

Katja Lintunen

**JULKAISU KILPAILUETUA PALVELUMUOTOILUN KEINAIN –
HANKKEESTA**

JULKAISU KILPAILUETUA PALVELUMUOTOILUN KEINAIN – HANKKEESTA

Katja Lintunen
Opinnäytetyö
Kevät 2012
Liiketalouden koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkea-
koulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä: Katja Lintunen

Opinnäytetyön nimi: Julkaisu Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin - hankkeesta

Työn ohjaaja: Sirpa Puolakka

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2012

Sivumäärä: 37+8

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Oulun seudun ammattikorkeakoululle ja Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin -hankkeelle. Kyseessä on vuonna 2011 käynnissä ollut Tekes-rahoitteinen yhteistyöhanke, jonka tavoitteena oli pienten ja keskisuurten yritysten palveluliiketoiminnan osaamisen kehittäminen palvelumuotoilun keinoin. Pitkän aikavälin tavoitteena on rakentaa ammattikorkeakouluihin klinikka, jonka avulla palvelumuotoiluosaamista siirretään paikallisille yrityksille.

Tämän opinnäytetyön tehtävänä on ollut laatia julkaisu Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin -hankkeesta. Julkaisun avulla voidaan kertoa palvelumuotoilusta ja hankkeesta yrityksille, jotka ovat kiinnostuneita kehittämään palveluliiketoimintaansa yhteistyössä Oulun seudun ammattikorkeakoulun kanssa.

Opinnäytetyön tietoperusta muodostuu kolmesta osasta. Ensimmäisessä osassa on kerrottu Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin -hankkeesta, toisessa osassa on avattu käsitettä palvelumuotoilu ja käsitelty palvelumuotoiluprosessia. Kolmannen osan tietoperustasta muodostaa yhteisöviestintä ja julkaisun tuottamisprosessin käsittely.

Kysymyksessä on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka lopputuotoksena syntyy julkaisu. Lopputuotoksena syntyvää julkaisua toimeksiantaja voi hyödyntää erilaisissa tapahtumissa ja tehdä sen avulla tutuksi paikallisille yrittäjille sekä palvelumuotoilua että yhteistyömahdollisuuksia Oulun seudun ammattikorkeakoulun kanssa.

Avainsanat:

palvelumuotoilu, organisaatioviestintä, julkaisut, painotuotteet

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Program in Business Economics

Author: Katja Lintunen

Title of thesis: Publication for project called competitive advantage through service design

Supervisor: Sirpa Puolakka

Term and year: Spring 2012

Number of pages: 37+8

This thesis was completed as an assignment to Oulu University of Applied Sciences as a project called competitive advantage through service design. The project lasted 1.1.2011 – 31.12.2011 and it was a Tekes (the Finnish Funding Agency for Technology and Innovation) funded national project. The aim of the project was to develop the know-how of the services of small and medium-sized enterprises by using service design. The long-term aim was to create a service design clinic in Universities of Applied Sciences.

The overall purpose of the study was to make a brochure about the project. The brochure discusses about service design and project and cooperation with University of Applied Sciences for enterprises.

The theory section consisted of three different chapters. The first chapter consisted competitive advantage through service design- project. The second chapter dealt with service design and service design process. The final chapter dealt with cooperative communication and publishing process.

The result of this thesis is brochure about the project called competitive advantage through service design. The aim of this brochure will be to provide the local enterprises with information of service design and encourage them to make cooperation with Oulu University of Applied Sciences.

Keywords:

service design, publishing, organizational communication

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	KILPAILUETUA PALVELUMUOTOILUN KEINAIN –HANKE	8
	2.1 Hankkeen tavoitteet.....	8
	2.2 Hankkeen aikana valmistuneet opinnäytetyöt.....	10
3	PALVELUMUOTOILU.....	12
	3.1 Palvelumuotoilun historia ja taustat	12
	3.2 Palvelumuotoilun keskeiset menetelmät ja käsitteet.....	13
	3.2.1 Kontaktipisteet	14
	3.2.2 Palvelutuokiot	15
	3.2.3 Palvelupolku	15
	3.3 Palvelumuotoilun päämäärät ja prosessit	16
	3.3.1 Palvelumuotoilun tavoitteet.....	16
	3.3.2 Palvelumuotoiluprosessi ja vaiheet.....	17
	3.4 Palvelumuotoilun hyödyt.....	19
4	YHTEISÖVIESTINTÄ JA JULKAISUN TUOTTAMINEN	21
	4.1 Yhteisö viestii.....	21
	4.2 Kohderyhmän määrittely ja tavoitteiden asettaminen	24
	4.3 Julkaisuprosessi	25
5	JULKAISUN SUUNNITTELU, TOTEUTUS JA ARVIOINTI.....	30
6	POHDINTA	33
	LÄHTEET	35
	LIITE	

1 JOHDANTO

Oulun seudun ammattikorkeakoulu oli vuonna 2011 mukana noin vuoden kestäneessä Tekes-rahoitteisessa yhteistyöhankkeessa Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin. Hankkeen tarkoituksena oli pienten ja keskisuurten yritysten palveluliiketoiminnan osaamisen kehittäminen palvelumuotoilun keinoin. Pitkän aikavälin tavoitteena on rakentaa ammattikorkeakouluihin palvelumuotoilun klinikka, jonka avulla palvelumuotoilun osaamista siirretään paikallisille yrityksille.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on laatia julkaisu Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin -hankkeesta. Julkaisun avulla voidaan kertoa palvelumuotoilusta ja projektista yrityksille, jotka ovat kiinnostuneita kehittämään palveluliiketoimintaansa palvelumuotoilun keinoin. Ajatuksena on, että vaikka varsinainen hanke on jo päättynyt, tarjoaa Oulun seudun ammattikorkeakoulu jatkossakin paikallisille yrityksille mahdollisuuden hyödyntää koulua ja esimerkiksi opinnäytetyöprosessia palvelumuotoilun käynnistämisessä. Julkaisun on tarkoitus avata käsitettä palvelumuotoilu ja kertoa ja antaa esimerkkejä siitä, miten yritys voi siitä hyötyä. Julkaisun toivotaan herättävän yritysten mielenkiinnon kehittää toimintaansa palvelumuotoilun keinoin yhteistyössä Oulun seudun ammattikorkeakoulun kanssa. Hankkeen aikana valmistui Oulusta neljä opinnäytetyötä ja näiden esimerkkitapausten avulla julkaisussa avataan palvelumuotoiluprosessia. Oulun seudun ammattikorkeakoulu on osallistumassa useisiin tapahtumiin, jossa käsitellään palvelumuotoilua. Opinnäytetyössä tuotettavaa julkaisua on tarkoitus jakaa myös näissä tapahtumissa. Arvioitu painomäärä julkaisulle on noin 200 kappaletta.

Palvelumuotoilu on vielä suhteellisen uusi ja tuntematon osaamisenala. Palvelumuotoilussa hyödynnetään perinteisiä muotoilun keinoja ja kehitetään niiden avulla yrityksen palveluja. Palvelumuotoilu on asiakaslähtöistä ja siinä hyödynnetään koko prosessin ajan asiakkaita ja asiakasnäkökulmaa. Palvelumuotoilussa pyritään siis ymmärtämään asiakasta mahdollisimman hyvin. Koska perin-

teisen muotoilun keinot ovat pääroolissa palvelumuotoilussa, niin palvelumuotoiluprosessissa käytetään paljon visuaalisia keinoja hyödyksi.

Opinnäytetyön tietoperustassa avataankin käsitettä palvelumuotoilu ja perehdytään sen keskeisiin menetelmiin ja käsitteisiin sekä käydään läpi palvelumuotoiluprosessia. Tämän lisäksi kerrotaan Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin – hankkeesta ja siitä mistä siinä on ollut kysymys. Tässä luvussa käydään läpi myös hankkeen aikana Oulun seudun ammattikorkeakoulusta valmistuneet opinnäytetyöt. Itse hankkeessa oli mukana useita oppilaitoksia mutta tämä opinnäytetyö ja tuotettava julkaisu on rajattu koskemaan Oulun seudun ammattikorkeakoulua. Kolmantena näkökulmana tietoperustassa perehdytään yhteisöviestintään ja julkaisun tuottamisessa huomioitaviin asioihin. Keskeisiä kysymyksiä tässä opinnäytetyöprosessissa on, mitä on palvelumuotoilu ja mitä täytyy huomioida laadittaessa julkaisua.

Opinnäytetyö on rajattu niin, että sen tarkoituksena on tuottaa sisältö julkaisuun. Julkaisun ulkonäkö ja tekninen toteutus tuotetaan yhteistyössä Viestintäpalveluiden kanssa Oulun seudun ammattikorkeakoulun ilmeen mukaiseksi. Myös budjetointi on rajattu opinnäytetyön ulkopuolelle.

Toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä toimii Oulun seudun ammattikorkeakoulu ja Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin -hanke. Yhteyshenkilönäni on toiminut opettaja Päivi Aro, joka on vastannut hankkeesta. Toimeksianto opinnäytetyöstä tuli häneltä ja esitteen tarkoitusta ja sisältöä olen miettinyt yhdessä hänen kanssaan sekä kasvokkain tapahtuneissa keskusteluissa että sähköpostin välityksellä.

2 KILPAILUETUA PALVELUMUOTOILUN KEINAIN -HANKE

Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin hanke oli Tekes-rahoitteinen hanke, jonka toteutusaika oli 1.1.2011–31.3.2012. Kyseessä oli yhteistyöhanke, jossa mukana olivat Yrkeshögskolan Novia, Oulun seudun ammattikorkeakoulu, Humanistinen ammattikorkeakoulu ja Savonia ammattikorkeakoulu. Hanke keskittyi pienten ja keskisuurten yritysten palveluliiketoiminnan osaamisen kehittämiseen palveluliiketoiminnan avulla. (Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin, esite.)

2.1 Hankkeen tavoitteet

Yhtenä osana hanketta kartoitettiin osallistuvien korkeakoulujen alueilla sijaitsevien PK-yritysten palveluosaamisen nykytilaa. Kartoituksen tarkoituksena oli selvittää muun muassa se, missä määrin yritykset hyödyntävät asiakkaita liiketoiminnan kehittämisessä. Hankkeen yhtenä pyrkimyksenä oli kasvattaa ammattikorkeakoulujen roolia yritysten palveluosaamisen, kilpailukyvyn ja kannattavuuden kasvattamisessa. Tavoitteena oli, että ammattikorkeakoulut voivat auttaa yrityksiä laajentamaan osaamistaan tuotekeskeisestä liiketoiminnasta asiakaslähtöisen palveluliiketoiminnan suuntaan. (Oulun seudun ammattikorkeakoulu, hakupäivä 7.3.2012.) Pitkän tähtäimen tavoitteena on rakentaa ammattikorkeakouluihin palvelumuotoilun klinikka ohjaamaan osaamisen siirtoa.

Tutkimushankkeelle oli määritelty kolme tavoitetta:

1. Kehittää palvelumuotoilun avulla PK-yritysten palveluliiketoiminnan osaamista palvelujärjestelmien, palvelukulttuurin kehittämisen sekä käyttäjälähtöisten ja uudistettujen palvelutuotteiden alueilla.
2. Vahvistaa ammattikorkeakoulujen roolia palveluliiketoiminnan ja palveluosaamisen siirrossa PK-yrityksille.
3. Pitkätähtäimen tavoite on rakentaa ammattikorkeakouluihin monialainen palvelumuotoilun klinikka/kehitysalusta ohjaamaan osaamisen siirtoa

ammattikorkeakouluilta yrityksille. (Oulun seudun ammattikorkeakoulu, hakupäivä 6.3.2012.)

Hankkeen tavoitteena oli myös mahdollistaa ammattikorkeakoulujen, yritysten ja välittäjäorganisaatioiden verkostoituminen. Ammattikorkeakoulut pystyvät jatkossa hyödyntämään hankkeessa tuotettua tietoa palveluosaamisesta omassa palvelutoiminnassaan. (Oulun seudun ammattikorkeakoulu, hakupäivä 6.3.2012.)

Hanke oli jaettu neljään eri työpakettiin. Kullekin työpaketille oli määritelty oma sisältönsä ja tavoitteensa:

Työpaketti 1: Palveluosaamisen kvantitatiivinen kartoitus. Tarkoituksena selvittää palveluosaamisen tilaa hankkeen toiminta-alueella.

Työpaketti 2: Yritysanalyysit ja palveluinnovointi yhteiskehittelymenetelmällä.

Työpaketti 3: Verkostoitumistyöpajat ja valtakunnallinen asiantuntijaseminaari palveluosaamisen kehittämiseksi.

Työpaketti 4: Palvelumuotoilun käsikirjan tekeminen ja yritysklinikan käynnistäminen. (Oulun seudun ammattikorkeakoulu, hakupäivä 7.3.2012.)

Työpaketit 1-3 on saatu päätökseen. Työpaketti 4 on vielä kesken ja palvelumuotoilun käsikirjan suunniteltu valmistumisaika on kesäkuussa 2012. Hankkeen myötä tieto palvelumuotoilusta ja sen menetelmistä on lisääntynyt paikallisissa yrityksissä. Sanomalehti Kalevassa julkaistu kirjoitus ”Palvelumuotoilu tärkeään rooliin Oulun seudulla”, jonka Oulun seudun ammattikorkeakoulun henkilökuntaan kuuluvat henkilöt olivat kirjoittaneet, herätti yrityksissä kiinnostusta ja aikaansai useita yhteydenottoja. Hankkeen myötä myös Oulun seudun ammattikorkeakoulun osaaminen palveluliiketoiminnan osalta on kasvanut. Palvelumuotoiluklinikan perustamista varten on tehty uusi hankehakemus. Jos hakemus hyväksytään, niin käynnistetään uusi hanke palvelumuotoiluklinikan perustamiseen liittyen.

2.2 Hankkeen aikana valmistuneet opinnäytetyöt

Hankkeen aikana valmistui Oulun seudun ammattikorkeakoulussa neljä opinnäytetyötä, joissa kehitettiin kohdeyritysten liiketoimintaa palvelumuotoilun keinoin. Liiketalouden koulutusohjelmasta valmistuivat seuraavat opinnäytetyöt:

- Ala-Ketola Marek: It-alan palvelutuen kehittäminen palvelumuotoilun keinoin
- Huttula Samuli ja Turpeinen Kati: Uuden palvelun kehittäminen urheilukeskukselle palvelumuotoilun keinoin
- Lämsä Jenni: Palveluprosessin kehittäminen palvelumuotoilun keinoin

Näiden lisäksi valmistui Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelmasta yksi opinnäytetyö:

- Tantarimäki Laura: Hammaslääkäriaseman pelkopotilaiden palvelukonseptin kehittäminen palvelumuotoilun keinoin

Ala-Ketolan opinnäytetyössä tavoitteena oli kehittää it-palveluyrityksen palvelutukea asiakaslähtoisemmäksi palvelumuotoilun avulla. Kohdeyrityksenä opinnäytetyössä oli valtakunnallisesti it-palveluita asiakasyrityksille tarjoava yritys. Työn tarkoituksena oli kerätä tietoa asiakasyrityksen asiakkaiden tarpeista ja toiveista sekä yrittää tunnistaa heidän piileviä tarpeitaan palvelumuotoilua hyödyntäen. Työssä huomioitiin myös ruotsinkieliset asiakkaat. Työssään Ala-Ketola haastatteli palvelutuen käyttäjiä, lisäksi prosessin aikana järjestettiin työpaja. Tutkimuksen avulla Ala-Ketola sai selville, että kohdeyrityksen asiakkaiden ongelmat liittyivät tavoitettavuuteen, osaamisen henkilöitymiseen ja eri prosessien väliseen yhteistyöhön. (Ala-Ketola 2011, 3.)

Huttulan ja Turpeisen opinnäytetyössä tavoitteena oli kehittää eräälle urheilukeskukselle uusi palvelu, joka kehittäisi keskuksen aamu- tai kesäkäyttöä. Uutta palvelua kehitettiin korkeakouluopiskelijoille. Opinnäytetyön tekijät järjestivät ryhmähaastatteluja, joissa selvitettiin opiskelijoiden liikuntatottumuksia sekä toiveita. Ryhmähaastatteluissa opiskelijat pääsivät myös ideoimaan kyseiselle urheilukeskukselle aamu- ja kesäkäyttöä lisääviä palveluita. Opinnäytetyöprosessissa Huttula ja Turpeinen kehittivät yhdessä yrittäjän kanssa ajatuksen uudesta opiskelijoille suunnatusta palvelusta, hoitoilloista. Hoitoilloissa on tarjolla

erilaisia pallolajeja salissa, jossa on hohtovalaistus. Tapahtumassa opiskelijat saavat myös opastusta lajien perustekniikoissa sekä säännöissä. (Huttula & Turpeinen 2011, 3.)

Lämsän opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona remontointi- ja sisustusosalalla toimivalle yritykselle. Tutkimuksen tavoitteena oli kehittää kohdeyrityksen 3D-mallinnuspalvelua käyttävien kylpyhuoneasiakkaiden palveluprosessia palvelumuotoilua hyödyntäen. Opinnäytetyöprosessin aikana järjestettiin työpaja. Opinnäytetyössä selvisi, että yrityksen asiakkaille antamaa yrityskuvaa tulisi parantaa ja palveluprosessin aikaista tiedottamista sekä ajankäytön suunnitella lisää. (Lämsä 2011, 3.)

Tantarinmäen opinnäytetyössä tavoitteena oli kehittää eräälle hammaslääkäriasemalle heidän pelkopotilaidensa palvelukäytänteitä. Päätehtävänä oli selvittää, miten voidaan vähentää henkilön kokemaa hammashoitopelkoa palveluprosessin eri vaiheissa niin, että asiakaskokemus paranee. Kehittämisen apuna käytettiin palvelumuotoilua. Prosessissa tuotettiin uusia ja paremmin pelkoasiakkaita palvelevia kehitysideoita. Lisäksi kuvattiin nukutusasiakkaan palvelupolku. (Tantarinmäki 2011, 3.)

3 PALVELUMUOTOILU

Palvelumuotoilu on suhteellisen uusi ja vasta kehittymässä oleva osaamisen ala. Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palveluiden innovointia, kehittämistä ja suunnittelua muotoilusta tutuilla menetelmillä. Palvelumuotoilussa suunnittelun keskipisteenä on palvelun käyttäjä. (Koivisto 2007, 64.) Tarkoituksena on tuottaa asiakkaalle mahdollisimman positiivinen palvelukokemus (Tuulaniemi 2011, 26). Vaikka asiakas on pääosassa palvelumuotoilussa, niin siinä huomioidaan myös palveluntuottajan näkökulma tarjoamalla yrityksille liiketaloudellista hyötyä (Miettinen 2011, 14). Tuulaniemen mukaan ”Palvelumuotoilu on systemaattinen tapa kehittää liiketoimintaa” (2011, 27). Palvelumuotoilun tavoitteena on palvelukokonaisuus, joka on asiakkaan näkökulmasta haluttava ja käytettävä sekä palveluntuottajan näkökulmasta tehokas ja tunnistettava (Miettinen 2010, 5).

3.1 Palvelumuotoilun historia ja taustat

1970-luvulta alkaen palvelujen osuus yhteiskuntien tuotanto- ja työllisyysrakenteessa on kasvanut tasaisesti kaikissa kehittyneissä maissa ja tulevaisuudessa palvelujen merkitys näyttää yhä kasvavan. Tästä huolimatta palveluiden suunnitteluun ja tutkimukseen ei ole juuri kiinnitetty huomiota. Tutkimuksen ja suunnittelun vähyys aiheuttaa sen, että palvelut eivät ole niin tuottavia, innovatiivisia ja asiakaskeskeisiä, kuin ne voisivat olla. Nykypäivän kuluttajat kuitenkin vaativat hyvää palvelua ja heidän mukaansa palvelujen kuluttamisen tulee olla helppoa ja onnistua milloin vain ja missä vain. Tähän tarpeeseen syntyi palvelumuotoilu. (Koivisto 2007, 9.) Nykymuotoinen palvelumuotoilu on syntynyt 1990-luvun alkupuolella ja vuonna 1991 professori Michael Erlhoff lanseerasi todennäköisesti ensimmäisenä palvelumuotoilun osaamisalan (Tuulaniemi 2011, 61–62). Palvelumuotoilu on kehittynyt akateemisena alana sitten 1990-luvun ja vakiinnuttanut asemaansa osana muotoilukoulutusta (Miettinen 2010, 5).

Palvelumuotoilussa hyödynnetään samaa kehittämisprosessia, mitä tuotemuotoilija hyödyntää työssään. Palvelumuotoilussa hyödynnetään muotoilijoiden osaamista ja kehitetään sen avulla palveluita. Etenkin teolliset muotoilijat, joilla on vahva prosessiosaaminen, ovat vaikuttaneet palvelumuotoilun kehittymiseen. (Tuulaniemi 2011, 63–64.)

3.2 Palvelumuotoilun keskeiset menetelmät ja käsitteet

Käsite palvelumuotoilu on määritelty usealla tavalla eri asiantuntijoiden toimesta. Tässä muutama määrittely termille:

- ”Palvelumuotoilu tarkoittaa palvelujen innovointia, kehittämistä ja suunnittelua muotoilun keinoin” (Palvelumuotoilu.fi – johdanto palvelumuotoiluun, hakupäivä 5.3.2012).
- ”Palvelumuotoilun lähtökohtana on palveluihin liittyvien esineiden, tilojen ja palveluprosessien muotoilu” (Miettinen 2011, 30).
- ”Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palveluiden kaupallista kehittämistä muotoilun menetelmiä hyödyntäen” (Palvelumuotoilu (service design), hakupäivä 5.3.2012).

Koivisto on tehnyt seuraavanlaisen yhteenvedon eri määritelmistä ”palvelumuotoilu on elämyksellisten, haluttavien ja käytettävien palvelujen kehittämistä ja johtamista, jossa suunnitellaan palvelun aineellisista ja aineettomista tekijöistä johdonmukainen yli kanavarajojen kulkeva kokonaisuus” (2007, 65).

Lähtökohtana palvelumuotoilulle on palveluihin liittyvien esineiden, tilojen ja palveluprosessien muotoilu. Palvelumuotoilussa hyödynnetään käyttäjälähtöisen tutkimuksen työvälineitä eli käyttäjäkokemuksen ja käytettävyyden tutkimusta sekä käyttäjäkokemuksen mallintamista uusien palvelujen tuottamisessa. (Miettinen 2011, 30.) Palvelumuotoilun tarkoituksena on suunnitella asiakkaan palvelukokemus. Palvelukokemus muodostuu palvelun kontaktipisteistä, palvelutuokioista ja palvelupolusta. (Koivisto 2007, 66.) Miettinen puolestaan kuvaa

palvelukokemuksen aikajana, joka koostuu useista palvelutuokioista ja kontaktipisteistä, joiden välityksellä asiakas kokee palvelun. Palvelupolku syntyy näistä asiakkaan valitsemista ja kokemista pisteistä. (2010, 5.)

3.2.1 Kontaktipisteet

Kontaktipisteet ovat kaikkea sitä, mitä voi asiakas aistia ja kokea käyttäessään palvelua (Miettinen 2010, 5). Koivisto kertoo, että kontaktipisteet on jaettu neljään luokkaan: tilat, esineet, prosessit ja ihmiset (2007, 66).

Tilat

Tilat voivat olla fyysisiä paikkoja kuten toimistot, tai virtuaalisia tiloja kuten internet tai puhelin (Koivisto 2007, 66). Ympäristöllä on suuri vaikutus palvelun onnistumiseen. Fyysiset ympäristöt ohjaavat ihmisten käyttäytymistä ja vaikuttavat heidän mielialaansa. Virtuaalisissa tiloissa, kuten internetissä, käyttöliittymä vaikuttaa oleellisesti palvelun kuluttamiseen. (Tuulaniemi 2011, 81–82.)

Fyysisissä tiloissa tulee kiinnittää huomiota esimerkiksi tuoksuihin, ääniin ja valaistukseen (Koivisto 2007, 66).

Esineet

Palvelutilanteeseen liittyy usein myös erilaisia fyysisiä tavaroita, joiden avulla palvelua kulutetaan, esimerkkinä esineestä toimii ravintolassa jokin ruokailuväline (Tuulaniemi 2011, 82). Esineet synnyttävät vuorovaikutusta asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä. Esineet voivat olla myös palvelun tuotantoon tarvittavia esineitä, jotka ovat ainoastaan henkilökunnan käytössä mutta näkyvät asiakkaalle ja vaikuttavat näin palvelukokemukseen. (Koivisto 2007, 66.)

Prosessit

Prosessit pitävät sisällään sovitut toimintatavat ja käyttäytymismallit. Kaikki prosessit voidaan määritellä yksityiskohtaisesti ja niitä voidaan muuttaa usein. Esimerkkinä prosessista on toimintatapa, jossa on määritelty, kuinka asiakaspalvelija tervehtii asiakasta. (Koivisto 2007, 66.)

Ihmiset

Ihmiskontaktipisteitä ovat asiakas ja asiakaspalvelija eli palvelua tuottava ja kulltava osapuoli. Palvelumuotoilussa määritellään asiakaspalvelijan toimintamallit. Tyypillisiä asiakaspalvelijoihin liittyviä määrittelyjä ovat työasut ja käyttäytymismallit. (Tuulaniemi 2011, 81.)

3.2.2 Palvelutuokiot

Jokainen palvelu koostuu päävaiheista ja kohtaamisista, joissa tapahtuu sekä palvelun tuotanto että asiakkaan ja palveluntarjoajan välinen vuorovaikutus. Näitä vaiheita kutsutaan palvelutuokioiksi. (Miettinen 2011, 49.)

Kaikki palvelutuokiot koostuvat useista kontaktipisteistä. Näiden kontaktipisteiden avulla voidaan muotoilla palvelutuokio halutunlaiseksi ja asiakkaan odotusten mukaiseksi. Oleellista on myös tiedostaa, mitkä kontaktipisteet asiakas kokee tärkeinä ja oleellisina. (Saffer 2010, 156–157.) Kaupassa asiointi voi sisältää esimerkiksi seuraavat palvelutuokiot: ruokakaupan valinnan, kauppaan sisään menon, ostosten tekemisen, neuvon kysymisen, ostosten maksamisen ja kaupasta poistumisen.

3.2.3 Palvelupolku

Palvelu on ajassa etenevä prosessi ja se muodostuu useista toisiaan seuraavista palvelutuokioista. Palvelutuokio on vain yksittäinen vaihe asiakkaan kokemasta palvelusta. Palvelupolku muodostuu useasta toisiaan seuraavasta palvelutuokiosta. Palvelupolku on siis prosessi, joka muodostaa asiakkaalle arvoa tuottavan palvelukokonaisuuden ja asiakaskokemuksen. (Miettinen 2011, 49–50.)

Palvelupolun muodostumiseen vaikuttaa sekä suunniteltu palvelun tuotantoprosessi että asiakkaan omat valinnat. Vaikka palveluun on suunniteltu tietty palvelun tuotantoprosessi, asiakkaan valinnat muodostavat kuitenkin oman yksilöllisen reittinsä, koska asioita voi tehdä usealla tavalla ja tarjolla voi olla useita vaihtoehtoisia tapoja kuluttaa tietty palveluprosessin vaihe. (Koivisto 2007, 67.) Palvelumuotoilussa palvelupolku ja palvelutuokiot voidaan kartoittaa jo olemassa olevasta palvelusta. Palvelupolkua on mahdollista pidentää joko alusta tai lopusta tai lisätä palvelutuokioita sen välille. Sellaisista palvelutuokioista, joista asiakkaat eivät pidä tai jotka eivät tuota arvoa palveluntarjoajalle, tulisi päästä eroon.

Usein yksittäinen palveluntarjoaja ei pysty tuottamaan palveluja kaikkiin asiakastarpeisiin, tämän takia palvelupolkuun kartoitetaan myös muiden palveluntarjoajien tuottamia palveluja. Palvelupolun avulla on mahdollista tarkastella, sijoittuvatko muut palveluntarjoajat oikeaan kohtaan palvelupolulla ja tulisiko palvelupolulle tuoda lisää uusia palveluntarjoajia. Näin asiakaskokemuksesta olisi mahdollista luoda ehyempi kokonaisuus. Palvelupolku ja palvelutuokiot ovat hyviä työvälineitä myös täysin uuden palvelun konseptoinnissa, sillä niiden avulla saadaan hahmotettua ja konkretisoitua palvelun tuotantotapa, rakenne ja päävaiheet. (Miettinen 2011, 50–51.)

3.3 Palvelumuotoilun päämäärät ja prosessit

3.3.1 Palvelumuotoilun tavoitteet

Palvelumuotoilulla pyritään vaikuttamaan palvelun käyttökokemukseen eli palvelun käyttötarkoitukseen, toiminnallisuuteen, käytettävyyteen, haluttavuuteen, ergonomiaan sekä ekologisiin ja ekonomisiin seikkoihin sekä esteettiseen miellyttävyyteen. Tavoitteena on tuottaa palveluja, joilla erotutaan markkinoilla. Kaikkien kontaktipisteiden, joita asiakas palveluprosessin aikana kokee, tulisi välittää asiakkaalle organisaation strategian mukaista viestiä ja tehdä asiakas tyytyväiseksi. (Koivisto 2007, 69.) Palvelumuotoilun avulla organisaatio voi ha-

vaita palveluiden strategiset mahdollisuudet liiketoiminnassaan. Palvelumuotoilu auttaa myös innovoimaan uusia palveluja ja kehittämään jo olemassa olevia palveluja. (Tuulaniemi 2011, 24.) Lisäksi palvelumuotoilun keskeisinä tehtävinä on kehittää asiakas- ja käyttäjäkeskeisten palvelujen tuotantoprosesseja sekä tuottaa palveluja (Koivisto 2007, 68). Miettisen (2010,3) mukaan ”palvelumuotoiluajattelu antaa prosessille suunnan”.

3.3.2 Palvelumuotoiluprosessi ja vaiheet

Palvelumuotoilu pohjautuu inhimillisen toiminnan, tarpeiden, tunteiden ja motiivien kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen. Palvelumuotoilussa asiakkaan rooli on aktiivinen, perinteisen vastaanottajaroolin sijaan. Tärkeitä termejä palvelumuotoilussa ovatkin asiakas, asiakasymmärrys, käyttäjä ja käyttäjätieto. Asiakasymmärryksen avulla voidaan tuottaa uusia palveluinnovaatioita. (Palvelumuotoilu tuo käyttäjän näkökulman palvelujen kehittämisen keskiöön, hakupäivä 6.3.2012.)

Palvelumuotoilussa käyttäjät ovat aktiivisesti mukana kehitystyössä, he keräävät tietoa ja kertovat palvelukokemuksistaan. Tutkijoiden tehtävänä on seurata käyttäjien ja tarjoajien toimintaa huomaamattomasti ja havainnoida sitä. Tyypillistä palvelumuotoilulle on, että ideat kuvataan visuaalisesti esimerkiksi kuvien, videoiden ja piirrosten avulla. Tämä helpottaa palvelujen kehittäjiä ymmärtämään, mistä palvelussa on kysymys. Palveluideaa testataan näyttelemällä palvelutilanteita tai antamalla digitaalisia prototyyppijä käyttäjien testattavaksi. Muotoilun tutkimus- ja visualisointimenetelmät ovat apuna eri näkemysten kohtaamisessa. Keskeisiä palvelumuotoilun sisältöjä ovat palveluliiketoiminnan arvon luominen ja vuorovaikutusprosessit. (Palvelumuotoilu tuo käyttäjän näkökulman palvelujen kehittämisen keskiöön, hakupäivä 6.3.2012.)

Yhteissuunnittelussa sekä asiakas että käyttäjä osallistuvat palvelun kehittämiseen yhteistyössä muotoilutiimin kanssa. Näin saadaan käyttäjäpalautetta ja vietyä käyttäjätieto nopeasti palvelun kehittämiseen. Kun suunnitteluprosessin

lähtökohtana ovat käyttäjien tarpeet ja odotukset, niin tuotteen tai palvelun käytettävyys varmistetaan. Asiakas muokkaa palvelua osana palvelukokemusta ja rakentaa yhdessä yrityksen kanssa palvelukokemuksen, joka sopii hänen toimintaympäristöönsä ja tarpeisiinsa. (Palvelumuotoilu tuo käyttäjän näkökulman palvelujen kehittämisen keskiöön Hakupäivä 6.3.2012.)

Palvelumuotoiluprosessista on tehty useita kaavioita, jotka poikkeavat hieman toisistaan mutta pääperiaatteet ovat kuitenkin samanlaiset eri toteutusmalleissa (Tuulaniemi 2011, 126). Seuraavassa esitetään Juha Tuulaniemen (2011, 127) palvelumuotoiluprosessikaavio.



KUVIO 1. Palvelumuotoiluprosessin osat. (Tuulaniemi 2011, 127.)

Määrittelyvaiheessa mietitään, mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa ja mitkä ovat suunnitteluprosessin tavoitteet tilaajan kannalta. Määrittelyvaiheessa on tavoitteena luoda ymmärrys palvelun tuottavasta organisaatiosta ja sen tavoitteista. **Tutkimusvaiheessa** haastatteluilla, keskusteluilla ja asiakastutkimuksilla rakennetaan ymmärrys kehittämiskohteesta, toimintaympäristöstä, resursseista ja käyttäjätarpeista. Tässä vaiheessa tarkennetaan myös palvelun tuottajan strategiset tavoitteet. **Suunnitteluvaiheessa** ideoidaan ja konseptoidaan vaihtoehtoisia ratkaisuja ja testataan niitä asiakkaiden kanssa sekä määritellään mittarit palvelun tuottamiseen. **Tuotantovaiheessa** palvelukonsepti viedään markkinoille asiakkaiden testattavaksi ja kehitettäväksi sekä suunnitellaan palvelun tuottaminen. **Arviointivaiheessa** arvioidaan kehitysprosessin onnistumista sekä mitataan palvelun toteutumista markkinoilla. Arviointivaiheessa myös hienosäädetään palvelua saatujen kokemusten perusteella. (Tuulaniemi 2011, 127 - 128.)

Edellä esitettyä prosessikuvausta voidaan käyttää täydessä laajuudessaan suunniteltaessa uutta palvelua. Kun kehitetään olemassa olevaa palvelua, pro-

sessia voidaan käyttää soveltuvin osin. Prosessin laajuus ja toteutus riippuvat suunnittelukohteesta sekä käytettävissä olevista resursseista. (Tuulaniemi 2011, 129.)

3.4 Palvelumuotoilun hyödyt

Kun yritys suunnittelee liiketoimintansa ja palvelujensa kehittämistä, on tarjolla monia erilaisia keinoja tähän. On kuitenkin olemassa myös useita perusteluja sille, miksi yrityksen kannattaa valita nimenomaan palvelumuotoilun keinot käyttöönsä.

Markkinat muuttuvat jatkuvasti. Palveluntuottajat tarvitsevat entistä tarkempia menetelmiä, saadakseen selville, mitä kuluttajat odottavat ja arvostavat. Palveluun liittyvien taitojen ja ominaisuuksien kehittäminen sekä innovaatiokyky ovat todella tärkeitä palveluntuottajille entisten asiakkaiden pitämiseksi ja uusien saamiseksi. Palvelumuotoilu on työntekijöiden ja asiakkaiden inhimillisen käyttäytymisen seuraamista. Koska suuri osa palveluista tuotetaan vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan ja asiakkaan kesken, on asiakkaan käyttäytymisen ymmärtämisellä suuri merkitys sille, onnistuuko vai epäonnistuuko palvelu. (Palvelumuotoilu tuo käyttäjän näkökulman palvelujen kehittämisen keskiöön, hakupäivä 6.3.2012.)

Palvelumuotoilu antaa loogisen toimintamallin ja yhdistää poikkeuksellisen kiinteällä ja toimivalla tavalla liiketoiminnan tavoitteet asiakkaan näkökulmaan. Palvelumuotoilussa kovat ja pehmeät arvot ovat tasavertaisessa asemassa. Tämä monikulmainen lähestymistapa on nousemassa entistä tärkeämmäksi liiketoiminnassa, kun asiakkaiden kasvavien tarpeiden ja vaatimusten myötä ollaan siirtymässä tarve- ja asiakaslähtöiseen arvoajatteluun. (Tuulaniemi 2011, 95.) Palvelumuotoilun myötä asiakkaan kokeman palvelun arvo lisääntyy ja suositteluhalu kasvaa. Palvelumuotoilu myös nopeuttaa palvelujen kehittämistä ja se paljastaa mahdolliset epäkohdat asiakkaan kokemassa palvelun laadussa. (Aava & Bang, hakupäivä 6.3.2012.)

Palvelumuotoilu tarjoaa menetelmiä kilpailukykyisempään palveluosaamiseen ja tarjoaa yrityksille liiketaloudellista hyötyä (Miettinen 2011, 14–15). Palvelumuotoilu auttaa havaitsemaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja luomaan strategisesti järkeviä palveluita, jotka luovat arvoa asiakkaille. Palvelumuotoilun avulla voidaan tunnistaa myös ne liiketoimintapaikat, joissa palvelut tukevat sekä organisaation että asiakkaan arvonmuodostusta. Palvelumuotoilu antaa organisaatiolle keinoja tehdä palvelunsa arvokkaammaksi sekä asiakkailleen että itselleen (Tuulaniemi 2011, 96.) Tuulaniemi (2011,95) toteaa, että ”Palvelumuotoilu onkin liiketoiminnalle kaksoisvoitto.”.

4 YHTEISÖVIESTINTÄ JA JULKAISUN TUOTTAMINEN

Viestintä on yhteisölle keino saavuttaa tavoitteensa. Viestintä ei siis ole itsetarkoitus, vaan yhteisöviestinnän avulla rakennetaan yhteisökuvaa ja varmistetaan vuorovaikutteinen tiedon välitys. Onnistunut viestintä antaa hyvän tuen yhteisön pitkäjänteiselle toiminnalle. (Siukosaari 1999,11.) Yhteisöllä on valittavanaan useita keinoja hoitaa viestintäänsä. Tässä opinnäytetyössä perehdytään tarkemmin julkaisuun yhteisöviestinnän keinona.

4.1 Yhteisö viestii

Sana viestintä tulee latinankielen sanasta "communicare" ja tarkoittaa "tehdä yhdessä" (Juholin 2006, 30). Viestinnässä sanomat kulkevat lähettäjältä vastaanottajalle ja takaisin. Viestintä on siis kaksisuuntaista. Viestinnän perimmäinen tavoite on vaikuttaa: muuttaa, lisätä tai vahvistaa vastaanottajan tietoja, mielikuvia ja mielipiteitä. Usein tavoitteena on vaikuttaa myös käyttäytymiseen ja asenteisiin. (Siukosaari 1999, 11.) Ikävalkon (1999, 10) mukaan "Ilman viestintää mikään yhteisö ei pysty toimimaan."

Yhteisöviestintä on jaettu usein ulkoiseen ja sisäiseen viestintään. Tässä opinnäytetyössä viestinnän osuus on rajattu koskemaan ulkoista viestintää eli sitä viestintää, joka suuntautuu koskemaan asiakkaita tai muita ulkoisia kohderyhmiä ja yhteistyökumppaneita.

Mitä paremmin yhteisö pystyy huomioimaan sidosryhmiensä toiveet ja tarpeet, sitä paremmin yhteisö menestyy. Yrityksen toiminnan jatkuvuus voi olla asiakkaiden käsissä, sillä edellytys toiminnan jatkuvuudelle on tuotteiden ja palveluiden kysynnän jatkuminen. Myös julkisyhteisöjen toiminnan edellytykset määräytyvät siitä, miten hyödyllisinä ihmiset niitä pitävät. Tosin julkisyhteisöjen kohdalla tämä yhteys käyttäjien tyytyväisyyden ja toiminnan oikeutuksen välillä ei ole niin yksinkertainen kuin yritysten kohdalla. (Juholin 2006, 35.) Viestinnän keinoin

yritys tai yhteisö voi kertoa asiakkailleen ja yhteistyökumppaneilleen tuotteistaan ja palveluistaan ja edesauttaa näin kysynnän jatkumista tai sen lisääntymistä.

Yhteisöllä on tarve kertoa itsestään ja ympäristöstään, toisaalta sillä on myös tarve kuunnella, mitä ympäristö haluaa sille kertoa. Yhteisö haluaa myös keskustella ja olla vuorovaikutuksessa, sillä se voi synnyttää jotain sellaista, mitä yhteisön sisällä ei olisi itse keksitty. Yhteistyökumppanit voivat myös haluta vaikuttaa yhteisön asioihin, ja vastaavasti yhteisö haluaa vaikuttaa ympäristöönsä. Yhteisön täytyy pystyä saattamaan asiansa, tehtävänsä, tavoitteensa tai toimintansa tulokset tärkeiden sidosryhmiensä tietoisuuteen. (Juholin 1999, 36.)

Juholin (2006, 48) on määritellyt viestinnän tehtävien jakautuvan seitsemään pääkategoriaan:

1. tiedonkulku ja tiedon saatavuus, jonka tavoitteena on, että ihmiset saavat tarvitsemansa tiedon tai se on helposti saatavilla ja etsittävässä
2. sitoutumisen edellytysten luominen
3. kuuntelu ja vuoropuhelu henkilöstön ja sidosryhmien kesken
4. yhteisökuvan rakentaminen, maineen / brändin hallinta
5. yhteiskunnallinen vaikuttaminen ja yhteiskunnallinen keskustelu
6. tuotteiden ja palveluiden kiinnostavuuteen (markkinointiviestintä) vaikuttaminen
7. sisäinen ja ulkoinen luotaus, arviointi ja tutkimus.

Nämä alueet saavat erilaisia painoarvoja organisaation eri kehitysvaiheissa ja tilanteissa. Viestinnän eri tehtävien rooli ja painotus vaihtelevat tilanteiden ja ajankohdan mukaan. (Juholin 2006, 49.)

Yhteisöillä on useita keinoja hoitaa viestintäänsä muun muassa kirje, henkilökohtainen edustus, vierailut, asiakaslehti ja niin edelleen. Tässä opinnäytetyössä perehdytään tarkemmin julkaisuun, ja sen tuottamiseen, yhtenä yhteisöviestinnän keinona. Opinnäytetyössä tuotettavan julkaisun tulee olla pääosiltaan tiedotustyyppistä sidosryhmäviestintää, jolla annetaan tietoa ammattikorkeakoulun tarjoamasta palvelusta mutta samalla julkaisussa täytyy olla myös hieman markkinoinnillista otetta, jotta yritykset saadaan kiinnostumaan yhteistyöstä.

Määriteltäessä sidosryhmien viestintätarpeita, ensimmäisenä täytyy miettiä miksi. Täytyy tarkastella, mikä on kohderyhmän suhde yhteisöön ja mistä syystä ryhmä tarvitsee tai haluaa tietoa yhteisöstä ja sen toiminnasta. (Juholin 2006, 208.) Tässä opinnäytetyössä kohderyhmänä toimivat paikalliset pienet ja keskisuuret palveluyritykset, jotka tarvitsevat tietoa ammattikorkeakoulun tarjoamista palveluista ja yhteistyömahdollisuuksista, jotta osaavat hyödyntää niitä ja hankkiutua yhteistyöhön koulun kanssa. Toinen tärkeä kysymys on mitä ja se koskee sisältöä. On väärin tukahduttaa vastaanottaja liialla ja heidän kannaltaan turhalla tiedolla, väärin on myös jättää kertomatta heitä koskevia ja kiinnostavia tietoja. (Juholin 2006, 209.) Tässä työssä kerrotaan palvelumuotoilusta, sen mahdollisuuksista yrityksille ja yhteistyömahdollisuudesta toteuttaa palvelumuotoilua yhteistyössä Oulun seudun ammattikorkeakoulun kanssa. Kolmas merkittävä kysymys on miten. Se koskee keinoja ja kanavia, joita viestinnässä käytetään. Sidosryhmäviestinnän suoria keinoja ovat muun muassa henkilökohtainen yhteydenpito, tapaamiset ja avointen ovien päivät. Välillisiä keinoja ovat esimerkiksi internet, sähköposti, tiedotteet, kirjeet, esitteet ja julkaisut sekä mainonta eri muodoissaan. (Juholin 2006, 210.) Tässä opinnäytetyössä keskitytään julkaisuun ja sen tekemiseen.

Informointi on kaikkea sitä tiedonvälitystä, jota organisaatiossa suunnitelmallisesti hoidetaan. Kyse on neutraalista uutisoinnista, jonka pyrkimyksenä ei ole myydä mitään. Sen tarkoituksena on kertoa ajankohtaisista ja tärkeistä asioista laajasti ja samanaikaisesti. Informaatio on aina sidoksissa vastaanottajaansa ja se tarkoittaa toimintaa, jonka ansiosta yhteisön jäsenet ja sidosryhmät saavat tarvitsemansa tiedon. (Juholin 2006, 39–40.)

Markkinointiviestintä on yrityksen ulkoisiin sidosryhmiin kohdistuvaa viestintää, jonka tarkoituksena on lisätä kysyntää. Markkinointiviestintä on erilaista yrityksessä ja ei-voittoa-tuottavassa organisaatiossa. Yrityksen markkinointiviestintä kohdistuu tuotteisiin ja palveluihin, kun taas julkinen organisaatio pyrkii vaikuttamaan ihmisten käyttäytymiseen. Markkinointi ja markkinointiviestintä ovat osa yhteisöviestintää ja perinteinen PR ja markkinointi menevätkin paljon päällekkäin. Yhtenä erona PR:n ja markkinoinnin välillä pidetään sitä, että markkinointiviestintäkäsitetä käytetään, kun puhutaan liikeyrityksistä. Sitä ei niinkään käy-

tetä puhuttaessa julkisyhteisöistä. PR:n kohteena ovat organisaatio ja sen toimintaympäristön väliset suhteet kokonaisuudessaan, kun taas markkinointiviestinnän tavoitteena on yrityksen tuottamien hyödykkeiden kysynnän lisääminen. (Juholin 2006, 217.)

Aiemmin viestintä ja markkinointi on haluttu pitää tiukasti erillään. Nykyään viestintä ja markkinointi ovat kuitenkin lähentyneet toisiaan ja jyrkkää rajanvetoa ei enää tehdä, vaan pyritään ajattelemaan, että ne täydentävät toisiaan (Juholin 2006, 42.)

4.2 Kohderyhmän määrittely ja tavoitteiden asettaminen

Kun ollaan luomassa uutta julkaisua, on oleellista miettiä, mille kohderyhmälle ja mihin tilanteeseen julkaisu on tarkoitettu (Ikävalko 1995, 23). Myös julkaisun tavoitteet on hyvä olla selvillä jo julkaisuprosessin alussa. Julkaisun tavoite kannattaa asettaa realistisesti mutta myös sopivan vaativaksi ja optimistiseksi (Ikävalko 1995, 25). Kohderyhmä ja asetetut tavoitteet vaikuttavat siihen, millainen julkaisusta ja sen sisällöstä tulee. Julkaisun tavoitteiden asettaminen lähtee liikkeelle julkaisun tarpeen määrittelystä. Usein tarve syntyy siitä, että jokin uusi tai tärkeä asia pitää saada kohderyhmien tietoon. Tarpeen määrittelyssä on siis tärkeää tiedostaa julkaisun kohderyhmä ja tarkoitus. (Ikävalko 1995, 37–38.) Kun julkaisun tarve on selvillä, on sen pohjalta helppo määrittellä julkaisun tavoitteet.

Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin -hankkeen pidempi aikainen tavoite on siis perustaa ammattikorkeakouluihin klinikka, jonka avulla voidaan siirtää palvelumuotoiluosaamista paikallisille yrityksille. Suurilla yrityksillä on yleensä omat markkinointiosastonsa ja ammattilaiset, joten he eivät ole potentiaalisia yhteistyökumppaneita ammattikorkeakouluille. Tästä syystä ammattikorkeakoulujen tarjoamaa yhteistyötä pyritään tuomaan tutuksi pienille ja keskisuurille paikallisille palveluyrityksille, joilla oma osaaminen markkinoinnin osalla ei ole niin vahvaa, kuin suurilla yrityksillä. Suurimmalle osalle näistä pienistä ja keskisuurista

yrittäjistä käsitteeseen palvelumuotoilu on varmasti outo sekä sen tuomat hyödyt heikosti tunnettuja.

Ammattikorkeakoulut tunnetaan usein pelkästään koulutuslaitoksina mutta yhteistyömahdollisuudet, joita ne yrityksille tarjoavat ovat usein tuntemattomia yritysten keskuudessa. Yrityksissä ei osata ajatella ja ei tiedetä, että ammattikorkeakoulujen toimintaa ja opiskelijoita on mahdollista hyödyntää yrityksen toiminnassa ja sen kehittämisessä. On siis tarpeen tehdä ammattikorkeakoulujen toimintaa tunnetuksi näille yrityksille. Yhteistyö ammattikorkeakoulujen ja yritysten välillä hyödyttää molempia osapuolia: yritykset saavat mahdollisuuden kehittää toimintaansa pienillä investoinneilla ja ammattikorkeakoulujen opiskelijat saavat mahdollisuuksia tehdä työelämälähtöisiä opinnäytetöitä. Projektien ja opinnäytetöiden kautta ammattikorkeakoulut voivat tehdä toimintaansa tutuksi. Yhteistyö on myös mahdollisuus siirtää osaamista yhteiskunnassa ja auttaa näin pieniä ja keskisuuria yrityksiä menestymään paremmin.

Opinnäytetyössä tuotettavan julkaisun tavoitteena on tehdä tunnetuksi paikallisille pienille ja keskisuurille palveluyrityksille palvelumuotoilua sekä Oulun seudun ammattikorkeakoulua ja sen tarjoamia yhteistyömahdollisuuksia. Tavoitteena on, että yritykset kiinnostuvat yhteistyöstä koulun kanssa ja haluavat hyödyntää koulun tarjoamia mahdollisuuksia kehittää yritysten toimintaa palvelumuotoilun keinoin. Tavoitteena on siis tehdä tunnetuksi koulun toimintaa, yhteistyömahdollisuuksia ja luoda positiivista mielikuvaa sekä saada paikalliset yritykset kiinnostumaan yhteistyöstä ja näin löytää yhteistyökumppaneita.

4.3 Julkaisuprosessi

Julkaisun suunnittelu ja tuottaminen on monivaiheinen, pitkä ja vaativa prosessi, joka maksaa myös aikaa ja rahaa. Tästä syystä julkaisun tekemiselle pitää olla perustelut ja tavoitteet. Ennen varsinaisen prosessin käynnistämistä on hyvä miettiä seuraavia kysymyksiä:

- *Kuka tai mikä on julkaisun taustaaäni?* Vastaus tähän kysymykseen on monesti itsestään selvä eli yritys tai yhteisö. Julkaisu saatetaan kuitenkin tuottaa myös yksittäistä asiaa tai tapahtumaa varten.
- *Keille julkaisu on tarkoitettu?* Täytyy miettiä, onko julkaisu tarkoitettu kaikille yhteisön sidosryhmille vai ainoastaan joillekin niistä. Mitä rajatumpi ryhmä on, sitä erikoistuneempi julkaisu voi olla.
- *Mikä on julkaisun tarkoitus tai keskeinen viesti?* Yhden teeman julkaisulle voidaan määritellä yksi perusviesti. On myös tarpeen miettiä, onko julkaisun tarkoitus informointi, yrityksen ja tuotteiden profilointi vai markkinointi ja mitä tuloksia julkaisulta odotetaan.
- *Milloin?* Julkaisun ilmestymisajankohta vaikuttaa sen sisältöön.
- *Miten paljon?* Kohderyhmän koko ja käytettävissä oleva raha viitoittavat julkaisun suunnittelua.
- *Millainen on julkaisun graafinen ulkoasu ja kieli?* Julkaisun ulkoasua täytyy miettiä. Tehdäänkö siitä esimerkiksi esite tai lehti. Myös typografinen tyyli, käytettävät kuvat, tekstin kieli ja yrityskulttuuri vaikuttavat siihen, millainen julkaisusta lopulta tulee.
- *Millainen teknologia?* Käytettävissä oleva teknologia vaikuttaa sekä kustannuksiin että aikatauluun. (Loiri & Juholin 1998, 9-11.)

Kun nämä asiat on mietitty ja käyty läpi, päästään varsinaiseen julkaisun tuottamisprosessiin.

Valmistelu

Julkaisun valmistelu alkaa taustoittamisella. Taustoittamisella tarkoitetaan suunniteltavan tuotteen vertaamista yhteisön viestintätavoitteisiin ja suunnitelmiin. Myös taloudellisista syistä joudutaan arvioimaan julkaisun tarpeellisuutta ja tehokkuutta. Kun luodaan uutta julkaisua, on oleellista miettiä mille kohderyhmille ja mihin tilanteeseen julkaisu on tarkoitettu ja miten tärkeästä kohderyhmästä on kysymys. (Ikävalko 1995, 22–23.)

Julkaisulla täytyy olla myös tarve. Tarpeen määrittely perustuu taustoittamisvaiheessa hankittuun tietoon, eli on tiedettävä: kenelle, mitä, miksi ja milloin on tarkoitus tehdä. Jos samaan tarkoitukseen on tehty aiemmin jo jotain, sen kritiikistä on hyvä aloittaa. Näin vältetään samojen virheiden toistaminen. Toisaalta

hyvin toimivat asiat voidaan ottaa uudelleen käyttöön ja jalostaa niitä nykyhetkeen sopiviksi. Tarve kannattaa muotoilla mahdollisimman tarkkaan, sillä siitä on hyötyä suunnittelun toimeksiannossa. (Ikävalko 1995, 23–24.)

Julkaisun tavoitteen asettamisessa on kolme tasoa: tekninen, laadullinen ja strateginen. Tekninen tavoite voi olla esimerkiksi lukumuotoinen, kuten 2000 asiakaslehteä on jaossa messuilla marraskuussa 2012. Laadullinen tavoite voi olla esimerkiksi korkeatasoinen kansainvälinen esite. Laadullisten kriteerien tavoitteena on, että mahdollisimman moni kiinnostuisi julkaisusta ja perehtyisi siihen. Hyvä laatu muodostuu julkaisun sisällöstä ja ulkoasusta. Strategiset tavoitteet puolestaan johdetaan viestinnän tavoitteista ja tavoitteeksi voidaan asettaa esimerkiksi potentiaalisten asiakkaiden kiinnostuksen lisääminen. Tavoite tulee asettaa realistisesti mutta sopivan haastavaksi ja optimistiseksi. (Ikävalko 1995, 25 ja 41.)

Valmisteluvaiheessa tulee selvittää myös se, onko käytettävissä valmiita tai muokkausta vaativia tekstejä ja mitä tekstejä täytyy laatia alusta alkaen. Myös kuvien osalta tulee selvittää, mitä kuvia on valmiina tai saatavilla. (Ikävalko 1995, 44–45.)

Valmisteluvaiheeseen kuuluu myös tarjouspyynnön lähettämiset kirjapainoille. Tässä vaiheessa on hyvä olla selvillä kappalemäärän lisäksi myös julkaisun ulkoasu pääpiirteittäin, jotta saadaan mahdollisimman totuudenmukainen tarjous. Ainakin tekstien ja kuvien määrä ja koko on hyvä olla selvillä kuten myös itse julkaisun koko, laajuus ja käytettävä paperi. Tässä opinnäytetyössä tarjousvaihetta ei ole, koska Viestintäpalvelut on Oulun seudun ammattikorkeakoulun yhteistyökumppani, jonka kautta kirjapainopalvelut hoidetaan. Tässä julkaisussa siis ulkonäkö ja muotoseikkojen ei ole välttämätöntä olla selvillä jo valmisteluvaiheessa mutta niiden täytyy kuitenkin olla selvillä ennen toteutusvaihetta.

Suunnittelu

Suunnittelulla tarkoitetaan käytännön työhön ryhtymistä ja konkreettista tekemistä (Ikävalko 1995, 28). Suunnittelun pohjana on toimeksianto, joka on työmääräys tai tilaus, jossa kerrotaan työlle asetettavat tavoitteet ja määritellään

budjetti, aikataulu ja vastuut. Oleellisena osana suunnitteluvaihetta ovat myös työryhmän kokoontumiset. (Ikävalko 1995, 60–63.)

Tekstin laatiminen

Tekstisuunnittelun alussa mietitään, kenelle tai keille, julkaisu suunnataan ja mitkä ovat sen tavoitteet. Julkaisulla voi olla myös useampia tavoitteita, jolloin on hyvä määritellä julkaisun ensisijainen päämäärä. Tekstin sisältö ja tyyli määrytyvät tavoitteiden mukaan (Ikävalko 1995, 71-72.)

Tiedotustekstit voidaan ryhmitellä erilaisiin ryhmiin. Puolueeton, neutraali ja kantaa ottamaton tekstilaji kertoo asioista, tapahtumista ja tuotteista uutismaisesti eli niin, että kirjoittajan tai kustantajan mielipide ei tule tekstistä ilmi. Pääkirjoitukset, kolumnit ja mielipidetekstit puolestaan ovat kantaaottavia ja niistä käy ilmi kirjoittajan näkemys asiaan. Myyvä, vetoava ja markkinointihenkinen teksti taas on puhtaimmillaan mainonnallista tekstiä, missä keskitytään yhteisön, tuotteet, tapahtuman tai jonkin ilmiön hyvien ominaisuuksien korostamiseen ja sen lopullisena tavoitteena on saada vastaanottaja ostamaan tuote tai käyttämään palvelua. Journalistisen tekstin tavoitteena on jakaa oikeaa ja olennaista tietoa ja sen tunnusomaisia piirteitä ovat kriittisyys ja riippumattomuus tiedon tuottajasta. (Ikävalko 1995, 74–76.) Monesti tekstityylit eivät ole helposti erotettavissa toisistaan ja kirjoitus saattaa sisältää useita eri tekstityylejä.

Tekstin laatimisen tulisi olla prosessi, missä teksti hahmottuu, jäsentyy ja jalostuu vähitellen. Tiedottavan kirjoittamisen päämääränä on tuottaa niin valmista tekstiä, että se aukeaa lukijalle ensilukemalta. Mitä laajempi teksti on, sitä enemmän tulisi jättää aikaa suunnittelulle, prosessoinnille, kirjoittamiselle ja tekstin hiomiselle. (Ikävalko 1995, 77.)

Kuvitus

Kuvalla on julkaisussa useita tehtäviä. Se kiinnittää huomiota, houkuttelee ja orientoi lukijaa, helpottaa viestin perille saamista, täydentää tai sävyttää tekstisisältöä. Kuva voi olla informatiivinen, jolloin se tuo uutta tietoa tai täydentää tekstin tietoa. Kuva voi olla myös dekoratiivinen eli koristeellinen, jolloin se luo

julkaisulle ilmettä ja tunnelmaa. Hyvä kuvitus on molempia, se välittää tarpeellisen viestin ja samalla jäsentää ja rikastuttaa julkaisun ulkoasua. Kuvan tulee sopia aina mahdollisimman hyvin tarkoitukseensa ja sillä tulee olla tehtävä. Julkaisuntekijän täytyy miettiä, millaisia kuvia käytetään. Kuva on paikallaan, kun se selkeyttää ja tiivistää tekstin asian ja kun se herättää lukijan mielenkiinnon ja elävöittää julkaisua. (Pesonen & Tarvainen 2003, 46–47.)

Toteutus

Kun aineisto on valmis, käynnistyy viimeinen vaihe eli yhteistyö kirjapainon kanssa. Ennen julkaisun lähettämistä kirjapainoon, täytyy tekstit tarkistuttaa ja hyväksyttää. (Ikävalko 1995, 149–151.)

Arviointi

Julkaisuprosessin viimeinen vaihe on arviointi. Arviointi on hyvä tehdä arviointipalaverissa, missä työryhmä arvioi aikaansaannostaan. Keskustelu, mielipiteet ja parannusehdotukset tulee dokumentoida. (Ikävalko 1995, 33.) Arvioinnissa käydään läpi, kuinka hyvin julkaisu on täyttänyt sille asetetut tavoitteet, miten julkaisuprosessi on edennyt ja kuinka hyvin on pysytty asetetussa aikataulussa sekä budjetissa.

5 JULKAISUN SUUNNITTELU, TOTEUTUS JA ARVIOINTI

Julkaisun suunnittelu ja tekeminen käynnistyi toimeksiantajan tarpeesta kertoa palvelumuotoilusta ja toimeksiantajan eli Oulun seudun ammattikorkeakoulun toiminnasta siihen liittyen. Käynnissä ollut palvelumuotoilu hanke on päättynyt mutta hankkeen pidemmän aikavälin tavoitteeksi on kirjattu palvelumuotoiluklinikan perustaminen, jonka avulla palvelumuotoiluosaamista siirretään pienille ja keskisuurille yrityksille. Tavoitteen täyttäminen edellyttää, että toimeksiantaja tekee paikallisille pienille ja keskisuurille yrityksille tutuksi käsitettä palvelumuotoilu ja kertoo mahdollisuuksista, jota Oulun seudun ammattikorkeakoulu voi palvelumuotoilun osalta tarjota. Tähän tarpeeseen toimeksiantaja halusi laadittavan julkaisun, jota on mahdollista jakaa erilaisissa tilanteissa yrittäjille ja yhteistyökumppaneille.

Julkaisun laatiminen lähti siis liikkeelle toimeksiantajan tarpeesta ja sen pohjalta mietittiin kohderyhmä ja runko julkaisun sisällölle. Koska päättyneen hankkeen aikana oli Oulun seudun ammattikorkeakoulussa valmistunut useita opinnäytetöitä ja muita julkaisuja hankkeeseen liittyen, niin päätettiin näitä töitä ja julkaisuja hyödyntää myös tämän opinnäytetyön julkaisun tuottamisessa. Käytettävissä oli myös valokuvia, joita hankkeen aikana oli otettu. Julkaisun tavoitteiksi asetettiin, että se olisi valmis vuoden 2012 kevätlukukauden aikana ja että sen avulla pystytään lisäämään paikallisten yrittäjien tietoa palvelumuotoilusta ja herättämään mielenkiintoa yhteistyöstä Oulun seudun ammattikorkeakoulun kanssa. Alustavaksi painosmääräksi arvioitiin noin 200 kappaletta. Opinnäytetyö rajattiin niin, että julkaisuun tehdään opinnäytetyöprosessissa sisältö. Julkaisun ulkonäkö ja tekninen toteutus rajattiin tuotettavaksi yhteistyössä Viestintäpalveluiden kanssa.

Varsinainen julkaisun tekeminen alkoi sillä, että kävin läpi toimeksiantajalta saadut materiaalit: opinnäytetyöt, lehdistötiedotteet ja posterit sekä valokuvat ja mietin, mitä niistä on mahdollisuus hyödyntää. Tämän jälkeen täytyi päättää julkaisun rakenne eli se, mitä asioita, missä laajuudessa ja missä järjestyksessä

haluan julkaisussa käsitellä. Valitsin julkaisuun neljä pääaihetta: palvelumuotoilu, palvelumuotoilun hyödyt, opinnäytetyöt, jotka hankkeen aikana olivat valmis-tuneet sekä jo päättynyt palvelumuotoiluhanke. Palvelumuotoilusta ja sen tuo-mista hyödyistä pyrin kertomaan selkokielisesti, ilman vaikeita käsitteitä ja ter-mejä niin, että asia on ymmärrettävissä vaikka palvelumuotoilu ei olisi entuu-destaan tuttu käsite. Painottamalla palvelumuotoilun hyötyjä yritykselle, pyritään herättämään yrittäjän mielenkiinto. Nämä kappaleet päätin sijoittaa julkaisun alkuun, jotta lukija saa heti tiedon siitä, mitä palvelumuotoilu on. Kuvaamalla opinnäytetyöprosesseja ja niiden lopputuloksia, voidaan esimerkein osoittaa yrittäjille, mitä palvelumuotoilu on ja miten yhteistyö koulun kanssa käytännössä toimii. Päättynyttä hanketta kuvaan julkaisun teksteissä lyhyesti, koska julkaisun tarkoituksena on keskittyä menneisyyden sijaan enemmän tulevaisuuteen. Tästä syystä sen on sijoitettu julkaisussa viimeiseksi varsinaiseksi tekstiksi. Julkai-sun lopussa esitetään käytetyt lähteet.

Vaikka käytettävissä oli useita tekstejä hankkeesta, päädyin siihen, että valmiita tekstejä en sellaisinaan suoraan ota julkaisuun, vaan poimin niistä asioita ja kirjoitan julkaisun tekstit niiden pohjalta. Tekstien rajauksen jälkeen alkoi itse kirjoittaminen. Vaikka julkaisun tavoite on markkinoida Oulun seudun ammatti-korkeakoulua ja sen palveluja palvelumuotoilun osalta, niin julkaisun tekstilajiksi valitsin kuitenkin informatiivisen tekstin, koska se sopii toimeksiantajan tyylin ja imagoon paremmin kuin puhtaasti markkinoinnillinen teksti. Yhtenä näkökulma-na julkaisussa on kuitenkin kertoa palvelumuotoilun hyödyistä yrittäjille ja herät-tää mielenkiinto, joten vaikka tekstit pääosin ovatkin tiedotustyyppistä, niin markkinoinnillinen puoli tulee esiin niin, että julkaisussa keskitytään palvelumuotoilun hyötyihin ja pyritään tuomaan ne selkeästi esille.

Kun kirjoittamani tekstit olivat valmiit, toimitin ne luettavaksi ja kommentoitavak-si toimeksiantajalle. Toimeksiantajan kanssa kävimme keskustelua teksteistä ja julkaisuun valittavista kuvista. Toimeksiantajan kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta muokkasin tekstit lopulliseen muotoonsa ja esitin näkemykseni siitä, mitä valokuvia julkaisun tekstien yhteydessä voitaisiin käyttää. Ajatuksena kuvia valitessani oli, että ne havainnollistaisivat palvelumuotoiluun liittyvää visuaali-suutta. Kuvat on otettu opinnäytetyöprosessien yhteydessä järjestetyissä palve-

lumuotoilutyöpajoissa. Koska kuvissa esiintyviltä henkilöiltä ei ollut lupaa käyttää kuvia julkaisussa, niin käytin ainoastaan sellaisia kuvia, joissa ei esiinny ihmisiä. Tästä syystä julkaisussa ei ole kuvia palvelumuotoilutyöpajojen ryhmätyöskentelyistä. Yhdessä toimeksiantajan kanssa päätimme, että yhdestä opinnäytetyötapauksesta ei tule tekstiä julkaisuun. Kyseisen opinnäytetyön toimeksiantajalta ei saatu lupaa julkaista yrityksen nimeä, ja koska muut yritykset esiintyvät julkaisussa nimellään, niin tekstien yhteneväisyyden vuoksi tämä yritys jätettiin julkaisusta pois.

Alun perin tarkoituksena oli ollut, että julkaisu olisi valmiina ja painettuna samaan aikaan opinnäytetyön kanssa keväällä 2012. Toimeksiantaja halusi kuitenkin siirtää julkaisun painamista syksyyn 2012, jolloin he painavat myös muita julkaisuja samaan hankkeeseen liittyen. Siirtämällä julkaisun painoajankohtaa, toimeksiantaja voi painaa kaikki julkaisut samaan aikaan ja saman ilmeen mukaiseksi. Toimeksiantaja haluaa myös odottaa kesällä 2012 hankkeeseen liittyvän palvelumuotoilun käsikirjan valmistumisen, ennen kuin painaa omat julkaisunsa. Koska julkaisu ei ole valmiina samaan aikaan opinnäytetyön kanssa, ovat valmiit tekstit ja kuvaehdotukset opinnäytetyön liitteenä (liite).

Koska julkaisu ei ole vielä valmis, on sen arviointi tässä vaiheessa hankalaa. Uskon kuitenkin, että julkaisun tekstit täyttävät niille asetetut tavoitteet. Kuvituksen osalta jää vielä toimeksiantajan päätettäväksi, halutaanko julkaisussa käyttää hankkeen aikana otettujen kuvien lisäksi myös niin sanottuja yleisiä kuvaarkistokuvia. Luonnos julkaisusta valmistui suunnilleen aikataulussa, ainoastaan muutaman viikon alkuperäistä suunnitelmaa myöhemmin. Lopullinen arvio siitä, että täyttääkö julkaisu sille asetetut tavoitteet, jää toimeksiantajan arvioitavaksi. Arviointi on mahdollista tehdä, kun julkaisu on painettu ja sitä on ehditty jakaa yrityksille ja yhteistyökumppaneille.

6 POHDINTA

Jäädessäni opintovapaalle työstäni tammikuussa 2012 tuli opinnäytetyön tekeminen ajankohtaiseksi. Aikataulu opinnäytetyölle oli alusta alkaen kiireinen, koska opinnäytetyön tulisi olla valmiina jo toukokuussa, sillä päivätyöhöni palaisin jo kesäkuussa. Opinnäytetyöni aloittamista viivästytti aiheen puuttuminen. Opintoissani olin keskittynyt taloushallintoon ja etsin aihetta, joka olisi liittynyt siihen. Sopivaa aihetta ei kuitenkaan löytynyt ja päätin kysyä myös muiden aiheiden opettajilta, jos heillä olisi tiedossa vapaita opinnäytetyöaiheita. Tätä kautta sain tietooni, että opettaja Päivi Arolla olisi aihe ja tarve opinnäytetyölle. Kävin keskustelemassa Aron kanssa ja selvisi, että aiheena olisi julkaisun tekeminen Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin -hankkeelle. Aluksi hieman epäilin, onko minusta tekemään markkinoinnin piiriin kuuluvaa opinnäytetyötä, koska markkinoinnin opintoja en ole juuri suorittanut. Myös käsite palvelumuotoilu oli itselleni vieras. Tutustuttuani hieman käsitteeseen selvisi, että kysymyksessä on suhteellisen uusi ala, josta ei yleisestikään ole vielä kovin paljon tietoa. Tämä rohkaisi siihen, että uskalsin tarttua aiheeseen ja tehdä opinnäytetyöni siitä.

Helmikuu oli jo loppupuolella, kun sain hyväksynnän aiheelle ja pääsin opinnäytetyötä varsinaisesti tekemään. Hyväksyntää odottaessani olin jo tutustunut palvelumuotoilun teoksiin ja miettinyt rakennetta työlle. Keskustelu ohjaavan opettajan kanssa selkeytti vielä rakennetta ja ajatusta siitä, mitä tietoperustassa käsitteisin. Koska olin asiaa mielessäni jo useamman viikon työstänyt ja perehtynyt lähdekirjallisuuteen, sujui itse kirjoittaminen suhteellisen nopeaa varsinkin palvelumuotoilun ja hankkeen osalta. Yhteisöviestintään ja etenkin julkaisun tuottamiseen liittyvän lähdekirjallisuuden valinta oli hieman vaikeampaa.

Itselleni opinnäytetyöprosessi oli kaikilta osin opettavainen. Aiheet, joita tietoperustassa käsittelem, olivat itselle kaikki vieraita. Palvelumuotoilusta on vasta sen verran vähän teoksia, että siihen perehtyminen oli kohtuullisen helppoa mutta yhteisöviestinnästä ja julkaisuprosessista teoksia oli tarjolla niin paljon, että oli vaikeaa löytää ne sopivat lähteet ja poimia oleellinen tieto. Kun tietoperusta oli

valmis, oli sitä ja valmiita tekstejä hyödyntäen helppo koota itse julkaisuun tulevat tekstit. Tekstityylin valinta kuitenkin mietitytti. Koska tarkoituksena on saada uusia yhteistyökumppaneita, olisi markkinoinnillinen teksti ollut perusteltua mutta koska toimeksiantaja on julkisyhteisö, niin katsoin paremmaksi valita tiedottavamman tekstityylin, joka sopii paremmin toimeksiantajan imagoon.

Suurimpana haasteena itselleni koin palvelumuotoilun hyötyjen ymmärtämisen muihin menetelmiin verrattuna. Erityisen vaikeaa oli sisäistää, mitä palvelumuotoilulla voidaan saavuttaa sellaista, mitä muilla menetelmillä ei saavuteta. Tätä vaikeutti myös se, että olen suorittanut vain vähän markkinoinnin opintoja ja tietämys muista menetelmistä on suppeaa. Myös aikataulu aiheutti jonkin verran ongelmia. Vaikka opinnäytetyö valmistui nopealla aikataululla, olin alun perin suunnitellut, että työ olisi ollut jo aiemmin valmis. Osittain aikataulusyistä julkaisua ei myöskään paineta heti, vaan vasta syksyllä. Syksyllä painetaan myös muita hankkeeseen liittyviä julkaisuja ja toimeksiantajan tahto on painaa kaikki julkaisut samaan aikaan ja yhteneväisellä ulkoasulla. Myös kesälomien lähestyminen vaikuttaa osaltaan siihen, että painoaikataulusta tulisi liian kiireellinen. Alun perin tarkoituksena oli, että julkaisu olisi painettu opinnäytetyöprosessin päätteeksi. Painoaikataulun muutoksen takia minun yhteistyöni Viestintäpalveluiden kanssa jää prosessista pois ja toimeksiantaja päättää lopullisen ulkoasun Viestintäpalveluiden kanssa, kun myös muut hankkeeseen liittyvät julkaisut menevät painoon. Tekstit julkaisua varten sekä ehdotukseni tekstien yhteydessä käytettävistä kuvista (liite) olen toimittanut toimeksiantajalle syksyllä tapahtuvaa julkaisua varten.

Vaikka julkaisu ei vielä ole valmis ja painettu, olen kuitenkin saanut toimeksiantajalta positiivista palautetta julkaisun teksteistä. Toimeksiantajan mukaan luonnos julkaisusta vastaa sitä tarvetta, johon se tehtiin. Toimeksiantajalla on myös tiedossa useita tapahtumia, jossa julkaisua voidaan hyödyntää eli opinnäytetyö valmistui todelliseen tarpeeseen.

LÄHTEET

Ala-Ketola, M. 2011. It –alan palvelutuen kehittäminen palvelumuotoilun keinoin. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Aava & Bang 2012. Asiakaspalvelu ja palvelumuotoilu. Hakupäivä 6.3.2012. <http://www.bang.fi/valmennus-palvelut/palvelumuotoilu/>

Huttula, S. & Turpeinen, K. 2011. Uuden palvelun kehittäminen kohdeyritykselle palvelumuotoilun keinoin. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Ikävävalko, E. 1999. Käytännön tiedottaminen. Yhteisöviestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Ikävävalko, E. 1995. Painotuotteen tekijän käsikirja. Helsinki: Tietopaketti Oy.

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin. Esite. (Ei julkaisupaikkaa, ei julkaisijaa eikä julkaisuaikaa).

Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? – Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taideteollinen korkeakoulu. Taiteenmaisterin lopputyö.

Loiri, P. & Juholin, E. 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Lämsä, J. 2011. Palveluprosessin kehittäminen palvelumuotoilun keinoin. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Miettinen, S. 2010. Hyvinvointia edistävät käyttöliittymät ja palvelualustat matkailussa ja vapaa-ajassa. Kuopion matkailuakatemia, Savonia ammattikorkeakoulu. Kuopio.

Miettinen, S. Palvelumuotoilu tuo käyttäjän näkökulman palvelujen kehittämisen keskiöön. Hakupäivä 6.3.2012. <http://www.udi.fi/kolumnit/palvelumuotoilu-tuokayttajan-nakokulman-palvelujen-kehittamisen-keskioon>

Miettinen, S. (toim.) 2011. Palvelumuotoilu –uusien menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Miettinen, S. Palvelumuotoilu (service design) Välineitä käyttäjälähtöisyyteen ja yhteiskehittelyyn. Hakupäivä 5.3.2012.
<http://www.miset.fi/tiedostot/File/hv%20semma/Palvelumuotoilu%20%28service%20design%29.pdf> Julkaisupäivä ei tiedossa.

Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin. Hakupäivä 7.3.2012.
http://www.oamk.fi/hankkeet//kotimaiset_kaynnissa/?hanke_id=549

Palvelumuotoilu. Hakupäivä 5.3.2012. <http://palvelumuotoilu.fi/>

Pesonen, S. & Tarvainen, J. 2003. Julkaisun tekeminen. Jyväskylä: Docendo Finland Oy.

Saffer, D. 2010. Designing for Interaction: creating innovative applications and devices. Berkely: New Riders.

Siukosaari, A. 1999. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Tantarinmäki, L. 2011. Hammaslääkäriaseman pelkopotilaiden palvelukonseptin kehittäminen palvelumuotoilun keinoin. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma (ylempi AMK). Opinnäytesyö.

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

Kansi:

Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin

Julkaisun kirjoittaja: Katja Lintunen



Julkaisun sisältö


Mitä on palvelumuotoilu?

Palvelujen ja palveluyritysten määrä yhteiskunnassa on kasvanut ja kasvaa edelleen mutta palvelujen suunnittelu ei ole kehittynyt samassa tahdissa. Nykypäivän asiakkaat kuitenkin haluavat ja vaativat hyvää palvelua. Tähän tarpeeseen on syntynyt palvelumuotoilu.

Palvelumuotoilu on uusi ja vasta kehittymässä oleva lähestymistapa. Palvelumuotoilulla tarkoitetaan jo olemassa olevien palveluiden kehittämistä ja uusien palveluiden luomista muotoilusta tutuilla menetelmillä. Palvelumuotoiluprosessi hyödyntää samaa kehittämisprosessia, mitä perinteiset tuotemuotoilijat hyödyntävät työssään. Palvelumuotoilun päämääränä on tuottaa asiakkaalle mahdollisimman positiivinen palvelukokemus.

Palvelumuotoilussa suunnitellaan asiakkaan palvelukokemus hyödyntämällä käyttäjäkokemuksia. Palvelumuotoilussa huomioidaan kaikki ne asiat, mitä asiakas voi aistia palvelua käyttäessään ja ne muotoillaan mahdollisimman asiakasystävällisiksi. Palvelumuotoilu pohjautuuakin asiakkaan kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen. Jotta asiakkaiden toimintaa ja tarpeita ymmärrettäisiin mahdollisimman hyvin, otetaan palvelun käyttäjät eli asiakkaat mukaan kehittämään palvelua aktiivisesti yhdessä muotoilutiimin kanssa. Palvelumuotoilua voidaan hyödyntää yritysmarkkinoinnin (B-to-B) ja kuluttajamarkkinoinnin (B-to-C) lisäksi myös julkisyhteisöjen toiminnassa.

Tyypillistä palvelumuotoilulle on, että siinä käytetään paljon visuaalisia keinoja. Palvelumuotoiluprosessissa voidaan käyttää apuna esimerkiksi kuvia, piirroksia ja videoita. Havainnollistamalla palvelutilanne visuaalisilla keinoilla voidaan helpottaa palvelujen kehittäjiä ymmärtämään, mistä palvelussa on kysymys.



20. Vuosikokouskirjoitus
2020

Harrastukset: ma. yleisurheilu, keuhon hieronta

Asumismuoto: omistusasunto; riviolo

Mistä haaveilen: menestyä urheiluissa
-suorin mestaruuskilpailuissa.

Mikä on pelkoni: että oireidenhampaat
hävittyvät ennen kiotoja

Elämän mottoni: " Ei se pelaa jotta
pelkää

Lempi musiikkini: Antti Viskari

Lempi vuodenakiani ja miksi? kesä, päivä
uon ystäväheleminen.

Nimi: Antti Antti Leppä

Perhe: avoaimio

Työ: insinööri

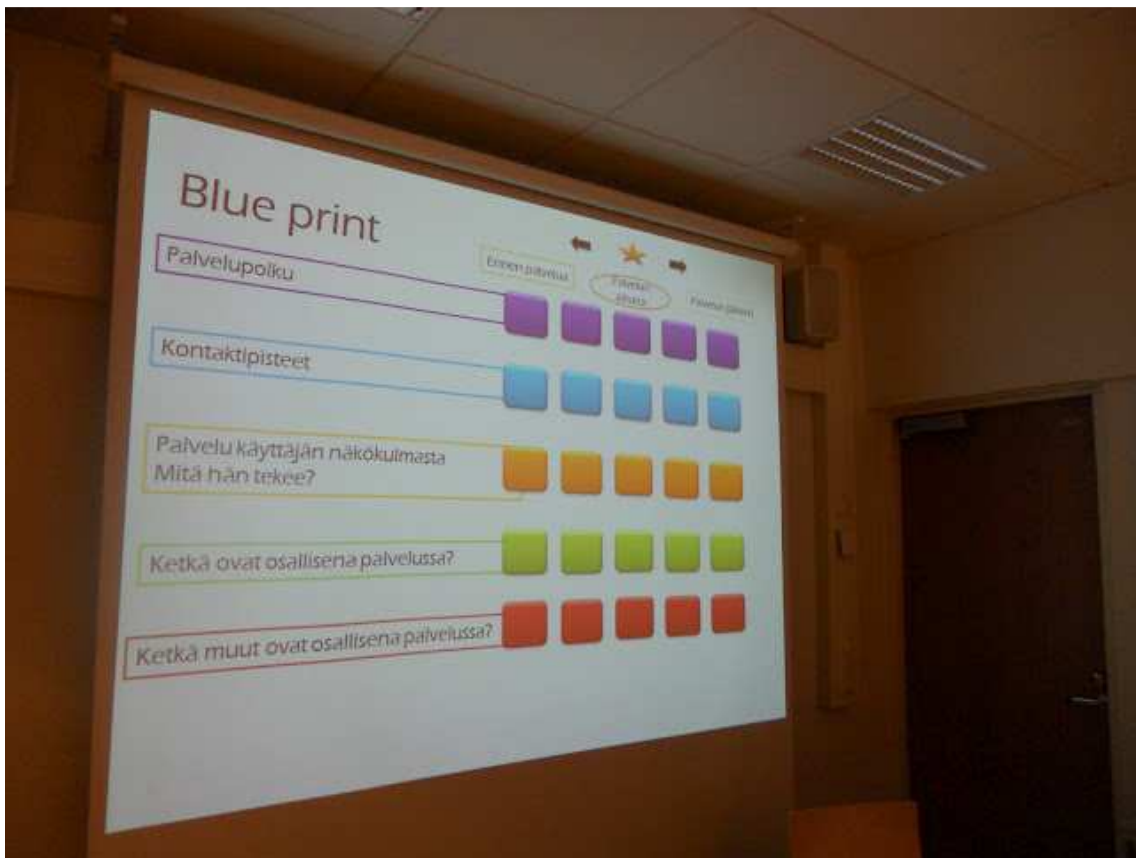
Palvelumuotoilun hyödyt

Markkinat muuttuvat jatkuvasti ja kilpailu kovenee. Palvelutuottajan on tärkeää tietää, mitä kuluttajat todella odottavat ja arvostavat. Uusien innovatiivisten palvelujen luominen sekä olemassa olevien palveluiden kehittäminen ovat tärkeitä asioita, jotta yritys pystyy kilpailutilanteessa pitämään entiset asiakkaansa ja saamaan uusia. Asiakkaan käyttäytymisen ymmärtäminen on avainasia sille, onnistuuko palvelu. Palvelumuotoilussa palvelut tuotetaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, joten palveluiden rakentamisen perustana toimii asiakasnäkökulma ja asiakasymmärrys.

Palvelumuotoilun tavoitteena on erottua markkinoilla kilpailijoista luomalla ja kehittämällä palveluja, jotka vastaavat mahdollisimman hyvin asiakkaan tarpeita. Vaikka asiakas onkin palvelumuotoilun keskipisteenä, niin huomioidaan siinä myös palveluntuottajan näkökulma. Palvelumuotoilun tavoitteena ei ole ainoastaan tuottaa käyttäjystävällisiä palveluja, vaan tuottaa myös yritykselle liiketaloudellista hyötyä.

Palvelumuotoilu auttaa yritystä huomaamaan palvelujensa strategiset mahdollisuudet mutta se myös auttaa huomaamaan palveluprosessissa sellaiset vaiheet, jotka eivät tuota lisäarvoa asiakkaalle eivätkä yritykselle. Sen avulla voidaan myös tiedostaa epäkohdat palvelussa ja nopeuttaa palveluiden kehittämistä. Palvelumuotoilulla voidaan kehittää jo olemassa olevia palveluja mutta myös luoda kokonaan uusia palveluja. Palvelumuotoilun tehtävänä on kehittää palvelujen tuotantoprosesseja sekä tuotteistaa palveluja.

Palvelumuotoilu tarjoaa välineitä kilpailukykyisempään palveluosaamiseen ja se auttaa huomaamaan uusia mahdollisuuksia liiketoiminnassa ja luomaan järkeviä palveluja. Tätä kautta asiakkaan tyytyväisyys saamaansa palveluun kasvaa ja suositteluhaluukkuus lisääntyy.



Opinnäytetöitä palvelumuotoilusta

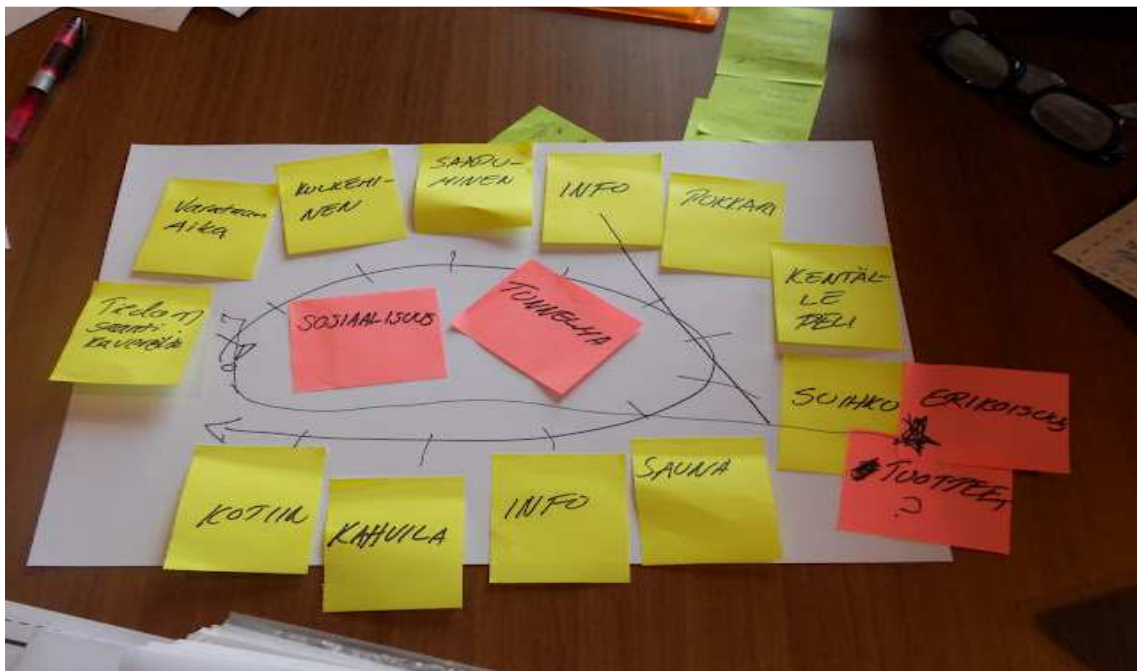
Uuden palvelun kehittäminen urheilukeskukselle

Nallisport on vuonna 1989 perustettu oululainen liikuntakeskus, jossa on mahdollista harrastaa monipuolisesti eri liikuntalajeja. Opinnäytetyöprojektissa pyrittiin löytämään vastaus kysymykseen, miten lisätä yrityksen palveluiden käyttöä hiljaisimpina aikoina.

Työn tavoitteena oli kehittää Nallisportille uusi palvelukonsepti, jolla lisättäisiin yrityksen aamu- tai kesäkäyttöä. Työn kohderyhmäksi valittiin Oulun seudun korkeakouluopiskelijat ja työssä selvitettiin opiskelijoiden tarpeita ja liikuntaan liittyviä ongelmia palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen. Asiakasymmärryksen saavuttamiseksi järjestettiin kolme ryhmähaastattelua, joihin jokaiseen otti osaa kuudesta yhdeksään opiskelijaa. Ryhmähaastattelussa keskusteltiin opiskelijoiden liikuntatottumuksista ja toiveista sekä pidettiin ideointiosio, jossa opiskelijoita pyydettiin ideoimaan Nallisportille uusia houkuttelevia palveluja. Lisäksi käytettiin hyväksi aiheesta saatavilla olevaa tutkimusaineistoa.

Yhteiskehittelyn ansiosta tunnistettiin kohderyhmän ongelmat ja tarpeet, joita ovat ohjauksen tarve, liikuntakaverin löytäminen, rennon lajin harrastamismahdollisuus ja uusien lajien kokeilu. Tulosten perusteella syntyi idea uudesta opiskelijoille suunnatusta palvelusta, joka tehostaisi urheilukeskuksen viikonloppukäyttöä. Yhteistyössä yrittäjän kanssa kehiteltiin ajatus hoitoiloista, joissa tennikseen, sulkapalloon ja pingikseen lisätään hohtoelementti. Palveluideassa on siis yhdistetty perinteiset palloilulajit uuteen ympäristöön.

Opinnäytetyöprojektin jo päätyttyä järjestettiin sen tulosten pohjalta palvelumuotoilutyöpaja, jossa kehitettiin palveluja naisille. Opinnäytetyössä oli selvinnyt, että erityisesti naiset ovat kiinnostuneita Nallisportin palveluista mutta naisten osuus palveluiden käyttäjistä oli ainoastaan 20 prosenttia. Työpajassa kehitettiin muun muassa Facebook-ryhmä, jonka avulla on mahdollista löytää itselleen pelikaveri.

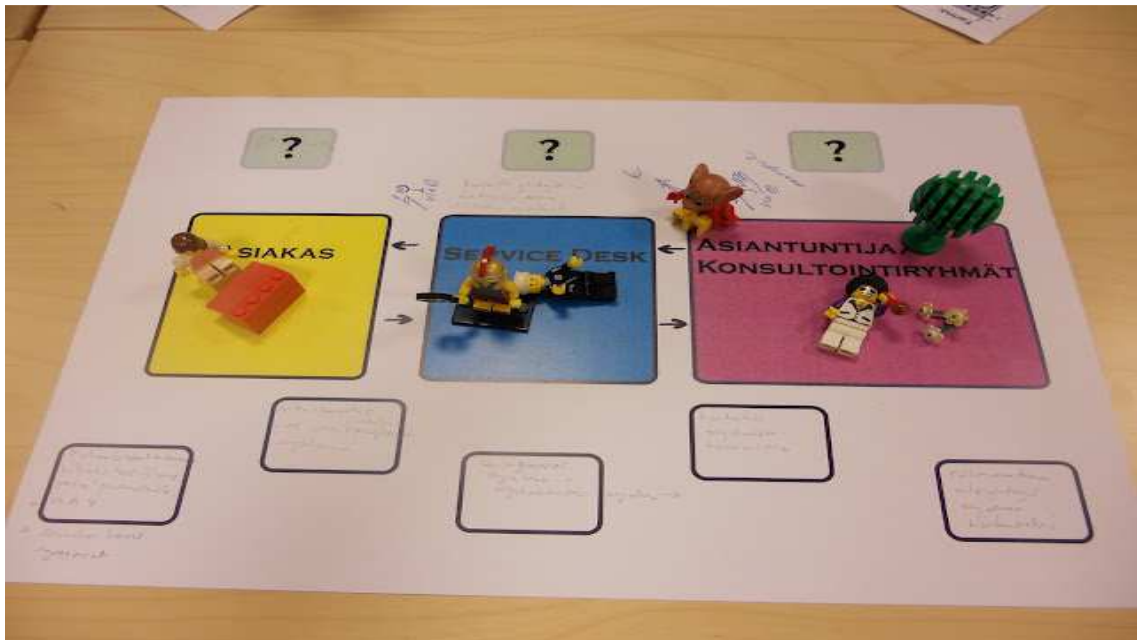


It-alan palvelutuen kehittäminen asiakaslähtöisemmäksi

Netox Oy tarjoaa valtakunnallisesti it-palveluita eri asiakasyrityksille. Yrityksen päätuotteita ovat it-hallintapalvelu, Service Desk-palvelu, konesali- ja palvelinratkaisut, käyttäjäratkaisut, ohjelmistosopimukset, tietohallinto ja tietoturvaratkaisut.

Työn tavoitteena oli löytää vastaus kysymykseen, miten saada yrityksen Service Desk eli asiakaspalvelu asiakaslähtöisemmäksi. Kehitystyön kohteena olivat suomalaiset ja ruotsalaiset business-to-business asiakkaat. Työssä selvitettiin myös, mitä asiakkaat haluavat ja mitä ovat asiakkaiden toiveet ja tarpeet. Lisäksi pyrittiin tunnistamaan asiakkaiden piileviä tarpeita. Tutkimusta varten haastateltiin it-tukipalvelua käyttäviä asiakkaita ja haastatteluiden avulla selvitettiin asiakkaiden kokemuksia palvelun käytöstä sekä kartoitettiin asiakkaiden toiveita ja tarpeita palvelumuotoilun näkökulmasta. Lisäksi järjestettiin palvelumuotoilutyöpaja, jossa pyrittiin tunnistamaan tekijöitä, jotka vaikuttavat asiakkaan palvelukokemukseen. Palvelumuotoilutyöpajaan osallistui yrityksen henkilökuntaa, Oulun seudun ammattikorkeakoulun henkilökuntaa, opinnäytetyön tekijä sekä palvelumuotoilun ammattilainen Kuopion Muotoiluakatemiasta. Haastattelujen ja työpajan tulosten perusteella selvisi, että asiakkaalle palvelussa on tärkeintä nopeus sekä asiantuntemuus. Lisäksi palvelumuotoilun työpajassa tunnistettiin asiakkaiden palvelussa kokemat ongelmakohdat, joihin on syytä kiinnittää erityistä huomiota.

Opinnäytetyöprosessissa selvisi, että asiakkaan arvostavat henkilökohtaista palvelua ja asiantuntemusta. Asiakkaiden ongelmat liittyvät tavoitettavuuteen, osaamisen henkilöitymiseen ja eri prosessien väliseen yhteistyöhön. Palvelun laadun kannalta on tärkeää, että palvelupyyntö saadaan välitettyä nopeasti henkilölle, joka kykenee ratkaisemaan ongelman. Asiakkaat myös arvostavat sitä, että saavat väliaikatietoja prosessin tilasta. Haastateltavat kokivat myös, että verkkopuhelupalvelu Skype sopisi tukemaan palvelun käyttöä ja tekisi toiminnasta näkyvämpää, mikä saattaisi parantaa asiakkaan kokemaa palvelukokemusta.

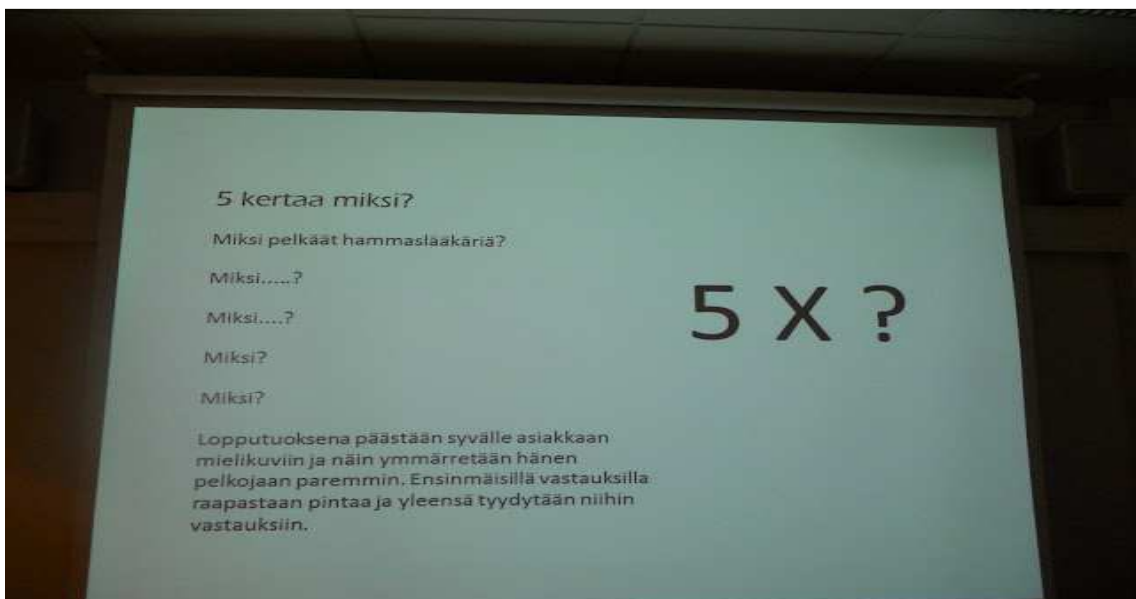


Hammashoitopelkoisen potilaan asiakaskokemuksen parantaminen

Hammaslääkäriasema Aaria Oy on Oulun Rotuaarilla sijaitseva hammaslääkäripalveluita tarjoava yritys. Aaria tarjoaa laajan valikoiman hammashoidon eri palveluita sekä nukutushoitoa sen omissa hammassairaalan tiloissa. Opinnäytetyön avulla kehitettiin Aarille palvelukäytänteitä hoidettaessa pelkoasiakkaita.

Työn avulla haluttiin selvittää, millä tavoin voidaan vähentää henkilön kokemaa hammashoitopelkoa palveluprosessin eri vaiheissa niin, että asiakaskokemus paranee. Asiakasymmärryksen saavuttamiseksi hyödynnettiin työssä useita menetelmiä, kuten hoitohenkilökunnan ja pelkopotilaiden haastatteluja ja tilojen havainnointia. Haastatteluilla haettiin vastauksia siihen, mistä pelko on syntynyt ja mitkä asiat hammashoidossa erityisesti pelottavat. Haastattelujen avulla saatiin myös käsitys asiakkaan palvelukokemuksesta. Lisäksi tutustuttiin aiempiin tutkimuksiin hammashoitopelosta sekä keskustelupalstoihin, joissa aiheena oli hammashoitopelko. Opinnäytetyöprosessin aikana järjestettiin myös palvelumuotoilun työpaja, joka oli päivän kestävä tilaisuus, jossa harjoiteltiin palvelumuotoilun työkaluja. Työpajaan osallistui Aarian henkilökuntaa sekä potentiaalisia pelkopotilaita. Työpajassa tuotettiin kuvaus pelkoasiakkaan palvelupolusta sekä tunnistettiin asiakkaan palvelukokemuksen kriittiset pisteet, joita ovat ajanvaraus ja konsultaatiokäynnin jälkeinen aika ennen varsinaista nukutushoitoa.

Työssä selvisi, että eri henkilöt pelkäävät hammashoidossa eri asioita, jonka vuoksi ei ole yhtä yksittäistä keinoa, jolla pelkoa voitaisiin vähentää. Jokaisen henkilökohtainen pelko on huomioitava ja sen pohjalta suunniteltava pelon hoito. Työn myötä saavutettiin kuitenkin hyvä asiakasymmärrys, jonka pohjalta pystyttiin luomaan paremmin pelkoasiakkaita palvelevia kehittämisideoita. Työssä esiin nousseita konkreettisia kehittämisideoita ovat muun muassa sähköinen esitietolomake ja blogin perustaminen. Yrityksen Internet-sivuille voidaan koota pelkoasiakkaille suunnattua tietoa hoitovaihtoehdoista ja listata yleisimmät pelkoa aiheuttavat ja lieventävät tekijät. Myös kurssia tai tapahtumaa hammashoitopelkoisille pidettiin tarpeellisena kuten myös nimettyä pelkopotilaiden hoitoon erikoistunutta lääkäriä ja tekstiviesti vahvistusta hoitoajasta. Merkittävää lisäarvoa yritykselle tuo myös jatkuvan kehittämisen kohteena oleva nukutuspotilaan palvelupolku selkeästi kuvattuna ja palvelupolun kriittisten pisteiden tunnistaminen.



Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin -hanke

Kilpailuetua palvelumuotoilun keinoin -hanke oli vuoden kestänyt yhteistyöhanke, jossa mukana oli Oulun seudun ammattikorkeakoulun lisäksi Yrkeshögskolan Novia, Humanistinen ammattikorkeakoulu sekä Savonia ammattikorkeakoulu. Hanke keskittyi pienten ja keskisuurten yritysten palveluliiketoiminnan osaamisen kehittämiseen palveluliiketoiminnan avulla.

Yhtenä osana hanketta kartoitettiin osallistuvien korkeakoulujen alueilla sijaitsevien PK-yritysten palveluosaamisen nykytilaa. Kartoituksen tarkoituksena oli selvittää muun muassa se, missä määrin yritykset hyödyntävät asiakkaita liiketoiminnan kehittämisessä. Hankkeen yhtenä pyrkimyksenä oli kasvattaa ammattikorkeakoulujen roolia yritysten palveluosaamisen, kilpailukyvyyn ja kannattavuuden kasvattamisessa. Tavoitteena oli, että ammattikorkeakoulut voivat auttaa yrityksiä laajentamaan osaamistaan tuotekeskeisestä liiketoiminnasta asiakaslähtöisen palveluliiketoiminnan suuntaan. Pitkän tähtäimen tavoitteena on rakentaa ammattikorkeakouluihin palvelumuotoilun klinikka ohjaamaan osaamisen siirtoa.

Hankkeen myötä yritysten tietoisuus ja osaaminen palvelumuotoilusta on lisääntynyt. Hankkeessa mukana olleille yrityksille ideoitiin uusia palvelutuotteita, joita yritykset ovat alkaneet toteuttaa.

Hankkeen aikana Oulun seudun ammattikorkeakoulussa valmistui neljä opinnäytetyötä, joissa kehitettiin kohdeyritysten liiketoimintaa palvelumuotoilun keinoin. Hankkeesta julkaistiin opinnäytetöiden lisäksi myös muita julkaisuja.

Hankkeen projektipäällikkö: Päivi Aro

Hankkeeseen liittyvät julkaisut

Opinnäytetyöt:

Ala-Ketola Marek: It-alan palvelutuen kehittäminen palvelumuotoilun keinoin

Huttula Samuli ja Turpeinen Kati: Uuden palvelun kehittäminen urheilukeskukselle palvelumuotoilun keinoin

Lämsä Jenni: Palveluprosessin kehittäminen palvelumuotoilun keinoin

Tantarinmäki Laura: Hammaslääkäriaseman pelkopotilaiden palvelukonseptin kehittäminen palvelumuotoilun keinoin

Muita julkaisuja:

Päivi Aro & Taina Vuorela: Palvelumuotoilu tärkeään rooliin Oulun seudulla. Julkaistu sanomalehti Kalevassa 3.11.2011

Palveluosaamisen kvantitatiivinen kartoitus. Oulun seudun ammattikorkeakoulu, 2011.

Lähteet ja lisää lukemista

Koivisto Mikko: Mitä on palvelumuotoilu? – Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. 2007.

http://www.muova.fi/documents/key20120524184253/Raportit%20ja%20julkaisut/Lopputyo_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf

Miettinen Satu: Hyvinvointia edistävät käyttöliittymät ja palvelualustat matkailussa ja vapaaajassa. 2010.

http://www.designkuopio.fi/pdf/HYMY_loppuraportti_2010.pdf

Miettinen Satu (toim.): Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2011. Teknologiainfo Teknova Oy.

Tuulaniemi Juha: Palvelumuotoilu. 2011. Talentum Media Oy.

Julkaisun kuvat:

Päivi Aro