensimmäiseksi päätetään mikä kerätyssä aineistossa kiinnostaa ja unohdetaan muut asiat. Käydään aineistot läpi, erotetaan ja merkitään asiat, joita on päätetty tutkia. Sen jälkeen aineisto luokitellaan ja teemoitetaan kategorioihin sekä kirjoitetaan yhteenveto. Ennen analysointia on aineistoon perehdyttävä huolellisesti ja löydettävä siitä olennainen tieto (Kananen 2017, 136). Sisällönanalyysi on yksi tapa analysoida

kerättyä aineistoa ja sen avulla pyritään muodostamaan kuvaus tutkittavasta ilmiöstä ja järjestämään aineisto johtopäätöksiä varten. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 117.)

4.4 Muotoilu

Muotoiluvaihe koostuu strategian lopullisesta hienosäädöstä, palvelun ideoinnista ja konseptoinnista. Tässä vaiheessa organisaatio tarkastaa prosessin alussa luodun strategian päivitystarpeen saadun tiedon ja ymmärryksen perusteella. Ideointivaiheessa luodaan mahdollisimman paljon ideoita, joista parhaimmat päätyvät toimintamalliksi eli konseptiksi. (Ahonen 2017, 86–88.)

4.4.1 Strategian muotoilu, ideointi ja konseptointi

Strategian lopullisen tarkastuksen lisäksi mietitään yrityksen liiketoiminnallisia ratkaisuja, kuten käytännön toteutusta, yhteistyökumppaneja ja palvelun kohdeyhmää. Luotu strategia määrittelee sen mitä lähdetään kehittämään ja mikä on yrityksen arvolupaus asiakkaalle. (Ahonen 2017, 86.) Yrityksen on valittava strategia, jolla se lähtee toteuttamaan palvelua. Pääosin yritykset käyttävät kuitenkin samaa brändinsä mukaista kilpailustrategiaa kaikissa palveluissaan. (Tuulaniemi 2013, 176).

Strategian muotoilussa Business Model Canvas on visuaalinen työkalu, jonka avulla voidaan kehittää ja ideoida yrityksen liiketoimintamallia ketterästi. Mallin esitteli ensimmäisenä Alexander Osterwalder vuonna 2008. Business Model Canvas on taulukko, joka on jaettu yleisimmin yhdeksään osaan. Osat jakautuvat kumppanuuksiin, ydinprosesseihin, arvolupaukseen, asiakassuhteisiin, asiakassegmenttiin, jakelukanaviin, kulurakenteeseen ja ansaintamalliin. Täydentämällä osat saadaan aikaiseksi pienimuotoinen liiketoimintasuunnitelma. (Onnistu yrittäjänä 2019.)

Kuvassa 1 on esimerkki Business Model Canvas taulukoista.

The Business Model Canvas					Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
Key Partners Who are our Key Partners? Which Key Resources do we acquire from partners? Which Key Activities do partners perform? Channels Revenue Customer Relationships Customer Segments	Key Activities What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channel? Customer Relationship? Revenue Stream? Channels Revenue Customer Relationships Customer Segments	Value Propositions What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we going to solve? Which bundles of products and services are we offering to solve Customer Segment's problem? Which Customer needs are we satisfying? Channels Revenue Customer Relationships Customer Segments	Customer Relationships What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which value are we delivering? How are they integrated with the rest of our Business Model? How costly are they? Channels Revenue Customer Relationships Customer Segments	Customer Segments For whom are we creating value? Who are our most important customers? How many? How diverse? How geographically dispersed? How do they behave?				
			Key Resources What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channel? Customer Relationship? Channels Revenue Customer Relationships Customer Segments	Channels Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How do we reach them today? How do we reach them tomorrow? Which are the most cost-effective? How are we integrating them with customer outreach? Channels Revenue Customer Relationships Customer Segments				
Cost Structure What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? Channels Revenue Customer Relationships Customer Segments			Revenue Streams For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How do they currently interact? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? Channels Revenue Customer Relationships Customer Segments					

DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
The leaders of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer
strategyzer.com

KUVA 1. Business Model Canvas taulukko (Innokylä 2019)

Strategian valmistuttua on ideoinnin vuoro. Palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen pyritään luomaan paljon erilaisia ideoita, joista karsimalla jäljelle jäävät lopulta toimivimmat, potentiaalisimmat ja eniten asiakkaille arvoa tuottavat ideat. (Koski 2018.) Ratkaisua työstetään niin kauan, kunnes se on kaikkien osapuolten kannalta paras mahdollinen (Ahonen 2017, 86).

Työpaja on hyvä tapa ideoida ja luoda yhteinen ymmärrys tarpeesta sekä asettaa raamit projektille (Ahonen 2017, 81). Palvelumuotoilija valitsee työpajaan ja tilanteeseen parhaiten soveltuvan ideointitekniikan. Visuaalinen esittäminen helpottaa asioiden hahmottamista ja ideointia. Työkaluiksi sopivat esimerkiksi mind map ja post-it laput. (Stickdorn & Schneider 2019, 180.) Työpajan ympäristön virikkeellisyys ja toisaalta rauhallisuus on huomioitava paikkaa valitessa. Virvokkeet ja tauot auttavat pitämään ajatukset kirkkaina ja energiatasot korkealla. (Tuulaniemi 2013, 190–191.) Ideat eivät synny välttämättä hetkessä, sillä luovuus ja ideointi vaativat aikaa ja sopivan ympäristön. Usein parhaat ideat syntyvät

vasta deadline lähestyessä. Ideoinnille onkin hyvä laatia aikataulu, joka viimeistään varmistaa ideoiden syntymisen. (Tuulaniemi 2013, 184–185.)

Konseptointivaiheessa kaiken hankitun tiedon ja ymmärryksen perusteella laaditaan toteuttamiskelpoinen malli tai luonnos palvelusta. Konseptiin päätyvät parhaat ideat, joissa on huomioitu asiakkaan tarpeet sekä palvelun tuottajan toiveet ja visiot. Konseptointivaiheessa palvelusta on selvillä suuri kuva, mutta sen yksityiskohdat vaativat vielä tarkennusta. Konseptin eli toimintamallin on tarkoitus kuvata syntyneitä ratkaisua mahdollisimman selkeästi. (Tuulaniemi 2013, 191.) Ahonen (2017) on laatinut konseptin viitekehysmallin (kuvio 6), joka vastaa täydennettynä kysymyksiin mitä, kenelle, miksi ja miten (Ahonen 2017, 93). Palvelumuotoilija esittelee toimeksiantajalle luonnoksen palvelusta ja siitä, miten palvelua voidaan kehittää edelleen eteenpäin (Maijala 2018).



KUVIO 6. Konseptin viitekehysmalli (mukaillen Ahonen 2017, 93)

4.4.2 Service Blueprint-palvelumalli

Blueprint-palvelumalli on tapa määritellä visuaalisen prosessikaavion avulla palveluprosessin kaikki yksityiskohdat. Sitä voidaan käyttää apuna uusien tai olemassa olevien palvelujen kehittämisessä ja palvelun tuotantomallin kuvaamisessa. Kaaviossa kuvataan tarkasti asiakkaan kulkema reitti eli palvelupolku sekä asiakkaan, palveluntarjoajan ja muiden osapuolten kohtaamispisteet. Kaavio kuvataan kronologisessa järjestyksessä ja se jaetaan asiakkaalle näkyvään ja näkymättömään osaan. Asiakkaalle näkymättömässä osassa kuvataan taustalla tapahtuvat toiminnot ja näkyvässä osassa kuvataan asiakkaan ja palveluntuottajan kohtaamispisteet. Opinnäytetyön liitteenä on hyvinvointipäiville luotu Service Blueprint-palvelumalli (liite 4). Mallin avulla voidaan helposti hahmottaa kaikki kosketuspisteet ja tuottaa asiakkaalle yhtenäinen palvelukokemus kaikissa kohtaamispisteissä. (Tuulaniemi 2013, 212–213; Stickdorn & Schneider 2019, 204.)

4.5 Kokeilu

Kokeiluvaiheessa valmistetaan palvelusta 1. koeversio eli *prototyyppi*, jota testataan yhdessä asiakkaiden kanssa. Tavoitteena on arvioida tuotteen toimivuutta, toimimattomia osia, kiinnostavuutta ja haluttavuutta. Asiakkailta saatujen palautteiden ja henkilökunnan kokemusten perusteella palvelua kehitetään edelleen, niin kauan kunnes siihen ollaan tyytyväisiä. Prototyyppien luominen ja testaaminen mahdollisimman varhaisessa vaiheessa auttaa havaitsemaan virheet ja mahdollistaa palvelun täydentämisen asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden mukaan. (Tuulaniemi 2013, 196–197; Ahonen 2017, 96–98.)

4.6 Toteutus ja palvelun lanseeraus

Toteutusvaiheessa konsepti tarkennetaan lopulliseksi tuotteeksi ja lanseerataan asiakkaille. Organisaatio vertaa luotua konseptia alkuperäisiin tavoitteisiin ja tekee tarvittaessa viimeiset viilaukset. Ennen toteutusta tarkastellaan vielä prosessien toimivuus ja liiketoiminnalliset ratkaisut, sillä lanseerauksen jälkeen muutosten tekeminen on vaikeampaa ja kalliimpaa. (Ahonen 2017, 102.)

Lanseerauksessa markkinakelpoinen uusi tai paranneltu tuote julkistetaan ja esitellään suunnitellulle kohderyhmälle. Lanseeraus sisältää ulkoisten toimenpiteiden lisäksi myös yrityksen sisäisiä toimenpiteitä, kuten henkilöstön motivoimisen ja tukemisen. (Ahonen 2017, 103.)

4.7 Arviointi

Palvelun arvioinnilla varmistetaan, että palvelutuote on kilpailukykyinen ja asiakkaiden tarpeita vastaava. Yleisesti koetaan, että palvelumuotoilun tuloksia on vaikea mitata. Asiakastyytyväisyyden mittaaminen on helppo tapa selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä palveluun. Palveluntarjoaja voi käyttää mittareina liikevaihdon kasvua, tunnettavuuden lisääntymistä ja asiakkuuksien kasvua. Vaikuttavuutta voidaan kuitenkin arvioida esimerkiksi palveluprosessin kustannusten pienenemisenä tai markkinoiden laajenemisena. (Tuulaniemi 2013, 241–242; Ahonen 2017, 104.)

5 HYVINVOINTIPÄIVIEN MUOTOILU

Tässä luvussa kuvataan hyvinvointipäivien suunnittelussa käytetyt muotoiluprosessin vaiheet, joita olen esitellyt edellisessä kappaleessa. Muotoiluvaihe on toteutettu konseptivaiheeseen asti, mutta hyvinvointipäivien testaus ja toteutusvaihe jäävät kokonaisuudessaan toimeksiantajan tehtäväksi.

5.1 Toimeksiantajan esittely

Tullinkulman Työterveys Oy on palvellut yrityksiä vuodesta 1975 lähtien. Vuonna 2018 toiminnan laajentuessa lääkärikeskuspalveluihin se otti käyttöön markkinointinimi Pirten, jota käytän tässä työssäni. Pirten omistavat Tampereen kaupunki ja Pirkanmaan sairaanhoitopiiri. Yrityksen päätoimipaikka on Ratinan kaupakeskuksessa, ja lisäksi sillä on seitsemän pienempää toimipistettä Pirkanmaan alueella. Toiminta jakautuu kolmeen osaan: työterveyspalveluihin, lääkärikeskukseen ja hyvinvointipalveluihin. (Pirte 2019.)

Vuonna 2018 Pirten liikevaihto oli 19,3 miljoonaa euroa (Finder 2019). Pirtellä on palveluksessaan kattava joukko eri alojen asiantuntijoita, joiden osaamista voidaan hyödyntää hyvinvointipalvelujen tuottamisessa. Pirten hyvinvointipalvelut käsittävät tällä hetkellä pääasiassa hyvinvointiluentoja, mittauksia ja tilauksesta räätälöityjä tapahtumia. (Lahdenkauppi 2019.) Valmiit hyvinvointipäiväpalvelupaketit tulevat olemaan uusi tuote Pirten valikoimassa.

5.2 Toimintaympäristön tarkastelu

Saadakseni käsityksen hyvinvointipäivien tarjonnasta tarkastelin Pirkanmaan alueella toimivia kilpailijoita ja heidän tarjontaansa. Tampereella toimii Pirten lisäksi kuusi isoa työterveyspalveluiden tuottajaa (Finder 2019), joiden hyvinvointipäivätarjontaa tutkin yritysten kotisivuilta. Muodostin käsityksen edellä mainittujen kuuden yrityksen hyvinvointipäivätarjonnasta heidän kotisivujensa perusteella. Mehiläinen oli ainoa työterveys – ja lääkäripalveluja tarjoava yritys, jonka

kotisivuilta löytyi Tampereella toteutettavia valmiita hyvinvointipäiväkokonaisuuksia (Mehiläinen 2019). Kotisivujensa mukaan Heltti tarjoaa valmennuksia, testejä ja erilaisia luentoja (Heltti 2019). Lääkärikeskus Aava tarjoaa kattavia hyvinvointipalveluja, mutta ne ovat pelkästään yksilöille suunnattuja (Lääkärikeskus Aava 2019). Finla, Pihlajalinna ja Terveystalo räätälöivät ryhmille asiakkaan toiveiden mukaisia tapahtumia (Finla 2019; Pihlajalinna 2019; Terveystalo 2019).

Tämän jälkeen tutkin muiden hyvinvointipalveluja tarjoavien yritysten palvelutarjontaa. Verkkosivujen perusteella Tampereella hyvinvointipäiväkokonaisuuksia tarjoavat Varalan urheiluopisto, Voltti Tapahtumatuotanto ja UKK terveyspalvelut Oy. (UKK Terveyspalvelut 2019; Varalan urheiluopisto 2019; Voltti Tapahtumatuotanto 2019). Alkuperäisen suunnitelman mukaan tarkoitukseni oli tutustua myös muiden koti- ja ulkomaisten yritysten – mukaan lukien elämyspalveluyritykset – hyvinvointipalvelupaketteihin ja hakea sisältöideoita, mutta neuvotteluissa toimeksiantajan kanssa sovittiin, että hyvinvointipäivät rakennetaan pääosin teemahaastatteluissa ilmenneiden tarpeiden pohjalta. Lisäksi päädyttiin hyödyntämään mahdollisimman paljon Pirten omaa henkilökuntaa hyvinvointipäivän ohjelmasisältöjen toteuttajina. Käytettäessä ulkopuolisia palveluntarjoajia on yhtenäisen palvelun laadun varmistaminen vaikeampaa. Onkin tärkeää varmistaa etukäteen palvelun tarkka sisältö ja laatu sekä tutustua palveluntarjoajaan. Ulkopuolisten palveluntarjoajien tuottamaa sisältöä voidaan lisätä myöhemmin, kun hyvinvointipäivien kysyntää on testattu valmiilla kokonaisuudella.

5.3 Tutkimuksen toteutus

Palvelumuotoilussa asiakasymmärrys ja asiakkaiden todellisten tarpeiden selvittäminen mahdollistaa oikeanlaisten palveluiden kehittämisen (Koivisto ym. 2019, 50). Haastattelujen avulla selvitettiin yritysten työhyvinvoinnin tilaa, haasteita, tarpeita ja sitä minkälainen hyvinvointipäivien sisältö palvelisi parhaiten ja paljonko yritykset olisivat valmiita käyttämään siihen aikaa ja rahaa. Kysymysrunko eteni taustatiedoista ja työhyvinvointiin johdattelevan kysymyksen kautta organisaation hyvinvoinnin nykytilaan. Rajauksen helpottamiseksi hyvinvointipäivän sisältötoivomuksia selvitettiin kahdella erilaisella kysymyksellä. Ensimmäiseksi kysyttiin

minkälainen hyvinvointipäivänsisältö palvelisi parhaiten ja seuraavaksi mikä sisältö ei olisi hyödyllistä ja sopivaa. Aineistonkeruumenetelmäksi valittiin teema-haastattelu, sillä sen avulla oli mahdollista saada laaja-alaisempia vastauksia ja esittää haastateltaville tarkentavia jatkokysymyksiä (Kananen 2015, 148). Haastattelussa pyrittiin selvittämään työhyvinvoinnin haasteita ja ilmiötä, ja tekemään niiden perusteella johtopäätöksiä hyvinvointipäivien sisällöstä.

Tutkimusryhmään valittiin parikymmentä Pirten työterveyshuollon asiakasta eri toimialueilta ja erikokoisista yrityksistä. Näin saatiin selvitettyä mahdollisimman kattavasti erilaisten yritysten toiveita ja tarpeita. Tutkimusryhmälle lähetettiin sähköpostitse tietoa tutkimuksesta (liite 5), pyydettiin osallistumaan teemahaastatteluun ja Pirten hyvinvointipalveluiden kehittämiseen. Seitsemän henkilöä vastasi ja oli kiinnostunut osallistumaan haastatteluun. Heidät haastateltiin kesäkuun 2019 aikana ennalta sovittuna ajankohtana. Viisi haastateltavista oli naisia ja kaksi miestä. Viisi haastattelua tehtiin haastateltavien työpaikalla, yksi puhelimitse ja yksi sähköpostitse. Yhtä haastattelua varten tarvittiin tutkimuslupa.

Haastattelun aluksi esittelin itseni ja kerroin, mikä on haastattelun tarkoitus. Haastateltavilta kysyttiin lupa haastattelun nauhoitukseen ja heille kerrottiin, että nauhoite tulee vain haastattelijan käyttöön. Heille kerrottiin myös, että heitä tai heidän edustamaansa yritystä ei voida tunnistaa tuloksista ja tuloksia käsitellään anonymisti ja luottamuksellisesti. Haastattelujen kesto vaihteli 20 minuutista 39 minuuttiin. Haastateltavat toimivat yrityksissä seuraavissa tehtävissä: kehittämisspäällikkö, työsuojeluvaltuutettu/hyvinvointipäällikkö, työhyvinvointipäällikkö, toimistopäällikkö, toimistosihteeri, henkilöstösuunnittelija ja HR Business Partner, joten kaikilla oli hyvä käsitys työpaikan hyvinvoinnin tilasta ja tarpeista. Yritykset edustivat viittä eri toimialaa, jotka olivat sosiaali- ja terveydenhuoltoala, palveluala, ympäristöala, logistiikka-ala, pelastussala ja ICT-ala. Yritysten henkilöstömäärät vaihtelivat noin sadan hengen yrityksistä usean tuhannen hengen yrityksiin.

Tuomi ja Sarajärvi (2018, 85–86) suosittelivat lähettämään käsiteltävät teemat haastateltaville etukäteen, joten teemahaastattelun kysymysrunko toimitettiin sähköpostitse ennen haastatteluja haastateltaville. Näin haastateltavat pystyivät valmistautumaan haastatteluun etukäteen ja pohtimaan kysymyksiä laajemmin.

Haastateltavat kertoivat avoimesti yritysten haasteista ja tarpeista. Haastattelun aikana tehtiin tarkentavia kysymyksiä haastateltaville. Teemahaastattelun kysymysrunko on opinnäytetyön liitteenä (liite 1). Haastattelun jälkeen nauhoitetut haastattelut litteroitiin eli kirjoitettiin puhtaaksi.

Etukäteen oli suunniteltu kattoteemat, joiden alle etsittiin haastatteluaineistoista samankaltaisuuksia. Teemat olivat: 1) Työhyvinvoinnin haasteet, 2) Hyvinvointipäivän resurssit ja 3) Hyvinvointipäivän sisältö. Teemojen avulla pyrittiin selvittämään yritysten tämänhetkisiä haasteita työhyvinvoinnissa, käytettävissä olevia resursseja ja toiveita hyvinvointipäivän sisältöön. Aineiston analysoinnin tulisi olla mahdollisimman läpinäkyvää ja perusteltua, jolloin tutkimuksen luotettavuus kasvaa (KvaliMOTV 2019). Teemahaastatteluiden aineistosta kerättiin suoria lainauksia todentamaan tehtyjä johtopäätöksiä (liite 2).

5.4 Teemahaastatteluiden tulokset

Tutkimustulokset osoittivat, että perusasiat kuten ergonomia, kattava työterveys ja omaehtoisen liikunnan tukeminen olivat huomioituna hyvin yrityksissä. Työelämän jatkuvat muutokset kuormittavat työntekijöitä ja suurimpina työhyvinvoinnin haasteina nousivat esiin työntekijöiden henkinen jaksaminen, elämänhallinta ja johtamisen haasteet.

Työntekijöiden jaksamiseen vaikuttavia tekijöitä olivat jatkuvat muutokset, aika-tilapaineet, vuorotyön rasittavuus ja työkuorma. Kysyttäessä työhyvinvoinnin parannusehdotuksia nousi esiin tarve esimiesten kouluttamiselle ja tukemiselle. Esimiehille kaivattiin lisää valmiuksia muun muassa työntekijöiden tukemiseen, muutosjohtamiseen ja työkyvyn alenemisen tunnistamiseen. Tarve myös matalankynnyksen psykologin palveluille nousi vahvasti esiin. Työnantajat kokivat, että työntekijöiden kynnys käyttää psykologin palveluja on korkea, vaikka palvelu työterveyssovimukseen kuuluisikin.

Hyvinvointipäivän toivottiin palvelevan työyhteisön lisäksi myös työntekijöitä yksilötasolla ja antavan heille työkaluja työn lisäksi koko elämänhallintaan. Pelkkä

valistustyylinen luento tai liian rankka fyysinen ponnistelu koettiin sellaiseksi sisällöksi, jota ei haluta hyvinvointipäivään. Työnantajien toiveena oli myös, että päivällä olisi joku muukin merkitys, kuin pelkkä yhdessäolo ja hauskanpito. Hyvinvointipäivän toivottiin sisältävän aina myös asiaa, kevyttä kaikille sopivaa liikumista ja kivaa yhdessä tekemistä. Asiaosuudelta kaivattiin työkaluja palautumiseen, työssä jaksamiseen ja arjen hallintaan.

Haasteena hyvinvointipäivän järjestämiseksi koettiin työpaikalta irrottautuminen. Vuorotyö, pitkät aukioloajat ja haluttomuus sulkea normaalia aikaisemmin vaikeuttavat hyvinvointipäivien järjestämistä. Viikonloppuisin ja omalla ajalla työntekijät eivät ole halukkaita osallistumaan työnantajan järjestämiin tapahtumiin. Työnantajat kokivat tärkeäksi, että kaikki pääsisivät osallistumaan ja työkaverit oppisivat tuntemaan toisiaan myös työn ulkopuolella. Noin neljätuntinen hyvinvointipäivä koettiin helpommaksi järjestää. Mieluummin haluttiin järjestää lyhyempiä hyvinvointipäiviä useammin kuin koko päivän kestäviä. Tästä syystä kaikki opinnäytetyötä varten muotoillut hyvinvointipäivät on suunniteltu noin neljä tuntia kestäviksi.

Haastateltavilta kysyttiin lopuksi, mitä he ajattelisivat ”laajennetusta” hyvinvointipäivästä, jossa päivän teemaa jatkettaisiin vielä varsinaisen päivän jälkeen etätehtävillä? He pitivät ajatusta erittäin hyvänä ja totesivat sen tuovan lisäarvoa palvelulle.

Hyvinvointipäivään varattu budjetti vaihteli viidenkymmenen euron ja määrittelemättömän välillä/henkilö/vuosi. Tiimin esimiehellä on suuri päätäntävalta päivän järjestelyissä, mutta myös henkilökunnan toiveita haluttiin kuunnella ja ottaa huomioon. Suunnitelmallista hyvinvoinnin johtamista oli isoimmissa yrityksissä, mutta myös pienemmät yritykset olivat ainakin ajatuksen tasolla päättäneet panostaa työhyvinvoinnin kehittämiseen ja suunnitelmallisempaan toimintaan.

5.5 Strategia ja ideointi työpajassa

Harjoitteluni aikana minulle oli muodostunut hyvä kuva Pirten hyvinvointipalveluista ja niiden kehittämistarpeesta. Haastatteleamalla työhyvinvointipalveluiden

johtajaa täydensin tietojani Pirten olemassa olevista resursseista ja tavoitteista hyvinvointipäiviin liittyen, sillä projektin rajaaminen, tavoitteiden asettaminen ja yhteisymmärrys luovat edellytykset onnistuneelle projektille (Koivisto ym. 2019, 64). Muotoilimme strategiaa ja tarkensimme yhteistä visiota hyvinvointipäivistä suunnittelemassani työpajassa kesäkuussa 2019.

Palvelumuotoilulle ominaista on yhteiskehittäminen (Koivisto 2019 ym.,40). Tästäkin tapauksessa Pirten henkilökunta otettiin mukaan hyvinvointipäivien kehittämiseen. Esittelin Powerpoint-esityksen avulla alustavasti saamiani tutkimustuloksia ja peillasimme niitä henkilökunnan kokemuksiin sekä ideoimme yhdessä hyvinvointipäivien sisältöä. Mukana pajassa olivat hyvinvointipalveluiden johtaja, työpsykologi, myyntineuvottelija ja markkinoinnin ja viestinnän asiantuntija.

Päätimme, että lähtökohdat uusien hyvinvointipäivien suunnittelussa olivat:

1. Hyödynnetään omia asiantuntijoita sisällöissä mahdollisimman paljon.
2. Hyödynnetään olemassa olevia resursseja.
3. Käytetään viihdesisältöihin ulkopuolisia palveluntuottajia.
4. Huomioidaan sisällöissä useampaa työhyvinvoinnin osa-aluetta.
5. Hyvinvointipäivän tulee palvella sekä työyhteisöä että yksilöä.
6. Hyvinvointipäivän tulisi erottua jollain tavalla kilpailijoiden tuotteista.

Hyvinvointipäivien järjestämiseksi tarvitaan henkilökunnan lisäksi tila. Pirtellä on Ratinassa liikuntasali ja erikokoisia kokoustiloja, joissa on mahdollista järjestää hyvinvointipäiviä. Pirtellä on mahdollisuus myös vuokrata erikokoisia tiloja yhteistyökumppani Kauppi Sport Centeriltä. Kahvi- tai ruokatarjoilua ei haluttu automaattisesti sisällyttää paketteihin, sillä se nostaisi palvelun myyntihintaa ja aiheuttaisi lisäjärjestelyjä. Ne voivat olla lisäpalvelu, joka räätälöidään erikseen yritysten toivomuksen mukaan.

Business Model Canvas kuvaa, miten organisaatio luo arvoa ja miten se mahdollistaa arvon muodostumisen asiakkaille (Tuulaniemi 2013, 177). Käytimme sitä työpajassa työkaluna liiketoimintamallin suunnittelussa (liite 3). Sen avulla saimme havainnollistettua, miten Pirte luo ja mahdollistaa arvon muodostumisen palvelun käyttäjille.

Business Model Canvas-taulukkoon nimesimme hyvinvointipäivien tärkeimmiksi yhteistyökumppaneiksi tiloja vuokraavan Kauppi Sport Centerin ja älysormuksia toimittavan Vigoferen. Lisäksi huomiotiin ohjelmapalveluja tarjoavat yritykset sekä ravintoloitsijat mahdollisia kahvituksia ja ruokailuja varten. Pirtellä on toimipiste Kauppi Sport Centerin tiloissa Kuntokadulla ja keskuksen uudet käytännölliset tilat mahdollistavat ryhmätoiminnan ja erilaisten aktiviteettien järjestämisen. Moodmetric-mittausta markkinoivan Vigofere Oy:n kanssa on käyty neuvotteluja älysormuksen vuokraamisesta, sillä niiden hankintakustannus on melko korkea. (Lahdenkauppi 2019.) Kartoitin alustavasti muutamia ohjelmapalveluja tarjoavia yrityksiä viihteellistä sisältöä varten. Heistä suunnittelemiini hyvinvointipäiviin valikoitui mukaan stand up -koomikko. Naurujoogayrittäjä ja Fatbike-vuokraamo karsiutuivat tällä kertaa.

Ydinprosessit-osiossa määritellään prosessit, joita tarvitaan hyvinvointipäivien toteutumiseksi (Tuulaniemi 2013, 179). Hyvinvointipäivät vaativat sujuvan palvelu- ja myyntiprosessin sekä tehokkaan markkinoinnin. Hyvinvointipäivien toteutus vaatii erilaisia resursseja, kuten henkilöstö-, tila-, varausjärjestelmä- ja mainosresursseja. Merkittävimmät palvelun tuottamisesta aiheutuvia kustannukset tuodaan esille kulurakennesiossa (Tuulaniemi 2013, 180). Niitä ovat henkilöstökulut, organisaatiokulut, ohjelmapalveluista aiheutuvat kulut ja mahdolliset tarvikkeet.

Arvolupausosiossa määritellään, mikä on se arvo, jonka palvelu tuottaa asiakkaalle ja minkä asiakkaan ongelman palvelu tulee ratkaisemaan (Tuulaniemi 2013, 178). Hyvinvointipäivän tarkoitus on tarjota asiakkaille työkaluja parempaan kokonaisvaltaiseen työhyvinvointiin. Arvoa asiakkaalle muodostavat helppo järjestettävyyttä, asiantuntijasisältö, mahdollisuus räätälöintiin ja yhtä päivää kattavammat kokonaisuudet.

Asiakassuhteissa listataan, millaista suhdetta asiakkaat odottavat palvelua tuottavalta organisaatiolta (Tuulaniemi 2013, 179). Työterveyspalveluita tuottavalta organisaatiolta odotetaan kattavia hyvinvointipäiväkokonaisuuksia, joissa on vahva asiantuntijasisältö. Organisaatioiden lisäksi niiden tulisi palvella myös yksilöitä.

Jakelukanavat kertovat, miten asiakkaat haluavat tulla saavutetuiksi (Tuulaniemi 2013, 178). Kattavasti tietoa sisältävät verkkosivut, sosiaalisen median kanavat ja asiakaskirje ovat jo Pirtellä käytössä. Palveluesite ja erilaiset asiakastapahtumat voisivat olla myös hyvä tapa lähestyä asiakkaita.

Asiakassegmentti määrittelee, kenelle palvelun avulla luodaan arvoa ja ketkä ovat tavoittelemiamme asiakkaita (Tuulaniemi 2013, 178). Valmiit hyvinvointipäiväkokonaisuudet helpottavat työhyvinvoinnista vastaavien henkilöiden työtä, sillä koko palvelupaketin voi ostaa samasta paikasta. Luentovaihtoehdot tarjoavat mahdollisuuden valita yritykselle parhaiten sopiva vaihtoehto. Asiakkaita voivat olla kaikki Pirkanmaan alueen yritykset, mutta aluksi ensisijaisesti työterveyshuollon asiakkaat.

Ansaintamalli määrittelee, mitkä ovat niitä asioita, joista asiakas on valmis maksamaan (Tuulaniemi 2013, 179). Hyvinvointipäiväpaketissa asiakkaat ovat valmiita maksamaan helppoudesta, valmiista palvelupaketista, tarpeita vastaavasta sisällöstä, elämyksistä, keskeisestä sijainnista sekä asiantuntijasisällöstä.

5.6 Muotoiluvaihe

Palvelun kehittämisessä tulee huomioida käyttäjien tarpeiden lisäksi tekninen toteutettavuus ja palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet (Koivisto ym. 2019, 51). Muotoilun lähtökohtana olivat Pirten asettamat raamit, jotka olimme määrittelleet yhteisessä työpajassa. Lisäksi teemahaastatteluissa esiin nousseet asiakkaiden todelliset tarpeet ja toiveet huomioitiin hyvinvointipäivien sisältöä muotoillessa.

Hyvinvointipäivistä luotiin helposti järjestettäviä ja kustannuksiltaan maltillisia. Vaikka lähtökohtana oli, että viihteelliset ohjelmopalvelut ostetaan ulkopuoliselta palveluntarjoajalta, selvisi opinnäytetyön aikana, että Pirten työterveyshoitaja oli suunnitellut ja järjestänyt kertaalleen Selviytyjät-tyyppisen leikkimielisen kisailun asiakasyritykselle. Kisailusta oli pidetty ja siihen oli jo olemassa rekvisiitta ja valmis toimintamalli, joten sitä hyödynnettiin yhden päivän sisältönä. Pirten oman

henkilökunnan osaamista hyödynnettiin kaikissa hyvinvointipäiväpaketeissa ja ulkopuolisia ohjelmalveluja tarvittiin vain stand up -esitystä varten.

Koska kaikki päivät olivat puolen päivän mittaisia, oli järkevää suunnitella ne toteutettavaksi ilman paikan vaihdosta. Jos Selviytyjät-kisailu järjestettäisiin Hatanpään arboretumissa, siihen tulisi luonnollisesti siirtyminen. Koska henkinen hyvinvointi ja psykologisten palveluiden tarve nousivat esille vahvasti teemahaastatteluissa, päätettiin käyttää kaikissa viidessä hyvinvointipäivässä asiantuntijana psykologia.

Pirte haluaa profiloitua nimenomaan työhyvinvoinnin asiantuntijakumppanina ja kaikissa hyvinvointipäivissä asiantuntijasisältö on vahvassa roolissa. Henkisen hyvinvoinnin lisäksi kokonaisuuksissa on huomioitu myös sosiaalisen ja fyysisen työhyvinvoinnin osa-alueet. Pirte erottuisi muista palveluntarjoajista laajennetuilla hyvinvointipäivillä, jotka sisältävät aihetta tukevat jatkotehtävät.

5.7 Konseptointi

Konseptointivaiheessa parhaat ja parhaiten yrityksen ideologiaan sopivat ideat jatkojalostetaan konseptiksi (Ahonen 2017, 87). Suunnittelin viisi hyvinvointipäiväkokonaisuutta, joissa huomioin kaikkien osapuolten toivomukset ja esittelin ne heinäkuussa 2019 Pirten hyvinvointipalveluiden johtajalle. Tässä vaiheessa päivillä ei vielä ollut varsinaisia nimiä, mutta karkea sisältö ja teemat olivat selvillä. Päiväehdotukset olivat seuraavat:

PÄIVÄ 1

Hauska päivä ilman stressiä. Sisältö koostuu stand up -komiikasta, psykologin vuorovaikutuksellisesta luennosta, jonka aiheena on erilaiset persoonallisuustyyppit tai itsensä johtaminen. Lopuksi Selviytyjät-joukkuepeli, jossa kaikki palkitaan. Paikkana Kaupin metsä tai Hatanpään arboretum.

PÄIVÄ 2

Kaikille ja kaikenikäisille sopiva kevyt kokonaisuus, jossa psykologin luento positiivisesta energiasta ja ajanhallinnasta sekä lopuksi ulkopuolisen palveluntarjoajan vetämä naurujoogasessio.

PÄIVÄ 3

Päivä johto- ja esimiestyössä toimiville. Sisältönä psykologin johdolla useista aiheista valitun teeman käsittelyä, rentoutusharjoitus ja jatkotehtävät, jotka tukevat käsiteltäviä aiheita neljän viikon ajan.

PÄIVÄ 4

Luonto, liikunta ja jaksaminen. Retki Fatbike-pyörillä Kaupin maastoon ja sen jälkeen psykologin vuorovaikutuksellinen luento työssä jaksamisesta. Mahdollinen workshop, jossa pohditaan pienryhmissä luennon aihetta.

PÄIVÄ 5

Balanssia, palautumista ja stressinhallintaa. Työntekijöiden palautumista mitataan Moodmetric- älysormuksella kahden viikon ajan ennen hyvinvointipäivää. Hyvinvointipäivän aikana psykologi kertoo tulosten tulkinnasta ja käsittelee stressinhallintaa ja palautumista. Liikuntaosuudessa ryhmä voi valita lempeän joogan, syvävenyttelyn tai mindfulness-harjoituksen. Psykologin viikoittain antamat jatkotehtävät tukevat neljän viikon ajan käsiteltäviä teemoja.

Hyvinvointipalveluiden johtaja valitsi edellä esitellyistä vaihtoehdoista päivät numero 1, 3 ja 5, jotka viimeistelin valmiiksi testikäyttöön sopiviksi konsepteiksi eli luonnoksiksi. Koska haastatteluaineistosta nousi tarve esimiestyön tukemiselle on yksi suunnitelluista päivistä tarkoitettu pelkästään johto- ja esimiestehtävissä toimiville. Kahteen hyvinvointipäivään sisällytettiin jatkotehtävät, joiden avulla päivän aiheen käsittelyä jatketaan psykologin laatimien etätehtävien ja vinkkien avulla vielä neljän viikon ajan.

Hauskaa yhdessä - hyvinvointipäivä on asiantuntijasisällöltään ”kevyin” ja rennon päivä (kuva 2). Haastatteluissa kävi ilmi, että osaa työntekijöistä on vaikea motivoida osallistumaan yhteiseen hyvinvointipäivään, eikä sen merkitystä ym-

märretä. Halusin suunnitella päivän, joka sopisi työyhteisöille, jotka haluavat viettää vain hauskan päivän kevyehkällä asiantuntijasisällöllä. Tähän päivään ei sisällytetty jatkotehtäviä, joten tämä on perinteisempi ja kustannuksiltaan kevyempi kokonaisuus. Päivä tarjoaa työkaluja työyhteisön lisäksi myös yksilölle itselleen, sillä tarve itsensä johtamiselle tai erilaisten persoonien kanssa toimimiselle nousi esille haastatteluaineistossa. Hyvinvointipäivät pyrittiin järjestämään mahdollisimman paljon Pirten omia resursseja käyttäen, joten tämä päivä on ainoa, jossa on käytetty ulkopuolista palvelun tuottajaa. Alustavasti olen neuvotellut stand up -osuudesta tamperelaisen naiskoomikon kanssa, joka oli kiinnostunut yhteistyöstä. Päivän päätteeksi Selviytyjät-joukkuepelissä kilpaillaan 3-6 hengen ryhmissä ratkoen työhyvinvointiin liittyviä tehtäviä ja suorittamalla hauskoja kisailuja. Tehtävät vaativat yhteistyötä ja tiimiälyä sekä leikkimielä. Vaihtoehtoiset kisailupaikat ovat Kaupin metsä ja Hatinpään arboretum, joissa osallistuvat pääsevät nauttimaan luonnon hyvää tekevästä vaikutuksesta. Päivän loppuksi kaikki joukkueet palkitaan pienellä palkinnolla.



HYVINVOINTIPÄIVÄ 1 – Hauskaa yhdessä

Teemana tiimityöskentely ja hauskanpito. Nauretaan yhdessä, saadaan oivalluksia ja kisaillaan leikkimielisesti. Päivä saa työpaineet unohtumaan ja antaa työkaluja sekä työyhteisölle että työntekijälle itselleen.

Päivän sisältö:

Stand up: Mikä ihmeen työhyvinvointi?

Vuorovaikutteinen psykologin luento:

- Itsensä johtaminen ja arjen hallinta tai
- Työyhteisön erilaiset persoonat ja yhdessä toimiminen

Selviytyjät-joukkuepeli:

Ratkotaan joukkueittain hyvinvointiin liittyviä haasteita ja hauskoja tehtäviä. Joukkueilla on tunti aikaa edetä erilaisia hyvinvointiin liittyviä pulmia ja hauskoja tehtäviä ratkoen. Kaikki joukkueet palkitaan.

Paikka: Arboretum tai Kaupin metsä

KUVA 2. Hauskaa yhdessä hyvinvointipäivä

Johtamalla hyvinvointia - hyvinvointipäivä on tarkoitettu vain johto- ja esimiestehtävissä toimiville henkilöille (kuva 3). Tarkoitus on koota henkilöt samasta organisaatiosta, joten tämä päivä on suunnattu keskisuurille ja suurille yrityksille. Tee-

mahaastatteluihissa nousi esiin, että esimiehet kaipaavat tietoa muun muassa työhyvinvoinnin johtamiseen, työntekijöiden tukemiseen ja varhaiseen reagoimiseen. Asiantuntijasisältö on tässä päivässä isossa roolissa. Päivän opeilla esimies saa itselleen työkaluja, joilla voi tarjota hyvinvointia koko työyhteisölle. Luentovaihtoehtoja on viisi, ja niistä voi valita kulloinkin sopivimman. Lopun rentoutus antaa mahdollisuuden ajatusten kasaamiseen ja työstämiseen. Psykologin suunnittelemaat aihetta tukevat jatkotehtävät ja vinkit toimitetaan sähköpostitse osallistuneille kerran viikossa neljän viikon ajan.



HYVINVOINTIPÄIVÄ 2 – Johtamalla hyvinvointia

Päivä on tarkoitettu johto- ja esimiestehtävissä toimiville

Johtaminen on merkittävä osa työhyvinvointia. Miten esimies voi edesauttaa tiimin tai koko työyhteisön hyvinvointia? Päivän aikana pohditaan psykologin kanssa keinoja työhyvinvoinnin lisäämiseksi eri tilanteissa. Lopuksi unohdetaan arki ja rentoudutaan yhdessä. Jatkotehtävien avulla käsiteltyjä asioita viedään käytännön tasolle työyhteisössä.

Päivän sisältö:

Pohditaan yhdessä psykologin johdolla valitsemaanne teemaa:

- Muutoksen johtaminen
- Työntekijöiden motivointi
- Työn merkityksellisyys
- Miten tunnistat ensimmäiset merkit työntekijän työkyvyn alenemisessa
- Personalisuudet ja niiden hyödyntäminen johtamisessa

Kehon ja mielen rentoutumisharjoitus



Jatkotehtävät: Psykologin viikoittain antamat jatkotehtävät ja vinkit tukevat käsiteltyä teemaa neljän viikon ajan.



KUVA 3. Johtamalla hyvinvointia hyvinvointipäivä

Balanssia, palautumista ja stressinhallintaa - hyvinvointipäivä on tarkoitettu tukemaan stressinhallintaa ja työstä palautumista (kuva 4). Työntekijöiden henkinen jaksaminen nousi tärkeimpänä tuloksena tutkimuksessani, joten tämä päivä jatkotehtävineen tukee sitä eniten. Ihmiset ovat kiinnostuneita mittaamaan ja seuraamaan dataa omasta hyvinvoinnistaan. Halusinkin hyödyntää uusinta hyvinvointiteknologiaa ja käyttää Moodmetric-älysoimusta, jolla mitataan työntekijöiden palautumista työstä ja vapaapäivistä. Tuloksien seuraaminen kännykkäsovelluksesta ja niiden vertailu muiden kanssa on varmasti mielenkiintoista ja keskustelua herättävää. Sormukset toimitetaan osallistuvalla ryhmälle lainaksi kaksi

viikkoa ennen hyvinvointipäivää ja samalla ohjeistetaan niiden käyttö. Hyvinvointipäivän aikana psykologi kertoo yleisellä tasolla, miten tuloksia voidaan tulkita ja miten voimme oppia tulkitsemaan kehon omia signaaleja ilman jatkuvaa mittausta. Sen lisäksi käsiteltävinä aiheina ovat palautuminen ja stressin hallinta. Tähän päivään valitsin rauhalliset liikunta-aktiviteetit, mutta yhtä hyvin ne voisivat olla vauhdikkaampiakin. Jatkotehtävät tukevat aihetta neljän viikon ajan. Psykologin antamat vinkit ja tehtävät auttavat konkreettisesti tekemään pieniä muutoksia ja tavoittelemaan tasapainoa työn ja vapaa-ajan välille.



HYVINVOINTIPÄIVÄ 3 – Balanssia, palautumista ja stressinhallintaa

Teemana palautuminen ja stressinhallinta. Miten voimme omilla valinnoillamme vaikuttaa työhyvinvointiimme? Miten löydämme kuormituksen ja palautumisen tasapainon?

Päivän aikana tulkitaan mittaustuloksia sekä saadaan työkaluja stressinhallintaan, nukkumiseen ja palautumiseen.

Moodmetric-sormus mittaa kahden viikon ajan ennen hyvinvointipäivää jokaisen osallistujan henkilökohtaista kognitiivista ja emotionaalista kuormitusta.

Osallistujat voivat itse seurata sovelluksesta, kuinka stressaavia päivät ovat, miten he palautuvat ja kuinka hyvin nukkuvat? Dataa seuraamalla he oppivat tekemään oikeita valintoja hyvinvoinnin edistämiseksi myös ilman jatkuvaa mittaamista.

Päivän sisältö:

Vuorovaikutuksellinen psykologin luento:

Psykologi kertoo miten mittaustuloksia voi hyödyntää arjessa ja oppia tulkitsemaan kehon omia signaaleja myös ilman mittaamista. Lisäksi käsitellään palautumista ja stressinhallintaa.

Vaihtoehtoiset liikunta-aktiviteetit:

- Lempeä jooga
- Syvävenyttely
- **Mindfulness**-harjoitus



Jatkotehtävät: Psykologin viikoittain antamat jatkotehtävät ja vinkit tukevat käsiteltäviä teemaa neljän viikon ajan.



KUVA 4. Balanssia, palautumista ja stressinhallintaa hyvinvointipäivä

Lopuksi laadittiin hyvinvointipäiville Service Blueprint-prosessikuvaus (liite 4), josta selviää asiakkaan kulkema reitti sekä palveluntuottajan ja asiakkaan kohtaamispisteet. Lisäksi siinä kuvattiin asiakkaalle näkymättömät taustalla tapahtuvat toimet ja järjestelmät. (Tuulaniemi 2013, 212.) Kuvaus helpottaa asiakkaan kulkeman polun ymmärtämistä ja palvelukokonaisuuden hahmottamista.

6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli tukea Pirten hyvinvointipalveluiden kehittämistä ja tarkoituksena suunnitella valmiit asiakkaiden tarpeita vastaavat hyvinvointipäiväkokonaisuudet palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen. Työ lähti liikkeelle Pirten tarpeesta kehittää uusia hyvinvointipalveluja ja tekijän kiinnostuksesta aiheeseen. Teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin työhyvinvoinnin osa-alueita ja palvelumuotoilua sekä palvelumuotoiluprosessia ja menetelmiä. Teemahaastattelun kysymysten laadinnassa hyödynnettiin työhyvinvoinnin teoriaa ja palvelumuotoilun teoria tuki empiirisen osan tekemistä. Asiakkaiden työhyvinvoinnin haasteita ja tarpeita sekä toiveita hyvinvointipäivien sisällöstä selvitettiin laadullisella tutkimuksella käyttäen menetelmänä teemahaastatteluja. Tutkimustulosten ja toimeksiantajan asettamien toiveiden pohjalta luotiin hyvinvointipäivä-palvelukonseptit. Palvelumuotoilun menetelmistä käytettiin Business Model Canvasia ja Service Blueprint-kaaviota sekä työpajaa.

6.1 Palvelumuotoiluprosessin arviointi

Palvelumuotoiluprosessissa on tärkeää sujuva yhteistyö ja yhteinen tavoite. Harjoitteluni aikana luodut suhteet henkilökuntaan helpottivat yhteistyötä. Pirten henkilökunta auttoi ja antoi lisätietoja pyydettyä. Vielä tiiviimpi yhteistyö olisi voinut helpottaa ja nopeuttaa projektin hahmottamista ja etenemistä. Kaikki palvelun suunnittelulle asettamamme lähtökohdat pystyttiin täyttämään ja laaditut palvelukonseptit palautettiin toimeksiantajalle suunnitellun aikataulun mukaan. Opinnäytetyössä toteutettiin palvelumuotoiluprosessin kaksi ensimmäistä vaihetta, joten mielenkiintoiset palvelupakettien testaus ja lopullinen arviointi jäivät tässä yhteydessä vielä tekemättä. Haastavinta palvelumuotoiluprosessissa oli ideoiden karsiminen.

6.2 Tutkimuksen arviointi

Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen luotettavuutta ja laatua arvioidaan käyttämällä validiteetti ja reliabiliteettiä käsitteitä (Tuomi & Sarajärvi 2002, 160). Validiteetti eli tutkimuksen pätevyys arvioi onko tutkimus tehty riittävän perusteellisesti ja ovatko tulokset ja niistä tehdyt päätelmät oikeita. Reliabiliteetilla mitataan tutkimuksen toistettavuutta ja johdonmukaisuutta eli voivatko muut tutkijat saada samat tulokset käyttämällä samoja menetelmiä. Laadullisen tutkimuksen arviointiin ei ole määritelty yksiselitteisiä ohjeita (Tuomi & Sarajärvi 2002, 163), mutta sen luotettavuuskriteereinä voidaan käyttää tutkimuksen vahvistettavuutta, riittävän tarkkaa dokumentaatiota, tulkinnan ristiriidattomuutta ja kylläntymistä (Kananen 2014, 151).

Tutkimuksen kohderyhmä valittiin Pirten työterveyshuollon asiakkaista ja aineisto muodostui vain seitsemästä teemahaastattelusta, mikä saattaa kyseenalaistaa validiteettia. Pienehkö osallistujien määrä johtui luultavasti haastattelun ajankohdasta, joka oli kesäkuu. Teemahaastattelujen analysointia ja läpinäkyvyyttä on avattu tuomalla esiin suoria lainauksia haastatteluista. Osallistuminen perustui vapaaehtoisuuteen, mikä selittää sitä, että haastateltavat kertoivat avoimesti yrityksen työhyvinvoinnin haasteista ja esittivät toiveita hyvinvointipäivän sisällöstä. Haastateltavat henkilöt valittiin yrityksistä, jotka toimivat eri aloilla ja olivat erikoisia.

Vaikka aineisto oli melko pieni, niin vastauksissa ilmeni samankaltaisuutta ja toistumista. Riittävä varmuus reliabiliteetista saataisiin haastatteleamalla suurempaa joukkoa. Jos haastateltavina olisi ollut täysin eri alojen edustajia, olisi tulos saattanut olla erilainen. Tulos ei ole ristiriidassa muiden tutkimustulosten ja havaintojen kanssa, joten sen voidaan katsoa olevan ainakin suuntaa antava ja riittävän luotettava hyvinvointipäivien sisältöä suunniteltaessa. Opinnäytetyön raportointi on pyritty tekemään mahdollisimman tarkasti ja läpinäkyvästi.

Opinnäytetyön eettisyys

Tutkimusta tehdessä on huomioitava hyvä tieteellinen käytäntö ja eettisyys (Tuomi & Sarajärvi 2018, 150). Tutkimuksen eettisyyttä on huomioitu seuraavin

tavoin: teemahaastatteluiden yhteydessä haastateltaville kerrottiin, että opinnäytetyössä heitä tai heidän edustamaansa yritystä ei voida tunnistaa ja vastauksia käsitellään täysin anonyymisti ja ne tulevat vain haastattelijan käyttöön. Raportoinnissa ei ole käytetty yritysten tai henkilöiden nimiä, eikä nauhoitettua aineistoa ole myöskään luovutettu kenenkään muun kuunneltavaksi, vaan ne on tuhattu asianmukaisesti. Tutkimukseen osallistuminen oli vapaaehtoista ja haastattelut tehtiin haastateltavien ehdoilla ja heidän toivomanaan ajankohtana. Yhtä haastattelua varten vaadittiin tutkimuslupa, joka hankittiin asianmukaisesti. Toimeksiantajan edustaja tarkasti ja hyväksyi opinnäytetyön ennen sen julkaisemista.

Tutkimuksen onnistuminen

Haastatteluaineistosta saatiin selville hyödyllistä tietoa yritysten hyvinvointiin liittyvistä haasteista, tarpeista ja toiveista. Saatua tietoa pystyttiin hyödyntämään hyvinvointipäiväkokonaisuuksien sisällön suunnittelussa.

6.3 Kehittämisehdotukset ja jatkotutkimusaiheet

Ennen lopullista lanseeraamista hyvinvointipäivien sisältöä olisi hyvä testata oikeilla asiakkailla. Päivää voi tarjota esimerkiksi omakustannehintaan muutamalle yritykselle ja pyytää heiltä palautetta sekä kehittämideoita. Myös Pirten oma henkilökunta voisi testata päiviä tai osia niistä ja tehdä kehittämisehdotuksia.

Nyt suunnitelluista hyvinvointipäivistä kaksi on suunniteltu työntekijöille ja yksi johto- ja esimiestyössä toimiville. Näiden kolmen päivän lisäksi voisi myöhemmin ajatella yhtä lisäpäivää, jossa olisi aktiviteetteina vauhdikkaampia ja erikoisempia vaihtoehtoja, sillä työnantajat olivat niiden suhteen hyvinkin avoimia eivätkä rajanneet pois mitään lajeja tai toimintaa.

Hyvä palvelu ja onnistunut asiakaskokemus takaavat mieleenpainuvan päivän asiakkaille. Vaikka hyvinvointipäiviin ei sisällytetty ruoka- tai kahvitarjoiluja, voisi olla toimiva idea yllättää asiakkaat päivän aikana esimerkiksi Pirten omalla smoothiella eli ”Pirtelöllä”.

Tässä tutkimuksessa selvitettiin työnantajan näkökulmaa hyvinvointipäivien sisällöstä. Mielenkiintoista olisi tutkia myös työntekijäpuolen näkemyksiä työhyvinvoinnista ja kartoittaa heidän toiveitaan hyvinvointipäivien sisällöstä. Toinen ehdotukseni on jatkossa markkinointisuunnitelman laatiminen hyvinvointipäiville.

6.4 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli tukea Pirten hyvinvointipalveluiden kehittämistä ja tarkoituksena suunnitella Pirtelle asiakkaiden tarpeita vastaavia hyvinvointipäiväkokonaisuuksia. Työn tuotoksena syntyneet hyvinvointipäiväkokonaisuudet ovat uusi tuote Pirten valikoimassa ja heiltä saadun palautteen mukaan he pystyvät hyödyntämään niitä toiminnassaan.

Haastateltavat osoittivat olevansa kiinnostuneita käyttämään Pirten tarjoamia hyvinvointipalveluja, joten tilausta palveluille on olemassa. Valmiiden kokonaisuuksien markkinointi on helpompaa ja kannattavampaa kuin yksittäisen palvelutuotteen. Tuodessaan esille hyvinvointipäiväkokonaisuudet Pirte profiloituu entistä enemmän myös muiden hyvinvointipalveluiden tuottajaksi. Todennäköisesti yritykset haluavat räätälöidä hyvinvointipäiviä omiin tarpeisiinsa sopiviksi, mutta valmiit kokonaisuudet tarjoavat ideoita ja kertovat mitä vaihtoehtoja Pirte voi tarjota.

Suunnitellut hyvinvointipäivät voidaan helposti muokata monipuolisemmaksi lisäämällä niihin luento, viihde sekä liikunta-aktiviteettien vaihtoehtojen määrää, jolloin yritysten on helpompi löytää sopiva vaihtoehto. Päivien sisältöä vaihtamalla ne sopivat samalle yritykselle myös uudelleen käytettäväksi ja niistä voi muodostaa pidempiaikaisen hyvinvointikokonaisuuden. Jaksottamalla suunnitelmallisesti eri sisältöisiä hyvinvointipäiviä vuoteen, saadaan niistä koottua kattava hyvinvoinnin kokonaisuus. Nyt luotu runko mahdollistaa lukuisat eri variaatiot.

Työnantajat ovat huomioineet työntekijöiden fyysinen ja sosiaalisen työhyvinvoinnin hyvin, mutta henkiseen hyvinvointiin on syytä panostaa ja ottaa se huomioon jatkossa myös työhyvinvointisuunnitelmissa. Työnantajat pitävät työntekijöiden hyvinvoinnin tukemista usein liian kalliina, sillä lopullisia tuloksia on vaikea mitata.

Työnantajat täytyy saada ymmärtämään, että ennaltaehkäisy on lähtökohtaisesti aina halvempaa kuin sairauden hoito tai työkyvyttömyys.

Yritykset, jotka ymmärtävät työhyvinvoinnin vaikutuksen tuottavuuteen tulevat panostamaan erilaisiin hyvinvointipalveluihin. Kysynnän kasvaessa Pirtellä on mahdollisuus tarjota asiakkailleen valmiita tai yrityksen tarpeisiin räätälöityjä hyvinvointipäiväpalvelupaketteja. Pirte pystyy nyt tarjoamaan yrityksille kustannuksiltaan kevyemmän version pidempiaikaisesta hyvinvointivalmennuksesta jatko-tehtävät sisältävillä hyvinvointipäivällä ja tällä he myös erottuvat kilpailijoista.

6.5 Oman toiminnan pohdinta

Koko opinnäytetyöprosessi oli opettavainen ja mielenkiintoinen. Mielekkyyttä lisäsi työn käytännönläheisyys ja oikea tarve palvelulle. Oma kiinnostus aihetta kohtaan ja etukäteen asetettu aikataulu auttoi työn etenemisessä ja valmistumisessa. Jälkikäteen tarkasteltuna oli huono ajatus tarjota mahdollisuutta osallistua sähköpostitse teemahaastatteluun. Sillä huomasin haastatteluja tehdessä, että kysymykset vaativat usein tarkennusta ja tiedon kalastelua. Palvelumuotoilusta ei ole kovin laajasti olemassa suomenkielistä kirjallisuutta ja olisinkin voinut hakea enemmän lähteitä englanninkielisestä kirjallisuudesta.

LÄHTEET

Ahonen, G. 2016. Työterveyslaitoksen professori: Vähintään 25 miljardin vuosittaiset kustannukset työpahoinvoinnista. Luettu 29.6.2019.

<https://yle.fi/uutiset/3-8846551>

Ahonen, T. 2017. Palvelumuotoilu sotessa. Palvelumuotoilun käsikirja sosiaali- ja terveysalan palvelujen kehittämiseen. 2.painos. Espoo: Tarja Ahonen. Nummela: Painokiila Oy.

Aura, O., Ahonen, G., Hussi, T. & Ilmarinen, J. 2016. Strategisen hyvinvoinnin tila Suomessa 2016-tutkimus. Luettu 31.5.2019.

https://www.ossiaura.com/uploads/1/6/5/4/16543464/strateginen_hyvinvointi_2016_www.pdf

EVA. 2010. Työelämän kulttuurivallankumous. EVA:n arvo- ja asennetutkimus 2010. Luettu 19.6.2019

https://www.eva.fi/wp-content/uploads/2010/04/tyoelaman_kulttuurivallankumous.pdf

Finder. 2019. Pirte, Tullinkulman Työterveys Oy. Taloustiedot. Luettu 2.6.2019

<https://www.finder.fi/L%C3%A4%C3%A4k%C3%A4ri+tai+l%C3%A4%C3%A4k%C3%A4rikeskus/Pirte+Tullinkulman+Ty%C3%B6terveys+Oy/Tampere/yhteystiedot/3092159>

Finder. 2019. Työterveyspalvelut Tampere. Luettu 2.6.2019.

<https://www.finder.fi/search?what=ty%C3%B6terveyspalvelut%20tampere>

Finla Työterveys. 2019. Työhyvinvointipalvelut. Luettu 2.6.2019.

<https://finla.fi/palvelumme/tyohyvinvointipalvelut/>

Grönroos, C. 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5.painos. Helsinki: Talentum.

Heltti. 2019. Hyvinvointipalvelut yrityksille. Luettu 2.6.2019.

<https://heltti.fi/tyoterveys/hyvinvointipalvelut/>

Henkilö A. 2019. Haastattelu 5.6.2019. Litteroitu. Haastattelija Alho, E. Tampere.

Henkilö B. 2019. Haastattelu 11.6.2019. Litteroitu. Haastattelija Alho, E. Tampere.

Henkilö C. 2019. Haastattelu 12.6.2019. Litteroitu. Haastattelija Alho, E. Tampere.

Henkilö D. 2019. Haastattelu 25.6.2019. Litteroitu. Haastattelija Alho, E. Tampere.

Henkilö E. 2019. Puhelinhaastattelu 26.6.2019. Litteroitu. Haastattelija Alho, E. Tampere.

Henkilö F. 2019. Haastattelu 28.6.2019. Litteroitu. Haastattelija Alho, E. Tampere.

Henkilö G. 2019. Sähköpostihaastattelu 28.6.2019. Haastattelija Alho, E. Tampere.

Innokylä. Business Model Canvas. Malli 596141. Luettu 12.6.2019.
<https://www.innokyla.fi/web/malli596141>

Juuti, P. & Vuorela, A. 2015. Johtaminen ja työyhteisön hyvinvointi. 5. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja.

Kauhanen, J. 2018. Esimies tuottavuuden kehittäjänä. Helsingin seudun kaup-pakamari.

Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.

Koski, E. 2018. Blogi: Palvelumuotoilun prosessi ja menetelmät. Luettu 17.6.2019.

<https://fixui.fi/fixui/palvelumuotoilun-prosessi-ja-menetelmat/>

KvaliMOTV. 2019. Menetelmäopetuksen tietovaranto. Luettu 15.8.2019.
https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_2.html

Laakso, S. 2018. Motiivi-lehti. Työhyvinvointipäivä synnyttää hyvää. Luettu 27.6.2019.

<https://motiivilehti.fi/lehti/artikkeli/tyohyvinvointipaiva-synnyttaa-hyvaa/>

Lahdenkauppi, M. hyvinvointipalveluiden johtaja. 2019. Haastattelu 10.6.2019. Haastattelija Alho, E. Tampere.

Larjovuori, R-L., Manka, M-L. & Nuutinen, S. 2015. Inhimillinen pääoma. Työhyvinvointia, tuloksellisuutta, pidempiä työuria? Sosiaali- ja terveysministeriö.

https://www.researchgate.net/publication/278390669_Inhimillinen_paaoma_-_Tyohyvinvointia_tuloksellisuutta_pidempia_tyouria

Lindberg, P. 2016. Mitä olisin halunnut tietää liike-elämästä? Liike-elämän teorialat kankeasta ketterään ja käytännönläheisiä tarinoita yrittäjyyden ympäriltä. Suomen liikekirjat.

Lindström, M, Nyberg, M. & Ylä-Anttila, P. 2006. Ei vain muodon vuoksi. Muotoilu on kilpailuetu. Helsinki: Taloustieto Oy. Luettu 2.7.2019.

<https://www.etla.fi/wp-content/uploads/2012/09/B220.pdf>

Lääkärikeskus Aava. 2019. Työterveyshuollon palvelut. Luettu 2.6.2019.

<https://www.aava.fi/tyoterveyshuolto/palvelut>

Manka, M-L. & Manka, M. 2016. Työhyvinvointi. Helsinki: Talentum Pro.

Maijala, R. 2016. Blogi: Erinomainen palvelukokemus – onko sellaista. Luettu 17.6.2019.

<https://www.palvelupolkuja.fi/uncategorized/erinomainen-palvelukokemus/>

Maijala, R. 2018. Blogi: Palvelukonsepti – ideoista kokonaisuudeksi. Luettu 17.6.2019.

<http://www.palvelupolkuja.fi/ideointi/palvelukonsepti-ideoista-kokonaisuudeksi/>

Mehiläinen. 2019. Terveyden ja hyvinvoinnin palvelukauppa. Luettu 18.6.2019

<http://kauppa.mehilainen.fi/palvelu/hyvinvointipaiva-yom2wgq>

Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010. B-to-B-palvelujen markkinointi. 1.painos. Helsinki: WSOYpro Oy.

Onnistu yrittäjänä-sivusto. 2019. Business Model canvas. Luettu 20.6.2019.

<https://www.onnistuyrittajana.fi/business-model-canvas-ohjeet>

Palvelujen tuotteistajan käsikirja. 2019. Mitä on tuotteistaminen? Luettu 5.8.2019

http://palveluntuotteistaminen.fi/?page_id=7

Pihlajalinna. 2019. Palvelut. Luettu 2.6.2019.

<https://www.pihlajalinna.fi/palvelut/tyoterveysasiakkaat/tyoterveys/palvelut>

Pirte. 2019. Missio, visio ja arvot. Luettu 27.6.2019.

<https://www.pirte.fi/yhtio/pirte/missio-visio-ja-arvot/>

Stickdorn, M. & Schneider, J. 2019. This is Service Design Thinking. Basic-Tools Cases. 8th printing. Amstredam: BIS Publishers.

Tapahtumatuotanto Voltti. 2019. Palvelut. Luettu 3.6.2019

<http://www.tapahtumatuotantovoltti.fi/palvelut/tyky-ja-virkistyspaivat/>

Terveystalo. 2019. Hyvinvointipalvelut. Luettu 2.6.2019. <https://www.terveys-talo.com/fi/Palvelut/Hyvinvointipalvelut/>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi Oy.

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. 2.tarkistettu painos. Helsinki: Talentum.

Työterveyslaitoksen verkkolehti 2014. Hyvä esimies johtaa myös työhyvinvointia. Luettu 14.8.2019.

<https://www.ttl.fi/tyopiste/hyva-esimies-johtaa-myos-tyohyvinvointia/>

TTL. 2019. Työhyvinvointi. Luettu 2.6.2019.

<https://www.ttl.fi/tyoyhteiso/tyohyvinvointi/>

UKK Terveyspalvelut. 2019. Työhyvinvointipäivät. Luettu 11.6.2019

<http://www.ukkterveyspalvelut.fi/tyohyvinvointi/hyvinvointipaivat/>

Varalan urheiluopisto. 2019. Työhyvinvointi. Luettu 2.6.2019.

<https://varala.fi/tyohyvinvointi/>

Venho, N. 2019. A. Henkisen kuormituksen mittaaminen osaksi työkykyjohtamista. Luettu 25.6.2019.

https://www.moodmetric.com/fi/henkinen_kuormitus_tyokyky/

Voltti Tapahtumatuotanto. 2019. Tyky- ja virkistyspäivät. Luettu 15.6.2019.

<http://www.tapahtumatuotantovoltti.fi/palvelut/tyky-ja-virkistyspaivat/>

Virolainen, H. 2012. Kokonaisvaltainen työhyvinvointi. Helsinki: BoD.

LIITTEET

Liite 1. Teemahaastattelun kysymysrunko

Perustiedot

- Mikä on asema ja toimenkuvasi yrityksessä/organisaatiossa?
- Henkilökunnan määrä, ikäjakauma

Työhyvinvointi yleisesti

- Mainitse kolme mielestäsi tärkeintä elementtiä, joista työhyvinvointi koostuu.

Organisaation hyvinvointi

- Miten työhyvinvoinnista huolehditaan organisaatiossanne?
- Miten voisitte parantaa tämänhetkistä työhyvinvointilannettanne?
- Minkälaisia työhyvinvointiin liittyviä haasteita teillä on tällä hetkellä?
- Minkälaisia työhyvinvointiin liittyviä tarpeita teillä on tällä hetkellä?

Hyvinvointipäivän odotukset

- Minkälainen hyvinvointipäivän sisältö palvelisi teitä parhaiten?
- Minkälaista työhyvinvointipäivän sisältöä ette näe hyödylliseksi organisaatiollenne?
- Minkälaiset ovat resurssinne hyvinvointipäivän järjestämiseen? (aika, kustannukset)

Liite 2. Teemahaastatteluista lainattuja sitaatteja

1 (2)

Työhyvinvoinnin haasteet/tarpeet

"Nimenomaan korostaa yksilön omaa vastuuta siitä omasta työhyvinvoinnista tai hyvinvoinnista, yleensäkin ja sitten työkaluja siihen panostamiseen." (henkilö A).

"Iso osa tietää miten pitää syödä ja liikkua, mutta henkinen jaksaminen korostuu tehtävissä" (henkilö B).

"Meillä on ollut pitkään sellaista, että ei ole mennyt hyvin, on sellaista henkistä pahoinvointia" (henkilö B).

"Kyllä se aina se motivointi on haastavaa" (henkilö C).

"Ne on nämä yleiset työelämän haasteet" Opitaan hyviä ja järkeviä työtapoja on suuri haaste" (henkilö D).

"Kai se nyt on nostettava esille se muutos, se on osin yksilöllinen haaste, mutta myös työyhteisön haaste" (henkilö D).

"On tietysti tää muutoksiin reagointi ja johtaminen. No sitten on tarve vahvistaa työkykyjohtamista" (henkilö D).

"Tavoitteena olisi, että jokainen pystyisi tekemään niin hyvin ja tehokkaasti työtä" (henkilö D).

"Ihmiset on tosi kovan stressin alla. Nyt on selkeesti huomattu, että jotain pitäis sille tehdä" (henkilö E).

"Työssä jaksamista ja palautumista halutaan tarjota jatkossa työntekijöille" (henkilö E).

"Ollaan kartoitettu mitä ennakoivia palveluita, työterveystoimijat vois tarjota, joilla voitais ehkäistä, ettei ihmisillä tulis stressistä johtuvia uniongelmia, tai ihan uupumusta tai masennusta" (henkilö E).

"Esimiehille kaivattais ammattilaisten tukea ja koulutusta siitä, miten voi puuttua ja oppii tunnistamaan uupumisen merkkejä" (henkilö E).

"Asiantuntijoilla on iso työkuorma ja toisilla vuorotyön fyysisyys" (henkilö F).

"No, esimiesten tukeminen, valmentaminen olisi tärkeitä" (henkilö F).

"Muutokset rasittavat ja matalankynnyksen psykologin palveluita kaivattaisiin" (henkilö F).

"Tällä hetkellä ei mitään akuutteja tarpeita, mutta tulevaisuudessa vajaakuntoisten työntekijöiden sijoittaminen ja työ-uramahdollisuudet voivat aiheuttaa haasteita" (henkilö G).

Resurssit hyvinvointipäivään

"Se on meillä 50 euroa per henkilö. Sanotaan, että puolipäivää riittää ja on vielä järjestettävissä" (henkilö A).

"Helpompi on järjestää puolenpäivän mittaisia, hankala saada ihmisiä samaan aikaan muutenkin kasaan" (henkilö B).

"Me ei voida yhtä kokonaista päivää käyttää" (henkilö B).

"Raha ei ole este, kustannuksiin ei ole rajoituksia, mutta sen pitää olla mahdollista tasavertaisena kaikille" (henkilö B).

"Se on logistisesti ja aikataulullisesti niin vaikea järjestää" (henkilö C).

"Seuraavaan budjettiin ajattelin laittaa ja siihen mennessä olisi hyvä tietää mitä siihen pitää varata" (henkilö C).

"Kun se on niin vaikee järjestää, niin puoli päivää onnistuis pari kertaa vuodessa" (henkilö C).

"Kyllä tilausta on semmoiselle" (henkilö C).

"Tietyt reunaehdot on asetettu, mutta on sovittu, että kokopäivän kestäviä ei pidetä" (henkilö D).

"Meillä se on 80 euroa per henkilö" (henkilö D).

"Joustava ja esimies miettii, mikä ois sopiva budjetti" (henkilö E).

"Meillä ei ole mitään budjettia, vaan kohtuuden rajoissa voidaan käyttää tämmöisiin" (henkilö F).

(jatkuu)

Hyvinvointipäivän sisältö

Mikä sisältö palvelisi?

"Varmasti niinku ehkä karkeesti jaoteltuna jonkun verran asiaa, sitten myös tätä virkistäytymistä eli henkistä puolta" (henkilö A).

"Vaikka se on hauskaa ja iloisuutta, mutta sillä on joku merkitys" (henkilö D).

"Siitä ollaan kahta mieltä, että pitääkö siihen tyky-päivään ujuttaa se fakta vai pitäisikö sen olla vain ja ainoastaan fiilistä" (henkilö B).

"Työntekijöiltä on saatu palautetta, että mitä merkitystä yhdellä päivällä on" (henkilö B).

"Mä näkisin tän skaalan aika laajana" (henkilö B).

"Kiva liikunta, tekeminen on mukavaa, mutta henkistä puolta ei saa unohtaa" (henkilö C)

"Eri menetit ja jatkuvuus kuullostaisi wau:lta" (henkilö B).

"Satsaisin yhdessä tekemisen riemuun, et siitä sais jotain itsellen omaan elämäänsä, mutta myös että toimittais paremmin yhteen." (henkilö C)

"Työhön ja elämään työkaluja" (henkilö E).

"Niinku tämmönen henkinen jaksaminen ja siihen liittyvät asiat. Elämänhallintaan liittyvät, stressin hallintaa" (henkilö E).

"Yhdessä tekeminen ja uuden kokeileminen" (henkilö E).

"Itsensä johtaminen, palautuminen, motivaation tutkiskelua ja yhdessä yli tiimirajojen tekemistä ja muihin tutustumista" (henkilö F).

"Työkyvyn ylläpitoa monipuolisesti" (henkilö G).

Mikä sisältö ei palvelisi?

"Sellanen mikä tavallaan kohdistuu vaan yksilöön eikä tehdä mitään yhdessä" (henkilö A).

"Ei saa olla liian rankkaa tai ryppyotsaista" (henkilö C).

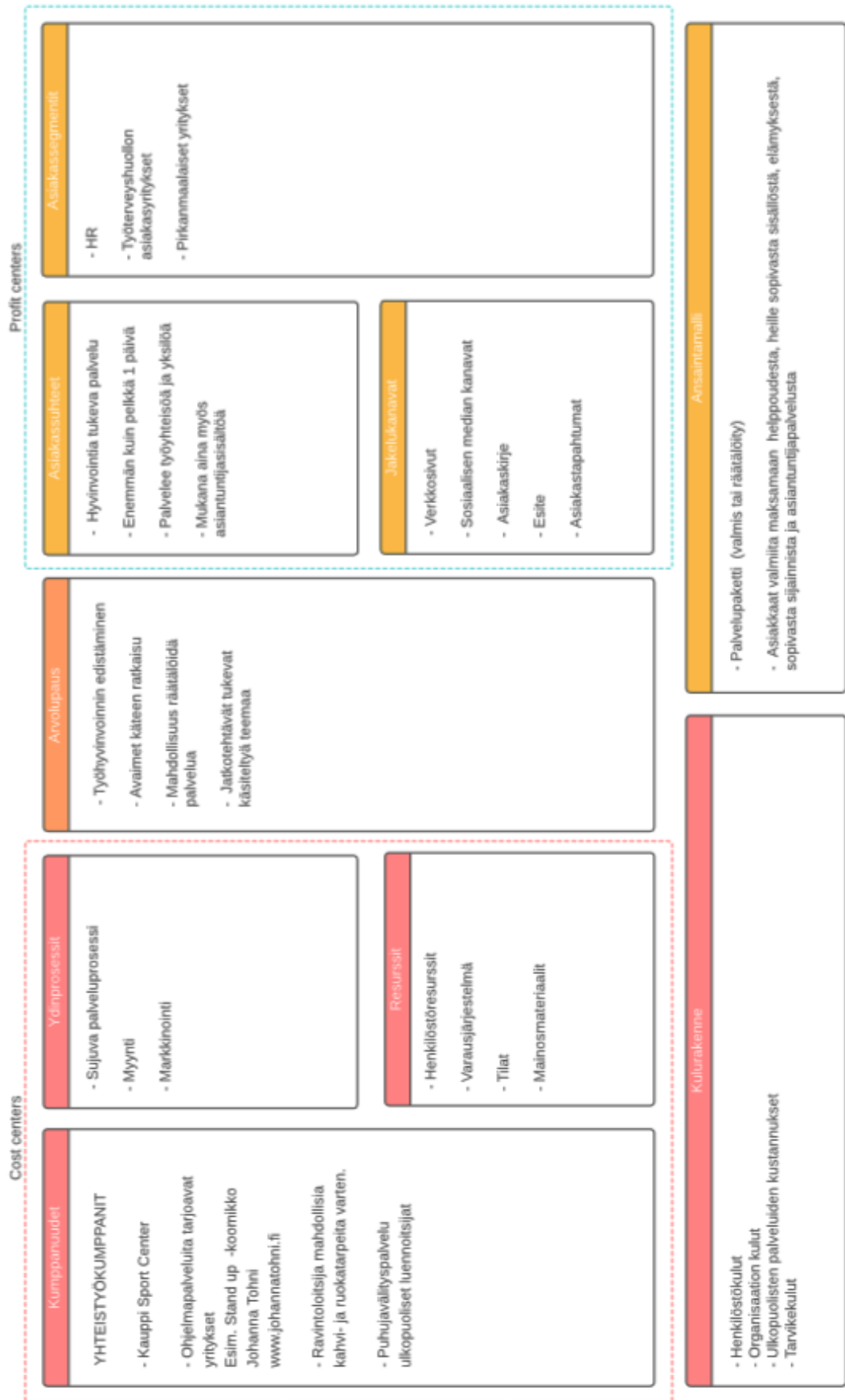
"En itse asiassa osaa sanoa, täällä on niin eri taustoilla ihmisiä, että monenlainen tekeminen käy" (henkilö E).

"Ei pelkkää valistusta tai fyysistä ponnistelua" (henkilö F).

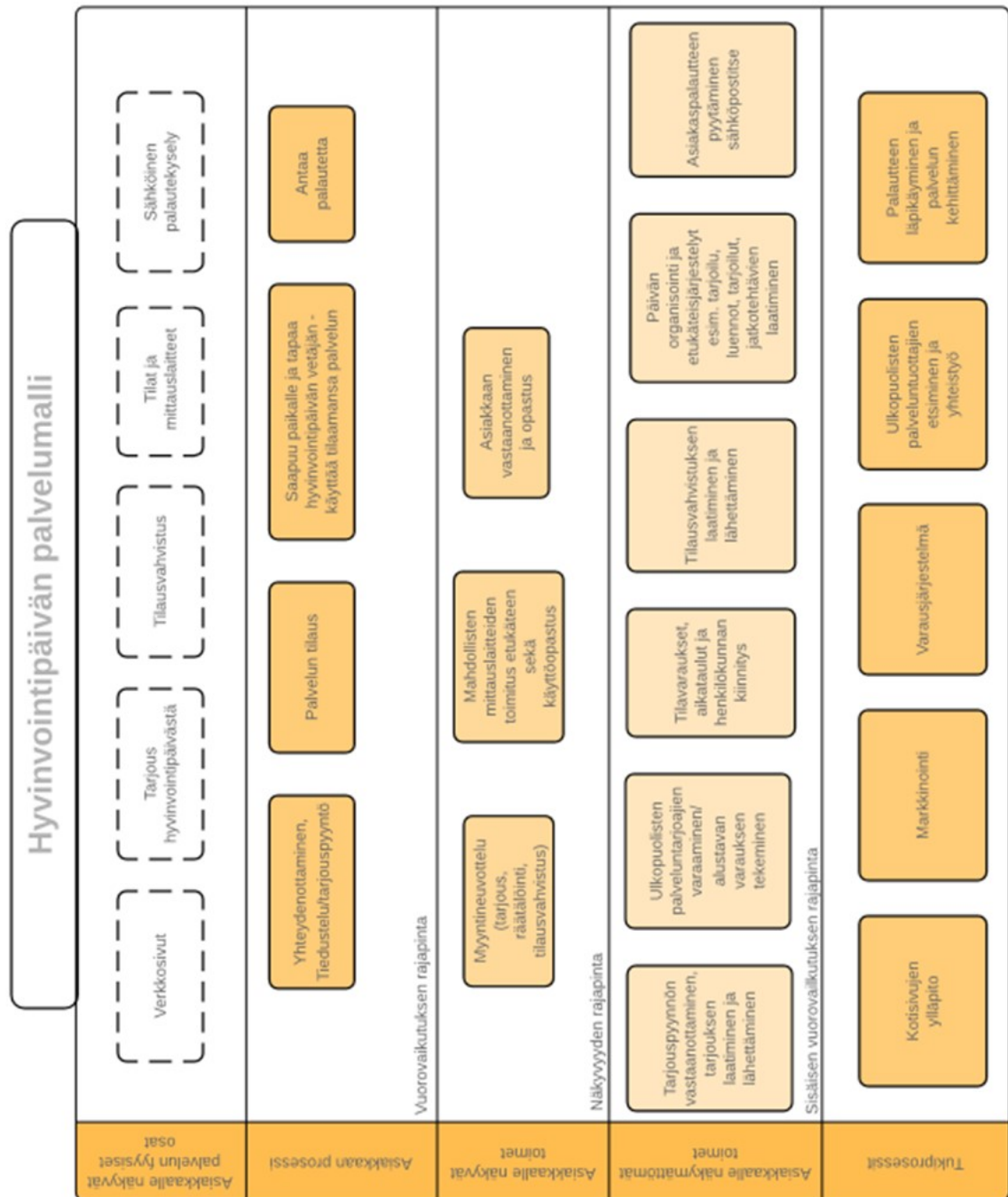
"Passiivista kuuntelua tai jonkun muoti-ilmiön nostattamaa näennäishypetystä, kuten "mindfulness", "uskomushoidot" tms." (henkilö G).

Liite 3. Hyvinvointipäivien suunnittelu - Business Model Canvas

Business Model Canvas Hyvinvointipäivien suunnittelu



Liite 4. Hyvinvointipäivän palvelumalli - palvelun Service Blueprint



Liite 5. Sähköpostiviesti Pirten asiakkaille

Hei xxx,

Olen liiketalouden tradenomiopiskelija Tampereen ammattikorkeakoulusta ja suunnittelen

Pirtelle opinnäytetyönäni erilaisia hyvinvointipäiväkokonaisuuksia.

Pirte haluaa kehittää hyvinvointipalvelujaan enemmän asiakkaidensa toiveita ja tarpeita vastaaviksi, jotta voisi palvella Teitä jatkossa entistä monipuolisemmin.

Teiltä saatu tieto on siis ensiarvoisen tärkeää!

Olisin erittäin kiitollinen, jos löytäisitte kalenteristanne puolisen tuntia aikaa kesäkuun alkupuolella teemahaastatteluun, jossa kartoitan Teidän yrityksenne tarpeita ja kokemuksia hyvinvointipalveluiden osalta. **Voitte vastata myös sähköpostitse kyselyyn, mikäli haastattelulle on vaikea löytää aikaa.**

Vastauksianne käsittelen anonymisti ja luottamuksellisesti. Tutkimuksen tuloksista Teitä ei voi tunnistaa vastaajaksi.

Mikäli ehditte osallistumaan haastatteluun, voitte ehdottaa Teille parhaiten sopivaa aikaa vastaamalla tähän sähköpostiin. Minulle käyvät kaikki ajat ja päivät.

Aurinkoista päivää!

Ystävällisin terveisin

Essi Alho

Myynnin ja markkinoinnin harjoittelija

p. 045 1810850

essi.alho@pirte.fi

Pirte työterveys ja lääkärikeskus

Kauppakeskus Ratina, 4 ja 5 krs

Vuolteenkatu 1, 33100 Tampere

www.pirte.fi