



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Palvelun kehittäminen asiakkaan ehdoin

Komppa, Ida

2013 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava

Palvelun kehittäminen asiakkaan ehdoin

Komppa Ida
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2013

Komppa Ida

Palvelun kehittäminen asiakkaan ehdoin

Vuosi 2013 Sivumäärä 35

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Laurea Keravan toimipisteessä toimivaa Business Link -palvelua ottamalla asiakkaan näkökulman kehittämisen keskiöön. Palvelun ideana on mahdollistaa ammattikorkeakoulun ja yritysten välinen yhteistyö tarjoamalla sille oman toimintaympäristön. Tutkimusongelmana opinnäytetyössä oli: mitkä ovat asiakkaiden odotukset ja toiveet palvelua kohtaan? Opinnäytetyön tavoitteena oli myös, selvittää onko tämänkaltaiselle palvelulle kysyntää yritysten keskuudessa.

Opinnäytetyön teoriaosuus pohjautuu palvelumuotoiluun, palveluihin, palveluiden kehittämiseen ja asiakasymmärrykseen. Teoriaosuus ohjaa opinnäytetyön tarkoitusta eli miksi palveluiden kehittäminen on tärkeää, miten palvelua kehitetään palvelumuotoilun avulla ja miksi on tärkeää lisätä palvelun tarjoajan asiakasymmärrystä. Opinnäytetyössä keskitytään kehittämään jo olemassa olevaa Business Link -palvelua.

Opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimustapaa. Tutkimus toteutettiin lähettämällä kyselylomake Järvenpään, Keravan ja Tuusulan pienille ja keskisuurille yrityksille. Uudenmaan yrittäjät toimivat yhteistyökumppanina auttaen kyselylomakkeen lähetyksessä ja kohdistamalla kyselylomakkeen lähetyksen oikeille yrityksille.

Tutkimustuloksista havaittiin, että yritysten keskuudessa on tarvetta ja kysyntää Business Linkin kaltaiselle palvelulle. Kyseiselle palvelulle oli jopa kiireellistä tarvetta yritysten keskuudessa.

Komppa Ida

Service development on the customers terms

Year	2013	Pages	35
------	------	-------	----

The aim of this thesis is to develop a service called Business Link that operates in Laurea Kerava in from the customers' point of view. Business Links business idea is to enable the co-operation between the university of applied sciences and companies by offering an operational environment for that. The objective of this study was to find out what are customers' expectations and hopes for the service. The objective was also to clarify if there really was a demand for this service among the service group.

The theory of this thesis is based on service design, services, service development and customer understanding. The theory guides the thesis purposes which are why it is important to develop services, how services are developed by the help of service design and why it is important to increase customer understanding. The thesis focuses on developing a service that already exists.

The research is quantitative case study. The research was executed by sending a questionnaire to small and medium sized companies operating in Järvenpää, Kerava and Tuusula. Uudenmaan Yrittäjät helped with the sending of the questionnaire to the right companies.

The conclusions drawn from the results of the thesis was that among the target group there was a demand for this kind of service. In some cases the companies even had an urgent need for this service.

Keywords: Service design, service, service development, customer understanding

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet.....	7
	2.1 Opinnäytetyön rajaus.....	8
	2.2 Teoreettinen viitekehys ja käsitteet	8
	2.3 Tutkimusmenetelmät.....	9
3	Business Link.....	9
	3.1 Projektin eteneminen	11
	3.2 Tilanne nyt	12
	3.3 Vertailu muihin samankaltaisiin palveluihin.....	12
4	Palvelu	13
	4.1 Palvelun kehittäminen	14
	4.2 Palvelun asiakasymmärrys	16
5	Palvelumuotoilu	17
	5.1 Palvelumuotoilun historia	19
	5.2 Palvelumuotoilun keskeiset menetelmät ja käsitteet	19
	5.3 Palvelumuotoilun hyödyntäminen	21
	5.4 Palvelumuotoiluprosessi	22
6	Tutkimuksen toteuttaminen	24
	6.1 Tulokset.....	24
	6.2 Kyselyn tulokset	25
7	Johtopäätökset ja kehitysehdotukset	28
8	Yhteenveto	32
9	Reliabiliteetti ja validiteetti.....	33
10	Itsearviointi	33
	Lähteet	35
	Kuviot	37
	Liitteet.....	38

1 Johdanto

Erilaisten palvelujen määrää kasvattaa yhteiskunnan muuttuminen ja monimutkaistuminen. Yritysten voimakas erikoistuminen vaatii yrityksiä yhä riippuvaisemmiksi toistensa palveluista, jotta yritykset ja yhteiskunta pystyisi tuottamaan hyviä kokonaisuuksia. (Kansanen & Väistö 1994, 7.) Laurea Business Linkin tarkoitus on tarjota yrityksille palvelua, joka ratkaisee heidän ongelmansa. Keravan opiskelijat tekevät yrityksiä tarjoamia toimeksiantoja osana kursisuoritusta. Ammattikorkeakoulun tavoitteena on tämän palvelun avulla luoda pysyviä yhteistyömuotoja ja mahdollisesti kehittää alueen elinkeinotoiminnan käytänteitä. Onnistuneiden toimeksiantojen avulla on mahdollista saavuttaa useita tärkeitä ja konkreettisia tuloksia, jotka hyödyntävät molempia osapuolia eli ammattikorkeakouluja ja yrityksiä (Rajakangas 2013).

Tämän opinnäytetyön avulla kehitettiin jo olemassa olevaa palvelua asiakkaiden ehdoilla, jotta se vastaisi myös heidän odotuksiaan ja tavoitteitaan. Palvelun kehittämisen keinona opinnäytetyössä käytettiin vasta muotoaan saavaa palvelumuotoilun teoriaa. Tämä palvelumuotoilun kehittämissuuntaus on tapa, jolla pyritään ottamaan asiakas osaksi kehittämistä. Palvelumuotoilun avulla tuodaan uudenlainen käyttäjälähtöisempi näkökulma ja työkalu osaksi palvelujen kehittämistä (Miettinen 2011, 11). Opinnäytetyön edetessä tavoitteeksi otettiin tarve selvittää onko kyseiselle palvelulle kysyntää asiakkaiden keskuudessa. Palvelun kysynnän tiedostaminen on tärkeää palvelun tarjoajalle, koska ilman asiakasta palvelua ei ole olemassa (Tuulaniemi 2011, 71).

Asiakkaiden näkökulman selvitetiin toteuttamalla kyselytutkimuksen mahdollisille yhteistyöyrityksille. Kyselytutkimuksen avulla testattiin onko palvelulle mahdollisesti kysyntää ja ovatko yritykset kiinnostuneita tämänkaltaisesta yhteistyöstä. Palvelun testaaminen ei aina tarkoita varsinaista testaamista käytännössä, vaan se voidaan toteuttaa esimerkiksi esitteiden avulla, joiden kautta voidaan testata palvelun tarve ja kysyntä. (Tuulaniemi 2011, 231.) Business Linkin kaltaisella hanketyöllä on merkittävä rooli yritysten ja ammattikorkeakoulujen yhteistyössä. Yhteistyöt ovat myös erittäin tärkeässä roolissa opiskelijoiden työllistymisessä. (Rajakangas 2013.)

2 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet

Opinnäytetyö toteutettiin Laurea ammattikorkeakoulun Keravan toimipisteelle. Toimeksianto tuli suoraan ammattikorkeakoulun Business Link -palvelun kehittämispäälliköltä. Opinnäytetyön avulla haluttiin selvittää, kuinka olemassa olevaa palvelua voidaan kehittää vastaamaan asiakkaiden tarpeita ja näkevätkö asiakkaat palvelun tarpeelliseksi. Teoreettiseksi pohjaksi valittiin palvelumuotoilu ja sen tarjoamat kehittämisen keinot, koska palvelumuotoilun kehittämisen keskiössä on ihminen, ei pelkät tavarat tai palvelut (Tuulaniemi 2011, 66).

Palvelumuotoilussa luoda palvelutuotteita, jotka vastaavat asiakkaiden asettamia tavoitteita, mutta vastaavat myös palveluntuottajan tavoitteisiin. Ilman asiakasnäkökulman, tavoitteiden ja palvelumuotoilun huomioon ottamista, ei voida taata kestävää palvelua. Palvelun suunnittelua ohjaavat erilaiset asiat kuten liiketoiminnalliset tavoitteet, resurssit, ymmärrys asiakkaista ja heidän tarpeistaan. (Tuulaniemi 2011, 103,104.) Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Laurea Keravan toimipisteen Business Link -palvelua palvelumuotoilun avulla. Tavoitteena oli saada selville mitkä ovat asiakkaiden eli Keravan, Tuusulan ja Järvenpään pienten ja keskisuurten yritysten toiveet ja odotukset palvelua kohtaan. Lopputulokseksi tavoitteena oli saada kehitettyä palvelu, joka on kestävä ja asiakkaiden ja palveluntuottajan tavoitteita vastaava. Palvelumuotoilun avulla halutaan tuoda lisäarvoa palvelun käyttäjille. Palvelumuotoilu perustuu asiakasymmärrykseen, jonka avulla halutaan varmistaa, että palvelut tavoittavat asiakkaiden tarpeet ja jopa ylittävät heidän odotuksensa. (Tuulaniemi 2011,173,174.)

Business Link -palvelu oli olemassa jo ennen opinnäytetyön aloittamista, joten tavoitteena oli kehittää jo olemassa olevaa palvelua palvelumuotoilun avulla. Asiakkaille lähetettävän kyselylomakkeen, tarkoituksena on kasvattaa palvelun tarjoajan eli Laurea Kerava toimipisteen asiakasymmärrystä. Kyselylomake toteutetaan osana kvantitatiivista tutkimusta. Tämän avulla saadaan selville asiakkaiden tavoitteet ja odotukset palvelua kohtaan, tai mitä heidän mielestään tulisi lisätä palveluun. Avoimien kysymysten tarkoituksena on saada asiakkaiden avulla selville uusia palvelun ulottuvuuksia, joita ei ole osattu ottaa huomioon palvelun perustamisessa. Kyselylomake toteutettiin anonyyminä yhteistyökumppanin Uudenmaan yrittäjien avulla. Yrittäjille annettiin mahdollisuus antaa yhteystietonsa, jos he ovat kiinnostuneita mahdollisesta yhteistyöstä. Tämän avulla saatiin selville kokevatko asiakkaat palvelun tarpeelliseksi ja onko palvelulle mahdollisesti kysyntää. Kun olemme ymmärtäneet asiakkaiden tarpeet ja odotukset Business Link -palvelua kohtaan, voimme kehittää olemassa olevaa palvelua paremmin asiakkaiden tarpeita vastaavaksi. (Tuulaniemi 2011, 99.)

2.1 Opinnäytetyön rajaus

Keravan Laurea toimipisteessä toimiva Business Link on perustettu jo puoli vuotta ennen opinnäytetyön aloittamista. Opinnäytetyön tarkoituksena ei ole perustaa uutta palvelua, vaan keskityä kehittämään jo olemassa olevaa palvelua vastaamaan paremmin asiakkaiden toiveita ja tarpeita. Toteutan kyselyn, jonka aiheena on, kuinka asiakkaat näkevät palvelun ja kuinka sitä heidän mielestään tulisi kehittää, jotta se vastaisi heidän tarpeitaan. Keskityin opinnäytetyössä palvelun kehittämiseen palvelumuotoilun avulla ottamalla asiakkaat osaksi palvelun kehittämistä.

Opinnäytetyössä ei toteutettu kehitettävän palvelun testaamista käytännössä. Kehitettävän palvelun testaaminen toteutettiin kyselylomakkeen avulla, jonka toisena tavoitteena oli saada tietää onko palvelulle kysyntää ja näkevätkö yritykset, että heille on tarvetta tämänkaltaiselle palvelulle. Näitä tavoitteita selvitän kyselylomakkeessa, kysymällä minkälaiselle palvelulle yrityksillä on kysyntää ja moniko yrityksistä on kiinnostunut yhteistyöstä Laurea Keravan kanssa.

2.2 Teoreettinen viitekehys ja käsitteet

Opinnäytetyön teoriapohjana käytetään palvelumuotoilua, joka on kasvava osaamisala ja jonka avulla tuodaan muotoiluosaamista palveluiden kehittämiseen, ja lisäämään palveluiden arvoa (Tuulaniemi, 2011, 13). Palvelumuotoilu on sekä keskeinen käsite, että teoriapohja opinnäytetyölle. Palvelumuotoilua käytämme apuna kun muotoilemme kyselylomaketta asiakkaille ja analysoidessamme kyselyn tuloksia. Palvelumuotoilun teoriaa ja työkaluja apuna käyttäen kehitän Laurea Business Link -palvelua vastaamaan asiakkaiden toiveita ja odotuksia.

Käsittelen opinnäytetyössä kuinka yritykset kehittävät palveluita ja miksi palvelun kehittäminen on tärkeää yrityksissä. Palvelumuotoilu on yksi tapa kehittää palvelua, jossa muotoilijoiden ydinosaaminen on yhdistetty palveluiden kehittämiseen (Tuulaniemi 2011, 63). Laurea Business Link on palvelu, joka on jo aikaisemmin perustettu ja tämän opinnäytetyön tavoitteena on lisätä asiakasymmärrystä ja tämän pohjalta kehittää palvelua. Tavoitteena on saada tuloksia kyselylomakkeen avulla, että kuinka palvelua tulisi kehittää asiakkaiden näkökulmasta, jotta se vastaa asiakkaiden erilaisia tarpeita.

Palvelulle löytyy monia määritelmiä kuten: se on kokemus, sitä ei voi kuluttaa loppuun, ratkaisee asiakkaan ongelman ja se on prosessi. Palvelu on suurimmaksi osaksi aineetonta toimintaa, jonka joku voi antaa toiselle, mutta omistajuus ei varsinaisesti vaihdu. (Tuulaniemi 2011, 59.) Opinnäytetyön kehittämisen kohteena olevan Laurea Business Link -palvelu, jonka

palveluideana on palvelu, jonka avulla asiakkaat saavat ratkaisun ongelmiinsa palkkaamalla ulkopuolista apua.

Palvelun kehittämisen keskeisinä tekijöinä ovat asiakkaat, joita varten palvelu tuotetaan (Risänen 2005, 17). Uudenmaan yrittäjien avulla lähestymme asiakkaita kyselylomakkeella, jonka avulla toivomme kasvattavamme asiakasymmärrystä. Mitään palvelua ei ole olemassa, jos asiakas ei ole siinä läsnä ja kuluta sitä. Yrityksen tulee osata asiakasymmärrys eli ymmärrettävä todellisuus, jossa heidän asiakkaansa elävät ja toimivat. Yrityksen on oltava tietoinen asiakkaiden todellisista motiiveista, mihin arvoihin heidän valintansa perustuvat, mitä tarpeita ja odotuksia heillä on. (Tuulaniemi 2011, 71.) Asiakkaina ovat Keravan, Tuusulan ja Järvenpään pienet ja keskisuuret yritykset, joille toteutan kyselyn, jonka avulla haluan tavoittaa asiakasymmärryksen yrityksiä kohtaan. Kyselyn avulla haluan saada selville asiakkaiden tarpeet ja odotukset. Tärkeää on huomioida asiakkaan kokemus palvelusta, joita voivat muun muassa olla asiakaspalvelun laatu, palvelunominaisuudet, helppo käytettävyys ja luotettavuus (Tuulaniemi 2011, 74).

2.3 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä oli kvantitatiivinen tutkimus eli niin sanottu määrällinen tutkimus (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 131). Kyselylomakkeen tavoitteena oli saada selville seuraavia asioita:

- Palvelun kysyntä ja käytettävyys.
- Minkälaista palvelua asiakkaat odottavat.
- Palvelun tärkeimmät ominaisuudet.
- Kuinka moni on valmis maksamaan palvelusta.

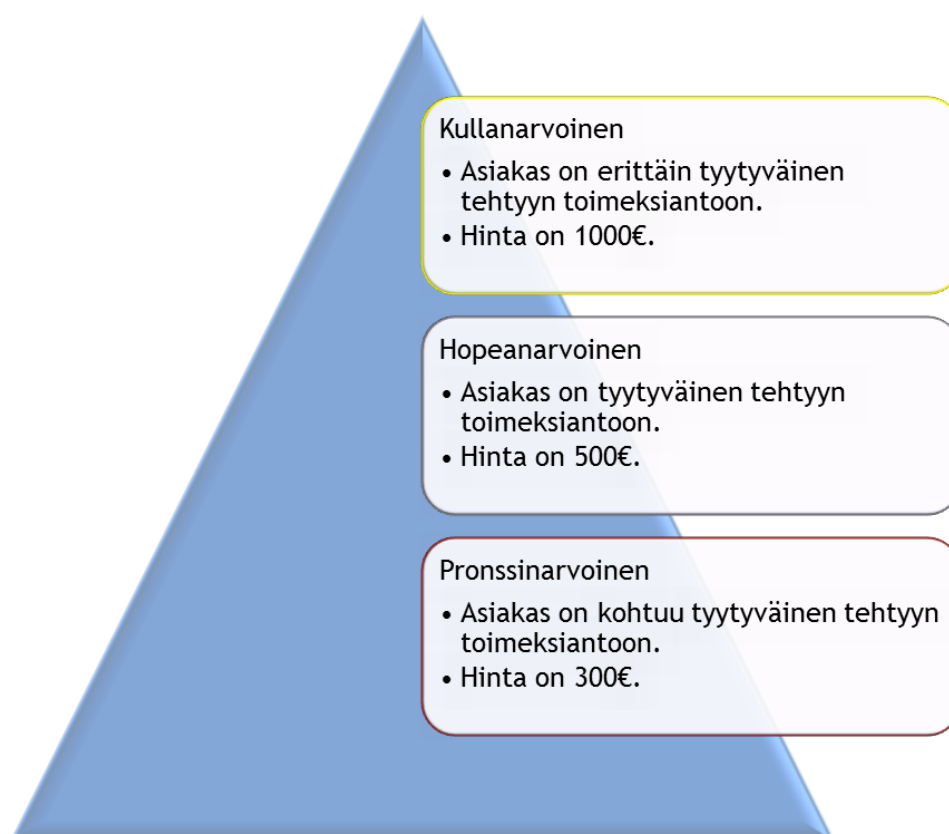
Kysymyksiin oli annettu ennalta määritellyt vastausvaihtoehdot, mutta jokaiseen kysymykseen oli mahdollista antaa oma ehdotus. Näiden kysymysten muotoilun avulla tulokset ovat enemmän numeerista kuin laadullista tulosta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa päätelmien teko perustuu enemmän havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin, kuten myös tässä opinnäytetyössä tehdään (Hirsjärvi ym. 2007, 136).

3 Business Link

Business Link on toiminut Laurea Keravan toimipisteessä puolen vuoden ajan. Palvelu perustettiin, jotta yrityksille ja ammattikorkeakoulun opiskelijoille löytyisi yhteinen oppimisympäristö, joka helpottaisi heidän yhteistyötään. Yhteistyön lisääntyessä Laurea Keravan ja alueella toimivien pienten ja keskisuurten yritysten keskuudessa päätettiin perustaa yhteistyötä helpottava kanava.

Opinnäytetyöni aiheena on kehittää Laurea Keravan toimipisteen Business Link -palvelua ja selvittää onko palvelulle kysyntää kohderyhmässä. Palvelun tavoitteena on mahdollistaa yhteistyö Kerava Laurea ammattikorkeakoulun ja alueella toimivien yritysten välillä. Business Linkin avulla yritykset voivat saada liiketalouden, tietojenkäsittelyn ja matkailualan opiskelijoita, opiskelijaryhmiä ja opettajia arvioimaan ja kehittämään yrityksen toimintaa. (Business Link Laurea.) Opiskelijat ratkaisevat yrityksen todellisia ongelmia projektityötä tekemällä, samalla yhdistämällä eri tieteenalojen teoriaa ja käytäntöä (Lindström 2012). Palvelun avulla yritykset voivat myös ilmoittaa vapaista työharjoittelupaikoista opiskelijoille. Palvelun sisältö ja laajuus räätälöidään asiakkaan tarpeiden mukaan yhdessä asiakkaan kanssa. (Business Link Laurea.)

Business Link -palvelu on asiakkailleen toimeksiantosopimuksesta riippuen maksullinen eli jos näin sovitaan. Keravan Laureassa Business Link -palvelun toimeksiannoissa käytetään hinnoittelumallia, joka toimii niin sanotun kulta, hopea ja pronssi periaatteella, kuten kuviossa 1 on kuvattu.



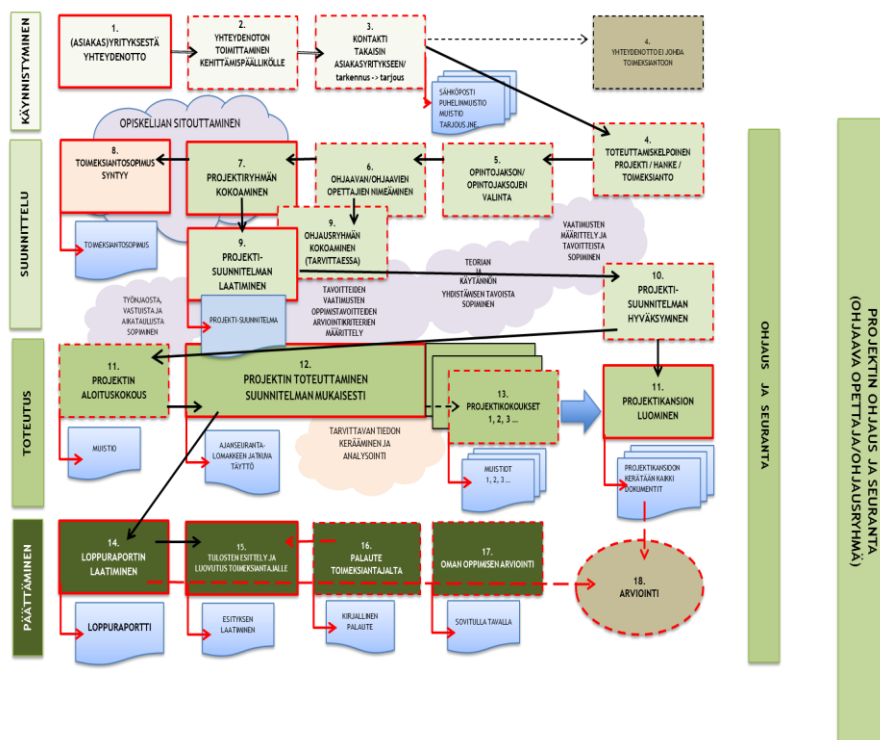
Kuvio 1: Business Linkin toimeksiintojen hinnoittelumalli.

3.1 Projektin eteneminen

Yrityksen tilaama projekti etenee neljän eri vaiheen mukaan, jotka ovat käynnistäminen, suunnittelu, toteutus ja päättäminen (kuvio 2). Yhteistyö alkaa kun asiakas eli yritys ottaa yhteyttä Laurea ammattikorkeakoulun Business Linkin vastuuhenkilöön. Seuraavassa vaiheessa vastuuhenkilö on yhteydessä yritykseen ja tarkennetaan asiakkaan toimeksiantoa ja tarjouta, tämä johtaa joko toteuttamiskelpoiseen toimeksiantoon tai ei toimeksiantoon ollenkaan. (Lindström 2012.)

Suunnitteluvaiheessa kootaan toimeksiantoa työstävä projektiryhmä, joka koostuu ohjaavasta tai ohjaavista opettajista ja oppilaista. Tämän jälkeen kun opiskelija on sitoutunut työstämään toimeksiantoa, toimeksiantosopimus syntyy. Toimeksiantosopimus koostuu työnjaosta, osapuolien vastuiden jaosta ja aikataulusta. Tämän jälkeen aloitetaan projektin suunnitelman laatiminen, joka sen jälkeen tulee hyväksyttäväksi. (Lindström 2012.)

Kun projektisuunnitelma on hyväksytty alkaa projektin varsinainen toteutus suunnitelman mukaisesti ja tarvittaessa pidetään projektikokouksia. Lopuksi projekti päätetään eli laaditaan loppuraportti, tulokset esitetään toimeksiantajalle, toimeksiantaja antaa palautetta, opiskelijan itsearviointi ja lopullinen raportti koko projektista. Koko tämän projektin aikana suunnittelusta projektin päättämiseen projektin vastuupettaja seuraa ja ohjaa projektia. (Lindström 2012.)



Kuvio 2: Laurea Business Link -projektin eteneminen (Lindström 2012).

3.2 Tilanne nyt

Business Link -palvelun toimintaa on kehitetty Keravan Laureassa useamman vuoden ajan. Business Link -palvelun varsinainen idea on esitetty yrityksille Laureassa järjestetyssä Ballad-hankkeen päätös seminaarissa vuoden 2012 joulukuussa. Kyseisen palvelun kautta ammattikorkeakoulu ja yritykset ovat tehneet yhteistyötä, mutta sen määrä on ollut vähäistä. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää kyseistä palvelua kohtaamaan asiakkaiden tarpeet paremmin.

Laurea Kerava on tehnyt alueen yritysten kanssa erilaista yhteistyötä niin paikallista kuin kansainvälistäkin. Tämän kaltaiselle yhteistyölle ei kuitenkaan ole aikaisemmin löytynyt omaa yhteistä oppimisympäristöä. Oppimisympäristön avulla halutaan helpottaa yhteistyötä ja saada palvelu tunnettavammaksi myös oppilaiden kesken.

Business Linkille löytyy omat verkkosivut, joiden linkki löytyy Laurea Keravan toimipisteen sivuilta. Verkkosivujen tarjonta on tällä hetkellä suppeaa. Sivustolta löytyy kuvaus Laurea Business Link -palvelusta ja yhteystiedot palvelun vastuuhenkilöille.

3.3 Vertailu muihin samankaltaisiin palveluihin

Laurea Keravalla toimivan Business Linkin kanssa samalla peruseriaatteella toimivia palveluita löytyy myös muista ammattikorkeakouluista, kuten Haaga-Helian, Metropolian ja Tampereen ammattikorkeakoulusta. Jokaisen koulun palvelun toimintaperiaate on yhteistyö alueen toimijoiden kanssa parantaakseen ja kehittääkseen heidän toimintaansa. Asiakkaan toimeksiannon toteuttajina ovat opiskelijat, jotka omaavat jo vahvan tietoperustan ja heidän toteutustaan valvovat koulun asiantuntijat. Hankkeiden avulla on tarkoitus soveltaa ja syventää oppilaiden omaa osaamista. Metropolia ja Tampereen ammattikorkeakoulu TAMK painottavat työssään kansainvälistä toimintaa ja tarjoavat palvelullaan asiakkailleen kansainvälisiä kontakteja. Yhteistyöt palvelevat sekä koulun että yhteistyökumppaneiden tavoitteita. Kouluilla ei ole tiettyä alaa, johon ne keskittyvät vaan tarjoavat eri alojen osaamista asiakkailleen. Nämä hankkeet ja projektit ovat jokaisessa koulussa osana oppimista ja opetusta. (Haaga-Helia; Metropolia; Tampereen ammattikorkeakoulu.)

Koulujen internet sivuilta löytyy paljon tietoa niiden yhteistyötoiminnastaan. TAMK:n sivuilta löytyy blogeja eri hankkeista ja linkkejä ajankohtaisia hankkeita koskeviin artikkeleihin. Tampereen ammattikorkeakoulu on jakanut toimintansa kolmeen osa-alueeseen eli hyvinvointiin, tekniikkaan ja kulttuuriin. Jokaisella osa-alueella on painopisteet joihin keskitytään erityisesti. TAMK:n toimintaa voi tukea lahjoituksilla tai opiskelijat voivat hakea lahjoituksia heidän

tekemiinsä hankkeisiin. (Tamk.) Haaga-Helian tieto tarjonta projekteista kiinnostuneille ulkopuolisille on erittäin suppea, mutta sieltä voi kuitenkin lukea pienet kuvaukset jokaisesta meneillään tai menneestä projektista (Haaga-Helia). Metropolian sivuilta löydät kuvaukset hankkeista aloittain joissa koulu on mukana ja yleistä tietoa yhteistyömahdollisuuksista (Metropolia).

Koulujen palvelun toimintaperiaatteista löytyy runsaasti samankaltaisuuksia. Koulut toimivat lähes samojen toimintaperiaatteiden mukaan ja pidempään toimintaansa harjoittaneet koulut ovat olleet mukana monissa projekteissa. Näiden koulujen samankaltaisia palveluita analysoidessamme voimme huomata, kuinka paljon kyseiselle palvelulle on kysyntää. Palvelu edistää sekä yrityksen toimintaa, mutta myös ammattikorkeakoulun opiskelijoiden oppimista. Voimme näiden palveluiden avulla todeta, että Laurea Keravan toimipisteessä on kysyntää tällaiselle palvelulle ja sen käyttö on lähes taattu.

4 Palvelu

Palvelu määritellään usein keskeisiltä osin aineettomaksi, se tuotetaan ja kulutetaan melkein samanaikaisesti. Vaikka palvelu kulutetaan ja tuotetaan nopeasti voivat sen vaikutukset olla pitkävaikutteisia. Palvelua ei voida varastoida eikä säilyttää varastossa, vaan se luodaan yhdessä asiakkaan kanssa juuri palvelutilanteessa. Palvelu tuotetaan asiakkaita varten ja se on parhaimmillaan tuotettu jokaisen asiakkaan omien toiveiden mukaisesti. Palvelutapahtumassa on mukana kaksi osapuolta, jotka ovat palvelun tuottaja ja sen käyttäjä. Rissanen (2005,18) oman määritelmän mukaan palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvä, ajan tai materian säästönä jne. (Rissanen 2005, 17-19.)

Palvelulle ei usein löydy yhtä ainoata määritelmää, mikä kuvaa sen monimuotoisuutta eli kompleksisuutta. Erilaisista määritelmistä löytyy kuitenkin yhteneväisyyksiä, joiden avulla palvelu voidaan tiivistää neljään eri asiaan:

- ratkaisee asiakkaan ongelman,
- se on prosessi,
- se koetaan
- se koetaan ihmisten välisenä vuorovaikutuksena. (Tuulaniemi 2011,59.)

Palveluiden tuottamiseen vaikuttavaa monia erilaisia asioita kuten asiakkaat, asiakaspalvelijat, palveluun liittyvät esineet ja ympäristöt, jotka voivat olla sekä fyysisiä, että virtuaalisia (Tuulaniemi 2011, 58, 66). Business Link on palvelu, jonka avulla yritykset eli palvelun asiakkaat hakevat ratkaisuja ulkopuolisilta palveluntarjoajalta heidän ongelmaansa. Palvelun rat-

kaisut voivat olla pitkävaikutteisia riippuen toimeksiannon luonteesta. Palvelu voi olla muodoltaan hanke, projekti, työsuhde, palvelun kehittäminen tai asiakastutkimus. Palvelun asiakkaana ovat yritykset, palveluntarjoajana toimii Laurea-ammattikorkeakoulu ja toteutukset tapahtuvat opiskelijoiden ja opettajien avulla.

Palvelut ovat aineettomia ja ajassa tapahtuvia prosesseja, joten niiden suunnittelu on haastavaa. Palvelumuotoilun avulla palveluja ja asiakaskokemuksia jäsenellään uusilla käsitteillä, jotta olisi konkreettisempaa ja hallittavampaa, kun näitä palvelutuotteita lähdetään määrittelemään ja tuotteistamaan. Kun palvelua aletaan lähemmin ja tarkemmin tarkastelemaan huomataan sen koostuvan erilaisista piirteistä. Nämä erilaiset piirteet liittyvät sekä palveluntuotantoprosessiin että palvelun lopputulokseen. Palvelu onkin ajassa tapahtuva prosessi, joka koostuu toimenpiteistä, joilla yritetään löytää asiakkaan ongelmaan ratkaisu. Tämä asiakkaan ongelmaan löydetty ratkaisu on palvelun lopputulos, jonka tulisi tuottaa asiakkaalle arvoa. (Koivisto 2011, 43.)

4.1 Palvelun kehittäminen

Kehityshankkeiden avulla luodaan uusia palvelutuotteita ja uutta lisäarvoa asiakkaalle. Palveluiden kehittäminen on parhaimmillaan asiakkaan kanssa yhteistyössä toteutettavaa. Kehityshankkeissa hyvään tulokseen pääseminen edellyttää, että tuottaja ymmärtää asiakkaiden tarpeita ja odotuksia syvällisesti sekä hyötyjen jakamista. (Rissanen 2006, 217.) Palvelun kehittäminen ei välttämättä kohdistu vain yhteen palvelun osa-alueeseen, vaan se voi kohdistua moneen eri osa-alueeseen, kuten verkostoihin, prosesseihin, asiakasrajapintaan tai jakeluun (Palveluliiketoiminta, Mitä palvelujen kehittäminen käytännössä on?). Palvelu on jatkuvaa kehittämistä eli palvelu ei toisinsanoen ole koskaan valmis (Tuulaniemi 2011, 243).

Palvelun kehittämistä aloittaessa ensimmäinen askel on usein palvelun tuotteistaminen. Palvelun tuotteistaminen tarkoittaa palvelun määrittelemistä, palveluntuotannon prosessien parantamista, palvelun selkeää konkretisointia ja palvelun hinnoittelua asiakkaalle. Tuotteistaminen tarkoittaa palvelun tai palveluntuotannon vakioinnin ja räätälöinnin selkeyttämistä. Palvelun nykytilan arviointi on hyvä tehdä ennen kuin palvelun kehittäminen aloitetaan. (Palveluliiketoiminta, Miten lähteä liikkeelle.)

Asiakkaiden tarpeet ovat nopeasti ja usein muuttuvia etenkin kun on kyseessä palvelutuotteet (Rissanen 2005, 112). Palvelun kehittämisessä on erittäin tärkeää pistää etusijalle asiakas tarpeeseen (Tuulaniemi 2011, 66). Asiakas on tiiviisti mukana palvelutuotteen suunnittelussa, kehittämisessä ja tuotannossa. Kehittämishankkeen tulokset jäävät sen tavoitteiden kannalta vaatimattomaksi, jos asiakasta ei oteta mukaan osalliseksi palvelun kehittämistä. (Rissanen 2006, 124.)

Asiakkaalla on palvelutuotteen synnyssä ja kehittämisessä monia tärkeitä rooleja. Asiakas eli palvelun kuluttaja

- määrittää palvelun tarpeen
- osallistuu palvelun tuottamiseen
- toimii viestin välittäjänä oman organisaationsa ja palvelutiimin välillä
- valvoo aikataulua ja sen toteutumista
- valvoo työn etenemistä
- välittää kokemuksensa palvelusta palvelun tuottajalle.

Tällöin asiakas on siis mukana kehittämässä palvelua ja antamassa palautetta. (Rissanen 2005, 126.)

Hyvään yhteistyöhön asiakkaan ja palveluntarjoajan välille kuuluukin palveluiden jatkuva, mutta hallittu kehittäminen. Asiakkaiden tarpeet ovat nopeasti muuttuvia etenkin palvelutuotteissa, joten palveluntarjoajan tulee reagoida asiakkaan vaatimiin muutoksiin, sekä jatkuvasti oppia itse omasta ja asiakkaiden toiminnasta. Palveluiden jatkuva kehittäminen kertoo yrityksen halusta huolehtia hyvästä asiakkuudesta ja asiakkaan tarpeiden tyydyttämisestä. Palvelusta saatava hyöty tai etu on juuri se asia, jonka takia asiakas on lähtenyt liikkeelle löytääkseen ratkaisun pulmaansa. Asiakas hakee tilanteeseen tuotetta, palvelua tai usein niiden yhdistelmää, joilla hän pystyy edesauttamaan ongelmatilanteen hoitamista. Palveluhan tuotetaan asiakasta varten, joten on tärkeää, että asiakkaat ovat osana palvelun kehittämisestä. (Rissanen 2005, 21, 96, 112, 113, 118.)

Rissanen (2006, 96) esittelee kirjassaan käsitteen yrityksestä oppivana organisaationa, jossa työyhteisö omaksuu arvot ja toimintatavat joiden avulla se oppii reagoimaan asiakkaiden vaatimiin muutoshasteisiin ja samalla myös oppimaan jatkuvasti omasta ja asiakkaiden toiminnasta. Tämä oppiva organisaatio on tehokas tapa vastata palvelun kehittämisen jatkuviin muuttuviin haasteisiin.

Palvelun kehittämisessä taustaselvitystiedoilla valmistellaan ja edesautetaan hyvän ja toimivan kehitysprojektisuunnitelman laatimista sekä ennen kaikkea tavoitteiden määrittelyä oikeiksi, aidoiksi ja realistisiksi. Taustaselvitys on syytä tehdä suunnitelmallisesti kehitysprojektia palvelevaksi. Erityistä painotusta taustaselvityksessä olisi annettava asiakkaalle ja hänen tarpeilleen. Ilman ennakkoon tehtyä valmistelutyötä on mahdoton saada aikaiseksi hyvää kehitys-hanketta. Palvelu on luonteeltaan tuote ja toimintaa, joka onnistuakseen tarvitsee usein ryhmätyötä ja erittäin laajoja taustavoimia ja pitkäaikaisia valmisteluja. Kun palvelulle asetetaan selkeät tavoitteet, takaa se onnistuneen palvelun. (Rissanen 2006, 118, 120.) Opinnäytetyössä toteutettavan kyselylomakkeen avulla halutaan saada selville asiakkaiden tarpeet

palvelulle. Business Link -palvelun kehittämisen keskiössä on asiakkaiden tarpeet ja odotukset, joten kyselylomakkeen avulla tavoitteenamme on kasvattaa asiakasymmärrystä.

Palvelumuotoilu on uusi tapa lähestyä palveluiden kehittämistä. Palvelumuotoilun tavoitteena on ymmärtää ihmisiä paremmin, havaita uusia palvelu- ja liiketoimintamahdollisuuksia, suunnitella palveluja ja toteuttaa tehdyt suunnitelmat. (Tuulaniemi 2011, 110- 111.) Palvelumuotoilu, jossa käyttäjät osallistuvat kehitystyöhön onkin viime vuosina syrjäyttänyt palvelujen kehittämistä perinteisillä tavoilla (Miettinen 2011, 21). Palvelu vastaa tällä hetkellä Laurea Business Linkin palveluntarjoajia, joten kehitettäessä palvelua asiakkaiden avulla palvelumuotoilu sopii parhaiten tätä kehitysprojektia toteutettaessa.

4.2 Palvelun asiakasymmärrys

Kokemus siitä onko itse palvelu huono vai hyvä on viime kädessä asiakkaan, koska palveluntuottajalla on usein erilainen näkemys palvelun onnistumisesta. Mahdollista on, että palvelun käyttäjä voi kokea palvelun asiakkaan näkökulmasta tuhansilla eri tavoilla, jopa aivan erilailta kuin mitä palveluntuottaja on ajatellut. (Rissanen 2005, 18.) Kun palveluntarjoajat tuottavat ratkaisuja ja arvoa erilaisiin asiakkaiden tarpeisiin ihmisten, tavaroiden ja asioiden välisissä suhteissa, nousee keskeisimmäksi ymmärrys asiakkaiden tarpeista ja toiminnan motiivista eli asiakasymmärrys (Tuulaniemi 2011, 67).

Asiakasymmärrys on sitä, että yritykset ymmärtävät todellisuuden, jossa yritysten asiakkaat elävät ja toimivat. Yritysten tulee tuntea asiakkaansa, heidän todelliset motiivinsa, arvot joihin heidän valintansa perustuvat, heidän tarpeensa ja odotuksensa. Asiakasymmärryksen saavuttamiseksi tulee ymmärtää asiakkaan arvonmuodostus eli mistä elementeistä arvo muodostuu palvelussa asiakkaalle. Yrityksen arvolupauksen voi lunastaa vain jos ymmärtää niiden tarpeet, jolle arvoa tuotetaan. Palvelumuotoilu on konkreettinen tapa määrittää asiakkaiden palvelutarpeet ja vastata niihin. (Tuulaniemi 2011, 71, 96.)

Asiakasymmärrystä voi hyödyntää esimerkiksi kehittämällä uusia palvelukonsepteja ja suunnitella kilpailijoista erottuvia asiakaskokemuksia (Tuulaniemi 2011, 72). Kun palvelu erilaistetaan asiakaskohtaisesti yritys voi saavuttaa asiakkaalleen hänen tarpeensa korkean tyytyväisyysasteen. Useimmiten palvelut luodaan asiakkaalle yksilöllisesti eli asiakaskohtaisesti ja jopa käyttötilanteessa nopean neuvottelun tuloksena. Palvelun laatuajattelussa lähtökohtana on rakentaa palvelu asiakkaan odotusten ja palvelukokemuksen pohjalle. (Rissanen 2006, 116, 214.)

Vaikka käyttäjälähtöisyys on ollut selvää jo aiemmin, palvelumuotoilun avulla kuitenkin vaaditaan tiiviimpää työskentelyä asiakkaan ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Uusien palvelujen ja liiketoimintamallien suunnittelussa on tärkeää tuntee palvelukokemus ja sen käyttäjä. Suurin osa palvelusta kuitenkin tuotetaan siten, että palveluntarjoaja ja käyttäjä ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Palvelun käyttäjän tuntemisella on suuri merkitys palvelun onnistumisen tai epäonnistumisen kannalta. (Miettinen 2011, 23, 29.)

Palveluntuottajat tarvitsevat nykypäivänä herkempiä ja tarkempia menetelmiä saadakseen selville, mitä palvelun kuluttajat odottavat ja arvostavat. Palvelun suunnittelussa täytyy lähtökohtana olla palvelun käyttäjän ymmärtäminen. Palvelumuotoilu prosessi painottaa vahvoja sosiaalisia taitoja, empatiaa käyttäjää kohtaan, luovuutta ja visuaalista ajattelua. Empaattisen muotoilun tavoite on tunnistaa asiakkaiden erilaiset piilevät asiakastarpeet. Näitä piileviä asiakastarpeita ovat erilaisia tuotteelle asetettuja vaatimuksia tai uusia ratkaisuja, joita asiakkaat eivät välttämättä edes tiedä haluavansa. (Miettinen 2011, 29- 31.)

Business Link -palvelun käytettävyyden takaamiseksi on tärkeää luoda palveluntarjoajalle vahva asiakasymmärrys. Palvelun asiakkaat ovat ne, jotka tarjoavat palveluntarjoajalle erilaisia hankkeita ja projekteja. Palvelu ei olisi olemassa ilman asiakkaita, joten tärkeää ymmärtää asiakkaan odotukset palvelua kohtaan, jotta yritys osaa vastata näihin odotuksiin.

5 Palvelumuotoilu

Palvelu tuotetaan aina asiakasta varten, joten on normaalia, että asiakas on tiiviisti mukana palvelutuotteen suunnittelussa, kehittämisessä ja tuotannossa. Kun asiakas otetaan mukaan osaksi palvelun laadun kehittämiseen, kokee asiakas suurta arvonantoa ja kokee saavansa erinomaista palvelua. Yhteistyö asiakkaan kanssa, jotta yritys voi parantaa asiakkaan saamaa lisäarvoa palvelulta on parasta mitä yritys voi tehdä. Jos asiakasta ei oteta mukaan palvelun kehittämiseen voivat tulokset jäädä tavoitteiden kannalta vaatimattomiksi. (Rissanen 2005, 118,124,217.) Palvelumuotoilu on toimintatapa, jonka palvelunkehittämisen prosessiin otetaan mukaan sekä asiakas että muut palvelun asianomaiset. (Schneider & Stickdorn 2010, 38-39.) Palvelumuotoilu antaa työvälineet, joilla palveluntarjoajat voivat vastata koko ajan muuttuviin ihmisten tarpeisiin ja ongelmiin. Nämä tarpeet muuttuvat johtuen sosiaalisen, teknologisen ja taloudellisen elinympäristön muutoksista. (Miettinen 2011, 26.) Palvelumuotoilun yksi määritelmä on, että se on ajassa ja paikassa tapahtuvien kokemusten muotoilua, jotka tavoittavat ihmiset erilaisten kosketuspisteiden kautta (Servisedesign.tv 2007, 21- 22).

Palvelumuotoilu on uusi kasvava ala, jonka avulla tuodaan palveluntuottajille uudenlaisia prosesseja ja tapoja kehittää palveluitaan. Toimintatapa on ihmiskeskeinen ja siinä on ymmärrettävä tai osattava vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen. Palvelumuotoilun avulla palvelua

käsitellään ja katsotaan asiakkaan näkökulmasta. (Miettinen & Koivisto 2009, 9- 11, 32 -39, 61.) Palvelumuotoilun tehtävä muuttuu eri toimeksiantojen mukaan eli se voi olla, joko uusien palveluiden suunnittelua tai jo olemassa olevien kehittämistä (Miettinen 2011, 31). Tämän opinnäytetyön tarkoitus on keskittyä kehittämään jo olemassa olevaa palvelua palvelumuotoilun kehittämiskeinojen avulla.

Palvelumuotoilun avulla tuodaan muotoiluosaaminen osaksi palveluiden kehittämistä ja avuksi lisäämään niiden arvoa. Palvelumuotoilu ei ole täysin uusi innovaatio vaan enemmänkin uudenvuorokainen tapa yhdistää vanhoja asioita. (Tuulaniemi 2011, 13, 24). Palvelumuotoilussa hyödynnetään pitkään muotoilussa käytettyjä menetelmiä kuten käyttäjätietojen keräämisessä ja hyödyntämisessä. Palvelumuotoilu kuitenkin eroaa perinteisestä muotoilusta sillä, että se tarjoaa laajemman näkökulman kehitettävään suunnitteluongelmaan. Muotoiluajattelu on kuitenkin tärkeää palvelumuotoilijalle, koska muotoiluajattelijoilla on kykyä tunkea empatiaa muita kohtaan, huomata asiat, joita muut eivät huomaa ja hyödyntää tätä innovaation lähteenä. Palvelumuotoilun lähtökohdaksi onkin inhimillisen toiminnan, tarpeiden, tunteiden ja motiivien kokonaisvaltaisesta ymmärtämisestä. Palveluinnovaatioita voidaan tuottaa asiakasymmärryksen pohjalta. (Miettinen, Raulo & Ruuska 2011, 13; Miettinen 2011, 26, 27.)

Palvelumuotoilu on menetelmä, jonka avulla palvelun käyttäjälle luodaan käyttäjän tarpeiden ja toiveiden mukainen palvelukokemus. Palvelumuotoilussa palvelunkäyttäjän lisäksi suunnittelussa otetaan huomioon palveluntuottajan näkökulmat. Palvelumuotoilun tavoite onkin saavuttaa palvelu, joka on käyttäjän näkökulmasta haluttava ja käytettävä ja tuottajan näkökulmasta tehokas ja tunnistettava. Palveluiden yhteissuunnittelusta yhdessä käyttäjien kanssa onkin yksi palvelumuotoilijan tärkeimmistä ominaisuuksista. (Miettinen 2011, 22, 31.)

Yritysten perustehtävänä on luoda heidän asiakkailleen arvoa, josta mistä asiakkaat ovat valmiita maksamaan. Arvo tarkoittaa palvelussa sitä, miten hyödylliseksi sidosryhmät kokevat sen, joten se on myös suhteellista. Asiakkaat tavoittelevat usein saavansa ratkaistua, jonkin ongelman palvelun avulla, joten jos asiakas saavuttaa haluamansa palvelun avulla kokee hän saavansa arvoa. (Tuulaniemi 2011, 30,31.) Palvelumuotoilun avulla luodaan arvoa palvelulle uudella tavalla. Palvelun käyttäjä eli asiakas ja palvelun tuottaja ovat läheisesti yhteistyössä koko prosessiin ajan niin palvelun kehittämisen aikana kuin toteutuksessa. Asiakas ei ole pelkästään palvelun kuluttaja vaan myös palvelun arvon tuottaja. Keskeisintä palvelumuotoilussa on arvon tuottaminen ja vuorovaikutus. (Miettinen & Koivisto 2009, 9, 11, 32 -39, 61.) Nykypäivän asiakkaat etsivät arvoa palvelusta, kattavia ratkaisuja ja vastustamattomia kokemuksia. Tärkeää on pysyä askeleen edellä kilpailijoita ja mukautua asiakkaan tarpeiden ja odotusten mukaan. (Miettinen & Koivisto 2009, 99.) Yhteistyön avulla palvelun kehittämisessä asiakas pääsee lisäämään arvoa palvelulle jo sen kehityksen alkuvaiheessa. Mitä enemmän asiakas otetaan mukaan palvelun kehittämiseen, sitä enemmän se lisää asiakasuskollisuutta ja pitkä

ikäisiä yhteistyömuotoja. (Schneider & Stickdorn 2010, 39.) Yrityksille lähetettävän kyselylomakkeen tarkoituksena oli saada asiakkaat ymmärtämään, että vastaamalla tähän kyselyyn he saavat ainutlaatuisen tilaisuuden kehittää palvelua. Tämän avulla varmistetaan palvelun käytettävyys.

Palvelumuotoilun avulla palveluntuottajille on tullut mahdollisuus uuteen lähestymistapaan kokemuksen tuotteistamiseen ja palveluympäristön kehittämiseen. Palvelumuotoiluajattelu on uutena käsitteenä otettu käyttöön, jossa painotetaan asiakkaiden palaamista käyttämään palveluita. Palvelumuotoiluajattelussa korostetaan sitä, että se tyydyttää tarpeita, mutta ei kuitenkaan vaadi liikaa inhimillisiltä tekijöiltä ja luonnonvaroilta. Palvelumuotoilu onkin vakiinnuttanut asemansa palveluiden ja palveluliiketoiminnan kehittämisessä. (Miettinen 2011, 28-29.)

5.1 Palvelumuotoilun historia

Palvelumuotoilu on kasvanut paljon viimeisen viidentoista vuoden aikana ja sitä on menestyksellisesti toteutettu käytännössä. Kansainvälisen tutkimuksen avulla on saatu aikaan runko palvelumuotoilulle ja asiantuntijuus kasvaa jatkuvasti. (Miettinen & Koivisto 2009, 39.) Palvelumuotoilu on kehittyvä ala, joka näkyy selvästi siinä, että sillä ei ole yhtä ainoaa määritelmää tai yhtenäistä artikuloitua kieltä (Schneider & Stickdorn 2010, 29). Tänä päivänä tunnettu palvelumuotoilu on 1990-luvun alkupuolelta ja sen syntyä vauhditti palvelualan merkittävä kasvu. Kun jälkiteollisuuden ajasta siirryttiin palveluiden aikaan, kohdistui palveluihin enemmän vaatimuksia. (Tuulaniemi 2011, 61.)

Palvelumuotoilussa hyödynnetään samoja kehittämisprosesseja kuin tuotemuotoilijan työssä. Muotoilu on aina tuotesidonnaisia ja kun tuote muuttuu, tulee soveltaa muotoilun ydinosamista uusilla työkaluilla uusilla alueilla. Palvelumuotoilussa on tuotu muotoilijoiden ydinosaminen osaksi palveluiden kehittämistä. (Tuulaniemi 2011, 63.) Muotoilussa ei enää rajoituta pelkästään muodon, toiminnan, materiaalien, tuotannon ja käytön suunnitteluun. Nyt suunnittelu keskittyy enemmän ihmisten, tuotteiden ja teknologian välisen vuorovaikutuksen suunnitteluun. Näiden avulla tuotetaan niin kokemuksia, toimintoja kuin palveluitakin. (Miettinen 2011, 26.)

5.2 Palvelumuotoilun keskeiset menetelmät ja käsitteet

Palvelumuotoilu on uusi kasvava ala, jossa käsitteet ja tapausesimerkit ovat vasta kehittymässä. Yrityksen ja asiakkaan tekemä yhteistyö on uusi käsite, mutta yrityksen palveluiden arvon tuottaminen on yhä useammin luotu yhteistyössä asiakkaan kanssa. (Miettinen & Koivisto 2009, 62, 63, 64.) Palvelumuotoilun yksi suuri vahvuus on, että sille ei ole yhtä ainoaa määri-

telmää (Schneider & Stickdorn 2010, 28). Oleellista palvelumuotoilussa on tunnistaa tavat joilla palvelusta voidaan tehdä arvokas sekä palvelun tarjoajalle että sen käyttäjälle (Miettinen & Koivisto 2009, 99).

Palvelumuotoilussa on keskeisintä ymmärtää syvällisesti asiakkaiden ja ihmisten tarpeita, arvoja ja toiminnan todellisia motiiveja. Palvelumuotoilussa havainnoidaan yrityksen henkilökuntaa ja asiakkaita, jotta heitä ymmärrettäisiin ja pystyttäisiin asettamaan heidän tarpeensa suunnittelun keskiöön. Palvelumuotoilun avulla autetaan yritystä kohdistamaan sen sisäisiä prosesseja asiakkaan tarpeiden ja hänelle arvoa tuottavien toimenpiteiden ympärille. (Tuulaniemi 2011, 97.)

Palvelumuotoilulle tunnusomaisia prosesseja ovat toistuva suunnittelu ja yhteissuunnittelu. Toistuva suunnittelu palvelumuotoilussa perustuu kehittämisen, kokeilemisen ja tulosten arvioinnin toistuvaan prosessiin. Tämän avulla suunnitteluratkaisut parantuvat koko ajan lisää ja saadaan nopeammin käsitys siitä, onko palvelu oikeasti toimiva tai mahdollinen. (Miettinen 2011, 22.)

Palvelumuotoilussa yksi tärkeä käsite on arvon tuottaminen yhdessä eli kun palveluntarjoaja mahdollistaa käyttäjälle osallistumisen tuotekehitykseen. Tällöin arvo voi muodostua muun muassa siitä, että käyttäjä saa tutustua ohjelmaan ja muokata sitä tarpeidensa mukaan. (Miettinen 2011, 23.) Keskeisin menetelmä palvelumuotoilussa on yhteiskehittäminen eli palvelun eri osapuolten osallistuminen palvelun kehittämiseen. Yhteiskehittäminen ei kuitenkaan tarkoita, sitä että kaikki palvelun osapuolet ovat mukana päättämässä millainen palvelu lopulta tuotetaan. Tämän tapaisessa yhteiskehittämisessä on enemmänkin tarkoituksena saada kaikki palveluun liittyvät asiat ja näkökannat mahdollisimman laaja-alaisesti huomioiduksi kun niitä aletaan kerätä ja analysoimaan. Näistä näkemyksistä ja tuloksista palvelumuotoilijat sitten valitsevat tavoitteisiin sopivat elementit palvelun kehittämiseksi. Tuulaniemi (2011,116- 118) ottaakin esille, että yhteiskehittäminen on palvelumuotoilussa sekä työtapana että periaate eikä varsinainen kehittämistyökalu (Tuulaniemi 2011, 116- 118.) Yhteissuunnittelun avulla annetaan asiakkaalle mahdollisuus kehittää tai rakentaa palvelua yhdessä yrityksen kanssa niin, että se sopii hänen toimintaympäristöönsä ja tarpeisiinsa. Tämä palvelun yhteiskehittäminen on osa asiakkaan palvelukokemusta. Palvelumuotoilussa toteutettua yhteissuunnittelua asiakkaan kanssa tehdään koko prosessin aikana siihen sopivien menetelmin. (Miettinen 2011, 25, 34.)

Palvelumuotoilulle löytyy kirjallisuudesta erilaisia menetelmiä. Schneider ja Sticdorn (2010,150) luettelevat erilaisia menetelmiä, joita palvelumuotoilijat voivat käyttää parhaalla näkemällään tavalla. Kirjassaan he kehottavat erilaisten karttojen piirtämisestä, joiden avulla pystytään hahmottamaan erilaisia asioita liittyen palveluun, jotka tulee huomioida palvelussa

ja sen kehittämisessä. Tämänkaltaisia kartoja ovat muun muassa sidosryhmien odotusten ja tarpeiden hahmottaminen, asiakkaan näkökulman ja muiden odotusten hahmottaminen. Palvelumuotoiluun kuuluu mieltä kuinka kertoa palvelun kulku ulkopuolisille esimerkiksi asiakkaille. Näitä tapoja voivat muun muassa olla tarinat, prototyyppien rakentaminen tai erilaisien skenaarioiden rakentaminen. Kirjoittajat tuovat esille erilaisia tapoja päästä halutun kohderyhmän mielen sisälle, kuten palvelusafarit eli asiakkaan saappaisiin astuminen, erilaiset haastattelut tai haastattelut erilaisissa ympäristöissä. (Schneider & Stickdorn 2010, 150-213.)

Palvelumuotoilun menetelmien käyttämiselle ei ole yhtä ja ainoaa oikeaa tapaa. On tärkeää löytää toimiva yhdistelmä, joka edesauttaa menestyksekkään projektin etenemisen haluttuun lopputulokseen. (Schneider & Stickdorn 2010, 148.) Palvelumuotoilussa on kyse ajattelutavasta, jossa palvelua tai tuotetta kehitetään jatkuvasti eli opitaan, kehitetään, kokeillaan, muokataan ja taas opitaan. Kun palvelumuotoilun taidon oppii, osaa myös soveltaa uusia menetelmiä ja mahdollisesti keksiä kokonaan uusia menetelmiä, jotka sopivat parhaiten yrityksen liiketoimintaan. (Palvelumuotoilun työkalupakki.)

5.3 Palvelumuotoilun hyödyntäminen

Palvelun käyttäjän tarpeiden ja odotusten ollessa kehitysprosessin lähtökohtana on palvelun tai tuotteen käytettävyys taattu (Miettinen & Koivisto 2009, 64). Palveluille luodaan arvoa yhä enemmän erilaisten verkostoiden yhteistyön avulla. On tärkeää kiinnittää huomioita kenen kanssa tai ketkä tekevät kenen kanssa yhteistyötä luodakseen vastustamattoman kokemuksen, joka tyydyttää asiakkaan tarpeet. (Schneider & Stickdorn, 2010, 137.) Asiakkaiden tarpeiden ja odotusten ymmärtämisen jälkeen voidaan palvelu kehittää vastaamaan asiakkaiden ja palveluita tuottavan yrityksen tarpeita paremmin. Palvelun kehittämisen tai palvelun toteuttamisen keskipisteeksi laitettaessa asiakas, saadaan aikaiseksi palvelu, jota oikeasti asiakkaat tulevat käyttämään. Tällöin minimoidaan epäonnistumisen riskit, koska palvelu on toteutettu asiakkaiden tarpeiden mukaisesti. (Tuulaniemi 2011, 72, 99.)

Palvelumuotoilun avulla yritys pystyy havaitsemaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja luomaan erilaisia palveluja, jotka ovat sekä strategisesti järkeviä että luovat arvoa asiakkaille. Palvelumuotoiluprosessin avulla yritys pystyy tunnistamaan, missä, milloin ja kuinka yritys voi tehdä palvelusta arvokkaamman asiakkaalle unohtamatta yritystä itseään. Yritykset, jotka osaavat tulkita laadullista tutkimustietoa asiakkaistaan ja kohderyhmistään ja pystyvät muuttamaan nämä tiedot halutuiksi palveluiksi menestyvät. Palvelumuotoilu on tapa jolla konkreettisesti määritetään asiakkaiden palvelutarpeet ja vastataan niihin. (Tuulaniemi 2011, 96.) Kun suunnitteluprosessin lähtökohtana ovat palvelun käyttäjien tarpeet ja odotukset, varmistetaan sillä palvelun käytettävyys (Miettinen 2011, 23).

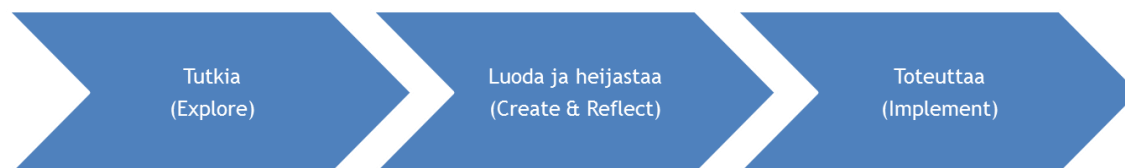
5.4 Palvelumuotoiluprosessi

Palvelun kehittäminen on luonteeltaan uuden luomista ja tämän takia se on myös ainutkertaista, joten palvelumuotoilun kuvaaminen vain yhdellä tavalla ja tiettyyn muottiin sopivaksi prosessiksi on mahdotonta (Tuulaniemi 2011, 126). Palvelumuotoiluprosessi soveltaa tutkivaa, tuottavaa ja arvioivaa muotoilun tutkimusta. Palvelumuotoilussa yhtä suuri haaste on sekä olemassa olevan palvelun kehittämisessä kuin uusien palveluiden luomisessa. (Miettinen 2011, 55.) Palvelumuotoilussa ei ole mahdollista kuvata prosessia, joka toimisi kaikkien erilaisten kehitettävien palveluiden kohdalla täysin samalla tavalla. Tämän takia kun palvelumuotoiluprosessia kuvataan, se tehdään niin, että sitä pystyy soveltamaan omalla tavalla jokaisessa palvelun kehittämistilanteissa. Pääperiaattein erilaisten palvelumuotoilun toteutusmallien kulku on sama, mutta niistä löytyy eroavaisuuksia, johtuen toimijoiden taustoista ja henkilökohtaisista kokemuksista. (Tuulaniemi 2011, 126.) Palvelumuotoiluprosessi alkaa kuitenkin asiakasymmärryksen kasvattamisella ja käyttäjäkokemuksen ymmärtämisellä. Asiakasymmärryksen kasvattamisessa aloitetaan asiakkaan tarpeiden, unelmien ja tavoitteiden ymmärtämisellä. (Miettinen 2011, 31; Hämäläinen, Miettinen & Vilka 2011, 61.)

Palvelumuotoiluprosessin avulla yritys pystyy tunnistamaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja luomaan palveluita, jotka tuottavat arvoa sekä yritykselle, että asiakkaalle. Prosessin avulla havaitaan missä, milloin ja kuinka yritys voi tehdä palvelunsa arvokkaammaksi niin itselleen kuin asiakkailleen. (Tuulaniemi 2011, 96.)

Kirjassaan Schneider ja Stickdorn (2010, 148) kirjoittavat palvelumuotoilun työkalupakista. Työkalupakin avulla tuodaan esille erilaisia tapoja ja menetelmiä kohdata palvelumuotoilu. Se ei ole kuitenkaan tarkoitettu käytettäväksi orjallisesti vaan, menetelmiä voi käyttää monella eri tapaa erilaisissa yhteenpanoissa. Menetelmät on kuitenkin kirjattu järjestyksessä, jossa ne usein palvelumuotoiluprosessissa ilmenevät. (Schneider & Stickdorn 2010, 148.)

Työkalupakin mukaan eteneminen palvelumuotoilussa on kolmivaiheinen, jotka ovat tutkiminen, luominen ja heijastaminen, ja lopuksi toteuttaminen (kuvio 3). Työkalupakin avulla palvelumuotoilu aloitetaan usein sillä, että palvelumuotoilija yrittää löytää uuden näkökulman palvelulle. Tämä voi esimerkiksi tarkoittaa, että astutaan asiakkaan, henkilökunnan, kilpailijoiden tai johtajien kenkiin, jotta saadaan kehitettyä uusi näkökulma kuinka palvelu koetaan. Tämän avulla luodaan perusta koko palvelumuotoiluprosessille. Seuraavassa vaiheessa uudet näkökulmat visualisoidaan uusiksi ideoiksi ja käsitteiksi. Usein tässä vaiheessa uudet ideat ja käsitteet ja niiden toimivuus testataan. Viimeisessä toteutus vaiheessa uusi tai kehitetty palvelu otetaan käyttöön. Toteutus tarkoittaa, että ideat laitetaan toteen. (Schneider & Stickdorn 2010, 148-149.)



Kuvio 3: Palvelumuotoilun työkalupakki (Schneider & Stickdorn 2010, 149.)

Schneiderin ja Sticdornin määrittelemässä palvelumuotoilu prosessin kulussa voidaan nähdä yhteneväisyyksiä Tuulaniemen (2011, 127) kuvaileman palvelumuotoiluprosessin kulussa. Tuulaniemen (2011, 127) määrittelemä prosessi etenee viiden eri vaiheen mukaan, jotka ovat määrittely, tutkimus, suunnittelu, tuotanto ja arviointi (kuvio 4). Palvelumuotoiluprosessi aloitetaan ratkaistavan ongelman määrittelyllä, asiakkaiden tavoitteiden määrittelyllä ja palvelun tuottajan lähtökohtien ymmärtämisellä. Näiden määritelmien jälkeen aloitetaan tutkimus, jossa toteutetaan erilaisia haastatteluita, keskusteluita ja asiakastutkimuksia, jotta saadaan rakennettua näkemys kehittämiskohteesta, toimintaympäristöstä, resursseista ja käyttäjätarpeista. Tällöin tarkennetaan myös itse palvelun tuottajan strategiset tavoitteet. Suunnitteluvaiheessa ideoidaan ongelman ratkaisuksi erilaisia vaihtoehtoja ja testataan niitä asiakkaiden kanssa. Tällöin myös määritellään palvelun tuottamisen mittarit. Tuotanto vaiheessa palvelukonsepti viedään markkinoille, jolloin asiakkaat testaavat sen ja kehittävät sitä. Tällöin suunnitellaan palvelun tuottaminen. Lopuksi kehitysprosessiin onnistumista arvioidaan ja tarpeen mukaan palvelua muutetaan. (Tuulaniemi 2011, 127-128.)



Kuvio 4: Palveluprosessin eteneminen (Tuulaniemi 2011, 127).

Palvelumuotoiluprosessille löytyy erilaisia määritelmiä, joita ei pidä noudattaa orjallisesta ja joita tulee muokata jokaisen eri palvelun kehittämisen kohdalla, jotta se palvelisi tilannetta parhaalla mahdollisella tavalla. (Schneider & Stickdorn 2010, 148; Tuulaniemi 2011, 126.) Tuulaniemen (2011,129) kuvailemaa palvelun prosessia voidaan käyttää, kokonaisuudessaan uuden palvelun kehittämiseen tai soveltuvin osin jo olemassa olevaa palvelua kehitettäessä.

Kun palvelumuotoiluprosessia kehitetään ja sovelletaan voi samalla tunnistaa tärkeitä erilaisia tekijöitä. Palvelumuotoiluprosessissa keskiöön nousevat käyttäjien havainnointi ja profilointi, empatia käyttäjiä kohtaan, yhteissuunnittelu käyttäjien kanssa, palveluideoiden ja -ratkaisujen visualisointi sekä visuaalinen työskentely prosessin aikana. (Miettinen 2011, 34.)

Tämän käyttäjälähtöisen suunnitteluprosessin päämääränä ei ole ainoastaan käyttökelpoisten, toimivien ja toivottavien palvelujen kehittäminen vaan samalla ainutlaatuisten palvelujen ja lisäarvon luominen palvelun käyttäjille eli asiakkaille. Palvelumuotoilulle haasteita luo uusien

tapojen löytäminen, joilla käyttäjät voivat osallistua sekä palvelun kehittämisprosessiin, että palvelun arvon tuottamiseen. (Miettinen 2011, 38.)

6 Tutkimuksen toteuttaminen

Business Link- palvelun kehittäminen aloitettiin määrittelemällä mikä kehittämisen tavoitteena on saada aikaan. Tavoitteeksi asetettiin asiakasymmärrys eli mitkä ovat asiakkaiden odotukset ja toiveet palvelua kohtaan. Myöhemmin opinnäytetyön edetessä tavoitteeksi nousi tarve saada selville onko palvelulle kysyntää tai tarvetta asiakkaiden mielestä.

Tutkimus toteutettiin lähettämällä alueen yrityksille kyselylomake, jonka avulla hahmotettiin asiakkaiden tarpeet ja toiveet palvelua kohtaan. Kyselylomake lähetettiin osana uutiskirjettä Keravan, Järvenpään ja Tuusulan yrityksille. Uutiskirjeen avulla kuvailtiin yrityksille mikä on kyselylomakkeen tarkoitus ja mainostettiin, että heillä on ainutlaatuinen tilaisuus olla mukana kehittämässä heille suunnattua palvelua. Kyselylomake lähetettiin yhteistyössä Uudenmaan yrittäjien kanssa, joilta löytyi paremmin tietoa ja kokemusta yrityksistä joille kyselylomake tulisi lähettää.

Kyselylomakkeen tuloksien avulla saimme selville palvelun kehittämiskohdat ja uudet mahdolliset liikeideat. Samankaltaisia palveluita löytyy muista Suomen ammattikorkeakouluista, kuten Haaga-Heliasta tai Tampereen ammattikorkeakoulusta. Ammattikorkeakoulujen sivujen mukaan yhteistyöt ovat onnistuneet ja halukkaita yhteistyöyrityksiä on löytynyt. Keravan Laureassa on ollut aikaisemmin yhteistyötä alueella toimivien yritysten kanssa ja on todettu, että halukkaita yhteistyöyrityksiä löytyy, joten nyt vaan tarvitaan toimiva työympäristö kasvavalle yhteistyölle. Havaitsin tutkimustuloksista, että monet yritykset ovat halukkaita yhteistyöhön. Monilla vastanneilla yrityksillä oli jopa heti tarjolla hankkeita tai projekteja, joihin tarvitsisivat ulkopuolista apua.

6.1 Tulokset

Laurea Business Link -palvelun kehittämiseksi toteutimme kyselylomakkeen, jonka tavoitteena oli saada syvällisempi tieto palvelun käyttäjien eli asiakkaiden odotuksista ja toiveista palvelua kohtaan. Opinnäytetyön edetessä tavoitteeksi nousi tarve saada selville palvelun kysyntä ja tarve asiakkaiden keskuudessa. Ilman asiakkaita eli palvelun käyttäjiä palvelua ei ole olemassa (Tuulaniemi 2011, 71). Business Link -palvelu on tarpeellinen vain, jos sille on kysyntää, koska ilman sitä kysyntää palvelun olemassa ololle ei ole tarvetta.

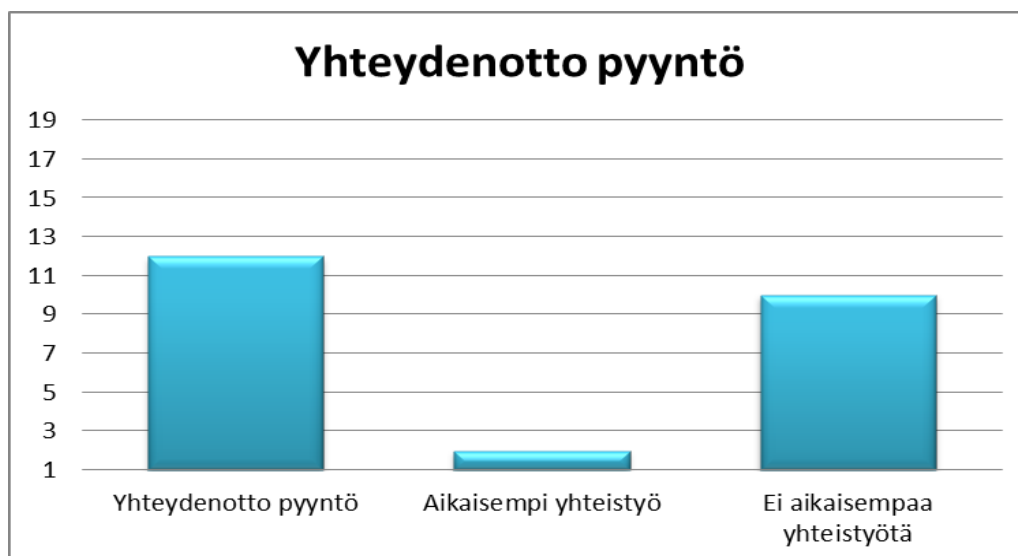
Laurea ammattikorkeakoulussa perustetun Business Link -palvelun pohja oli jo luotu puoli vuotta aikaisemmin, mutta kyselyn avulla haluttiin mahdollistaa asiakkaille tilaisuus olla osa-

na palvelun kehittämistä. Kyselylomakkeen lähettämisen avulla saisimme jakaa tietoisuutta asiakkaille palvelun olemassa olosta ja mahdollisuuden jättää yhteydenotto pyynnön kiinnostuneille yhteistyökumppaneille. Toteutetun kyselyn avulla haluttiin varmistaa palvelun käytettävyys ja että sen sisältö vastaisi sekä käyttäjän, että palvelun tarjoajan asettamia toiveita palvelua kohtaan. Kyselylomakkeen lähetys toteutettiin yhteistyössä Uudenmaan Yrittäjien kanssa. Kyselylomake lähetettiin osana uutiskirjettä Keravan, Tuusulan ja Järvenpään eri aloilla toimiville yrityksille.

6.2 Kyselyn tulokset

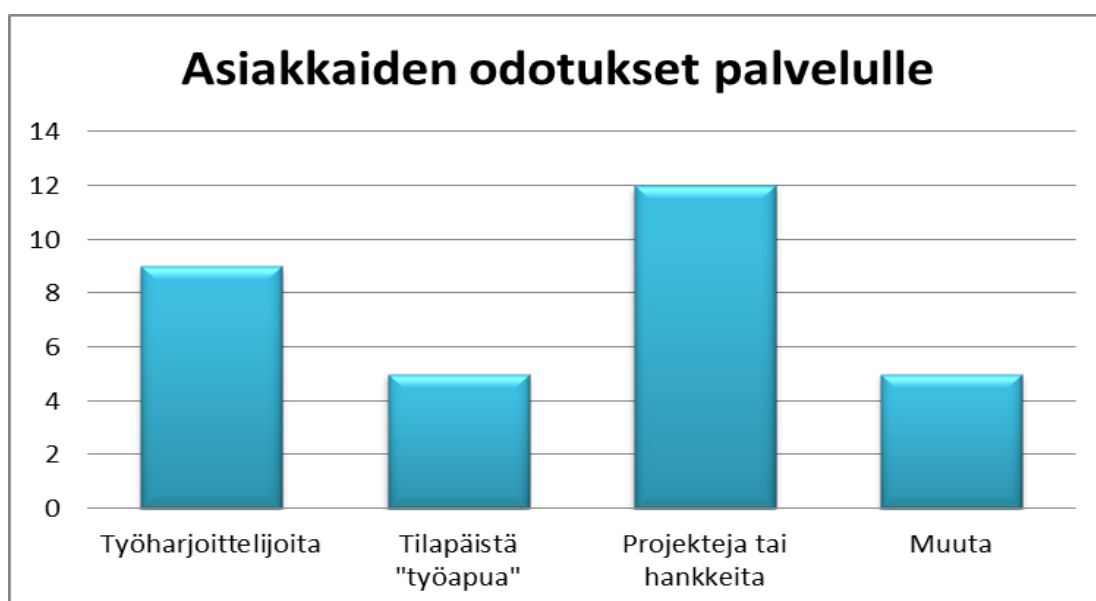
Kyselyyn vastasi yrityksiä, jotka toimivat eri toimialoilla, kuten vähittäiskauppa, viherala, ravitsemis- ja hyvinvointiala, maahantuonti, IT-palvelut, lastentarvike- ja äitiysliike, rakennusala, taksiryrittäjä, mainos- ja markkinointi, konsultointi- ja koulutuspalvelut. Kaikki vastanneet yritykset olivat pienikokoisia yrityksiä eli alle 50 henkilön yrityksiä, joiden liikevaihdot vaihtelivat 100 000 ja 1,2 miljoonan välillä.

Suurin osa yrityksistä ei ollut aikaisemmin tehnyt yhteistyötä Laurea ammattikorkeakoulun kanssa. Noin 63 prosenttia vastaajista antoi yhteystietonsa mahdollista yhteydenottoa varten. 83 prosenttia yhteistietonsa jättäneistä ei ollut aikaisemmin työskennellyt Laurea-ammattikorkeakoulun kanssa (kuviokuva 5). Kaikista vastanneista yrityksistä aikaisemmin Laurea-ammattikorkeakoulun kanssa oli työskennellyt vain noin 26 prosenttia. Joillakin yrityksillä oli kiireellistä tarvetta seminaarin järjestämiseen tai loppuvuodesta mahdollista työntarvetta ulkopuoliselta. Yritykset toivoivat saavansa uutta näkökulmaa esimerkiksi yrityksensä tuotteiden markkinointiin. Yritykset, jopa ehdottivat että he voisivat auttaa opiskelijoita esimerkiksi oman yrityksen perustamisessa ja toimia joissain tilanteissa jopa sijoittajana. Aikaisemmin yhteistyötä Laurea-ammattikorkeakoulun kanssa tehneiden yritysten yhteistyömuodot ovat olleet enimmäkseen työharjoittelijoita tai oppisopimuskoulutuksia. Vastanneissa oli yrityksiä, jotka olivat tehneet yhteistyötä Laurean Yrityshautomon kautta.



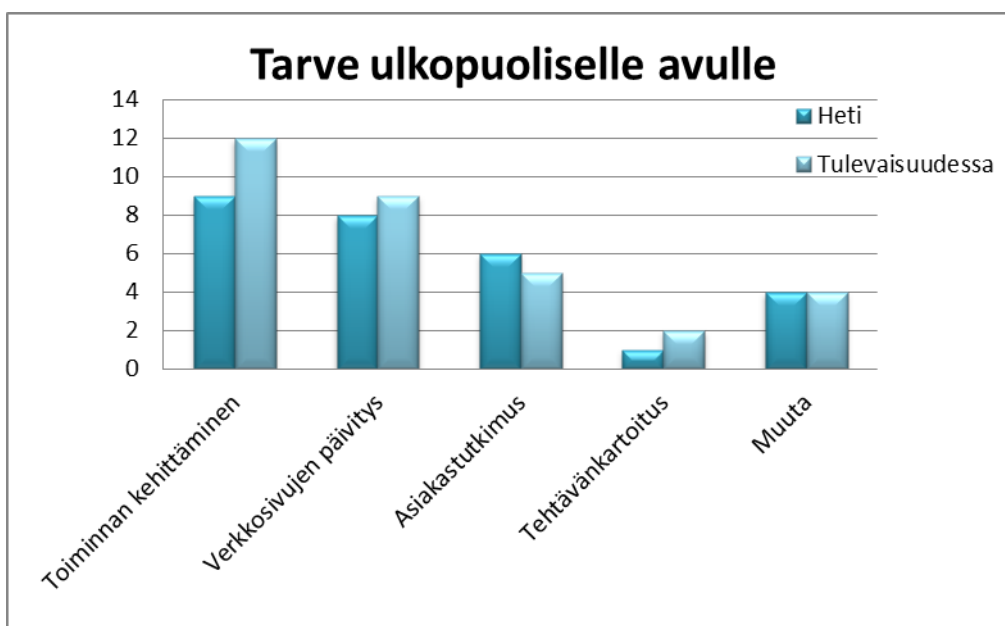
Kuvio 5: Vastaukset kun kiinnostuneita yrityksiä pyydettiin jättämään yhteistiedot, jos he olivat kiinnostuneita yhteistyöstä.

Enemmistö yrityksistä odotti saavansa yhteistyön kautta opiskelijoita tekemään yritykselle erilaisia hankkeita tai projekteja (kuviokuva 6). Vastanneista yrityksistä tämänkaltaiseen yhteistyöhön olivat valmiita 63 prosenttia vastaajista. Työharjoittelijoita haettiin toiseksi eniten yhteistyöltä. Kun viimeinen kysymys oli avoin, 26 prosenttia yrityksistä vastasi tähän ja antoi ehdotuksia, millaista yhteistyötä he hakevat yhteistyöltä muutakin kuin mitä vaihtoehtoja heille annettiin vastausvaihtoehtoiksi. Monet yrityksistä eivät hakeneet vain yhtä yhteistyömuotoa vaan noin 42 prosenttia vastaajista haki sekä työharjoittelijoita että tilapäistä työapua tai opiskelijoita tekemään erilaisia projekteja tai hankkeita.



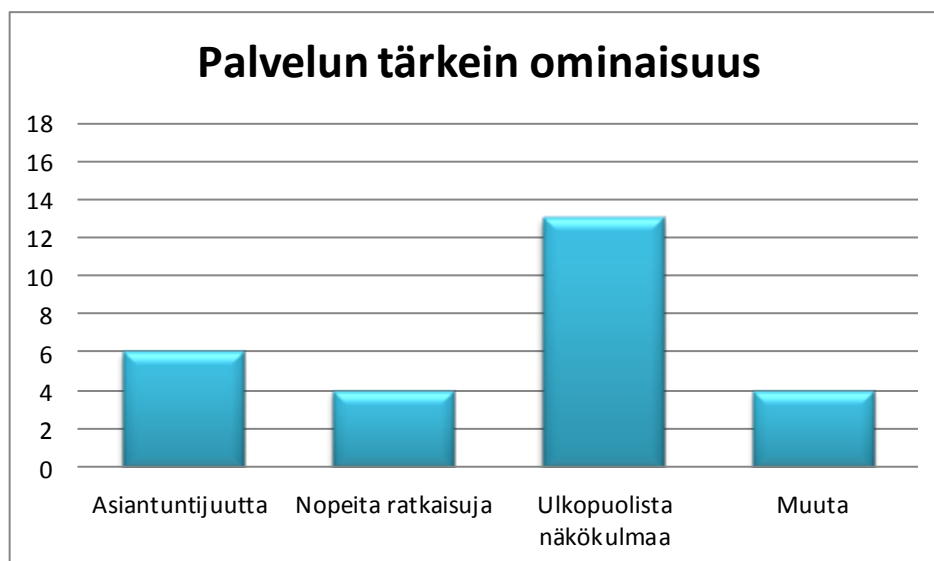
Kuvio 6: Kyselyn tuloksia kun yrityksiltä kysyttiin heidän odotuksiaan palvelua kohtaan.

Vastaajista, jopa 94 prosentilla löytyisi jo tällä hetkellä tarjottavia hankkeita tai projekteja joihin he tarvitsisivat ulkopuolista apua (kuvio 7). Suurimmalla osalla yrityksistä oli tarvetta prosessien tai palveluiden kehittämiseen eli noin 47 prosentilla. Monet yrityksistä tarvitsevat apua verkkosivujen päivitykseen, erilaisten asiakastutkimuksen tekemiseen. Vain viidellä prosentilla oli tarvetta tehtävänkartoitukseen eli osaamiskartan tekemiseen. Yrityksillä oli tarjolla paljon erilaisia töitä, joita ei löytynyt vastausvaihtoehdoista kuten esitteiden tekoa, logo-suunnittelua tai markkinointikampanjoiden tekoa. Monet yritykset näkivät, että niillä on varmasti myös tulevaisuudessa tarvetta tämäntapaiselle yhteistyölle (kuvio 7). Sama 94 prosenttia yrityksistä vastasi kysymykseen, että heillä on jo nyt nähtävissä, että ulkopuoliselle avulla on erilaisten tehtävien tekoon tarvetta. Jopa 63 prosenttia yrityksistä tarvitsee palvelulta apua palveluiden tai prosessien kehittämiseen tulevaisuudessa. Yritysten verkkosivujen päivitys oli monella yrityksellä tulossa vastaan tulevaisuudessa, jopa 47 prosentille yrityksistä. Yritykset näkivät, että on mahdollista, että tarvetta on tulossa asiakastutkimukseen, tehtävien kartoitukseen tai esitteiden ja prosessikuvauksen tekemiseen.



Kuvio 7: Minkälaisiin ongelmiin asiakkaat näkivät tarvitsevansa ulkopuolista apua.

Yritysten mielestä tärkeimmäksi odotukseksi palvelulta nousi ulkopuolisen näkökulman hakeminen, jota hakee 68 prosenttia yrityksistä (kuvio 8). Tärkeimmiksi ominaisuuksiksi palvelulle nousivat nopeat ratkaisut ja asiantuntijuus. Yritykset asettivat palvelun tärkeiksi ominaisuuksiksi verkostoitumisen, yhteistyön, asiakastyytyväisyyden ja palvelun tuoman avun.



Kuvio 8: Palvelun tärkeimmät ominaisuudet.

Laurea Business Linkille on määritelty sopimuksen luonteesta riippuen toimeksiantojen hinnoittelumalli. Hinnoittelumalli noudattaa niin sanottua kulta, hopea ja pronssi hinnoittelua. Asiakkaat saavat itse päättää maksun suuruudesta, kun he arvioivat kuinka onnistuneena he pitävät toimeksiantoa. Kaikkien vastanneiden kesken 53 prosenttia oli valmis maksamaan Business Linkin tarjoamasta palvelusta. Yrityksien joukosta kuitenkin löytyi vastaajia, jotka eivät olleet valmiita maksamaan opiskelijatyöstä 1000 euroa, joka on hinnoiteltu kunnan arvoisen toimeksiannon arvoksi.

7 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Kyselyyn vastanneiden yritysten vastausten perusteella voi päätellä, että yritykset ovat kiinnostuneita Business Link -palvelusta. Osalla vastanneilla yrityksillä oli jopa heti tarjolla olevia töitä, joihin kaipaivat ulkopuolista työvoimaa. Vaikka suurimmalla osalla yrityksillä ei ole ollut aikaisempaa kokemusta yhteistyöstä ammattikorkeakoulun kanssa olivat yritykset silti valmiita yhteistyöhön ja käyttämään ammattikorkeakoulun tarjoamia palveluita. Näistä kyselyn tuloksista voidaan jo päätellä, että ammattikorkeakoulun tarjoamalle Business Link -palvelulle on käyttöä ja yhteistyöhaluisia yrityksiä lähialueelta toimivien yritysten joukosta löytyy. Kyselytutkimuksen avulla mahdollistettiin asiakkaiden osallistumisen Business Link -palvelun kehittämiseen, tämän avulla luomme lisäarvon tuntemista asiakkaalle kun he saavat olla osana kehittämistä. Palvelun käyttö taataan, kun otetaan huomioon käyttäjien odotukset ja tarpeet kehittämisen lähtökohdaksi. (Miettinen 2011,23.) Kyselyihin vastanneista yrityksistä monet olivat valmiita yhteistyöhön ja näkivät mahdollisuutena, että yritykset voisivat käyttää palvelua heti ja tulevaisuudessa.

Osana palvelumuotoilua kuuluu kehitettävän palvelun testaaminen (Tuulaniemi 2011, 230). Palvelun testaamista käytännössä ei toteutettu tässä opinnäytetyössä. Palvelua voidaan kuitenkin testata esimerkiksi esitteen avulla, jonka avulla voidaan testata palvelun tarve ja saada asiakaspalautetta esimerkiksi palvelun tarvittavista ominaisuuksista. (Tuulaniemi 2011, 231.) Opinnäytetyössä toteutetun kyselylomakkeen avulla tuotiin palvelun asiakkaiden tietoisuuteen. Kyselylomake lähetettiin osana uutiskirjettä, jossa kuvailtiin palvelun tarkoitus ja sisältö. Kyselylomakkeessa tuotiin esille asiakkaille esille lisää palvelun sisällöstä kuten erilaisia mahdollisia yhteistyömuotoja ja palvelun hinnoittelumallin. Tämän kyselylomakkeen avulla saatiin paljon hyödyllistä tietoa palvelun kehittämiseen asiakkailta. Monet asiakkaista olivat kiinnostuneita palvelusta ja näkivät käyttöä palvelulle lähitulevaisuudessa, joten tämän kyselylomake oli samalla testaus, löytyisikö palvelulle mahdollisesti kysyntää.

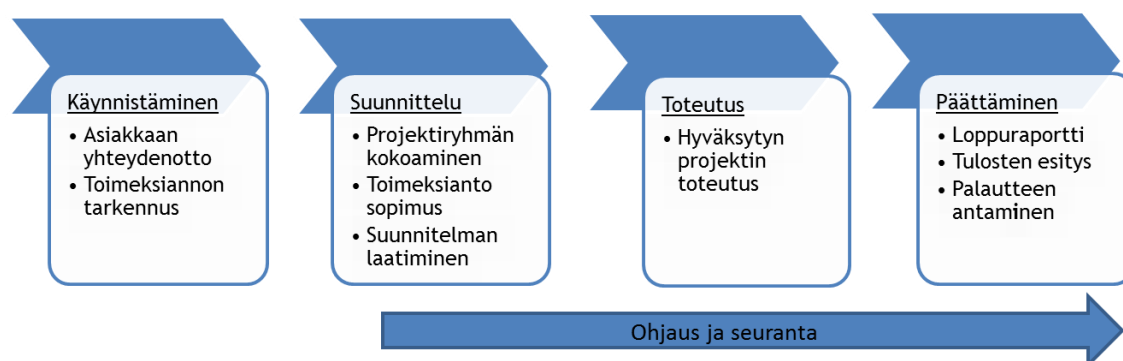
Osana palvelun kehittämistä palvelumuotoiluun kuuluu, että palveluprosessiin liittyvä viestintä muotoillaan näkyväksi. Tämä voidaan toteuttaa internet-sivujen, esitteiden tai markkinointimateriaalien avulla. (Servicedesign.tv 2007, 22.) Opinnäytetyössä palvelun viestinnän kehittämiseksi on mallinnettu muutama kehitysehdotus Business Link -palvelun sisällön kuvaamiseksi ulkopuolisille. Tavoitteena oli saada palvelun sisällön kuvaaminen yksinkertaisemmaksi ja helposti ymmärrettäväksi ottamalla asiakkaan näkökulman huomioon.

Palvelun käyttäjät eli asiakkaat näkivät ennalta määritellyistä palveluista tarvitsevansa työharjoittelijoita, ”tilapäistä työapua” tai tekijöitä projekteihin tai hankkeisiin. Yritykset ehdottivat tarvitsevansa apua verkkosivujen päivitystä, prosessien tai palveluiden kehittämisessä, asiakastutkimuksissa tai tehtävänkartoituksessa. Yritysten muita ehdotuksia yhteistyömuodoille oli esitteiden tekoa, logosuunnittelua tai markkinointikampanjoiden tekoa. Laurea Business Linkin palvelut olisi hyvä tuoda näkyväksi asiakkaille, jotta he saavat käsityksen minkälaisia ja millaisia palveluita palvelun avulla tuotetaan (kuvio 9). Palvelukuvaukset voivat olla suuntaan antavia, mutta selkeitä jotta niiden avulla asiakkaille tulisi hyvä käsitys, minkälaisesta palvelusta on kyse tai minkälaisia mahdolliset yhteistyömuodot voivat olla. Laurea Business Linkissä ei haluta kuitenkaan lyödä lukkoon yhtä ainoata palvelumuotoa, vaan antaa asiakkaille suuntaan antavia ehdotuksia minkälaisesta yhteistyöstä voisi olla kysymys tai kuinka laajoista hankkeista. Palvelun sisältö voitaisiin jakaa markkinointiin, taloushallintoon, johtajuuteen, logistiikkaan, tietotekniikkaan ja matkailuun. Näille osa-alueille voidaan listata esimerkki toimeksiantoja, joita näillä suuntautumisoilla toteutetaan. Palvelun sisältö ja tarkoitus tulee kertoa asiakkaalle ymmärrettävästi. Asiakasta ei tule unohtaa, vaan tulee huomioida, että palvelun sisältö ja tarkoitus on asiakkaalle helposti ymmärrettävissä. (Linkola 1988, 21.)



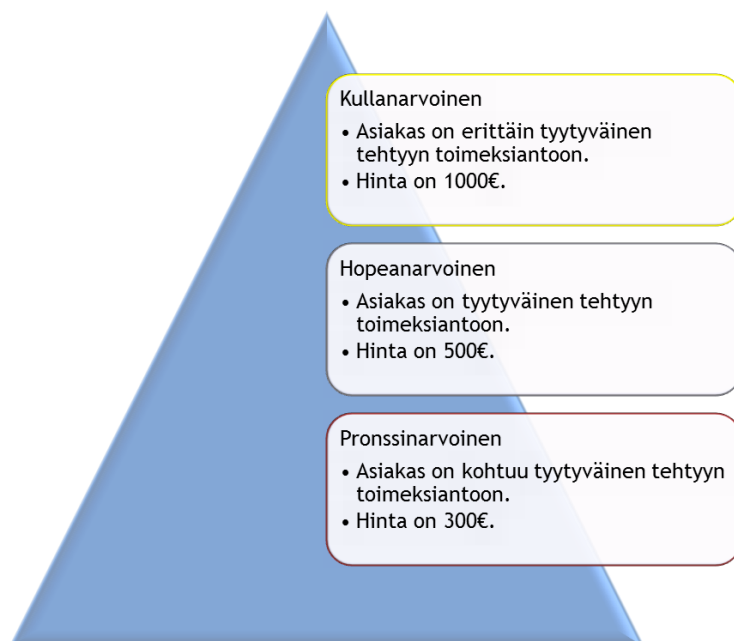
Kuvio 9: Kehitysehdotus Business Link -palvelun sisällön kuvaamiseen.

Laurea Business Link -palvelulle on luotu omat verkkosivut, joihin ulkopuolinenkin pääsee tutustumaan Laurea Keravan toimipisteen verkkosivuilta. Verkkosivuilla tulisi ilmetä palvelun idea eli minkälaisesta palvelusta on kyse. Laurea Business Link -palvelu tulisi konseptoida eli kuvata mikä on palvelun keskeinen idea (kuvio 10). Konsepti on palvelun suuri kuva, jossa kuvataan niin, että sen avulla ulkopuolinenkin ymmärtää minkälaisesta palvelusta on kyse, miten palvelu tuotetaan ja miten se vastaa asiakastarpeeseen. Palvelukonsepti kertoo suurin piirtein mitä palvelu pitää sisällään, mutta se mahdollistaa kuitenkin palvelu kehittämisen tilanteen mukaan. (Tuulaniemi 2011, 189.) Laureassa järjestetyssä tapahtumassa, jossa Business Link esitettiin yrityksille ja opiskelijoille, oli luonnosteltu Business Link -palvelun eteneminen. Tämä kuvio ei kuitenkaan välttämättä ole ulkopuolisille mahdollisimman helposti ymmärrettävä ilman, että joku läheisesti palvelun tuotannossa mukana oleva sen sisällön asiakkaalle avaa. Palvelumuotoiluun kuuluu hyödyntää muotoilussa käytettyjä tuttuja kehittämisprosesseja, jotka ovat esimerkiksi visualisointi eli tehdään aineettomasta konkreettista ja tyhjistä näkyvää (Tuulaniemi 2011, 63). Jotta palvelun idea olisi helpommin ymmärrettävissä myös asiakkaille, kehitysehdotuksena olisi palvelukonseptin esittäminen yksinkertaisemmin ja kertomalla sen tavalla, jotta ydinidea tulee esiin, mutta jättää kehittämisen varaa. Tämän hetkinen ja alkuperäinen palvelukonsepti näkyy kuviossa kaksi. Asiakkaiden asiointia helpottava ja tukeva opastus palveluun on suositeltavaa (Kansanen & Väistö 1994, 21).



Kuvio 10: Kehitysehdotus Laurea Business Link -palvelukonseptille.

Laurea Business Link -palvelu voi olla joko maksullinen tai maksuton, riippuen toimeksiannon luonteesta tai kuinka toimeksianto sopimuksessa sovitaan. Kyselytutkimuksen tuloksena 53 prosenttia yrityksistä oli valmis maksamaan Business Linkin tarjoamista palveluista. Kyselylomakkeella vastaajille esitettiin Business Linkissä käytettävä toimeksiantojen hinnoittelumalli, joten yritykset olivat tietoisia toimeksiantojen hinnoitteluhaarukasta. Vastausten perusteella yritykset olivat valmiita maksamaan toimeksiannoista nämä määritellyt summat. Yrityksille olisi hyvä julkaista verkkosivuilla näkyvä palvelun hinnoittelumalli, kuten kuviossa seitsemän näkyy.



Kuvio 11: Kehitysehdotus Business Link toimeksiantojen hinnoitteluperiaatteen esittämiseen.

Asiakas tarvitsee erilaista tietoa palvelusta, kuten minkälainen palvelu on ja sen saatavuudesta, ja joskus tämänkaltaisen tiedon hankkiminen voi kuormittaa asiakasta. Tiedon hankkiminen palvelusta ja siihen tarvittavan ajan käyttäminen voivat muodostaa psyykkisen esteen, joka voi vähentää asiakkaan halukkuutta käyttää palvelua. (Linkola 1988, 25-26.) Laurea Business Link -palvelun verkkosivuja tulisi kehittää, jotta asiakkaan tarvitsema informaatio palvelusta löytyisi mahdollisimman helposti. Kyselyyn vastanneista yrityksistä esitti kysymyksen kuinka palvelusta saadaan jatkossa tietoa. Laurea Business Link -palvelun verkkosivut tulisi olla asiakkaille helposti löydettävissä. Laurea-ammattikorkeakoulun verkkosivuille tulisi Keravan toimipisteen välilehdelle olla oma suora linkki Business Linkin kotisivuille.

Laurea Business Link -palvelun kaltaisia palveluja löytyy myös muista ammattikorkeakouluista kuten Haaga-Heliasta, Metropolista ja Tampereen ammattikorkeakoulusta. Eri ammattikorkeakoulun yhteistyöhankkeiden verkkosivuilta löytyy blogeja ja artikkeleita liittyen eri hankkeisiin. Verkkosivuilta löytyy tarkemmat kuvaukset hankkeista, kuinka se toteutettiin, kuinka siinä onnistuttiin ja lisätietoa sai kysyä jälkikäteen vastuopettajalta. Laurea Business Linkin

sivuilla olisi tarpeellista olla kuvauksia erilaisista projekteista ja hankkeista, joissa ammattikorkeakoulu on ollut mukana. Näin voidaan visualisoida asiakkaille eli yrityksille millä tavalla hankkeita ammattikorkeakoulussa toteutetaan, minkälaisia tuloksia saadaan ja kuinka laajoja tutkimukset ovat. Tämän avulla yrityksille voidaan avata paremmin Business Linkin palvelukonseptia syvällisemmin.

8 Yhteenveto

Ammattikorkeakoululaissa on määrätty, että ammattikorkeakoulujen tulee tehtäviään suorittaessa olla erityisesti omalla alueellaan yhteistyössä elinkeino- ja muun työelämän kanssa (Ammattikorkeakoululaki 2003, 4§). Laurea Business Linkin tarkoituksena on luoda Keravan toimipisteen ja lähialueella toimivien yritysten välille toimintaympäristö, jossa heidän on hyvä tehdä yhteistyötä. Palvelun avulla ammattikorkeakoulun tavoitteena on rakentaa pysyviä yhteistyömuotoja ja mahdollisesti kehittää alueen elinkeinotoiminnan käytänteitä. Tämänkaltaisen yhteistyön avulla yritykset hyötyvät luomalla uusia verkostoja hanketoiden kautta ja saavat suoraa hyötyä opiskelijoiden tekemästä työstä projektien ja hankkeiden muodossa. Ammattikorkeakoulujen opiskelijoiden suorittamat harjoittelut yrityksissä nähdään erittäin tärkeänä koulutuksen ja työelämän kohtaamispisteenä. Tämänkaltaisen yhteistyö on parhaimmillaan sellainen, jossa molemmat osapuolet oppivat uutta toisiltaan. (Rajakangas 2013.)

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Kerava toimipisteen Business Linkkiä ottamalla asiakkaan odotukset ja toiveet kehittämisen keskiöön. Kyselytutkimuksen avulla tavoitettiin mahdolliset uudet yhteistyöyritykset eli palvelun asiakkaat. Kyselytutkimuksen tuloste perusteella oli nähtävissä, että kyseiselle palvelulle oli kysyntää asiakkaiden keskuudessa. Yritykset olivat kiinnostuneita sekä tarjoamaan hankkeita opiskelijoille, että mahdollisesti sijoittamaan heidän yrittäjyyteen. Vastanneista yrityksistä monet näkivät lähitulevaisuudessa tarvetta tämänkaltaiselle palvelulle. Kyselytutkimuksen avulla sain onnistuneesti kerättyä tietoa palvelun kysyntään liittyen ja mitkä olivat asiakkaiden odotukset palvelua kohtaan.

Palvelu ei ole koskaan varsinaisesti valmis ja näin ollen vaatii jatkuvaa kehittämistä. Palvelua on hyvä kehittää jatkuvasti, jotta se vastaa asiakkaan tarpeita parhaalla mahdollisella tavalla. (Tuulaniemi 2011, 243.) Laurea Business Link toiminnan ollessa käynnissä noin vuoden on mahdollisesti tarpeellista toteuttaa toinen opinnäytetyö tai hanke, jonka tarkoituksena on selvittää kuinka palvelu on lähtenyt käyntiin. Tutkimus voidaan tehdä opiskelijoiden keskuudessa, ottamalla selvää, kuinka he kokevat palvelun ja näkevätkö he kehittämisen aihetta. Tämän avulla voi löytyä uusia alueita tai asioita, joissa on kehittämisen varaa ja saadaan uutta näkökulmaa palvelun kehittämiseen.

9 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reiabiliteetti kertoo tutkimuksen tulosten luotettavuuden eli sen mittaustulosten toistettavuutta. Jos vastaajilta kysyttäisiin samat kysymykset uudestaan, voitaisiin luottaa heidän vastaavansa täysin samalla tavalla. (Hirsjärvi ym. 2007, 226.) Toteutuneen tutkimuksen tulokset ovat reliabiileja, koska voimme avoimien vastausten perusteella todeta, että vastaajat ovat ymmärtäneet kysymykset. Kysymysten muotoilusta oli huomioitu vastaajien näkökanta eli kysymykset olivat helposti ymmärrettäviä ulkopuolisille. Kyselylomakkeessa varottiin käyttämästä liikaa ammattisanastoa, jotta väärinkäsityksiltä vältyttäisiin. Monivalintakysymysten jälkeen annettiin vastaajille mahdollisuus vastata avoimiin kysymyksiin. Näiden avoimien kysymysten vastausten perusteella voitiin todeta, että vastaajat olivat ymmärtäneet kyselyn tavoitteet.

Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa tutkimuksessa käytettävän mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata oikeaa asiaa eli juuri sitä, mitä on tarkoitus. Käytettävät mittarit eivät aina vastaa sitä tarkoitusta, mitä tutkija kuvittelee mittaavansa. Tämänkaltainen esimerkki tilanne voi olla, jos kyselylomakkeen saadut vastaukset eivät vastaa tutkijan ajattelua tai mitä tutkija yritti kysymyksen avulla saada selville. (Hirsjärvi ym. 2007, 226.) Kysymyslomakkeen avoimien kysymysten vastaukset vastasivat tutkimukselle asetettuihin tavoitteisiin ja antoivat oikean vastauksen haettuun kysymykseen. Näiden tulosten perusteella voidaan todeta, että vastaajat ymmärsivät, mitä kysymysten tavoitteet olivat ja vastaukset vastasivat asetettuihin tavoitteisiin.

10 Itsearviointi

Opinnäytetyön tavoitteet olivat palvelun kysynnän ja tarpeen selvittäminen ja palvelun kehittäminen ottamalla asiakkaan näkökulman huomioon. Mielestäni opinnäytetyössä onnistuin saavuttamaan asettamani tavoitteet. Palvelun kehittämiskohteissa otin huomioon ainoastaan asiakkaan näkökulman ja sain tulokseksi kehitysideoita, jotka ovat asiakkaille helposti ymmärrettävissä ja asiakkaiden odotuksia vastaavia. Kyselytutkimuksen avulla sain selville, että palvelulle on tarvetta ja kysyntää yrityksien keskuudessa. Kyselylomakkeen avulla sain koottua yritysten yhteystietoja, jotka annoin Business Link -palvelulle käyttöön. Näiden avulla palvelulla on heti sen toimintaa aloittaessa palvelusta kiinnostunut asiakaskunta, joiden kanssa Business Link voi aloittaa yhteistyön.

Opinnäytetyön suunnittelu vaiheessa tein aikataulun, jossa määritin aikarajat projektin eri vaiheille. Kyselylomakkeen toteutuksessa en kuitenkaan pysynyt aivan aikataulussa, koska sen olisi voinut lähettää aikaisemmin yrityksille. Kyselylomakkeen lähetys venyi, koska sen muokkaamisessa ja uutiskirjeen luomisessa menikin odotettua pidemmän aikaa. Sain kuitenkin lä-

hetettyä kyselylomakkeen asiakkaille ja vastauksia tuli nopeasti monta. Vaikka vastausaikaa annettiin yrityksille vain viikko, sain odotettua enemmän vastauksia, jotta sain opinnäytetyölle asetetut tavoitteet täytetyiksi. Kyselylomakkeen toteutus yhteistyössä Uudenmaan yrittäjien kanssa auttoi paljon kyselylomakkeen muokkaamisessa ja lähettämässä. Heidän avulleen varmistettiin, että kyselylomake tavoittaisi yritykset. Onnistuin pysymään aikataulussa muiden vaiheiden kohdalla, joten yhden vaiheen kohdalla tapahtunut viivästyminen ei haitannut opinnäytetyön valmistumista aikataulussa.

Kyselylomakkeen kohdalla huomasin, että sen olisi voinut toteuttaa kvalitatiivisena tutkimuksena, jotta olisin saanut tulokseksi enemmän laadullista kuin numeerista tietoa. Olisin voinut toteuttaa tutkimuksen haastattelun kasvotusten tai puhelimitse yritysten yhteyshenkilöiden kanssa. Tämän avulla olisin voinut saada pitempiä ja laajempia vastauksia, joiden avulla olisin ehkä saanut erilaisia tuloksia. Kysymyksille oli annettu kyselylomakkeessa ennalta määritellyt vastaukset, jos olisin enemmän antanut vastaajille vapaat mahdollisuudet vastata kysymyksiin olisi tulokset voineet olla laajempia. Näin kuitenkin tarpeelliseksi antaa yrityksille määritellyt vastaukset, jotta yritykset ymmärtäisivät, mitä kysymyksessä haetaan vastaukseksi ja näin varmistin, että vastaajat olivat ymmärtäneet kysymyksen. Koska Business Link on uusi ja aloittava palvelun Laurea Keravassa näin tarpeelliseksi avata yrityksille kyselylomakkeessa minkälaisesta palvelusta on kyse.

Mielestäni onnistuin opinnäytetyössäni ja uskon siitä olevan hyötyä opinnäytetyön toimeksiantajalle. Sain luotua palvelulle tunnettavuutta ja lisätä yrityksen tietoisuutta sen olemassa olosta kyselylomakkeen avulla. Palvelu on helpompi ottaa käyttöön, kun tiedostetaan sen tarve ja muutamia yrityksiä, jotka ovat heti valmiita yhteistyöhön.

Lähteet

Ammattikorkeakoululaki 9.5.2003/351. 2003. Ammattikorkeakoulujen tehtävät.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Painos 13. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Hämäläinen, K., Miettinen, S. & Vilka, H. 2011. Asiakasymmärryksen ja käyttäjätiedon hankkiminen. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Kansanen, A & Väistö, R. 1994. Palvelu puhuttaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
Koivisto, M. 2011. Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Koivisto, M. 2011. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Linkola, E-L. 1988. Palvelu periaatteeksi. Helsinki: Valtion painatuskeskus.

Miettinen, S. & Koivisto, M. 2009. Designing services with innovative methods. Keuruu: University of art and design Helsinki.

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu - yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Miettinen, S., Raulo, M. & Ruuska, J. 2011. Johdanto. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Pihlaja, J. 2001. Tutkielmaa tekemään. Lahti: Soceda.

Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.

Schneider, J. & Stickdorn, M. 2010. This is services design thinking. Amsterdam: BIS Publishers.

Servicedesign.tv. 2007. Servicedesign.tv- kirja palvelumuotoilusta ja matkailun kehittämisestä. Helsinki: Lönnberg Painot Oy.

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

Sähköiset lähteet

Haaga-Helia. 2012. Tutkimus - ja kehittämistoiminta. Viitattu 4.2.2013.
<http://www.haaga-helia.fi/fi/palvelut-ja-yhteistyö/tutkimus-ja-kehittämistoiminta>

Lindström, A. 2012. Business Link: Projektityöskentelyn malli. Viitattu 28.1.2013.
<http://businesslink.laurea.fi/hankkeet.html>

Metropolia. 2010. Tutkimus ja kehitys. Viitattu 4.2.2013.
<http://www.metropolia.fi/tutkimus-ja-kehitys/>

Palveluliiketoiminta. Miten lähteä liikkeelle? Viitattu 4.4.2013.
<http://www.palveluliiketoiminta.fi/miten-alkuun/>

Palveluliiketoiminta. Mitä palvelujen kehittäminen käytännössä on? Viitattu 4.4.2013.
<http://www.palveluliiketoiminta.fi/mita/>

Rajakangas,E. 2013. Hanketyöllä on merkittävä rooli yritysten ja ammattikorkeakoulun yhteistyössä. Viitattu 4.4.2013
<http://www.oamk.fi/epooki/internet-ja-ict/hanketyo-tuo-konkreettisia-tuloksia-ammattikorkeakoululle/>

Palvelumuotoilun työkalupakki. Palvelumuotoilu Viitattu 4.4.2013.
<http://sdt.fi/palvelumuotoilu.html>

Tampereen ammattikorkeakoulu. 2012. Tutkimus ja kehitys. Viitattu 4.2.2013.
[http://www.tamk.fi/cms/tamk.nsf/\\$all/2B03E72D5B664406C22576790041F758](http://www.tamk.fi/cms/tamk.nsf/$all/2B03E72D5B664406C22576790041F758)

Kuviot

Kuvio 1: Business Linkin toimeksiantojen hinnoittelumalli.....	10
Kuvio 2: Laurea Business Link -projektin eteneminen	11
Kuvio 3: Palvelumuotoilun työkalupakki	23
Kuvio 4: Palveluprosessin eteneminen.	23
Kuvio 5: Vastaukset kun kiinnostuneita yrityksiä pyydettiin jättämään yhteistiedot, jos he olivat kiinnostuneita yhteistyöstä.....	26
Kuvio 6: Kyselyn tuloksia kun yrityksiltä kysyttiin heidän odotuksiaan palvelua kohtaan. .	26
Kuvio 7: Minkälaisiin ongelmiin asiakkaat näkivät tarvitsevänsä ulkopuolista apua.	27
Kuvio 8: Palvelun tärkeimmät ominaisuudet.....	28
Kuvio 9: Kehitysehdotus Business Link -palvelun sisällön kuvaamiseen.	30
Kuvio 10: Kehitysehdotus Laurea Business Link -palvelukonseptille.	30
Kuvio 11: Kehitysehdotus Business Link toimeksiantojen hinnoitteluperiaatteen esittämiseen.	31

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake yrityksille.	39
Liite 2: Uutiskirje yrityksille.	41

Liite 1: Kyselylomake yrityksille.

Business Link - palvelun kehittäminen

Tämän kyselyn tavoitteena on selvittää alueen yritysten odotuksia ja toiveita Business Linkin toiminnalle. Yritysten kanssa tehtävän yhteistyön lisääntyessä Keravan Laureassa on toiminut puolen vuoden ajan uusi oppimisympäristö nimeltään Business Link. Tämän avulla yhteistyölle löytyy oma työympäristö, jonka avulla ammattikorkeakoulu ja yritykset voivat entistä tehokkaammin rakentaa pysyviä yhteistyön muotoja ja mahdollisesti kehittää alueen elinkeinotoiminnan käytänteitä. Oppimisympäristöön yritykset voivat tarjota erilaisia hankkeita tai työtehtäviä, joihin he haluavat ulkopuolista apua. Kysely toteutetaan anonyymina, jos yrityksen on kuitenkin kiinnostunut mahdollisesta yhteistyöstä Keravan Laurean kanssa, voitte kirjoittaa yhteystietonne viimeiseen avoimeen kysymykseen.

Perustiedot

1. Millä alalla yrityksenne toimii?
 2. Kuinka suuri yrityksenne on?
- Pieni (Alle 50 henkilöä)
 - Keskisuuri (Alle 250 henkilöä)
 - Suuri (Yli 500 henkilöä)
3. Mikä on yrityksenne liikevaihto
 4. Onko yrityksenne tehnyt yhteistyötä Laurean kanssa?

- Kyllä
- Ei
- Jos on niin minkälaista

Palvelun kehittäminen

5. Minkälaista yhteistyötä toivotta ja odotatte Business Linkiltä?

- Työharjoittelijoita
- Tilapäistä "työapua" esimerkiksi apua seminaarin järjestämiseen
- Opiskelijoita tekemään projekteja tai hankkeita
- Muuta, mitä?

6. Onko yrityksellänne tällä hetkellä hankkeita tai projekteja, joihin voisitte käyttää opiskelijoita?

- Prosessien tai palveluiden kehittämistä
- Verkkosivujen päivitystä
- Asiakastutkimusta, esimerkiksi asiakastytyväisyys
- Tehtäväkartoitusta => osaamiskartta
- Muuta, mitä?

7. Onko yrityksellänne tulevaisuudessa hankkeita tai projekteja, joihin voisitte käyttää opiskelijoita?

- Prosessien tai palveluiden kehittämistä
- Verkkosivujen päivitystä

- Asiakastutkimusta esimerkiksi asiakastyytyväisyys
- Tehtävä kartoitusta => osaamiskartta
- Muuta, mitä?

8. Mikä on tärkein odotuksenne palvelulta?

- Asiantuntijuutta
- Nopeita ratkaisuja
- Ulkopuolista näkökulmaa
- Muuta, mitä?

Kerava Laurean Business Linkin toimeksiantojen hinnoittelumalli:

Maksusta sovitaan kunkin toimeksiannon yhteydessä, jos toimeksianto on maksullinen. Periaatteena on ns. kulta, hopea ja pronssi hinnoittelu seuraavasti:

- Jos asiakas on erittäin tyytyväinen tehtyyn toimeksiantoon ja pitää tulosta kullan arvoisena, hinta on 1000 €.

- Jos asiakas on pitää tehtyä toimeksiantoa hopean arvoisena, hinta on 500€.

- Jos asiakas on kohtuu tyytyväinen tehtyyn toimeksiantoon ja pitää tulosta pronssin arvoisena, hinta on 300€.

9. Lähtisikö yrityksenne mukaan yhteistyöhön, jos kyse olisi maksullisesta palvelusta?

- Kyllä
- Ei

10. Jos teille tuli mieleen jotain muuta aiheeseen liittyvää, otamme mielellämme vastaan ideoitanne.

11. Kirjoittakaa yhteystietonne, jos olette kiinnostuneita yhteistyöstä Keravan Laurea Business Linkin kanssa.

Kiitos käyttämästänne ajasta ja antamistanne vastauksista. Aurinkoista kevättä!

Liite 2: Uutiskirje yrityksille.



Business Link

Asiakkaan ehdoin

Keravan Laurea kehittää yrityspalveluitaan. Kerro nyt omat toiveesi ja odotuksesi Keravan Laurealle, ja pääset vaikuttamaan uuden Business Link -palvelun toimintatapaan.

Business Link on puoli vuotta sitten perustettu työympäristö ammattikorkeakoulun ja yritysten väliselle yhteistyölle. Tämän työympäristön avulla yritykset voivat saada käyttöönsä ammattikorkeakoulun osaamista ja ulkopuolista apua. Käytännössä yhteistyö toteutetaan opiskelijahankkeiden ja -projektien kautta.

Ohjeet: Kyselylomakkeen löydät [tästä linkistä](#). Aikaa vastaamiseen kuluu noin 5-7 minuuttia. Vastaa heti! Kysely on auki 22.3.2013 saakka.

Kevätterveisin,

Kati Liikanen Uudenmaan Yrittäjät	Anu Lindström Keravan Laurea
--------------------------------------	---------------------------------

Kysely



Uudenmaan Yrittäjät ja Laurea-ammattikorkeakoulu tekevät tiivistä yhteistyötä, jotta yrittäjiä palveltaisiin entistä paremmin.

