

Sovelluksen asiakaskokemuksen kehittäminen

Emmi Niemi

Sovelluksen asiakaskokemuksen kehittäminen

LAB-ammattikorkeakoulu
Muotoiluinsituutti
Muotoilija (AMK)
Kokemus- ja palvelumuotoilu
Kevät 2024
Emmi Niemi
Opinnäytetyö 43 sivua

Improving the Customer Experience of the Application

LAB University of Applied Sciences
Institute of Design
Bachelor of Culture and Arts
Experience and Service design
Spring 2024
Emmi Niemi
Bachelor's thesis 43 pages



 LAB University of Applied Sciences



**Muotoiluinstituutti
LAB-ammattikorkeakoulu**

**Toimeksiantaja
HankintaPartners Oy**

Ohjaus

Katariina Pakarinen
TKI-asiantuntija

Auli Haarnio
Lehtori

Opponentti

Icyilin Wynter
Kokemus- ja palvelumuotoilun opiskelija

Ohjaus

Niko Kaipio
Toimitusjohtaja

Timo Kemppainen
Hallituksen puheenjohtaja

Tiivistelmä

Opinnäytetyössä tutkittiin kuinka digitaaliseen sopimustenhallintaan erikoistuneen sovelluksen asiakaskokemusta voidaan kehittää palvelumuotoilun prosessimallia ja työkaluja hyödyntäen. Kehitystyö käynnistyi syksyllä 2023 ja päättyi keväällä 2024.

Kehitystyön pohjana toimi heurististen arviointien, haastatteluiden ja yhteiskehittämisen aikana kerätty käyttäjätieto. Käyttäjätutkimuksen kautta kerättiin syvällistä tietoa sovelluksen nykyisistä käyttäjistä, heidän toiveistaan, tarpeistaan ja haasteistaan. Käyttäjätiedon pohjalta luotiin suunnitteluohjurit ja asiakkaan palvelupolku tukemaan lopputuotteen suunnitteluprosessia.

Ideoinnin ja protypoinnin kautta kehitystyön suunnitteluvaiheen lopputuotteena sovellukselle syntyi brändiohjeistus ja uusi myyntiesitys. Uusi yhtenäinen visuaalinen ilme sekä sen pohjalle rakennettu myyntiesitys tukee digitaalista käyttökokemusta, sekä tuo lisäarvoa niin yritykselle sovelluksen takana kuin sen käyttäjillekin.

Opinnäytetyö havainnollistaa sen, kuinka palvelumuotoilun prosessimalli ja työkalut ovat tuottavia menetelmiä digitaalisia palveluja kehittäessä.

Asiasanat: Palvelumuotoilu, Muotoiluajattelu, Asiakaskokemus, Käyttökokemus, Sovellus, Digitaalinen palvelu

Abstract

The thesis investigated how the customer experience of an application specialized in digital contract management could be improved by utilizing the service design process model and tools. The development work began in the fall of 2023 and concluded in the spring of 2024.

The foundation of the development work was user data collected through heuristic evaluations, interviews, and co-creation. Through user research, in-depth information was gathered about the application's current users, their desires, needs, and challenges. Based on the user data, design drivers and a customer journey map were created to support the design process of the final product.

Through ideation and prototyping, the outcome of the development phase was a brandbook and a sales presentation for the application. The new unified visual identity and the sales presentation built upon it support the digital user experience and add value to both the company behind the application and its users.

The thesis illustrates how the service design process model and tools are productive methods in developing digital services.

Keywords: Service Design, Design Thinking, Customer Experience, User Experience, Application, Digital Service

Sisällys

1 Johdanto

1.1	Toimeksianto ja lähtökohta	7
1.2	Tutkimusasetelma ja tavoite	9
1.3	Aikataulu	10

2 Asiakaskokemus

2.1	Asiakaskokemus	12
2.2	Digitaalinen käyttökokemus	13
2.3	Tulevaisuuden asiakaskokemus	14

3 Muotoilu kehittämistyössä

3.1	Muotoiluajattelu	16
3.2	Palvelumuotoilu	17

4 Käyttäjätutkimus

4.1	Heuristinen arviointi	20
4.2	Haastattelut	21
4.3	Yhteiskehittäminen	22

5 Käyttäjätiedon analysointi ja kiteytys

5.1	Käyttäjätiedon analysointi	24
5.2	Palvelupolku	25
5.3	Suunnitteluohjurit	26

6 Suunnitteluvaihe ja lopputuotteet

6.1	Ideointi ja prototypointi	28
6.2	Sovelluksen brändiohjeistus	29
6.3	Sovelluksen myyntiesitys	31

7 Yhteenveto ja loppupohdinta

7.1	Yhteenveto	34
7.2	Opinnäytetyöprosessin pohdinta	35

Lähteet

Liitteet

1 **Johdanto**

1.1 Toimeksianto ja lähtökohta

1.2 Tutkimusasetelma ja tavoite

1.3 Aikataulu

1.1 Toimeksianto ja lähtökohta

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii hankintojen kilpailutuksiin erikoistunut yritys, HankintaPartners Oy. HankintaPartners Oy toimii monilla eri toimialoilla, kilpailuttaen organisaatioille sekä aineellisia että aineettomia hankintoja. Yrityksen asiakkaisiin lukeutuvat eri kokoiset organisaatiot julkis- ja yksityissektorilta.

HankintaPartners Oy:n päivittäiseen toimintaan liittyy vahvasti erilaisten sopimusten ja asiakirjojen kanssa työskentely. Kuitenkin sopimusten turvallinen arkistointi, kategorisointi ja seuranta aiheutti lukemattomille asiakkaille päänvaivaa, ja jopa ylimääräisiä kuluja. Yritys havaitsi tarpeen, josta syntyi idea. Ideasta kasvoi sovellus, joka kantaa nimeä Sopimussalkku.

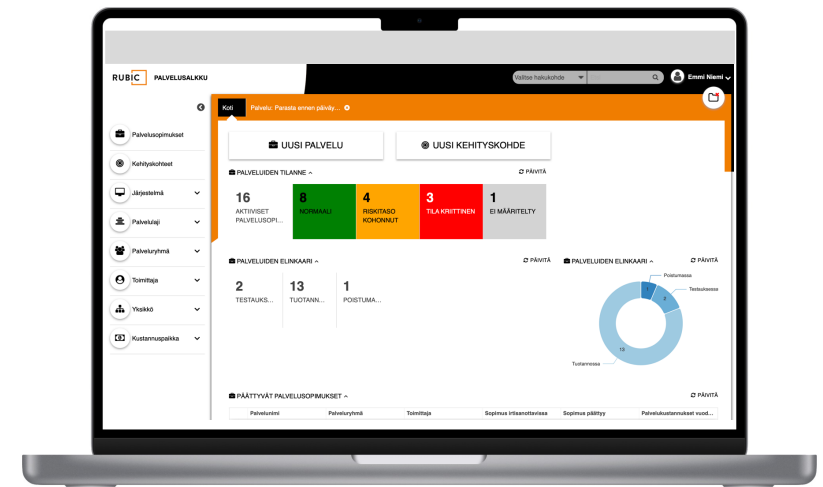
Omat mielenkiinnonkohteeni ja koulutukseni toimeksiantoon liittyen kytkeytyvät ennen kaikkea käyttäjälähtöiseen suunnitteluun, sekä digitaalisten palveluiden kehittämiseen. Aihe kiinnosti erityisesti myös siksi, että uskon laadukkaasti asiakaskokemuksen olevan erityinen kilpailuvaltti nykypäivän digitaalisessa palveluympäristössä. Asiakaskokemuksen korostaminen ja käyttäjälähtöinen suunnittelu tekevät aiheesta ajankohtaisen ja relevantin.

Sopimussalkku-sovellus

Kehitystyön keskiössä oleva sovellus, Sopimussalkku, on ensisijaisesti sopimusten arkistointiin kehitetty sovellus erikokoisille yrityksille, järjestöille, ja muille toimijoille niin julkisella kuin yksityisellä sektorilla. Sopimuksilla tarkoitetaan asiakasorganisaation eri toimialojen sopimusasiakirjoja, niin aineellisia kuin aineettomiakin hankintoja ja palveluita. Sopimusten lisäksi sovellukseen on ladattavissa eri asiakirjoja kaikissa yleisimmissä tiedostomuodoissa.

Sovellus pyrkii ratkaisemaan sopimusten ja eri asiakirjojen sähköiseen arkistointiin ja lajittelemiseen liittyvän ongelman. Kun käyttäjäorganisaation sopimukset ja asiakirjat on ladattu sovellukseen, ne on löydettävissä toimialoittain, toimittajien ja muiden sovelluksen tarjoamien luokittelujen mukaan. Lisäksi käyttäjäorganisaation sisällä on mahdollista luokitella sovellukselle eri käyttäjätasoja asiakirjojen asiayhteyteen tai sensitiivisyyteen liittyen. Käyttäjän on mahdollista seurata koko organisaation kulurakennetta sovelluksesta, ja tarpeen tullen käyttää sovellusta pohjana budjetoinnille sen Excel-yhteensopivuuden myötä. Tämän lisäksi sovellus hälyttää käyttäjälle mikäli sopimuksen tila on kriittinen, eli mikäli sopimuskausi on loppumassa tai kustannukset muuttumassa.

Sopimussalkku-sovellus on ensisijaisesti kehitetty tietokoneen verkkoselaimeen (kuva 1). Mobiiliversioiden kehittäminen ei ollut kehitystyön aikana ajankohtaista. Sovelluksen tulevaisuudentavoitteet liittyivät projektin alussa asiakaskokemuksen parantamiseen, sekä näkyvyyden ja kasvun lisäämiseen.

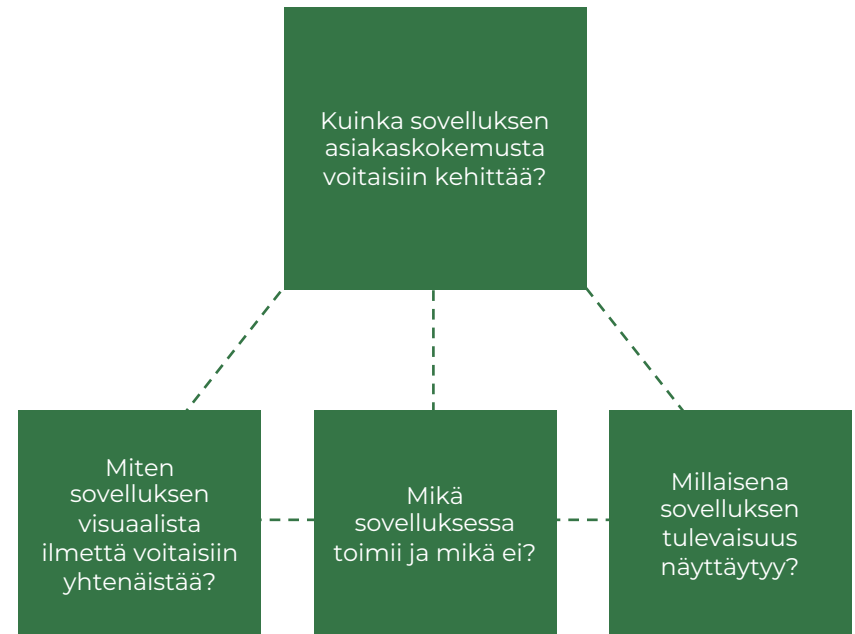


Kuva 1. Näkymä sovelluksesta tietokoneen verkkoselaimessa (Niemi 2024)

1.2 Tutkimusasetelma ja tavoite

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on parantaa sovelluksen asiakaskokemusta palvelumuotoilun keinoin. Edellä mainittua lähestytään käyttäjälähtöisellä suunnittelulla, sekä muotoiluajattelua että palvelumuotoilun työkaluja ja prosessimallia hyödyntäen. Kohderyhmänä kehitystyölle toimii sovelluksen uudet potentiaaliset asiakkaat, sillä sovellus pyrkii ennen kaikkea kasvuun.

Opinnäytetyössä pohditaan, mitä hyvä asiakaskokemus on nyt ja tulevaisuudessa. Kehitystyön tavoitteena on parantaa sovelluksen asiakas- ja käyttökokemusta, sekä tuottaa lisäarvoa sekä sovelluksen käyttäjille että sen parissa työskenteleville (kuvio 1). Osana asiakaskokemuksen kehittämistä tavoitteena on selkeyttää sovelluksen visuaalista ilmettä, sekä pohtia sovelluksen brändikonseptia. Käyttäjätietoa keräämällä tavoitteena on selvittää mikä sovelluksessa toimii ja mikä ei. Luotaamalla tulevaisuuteen pohditaan sitä, mitä tulevaisuuden asiakaskokemukselta vaaditaan.



Kuvio 1. Opinnäytetyön tutkimuskysymykset (Niemi 2024)

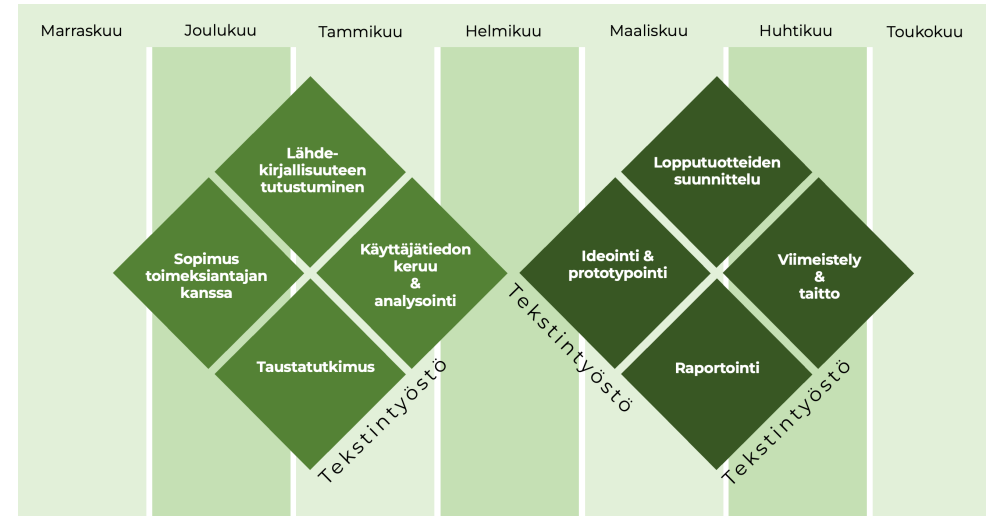
1.3 Aikataulu

Opinnäytetyöprosessi alkoi vuoden 2023 marraskuussa (kuvio 2). Pohdin mielenkiintoisia ja ajankohtaisia teemoja opinnäytetyön aiheiksi, ja rajasin niistä itseäni kiinnostavia. Kartoitin mahdollisia toimeksiantajia, ja marraskuussa tein toimeksiantosopimuksen HankintaPartners Oy:n kanssa.

Aloitin työskentelyn aiheen ympärillä etsimällä toimeksiantoon liittyvää lähdekirjallisuutta, sekä tekemällä taustatutkimusta aiheesta. Tammikuussa aloitin työn tutkimusvaiheen, joka sisälsi käyttäjähaastattelut ja testiryhmän kanssa suoritettut heuristiset arvioinnit. Tammikuussa järjestettiin myös ensimmäiset yhteiskehittämistapaamiset. Viimeinen tapaaminen sijoittui maaliskuun lopulle.

Analysoidun käyttäjätiedon pohjalta aloitettiin ideointi ja prototypointi kehitystyön lopputuotteiden osalta. Käyttäjätiedosta muodostettiin suunnitteluohjurit ja palvelupolku iteratiivisen suunnitteluvaiheen pohjaksi. Työn lopputuotteet saatiin viimeisteltyyn kuntoon huhtikuun aikana.

Opinnäytetyön tekstiä työstiin läpi prosessin, ja varsinainen pitkäjänteinen raportointi sijoittui huhti-toukokuulle. Työ viimeisteltiin ja taitettiin toukokuussa.



Kuvio 2. Opinnäytetyöprosessin aikataulu (Niemi 2024)

2

Asiakaskokemus

2.1 Asiakaskokemus

2.2 Digitaalinen käyttökokemus

2.3 Tulevaisuuden asiakaskokemus

2.1 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus on asiakkaan tekemien havaintojen ja niiden tulkintojen summa. Asiakaskokemus ei ole rationaalinen päätös, vaan kokemus, johon vaikuttavat sekä tunteet että alitajuntaisesti tehdyt tulkinnat. Yritys ei voi täysin päättää millaisen asiakaskokemuksen käyttäjä muodostaa, mutta se voi linjata millaisia kokemuksia organisaatiossa pyritään luomaan. (Löytänä & Korteso 2011, 7.) Näin voidaan siis todeta, että asiakaskokemukseen vaikuttaa monia eri tekijöitä, jotka ovat lähtökohtaisesti aina asiakkaan tai käyttäjän oman kokemuksen ja tulkinnan varassa. Omalla strategiajohtoisella arkipäiväisellä toiminnallaan jokainen organisaatio voi kuitenkin pyrkiä parhaimpaan mahdolliseen asiakaskokemukseen.

Asiakaskokemus on viimevuosina noussut yhä suuremmaksi osaksi yritysten ja organisaatioiden strategista painopistettä. Niin yksityiset yritykset kuin julkiset organisaatiot suurista teollisuusyrityksistä kivijalkakauppoihin ovat valmiita panostamaan enenemissä määrin hyvään ja toimivaan asiakaskokemukseen. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 13.) Organisaatioissa asiakaskokemusta ei kuuluisi nähdä omana yksittäisenä linjanaan, vaan vahvana strategian peruskivenä. Asiakaskokemusta

ei pitäisi nähdä päälle liimattuna osana, vaan eheänä kokonaisuutena, joka kulkee läpi asiakkaan palvelupolun. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 32.) Asiakaskokemuksen merkityksen kasvaessa on myös tämän kehitystyön alla olevan sovelluksen perusteltua pohtia sitä, millaisen kokemuksen he pyrkivät nyt ja tulevaisuudessa asiakkailleen luomaan.

2.2 Digitaalinen käyttökokemus

Digitaalinen asiakaskokemus syntyy aina, kun käyttäjä hyödyntää mitä tahansa käyttöpäätetä käyttäkseen koko palvelua tai osaa siitä (Filenius 2015). Koska Sopimussalkku on digitaalinen palvelu, on mielekästä tarkastella myös digitaalista käyttökokemusta.

Sovelluksen digitaalisesta asiakaskokemuksesta on hankala puhua ilman, että puhuu palvelun käytettävyydestä. Filenius teoksessaan (2015) kertoo seuraavasti: IT-maailmassa on puhuttu käyttöjärjestelmien käytettävyydestä jo parinkymmenen vuoden ajan. Tällöin korostettiin esimerkiksi sitä, kuinka eri elementit näytöllä oli sijoitettu ja miten ne oli väritetty. Tuohon aikaan käytettävyydellä oli merkitystä erityisesti työntekijöiden tehokkuuden kannalta. Käytettävyyden korostaminen kasvaa kuitenkin huomattavasti, kun toimistoilta siirrytään kuluttajan arkeen. Koska kuluttajien vaatimukset ja digitaalisten palveluiden määrä ovat ajan saatossa kasvaneet, myös käytettävyydestä eli käyttökokemuksesta on tullut yritysten keskuudessa kilpailuvaltti.

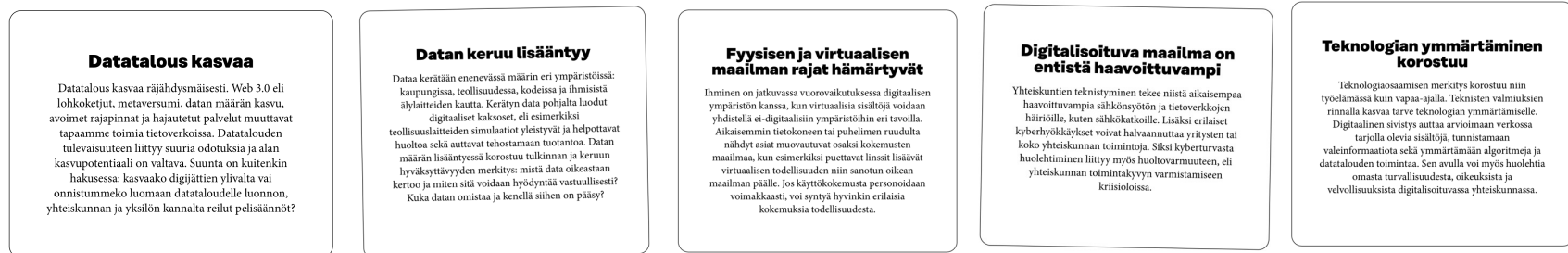
Myös visuaalisuus on tärkeä osa sovelluksen käyttökokemusta. Visuaalisuus on tapa vahvistaa brändistä syntyvää mielikuvaa, ja se onkin keskeinen osa käyttökokemusta. Visuaalisuudella voidaan nopeasti herättää käyttäjässä tunteita, ja ohjata sitä, miten käyttäjä kokee tuotteen, yrityksen ja sen viestin. (Pohjola 2019, 17.)

2.3 Tulevaisuuden asiakaskokemus

Maailma muuttuu, ja sen myötä myös asiakaskokemus. Teknologian kehitys ja digitalisaatio ovat ja tulevat muokkaamaan käyttäjien käsitystä asiakaskokemuksesta.

Sitra on julkisoikeudellinen eduskunnan valvoma rahasto, jonka nykypäivän tehtävänä on ennakoida yhteiskunnan muutoksia ja rakentaa kestävää ja innostavaa tulevaisuutta (Sitra.fi). Sitra julkaisee säännöllisesti Megatrendit-julkaisun, joka luotaa tulevaisuuden suuria kehityssuuntia.

Tulevaisuuden asiakaskokemuksen luotaamiseksi on mielekästä tarkastella Sitran Megatrendit 2023 – julkaisua. Tämän kehitystyön toimeksiannon kannalta oleellisia megatrendejä ovat datatalouden kasvu ja datan keruun lisääntyminen, fyysisen ja virtuaalisen maailman rajojen hämärtyminen, digitaalisen maailman haavoittuvuus, sekä teknologian ymmärtämisen korostuminen (kuva 2).



Kuva 2. Kehitystyössä silmälläpidettäviä megatrendejä (Sitra 2023)

3 Muotoilu kehittämistyössä

3.1 Muotoiluajattelu

3.2 Palvelumuotoilu

3.1 Muotoiluajattelu

Muotoiluajattelussa hyödynnetään monialaista asiantuntijuutta visuaalisten, luovien, toiminnallisten ja konkretisoivien menetelmien avulla. Muotoiluajattelu on iso osa yritysten ja organisaatioiden kykyä kehittää liiketoimintaa ja tuottaa uutta sisältöä yli toimiala- ja organisaatorajojen. Samalla se mahdollistaa uusien ratkaisujen ja toimintatapojen kehittämisen koko yrityksen henkilöstön näkökulmasta, ei vain muotoilukoulutuksen saaneiden näkökulmasta. (Miettinen 2014, 10.)

Muotoiluajattelu pyrkii löytämään ratkaisun mahdollisimman haasteisiin, oli kyse sitten fyysisestä tuotteesta tai palvelusta. Muotoiluajattelu toimii yli alarajojen, laittaen käyttäjän aina suunnittelutyön keskiöön. Muotoiluajattelun voi jakaa kuuteen peruspilariin (kuvio 3), jotka ovat joustavuus, kokonaisvaltaisuus, empaattisuus, yhteistyö, kuvittelukyky ja kokeilevuus. (den Dekker 2020, 20.)

Muotoiluajattelua voi soveltaa moniin eri projekteihin ja toimialaan. Muotoiluajattelu ei ole vain muotoilukoulutuksen saaneiden etuoikeus, vaan sitä voi hyödyntää koko organisaation toimesta.

Tässä opinnäytetyössä tullaan lähestymään kehitettävää kohdetta muotoiluajattelun menetelmillä ja filosofialla, palvelumuotoilun prosessimallia ja työkaluja hyödyntäen.



Kuvio 3. Kuusi muotoiluajattelun peruspilaria (mukaillen den Dekker 2020, 20)

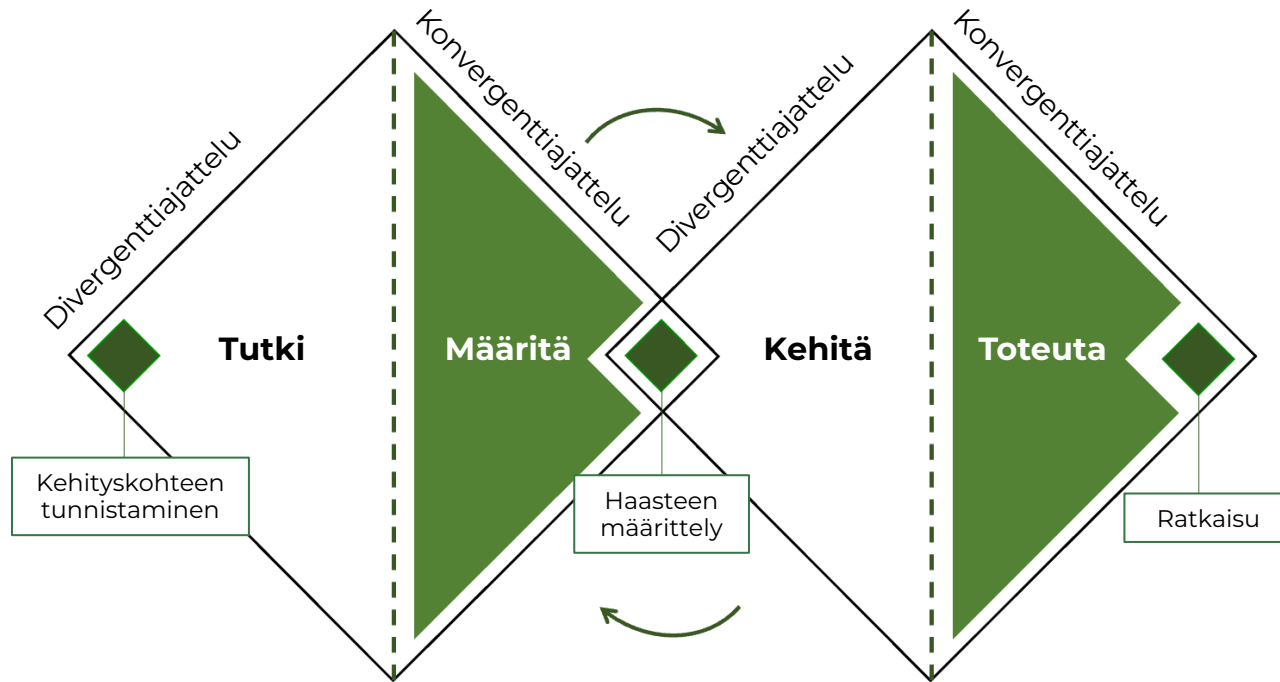
3.2 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on uusien palveluiden innovointia, sekä jo olemassa olevien palveluiden kehittämistä. Palvelumuotoilu osaa etsiä organisaation strategiasta ne pisteet, joissa on mahdollisuuksia kehitykselle. Palvelumuotoilu tuo muotoilusta tunnetut toimintatavat palveluiden kentälle. Palvelumuotoilu ei ole uusi innovaatio, vaan enemmänkin tapa yhdistää vanhoja asioita uudella tavalla. (Tuulaniemi 2011, 15.)

Palvelumuotoilun tärkeimpinä tehtävinä ovat arvonlisäys ja vuorovaikutusprosessien parantaminen organisaatiossa (Miettinen 2009, 13). Sovelluksen visuaalisen ilmeen selkeyttämisellä keskitytään etenkin näiden vuorovaikutusprosessien parantamiseen, niin organisaation sisällä kuin sen ulkopuolelle näkyvällä visuaalisella viestinnällä.

Palvelumuotoilu auttaa lisäksi tulkitsemaan yrityksen määritelmää brändistä, sekä löytämään asiakkaan ja brändin väliset kontaktipisteet. Palvelumuotoilu auttaa myöskin kehitettäessä uutta palvelua, sillä palvelumuotoilu visualisoi palvelun aineettomat elementit näkyviksi. Palvelumuotoilu kasvattaa asiakasymmärrystä, ja tuo käyttäjien tarpeet organisaatiolle näkyviksi. (Tuulaniemi 2011, 46–47.)

Palvelumuotoiluprojektin suunnitteluprosessi esitetään monesti The British Design Councilin vuonna 2004 lanseeraamaa tuplatimanttimallia (the Double Diamond) noudattaen (kuvio 4). Suunnitteluprosessia kuvaava kuvio koostuu kahdesta timantista, joissa vuorottelee divergentti- ja konvergenttiasjattelu. Divergenttiasjattelu on laajenevaa, luovaa, ja uusia ideoita salliva ajattelutapa, kun taas konvergenttiasjattelu on supistuvaa, vaihtoehtoja rajaava ajattelutapa. Näiden ajattelutapojen oheen sisältyy mahdollisen kehityskohteen tunnistaminen, haasteen määrittäminen ja kehittäminen, sekä loppuratkaisu. (Koivisto ym. 2019, 42–43.)



Kuvio 4. Palvelumuotoilussa usein käytetty tuplatimantti-prosessimalli (mukaiillen The British Design Council 2005)

4 Käyttäjätutkimus

- 4.1 Heuristinen arviointi
- 4.2 Haastattelut
- 4.3 Yhteiskehittäminen

4.1 Heuristinen arviointi

Heuristisuuteen eli kokemukseen perustuvan testauksen tavoitteena on löytää tuotteesta käytettävyysongelmia tuotetta testaamalla. Testaajat kiinnittävät huomiota tuotteen käytössä esille tuleviin ongelmiin. Heuristisen testauksen osallistajat eivät ole peruskäyttäjiä, vaan testaajia jotka pyrkivät lisäämään tietoisuuttaan tuotteiden käytettävyydestä. (Aalto-yliopisto.)

Osana kehitystyötä sovellukselle suoritettiin heuristinen testaus neljän henkilön testiryhmällä. Testiin osallistajat olivat kaikki opiskelleet käyttöliittymäsuunnittelua. Sovelluksen käyttöliittymä oli jokaiselle testiin osallistujalle tuntematon. Ennen testiä testaajille kerrottiin sovelluksen tarkoitus, kohdeyleisö ja pääpiirteinen toimintaperiaate.

Jokaiselle testattavalle annettiin ennen testiä sama tehtävä. Tehtävänä oli lisätä sovellukseen kuvitteellinen uusi sopimus (kuva 3). Tehtävänanto vastasi sitä, mitä myös potentiaalinen Sopimussalkun asiakas tekisi. Ennen varsinaista testausta testaajat saivat luettavakseen Jakob Nielsenin (1994) 10 heuristista sääntöä.

Testaajat saivat testin aikana vapaasti kertoa tuntemuksistaan sovellusta kohtaan, sekä antaa suoria palautteita ja parantamishdotuksia. Tehtävän

suoritettuaan osallistajat saivat vapaasti tutkia sovellusta, sen käytettävyyttä ja ulkoasua. Lisäkysymyksiä esitettiin etenkin visuaalisen ilmeen vaikutuksesta sovelluksen käyttökokemukseen. Huomioista tehtiin muistiinpanoja, sekä keskustelut taltioitiin myöhempää kuuntelua ja kirjaamista varten. Äänitalliointiin palaaminen mahdollisti jokaisen testauksessa nousseen merkittävän asian talteen ottamisen.



Kuva 3. Testiryhmäläinen testaamassa Sopimussalkun käyttöliittymää (Niemi 2024)

4.2 Haastattelut

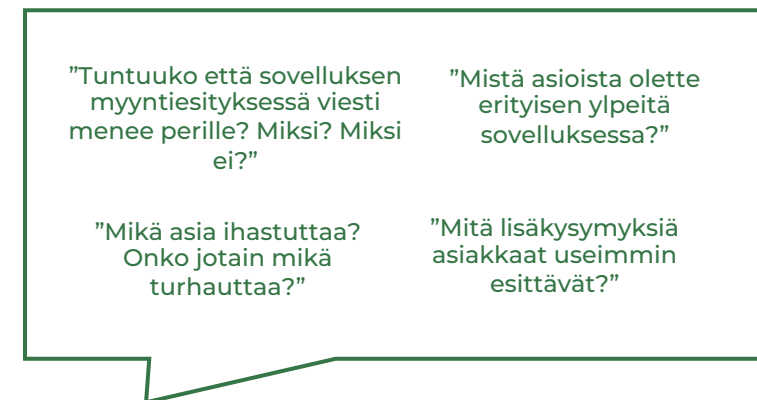
Empaattisuus, eli aito ja syvälinen kiinnostus suunniteltavan kohteen käyttäjäryhmään on yksi palvelumuotoilun kulmakivistä. Käyttäjätutkimusvaiheessa keskitytään keräämään ja analysoimaan käyttäjä- eli asiakastietoa. Käyttäjätieto toimii suunnittelun ohjurina, mikä takaa palvelutuotteen vastaavan aidosti asiakkaan tarpeita ja toiveita. (Tuulaniemi 2011, 61, 63.)

Kehitystyöhön kerättiin käyttäjätietoa ja -ymmärrystä haastatteluiden avulla. Työssä käytettiin haastatteluja tiedonkeruumenetelmänä sen yksilöllisten ja tapauskohtaisten mahdollisuuksien myötä. Haastattelutilanteissa saa kysyttyä lisäkysymyksiä jotka kyselylomakkeilla ei usein ole mahdollisia. Haastattelut suoritettiin puolistrukturoidun teemahaastattelun mukaisesti.

Haastattelu on ennalta sovittu vuorovaikutustilanne, jossa haastattelija on tutustunut tutkimuksen kohteeseen sekä teoriassa että käytännössä. Haastattelun tavoitteena on saada luotettavaa tietoa tutkimusongelman kannalta tärkeitä alueilta. Haastattelutilanteissa ihminen on nähtävä subjektina, jolla on mahdollisuus tuoda ilmi itseään koskevia ajatuksia mahdollisimman vapaasti. Haastateltavan puhe on mielekästä sijoittaa laajempaan kontekstiin. (Hirsjärvi & Hurme 2022, 32, 41.)

Haastatteluun valittiin Sopimussalkun kanssa työskenteleviä työntekijöitä ja asiakkaita. Haastatteluilla haluttiin kartoittaa käyttäjien tuntemuksia sovellusta kohtaan. Mikä sovelluksessa toimii, ja mikä taas ei (kuvio 5). Mistä ominaisuuksista sovellus saa kiitosta, ja missä olisi mahdollisesti jotakin parannettavaa. Haastateltavia oli yhteensä neljä kappaletta.

Haastattelut toteutettiin Teams-videopuheluilla Officeen verkkoympäristöissä. Haastattelut suoritettiin etänä, sillä haastateltavat työskentelivät eri puolilla Suomea. Haastattelut suoritettiin haastateltavien työpäivän aikana, jolloin haastateltavat olivat haastattelun teeman kannalta optimaalisessa mielentilassa.



Kuvio 5. Otteita haastattelukysymyksistä (Niemi 2024)

4.3 Yhteiskehittäminen

Kehitystyötä vietiin eteenpäin palvelumuotoilulle tyypillisen yhteiskehittämisen keinoin.

Yhteissuunnittelu tai yhteiskehittäminen on tärkeä osa palvelumuotoiluprosjektia. Palvelumuotoilun yksi keskeinen ajatus on palvelun eri osapuolten mukaan ottaminen palvelun kehittämiseen. Asiakkaan lisäksi muidenkin palvelun kanssa vuorovaikutuksessa olevien henkilöiden osallistaminen suunnitteluprosessiin alusta saakka on olennaista. Yhteiskehittäminen ei kuitenkaan merkitse sitä, että asiakas olisi päättämässä millainen lopullisesta palvelusta tulee. Yhteiskehittämisen päämääränä on ottaa käyttäjien tarpeet ja tunteet huomioon palvelua suunnitellessa. (Tuulaniemi 2011, 116.)

Kehitystyössä yhteissuunnittelua toteutettiin yhdessä sovelluksen myyjien sekä sen asiakkaiden kanssa. Järjestimme tapaamisia, jossa keskustelimme sovelluksen nykytilasta ja sen tulevaisuudesta. Keskustelua ja ideointia vietiin eteenpäin ideariihen tavoin, jossa jokainen sai antaa näkemyksensä ennalta sovitusta sovellukseen liittyvästä aiheesta. Ideat ja ajatukset kirjattiin ylös suunnittelutyötä tukemaan.

Myös kehitystyön suunnitteluvaiheessa käyttäjiä osallistettiin tapaamisilla. Tapaamisissa esiteltiin ideoita ja prototyyppejä varsinaisista lopputuotteista. Käyttäjät saivat vapaasti kommentoida ja esittää parannusehdotuksia tuotteille. Kommentit kirjattiin ylös ja otettiin huomioon suunnittelutyötä tehdessä.

Tapaamiset järjestettiin Teams-videopuheluiden välityksellä. Projektin aikana eri teemaisia tapaamisia järjestettiin yhteensä seitsemän kappaletta, ja ne olivat kestoaltaan noin yhden tunnin. Työpaja-tyyppisissä tapaamisissa käyttäjien kommentit kirjattiin ylös, ja lisäksi tapaamiset äänitettiin myöhempää kuuntelua ja kirjaamista varten. Käyttäjien mukaanotto projektin eri vaiheissa oli merkityksellistä käyttäjäystävällisen lopputuloksen saavuttamiseksi.

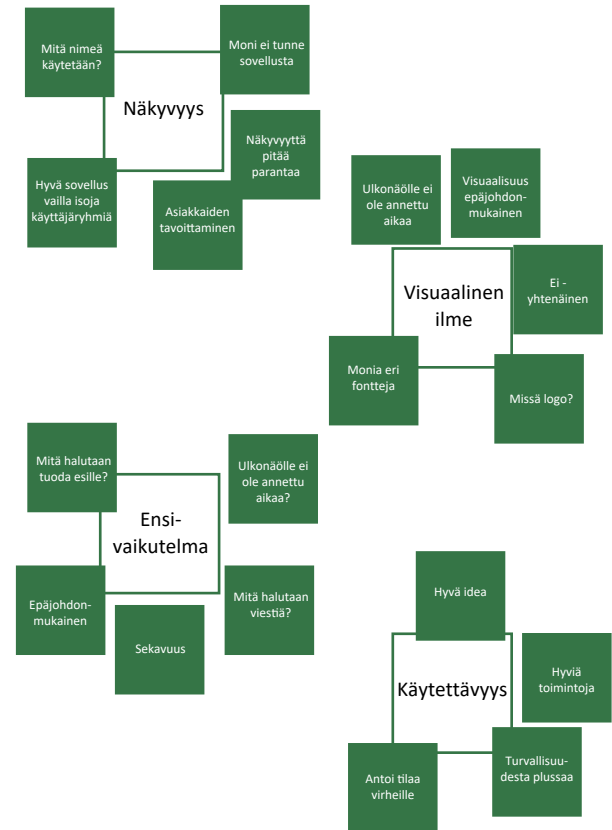
5 Käyttäjätiedon analysointi

- 5.1 Käyttäjätiedon analysointi
- 5.2 Palvelupolku
- 5.3 Suunnitteluohjurit

5.1 Käyttäjätiedon analysointi

Haastatteluista ja yhteiskehittämisen työpajoista kerättyä käyttäjätietoa analysoitiin käyttäjämäärykseksi. Analysoinnin apuna käytettiin affinity-diagrammia eli samankaltaisuuskaaviota. Samankaltaisuuskaavion avulla käyttäjätietoa ryhmitellään ja jäsenellään samankaltaisuuksien perustella niille ominaisten yhteisten teemojen alle (Tuulaniemi 2011, 154).

Kirjasin käyttäjätiedosta esiin tulleita olennaisia seikkoja Miro-suunnitteluohjelmaan digitaalisille postit-lapuille. Kokosin yhteen niin omista havainnoistani, haastatteluista, kokouksista ja heuristisen arvioinnin aikana nousseita elementtejä ja yksityiskohtia (kuvio 6). Järjestin seikkoja teemoittain. Samankaltaisuuskaavion avulla käyttäjätiedosta nousi esiin muun muassa sovelluksen näkyvyyteen, visuaaliseen ilmeeseen, ensivaikutelmaan ja käytettävyyteen liittyviä isoja teemoja.



Kuvio 6. Ote yhdenkaltaisuuskaaviosta käyttäjätiedon analysointivaiheessa (Niemi 2024)

5.2 Palvelupolku

Palvelupolku kuvaa sitä, miten asiakas kulkee palvelun eri aika-akseleilla. Palvelupolussa on kuvailtu palvelun eri kontaktipisteet, eli hetket kun asiakas on eri tavoin yhteydessä palveluun. (Tuulaniemi 2011, 39.)

Palvelupolku (kuvio 7) kuvaa käyttäjän toimintoja ennen palvelun käyttöä, sen aikana, sekä sen jälkeen. Tämän kehitystyön lopputuotteissa keskityttiin asiakaskokemukseen etenkin ennen palvelun käyttöä, sillä sovelluksen tavoitteena oli asiakasmäärän kasvu.

Palvelupolku auttaa hahmottamaan yrityksen strategian, ja se voi myös toimia muistityökaluna organisaation henkilökunnalle ideaalia asiakaskokemusta sovelluksen käyttäjälle tarjotessa. Seuraavana kuvattu palvelupolku on muotoiltu Sopimussalkku-sovellukselle. Palvelupolun vaiheita haluttiin tuoda esille etenkin sovelluksen myyntiesitystä laatiessa.

Ennen

- Asiakas on osana Sopimussalkun myyntitapahtumaa
- Asiakas tunnistaa tarpeen Sopimussalkulle/
- Asiakasta muistutetaan tarpeesta Sopimussalkulle
- Asiakasta ohjataan ja neuvotaan Sopimussalkun käyttöön
- HankintaPartners Oy implementoi asiakkaan tiedot järjestelmään

Aikana

- Asiakas näkee yhdellä vilkaisulla kaikkien asiakirjojensa tilan
- Sopimukset ovat helposti löydettävissä haku-ominaisuudella
- Päätyvät tai kriittiset sopimukset hälyttävät asiakkaalle
- Asiakas ottaa yhteyttä HankintaPartnersiin kilpailuttaakseen sopimuksia
- Asiakas ajaa kaikki asiakirjat Sopimussalkusta Exceliin tarkastellakseen esim. budjettia

Jälkeen

- Asiakas voi toimia ns. passiivisena käyttäjänä Sopimussalkun hälyttäessä tarvittaessa

Kuvio 7. Palvelupolku kuvaa käyttäjän kontaktipisteitä sovelluksessa (Niemi 2024)

5.3 Suunnitteluohjurit

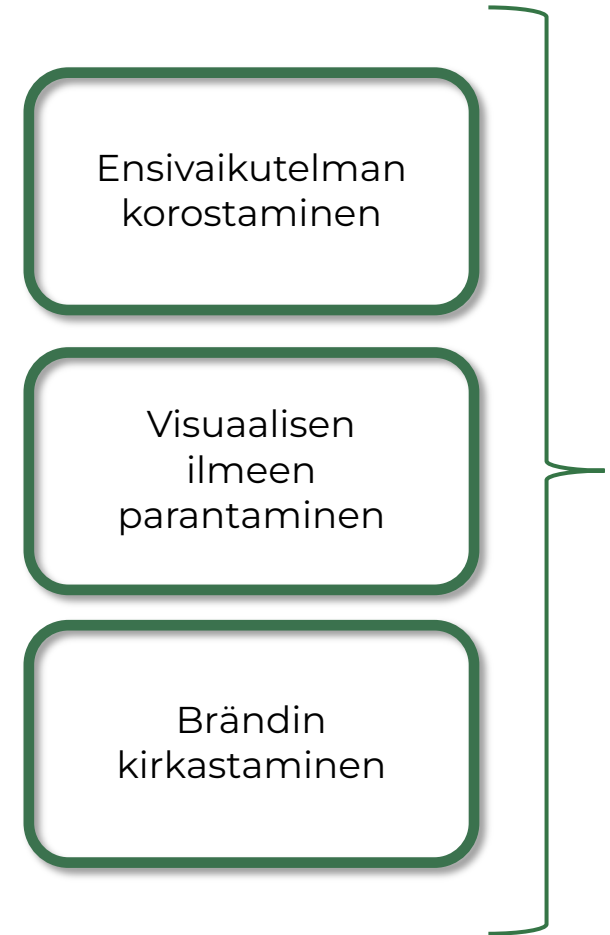
Suunnitteluohjurit (engl. Design Drivers) ovat käyttäjätiedosta esiin nousseita pointteja, jotka ohjaavat suunnittelutyötä. Suunnitteluohjureiden avulla käyttäjän tarpeet, motivaatio ja tavoitteet tuodaan suunnitteluprosessin ytimeen. Hyvin valitut suunnitteluohjurit auttavat suunnittelijoita toteuttamaan vahvoja, selkeitä ja asiakaslähtöisiä konsepteja. (Tuulaniemi 2011, 68.)

Kehitystyön suunnitteluohjureiksi valikoituivat ensivaikutelman korostaminen, visuaalisen ilmeen parantaminen ja brändin kirkastaminen (kuvio 8).

Ensivaikutelman korostaminen erityisesti myyntitilanteissa koettiin haastatteluiden perusteella puutteelliseksi. Sovellukselle oltiin rakennettu Powerpoint-esitys tukemaan myyntitapahtumaa, mutta se ei vastannut kilpailukykyisen sovelluksen vaateita. Ensivaikutelman korostamisella haluttiin myös vetää puoleensa uusia asiakkaita.

Sovelluksella ei myöskään ollut yhtenäistä visuaalista linjaa, mikä jätti käyttökokemuksen hajanaiseksi ja epäselväksi. Niinpä toiseksi suunnitteluohjuriksi valikoitui visuaalisen ilmeen parantaminen. Visuaalista ilmettä parantamalla haluttiin luoda entistä käyttäjäystävällisempi ja viimeistellympi mielikuva sovelluksesta.

Kolmanneksi suunnitteluohjuriksi valikoitui brändin kirkastaminen. Sovelluksella ei ollut brändistrategista linjausta. Visuaalisen ilmeen lisäksi koettiin tarpeelliseksi luoda yhdessä sovellukselle missio, visio ja arvolupaus.



Kuvio 8. Kehitystyön suunnitteluvaiheen ohjurit (Niemi 2024)

6 Suunnitteluvaihe ja lopputuotteet

6.1 Ideointi ja prototypointi

6.2 Sovelluksen brändiohjeistus

6.3 Sovelluksen myyntiesitys

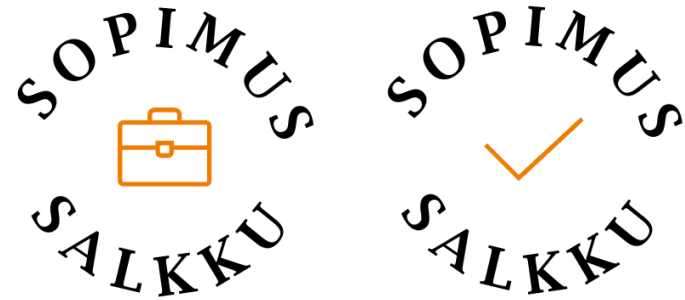
6.1 Ideointi ja prototypointi

Käyttäjymmärryksen pohjalta lähdettiin ideoimaan kehitystyön lopputuotetta. Ideoinnissa käytettiin apuna erilaisia ideointiin kehitettyjä palvelumuotoiluprojekteissakin usein käytettyjä työkaluja. Työkaluiksi valikoituivat erilaiset miellekartat sekä lotuskukka-tekniikka.

Ideointiprosessi oli läsnä koko projektin aikana eri muodoissa. Mieleen tulevia ideoita kirjattiin ylös lopputuotosta silmällä pitäen. Hyviä ideoita syntyi etenkin yhteiskehittämiseen suuntautuvissa tapaamisissa projektin loppupuolella. Yksittäisten ideoiden lisäksi jo olemassa olevia ideoita jatkojalostettiin.

Ideointi lopputuotteelle oli iteratiivinen prosessi, jossa työtä kehitettiin käyttäjien palautteen perusteella. Palautteet olivat muodoltaan sekä suoria yksittäisiä parannusehdotuksia, että epäsuoria toiveita jonkin asian uudelleen muotoilemiseksi. Lopputuotteille syntyi useita prototyyppejä (kuvio 9), joita kohderyhmä sai ideoinnin lomassa kommentoida.

Käyttäjymmärryksen lisäksi ideointiin otettiin huomioon myös aiemmin esitellyt Sitran megatrendit vuodelta 2023.



Kuvio 9. Prototyyppejä sovelluksen logosta sekä myyntiesityksen sisällöstä ja visuaalisesta ilmeestä (Niemi 2024)

6.2 Sovelluksen brändiohjeistus

Hyvin valittu yrityksen nimi on parhaimmillaan arvokasta aineetonta omaisuutta. Asiakkaiden luottamuksen saavutettuaan siihen latautuu myös mainearvoa. Kun yritys pitää nimestään huolta, siitä voi ajansaatossa kasvaa merkittävä brändi. (Hynynen 2023.)

Tämän opinnäytetyön suunnittelu- ja tutkimusprosessin kohteena oleva sovellus, Sopimussalkku vakioi nimensä opinnäytetyöprosessin aikana. Sovellus käytti aiemmin kahta eri nimeä, Palvelusalkku ja Sopimussalkku. Nimen vakiointi tekee Sopimussalkun brändistä yhtenäisen ja linjakkaan, ja mahdollisilta nimeen liittyviltä sekaannuksilta tulevaisuudessa vältytään. Ennen kaikkea nimen vakiinnuttaminen luo brändiarvoa, ja se selkeyttää asiakaskokemusta. Nimeä Sopimussalkku tullaan jatkossa käyttämään kaikissa sovelluksen viestintämateriaaleissa.

Kehitystyön alussa Sopimussalkulla ei vielä ollut logoa. Osana kehitystyötä suunniteltiin sovellukselle logo (kuva 4). Logon muotokieli mukailee vahvasti emoyhtiö HankintaPartners Oy:n logoa. Tällä samankaltaisuudella haluttiin viestittää yhteissuunnittelutapaamisissa tehtyä päätöstä siitä, että HankintaPartners Oy ja Sopimussalkku kulkevat visuaalisesti yhdessä.

Suunnitellessa visuaalista ilmettä, sovellukselle valittiin myös brändivärit ja kirjasintyyppi, joita käytetään sovellukseen liittyvässä viestinnässä. Kirjasintyyppistä haluttiin moderni ja luettava, mahdollisesti päätteetön. Eri vaihtoehtojen rajaamisen jälkeen kirjasintyyppiä valikoitui DIN Alternate.

Myös sovelluksen värimaailmaa valittaessa haluttiin integroitua osaksi HankintaPartners Oy:ta. Pääväreiksi valikoitui sama vihreän sävy kuin emoyhtiöllä, sekä jo sovelluksen käytössä oleva oranssin sävy (kuvio 10). Lisäksi brändiväreihin luettiin puhdas valkoinen ja musta.

Osana visuaalista ilmettä muotoiltiin viestinnässä käytettäviä visuaalisia elementtejä (kuvio 11). Elementtien tarkoituksena on ennen kaikkea tehostaa brändiviestintää, sekä logon tavoin toimia tunnistettavana kappaleena osana sovellusta. Elementtien värit noudattavat sovelluksen brändivärejä.

Kehitystyön aikana sovellukselle muotoiltiin kirjallisesti myös missio, visio ja arvolupaus. Nämä kolme edellä mainittua syntyi käyttäjäymmärryksen ja yhteiskehittämistapaamisten pohjalta. Yhdessä näiden ja visuaalisen ohjeistuksen kanssa sovellukselle muotoiltiin brändikirja (Liite 1).



Kuva 4. Sopimussalkun logo. Mukailtu HankintaPartners Oy:n logosta (Niemi 2024)



Kuvio 10. Sovelluksen brändivärit (Niemi 2024)



Kuvio 11. Sovelluksen visuaalisia elementtejä (Niemi 2024)



Otsikon alle sijoittuva viiva

Powerpoint-esityksen vasempaan yläkulmaan/etusivulla vasempaan laitaan sijoitettava elementi

6.3 Sovelluksen myyntiesitys

Kehitystyön lopputuotteena muotoiltiin uusi myyntiesitys Sopimussalkku-sovellukselle. Uudella myyntiesityksellä haluttiin vahvistaa sovelluksen brändiä, antaa yrityksestä ammattimaisempi kuva, sekä ennen kaikkea houkutelaa uusia asiakkaita sovelluksen käyttäjiksi.

Sovelluksen myyntiesitystä lähdettiin rakentamaan haastatteluiden ja aiemman myyntiesityksen kautta. Aiempi materiaali toimi etenkin informatiivisena pohjana, jota täydennettiin ja kohdennettiin haastatteluiden ja yhteiskehittämisen avulla. Myyntimateriaalin esitystavaksi valikoitui Powerpoint-tiedosto sen sovitettavuuden ja käytettävyyden vuoksi. Tiedosto haluttiin rakentaa niin, että myyntitilanteessa se on esitettävissä saumattomasti mahdollisimman monella laitteella, ja tarpeen tullen se on myös lähetettävissä suoraan asiakkaalle (Liite 2).

Esityksessä käytettiin uutta visuaalista ilmettä. Lisäksi siitä haluttiin luoda mahdollisimman informatiivinen, kuitenkin välttämällä liikaa tekstiä ja ei-olennaista tietoa (kuva 5). Yhteiskehittämistapaamisissa pohdittiin etenkin sitä, mikä tieto asiakkaalle on hyödyllistä ja mikä ei.

Selkeyden ja informatiivisuuden lisäksi esityksestä haluttiin luoda potentiaaliselle asiakkaalle mielenkiintoinen seurata. Visuaalisuuteen panostettiin väri- ja kirjasintyyppivalintojen lisäksi erilaisilla animaatioilla ja elementeillä.

Käyttäjätiedosta esiin tulleita positiivisiksi koettuja seikkoja haluttiin korostaa uudessa myyntiesityksessä. Esityksessä haluttiin konkretisoida palvelupolusta esiin tulleita kontaktipisteitä, luoden sovelluksen käytöstä potentiaaliselle asiakkaalle konkreettisempaa. Lisäksi usein myyntitilanteissa kysymyksiä herättäneet seikat tuotiin informatiivisesti esille. Etenkin hankalaksi koettu implementointi haluttiin tuoda mahdollisimman yksinkertaistetusti esille animoitujen elementtien avulla (kuva 6). Megatrendeistäkin esiin nousseet datatalouden kasvu ja sen turvallisuusriskit haluttiin nostaa esiin sovelluksen turvallisuutta korostamalla.



Kuva 5. Ote myyntiesityksen alkupuoliskolta (Niemi 2024)



Kuva 6. Ote myyntiesityksen implementointidiasta (Niemi 2024)

7 Yhteenveto ja loppupohdinta

7.1 Yhteenveto

7.2 Opinnäytetyöprosessin pohdinta

7.1 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää sopimushallintaan kehitetyn digitaalisen sovelluksen asiakaskokemusta palvelumuotoilun työkaluja ja prosessimallia hyödyntäen. Kehitystyö pohjautui käyttäjälähtöiseen suunnitteluun, jonka pohjana käytettiin heuristisilla arvioinneilla, haastatteluilla ja yhteiskehittämisellä kerättyä käyttäjätietoa. Käyttäjätieto analysoitiin käyttäjäymmärrykseksi samankaltaisuuskaaviota hyödyntäen. Käyttäjäymmärryksestä muotoiltiin asiakkaan palvelupolku sekä suunnittelutyötä ohjaavat suunnitteluohjurit.

Käyttäjäymmärryksen pohjalta sovellukselle suunniteltiin brändiohjeistus ja uusi toimivampi myyntiesitys. literatiivinen suunnitteluvaihe aloitettiin ideoinnilla, jossa käytettiin työkaluina miellekarttoja ja lotuskukka-ideointimenetelmää. Suunnitteluvaiheen aikana lopputuotteesta muodostettiin useita prototyyppejä, joita käyttäjäryhmä sai kommentoida parannusehdotuksia esittäen.

Lopputuotteena syntynyt brändiohjeistus luo selkeät raamit sovelluksen visuaaliseen viestintään, mikä puolestaan tarjoaa hedelmällisen maaperän brändin kehittymiseen ja asiakasmäärän kasvuun. Käyttäjäymmärryksen ja taustatutkimuksen

perusteella voidaan myös todeta, että sovelluksen visuaalisella ilmeellä on vaikutusta asiakas- ja käyttökokemukseen.

Sovelluksen uusi myyntiesitys luo potentiaaliselle asiakkaalle modernin, ammattimaisen ja luotettavan kuvan sovelluksesta. Myyntiesitys muotoiltiin käyttäjäymmärryksen pohjalta informatiiviseksi ja selkeäksi vastaamaan myyntitilanteissa useimmiten asiakkaiden puolelta esitettyjä kysymyksiä. Tulevaisuuden asiakaskokemuksessa korostuu turvallisuus, ja sitä haluttiin painottaa myös myyntiesityksessä.

Yhteenvetona voidaan todeta myös, että käyttäjälähtöinen työskentelytapa ja palvelumuotoilun menetelmät voivat merkittävästi parantaa digitaalisen palvelun asiakaskokemusta.

7.2 Opinnäytetyöprosessin pohdinta

Opinnäytetyöprosessi tarjosi loistavan mahdollisuuden panna toteen neljän vuoden aikana keräämäni tietotaitoa kokemus- ja palvelumuotoilun opintolinjalta. Mukavaa oli myös se, että prosessissa sai käyttää omia erityisiä osaamisalueita ja aihevalinnassa huomioida omia mielenkiinnonkohteita.

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli aktiivisesti mukana projektissa. Yhteiset tapaamiset yhteiskehittämisen ja haastatteluiden merkeissä loivat mukavaa rytmiä ja sidosteisuutta prosessiin. Toimeksiantajalta saadut kommentit niin opinnäytetyöhön kuin tulevaisuuden työelämään liittyen olivat arvokkaita.

Opin prosessissa ennen kaikkea siitä, mitä palvelumuotoilu ja käyttäjälähtöinen suunnittelu käytännössä voi olla. Sain uuden kokemuksen työskentelystä toimeksiantajan kanssa, sekä kokemuksen ennestään tuntemattomalta toimialalta.

Prosessin aikana opin omista työskentelytavoistani, vahvuuksistani ja haasteistani. Opin aikataulutuksen ja sen suunnittelun tärkeydestä.

Erityisesti haluan kiittää toimeksiantajaani HankintaPartners Oy:ta luottamuksesta ja sujuvasta yhteistyöstä. Lisäksi haluan kiittää opettajiani, luokkatovereitani ja läheisiäni ohjauksesta ja henkisestä tukemisesta opinnäytetyöprosessin aikana.

Lähteet

Aalto-yliopisto. Käyttötuotteen heuristinen arviointi. Viitattu 1.2.2024. Saatavissa:

https://mlab.taik.fi/polut/Design/tyokalu_heuristinen_arvio.html

Den Dekker, T. 2020. Design Thinking. Groningen: Noordhoff.

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus : menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2022. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Hynynen, J. 2023. Kuinka yrityksen nimi valitaan – Liikeideasta brändiksi. Helsinki: Books on Demand.

Koivisto M., Säynäjäkangas J., Forsberg S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. 2. painos. Helsinki: Alma Talent.

Löytänä, J. & Kortesoja K. 2011. Asiakaskokemus – Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.

Mattelmäki, T. 2006. Muotoiluluotaimet. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Miettinen, S. 2014. Muotoiluajattelu. Tampere: Tammerprint Oy.

Nielsen J., Heuristic Evaluation. Teoksessa Nielsen J., Mack R. L. (editors), Usability Inspection Methods. John Wiley & Sons, USA, 1994, s. 25-62.

Pohjola, J. 2019. Brändin ilmeen johtaminen. Helsinki: Alma Talent.

Ruokolainen, P. 2020. Brändikäsikirja : näin teet yritysbrändistä vetovoimaisen! Helsinki: Kauppakamari.

Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus – Miksi, mitä, miten?. Jyväskylä: Docendo Oy.

Tuominen, T., Järvi, K., H. Lehtonen, M., Valtanen, J., Martinsuo, M. 2015. Palvelujen tuotteistamisen käsikirja. Helsinki: Unigrafia Oy. Viitattu 3.3.2024. Saatavissa: <https://aaltodoc.aalto.fi/server/api/core/bitstreams/e28a24d7-a962-4cc2-a147-fe286705f936/content>

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

Kuvat

Kuva 1. Niemi, E. 2024. Näkymä sovelluksesta tietokoneen verkkoselaimessa.

Kuva 2. Sitra. 2023. Kuva 2. Kehitystyössä silmälläpidettäviä megatrendejä. Viitattu 14.2.2024. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2023/#megatrendit-linkittyvat-toisiinsa>

Kuva 3. Niemi, E. 2024. Testiryhmäläinen testaamassa Sopimussalkun käyttöliittymää.

Kuva 4. Niemi, E. 2024. Sopimussalkun logo. Mukailtu HankintaPartners Oy:n logosta.

Kuva 5. Niemi, E. 2024. Ote myyntiesityksen alkupuoliskolta.

Kuva 6. Niemi, E. 2024. Ote myyntiesityksen implementointidiasta.

Kuviot

Kuvio 1. Niemi, E. 2024. Opinnäytetyön tutkimuskysymykset.

Kuvio 2. Niemi, E. 2024. Opinnäytetyöprosessin aikataulu.

Kuvio 3. Den Dekker, T. 2020. Design Thinking. Groningen: Noordhoff.

Kuvio 4. The British Design Council. 2005.

Kuvio 5. Niemi, E. 2024. Otteita haastattelukysymyksistä.

Kuvio 6. Niemi, E. 2024. Ote yhdenkaltaisuuskaaviosta käyttäjätiedon analysointivaiheessa.

Kuvio 7. Niemi, E. 2024. Palvelupolku kuvaa käyttäjän kontaktipisteitä sovelluksessa.

Kuvio 8. Niemi, E. 2024. Kehitystyön suunnitteluvaiheen ohjurit.

Kuvio 9. Niemi, E. 2024. Prototyyppejä sovelluksen logosta sekä myyntiesityksen sisällöstä ja visuaalisesta ilmeestä.

Kuvio 10. Niemi, E. 2024. Sovelluksen brändivärit.

Kuvio 11. Niemi, E. 2024. Sovelluksen visuaalisia elementtejä.

Liitteet

Liite 1: Niemi, E. 2024. Brändiohjeistus sovellukselle.

Liite 2: Niemi, E. 2024. Myyntiesitys sovellukselle.



Värit



Fontit

Otsikot ja leipäteksti DIN Alternate

Logo Baskerville

Otsikoiden
fonttikoko
28

Missio, visio & arvolupaus

Missio:

Sopimussalkku hallinnoi, organisoii, auttaa ja luo turvapaikan organisaation tärkeimmille dokumenteille.

Visio:

Sopimussalkku tavoittelee kasvua, tyytyväisiä asiakkaita ja huolettomampaa sopimustenhallintaa.

Arvolupaus:

Lupaamme asiakkaalle taloudellisen, helpon ja ennen kaikkea turvallisen keinon erilaisten sopimusten ja asiakirjojen hallintaan.

" Sopimussalkku sai alkunsa tarpeesta luoda markkinoille työkalu helpottamaan organisaatioiden sopimustenhallintaa. "

Logo



Elementit



Otsikon alle sijoittuva viiva



Powerpoint-esityksen vasempaan yläkulmaan/etusivulla vasempaan laitaan sijoitettava elementti



Powerpoint-pohja






Sopimusten kokonaisvaltaiseen hallintaan

"Kaikki sopimukset, yksi Paikka."

Powered by HankintaPartners Oy



- ✓ Sopimusten ja palvelunhallintajärjestelmän työkalu
- ✓ Pidä tärkeimmät asiakirjasi turvassa
- ✓ Näe yhdellä katsauksella sopimusten ja asiakirjojen kokonaistilanne
- ✓ Hahmota organisaatiiosi kulumurakenne



- ✓ Kaikki sopimukset ja asiakirjat yhdessä paikassa oikein kategorisoituna
- ✓ Etusivulta suora näkymä sopimusten tilaan
- ✓ Markkinoiden turvallisin pitvipalvelu
- ✓ Automaattimuistutukset mahdollistavat oikea-aikaisen reagoinnin sopimuksiin
- ✓ Sopimukset ajettavissa Exceliin > budjettien tekeminen nopeutuu ja helpottuu
- ✓ Mahdollisuus luokitella käyttäjien eri tasoja ja nimetä sopimusten vastuuhoidajat
- ✓ Vanhojen sopimusten arkistointi mahdollistaa kehityksen seuraamisen
- ✓ Henkilöstö vaihtuu, tiedostot eivät

" Sopimussalkku ratkaisee sopimustenhallinnan haasteet ja tuo turvaa organisaatiolle. "



Implementointi ja käyttöönotto

Teemme yhteenveton nykyisistä sopimuksista & hankinnoistanne

Syötämme sopimukset ja asiakirjat Sopimussalkkuun & arvioimme niiden tilan

Käymme yhdessä kokonaisuuden läpi & opastamme sovelluksen käyttöönotossa

Avaimet käteen sopimustenhallintaan



Hinnoittelu

Verkkosivuston rakentaminen

200,00€ (alv 0%)

Implementointi

Esimerkki:

- ✓ Viimeisen 12kk ajalta löydämme teiltä 140 eri kuterää, joista 60% on vakiintuneita ostoja
- ✓ Haemme tiedot vakiintuneilta palveluntuottajilta, jonka jälkeen syötämme kaikki tiedot sovellukseen & analysoimme ne
- ✓ N. 90% vakiintuneista ostoista saamme kirjallisen palveluntuottajilta, puuttuvat liitteet voi toimittaa myöhemmin projektin aikana
- ✓ Projektin kokonaiskesto n. 2.5kk, teidän ajankäyttöne yhteensä n. 4h sisältäen käyttöönottokoulutuksen

Esimerkin hinta

n. 3000,00€ (alv 0%)

Kuukausimaksu

249,00€ (alv 0%)
(Max. 30 käyttäjää)



Turvallinen

- Sopimukset ja asiakirjat markkinoiden turvallisimmassa pilvipalvelussa
- Mahdollisuus luokitella käyttäjien eri tasoja
- Riskienhallinta helppottu



Helppo

- Yhdellä silmäyksellä koko organisaation sopimustilanne
- Muistutukset päätyivistä ja riskialttista sopimuksista
- Avaimet käteen - käyttöönotto



Taloudellinen

- Ajansäästö
- Kukturakenteen hahmottaminen
- Budjetoinnin mahdollisuudet



Tuki

- Alkukoulutus
- Sähköpostituki arkisin klo 9:00-16:00
- Suomen- ja englanninkielinen käyttöliittymä



Tekniset tiedot

Tietotekninen ympäristö

Microsoft Azure

- ✓ Tietokanta: [Azure SQL \(PaaS\)](#) + [Elastic Database Pools](#)
- ✓ Sovelluspalvelin: [Azure WebApp \(PaaS\)](#)
- ✓ Cache: [Redis cache](#)
- ✓ L7 Load balancing + [Firewall: Azure Application Gateway](#)
- ✓ Binääritiedostojen tallennus: [Azure Storage](#)

Toteutusteknologia

Microsoft Stack

- ✓ Tietokanta: [MS SQL, stored procedures, custom functions](#)
- ✓ Palvelin: [Microsoft .NET 4.6.2, C#](#)
- ✓ Selainkerros: [HTML5/Javascript/React](#)

Lisäpalvelut tekniseen tukeen 79€/h (alv 0%)