

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous | Mediatuotanto

2023

Lila Ring

Drink & Draw Helsingin toiminnan laajentaminen lapsille suunnatulla taidetapahtumakonseptilla



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Liiketalous | Mediatuotanto

2023 | 68 sivua

Lila Ring

Drink & Draw Helsingin toiminnan laajentaminen lapsille suunnatulla taidetapahtumakonseptilla

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on konseptoida taidetapahtumia järjestävälle Drink & Draw Helsingille uusi, lapsille suunnattu tapahtumakonsepti ja testata konseptia käytännössä. Tarkoituksena on luoda lapsia innostava tilaisuus, jonka avulla toimeksiantaja voi laajentaa toimintaansa jatkossa. Pilottitapahtumalla pyritään luoda asiakkaalle myös selkeä käsitys siitä, minkälaista lastentapahtumien järjestäminen on käytännössä.

Teoriaosuudessa perehdyttiin konseptointiin, palvelumuotoiluun, palvelumenetelmiin sekä asiakasymmärryksen ja asiakaskokemuksen käsitteisiin. Aihealueet olivat opinnäytetyön kannalta tärkeimmät, sillä niiden avulla pystyttiin syventämään asiakasymmärrystä ja luomaan tapahtumakonsepti, joka vastasi nimenomaan lasten tarpeisiin ja toiveisiin.

Konseptointiprosessin lopputuloksena toteutettu pilottitapahtuma sai lapsilta ja toimeksiantajalta positiivisen vastaanoton. Tilaisuudesta saatu palaute, havainnot ja haastattelut todensivat Drink & Draw Helsingille myös tapahtuman kehityskohdat, joiden avulla tiedetään kuinka tapahtumaa tulisi jatkokehittää. Toteutus tarjosi toimeksiantajalle käsityksen siitä, minkälaista lasten kanssa työskentely on. Lopullisten arvioiden myötä Drink & Draw Helsinki on päättänyt laajentaa toimintaansa tulevaisuudessa lapsille suunnatuilla taidetapahtumilla.

Asiasanat:

konseptisuunnittelu, palvelumuotoilu, tapahtumasuunnittelu, lasten taidetapahtuma, asiakasymmärrys, asiakaskokemus

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Business | Media management

2023 | 68 pages

Lila Ring

Expanding Drink & Draw Helsinki's Activities with a Children's Art Event Concept

The objective of this practical thesis is to conceptualize a new event concept specifically designed for children for Drink & Draw Helsinki, an organization specializing in art events, and to test this concept in practical implementation. The goal is to create an inspiring experience for children that allows the client to expand its activities in the future. The pilot event serves to provide the client with a clear understanding of the practical aspects of organizing children's events.

To successfully develop a concept for children's art events, the theoretical framework delves into conceptual design, service design, service methods, as well as the concepts of customer understanding and experience. These areas are pivotal in deepening the understanding of children's needs and wishes and crucial for crafting an event concept tailored to them.

Based on the final assessments, Drink & Draw Helsinki has decided to expand its activities in the future by introducing children's art events. They feel the decision is justified by the overall excellence of the pilot event's atmosphere and high customer satisfaction. Feedback, observations, and interviews from the pilot event revealed areas for improvement, guiding the development of the event for future iterations.

Keywords:

conceptual design, service design, event planning, children's art event, customer understanding, customer experience

Sisältö

1 Johdanto	7
1.1 Drink & Draw Helsinki	8
1.2 Tavoitteet	9
1.3 Opinnäytetyön rakenne	10
2 Konsepti ja sen monitulkintaisuus	12
2.1 Konseptin määrittely tässä työssä	13
2.2 Palvelut ja palvelumuotoilu	15
2.3 Asiakasymmärrys	18
2.4 Palvelulla tähdätään lisäarvon tuottamiseen	19
2.5 Arvon muodostumisen tasot lastentapahtumien näkökulmasta	20
2.6 Asiakaskokemus	23
2.7 Kohderyhmän segmentointi	26
2.8 Lapsen kehitysvaiheiden sekä taidekasvatuksen merkityksen ymmärtäminen tapahtumasuunnittelussa	28
3 Palvelumuotoiluprosessi ja valitut palvelumenetelmät	32
3.1 Määrittelyvaihe	33
3.1.1 Määrittelyvaiheen palvelumenetelmät	33
3.2 Tutkimusvaihe	34
3.2.1 Tutkimusvaiheen palvelumenetelmät	35
3.3 Suunnitteluvaihe	41
3.3.1 Suunnitteluvaiheen palvelumenetelmät	42
3.4 Tuotantovaihe	47
3.4.1 Tuotantovaiheen palvelumenetelmät	48
3.5 Arviointivaihe	50
3.5.1 Arviointivaiheen palvelumenetelmät	50
4 Tapahtumakuvaus ja havainnot	51
4.1 Nimi ja teema	51
4.2 Visuaalinen ilme ja tila	51

4.3 Osallistujat ja ohjaajat	52
4.4 Ohjelma	53
4.5 Tunnelma ja vuorovaikutus	54
4.6 Välineet ja budjetti	55
5 Tulosten analysointi	57
5.1 Palaute lapsilta	57
5.2 Toimeksiantajan haastattelu	61
5.3 Palaute aikuisilta	64
5.4 Johtopäätökset	65
5.5 Henkilökohtainen arviointi	67
Lähteet	69

Liitteet

- Liite 1. Konseptidokumentti ja tapahtuman nimi
- Liite 2. Yhteisön missio ja selitys nimelle
- Liite 3. Tapahtumaa rajaavat piirteet ja kohderyhmä
- Liite 4. Tavoitteet
- Liite 5. Teema ja pääaktiviteetit
- Liite 6. Palvelupolku
- Liite 7. Pilottitapahtuman ohjelma
- Liite 8. Aistit ja pilotti
- Liite 9. Nostoja lasten haastatteluista
- Liite 10. Mihin tähdätään

Kuvat

Kuva 1. 80% lapsista osallistuisi tapahtumaan uudestaan.	57
Kuva 2. Myönteinen asiakaspalaute lapsilta	58
Kuva 3. Kielteinen asiakaspalaute lapsilta.	59

Kuviot

Kuvio 1 Arvon muodostumisen pyramidi havainnoillistaa, miten asiakkaan palvelukokemus muodostuu (Tuulaniemi 2011, 75).	21
Kuvio 2 Valittu palvelun kehittämismalli sisältää viisi selkeää vaihetta (Tuulaniemi 2011, luku 3).	32
Kuvio 3 . Empatiakartta auttaa ymmärtämään asiakasta eri aistien ja tunteiden kautta (n.d Edit.org).	36
Kuvio 4 Asiakasarvokartta auttaa löytämään yhteyksiä asiakkaan ja yrityksen välillä (n.d Strategyzer).	40
Kuvio 5 Asiakaspersoonaa kiteyttää kuvitellun palvelunkäyttäjän tarinanomaisesti (Palo 2021).	41
Kuvio 6 Arviointimatriisi helpottaa parhaiden ideoiden havaitsemista (Alhonen & Iloranta 2020, 34).	44
Kuvio 7. Palvelupolku visualisoi asiakkaan kontaktipisteet palvelun parissa (Innanen, 2018).	45

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on konseptoida taidetapahtumia järjestävälle Drink & Draw Helsingille uusi, lapsille suunnattu tapahtumakonsepti ja testata konseptia käytännössä. Työn päätavoitteena on laajentaa toimeksiantaja Drink & Draw Helsingin perustajan yritystoimintaa ja tukea lasten hyvinvointia taidetapahtuman kautta. Lisäksi toimeksiantaja haluaa saada opinnäytetyön lopputuloksena selkeän käsityksen siitä, minkälaista lasten taidetapahtumien toteutus on käytännössä. Näin voidaan havainnoida, onko toimeksiantajalla sen käyttöönottoa varten riittäviä resursseja. Työn taustamotivaationa toimii intohimoni lasten hyvinvoinnin edistämisestä kohtaan sekä halu oppia lisää palvelumuotoilun kehitysmahdollisuuksista.

Yhteiskunnan sivistys nojaa vahvasti taiteeseen sekä kulttuuriin. Taiteella on mahdollisuus vaikuttaa myös positiivisesti hyvinvointiin sekä talouden kasvuun. Taiteen kenties suurin voima piilee kuitenkin henkisen kasvun tukemisessa. (Ruokonen, Rusanen 2009, 5.) Opinnäytetyön tavoite on tuoda taiteen tekemisen luovuutta lisäävä voima lasten ulottuville sekä auttaa Drink & Draw Helsinkiä laajentamaan toimintaansa ja vahvistamaan asemaansa taidetapahtumien järjestäjänä.

Taiteen merkitys on yksilölle ja yhteiskunnalle niin ilmeinen, että se on huomioitu myös maailman laajimmin ratifioidussa Yhdistyneiden kansakuntien ihmisoikeussopimuksessa, eli Lasten oikeuksien sopimuksessa (1989). Sopimuksen artikla 31 sisältää seuraavan kohdan: "Sopimusvaltiot kunnioittavat ja edistävät lapsen oikeutta osallistua kaikkeen kulttuuri- ja taide-elämään ja kannustavat sopivien ja yhtäläisten mahdollisuuksien tarjoamista kulttuuri-, taide-, virkistys- ja vapaa-ajantoimintoihin."

Taidetapahtumaa voidaan pitää niin sanottuna aineettomana palveluna, sillä palvelun keskeisimmässä roolissa ovat ihmiset. Tästä syystä tapahtuman suunnittelussa ja opinnäytetyössä tutkin erityisesti palvelumuotoilua ja sen menetelmiä.

Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen, sillä palveluala kasvaa kovaa vauhtia jatkuvasti. Palvelualan osuus kasvaa Suomen bruttokansantuotteessa vuosittain ja suomalaisten tiedetään kuluttavan satoja euroja kuukausittain eri palveluihin (Sounio 2015, 27; Tuulaniemi 2011, luku 1).

Lisäksi vallitsevassa maailmantilanteessa, jossa ilmaston lämpeneminen aiheuttaa jatkuvasti uudenlaista tuhoa ja katastrofeja, tulisi tavaran tuottamisen ja omistamisen sijaan siirtyä kehittämään maailmaa, jossa palvelumarkkinat ovat tavaramarkkinoita keskeisemmässä roolissa (Tuulaniemi 2011, luku 1). Nykyisessä maailmantilanteessa tarvitaan lisää uusia innovointitapoja, jotta voimme aikaansaada uusia keinoja jakaa, kokea, vuokrata ja käyttää sekä tuotteita että palveluita. Palvelumarkkinoiden kehittämisellä ja vahvistamisella on suoria vaikutuksia koko maapalloon. Opinnäytetyön aihe on tärkeä, sillä sen tarkoitus on parantaa lasten hyvinvointia Drink & Draw Helsingin tarjoamien taidetapahtumien avulla. Lisäksi se on palvelutoiminnan kautta rakentamassa ekologisempaa ja kestävämpää liiketoimintaa.

1.1 Drink & Draw Helsinki

Opinnäytetyön toimeksiantaja Drink & Draw Helsinki on helsinkiläisten taiteilijoiden perustama ja ylläpitämä piirustus- ja taidetapahtumia järjestävä yhteisö.

Drink & Draw tilaisuuksissa osallistujat pääsevät piirtämään elävää mallia pop-up-lokaatioissa. Tapahtumien konseptiin kuuluu usein myös mahdollisuus nauttia viiniä tai muita virvokkeita piirtämisen ohessa.

Drink & Draw Helsingin tapahtumissa osallistujalla on lähtötasosta riippumatta mahdollisuus löytää inspiraatiota, haastaa itseään ja kehittää omaa luovuuttaan. Tilaisuudet ovat tunnelmaltaan rentoja, vapautuneita sekä inspiroivia. Ohjaajat ovat pääkaupunkiseudulla vaikuttavia taiteen ammattilaisia. Tapahtumat

toimivat aikuisille myös erinomaisina rentoutumishetkinä, joissa on lupa levähtää ja nauttia taiteen tuomasta hyvän olon tunteesta ja yhteisöllisyydestä.

Alunperin Drink & Draw Helsingin taidetapahtumia järjestettiin eri puolilla pääkaupungin ravintoloita ja baareja, mutta suuren kysynnän ja sitoutuneen asiakaskunnan myötä myös museot kiinnostuivat tapahtumasta.

Yhteisön tarjoamat tilaisuudet Suomen Kansallismuseossa ovat saavuttaneet viimeisen vuoden aikana huomattavan suosion ja olleet kaikki loppuunmyytyjä. Suuri kysyntä on tuonut esille tarpeen laajentaa Drink & Draw Helsingin tarjontaa entisestään ja tähän kysyntään opinnäytetyö pyrkii vastaamaan.

1.2 Tavoitteet

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on konseptoida Drink & Draw Helsingille uusi, lapsille suunnattu taidetapahtuma ja pilotoida uusi konsepti.

Pilottitapahtuman tarkoituksena on muodostaa toimeksiantajalle myös käsitys siitä, minkälaista lasten kanssa työskentely on ja mitkä ovat sen merkittävimpiä elementtejä. Toimeksiantajan kanssa määritettynä yhteisenä tavoitteena on luoda tilaisuus, joka on niin innostava ja mukaansatempaava, että lapset haluavat osallistua tapahtumaan uudestaan. Pyrin hiomaan tapahtumakonseptin niin toimivaksi, että Drink & Draw Helsinki voi ottaa sen osaksi tulevaa toimintaansa. Toimivuudella tarkoitetaan sitä, että yrityksen on helppo toistaa suunniteltua tapahtumakonseptia.

Pyrin keskittymään huolellisesti myös siihen, kuinka saada tapahtuma pysymään linjassa yrityksen aikuisille suunnattujen tilaisuuksien kanssa, sillä toimeksiantaja on toivonut uuden konseptin mukailevan aikuisille järjestettyjä tapahtumia ja budjetin pysyvän saman suuruisena muiden tapahtumien kanssa. Näin varmistetaan myös, että lastentapahtuma sopii toimeksiantajan brändiin ja on mahdollista ottaa käyttöön myös jatkossa.

Drink & Draw Helsinki haluaa olla osaltaan edistämässä lasten taidekasvatusta. Taidekasvattajat ja taiteilijat luovat ympäristön, joka inspiroi lapsia luovaan ajatteluun ja toimintaan, tarjoten samalla uudenlaista perspektiiviä siihen, miten elämässä tapahtuviin asioihin voi suhtautua (Ruokonen ym, 2009, 5).

Aikuisille rauhallinen ympäristö, viinilasillinen ja elävästä mallista hahmottelu tuo tilaisuuksiin toivotun "wow-efektin" ja taiteesta nauttimisen ilon.

Lapset kiinnostuvat usein erilaisista elementeistä ja ärsykkeistä kuin aikuiset, minkä vuoksi tämän työn yhteydessä asiakasymmärrys on erityisen tärkeässä roolissa. Hyvän asiakasymmärryksen kautta tapahtumalla luodaan myös lapsille ainutlaatuisia elämyksiä.

Lastentapahtumassa tavoitteena on luoda turvallinen ja rauhallinen ilmapiiri, jossa ohjelma ja elementit kiehtovat kohderyhmää. Tilaisuuteen osallistuville lapsille halutaan luoda hetki, jossa pääsee ilmaisemaan itseään vapaasti taiteen välityksellä sekä nauttimaan luovasta tekemisestä. Tarkoituksena on synnyttää kokemus, joka tekee vaikutuksen osallistujiin ja tarjoaa heille mahdollisuuden tulla osaksi uutta, inspiroivaa taidetapahtumaa. Lasten lisäksi kohderyhmän toisen segmentin, eli aikuisten, toiveet ja tarpeet tullaan huomioimaan. Päätöksiä on tehtävä esimerkiksi siitä, saavatko aikuiset osallistua tapahtumaan yhdessä lasten kanssa.

Konseptisuunnittelu ja palvelumuotoilu ovat käytännön työkaluja, joiden avulla pyrin luomaan uuden lapsia innostavan tapahtumakonseptin. Onnistuneen taidehetken toteutuminen edellyttää vahvaa tuntemusta Drink & Draw Helsingin toiminnasta sekä perinpohjaista asiakasymmärrystä. Kaikki tekeminen tähtää onnistuneeseen asiakaskokemukseen.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Tämän opinnäytetyön perustana toimivat konseptisuunnittelu, tapahtuman järjestäminen, asiakasymmärrys, asiakaskokemus ja palvelumuotoilu, jotka

muodostavat työn teoreettisen viitekehyksen. Opinnäytetyö käynnistyy teoreettisella osuudella, jossa tarjotaan ymmärrystä konseptin, konseptisuunnittelun sekä palvelumuotoilun käsitteistä, mutta myös niiden merkityksestä tämän taidetapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen liittyen.

Työn empiirinen osuus on omistettu opinnäytetyön konkreettiselle toteuttamiselle, jossa hyödynnetään teoriapohjan oppeja konseptisuunnittelusta, palvelumuotoilusta ja valituista palvelumenetelmistä. Opinnäytetyö ei tarkastele markkinointipuolta, vaan ainoastaan tapahtumakonseptointia ja pilottitapahtuman toteutusta.

Konseptointiprosessin lopputuloksena syntyy toimeksiantajalle esiteltävä ja hyväksyttävä konseptidokumentti. Dokumentista käy ilmi sanallisin ja visuaalisin keinoin se, millainen tapahtumakonsepti aiotaan pilotoida. Konseptidokumentti esitetään opinnäytetyön liitteissä.

Kun konseptisuunnitelma on hyväksytty, siirryn tapahtuman käytännön järjestämiseen yhteistyössä Drink & Draw Helsingin kanssa. Tapahtuman aikana kerätään palvelumuotoilun menetelmien avulla tietoa ja tehdään havaintoja siitä, miten konsepti toimii käytännössä ja kuinka se täyttää taidetapahtuman tavoitteet ja odotukset. Lopuksi toteutan haastattelun toimeksiantajalle, jotta päästään pureutumaan tarkemmin havainnoista muodostuviin johtopäätelmiin.

Opinnäytetyön viimeisissä osioissa esitän yhteenvedon siitä, millainen konsepti luotiin, kuinka hyvin tapahtuma onnistui eri näkökulmista katsottuna ja mitkä sen jatkumahdollisuudet ovat toimeksiantaja Drink & Draw Helsingin mielestä.

2 Konsepti ja sen monitulkintaisuus

Konsepti ja konseptisuunnittelu ovat käsitteinä monitulkintaisia. Konseptia suunniteltaessa on tärkeää ymmärtää sekä selkeyttää, mitä tarkoitetaan konseptisuunnittelun ja konseptin käsitteellä, sillä niiden tulkinnat vaihtelevat eri aloilla merkittävästi (Iljin 2006, 1–3).

Kotimaisten kielten keskuksen sanakirjan määritelmä tarjoaa kolme erilaista näkökulmaa vierasperäisen konsepti-sanon käsitteeseen. Sanakirjan mukaan konsepti tarkoittaa (Kotus 2022):

“1) kirjallisen työn luonnos, puhtaaksi kirjoitettava kappale.

2) kuv., vars. mon. suunnitelmat, ennakkolaskelmat, aikomukset, piirustukset.

3) (yrityksen) toiminta-ajatus; tuoteidea.”

Englannin kielessä sanaa "concept" käytetään yleensä viittaamaan ajatuksiin, ideoihin tai käsitteisiin (Piehl 1993). Sekä englannin, että suomen kielessä konseptin käsite pitää sisällään erityisesti ideointia, ajattelua ja suunnittelua.

Sanakirjan määritelmistä pääteltynä konsepti toimii sekä konkreettisena suunnitelmana että abstraktina ajatusmallina, tarjoten työkaluja ja filosofisen viitekehyksen eri konteksteissa.

Iljinin (2006, 28–30) konseptin termiä käsittelevän tutkimuksen haastatteluiden perusteella huomataan, että eri aloilla, kuten digitaalisessa viestinnässä, teollisessa muotoilussa, pelituotannossa tai mainonnassa ja markkinoinnissa sanat konseptisuunnitelma ja konsepti voivat tarkoittaa hyvin eri asioita keskenään.

Joillakin toimialoilla konseptisuunnittelu käsitetään laajaksi ja kattavaksi alueeksi, joka sisältää sekä taustatyön että määrittelyn, kun taas toisilla aloilla se rajataan tiukemmin. Tiukemmin rajatuissa käsityksissä mahdolliset taustatyöt tai konseptin tarkentavat määrittelyt nähdään erillisinä vaiheina konseptisuunnitteluprosessin ulkopuolella. Erot konseptisuunnittelun

ymmärtämisessä liittyvät paitsi toimialojen erilaisiin toimintatapoihin myös termeihin, joiden merkitys vaihtelee alasta riippuen. (Iljin 2006, 30.)

Esimerkiksi televisiotuotannon konseptisuunnittelussa keskitytään tutkimaan syvemmin yleisösuhdetta ja sitä, millä tavalla ohjelman aihetta tullaan käsittelemään. Lopputuloksena konsepti luo selkeän kuvan ohjelmaideasta, eli määrittelee mistä ohjelma koostuu ja mikä on sen pääajatus.

Sitä vastoin jos tarkastellaan digitaalisen viestinnän suunnitteluprosessia, päädytään hyvin erilaiseen näkemykseen siitä, mitä tulisi syntyä konseptisuunnittelun tuloksena. Kyseisellä alalla pyritään usein luomaan dokumentoitava lopputuote, kuten kaavio tai asiakirja. (Iljin 2006, 28–30.)

Konseptoinnin tai konseptisuunnitelman käsite ei siis ole yksiselitteinen, ja sen merkitys voi vaihdella suuresti riippuen siitä, missä toimintaympäristössä sitä sovelletaan. Monialaisten tulkintojen ja käsitteiden takia etsin vastausta siihen, mitä tarkoitetaan konseptisuunnittelulla ja konseptilla juuri tämän suunnittelutyön yhteydessä. Opinnäytetyön kannalta on tärkeää ymmärtää, millaista konseptin suunnitteluprosessia lapsille suunnatussa taidetapahtumassa olisi järkevintä noudattaa ja miksi.

2.1 Konseptin määrittely tässä työssä

Tässä osiossa pyrin valaisemaan konsepti-sanana merkitystä lisää sekä selkeyttämään sitä, kuinka sana konsepti ja konseptisuunnitelma käsitetään tämän opinnäytetyönprosessin yhteydessä. Etsin määrittelyjä varten konseptisuunnittelun parissa työskentelevien ammattilaisten tulkintoja. Tulkintojen avulla muodostettiin kuva siitä, miten käsitteet nähdään lastentapahtuman konseptoinnissa.

Sisältöstrategi Jaakko Soudunsaari (Paperplanes n.d.) kertoo, että hyvä konsepti pystyy hahmottamaan olennaiset seikat kohderyhmästään ja samalla viimeistelemään sille kohdennetun suunnitelman, joka sisältää idean, sisällöt ja toimintatavan. Tällöin konsepti vastaa asetettuihin tavoitteisiin ja ohjaa tehokkaasti työprosessia.

Parhaassa tapauksessa hyvä konsepti on helposti ymmärrettävissä ja selitettävissä sekä asiakkaan että työryhmän näkökulmasta. (Muotoilupakki n.d.).

Viestinnän ammattilaisen Riina Kruukin (2021) näkemyksen mukaan, konseptoinnissa on tärkeää paketoita konseptin ydin sekä visuaalisin että sanallisoin keinoin.

Suunnittelupalveluiden parissa työskentelevä Anna Kurkela-Vilén (Kubo n.d.) korostaa myös, että konseptisuunnitteluun on olemassa yhtä paljon hyviä työkaluja ja käytäntöjä kuin on konseptisuunnittelijoita. Tekemisessä on mahdollista valita juuri ne menetelmät, jotka parhaiten vastaavat työntekijöiden vahvuuksia ja projektin tarpeita. Esimerkiksi jollekin työryhmälle voi toimia parhaiten visuaalisiin elementteihin nojautuminen, kun taas toinen haluaa lähestyä suunnittelua puhumisen ja haastattelujen kautta. Parhaat toimet ja työkalut voidaan todeta parhaiksi vain käytännön kokeilujen kautta.

Design-studio Muodosteen (2022) mukaan konsepti toimii sekä toimenpidesuunnitelmana että eräänlaisena käsikirjoituksena, joka auttaa päämäärän saavuttamisessa. Käsikirjoituksen luominen, sen noudattaminen ja toteuttaminen ovat avainasemassa konseptin muotoutumisessa.

Konsepti-sanana määritelmää tutkiessani törmäsin jatkuvasti seuraaviin sanavalintoihin:

idea, suunnitelma, ajatus, mielikuva, punainen lanka, käsikirjoitus, keskeiset tekijät, toimintasuunnitelma, paketointi, ydin, kokonaisuus, kiteytys, kirkastus, tiekartta, suuntaviivat ja päämäärä.

Tässä opinnäytetyössä konsepti käsitetään tiivistetyksi ideoiden kokoelmaksi, joka tarjoaa ratkaisun tiettyyn ongelmaan. Tässä tapauksessa ratkaisua etsitään siihen, kuinka luoda lasten sekä Drink & Draw Helsingin mielestä toimiva ja kohderyhmää innostava taidetapahtuma, jolla olisi myös jatkamahdollisuuksia yhteisön toiminnassa.

Konseptin käsitetään antavan kaikelle tekemiselle tiettyjä suuntaviivoja ja ilmaisevan kiteytetysti sen, mitä tavoitellaan. Konseptin nähdään sisältävän paljon tausta- ja ajatustyötä sekä ideoita ja ymmärrystä monien asioiden välisistä suhteista ja erityispiirteistä. Lisäksi hyvä konsepti onnistuu havainnollistamaan, ehkä jopa yksinkertaistamaan monen ajatuksen ja toimenpiteen summan. Konsepti toimii ikään kuin tiekarttana projektin tekijöille, koska se selkeästi ilmaisee sen mihin pyritään. Konsepti toimii myös tehokkaana välineenä tapahtuman esittelyssä.

Käsitteisiin perehtymisen jälkeen tarkentui ajatus siitä, että lastentapahtuman suunnitteluvaiheen lopputuloksena asiakkaalle laaditaan konseptidokumentti. Konseptidokumentti syntyy perusteellisen taustatyön tuloksena sisältäen keskeisiä näkökohtia kuten idean, kohderyhmän, tavoitteet ja muut keskeiset elementit. Konseptidokumentin on tarkoitus olla suhteellisen lyhyt, selkeä ja helposti tulkittava.

Kuten aiemmin mainittiin, konseptisuunnittelua voi toteuttaa monin eri tavoin. Seuraavaksi tarkastellaan, minkälaisia menetelmiä on tarpeellista hyödyntää lasten taidetapahtuman suunnittelussa, ja mitä erityisiä seikkoja tulisi ottaa huomioon lapsille suunnatun tapahtumakonseptin kehittämisessä.

2.2 Palvelut ja palvelumuotoilu

Taidetapahtumaa voidaan pitää niin sanottuna aineettomana palveluna, sillä palvelun keskeisimmässä roolissa ovat ihmiset. Tästä syystä tapahtuman konseptointia lähestytään palvelumuotoilun näkökulmasta.

Avaan seuraavaksi, mitä palveluilla ja palvelumuotoilulla tarkoitetaan ja mitkä ovat tyypillisiä piirteitä palvelumuotoiluprosessissa. Lisäksi kuvaan, miten erilaisia palveluita jaotellaan ja mihin ryhmään lasten taidetapahtuma niistä kuuluu.

Palvelu ja palvelumuotoilu ovat konseptin käsitteen lailla moniselitteisiä ja tarkoittavat eri asioita eri yhteyksissä. Palvelulla voidaan viitata esimerkiksi täysin eri aloihin, ammatteihin tai palvelusektoreihin, kuten julkisiin palveluihin, teolliseen sektoriin tai vaikkapa matkailupalveluihin. (Koivisto 2007, 29.)

Yhdistävä tekijä kaikille palveluille on ennen kaikkea ihmislähtöisyys ja aineettomuus, jonka lisäksi palvelumuotoilussa ratkaisut tehdään aina käyttäjän näkökulmasta. Palvelut voivat olla tilapäisiä tai jatkuvasti käytettäviä ja ne ratkaisevat erilaisia ongelmia. Palveluille on tyypillistä, että niitä ei yleensä omisteta, vaan käytetään tarpeen mukaan. (Koivisto 2007, 30, 31.) Esimerkiksi ravintolapalvelua käytetään ruokailuhetkellä, mutta asiakas ei omista ravintolaa. Tämä erottaa palvelut usein konkreettisista tuotteista, joita voidaan omistaa ja pitää hallussa pidempään.

Lapsille suunniteltavaa taidetapahtumaa voidaan pitää aineettomana palveluna, sillä asiakkaan motiivi maksaa tilaisuudesta on oletettavasti esimerkiksi elämyksen kokeminen, hauskanpito tai taidetaitojen kehittäminen.

Palvelut voidaan jaotella taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö OECD:n mukaan neljään eri ryhmään: tuottajapalveluihin, kauppaan ja logistiikkaan, henkilökohtaisiin palveluihin sekä hyvinvointipalveluihin (Ylitalo, Backlund 2010, 21). Taidetapahtuma kuuluu jaottelun perusteella henkilökohtaisiin palveluihin, sillä niihin lasketaan kaikki kulttuuripalvelut. Henkilökohtaisille palveluille ominaista on suora vuorovaikutus palvelun tarjoajan ja kuluttajan välillä, eli tässä tapauksessa lasten ja tapahtuman ohjaajan kesken. (Koivisto 2007, 32.)

Muiden palveluryhmien yhteydessä asiakas maksaa usein esimerkiksi tiedosta, tuesta, terveystilan kohentamisesta, avusta tai arjen sujuvoittamisesta (Koivisto 2007, 32). Esimerkiksi lasten neuvolapalvelu, Wolt-kotiinkuljetuspalvelu tai

lentokoneella matkustaminen ovat palveluita, jotka vastaavat johonkin asiakkaan palvelutarpeeseen tai ongelmaan omissa palveluryhmissään.

Palvelumuotoilu on prosessi, jolla pyritään parantamaan ja suunnittelemaan palveluita. Prosessi voi edetä monen erilaisen menetelmän ja toimintatavan kautta, mutta sen päätunnusmerkit ovat lähes aina samat. Kaiken lähtökohtana on asiakasymmärrys, yhteistyöhalukkuus eri projektiin liittyvien tahojen kanssa sekä prosessin iteratiivisuus. Iteraatiolla tarkoitetaan sitä, että palvelua tai sen tasoa ei voida suunnittelun yhteydessä määritellä täysin ennalta, vaan se muovautuu ja elää niin kauan, kunnes saavutetaan haluttu lopputulema. (Ahonen & Iloranta 2021, 4.)

Tuulaniemi (2011, luku 2) vertaa kirjassaan palvelua osuvasti jazz-esitykseen, sillä jazzmusiikissa yhdistyy huolellisesti etukäteen opetellut sävelkulut ja suunnitellut säännöt, mutta vapaa improvisointi on sallittua ja kuuluu asiaan. Hyvässä jazz-esityksessä muusikot tunnustelevat ja hakevat jatkuvasti toistensa soitosta vihjeitä siihen, mihin suuntaan esitystä voitaisiin kuljettaa. Palvelussa ja sen kehittämisessä huomioidaan jazz-esityksen lailla kaikki osapuolet ja kirjoittamattomat säännöt ja edetään tilanteen edellyttämällä tavalla, improvisointia unohtamatta.

Palveluissa, kuten myös lastentapahtuman keskiössä on ihmisten välinen vuorovaikutus eikä esimerkiksi tuotteen ostaminen. Toki aineettomiin palveluihin on mahdollista lisätä tavaroita, aivan kuten tavarain ympärille palveluita. (Tuulaniemi 2011, luku 1.) Myös lasten tapahtumakonseptin suunnittelun yhteydessä tullaan harkitsemaan mahdollisuutta tarjota oheistuotetta, jos keksitään sellainen tuote, joka voisi toimia luontevana osana tilaisuutta. Parhaimmillaan tämä oheistuote voisi täydentää lasten taiteellista kokemusta ja hyödyttää heitä taiteen luomisessa jatkossa, tai esimerkiksi tarjota muiston mukavasta taidehetkestä. Näin voidaan edesauttaa toimeksiantajan liiketoimintaa, sekä huomioida asiakkaiden tarpeet ja odotukset entistä paremmin. Lisäarvoa tuovat tavarat ovat hyvä tapa tehostaa aineettoman palvelun ansaintamallia (Tuulaniemi 2011, luku 1).

Lähtökohtaisesti kaikessa palvelumuotoilussa tavoite on aina sama: asiakkaan sydämen valloittaminen sekä maksimaalinen asiakastyytyväisyys. Tästä syystä palvelumuotoilija tekee kaikkensa ymmärtääkseen, mitkä ovat keskeisimpiä asioita asiakkaan arvonmuodostusprosessissa. (Tuulaniemi 2011, luku 1.) Juuri tähän pyritään myös lasten taidetapahtuman parissa.

2.3 Asiakasymmärrys

Menestyneimmät yritykset ovat niitä, jotka ymmärtävät asiakkaan tarpeet kokonaisvaltaisesti, syvällisesti ja pystyvät muuttumaan asiakkaiden tarpeiden mukana. Asiakkaat osaavat nykyään jopa odottaa yritysten tarjoavan ratkaisuja, jotka vastaavat heidän tarpeisiinsa jo ennen kuin he itse edes tiedostavat niitä. (Koivisto, Säynäjäkangas ym. 2019, osa 1.) Esimerkiksi Steve Jobs tunnettiin muotoilijana ja visionäärinä, joka osasi synnyttää asiakkaille sellaisia tarpeita ja tuotteita arkeen, joita he eivät edes tienneet tarvitsevansa (Isaacson 2021, luku 41). Applen kaltaisten menestystarinoiden kautta pystytään havainnoimaan sitä, kuinka merkittäviä vaikutuksia hyvällä asiakasymmärryksellä on.

Syvällistä asiakasymmärrystä voidaan pitää menestyvän ja pitkäaikaisen yritystoiminnan kulmakivenä. Näin ollen asiakasymmärryksen syventäminen on keskeinen tekijä myös tämän opinnäytetyöprosessin tavoitteiden saavuttamisessa. Huolellisella asiakasymmärryksellä varmistetaan, että tapahtuma herättää positiivisia tunteita ja tarjoaa innostavan ja iloisen ympäristön taiteen parissa.

Asiakasymmärrystä pohtiessa on erityisen tärkeää sisäistää heti alussa, että asiakasta tulee ajatella aina ensisijaisesti ihmisenä ja vasta sen jälkeen asiakkaana. Ajatuksen omaksuminen muistuttaa palvelusuunnittelun yhteydessä siitä, että jokaisella ihmisellä on erilaisia tarpeita olla ja elää. (Saarijärvi & Puustinen 2020, osa 2.) Toinen ydinpiirre asiakaskokemuksen ja ymmärryksen parissa on ihmisten emootioiden huomioiminen, sillä ne liittyvät vahvasti henkilön palvelukokemuksen muodostumiseen. Ihmiset muistavat parhaiten kokemukset, jotka jättävät voimakkaan muistijäljen. Mitä vahvempi tunne palvelusta jää, sitä vahvempi mielipide asiakaskokemuksesta muodostuu,

niin hyvässä kuin pahassa.

Kaikkeen suunnitteluun ja toimintaan asiakkaiden parissa tulisi lähteä humanilla lähestymistavalla, jotta voidaan luoda mahdollisimman onnistunut palvelu- sekä asiakaskokemus. (Saarijärvi & Puustinen 2020, osa 2.)

2.4 Palvelulla tähdätään lisäarvon tuottamiseen

Ymmärrys ihmisen arvonmuodostusprosessista on tärkeimpiä asioita palvelumuotoilussa. Palveluntarjoajan perustehtäviin kuuluu pyrkimys luoda asiakkaalle niin erinomainen palvelu, että se tuottaa asiakkaan elämään lisäarvoa ja merkityksiä. Ihmisen tiedetään kokevan palvelun erityisen arvokkaaksi silloin, kun se auttaa henkilöä saavuttamaan jonkin asetetun tavoitteen tai ratkaisemaan konkreettisen ongelman. (Tuulaniemi 2011, luku 1.)

Kohderyhmän tutkimisen yhteydessä kannattaa erityisesti selvittää, miten asiakkaat käyttävät tuotetta tai palvelua (Tuulaniemi 2011, luku 1).

Kuten Tuulaniemi (2011, luku 1) huomauttaa, arvon arviointi on aina suhteellista, sillä ihmiset arvottavat eri asioita eri tavoin subjektiivisten näkemystensä ja aikaisempien kokemustensa perusteella. Yksi hyvä tapa määrittää tuotteen tai palvelun arvoa on pohtia, kuinka paljon se hyödyttää asiakasta.

Tästä syystä palvelumuotoilussa tulisi myynnin sijasta keskittyä siihen, miten ja minkälaista haastetta ollaan asiakkaan puolesta ratkaisemassa tai minkälaisia asioita kohderyhmässä halutaan saavuttaa. (A.Stewart & O'conell 2016, luku 3.) Palvelumuotoilun avulla voidaan ratkaista isoja, esimerkiksi ympäristöön liittyviä ongelmia tai pienempiä arkipäivän pulmia, esimerkiksi kodin siivoukseen liittyen.

Lastentapahtuman tarjoaman lisäarvon maksimoimiseksi on ensiarvoisen tärkeää ymmärtää asiakkaan motiivit, odotukset ja tarpeet syvällisesti (Tuulaniemi 2011, luku 2). Syvällinen ymmärrys mahdollistaa tapahtuman

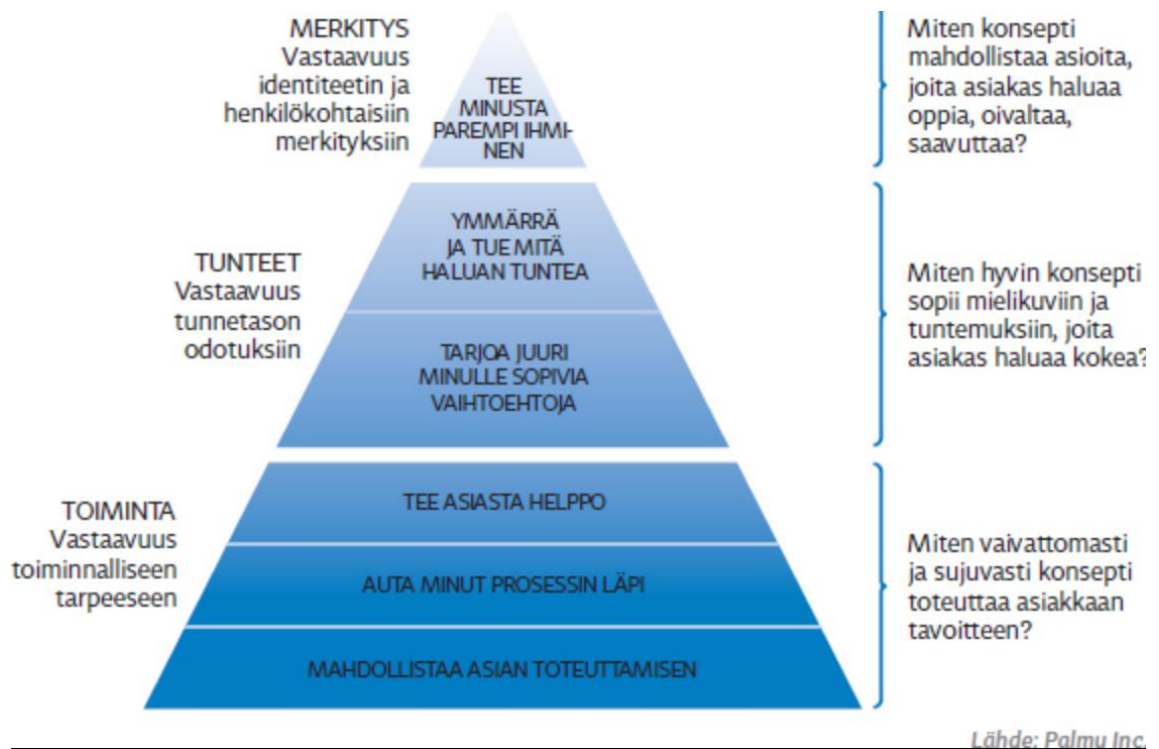
räätälöinnin asiakkaiden toiveiden mukaisesti, mikä puolestaan parantaa kokemuksen laatua ja kasvattaa tapahtuman tarjoamaa lisäarvoa.

Lisäarvoa tuovan elementin löytämistä taidetapahtumaan osallistuvan lapsen näkökulmasta voidaan hakea esimerkiksi seuraavin kysymyksiin:

- Miksi lapsi osallistuu tapahtumaan, minkälaisia asioita hän haluaa kokea?
- Mistä asioista lapsi unelmoi?
- Mitkä asiat vetoavat ikäryhmän lasten tunteisiin ja aisteihin?
- Onko motivaationa halu viettää aikaa muiden ikätovereiden kanssa?
- Mitä lapsi toivoo oppivansa tai saavuttavansa osallistumalla tapahtumaan?
- Haluaako lapsi kokeilla taiteilua, johon hänellä ei ole kotona tarvittavia välineitä?
- Nauttiiko lapsi taiteen tekemisen tuomasta ilosta ja luovasta tekemisestä?
- Minkälaista lapsen arkielämä on, voiko tapahtuma vastata johonkin sen haasteeseen?
- Onko lapsen osallistuminen aikuiselle tärkeää, miksi?

2.5 Arvon muodostumisen tasot lastentapahtumien näkökulmasta

Tuulaniemi (2011, luku 2) kiteyttää asiakaskokemuksen muodostumisen alla esitetyn kolmitasoisien pyramidin avulla. Pyramidin mukaan asiakas muodostaa palvelukokemuksen toiminnan, tunteiden ja merkityksen kautta.



Kuvio 1 Arvon muodostumisen pyramidi havainnoillistaa, miten asiakkaan palvelukokemus muodostuu (Tuulaniemi 2011, 75).

Kuvaan seuraavaksi esimerkein sen, kuinka arvonmuodostusprosessia voidaan selittää lastentapahtuman yhteydessä.

Ensimmäisellä, eli toiminnan tasolla halutaan varmistaa, että tapahtuman kaikki perusasiat ovat kunnossa ja koko palvelu sujuu asiakkaan näkökulmasta mahdollisimman mutkattomasti ja vaivattomasti. Ensimmäinen vaihe on tärkeä, sillä asiakaskokemuksen kuvataan monesti muodostuvan 90%:sti siitä, että perusasiat toimivat hyvin (Saarijärvi & Puustinen 2020, osa 2).

Lastentapahtumassa tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että palvelu tuodaan kohderyhmille helposti saavutettaviksi, vaikkapa niin, että tilaisuus järjestetään päiväkodin tai koulun läheisyydessä ajankohtana, jolloin lapset haetaan tyypillisesti kotiin. Samalla tulee huomioida asiakkaan sen hetkinen tilanne, esimerkiksi koulupäivän jälkeinen nälkätila ja tarjota ongelmaan konkreettinen

ratkaisu. Ratkaisu voisi olla esimerkiksi välipalan tarjoaminen taidehetken oheismyyntinä. Kaikkein olennaisinta on kuitenkin se, että peruselementit ovat kunnossa ja palvelu vastaa luvattua. Kuten O'Connell ja A. Stewart (2016, luku 5) ilmaisevat asian esimerkillään: "lentomatikustajaa ei kiinnosta ilmainen välipala, mikäli itse lento on tuntikausia myöhässä".

Ensimmäistä tasoa kutsutaan myös palvelun hygieniatasoksi, joka alleviivaa osuvasti sitä, että tällä tasolla palvelun kuuluu täyttää perusvaatimukset ja standardit, mutta se ei tarjoa vielä erityistä lisäarvoa tai huippulaatuista kokemusta (Tuulaniemi 2011, luku 2).

Toisella tasolla pyritään vastaamaan asiakkaan tunteisiin. Tällä tasolla palvelu joko onnistuu tai epäonnistuu vastaamaan osallistujan olemassa oleviin mielikuviin ja toiveisiin siitä, mitä tämä haluaa tai odottaa kokevansa palvelun parissa sekä vastaako yritys ja sen brändi ennako-oletuksia.

Erilaisia tunteita herättäviä tekijöitä lasten taidehetkessä ovat esimerkiksi ohjaajan ystävällisyys, rento tunnelma, tilan ulkonäkö sekä tekemisen mielenkiintoisuus. Myös esimerkiksi avun saaminen tarvittaessa vaikuttaa merkittävästi lapsen tunnekokemukseen.

Tunteisiin liittyvää tasoa voidaan suunnitella esimerkiksi miettimällä ihmisen aisteja. Tässä kohdassa on hyvä pohtia mitä asiakas näkee, kuulee tai tuntee fyysisesti tilanteessa (Tuulaniemi 2011, luku 2).

Tunteiden havainnoinnissa tulee kuitenkin pysyä tarkkana ja tiedostaa, että asioita täytyy tulkita laajemmin, kuin vain omien näkökulmien ja kokemusten kautta. Erään tutkimuksen mukaan vahvasti empaattisten henkilöiden voi olla yllättäen jopa tavallista vaikeampaa tunnistaa ihmisten eri tunteita. Tutkimuksen havainnot perustuvat siihen, että empaattiset ihmiset vertaavat tilanteita jopa egosentrisesti vain omaan kokemuksiinsa. (O'Connell & A. Stewart, luku 5.) Tutkimuksen tulos muistuttaa siitä, että asiakasymmärrys ei saa perustua liikaa omaan tunteisiin ja tulkintoihin, vaikka onkin tärkeää yrittää nähdä palvelu asiakkaan silmin katsottuna.

Korkeimmalla, eli merkityksen tasolla tarkastellaan palvelun merkitysulottuvuuksia. Näitä ulottuvuuksia voidaan tarkastella esimerkiksi havainnoimalla, kuinka palvelu vaikuttaa asiakkaan identiteettiin, elämäntapaan tai unelmiin (Tuulaniemi 2011, luku 2). Syvempää merkitystä antava palvelu voi esimerkiksi vaikuttaa asiakkaan itsetuntoon, auttaa unelman tavoittelussa ja parantaa henkistä sekä fyysistä hyvinvointia. Lisäksi palvelu voi toimia sillanrakentajana tiettyjen ympäristöjen ja kulttuurien välillä syviä merkitys- ja ihmissuhteita asiakkaan elämään luoden.

Taiteella on kyky avata monia merkitysulottuvuuksia sekä lapsen että aikuisen elämässä. Se esimerkiksi vahvistaa lapsen luovaa toimintaa ja parantaa mielikuvitusta sekä ajattelukykyä (Ruokonen, Rusanen 2009, 6).

Taidetapahtuma voi edistää lapsen henkilökohtaista kasvua ja tarjota mahdollisuuden oppia uutta. Taideharrastus vaikuttaa myös lapsen identiteetin muodostumiseen. Lisäksi se voi herättää keskustelua taiteesta ja kulttuurista perheen kesken yhteisöllisyyttä vahvistaen, mikä voi olla tärkeä osa myös perheen yhteistä identiteettiä. Taidehetkillä on potentiaalia tarjota monenlaisia eri merkitysulottuvuuksia vastatessaan lasten erilaisiin toiveisiin ja tarpeisiin.

2.6 Asiakaskokemus

Syvällinen asiakasymmärrys johtaa helpommin onnistuneeseen asiakaskokemukseen ja erinomaisella asiakaskokemuksella on puolestaan valtava määrä positiivisia seurauksia yritykselle.

Hyvän asiakaskokemuksen myönteiset seuraukset ovat moninaiset ja laajat. Onnistunut kokemus vaikuttaa esimerkiksi asiakasmäärän nousuun, pienentää yrityksen uusasiakashankinnan kustannuksia ja nostattaa asiakkaan kokonaiskulutusta. (Kortesuo, Löytänä 2021, luku 7). On myös huomattu, että jopa 80 prosenttia tyytyväisistä asiakkaista on taipuvaisempia tekemään lisäostoksia hyvän palvelun jälkeen (A. Stewart & O'Connell 2016, luku 5). Erinomainen asiakaskokemus myös esimerkiksi vahvistaa ihmisten

sitoutumista, kohottaa brändin arvoa, parantaa asiakastyytyvyyttä, kasvattaa suosittelijoiden määrää ja moninkertaistaa mahdollisuutta saada lisää kehitysideoita muilta ihmisiltä. (Löytänä & Korteso 2021, luku 1.) Hyvät asiakaskokemukset vaikuttavat näin ollen radikaalisti yritysten mahdollisuuksiin kehittyä, kasvaa ja tarjota entistäkin parempia palveluja.

Korkiakoski ja Gerdt (2016, luku 2) korostavat myös brändin ja asiakaskokemuksen yhdistämisen tärkeyttä ja kyseenalaistavat, miksi niin moni toimija näkee nämä osa-alueet edelleen toisistaan erillisinä.

Brändin ja asiakaskokemuksen yhdistämisellä tarkoitetaan sitä, että yrityksen tulee strategian muodostuksessaan huomioida asiakaskokemus sekä brändi, ja sulauttaa ne tiiviisti osaksi toisiaan. Parhaimmillaan tämänkaltainen synkronointi tuottaa asiakkaalle loistavan asiakaskokemuksen, jossa yrityksen brändi on tunnistettava, ainutlaatuinen ja vahvasti läsnä. Asiakas liittyy positiivisen kokemuksensa palvelusta suoraan yritykseen ja sen brändiin, mikä on keskeinen tekijä menestyksessä liiketoiminnassa. (Sounio 2015, luku 1.)

Esimerkiksi lasten tapahtuman suunnittelussa brändin ja asiakaskokemuksen yhdistäminen voi ilmetä useissa käytännön toimenpiteissä. Tapahtuman visuaalisen ilmeen, kuten logojen, värien ja teemojen, tulisi heijastaa brändin ydinarvoja ja viestejä. Samoin kaikkien tapahtumaan liittyvien viestien ja markkinointimateriaalien tulisi olla johdonmukaisia brändin kanssa, jotta asiakkaat voivat helposti tunnistaa ne. Brändillä ei kuitenkaan tarkoiteta pelkkää pintaa, logoja ja värejä, vaan brändi on jotakin, joka kuvastaa ulkokuoren lisäksi yrityksen sielua ja ydintä. Yrityksen brändistä kumpuaa visuaalisen puolen lisäksi sen tausta, käytös, ydinarvot ja historia. Brändikuva muodostuu asiakkaalle konkreettisen palvelukokemuksen ja yrityksen mielikuvien yhdistelmästä. (Sounio 2015, luku 1.)

Näin ollen konkreettisen palvelun ja mielikuvien tulisi kulkea keskenään linjassa. Lastentapahtumat voivat esimerkiksi ohjelmasisällön avulla viestiä siitä, mitkä ovat yrityksen ydinarvoja ja erityisosaamisenkohteita.

Erinomaisen brändi- ja asiakaskokemuksen yhdistelmä on asiakkaalle parhaimmillaan luotettava, ainutlaatuinen, helposti tunnistettava ja korvaamaton (Korkiakoski & Gerdt 2016, luku 2).

Hyvästä asiakaskokemuksesta johtuvan "word of mouth:in", eli suullisen suosittelun tärkeyttä ei voida tänä päivänä korostaa liikaa. Tämänkaltainen suosittelu voi tapahtua eri kanavissa, kuten henkilökohtaisissa kohtaamisissa, puhelimitse, sähköpostitse, sosiaalisen median välityksellä tai muissa viestintävälineissä. Suullista suosittelua pidetään nykyään monia muita markkinointivälineitä tehokkaampana (Alhonen & Iloranta 2021, 3). Suullisen suosittelemisen vaikutukset ovat kasvaneet erityisesti sosiaalisen median aikakaudella, sillä ihmisten suositukset ja arvostelut voivat levitä verkossa nopeasti ja tavoittaa laajan yleisön, ja sitä kautta muokata mielikuvia voimakkaasti. Jokaisella ihmisellä on mahdollisuus saavuttaa mielipiteillään suuri yleisö kuulijoita. Ihmiset etsivät myös itse aktiivisesti tietoa tuotteista ja palveluista sosiaalisen median kautta. Ihmisten sanoilla ja suosituksilla on tilastollisesti havaittuna suuri voima. Nielsenin (2007) tutkimuksen mukaan asiakkaista 92% uskoo lähipiirin suosituksiin mainoksia enemmän. Suullisen suosittelun tehokkuudesta johtuen palveluntarjoajan on kiinnitettävä huomiota hyvän palvelutason jatkuvaan ylläpitämiseen, sillä jokaisesta uudesta asiakkaasta voi tulla palvelun suosittelija.

Tilastoista nähdään myös selkeitä seurauksia hetkistä, joissa asiakas poistuu pettyneenä. Tyytymättömistä asiakkaista peräti 91% ei koskaan palaa kyseisen palvelun pariin. Lisäksi he jakavat huonon kokemuksensa eteenpäin keskimäärin 9-15 henkilölle, mikä voi vaikuttaa negatiivisesti palvelun maineeseen ja liiketoimintaan. (A. Stewart & O'Connell 2016, luku 5.)

Asiakastyytyväisyydellä voidaan todeta olevan äärimmäisen tärkeä rooli yritysten toiminnassa, minkä vuoksi siihen tulisi kiinnittää erityistä huomiota palvelumuotoilun yhteydessä. Tyytyväiset asiakkaat, asiakasymmärrys ja kokemusten laatu ovat avainasemassa myös taidetapahtumien menestyksessä.

Hyvä asiakaskokemus syntyy silloin, kun suunnittelutyössä ymmärretään syvällisesti kohderyhmän tarpeet, motiivit ja toiveet sekä tyypilliset käyttäytymismallit. Erinomainen palvelu tuo asiakkaan elämään suuria tunteita sekä uusia merkityksiä ja pystyy vastaamaan asiakkaan tarpeisiin. Parhaassa tapauksessa kokemus tuo jopa jotakin sellaista, jota asiakas ei edes tiennyt tarvitsevänsä. Mikäli palvelu pystyy samanaikaisesti olemaan vielä hyvin toimiva ja helposti saatavilla, ollaan matkalla kohti ainutlaatuista ja kestäväää asiakastytyvääsyyttä, joka muovaa positiivisesti asiakkaiden elämää ja vahvistaa suhdetta brändiin pitkällä tähtäimellä.

2.7 Kohderyhmän segmentointi

Asiakassegmentointi on prosessi, jossa jaotellaan asiakkaat yhteisten ominaisuuksien perusteella, jotta palvelun suunnittelussa voidaan huomioida asiakasryhmien odotukset ja tarpeet parhaalla tavalla. Potentiaalisten asiakasryhmien ja heidän tarpeidensa selvitys auttaa myös uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytämisessä. (Taloustutkimus, 2022.)

Segmentoinnin perusajatuksena on, että asiakasryhmillä on omat ainutlaatuiset syynsä tehdä ostopäätöksiä. Tämän vuoksi on tehokkaampaa suunnitella näille ryhmille palveluja yksilöllisesti, sen sijaan että käytettäisiin yhtenäistä lähestymistapaa kaikille. Näin voidaan suunnitella palveluja ja ominaisuuksia juuri oikeisiin tarpeisiin vastaten. (Nieminen, 2022.)

Segmentoinnissa asiakkaat jaotellaan eri ryhmiin erilaisten ominaisuuksien perusteella kuten maantieteellisen, demografisen ja psykografisen jaottelun avulla. Maantieteellisessä segmentoinnissa tarkastellaan alueiden erityistarpeita, demografisessa muun muassa ikää, sukupuolta, tuloja, ja psykografisessa asiakkaan elämäntyyliä, arvoja ja asenteita. (Nieminen, 2022.)

Lapsille suunnatussa taidetapahtumassa on keskeistä huomioida kohderyhmän eri segmentit. Tässä yhteydessä selkeimmät kohderyhmät ovat tapahtumaan osallistuvat lapset, sekä aikuiset, jotka tuovat lapsen tapahtumaan. Tutkimisen

edetessä myös lapsia ja aikuisia jaoteltiin omiin tarkempiin segmentteihinsä, sillä on olennaista muistaa, että samaa palvelua käyttävillä asiakkailla voi olla hyvin erilaiset tarpeet.

Kohderyhmän segmentoinnissa voidaan käyttää erilaisia menetelmiä, kuten kyselyitä ja haastatteluja. Näin tiedetään ja ymmärretään oikeasti, mistä asioista arvo palvelun käyttäjälle muodostuu. (Nieminen 2022.)

Aikuisten tarpeet ja toiveet on keskeistä huomioida tarkasti myös lastentapahtumassa, sillä aikuiset vastaavat usein kustannuksista ja tekevät päätöksen lapsen osallistumisesta tapahtumaan.

Segmenttien tutkailussa on erikseen määriteltävä se, miten palvelu tuo kullekin ryhmälle lisäarvoa ja minkä ongelman se ratkaisee. Asiakasymmärrys on tässäkin yhteydessä ensisijaisen tärkeässä roolissa. Taidetapahtuman yhteydessä esimerkiksi osalle vanhemmista taiteen ja kulttuurin tarjoaminen ovat tärkeitä arvoja, mutta sen opettamiselle ei löydy aikaa tai resursseja. Toinen tarve tämän kohderyhmän parissa on vanhemman toive hengähdyshetkille hektisen lapsiarjen keskellä. Tähän tarpeeseen tulisi suunnitella elämää ja arkea helpottavia vaihtoehtoja. Pyrkimyksenä on ratkaista ongelma, jonka avulla voidaan sulavoittaa aikuisen arkea. Lasten tapahtuman vaihtoehtojen suunnittelussa arvioitiin esimerkiksi sitä, missä aikuinen odottaa tai saako hän itse osallistua tapahtumaan, tai voisiko toimeksiantaja peräti järjestää aikuisille suunnatun tapahtuman toisessa lähellä sijaitsevassa tilassa. Kun vanhemmat kokevat tilanteen arkea helpottavaksi, heillä on suurempi todennäköisyys palata tilaisuuteen uudelleen. Onnistuneessa asiakaskokemuksen määrittää kaikkein eniten siitä jäävä tunnetila, eli tässä esimerkissä se, että aikuinen kokee itsensä levolliseksi ja rentoutuneeksi palvelun jälkeen (Puustinen & Saarijärvi 2020, osa 1). Tämän tapahtuman yhteydessä päädyttiin yhdessä toimeksiantajan kanssa siihen ratkaisuun, että lapset osallistuvat taidehetkeen ilman aikuista.

2.8 Lapsen kehitysvaiheiden sekä taidekasvatuksen merkityksen ymmärtäminen tapahtumasuunnittelussa

Tässä kappaleessa tutkin tapahtumaan osallistuvien lasten maailmaa hieman tarkemmin ja pohdin, mitkä piirteet on tärkeää huomioida taidehetken suunnittelussa ja miksi. Lisäksi käsittelen, mihin osa-alueisiin taidekasvatuksella voidaan vaikuttaa lapsen elämässä. Tein kappaleen kirjoittamista varten esitutkimusta, joka keskittyi lasten maailman tarkasteluun kirjallisuuden sekä alan liittojen että asiantuntijoiden laatimien tekstien kautta. Myöhemmässä palvelumuotoiluvaiheessa tarkastelen kohderyhmää suoraan lasten omien näkökulmien ja sanojen kautta, erilaisia palvelumenetelmiä hyödyntäen.

Lapsen kehitysvaiheista ja käyttäytymisestä on olennaista ymmärtää pääpiirteitä, jotta voidaan suunnitella ohjelma, joka tukee lapsen hyvinvointia ja kehitystä. Hyvinvoinnin tukemisen lisäksi päämääränä on luoda lapsia aidosti innostava ohjelma. On tärkeää, että taidehetki sisältää teemoja, jotka ovat lapsille arvokkaita ja heidän elämyspiiriinsä kuuluvia. Kun taidehetken teemat ja tehtävät ovat lapselle merkityksellisiä, pystytään niillä syventämään lapsen minäkuvaa ja itsetuntemusta (Ruokonen, Rusanen 2009, 50).

Pilottitapahtuman kohderyhmäksi valikoitiin toimeksiantajan toiveiden mukaisesti 6-9 -vuotiaat lapset. Onnistuneen tilaisuuden järjestäminen edellyttää lasten perustarpeiden lisäksi lapsen psyykkisen kehityksen piirteiden tuntemista. Pääpiirteiden tunnistaminen mahdollistaa oikean palvelutason määrittelyn. Oikealla palvelutasolla voidaan vastata asiakkaiden odotuksiin ja tuottaa heille lisäarvoa, jota käsiteltiin kappaleessa 2.4.

Lasten elämässä olevia ydintarpeita ovat muun muassa leikkiminen, liikkuminen, itsensä toteuttaminen, tunne turvallisuudesta, sosiaalinen kanssakäyminen sekä itsenäisyyden ja arvostuksen tarve (Pöyhönen & Livingston 2023, luku 4). Lapsille on myös erityisen tärkeää tulla nähdyksi, kuulluksi ja hyväksytyksi joukkoon (Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2018). Kaikki edellä mainitut tarpeet pyritään konseptin suunnitteluprosessissa huomioimaan ja niihin pyritään myös vastaamaan.

Pilottitapahtumaan osallistuvat lapset ovat iältään 6-9 vuotiaita, ja näihin lapsuudenvuosiin ajoittuu myös keskushermoston nopea kasvuvaihe, mikä tekee heidän tiedonsiirrostaan hermosoluissa nopeaa. Tässä vaiheessa lapset ovat kiinnostuneita oppimaan uusia asioita ja ystäväystymään uusien ihmisten kanssa. Otsalohkon hitaan kypsymisen vuoksi lapsen kyky hallita käytöstään ja tunteitaan ovat vasta kehittymässä. (Sinkkonen 2020, osa 1.)

Tiedetään myös, että ikäryhmän lapsilla on laaja tunne-elämän kirjo, jota he kykenevät tässä vaiheessa lapsuutta ilmaisemaan yhä paremmin sanojen avulla. Aikuinen joka tiedostaa tämän kehitysvaiheen, pystyy auttamaan lasta tunneilmaisussa suullisen vuorovaikutuksen ja aidon läsnäolon avulla.

Tunteiden ja ajatusten monipuolinen sanoittaminen helpottaa muun muassa kuulluksi tulemistä, yhteyden muodostamista ja muiden ymmärtämistä. Valitun ikäryhmän lapset pystyvät käsittelemään myös lievää epämukavuutta ja pettymystä aiempaa paremmin. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2017, 14.)

Psyykkisen kehityksen ja uusien tunnetaitojen vuoksi tämä ikävaihe on erinomainen esimerkiksi kuvallisen ilmaisun ohjaamista varten, sillä kuvallinen ilmaisu on oivallinen työkalu kommunikoinnin harjoitteluun. Tämän lisäksi sen avulla voidaan kehittää kognitiivisia taitoja sekä jäsentää asioita, ajatuksia ja tunteita. Lapsen kognitiiviset taidot paranevat, kun hänelle annetaan mahdollisuuksia valita, rakentaa ja vaikuttaa itsenäisesti siihen, minkälaista taidetta hän luo. (Rusanen, Ruokonen, 50–52). Useiden tutkimusten pohjalta tiedetään myös, että taidekasvatus edistää muun muassa lapsen keskittymiskykyä, kuin myös kielellisiä, fyysisiä ja psyykkisiä taitoja. (Ruokonen 2020, 8-9.)

Lasten kanssa toimiessa ei saa unohtaa myöskään leikin tärkeyttä. Lapset oppivat leikkien kautta paljon uusia asioita itsestään ja maailmasta. Leikkiminen opettaa lasta ymmärtämään omia taitojaan ja rajoitteitaan paremmin. Leikki yhdessä muiden lasten kanssa kehittää myös tärkeitä sosiaalisia taitoja, kuten toisen huomioon ottamista. Esimerkiksi roolileikeillä voidaan auttaa lasta ymmärtämään toisten tunteita ja edistää kykyä eläytyä toisen asemaan. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2017, 21.)

Onnistuneen palvelukonseptin ja taidekasvatuksen kannalta on olennaista, että kaikki tapahtumaa suunnittelevat ja toteuttavat tahot, esimerkiksi palveluntarjoaja sekä taidehetken ohjaaja ovat yhtä tietoisia kohderyhmän kehitysvaiheista, käyttäytymismalleista, tarpeista sekä taidekasvatuksen merkityksestä lapsen hyvinvoinnille.

Taidekasvatuksen tai järjestettävien tapahtumien päämäärä ei ole yleisesti ottaen ohjata lapsia kohti tiettyä elämänsuuntaa tai ammatinvalintaa, vaikka hetket voivat toki inspiroida siihen suuntaan. Sen sijaan tavoitteena on tarjota jokaiselle lapselle mahdollisuus kokea taiteellisia elämyksiä sekä kokemuksia, joiden seurauksena syntyy merkityksiä, kuten nautintoa ja mielihyvää. Ilmapiirin halutaan olevan vapautunut ja luovuutta nostattava, joten tilaisuudessa pyritään välttämään kilpailua ja suorituspainneiden luomista.

Toisin sanoen, taidetapahtumien suunnittelussa tavoitteena on tarjota laadukasta tukea taiteelliseen ilmaisuun kohderyhmän lasten kehitysvaiheita ja tarpeita ymmärtäen. Vain lasten maailmaa tarkasti ymmärtäen voidaan parantaa palvelun tasoa, asiakaskokemusta ja lasten hyvinvointia. Edullista tämän suunnittelutyön kannalta on se, että taiteella on kyky vastata moneen lapsen perustarpeeseen, kuten kuulluksi tulemiseen, itsensä toteuttamiseen, leikkimiseen, itsenäisyyden tarpeeseen ja sosiaaliseen kanssakäymiseen.

Asiakasymmärryksen kannalta on merkittävää määritellä etukäteen myös työskentelyyn liittyvät mahdolliset haasteet ja riskit, jotta voidaan ennaltaehkäistä asioita, jotka voivat heikentää palvelun laatua ja asiakaskokemusta. Tällaisia voi lasten kanssa työskennellessä olla esimerkiksi asiakkaan nopea tylsistyminen, tottelemattomuus, sotkuisuus, rauhattomuus tai metelin nostaminen niin korkeaksi, että kaikki osallistujat eivät viihdy. Toinen haaste voi ilmetä esimerkiksi silloin, kun lapsi ei osallistu tilaisuuteen omasta tahdostaan, vaan ainoastaan aikuisen toiveiden vuoksi.

Lasten kanssa työskennellessä myös turvallisuuteen ja hygieniaan liittyvät asiat vaativat erityistä huomiointia. Tässä opinnäytetyössä riskit minimoidaan riskianalyysin avulla. Riskianalyysi esitetään tarkemmin suunnitteluvaiheen (3.3.1) palvelumenetelmiä käsittelevässä kappaleessa.

Oletusten ja luulojen sijaan kohderyhmästä on oltava valmis tekemään syvempää tutkimusta. Asiakkaan maailmasta on aidosti tiedettävä asioita, eivätkä päätökset saa perustua pelkkään arvailuun. Palvelumuotoilussa ja konseptin suunnittelussa on oltava valmis menemään asiakkaan tasolle tutkimaan, kysymään ja pohtimaan.

Tämän työn yhteydessä halutaan varmistaa, että aikuinen osaa asettua lapsen maailmaan ennen lopullisten päätösten tekoa. Tulen tähän pyrkiessäni hyödyntämään useita eri palvelumenetelmiä.

3 Palvelumuotoiluprosessi ja valitut palvelumenetelmät

Palvelumenetelmät ovat käytännön työkaluja ja tekniikoita, joita hyödynnetään palvelujen suunnittelussa, kehittämisessä ja arvioinnissa. Niiden päämääränä on ymmärtää asiakkaiden tarpeita sekä parantaa palvelukokemusta.

Menetelmillä voidaan uudistaa olemassa olevaa konseptia tai luoda kokonaan uusia palveluja. Palvelumuotoiluprosessilla pyritään parantamaan liiketoimintaa, sekä luomaan toimivampia palveluja ihmisille.

Muotoiluprosesseihin liittyy hurja määrä erilaisia termejä ja menetelmiä, mutta peruseriaatteet ja tavoitteet ovat yleisesti aina samoja (Ahonen & Iloranta 2020, 4).

Valitsin opinnäytetyön palveluprosessiksi Tuulaniemen (2011, luku 3) palvelun kehittämismallin, joka sisältää viisi selkeää vaihetta.

Toteutin prosessin käyttäen erilaisia palvelumenetelmiä yhteistyössä sekä toimeksiantajan että kohderyhmän henkilöiden kanssa. Näin varmistin, että asiakasymmärrys ei perustu pelkästään omiin päätelmiini.

Tiivistin menetelmien ja taustatutkimuksen pohjalta kerätyt tiedot ja tehdyt löydökset lopuksi Drink & Draw Helsingille esitettyyn konseptidokumenttiin.



Kuvio 2 Valittu palvelun kehittämismalli sisältää viisi selkeää vaihetta (Tuulaniemi 2011, luku 3).

Seuraavaksi avaan palvelumuotoiluprosessin vaiheita sekä valitsemiani palvelumenetelmiä ja niiden roolia prosessin kussakin osassa.

3.1 Määrittelyvaihe

Ensimmäisessä, eli määrittelyvaiheessa, luodaan pohja palvelumuotoiluprosessille ja asetetaan yrityksen ja palvelun tavoitteet. Tämä opinnäytetyö on edellisissä kappaleissa vastannut suurelta osalta määrittelyvaihetta, sillä se on kuvannut tavoitteita ja ennalta tiedettäviä asioita esimerkiksi kohderyhmästä, sekä Drink & Draw Helsinki -toimeksiantajasta. Määrittelyvaiheessa tiedetään projektin suunta, mutta ei vielä projektin lopputulosta (Tuulaniemi 2011, luku 3).

Valitsin tämän prosessin määrittelyvaiheen menetelmiksi briiffin, joka toteutettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa sekä benchmarkingin, jolla kartoitettiin Drink & Draw Helsingin toimintaympäristöä.

3.1.1 Määrittelyvaiheen palvelumenetelmät

Brief

Prosessin alkuvaiheessa laadittu brief tarkoittaa pöytäkirjaa, joka perustuu tehtyihin määrittelyihin. Pöytäkirjaa kutsutaan useimmissa yhteyksissä briiffiksi (brief).

Kuvasimme yhdessä toimeksiantajan kanssa briiffiin olennaisimpia osia kuten tapahtuman tavoitteita, aikatauluja, kohderyhmiä, vaiheita, budjettia ja visioita (Tuulaniemi 2011, luku 3). Pöytäkirjaa käytettiin suunnitteluryhmän yhteisenä työkaluna, joka sanallisti ja visualisoi tulevaa prosessia molemmille osapuolille. Pöytäkirjan merkitys prosessissa on tyypillisesti suuri, koska yleensä palvelu muotoutuu briiffissä eniten esiin nostettujen piirteiden mukaan (Tuulaniemi 2011, luku 3). Tästä syystä briiffi suunniteltiin huolella ja sen teossa

varmistettiin, että se kuvaa kaikki tarpeelliset osa-alueet riittävän hyvin ja painottaa tärkeimpiä asioita eniten.

Benchmarking

Benchmarkkauksella tarkoitetaan toimintaa, jonka avulla kerätään tietoja saman alan toimijoista, tuotteista, palveluista ja käytännöistä. (A. Stewart & O'Connell 2016, luku 5.) Ympäristön tunteminen auttaa erottumaan kilpailijoista ja antaa käsityksen tarvittavista resursseista sekä mahdollisuuksista alalla menestymiseen. Benchmarking tarjoaa monipuolisen kuvan saman alan toimijoista, kilpailijoista ja toimintatavoista, ja sen löydösten avulla voidaan oppia muilta, tunnistaa kehitysmahdollisuuksia ja saavuttaa parempi suorituskky sekä kilpailuetu omalla toimialalla. Tiedonkeruu ympäristöstä auttaa myös välttämään toisten tekemiä virheitä. (Fallon, 2023.)

Alhonen & Iloranta (2021,10) kuvaavat sosiaalisen median tutkimista yhdeksi parhaista keinoista benchmarkata ympäristöä. Tästä syystä aloitin Drink & Draw Helsingin ympäristön benchmarkauksen sosiaalisen median kartoituksella. Tutkin Drink & Draw Helsingin toimintaympäristön kartoitusta varten myös samankaltaisia toimijoita, heidän tarjoamia palveluja, erilaisia nettisivuja sekä netistä löytyviä arvioita ja palautteita Drink & Draw Helsingin nykyisestä toiminnasta. Näin pystyin muodostamaan paremman kuvan siitä, minkälaisessa toimintaympäristössä yhteisö toimii ja minkälaista aiempi keskustelu palvelusta ja sen tasosta on ollut. Benchmarkkaus auttoi myös ideoimaan, kuinka erottua joukosta.

3.2 Tutkimusvaihe

Prosessin tutkimusvaihetta kuvaillaan monessa yhteydessä myös ymmärrysvaiheeksi, sillä tässä osassa on tarkoitus syventää ymmärrystä käyttäjätarpeista ja kehittämiskohteista (Tuulaniemi 2011, luku 3). Vaiheessa valittujen menetelmien kautta halutaan saada syvempää tietoa

ydinkysymyksistä, kuten kohderyhmän tarpeista, toiveista, ajatuksista ja ongelmista.

Valitsin tutkimusaiheen palvelumenetelmiksi teemahaastattelun, empatiakartan, tunnelmamuotoilun, arvolupauskanvaksen (value proposition canvas) ja asiakaspersoonat, sillä koin niiden sopivan parhaiten lasten tapahtumakonseptin suunnitteluun ja lisäävän parhaiten ymmärrystä kohderyhmistä. Valittujen työkalujen avulla pyrin pääsemään mahdollisimman lähelle asiakkaan omaa maailmaa ja arkea, mikä on kyseisen tutkimusvaiheen tärkein päämäärä.

3.2.1 Tutkimusvaiheen palvelumenetelmät

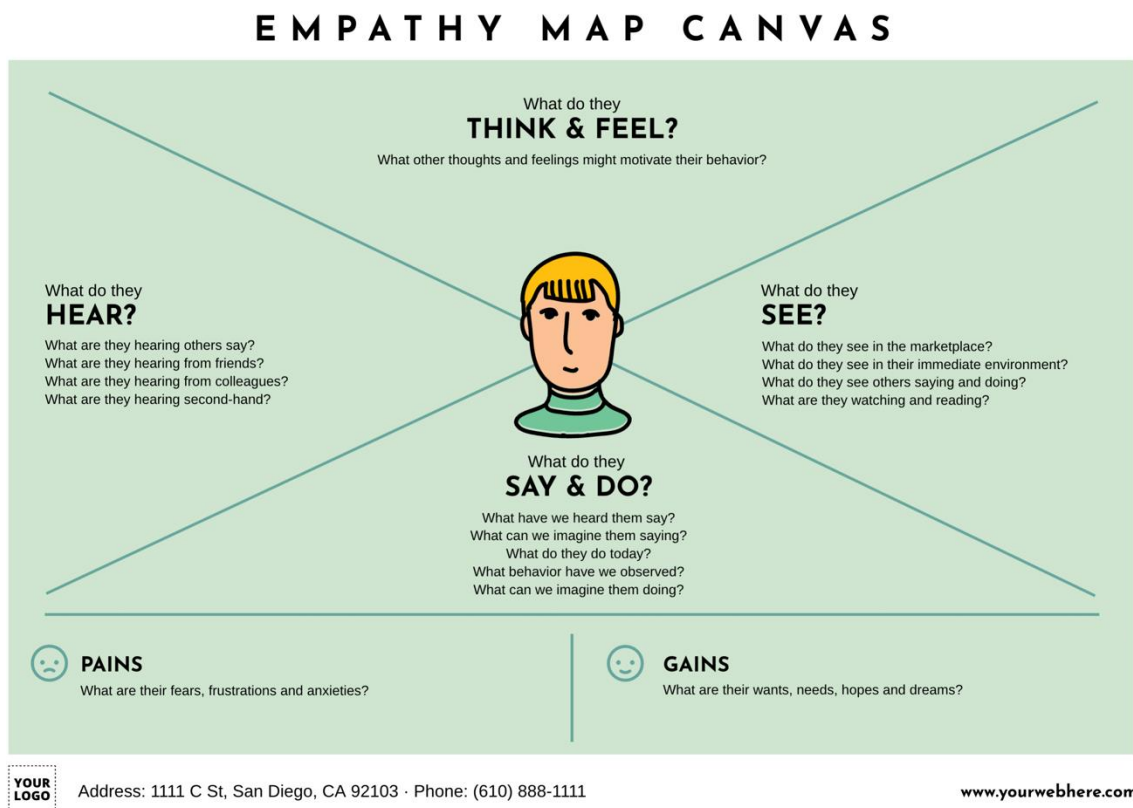
Empatiakartta

Empatiakartta kuvaa ja visualisoi asiakkaan kannalta hyvin olennaisia tunteisiin sekä aisteihin liittyviä ominaisuuksia, ja kuten aiemminkin on esitetty, palvelusta jäävä tunnetila on yksi tärkeimmistä asiakaskokemuksen muodostajista. Empatiakarttaan kuvataan mitä palvelun asiakas kokee, kuulee, haistaa, maistaa, tuntee tai näkee palvelutilanteessa. Tyypillisesti 3-7:n asiakasprofiilin muodostaminen kattaa riittävän monipuolisen ymmärryksen asiakaskunnasta. (Alhonen & Iloranta 2021, 9.)

Tämän palvelumenetelmän yhteydessä on muistettava huomioida erilaisia asiakassegmenttejä sekä pitää mielessä, ettei kartta saa perustua pelkästään oletuksille. Sisäisen pohdinnan jälkeen tulisi kuulla, miten asiakkaat vastaisivat kysymyksiin ja aiheisiin itse. (Piskonen 2022.) Piskosen mukaan (2022) empatiakartta voi toimia myös oivallisena pohjana haastattelukysymysten rakentamista varten. Työkalu auttoi etsimään vastauksia siihen, mitkä elementit ovat asiakkaan elämässä ja arjessa isossa roolissa. Havainnot auttoivat ymmärtämään asiakasta syvemmin.

Hyödynsin karttaa myös lapsille suunnatun teemahaastattelun kysymysten muodostamisessa. Tämän avulla sain tarkemman kuvan lasten omista toiveista

ja tarpeista, jotka auttoivat tekemään päätöksiä tapahtuman ja konseptin suhteen.



Kuvio 3 . Empatiakartta auttaa ymmärtämään asiakasta eri aistien ja tunteiden kautta (n.d Edit.org).

Tunnelmamuotoilu

Empatiakartan yhteydessä tutustuin myös *tunnelmamuotoilun* pääpiirteisiin tarkemmin, sillä niiden avulla tutkitaan samankaltaisia aihealueita. Molempien parissa tarkkaillaan erityisesti sitä, miten tunnelma vaikuttaa asiakkaan aisteihin ja miten aistit puolestaan asiakkaan tunteisiin.

Tunnelmamuotoilussa palvelua tutkitaan jokaisen aistin ja palvelun osa-alueen kautta. Esimerkiksi tilan väreillä, symboleilla, valoilla ja merkeillä on suuret vaikutukset ihmisen aisteihin ja tunteisiin. Erilaisilla väreillä ja väriyhdistelmillä voidaan muun muassa vaikuttaa asiakkaan verenpaineeseen, ja erilaisilla

valoilla voidaan tietoisesti joko virkistää, tai tynnyttää mieltä. Tiedetään myös, että ihminen kokee jotkut värit ja väriyhdistelmät rauhoittavina sekä lempeinä, ja toiset kylminä ja kovina. Aistiärsykkeillä voidaan herättää asiakkaan mielenkiinto, rentouttaa, virkistää ja siten jopa vaikuttaa tiedostomattomaan päätöksentekoon, esimerkiksi ostopäätöksiin. (Rantanen 2016, osa 1, osa 4.)

Lasten kanssa työskennellessä kiinnitin erityistä huomiota tuntoaistiin ja ergonomiaan, sillä lasten tiedetään palavan halusta koskea kaikkeen ympärillään olevaan. Rantanen (2016, osa 4) kertoo tunnelmamuotoilun esimerkissään, että hyvä kauppias ymmärtää esimerkiksi aikuisten saaman mielihyvän tunteen asioiden hypistelystä ja huomioi tämän tarjonnassaan. Kun asiakas kokee miellyttävän tuntoaistiin liittyvän kokemuksen, jää hän kauppaan pidemmäksi aikaa katselemaan ja kokeilemaan tuotteita. (Rantanen 2016, osa 1, osa 4.)

Ihmisen aisteja ymmärtämällä voidaan toteuttaa aistiystävällistä konseptisuunnittelua, jossa tulkitaan erilaisia ympäristöjä, tiloja ja vireystiloja. Tunnelmaan keskittyminen on tärkeää siitäkin syystä, että syntyvät tunteet tarttuvat ihmisestä toiseen nopeasti, mikä vaikuttaa vallitsevaan ilmapiiriin. Esimerkiksi hymyn tarttuminen ihmiseltä toiselle kestää noin 200 millisekuntia (Rantanen 2016, osa 1, osa 2, osa 3.)

Lastentapahtuman suunnittelussa pohdin esimerkiksi seuraavia kysymyksiä:

Mitkä ovat tilan värit ja valaistus ja mitä ne viestivät? Minkälainen musiikki valitaan, jotta saadaan haluttu tunnelma? Miltä tilan lämpötila tuntuu iholla? Onko tilan akustiikka lapsiryhmän kannalta oikea? Ovatko huonekalut lapsen ergonomialle sopivia, onko tuoleissa mukava istua ja tarvikkeille helppo taiteilla? Saako vessan lukon helposti auki ja kiinni? Miten tarjottava juoma vaikuttaa asiakkaan aisteihin ja tunteisiin?

Teemahaastattelu

Teemahaastattelu keskittyy ennalta suunniteltuihin teemoihin. Haastattelu ei etene yksityiskohtaisten kysymysten kautta, vaan liikkuu vapaasti valittujen aiheiden ympärillä. Haastateltavan puheelle pyritään antamaan tilaa, mutta samalla aiheiden halutaan pysyvän tietyissä raameissa. Kysymykset muodostetaan aiempien tutkimusten ja teemaan tutustumisen perusteella. Haastattelukysymykset ovat kuitenkin kaikille haastateltaville samat. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Valitsin teemahaastattelun menetelmäksi siksi, että se antaa haastateltaville lapsille mahdollisuuden ilmaista itseään monipuolisesti ja vapaasti, silti teeman ympärillä pysyen. Pyrin herättämään tilanteessa aitoa keskustelua ja saamaan lapsille tyypillisten ”joo” ja ”ei” vastausten sijaan puheen virtaamaan luontevasti. Vaikka haastattelukysymykset pysyvät samoina kaikille haastateltaville, olin valmis tilanteen mukaan joustamaan ja reagoimaan haastateltavien tarpeisiin. Kun lapsi halusi syventyä johonkin aiheeseen enemmän, annoin siihen mahdollisuuden. Olin suunnitellut lasten haastattelutilannetta varten runsaasti esimerkkejä ja vaihtoehtoja, jotka helpottivat perusteellisempaa syventymistä aiheisiin. Visuaalisten apuvälineiden käyttö oli myös yksi tehokas keino kysymysten selventämiseen. Tämä auttoi lapsia ymmärtämään aiheta paremmin.

Lapsille itselleen tarjottiin myös mahdollisuutta ilmaista ajatuksiaan piirtämisen ja tekstin tuottamisen avulla. Näin varmistuttiin, että he pääsivät kertomaan asioista itselleen luontevimmalla tavalla. Etenkin nuorimman haastateltavan kohdalla tämä toimi hyvin.

Haastatteluihin oli varattu paljon aikaa, mikä mahdollisti sukeltamisen syvälle aiheisiin. Näin varmistin, että haastattelu hyödytti aidosti sekä asiakkaita, että haastattelijaa. Haastattelutilanteissa kiinnitin erityistä huomiota kannustukseen ja positiivisen palautteen antamiseen, jotta lapsi tuntisi itsensä kuulluksi ja vastauksensa arvostetuksi. Lasten reaktiosta päätellen tämä synnytti myös halun kertoa omasta maailmastaan enemmän. Haastattelu tarjosi paljon uutta ja

arvokasta tietoa kohderyhmän arjesta ja maailmasta sekä hyvin eriävistä mielenkiinnon kohteista.

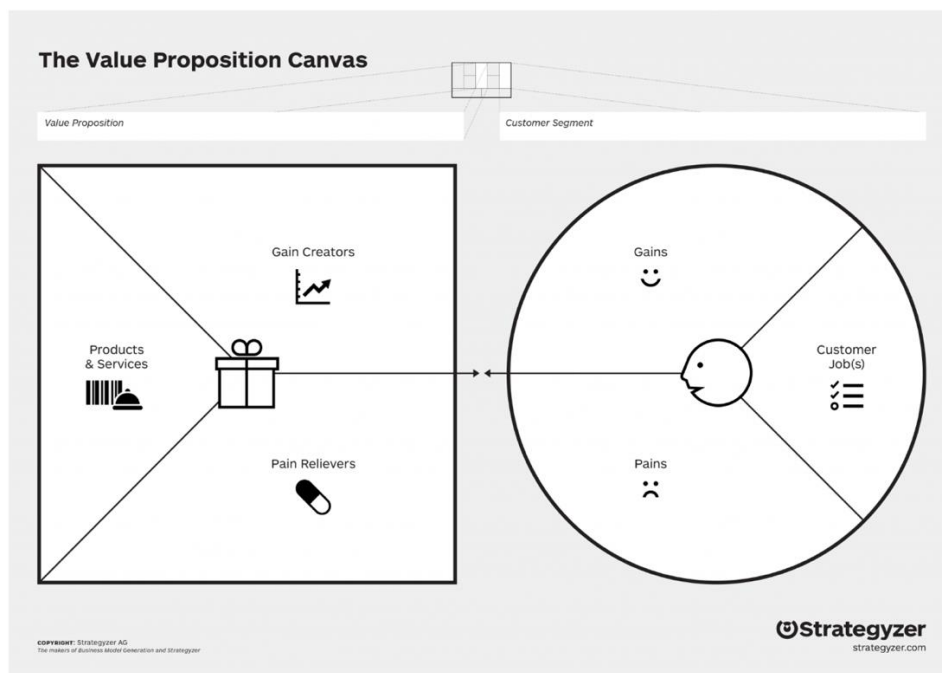
Asiakasarvokartta

Asiakasarvokartta eli *value proposition canvas* on työkalu, jonka tavoitteena on löytää kohderyhmälle palvelukokonaisuus, joka huomioi asiakkaan tarpeet ja toiveet palvelun suhteen. Arvolupaus vastaa siitä, kuinka asiakas hyötyy palvelun käyttämisestä. Arvolupauksessa on kyse lisäarvosta tai merkityksestä, jonka palvelu tuottaa kohderyhmälleen.

Palvelusta saatavaa lisäarvoa ei ole aina helppo löytää ja monesti hyöty voi olla jotakin sellaista, jota palvelumuotoilija ei voi ennalta-arvata. (Merviö 2020.)

Value proposition canvas on työkalu, joka auttaa palvelumuotoilijaa löytämään arvon, jonka asiakas toivoo palvelusta saavan.

Loimme value proposition canvasin yhdessä Drink & Draw Helsingin kanssa, ja tarkastelimme sen avulla asiakkaan, yhteisön ja palvelun välisten tavoitteiden, toiveiden ja haasteiden yhtymäkohtia. Keskeisenä tarkoituksena oli havaita mitkä asiat linkittyvät toisiinsa Drink & Draw Helsingin, sen tarjoaman palvelun ja asiakkaan välillä. Menetelmän avulla muodostui tarkempi kuva siitä, mitä asiakkaat tarvitsevat ja miten palvelu voisi täyttää nämä tarpeet ainutlaatuisesti ja houkuttelevasti.



Kuvio 4 Asiakasarvokartta auttaa löytämään yhteyksiä asiakkaan ja yrityksen välillä (n.d Strategyzer).

Asiakaspersoona

Asiakaspersoonat ovat kuvitteellisia asiakasprofieileja ja ne perustuvat yleensä todellisiin asiakastietoihin sekä tutkimusten tuloksiin. Ne luovat yleiskuvan tietyn tyyppisestä asiakkaasta ja hänen demografisista tiedoistaan, sekä tarpeista, tavoitteista ja haasteista. Asiakaspersoonat auttavat tiimiä hahmottamaan, millaisia käyttäjiä tai asiakkaita tapahtumassa palvellaan. Jopa yksi uusi ja oikeaksi osoittautuva havainto voi tehdä suuren eron asiakastutkimukseen ja siten mahdollistaa siihen vastaamisen palvelulla. Tärkeintä kuitenkin ymmärtää asiakasprofiili suuressa mittakaavassa, jotta voidaan lähteä rakentamaan oikeita ratkaisuja ja palveluita asiakkaille. (Tuulaniemi 2011, luku 3.)

Toteutin lasten taidehetken suunnittelua varten kolme eri asiakaspersoonaa jokaisesta eri asiakassegmentistä. Asiakaspersoonien luonti selkeytti erityisesti kuvaa eri ikäisten lasten tarpeista ja mieltymyksistä, joka auttoi konseptidokumentin teossa.



Pekka 67v.

Perhe: Avoliitossa ja 2 aikuista lasta. Avovaimo Tarja työelämässä Oulun servisilla, koulukeittiössä.

Asuu: Haukiputaalla, omakotitalossa

Työ: jäänyt työkyvyttömyys eläkkeelle, toiminut luottamusmiehenä. Työskennellyt sahalla sahurina koko ikänsä, 16-vuotiaasta saakka.

”Saappaat jalassa hamaan hautaan!”

TÄRKEINTÄ ELÄMÄSSÄ:

Ei jää raanaan!

KIINNOSTUKSET:

Harrastuksena kalastus, mökki Pudasjärvellä. Pekka viettää paljon aikaa mökillä. Pekka on rakentanut mökin itse ja kaljoittelee yksinään mökillä. Ei harrasta musiikin kuuntelua, kuuntelee puskaradiota/kansan radiota. Ilonaiheet: kokoontumiset vanhojen työkavereiden kanssa, luonto, puuhastelu mökillä, lasten lapset.

HUOLET:

Pekan selkä on vaivannut häntä jo jonkun aikaa. Pekka on kaljoitteluun taipuvainen. Ensimmäinen vaimo kuollut. Toinen hänen lapsistaan on työttömänä. Pekan selkkipujen takia hänen puuhastelu mökillä vähentynyt.

Kuvio 5 Asiakaspersoonaa kiteyttää kuvitellun palvelunkäyttäjän tarinanomaisesti (Palo 2021).

3.3 Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaiheessa on tarkoitus ideoida mahdollisimman monipuolisesti vaihtoehtoja ratkaistaviin ongelmiin (Tuulaniemi 2011, luku 3).

Suunnitteluvaiheessa keskitytään ideoimaan vastauksia niihin asiakkaiden tarpeisiin ja ongelmiin, joita edeltävässä asiakasymmärryksen vaiheessa pyrittiin löytämään. Tässä vaiheessa hyvä ideointikyky ja luova ajattelu helpottavat palvelun suunnittelun ja ratkaisuehdotusten löytämisessä.

Palveluntarjoajan on pysyttävä tarkkana ohjelmasisällön suunnittelussa. Tapahtumasuunnittelussa on tyypillistä, että asiakkaalle pyritään luoda ohjelma, joka sisältää muutaman vahvemman elämyksen, joiden avulla palveluntarjoaja voi taata ainutlaatuisen ja kilpailijoista erottuvan asiakaskokemuksen. Ohjelma ja idea eivät saa olla asiakkaalle kuitenkaan liian yllättäviä. Asiakkaalla on nimittäin aina jokin mielikuva palvelun suhteen jo ennen itse tapahtumaan tuloa ja on tärkeää, että asiakas pystyy nojaamaan mielikuvaan koko palvelun läpi. Tämä synnyttää asiakkaassa luottamuksen ja turvallisuuden tunteen palvelua kohtaan. Syvällisen asiakasymmärryksen myötä asiakkaalle osataan kuratoida juuri oikealla tavalla elämyksellinen palvelu. Palvelun tulisi pikemmin riemastuttaa ja ilahduttaa kuin yllättää. (A. Stewart & O'Connell 2016, luku 5.)

Suunnitteluvaiheen palvelumentelmiksi valitsin ideapajan, palvelupolun, arviointimatriisin, prototypoinnin ja riskianalyysin teon. Tässäkään vaiheessa asiakasta ei unohdettu prosessin ulkopuolelle, vaan osa menetelmistä toteutettiin yhdessä kohderyhmän kanssa.

3.3.1 Suunnitteluvaiheen palvelumenetelmät

Ideapaja

Ideapaja toteutettiin yhdessä neljän lapsen kanssa, jotta suunnitteluun saatiin mahdollisimman paljon ajatuksia suoraan kohderyhmältä. Ideapajassa "brainstormattiin" yhdessä lasten kanssa. Brainstormaamisessa ryhmän jäseniä kannustetaan ideoimaan vapaasti ja spontaanisti. Sen tavoitteena on koota laaja kirjo erilaisia ideoita.

Ideapajassa jokaiselle osallistujalle jaettiin post-it-lappuja ja kynä. Kirjasin lasten kanssa ylös kaikki esitetyt ideat, jonka jälkeen lappuja arvioitiin ja järjestettiin tapahtumaan sopivimpien ehdotusten mukaan eri kategorioihin. Kategoriat

liittyivät esimerkiksi tarjoiluun, ohjelmaan, koristeisiin tai mihin tahansa olennaiseen tapahtumaan liittyvään osa-alueeseen.

Ideointihetkelle varattiin riittävästi aikaa ja rauhallinen tila, jonka lisäksi pyrin ylläpitämään positiivista ja sallivaa ilmapiiriä. Tähän pyrin siksi, että kiireetön tunnelma ja rauhallinen tila auttavat ihmismieltä synnyttämään luovuutta vaativia ideoita paremmin (Tuulaniemi 2011, luku 3).

Lasten kanssa ideoidessa oli tärkeää myös varmistaa, että työpajassa on tarjolla ruokaa ja juomaa, jotta keskittyminen säilyy hyvänä. Koin myönteisen ilmapiirin auttavan suuren ideamäärän syntymisessä. Lopuksi ideat arvioitiin lasten kanssa arviointimatriisin avulla.

Arviointimatriisi

Arviointimatriisi on työkalu, jota käytetään ideoiden lopulliseen arviointiin ja valintaan. Ehdotukset arvioidaan eri kriteerien perusteella, kuten pohtimalla kuinka helppo idea on toteuttaa tai kuinka ainutlaatuinen se on. Ideat sijoitetaan valitun matriisin eri ruutuihin sen perusteella, kuinka ne täyttävät seuraavat kriteerit:

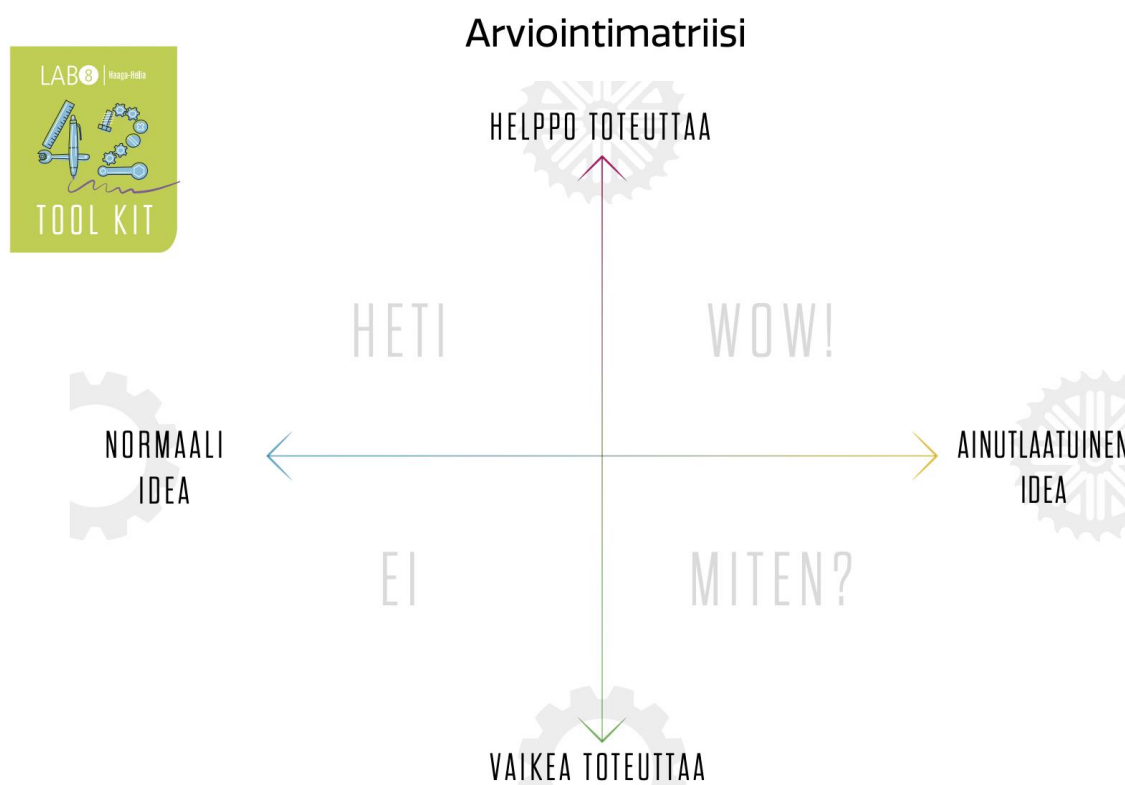
1. "Hetä" -ruutuun: ideat, jotka ovat helppoja toteuttaa ja suhteellisen tavallisia.
2. "Miten?" -ruutuun: ideat, jotka ovat vaikeampia toteuttaa, mutta ovat ainutlaatuisia.
3. "WOW!" -ruutuun: ideat, jotka ovat sekä helppoja toteuttaa että ainutlaatuisia. Nämä ovat erityisen houkuttelevia ja potentiaalisia ideoita.
4. "Ei" -ruutuun: ideat, jotka ovat vaikeita toteuttaa eivätkä tarjoa riittävää arvoa. Nämä ideat kannattaa hylätä. (Alhonen & Iloranta 2020, 18.)

Lasten taidetapahtuman kohdalla huomioitiin erityisesti se, kuinka paljon sotkua ohjelmaideasta syntyy, kuinka paljon sen toteuttaminen vaatii aikaa ja rahaa sekä onko tekeminen varmasti kaikille ikäryhmille innostavaa, mutta myös

sopivan haastavaa. Tietojen saaminen oli oleellista esimerkiksi siksi, että niiden avulla palvelulle pystytään varata jatkoa ajatellen oikea tila ja aika.

Lisäksi arvioinnissa pohdittiin koko ajan sitä, kuinka ideat vastaavat kohderyhmän tarpeisiin ja odotuksiin sekä yrityksen brändikuvaan. Lasten arviot olivat yllättävän hyödyllisiä ja näkökulmia antavia myös arviointimatriisin yhteydessä. He osasivat perustella toisilleen hyvin ja rakentavasti, miksi jokin idea ei kuulostanut toimivalta ja miksi joku pääsi WOW-ruutuun.

Arviointimatriisin avulla tunnistettiin helposti ne ideat, jotka ovat lupaavia ja jatkokehityksen arvoisia.



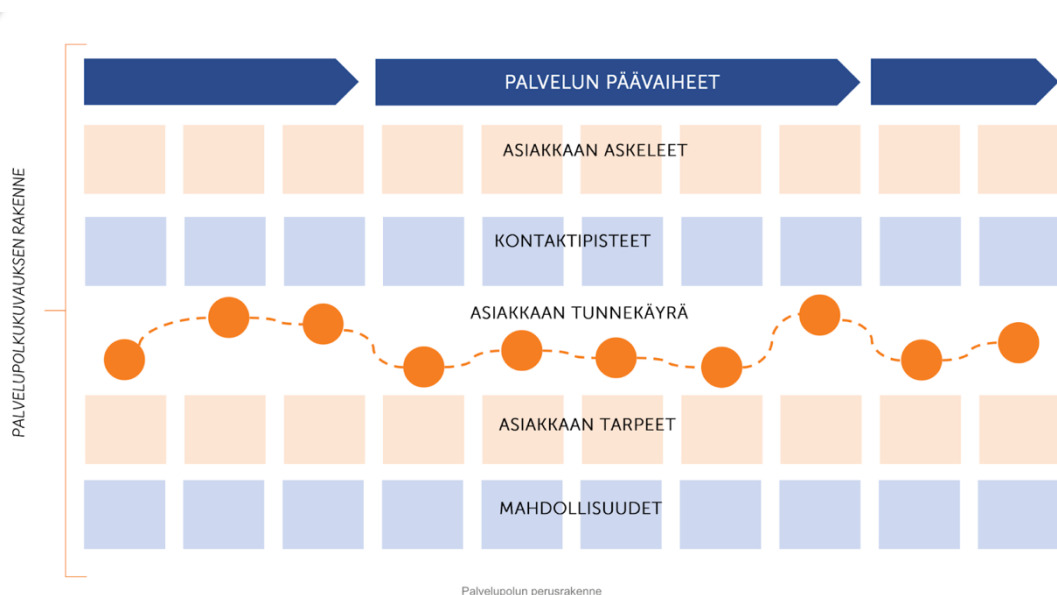
Kuvio 6 Arviointimatriisi helpottaa parhaiden ideoiden havaitsemista (Alhonen & Iloranta 2020, 34).

Palvelupolku

Palvelupolku valittiin menetelmäksi siksi, että se kuvaa konkreettisesti kaikki palvelun käytön olennaisimmat osa-alueet alusta loppuun. Palvelupolun luominen auttaa havainnoimaan tarkasti sen, kuinka asiakaskokemus muodostuu ja mitkä ovat palvelun tärkeimmät kontaktipisteet ja palvelutuokit.

Palvelun kontaktipisteet ja palvelutuokit kuvaavat asiakkaan kokemusta palvelun eri vaiheista. Kontaktipisteet ovat fyysisiä tai aineellisia asioita, kuten tiloja, esineitä, ihmisiä tai vuorovaikutusprosesseja, jotka asiakas kohtaa palvelun käytön aikana. (Innokylä n.d. Miittisen 2011 mukaan.)

Tavallista parempien asiakaskokemusten muodostumiselle on usein yhteistä se, että asiakkaan odotukset pystytään ylittämään yhdessä tai useammassa kontaktipisteessä. Lisäksi tiedetään, että yksikin asiakasodotukset ylittävä kontaktipiste voi nostaa kokemuksen aivan uudelle tasolle. (Saarijärvi & Puustinen 2020, osa 2.) Tästä johtuen arvotin palvelupolun jokaisen kontaktipisteen muodostamisen yhtä tärkeäksi, olipa kyse ohjelmanumerosta tai siitä, kun asiakkaan takki asetetaan henkariin.



Kuvio 7. Palvelupolku visualisoi asiakkaan kontaktipisteet palvelun parissa (Innanen, 2018).

Riskianalyysi

Riskianalyysin tekeminen on oleellinen osa palvelun suunnittelua, erityisesti lasten kanssa työskenneltäessä.

Matriisi käyttää kvalitatiivista arviointia riskin todennäköisyyden suhteellisena tasona, eikä tilastollista riskiä. Toisin sanoen arvioinnissa ei käytetä tarkkoja tilastollisia lukuja tai prosenttiosuuksia riskien arvioimiseen. Sen sijaan riskien todennäköisyyttä arvioidaan käyttäen laadullisia ilmaisuja, kuten "korkea", "keskitaso" tai "matala". (Visure.)

Käytin riskien tunnistamiseen riskianalyysimatriisia, eli menetelmää, jossa riskit asetetaan tärkeysjärjestyksessä. Tarkoittaen sitä, että vakavimmat riskit asetettiin etusijalle. Tavoitteena oli luokitella ja tunnistaa riskit, jonka pohjalta voitiin kehittää riskienhallintastrategia, joka sisälsi niihin tarvittavat resurssit ja vastaukset. Riskianalyysimatriisin teko oli tärkeää siksi, että lasten kanssa työskentelyyn voi kuulua paljon yllättäviä tilanteita ja ennalta-arvaamattomuutta. Riskianalyysi auttoi tunnistamaan, hallitsemaan ja minimoimaan mahdollisia ongelmakohtia etukäteen.

Riskien tunnistaminen ja niiden hallinta ovat olennaisia osia tapahtuman sujuvan etenemisen varmistamiseksi erityisesti lasten kanssa työskennellessä, jossa turvallisuus ja hyvinvointi ovat ensiarvoisen tärkeitä piirteitä. Konkreettisia esimerkkejä riskeistä lastentapahtumassa avattiin kappaleessa 2.8.

Prototyyppi

Prototyyppi toteutetaan ennen varsinaista pilottia tai palvelun virallista lanseerausta. Sen tarkoituksena on selvittää ja kokeilla, kuinka konsepti toimii käytännössä, ja auttaa eteenpäin suunnittelu- ja kehitystyössä. Jotakin asiaa testataan, eli prototyyppidään tyypillisesti mahdollisimman pienellä vaivalla ja resursseilla. Toisin kuin pilotoinnissa, kokeilun aikana sattuneet epäonnistumiset ja virheet voidaan vielä sallia. (Paju 2016.)

Prototyypointi on keskeinen vaihe monissa suunnittelu- ja kehitysprosesseissa, koska se auttaa havainnollistamaan ja tarkentamaan ideoita ennen niiden laajempaa toteutusta. (Tuulaniemi 2011, luku 3.)

Suunnitteluvaiheen viimeisenä menetelmänä käytin prototyypointia, jonka avulla testattiin suunniteltua konseptia nopeasti käytännössä. Lasten taidehetken prototyypoinnissa selvitettiin muutaman lapsen avulla sitä, minkälaista kiinnostusta ja tunteita aktiviteetit herättivät, onko ohjelma toimiva, helposti toteutettava ja kuinka materiaalit toimivat käytännössä. Sen lisäksi arvioitiin, kuinka paljon aikaa taideaktiviteetit todellisuudessa veivät. Havainnoin tilanteessa myös lasten käyttäytymistä ja kuuntelin tarkasti kaikkea, mitä he palvelusta sanoivat tai kenties jättivät sanomatta.

Prototyypoinnista selvisi monia palvelun kannalta merkittäviä tekijöitä. Nopean testaamisen auttoi huomioimaan esimerkiksi lasten käyttäytymistä ohjelman parissa sekä siitä, mikä ohjelmasisältö ei toiminut. Käytännön toteutus auttoi muovaamaan suunniteltua pilottitapahtumaa. Esimerkiksi muutama askarteluosuus osoittautui liian pitkäkestoiseksi. Prototyypoinnilla voitiin näin ollen ennaltaehkäistä riskejä, mutta myös kehittää palvelua jo ennen sen pilotointia.

3.4 Tuotantovaihe

Tuotantovaiheessa suunniteltu tapahtumakonsepti toteutetaan ja pilotoidaan. Pilotoinnilla testataan palvelukonseptin toimivuutta käytännössä.

Toisin kuin prototyypoinnin, palvelun pilotin tulisi tähdätä virheettömyyteen, sillä sen takana on pitkä taustatyö ja sen suunnittelu on vaatinut suurempia resurssien käyttöä. Onnistuneessa pilotissa kaikki prosessissa tehdyt oletukset ja toimenpiteet osoittautuvat toimiviksi, eli todeksi. (Paju 2016.)

Pilotointia voisi verrata esimerkiksi orkesterin kenraaliharjoitukseen, jossa esitys etenee taustatyön sekä suunnitelman mukaisesti. Kenraaliharjoituksen jälkeen esitystä muutetaan vain hätätapauksessa.

Tuotantovaiheen palvelumenetelmiksi valitsin havainnoinnin ja asiakaspalautteen keräämisen. Havainnoinnissa käytetään AEIOU-työkalua, joka auttoi tarkastelemaan pilottitapahtuman osa-alueita monipuolisesti. Asiakaspalaute kerättiin tapahtuman osallistujilta heti tilaisuuden jälkeen.

3.4.1 Tuotantovaiheen palvelumenetelmät

Havainnointi

Havainnointia pidetään yhtenä tärkeimpänä palvelumenetelmänä (Komulainen 2021). Sen avulla kerätään tietoa tarkkailemalla tutkittavaa ilmiötä ja se soveltuu erityisesti vuorovaikutuksen ja toiminnan tutkimiseen.

Havainnointi on hyödyllinen menetelmä etenkin lasten toimintaa seurattaessa. Havainnointi voi mahdollistaa esimerkiksi haastatteluja paremman kuvan lasten todellista toiminnasta ja käytöksestä. Tämä johtuu siitä, että lapset eivät välttämättä osaa pukea sanoiksi kokemaansa yhtä hyvin kuin vanhemmat ikäryhmät. Havainnoilla pyritään saamaan arvokasta lisätietoa siitä, kuinka palvelu ja sen käyttäjät toimivat käytännössä. (Keski-Suomen museo.) Menetelmästä muodostuneet ajatukset auttavat kehittämään palvelua eteenpäin, minkä lisäksi se on tehokas tapa tunnistaa tapahtuman parhaimmat ja heikoimmat osa-alueet.

Havainnointivaiheessa käytettiin AEIOU-työkalua, joka auttoi kiinnittämään huomiota viitekehysten tärkeimpiin kohtiin. Havainnot dokumentoitiin paikan päällä paperille. Tilaisuutta havainnoitiin myös videoiden ja valokuvien kautta.

Tarkemmat havainnoinnin avulla saadut lopputulokset esitetään kappaleessa 4.-4.6.

Sisältö rakenne AEIOU- havainnointitekniikalla muodostui lastentapahtumaa varten seuraavasti:

A (Activities) - Toiminta: kuvataan, mitä palvelussa tapahtuu, mitä lapset tekevät, millaisia tehtäviä heillä on, ja mitä tapahtuu ennen ja jälkeen tietyn toiminnan.

E (Environments) - Palveluympäristöt: keskitytään siihen, miltä palveluympäristö näyttää ja mikä on vallitseva tunnelma. Fyysisessä ympäristössä kiinnitetään huomiota esimerkiksi valaistukseen, opastukseen ja elementtien sijoitteluun.

I (Interactions) - Vuorovaikutus: tutkitaan, miten lapset ja henkilökunta ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Tarkastellaan miten asioita kerrotaan ja miten niihin reagoidaan.

O (Objects) - Esineet: pohditaan, mitä esineitä ja materiaaleja palvelussa käytetään, kuka niitä käyttää ja missä niitä käytetään. Tässä osiossa tarkastellaan myös, käyttävätkö lapset esineitä ja materiaaleja tarkoituksenmukaisesti, vai muuttuuko niiden käyttötarkoitus.

U (Users) - Käyttäjät/asiakkaat: tarkastellaan palvelun käyttäjiä ja asiakkaita, heidän käyttäytymistään, mieltymyksiään, tarpeitaan, roolejaan ja suhteitaan toisiinsa. Onko useampi lapsi taipuvainen toimimaan tilanteessa jollakin tietyllä tavalla ja miksi?

AEIOU-viitekehys auttoi organisoimaan ja dokumentoimaan havaintoja, joiden avulla lastentapahtumaa voidaan suunnitella entistä käyttäjäystävällisemmiksi ja toimivammaksi.

Asiakaspalaute

Asiakaspalaute on olennainen työkalu, jolla saadaan muodostettua paras mahdollinen kokonaiskuva tapahtumasta. Tämän takia tilaisuuden loppuun osallistujilta kerättiin palautetta pienimuotoisten haastattelujen sekä kyselylappujen muodossa, jonka lisäksi toimeksiantajalle toteutettiin hieman laajempi haastattelu. Palaute auttoi tunnistamaan palvelun vahvuudet ja kehityskohteet hyvin.

Palautteen saaminen oli erityisen tärkeää palvelun jatkokehittämisen näkökulmasta, jonka lisäksi se vaikutti merkittävästi päätöksentekoon siitä, tullaanko palvelu ottamaan käyttöön jatkossa. Palautteista saadut tulokset esitetään kappaleissa 6.1, 6.1 ja 6.3.

3.5 Arviointivaihe

Palvelun arviointi on palvelumuotoiluprosessin viimeinen vaihe. Tässä vaiheessa toteutunutta palvelua tarkastellaan eri mittareiden avulla riippuen siitä, mitä on haluttu mitata. Viimeisessä vaiheessa on oleellisen tärkeää ymmärtää, ettei prosessi pääty arviointivaiheeseen. Tämä johtuu siitä, että palvelumuotoilu on prosessi, eikä projekti. Palvelubisneksen luonteeseen kuuluu, että palvelu elää ja muotoutuu jatkuvasti, eikä sitä voida koskaan kutsua valmiiksi. Esimerkiksi erilaiset ilmiöt sekä ihmisten vaihtelevat kulutustottumukset saattavat edellyttää palvelun jatkuvaa muuttumista. (Tuulaniemi 2011, luku 3.) Asiakaskokemuksen ja jatkumahdollisuuksien lisäksi palveluprosessin arviointivaiheessa on tyypillistä mitata esimerkiksi myyntilukuja, palvelun teknistä laatua sekä työtehtävien ja suosittelujen määrän kasvua. Mittarit auttaa havaitsemaan palvelusta saadut hyödyt ja muut vaikutukset. (Palo 2021 & Tuulaniemi 2011, luku 3.)

3.5.1 Arviointivaiheen palvelumenetelmät

Lastentapahtuman mittareina toimi tuotantovaiheen palvelumenetelmät, eli asiakaspalautteet, havainnointi ja toimeksiantajan haastattelu. Arviointivaiheessa tehdyt lopulliset johtopäätökset muodostettiin näiden menetelmien lopputulosten pohjalta. Arviot ja lopputulokset esitellään seuraavissa kappaleissa.

4 Tapahtumakuvaus ja havainnot

Tässä kappaleessa kuvaan minkälainen lasten taidetapahtuma konseptointiprosessin lopputuloksena syntyi ja minkälainen yleiskuva sekä tunnelma tilaisuudesta jäi järjestäjille ja osallistujille. Tapahtumakuvauksen lisäksi esittelen taidehetkestä tehdyt ydinhavainnot, jotka muodostuivat AEIOU-palvelumenetelmän avulla. Menetelmän avulla tarkasteltiin erityisesti tapahtuman asiakkaita, palveluympäristöä, osallistujien ja ohjaajan välistä vuorovaikutusta, toimintaa sekä tilaisuuden välineitä. Huomiot tehtiin tapahtuman aikana sekä heti sen jälkeen. AEIOU-työkalun tarkempi kuvaus löytyy kappaleesta 3.4.1

4.1 Nimi ja teema

Lasten taidetapahtumakonseptin nimeksi valittiin *Piirustusta ja pillimehua*. Valintaan päädyttiin siksi, että nimi on yhteensopiva aikuisille järjestettävien Drink & Draw -tilaisuuksien kanssa. Lisäksi nimi viittaa hyvin tapahtuman konseptiin, joka sisältää paljon piirtämistä.

Konseptisuunnittelun yhteydessä päätettiin, että tapahtumia varten valittaisiin aina jokin ennalta suunniteltu teema. Teemat voisivat liittyä esimerkiksi juhlapäiviin tai muihin aiheisiin tai ilmiöihin, jotka kuvastavat Drink & Draw Helsinki -yhteisön arvomaailmaa. Teemavalinnoissa voitaisiin nostaa esiin esimerkiksi eri kulttuureita, ihmisten monimuotoisuutta, ilmastonmuutoksen vaikutuksia tai tunneteemoja. Tämän pilottitapahtuman teemaksi valittiin halloween, sillä tilaisuuden ajankohdaksi valikoitui sattumalta viimeinen viikonloppu ennen kyseistä juhlapäivää.

4.2 Visuaalinen ilme ja tila

Teemaväreinä käytettiin mustaa ja oranssia. Tapahtuman alkamisajaksi valittiin ajankohta, jolloin ulkona alkaa hämärtyä. Visuaalisesta ilmeestä haluttiin

leikkisä, mutta hieman mystinen ja jännittävä. Haluttu ulkonäkö saavutettiin halloween-aiheisten koristeiden, valojen ja valitun alkamisajan avulla helposti.

Palveluun varattu tila ei ollut kuitenkaan käyttötarkoitukseen optimaalisin, ja se osoittautui hieman ahtaaksi kymmenelle osallistujalle ja ohjaajille.

Tämä johtui siitä, että istumapaikat oltiin aseteltu ympyrään samoin, kuten aikuisille suunnatuissa tapahtumissa. Elävän mallin oltiin ajateltu poseeraavan ringin keskellä, sillä aikuisille suunnatuissa tilaisuuksissa moni osallistuja nauttii nimenomaan mallin hahmottelusta useista eri perspektiivistä katsottuna, sillä se tuo piirtämiseen mielenkiintoa ja haastetta. Lapset halusivat kuitenkin nähdä elävän mallin ainoastaan edestäpäin katsottuna. Taka- ja sivuprofiilin hahmottelu tuntui lapsista liian haastavalta tai tylsältä. Tilanteesta opittiin, että ringin muodostamisen sijaan lapset kannattaa asetella katsomaan esimerkiksi jonkinlaista lavaa päin.

Osa lapsista jouduttiin sijoittamaan lattialle piirtämään ilman istuinta, jotta he näkisivät mallin haluamastaan perspektiivistä. Tätä havaintoa pidettiin erityisen tärkeänä, sillä se paljasti palvelusta selkeän kehityskohdan. Havainto auttaa toimeksiantajaa ymmärtämään, minkälaisissa tiloissa lastentapahtuma kannattaisi järjestää ja miksi. Lavalla järjestettävä ohjelma mahdollistaisi myös rekvisiitan luovemman käytön, joten sillä voitaisiin jopa monipuolistaa ohjelman sisällön suunnittelua tulevaisuudessa.

4.3 Osallistujat ja ohjaajat

Järjestin pilottitapahtuman yhdessä toisen Drink & Draw Helsingin ohjaajan kanssa. Tilaisuuteen osallistui kymmenen lasta. Tapahtumaan oli tarkoitus kutsua vain 6-9 vuotiaita lapsia, mutta lopulta joukossa oli myös yksi viisivuotias, yksi kymmenenvuotias ja yksi 11-vuotias lapsi. Osallistujien ikäjakauma oli siis hieman suurempi, kuin oli etukäteen sovittu. Tilanteeseen päädyttiin siksi, että moni osallistuja halusi ottaa sisaruksensa mukaan tilaisuuteen. Tähän suostuttiin, sillä pilottitapahtuma oli oivallinen paikka testata, kuinka ohjelma toimii ennalta-arvioitua suuremman ikäjakauman kanssa.

Tilanne muistutti, että lastentapahtumiin halutaan tulla monesti sisarusten kanssa.

Koska toimin tilaisuudessa huomattavan osan ajasta elävänä mallina minulla ei ollut mahdollisuutta auttaa lapsia ohjeistuksessa tai esimerkiksi paperin jakamisen kanssa niin paljon kuin olisi tarvittu. Ryhmä osoittautui yhdelle aktiiviselle ohjaajalle hieman liian suureksi.

4.4 Ohjelma

Taidehetken oli tarkoitus kestää tunnin, mutta lopulta tapahtuma venyi yli 1,5 tunnin mittaiseksi. Tämä oltiin onneksi osattu huomioida riskianalyysin yhteydessä, joten kaikilla osallistujilla oli mahdollisuus jäädä tilaisuuden loppuun asti. Pidentynyt aika johtui siitä, että ohjelmaa muutettiin asiakkaiden toiveiden mukaisesti tapahtuman aikana.

Ohjelmassa oli aluksi "piirrä mitä tunnet" leikki ja askarteluosuus, jonka jälkeen piirrettiin elävästä mallista. Askartelutehtävä toimi niin sanottuna alkulämmittelynä. Osuus osoittautui suurimmalle osalle kuitenkin melko haastavaksi ja toi esiin hieman liian suuren ikäjakauman. Vanhimille osallistujille tehtävä oli liian helppo ja nuoremmille liian haastava.

Tapahtuman elävä malli piti päällään erilaisia teemaan sopivia erikoisia asuja, joiden avulla haluttiin ilahduttaa lapsia. Piirustusosuudessa Drink & Draw Helsingin ohjaaja antoi lapsille erilaisia piirustustehtäviä. Tehtävinä toimi esimerkiksi vasemmalla kädellä hahmottelu tai piirtäminen silmät kiinni. Piirustushaasteet herättivät lapsissa erilaisia tunnereaktioita, joita moni halusi kertoa tilanteessa ääneen. Pilottitapahtuman loppupuolella lapsia pyydettiin itse eläviksi malleiksi. Tämä ohjelmanumero muodostui yllättäen tapahtuman suurimmaksi hitiksi ja jokainen osallistuja vaati esiintymään pääsyä. Lapsilta oli kysytty palvelumenetelmien yhteydessä monta kertaa, haluaisivatko he itse toimia tilaisuuden elävinä malleina. Ajatus oli herättänyt suunnitteluvaiheen haastateltavissa paljon epävarmuutta ja kielteisiä reaktiota. Lasten toiveita kuunneltiin ja sovittiin, että kyseinen osuus kestäisi vain lyhyen ajan.

Konkreettisen toteutuksen aikana samat lapset olivatkin ohjelmanumerosta aivan innoissaan. Drink & Draw Helsingin ohjaaja onnistui lukemaan palvelutilannetta erinomaisesti ja osasi muotoilla loppupuolen tilaisuudesta asiakastoiveiden mukaisesti siten, että jokainen lapsi pääsi esiintymään elävänä mallina. Palautteista pystyttiin myöhemmin päättellä, että tämä vaikutti asiakaskokemukseen positiivisesti. Tapaus osoitti erinomaisesti sen, että palvelun tulee muovautua sen käyttäjien ja tilanteen mukaisesti. Myös palveluntarjoajan on jatkuvasti havainnoitava, millaisten asioiden avulla voidaan saavuttaa maksimaalinen asiakastyytyväisyys.

4.5 Tunnelma ja vuorovaikutus

Tilaaaja toivoi taidehetken olevan yleistunnelmaltaan rauhallinen. Haluttuun rauhalliseen tunnelmaan päästiin osittain, mutta paikoin tunnelma yltyi melko levottomaksi. Ajoittaisesta rauhattomuudesta huolimatta kaikista lapsista paistoi ilo ja hilpeys läpi tapahtuman.

Pilottitapahtuman jälkeen arvioitiin, että lapsille olisi pitänyt esittää tarkempia käytössääntöjä jo ennen tapahtumaa. Esimerkiksi monissa lastentapahtumassa toimintaan saa osallistua vasta, kun on katsonut tapahtuman toimintasääntöjä esittelevän videon.

Taidehetkessä korostui myös aiemmin mainitun tunnelmamuotoilun ja aistien huomioimisen tärkeys. Esimerkiksi tilaisuuden ohessa soitettu musiikki vaikutti lasten toimintaan voimakkaasti. Soittolistalle oli päätyntä kaksi todella nopeatempoista rock-kappaletta, jonka aikana lapset olivat kaikista rauhattomimpia. Ohjaajat pystyivät havaitsemaan, kuinka tunnelma rauhoittui heti kun musiikki vaihtui hidastempoisemmaksi. Näin ollen levollisen tunnelman ylläpitämisessä tulisi keskittyä erityisesti rauhallisiin musiikkivalintoihin, joilla on aisteja rauhoittava vaikutus.

Lasten väliset luonne-erot tulivat myös vahvasti esiin tapahtuman edetessä. Hieman yllättävää oli esimerkiksi se, että nuoremmat osallistujat keskittyivät, pysyivät paikoillaan ja kuuntelivat ohjeita paremmin kuin 8-9 vuotiaat lapset.

Tilaisuus eteni osittain kuten oli suunniteltu ja tapahtuman yleistunnelma oli hyvä ja iloinen. Pilottitapahtuma alleviivasi erityisesti sitä, että lapset toimivat monissa tilanteissa ennalta-arvaamattomasti. Ohjaajat kokivat, että asiakasymmärryksessä oltiin onnistuttu muutoin, mutta lasten ryhmäkäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä olisi voitu tarkastella etukäteen enemmän. Lasten käyttäytyminen muuttui ryhmässä enemmän kuin odotettiin. Odotukset perustuivat palvelumenetelmien avulla saatuihin tietoihin asiakkaista. Lapset esimerkiksi pelleilivät ja hutiloivat eniten silloin, kun he huomasivat muidenkin lasten käyttäytyvän niin. Tämä voi johtua esimerkiksi lasten voimakkaasta joukkoon kuulumisen ja hyväksytyksi tulemisen tarpeesta.

Esimerkiksi ohjaajan ja lapsen välinen vuorovaikutus näyttäytyi melko eri tavalla prototypointivaiheessa, jossa ohjelmanumeroita testattiin vain muutaman lapsen kanssa. Testausvaiheessa lapset olivat imitoineet ennemminkin ohjaajan käyttäytymistä kuin toistensa.

Pilottitapahtuma toimi erinomaisena muistutuksena siitä, että asiakasymmärrystä pystytään syventämään käytännön testaamisella paljon. Näin on etenkin silloin, kun toimitaan lasten kanssa. Asiakasymmärrystä voi olla suunnitteluvaiheessa hankalaa syventää lasten kohdalla esimerkiksi siksi, että lapset tai edes heidän vanhempansa eivät aina hahmota kohderyhmän kiinnostuksen kohteita, käytöstä, tai muita toimintatapoja kunnolla. Tämän vuoksi lasten kanssa työskentelevällä palveluntarjoajalla tulisi olla kyky tunnistaa lapsille ominaisia käyttäytymismalleja ja mukautua yllättäviin tilanteisiin nopeasti ja luovasti. Lisäksi on huomioitava se, että osallistujien luonteenpiirteitä ja keskinäisiä sosiaalisiasuhteita ei tiedetä etukäteen jatkossakaan. Näin ollen syntyvä tunnelma ja ryhmädynamiikka on arvaamaton myös mahdollisissa tulevilla tapahtumissa.

4.6 Välineet ja budjetti

Tapahtumaa varten hankitut välineet, kuten kynät, kumit ja askartelutarvikkeet vastasivat tapahtuman tarpeita erinomaisesti. Välineet olivat oikein valittuja niin asiakkaan ergonomian kuin myös taiteilun kannalta. Myös

budjetti pysyi linjassa aikuisille järjestettävien tapahtumien kanssa, kuten toimeksiantaja toivoi.

5 Tulosten analysointi

Analysoitavina aineistoina toimi sekä lasten että aikuisten antamat asiakaspalautteet sekä toimeksiantajan haastattelu.

Pyrin tunnistamaan tapahtuman merkittävimmät onnistumiset ja kehityskohdat lasten ja aikuisten antamasta palautteesta. Toimeksiantajan haastattelun avulla etsin erityisesti vastauksia siihen, mitkä huomiot olivat merkittävimpiä Drink & Draw Helsingin näkökulmasta sekä siihen, miten palvelua voitaisiin jatkokehittää konkreettisesti. Lopulliset jatkotoimenpiteet ja lasten tapahtumakonseptin kokonaisarvio löytyvät Johtopäätöksistä (5.4).

5.1 Palaute lapsilta

Palaute kerättiin kaikilta tapahtuman kymmeneltä lapselta. Palautteella pyrittiin havainnoida mitkä asiat vaikuttivat lasten asiakaskokemukseen eniten. Lapsia pyydettiin tapahtuman jälkeen kertomaan mistä asioista he tykkäsivät tilaisuudessa ja mistä eivät. Tämän lisäksi osallistujilta kysyttiin, tulisivatko he tapahtumaan uudestaan. Kirjoitustaitoiset lapset kirjoittivat vastauksensa lapuille ja muut osallistujat antoivat palautteen suullisesti.



Kuva 1. 80% lapsista osallistuisi tapahtumaan uudestaan.

Tapahtuman yksi päätavoitteista oli synnyttää lapsille halu palata tapahtumaan uudestaan. Kymmenestä osallistujasta kahdeksan vastasi, että osallistuisi tapahtumaan uudestaan. Vastauksia osattiin odottaa tilaisuudesta jääneen hyvän yleistunnelman takia. Asiakkaalle palvelusta jäävä vahva positiivinen tunne on yksi parhaista onnistuneen asiakaskokemuksen merkeistä, jonka vuoksi arvioihin oltiin erittäin tyytyväisiä. Onnistuneella asiakaskokemuksella on yrityksille tutkitusti merkittäviä hyötyjä. Asiakaskokemuksen seurauksia avattiin tarkemmin kappaleessa 2.6.



Kuva 2. Myönteinen asiakaspalaute lapsilta

Moni lapsista mainitsi tapahtuman parhaaksi asiaksi sekä piirtämisen että osuuden, jossa sai itse toimia elävänä mallina. Kuten kuvassa esitetystä positiivisesta asiakaspalautteesta käy ilmi, myös hyvä tunnelma sekä ohjaajat miellyttivät osallistujia. Lähes kaikki positiivinen palaute liittyi tapahtuman sisältöön. Tämä on erinomainen uutinen siksi, että juuri ohjelmasisällön kautta on mahdollista luoda asiakkaan elämään lisäarvoa ja merkityksiä helposti. Esimerkiksi se, että lapset uskaltivat suunnitteluvaiheen epäluuloista

huolimatta esiintyä tapahtumassa, voi kasvattaa heidän itsetuntoaan ja ymmärrystänsä siitä, mihin kaikkeen he pystyvät tai uskaltavat jatkossa ryhtyä.

Palautteesta voidaan myös tulkita, että asiakasymmärrys on ollut kohdallaan, sillä se on vastannut kohderyhmän kiinnostuksen kohteita ja herättänyt positiivisia tunnekokemuksia. Yksi konseptoinnin päätavoitteista oli se, että asiakkaat saadaan viihtymään ohjelman parissa ja näin on selkeästi tapahtunut. Yhdessä palautteessa mainitaan myönteisenä asiana se, että osallistujat sai kokeilla jotakin uutta. Tällaisessa tapauksessa lisäarvoksi saattaa paljastua uuden oppiminen. Uuden oppiminen voi puolestaan herättää innostuksen ja tyytyväisyyden tunteita. Ja kuten aikaisemmissakin kappaleissa on esitetty; vahvojen positiivisten tunteiden ja uusien merkitysten tuottaminen on palvelutoiminnan kannalta kaikista kirkkain onnistuminen. Palaute viittaa myös siihen, että tilaisuuden järjestäjä on onnistunut luomaan ilmapiirin, joka tuntuu lapsista turvalliselta ja hyväksyvältä.



Kuva 3. Kielteinen asiakaspalaute lapsilta.

Yllä esitetyistä lasten antamista kielteisistä palautteista ilmenee tapahtuman tärkeimmät kehityskohteet. Kehityskohtien havaitseminen on palvelun laadun sekä asiakastyytyväisyyden parantamisen kannalta erityisen tärkeää.

Kuten kappaleessa 4.4. kerrottiin, palvelun ohjelmaa jouduttiin muokkaamaan kesken tilaisuuden. Tämän vuoksi elävän mallin piirtämiseen ei jäänyt jokaisessa tehtävässä riittävästi aikaa. Ajanpuutteen vuoksi osa toteutetusta sisällöstä tuntui liian haastavalta ja vaikealta lapsille. Kielteiset palautteiden avulla ymmärrettiin, että lapsille on usein tärkeää saada toteuttaa itseään huolellisesti ja riittävän ajan kanssa. Tämä oli merkittävä havainto, sillä se auttaa muokkaamaan tapahtumaa asiakkaille sopivammaksi ja syventämään asiakasymmärrystä. Lapsilla tulisi jatkossa olla riittävästi aikaa toteuttaa itseään. Näin tapahtuessa lapsi pääsee kokemaan tyytyväisyyden ja ylpeyden kokemuksia todennäköisemmin.

Lasten palautteesta ei noussut ajanpuutteen ja haastavuuden lisäksi muita yhtä selkeitä ja yksittäisiä kehityskohteita. Arvostelujen tarkastelussa huomio kiinnittyi kuitenkin yksilöllisiin mieltymyseroihin. Esimerkiksi yhden osallistujan mielestä silmät kiinni piirtäminen oli hauskinda, kun taas toisen mielestä se oli tapahtuman ikävin osuus. On selvää, että kaikilla osallistujilla on omat subjektiiviset mieltymyksensä, jonka vuoksi yksittäiseen kritiikkiin ei kannata tarttua liikaa, mutta konseptia voi aina pyrkiä kehittämään jatkossa niin, että sisällössä huomioidaan resurssien puitteissa osallistujien erilaiset mieltymykset ja tarpeet.

Asiakaspalautetta kannattaa kerätä uuden tapahtumakonseptin yhteydessä jatkossakin. Mikäli yksittäinen ohjelmaosuus alkaa kerätä enemmän negatiivista palautetta, on syytä tarkastella osiota tarkemmin ja tehdä muutoksia.

Jokaiseen yksittäiseen palautteeseen tulee silti suhtautua samalla vakavuudella, sillä jokainen asiakaskokemus on yhtä tärkeä. Esimerkiksi yhdessä palautteessa lapsi kertoo, ettei saanut puhua tarpeeksi. Tämä yksittäinen palaute oli olennainen, sillä se alleviivasi huomiota, jonka myös tapahtuman ohjaajat tekivät. Lapsilla huomattiin olevan tilaisuudessa paljon aikuisia korostuneempi tarve osallistua kaikkeen mahdolliseen toimintaan.

Lapset halusivat ohjata, keskustella, kommentoida, näyttää ja kokeilla. Toiminta voi johtua kohderyhmälle tyypillisestä ryhmään kuulumisen sekä itsenäisyyden tarpeesta. Näiden tarpeiden täyttymisellä on merkittävä osansa yhteenkuuluvuuden, pystyvyyden ja itsenäisen toimimisen kokemuksissa. Toimeksiantajan ajatuksia ja toimenpiteitä tästä avataan seuraavassa kappaleessa.

5.2 Toimeksiantajan haastattelu

Haastattelu toteutettiin yhdessä toimeksiantaja Drink & Draw Helsingin perustajan kanssa, joka toimi myös ohjaajana opinnäytetyöhön suunnitellussa lastentapahtumassa. Haastattelu toteutettiin puolistrukturoituna.

Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset on suunniteltu etukäteen, mutta keskustelu etenee myös jossain määrin vapaasti (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Moni haastattelun vastauksista toisti lasten asiakaspalautteesta (5.1.) ja Tapahtumakuvaus ja havainnot (4.) kappaleissa tehtyjä huomioita liittyen esimerkiksi tilaan, ohjelmaan ja tunnelmaan. Toiston välttämisen vuoksi kappaleessa avataan vain toimeksiantajan kannalta merkittävimmät huomiot. Esitettävät havainnot ovat kaikista keskeisimpiä siksi, että niiden avulla voidaan muokata ja jatkokehittää palvelua entistä paremmaksi.

Pilottitapahtuma antoi Drink & Draw Helsingille arvokkaita oivalluksia siitä, millä tavoin lapset haluavat vuorovaikuttaa tapahtumassa. Tapahtuma korosti, että lapsikohderyhmä odottaa aikuisiin verrattuna huomattavasti vuorovaikutteisempaa toimintaa. Näin ollen lasten taidehetkeä olisi syytä muokata vielä vahvemmin vuorovaikutteiseksi. Ohjaajan mukaan esimerkiksi osallistavampi leikki tapahtuman alussa voisi toimia hyvin. Tällaisen leikin tavoitteena olisi synnyttää kaikille lapsille tunne siitä, että heidät on huomioitu ja nähty yksilöinä. Lisäksi osallistujille syntyisi tunne, että heillä on mahdollisuus yhdessä ryhmän ja ohjaajan kanssa muovata tapahtumaa näköisekseen. Ohjaajan rooli tämänkaltaisessa toiminnassa on merkittävä, sillä hänen täytyy

olla helposti mukautuva, osata asettaa tekemiselle tiettyjä raameja ja samalla varmistaa, että jokainen asiakas huomioidaan.

Yksi merkittävä toimeksiantajan tekemä havainto liittyi tapahtumassa tehtävään ohjeistamiseen. Lapset eivät osoittaneet kiinnostusta tapahtuman teknisiin piirustusohjeisiin samalla tavalla kuin aikuiset. Teknisten ohjeiden antamisen sijaan piirustusosuudessa tulisi toimeksiantajan mukaan pyrkiä synnyttämään entistä enemmän tunnetta siitä, että luovassa toiminnassa on monia tapoja nauttia tekemisestä – sen ei tarvitse tähdätä tiettyyn tasoon tai lopputulokseen.

Esimerkkinä ohjaaja mainitsi, kuinka monet aikuiset osallistuvat yhteisön tapahtumiin päästäkseen eroon piirtämiseen liittyvistä ikävistä tunteistaan ja traumaistaan. Drink & Draw Helsinki haluaa ennaltaehkäistä tällaisten negatiivisten tunteiden muodostumista jo lapsuudessa. Pilottitapahtuma vahvisti ajatusta siitä, että lastentapahtuman päätavoitteena on synnyttää osallistujille rento ilmapiiri, jossa jokainen voi toteuttaa itseään omalla tavallaan ja tuntee ylpeyttä omista luomuksistaan. Lapset elävät jatkuvasti kilpailullisessa ja suorituspainetta täynnä olevassa maailmassa, eikä taidehetken haluta olevan yksi niistä.

Pilottitapahtuma toi myös esiin lasten tarpeen saada toteuttaa itseään rauhallisesti ja huolellisesti. Toimeksiantaja huomasi, että kaikista tyytymättömmimpiä oltiin niihin osuuksiin, joissa piti yrittää toimia nopeasti aikapaineen alla. Lapset eivät nauttineet tämänkaltaisista haasteista samalla tavalla kuin aikuiset. Näin ollen ohjaaja pidentäisi tapahtuman kestoa puolella tunnilla. Tilaisuuden pidentäminen myös rauhoittaisi todennäköisesti tunnelmaa, ja varmistaisi, että alkuun ja loppuun on varattu riittävästi rauhallista oleskelu- ja tutustumisaikaa. Lisäaika antaisi myös enemmän vapauksia ohjaajalle muovata palvelutapahtumaa vallitsevan yleistunnelman ja asiakkaiden erityisten toiveiden mukaan.

Toisena tärkeänä huomiona mainittiin tapahtuman tila. Kuten kappaleessa 4.2. todettiin, pilottitapahtumassa käytetty tila ei osoittautunut parhaaksi mahdolliseksi tapahtuman fasilitteettien tai lasten toimintatapojen kannalta. Jo suunnitteluvaiheessa pohdittiin mahdollisuutta järjestää pilottitapahtuma

ravintolassa, kuten osassa aikuisille suunnatuissa tapahtumista. Toimeksiantaja mainitsi, että pilottitapahtuman seuraaminen vahvasti ymmärrystä siitä, etteivät ravintolat toimisi tapahtumapaikkana lasten taidehetkissä. Hän myös arvioi, että lasten tilaisuudet tulisi järjestää avarassa tilassa, jossa osallistujat voivat nähdä lavan, jolla mallit esiintyvät. Tällaisia tiloja voisi löytyä esimerkiksi museoista, kouluista tai taidekeskuksista.

Toimeksiantaja haluaisi pilottitapahtuman perusteella muuttaa myös tapahtuman ikäryhmien jaottelua tai palkata lisää apua. Pilottitapahtuman osallistujien ikäjakauma oli lopulta alkuperäistä suunnitelmaa suurempi.

Drink & Draw Helsingin ohjaajan mukaan oli erittäin hyödyllistä nähdä, kuinka tilaisuus eteni suuremmalla ikäjakaumalla. Vaikka taidehetki onnistui 5-11 vuotiaiden osallistujien näkökulmasta hyvin, oli tilaisuus ollut ohjaajille hieman liian haastava. Lasten ikäeroista johtuen erilaisia avuntarpeita ja kysymyksiä esiintyi laajasti läpi koko tilaisuuden, minkä lisäksi lapset etenivät tehtävissä liian eriävissä tahdissa. Tämä osoitti, että tapahtumassa saatettaisiin tarvita lisää ohjaavia avustajia. Näin kaikkiin osallistujien pyyntöihin voitaisiin reagoida nopeammin ja tehokkaammin. Toisaalta toimeksiantaja pohti myös, että lisääpua ei välttämättä tarvita, jos tapahtumat kohdennettaisiin lapsille pienemmällä ikäjakaumalla. Tällöin ohjelmasisältö ja tapahtuman teema voisivat vastata osallistujien toiveisiin vieläkin todennäköisemmin. Tapahtuma voitaisiin jatkossa toteuttaa esimerkiksi 2-3 vuoden ikähaarukalla. Näin lapset olisivat myös keskenään samankaltaisessa kehitysvaiheessa. Taideheteet voitaisiin jakaa esimerkiksi erikseen koulun aloittaneille ja päiväkotikäisille.

Toimeksiantaja totesi myös, että lasten taidehetkien lippujen hinnan tulisi olla hieman korkeampi aikuisille järjestettäviin tilaisuuksiin verrattuna. Tämä johtuu siitä, että lasten tapahtumien järjestäminen vaatii ohjaajilta enemmän osaamista ja työtä kuin aikuisille suunnatuissa tapahtumissa. Hinta asetettaisiin korkeammaksi myös siksi, että lisäävun palkkaaminen saattaisi olla välttämätöntä.

Vaikka pilottitapahtuma ei edennyt täysin mutkitta, oli toimeksiantaja kokonaisuuteen tyytyväinen. Toimeksiantajan mukaan tyytyväisyys johtuu yhteisölle kaikista tärkeimpään tavoitteeseen pääsyn takia: lapsille jäi taidetapahtumasta hyvä kokemus ja iloinen mieli.

Lisäksi suunniteltu tapahtumakonsepti heijasti hyvin Drink & Draw Helsingin yleistä toimintaa, brändiä sekä arvoja. Tämän lisäksi lapsille suunnitellun "Piirustusta ja pillimehua" -tapahtumakonseptin koettiin pysyvän linjassa aikuisille suunnattujen tilaisuuksien kanssa kaikin puolin.

Näin ollen Drink & Draw Helsinki on ilmoittanut laajentavan toimintaansa uudella lapsille suunnatulla taidetapahtumakonseptilla. Toimeksiantaja kertoo päätökseen vaikuttaneen erityisesti korkea asiakastyytyväisyys ja se, että suunniteltu tapahtumakonsepti on helppo toteuttaa ja jatkoideoita.

Onnistumisten ja haasteiden kautta tehdyt havainnot tarjosivat arvokasta tietoa toimeksiantajalle. Drink & Draw Helsinki pystyy lasten pilottitapahtuman avulla arvioimaan sen jatkumahdollisuuksia ja kehityksen suuntaa erinomaisesti. Pilottitapahtuma syvensi myös lastentapahtumien asiakasymmärrystä, mahdollistaen entistä paremman käsityksen siitä, mitä lapset odottavat ja tarvitsevat järjestettäviltä taidehetkiltä. Tämän lisäksi toimeksiantaja kertoi tietävänsä nyt minkälaisessa tilassa tilaisuudet kannattaisi järjestää ja minkälaiset resurssit sen toteuttamiseen tarvitaan.

5.3 Palaute aikuisilta

Myös aikuisilta, jotka toivat lapset tilaisuuteen, kerättiin asiakaspalautetta. Aikuisia pyydettiin lähettämään arvio tekstiviestillä hakutilanteen jälkeen. Ohjeeksi annettiin, että arvio voi liittyä mihin tahansa palvelun osa-alueeseen.

Lisäksi aikuisia pyydettiin vastaamaan osallistumiseen liittyvään kysymykseen: haluaisitko jatkossa osallistua taidetapahtumaan lapsen kanssa vai odotatko lasta mieluummin jossain muualla?

Vastauksia saatiin vain vähän, jonka lisäksi vastaukset olivat epämääräisiä. Tämä johtui osittain siitä, ettei aikuisille ollut annettu kunnollista tietoa siitä, missä ja milloin tulevat tapahtumat järjestettäisiin. Palvelukokemukseen liittyvissä viesteissä lähinnä kiitettiin mukavasta tapahtumasta ja kerrottiin lapsen viihtyneen.

Näin ollen aikuisten antamat vastaukset eivät tarjonneet selkeää käsitystä heidän näkemyksistään, eikä aikuisten odotuksista tai toiveista saatu tässä vaheessa tarkempaa tietoa. Tämä korostaa tarvetta laajemmalle jatkotutkimukselle, jonka avulla myös aikuisiin liittyvää asiakasymmärrystä voidaan syventää. Kyseisen segmentin tarpeiden ja toiveiden ymmärtäminen on tapahtuman kestävän menestyksen ja asiakastytyvyyden kannalta merkittävää. Jatkotutkimusta voitaisiin toteuttaa esimerkiksi tarkempien ja monipuolisempien kysymysten tai muiden palvelumenetelmien avulla. Tärkeintä olisi saada lisää tietoa aikuisten palveluun liittyvistä tunteista ja siitä, minkälaista lisäarvoa taidetapahtuma heidän elämäänsä tuo.

5.4 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli laajentaa Drink & Draw Helsingin toimintaa uudella lapsille suunnatulla tapahtumakonseptilla ja testata tapahtumaa käytännössä. Tilaisuuden haluttiin olevan sisällöltään mukaansa tempaava, innostava sekä sellainen, johon lapsi haluaa osallistua uudestaan. Päämääränä oli luoda lapsia innostava tilaisuus, jossa lapset pääsisivät nauttimaan taiteen tuomasta ilosta ja luovasta toiminnasta.

Toimeksiantaja toivoi pilottitapahtuman myös lisäävään käsitystä siitä, millaista lasten kanssa työskenteleminen on aikuisiin verrattuna ja mitä lastentapahtuman järjestäminen vaatii käytännössä. Opinnäytetyöprojektin avulla pyrittiin saamaan ennen kaikkea vastaus siihen, voisiko Drink & Draw Helsinki laajentaa nykyistä toimintaansa lapsille suunnatulla

taidetapahtumakonseptilla.

Pilottitapahtumasta saadun asiakaspalautteen, tapahtuman havainnoinnin sekä toimeksiantajan haastattelun perusteella asetetut tavoitteet saavutettiin onnistuneesti.

Drink & Draw Helsinki oli tyytyväinen suunniteltuun konseptiin, sillä se sopii yhteisön brändiin, arvioihin ja budjettiin. Sen lisäksi tapahtumakonseptin koettiin olevan helposti toteutettava. Asiakaskokemus ja tyytyväisyys oli arvioinnin perusteella onnistunut ja lapset viihtyivät tilaisuudessa. Kyselyn perusteella 80% lapsista palaisi tapahtumaan uudestaan. Pilottitapahtuma ja siihen sovelletut palvelumenetelmät auttoivat toimeksiantajaa syventämään lapsiin liittyvää asiakasymmärrystään huomattavasti.

Sen sijaan lasten vanhempien osalta muodostettu asiakasymmärrys jäi melko kapeaksi, jonka vuoksi siihen tulisi kiinnittää parempaa huomiota jatkossa. Tämän tärkeän kohderyhmän syvemmällä ymmärtämisellä voidaan synnyttää sitoutuneempi asiakaskunta ja mahdollistaa tapahtuman pitkäaikainen menestyminen.

Drink & Draw Helsinki kertoo lapsille suunnatun tapahtumakonseptin saavan jatkoa yhteisön toiminnassa. Toimeksiantaja kokee saaneensa käytännön toteutuksesta myös paljon merkittävää ja uutta tietoa siitä, miten tapahtuman ohjelmasisältöjä voidaan muokata jatkossa palvelemaan juuri lastentapahtumalle asetettuja tavoitteita. Lisäksi toimeksiantajalle muodostui selkeä käsitys siitä, minkälaista lapsille suunnatun tapahtuman toteuttaminen on käytännössä.

Toimeksiantaja näkee kehitettävät osa-alueet helposti muokattavina ja kokee yhteisöllä olevan riittävästi resursseja tapahtumien jatkototeuttamista varten. Muokattavat osa-alueet koskevat tapahtuman ohjelmasisältöä sekä osallistujien ikäjakaumaa, jota tullaan rajaamaan hieman kapeammaksi. Ohjelmasisällöstä halutaan jatkossa vielä osallistavampi ja tunnelmasta astetta rauhallisempi. Tästä syystä lapset saavat tulevaisuudessa toimia itse tapahtuman elävinä malleina, minkä lisäksi tilaisuuden kesto pidennetään. Lisäksi liput tullaan

hinnoittelemaan aikuisille suunnattuihin tapahtumiin verrattuna hieman korkeammaksi, sillä lastentapahtumien järjestäminen vaatii ohjaajilta enemmän osaamista ja muuntautumiskykyä asiakkaiden tarpeisiin sekä saattaa edellyttää myös lisäävun palkkaamista.

Toimeksiantaja pystyi toteutuksen perusteella myös arvioida, millaiset tilat ovat tapahtumalle optimaalisimmat ja millaiset tilat kannattaa sulkea pois jatkosuunnitelmista. Drink & Draw Helsinki näkee lasten tapahtumakonseptin toteuttamisen erityisen toimivana museoiden tiloissa. Tästä syystä toimeksiantaja suunnittelee tarjoavansa museoille lähitulevaisuudessa tätä uutta lapsille suunnattua taidetapahtumakonseptia.

Opinnäytetyöprosessin lopputuloksena onnistuttiin toteuttamaan lapsille suunnattu taidetapahtumakonsepti, joka innostaa lapsia sekä tarjoaa heille uusia merkityksiä ja mieluisia tunne-elämyksiä. Toiminnan laajentaminen vahvistaa Drink & Draw Helsingin asemaa monipuolisena taidetapahtumien järjestäjänä, hyödyttää yhteisön perustajan palvelutoimintaa ja edistää lasten hyvinvointia.

5.5 Henkilökohtainen arviointi

Oman oppimisen tavoitteena oli saada lisää tietoa palvelumuotoilun mahdollisuuksista, sen menetelmistä sekä lasten kanssa työskentelystä. Tavoite oli asetettu kahdesta eri syystä. Ensimmäinen siksi, että haluan edistää toiminnallani lasten hyvinvointia. Toiseksi siksi, että toiveenani on toteuttaa tulevaisuudessa tytöille suunnattua jalkapallotoimintaa ja siihen liittyviä tapahtumia. Näin ollen päämääränäni oli testata omia valmiuksia lasten parissa työskentelystä ja ymmärtää, millaista lapsille suunnatun palvelun suunnittelu ja toteuttaminen on todellisuudessa.

Opinnäytetyötä varten tehty taustatutkimus ja pilottitapahtuman käytännön toteutus antoivat arvokkaita oppeja ja oivalluksia, jotka tukevat erinomaisesti edellä mainittuja tulevaisuuden tavoitteita.

Opin palvelumuotoiluprosessin kautta käyttämään monia uusia palvelumenetelmiä ja ymmärsin lasten kanssa työskentelyn olennaisimpia osa-alueita. Erityisesti oivalsin, kuinka paljon vaivaa on nähtävä, jotta asiakasymmärrystä voidaan syventää aidosti. Esimerkiksi lasten kanssa toteutusta teemahaastattelusta ja ideapajasta paljastui valtavasti havaintoja, joita en olisi ilman menetelmien käyttöä pystynyt muodostamaan.

Teoriaosuuteen syventyminen puolestaan laajensi ymmärrystäni siitä, kuinka tärkeää palvelunkehittämisessä on havaita, millaisia merkityksiä tai ongelmanratkaisuja palvelulla pyritään asiakkaalle luomaan.

Työprosessi kehitti myös projektinhallintataitojani. Etenkin suunnittelu- ja ajanhallintataidot paranivat työnteon ohessa. Konseptisuunnittelu ja tapahtuman toteutus pysyivät tiukasti suunnitellussa aikataulussa vahvan sitoutumisen vuoksi. Aikatauluissa pysyminen vaati todella päämäärätietoista tekemistä ja hyviä kommunikaatiotaitoja. Lisäksi projektin toteuttaminen muistutti, että tapahtumien järjestäminen vaatii erityistä stressinsietokykyä.

Tärkeimmät opinnäytetyön tarjoamat opit liittyvät lapsille suunnattuun palvelumuotoiluun. Tapahtuman toteutus osoitti, että lasten parissa työskentelevällä täytyy olla aito halu nähdä maailma pienen ihmisen perspektiivistä, kyky toimia empaattisesti ja samalla osata asettua tilanteessa myös auktoriteettiasemaan. Lisäksi lasten parissa tulee pystyä mukautumaan ja muovaamaan palveluja nopeasti ja joustavasti.

Opin, että lasten kanssa työskentely on haastavaa, mutta myös erittäin palkitsevaa. Palkitsevaa siksi, että lapset ilahtuvat pienestä ja heiltä saadut reaktiot tuntuvat erityisen aidoilta sekä sydäntä lämmittäviltä. Tunne siitä, että on voinut vaikuttaa myönteisesti lapsen elämään ja hyvinvointiin on voittamaton. Tästä syystä opinnäytteen projektityöstä jäänyt kokemus vahvisti tulevaisuuden toiveitani toimia luovassa suunnittelutyössä sekä lasten parissa.

Lähteet

Alhonen, M., Iloranta R. 2021. Palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja arkeen. Opas on osana SUN-hanketta 2020-2021. Helsinki: Haaga-Helia. Viitattu 1.10.2023. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/502561/sun-3amk-palvelumuotoiluopas.pdf>

Empatiakartta. N.d. Edit.org.com. Viitattu 23.10.2023. <https://edit.org/blog/empathy-map-templates>

Eskola, J. Heinonen, O-P. 2018. Lapset ja nuoret haluavat kuulua joukkoon ja tulla kuulluksi. THL-blogiteksti. Blogi.thl.fi. 18.12.2018. viitattu 24.9.2023. <https://blogi.thl.fi/lapset-ja-nuoret-haluavat-kuulua-joukkoon-ja-tulla-kuulluksi/>

Fallon, N. 2023. What Is Benchmarking in Business? www.businessnewsdaily.com. 30.10.2023. Viitattu 3.10.2023. <https://www.businessnewsdaily.com/15960-benchmarking-benefits-small-business.html>

Forsberg, S., Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. Palvelumuotoilun bisneskirja. E-kirja Nextory-kirjapalvelusta. Helsinki: Alma Talent. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 14.9.2023. www.nextory.fi

Havainnointi. N.d. Jyväskylä.fi. Viitattu 26.10.2023. <https://www.jyvaskyla.fi/keskisuomenmuseo/tietopalvelu/ohjeita-nykydokuun/tallennusmenetelmat/havainnointi>

Huczkowski, S. 2021 Kuva: asiakaspersoonaa. www.palvelumuotoilupalo.fi. Viitattu 11.10.2023. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-asiakaskuvaukset/>

Ilijin J. 2006. Mitä on konseptisuunnittelu. Artikkelikirjaan: Minne menet luova luokka. toim. Karkulehto, Inkinen, Mäenpää, Timonen – artikkelikirjaan, ei lopullinen, ilmestyy 10/2006. Viitattu 28.8.2023.
https://mlab.taik.fi/~apaterso/projects/eee/pori/iljin_konseptisuunnittelu_2006.pdf

Innokylä. N.d. Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. www.innokyla.fi. Alkuperäinen lähde Miettinen, S. (toim.). 2011. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy. Viitattu 19.10.2023.
<https://innokyla.fi/fi/tyokalut/palvelupolku>

Isaacson, W. 2021. Steve Jobs. E-kirja Nextory-kirjapalvelusta. Helsinki: Otava. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 13.11.2023. www.nextory.fi

Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taiteen maisterin lopputyö. E-kirja Finna-kirjapalvelussa. Taideteollinen korkeakoulu: Helsinki. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 12.9.2023.
https://oulu.finna.fi/oamk/Record/oy_electronic_oamk.991571646206252
www.finna.fi

Korkiakoski, K., Gerdt, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: Työkalupakki. E-kirja Nextory-kirjapalvelussa. Helsinki: Alma Talent. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 24.9.2023. www.nextory.fi

Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. 2022. Määritelmä hakusanalle konsepti. www.kielitoimistonsanakirja.fi. Viitattu 29.8.2023.
<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/konsepti?searchMode=all>

Kortesuo, K., Löytänä, J. 2015. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. E-kirja Nextory-kirjapalvelussa. Helsinki: Alma Talent. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 22.9.2023. www.nextory.fi

Komulainen, S. 2021. Palvelumuotoilun menetelmä - havainnointi. www.palvelumuotoilupalo.fi. 4.3.2021. Viitattu 26.10.2023. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-havainnointi/>

Komulainen, S. 2021. AEIOU – havainnoin tueksi. www.palvelumuotoilupalo.fi. 4.3.2021. Viitattu 26.10.2023. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-havainnointi/>

Konsepti. N.d. Helsinki: Muotoilupakki. www.muotoilupakki.fi. 1.9.2023. <https://muotoilupakki.fi/menetelmat/konsepti/>

Kurkela-Vilén, A. N.d. Konseptointi vaatii ymmärrystä kohderyhmästä, kanavasta ja tavoitteista. Helsinki: Kubo. www.kubo.fi. Viitattu 31.8.2023. <https://www.kubo.fi/blogi/konseptointi-vaatii-ymmarrysta-kohderyhmasta-kanavasta-ja-tavoitteista>

Lasten oikeuksien yleissopimus 20.11.1989/31. Suomen YK-liitto. www.ykliitto.fi. Sopimus tuli Suomen osalta voimaan 20.7.1991. Helsinki: Suomen YK-liitto. Viitattu 22.8.2023. https://www.ykliitto.fi/sites/ykliitto.fi/files/lapsen_oikeudet_paino.pdf

Merviö, E. Asiakasymmärryksestä arvon luomiseen. 2020. <https://hippa.metropolia.fi/>. 09/06/2020. Viitattu 17.9.2023. <https://hippa.metropolia.fi/2020/06/asiakasymmarryksesta-arvon-luomiseen/>

MLL 2017. 6–7-vuotiaan sosiaalinen kehitys. Mll.fi. Teksti päivitetty 17.8.2017. Helsinki: Mannerheimin Lastensuojeluliitto. viitattu 25.9.2023. <https://www.mll.fi/vanhemmille/lapsen-kasvu-ja-kehitys/6-7-v/6-7-vuotiaan-sosiaalinen-kehitys/>

MLL. 2013. Lapsi eri ikäkausina. 6-vuotias. Lehtinen on päivitetty versio vuonna 2007 ilmestyneestä lehtisestä. Helsinki: Mannerheimin lastensuojeluliitto. Viitattu 26.9.2023. <https://cdn.mll.fi/prod/2017/08/04174403/Lapsi-eri-ik%C3%A4kausina-6-v.pdf>

Mikä on riskianalyysi: määritelmä ja työkalut | Täydellinen opas. N.d. www.visuresolution.com. San Francisco: Visure Solutions, inc. Viitattu 21.10.2023. <https://visuresolutions.com/fi/blog/risk-analysis/>

Mitä konseptisuunnittelu on 2022. Design Studio Muodoste. www.muodoste.fi. 29.6.2022. Viitattu 31.8.2023 <https://muodoste.fi/mita-konseptisuunnittelu-on/>

Mitä segmentointi tarkoittaa ja mitä sillä tekee 2022. www.taloustutkimus.fi. 14.6.2022. Viitattu 28.9.2023. <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/mita-segmentointi-tarκοittaa-ja-mita-silla-tekee.html#ota-yhteytta>

Nieminen, K. 2022. Segmentointi – mitä on markkinoinnin asiakassegmentointi? www.markkinointitrendit.fi. 24.9.2022. Viitattu 28.9.2023. <https://markkinointitrendit.fi/s-kirjaimella-alkavat-sanat-85489/segmentointi/>

O'Connell, P., Stewart, A.T., 2016. Woow Wow and Win. Service Design, Strategy, and the Art of Customer Delight. Äänikirja Hoopla-kirjapalvelussa. Harper Business: Highbridge. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 15.9.2023. <https://austin.bibliocommons.com/v2/record/S981C11776142>

Paju, S. 2016. Mitä eroa on kokeilulla ja pilotilla? Blogikirjoitus. www.filosofianakatemia.fi. 14.3.2016. Viitattu 22.10.2023. <https://filosofianakatemia.fi/blogi/mita-eroa-on-kokeilulla-ja-pilotilla/>

Palvelumuotoilun menetelmät. 23.12. 2021. Palvelumuotoilu Palo. Viitattu 8.10.2023. https://www.youtube.com/watch?v=7v9scct9__8

Piehl, A. 1993. Konseptit sekaisin. Kielenhuollon tiedotuslehti. www.kielikello.fi. 4.1993. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus. Viitattu 29.8.2023. <https://www.kielikello.fi/-/konseptit-sekaisin>

Piskonen, E. 2022. Empatiakartta on palvelumuotoilun työkalu www.ideapakka.fi . 23.9.2022. Viitattu 14.10.2023 . <https://ideapakka.fi/blogi/empatiakartta-palvelumuotoilu/>

Puustinen, P., Saarijärvi, H. 2020. Strategiana asiakaskokemus : miksi, mitä, miten? E-kirja Finna-kirjapalvelussa. Jyväskylä: Docendo. Vaatii käyttäjätunnuksen. 7.9.2023. <https://www.finna.fi/Record/jykdok.2037921> www.finna.fi

Pöyhönen, J., Livingston H. 2023. Hyvän vanhemman salaisuus. E-kirja Nextory-kirjapalvelussa. Jyväskylä: Tuuma kustannus. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 20.10.2023. www.nextory.fi

Rantanen, M. 2016. Tunnelmamuotoilu. E-kirja Nextory-kirjapalvelusta. Helsinki: Alma Talent. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 25.10.2023. www.nextory.fi

Ruokonen, I., Rusanen, S., Välimäki A-L. 2009. Taidekasvatus varhaiskasvatuksessa : Iloa, ihmettelyä ja tekemistä. Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen opas. www.julkari.fi. Helsinki: Yliopistopaino oy. Viitattu 21.8.2023. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe201205085414>

Ruokonen, I. 2020. Varhaiskasvatuksen taidekasvatus – leikkiä, lumousta, oppimista ja hyvää elämää. Helsinki: Varhaiskasvatuksen Opettajien Liitto VOL. Viitattu 26.9.2023. https://www.vol.fi/uploads/2020/02/de8a96fe-varhaiskasvatuksen-taidekasvatus_suomi_low.pdf

Saaranen-Kauppinen, A., Puusniekka A. 2006. 6.3.2 Teemahaastattelu. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 16.10.2023. <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus>.

Saaranen-Kauppinen, A., Puusniekka A. 2006. 6.3.3 Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 18.11.2023. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html

Sinkkonen, J. 2020. Onnellinen lapsi. E-kirja Nextory-kirjapalvelussa. Helsinki: WSOY. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 27.9.2023. www.nextory.fi

Soudunsaari, J. N.d. Mitä konseptilla oikeastaan tarkoitetaan? Blogiteksti. www.paperplanes.fi. Viitattu 4.9.2023. <https://www.paperplanes.fi/blogi/mita-konseptilla-oikeastaan-tarkoitetaan/>

Sounio, L. 2015. Brändikäs. E-kirja Nextory-kirjapalvelussa. Helsinki: Alma Talent. Vaatii käyttäjätunnuksen. 9.9.2023. www.nextory.fi.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. E-kirja Nextory-kirjapalvelussa. Helsinki: Alma Talent. Vaatii käyttäjätunnuksen. Viitattu 3.9.2023. www.nextory.fi

Value proposition canvas. N.d. Kuva: Value proposition canvas. www.Strategyzer.com . Viitattu 12.10.2023. <https://www.strategyzer.com/library/the-value-proposition-canvas>

Whitler, K.A. 2014. Why Word Of Mouth Marketing Is The Most Important Social Media. www.forbes.com. 17.7.2014. Viitattu 19.9.2023.

<https://www.forbes.com/sites/kimberlywhitler/2014/07/17/why-word-of-mouth-marketing-is-the-most-important-social-media/?sh=67e3b64354a8>

Ylitalo, J., Backlund, J. 2010. Saisinko Palvelua? Opinnäytetyö (AMK).

Liiketalous. Turun ammattikorkeakoulu: Turku. Viitattu 5.9.2023.

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/22942/Ylitalo_Jaana_Backlund_Johanna.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Liite 1/10 Konseptidokumentti ja tapahtuman nimi



Liite 2/10 Yhteisön missio ja selitys nimelle

YHTEISÖN MISSIO

JOKAISELLA ON OIKEUS TAITEESEEN!



Drink & Draw Helsingin tapahtumissa osallistujalla on lähtötasosta riippumatta mahdollisuus löytää inspiraatiota, haastaa itseään ja kehittää omaa luovuuttaan. Tilaisuudet ovat tunnelmaltaan rentoja, vapautuneita sekä inspiroivia. Yhteisö haluaa tarjota taiteesta nauttimisen ilon niin lapsille kuin aikuisille.



MISTÄ NIMI...

PIIRUSTUSTA & PILLIMEHUA?

- Tapahtumaan osallistuville lapsille tarjotaan piirtämisen ja taiteilun ohessa pillimehut. Tapahtuman nimi kuvaa taidehetken sisältöä, sillä se painottuu piirtämiseen.
- Valintaan päädyttiin siksi, että nimi on yhteensopiva aikuisille järjestettävien Drink & Draw tilaisuuksien kanssa. Aikuisten tilaisuuksissa piirtämisen ohessa tarjotaan lasillinen viiniä.

Liite 3/10 Tapahtumaa rajaavat piirteet ja kohderyhmä

KONSEPTIA/ TAPAHTUMAA RAJAAVAT PIIRTEET

- Drink & Draw Helsingin tapahtumat sijaitsevat yleensä paikoissa, jossa ei voi syntyä paljon sotkua. Pilottitapahtuma ohjelma on suunniteltu sen mukaisesti, että sitä voitaisiin toteuttaa samankaltaisissa tiloissa, kuin aikuisille suunnatut tapahtumat.
- Lasten tapahtumakonsepti noudattaa Drink & Draw Helsingin budjettia **x**. Ohjelma on suunniteltu budjetin rajoissa.

TAPAHTUMAN KOHDERYHMÄ




6-9 vuotiaat lapset



Vanhemmat/aikuiset, jotka tuovat lapsen tilaisuuteen.

Liite 4/10 Tavoitteet

TAVOITTEET

- Lapsille suunnattu tapahtumakonsepti auttaa Drink & Draw Helsinkiä laajentamaan toimintaansa ja vahvistamaan yhteisön asemaa taidetapahtumien järjestäjänä.
- D&D Helsinki saa lopputuloksena selkeän käsityksen siitä, minkälaista taidetapahtuman toteutus lapsille on käytännössä. Toteutuksesta ja arvioista voidaan päätellä, onko yhteisöllä tarpeeksi resursseja tai halua sen jatkototeutuksille.
- Luoda turvallinen ja rauhallinen ilmapiiri, jossa ohjelma ja elementit kiehtovat osallistujia. Lapsille halutaan luoda hetki, jossa he pääsevät ilmaisemaan itseään vapaasti taiteen välityksellä ja nauttimaan luovasta tekemisestä.
- Lapset haluavat osallistua tilaisuuteen uudestaan.
- Jokaisen lapsen halutaan lähtevän taidehetkestä hymyssä suin! 



Liite 5/10 Teema ja pääaktiviteetti

TEEMA & PÄÄAKTIVITEETTI

Teema

Jokaista tapahtumaa varten valitaan jokin ennalta suunniteltu teema. Teemat liittyvät esimerkiksi juhlapäiviin tai muihin aiheisiin tai ilmiöihin, jotka kuvastavat Drink & Draw Helsinki -yhteisön arvomaailmaa ja joiden koetaan puhuttelevan myös lapsia. Teemavalinnoissa nostetaan esiin esimerkiksi eri kulttuureita, ihmisten monimuotoisuutta, ilmastonmuutoksen vaikutuksia tai muita tunneteemoja. Teemojen avulla rohkaistaan lapsia pohtimaan, tulkitsemaan ja ilmaisemaan itseään eri taiteen muodoilla. Pilottitapahtuman teemaksi valittiin halloween.

Pääaktiviteetti: piirtäminen & elävä malli

Pääaktiviteettina tapahtumissa toimii elävästä mallista piirtäminen. Elävänä mallina toimii aikuinen. Pilottitapahtuman teemassa aikuinen pukeutuu teeman mukaisesti Halloween-asuihin.

Elävällä mallilla on kolme eri pukua joista hän "kuoriutuu" aina uudella puvulla edellisen alta. Näin saadaan luotua pientä yllätyselementtiä. Osallistujat piirtävät mallista ohjaajan erilaisia tekniikkaohjeita ja haasteita mukaillen.

Valitut puvut ovat "hurjia/hauskoja," halloween-teeman mukaisesti ja niillä pyritään herättämään tunteita, kuten iloa tai hämmästyksiä.

Ennen pääaktiviteettia toteutetaan askarteluosuus sekä "piirrä mitä tunnet nyt" leikki.

Liite 6/10 Palvelupolku



Liite 7/10 Pilottitapahtuman ohjelma

PILOTTITAPAHTUMAN OHJELMA
26.10.2023 / 17-18

1. Ohjelmanumero: "piirrä mitä tunnet" leikki (10 min)
2. Hämähäkinseitti & paperilautaset - askarteluosuus (15 min)
3. Elävä malli+ rooliasut & erilaiset piirustustekniikat & piirustushaasteet (20min)
4. Lasten vuoro toimia elävänä mallina (15 min)



Esimerkki teemoja tuleviin lastentapahtumiin:

- Ystävyys ja yhteistyö
- Eri kulttuurit
- Eläinten oikeudet
- Ihmisten erilaisuus
- Musiikin taika
- Maapallon pelastajat
- Luonnon monimuotoisuus

Liite 8/10 Aistit ja pilotti

Visuaalisuus:
Teemakoristeet
oranssimusta/spooky
hämärä valaistus,
-valaistus
(discovalaisimella)

Lapsia ohjeistettu
myös itse
pukeutumaan
Halloween-teemaan.



Tunnelmallinen musiikki
koko tapahtuman läpi.
(Pilotissa Halloween-
teemaan sopiva:
jännittävä & mystinen.)



Ohjaaja ei päästä
melutasoa yltymään.

AISTIT /PILOTTI

Tarjotaan:
Omena/Päärynä-
pillimehut.
(Allergiat kartoitetaan
etukäteen)



Ergonomia:
-mukavat istuimet,
-alusta johon asettaa
pillimehu.
-hyvintoimivat piirustus ja
askarteluvälineet.

-Hypistelukori: täytetty
"hypisteltävillä" tarvikkeilla esim.
stressipalloilla ja eri materiaaleilla
(kori kerätään pois aktiviteettien
alettua)

Liite 9/10 Nostoja lasten haastatteluista

MIKÄ TEKEE TAIDETAPAHTUMASTA HYVÄN?

NOSTOJA LASTEN HAASTATTELUISTA:

“Jos saa puhua, eikä tarvitse olla vaan
hiljaa.”

“Kaverin kanssa piirtäminen”.

“Koristeet ja tunnelma.”

“Jos vauvat ei itke siellä,
eikä oo koko ajann meteli.”

“Se, että kaikki lähtee iloisena.”

“Jos saa positiivista
palautetta.”

“Se että saa on hauskaa.”



Liite 10/10 Mihin tähdätään

MIHIN TÄHDÄTÄÄN?

AVAINSANAT



Rauhallinen tunnelma Jokaisen huomioiva

Kannustava ilmapiiri Visuaalisesti inspiroiva

Ilahduttava Vapaa ilmaisutyyli

Innostava Asiakkaiden toiveet huomioiva

*Luodaan merkityksiä erilaisten
myönteisten tunteiden ja vapaan
itsensäilmaisun kautta.*



