



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Service Design-menetelmien toimivuus moniaistisuuden näkökulmasta Case: Linnanmäki

Järvinen, Johanna
Walther, Maura

2011 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

**Service Design -menetelmien toimivuus moniaistisuuden
näkökulmasta
Case: Linnanmäki**

Järvinen, Johanna
Walther, Maura
Palvelujen tuottamisen ja
johtamisen koulutusohjelma
Opinnäytetyö

Laurea-ammattikorkeakoulu
 Laurea Leppävaara
 Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Tiivistelmä

Järvinen, Johanna
 Walther, Maura

Service Design -menetelmien toimivuus moniaistisesta näkökulmasta, Case: Linnanmäki

Vuosi 2011 Sivumäärä 52

Tämän tutkimuksellisen opinnäytetyön tarkoituksena on kuvata Service Design -menetelmien toimivuutta moniaistisessa palveluympäristössä. Tavoitteena on selvittää, mikä käytetyistä luotain -metodeista olisi toimivin, verraten yhteistyökumppanimme Linnanmäen Valokarnevaalien kaltaisiin tapahtumiin. Valokarnevaaleilla toteutimme hankkeen tutkimusaineiston keräämisen. Toimimme yhteistyössä Matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hankkeen kanssa, jossa tuottamiamme tuloksia hyödynnetään hankkeen kokonaistavoitteen saavuttamiseksi. Hankkeen tavoitteena on löytää keinoja asiakkaan palvelukokemuksen kehittämiseen moniaistisuutta hyödyntäen.

Moniaistisuudella tarkoitetaan useamman kuin kahden aistin yhtäaikaista aktivointia. Mitä enemmän aisteja asiakkaan palvelukokemukseen kytketään, sitä voimakkaampi kokemus on ja näin ollen kokemus jättää vahvemman muistijäljen asiakkaan mieleen.

Service Design -menetelmiä käyttämällä pyritään muotoilemaan asiakkaan palvelukokemusta. Asiakkaan kokemus muodostuu valitun palvelupolun, kontaktipisteiden sekä koettujen palvelutuokioiden kautta. Palvelukokemus on henkilökohtainen ja sen syntyyn vaikuttavat monet seikat, kuten asiakkaan taustat, odotukset sekä arvot. Service Designin tarkoituksena on luoda asiakaslähtöinen, johdonmukainen ja miellyttävä palveluympäristö. Tämä on tärkeää, sillä asiakkaan huomio palveluympäristössä kiinnittyy juuri kontaktipisteisiin, joiden kautta hän voi kokea ja aistia.

Tutkimuksessa kiinnitettiin erityistä huomiota asiakkaiden aistituntemuksiin sekä Service Design -menetelmien toimivuuteen. Tutkimusmenetelmänä käytimme luotainta, josta sovellettiin tutkimuksen luonne huomioiden neljä eri metodia: havainnointitaulukko, tarinankerronta, empatiametodi sekä tehtävävihko. Kaikkien metodeilla saatujen tuloksien tulkinnan tukena käytettiin havainnointikohteista otettuja valokuvia. Luotain on käyttäjäkeskeinen itsedokumentointiin perustuva innovatiivinen tutkimusmenetelmä.

Tuloksien analysointimenetelminä käytimme samankaltaisuuskaavion (engl. Affinity Diagram) ja teemoittelun (engl. Type casting) yhdistelmää. Analysoinnin tuloksien pohjalta voidaan todeta, että metodeista havainnointitaulukko tuotti kattavimmat tulokset moniaistisuuden kannalta ja tarinankerronta kannusti luovaan ajatteluun. Uskomme näiden metodien yhdistämisen tulevaisuudessa tuottavan monipuolisia tuloksia moniaistisuutta mitattaessa.

Asiasanat moniaistisuus, Service Design, palvelukokemus, toimivuus

Laurea University of Applied Sciences
 Laurea Leppävaara
 Hospitality Management Programme

Abstract

Järvinen, Johanna
 Walther, Maura

The Functionality of Service Design Tools from a Multisensory Perspective. Case: Linnanmäki

| Year | 2011 | Pages | 52 |
|------|------|-------|----|
|------|------|-------|----|

In this study-based thesis report, the objective was to describe the functionality of Service Design tools in a multisensory service environment. The purpose was to find the most functional probe method when testing the service experience at a light carnival event, such as Valokarnevaalit which is held at the Amusement Park Linnanmäki that also was the partner company throughout the project. The data collection took place at Linnanmäki during Valokarnevaalit. The inspiration for this study came from the project: Matkailijan moniaistinen palvelukokemus (Mmp). The objective of the Mmp project is to find ways to improve customer service by enhancing multisensory experiences. The results that were attained through conducting this study benefit the Mmp -project.

Multisensory is described as the activation of more than two senses at once. The more senses triggered during a customer service experience, the more powerful and memorable the experience will be. When using Service Design tools, the objective is to shape and form the experience of a customer. This experience is structured through the chosen customer journey, contact points and service sessions. However, it is necessary to note that the service experience of a customer is personal and that there are many factors that affect the nature of its emergence, such as the customer background, expectations and values. The purpose of Service Design is to create a consistent and comfortable service environment that is customer-focused. This is important since the customer's attention is focused on the contact points through which the customer can experience and sense.

In this study, special attention was given to the customer's sensory feelings and the functionality of Service Design tools. The used research method was the probe method, from which four different methods were applied according to the nature of this study. These methods were the observing table method, story-telling, empathy method and task booklet. Photographs of the observed targets supported the results obtained with these four methods.

Probe is a user-focused and innovative research method which is based on self-documentation. In the analysis of the results a combination of the Affinity Diagram and theme-based analysing were exploited. The results of the analysis showed that using observations in the form of the table method gave the most comprehensive results from a multisensory perspective. Storytelling method on the other hand encouraged towards creative thinking. The combination of these two methods will yield rich results in the future when measuring service experiences from a multisensory perspective.

Keywords service design, multiple senses, customer experience, functionality

Sisällys

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | Johdanto..... | 6 |
| 1.1 | Työn tausta..... | 6 |
| 1.2 | Opinnäytetyön tavoite | 9 |
| 1.3 | Tutkimusmenetelmät..... | 10 |
| 1.4 | Opinnäytetyöraportin rakenne..... | 11 |
| 1.5 | Yhteistyökumppani Linnanmäki - Lasten Päivän Säätiö | 12 |
| 2 | Asiakkaan moniaistinen palvelukokemus..... | 13 |
| 2.1 | Elämyksellisyyden synty ja paikan merkitys..... | 15 |
| 2.2 | Moniaistisuus ja aistien merkitys | 15 |
| 2.3 | Moniaistisuus osana palvelukokemuksen muodostumista | 17 |
| 3 | Service Design | 18 |
| 3.1 | Mistä Service Design koostuu?..... | 18 |
| 3.2 | Service Design -prosessi..... | 20 |
| 4 | Tutkimuksen toteutus Valokarnevaaleilla | 23 |
| 4.1 | Luotain tutkimusmenetelmänä | 24 |
| 4.2 | Tutkimukseen virittäytyminen | 26 |
| 4.3 | Havainnointitaulukko | 27 |
| 4.4 | Havainnointitaulukon lisänä empatiatyökalu..... | 29 |
| 4.5 | Tarinankerronta | 30 |
| 4.6 | Tehtävävihko..... | 30 |
| 5 | Tutkimustulokset ja analysointimenetelmät | 32 |
| 5.1 | Tutkimuksen analysointimenetelmät | 40 |
| 5.2 | Samankaltaisuuskaavio ja teemoittelu | 40 |
| 6 | Tulosten analysointi | 43 |
| 6.1 | Kehitysideoita..... | 45 |
| 6.2 | Menetelmien toimivuuden analysointi ja vertailu..... | 46 |
| 6.3 | Tutkimuksen luotettavuus | 49 |
| 7 | Yhteenveto ja johtopäätökset | 52 |
| | Lähdeluettelo..... | 53 |

1 Johdanto

Moniaistisuudella eli multisensorisuudella tarkoitetaan useamman kuin kahden aistin yhtäaikaaisesti luomaa aistikokemusta. Yritykset ovat vasta viime vuosina alkaneet hyödyntämään moniaistisuutta asiakkaan palvelukokemuksen luomisessa. Aiemmin visuaalisuutta on pidetty merkityksellisimpänä ja mieleenpainuvimpana elementtinä kuluttajan kiinnostuksen herättämisessä etenkin palvelu- ja viihdealalla. Nykyään palveluntarjoajat ovat kuitenkin huomanneet muidenkin aistien merkityksen palvelukokemuksen muodostamisessa sekä myynnin edistämässä. (Alakoski, Bäck & Isacsson 2008, 16.)

Opinnäytetyömme perustuu Matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hankkeeseen, jossa yhteistyökumppaneina toimivat Linnanmäki - Lasten Päivän Säätiö ja VTT, jotka olivat mukana myös sitä edeltäneessä Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä-hankkeessa. Teemana moniaistisuus on huvipuistoon sopiva sekä ajankohtainen kehittämiskohde. Moniaistisuuden avulla pyritään luomaan yhä mieleenpainuvampia, tunteita herättäviä, parempia kokemuksia. Palvelukokemuksen mittaamisessa metodien avulla pyrimme raportin lopussa, saatujen tuloksien pohjalta, pohtimaan kehitysideoita Linnanmäen toiminnan kehittämisen hyväksi.

”Palvelumuotoilu on ajassa ja paikassa tapahtuvien kokemusten muotoilua, jotka tavoittavat ihmiset erilaisten kosketuspisteiden kautta” (Palvelumuotoilijoiden yhteisö).

Tutkimme palvelukokemuksen muodostumista moniaistisuuden näkökulmasta eri Service Design -menetelmien tukemana sekä vertailemme menetelmien avulla saatuja tuloksia, sitä kautta analysoimme menetelmien toimivuutta. Raportin alussa johdatamme aiheeseen selvittämällä työn tarkoituksen, seuraavaksi avaamme käyttämiämme tutkimusmenetelmiä sekä edellä mainittuja pääkäsitteitä. Opinnäytetyömme keskittyy luotain tutkimusmenetelmään ja sen eri metodien toimivuuteen moniaistisen palvelukokemuksen mittaamisessa. Tarkoituksenamme on löytää moniaistisuuden näkökulmasta toimivin luotainmetodi Valokarnevaalien kaltaisten tapahtumien palvelukokemuksen mittaamiseen. Toimivimmalla tarkoitamme metodia, jolla saavutetaan käyttäjälähtöistä, hyödyllistä ja kattavaa tietoa palvelukokemuksen kehittämiseen moniaistisuutta hyödyntäen.

1.1 Työn tausta

Opinnäytetyömme sai alkunsa Matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hankkeesta (Mmp), joka puolestaan on jatkoa sitä edeltäneelle (Mmm) Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä-hankkeelle. Mmm-hanke aloitettiin vuonna 2008 marraskuussa ja se päättyi vuoden 2010 helmikuussa. Tavoitteena Mmm-hankkeessa oli tutkia uusia markkinointiviestinnän keinoja hyödyntäen kaikkia aisteja sekä löytää matkailuyrityksille

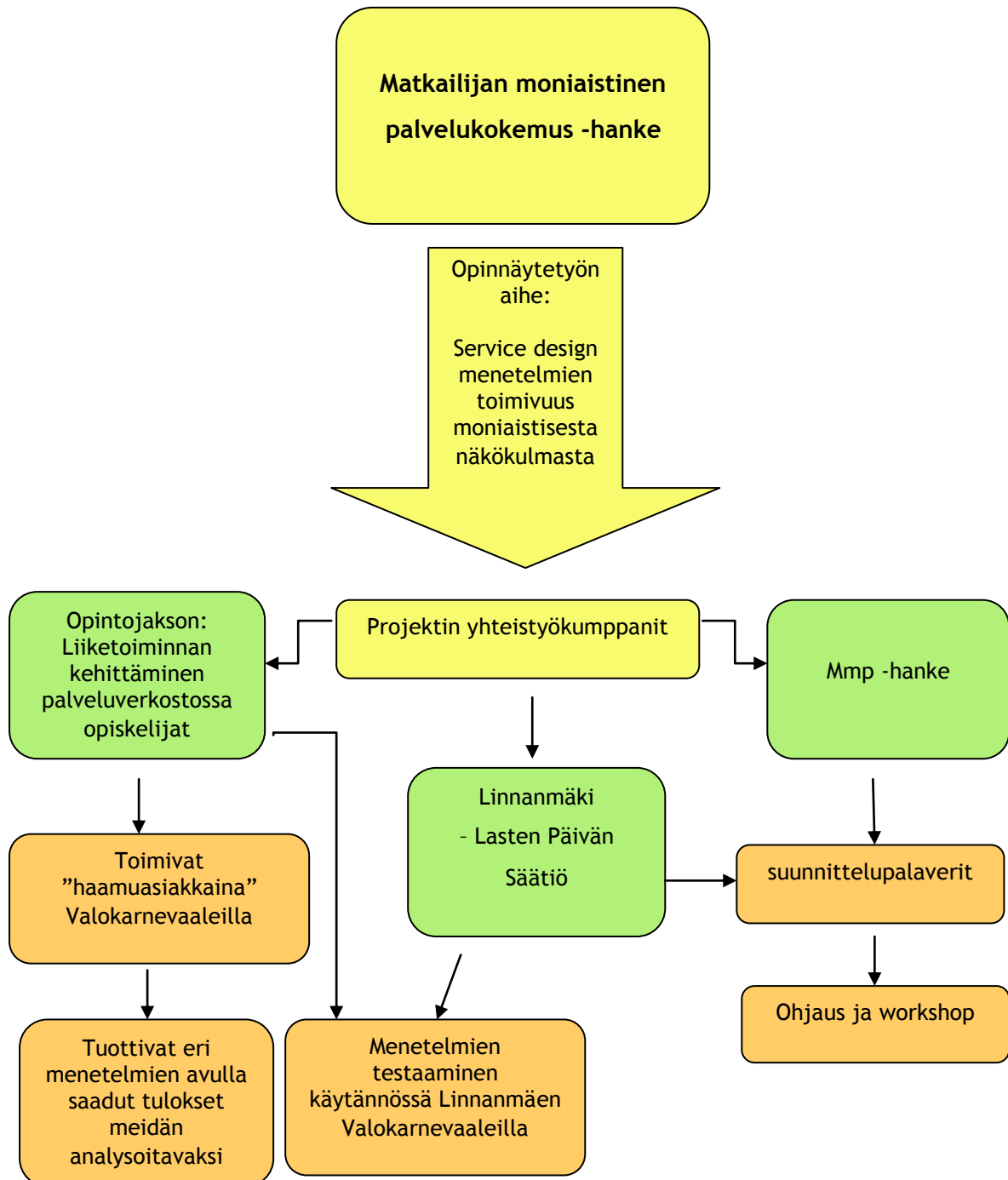
sopivin tapa aistimarkkinointiin. Syntyneiden tutkimustulosten perusteella voidaan todeta moniaistisuudella olevan konkreettista vaikutusta esimerkiksi myynnin edistämisessä. (Alakoski, Bäck & Isacsson 2008, 9.) Mmp-hanke sai alkunsa 2010 elokuussa ja sen on arvioitu saatavan päätökseen vuoden 2012 syyskuuhun mennessä. Hankkeen tavoitteena on Service Designin avulla kehittää asiakkaan palvelukokemusta moniaistisuutta hyödyntäen. Tarkoituksena on ollut herättää asiakkaassa tuntemuksia ja muistoja ympäristön miellyttävyydellä eri kontaktipisteiden kautta. Pyrkimyksenä luoda kaikin puolin miellyttävä kokemus, jonka asiakas muistaa pitkään. Service Design edellyttää hyvää asiakasymmärrystä sekä moniaistisuutta hyödyntäen palvelukokemuksen muodostamisessa kullekin yritykselle sopivalla tavalla askel askeleelta (Alakoski, Bäck & Isacsson 2010, 6.)

Muista Service Design -menetelmiä koskevista tutkimuksista ja kehittämishankkeista voisi mainita vuosina 2008 - 2009 käynnissä olleen Desire-projektin, joka on yksi ensimmäisistä suomalaisista palvelumuotoilun aihepiirissä tehdyistä hankkeista. Projektin rahoittajana toimi Tekes - Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus sekä toteuttajina Länsi-Suomen Muotoilukeskus Muova ja Svenska Handelshögskolan Hanken. Projektin päätavoitteena oli selvittää, miten asiakaslähtöinen palvelumuotoilu uudistaa yritysten palveluinnovointia. Prosessikeskeisen tutkimuksen sisältö kohdistui erityisesti innovaatioprosessin alkuvaiheisiin palvelujen käyttäjien ymmärtämiseen, ideointiin ja konseptointiin. Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta palvelumuotoilun ja etnografisten menetelmien tuottaneen lisäarvoa sekä uusia näkökulmia yrityksille. (Björk, Hämäläinen, Lammi & Nyman 2009.)

Valitsimme opinnäytetyöaiheemme Laurean meneillään olevista hankkeista. Aiheeksi muodostui Service Design -menetelmien toimivuus moniaistisuuden näkökulmasta. Opinnäytetyö on tutkimuksellinen, toisaalta se sisältää toiminnallisiakin osia, kuten tutkimusmenetelmien testaamista Linnanmäen Valokarnevaaleilla. Yhteistyökumppanimme opinnäytetyön toteutuksessa toimii Matkailijan moniaistinen palvelukokemus - hanke sekä Linnanmäki - Lasten Päivän Säätio. Koemme moniaististen palvelukokemusten muotoilun kiinnostavaksi aiheeksi sen tuoreuden ja ajankohtaisuuden vuoksi. Olemme aiemmin opintojemme parissa Palveluinnovaatioiden kehittäminen -opintojaksolla jo tutustuneet hankkeeseen: Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä. Tehtävänämmä opintojaksolla oli tuottaa aineistoa hankkeen hyväksi. Tätä kautta kiinnostus aiheeseen sai alkunsa.

Opinnäytetyön tutkimusaineistonkeruu toteutettiin Huvipuisto Linnanmäellä, joka on myös yksi Mmp-hankkeen rahoittajista. Tutkimusaineistoa keräsimme yhteistyössä Liiketoiminnan kehittäminen palveluverkostossa -opintojakson opiskelijoiden kanssa. Osallistuimme heidän luennoilleen käsiteltävien aihealueiden koskiessa opinnäytetyötämme. Osallistumisen tarkoituksena oli lisätä ymmärrystä hanketta sekä opiskelijoiden työn osuutta kohtaan. Tämä

helpottaa myös opinnäytetyöraporttia laadittaessa tutkimuksen eri käytännön vaiheita kuvattaessa.



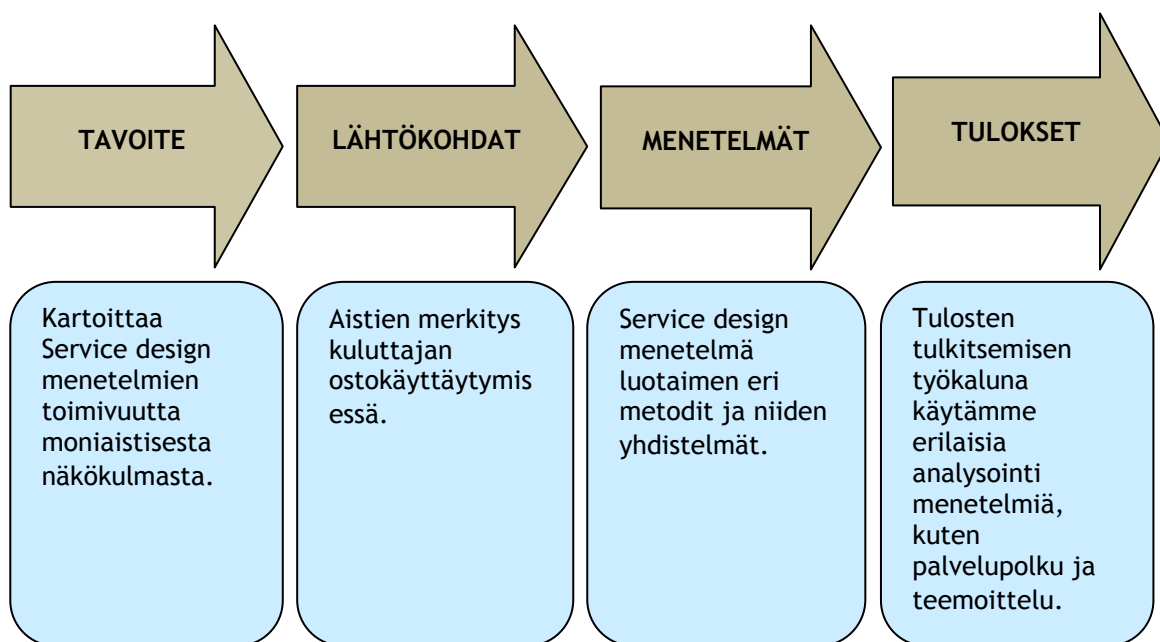
Kaavio 1: Sidosryhmien prosessikaavio

Kaavio 1. kuvaa sidosryhmien välisiä suhteita. Prosessikaavion avulla kiteytämme yhteistyökumppanien roolia sekä heidän työprosessiaan opinnäytetyön etenemisen eri vaiheissa. Kuvaamme Matkailijan moniaistinen palvelukokemus - hankkeen yhteistyökuvioita työmme näkökulmasta, jossa Mmp-hanke, Liiketoiminnan kehittäminen palveluverkostossa opintojakson opiskelijat ja Linnanmäki - Lasten Päivän Säätio toimivat yhteistyökumppaneinamme. Ohjaajina ja tukenamme koko projektin ajan toimivat Mmp-hankkeen toimeksiantajat, heidän kanssaan tapasimme ohjaus- ja suunnittelupalavereissa sekä tulosten analysoinnin työpajojen merkeissä. Linnanmäen edustaja oli myös suunnittelupalavereissa mukana. Tämä jatkuva tuki eri tahoilta loi hyvän pohjan työn edistymiselle. Muutamia kertoja ennen menetelmien testausta olimme seuraamassa opiskelijoiden työskentelyä käytännössä. Tämä edesauttoi meitä virittäytymään tutkimukseen sekä saavuttamaan syvempi näkemys, siitä mitkä ja miten kaikki osaset vaikuttivat tutkimuksen syntyyn. Opiskelijat toteuttivat menetelmien testaamisen toimimalla haamuasiakkaina Linnanmäellä, jonka jälkeen saimme heidän käyttämiensä menetelmien tuottamat tulokset analysoitavaksi.

1.2 Opinnäytetyön tavoite

Opinnäytetyön tarkoituksena on testata palvelumuotoilun menetelmiä sekä niiden luotettavuutta ja toimivuutta tutkimuksessa, jossa palvelukokemusta mitataan moniaistisesta näkökulmasta. Mikä on toimivin Luotain-metodi moniaististen palvelukokemusten mittaamisessa? Tämä on opinnäytetyömme tutkimuskysymys, johon etsimme vastauksen luvussa 6 tulosten analysointi. Tavoitteena on toimivimman Service Design -menetelmän löytäminen moniaistisuuden näkökulmasta. Toimivimman menetelmän löytämisellä tarkoitamme menetelmää, jonka avulla saavutettaisiin monipuolisia ja hyödyllisiä tuloksia. Määritelmän toimivuudesta sovimme yhteisesti Mmp-hankkeen toimeksiantajien kanssa, jotta kaikille osapuolille olisi selvää mitä tarkoitamme käsitteellä: toimivin palvelumuotoilun menetelmä moniaistisuuden mittaamisessa.

Matkailijan moniaistinen palvelukokemus (Mmp) -hankkeen tavoitteena on tutkia, miten erilaiset aistiyhdistelmät sekä viraaliviestit mahdollisesti vaikuttavat ja vetoavat kuluttajan tunteisiin sekä ostokäyttäytymiseen elämyksellisyyden, autenttisuuden ja luovuuden näkökulmista. Viraalisuudella tarkoitetaan viestin nopeaa ja spontaania leviämistä henkilöltä toiselle. Yritys voi laittaa viraaliviestin liikkeelle tarkoituksenmukaisesti halutessaan levittää tietynlaista sanomaa tai se voi syntyä sattumalta kuluttajan kiinnostusta herättävän viestin kautta. (Alakoski, Bäck & Isacsson 2008, 9, 14-15.) Opinnäytetyössämme kertynyttä aineistoa tullaan käyttämään Mmp - hankkeen hyväksi sekä Linnanmäen palvelujen ja tapahtumien jatkuvaan kehitystyöhön.



Kaavio 2: Opinnäytetyön prosessikaavio

Raportin prosessikaaviossa 2. kuvaamme opinnäytetyömme prosessikohtaista etenemistä neljän eri vaiheen kautta. Opinnäytetyöprojektin käynnistyessä meidän tuli määritellä tavoite työllemme. Tavoitteemme oli tutkia eri Service Design menetelmien toimivuutta moniaistisen palvelukokemuksen mittaamisessa. Työmme lähtökohdaksi voidaan sanoa kiinnostus selvittää, kuinka eri aistit ja aistienyhdistelmät mahdollisesti vaikuttavat kuluttajan ostokäyttäytymiseen sekä kokonaisvaltaisen palvelukokemuksen muodostumiseen. Selvittääksemme menetelmän, jolla saavutettiin monipuolisinta tietoa, tutkimme menetelmien toimivuutta Linnanmäen Valokarnevaaleilla. Tämän jälkeen analysoimme ja vertailimme eri menetelmien avulla saatuja tuloksia, tähdäten toimivimman Service Design menetelmän löytymiseen, jota voitaisiin hyödyntää tulevaisuudessa vastaavanlaisten tapahtumien palvelukokemuksen mittaamisessa.

1.3 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön aineistonkeruussa käytimme kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Menetelmän keskeisiä piirteitä ovat tutkimuksen toteutus todellisissa tilanteissa sekä tiedonhankinnan tapahtuminen mahdollisimman laaja-alaisesti. Tutkija luottaa eniten omiin havaintoihinsa sekä tutkittaviensa kokemuksiin ja tuntemuksiin. Kohderyhmän valinta toteutetaan tarkoituksen mukaisesti ja satunnaisotoksia vältetään. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2006, 155). Laadullista tutkimusta tukevia menetelmiä ovat muun muassa erilaiset kohdennetut haastattelumuodot kuten lomakehaastattelut, teemahaastattelut, syvähaastattelut sekä havainnointimenetelmät. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 74).

Moniaistinen havainnointi ja erilaiset Service Design -menetelmät toimivat hankkeen tiedonkeruumenetelminä. Tutkimuksen aihe, Service Design -menetelmien toimivuus moniaistisuuden näkökulmasta, on vielä melko tuore tutkimusaihe palvelualalla. Teoriapohjan lisäksi on syytä etsiä uutta syvempää tietoa Service Designista ja sen menetelmistä sekä niiden toimivuudesta moniaistisuuden näkökulmasta. Näin ollen aistihavainnointi eri metodeja käyttäen Linnanmäen palvelupolulla on tärkeä osa tutkimuksen tiedonhankintaa.

Toimimme yhteistyössä Laurea-ammattikorkeakoulun opintojakson Liiketoiminnan kehittäminen palveluverkostossa restonomiopiskelijoiden kanssa. Heidän tehtävänä oli kerätä aineistoa eri Service Design Luotain-menetelmillä, jonka jälkeen saimme kerätyn aineiston analysoitavaksemme. Meillä oli käytössä heidän opintojakson raportit sekä alkuperäiset Valokarnevaaleilla täytetyt menetelmien tulokset, jotta saavuttaisimme mahdollisimman monipuolisen ja laajan näkemyksen tutkimuksen eri vaiheista eikä mitään tärkeää ja oleellista jäisi huomioimatta. Kävimme myös itse keräämässä aineistoa kahden Service Design - menetelmän pohjalta, jotta saimme myös omakohtaisia kokemuksia menetelmien käytöstä sekä niiden toimivuudesta palvelukokemuksen mittaamisessa Linnanmäen Valokarnevaaleilla. Menetelminä käytimme havainnointitaulukkoa ja empatiatyökalua.

Tehtävänäimme oli systemaattisesti analysoida opiskelijoiden tuottamia tuloksia. Aineistonkeruussa käytimme luotainta Service Design -menetelmänä. Luotaimesta sovellettiin neljää eri metodia, kuten tehtävävihko, havainnointitaulukko, tarinankerronta kuvien pohjalta, empatiatyökalu, video-observointi ja taulukko-metodi. Tutkimusaineiston keruussa kohdehenkilöt kulkivat kahden tai kolmen hengen ryhmissä ja kirjasivat syntyneitä aistihavaintojaan Linnanmäen Valokarnevaalien palvelupolulla. Tutkimusaineiston käsittelimme metodikohtaisesti jokaiselle sopivimmalla analysointimenetelmällä. Tutkimuksen edistymisestä käytännössä kerrotaan yksityiskohtaisemmin myöhemmin tässä raportissa.

1.4 Opinnäytetyöraportin rakenne

Opinnäytetyöraportissa pyrimme esittelemään johdonmukaisesti koko työskentelyprosessimme, alkaen työmme taustoista ja tavoitteesta sekä yhteistyökumppanimme esittelystä. Ennen varsinaista käytännön osiota, esittelemme työn viitekehyksen, joka sisältää pääkäsitteet palvelukokemus, moniaistisuus sekä Service Design, suomeksi Palvelumuotoilu. Päätimme käyttää Service Designista alkuperäistä englanninkielistä

nimeä, suomennoksen synnyttämien ristiriitojen vuoksi. Nämä kolme pääkäsitettä sitovat työmme tiiviiksi kokonaisuudeksi.

Työmme kannalta oleellisten käsitteiden määrittelyjen jälkeen puramme vaihe vaiheelta opinnäytetyömme edistymistä, tutkimukseen virittäytymisestä aina tulosten analysointiin ja johtopäätöksiin asti. Kerromme kuinka hankimme aineistoa Linnanmäen Valokarnevaaleilla eri Service Design -menetelmien avulla sekä Laurea Ammattikorkeakoulun restonomi opiskelijoiden osallisuudesta aineiston hankintaan. Seuraavaksi esittelemme teoriaa käyttämistämme analysointimenetelmistä sekä kuinka käytännössä tulosten analysointi tapahtui. Lopuksi vielä vertailemme eri Service Design -menetelmillä saatuja tuloksia sekä pyrimme löytämään tämän kaltaisessa tutkimuksessa toimivimman menetelmän, jonka avulla on saavutettu mahdollisimman tarkkoja, yksityiskohtaisia, mutta myös laaja-alaisia havaintoja.

1.5 Yhteistyökumppani Linnanmäki - Lasten Päivän Säätiö

Linnanmäki perustettiin vuonna 1950, perustajina toimivat kuusi lastensuojelutyötä tekevää järjestöä: Barnavårdsföreningen i Finland, Ensi- ja turvakotien liitto ry, Lastensuojelun Keskusliitto ry, Mannerheimin Lastensuojeluliitto ry, Parasta Lapsille ry ja Pelastakaa Lapset ry. Lasten Päivän Säätiö sai alkunsa muutamia vuosia myöhemmin 1957 edellä mainittujen järjestöjen toimesta. Lasten Päivän Säätiö vastaa nykyään lähes kaikista Linnanmäen huvipuiston toiminnoista. Säätiön tarkoituksena on kerätä varoja lastensuojelutyöhön, joka toteutetaan ylläpitämällä ja kehittämällä Linnanmäen palveluja ja tuotteita. (Sadunomaista ilottelua 2010.) Kaiken kaikkiaan Linnanmäki on kerännyt yli 70 miljoonaa lastensuojelutyön hyväksi toimintavuosiansa aikana. (Lastensuojelutyössä mukana).

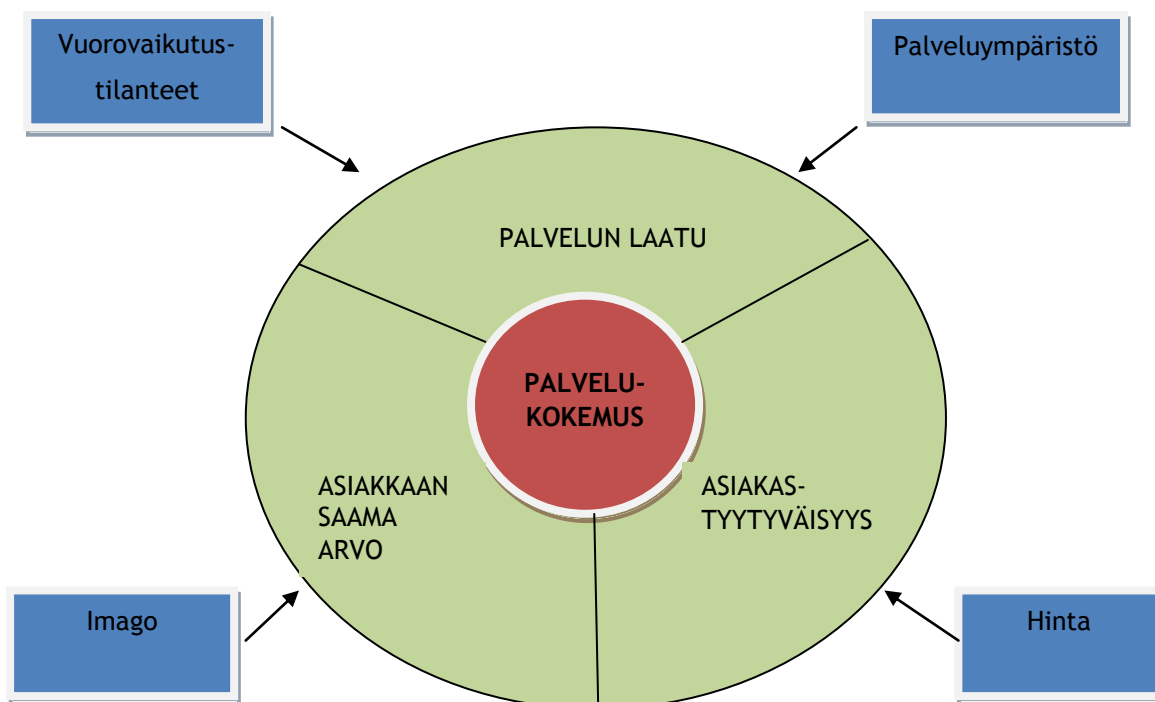
Alkuvuosikymmeninä useat huvipuiston palvelut olivat ulkopuolisten vuokralla olevien tahojen ylläpitämiä. Tarjonnan monipuolistuessa Linnanmäki on muuttunut ympärivuotiseksi käyntikohteeksi uusien tapahtumiensa kuten syksyiset Valokarnevaalit, Jouluhattara ja talvirieha mäenlaskuineen sekä yritystilaisuuksien ja Merimaailma Sea Life:n myötä. Huvipuistossa vierailijoita on vuosien saatossa käynyt 53,8 miljoonaa. Vuonna 2010 Linnanmäki vietti 60-vuotissyntymäpäiviään. (Sadunomaista ilottelua.)

Linnanmäki järjesti viidettä kertaa Valokarnevaalit 8.10. - 17.10.2010 iltaisin 17.00 - 22.00, jolloin luvassa oli kummituksia ja muita taianomaisia hahmoja. Ohjelmaan kuuluivat muun muassa Haamujengin luistelunäytös, jonka jälkeen jälle pääsivät myös Linnanmäen asiakkaat. Illan aikana voi seurata tulitaiteilijan esiintymistä erilaisten tulitemppujen siivittämänä. Valokarnevaalien aikana huvipuiston kauppojen tarjontaa oli laajennettu erilaisilla valotuotteilla, kuten ulko- ja somistusvaloilla, valomiekoilla sekä vilkkuvilla

valokoruilla, joiden avulla asiakkaat saivat mahdollisuuden viedä muistot mukansa kotiin. (Valokarnevaali 2010.)

2 Asiakkaan moniaistinen palvelukokemus

Palvelukokemuksella tarkoitetaan sitä, miten asiakas palvelun kokee. Kun asiakas ja yritys, sekä yrityksen tarjoamat palvelut kohtaavat, muodostuu palvelukokemus (Alakoski, Isacson & Bäck 2010, 3). Asiakkaan palvelukokemuksen muodostumiseen vaikuttavat tekijät ovat palvelun laatu, asiakkaan saama arvo sekä asiakastyytyväisyys. Nämä kaikki kolme osatekijää liittyvät olennaisesti toisiinsa. Myös vuorovaikutustilanteet asiakkaan ja henkilöstön välillä, palvelun tai tuotteen hinta, palveluympäristö ja organisaation imago kaikki vaikuttavat palvelukokemuksen muodostumiseen. (Ylikoski 2001, 153-154.) Kaava 3. havainnollistaa ne eri osiot mitkä palvelukokemuksen muodostamiseen liittyy.



Kaavio 3: Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen Ylikosken (2001, 154) mukaan

Palvelun laatu on yksi vaikuttava tekijä asiakkaan palvelukokemuksen muodostumisessa ja sitä ei ole helppo määritellä vain muutamalla sanalla. Ylikoski on määritellyt palvelun laadun seuraavasti. ”Laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin tuote (tavara tai palvelu) vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia, eli miten hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet tyydyttyvät.” Näin

ollen laadulla tarkoitetaan asiakkaan muodostamaa yleistä näkemystä tuotteen tai palvelun onnistuneisuudesta. Vain asiakas pystyy tulkitsemaan palvelun laatua ja myös siksi asiakas on ainoa, joka pystyy kertomaan onko laatu hyvä vai huono. Palvelun laatua tulisikin aina tarkastella asiakkaan näkökulmasta, eikä palveluntarjoajan näkökulmasta. Se mitä asiakas palvelun lopputuloksena saa (lopputulosaatu) ja se miten palveluprosessi itsessään sujui (prosessilaatu) vaikuttavat siihen, miten asiakas palvelun laadun kokee. Näitä kahta osatekijää kutsutaan myös teknillisiksi ja toiminnallisiksi tekijöiksi. Se miten palvelu suoritetaan saattaa olla asiakkaalle tärkeämpi kuin palvelun lopputulos.

Vuorovaikutustilanteet asiakkaan ja henkilöstön välillä ovat avainasemassa, jotta asiakkaalle muodostuisi hyvä palvelukokemus. Palvelunlaadun osatekijöistä kolmas on imago, eli asiakkaalle muodostuva mielikuva organisaatiosta, joka toimii laatukokemuksen suodattimena. Jos asiakas kokee, että organisaatiolla on hyvä imago, hän saattaa katsoa läpi sormien organisaation pienet virheet. Asiakas toisin sanoen unohtaa nämä virheet ja niistä huolimatta saattaa kokea palvelun laadun hyväksi. Huono imago saattaa vahvistaa asiakkaan epämiellyttäviä kokemuksia entistä enemmän. (Ylikoski 2001, 118.)

Palvelukokemukseen vaikuttaa myös asiakastyytyväisyys. Hyvän palvelukokemuksen luomiseen vaaditaan tyytyväinen asiakas. Asiakastyytyväisyydellä tarkoitetaan asiakkaan palveluun kohdistuvien odotusten ja kokemusten suhdetta. Ensimmäisen kerran asiakkaat ostavat tai käyttävät palvelua odotustensa perusteella ja asiakkaan kokemusten on oltava jatkuvasti tasaisen hyviä, jotta saataisiin aikaan pitkäaikainen asiakassuhde. Asiakastyytyväisyys voi syntyä myös joskus ilman suunnittelua ja vaivannäköä. Useimmiten, kilpailukeinojen aikaan saamiseksi, vaaditaan yrityksiltä aikaa pohtimiseen siihen, miten asiakas pidettäisiin tyytyväisenä ja asiakastyytyväisyys olisi jatkuvaa. Yritys saa kilpailullista etumatkaa asiakastyytyväisyydestä, etenkin silloin, kun yritys näkee enemmän vaivaa kuin kilpailijansa palveluksessaan asiakkaitaan. (Lahtinen & Isoviita 2001, 44,81.)

Kolmas vaikuttava tekijä, jota käsittelemme tässä kappaleessa, on asiakkaan kokema arvo, joka vaikuttaa myös asiakastyytyväisyyteen. Tällä tarkoitetaan sitä miten paljon asiakas kokee itse panostavansa palvelun saamiseen verrattuna saamiinsa hyötyihin. Kun asiakas valitsee palvelua, valitsee hän todennäköisesti sen palvelun mistä hän kokee saavansa eniten arvoa. (Ylikoski 2001, 153.) Asiakkaan kokema arvo määritellään niin, että se muodostuu kaikkien kustannusten ja etujen erotuksesta, joka arvioidaan tuotteesta tai palvelusta. Asiakkaan kokema etu koostuu ryhmästä toiminnallisia, taloudellisia ja psykologisia etuja, joita odotetaan tietyiltä markkinoilta. Näitä etuja saavat aikaan palvelut, tuotteet, yrityksen imago sekä henkilöstö. Kustannuksia asiakas odottaa aiheutuvan tuotteen tai palvelun arvioimisesta, hankkimisesta, käyttämisestä ja poishävittämisestä. Muodoltaan kustannukset ovat psykologisia sekä rahallisia ja näiden myötä asiakkaalta kuluu aikaa sekä energiaa. (Kotler, Keller, Brady, Goodman ja Hansen 2009, 381.)

2.1 Elämyksellisyyden synty ja paikan merkitys

Elämys on asiakkaan fyysisillä ja henkisillä ominaisuuksilla sekä aisteilla mitattava palvelukokemus. (Moritz 2005, 90). Se on hyvin monimutkainen ja subjektiivinen ilmiö, jonka dynaamisuus on riippuvainen viiden aistin yhteistyöstä. Elämyksen laadun määrittely on sen kokijalle usein kaksijakoista, joko positiivista tai negatiivista. Palveluntuottajalle prosessi on erittäin haastava asiakkaiden erilaisten mieltymysten vuoksi, vaikka kokemus perustuu aistinvaraisiin käsityksiin, jotka ovat kaikilla ihmisillä lähtökohtaisesti samanlaisia, voi eroavaisuuksia tulkinnallisella puolella syntyä runsaasti. Erityisesti nenän kautta aistittavien tekijöiden kanssa, sillä sen minkä toiset mieltävät miellyttäväksi tuoksuksi, saattaa toiset kokea sen hyvinkin epämiellyttävänä. Oleellista kuitenkin on, että kaikkia asiakassegmenttejä on mahdotonta miellyttää samanaikaisesti. (Buchenau & Fulton Suri 2000, 1.)

Puhuttaessa elämyksellisyydestä Perttula ja Latomaa 2009 määrittelevät sen seuraavasti: todellisuus tarkoittaa jotakin, se ei ole enää merkityksetön. Toisinaan ihmisen voi olla vaikea tunnistaa mistä eri palasista hänen kokemuksensa on muodostunut. Elämys on todellinen, vaikka kokemuksen kohde jäisikin epäselväksi. Kokemuksiksi voidaan sanoa ihmisen tunteita, jotka ilmentävät tajunnallista mielenyhteyttä koettuun aiheeseen. (Latomaa & Perttula 2009, 116, 124.)

Paikan sijainti voidaan määritellä kartan avulla, mutta koetusta paikasta kertomisen avulla ja eri ihmisten toimesta, voimme saada todennäköisesti hyvin erilaisia ja toisistaan poikkeavia kertomuksia. Käsitteenä paikka on yksinkertainen, mutta vain siihen asti kunnes paikan kokemuksellista puolta aletaan pohtia. Perinteisen maantieteellisen näkökulman lisäksi paikka nähdään nykyään myös jokapäiväiseen elämään sidoksissa olevana kokemuksellisena ja sosiaalisena ympäristönä. (Latomaa & Perttula 2009, 202-203.) Tässä tutkimuksessa paikan merkitys on lähinnä sen kokemuksellisessa sekä moniaistillisessa puolessa.

2.2 Moniaistisuus ja aistien merkitys

Moniaistisuudella viitataan siihen, että käytössä ovat enemmän kuin kaksi aistia samaan aikaan. (Alakoski ym. 2008-2010, 36). Tapahtumia pystytään usein havaitsemaan enemmän kuin vain yhden aistin avulla. Kahden tai useamman aistin keskeinen vuorovaikutus voi antaa tarkemman käsityksen siitä, mitä havainnoi. Visuaalisuuden (näköaistin) ja auditiivisuuden (kuuloaistin) keskeinen vuorovaikutus voi olla hyödyksi monella eri tapaa. Esimerkiksi, näköaistin avulla ei voida havaita esineitä tai tapahtumia pimeässä, piilossa tai näkökentän ulkopuolella. Tällaisissa tilanteissa kuulo- tai tuntoaistit voivat auttaa. Eri aistien keskeinen vuorovaikutus, eli moniaistisuus voi siis tarjota selviä selviytymiskeinoja. Esimerkiksi

ihmiselle, joka ylittää kiireistä katuja tai eläimille, jotka etsivät tai välttävät saalista. (Bulkin & Groh 2006, 1.)

Ihminen muodostaa itsestään ja ympäröivästä maailmasta käsityksen aistiensa avulla. Monet myönteiset ja mieluisat kokemukset sekä elämykset, kuten esimerkiksi hyvästä ruoasta nauttiminen tai lempimusiikin kuunteleminen syntyvät aistien välityksellä. Aistiensa avulla ihminen kykenee olemaan yhteydessä, ei pelkästään ulkomaailmaan, mutta myös oman kehonsa tuntemuksiin. Kaukooaistit: näkö-, kuulo-, ja hajuaisti auttavat ihmistä suuntautumaan ympäristöön sekä vastaanottamaan tietoa ympärillään tapahtuvista asioista. Lähiaistit, kuten tunto- ja makuu-aisti, antavat ihmiselle käsityksen siitä, mitä hänen lähellään tapahtuu, esimerkiksi miltä jokin tuntuu tai maistuu. (Burakoff 2009, 1-2.)

Ihmisen kaikki aistit ovat läsnä, kun kyseessä on vuorovaikutustilanne ja näin aistikokemus muodostuu usean eri aistin välityksellä. Esimerkiksi läheisessä vuorovaikutustilanteessa ääni, tuoksu, kosketus ja katsekontakti mukautuvat yhtenäiseksi tiedoksi, toisinaan miellyttäväksi läheisyyden kokemukseksi. Eri aistit myös tukevat toistensa välittämää informaatiota. Jos jokin aistialueista ei olisi toiminnassa tai toimisi vain puutteellisesti, viesti voisi silti löytää toimivien aistien avulla perille. (Burakoff 2009, 2.)

Tärkeimpänä ihmisen aisteista pidetään näköä, sillä se välittää eniten tietoa ympäristöstämme kuin muut aistit. Näön avulla ihminen saa ulkomaailmasta valtaosan informaatiosta ja muodostaa käsityksen ympäröivästä maailmasta. Jopa 70 % ihmisen kaikista aistinsoluista on silmissä. (Arstila, Hänninen, Niensted & Niensted 1990, 308.) Jokiniemi kuitenkin toteaa, että todellisuudessa tuntoaisti on meidän tärkein aistimme. Ilman tuntoaistia emme voisi käytännössä tehdä mitään, emme edes elää. Ilman tuntoaistin antamaa varoitusta ihminen voisi esimerkiksi polttaa itsensä, murtaa jäseniä tai vahingoittaa itseään monella eri tapaa. Jo pienestä pitäen, uusiin aisoihin ja esineisiin tutustuminen perustuu tuntoaistiin ja makuu-aistiin. Jokiniemi korostaa, että koko kehomme toiminta ja kaikista tärkeimmät havaintomme perustuvat eniten tuntoaistin antamaan informaatioon. (Jokiniemi 2002.)

Kuuloaistia pidetään yleisesti ihmisen toiseksi tärkeimpänä aistina, sen avulla ihminen hakeutuu ympäristöönsä sekä hakee tietoa ympärillään tapahtuvista asioista. Eri äänien perusteella me pyrimme hahmottamaan ympäristöämme ja pystymme ennakoimaan tulevia tapahtumia. Kokemuksien myötä, meille tutut äänet alkavat saada merkityksen. Muiden ihmisten kanssa kommunikoinnissa ja vuorovaikutuksessa on kuuloaistilla erittäin tärkeä merkitys, sillä ihmisten välisestä kommunikoinnista suurin osa tapahtuu äänen välityksellä. (Burakoff 2007.)

Hajuaistin merkitys on nykyaikana vähentynyt, kun pohditaan millainen merkitys hajuaistilla on historiassa ollut. Ennen ruoan syöntikelpoisuutta ihminen arvioi hajuaistin avulla, kun taas nykyään pystymme lukemaan kaupan paketeista parasta ennen päivämääriä. (Jokiniemi 2002.) Hajuaistimukset herättävät meissä usein miellyttäviä tai epämiellyttäviä emootioreaktioita. Erilaiset hajut saattavat herättää meissä muistoja aiemmista tapahtumista tai kokemuksista. Hajulle ei välttämättä aina pysty antamaan nimeä mutta sen herättämän tunteen pystyy kuvailemaan vieläkin paremmin. Makuaiisti liittyy hyvin paljon hajuaistiin, eikä ihminen pysty erottelemaan tarkasti makuja ilman hajuaistin yhteistoimintaa. Makuaistit ovat hyvin yksilöllisiä ja ne herättävät hajuaistin tavoin hyvin voimakkaita tunne-elämyksiä. (Burakoff 2007.) Seuraavassa luvussa kerromme moniaistisuuden merkityksestä palvelukokemuksen muodostumisessa.

2.3 Moniaistisuus osana palvelukokemuksen muodostumista

Monet yritykset eivät hyödynnä tarpeeksi kaikkia aisteja. Moni keskittyy useimmiten ainoastaan näköaistin hyödyntämiseen ja näin ollen jättävät käyttämättä suurimman osan mahdollisesta vaikutusvallastaan. Esitteet, mainokset, sähköpostit, lehti-ilmoitukset, jne. ovat kaikki kehitetty antamaan visuaalisen vaikutelman. Asiakkaan palvelukokemukseen voitaisiin vaikuttaa hyödyntämällä moniaistisuutta. Mitä enemmän aisteja asiakkaan palvelukokemukseen kytketään, sitä voimakkaampi kokemus tulee olemaan ja näin ollen myös kokemus muistetaan pidempään. Hammondin mukaan palvelukokemukset ja - tapahtumat muistetaan pidempään ja paremmin jos useampi aisti on mukana. (Hammond 2008, 79.) Esimerkiksi, yrityksen tuloksiin voitaisiin vaikuttaa positiivisesti asiakkaiden hajuaistia aktivoimalla, joten sitä tulisi hyödyntää huomattavasti enemmän. Alakoski ym. (2010, 36-37) huomauttavat, että palvelu ja viihdeteollisuus ovat erityisesti niitä aloja, joissa näkö- ja hajuaistin lisäksi myös muut aistit ovat hyvin tärkeitä.

Ihmiset prosessoivat saamaansa informaatiota kukin omalla tavallaan ja siksi emme voi olettaa, että kaikki asiakkaat kokisivat moniaistisen palvelutilanteen samanlaisena. Visuaaliset, auditiiviset ja kinesteettiset ovat kolme ryhmää, joihin ihmiset on jaettu. Toisinsanoin visuaaliset ihmiset ovat niitä, jotka prosessoivat saamaansa informaatiota mieluiten näköaistin välityksellä ja näin ollen muiden aistien merkittävyys vähenee. Auditiiviset ovat niitä ihmisiä, jotka prosessoivat ympäristöstä tulevaa tietoa helpoiten kuuntelemalla. Kinesteettiset ihmiset pyrkivät maku-, haju- ja tuntoaistien avulla hahmottamaan ympäristöään. Kaikkia aisteja ei kannata aktivoida samanaikaisesti, on löydettävä ne aistit mitkä sopivat yrityksen brändiin tai tuotteeseen. Esimerkiksi, jos yritys haluaa luoda asiakkailleensa makuelämyksen, vaatii toimenpide muutakin kuin makeisten esille panna asiakkaiden ulottuville. On tärkeää, että asiakas yhdistää maun ja jonkin aspektin brändistä, tuotteesta tai palvelusta. Makeiset voitaisiin esimerkiksi päällystää paperilla, joissa

olisi yrityksen logo. (Hammond 2008, 158, 201.) Tämä on muistettava, kun pyritään luomaan moniaistista ilmapiiriä. Kaikkia asiakkaita ei voi miellyttää samanaikaisesti ja siksi on tehtävä kompromissi ja toimittava enemmistön mukaisesti. (Alakoski ym. 2010, 37.)

3 Service Design

Palvelumuotoilijoiden yhteisö määrittelee Service Designin seuraavasti: ”Palvelumuotoilu on ajassa ja paikassa tapahtuvien kokemusten muotoilua, jotka tavoittavat ihmiset erilaisten kosketuspisteiden kautta.” Yhteisö toimii Internetiin perustetun sivuston kautta, jonka tarkoituksena on yhdistää alan ihmisiä ja yrityksiä sekä luoda keskustelua Service Designista. Jäsenorganisaatiot Design Forum Finland, Live/Work, Movial, Yatta ja Palmu Inc. ylläpitävät sivustoa, jossa aiheen termistöön voi tutustua määrittelien kautta, sivustolla tiedotetaan myös ajankohtaisista Service Design -tapahtumista. (Palvelumuotoilu)

Service Designissa kyse on käyttäjälähtöisten tutkimusmenetelmien hyödyntämisestä. Moniaistisuudella pyritään luomaan parempi ja vahvempi palvelukokemus asiakkaalle ja tätä kautta edistämään asiakastytyväisyyttä. Käsitteenä Service Design on ollut vuosia kehityksen alla, mutta viimein se alkaa löytää raaminsa. Service Designin kehittymiselle on perustettu erilaisia yhteisöjä ja keskustelufoorumeja, joiden kautta voidaan ylläpitää keskustelua sekä yhdistää aiheesta kiinnostuneita ihmisiä ja yrityksiä. (Koivisto 2007, 63-64.)

Service Design -menetelmiä käyttämällä pyritään luomaan yhtenäinen käyttäjäkokemus, syvällisen käyttäjätuntemuksen sekä aineettomien elementtien yhdistelmällä. (Ojasalo 2008, 3.) Service Design pyrkii vaikuttamaan kokonaisvaltaisesti palvelujen käyttökokemuksiin, pyrkien vaikuttamaan palveluun käyttötarkoituksesta lähtien, huomioiden toiminnallisuuden, käytettävyyden, haluttavuuden, ekologisuuden ja esteettisen miellyttävyyden. Service Designilla tavoitellaan markkinoilla erottuvia palveluita, jotka koettujen kontaktipisteiden sekä palveluprosessien kautta viestittävät yrityksestä halutun mielikuvan ja tekevät asiakkaan tyytyväiseksi. (Koivisto 2007, 21, 69, 80.)

3.1 Mistä Service Design koostuu?

Service Designin avulla suunnitellaan asiakkaan palvelukokemus askel askeleelta. Tämän kokemuksen rakennuspalikoina ovat palvelun kontaktipisteet, palvelutuokiot ja palvelupolku. Palvelu vaikuttaa elämäämme lähes kaikkialla; ravintolassa, terveydenhuollossa, joukkoliikenteessä, talous- ja pankkiasioissa sekä harrastustoiminnassa. Kaikista löytyy samoja yhteisiä palvelukokonaisuuden elementtejä, joihin voidaan käyttää palvelupolun kaltaisia Service Design elementtejä. (El-haik & Roy 2005, 2.) Service Designin laajaan käsitteeseen kuuluvat prototyypin testaus, analysointi sekä uusien toteutus- ja toimintatapojen ideointi.

Service Design -suunnittelijan tulee ymmärtää sen synnyttämät haasteet, tuntea käyttäjät ja yritys sekä käytettävissä oleva teknologia. (Koivisto & Miettinen 2009, 11-14.)

Palvelupolulla tarkoitetaan sitä, kuinka asiakas kokee häntä kohdeltavan jokaisessa asiakaskontaktitilanteessa sekä millainen kuva asiakkaalle kokonaisuudessaan jää palvelukokemuksesta. Palvelupolun aikana asiakas havainnoi ympäristöönsä käyttämällä kaikkia aistejaan. (Sampson 2006.) Asiakkaan mielikuvaan ja tyytyväisyyteen vaikuttaa yleisesti kaikki mitä hän kokee, näkee, kuulee, tuntee, haistaa tai maistaa kontaktipisteiden kautta. Kontaktipisteiksi voidaan nimetä tilat, prosessit, ihmiset tai esineet. (Palvelumuotoilu). Näitä havaintoja alitajunteisesti tai tarkoituksenmukaisesti tehden asiakas luo itselleen kokonaiskuvan tilanteesta. (Sampson 2006.) Palvelu rakentuu asiakkaalle polkuna, joka koostuu useiden eri palvelutuokioiden ja kontaktipisteiden kautta. Esimerkiksi, jos asiakas varaa Internetistä matkaa Kiinaan, alkaa hänen palvelupolkunsa jo varaamisesta lähtien, mutta jos asiakas varaa matkansa matkatoimistosta paikan päällä on hänen palvelupolkunsa erilainen kuin netistä varattaessa. Asiakkaan palvelupolkuun vaikuttaa suunniteltu palvelun tuotantoprosessi, sekä asiakkaan omat valinnat. (Koivisto 2007.) Jokainen palvelu rakentuu sarjasta osapalveluja ja episodien kautta, jotka yhdessä muodostavat asiakkaalle arvoa tuottavan palvelun kokonaisuuden. Yksittäistä episodiat kutsutaan palvelutuokioksi. Tuokioita ovat esimerkiksi asiakkaan saapuminen tilaan, jossa palvelu tapahtuu sekä maksaminen ja aterian tilaaminen ravintolassa. (Tapanainen 2009.)

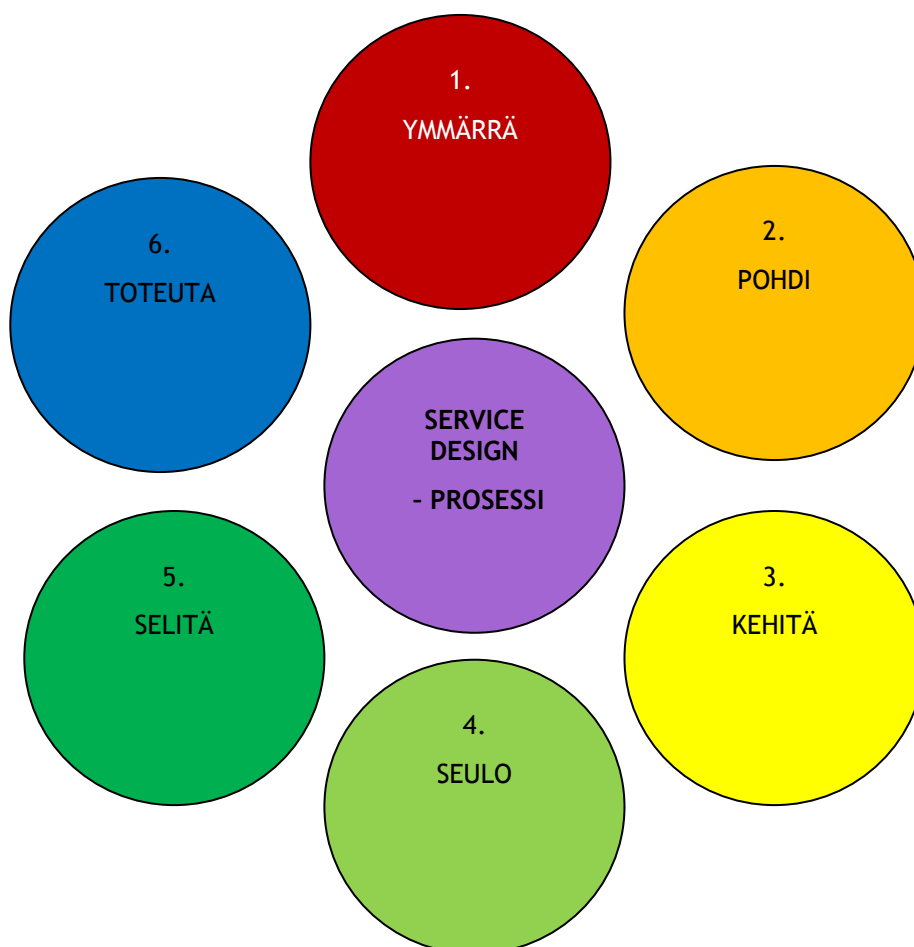
Palvelutuokiot muodostuvat siis joukosta kontaktipisteitä, joiden kautta palvelu koetaan eri aistien kautta. Kontaktipisteet ilmentävät palvelun brändin. Kontaktipisteet voivat olla tiloja, esineitä, prosesseja ja ihmisiä. Esimerkiksi Linnanmäellä kontaktipisteitä ovat lipunmyyjät, laitteet, ravintoloissa tarjottava ruoka, muu henkilökunta, Linnanmäki-mainokset lehdissä ja televisiossa, Internet-sivustot ja niin edelleen. Kun polku tuokioineen ja kontaktipisteineen on hyvin toteutettu, asiakas on todennäköisemmin tyytyväinen ja kokee, että palvelu on onnistunutta. Asiakkaan poistumisvaihe on myös positiivisen kokonaisuuden muodostumisen kannalta tärkeä. Tällöin asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavat samantyyppiset seikat kuin hänen saapuessaan kohteeseen. Asiointitapahtuman jälkeen asiakas arvioi mielessään asiakaskäynnin kokonaisuuden onnistumista. Arvioinnin kohteena ovat muun muassa taloudellinen sekä ajankäytön tehokkuus sekä tuottavuus eli asiointitapahtuman tavoitteiden saavuttaminen. Tämän evaluoinniksi kutsutun vaiheen perusteella asiakas yleensä päättää, käyttääkö hän tulevaisuudessa kyseisen yrityksen palveluja tai tuotteita. (Koivisto 2007, 66-67.)

Service Design on kokonaisvaltaista, poikkitieteellistä toimintaa, jonka avulla pyritään lisäämään innovatiivisuutta sekä palvelujen kilpailukykyä. Sen tarkoituksena on täydentää jo olemassa olevia palvelujen kehittämisen malleja, ei korvata niitä. Service Design uudella

tavalla yhdistää olemassa olevia muotoilun ja metodien käyttötarkoituksia muiden tieteiden tuottamaan tietoon ja osaamiseen palvelujen kehittämisen alalla. (Koivisto 2007, 70.)

3.2 Service Design -prosessi

Opinnäytetyömme keskittyy suurelta osin Service Design käsitteeseen ja sen eri prosesseihin, jonka vuoksi käytämme tutkimusaineiston keräämiseen laadullisia Service Designiin kehitettyjä menetelmiä. Service Designissa käytettävien tutkimusmenetelmien pääasiallisena tarkoituksena on saada testaaaja ymmärtämään palvelupolun nykytila sekä synnyttämään uusia ideoita palvelun kehittämiseksi tai lisäarvon luomiseksi. (Vaajakallio, Mattelmäki, Lehtinen, Kantola & Kuikkaniemi 2009, 15). Toki Service Design -menetelmiä voi käyttää myös muotoilun eri tarkoituksiin ja suunnitteluprosessien eri vaiheissa. (Vaajakallio ym. 2009, 9). Yhtenä Service Design menetelmän käytön etuna nähdään palvelujen erilaistaminen sitouttamista edistävillä mielikuvien ja merkitysten lisäämisellä, verrattuna kilpailijoihin. Teknistä suorittamista on helpompi kopioida, kuin mielikuvia ja merkityksiä. (Palvelumuotoilu.) Alla oleva kaavio havainnollistaa Service Design - prosessin etenemistä vaihe kerrallaan.



Kaavio 4: Service Designin kuusivaiheinen prosessimalli Moritzin (2005, 123) mukaan

Moritzin 2005 laatima kuusivaiheinen prosessimalli havainnollistaa Service Designin käyttöä vaihe kerrallaan. Nämä kuusi vaihetta ovat ymmärrä, pohdi, kehitä, seulo, selitä ja toteuta. Jokaiselle vaiheelle on määritelty toimintamalli sekä vaiheeseen sopivia metodeja, huomioiden projektin tavoitteet. Selvitämme tämän prosessimallin pohjalta opinnäytetyömme edistymistä näiden kuuden vaiheen mukaisesti. Ensimmäisessä vaiheessa pyritään ymmärtämään asiakasta, palveluntarjoajaa ja palvelukontekstia. Tässä vaiheessa tutkitaan myös asiakkaiden tietoisia sekä piileviä tarpeita. Toimivia Service Design - menetelmiä tähän vaiheeseen ovat muun muassa haamuasiakkuus, havainnointi ja luotain. Seuraavassa vaiheessa tulee määrittää tutkimuksen strateginen suuntaus sekä löytää syvempi ymmärrys kerätylle tiedolle, jonka pohjalta tuloksia analysoidaan. Kolmannessa vaiheessa paneudutaan palvelukonseptien ideointiin ja kehittämiseen. Seulonta vaiheessa neljä pyritään löytämään toimivin konsepti. Vaiheessa viisi keskitytään palvelun visualisointiin sekä prototyyppien luomiseen, joiden avulla pyritään helpottamaan keskustelua. Viimeinen vaihe koskee palvelun toteuttamista käytännössä. Jokainen läpikäyty tehtävä ja vaihe auttavat projektin kokonaistavoitteen saavuttamisessa. Service Designilla on kaksi tarkoitusta: yksi on muodostaa yksinkertainen ja yleinen runko, joka auttaa ymmärtämään mitä Service Designilla tarkoitetaan. Toinen on osoittaa, mitä eri ajattelutapoja Service Designia käytettäessä tullaan tarvitsemaan. Tulee huomioida, että prosessin eri vaiheissa ajattelutapoja ja näkökulmia on suositeltavaa muuttaa kunkin vaiheen mukaan. Tutkimuksessa käytettyjen sekä edellä mainittujen metodien toteutustavoista kerrotaan tarkemmin luvussa neljä Tutkimuksen toteutus Linnanmäellä.

(Moritz 2005, 123 - 147.)

Vaiheessa yksi ymmärrä, perehdyimme aluksi hankkeeseen ja sen tavoitteisiin sekä hankkeen yhteistyökumppanin Linnanmäen palvelukonseptiin. Tämän jälkeen määrittelimme opinnäytetyön keskeiset käsitteet. Tutkimusaineistonkeruussa Linnanmäen Valokarnevaaleilla käytettiin eri Luotain (engl. Probe) - menetelmiä yhdistettynä haamuasiakkuuteen (engl. Mystery shopper) sekä havainnointiin (engl. Observation). Näistä menetelmistä kerrotaan tarkemmin seuraavassa luvussa.

Vaiheessa kaksi analysoimme Valokarnevaaleilla kerätyn aineiston. Tähän vaiheeseen sopivia menetelmiä ovat esimerkiksi käsitekartta (engl. Mindmap), samankaltaisuuskaavio (engl. Affinity Diagram), teemoittelu (engl. Type casting) sekä palvelukokemuskartta (engl. Process map). Tutkimustulosten analysoinnin tukena käytettiin samankaltaisuuskaaviota ja teemoittelua, näiden menetelmien käytöstä käytännössä kerrotaan luvussa viisi. Tutkimusaineiston hankintaan osallistuneet Laurea Ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijat laativat aineistonkeruun jälkeen palvelukokemuskartan havainnollistaakseen

Valokarnevaaleilla valittua palvelupolkua sekä siellä heränneitä aistihavaintoja ja kokemuksia.

Edellisessä vaiheessa analysoitujen tulosten pohjalta pyrimme kolmannessa prosessivaiheessa kehittä, synnyttämään uudenlaisia kehitysideoita Valokarnevaalien hyväksi. Tässä käytimme menetelmää aivoriihi (engl. Brainstorm), jossa keskityimme esiin nousseisiin ongelmakohtiin palvelukokemuksissa. Aivoriihi on luova ongelmanratkaisumenetelmä, jonka avulla pyritään tuottamaan mahdollisimman paljon ideoita. Laajasta määrästä todennäköisesti löytyy myös hyviä toteuttamiskelpoisia ideoita. (Brainstorming: Generating many radical, creative ideas.)

Prosessi vaiheessa neljä, eli seulo, arvioimme Valokarnevaaleilla saavutettujen tuloksien pohjalta eri menetelmien toimivuutta moniaistisuuden näkökulmasta. Pohdimme myös Linnanmäelle kehitettyjen ideoiden tarpeellisuutta. Menetelmien avulla saavutettujen tuloksien pohjalta Linnanmäen edustaja totesi heidän olleen yleisesti ottaen tyytyväisiä sekä yllättyneitä, joistakin esiin tulleista kommentteista, joita he eivät olleet ajatelleet aiemmin.

Viides vaihe on työmme osalta tärkein siltä osin, että raportin ulkoasu, sisältö ja johdonmukaisuus ovat merkittäviä. Se kuvaa koko opinnäytetyön prosessin teoriasta käytännön toteutukseen. Analysointi luvussa vertailemme eri menetelmillä saavutettuja tuloksia sekä pohdimme menetelmien toimivuutta moniaistisuuden kannalta.

Service Design - prosessin viimeisessä eli kuudennessa vaiheessa toteuta, selvitämme opinnäyteyöraportissa toimivimman Service Design - menetelmän. Johtopäätökset perustelemme testattujen menetelmien vertailun päätteeksi. Opinnäytetyön tutkimustulosten valmistuessa, luovutamme valmiin raportin Mmp -hankkeen sekä Linnanmäen hyväksi.

Service Design -suunnittelijan oleellisina osaamisalueina pidetään vahvoja sosiaalisia taitoja, empatiakykyä käyttäjiä kohtaan, luovuutta ja visuaalista näkemystä. Service Design prosessissa käytetään generatiivisia, kasvua tukevia, formatiivisia, kehitystä tukevia ja prediktiivisiä, eli ennustavia metodeja. Käyttäjälähtöisessä Service Designissa painopisteenä ei ainoastaan ole kehittää käyttökelpoisia, toimivia ja haluttavia palveluja vaan keskitytään myös luomaan ainutlaatuista lisäarvoa asiakkaalle. Tulevaisuuden haasteena Service Design - menetelmille voisi mainita uusien tapojen kehittämisen, joiden avulla käyttäjä pääsisi henkilökohtaisesti osallistumaan sekä palvelun kehittämisprosesseihin että luomaan uusia lisäarvoa tuottavia ehdotuksia. (Koivisto & Miettinen 2009, 60 - 63, 76.) Kahdessa seuraavassa luvussa käsitellään tutkimuksen edistymistä käytännön tasolla sekä kuvataan käytetyt metodit.

4 Tutkimuksen toteutus Valokarnevaaleilla

Tutkimus toteutettiin Linnanmäen Valokarnevaaleilla ajalla 8.10-17.10.2010. Tutkimukseen osallistui kaiken kaikkiaan 46 restonomiopiskelijaa, jotka olivat iältään noin 20-25 -vuotiaita. Lisäksi osallistuimme itse tutkimuksen toteutukseen. Meidän ja muiden opiskelijoiden tehtävänä oli toimia testiasiakkaina Valokarnevaaleilla ja tallentaa kokemuksia sekä tuntemuksia käyttäen erilaisia tiedonkeruu metodeja. Menetelmät esittelemme tarkemmin myöhemmin tässä luvussa. Opiskelijat kävivät Valokarnevaaleilla 2-3 hengen ryhmissä. Ryhmät pyrittiin jakamaan niin, että jokaisena viikon päivänä kävisi ainakin yksi ryhmä. Valokarnevaalit painottuivat pääosin iltaan, joten käynnit sijoittuivat kello 17.00-22.00 aikavälille. Itse kävimme perjantaina 15.10.2010 noin kello 19.00-22.00. Suurimmalle osalle opiskelijoista Linnanmäki oli jo entuudestaan tuttu paikka, mutta harva oli käynyt siellä muutoin kuin kesäaikana. Myös meille Linnanmäki oli entuudestaan tuttu, mutta vain toinen meistä oli aiemmin osallistunut Valokarnevaali tapahtumaan. Osallistuimme itse tutkimuksen toteutukseen, sillä halusimme nähdä, kuinka tutkimusaineistoa käytännössä kerätään. Sen kautta pyrimme saavuttamaan paremman kokonaiskuvan tutkimuksen kulusta ja Valokarnevaali tapahtumasta.

Tutkimukseen osallistujia pyydettiin kuvailemaan omia tuntemuksiaan Linnanmäellä mutta myös samalla tarkkailemaan muita asiakkaita ja heidän käyttäytymistään käyttäen apuna eri tutkimusmetodeja. Itse käytimme metodina empatiatyökalua, jossa isossa roolissa olivat kaikki muut aistit paitsi näkö. Peitimme toisen silmät niin että näkymä kaikesta oli kokonaan pimennossa ja toinen toimi hänen tukena. Kiersimme Linnanmäellä eri palvelupisteitä läpi samalla kuin toinen kirjasi sokeana olevan aistihavainnot ylös paperille. Vaihdoimme puolesta välissä rooleja, jotta molemmat saivat kokea Valokarnevaalit silmät peitettyinä. Valitsimme empatiatyökalun siksi, koska tiesimme Valokarnevaalien painottuvan visuaalisuuteen, eikä niinkään kuuloon, hajuaistiin tai tuntoon. Halusimme havainnointien painottuvan myös muihin aisteihin ja empatiatyökalu oli tähän sopivin metodi.

Havainnointi on oppinäytetyössämme tärkeässä roolissa, niin tutkimuksen kuin oman oppimisemme kannalta. Uusitalo (1991, 89) määrittelee sen näin: ”havainnointi on tietoista tarkkailua, eikä vain asioiden ja ilmiöiden katsomista.” Havainnoimalla voidaan tutkia esimerkiksi ihmisten kertomusten ja toiminnan välistä yhdenmukaisuutta. Menetelmien testaamisessa Linnanmäellä, havainnointi toteutettiin luonnollisessa ympäristössä. Näin ollen etuna nähdään havaintojen synty siinä suorassa asiayhteydessä, jossa ne ilmenevät. Havainnointi toimii tutkimuksissa, joissa tutkitaan tekstejä, valokuvia, videokuva, luontoa tai ympäristöä sekä ihmisen toimintaa yksin tai vuorovaikutustilanteissa muiden ihmisten kanssa. Havainnointi tutkimusmenetelmää pidetään ensisijaisesti laadullisen tutkimukseen sopivana metodina aineiston keräämisessä. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija itse osallistuu

havainnointiin sekä tutkimuskohteensa toimintaan. (Vilkkä 2006, 37 - 38.) Seuraavassa kappaleessa käsittelemme Service Designissa käytettyä tutkimusmenetelmää, joka on rakenteeltaan käyttäjälähtöinen ja perustuu havainnointiin.

4.1 Luotain tutkimusmenetelmänä

Opinnäytetyömme tutkimusmenetelmänä käytimme luotainta, josta sovellettiin tutkimuksen edun mukaisesti neljä eri metodia: havainnointitaulukko, tarinankerronta kuvien pohjalta, empatiametodi sekä tehtävävihko. Metodien teoriasta kerromme tarkemmin myöhemmin tässä luvussa sekä niiden käytännön toteutuksesta kerromme luvussa viisi. Luotain tunnetaan yleisesti toimivana menetelmänä, erityisesti erilaisia tuntemuksia mitattaessa. Se on käyttäjäkeskeinen itsedokumentointiin perustuva innovatiivinen työtapana. (Mattelmäki 2006, 11.) Luotainta käytettäessä on oleellista, että käyttäjä itse kirjaa tuntemuksiaan eikä sitä tee kukaan ulkopuolinen sivusta tarkkailija. Itsedokumentoinnissa pyritään minimoimaan mahdolliset häiriötekijät kuten havainnoija, joka saattaisi vaikuttaa tutkittavaan. Käyttäjän huomio ohjataan tutkimuksen kannalta palvelun oleellisiin osa-alueisiin, näin pyritään maksimoimaan tutkimuksen hyödyt ja löytämään palvelun kehittämisen kannalta tärkeimmät huomiot. Retrospektiivisen eli menneiden asioiden tarkastelun vähentäminen on itsedokumentoinnin hyötyjä, toisin sanoen itsedokumentoinnilla luodaan mahdollisuus tapahtumahetkellä ja -paikalla kontekstisidonnaiseen tiedon tallentamiseen. Tämän väitteen perustelemme sillä, että esimerkiksi havainnointitaulukkoa täytettäessä kokemukset kirjataan aidompina ja kirjavampina, koska se tehdään heti tapahtumapaikalla. Tarinankerronta-metodissa käyttäjä ensin kokee ja joidenkin päivien kuluttua kirjoittaa palvelukokemuksestaan tarinan valokuvien herättämien muistelmiensa perusteella. Jälkikäteen muistot voivat tuntua erilaisilta tai hatarilta ja kokemuksen aikana esiin nousseet tuntemukset voivat vääristyä. (Mattelmäki 2006, 39 - 41, 47.)

Luotain pyrkii nimenomaan löytämään uusia näkemyksiä ja ideoita, eikä jo tunnettujen ongelmien ratkaisuja. Luotaintehtävien avulla käyttäjä pääsee ilmaisemaan ajatuksiaan ja ideoitaan suoraan palvelun suunnitteluprosessin kehittämisvaiheessa. Tarkastelun kohteena on käyttäjän henkilökohtainen toimintaympäristö ja näkemykset. Tarkoituksena on tuottaa inhimillisiä ilmiöitä ja käyttäjiä selvemmin näkyville sekä välittää käyttäjän näkökulma muotoilun ja suunnittelun tueksi. Tehtävien tavoitteena on tarkentaa käyttäjän katsetta, esteettistä, sosiaalista ja kulttuurista ympäristöä sekä tarpeita, tuntemuksia, asenteita ja arvoja. (Mattelmäki 2006, 46.) Seuraavissa kappaleissa kerromme tutkimuksessa käytetyistä luotain-metodeista teorian pohjalta sekä luvussa viisi selvennämme käytännönläheisesti metodien käyttöä Linnanmäen Valokarnevaaleilla.

Havainnointi on keino, jonka avulla voidaan nähdä tuote käyttäjällä oikeassa ympäristössä sekä tuotteen käytön koko elinkaari. Käyttäjää voidaan kehottaa ”ajattelemaan ääneen” eli kertomaan mitä hän tekee ja kokee tuotetta käyttäessään. (Hämäläinen 2009.) Osallistuvalla havainnoinnilla tarkoitetaan aineiston keruutapaa, jossa tutkija tavalla tai toisella osallistuu tutkimansa yhteisön toimintaan. Osallistuva havainnointi toteutetaan yleensä etukäteen valitun teoreettisen näkökulman mukaan. Usein havainnointi voi olla myös suunniteltu ennalta valitun näkökulman avulla. (Vilkkä 2006, 44.) Tutkimuksestamme löytyy myös etnografian elementtejä, sillä havainnointi on suuressa roolissa etnografisessa tutkimuksessa. Etnografia voidaan määritellä luonnollisissa olosuhteissa tapahtuvan sosiaalisen havainnoinnin muodoksi. Etnografinen tutkimus pyrkii kuvailevalla sekä tulkitsevalla työotteella tuottamaan yksityiskohtia tutkimusteorianensa kehittämiseen. (Eskola & Suoranta 2005, 103.) Tutkimuksessamme käytettiin video- tai valokuvaajaa, jonka tehtävänä oli kuvata käyttäjän jokainen ilme ja ele sekä kaikki mielenkiintoa herättäneet kontaktipisteet.

Empatiatyökalu-menetelmä perustuu siihen että, tutkija asettuu asiakkaan rooliin päästäkseen lähemmäksi asiakkaan kokemusta, tämän vuoksi on hyödyllistä kyetä omaksumaan erilaisia ennalta määrättyjä tehtäviä ja rooleja. Näin pystytään kaventamaan keinotekoisien kokemusten ja todellisuuden välistä rajaa. Roolin näytteleminen oikeassa asiakaspalvelutilanteessa antaa hyvän näkökulman observoinnille. Tällaisen tutkimustyylin avainidea on, että tutkija oivaltaa asioita itse henkilökohtaisesti sen sijaan, että tutkisi tutkimuskohteen reaktioita. Tämä on hyödyllistä palvelujen tuottamisessa, sillä tutkijan oma kokemus tuottaa hänelle subjektiivisia muistoja tilanteesta, jotka ohjaavat prosessien tuottamista ja kehittämistä. (Buchenau & Fulton Suri 2000, 5.) Tutkijan pyrkiessä omaksumaan tietynlaisten asiakkaiden palvelukokemuksia, hän voi luoda itselleen keinotekoisesti olosuhteet, jotka muistuttavat mahdollisimman paljon tutkittavan ryhmän ominaisuuksia. Empatiatyökaluja voivat olla esimerkiksi pyörätuoli, himmennetyt aistit, kuten esimerkiksi korvatulpat, silmien peittäminen, tai raajan sitominen. (Miettinen 2009.)

Tarinoita käytetään päivittäin ihmisten väliseen kommunikointiin, tutkimiseen ja innoittamisen välineenä. Tarinoiden kautta on helpompi ymmärtää palvelun käyttäjää tai demonstroida yrityksen toimintaideaa. (Quesenbery & Brooks 2010, 2.) Vuosituhansien ajan on kuvailtu ympärillä tapahtuvaa toimintaa tarinoiden kautta. Nykyään tarinankerrontaa käytetään myös useiden yritysten tavoin markkinointivälineenä, sillä tarinoiden avulla pystytään luomaan tunneyhteys aiheeseen. Tarinoissa yksittäisillä sanoilla ja virkkeillä voi olla suuri merkitys ja niiden avulla asia voidaan nähdä aivan uudesta näkökulmasta. Tarinan avulla on mahdollisuus saavuttaa syvempää tietoa aiheesta, verrattuna keskusteluun tai kirjoitettuun raporttiin. Asiantuntijana nähdään tarinankertoja, sillä hän on kirjoittaessaan tarinaa syventynyt pohtimaan kokemuksiaan ja tuntemuksiaan. (Kelley & Littman 2008, 242-259.)

Tarinankerrontamenetelmä sallii kertojan olevan tavallinen asiakas. Palvelun aikana hän pystyy keskittymään vain palveluun ja analysoimaan sitä vasta jälkeenpäin. (Storytelling 2009.) Perusideana tarinankerrontamenetelmässä on, että osallistuja kirjoittaa tai piirtää kokemuksistaan tarinan. Palvelupolku muodostuu erillisistä kontaktipisteistä, joiden kautta asiakkaat kokevat palvelun. Nämä kohtauspisteet voivat olla joko fyysisiä, ihmisten välisiä tapahtumia tai virtuaalisia. Kohtauspisteitä yhdistelemällä syntyy palvelupolku ja juuri palvelupolkua käytetään tarinassa juonen perustana. (Kankainen, Runonen & Vaajakallio 2010, 4.)

Tehtävävihkon rakenne voi olla kevyesti määritelty tai hyvinkin tarkka ohjeistukseltaan. Käyttäjää informoidaan etukäteen tehtävävihon käytöstä, erityisesti sen vaatiessa tiettyä toimintatapaa. Tehtävävihko motivoi käyttäjää tulkitsemaan havaintojaan kaikilla aisteilla. Sen avulla pystytään tuomaan ilmi niin positiivisia kuin negatiivisiakin tunteita, samalla se voi synnyttää hyödyllisiä oivalluksia käyttäjän kokemuksista. Tehtävävihkoa laatiessa tuleekin tarkkaan pohtia mitkä asiat ovat tutkimuksen kannalta oleellisia, jotta saavutetaan parhaat mahdolliset tulokset. Tehtävävihkon avulla pyritään saavuttamaan syvä ja yksityiskohtainen ymmärrys käyttäjän kokemuksesta. Seuraavaksi kerromme askel askeleelta tutkimuksen edistymisestä käytännössä.

4.2 Tutkimukseen virittäytyminen

Ennen luotaimen käyttöönottoa on hyvä virittäytyä tutkimukseen, aiheeseen ja sen päämäärään perehtymisellä. Luotaimen käyttö ei välttämättä vaadi suuria esivalmisteluja, mutta tapauskohtainen arviointi ja tilanteeseen perehtyminen on onnistuneen luotaimen saavuttamisen kannalta suositeltavaa. Omien kokemusten ja ennakkokäsitysten havainnoinnilla, aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen tutustumalla tai ryhmäkeskustelun avulla voidaan virittäytyä käyttäjakeskeiseen asenteeseen. Tutkimuksen päämäärän harkitsemisessa tulisi erityisesti huomioida käyttäjän kokemus ja mistä osasista se muodostuu eikä niinkään tuotetta. Seuraavaksi virittäytymisvaiheessa tutkijoiden tulisi kirjata omia ennakkokäsityksiään ja odotuksiaan tutkimuskohteesta. (Mattelmäki 2006, 80 - 81.)

Opiskelijat toimivat Linnanmäen Valokarnevaaleilla niin sanottuina haamuasiakkaina. Yleisesti haamuasiakkaan toimenkuvaan kuuluu selvitys palvelunlaadusta vaihe vaiheelta, kartoittaen onnistumiset ja epäonnistumiset. Haamuasiakastutkimuksella tarkoitetaan sitä, että opiskelijat vierailivat Linnanmäellä työntekijöiden tietämättä tavallisina asiakkaina, ennalta sovittujen teemojen mukaisesti havainnoiden. Tarkoituksena on, että työntekijät eivät ole tietoisia normaalin asiakaspalvelun ohella toteutettavasta tutkimuksesta.

Haamuasiakastutkimuksella saadaan tarkempia tuloksia kuin esimerkiksi normaalilla asiakastytyvyysyystutkimuksella. Harva tyytymätön asiakas kuitenkaan tekee reklamaatiota

huonostakaan palveluntarjoajasta sekä asiakaspalautetta pyydetessä asiakas ei välttämättä pysty erittelemään syitä tyytymättömyyden tai tyytyväisyyden syntyyn. Asiakkaan palvelukokemus voi olla muuten hyvinkin onnistunut, mutta esimerkiksi pitkä jonotusaika voi jättää asiakkaalle negatiivisen mielikuvan koko yrityksestä. Pääsääntöisesti haamuasiakkuutta on käytetty palvelunlaadun tutkimusmenetelmänä, toisaalta sitä voidaan käyttää myös toimitilojen julkisivun, siisteyden ja sisustuksen havainnointiin. (Antila & Takkinen 2003, 28-29.)

Ennen Valokarnevaaleihin lähtöä opiskelijoiden tuli suorittaa vapaamuotoinen ja orientoiva tehtävä, jossa he pohtivat Valokarnevaaleihin liittyviä odotuksiaan, mielikuviaan ja tuntemuksiaan. Tämä edesauttoi testaaajia virittäytymään tutkimuksen tunnelmaan ja olemaan vastaanottavaisempia erilaisille tuntemuksille itse tutkimustilanteessa. Käydessämme läpi heidän pohdintojaan odotuksista ennen Valokarnevaaleille menoa nousi selkeästi esille se, että suurimmalla osalla aineiston keruuseen osallistuvilla oli odotukset esiintyjistä, valoshow'sta sekä tunnelmasta melko korkealla. Osa opiskelijoista lähti tapahtumaan avoimin mielin, jättäen tutkimatta mitään ennakkotietoja tapahtumasta, kokien sen parhaaksi lähtökohdaksi tutkimusaineiston keräämisen kannalta.

On tärkeää huomioida myös, että 53 % osallistujista ei ollut aiemmin vierailut Valokarnevaali tapahtumassa. Tutustuessamme vierailijoiden ennakkokäsityksiin ja odotuksiin Valokarnevaaleista, esille nousi seuraavanlaisia asioita: erilaisia ja erivärisiä valoesityksiä ja ilotulituksia, karnevaalimusiikkia ja tunnelmaa sisältäen jännittävyttä, taianomaisuutta sekä romanttisuutta, mielenkiintoisia teemaan sopivia hahmoja, taianomaisia esiintyjä ja esityksiä. Esiintyjiksi odotettiin klovneja, taikureita sekä teemaan liittyviä kulkueita. Vierailijat odottivat popcornin ja hattaran tuttuja houkuttelevia tuoksua sekä, että Linnanmäen ravintolat ja erilaiset myymälät olisivat tunnelmassa mukana tarjoillen kuumia juomia kylmenevään syysiltaan. He, joille valokarnevaalit oli tuttu tapahtuma aiemmilta vuosilta, odottivat kokevansa jotain uudenlaista ja ainutkertaista.

4.3 Havainnointitaulukko

Havainnointitaulukko antoi käyttäjälle vapautta valita palvelupolkunsa omien mieltymystensä ja aistimustensa mukaan määräten vain tietyt kontaktipisteet, joissa tulisi käydä havainnoimassa. Taulukko koostui kuudesta eri aistikategoriasta: näkymästä, äänimaailmasta, tuoksuista, kosketuspinnosta, sosiaalisesta ympäristöstä, sekä kokonaisvaikutelmasta, johon aistihavainnot kirjattiin. Kussakin kategoriassa arvioitiin asteikolla aistin merkitystä, voimakkuutta ja miellyttävyyttä sekä kuvattiin kokemusta avainsanoin. Asteikot olivat joko nollostakolmeen tai miinus kahdesta plus kahteen. Taulukkoon merkittiin havainnointikohteen nimi, päivämäärä jolloin tutkimus suoritettiin ja kellonaika, jotta

jälkikäteen voimme vertailla esimerkiksi samalta pisteeltä annettuja havaintoja sekä eri päivinä tai eri menetelmillä saatuja tuloksia ja pohtia niiden vaikutusta. Havainnointitaulukon suunnitteli ja laati hankkeen tutkija VTT:ltä.

Palvelukokemuksen moniaistinen havainnointi

Pisteen nimi/tunniste *Kummitusjuna*

Kellonaika ja päivämäärä *1000 12.10.10*

Havaintojen kirjaajan nimi *Sina & Uija*

| | Voimakkuus 0 = ei lainkaan havaittavissa 1 = hieman vähiä, mutta havaittavissa 2 = selvästi havaittavissa 3 = erittäin voimakkaasti havaittavissa | Miellyttävyys -2 = erittäin epämiellyttävä -1 = hieman epämiellyttävä 0 = neutraali +1 = hieman miellyttävä +2 = erittäin miellyttävä | Kuvaus Kirjoita avainsanoja käytteen noin, mikä näkyy, tai mikä kuuluu. Kokonaisvaikutelman osalta kirjaa, mitä mielikuvia painoivat, mitä artoja, meluisia, ylellisiä, innostavia | Merkitys 0 = ei merkitystä 1 = pieni merkitys 2 = keskinkertainen merkitys 3 = suuri merkitys |
|-----------------------|--|--|--|---|
| Näkyvä | 0 1 2 3 | -2 -1 0 +1 +2 | <i>hyvin valaistu erittäin selvästi</i> | 0 1 2 3 |
| Äänimaailma | 0 1 2 3 | -2 -1 0 +1 +2 | <i>Kummitusjunan moottorit ja kiskot</i> | 0 1 2 3 |
| Tuoksut | 0 1 2 3 | -2 -1 0 +1 +2 | <i>Ei tuoksua</i> | 0 1 2 3 |
| Kosketuspinnat | 0 1 2 3 | -2 -1 0 +1 +2 | <i>lute, pehmeät lipossat koristeet junassa sisällä</i> | 0 1 2 3 |
| Sosiaalinen ympäristö | XXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXX | -2 -1 0 +1 +2 | <i>ei mitään järkevää mieltä</i> | 0 1 2 3 |
| Kokonaisvaikutelma | 0 1 2 3 | -2 -1 0 +1 +2 | <i>Sopivan pehokkain pinnasta ilmassa tullen ulvoma.</i> | XXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXX |

Muita havaintoja pisteestä, esim. ihmisten käyttäytymisestä, kehitysideoita, yms.:
Sää toi lästää aistumaisia kaiken kanytoon

Kuva 1: Esimerkki täytetystä havainnointitaulukosta

Yllä olevassa kuvassa näkyy valmiiksi täytetty havainnointitaulukko. Taulukon yläosaan on täytetty pisteen nimi/tunniste, joka on tässä tapauksessa kummitusjuna, kellonaika ja päivämäärä sekä havaintojen kirjaajan nimi. Taulukossa on arvioitu kummitusjunan näkymää, äänimaailmaa, tuoksujaa, kosketuspintoja, sosiaalista ympäristöä sekä kokonaisvaikutelmaa. Näitä viittä eri aistin arviointikohdetta on arvioitu voimakkuuden ja miellyttävyuden eri tasoilla. Voimakkuutta on arvioitu asteikolla 0-3 (0= ei lainkaan havaittavissa, 1= havaittavissa, mutta lievä, 2= selvästi havaittavissa, 3= erittäin voimakkaasti havaittavissa). Miellyttävyyttä on arvioitu asteikolla -2 - +3 (-2= erittäin epämiellyttävä, -1= hieman epämiellyttävä, 0= neutraali, +1= hieman miellyttävä, +2= erittäin miellyttävä). Taulukossa näkyy myös kohta ”kuvaus”, johon on kirjoitettu jokaisen aistin kohdalta avainsanoja, esimerkiksi mikä tuoksuu tai mitä näkyy. Kokonaisvaikutelman osalta on kirjattu ne asiat mitä mielikuvia piste herättää, esimerkiksi arkisia, meluisia, ylellisiä tai innoittavia mielikuvia. Taulukon viimeisessä sarakkeessa on arvioitu aistien merkitystä asteikolla 0-3 (0= ei merkitystä, 1= pieni merkitys, 2= keskinkertainen merkitys, 3= suuri merkitys). Kokonaisvaikutelmaa ei tämän osalta ole arvioitu lainkaan. Taulukon loppuun on merkitty kohta, johon on vapaasti voitu kirjoittaa muita havaintoja pisteestä, esimerkiksi ihmisten käyttäytymisestä, kehitysideoita ynnä muuta vastaavaa.

4.4 Havainnointitaulukon lisänä empatiatyökalu

Käytimme osalla ryhmistä kahden metodin yhdistelmää. Havainnointitaulukko sai lisäksi empatiatyökalun, jotta saavutettaisiin monipuolisia tuloksia taulukon avulla. Koimme empatiatyökalun tuottaneen lisäarvoa havainnointitaulukon tuloksille. Empatiatyökalun tarkoituksena on saada tietoa asiakkaan aistikokemuksista, kun joku viidestä aistista on pois käytöstä tai käyttäjältä puuttuu jokin muu merkittävistä perustaidoista. Tehtävä suoritettiin kolmen hengen ryhmissä, jossa yhden ryhmän jäsenen näköaisti oli rajoitettu tummilla lasilla.

Palvelupolku koostui kuuden ennalta sovitun kontaktipisteen kautta kulkemisesta. Henkilön, jonka näkökyky oli rajoitettu, oli tarkoitus kuvailla palvelupolulla syntyneitä aistikokemuksia, hajun, äänten, kosketuspintojen sekä sosiaalisen ympäristön suhteen. Kaikki syntyneet aistihavainnot kirjattiin ylös palvelupolun varrelta. Toinen henkilö toimi käyttäjän tarkkailijana, joka kirjoitti taulukkoihin muistiin kokemukset, niiden voimakkuudet sekä miellyttävyyden ja kohteen nimen, päivämäärän sekä kellonajan, kuten aiemmin mainitsin havainnointitaulukon käytöstä. Kolmas henkilö toimi videokuvaajana ja hänen tehtävänään oli tallentaa kaikki käyttäjän eleet, ilmeet ja tuntemukset polun varrelta, myös aistikokemuksen lähde. (Kankainen, Runonen & Vaajakallio 2010.)



Kuva 2: Henkilö, jonka näköaisti on peitetty tummilla lasilla.

Kuva 2. havainnollistaa empatiametodin käyttöä Linnanmäellä. Henkilölle, jonka näkökykyä oli huomattavasti heikennetty tummilla lasilla, pyrki havainnoimaan muiden aistiensa avulla, mikä oli normaaleissa olosuhteissa näkeväälle henkilölle erittäin haastavaa, sillä tuen tarve oli suuri.

4.5 Tarinankerronta

Tutkimuksen tarkoituksena oli kuvata ja selvittää mitkä asiat vaikuttivat osallistujan reittivalintoihin. Kuusi kohtauspistettä oli määrätty etukäteen, mutta sen missä järjestyksessä ne kävisi läpi, sai käyttäjä valita itse. Kohtauspisteiden ennalta valitsemisen taustalla oli, että pyrittiin saamaan vertailukohteita, miten esimerkiksi eri ajankohdat vaikuttivat tunnelmaan Valokarnevaaleilla.

Tarinankerronta-metodi käytännössä toimii siten, että tutkijaryhmä kulkee valitsemansa palvelupolun Linnanmäellä valokuvaten jokaista kohdetta, joka tuottaa heille aistihavaintoja esimerkiksi valon, hajun ja maun lähteitä. Sen jälkeen kokemuksen annettiin olla noin kolmesta viiteen päivään, sitä enempää ajattelematta, jonka jälkeen kuvat kerättiin yhteen ja pyrittiin laittamaan ne aiemmin muodostetun palvelupolun mukaiseen järjestykseen. Kuvien herättämien muistojen pohjalta kirjoitettiin moniaistinen tarina aiemmin koetusta. Yksilöiden tai ryhmien väliset kokemukset ja niiden pohjalta laaditut tarinat voivat poiketa suurestikin toisistaan, toisaalta ne voivat myös täydentää toisiaan, jolloin saavutamme laaja-alaisemman näkemyksen kokemuksiin. Tarinoiden pohjalta pyrimme selvittämään asiakkaan käyttäytymistä ja palvelunkulkua Linnanmäellä. Metodilla saatuja tuloksia voidaan analysoida esimerkiksi poimimalla keskeisiä näkemyksiä ja avainsanoja syntyneestä tarinasta. (Kankainen ym. 2010, 4.)

4.6 Tehtävävihko

Tehtävävihko-menetelmään kuului dokumentoida tapahtumia tehtävävihkon sekä valokuvien kautta. ”Haamuasiakkaiden” kulkiessa ennalta suunnitellulla palvelupolulla (kts. Kuva 4), heidän tehtävänä oli täyttää tehtävävihkoa, joka oli strukturoitu eri aistien mukaiseen jakoon. Aistikokemuksien lisäksi tehtävävihkoon tuli kirjoittaa kaksi tarinaa, joiden aiheina olivat myönteiset sekä kielteiset kokemukset lyhyen kertomuksen muodossa. Yhdessä osiossa tuli tehdä havaintoja myös ympärillä liikkuvista ihmisistä, heidän ilmeistään eleistään ja äänistään sekä pohtia mitä he sillä viestittivät. Lisäksi tuli valokuvata mahdollisimman monipuolisesti eri kontaktikohtia ja huomiota sekä aistihavaintoja herättäviä kohteita. Tekstin lisäksi kuvien visuaalisuuden kautta ulkopuolinenkin lukija voi aistia tutkimusryhmän näkökulmaa ja tunnelmia heijastavia tunteita.



Kuva 3: Tehtävävihko aistiotsikoin

Tehtävävihko koostui eri aistiotsikoista, kuten näkö-, haju-, maku-, kuulo- ja tuntoaisti. Aistihavaintojen lisäksi vihkoon kirjattiin havaintoja ihmisten kehon viestinnästä. Kokemusten pohjalta vihkoon tuli myös kirjoittaa kaksi lyhyttä kertomusta, yksi positiivisia tunteita herättäneistä kohteista ja toinen negatiivisia tuntemuksia herättäneistä kohteista. Myöhemmin tehtävävihkoon lisättiin kuvia, havainnollistamaan koettuja asioita. Tehtävävihkon suunnitteli ja toteutti hankkeen tutkija Laurea ammattikorkeakoulusta. Kuvassa 4 voidaan havaita opiskelijoiden laatima palvelukokemuskartta, jotka työstettiin Valokarnevaaleille osallistumisen jälkeen.



Kuva 4: Palvelukokemuskartta Valokarnevaaleilta

Palvelukokemuskartan avulla saadaan helposti muodostettua kokonaisnäkemys Linnanmäen Valokarnevaaleilta. Yläpuolella olevassa kuvassa on esimerkki haamuasiakkaina toimineiden

opiskelijoiden laatimasta palvelukokemuskartasta (engl. customer journey map) havaintoineen Valokarnevaaleilta. Heidän tehtävänään oli menetelmien testaamisen jälkeen tehdä läpikäytyjen kontaktipisteiden mukainen palvelupolku, johon tuli liittää post-it-lapuilla tärkeimpiä palvelupolulla syntyneitä havaintoja sekä kommentteja, päivämäärä ja kellonaika, jotta pystyttäisiin jälkikäteen vertailemaan tehtyjä havaintoja ja niiden eroavaisuuksia myös vierailuajan pohjalta. Tätä kautta voidaan pohtia vaikka palvelun päivittäistä tasalaatuisuutta.

5 Tutkimustulokset ja analysointimenetelmät

Tässä kappaleessa käymme läpi eri metodeilla saadut tutkimustulokset, jotka on aseteltu tuloksien pohjalta sopiviin taulukkoihin. Tarinankerronta - metodin avulla saadut tulokset käsittelemme ensiksi, jonka jälkeen tulevat tehtävävihko ja havainnointitaulukon tutkimustulokset. Lopuksi esittelemme analysointimenetelmät, joita käytimme tässä osiossa esiin tulleiden tulosten analysoimiseen.

Tarinankerronta - metodin tulokset

Tarinankerronnassa tarkoituksena oli ennalta määriteltyjen palvelupisteiden läpikäynti Linnanmäen Valokarnevaaleilla ja valokuvien ottaminen eri paikoista ja asioista. Tärkeää oli kiinnittää huomio havaitsemiseen kaikkien viiden eri aistin avustamana. Viikon jälkeen valokuvat katsottiin läpi ja niiden perusteella kirjoitettiin tarina muistellen samalla eri aistien avulla esille tulleita havaintoja. Tarinoita työväliseenään käytti kaiken kaikkiaan viisi kahden hengen opiskelijaryhmää.

| NÄKÖAISTI | | TUNTOAISTI | | KUULOAISTI | | HAJUAISTI | |
|---------------------------|---------------------------------------|-----------------------|----------------------------|-------------------------------|-----------------------|-----------|-------------|
| + | - | + | - | + | - | + | - |
| Kummitukset | Tulishow'n näkyvyys | Sirkusmainen tunnelma | Kylmyys | Ihmisten kiljunta | | | |
| Rinkelin valot | | | Sade | Nauru | | | |
| Pimeys/valot | | | Tuuli | | | | |
| Kurpitsakukue | | | Vilu | | | | |
| | | | Nälkä | | | | |
| | | | Liukkaus | | | | |
| led-valot | | | Ihmisten määrä | Musiikki | Kummitusjunan äänet | Popcorn | |
| Rinkelin valot | | | | Kiljunta | | Terva | |
| Suihkulähteen valot | | | | Nauru | | | |
| Tuulimyllyn valot | | | | | | | |
| Karusellin valot | | | | | | | |
| Valaistus | Valojen vähäisyys | Lumisade | Kylmyys | Ihmisten kiljunta | Kuulutukset | Popcorn | |
| Kurpitsat | Pimeitä alueita | | Jonottaminen | Nauru | | Terva | |
| Suihkulähde | Esityksien vähäisyys | | Karnevaali tunnelman puute | | | | |
| Tuulimyllyn valot | | | | | | | |
| Halloween teema | | | | | | | |
| Valaistu puu | Lipunmyynti piste | | Kylmyys | Veden ääni | Liaan vähän musiikkia | | Liaan vähän |
| Valaistu vesilähde | Sisäänkäynti: liian vähän valoja | | | Saksofonin soittajan musiikki | Liaan vähän ääniä | | |
| Kurpitsakukue | Laitteiden valot | | | Puro | | | |
| Luistinrata | Kiepin valojen vähäisyys | | | Ihmisten kiljunta | | | |
| Seinälle heijastettu valo | Rinkelin valaistus pettymys | | | Nauru | | | |
| Lintsiburger ulkoa | Lintsiburgerin sisätila | | | | | | |
| Valaistu seinä | Pilotin näkyvyys | | | | | | |
| Patsaat/taulut | Henkilökunnan vähäinen innostuneisuus | | | | | | |

Taulukko 1: Aistihavainnot tarinankerrontamenetelmän avulla

Taulukossa 1 näkyy tarinankerrontamenetelmän avulla saadut aistihavainnot. Taulukosta on jätetty pois makuaisti, sillä tutkimuksessa ei noussut esiin makuaisti havaintoja tarinoissa lainkaan. Niinpä esittelemme aisteina toimivat näkö-, tunto-, kuulo sekä hajuaistin avulla syntyneet havainnot. Tarinoita oli neljä ja taulukossa on jaettu tulokset positiivisiin sekä negatiivisiin osioihin.

Taulukosta erottaa selkeästi, että näköaisti oli hallitsevin aisti. Näköaistin avulla syntyi positiivisia sekä negatiivisia havaintoja eniten kaikista viidestä aistista. Kaikissa tarinoissa tulivat positiivisina esille valohavainnot (valot eri muodoissaan, tulet, lamput, ym.), kurpitsat ja kurpitsakulkue, suihkulähde, tuulimylly, sekä valaistu seinä. Negatiivisia näköhavaintoja tuli esille muun muassa valojen vähäisyys. Tunto oli toiseksi hallitsevin aisti, mutta havainnot olivat enimmäkseen negatiivisia. Kylmyys toistui kaikissa tarinoissa mutta myös tuuli, sade, ihmisten määrä ja karnevaalitunnelman puute tulivat myös esille. Kuuloaistiin liittyvät havainnot olivat melko vähäisiä, ihmisten kiljunta ja nauru saivat positiivisia tuntemuksia aikaan ja nämä tulivat kaikissa tarinoissa esille. Kuulutuksia ei kuultu kunnolla ja olisi toivottu, että niitä olisi kuullut koko Linnanmäen alueella. Huomio kiinnittyi myös äänten vähäisyyteen ja tämä koettiin negatiivisena. Vähiten esille tullut aisti oli hajuaisti. Ainoastaan popcornin ja tervan tuoksu mainittiin ja nämä tuoksut koettiin positiivisina. Kyseiset tuoksuhavainnot tulivat esille useammassa tarinassa. Tuoksujen määrä koettiin liian vähäiseksi ja niitä olisi toivottu lisää.

Tehtävävihko - metodin tulokset

Tehtävävihkoon oli tarkoitus kirjata kaikki Valokarnevaaleilla syntyneet aistihavainnot ja kokemukset ennalta suunnitellulla palvelupolulla. Alla oleva taulukko selkiyttää tehtävävihkon avulla saatuja tuloksia. Tätä metodologiaa käytti viisi 2-3 hengen ryhmää, joista jokaisella ryhmällä oli käytössään yksi vihko.

| NÄKÖAISTI |
|---|
| <p>Positiiviset: Kurpitsakarnevaali -> esityksen visuaalisuus, värit + valot, alueella kiertävät hahmot (haamut), Rinkelistä näkyy koko Linnanmäen alue sekä värivalot, tuli elementtinä, sisäänkäynti houkutteli, koska oli kurpitsoja, yleisesti: liikkuvat valot, tunnelma, houkuttelevat laitteet, kyltit, rakennukset, oli mukava katsoa muita ihmisiä kun näki miten he ilostuivat, valot vaikuttivat pimeällä, vuoristorata mahtava valaistus, hienot maisemat, maisemajunassa yleisilmeen näkyvyys, Panoraama: hieno tapa esitellä, kaunis näkymä, auringonlasku + valot, maailmanpyörä: näkymä Helsingin ylle, paljon valoa, pimeys, ihanaa. upeat värivalot, tulishow, vuoristorata: näköalat Helsingin ylle, Valot tiennäyttäjinä laitteisiin, illan pimetessä valot luovat tunnelmaa, kummitusjuna: välkkyvät väriefektit, linnunrata: planeettapallot erottuivat edukseen, upeita tehosteita, saivat tuntemaan että olisi avaruudessa, 3D-tunnelma.</p> |
| <p>Negatiiviset: Kummitusjuna, ei pelottava, tylsät hahmot, ei pelottava.</p> |
| KUULOAISTI |

| |
|--|
| <p>Positiiviset: Ihmisten äänet, musiikkiesitysten kulkueen aikana, vuoristoradasta koliseva ääni, pilotin lähellä vedensolina miellyttävä, trubaduurit, rinkeli musiikki, kirkuvia pikkusyyslomalaisia. Lapsien huuto, rumpu, kiljunta vuoristoradalla, kehrästä kuuli ilman suhisevan</p> |
| <p>Negatiiviset: Häiritsevän paljon musiikkia, sekoittuu keskenään, liian vähän musaa, vauvan huuto, sirkuslaitteista: kamala musiikki.</p> |
| <p>HAJUAISTI</p> |
| <p>Positiiviset: Syksyntuoksu, popcorn, karkkikauppa, pannukakkujen/vohvelien makea tuoksu, vuoristorata + kummitusjuna, grillien tuoksut houkuttelivat, raitis Helsingin ulkoilma, vuoristorata: tervanhaju. Vesi, hattara, makkara, terva toi nostalgia, terva, lintsiburgerin hyvä tuoksu.</p> |
| <p>Negatiiviset: Frittirasva, lintsiburgerin ulkopuolella viemäriin haju, kummitusjunassa ummehtunut haju ja tupakka.</p> |
| <p>TUNTOAISTI</p> |
| <p>Positiiviset: kummitusjuna: tuntoaisti voimakkein, sieltä tuli ilmaa kasvoille, vekkula ja kammokuja; jännitys, innostus ennen laitteita ja laitteissa, kylmä raikastava ilma kasvoilla, hattaran pehmeys, sormien tahmeus</p> |
| <p>Negatiiviset: kankkujen tunnottomuus, jääkylmä metalli, sormet jäässä, ravintolassa kylmä viima, vuoristoradassa kylmä viima, kylmyys, laitteet inhottavan tuntuista, kylmiä. ☹</p> |
| <p>MAKUAISTI</p> |
| <p>Positiiviset: Haju ainoa hyvä asia ruuassa, hattara parasta, tervan hajun maku tuli suuhun, kiekuraperunat hyviä, metrilakut hyviä</p> |
| <p>Negatiiviset: ravintola jarrumiehessä nautittu herkkukori ei kummainen, lihapullat outoja, paha ruokaa, rasva, esanssi, outo sinappi</p> |
| <p>IHMISET</p> |
| <p>Positiiviset: Henkilökunta avuliasta ja mukavaa, vuoristorata: jonoa koska paljon kaikenikäisiä ihmisiä, pääovi: hiljaista vähän ihmisiä. Alussa perheitä, vaihtui nuoriin ja pariskuntiin myöhemmin. söötti vauva, lapset innoissaan kylmästä huolimatta. Pusukopin edessä oleva söpö pariskunta</p> |
| <p>Negatiiviset: Tytöllä kamala yskä, kylmissään olevat laitteidenhoitajat, lämmitteleviä ihmisiä (hyppi ilmaan), kylmyydestä kärsiviä ilmeitä.</p> |
| <p>PARASTA VALOKARNEVAALEILLA</p> |
| <p>Kurpitsakulkueen asut todella näyttäviä ja katseenvangitsevia, maailmanpyörä valoineen loistelias, pilotille johtava reitti kauniisti valaistu, tunnelma, ruoka, ystävällinen henkilökunta, helppo pääsy, hahmot, rinkiin valaistus, seura, valot, muistot, uutuus, laitteet, rauhallinen tunnelma, ei ollut jonoja, kauniit valoasetelmat, laitteet, kieppi/kieputin</p> |
| <p>HUONOINTA VALOKARNEVAALEILLA</p> |
| <p>Henkilökunta tietämätöntä, oikeat kulkueet puuttuivat, hinnat halvemmaksi, vain viisi euroa halvempi kuin kesällä, liian vähän musiikkia ja karnevaalitunnelmaa, ei haluttu käydä laitteissa, pahoinvointi, ihmisiä vähän, liukkaat kulkusillat, lisää aktiviteettiä, ohjelmistoa sisätiloissa, ihmisiä lisää, tuo tunnelmaa. kylmyys, esityksiä ei nähnyt hyvin, laajempia esityksiä, ei välttämättä hienompia, paremmin sijoitettu, kylmyys, pennut huutavat selän takana, joka paikassa. Hintataso liian korkea, kummitusjuna aina samanlainen, kammokujalla käärme kohta ei sovellu kaikille, jarrumies: kylmä, kallis, hinta laatu, ei musaa, pahlilautaset, muoviset aterimet, salaatissa karva. Voisi palkata enemmän ihmisiä rooleihin parin tunnin ajaksi. Karnevaalikulkue puuttui täysin, huono ruoka, ei karnevaalitunnelmaa, kylmyys, juoma ja snack kojujen puute, kiljuvat lapset, jonottaminen, ei ollut ravintolaa johon olisi voinut mennä lämmittelemään, kylmä, tyllyt työntekijät, pieni hymy olisi ollut mukavaa, aukioloajat lyhyet, olisi voinut olla auki 24 asti. korkea hintataso.</p> |

Taulukko 2: Tehtävivihkohavainnot

Tehtävävihkon avulla saadut tulokset purimme yllä olevaan taulukkoon, jossa on oma laatikkonsa tehtävävihon mukaisille otsikoille, joita olivat näkö-, kuulo-, haju-, tunto sekä makuaiisti, lisäksi vihkoihin kirjattiin havaintoja ihmisistä ja kommentteja lyhyiden kertomuksien muodossa parhaista asioista Valokarnevaaleilla sekä asioita, jotka oli koettu huonoiksi. Taulukossa 2 on eritelty jokaisen otsikon alle positiiviset ja negatiiviset tulokset.

Tehtävävihkon avulla saatujen tuloksien mukaan näköaisti havaintoja on syntynyt Valokarnevaaleilla muita aistihavaintoja selkeästi enemmän ja näköhavainnoista oli myös eniten positiivisia kommentteja. Valot ja erilaiset esiintyvät hahmot, kuten kurpitsakulkue nousivat esille miellyttävinä asioina. Laitteista erityisesti Panoraaman, Rinkelin, Vuoristoradan ja Maisemajunan näköalat herättivät positiivisia tuntemuksia. Kummitusjuna oli menettänyt suosiotaan, testaajat kokivat sen tylsäksi eikä niin pelottavaksi kuin ennen.

Toiseksi eniten aistihavaintoja tuli äänistä. Musiikki ja lasten äänet koettiin miellyttävinä ja huvipuiston tunnelmaa vahvistavina. Toisaalta osa vieraista koki musiikin soineen liian kovalla ja olleen epämiellyttävää, kun taas toiset eivät olleet juuri edes kuullut musiikkia ja toivoivat, että sitä olisi ollut enemmän. Olisiko edellä mainitut erot voinut johtua päivistä ja ajoista, jolloin vierailijat ovat olleet paikalla, jos äänimaailman tuottaminen ei ole ollut tasalaatuista jokaisena päivänä. Ruokien ja makeisten tuoksut miellyttivät ja nostattivat ruokahalua, Vuoristoradan tervan tuoksu loi nostalgisia tunteita, mutta Kummitusjunan aistihavainnot koettiin epämiellyttäväiksi. Tämän jälkeen voi pohtia, kuuluuko Kummitusjunan tuoksuakaan miellyttävälle. Tunto- ja makuaiistihavaintoja oli tehty vähiten. Tuntoaistista nousi vahvasti negatiivisena esille ihmisten ja laitteiden kylmyys. Positiivisia tuntohavaintoja nousi jännityksen ja innostuksen tunteista. Ravintoloiden ruoan laadun heikkous tuli esille useaan otteeseen. Positiivisina koettiin hattaran ja kiekuraperunoiden maut. Parasta Linnanmäellä osioon nousi seuraavanlaisia asioita: valaistus, tunnelma, laitteet, kurpitsakulkue ja heränneet muistot. Huonoin juttu Linnanmäellä keräsi kommentteja ruoan hinta-laatusuhteesta, snack- ja ruokakojujen puutteista, karnevaalitunnelman puuttumisesta ja kulkueiden vähäisyydestä, myöskään Jarrumies-ravintolan kertakäyttöastioista ei pidetty.

Taulukko- ja empatia - metodin tulokset

Alla olevaan taulukkoon (taulukko 3) on listattu tulokset, jotka kerättiin taulukko - menetelmän avulla. Tukena toimi empatiatyökalu. Taulukko - menetelmän käyttäjiä oli viisi 2-3 hengen ryhmää ja jokainen ryhmä täytti jokaisesta kohteesta yhden taulukon. Palvelupolku muodostui osittain ennalta määrätystä kontaktipisteistä. Taulukko kolmesta näkee seitsemän eri kohdetta ja jokaisesta kohteesta on arvioitu positiivisia sekä negatiivisia aistihavaintoja kuten muun muassa sosiaalista ympäristöä, näkymää, ääniä, tuoksua, kosketuspintoja ja kokonaisvaikutelmaa.

| |
|---|
| <p>Sisäänkäynti</p> <p>Positiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> paljon asiakaspalvelijoita, huomiointi. jännitystä, sopivasti väkeä, rauhallista ja mukavaa, kurpitsatyypit hauskoja, <i>Näkymä:</i> lattiavalaistus, lintsikyltti, <i>Ääni:</i> hiljaista, musa ei kovalla. musiikki taustalla, lasten äänet, huvipuiston äänet. <i>Kokonaisvaikutelma:</i> ei liikaa ärsykejä, houkutteleva,</p> <p>Negatiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> ei muita ihmisiä, rauhallista, odottava, kireä, ei tarpeeksi porukkaa, autio, <i>Kosketuspinta:</i> kylmä, wc, hissi, kylmä penkki, <i>Ääni:</i> ei musaa, meteli, fanfaari, ei melua, <i>Tuoksu:</i> popcorn, wc, meri <i>Kokonaisvaikutelma:</i> mystinen, pelottava, noitamainen, autio,</p> |
| <p>Pellen Puoti</p> <p>Positiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> ihmisiä, mukava myyjä, <i>Näkymä:</i> esillä olevat tavarat kiinnittävät huomion. mukava kauppa, mukava paikka lapsille, pienestä tilpehөөristä kiinnostuneille, helyjä, karkkia ja kirkkaita värejä, nimi erottui, <i>Tuoksu:</i> karkkien tuoksu, <i>Ääni:</i> puhetta, lasten ääniä, pieni, lasten ääniä, rapinaa, puhetta, musa, linnunlaulua, <i>Kosketuspinta:</i> liikettä, eloa, rapisteltavia pakkauksia, tuntui hienolta, ahdas paikka, erilaisia pehmoleluja, <i>Kokonaisvaikutelma:</i> tuntui Lintsiltä, lintsi-fiilis,</p> <p>Negatiiviset: <i>Kosketuspinta:</i> karkkinauha, metallinen, kylmä</p> |
| <p>Salama</p> <p>Positiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> Vilkaista, enemmän ihmisiä kuin muilla pisteillä, kanssaihmiset, muutama muukin matkustaja, <i>Näkymä:</i> näyttävä valoseinä on mahtava, tietokonepelit, eppinen, Kalevala kuvaukset, nopea, pyörivä, tuli, nousi esiin laitteiden seasta, rata näytti vauhdikkaalta <i>Ääni:</i> huutoja ei naurua, veden ääni, kovat äänet, laitteen äänet, matkustajien äänet, ääniä ja ihmisten ääniä paljon, ihmisten kiljahdukset, kutsuva kohina, <i>Kosketus:</i> tekee mieli kokeilla, miellyttävä puu, parempi kuin metalli, ei monipuolista, puu tuntuu, nopeus, laite pehmusteet, miellyttävä istua, pitää kiinni, kiinnostava, ihanat näkymät, kylmä, <i>Kokonaisvaikutelma:</i> lintsi-fiilis, jännitys, ankea tyhjyys, jännittävä, mielenkiintoinen, paras laite, pimeys. lisäksi vauhdinhurma</p> <p>Negatiiviset: Ei havaintoja</p> |
| <p>Kieppi</p> <p>Positiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> Ihmisten innostus, muut laitteissa olevat, vauhdikas, trafiikki <i>Näkymä:</i> Valot välkkyvät, vilkkuvat valot, vuoristorata valoisa tausta, huvittava, valoisa, paljon erilaisia valoja <i>Ääni:</i> Kiljahduksia <i>Tuoksu:</i> popcorn <i>Kokonaisvaikutelma:</i> paljon valoja, hurja, erilainen kuin kesällä</p> <p>Negatiiviset: <i>Ääni:</i> huono, sekoileva, laitteen moottoriäänet, kiljunta <i>Kosketuspinta:</i> kovat ja kylmät, pehmusteita turvakaariin, Halloween rypistelyt epäonnistuneita</p> |
| <p>Vuoristorata</p> <p>Positiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> Täysi vaunu, kiljuvat lapset, kuulin naurua ja ihmisten puhetta, kuulin että kerrankin oli jonoa plussaa!! yhteisöllisyys, jännittävä, myötätunto, puhe, ihmisten kiljunta <i>Näkö:</i> Valoja näkyi mutta ei huomattavasti, asiakas alkoi jutella, nopea sumea pimeä mutta valoisa, huikea, hienot kaupungin valot, pimeys, pimeää valot, <i>Ääni:</i> Kuorolaulua kaiuttimesta, äänet olivat vanhanaikaiset, kolina ja tuuli ihania, kovat äänet, fiilis, kolina, vaunujen rätinä, ihmisten kiljunta, vauhdinäänet <i>Kosketus:</i> Kuminen tanko, pehmuste miellyttävä, penkki kova, muovinen, jännittävä, adrenaliini <i>Tuoksu:</i> terva, tervan tuoksu on ihana, raikas, terva <i>Kokonaisvaikutelma:</i> Ihan kiva, ihanin hetki, huikea, miellyttävä kokemus, kokemus oli mahtava, maisemat, paljon taianomaisempi, jännittävämpi</p> |

| |
|--|
| <p>Negatiiviset: <i>Kosketuspinta:</i> Ahdas vaunu, kolina/rätinä, vauhti <i>Tuoksu:</i> ei tuoksuja</p> |
| <p>Kummitusjuna</p> |
| <p>Positiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> Vähän väkeä, ihmisiä vähän enemmän, lipunmyynnin merkitys <i>Tuoksu:</i> Savun tuoksu, ei mitään <i>Ääni:</i> kummitusjunan mörähdykset, kiljahdukset, huutoa, örinää, beatbox, enemmän naurua, äkkinäiset äänet, kiljunta <i>Näkymä:</i> Rauhallinen, jännittävä, pelottava, pimeä, hyvin valaistu, erottuu selkeästi <i>Kosketuspinnat:</i> Laite päätä hipovat koristeet, junassa, sisällä <i>Kokonaisvaikutelma:</i> Sopivan pelottava pimeässä illassa, tuulen ulvoessa, vaikutelma lievä, enemmän efektejä</p> |
| <p>Negatiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> Rajattu, vain me kaksi ja kummitukset <i>Tuoksu:</i> Tunkkainen, savukone <i>Ääni:</i> pillit tulivat liian kovaa, ärsytti <i>Näkymä:</i> Säällittävä, vanhentunut, huvittava <i>Kosketuspinnat:</i> Puuntuntu, tuulahdus, äkkipikainen, raaka <i>Kokonaisvaikutelma:</i> pelottava, omat tunteet tulevat mieleen, vanhentunut, legendaarinen</p> |
| <p>Pilotti</p> |
| <p>Positiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> Pari muuta ihmistä, iloisia mutta varautuneita, rauhallista, lame <i>Ääni:</i> puronsolina, vedensolina <i>Näkymä:</i> Visuaalinen, värit, rauhoittava, poikkeava, valoisa <i>Kosketuspinta:</i> Kiinnostava, kiinnostava ympäristö, luonnonläheisyys ja rauhoittava <i>Kokonaisvaikutelma:</i> Rauhoittava, innoittava jopa ylellinen</p> |
| <p>Negatiiviset: <i>Sosiaalinen ympäristö:</i> Heikko, ei muita ihmisiä <i>Ääni:</i> puronsolina <i>Kokonaisvaikutelma:</i> pimeä, syrjässä</p> |

Taulukko 3: Aistihavainnot taulukko ja empatiatyökalu -menetelmällä

Taulukoista saatujen tulosten perusteella sisäänkäynnillä hallitsevimmat aistit olivat näkö- ja kuuloaistit sekä sosiaalisesta ympäristöstä tehdyt havainnot. Positiivisia havaintoja syntyi sisäänkäynnin tuomasta jännityksestä, rauhallisuudesta, lattiavalaistuksesta, kurpitsahahmoista ja huvipuiston äänistä, jotka kantautuivat laitteissa kiljuvista ihmisistä. Toisaalta sisäänkäyntiä pidettiin liiankin hiljaisena ja autiona eikä niin houkuttelevana kuin odotettiin. Musiikin kannalta voi olla vaikeaa löytää teemaa tukevaa musiikkia, joka miellyttäisi laajaa ihmisjoukkoa.

Pellen Puodissa eniten aistihavaintoja tuli sosiaalisesta ympäristöstä sekä tunto- ja näköaistimuksista. Sisällä oli paljon aikuisia ja lapsia, erilaisia kosketeltavia pintoja, rapisteltavia pakkauksia ja karkin tuoksua. Esineet myös näyttivät hienoilta kaikkine muotoineen ja väreineen. Tässä kohteessa oli selvästi enemmän miellyttäviä havaintoja kuin epämiellyttäviä. Testaajat kokivat Salaman ympäristön erittäin miellyttävänä. Siellä havaittiin enemmän ihmisiä kuin muilla pisteillä. Hallitsevat aistit olivat kuulo ja sosiaalinen ympäristö, koska oli tehty paljon havaintoja erilaisista äänistä: kohinasta, kiljunnasta, huudoista ja veden äänistä ja kuten aiemmin mainitsimme ihmisistä. Kiepisä positiivista oli näyttävä valaistus, mutta laitteen moottoriäänet koettiin sekaviksi ja epämiellyttäväiksi.

Vuoristorata oli nostalginen ja laajasti miellyttäviä tunteita herättävä laite. Hallitsevat aistit olivat sosiaalinen vaikutelma, kokonaisvaikutelma ja ääni. Kohteessa olevat ihmiset loivat osaltaan tunnelmaa.

Kokonaiskokemus oli jännittävä, huikea ja taianomainen. Kummitusjunasta syntyi paljon havaintoja positiivisista negatiivisiin. Aistit, jotka hallitsivat: äänet, sosiaalinen ympäristö ja kokonaisvaikutelma. Pilottia koskevissa havainnoissa tuli vahvasti esiin se ettei laitteella ollut juurikaan innokkaita käyttäjiä. Ympäristö oli testaaajien mielestä rauhallinen ja hieman syrjäinen, valojakin oli niukasti. Vedensolina laitteen lähistöllä jakoi mielipiteitä. Tässä hallitsivat äänet ja sosiaalinen ympäristö. Alla olevaan taulukkoon (Taulukko 4) olemme listanneet Linnanmäen eri kohteita, joita oli arvioitu seitsemällä eri miellyttävyydystasolla.

| Kohteet ja niiden miellyttävyydet | |
|--|---|
| Kauppa, muumitalo - erittäin miellyttävä | Valopallo - hieman miellyttävä |
| Leikkivät karhut patsas - erittäin miellyttävä | Tulireki - hieman miellyttävä |
| Vekkula - erittäin miellyttävä | 4d-teatteri - hieman miellyttävä |
| Karuselli - hieman epämiellyttävä | Spaceshot - hieman miellyttävä |
| Pelikatos - erittäin miellyttävä | Aurinkopatsas - hieman miellyttävä |
| Rollen tupa - Erittäin miellyttävä | Roskakori - neutraali |
| Kurpitsakulkue - erittäin miellyttävä | Infotaulu - neutraali |
| Rinkeli - miellyttävä | Pikajuna - neutraali |
| Tulireen edusta - miellyttävä | Nakkikoju - neutraali |
| Törmäilyautot - miellyttävä | Lintsiburgerin edusta - neutraali |
| WC - miellyttävä | Kammokuja - neutraali |
| Luistinrata - miellyttävä | Ravintola Safari - neutraali |
| keskusaukio - miellyttävä | Lintsiburger - neutraali |
| Mustekala - hieman miellyttävä | Pussauskoppi - hieman epämiellyttävä |
| Pallokaruselli - hieman miellyttävä | Ravintola jarrumies - hieman epämiellyttävä |
| Rinkeli - hieman miellyttävä | |

Taulukko 4: Kohteet ja niiden miellyttävyydet

Paikat, joista oli tehty vähemmän kuin kolme havainnointitaulukkoa, käsitelimme vain miellyttävyyden osalta, emme siis analysoineet niitä tarkemmin, sillä tuloksia ei olisi voitu pitää kovin luotettavina vain muutaman arvion perusteella. Taulukkoon 4 olemme listanneet nämä paikat, jotka jaoteltiin tehtyjen havainnointi arvioiden pohjalta erittäin miellyttäviin, miellyttäviin, hieman miellyttäviin neutraaleihin, hieman epämiellyttäviin tai epämiellyttäviin.

5.1 Tutkimuksen analysointimenetelmät

Laadullisen tutkimuksen aineiston analysoinnissa tarkoituksena on luoda selkeyttä aineistoon ja sen kautta tuottaa tutkittavasta aiheesta uutta tietoa. Analysoinnilla pyritään tiivistämään aineisto ilman, että sen sisältämä informaatio häviäisi. Tavoitteena on pyrkiä kasvattamaan informaatioarvoa luomalla hajanaisesta aineistosta selkeää ja loogista. (Eskola & Suoranta 2000, 137.)

Vastauksien saaminen tutkimustehtävään sekä olennaisen tiedon erottelu aineistosta ovat aineiston analyysin lähtökohtia. Yleisiä lähtökohtia ovat myös tutustuminen aineiston sisältöön, ymmärtää tarkoitus mihin aineistoa on kerätty, ilmiön kokonaisuuden ymmärtäminen, luotettavuuden varmistaminen, erilaisuuksien ja poikkeavuuksien huomioon ottaminen sekä alkuperäisen aineiston hyödyntäminen myös raportoinnissa. Aineiston analyysi on yhteydessä tutkittavaan aiheeseen ja tutkimustehtävään sekä tapaan, jolla aineisto kerätään. Tärkeää on arvioida työn tavoite ja tutkimustehtävä useampaan otteeseen ennen, kuin analyysia voi aloittaa. Jotta analyysi pysyisi aiheessa, eikä poikkeaisi kontekstista, on muistettava kysymys: Mitä haluttiin alun perin selvittää? Analyysin aikana tähän kysymykseen on tärkeää pystyä vastamaan. Prosessin edetessä kysymykseen on syytä palata uudestaan ja uudestaan. (Kajaanin Ammattikorkeakoulu 2009.) Seuraavaksi käsittelemme tutkimuksessa käytettyjä analysointimenetelmiä, Affinity diagrammia sekä teemoittelua, joita sovelsimme keskenään helpottaaksemme analysointia.

5.2 Samankaltaisuuskaavio ja teemoittelu

Samankaltaisuuskaavio (engl. Affinity Diagram) on työkalu, jonka avulla voidaan kerätä suuri määrä ideoita, mielipiteitä tai käsityksiä aiheesta ja ryhmitellä ne niin, että ne ovat yhteydessä toisiinsa. (Service design tools 2010). Kaaviota voidaan käyttää varsinkin silloin, kun on kyse suuresta määrästä tietoa ja kun halutaan kannustaa uudenlaisiin ajattelutapoihin. (Module 4: Affinity Diagram, 2). Affinity-prosessi tapahtuu ryhmässä, jossa kaikki ovat tietoisia analysoitavasta aiheesta. Prosessin alussa jokainen osallistuja miettii ideoita, jonka jälkeen ne kirjoitetaan post-it-lapuille. Näin osallistujien ideoista muodostuu fyysinen työkalu, jota on helppo työstää eteenpäin. Kun ideoille on etsitty vastaavuuksia sekä

yhteneväisyyksiä, laitetaan ne tärkeiksi määriteltyihin ryhmiin. (Affinity Diagram 2010). Kun laput ovat kaikki seinällä, voidaan niitä vielä järjestellä ja ryhmitellä niin, että kaaviota on helppo tarkastella.

Tehokkain tapa luoda samankaltaisuuskaavio on työskennellä hiljaisuudessa, eli jokaisen tulisi asettaa post-it-laput seinälle keskustelematta asiasta. Hiljaisuudessa työskenteleminen kannustaa omaperäisiin ja luoviin ajattelutapoihin. Näin ollen jokainen voi asettaa ideansa ja mielipiteensä aiheesta ilman toisten kommentointia. Hiljaisuudessa työskenteleminen ehkäisee myös sen, ettei yksi ryhmästä ottaisi prosessin ohjausta haltuunsa, vaan kaikki työskentelisivät samassa asemassa. Erimielisyyksien käsitteleminen yksinkertaisesti on myös tärkeää, jotta analysointi olisi tehokasta. Jos joku ryhmän jäsenistä ei pidä siitä mihin jokin idea on ryhmitelty, tulee hänen itse siirtää se aihealueeseen, johon se hänen mielestään kuuluu. Tämä luo ympäristön, missä on suotavaa olla muiden kanssa eri mieltä. Affinity-prosessi on yleisesti käytetty tapa, jolla pyritään saamaan ihmiset työskentelemään luovasti, kun on kyse vaikeista aiheista. Samankaltaisuuskaaviota voidaan käyttää apuna tilanteissa, jolloin aihe on tuntematon tai sitä on vaikea ymmärtää. (Module 4: Affinity Diagram, 2, 4.)

Samankaltaisuuskaavio -menetelmän tukena käytimme teemoittelua, joka on yksi laadullisen analyysin perusmenetelmistä. Teemoittelussa pyritään hahmottamaan tutkimusaineistosta keskeisiä aihepiirejä eli teemoja. (Kurssi- ja Oppimateriaalipolone Koppa 2008-2009). Se voi myös olla luokituksen kaltaista, mutta siinä painottuu se mitä eri teemoista on sanottu. (Tuomi ja Sarajärvi 2009, 93). Useimmiten ensimmäinen lähestyminen aineistoon käy teemoittelun kautta. Teemoittelulla tarkoitetaan aineistosta esiin nousevia teemoja, jotka toistuvat tavalla tai toisella ja valaisevat tutkimusongelmaa, toteavat Eskola ja Suoranta. Näin on helppo vertailla tiettyjen teemojen esiintymistä ja ilmenemistä aineistossa. Teemoittelu vaatii teorian ja empirian vuorovaikutusta, jotta se onnistuisi aineiston analyysimenetelmänä. Menetelmää suositellaan käytettäväksi aineiston analysointitapana silloin, kun halutaan ratkaista jokin käytännöllinen ongelma. (Eskola ja Suoranta 2000, 174-175, 178.) Kuten tässä projektissa ongelmana on luotain menetelmän toimivuus moniaististen palvelukokemusten mittaamisessa, joka on menetelmänä käyttäjälähtöinen ja toimiva menetelmä erilaisia tuntemuksia mitattaessa.



Kuva 5: Analysointi työpaja

Omassa projektissämme käytimme samankaltaisuuskaaviota (engl. Affinity Diagram) yhdessä teemoittelun (engl. Type casting) kanssa ensimmäisen kerran, kun kävimme läpi havainnointitaulukon avulla saatuja tuloksia. Aluksi analysoimiseen tarkoitetussa työpajassa meitä oli mukana neljä, mutta myöhemmin jatkoimme analysointia kolmen henkilön voimin. Analysoitavia havainnointitaulukkoja oli kaiken kaikkiaan 79 kappaletta. Keskityimme analysoinnissa kohteisiin, joista oli vähintään kolme täytettyä havainnointitaulukkoa per kohde, näitä oli yhteensä 42 kappaletta. Yksittäisistä kohteista täytettyjä havainnointitaulukoita oli yhteensä 37. Yksittäiset kohteet käsitelimme miellyttävyyden osalta. Niitä emme lähteneet tarkemmin analysoimaan luotettavuus tekijät huomioon ottaen.

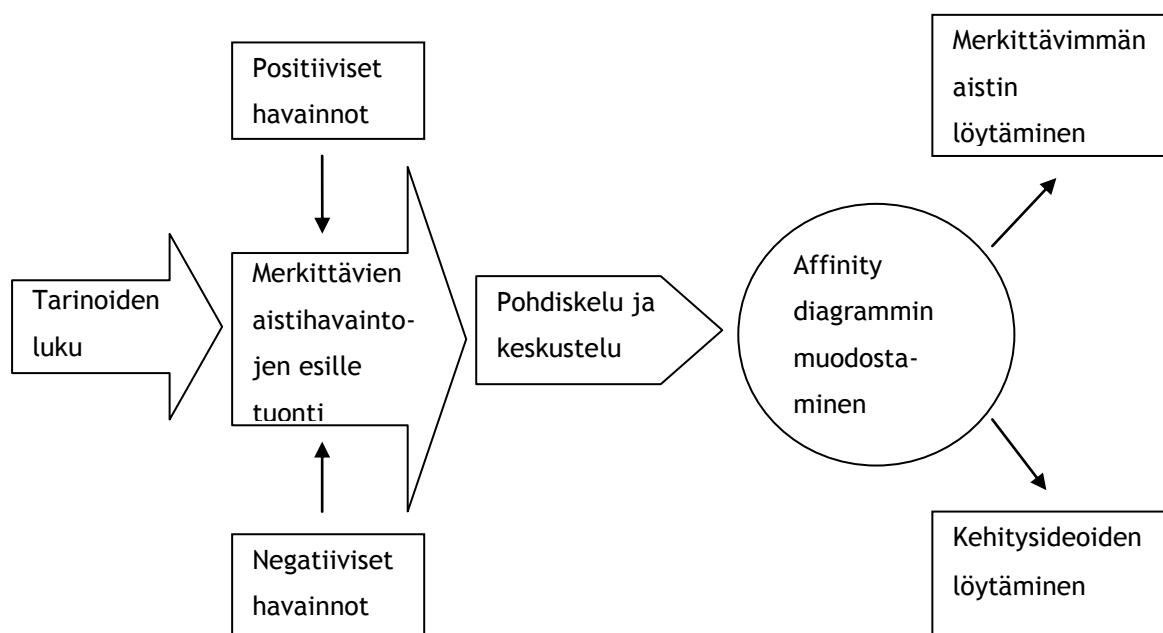
Jaoimme taulukot niin, että samasta aiheesta olleet taulukot olivat samassa pinossa, mikä helpotti tulosten käsittelyä. Seinille ripustettiin kuusi tyhjää paperijulistetta, joiden otsikkoina olivat niiden kuuden eniten ja useimmiten esille tulleiden palvelupisteiden nimet. Nämä palvelupisteet olivat sisäänkäynti, pellenpuoti, salama, kieppi, vuoristorata sekä kummitusjuna. Otsikon alle jatkoimme Post-it-lappujen kokoamista, joihin kirjasimme yksin sekä yhdessä, havainnointitaulukosta esiin nousseita havaintoja sekä niiden merkityksiä. Havainnot jaoimme kolmeen eri teemaan: positiiviset, negatiiviset sekä neutraalit havainnot. Teemat eroteltiin toisistaan eri väreillä, kuten positiiviset punaisella, negatiiviset vihreällä ja neutraalit sinisellä. Näin sovelsimme samankaltaisuuskaaviota ja teemoittelua keskenään. Post-it-lappujen sekä koko julisteen avulla hahmotimme havainnointitaulukosta ilmi tulleet tulokset selkeämmin. Näin pystyimme myös yhdessä keskustelemaan ja analysoimaan tuloksia paremmin, sillä kaikki tarvitsemamme oli seinillä edessämme. Seuraavassa luvussa analysoimme Luotain -metodeilla saavutettuja tuloksia sekä vertailemme metodeja toimivuus

näkökulmasta. Lisäksi esittelemme esiin nousseita kehitysideoita Linnanmäen Valokarnevaalien hyväksi ja luvun loppuksi pohdimme tutkimuksen luotettavuutta.

6 Tulosten analysointi

Tutkimuksen tarkoituksena oli Service Design -menetelmiä käyttämällä mitata asiakkaan palvelukokemuksen muodostumista moniaistisuuden näkökulmasta. Laurea-ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoiden tehtävänä oli toimia Linnanmäen Valokarnevaaleilla haamuasiakkaina kahden tai kolmen hengen ryhmissä, taltioiden kokemuksiin erilaisien menetelmien kautta. Erityistä huomiota tutkimuksessa kiinnitettiin asiakkaiden aistituntemuksiin sekä Service Design -menetelmien toimivuuteen.

Metodeilla saavutettujen tulosten luonne huomioitiin pohdittaessa sopivimpia analysointimenetelmiä. Analysointi järjestettiin työpajoissa, yhdessä työpajassa analysoitiin aina yksi metodi, jotta menetit ja niillä saavutetut tulokset pysyvät selkeästi ominaan. Jouduimme myös jokaisen metodin kohdalla pohtimaan tuloksille sopivinta analysointitapaa. Työpajoihin meidän lisäksemme osallistui mahdollisuuksiensa mukaan tutkija VTT:ltä sekä Laurean Ammattikorkeakoulusta.



Kaavio 5: Tarinankerronta -metodin tulosten analysoinnin kulku

Tärkeää aineiston analysoinnissa oli eritellä eri aistihavainnot, positiiviset sekä negatiiviset havainnot ja mahdolliset kehitysideat. Keskustelimme esille tulleista havainnoista ja muodostimme samankaltaisuuskaavion selkeyttääksemme tuloksia sekä pystyäksemme

porrastamaan aistit merkityksellisimmistä merkityksettöimpään. Seuraavaksi pohdimme kehitysideoita negatiivisten havaintojen pohjalta. Esimerkiksi tarinankerronta -metodin avulla saatuja tuloksia analysoitiin niin, että jokainen luki vähintään yhden tarinan, joista pyrimme erittelemään merkittävät havainnot. Kuvio 4 kiteyttää analysoinnin eri vaiheet ja antaa selkeän kuvan siitä, miten Tarinankerronta metodin analysointi käytännössä eteni.

Analysoidessamme työpajassa tehtävävihko metodilla saatuja tuloksia, purimme ensin vihoista nousseet aistihavainnot teemoittelun tapaan ja luokittelimme samalla negatiiviset, neutraalit ja positiiviset kommentit sovituilla väreillä niin, että punainen merkitsi negatiivista, sininen neutraalia ja vihreä kuvasi positiivista havaintoa. Näin tuloksia oli selkeää lähteä purkamaan, kun kaikki kommentit olivat omien teemojensa alla post-it lapuilla kiinnitettyinä sekä väreillä merkittyinä, jolloin pystyimme helposti erottelemaan esimerkiksi positiiviset negatiivisista ja muodostamaan yleiskuvan arvioidusta kohteesta. Tehtävavihoja oli kaiken kaikkiaan viisi.

Havainnointitaulukkoa käyttäneiden ryhmien lisäksi, empatiatyökalua käyttäneet ryhmät täyttivät myös taulukkoja kokemansa perusteella. Taulukkoihin kerättyä aineistoa analysoimme jakamalla havainnot paikan tai laitteen mukaan, koska tämän menetelmän käyttäjille oli osa ennalta määrättyjä kontaktipisteitä, joiden lisäksi heillä oli vapaus kirjata havaintonsa muista kohteista. Näistä kontaktipisteistä muodostui heidän palvelupolkunsa. Analysoitavia taulukoita oli yhteensä 79. Kohteet, joista oli vähintään kolme täytettyä havainnointitaulukkoa, otettiin tarkemman analysoinnin kohteeksi. Kohteet, joista oli eniten täytettyjä aistitaulukoita, olivat: Sisäänkäynti, Pellen Puoti, Salama, Kieppi, Vuoristorata, Kummitusjuna sekä Pilotti. Sen lisäksi kirjasimme jälleen väreillä positiiviset, neutraalit ja negatiiviset havainnot otsikkojen alle. Näin muodostui nopea yleiskäsitys arvioitavasta paikasta. Oliko se saanut eniten positiivisia havaintoja vai esimerkiksi hyvin neutraaleja havaintoja sekä olivatko havainnot jakaantuneet tasaisesti eri asioista vai toistuiko jokin asia selkeästi muita useammin.

Tässä kappaleessa teemme yhteenvedon kaikilla metodeilla saavutetuista tuloksista. Jokaisen metodin kohdalla esiin nousseita asioita olivat kylmyys. Vierailijat eivät olleet varautuneita kylmään säähän, sen vuoksi se saattoi vaikuttaa negatiivisesti palvelukokemukseen. Ruoan hinta-laatusuhde herätti testiasiakkaissa yleistä tyytymättömyyttä, kun taas musiikki ja palvelunlaatu jakoivat testiaajissa mielipiteitä. Osa oli kokenut kuulemansa musiikin miellyttäväksi, mutta toiset eivät olleet kuulleet lainkaan musiikkia tai pitäneet siitä. Sama kaava toistui asiakaspalvelun kohdalla, osa olivat tyytyväisiä saamaansa palveluun, kun toiset kokivat saaneensa ala-arvoista palvelua. Laitteista nostalginen Vuoristorata sai kaikilla menetelmillä toistuvasti positiivisia kommentteja. Valoista tehtiin lähes kaikilla metodeilla eniten havaintoja, sillä näköaisti oli selkeästi hallitsevin aisteista Valokarnevaali henkisessä

tapahtumassa, lukuun ottamatta empatiametodilla työskennelleitä, joiden näköaisti oli peitetty. Toisaalta havaittiin pimeitäkin kohteita, jotka herättivät osassa testaaajista hämmästyksiä. Valokarnevaali nimi itsessään luo tietynlaisen mielikuvan jo ennen vierailua, sana valo luo kävijälle mielikuvan valaistusta tapahtumasta, tällöin teeman tulisi kantaa läpi koko tapahtuman. Seuraavaksi esittelemme pohdimme kehitysideoita Linnanmäen Valokarnevaalien palvelujen kehittämisen tueksi.

6.1 Kehitysideoita

Analysointivaiheessa pohdimme myös mahdollisia kehitysideoita, jotta moniaistisuus tulisi vieläkin enemmän esille Valokarnevaaleilla. Keskityimme myös teemaan valittujen hahmojen ja esitysten herättämiin tuntemuksiin asiakkaissa sekä siihen, ovatko nämä elementit synnyttäneet toivottua lisäarvoa asiakkaan palvelukokemukseen.

Kehitysideoita tuli tarinankerronnan pohjalta seuraavanlaisia: Linnanmäki voitaisiin jakaa osaluokkiin, joissa olisi eri teemat, esimerkiksi Halloween ja romanttisuuden teemoihin. Halloween - teeman voisi luoda kummitusjunan ympäristöön, joka olisi täynnä kummituksia ja muita pelottavia hahmoja. Romanttisuus - teeman voisi luoda huvipuiston taka-alueella jossa olisi romanttisia kojuja ja pelejä joita pariskunnat voisivat pelata. Valoja voitaisiin käyttää enemmän hyväksi ja luoda polkuja, joita asiakkaat voisivat seurata, esimerkiksi valopolku sisäänkäynnin luo. Myyntikojuja tulisi olla enemmän ja ne tulisi sijoitella tasaisesti ympäri huvipuistoa, jotta tuoksumailma pysyisi yllä koko vierailun ajan. Kummitusjunan sisätilat tuntuivat olevan monelle kävijöistä pettymys. Se ei enää luonut uusia aistikokemuksia ja tuntemuksia vaan oli tylsä ja samanlainen kuin aikaisempina vuosina, siksi pohdimmekin kehitysideana kummitusjunan uudistamista. Ravintoloiden sisätiloja voitaisiin korostaa valoilla, kynttilöillä tai jollain muulla tunnelmaan sopivalla valaistuksella, jotta valokarnevaalin merkitys ja tunnelmallisuus tulisi myös ravintoloissa esille.

Alueella oli paikoittain erittäin liukasta ja kävijät tunsivat olonsa hieman epäturvalliseksi, siksi alueita voitaisiin hiekoittaa sään mukaan ja asettaa paikoittain kumimattoja tai varoituskylttejä. Kylmyys nousi useamman kerran esille negatiivisena tuntemuksena ja näin ollen joissain laitteissa voitaisiin jakaa mainosviltejä, jotka pitäisivät asiakkaat lämpiminä koko matkan ajan. Osa Linnanmäen alueista oli kokonaan pimeänä mikä vähensi valokarnevaalin merkitystä. Pimeitä alueita voitaisiin käyttää hyväksi ja järjestää suljetun kummituskierroksen, johon asiakkaat voisivat lähteä lyhyt käsissään kiertämään. Alueella voisi tulla vastaan kummituksia ja muita pelottavia otuksia. Seuraavassa kappaleessa kerromme tehtävähiko-metodilla saatujen tuloksien synnyttämistä kehitysideoista.

Tehtävävihkon avulla saatujen tuloksien pohjalta mietimme seuraavanlaisia kehitysideoita; Sisäänkäynnin tekisi houkuttelevammaksi ja karnevaalitunnelmaa kohottavaksi, jos hahmoja olisi pääsisäänkäynnillä toivottamassa vieraita tervetulleeksi vaikka klo 20.00 saakka. Nyt useat asiakkaat, jotka saapuivat karnevaaleille kello kuuden jälkeen, kokivat sisäänkäynnin tyhjäksi. Illan ohjelman voisi suunnitella siten, että kello 19. asti olisi lapsiperheille suunnattua ohjelmaa ja sen jälkeen hieman varttuneemmalle yleisölle suunnattua ohjelmaa, myös kuulutuksia esityksistä ja ohjelmasta jäätisiin kaipaamaan.

Työntekijöiden latteasta palvelusta tuli useita havaintoja, pohdimme olisiko kylmyys ollut osa syy tähän, tulevaisuudessa työntekijöille lämmin vaatetus, jotta ei palvelunlaatu ainakaan kylmyyden takia enää kärsisi. Myös asiakkaiden palvelukokemus kärsi kylmyyden vuoksi, voitaisiinko jatkossa esimerkiksi Valokarnevaaleja mainostaessa muistuttaa ihmisiä pukeutumaan lämpimästi. Alueella voisi myös olla lämpölamppuja esimerkiksi laitteiden jonotus alueilla ja myynnissä vaikka vilttejä ja lämpimiä juomia ehkäisemässä kylmyyttä. Ulkomyynnissä olevat lämpimät juomat osaltaan lisäävät tuoksuhavaintoja, jotka nyt jäivät hyvin vähäisiksi. Ruoka-, juoma- ja snackkojujen asettelu ympäri huvipuistoa loisi enemmän haju- ja makuaistihavaintoja. Linnanmäen ruoan ja ruokailutilojen hinta-laatusuhde tuotti monelle pettymyksen. Asiakkaat kokivat hinnat korkeiksi ja silti laadun keskivertoa alemmaksi. Näin ollen hinta-laatusuhdetta voisi pohtia ja kehittää parempaan suuntaan.

Taulukon avulla saadut tulokset olivat selkeästi muita keskittyneempiä laitteisiin, sen vuoksi kehitysideammekin keskittyvät tämän metodin kohdalla laite- ja paikkakohtaisiin parannusehdotuksiin. Sisäänkäynnille pohdimme asioita, jotka tekisivät tilasta mukavamman ja houkuttelevamman, hiljaisena aikana, jolloin ihmisiä ei tungeksi paikalle se saattaa olla kovin hiljainen, kylmä ja avara. Musiikki voisi erityisesti hiljaisina aikoina tuoda kutsuvuutta sisäänkäynnille ja luoda oikeanlaista tunnelmaa saapuville vieraille. Laitteeseen Salama sekä sen ympäristöön kaivattiin lisää valoja ja ääniä, koska näkö- ja kuuloaistihavainnot jäivät vähäisiksi tässä kohteessa. Kiepistä puuttui äänimaailma kokonaan, laitteeseen sopisi ehdottomasti musiikki. Vuosien varrella tutuksi tulleet Kummitusjunaan kaivattiin yllätyksiä, uusia käänteitä ja hahmoja.

6.2 Menetelmien toimivuuden analysointi ja vertailu

Tässä luvussa käsittelemme testaaajien eli Linnanmäen Valokarnevaaleilla haamuasiakkaina toimineiden opiskelijoiden kommentteja menetelmien toimivuudesta, moniaistisen palvelukokemuksen mittaamisessa. Tämän jälkeen pohdimme menetelmien toimivuutta saavutettujen tuloksien pohjalta sekä vertailun avulla löytämään toimivin Luotain -metodi. Arvioidessamme menetelmiä kriteereinä huomioimme moniaistisuuden esiintymän,

monipuoliset tulokset yksityiskohtaisesti kuvattujen kokemusten pohjalta. Lisäksi huomioimme, että menetelmä jättää tilaa myös testaaajan luovuudelle.

Tarinankerronta-metodin tulosten pohjalta voimme todeta, että metodi luo laajan kuvan tutkijalle palvelunkulusta. Toisaalta moniaistisuus saattaa jäädä toisarvoiseksi testaaajan palatessa kirjoittamaan tarinaa palvelukokemuksestaan kuvien ja muistojensa avulla. Tuloksia tulkittaessa näköaisti on selkeästi hallitsevin kaikista aisteista, siksi muut aistit kuten kuulo-, haju-, tunto- ja makuaisti saattavat jäädä sen varjoon. Näitä aistihavaintoja voi olla vaikea muistaa kokemuksen jälkeen. Aistienvaraista havainnointia tulisi painottaa testiasiakkaille ennen tutkimuksen toteutusta. Tarinankerronnan etuja ovat muun muassa se, että testiasiakas saa keskittyä täysin palvelukokemukseen valokuvaten ja havainnoiden. Varsinaiset muistiinpanot tehdään muutamia päiviä kokemuksen jälkeen. Tämä antaa testiasiakkaalle vapauden valita palvelupolkunsa itse eikä havainnoinnin kohteita ole tarkkaan määritelty. Seuraavaksi kerromme testiasiakkaiden kommentteja tarinakerronta -metodin toimivuudesta sekä esiin tulleista heikkouksista ja vahvuuksista.

Testiasiakkaat kokivat metodin miellyttävänä, sillä metodi salli testaaajan olla tavallinen asiakas muiden joukossa, joka mahdollisti palveluun paneutumisen. Testaaajan mieleen jääneet asiat, eivät tutkimuksen kannalta välttämättä olleet kaikkein olennaisimpia. Metodi koettiin vaivattomaksi ja siinä tuettiin luovuuden käyttöä. Hyvänä koettiin myös se, että metodologia ei ollut tiukasti rajattu eikä se vaatinut paljon resursseja. Toisaalta osa testaaajista koki löyhän rajauksen epämiellyttävänä, jolloin olennaiset asiat saattoivat jäädä huomioimatta. Pohdittiin myös, että tarinasta saataisiin yksityiskohtaisempi jos se olisi kirjoitettu heti palvelukokemuksen jälkeen.

Tehtävävihko-metodin toimivuutta arvioidessamme huomasimme, että sen avulla saadaan monipuolisia havaintoja moniaistisuudesta testikohteessa. Toisaalta moniaistisuuden ilmentyminen riippuu täysin testaaajan motivaatiosta sekä luovuudesta täyttää vihkoa ja siksi voidaankin pohtia tehtävävihkon avulla saatujen tuloksien luotettavuutta. Osallistujien omat kokemukset välittyivät tehtävävihkoista yksityiskohtaisesti tutkijalle, helpottaen tulosten tulkintaa. Aistiaihealueiden avulla käyttäjän on helppo seurata ja kirjata omia havaintojaan, sillä aihealueet muistuttavat testaaajaa havainnoimaan kaikilla aisteilla. Valokuvat, jotka otettiin palvelupolulla aistihavaintoja herättäneistä kohteista, edesauttoivat tunteiden ja aistien välittymistä tutkijalle.

Testaaajat kokivat tehtävävihkon helpoksi täyttää ja sen valmiiksi strukturoitu sisältö koettiin selkeäksi. Kylmän sään vuoksi testaaajat kokivat tehtävävihkon täyttämisen hankalaksi paksujen käsineiden vuoksi ja metodi koettiin sopivan paremmin ala-asteikäisille, sillä vihkon ulkoinen olemus näytti kotikutoiselta. Ajatusten syntyessä tuli ne kirjata heti ylös, jotta niitä

ei unohtaisi. Tämä koettiin haastavaksi tilanteissa, kuten esimerkiksi laitteessa käynti tai ostosten tekeminen.

Taulukon koimme kattavaksi ja yksityiskohtaiseksi metodiksi, sillä taulukossa kiinnitettiin huomiota yhteen kohteeseen kerrallaan ja arvioitavan kohteen synnyttämiin havaintoihin sekä merkityksellisyyteen. Taulukosta saatiin monipuolisia tuloksia, sillä määrällisen arvioinnin lisäksi oli mahdollisuus täydentää omin sanoin kohdehavaintojen merkityksellisyyttä sekä vaikuttavuutta. Tämän metodin avulla kaikki viisi aistia olivat hyvin edustettuina, aistihavainnot eivät tulleet ainoastaan yksinkertaisuudessaan esille, vaan niiden miellyttävyyttä, merkittävyyttä sekä aistihavainnon vahvuutta oli myös arvioitu.

Toimivuuden kannalta testajat kokivat taulukon liian vaativaksi, tarkaksi ja aikaa vieväksi, sillä se vaati vankkaa keskittymistä. Vaativuuden vuoksi innostus taulukon täyttöä kohtaan saattoi loppua kesken, mutta täyttäminen koettiin silti helpoksi prosessiksi. Joidenkin kohteiden osalta aistien jaottelu ei tuntunut sopivalta. Taulukko-metodi koettiin lisäksi auttavan monipuoliseen ajatteluun ja sen eri arviointiasteikot helpottivat ja tukivat vapaamuotoista kuvausta. Osa testaaajista oli sitä mieltä, että taulukon merkitys kohta tuntui turhalta ja sen olisi voinut jättää pois kokonaan. Taulukon hyvinä puolina pidettiin sen monipuolisuutta, kattavuutta ja helppoutta. Se että taulukossa piti arvioida kaikkia aisteja ja niiden arviointia pystyi täydentämään vapaamuotoisella tekstillä, koettiin taulukon toimivuuden kannalta hyvänä asiana. Taulukon rakenne ja monipuolisuus pakotti tutkijoita tarkkaan työhön, mikä koettiin myös miellyttävänä asiana metodin kannalta. Testajat listasivat taulukon huonoiksi puoliksi: Arvosteluasteikon laajuuden, monimutkaisuuden ja täyttämisen raskauden. Kellonajan kirjaaminen taulukkoon koettiin turhana osana taulukkoa. Testaaajilta kertyi taulukon suhteen muutamia kehitysideoita, kuten erilaisten kysymysten lisääminen, laajempi numerointi skaala, taulukon yksinkertaistaminen, vapaamuotoisuuden lisääminen ja makuaistin lisääminen taulukkoon.

Tässä osiossa vertailemme luotain-menetelmästä sovellettujen metodien toimivuutta keskenään. Kaikkien metodien tavoitteena oli saada mahdollisimman monipuolisesti aistinvaraisia havaintoja. Taulukon vahvuuksia olivat kaikkien aistien tarkka huomiointi. Jokainen aisti oli taulukossa omana arviointikohteenaan ja aistien herättämien havaintojen vahvuus oli myös luokittelu kohteena. Tämä ohjasi testaaajia arvioimaan kaikkia aisteja samanaikaisesti. Taulukon yhtenä heikkona puolena pidettiin avoimen tekstitilan niukkuutta, mikä vähensi kokemuksen tarkempaa kuvailua.

Tarinankerronta mahdollisti havainnointikohteen kuvailun luovasti ilman johdattelua, jolloin saavutettiin aito kertomus kävijän palvelukokemuksesta. Tämän metodin kohdalla aistihavainnot eivät korostuneet tarinoissa yhtä laajasti kuin havainnointitaulukossa.

Tulevaisuudessa tarinankerronta metodilla moniaistisuutta mitattaessa tulisi painottaa tutkijoille eri aistihavaintojen huomioimisen merkitystä. Tämä lisäisi aistihavaintojen esiintymistä tarinoissa.

Tehtävävihkoa ei koettu yhtä toimivana, verrattuna edellisiin metodeihin, sillä sen täyttäminen koettiin hankalaksi. Kaikki aistit olivat hyvin edustettuina ja havaintoja moniaistisuuden kannalta tuli paljon, silti pohdimme muistiinpanojen syvempää merkitystä, sillä metodi edellyttää käyttäjältään luovuutta. Tehtävävihkon kohdalla riskinä on aistihavaintojen unohtaminen, sillä vihko rakentuu niin, että jokaisella aistilla on oma osionsa, jolloin testaaaja joutuu selailemaan vihkoa ja merkitsemään havainnot aisti kerrallaan. Tästä saattaa seurata, jonkin aistihavainnon merkinnän unohtaminen.

Menetelmien vertailussa tulimme siihen tulokseen, että tehtävävihko-metodilla saavutettiin tämän tutkimuksen kannalta heikoimmat tulokset. Kattavimmat tulokset syntyivät tarinankerronta- sekä taulukkometodeilla. Näitä kahta metodia soveltamalla, uskomme, että saavutettaisiin monipuolisempia tuloksia moniaistisuuden mittaamisessa, palvelukokemuksen kehittämisen hyödyksi. Empatiatyökalua emme analysoineet yksittäisenä metodina, koska sitä käytettiin täydentämässä havainnointitaulukkoa. Tässä tutkimuksessa empatiatyökalua käytettiin täydentämään havainnointitaulukkoa, mutta uskomme sen täydentävän hyvin myös muita metodeja.

6.3 Tutkimuksen luotettavuus

Eettisyys nousee esiin jo tutkimusaihetta valittaessa. Tutkijan tulee pohtia syitä tutkimukseen ryhtymiselle sekä aiheen yhteiskunnallista merkitystä. Punnita tulee myös ryhtyäkö tutkimaan aihetta joka on helppo toteuttaa, mutta merkitykseltään vähäinen vai valitaanko aihe, joka on työläs, mutta ajankohtainen ja trendikäs. Tutkimuksen kohteena olevien henkilöiden oikeudet ja kohtelu sekä tarpeellinen tiedon saanti tutkimukseen osallistumisesta tulee huomioida. Mahdollisesti tutkimuskohteilta edellytetään virallisia suostumuksia sekä näiden henkilöiden tulee olla kykeneviä ymmärtämään ja tekemään kypsiä arviointeja. Osallistuminen tutkimukseen tulee aina olla vapaaehtoista. (Hirsjärvi ym. 2006, 26-27.)

Tutkimustyössä läpi jokaisen vaiheen edellytetään rehellisyyttä. Keskeisimpiä periaatteita ovat että toisten tuottamia tekstejä ei plagioida, aiempia tutkimuksia tai tutkijoita ei vähätellä vaan jokaisen työtä arvostetaan. Myöskään tutkijalta ei katsota hyväksi käyttää aiempia omia tutkimuksiaan pohjana uudelle työlle. Raportoinnin tulee olla selkeää, totuudenmukaista ja kattavaa. Tutkimustuloksia käsitellään tarkoin, eikä niitä perättömästi yleistetä. (Hirsjärvi ym. 2006, 27-28.)

Oman aineistomme kohdalla luotettavuutta voidaan pohtia esimerkiksi empatiatyökalun sopivuutta opiskelijoiden toteuttamana, joiden tehtävänä oli peittää näköaistinsa kulkiessaan palvelupolun läpi. Olisivatko kokemukset olleet samanlaisia, jos palvelupolun olisi kiertänyt oikeasti näkövammaisen henkilö. Monet tutkimusaineistonkeruuseen osallistuneista olivat vierailleet Linnanmäen valokarnevaaleilla aiempina vuosina sekä etukäteen nähneet mainoksia tapahtumasta, jolloin heille oli jo muodostunut laajempi mielikuva valokarnevaalien näyttävyydestä. Toinen seikka oli opiskelijoiden vapaaehtoisuus. Heidän odotettiin osallistuvan tutkimusaineiston keruuseen annetuilla menetelmillä, koska se oli sisällytetty heidän pakolliseen opintojaksoon. Informoitiinko heitä tarpeeksi tutkimukseen osallistumisesta, heidän oikeuksistaan vai oliko tehtävä opintojakson pakollinen osa? Voimmeko luottaa siihen, että he ovat paneutuneet aiheeseen riittävästi ennen palvelupolulle menoa tai siihen ovatko he tuottaneet aineistonsa tarkkaan annetun menetelmän kriteerejä noudattaen?

Pohtiessamme aiemmin tässä luvussa luotettavuutta siltä osin, että olisivatko kokemukset olleet samanlaisia, jos palvelupolun olisi kiertänyt oikeasti näkövammaisen henkilö. Olemme sitä mieltä, että palvelukokemuksen aistien synnyttämien havaintojen mittaamiseen ja analysointiin oleellista ei ollut näkövammaisten palvelukokemuksen tutkiminen muiden aistien varassa. Uskomme, että tutkimustulokset olisivat olleet erilaiset, jos olisimme tutkineet linnanmäen palvelukokemuksen muodostumista näkövammaisten näkökulmasta. Visuaalisuus synnyttää merkittävimpiä aistihavaintoja valokarnevaaleilla ja sen vuoksi emme keskittyneet näkövammaisten palvelukokemuksen tutkimiseen vaan tarkoituksena oli saada tietoa asiakkaan kokemuksesta, kun yksi viidestä aistista on pois käytöstä. Uskomme opiskelijoiden olleen motivoituneita menetelmien käytännön toteutuksessa, tehtävän poikkeuksellisuuden vuoksi verraten aiempiin tehtäviin, vaikka tehtävä oli opintojakson pakollinen osa. Linnanmäki paikkana oli kiinnostava kohde sekä menetelmien käyttäjäläheisyys innosti opiskelijoita tehtävän suorittamiseen. Jokaista ryhmää opastettiin hyvissä ajoin menetelmien käytössä ja siksi uskomme heidän noudattaneen menetelmien kriteerejä.

Lisäksi saimme tarkasteltavaksemme tutkimukseen osallistuneiden opiskelijoiden antamaa vapaamuotoista palautetta, selvittääksemme heidän motivaatiotaan ja tuloksien luotettavuutta tutkimusmenetelmien testaamisessa ja tuloksien kirjaamisessa Linnanmäen Valokarnevaaleilla. Seuraavassa muutamia suorja lainauksia heidän opintojaksopalautteestaan:

”Case- Linnanmäki- projekti oli hyvin mielenkiintoinen ja erilainen!!! Saimme oikeasti toteuttaa itseämme ja työskentelytavat olivat mielenkiintoisia ja erilaisiakin. Vierailivat luennot ovat aina plussaa, varsinkin kun ne ovat mielenkiintoisia ja nyt olivat, esim Linnanmäen edustajan.”

”Mielenkiintoisia tehtävänantoja ja uudenlaisia menetelmiä”

”Linnanmäki case oli mielenkiintoinen, jonka takia siihen oli helppo panostaa.”

”Linnanmäki case oli ehdottomasti paras tehtävä koko kurssilla. Se innosti ja oli erilainen.”

”Esimerkiksi Linnanmäen tehtävää oli mukava suorittaa ja samalla oppi erilaisista service design-menetelmistä paljon.”

Näiden kommenttien perusteella voimme luottaa, siihen että opiskelijat ovat tuottaneet aineistonkeruunsa annetun ohjeistuksen mukaisesti. Seuraavaksi pohdimme opinnäytetyön luotettavuutta kokonaisuudessaan oman työskentelymme kannalta.

Tämän opinnäytetyö -prosessin luotettavuutta arvioidessa, pohdimme jokaista työskentelyvaihetta koskevia luotettavuus kriteerejä kerrallaan. Nämä arvioinnin kohteena olevat vaiheet ovat aiheeseen sekä teoriaan perehtyminen, tutkimuksessa käytettyihin metodeihin tutustuminen sekä osallistuminen Valokarnevaaleille testaten yhtä metodeista saavuttaaksemme syvemmän ymmärryksen tutkimusaineiston keruusta. Lisäksi pohdimme metodeilla saavutettujen tuloksien käsittelyn luotettavuutta sekä valittujen analysointimenetelmien sopivuutta tuloksien ominaisuudet huomioon ottaen.

Heti opinnäytetyön aiheen varmistuttua, aloimme tutkia mahdollisia pääkäsitteitä sekä kartoitimme aiemmin toteutettuja aiheeseen liittyviä tutkimuksia. Tarkastelimme kriittisesti lähteitä aina ennen niiden varsinaista käyttöä opinnäytetyössämme. Ennen Valokarnevaaleilla vierailua perehdyimme kaikkiin Linnanmäellä testattaviin menetelmiin. Tulokset käsiteltiin niiden alkuperäisessä muodossa, emmekä käyttäneet jo litteroitua tietoa. Tuloksista muodostettiin soveltaen samankaltaisuuskaavio teemoittelun avulla, huomioiden tulosten ominaisuudet. Näiden edellä mainittujen pohdintojen pohjalta voimme todeta opinnäytetyömme avulla saavutettujen tuloksien olevan luotettavia.

7 Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyömme tarkoituksena oli löytää toimivin Service Design-menetelmä, jolla saavutettaisiin moniaistisia tutkimustuloksia mieleenpainuvan palvelukokemuksen kannalta. Menestyksensä kannalta organisaatioiden pyrkimyksenä on kehittää asiakkaiden palvelukokemusta ja tarjota ainutlaatuisia elämyksiä, joilla halutaan vaikuttaa heidän tunteisiin. Tällä voitaisiin varmistaa asiakkaan omistautuminen yritykselle. Näköaiastia on kautta aikojen hyödynnetty asiakkaiden mielenkiinnon herättämisessä. Nyt yritykset ovat huomanneet moniaistisuuden merkityksen ja alkaneet hyödyntää myös muita aisteja, kuten tuoksujen tai äänien lisäämisellä palvelutilanteisiin.

Service Designissa palvelukokemus rakentuu valitusta palvelupolusta, kontaktipisteistä sekä koetuista palvelutuokioista. Sen tarkoituksena on luoda asiakaslähtöinen, johdonmukainen ja miellyttävä palveluympäristö. Service Designissa yleisesti käytetystä luotain -menetelmästä, sovellettiin neljä eri metodia, joita testattiin Linnanmäen vuotuisilla Valokarnevaaleilla. Service Design -menetelmiä käyttämällä pyritään muotoilemaan asiakkaan palvelukokemusta. Metodien avulla mitattiin moniaistisuuden vaikutusta palvelukokemuksen muodostumisessa.

Parhaiden tulosten aikaansaamiseksi koimme havainnointitaulukon ja tarinankerronnan yhdistämisen hyväksi keinoksi tulevaisuuden tutkimuksissa, joissa pyrkimyksenä on hyödyntää moniaistisuutta palvelukokemuksen muodostamisessa sekä tukea moniaistisen palvelukokemuksen kehittämistä. Näitä lopputuloksia hyödynnetään jatkossa Matkailijan moniaistinen palvelukokemus - hankkeessa, sillä hankkeen tarkoituksena on koota toimiva ”Service Design työkalupakki” eri menetelmistä. Opinnäytetyömme tuloksia voidaan käyttää tukena valitessa työkalupakin menetelmiä. Menetelmien avulla kertyi Linnanmäki - Lasten Päivän Säätiölle paljon kehitysideoita, joista he voivat tulevaisuudessa hyötyä; etenkin, kun halutaan luoda syksyisistä Valokarnevaaleista mielekkäämpi sekä moniaistisempi palvelukokemus asiakkaille. Uskomme myös Laurea-ammattikorkeakoulun hyötyvän opinnäytetyöstämme mahdollisissa moniaistisuutta sekä Service Design - prosessia koskevissa tutkimus- ja kehittämishankkeissa.

Matkailijan moniaistinen palvelukokemus (Mmp) -hankkeen toimeksiantajan mukaan opinnäytetyömme on hyvin perusteltu ja se etenee pohdinnassa syvälle. Tämä tekee työstämme ehjän kokonaisuuden ja se koettiin hyödylliseksi hankkeelle. Yhteistyökumppanimme Linnanmäki on erittäin kiinnostunut työmme tuloksista ja heille toimitetaan kopio opinnäytetyöraportista.

Lähdeluettelo

- Antila, L. & Takkinen, N. 2003. Anteeksi, saako täällä palvelua? - Palvelun laadun haamuasiakastutkimus Keski-Suomen alueella. Jyväskylä: Yliopistopaino.
- El-haik, B. & Roy, D. 2005. Service design for six sigma - a roadmap for excellence. Hoboken, NJ: Wiley-interscience publication.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 7. painos. Jyväskylä: Gummerus.
- Hammond, J. 2008. Branding Your Business: Promoting your business, attracting customers and standing out in the market place. London: Kogan Page Limited.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2006. Tutki ja kirjoita. 12.painos. Jyväskylä: Gummerus.
- Kelley, T. & Littman, J. 2008. The ten faces of innovation - strategies for heightening creativity. London: Profile books.
- Koivisto, M. & Miettinen, S. 2009. Designing services with innovative methods. Helsinki: Otava.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. 2009. Marketing Management. Harlow: Pearson Education.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus.
- Latomaa, T. & Perttula, J. 2009. Kokemuksen tutkimus. 3.painos. Tampere: Lapin yliopistokustannus.
- Mattelmäki, T. 2006. Design Probes. Vaajakoski: Gummerus.
- Mattelmäki, T. 2006. Muotoiluluotaimet. Tampere: Tammer.
- Metsämuuronen, J. 2006. Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Jyväskylä: Gummerus.
- Mäenpää, P. 2005. Narkissos kaupungissa: tutkimus kuluttaja-kaupunkilaisesta ja julkisesta tilasta. Helsinki: Tammi.

Niensted, W., Hänninen, O., Arstila, A. & Niensted, I. 1990. Fysiologian ja anatomian perusteet. Porvoo: Wsoy.

Tuomi, J. Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 6.painos. Latvia: Tammi.

Uusitalo, H. 1991. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan. 2. painos. Porvoo: Wsoy.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Keuruu: Tammi.

Vilka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Vaajakoski: Gummerus.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko Asiakas? Keuruu: Otava.

Sähköiset lähteet

Alakoski, L., Bäck, A. & Isacsson, A. 2008. Viitattu 13.1.2011. Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä. <http://www.mmm-project.com/moniaistisuus/sites/default/files/Mmm-tutkimusraportti.pdf>

Alakoski, L., Isacsson, A. & Bäck, A. 2010. Projektisuunnitelma: Matkailijan moniaistinen palvelukokemus- Mmp. Viitattu 10.12.2010. <http://www.mmm-project.com/sites/default/files/Mmm-tutkimusraportti.pdf>

Björk, P., Hämäläinen, K., Lammi, M. & Nyman, J. 2009. Desire-projektin loppuraportti: Markkinalähtöinen palvelumuotoilu innovaatiotoiminnassa. Taideteollinen korkeakoulu. Viitattu 25.1.2011. http://www.muova.fi/documents/key20110221144521/Raportit%20ja%20julkaisut/Desire_FINAL.pdf

Brainstorming: Generating many radical, creative ideas. © Mind Tools Ltd, 1996-2011. Viitattu 22.3.2011. <http://www.mindtools.com/brainstm.html>

Buchenau, M. & Fulton Suri, J. 2000. Experience Prototyping. New York: ACM. IDEO. 2001. Viitattu 9.2.2011. http://www.ideo.com/images/uploads/thinking/publications/pdfs/FultonSuriBuchenau-Experience_PrototypingACM_8-00.pdf

Bulkin, D. & Groh, J. 2006. Seeing sounds: visual and auditory interactions in the brain. Viitattu 18.1.2011. http://www.duke.edu/~jmgroh/Bulkin_Groh_CurrOpNeuro2006.pdf

Burakoff, K. 2009. Aistien merkitys vuorovaikutuksessa. Viitattu 18.1.2011. http://papunet.net/tietoa/fileadmin/muut/vuorovaikutus/aistit_ja_vuorovaikutus.pdf

Burakoff, K. 2007. Kuuloaisti. Viitattu 18.1.2011. <http://papunet.net/tietoa/vuorovaikutus/aistit-ja-vuorovaikutus/kuulo.html>

Engine Service Design. Participant journals. Member of British Design Innovation and Design Business Association. Viitattu 8.2.2011. http://www.enginegroup.co.uk/service_design/m_page/participant_probes

Hämäläinen, K. 2009. Muotoiluetnografia - Muotoilija itse käyttäjänä. Viitattu 9.2.2011. <http://muotoilututkimus.blogspot.com/2009/06/muotoiluetnografia-muotoilija-itse.html>

Jokiniemi, J. 2002. Esteettinen moniaistisuus tuo tasa-arvoa. Viitattu 18.1.2011. <http://www.retina.fi/rpestee.html>

Jyväskylän yliopisto. Viitattu 15.1.2011. <https://webapps.jyu.fi>

Kajaanin Ammattikorkeakoulu. 2009. Laadullisen aineiston analyysi ja tulkinta. Viitattu 20.2.2011. http://www.kajak.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen_materiaali/Tukimateriaali/Laadullisen_analyysi_ja_tulkinta.iw3

Kantola, V., Kuikkaniemi, K., Lehtinen, V., Mattelmäki, T. & Vaajakallio, K. 2009. Kartoitus palvelumuotoilun nykytilanteeseen. Viitattu 21.10.2010. http://www.taik.fi/designresearch/img/lib/kartoitus_palvelumuotoilun_nykytilanteeseen.pdf

Kantola, V., Kuikkaniemi, K., Lehtinen, V., Mattelmäki, T. & Vaajakallio, K. 2009. Literature Review on Service Design. Viitattu 14.10.2010. <http://www.taik.fi/designresearch/img/lib/kirjallisuuskatsaus.pdf>

Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? - Muotoilujen hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Viitattu 21.10.2010. http://www.palvelumuotoilu.fi/client-data/file/Lopputyö_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf

Lastensuojelutyössä mukana. Linnanmäki. Viitattu 20.1.2011.

http://www.linnanmaki.fi/fi/linnanmaki/lastensuojelutyossa_mukana

Miettinen, S. 2009. Service Design Thinking. Viitattu 9.2.2011.

<http://www.servicedesignthinking.com/2009/11/naytteeminen-drama-palvelumuotoilun.html>

Module 4: Affinity Diagram. Viitattu 28.1.2011.

<http://www.doh.state.fl.us/hpi/pdf/AffinityDiagram.pdf>

Moritz, S. 2005. Service Design -Practical access to an evolving field. Viitattu 9.2.2011

[http://www.stefan-](http://www.stefan-moritz.com/welcome/Service_Design_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf)

[moritz.com/welcome/Service_Design_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf](http://www.stefan-moritz.com/welcome/Service_Design_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf)

Ojasalo, K. 2008. SID Master's Degree, CURRICULUM Master's Degree Programme. Viitattu 26.1.2011.

http://www.laurea.fi/internet/en/01_studies_and_applying/01_Group/01_Degree_Programmes/04_Master_Programmes_EN/11_Service_Innovation_and_Design/SID_CURRICULUM_2009_10.pdf

Palvelumuotoilu. Länsi-Suomen Muotoilukeskus Muova. Viitattu 12.2.2011.

http://www.muova.fi/tmp_muova_site_16.asp?lang=1&s=51&sua=1&q=y

Palvelumuotoilijoiden yhteisö. Viitattu 21.1.2011. <http://palvelumuotoilu.fi>

Sadunomaista ilottelua. Linnanmäki. Viitattu 29.9.2010.

<http://www.linnanmaki.fi/fi/linnanmaki/huvipuisto>

Quesenbery, W. & Brooks, K. 2010. Storytelling for user experience: Crafting stories for better design. Viitattu 8.2.2011. http://www.amazon.com/Storytelling-User-Experience-Crafting-Stories/dp/1933820470#reader_1933820470

Storytelling. Viitattu 20.11.2010. <http://www.servicedesigntools.org/repository>

Sampson, L. 27.11.2006. The Smell of French Fries: Fast Food Restaurants Ignore the Integrated Sensory Experience. Viitattu 26.1.2011.

http://www.customerthink.com/article/fast_food_restaurants_ignore_integrated_sensory_experience

Tapanainen, M.30.10 2009. Kolmannen lähteen kolmas teemaseminaari käsitteli palveluiden tuotteistamista. Viitattu 3.1.2011. <http://www.kolmaslahde.fi/index.php/ajankohtaista/99-kolmannen-laehteen-kolmas-teemaseminaari-kaesitteli-palveluiden-tuotteistamista>

Julkaisemattomat lähteet

Kankainen, A., Runonen, M. & Vaajakallio, K. 2010. Cookbook, Extreme Service Design Methods, recipes for creative collaboration pdf. Viitattu 14.1.2011.

Kaavio otsikkoluettelo

| | |
|--|----|
| Kaavio 1 Sidosryhmien prosessikaavio | 8 |
| Kaavio 2 Opinnäytetyön prosessikaavio | 10 |
| Kaavio 3 Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen Ylikosken (2001, 154) mukaan .. | 13 |
| Kaavio 4 Service Designin kuusivaiheinen prosessimalli Moritzin (2005, 123) mukaan | 20 |
| Kaavio 5 Tarinankerronta metodin tulosten analysoinnin kulku | 43 |

Kuvaotsikkoluettelo

| | |
|---|----|
| Kuva 1: Esimerkki täytetystä havainnointitaulukosta | 28 |
| Kuva 2: Henkilö, jonka näköaisti on peitetty tummilla laseilla..... | 29 |
| Kuva 3: Tehtävävihko aistiotsikoin | 31 |
| Kuva 4: Palvelukokemuskartta Valokarnevaaleilta | 31 |
| Kuva 5: Analysointityöpaja | 42 |

Taulukko-otsikkoluettelo

| | |
|--|----|
| Taulukko 1: Aistihavainnot tarinankerrontamenetelmän avulla | 33 |
| Taulukko 2: Tehtävävihkohavainnot | 34 |
| Taulukko 3: Aistihavainnot taulukko ja empatiatyökalu - menetelmällä | 37 |
| Taulukko 4: Kohteet ja niiden miellyttävyystaso | 39 |

