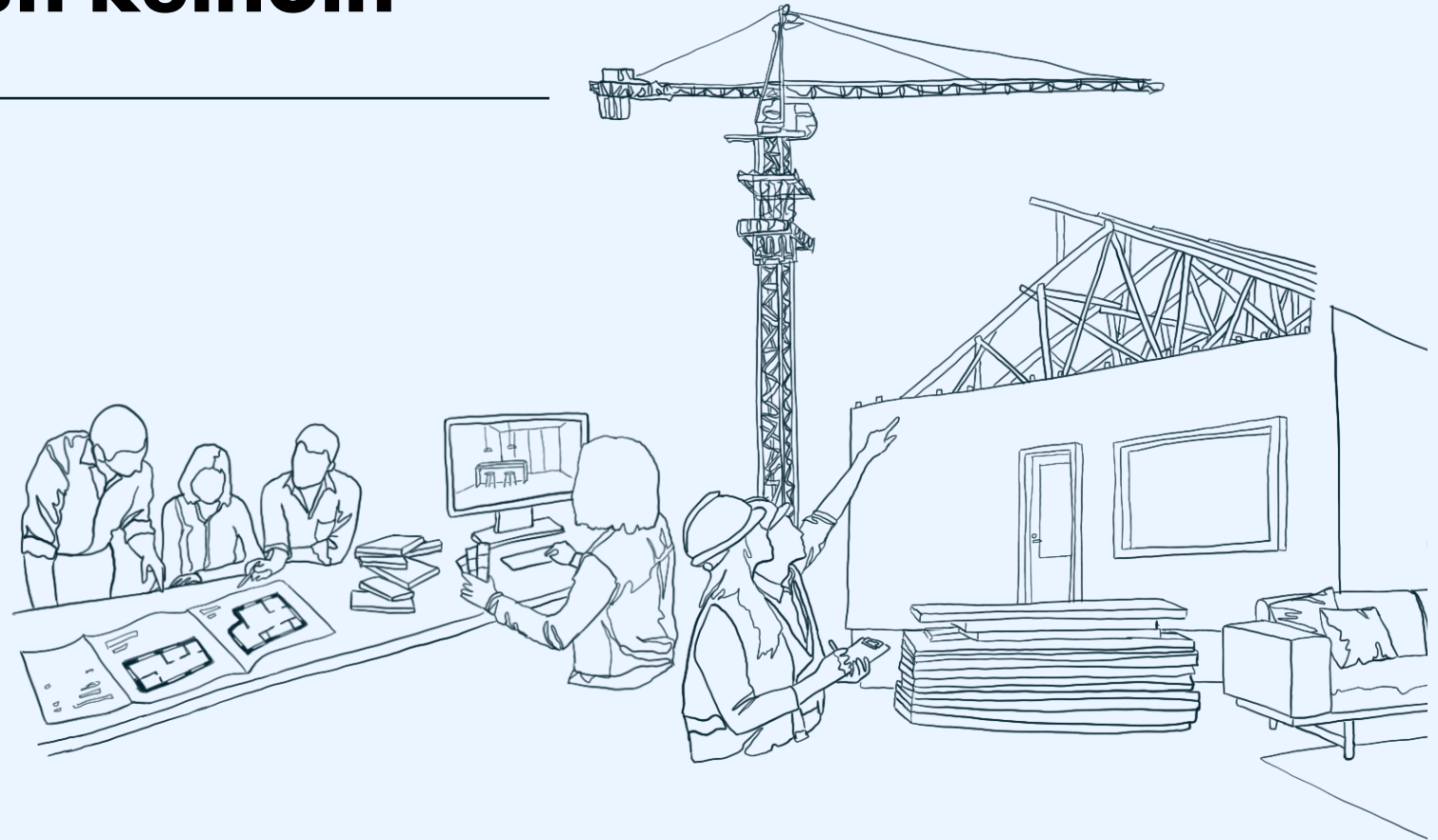


Ensi kertaa pientaloa rakennuttavalle suunnatun tietopalvelun konseptointi muotoilun keinoin



Opinnäytetyö, 2025
Anne Vepsä
Teollinen muotoilu
Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tiivistelmä

Tässä opinnäytetyössä selvitettiin Rakennetaan Yhdessä ry:n toimeksiantosta, miten palvelumuotoilun keinoin voidaan helpottaa ensi kertaa pientaloprojektiin ryhtyvien rakennuttajien tilannetta. Tavoitteena oli kehittää heille käyttäjäystävällinen digitaalinen palvelukonsepti, joka kokoaisi rakennusprojektissa tarvittavat tiedot ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi.

Työssä hyödynnettiin käyttäjäkeskeisen suunnittelun ja palvelumuotoilun menetelmiä. Aineistoa kerättiin laadullisin ja määrällisin keinoin, kuten haastattelemalla rakennuttajia ja alan ammattilaisia, kyselytutkimuksella, kilpailija-analyysillä sekä toimivien verkkopalveluiden vertailuanalyysillä. Tutkimuksesta saatua tietoa analysoitiin muun muassa samankaltaisuuskaavion avulla. Osallistavaa suunnittelua hyödynnettiin palvelun sisällön määrittämisessä korttilajittelun avulla. Näiden pohjalta suunniteltiin prototyyppi, jota testattiin käyttäjien kanssa.

Tutkimus osoitti, että ensi kertaa rakennuttavat kokevat tiedonhankinnan haastavaksi. Tieto on ripoteltuna hajanaisiin lähteisiin, se on usein kaupallisesti värittyä ja sen luotettavuutta on vaikea arvioida. Aina ensikertalainen ei edes tiedä, mitä pitäisi tietää. Keskeisenä tuloksena tunnistettiin tarve palvelulle, joka kokoaisi tiedon yhteen paikkaan, olisi mahdollisimman puolueeton ja tukisi ymmärrettävästi rakennuttajaa projektin eri vaiheissa.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi Raksa 2.0 -palvelukonsepti. Se on digitaalinen tietopalvelu, joka kokoaa rakennusprosessin vaiheet, budjetoinnin, vastuut ja vastaan tulevat valinnat selkeäksi kokonaisuudeksi pyrkien vähentämään epävarmuutta ja säästämään rakennuttajan aikaa. Tekijän rooli oli tutkia ja suunnitella konseptia sekä testata sen toimivuutta käyttäjien kanssa. Johtopäätöksenä todettiin, että muotoilun keinoin voidaan tehokkaasti jäsentää laajoja tietomääriä ja luoda käyttäjälähtöisiä ratkaisuja. Työ tarjoaa toimeksiantajalle testatun konseptin ja osoittaa, miten muotoilun avulla voi parantaa tiedon saavutettavuutta rakennusalalla.

Tekijä:
Anne Vepsä

Otsikko:
Ensi kertaa pientaloa rakennuttavalle suunnatun tietopalvelun konseptointi muotoilun keinoin

Oppilaitos:
Metropolia Ammattikorkeakoulu

Päivämäärä:
5/2025

Tutkinto:
Muotoilija (AMK)

Tutkinto-ohjelma:
Muotoilun tutkinto-ohjelma

Pääaine:
Teollinen Muotoilu

Ohjaaja:
Lehtori Juha Ainoa

Sivumäärä:
92 + 3

Avainsanat:
Käyttäjäkeskeinen muotoilu, palvelumuotoilu, informaatiomuotoilu, informaatioarkkitehtuuri, käyttäjäkokemus, käytettävyys, käyttöliittymäsuunnittelu, tiedon visualisointi

Abstract

Commissioned by Rakennetaan Yhdessä ry, this thesis investigated how service design methods could ease the situation of first-time private house builders. The objective was to develop a user-friendly digital service concept for them, which would integrate the necessary information in a construction project into a comprehensible entity.

The study utilized user-centered design and service design methodologies. Data was gathered through qualitative and quantitative means, including interviewing both builders and industry professionals, a survey, competitor analysis, and benchmarking of functional web services. The data obtained from the study was analyzed using methods such as an affinity diagram. Co-creation was utilized in defining the service content through card sorting activity. Based on these, a prototype was designed and tested with users.

The research showed that first-time builders find information acquisition challenging. Information is scattered across fragmented sources, is often commercially biased, and its reliability is difficult to assess. Often, first-timers do not even know what they need to know. A key finding was the identified need for a service that would gather information in one place, be as impartial as possible, and understandably support the builder through the different stages of the project.

The thesis resulted in the service concept named Raksa 2.0. It is a digital information service that consolidates the stages of the construction process, budgeting, responsibilities, and upcoming choices into a clear entity, aiming to reduce uncertainty and save the builder's time. The author's role was to research and design the concept and to test its functionality with users. It was concluded that design methods can effectively structure large amounts of data and create user-centric solutions. The work provides the commissioning party with a tested concept and demonstrates how design can improve information accessibility in the construction industry.

Author:

Anne Vepsä

Title:

A service ecosystem, conceptualized using design methodologies, and tailored for individuals building a detached house for the first time

Institution:

Metropolia University of Applied Sciences

Date:

5/2025

Degree:

Bachelor of Culture and Arts

Degree Programme:

Design

Major:

Industrial Design

Instructor:

Juha Ainoa, Senior Lecturer

Pages:

92 + 3

Keywords:

User-Centered Design, Service Design, Information Design, Information Architecture, User Experience, Usability, User Interface Design, Data Visualization

Sisällys

1. JOHDANTO	1	6. SUUNNITTELUPROSESSI	61
2. LÄHTÖKOHDAT	3	6.1 Luonnostelu	62
2.1 Toimeksiantaja	4	6.2 Palvelupolku	63
2.2 Toimeksianto	6	6.3 Service blueprint	64
2.3 Tutkimuskysymys ja tavoite	7	6.4 Sisällön määrittely	65
3. AIHEEN MÄÄRITTELY	8	6.5 Korttilajittelu	67
3.1 Sanasto	9	6.6 Rautalankamalli	69
3.2 Aiheen rajaus	11	6.7 Visuaalinen ilme	70
3.3 Muotoiluprosessi	12	6.8 Testaaminen	72
3.4 Taustatutkimuksen menetelmät	15	7. KONSEPTIN ESITTELY	77
3.5 Suunnitteluprosessin menetelmät	19	8. JOHTOPÄÄTÖKSET	85
4. TEOREETTINEN VIITEKEHYS	24	8.1 Pohdinta ja päätelmät	86
4.1 Palvelumuotoilu	26	8.2 Jatkosuunnitelma	88
4.2 Käyttäjäkokemus / UX	28	LÄHTEET	
4.3 Käytettävyys	29	LIITTEET	
4.4 Käyttöliittymä / UI	31	<i>Liite 1</i> – Rakennusalan ammattilaisten haastattelu	
4.5 Informaatioarkkitehtuuri	32	<i>Liite 2</i> – Rakennuttajien haastattelu	
4.6 Informaatiomuotoilu	33	<i>Liite 3</i> – Kysely	
4.7 Tiedon visualisointi	34		
5. TAUSTATUTKIMUS	35		
5.1 Toimiala-analyysi	36		
5.2 Kilpailijavertailu	38		
5.3 Haastattelut	44		
5.4 Vertailuanalyysi toimivista verkkopalveluista	51		
5.5 Kysely	56		
5.6 Samankaltaisuuskaavio	58		
5.7 Suunnitteluohjurit	60		

1. JOHDANTO



1. JOHDANTO

Ihmiset etsivät jatkuvasti uusia, elämäänsä helpottavia keinoja. Muotoilijoiden tehtävänä on auttaa ja innovoida ratkaisuja ihmisten aitoihin tarpeisiin. Käyttäjälle ei enää riitä, että yksittäinen tavara tai palvelun osa on hyvä, vaan he hakevat toimivia kokonaisuuksia, jotka on suunniteltu juuri heidän tarpeilleen. (Tuulaniemi 2013, 18.)

Tulevaisuudessa menestyvät ne, jotka tunnistavat ja ennakoivat piileviä asiakastarpeita, visioivat rohkeasti, miltä maailma voisi huomenna näyttää, sekä ovat valmiita uudistamaan omaa toimintaansa vastaamaan näihin tarpeisiin. Tällä hetkellä keino hallita markkinoita on tuntee asiakkaansa muita paremmin ja tarjota heille muista erottuvia asiakaskokemuksia. Palvelut ja käyttäjäkokemuksen pohtiminen eivät tulevaisuudessa ole häviämässä mihinkään, vaan niihin keskitytään yhä enemmän, jotta asiakkaat kokevat saavansa arvoa palvelusta. Tällöin asiakkaat ovat valmiita käyttämään aikaansa palvelun kuluttamiseen ja maksamaan siitä. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 22, 28.)

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, kuinka ensi kertaa rakennusprojektiin ryhtyvien

rakennuttajien elämää voidaan helpottaa palvelumuotoilun avulla ja kuinka rakennusala voi hyötyä muotoilun näkökulmista ja menetelmistä. Parhaassa tapauksessa saadaan konseptoitua palvelu, joka on yhtä aikaa hyödyllinen ja toimiva kokonaisuus rakennuttajien aitojen tarpeiden tukemiseksi. Suunnittelussa kuullaan ja huomioidaan useaa rakennusprojektin osapuolta ja toimijaa.

Tämän opinnäytetyön avulla saadaan muotoilun alalle uusi esimerkki siitä, miten muotoilun keinoin autetaan ihmisiä hahmottamaan isoja kokonaisuuksia ja tietomääriä sekä miten suurista, osin sekavistakin kokonaisuuksista voidaan viestiä ymmärrettävästi käyttäjille. Aihe on ajankohtainen, koska palveluiden käyttäjäkokemuksiin kiinnitetään yhä enemmän huomiota, sillä ne määrittelevät pitkälti sen, haluaako käyttäjä hyödyntää palvelua vai ei. Uusi palvelu toisi rakennusalaan ja pientalon rakennuttamista hieman helpommaksi ymmärtää ja lähestyä alan ulkopuolelta. Yhdessä tekemisen ja avoimen vuoropuhelun lisääminen rakennusosalalle on kaikkien etu: näin saadaan parhaita mahdollisia lopputuloksia aikaiseksi.

2. LÄHTÖKOHDAT



2.1 Toimeksiantaja

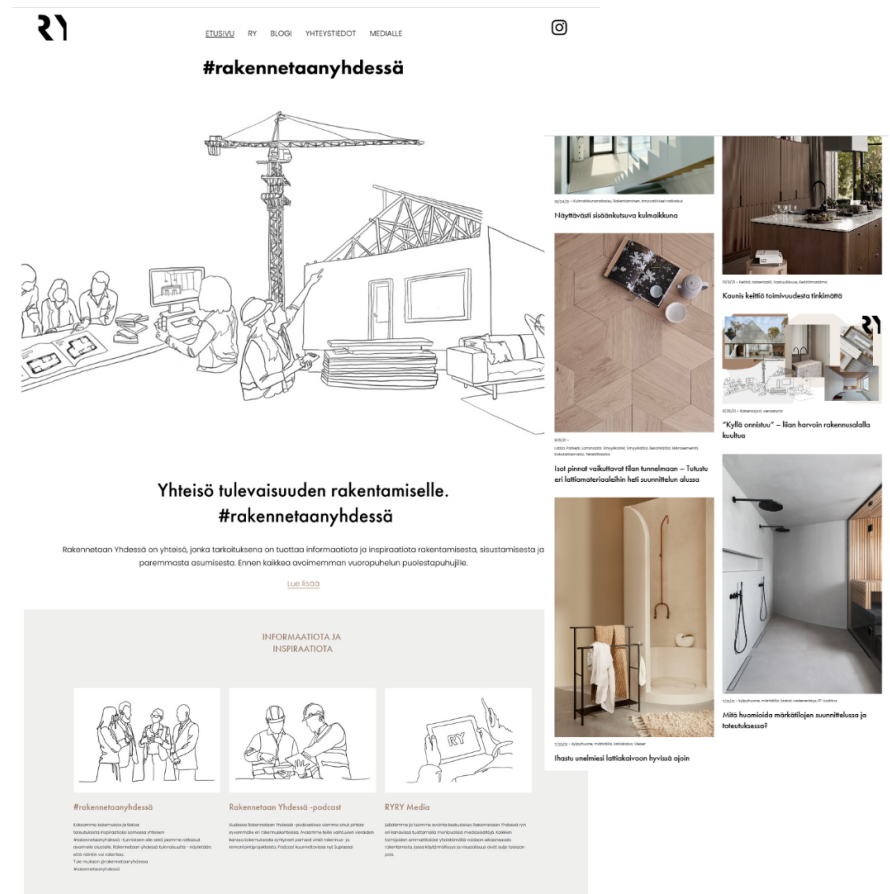
Toimeksiantaja opinnäytetyössä on Rakennetaan Yhdessä ry. Yhdistys on perustettu keväällä 2021, ja sen tavoitteena on toimia rakennusalan eri toimijoita ja kuluttajia kuuntelevana ja yhdistävänä osapuolena (Rakennetaan Yhdessä ry 2021).

Arkkitehtuurin ja muotoilun päivänä sisustussuunnittelija Laura Seppänen nosti sosiaalisessa mediassa esiin rakennusalan tiedon hajanaisuuden ja monimutkaisuuden. Keskustelun avaus herätti laajaa kiinnostusta ja kommentointia aiheesta, ja sen seurauksena ryhmä saman haasteen huomanneita istahti saman pöydän ääreen keskustelemaan. Syntyi ajatus koota tietoa ja inspiraatiota yhteen paikkaan #rakennetaan yhdessä -tunnisteen ja sivuston alle, kaikille avoimeen käyttöön. Eri toimijoiden välisen yhteistyön ja ymmärryksen lisäämiseksi perustettiin voittoa tavoittelematon Rakennetaan Yhdessä ry. (Rakennetaan Yhdessä ry 2021.)

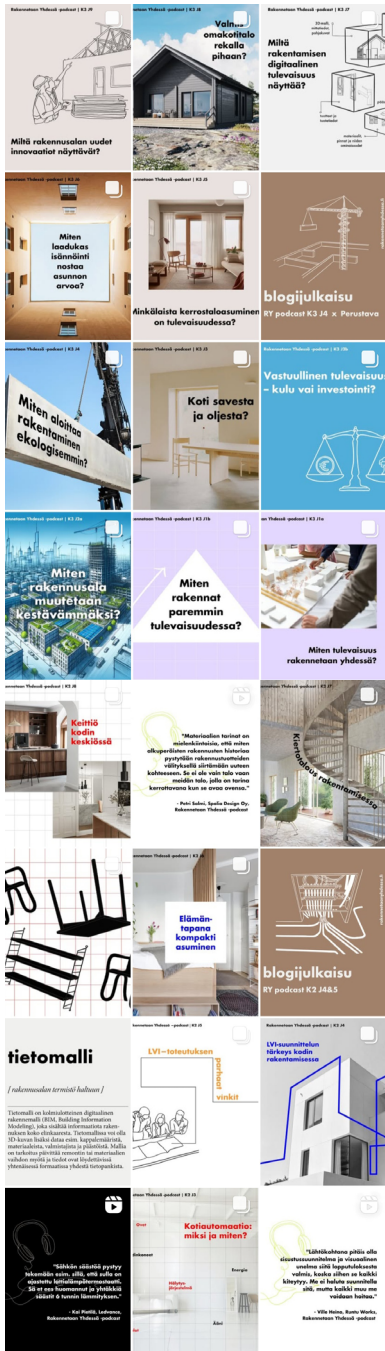
Yhdistys pyrkii herättelemään keskustelua tulevaisuuden asumisesta muun muassa nostamalla esille onnistuneita rakennusratkaisuja ja inspiroivia toteutuksia (ks. kuva 1). Yhdistyksellä on vahva usko siihen, että yhdessä tekemällä pystyy monipuolistamaan rakennusratkaisujen tarjontaa sekä lisäämään tietoutta vaihtoehtoisista tavoista rakentaa. Tavoitteena on myös parantaa rakennuttajan asemaa edistämällä läpinäkyvyyttä ja tiedonjakoa, etteivät rakennuttajat jää yksin rakennusalan sääntöviidakon keskelle. (Rakennetaan Yhdessä ry 2021.)

Yhdistys on julkaissut kolme kautta Rakennetaan Yhdessä -podcastia Suplassa. Ääneen on päässyt rakennuttajia ja rakennusalan ammattilaisia sekä mielenkiintoisia eri toimijoita alalta jakamaan näkökulmiaan ja vinkkejään onnistuneisiin toteutuksiin. Podcastin lisäksi Rakenne-

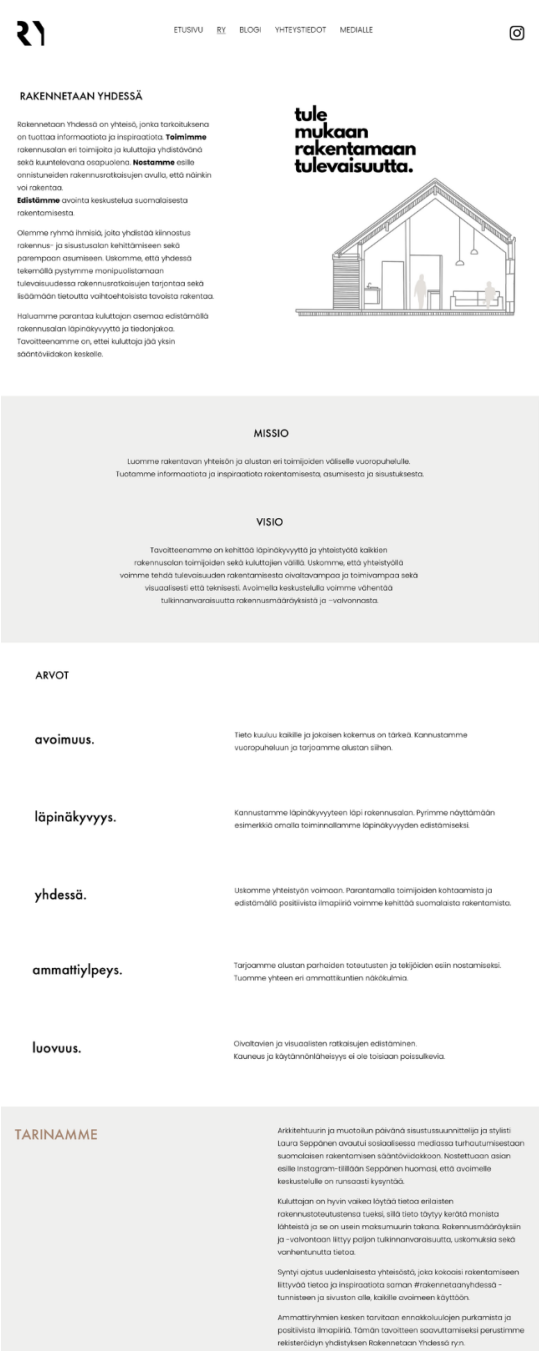
taan Yhdessä ry on tuottanut blogikirjoituksia yhteistyössä inspiroivien suomalaisten yritysten kanssa sekä ollut näkyvillä Instagramissa (ks. kuva 2) visuaalisesti kauniilla sisällöillä. Instagramissa yhteisö on kerännyt jo yli 4200 seuraajaa (16.5.2025).



Kuva 1. Kuvakollaasi Rakennetaan Yhdessä ry:n toiminnasta. Kuvakaappaus verkkosivusta Rakennetaan Yhdessä ry (2021).



Kuva 2. Instagram syöte. Kuvakaappaus sovelluksesta Instagram (2023–2024).



Kuva 3. Tietoa yhdistyksestä -sivu. Kuvakaappaus verkkosivusta Rakennetaan Yhdessä ry (2021).

Yhdistyksen missio:

Luoda kasvava yhteisö ja alusta eri toimijoiden väliselle vuoropuhelulle sekä tuottaa informaatiota ja inspiraatiota rakentamisesta, asumisesta ja sisustuksesta (Rakennetaan Yhdessä ry 2021).

Yhdistyksen visio:

Parantaa kuluttajien asemaa edistämällä rakennusalan läpinäkyvyyttä, tiedonjakoa ja yhteistyötä ammattilaisten välillä. Yhdistys uskoo, että yhteistyön avulla tulevaisuuden rakentamisesta voidaan saada oivaltavampaa ja toimivampaa sekä visuaalisesti että teknisesti. (Rakennetaan Yhdessä ry 2021.)

Arvot:

Avoimuus, läpinäkyvyys, yhdessä tekeminen, ammattiyhteisyys ja luovuus (ks. kuva 3) (Rakennetaan Yhdessä ry 2021).

2.2 Toimeksianto

Toimeksiantona oli selvittää ja parantaa ensi kertaa rakennuttavien asemaa. Rakennetaan Yhdessä ry:n jäsenet jakoivat omia havaintojaan ja kokemuksiaan rakennusosalta eri näkökulmista, ja näistä koottiin rakennuttamiseen liittyvät hypoteesit lähtötiedoiksi. Keskustelussa mukana olevilla yhdistyksen jäsenillä oli hyvin erilaiset taustat: osa on rakennusosalta ja osa aivan muilta aloilta. Kuitenkin jokaisella oli jokin kosketuspinta rakennusalaan.

Hypoteeseiksi valikoituivat nämä keskustelussa ilmi tulleet kokemukset:

1. Ensi kertaa rakennuttavat eivät välttämättä tiedä, mihin lähtevät rakennusprojektin alkaessa. (Ymmärrys projektin vaativuudesta kasvaa vasta projektin edetessä.)
2. Rakennusprojektissa tarvittavaa tietoa täytyy kerätä monista lähteistä, ja se on usein maksumuurin takana.
3. Pientaloa rakentaessa ja rakennuttaessa tulee jatkuvasti vastaan uusia yllätyksiä, säädöksiä ja valintoja, joihin ei osata välttämättä varautua etukäteen. Pahimmassa tapauksessa lopputulos ei ole toivotun mukainen ja rahaa kuluu hukkaan asioihin, joita olisi voitu hyvällä varautumisella, tiedolla ja suunnittelulla ehkäistä.
4. Rakennusmääräyksiin ja -valvontaan liittyy paljon tulkinnanvaraisuutta, uskomuksia sekä vanhentunutta tietoa.

Opinnäytetyössä selvitettiin näiden hypoteesien paikkaansa pitävyyttä ja tutkittiin, löytyykö käyttäjiltä muitakin haasteita, joihin yhdistys voisi vaikuttaa. Palvelumuotoilun keinoin selvitettiin, millainen palvelu sisältöineen sopisi tarkoitukseen parhaiten, sekä toteutettiin asiantuntijoilta kerätyn informaation avulla käyttäjäystävällinen toimiva palvelukokonaisuus.

2.3 Tutkimuskysymys ja tavoite

Opinnäytetyön tavoitteita selvennettiin jäsentämällä toimeksiannosta kolme keskeistä tutkimuskysymystä, joihin pyritään löytämään vastaukset työn edetessä.

1. Mitä tietoa ensi kertaa rakennuttavat tarvitsevat, mistä he sitä etsivät, ja miten he sitä hyödyntävät rakennusprojektin aikana?

Haastattelujen ja kyselyn avulla selvitetään ensikertalaisten rakennuttajien haasteita ja kokemuksia pientaloa rakennettaessa ja kartoitetaan nykytilanne siitä, miten tietoa tällä hetkellä etsitään ja hyödynnetään. Ajatuksena on pohtia, löytyisikö tätä kautta aito tarve uudelle palvelulle, mistä päästäänkin toisen tutkimuskysymyksen pariin.

2. Millainen palvelu vastaisi todelliseen tarpeeseen ja toisi lisäarvoa rakennuttajien rakennusprojektiin?

Opinnäytetyössä etsitään vastausta kysymykseen, minkälainen palvelu auttaisi ensi kertaa rakennuttavia selviämään rakennusprojektistaan jouhevasti. Selvitetään aitoja haasteita rakennusprojektin aikana sekä se, onko näihin ongelmakohtiin löydettävissä ratkaisu uuden palvelun muodossa. Pureudutaan kohderyhmän tarpeisiin ja tiedustellaan, mitä palvelussa pitäisi olla sisällytettynä, jotta se olisi käyttäjilleen haluttava, selkeä ja käytettävä, sekä kuinka uusi palvelu voisi toimia sujuvasti osana monikanavaista rakennusprojektia.

3. Miten muotoilun keinoin voidaan tehdä laajoista tietomääristä helpommin hahmotettavia ja suunnitella käyttäjäystävällinen digitaalinen palvelu tukemaan monikanavaista rakennuttamisprosessia?

Tutkimuksen ja sen perusteella laaditun prototyypin avulla pyritään selvittämään, kuinka palvelumuotoilua ja käyttäjäkeskeistä suunnittelua voidaan hyödyntää isojen informaatiomäärien hallinnassa. Rakennusalan koukeroita pyritään jäsentämään selkeiksi kokonaisuuksiksi sellaiselle, joka ei tunne alaa entuudestaan, jotta pientalon rakennusprojekti sujuisi mahdollisimman vaivattomasti ja ikäviltä yllätyksiltä voitaisiin välttyä. Tavoitteena on tuoda rakennusalaan, tarkemmin rakennuttamista, selkeämmäksi tavallisille ihmisille.

Lopputuloksena on työkalu, joka on tehty uusille rakennuttajille avuksi alkavaan pientaloprojektiin. Jotta lopputulos tulee vastaamaan oikeaa tarvetta, hyödynnetään käyttäjäkeskeistä suunnittelua eli otetaan käyttäjät huomioon suunnitteluprosessin jokaisessa vaiheessa. Käyttäjät pääsevät testaamaan luotua prototyyppiä. Testauksen avulla selvitetään, onko palvelu kannattava lisä Rakennetaan Yhdessä ry:n toimintaan sekä sopiiko se yhdistyksen arvoihin, missioon ja visioon.



3. AIHEEN MÄÄRITTELY

3.1 Sanasto

Verkkopalvelu

Rakennuttaja

Käyttäjä

Käyttäjäkeskeinen suunnittelu

Käyttäjätieto

Yhteiskehittäminen

Prototypointi

Konsepti

VERKKOPALVELU

Verkkopalvelu on digitaalinen ympäristö, kuten verkkosivusto, jossa voi suorittaa erilaisia verkossa toimivia aktiviteetteja. Verkkopalvelulla voi olla monenlaisia tarkoituksia: ne voivat tarjota hyötyä esimerkiksi tiedon jakamisen, asioinnin, ostamisen, vaikuttamisen tai kommunikoinnin muodossa, tai ne voivat keskittyä viihteen ja elämysten luomiseen, kuten yhteisöt, pelit tai video- ja musiikkisivustot (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 25).

RAKENNUTTAJA

Rakennuttaja on eri asia kuin rakentaja. Rakennuttaja on henkilö (tai taho), joka hallinnoi ja teettää rakennushankkeen. Hän vastaa muun muassa suunnittelusta, budjetista, ammattilaisten palkkaamisesta ja lupien hankkimisesta. Rakennuttaja voi olla yksityishenkilö, yritys tai vaikka taloyhtiö. (Rakentaja.fi 2025.)

Rakentaja on puolestaan henkilö, joka fyysisesti rakentaa talon tai tekee osan työvaiheista rakennuttajan puolesta. Rakentaja voi myös olla urakoitsija tai rakennusliike. Jos rakennat itse oman omakotitalosi, olet sekä rakentaja että rakennuttaja. (Rakenta-

ja.fi 2025.) Tässä opinnäytetyössä viitataan sanalla käyttäjä usein rakennuttajaan, joka kuuluu uuden palvelun ensisijaiseen kohde-ryhmään.

KÄYTTÄJÄ

Tässä opinnäytetyössä käytetään sanaa käyttäjä ensisijaisesti niistä henkilöistä, jolle palvelua suunnitellaan. Käyttäjällä tarkoitetaan lähtökohtaisesti loppukäyttäjiä, jos ei erikseen mainita käyttäjän olevan jokin muu palvelussa mukana oleva taho. Loppukäyttäjä on tuotteen tai palvelun varsinainen käyttäjä, joka hyödyntää sitä omassa toiminnassaan tai arjessaan. Muita käyttäjiä voivat olla esimerkiksi palvelun ylläpitäjät, yhteistyökumppanit tai kehittäjät.

Käyttäjä on eri asia kuin asiakas. Asiakas voi joissain yhteyksissä tarkoittaa myös käyttäjää, mutta joskus se voi olla erillinen taho, esimerkiksi joku jota laskutetaan, mutta joka ei ikinä itse käytä palvelua.

KÄYTTÄJÄKESKEINEN SUUNNITTELU

Käyttäjäkeskeinen suunnittelu (user-centered design) on lähestymistapa, jossa on keskeistä luoda mahdollisimman miellyttä-

vä ja tehokas käyttäjäkokemus palvelun tai tuotteen käyttäjälle. Tarkoituksena on ottaa käyttäjät huomioon jokaisessa kehittämissen vaiheessa. (Garrett 2003, 19; Niemelä 2021.) Käyttäjien huomioiminen suunnittelussa edistää käytettävyyttä ja johtaa toimivampaan lopputulokseen. Hyvin suunniteltu tuote tai palvelu lisää tuottavuutta, on helppo omaksua ja minimoi virheiden syntymisen. (Niemelä 2021.)

KÄYTTÄJÄTIETO

Käyttäjätieto on suunnitteluprosessin aikana, erityisesti sen alkuvaiheessa, kerättävää tietoa käyttäjistä. Se auttaa ymmärtämään, keitä palvelun käyttäjät ovat ja mitä he tarvitsevat (Garrett 2003, 51). Ilman käyttäjätietoa uuden tuotteen tai palvelun menestyminen on pitkälti sattumanvaraista, sillä silloin ei tunneta käyttäjiä, heidän tavoitteitaan, motiivejaan, tehtäviään, rajoitteitaan tai toimintaolosuhteitaan (Sinkkonen ym. 2009, 65). Käyttäjätiedon suurin vahvuus on tarjota yksityiskohtainen käsitys siitä, keitä käyttäjät todella ovat, miten ja miksi he toimivat sekä mitä he tavoittelevat. Tämän ymmärryksen avulla voidaan suunnitella tuote tai palvelu, joka on heille aidosti hyödyllinen ja miellyttävä käyttää. (Hyysalo 2009, 18–20.)

YHTEISKEHITTÄMINEN

Yksi palvelumuotoilun keskeisiä tavoitteita on rikkoa perinteisiä ammattien rajoja ja auttaa ihmisiä tekemään yhdessä eli yhteiskehittää (co-create) (Stickdorn ym. 2018, 22). Yhteiskehittäminen on työtapana ja periaate, jonka avulla kaikki palveluun liittyvät asiat ja näkökannat saadaan mahdollisimman laajasti esiin suunnitteluprosessin aikana. Käyttäjien osallistaminen kehittämiseen edistää suunnittelua, tiedon kulkua ja arvon muodostumista. Keskeinen ajatus on osallistaa palvelun eri osapuolia palvelun kehittämiseen. (Tuulaniemi 2013, 116–118.)

PROTOTYPOINTI

Sana prototyyppi tulee kreikan kielen sanasta prototypon, joka tarkoittaa ensimmäistä tai varhaista muotoa jostakin (Stickdorn ym. 2018, 65). Palvelumuotoilussa prototyyppi tarkoittaa nopeaa muodonantoa, jossa palvelu tehdään näkyväksi (Tuulaniemi 2013, 94, 196). Se on tiivistetynä ideoiden konkretisointia, jossa mallinetaan, miten palaset toimivat keskenään (Miettinen 2011, 132–133). Prototyyppiä käytetään vaihtoehtoisten ratkaisujen hahmottamiseen ja ihmisten käyttäytymisen ja

kokemusten arvioimiseen tulevissa palvelutilanteissa (Stickdorn ym. 2018, 91).

Prototyyppin tulos on prototyyppi, jonka tulisi aluksi olla nopea ja yksinkertainen toteuttaa, mutta jatkossa sitä parannellaan ideoiden kehittyessä ja suunnan tarkentuessa. Prototyyppi auttaa hahmottamaan, miltä suunnitteilla oleva ratkaisu näyttää, miltä sen käyttäminen tuntuu ja ylipäätään ymmärtävätkö käyttäjät sen. (Moule 2012, 159, 162.)

KONSEPTI

Konsepti on vision kuvaus, jossa kuvataan suunnitelman keskeinen idea. Palvelukonsepti esittää usein palvelun suuret linjat ilman tarkkoja yksityiskohtia ja antaa mahdollisuuden idean jatkokehitykselle. (Tuulaniemi 2013, 191.) Palvelukonsepti kuvaa myös, miten palveluntuottaja saa palvelusta lisäarvoa ja miten palvelu vastaa käyttäjien tarpeisiin (Miettinen 2011, 109).

3.2 Aiheen rajausta

Sinkkosen, Nuutilan ja Törmän (2009, 67) mukaan suunnittelun alkuun kannattaa valita vain yksi käyttäjäryhmä, jolle tehdään suunnitteluratkaisut ensin, ja sitten vasta katsotaan, miten palvelua monipuolistetaan lisäämällä muita käyttäjäryhmiä käyttöliittymään. Ensisijaisen käyttäjäryhmän valinta tuntuu luontevalta opinnäytetyöhön, jottei suunnittelun rajausta laajene liikaa rajallisen ajan puitteissa. Tästä syystä tässä opinnäytetyössä keskitytään ensisijaisesti ensimmäistä kertaa pientaloa rakennuttavien näkökulmaan Suomessa (ks. kuva 4). He valikoituivat kohderyhmäksi, koska heidän koettiin hyötyvän palvelusta eniten. Toimeksiantajan puolelta oltiin samaa mieltä asiasta.

Opinnäytetyöstä rajattiin pois palvelun sisällön kirjoittaminen. Aineistoa päätettiin kuitenkin kerätä sen verran sisällöksi, jotta prototyyppiä pystytään testaamaan. Sisältöä koottiin useasta lähteestä, ja apuna sisällön pohtimisessa ja rajaamisessa on ollut toimeksiantajan puolelta työn ohjaaja, joka tuntee rakennusalan ja pientalorakentamisen. Opinnäytetyön tekijän rooli on jäsenellä taustatutkimuksessa esiintulleista teemoista sisällöt helposti ymmärrettävään muotoon, josta ne, jotka eivät tunne rakennusalaa, pystyvät navigoimaan ja löytämään tarvittavat tiedot rakennusprojektinsa tueksi.

Opinnäytetyön ulkopuolelle rajattiin digitaalisen alustan selvittäminen. Sen etsiminen ja valikoiminen tapahtuu opinnäytetyön jälkeen. Ensin selvitetään ja testataan, onko uudelle palvelulle kysyntää ja onko sen toteuttaminen kannattavaa. Ulkopuolelle rajattiin myös pedagogiikan näkökulma. Todennäköisesti pedagogiikan näkökulmasta on hyötyä suurten informaatiomäärien opettamisessa ymmärrettävästi eteenpäin rakennuttajille, mutta sen selvittäminen jätetään tämän opinnäytetyön ulkopuolelle.

SISÄLLÖNTUOTANTO

PEDAGOGIIKAN NÄKÖKULMA

RAKENTAMINEN PITKÄSTÄ TAVARASTA

**ENSIMMÄISTÄ
KERTAA PIENTALOA
RAKENUUTTAVAT
SUOMESSA**

DIGITAALISEN ALUSTAN SELVITTÄMINEN

ULKOMAAT

REMONTOIMINEN

Kuva 4. Aiheen rajausta (Vepsä 2025).

3.3 Muotoiluprosessi

Muotoiluprosessi määritellään usein yksilöllisesti kuhunkin projektiin sopivaksi. Kuitenkin jokaisessa prosessissa yhteistä on sama ajattelutapa ja samat periaatteet. Muotoiluprosessin ytimessä on oikean ongelman varmistaminen ja käyttäjien aitojen tarpeiden ymmärtäminen ennen ratkaisujen kehittämistä, mikä voi säästää merkittävästi aikaa, rahaa ja muita resursseja. Muotoiluprosessin työskentely on iteratiivista, ja prosessissa on aina mukana laajenevia (divergenssi) ja supistuvia (konvergenssi) vaiheita. Prosessi ei etene suoraviivaisesti eikä ole ennalta määriteltävissä, vaan mukautuu jatkuvasti opitun perusteella. Tällainen joustava ja kokeileva toimintatapa on muotoiluprosessin keskeinen vahvuus. (Stickdorn ym. 2018, 83, 86, 88, 90–91.)

Koiviston, Säynäkankaan ja Forsbergin (2019, 42) mukaan palvelumuotoiluprosessin tarkoituksena on ensinnäkin löytää uusia tapoja tuottaa arvoa ymmärtämällä ja tunnistamalla käyttäjien tarpeita. Toiseksi tarkoituksena on luoda arvolupauksia parantamalla palvelun laatua kehittämällä luovia ratkaisuja käyttäjätarpeisiin. Nämä tarkoitukset on syytä tehdä niin, että käyttäjän lisäksi palveluntarjoaja huomioidaan. (Koivisto ym. 2019, 42.)

Laajeneva ja supistuva

Onnistuneeseen muotoiluprojektiin tarvitaan sekä laajenevaa (divergentti) että supistuvaa (konvergentti) lähestymistapaa. Näitä vaiheita ei pidä hyödyntää yhtä aikaa sekaisin, vaan selkeästi eriteltynä vuorotellen. (Stickdorn ym. 2018, 85–86; Tuulaniemi 2013, 113.)

Laajeneva ajattelu on mahdollisuuksien etsimistä ja ideoiden tuottamista. Sitä käytetään lähinnä tuotettaessa uusia ideoita tai ratkaisuja. (Tuulaniemi 2013, 113.) Metodeina mukana on ”Kyllä, ja...” -ajattelu (Stickdorn ym. 2018, 85–86). Vaihe perustuu mielikuviin ja asioiden yhdistelemiseen ilman kritiikkiä (Tuulaniemi 2013, 113).

Supistuvassa ajattelussa analysoidaan, arvioidaan ja karsitaan edellisen divergenttivaiheen tuotokset (Tuulaniemi 2013, 113). Menetelmänä mukana on ”Kyllä, mutta...” -ajattelu, ja pääasia on karsia ideoista toteutuskelvottomat pois ja lopulta tehdä päätös, mihin keskitytään (Stickdorn ym. 2018, 85–86). Tiivistettynä divergenssi on vaihtoehtoja luova ja konvergentti taas vaihtoehtoja rajaava vaihe (Koivisto ym. 2019, 43).

Iteraatio

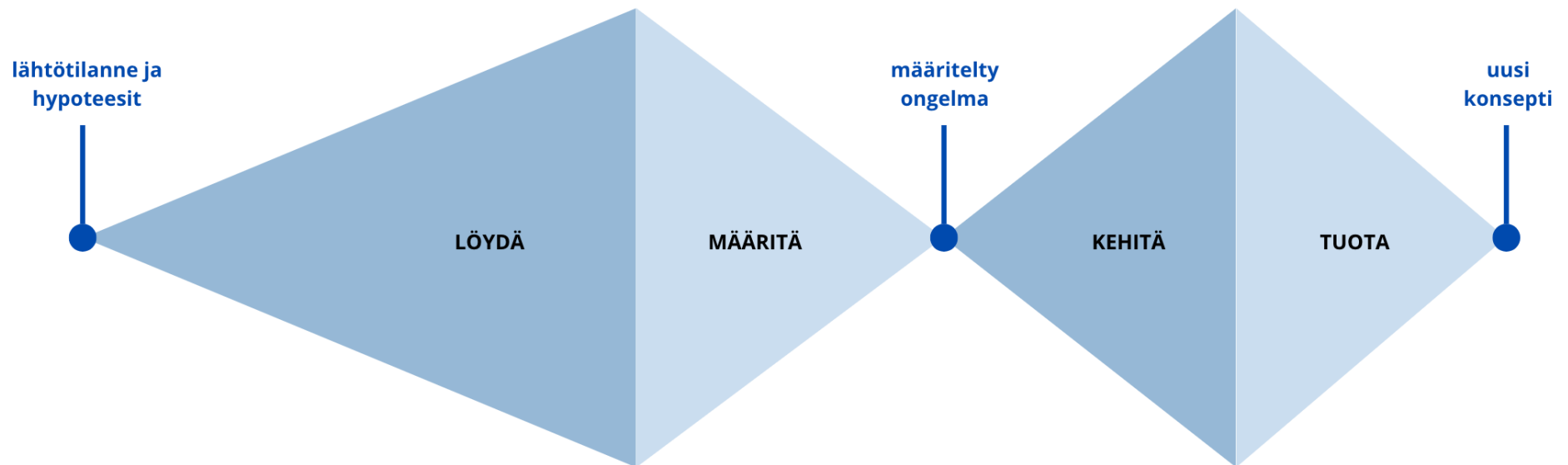
Kiteytettynä iteraatio tarkoittaa toistoa (Tuulaniemi 2013, 112). Hyysalon (2009, 56) mukaan hyvän tuotteen aikaansaaminen vaatii suunnittelussa, toteutuksessa ja testaamisessa useita kierroksia eli iteraatiota. Sinkkosen ym. (2009, 204) mukaan iteraatio on syklittäistä kehittämistä niin, että jokaisessa muotoiluprosessin vaiheessa analysoidaan suunnitelmien tila, suunnitellaan lisää yksityiskohtia ja näitä vaiheita toistetaan testaamiseen asti. Aiempiin vaiheisiin voidaan aina palata ja niitä voidaan toistaa, kunnes saavutetaan toimiva lopputulos (Koivisto ym. 2019, 46).

Usein varsinkin muotoiluprosessin alussa iteraatiokierrokset ovat nopeita pienen vaivan kokeiluita. Ne saattavat hidastua prosessin edetessä, mutta eivät häviä mihinkään. (Stickdorn ym. 2018, 21.) Iteraatioissa ideoita kehitetään ja testataan vaiheittain yhä uudelleen, jolloin ratkaisua voidaan parantaa vaihe kerrallaan. Tämä nopeuttaa ymmärrystä siitä, toimiiko palvelu käytännössä ja onko se toteutettavissa. (Miettinen 2011, 23.)

Tuplatimantti

Sopivin tapa kuvata tämän opinnäytetyön prosessia on muotoilijoilla yleisesti käytössä oleva Tuplatimantti-malli (ks. kuva 5). Tuplatimantti (Double Diamond) on Isossa-Britanniassa vuonna 2005 alkunsa saanut Design Councilin luoma prosessikuvaus. Prosessissa on kaksi timanttia kuvaamassa muotoiluprosessin vaiheita. Ensimmäisessä timantissa tunnistetaan ongelma, jolloin tavoitteena on tunnistaa oikea ratkaistava ongelma ja löytää arvonluontimahdollisuuksia. Vaihe on tutkimuksellinen ja analyttinen, ja sen mottona voidaan pitää ”Ratkaise oikea ongelma”. Toisessa timantissa kehitetään ratkaisu, jolloin tavoitteena on kehittää edellisessä timantissa tunnistettuun ongelmaan tai mahdollisuuteen siihen mahdollisimman soveltuva ratkaisu. Vaihe perustuu luovuuteen, ja sen mottona voidaan pitää ”Ratkaise ongelma oikein”. (Koivisto ym. 2019, 42–43.)

Tuplatimantissa on yhteensä neljä vaihetta: löydä (discover), määritä (define), kehitä (develop) ja tuota (deliver). Löydä- ja määritä-vaiheet menevät ensimmäisen ongelman tunnistaminen -timantin alle ja kehitä- ja tuota-vaiheet menevät toisen ratkaisun kehittäminen -timantin alle. (Koivisto ym. 2019, 43.) Tuplatimantti on visuaalinen malli, joka kuvaa selkeästi muotoilu- ja innovaatioprojektien vaiheet, jotka käydään läpi riippumatta käytettävistä menetelmistä tai työkaluista (Design Council i.a.).



Kuva 5. Opinnäytetyöprosessi: Tuplatimantti (mukailtu Design Council i.a.).

1. Tutki ja kartoita / löydä

Löydä-vaihe (ks. kuva 6) on divergentti, eli siinä keskitytään kartoittamaan ja ymmärtämään aito ongelma ennen ratkaisujen kehittämistä (Design Council i.a.). Vaihe alkaa haasteen kyseenalaistamisella ja jatkuu keräämällä tietoa sekä palveluntarjoajan tavoitteista että käyttäjien tarpeista, motiiveista ja käyttäytymisestä (Koivisto ym. 2019, 44; Ball 2019). Tutkimusmenetelmät ovat pääosin laadullisia, ja niiden tavoitteena on luoda empatian avulla kokonaisvaltainen ymmärrys käyttäjistä ja heidän toiminnastaan (Stickdorn ym. 2018, 91–98). Käyttäjäkokemuksen lisäksi huomioidaan myös työntekijöiden ja muiden sidosryhmien kokemukset sekä palvelun sijoittuminen laajempaan kontekstiin. Tietoa kerätään iteratiivisesti aina lisää, kun on opittu edellisestä menetelmästä jotakin uutta huomioitavaa. (Stickdorn ym. 2018, 97–98.)

2. Analysoi ja ymmärrä / määritä

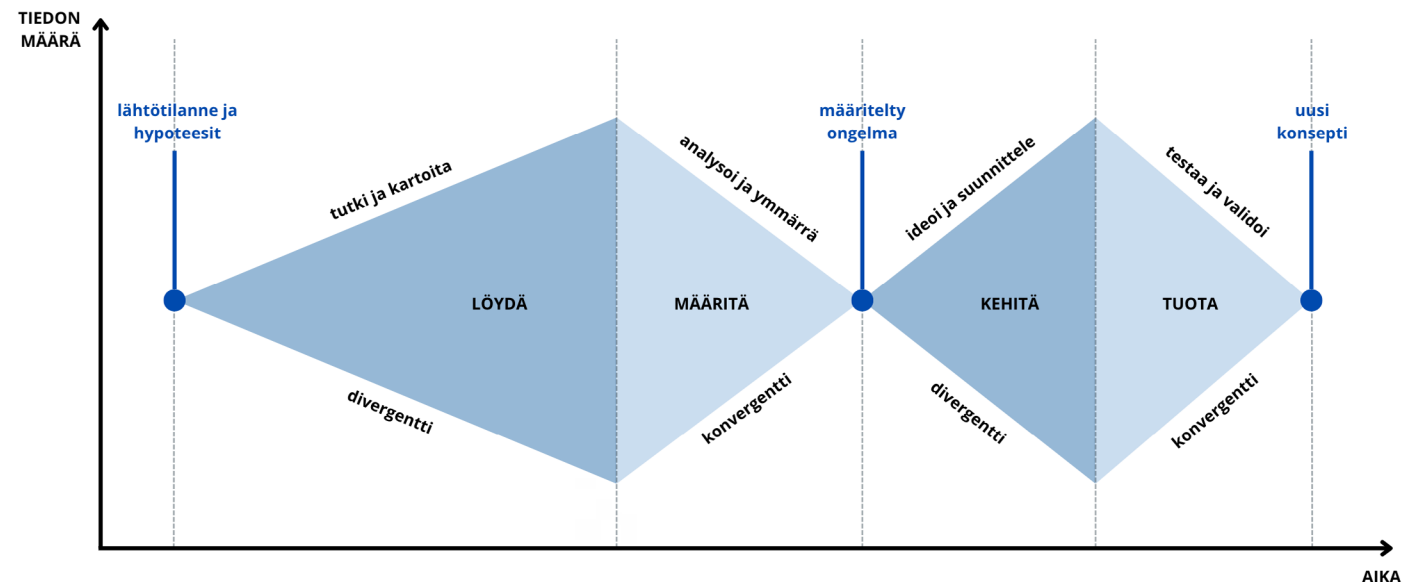
Määritä-vaihe on konvergentti, eli siinä löydä-vaiheessa kerätty tieto analysoidaan ja tulkitaan ymmärrykseksi, jonka pohjalta määritellään ongelma tai mahdollisuus, johon pyritään projektissa vaikuttamaan (Design Council i.a.; Ball 2019; Koivisto ym. 2019, 45–46). Tavoitteena on kiteyttää saatu ymmärrys suunnitteluohjureiksi, jotka antavat suuntaviivat seuraaville prosessin vaiheille (Koivisto ym. 2019, 45–46).

3. Ideoi ja suunnittele / kehitä

Kehitä-vaihe on divergentti, eli pyritään tuottamaan useita vaihtoehtoisia ratkaisuja tunnistettuun ongelmaan tai mahdollisuuteen (Design Council i.a.; Koivisto ym. 2019, 46). Ideointivaiheessa pyritään tuottamaan määrällisesti paljon vaihtoehtoisia ratkaisuehdotuksia ilman kritiikkiä, mikä mahdollistaa rohkeampien ja kiinnostavampien ideoiden löytymisen (Stickdorn ym. 2018, 158; Tuulaniemi 2013, 182). Keskeinen osa tätä vaihetta on prototyyppien rakentaminen ja ideoiden visualisointi (Koivisto ym. 2019, 46).

4. Testaa ja validoi / tuota

Tuota-vaihe on konvergentti eli edellisen kehitä-vaiheen ideoinnin tuotoksia tarkennetaan, yhdistellään ja arvioidaan (Tuulaniemi 2013, 182). Tavoitteena on tunnistaa toteuttamiskelpoisia ratkaisuja, jotka vastaavat asetettuihin tavoitteisiin, ja testata niitä käyttäjien kanssa (Koivisto ym. 2019, 46; Design Council i.a.). Testauksen perusteella ideoita voidaan hylätä tai kehittää edelleen, kunnes lopulta valitaan yksi konsepti, jonka pohjalta tehdään päätös, viedäänkö konsepti toteutettavaksi vai ei (Ball 2019; Koivisto ym. 2019, 46; Stickdorn ym. 2018, 91, 160).



Kuva 6. Tuplatimantti-mallin vaiheet (mukailtu Design Council i.a.).

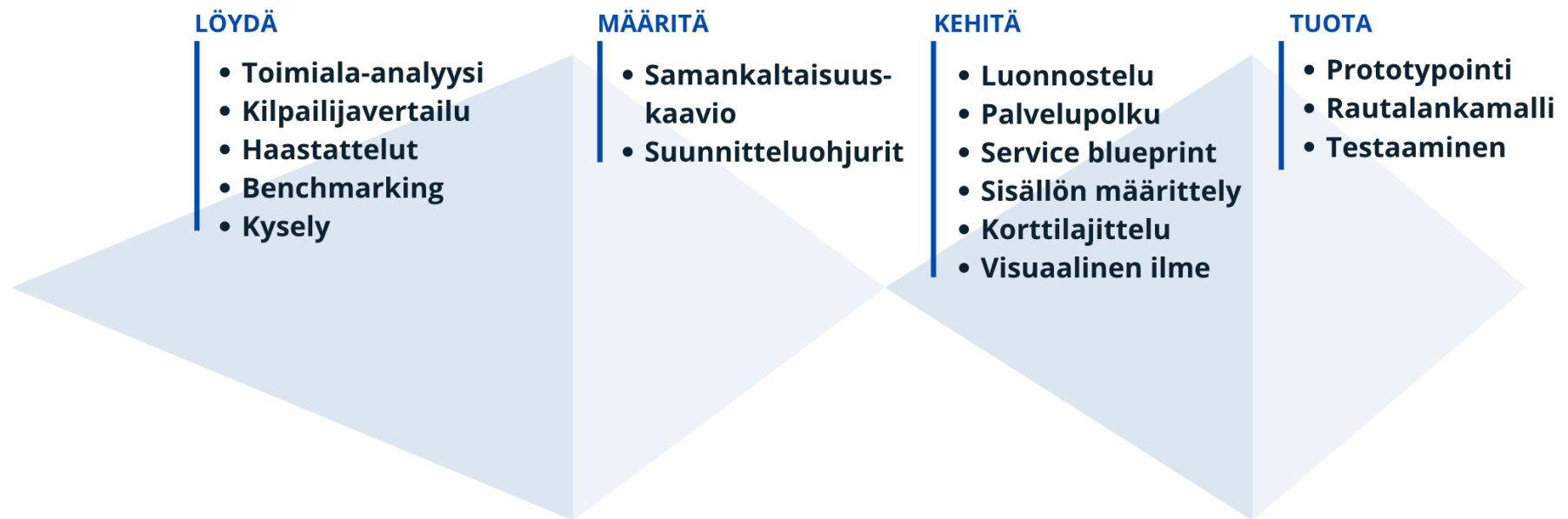
3.4 Taustatutkimuksen menetelmät

Muotoilu on käyttäjäkeskeistä, joten myös valitut menetelmät tukevat helppokäyttöisyyden, tehokkuuden ja käyttäytyvyyden tuomista tuotteisiin ja palveluihin. Käyttäjäkeskeiset menetelmät kiinnittävät huomiota käytettävyyteen ja käyttäjäkokemukseen eli asioihin, joihin halutaan panostaa suunnittelussa. Menetelmien avulla selvitetään sekä palveluntuottajan liiketoi-

minnalliset tavoitteet että se, millaisia palvelun käyttäjät ovat. (Sinkkonen 2009, 27.)

Palvelumuotoilun menetelmistä osa saattaa olla tuttuja muillekin kuin muotoilijoille, koska menetelmiä on omaksuttu muotoilun alojen lisäksi muilta aloilta, esimerkiksi kauppatieteistä tai tietojenkäsittelytieteistä

(Koivisto ym. 2019, 42). Projektiin valitaan aina yksilöllisesti juuri kyseiseen haasteeseen sopivat menetelmät sen mukaan, mitkä tukevat valittua suunnitteluhaastetta ja tutkimuskysymyksiä (Moule 2012, 36; Tuulaniemi 2013, 142). Kuvassa 7 näkyy, miten tässä opinnäytetyössä on valittu menetelmät sopimaan prosessin vaiheisiin.



Kuva 7. Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät vaiheittain (Vepsä 2025).

Toimiala-analyysi

Palvelua suunniteltaessa on tärkeää ymmärtää kokonaisuus, mihin palvelu liitetään, jotta markkinoilla voidaan menestyä. Tuulaniemen mukaan palveluita tuotetaan ja kulutetaan muiden palveluiden kanssa, jolloin pitää ymmärtää, miten palvelun eri osat ovat yhteydessä muihin palveluihin ja miten palvelut tukevat toisiaan. (Tuulaniemi 2013, 67, 138.) Moulen (2012, 7) mukaan onnistunut lopputuote edellyttää käyttäjien tarpeiden, liiketoiminnan tavoitteiden ja teknologisten mahdollisuuksien ymmärtämistä. Siksi muotoilijan ei tulisi keskittyä vain omaan suunnittelutehtäväänsä, vaan hahmottaa myös laajempi liiketoimintaympäristö (Moule 2012, 7, 18).

Stickdornin ym. (2018, 118) mukaan muotoilijan tulisi tehdä alkukartoitus (preparatory research) ennen kuin alkaa suorittamaan oikeaa taustatutkimusta. Tämä tarkoittaa tutustumista syvemmin toimialaan, sen organisaatioihin sekä samanlaisiin tuotteisiin ja palveluihin. Alkukartoituksessa ei etsitä vastauksia, vaan selvitetään, mitkä ovat oikeita kysymyksiä varsinaisessa taustatutkimuksessa. (Stickdorn ym. 2018, 118.)

Kilpailijavertailu

Kilpailijavertailussa ei ole tarkoitus kerätä ideoita kopioitavaksi, vaan selvittää, mitä kilpailijan asiakkaat pitävät palvelussa hyödyllisenä ja missä kohdissa palveluissa olisi kehitettävää. Huomiota olisi hyvä kiinnittää tällaisiin kysymyksiin: Mitä muut ovat tehneet hyvin? Missä asioissa kilpailija on epäonnistunut? Mitä ominaisuuksia kilpailijoilta puuttuu, jossa me voisimme palvella? Minkälaista terminologiaa kilpailijat käyttävät? Millaisen oman verkkopalvelun tulee olla menestyäkseen? (Sinkkonen ym. 2009, 56–57.)

Kilpailijavertailu on yksi tapa tehdä benchmarkausta. Se perustuu markkinaan ja siellä toimivien kilpailevien toimijoiden hahmottamiseen, jotta voidaan oppia toisilta ja kehittää näin omaa toimintaa. Kilpailijavertailun avulla voidaan vertailla muun muassa alan toimijoiden strategisia valintoja, tuotteita, palveluita ja toimintatapoja tavoitteena niistä oppiminen. Benchmarkausta tehdään, jotta vältytään muiden tekemiltä virheiltä, hyödynnetään jo olemassa olevia onnistumisia, voidaan löytää oma sinisen meren strategia eli oma markkinarako, helpotetaan strategisten valintojen tekemistä ja ymmärretään toimialan toimintalogiikka. (Tuulaniemi 2013, 138–139.)

Haastattelut

Hyysalon (2009, 140–141) mukaan asiantuntevasti tehdyn haastattelun etu on sen joustavuus eli sitä on helppo varioida erilaisiin tilanteisiin ja se on edullinen ja nopea toteuttaa. Haastattelun vahvuus on yleiskuvan muodostamisessa (Hyysalo 2009, 140–141). Haastatteluiden avulla hankitaan tietoa käyttäjistä, heidän toimintatavoistaan sekä mielipiteistään (Sinkkonen ym. 2009, 83). Tuulaniemi (2013, 147) painottaa, että haastatteluja on aiheellista tehdä niin palvelun loppukäyttäjälle kuin palveluhenkilöstöllekin. Haastatteluiden ensisijaisena tavoitteena on selvittää käyttäjien tiedot ja mahdollisesti myös tiedostamattomat toiveet ja tarpeet (Sinkkonen ym. 2009, 83). Haastattelut mahdollistavat myös yleisten asenteiden, motiivien sekä toimintatapojen hahmottamisen (Moule 2012, 56). Haastatteluiden tuloksena saa todennäköisimmin tietoa käyttäjien haluista, arvomaailmasta, tavoitteista, termeistä sekä heidän kokemistaan haasteista ja ongelmakohtista. Kuitenkin on hyvä pitää mielessä, että tuloksia saattavat vääristää haastateltavien valinta ja kysymysten muotoilu. (Hyysalo 2009, 140–141.)

Kysely

Vapaassa haastattelussa ja teemahaastattelussa haastattelija voi olla miettinyt etukäteen keskeiset aihealueet, mutta tärkeintä on osata esittää jatkokysymyksiä tilanteen mukaan. Haastattelu mukautuu siihen, mitä haastateltava tuo esiin, ja aiheita voidaan tarkentaa tarpeen mukaan. (Sinkkonen ym. 2009, 85.) Teemahaastattelu on sopiva tilanteeseen, jossa haastattelija tietää jo jotain tutkittavasta aiheesta, mutta haluaa selvittää, mitkä asiat ovat käyttäjän mielestä joko merkittäviä ongelmakohtia tai hyödyllisiä ominaisuuksia. Teemahaastattelussa haastattelija on valmistellut haastattelutilanteeseen kysymysrunгон, mutta sitä käydään läpi haastateltavan vastauksiin mukautuen ja tarvittaessa lisäkysymyksiä tehden. Kysymykset on aseteltu avoimiksi, jotta uusia ja yllättäviä asioita on mahdollista tulla ilmi ja niihin on mahdollista syventyä. (Hyysalo 2009, 132.)

Tavoitteena on suunnitella kokonaisuus, joka on sekä käyttäjälle haluttava ja käytettävä että palveluntuottajan näkökulmasta tehokas ja tunnistettava (Miettinen 2011, 31). Moule (2012, 18) korostaa käyttäjäkokemuksen näkökulmasta, että palvelun suunnittelussa on tärkeää ymmärtää koko palveluntuottajan toimintaympäristö ja liiketoiminta, jotta

voidaan tukea sen tavoitteita ja löytää alueita, joille voidaan mahdollisesti tuottaa lisäarvoa. Palveluntuottajan liiketoiminnan ymmärtäminen jo suunnittelun alussa auttaa arvioimaan, voidaanko asiakkaan toivoma ratkaisu todella toteuttaa ja onko sen toteuttaminen ylipäättään järkevää strategisesti (Moule 2012, 19).

Vertailuanalyysi

Tutustumalla siihen, miten muut ovat ratkaisseet samankaltaisia suunnitteluhaasteita, voi löytää arvokkaita ideoita oman suunnittelun tueksi. Kun ottaa oppia sekä onnistuneista että epäonnistuneista esimerkeistä, se voi ohjata omaa ajattelua oikeaan suuntaan. (Moule 2012, 123.) Hyvin toimiva palvelu sulautuu käyttäjän toimintaan, käyttötottumuksiin ja odotuksiimme niin luontevasti, ettei sitä edes huomaa (Hyysalo 2009, 27). Paras käyttökokemus syntyy, kun käyttäjä voi keskittyä täysin omiin tehtäviinsä (Sinkkonen ym. 2009, 23).

Kyselyt ovat yleinen tapa kerätä määrällistä tietoa käyttäjiltä, työntekijöiltä tai muilta palvelun sidosryhmiltä. Niissä esitetään lista erilaisia kysymyksiä, joihin vastaajat voivat vastata esimerkiksi numeroasteikolla, valitsemalla annetuista vaihtoehdoista tai kirjoittamalla avoimen vastauksen. (Innanen 2021.) Kyselyt sopivat hyvin palvelun jälkiseurantaan sekä pohjustamaan ja täydentämään laadullisia menetelmiä, kuten haastattelua (Sinkkonen ym. 2009, 71). Onnistunut kysely vahvistaa asiakasymmärrystä ja tukee päätöksentekoa (Innanen 2021). Kyselyitä voidaan myös hyödyntää yleisen tiedon, kuten käyttäjien asenteiden ja käsitysten, kartoittamiseen (Garrett 2003, 51). Kun suunnitellaan täysin uutta palvelua, kyselyllä voidaan selvittää, mitä toiveita käyttäjillä on uudelle palvelulle ja miten käyttäjät toimivat nyt ilman tätä palvelua (Sinkkonen ym. 2009, 108).

Kyselyt ovat tehokkaimmillaan silloin, kun niiden taustalla on selkeästi määritelty tavoite siitä, mitä tietoa halutaan kerätä. Tavoitteiden huolellinen määrittely auttaa muotoilemaan kysymykset tarkasti ja kohdennetusti, jolloin kerätty tieto vastaa paremmin palvelun kehittämisen tarpeisiin. (Garrett 2003, 51.) Kyselyä suunniteltaessa onkin tärkeää pohtia,

Samankaltaisuuskaavio

miksi tietoa kerätään ja miten sitä tullaan hyödyntämään palvelun kehittämisessä (Innanen 2021).

Kyselytutkimuksen haasteita ovat erityisesti kysymysten oikeanlainen muotoilu ja riittävän vastaajamäärän saavuttaminen. Muuten tulokset voivat jäädä yksipuolisiksi ja epäluotettaviksi. (Sinkkonen ym. 2009, 109.) Lisäksi vastausvinouma voi vääristää tuloksia, kun ihmiset eivät aina vastaa aidosti omien mielipiteidensä mukaisesti, vaan tavalla, jolla he uskovat, että heidän pitäisi vastata (Sinkkonen ym. 2009, 110). Kysely ei myöskään saavuta yhtä syvällistä ymmärrystä asiakkaiden tarpeista kuin laadullinen tutkimus. Avoimet vastaukset voivat jäädä pinnallisiksi ja jättää olennaisia asioita kertomatta, jolloin asiakasymmärrys jää vajaaksi. (Innanen 2021.)

Samankaltaisuuskaavio tai samankaltaisuusanalyysi (affinity diagram, affinity mapping) auttaa tutkimuksessa saadun tiedon jäsentämisessä ja kokonaiskuvan hahmottamisessa. Se on yleisesti käytetty menetelmä erityisesti laadullisen aineiston analysoinnissa (Sinkkonen ym. 2009, 118). Jotta eri muodoissa olevia taustatutkimuksen tuloksia, kuten tallenteita, muistipanonoja, kuvia, äänitteitä ja luonnoksia, voidaan hyödyntää suunnittelutyössä, ne pitää järjestellä, yhdistellä ja tiivistää konkreettisempaan vertailtavaan muotoon. Tutkimustuloksista kirjataan avainsanoja, lainauksia, tulkintoja, oivalluksia ynnä muita esiin tulleita huomioita ylös yksittäisille lapuille (Sinkkonen ym. 2009, 116, 118). Tämän jälkeen aineistosta pyritään tunnistamaan samankaltaisuuksia ja löytyneet aiheet ryhmitellään yhteisten teemojen alle (Sinkkonen ym. 2009, 118; Tuulaniemi 2012, 154). Muodostuneet ryhmät otsikoidaan ja järjestellään edelleen suurempiin teemoihin (Tuulaniemi 2012, 154). Samankaltaisuuskaavion avulla voidaan nähdä kerralla kaikki käyttäjille merkitykselliset aiheet, joihin

voidaan kiinnittää huomiota suunnittelussa (Tuulaniemi 2013, 154). Moulen (2012, 87–89) mukaan samankaltaisuuskaavion laatiminen auttaa jäsentämään tietoa uudella tavalla, kuten tarkentamaan tai poistamaan turhaa hälyä, havaitsemaan toistuvia kaavoja ja tunnistamaan mahdollisuuksia.

Suunnitteluohjurit

Suunnitteluohjurit (design drivers) ovat kiteytyksiä, jotka ohjaavat suunnittelua. Ne muodostetaan taustatutkimuksen löydösten perusteella. Suunnitteluohjureiden avulla suunnittelijat laittavat keskiöön käyttäjät sekä heidän tarpeensa, tavoitteensa ja motivaationsa. (Tuulaniemi 2012, 156–157.)

3.5 Suunnitteluprosessin menetelmät

Luonnostelu

Luonnostelu on yksi ideoinnin divergentti vaihe, jossa on kyse enemmän ideoiden testaamisesta kuin niiden viimeistelystä. Tässä vaiheessa ilmoille heitetään mahdollisimman paljon ideoita, kokeillaan vaihtoehtoja ja hahmotellaan niiden toimimista kynän ja paperin avulla. Luonnostelu on tapa ratkoa ongelmia ja kommunikoida omia ajatuksia visuaalisesti. Se auttaa huomaamaan aukkoja, jotka saattavat estää suunnitelman toimimisen käytännössä. (Moule 2012, 117, 119.) Luonnostelu on myös nopeaa, edullista ja joustavaa, mikä tekee siitä hyvän tavan kokeilla erilaisia ideoita (Stickdorn ym. 2018, 240). Luonnostelua tehdään ennen prototypointia ja testausta, koska sen avulla voidaan pienellä vaivalla varmistaa, että suunta on oikea. Luonnostelun jälkeen voidaan edetä muuttaman lupaavimman idean kanssa prototypoimaan niitä. (Moule 2012, 117, 121, 158; Stickdorn ym. 2018, 240.)

Palvelupolku

Palvelupolku (journey map) on vaiheittainen kuvaus palvelukokonaisuudesta, huomioiden erityisesti käyttäjän kokemuksen ja toimimisen palvelun aikana. Palvelupolun hyöty on jakaa suunnitteluhaaste pieniin osahaasteisiin, jotta niihin on helppo päästä käsiksi ja analysoida. Nämä osat ovat nimeltään palvelutuokioita, jotka taas sisältävät kontaktipisteitä, joiden avulla käyttäjä on kontaktissa palveluun eri aisteillaan. Kontaktipisteitä ovat esimerkiksi ihmiset, tilat, esineet ja toimintatavat. (Tuulaniemi 2013, 78–80.) Palvelupolun kuvaaminen auttaa palvelun tuotantotavan, rakenteen ja päävaiheiden konkretisoimista jo ennen kuin palvelu on vielä olemassa (Miettinen 2009, 107).

Palvelupolku tekee näkymättömästä kokemuksesta näkyvää. Se havainnollistaa yhden tyyppillisen tai kiinnostavan palvelutilanteen, jonka käyttäjä kokee palvelun, fyysisen tai digitaalisen tuotteen tai brändin kanssa. Palvelupolku auttaa tunnistamaan käyttäjäkokemuksen aukkoja sekä tutkimaan mahdollisia ratkaisuja parantaa palvelua. (Stickdorn ym. 2018, 44, 46.)

Service blueprint

Service blueprint eli palvelumalli tai palvelupohjapiirros on laajempi kuvaus palvelupolusta (Stickdorn ym. 2018, 54; Tuulaniemi 2013, 212). Blueprint-kaaviossa käyttäjän kulkema reitti lisätään palveluntuottajan ja muiden palvelun osatekijöiden kanssa samaan kaavioon. Keskeinen blueprint-kaavion tarkoitus on visualisoida kronologisessa järjestyksessä palvelun tuottaminen, siihen vaadittavat resurssit ja käyttäjän kytkeytyminen tähän tuotantomallin. (Tuulaniemi 2013, 212.) Gibbons (2017) tiivistää blueprintin olevan työkalu, jonka avulla hahmotetaan palvelun eri osien, kuten ihmisten, fyysisten tai digitaalisten elementtien, keskinäiset suhteet kuljetun polun eri vaiheissa.

Blueprint-kaaviossa on esillä niin sanottu ”näkyvyyslinja”, joka jakaa nämä prosessin toiminnot näkyvään ja näkymättömään riippuen siitä, kohtaako käyttäjä palveluntuottajan vai ei (Miettinen 2011, 133; Tuulaniemi 2013, 213). Kaaviossa on eroteltu allekkain palvelun käyttäjälle näkyvät osat (frontsta-

ge), taustalla tapahtuvat toiminnot (backstage) sekä palveluntuottajan kumppaneiden tukiprosessit (support processes). Näkyvät osat ovat niitä toimintoja, joiden kanssa käyttäjä on suorassa vuorovaikutuksessa. Taustatoiminnot ovat palveluntuottajan tekemiä toimia, jotka ovat näkymättömiä käyttäjille. Tukiprosessit ovat usein palveluntuottajan ulkoisten kumppaneiden suorittamia tehtäviä, jotka ovat myös palvelun toiminnan kannalta oleellisia, mutta myös ne tapahtuvat piilossa käyttäjiltä. (Stickdorn ym. 2018, 54; Tuulaniemi 2013, 212–213.)

Blueprint-kaavio eroaa muista prosessikaavioista siten, että se esittää palveluketjun eri toiminnot myös käyttäjän näkökulmasta eikä suunnittelua aloiteta palveluntuottajan vaan käyttäjän näkökulmasta. Käyttäjänäkökulma voi tuoda esiin arvonluontimahdollisuuksia ja tuottajanäkökulma taas haasteita, joita palvelun toteuttamiseen liittyy. (Tuulaniemi 2013, 212–213.) Kaavio havainnollistaa, miten käyttäjän ja palveluntarjoajan toimet vaikuttavat toisiinsa, ja näyttää, millaisia seurauksia niillä on toistensa toimintaan (Stickdorn ym. 2018, 54).

Käyttötarkoitus ratkaisee, miten laaja kuvuksesta tehdään. Usein liian yksityiskohtainen kuvaus hävittää alleen kokonaiskuvan ja punainen lanka katoaa. Liian suppea kuvaus taas jää liian yleiselle tasolle, jolloin ratkaisun kannalta oleelliset kohdat jäävät huomaamatta. Kuitenkin sopivanlaajuinen blueprint-kaavio auttaa kehittämään pitkiäkin palveluketjuja. (Tuulaniemi 2013, 213.)

Sisällön määrittely

Yksi menetelmä palveluun tarvittavaa sisältöä hahmottamaan on taulukko, johon listataan erilaisia tilanteita, joita käyttäjät saattaisivat sivustolta etsiä. Taulukon ensimmäiseen sarakkeeseen kirjoitetaan käyttäjäryhmä. Toiseen listataan erilaisia tiedontarpeita: mitä kyseiset käyttäjät tarvitsevat, kysyvät tai tavoittelevat. Kolmannen sarakkeeseen listataan kysymyksiä ja tarpeita vastaavat tarvittavat tietoelementit. Neljänteen sarakkeeseen kirjataan tieto mistä tai keneltä tieto voidaan saada. Viidentenä tietona taulukkoon tulee arvio tiedon päivittämistiheydestä. Lisäksi taulukkoon voi lisätä tarpeellisia muitakin tarkennuksia. (Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 67.)

Päätös sisällöstä tehdään samankaltaisuuskaavion ja käyttäjätarinoiden pohjalta (Sinkkonen ym. 2009, 190). Käytännössä taulukon tavoite on vastata informaation osalta kysymyksiin kuka/kenelle, mitä, mistä ja milloin. Taulukkoa voi hyödyntää suunnittelun seuraavissakin vaiheissa. (Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 67.)

Korttilajittelu

Korttilajittelu (card sorting) on yhteiskehittämistä, jossa käyttäjät otetaan mukaan uuden palvelun informaatioarkkitehtuurin suunnitteluun (Moule 2012, 170; Sinkkonen ym. 2009, 191). Menetelmää voidaan hyödyntää, kun on ensin määritelty, mitä sisältöä sivustoon tarvitaan (Sinkkonen ym. 2009, 190).

Korttilajittelu on tehokas menetelmä, jonka avulla selvitetään, miten käyttäjät hahmottavat ja ryhmittelevät informaatiota heille mahdollisimman luonnollisella tavalla. Menetelmässä annetaan käyttäjille pino kortteja, joihin on kirjoitettu alustava otsikko sekä otsikkoa tukeva selite, ja pyydetään heitä kategorisoimaan kortit heidän mielestään loogisiksi ryhmiksi. (Garrett 2003, 53; Moule 2012, 170; Sinkkonen ym. 2009, 191.) Lopuksi käyttäjiä pyydetään nimeämään lopulliset kategoriat (Moule 2012, 170; Sinkkonen ym. 2009, 191). Hyvä määrä valmiita lajiteltavia kortteja on Sinkkonen, Nuutilan ja Törmän (2009, 192) mukaan 30–80 korttia.

Käyttäjien ajattelumaailman ja käyttäytymisen tulisi ohjata informaation rakenteen suunnittelua, jotta lopullinen informaatioark-

kitehtuuri on mahdollisimman onnistunut, intuitiivinen ja helppo käyttää (Moule 2012, 170). Korttilajittelu voi antaa myös tietoa käyttäjille tutuista tai epäselvistä termeistä (Sinkkonen ym. 2009, 191).

Korttilajittelu voi olla sekä suljettu, jossa kategoriat on jo ennalta määritelty, että avoin, jossa käyttäjä saa itse lajitella kortit niin moneen kategoriaan kuin haluaa ja poistaa ja lisätä kortteja mielensä mukaan perusteluiden kanssa. Avoin korttilajittelu sopii parhaiten kokonaan uuden palvelun informaatioarkkitehtuurin suunnitteluun. (Sinkkonen ym. 2009, 191.)

Korttilajittelu ei aina toimi, mutta parhaassa tapauksessa tuloksena saadaan informaatioarkkitehtuurille alustava rakenne, jota voi käyttää apuna lopullisen prototyypin suunnittelussa (Moule 2012, 170; Sinkkonen ym. 2009, 191). Korttilajittelu toimii parhaiten silloin, kun kohdealue on käyttäjille ennestään tuttu ja selkeä (Sinkkonen ym. 2009, 191).

Rautalankamalli

Rautalankamalli on toiminnallinen prototyyppi verkkopalvelusta, joka tehdään, kun sivustolle on jo määritelty informaatioarkkitehtuuri eli palvelun yleinen rakenne. Mallin avulla suunnitellaan sivujen sisäiset rakenteet, sisältöjen hierarkiat, toiminnallisuudet kuten valikot, linkit ja painikkeet sekä se, miten palvelu antaa palautetta käyttäjän tekemiin toimiin. (Sinkkonen ym. 2009, 203.) Rautalankamalli on väritön kuvaus, joka keskittyy vain auttamaan hahmottamaan, miten eri toiminnot voidaan sijoittaa sivuille ja miten käyttäjän kulku sivujen välillä etenee (Moule 2012, 164–165). Malli voi olla hyvin yksinkertainen lista, jossa kerrotaan tärkeysjärjestyksessä, mitä sivu sisältää, tai vielä yleisemmin se voi olla näköismalli, jossa on eriteltynä, miten kaikki elementit, tekstit ja kuvat on määritelty omille paikoilleen (Sinkkonen ym. 2009, 213). Rautalankamallit voivat siis sisältää eri määriä yksityiskohtia, mutta jokaisen tarkoitus on koota yhteen rakenteelliset ratkaisut yhdeksi dokumentiksi, joka toimii lähtökohtana sivuston visuaalisen ilmeen suunnittelulle ja lopulliselle toteutukselle (Garrett 2003, 136).

Visuaalinen ilme

Erästä käyttöliittymätutkimuksesta selviää, että laitteiden käyttöliittymien helppokäyttöisyyteen vaikuttaa vahvasti koettu esteettisyys. Miellyttävän näköiset käyttöliittymät koetaan yleisesti helppokäyttöisemmiksi kuin estettisesti epämiellyttävät. (Koponen ym. 2016, 77.) Verkkopalvelun visuaalisen ulkonäön ensisijainen tehtävä on esittää informaatiota, saada käyttäjät huomaamaan heille oleelliset asiat sekä auttaa heitä jaksamaan viettää tarvittava aika sivustolla ja ymmärtämään sen sisältöjä. Tätä voidaan kutsua visuaaliseksi käytettävyydeksi. Toinen visuaalisen ilmeen tehtävä on luoda palvelulle yleisilme, joka toimii yhdessä palveluntuottajan brändi-ilmeen kanssa ja joka kuvastaa tätä brändiä myös halutun tunnelman ja persoonallisuuden avulla. (Sinkkonen ym. 2009, 242.) Yksi käytetyimpiä työkaluja brändi-ilmeen kommunikoinnissa on juuri visuaalisen ilmeen suunnittelu (Garrett 2003, 143).

Visuaalinen ilme määrittelee, miltä informaatioarkkitehtuuri ja informaatiomuotoilu tulevat käyttäjälle näyttämään. Visuaalisia ratkaisuja ei tulisi perustaa pelkästään kauneuteen, vaan pääasiana on strategia eli

että visuaaliset valinnat tukevat suunnittelun tavoitteita. Hyvin toteutettu visuaalinen ilme selkeyttää sivuston rakennetta ja helpottaa käyttäjän valintoja. (Garrett 2003, 142–143.) Huonosti suunniteltu visuaalinen ilme taas voi aiheuttaa käytettävyyso ongelmia, kuten vaikeuksia löytää olennaista sisältöä tai tunnistaa toiminnallisuuksia. Se voi myös ilmetä pieninä häiriöinä, kuten silmien rasittumisena, hitaana etenemisenä tai kiireessä tehtyinä virheinä. (Sinkkonen ym. 2009, 243.) Visuaalisen ilmeen ei tarvitse täysin sopia yhteen rautalankamallin kanssa. Tärkeintä on, että se noudattaa mallissa määriteltyä elementtien tärkeysjärjestystä ja ryhmittelyä. (Garrett 2003, 157.)

Testaaminen

Palvelun elementtien testaaminen on hyödyllisintä tehdä käyttäjien kanssa mahdollisimman aikaisin prototypoinnin yhteydessä, jotta voidaan selvittää ideoiden toimivuutta (Miettinen 2011, 138; Tuulaniemi 2013, 116). Testaamisen tarkoituksena ei ole testata käyttäjiä, vaan prototyyppien ratkaisuja (Garrett 2003, 52). Prototyypin testaamisessa huomioidaan, toimiiko se niin kuin on oletettu, tarvitaanko muutoksia tai kannattaako tehdä lisäyksiä (Hyysalo 2009, 181).

Käytettävyydestin (user test) eli käyttäjän kanssa tehdyn testin avulla arvioidaan, kuinka helppokäyttöinen tuote tai palvelu on, kun annetaan käyttäjien suorittaa muutamia tyypillisiä tehtäviä. Testaamisen etuna on, että tuotteen tai palvelun ei tarvitse olla valmis palautteen saamiseksi. Prototyypin ja testauksen avulla voidaan jo saada käsitys, toimiiko ratkaisu, ennen kuin mahdolliset ongelmat ilmenevät valmiin koodatun palvelun kanssa. (Moule 2012, 63, 160.) Käyttäjättestaus on myös hyvä tapa saada tietoa palvelun käytettävyydestä ja ihmisten käyttäytymisestä palvelutilanteessa (Niemi)

i.a.). Se auttaa huomaamaan potentiaalisia ongelmakohtia ja käytettävyyssvirheitä eli käyttöliittymän ominaisuuksia, jotka käyttäjä tulkitsee ja joiden kohdalla hän toimii eri tavalla kuin suunnittelija on tarkoittanut. Testaaminen on olennainen osa iteroivaa tuotekehitystä, sillä siihen palataan aina korjausten jälkeen uudelleen, kunnes käyttäjät selviävät testattavan mallin kanssa. (Sinkkonen ym. 2009, 285, 287, 302.) Nielsenin (2000) mukaan on järkevintä tehdä mahdollisimman monta pientä testauskierrosta. Pieni testikierros tarvitsee vain alle viisi testaajaa auttamaan havaitsemaan tarvittavat kehityskohdat. Nielsen (2000) toteaa, että jo ensimmäisen testaajan jälkeen on mahdollista löytää jopa 85 prosenttia käytettävyyssvirheistä ja seuraavan testauskierroksen ensimmäisen testaajan jälkeen suurimman osan jäljelle jääneistä virheistä. Usein vasta ensimmäisen kierroksen jälkeen päästään pureutumaan palvelun perusrakenteen käytettävyyteen, kuten informaatioarkkitehtuurin ja käyttötilanteiden arviointiin. Nämä jäävät usein piiloon alkuvaiheen tutkimuksissa, koska käyttäjät turhautuvat ensin pinnallisiin käytettävyyssongelmiin. (Nielsen 2000.)



4. TEOREETTINEN VIITEKEHYS

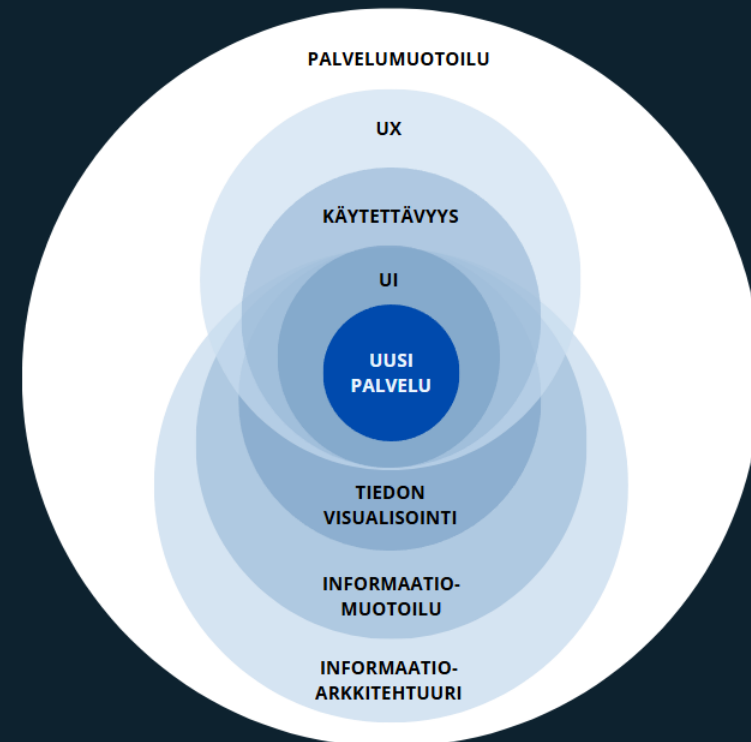
4. TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Viitekehyksessä (ks. kuva 8) jokainen pallo edustaa yhtä osaamisalaa, ja päällekkäisyydet osoittavat, missä ne jakavat yhteisiä ajattelumalleja tai menetelmiä. Suunnittelu etenee suurimmasta pallosta kohti keskustaa aina ottaen huomioon uuden osaamisalan näkökulman. Lopputuloksena keskelle muotoutuu ensi kertaa rakennuttaville suunnatun palvelun konsepti. **Palvelumuotoilu** on viitekehyksessä kaiken taustalla, koska se huomioi palvelun koko systeemin ja siihen linkittyvät sidosryhmät taustalla toimivasta yhdistyksestä ja rakennusalan toimijoista loppukäyttäjii asti (Tuulaniemi 2013, 97; Wilshire 2018).

Palvelun suunnittelu lähtee liikkeelle aidon tarpeen selvittämisestä (Miettinen 2011, 18). Koska palvelun keskiössä on ihminen, hyödynnetään **UX-suunnittelua** eli käyttäjäkokemuksen suunnittelua, joka keskittyy käyttäjän kokemaan tuntemukseen palvelusta (Sinkkonen ym. 2009, 23). Hyvän käyttökokemuksen suunnitteluun tarvitaan avuksi **käytettävyyttä** ja käyttöliittymäsuunnittelua eli **UI-suunnittelua**. UI-suunnittelu ottaa kantaa siihen, miltä verkkopalvelu tulee käyttäjälle näyttämään, kun taas käytettävyys keskittyy palvelun helppouteen ja käyttäjäystävällisyyteen (Tutkit.com 2024). UI ja käytettävyys liittyvät läheisesti toisiinsa, sillä käytettävyys tarkoittaa sitä, kuinka sujuvasti käyttäjä osaa toimia käyttöliittymän kanssa (Nielsen 2012).

Palvelun näkyvä osio käyttäjälle on käyttöliittymä, joka puolestaan heijastaa **informaatioarkkitehtuurin** ratkaisuja (Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 134). Informaatioarkkitehtuuri ja **informaatiomuotoilu** astuvat kuvaan, kun palveluun kerätään sisältöä ja selvitetään, mitä kaikkea käyttäjät tulevat palvelusta ensisijai-

sesti etsimään. Informaatioarkkitehtuuri keskittyy palvelun sivuston rakenteeseen (Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 20–21). Informaatiomuotoilu muotoilee tiedon käyttäjälle ymmärrettävään muotoon (Koponen ym. 2016, 19). Kun tieto on jäsenneilty, tarvitaan **tiedon visualisointia**, joka tukee käyttäjän tiedon hahmottamista. Tiedon visualisointiin kuuluvat erilaiset grafiikat ja kuviot, joiden avulla voidaan kommunikoida käyttäjän kanssa. (Cairo 2013, 18, 73.) Osaamisalat ja niiden menetelmät linkittyvät monin tavoin toisiinsa, mutta jokaisella niistä on sama tavoite auttaa suunnittelemaan mahdollisimman toimivaa palvelua.



Kuva 8. Viitekehys (Vepsä 2025)

4.1 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu (ks. kuva 9) on muotoilun osaamisala (sekä ajattelu- ja toimintatapa), jossa keskitytään erityisesti palveluiden kehittämiseen tavoitteena luoda eri rooleissa oleville käyttäjille hyödyllisiä, haluttavia ja käytettäviä palveluita. Palvelumuotoilu siis yhdistää sekä käyttäjien tarpeet että palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi. (Koivisto ym. 2019, 34; Miettinen 2011, 31; Tuulaniemi 2013, 25.)

Jotta tällainen kokonaisvaltainen palvelu saadaan suunniteltua, Tuulaniemen (2013) mukaan voidaan hyödyntää yhteiskehittämistä, jossa työskennellään yhteistyössä eri osaamisalojen kanssa, tavoitteena osallistaa kaikki palvelussa mukana olevat osapuolet mukaan suunnitteluun. (Tuulaniemi 2013, 25, 28, 58, 116.) Stickdorn ym. (2022, 22) ovat samoilla linjoilla ja toteavat, että palvelumuotoilun tavoitteena on purkaa silloja ja edistää ihmisten välistä yhteiskehittämistä. Miettisen (2011, 23) sanoin palvelumuotoilulle tunnusomaista on sekä yhteissuunnittelu että iteraatio. Iteraatio eli toistuva suunnittelu perustuu ratkaisujen suunnitteluun, niiden kokeilemiseen ja tulosten arvioimiseen jatkuvasti prosessin edetessä. Näiden hyöty on siinä, että saadaan nopeasti käsitys palvelun toimivista ratkaisuista ja siitä, mikä on mahdollista. (Miettinen 2011, 23.)

Palvelumuotoilun avulla pyritään myös ratkaisemaan yksi tai useampi käyttäjän ongelma muun muassa synnyttämällä hänelle lisäarvoa. Syntyvä arvo voi olla funktionaalista (esimerkiksi säästää aikaa tai laskea riskiä), emotionaalista (esimerkiksi palkitsee, lieventää stressiä tai viihdyttää) tai arvopohjaista (esimerkiksi mahdollistaa itsensä toteuttamista, luo yhteenkuu-

luvuuden tunnetta tai huomioi ekologisuuden). Palvelumuotoilun tavoitteena onkin löytää kohderyhmälle juuri heille sopivin mahdollinen yhdistelmä erilaisia arvoja sekä huomioida kehitettävän palvelun liiketoiminnallinen kannattavuus ja tekninen toteutettavuus. (Koivisto ym. 2019, 58–59.)



Kuva 9. Palvelumuotoilu (Vepsä 2025).

Stickdorn ym. (2018) tiivistävät, että palvelumuotoilu on ihmiskeskeinen, yhteistyöhön perustuva, poikkitieteellinen ja iteratiivinen lähestymistapa, joka käyttää erilaisia tutkimusmenetelmiä, prototypointia ja visualisointeja luodakseen tarpeeseen kokeuksia jokaiselle palvelussa mukana olevalle taholle. He myös esittelevät kuusi palvelumuotoilun pääperiaatetta (ks. kuva 10):

1. Ihmiskeskeisyys, mikä tarkoittaa jokaisen palvelun kanssa tekemisissä olevan kokemuksen huomioimista suunnittelussa.
2. Yhteistyö eli suunnitteluun tulee osallistaa sidosryhmiä eri taustoista.
3. Iteratiivisuus eli suunnitteluprosessi on tutkiva, mukautuva ja kokeileva. Siinä edetään vaiheittain ja ketterästi jatkuvien kokeilujen avulla kohti toimivaa lopputulosta.
4. Jatkuvuus eli palvelu visualisoidaan sarjana, jossa toiminnot ovat toisiinsa yhteydessä.
5. Todellisuus eli kaikki suunnittelun vaiheet on kytköksissä tosielämään. Selvitetään käyttäjien todelliset tarpeet, kokeillaan ideoita käytännössä ja tuodaan esille aineettomat arvot fyysisessä tai digitaalisessa todellisuudessa.
6. Kokonaisvaltaisuus eli palvelun tulee vastata kaikkien sidosryhmien tarpeisiin palveluprosessin alusta loppuun. (Stickdorn ym. 2018, 27.)

Jotta palvelumuotoilun näkökulma saadaan mukaan opinnäytetyöhön, tulisi suunnittelussa hyödyntää yllä mainittuja pääperiaatteita läpi prosessin, tutustua useaan eri käyttäjäryhmään ja osallistaa heitä suunnitteluun. Tutkijan on syytä itse myös hahmottaa hyvin toimialaa, johon palvelua ollaan liittämässä.



Kuva 10. Palvelumuotoilu (Vepsä 2025).

4.2 Käyttäjäkokemus / UX

Kuten Koivisto ym. (2019, 22–23) sanoittavat, palvelun tekninen toimivuus ja hyöty eivät enää yksinään riitä käyttäjille, vaan palveluiden kuluttamisen kokemus nousee yhä tärkeämpään rooliin. Käyttäjäkokemus eli UX (user experience) muodostuu kaikista vuorovaikutustilanteista, joita ihmisellä on tuotteen, palvelun tai organisaation kanssa (Moule 2012, 1). UX käsittää käyttäjän saaman koko kokemuksen palvelusta tai tuotteesta, kattaen havainnot ennen ja jälkeen varsinaisen käytön. Kokemus voi tarkoittaa esimerkiksi käyttäjän kokemaa vuorovaikutusta, tunteita, odotuksia ja havaintoja. UX-suunnittelun tavoitteena on varmistaa, että käyttäjä saa mahdollisimman positiivisen, tyydyttävän ja tehokkaan kokemuksen koko prosessin aikana, ja että tuote tai palvelu vastaa käyttäjän aitoja tarpeita ja odotuksia. (Tutkit.com 2024.)

UX-suunnittelijan tehtävänä on selvittää, mitä ihmiset aidosti tarvitsevat, jotta hän osaisi muotoilla palvelun, joka tekee käyttäjän elämästä edes asteen verran helpompaa. Apuna suunnittelussa kannattaa pohtia ihmisten käyttäytymistä: miten uusi palvelu tulee vaikuttamaan käyttäjiin ja miten haluaa palvelun muuttavan käyttäjän käyttäytymistä? On hyvä myös pitää mielessä, että jos muutos tulee olemaan iso verrattuna nykyiseen tapaan toimia, on vaikeampi saada käyttäjä motivoitumaan käyttämään uutta palvelua. (Moule 2012, 15, 25–28.)

Moulen (2012, 4) mielestä hyvä käyttäjäkokemus syntyy, kun tuote tai palvelu on hyödyllinen, helppokäyttöinen, nopeasti omaksuttava ja visuaalisesti miellyttävä. Lisäksi sen tulee jättää käyttäjälle myönteinen vaikutelma, jotta käyttäjä haluaa palata palvelun pariin uudelleen. (Moule 2012, 4.)



Kuva 11. Käyttäjäkokemus (Vepsä 2025).

4.3 Käytettävyys

Käytettävyys on osa käyttökokemusta ja se tapahtuu käytön aikana (Tutkit.com 2024). Hyysalo (2009, 56) muotoilee asian niin, että hyvä käytettävyys on hyvän käyttäjäkokemuksen edellytys. Tiivistettynä käytettävyys tarkoittaa sitä, kuinka helposti käyttäjä saa suoritettua tietyt tehtävät (Tutkit.com 2024).

Sekä Sinkkonen ym. (2009, 20) että Niemelä (i.a.) avaavat käytettävyyden termiä ISO 9241-11 -standardin mukaan. Sen mukaan käytettävyys tarkoittaa sitä, kuinka tarkoituksenmukainen, tehokas ja miellyttävä tuote on määritellyille käyttäjille käyttäessään määritellyssä käyttöympäristössä. (Niemelä i.a.; Sinkkonen ym. 2009, 20.) Eli palvelu on käytettävä, kun se sopii sekä ihmiselle että siihen tehtävään, tilanteeseen ja ympäristöön, mihin se on tarkoitettu (Sinkkonen ym. 2009, 21).

Krug (2006, 11) kiteyttää käytettävyyden periaatteista yhden ylitse muiden: "Älä pakota minua ajattelemaan!". Tällä Krug tarkoittaa sitä, että verkkosivusta pitää tehdä niin ilmiselvää kuin mahdollista, jotta käyttäjä ei joudu kuluttamaan energiaansa miettimään, mikä sivu on ja miten sitä käytetään. Sivuston pitää olla toimiva, ja tehtävä vaikutus käyttäjään nopealla silmäyksellä. Idea tässä periaatteessa on se, että sivua käytettäessä jokainen kysymysmerkki lisää kognitiivista kuormaa ja vie huomion pois oleellisesta eli tarpeesta suorittaa tietty tehtävä sivulla. Tämä taas voi vähentää luottamusta sivustoon ja saattaa lähettää käyttäjän kilpailijan luokse. (Krug 2006, 11, 15, 18–19.)

Käytettävyyttä huomioidaan suunnittelussa usein kahdella eri menetelmällä: käyttäjätestauksella ja heuristisella analyysillä

(Niemelä i.a.). Ensisijainen käytettävyyttä mittaava menetelmä on käyttäjätestaus. Yleisesti käytettävyydestin etuna on se, että sen avulla saadaan suoraa tietoa suunnitteluratkaisujen toimivuudesta käyttäjillä. Yksinkertaisimmillaan käytettävyydesti voi olla sitä, että käyttäjille annetaan suoritettavaksi erilaisia tehtäviä testattavalla laitteella ja havainnoidaan heidän suoriutumistaan. (Hyysalo 2009, 165, 179.) Koska käyttäjätestaus tarvitsee prototyypin, heuristiikat ovat keino pitää käytettävyyttä mielessä jo suunnittelun alkuvaiheessa. Heuristiikat ovat eräänlaisia tarkistuslistoja, joiden avulla voidaan huomioida käytettävyyttä suunnitteluprosessin aikana yleispätevästi.

Sekä Hyysalon (2009, 56, 170–171) että Niemelän (2020) mukaan käytettävyyden heuristiikoista yksi tunnetuimpia on Nielsenin (1994) kymmenen heuristisen ohjeen kokoelma:

1. Näytä järjestelmän tila.

Käyttäjälle tulee viestiä selkeästi ja ajoissa, mitä järjestelmä tekee, jotta hän pysyy tilanteen tasalla.

2. Sovita järjestelmä todelliseen maailmaan.

Käytä käyttäjälle tuttua kieltä ja esitä tieto heidän logiikkansa mukaisesti.

3. Anna hätäpoistumistie.

Lisää käyttäjän hallinnan ja vapauden tunnetta esittämällä selkeä poistumistie virheellisestä toiminnosta.

4. **Ole johdonmukainen ja hyödynnä yleisiä käytäntöjä.**
Käyttäjän ei pidä joutua arvuuttelemaan, tarkoittavatko eri sanat, tilanteet tai toiminnot samaa.
5. **Ehkäise virheitä.**
Anna käyttäjälle palautetta toiminnastaan, tarjoa vahvistusvaihtoehto ennen toimenpiteiden suorittamista, kerro missä käyttäjä liikkuu ja missä tilassa palvelu on.
6. **Älä laita käyttäjää muistamaan.**
Anna käyttäjän mieluummin tunnistaa tieto näyttämällä elementit, toiminnot ja valinnat sen sijaan, että hänen täytyisi muistaa tieto eri osioista.
7. **Luo oikopolkuja.**
Lisää joustavuutta ja tehokkuutta antamalla kokeneelle käyttäjälle pikanäppäimiä ja mahdollisuus räätälöidä usein toistuvia toimintoja.
8. **Keskity näyttämään vain oleellinen.**
Pyri minimalistiseen lopputulokseen poistamalla kaikki tarpeeton ja harvoin tarvittava tieto, jotta käyttäjä ei häiriinny.
9. **Auta käyttäjää tunnistamaan ja korjaamaan virheet.**
Suunnittele selkeät ja visuaalisesti näkyvät virheviestit, jotka osoittavat ongelman ja antavat ratkaisuehdotuksen.
10. **Anna riittävästi apua ja dokumentaatiota.**
Ideaali tilanne on, ettei ohjeita tarvita, mutta tarvittaessa anna käyttäjälle helposti löydettävää ja selkeän ytimekästä apua, joka auttaa suorittamaan tehtävät vaihe vaiheelta.

Nielsenin heuristiikat perustuvat hänen määritelmänsä käytettävyydestä, joka koostuu näistä viidestä osa-alueesta: opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheettömyys ja tyytyväisyys (Nielsen 2012).



Kuva 12. Käytettävyys (Vepsä 2025).

4.4 Käyttöliittymä / UI

Käyttöliittymä eli UI keskittyy visuaaliseen suunnitteluun sekä käyttäjän ja digitaalisen tuotteen väliseen vuorovaikutukseen. Tähän sisältyy kaikki, mitä käyttäjä näkee suoraan näytöllä eli esimerkiksi värit, kuvat, fontit, napit, kuvakkeet ja muut graafiset elementit. (Tutkit.com 2024.) Sinkkosen ym. (2009, 215) mukaan verkkopalvelun sivut koostuvat näiden lisäksi hakutoiminoista, otsikoista, navigointielementeistä, teksteistä, viivoista, kehyksistä ja jopa tyhjistä tilasta.

UI-suunnittelijan tavoitteena on tehdä sovelluksesta, nettisivusta ynnä muista digitaalisista tuotteista sekä visuaalisesti miellyttäviä, että helposti navigoitavia (Coursera 2024). Stevensin (2024) mukaan UI-suunnittelija muotoilee digitaalisen tuotteen ulkoasun, tuntuman ja vuorovaikutuksen. Tavoitteena on suunnitella, miltä käyttöliittymä näyttää ja miten se käyttäytyy, kun sen kanssa ollaan vuorovaikutuksessa. (UX Design Institute 2024.)

Käyttäjät tietävät verkkopalvelusta ainoastaan sen, mitä näkyy näyttöruudulla. Tästä syystä käyttöliittymän on hyvä antaa käyttäjille käsitys, mitä kaikkea sisältöä näyttöruudun taustalta tulee löytymään. Käyttöliittymän avulla käyttäjä siis pystyy hahmottamaan sivuston informaation ja sen, miten hän pääsee käsiksi mihinkin sisältöön. (Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 57, 110.)

Verkkopalvelun osalta käyttöliittymän suunnittelussa on hyvä ottaa Nielsenin heuristiikkojen lisäksi huomioon muutakin. Sinkkonen ym. (2009, 35–37) antaa käyttöliittymälle suunnitte-

luperiaatteet, jotka on hyvä ottaa huomioon juuri verkkopalvelun suunnittelussa. Sinkkosen (2009, 35–37) kahdentoista kohdan periaatteissa on paljon päällekkäisyyksiä Nielsenin (2012) heuristiikkoihin, mutta seuraavat periaatteiden kohdat antavat lisää tarkennuksia käyttöliittymän suunnitteluun.

- Palvelussa tulisi olla käyttäjille olennaista sisältöä.
- Visuaalisen ilmeen tulee auttaa käyttäjiä tulkitsemaan käyttöliittymää oikein ja tukea heitä havaitsemaan heille tärkeitä asiat.
- Visuaalisen ilmeen tulee tukea palvelun omistavan yrityksen tai yhteisön brändiä.
- Palvelun tulee tarvittaessa tukea kahta erilaista työskentelytapaa: hierarkkista eli yleisestä yksityiskohtaiseen etenevää ja prosessimaista eli vaiheittain etenevää. (Sinkkonen ym. 2009, 35–37.)



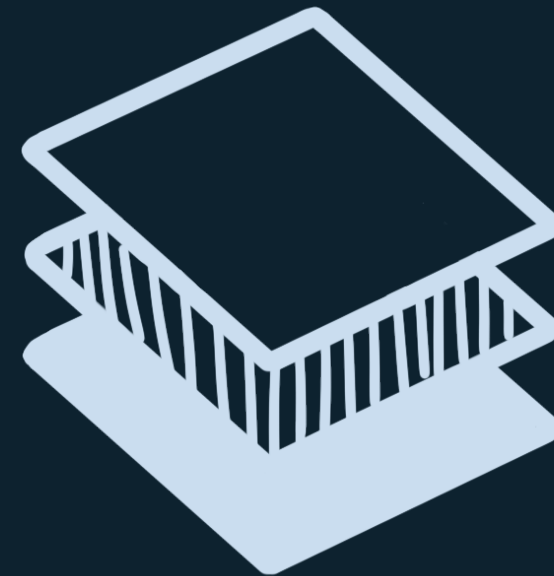
Kuva 13. Käyttöliittymä (Vepsä 2025).

4.5 Informaatioarkkitehtuuri

Informaatioarkkitehtuuri (IA) on tiedon rakenteiden määrittelyä, jotta tietoa on mahdollisimman helppo löytää ja hallita. Rakenteiden suunnitteluun kuuluu tiedon luokittelu, organisointi ja navigointi käyttäjien logiikan mukaisesti. (Garrett 2003, 94; Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 21; Moule 2012, 170; Sinkkonen ym. 2009, 183–184.) Informaatioarkkitehtuuri yksinkertaistaa monimutkaista tietoympäristöä ilman, että itse sisälön tieto muuttuu yksinkertaisemmaksi. Tarkoitus on jäsentää tietoympäristöä laittamalla asioita tärkeysjärjestykseen, nostamalla näkyville ja häivyttämällä näkyvistä. (Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 33, 53.)

Informaatioarkkitehtuurin suunnittelijan olisi hyvä tutustua tavoiteltujen käyttäjien tapaan katsoa maailmaa. Informaatiota tulisi pystyä jäsentämään vastaanottajan eli käyttäjän logiikan mukaisesti. Näin vältetään siltä, että käyttäjä ei pysty etene- mään näyttöruudulla tai ei löydä tietoa, vaikka tieto olisikin jossain verkkopalvelun sivulla. (Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 53, 54; Sinkkonen ym. 2009, 184–185.) Onnistunut informaatioarkkitehtuuri auttaa käyttäjää hahmottamaan ensi silmäyksellä, missä osassa palvelua hän kulloinkin on, mistä hän on sinne tullut, mihin palvelun osiin hän siitä pääsee ja mitä palvelulla on hänelle tarjottavaa kokonaisuutena (Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 58; Sinkkonen 2009, 184). Informaatioarkkitehtuuri on näkymätön käyttäjälle, mutta hyvin toimiessaan käyttäjä kokee liikkumisen verkkopalvelussa sujuvaksi, miellyttäväksi ja häiriöttömäksi (Kauhanen-Simanainen & Simanainen 2003, 27).

Käyttäjäkokemuksen kannalta ratkaisevaa ei ole ainoastaan palvelussa kuljettavien vaiheiden vähäisyys, vaan myös polun selkeys ja loogisuus; selkeä monivaiheinen prosessi on usein parempi kuin tiivis mutta epäselvä kokonaisuus. Verkkosivuston rakenteen tehtävä ei ole vain auttaa löytämään tietoa, vaan usein myös opastaa, informoida tai vakuuttaa käyttäjä. (Garrett 2003, 94, 96.) Hyvä informaatioarkkitehtuuri ei myöskään romahda lisäyksistä ja sitä on helppo ylläpitää ja päivittää (Sinkkonen ym. 2009, 184).



Kuva 14. Informaatioarkkitehtuuri (Vepsä 2025).

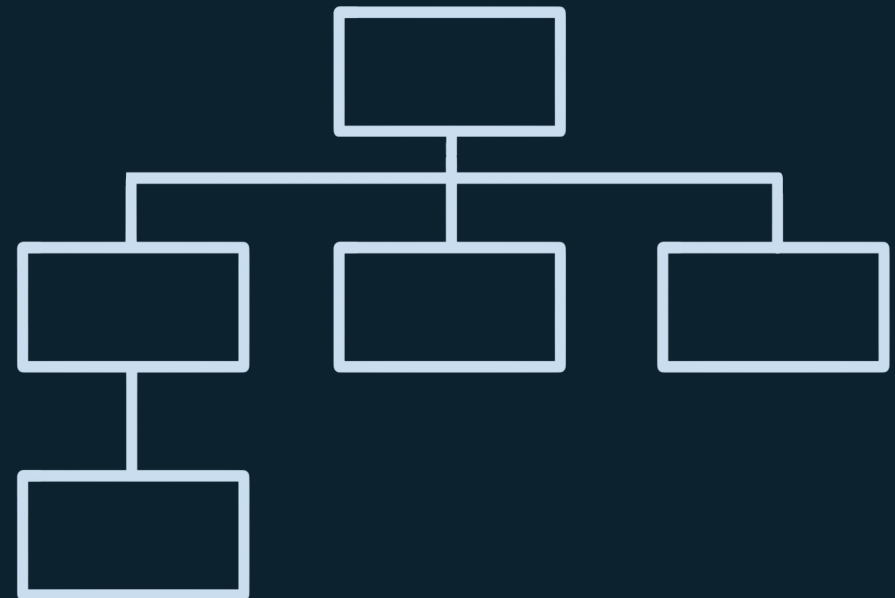
4.6 Informaatiomuotoilu

Informaatioarkkitehtuurissa ja informaatiomuotoilussa on paljon yhteistä, mutta ero tulee suunnittelun laajuudesta: arkkitehtuuri keskittyy koko sivuston jäsentämiseen, kun taas muotoilu keskittyy yksittäisten sivujen logiikan suunnitteluun. Informaatioarkkitehtuurissa huomioidaan ensin, että käyttäjä löytää oikean tiedon luokse. Tämän jälkeen informaatiomuotoilu huolehtii siitä, että tieto esitetään juuri käyttäjille ymmärrettävällä tavalla. Informaatiomuotoilussa järjestellään tiedon elementit niin, että ne tukevat käyttäjien ajattelutapaa ja tarpeita. (Garrett 2003, 131, 134–135.) Se tarkoittaa kiteytetysti tiedon esitystavan suunnittelemista mahdollisimman selkeään eli ymmärrettävään muotoon (Koponen ym. 2016, 19).

Sekä käyttöliittymä että navigointi sivustolla tarvitsevat tuekseen hyvää informaatiomuotoilua ollakseen tehokkaita. Informaatiomuotoilu toimii usein linkkinä, joka sitoo sivun komponentit yhteen. (Garrett 2003, 115, 131–132.) Informaatiomuotoilun prosessiin kuuluu esitettävän tiedon valitseminen, järjestäminen ja esittäminen niin, että valitun kohderyhmän tarpeet ja ominaisuudet huomioidaan (Koponen ym. 2016, 20). Informaatiomuotoilijan tehtävänä on järjestää sisällöt ja palvelun ympäristöt niin selkeiksi ja toimiviksi, että käyttäjien on helppo löytää ja ymmärtää etsimänsä tieto (Cairo 2013, 18).

Informaatiomuotoilussa huomioidaan myös, miten visuaaliset elementit, kuten ikonit tai grafiikat, voivat tukea tiedon ymmärtämistä: esimerkiksi, auttaako jokin kuvake hahmottamaan tiettyä

toimintoa, tai tarvitaanko väliin kaavio selkeyttämään sisältöä (Garrett 2003, 131). Nämä visuaaliset tiedon esitystavat suunnitellaan seuraavassa luvussa 4.7 Tiedon visualisointi.



Kuva 14. Informaatiomuotoilu (Vepsä 2025).

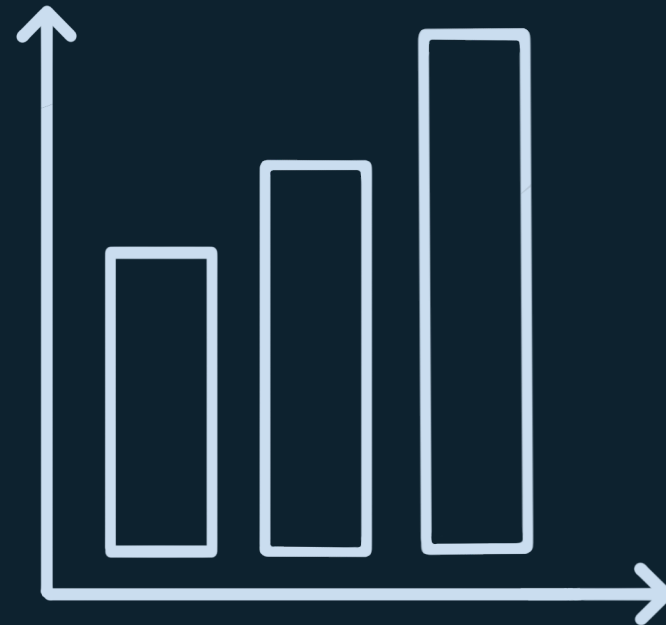
4.7 Tiedon visualisointi

Kun informaatio on muotoiltu selkeäksi käyttäjille, mietitään tiedon esitystavalle sopiva visualisointi eli kuvallistaminen. Tiedon visualisointi voi olla esimerkiksi taulukko, diagrammi, grafiikka, kuvitus, kaavio tai kartta. Tarvitsemme visualisointia, koska se on vahvempi kommunikaatioväline kuin kirjoitettu sana (Tuulaniemi 2013, 115). Visualisointi toimii kuvan ja tekstin yhdistelmänä, ja hyvin toteutettuna se tukee sekä nopeaa että hidasta ajattelua. Kuvalliset elementit auttavat aineiston rakenteen hahmottamista ja nopeuttavat kokonaiskuvan muodostamista monimutkaisesta ilmiöstä. (Koponen ym. 2016, 19.)

Tiedon visualisointi on väline, jolla suunnittelija viestii lukijan kanssa ja väline lukijalle analysoida, mitä heille esitetään. Hyvä visualisointi on kiinni sekä kommunikaation toimivuudesta että siitä, miten helppoa tietoa on analysoida. Parhaassa tapauksessa tieto voi muuttua käyttäjälle ymmärrykseksi aiheesta. (Cairo 2013, 17, 73.)

Tiedon visualisointi ei ole pelkästään taidetta, vaan pikemminkin käytännöllistä taidetta: sen tarkoitus on auttaa lukijoita suorittamaan tiettyjä tehtäviä, ei ilmaista tekijän omaa sisäistä maailmaa tai tunnetilaa. Tiedon visualisointi pyrkii objektiivisyyteen, tarkkuuteen, toimivuuteen sekä kauneuteen. Suunnittelijan tehtävänä on valita sopiva keskitie minimalistisen ja leikittelevän visuaalisen kuvituksen välillä sekä pohtia, mitä ylipäättään halutaan esittää: on yhtä tärkeää miettiä, mitä näytetään kuin mitä jätetään näyttämättä. Tärkeintä on kuitenkin muistaa, että tavoitteena on ennen kaikkea esittää tietoa ja antaa käyttäjien tutkia ja oivaltaa siitä itse. (Cairo 2013, 10, 23, 25, 73.)

Tiedon visualisointi alkaa tavoitteen määrittelystä: halutaanko esittää, vertailla, jäsentää vai tuoda esiin yhteyksiä? Tämän jälkeen on aika miettiä, mihin muotoon tieto ja mahdolliset numerot asetetaan. Useimmissa tapauksissa ei ole vain yhtä oikeaa tapaa visualisoida tietoa, mutta suunnittelijan tehtävänä on pohtia, mihin kysymyksiin käyttäjät todennäköisimmin haluavat infografiikasta vastauksia. (Cairo 2013, 26, 31.)



Kuva 15. Tiedon visualisointi (Vepsä 2025).

5. TAUSTATUTKIMUS



5.1 Toimiala-analyysi

Isossa kuvassa suunnitteilla oleva palvelu liittyy rakennusalaan, ja tarkemmin tutkimuskysymysten pohjalta rajattuna rakennusprojektin tietopalveluihin. Toimialaan tutustuminen lähti liikkeelle sen selvittämisellä, mistä ensikertalaiset rakennuttajat etsivät tietoaan ja mitkä tahot sitä tuottavat. Suunnittelussa hyödynnettiin empaattista lähestymistä eli pyrittiin asettumaan ensi kertaa rakennuttavan asemaan ja lähteä tällä näkökulmalla etsimään netistä tietoa aiheeseen liittyen. Havainnollistavana kysymyksenä oli: "Miten ensi kertaa rakennusprojektista kiinnostunut lähtisi selvittämään aihetta?" Kun toimiala alkoi hahmottumaan, kysyttiin vielä rakennusalalla pitkän uran tehneeltä ammattilaiselta, miten toimialalla on ollut tapana aiemmin välittää tietoa. Toimialan historiaa avaava kuvaus koottiin yhdessä hänen kanssaan havaintojen ja kokemusten perusteella (ks. kuva 16).

Toimialaa analysoitiin markkinoinnin puolelta tutun Mooren (2005) markkinan elinkaarivaiheen mallin mukaan (ks. kuva 17). Malli auttoi hahmottamaan, missä innovaatioiden kehitysvaiheessa ollaan mahdollisesti menossa ja mihin ala on seuraavaksi liikkumassa. Seuraavaksi tehtiin löydetyistä kilpailijoista kilpailijavertailu, josta lisää kohdassa 5.2 Kilpailijavertailu. Näin päästiin hahmottamaan kokonaisvaltaisesti toimialaa.

Toimiala-analyysissä selvisi, ettei ole vielä olemassa puolueetonta rakennuttajille suunnattua tietopalvelua. Talotoimittajat tarjoavat ensikertalaisille kattavia tietopalveluja, jotka ovat helposti saatavilla ja siksi ensikertalaiselle helpoin vaihtoehto. Tällöin rakennuttajan on pakko luottaa yhteen toimijaan, joka usein hoitaakin mahdollisimman ison osan rakennusprojektista. Markkinoilla ei vielä ole yleistynyttä puolueetonta, selkeää ja kokonaisvaltaista palvelua rakennuttajien tarpeeseen.

AI?

- virtuaalinen kaiken osaava / keskusteleva vastaava mestari?
- syvemmin eri rakennuttajien tarpeisiin räätälöityä palvelua?

RÄÄTÄLÖINTI

- verkkokurssialustoja, opetuspalveluita
- kokonaisvaltaisten palveluiden yleistyminen
- toimijoita, jotka kokoavat/räätälöivät rakennuttajalle hänen tarvitsemansa toimijat ja palvelut

INTERNET

- alusta itsepalvelulle, tiedonhaulle, vertailulle ja kokemuksille
- jokaisella rakennusprojektiin liittyvällä tarjoajalla omat sivunsa
- rakennuttaja etsii itse tarvitsemansa tiedon

TALOTOIMITTAJAT

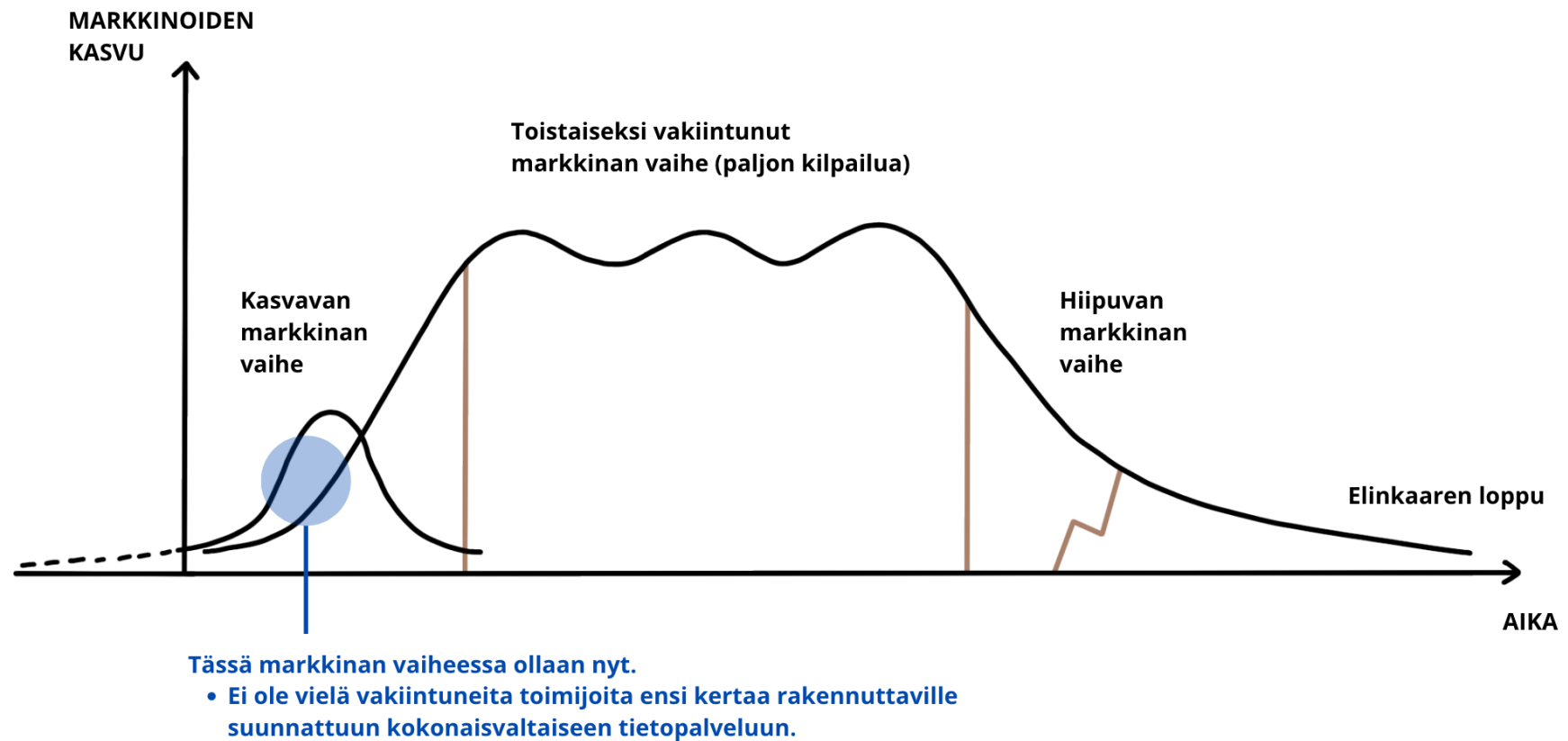
- yhdestä paketista saa lähes kaiken / helppous, rakennusprosessi on kuvattuna auki rakennuttajalle
- yhden talotoimittajan oma toimitustapa ja lisäpalvelut eli vaihtoehdot ovat rajalliset

SUULLINEN JA KIRJALLINEN

- hiljaista tietoa ja kokemuksia
- kirjallisuutta, mikä lähinnä ammattisanastolla
- yhden ammattilaisen neuvoja yhdelle rakennuttajalle

Kuva 16. Rakennuttajien tietopalveluiden historia (Vepsä 2025).

Nykytilanne vaikuttaa olevan enemmän “myyntikanava” eli kukin toimija tarjoaa vain omia tuotteitaan, palveluitaan ja osaamistaan, joista asiakas itse etsii, vertailee ja yhdistelee pala palalta juuri hänen projektiinsa relevantit sisällöt. Seuraavaksi pyritään todennäköisesti siirtymään kohti “ostokanavaa” eli uudet palvelut tarjoavat ostajan ehdolla sopivia toimijoita ja palveluita räätälöidäkseen juuri hänelle tarpeellisen sisällön vähentäen asiakkaan omaa ajankäyttöä aiheen selvittämiseen. Esimerkkinä tietotekniikan alalla on yleistynyt SIAM-malli, jossa keskitytään erilaisten palvelujen integroimiseen ja hallintaan niin, että ketjutetaan eri toimijoiden palveluita saman palvelun sisälle. Kenties samantyylliselle lähestymistavalle olisi kysyntää myös rakennusosalalla.



Kuva 17. Rakennuttajien tietopalveluiden markkinan elinkaarivaihe mukailen Mooren (2005) Category-maturity life cycle -mallia.

5.2 Kilpailijavertailu

Kilpailijavertailu suoritettiin toimiala-analyysin jatkeena. Samalla kun tutustuttiin toimialaan, vastaan tuli useita tiedon välittämiseen keskittyneitä kilpailijoita. Vertailuun valittiin erilaisia toimijoita, jotta saataisiin mahdollisimman laaja kuva siitä, minkälaisia tietopalveluja alalla on jo tarjota. Kilpailijoita lähdettiin vertailemaan tiedon välittämisen näkökulmalla: *Kuinka kattavasti tietoa löytyy sivuilta? Millä ominaisuuksilla toimijat mahdollisesti kilpailevat keskenään? Miltä sivujen visuaalinen puoli näyttää? Oliko sivuilla helppo navigoida ja ymmärtää, mitä palvelua toimija tarjoaa? Mitä onnistumisia ja haasteita palvelussa oli huomattavissa?*

PRKK

PRKK eli Peruskorjaamisen ja Rakentamisen Kehittämiskeskus ry tarjoaa omakotirakentajille ja remontoijille koulutusta ja neuvontaa puolueettomasti. Lisäarvoa tuo kaikille maksuton Rakentajakoulu-webinaari, joka on suunnattu alaa tuntemattomille ensikertalaisille rakennuttajille ja rakentajille. Webinaarissa perehdytään yleisellä tasolla rakennuttajan tehtäviin, mukaan otettaviin ammattilaisiin, budjetointiin, vastuisiin ja aikajanaan. Webinaarit ja muut koulutukset rahoitetaan yhteistyökumppaneiden voimin. Muuta rakennuttajille ilmaista hyödyllistä tietoa ei vaikuta olevan saatavilla sivustolta.

Yhdistyksen jäsenenä avautuu rakennusinsinöorien tekninen neuvonta sekä riitatilanteisiin ja sopimusasioissa auttava juridinen neuvonta. Lisäksi jäsenenä saa erilaisia oppaita sekä puolentoista tunnin neuvonnan omakotitalon rakentamista ja rakennuttamista suunnitteleville.

Jäsenmaksu on 185 euroa liittymismaksuineen ja siitä eteenpäin 59 euroa vuodessa. Oppaita voi myös ostaa heidän verkkokaupastaan hintaan 7–21 euroa, vaikei olisi jäsen.

Visuaalinen ilme on hajanainen, eikä juuri houkuttele viettämään aikaa sivustolla. Webinaarissa on paljon hyvää asiaa kohderyhmälle, mutta esitystapa on valitettavasti hieman epäselvä eikä tuo esille ammattimaisuutta kuten itse sisältö. Navigointi sivustolla onnistuu, mutta vie aikaa löytää, mitkä sisällöt ovat hyödyllisiä rakennuttajille. Sivustolla ei ole hakutoimintoa, mikä saattaa hidastaa vastauksen löytämistä.



Kuva 18. Kuvakooste PRKK:n palvelusta (PRKK i.a.)

KASTEELLI

Vertailuun otettiin mukaan yksi talotoimittaja, koska heidän tarjoamansa tieto toimii usealle rakennuttajalle apuna. Kastelli valittiin vertailuun sen vakaan aseman takia. Heillä on selkeästi jäsennelty kotisivu, jonka päävalikosta löytyy linkit moneen eri tarpeeseen, mahdollistaa yksilöllisen palvelupolun käyttäjälle. Tietoa on laajasti tarjolla eri talomalleista, toimitussisällöistä ja rakentamisen vaiheista. Rakennuttamisprosessi on avattu vaihe vaiheelta selkeästi ja se on keskittynyt kertomaan Kastelli-talon ostajan matkan suunnittelusta asumiseen asti. Prosessikuvaus on käytännössä Kastelli-mainos, jossa keskitytään heidän tarjoamaansa ja siitä hyötyvät eniten heidän omat asiakkaansa. Erityisesti lisäarvoa tuo heidän asiakkailleen OmaKastelli-palvelu, joka kokoaa yhteen rakentamisen dokumentit, aikataulut, maksuerät ja huoltotiedot, mahdollistaen reaaliaikaisen seurannan ja viestinnän rakentamisen aikana. OmaKastelli on siirrettävissä myös talon seuraavalle omistajalle. Tieto on jaoteltu sopivan pituisiksi kappaleiksi ja otsikot auttavat nopeaa silmäilyä. Visuaalinen ilme tukee yrityksen luotettavuutta ja ammattitaitoa.



Kuva 19. Kuvakooste Kastellin verkkosivuista (Kastelli i.a.).

RAKENTAJAKOULU

Rakentajakoulu tarjoaa kattavan Moodle-pohjaisen verkkokurssin nimeltä Omakotitalon rakennuttajan peruskurssi. Se on suunnattu kokonaan ensi kertaa rakennuttaville. Kurssi koostuu kahdestatoista luennosta, joiden avulla käydään läpi koko rakennusprojektin tontin ostamisesta lopputarkastukseen.

Rakentajakoulu on alalla suhteellisen uusi toimija, ensimmäiset tapahtumat nettisivuilla on julkaistu syksyllä 2023. Verkkokurssin lähtöhinta on 399 euroa (23.5.2025). Verkkokurssia ei päästy avaamaan, mutta nettisivujen myyntisivujen perusteella kurssissa on huomioitu rakennuttajan näkökulma, käytetty yleisesti helppoa kieltä sekä sisällytetty paljon yksityiskohtaista tietoa ja vinkkejä rakennuttamisesta. Sisällössä on avattu muun muassa toimijoiden vertailuja, budjetin laatimista, annettu tarkistuslistoja sekä kerrottu rakennuttajan vastuut ja tehtävät. Visuaalinen ilme on yksinkertainen ja tukee luettavuutta, mutta ei tuo sen enempää lisäarvoa. Rakentajakoulu on hyvin avannut palvelusta saatavia hyötyjä konkreettisin esimerkein ja antaa jopa rahat takaisin, jos kurssista ei ole hyötyä.



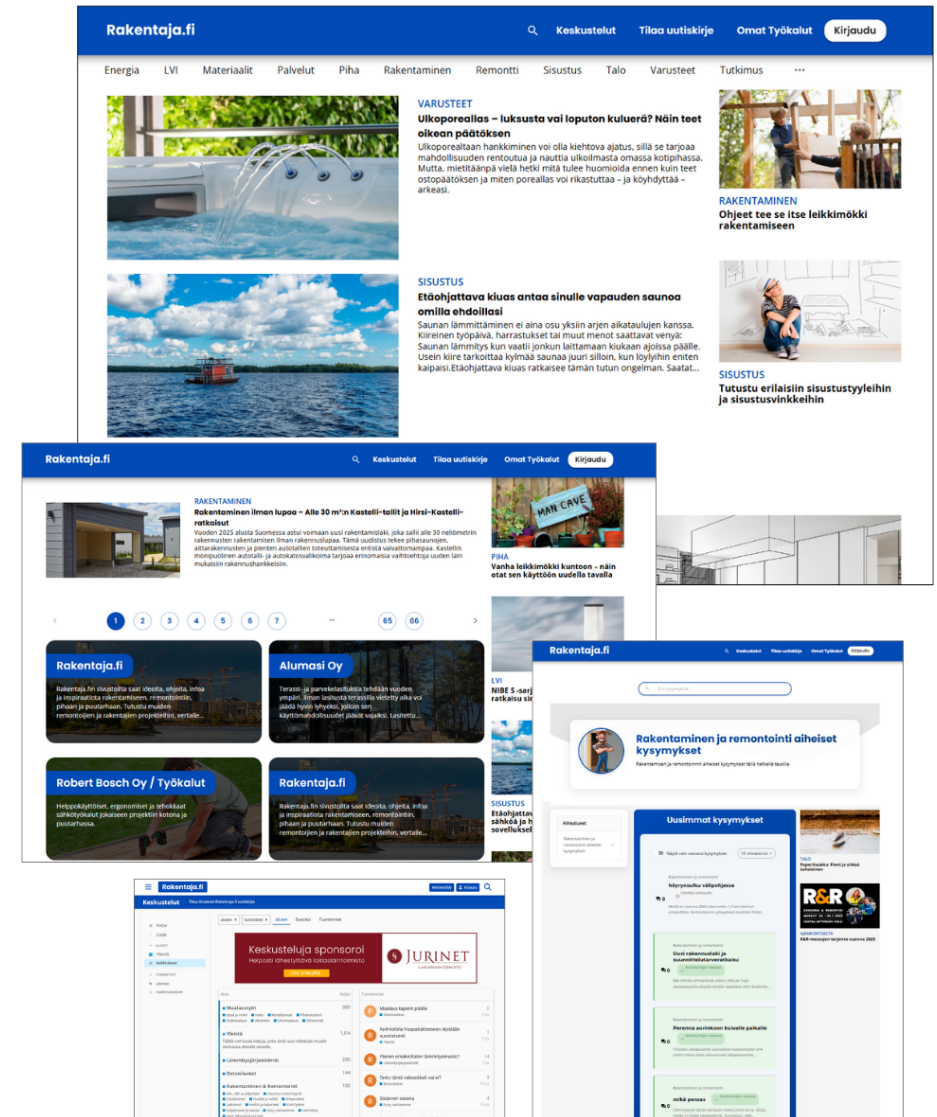
Kuva 20. Kuvakooste Rakentajakoulun verkkosivuista (Rakentajakoulu i.a.).

RAKENTAJA.FI

Etusivu ei kerro, mitä annettavaa sivustolla on rakennuttajille, vaan informaatio alkaa hämäävästi porealtaaseen ja saunaan liittyvistä artikkeleista, joiden jälkeen ilmestyy lisää artikkeleita sekalaisista sisällöistä. Päävalikosta löytyvä Omat Työkälut -nappula vie suoraan kirjautumaan, mutta kategorian sisältöä ei kerrota, eikä näkymästä pääse enää takaisin etusivulle. Päävalikosta ei avaudu alavalikkoa. Kun päävalikosta avaa sivun, tulee esiin siihen liittyvät artikkelit, mikä tuntuu intuitiiviselta. Näiden artikkelien jälkeen sivun alhaalta löytyy kappale, jossa vihdoin kerrotaan, että Rakentaja.fi jakaa ideoita, tietoa ja inspiraatiota rakentamiseen, remontointiin, pihaan ja puutarhaan. Heidän mukaansa sivustolta voi tutustua muiden rakennusprojekteihin, vertailla sisustustrendejä ja löytää asiantuntijavinkkejä sekä ohjeita.

Lisäarvoa tuo erittäin laaja artikkelien ja tiedon verkosto. Lisäarvoa tuo myös keskustelupalvelu, jossa voi ilmaiseksi kirjautuneena kysyä ja kommentoida aiheeseen liittyviä aiheita. Lisäksi sivustolla on Kysy, vastaamme -palvelu, jossa ammattilaiset vastaavat noin yhden arkipäivän aikana rakennusprojektiin liittyviin kysymyksiin.

Sivustolta pääsee etsimään sisältöjä hakutoiminnolla, ja sisällöt ovat lajiteltu selkeiden kategorioiden mukaan. Kuitenkin, jos kävijä ei tiedä tarkkaan, mitä etsii, on hankala löytää ja ymmärtää, mitä tietoa missäkin rakennuttamisprojektin vaiheessa tarvitsee. Inspiraatiomielessä artikkelien selaaminen on intuitiivista. Visuaalinen ilme on yhtenäinen, mutta sen hyöty katoaa hieman epäselvän rakenteen alle. Termistö on helposti ymmärrettävää jokaiselle, ei ainoastaan ammattilaisille.



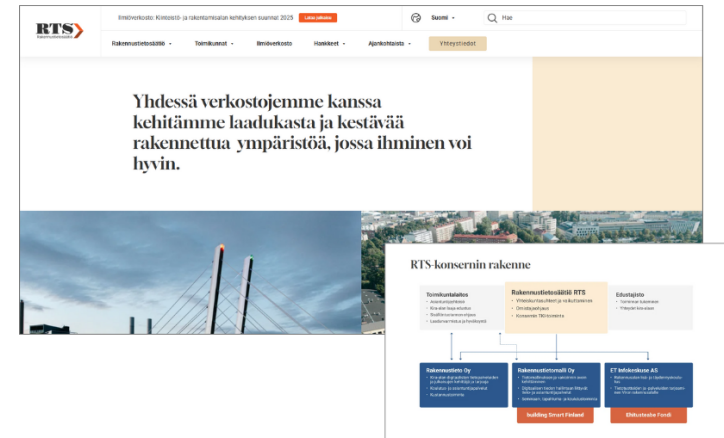
Kuva 21. Kuvakooste Rakentaja.fi:n verkkosivuista (Rakentaja.fi i.a.).

RAKENNUSTIETOSÄÄTIÖ RTS / RAKENNUSTIETO

Rakennustietosäätiö RTS ja Rakennustieto Oy muodostavat yhdessä Rakennustieto-konsernin, jossa RTS on tutkimus- ja kehitysyksikkö sekä julkaisija, ja Rakennustieto Oy toimii kustantajana, joka tarjoaa käytännön tietopalveluita ja julkaisuja. Heillä on laaja asiantuntijaverkosto mukana kehittämässä ohjeistuksia rakennusalalle, ja julkaisut on ensisijaisesti suunnattu alan ammattilaisille.

Navigointi tuntuu hankalalta tuntematta alaa ja sen termistöä. Päävalikko ja sen alaotsikoiden sisältöjä on vaikea ymmärtää ja jotkut linkeistä avasivat yllättäen uusia sivuja, jolloin käyttäjä saattaa kadottaa sijaintinsa palvelussa. Visuaalinen ilme on yhtenäinen läpi sivujen, kuitenkin jääden vähän vanhanaikaiseksi. Tekstin joukossa olevat kuvakkeet ja ryhmittelyt auttoivat jäsentämään sisältöjä, mutta koska ryhmittelyjä oli esitetty usealla eri tavalla, oli välillä hankala hahmottaa kokonaisuutta. Tekstiä oli jaettu osin hyvin sekalaisesti.

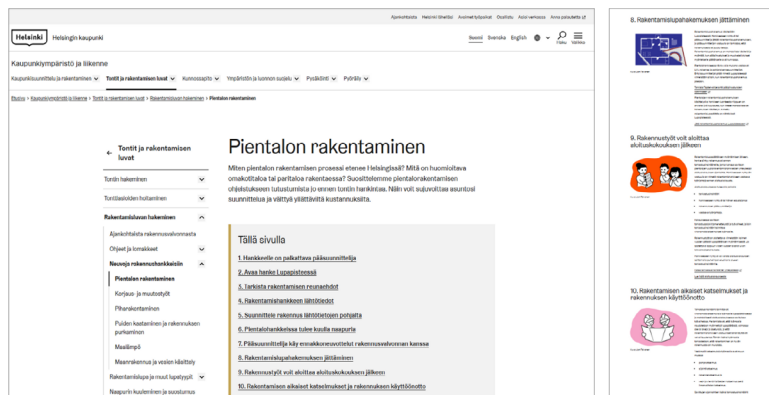
Tunnetuimpia ohjeistuksia rakennusalalla on jo ikoniseksi muodostunut Rakennustiedon julkaisema RT-kortisto, joka koostuu useista rakentamista ohjaavasta RT-kortista. Niiden laajuus on sen verran suuri, että tiedon haku tukemaan on lisätty tekoälybotti. Kortiston osioiden hinnat vaihtelevat muutamista kympeistä useampiin satoihin euroihin. Eikä RT-kortisto ole ainoa ostettavissa oleva ohjekirja, vaan heidän verkkokaupastaan löytyy useita erilaisia teknisiä oppaita. Vaikka ohjeistukset on suunnattu ammattilaisille, kortistoa voivat hyödyntää myös ensi kertaa rakennuttajat, sillä tieto on ammattimaista ja luotettavaa.



Kuva 22. Kuvakooste Rakennustiedon verkkosivuista (Rakennustietosäätiö RTS i.a.; Rakennustieto i.a.).

HELSINGIN KAUPUNKI

Kunnat kertovat usein sivuillaan tontteihin sekä rakennuslupaprosessiin liittyvää tietoa. Esimerkkinä tarkasteltiin Helsingin kaupungin tietopalveluja. Helsingin kaupungin verkkosivusto tarjoaa laajan ja yksityiskohtaisen tietopakettin pientalorakentamiseen liittyen. Alkuun Pientalon rakentaminen -sivulle oli vaikea löytää niin laajalta sivustolta. Lopulta rakennuttajalle oleelliset tiedot löytyivät, kun ymmärsi mennä ensin ”Tontit ja rakentamisen luvat” -sivulle ja etsiä sieltä rakentamisluvan hakemista. Nämä termit eivät välttämättä ole ensimmäisenä ensi kertaa rakennuttavalla mielessä tietoa hakiessa. Sivuilta löytyy kuitenkin kattavasti tietoa rakentamisen prosessista, rakennusluvista, tarvittavista asiakirjoista ja ammattilaisista sekä rakennusvalvonnan käytännöistä. Rakennuttamisprosessi on avattu selkeästi lupakäsittelyn näkökulmasta, keskittyen virallisiin ja pakollisiin aiheisiin. Prosessi on jaettu kymmeneen vaiheeseen, joiden alta löytyy yksityiskohtaisempaa lisätietoa. Lyhyet tekstikappaleet tukevat laajojen informaatiomäärien jaksotusta. Sivusto on navigoinniltaan helppo ja selkeä. Visuaalinen ilme tukee hyvin liikkumista. Silmäilyä helpottamaan on laitettu värikkäitä kuvituksia ja sivun alkuun laitettu sisällysluettelo linkkeineen nopeuttaa tiedon löytymistä.

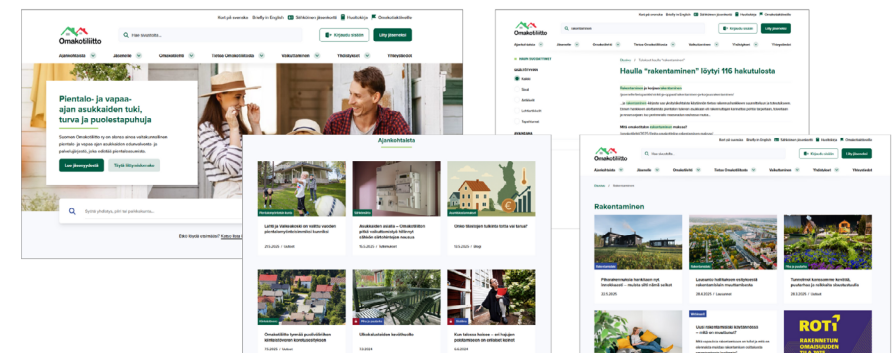


Kuva 23. Kuvakooste Helsingin kaupungin verkkosivuista (Helsingin kaupunki i.a.)

OMAKOTILIITTO

Omakotiliitto on järjestö, joka ajaa omakotiasujien asemaa ja tuottaa informaatiota sekä neuvontaa aiheeseen liittyen. Omakotilehti ilmestyy jäsenille neljä kertaa vuodessa ja sivustolta löytyy vinkkejä ja oppaita sekä ilmaiseksi että jäsenille. Jäsenmaksu on 22–37 euroa vuodessa. Jäsenenä saa etuja yhteistyökumppaneilta, lisää tietosisältöä, huoltokirjan, webinaaritallenteita ja henkilökohtaista puhelinneuvontaa. Sisältö keskittyy enemmän omakotitalossa asuville kuin rakennuttajille, jolloin tietoa on vähemmän itse rakennuttamisesta.

Päävalikon tietosisällöt on jaoteltu oleellisiin otsikoihin, joista aukeaa lisätietoa alavalikon muodossa. Tämä selkeyttää sivun jäsentelyä ja tukee helppolukuisuutta. Tietopankkia ei kuitenkaan ole jäsenneilty, vaan tieto pitää selaten etsiä. Kuitenkin, jos löytää artikkelin, jonka kategoria on nimetty esimerkiksi sanalla rakentaminen, löytää sivun, jossa on kaikki muutkin samaan kategoriaan liittyvät julkaisut. Visuaalinen ilme on yksinkertainen ja yhtenäinen läpi sivuston eli tukee käyttöä, mutta ei juuri tuo lisäarvoa. Pienet kuvakkeet auttavat silmäilyä ja lukko-kuvakkeet auttavat näkemään heti, onko sisältö kaikille avoin vai vain jäsenille suunnattu. Päävalikko ja hakutoiminto ovat selkeät ja sivustolla on helppo navigoida, vaikka rakentaminen-kategoria olikin hankalasti löydettävissä.



Kuva 24. Kuvakooste Omakotiliiton verkkosivuista (Omakotiliitto i.a.).

Tulokset ja analyysi

Näiden edellä mainittujen kilpailijoiden lisäksi löytyi yksittäisiä oppaita, somekanavia, podcast-jaksoja ynnä muita tahoja, jotka välittävät tietoa. Suoria kilpailijoita opinnäytetyössä suunnitteilla olevalle konseptille ei ole kovin monta, vaan jokainen taho keskittyy johonkin tiettyyn kulmaan, mitä tarjoaa rakennusalalla. Tästä syystä vertailu oli haasteellista.

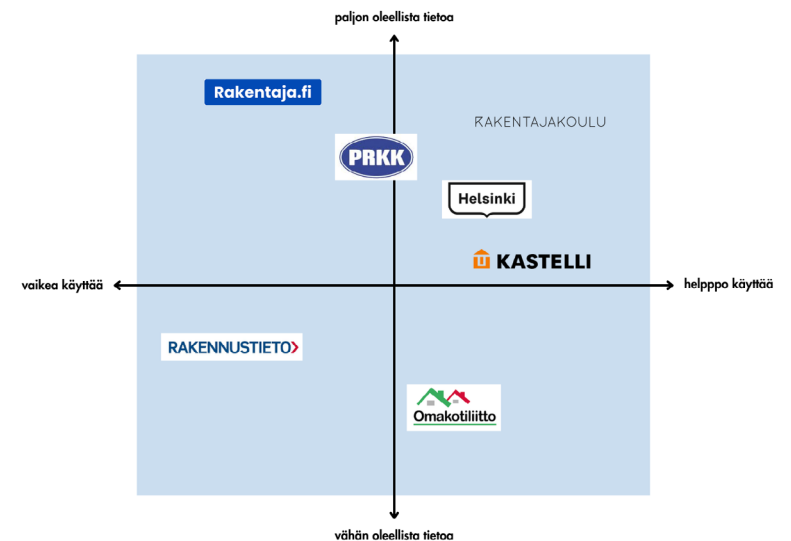
Tietopalvelut ovat pitkälti maksumuurien takana tai vaivalloisesti eri lähteistä löydettäviä, kuten hypoteesissakin todettiin. Ilmaisena löytyi enimmäkseen mainosmaista sisältöä yritysten omilta myyntisivuilta, ilman kokonaisvaltaista yleiskuvaa. Tai sitten löytyi kokonaiskuva esimerkiksi kunnan sivuilta, mutta se oli sen verran laaja, että siitä ei saanut kovin hyvää käsitystä projektin tosiasiallisesta vaativuudesta ja vaiheista.

Suurimmassa osassa palveluista visuaalisessa ilmeessä on käytetty sähkönsinistä väriä. Teknisiä ohjeistuksia vaikuttaisi olevan tarpeeksi, kuten myös inspiraatiomielessä kulutettavaa sisältöä, jota löytyy artikkeleiden muodossa suhteellisen paljon. Todennäköisesti alalla pitkään toimivien tietopalveluiden sisällöistä löytyy vastauksia yksityiskohtaisiinkin rakennuttajia askarruttaviin kysymyksiin joko artikkelien joukosta tai kysymällä Kysy, vastaamme -palvelun kaltaisista palvelun osista. Erilaisten tietopalveluiden välistä puuttuu analyysin mukaan taho, joka toimisi linkkinä näiden kahden välimaastossa eli toisi mahdollisimman puolueettomasti useamman ammattilaisten keräämän sisällön yhteen ja samaan osoitteeseen, josta voisi myös jakaa linkkejä jo olemassa oleviin artikkeleihin, oppaisiin ja palveluihin.

Muotoilun näkökulmaa ei suoraan näkynyt verkkopalveluissa, pois luki talotoimittajien tarkkaan harkitut sisällöt, joten muotoilun avulla on mahdollista tuoda sivustojen sisältöjä hieman käyttäjäystävällisemmiksi ja selkeimmiksi hahmottaa. Huomion kiinnitti myös se, että värien, kuvi-

en ja aseteluiden valinnoissa näkyi miesvaltainen ala ja se, että kohderyhmä on selkeästi enemmän kallellaan miespuolisiin henkilöihin. Strateginen valinta olisi kohdentaa sisältö muillekin kuin vain miehille ja tuoda rakennusten kauneutta näkyviin myös tietopalveluun visuaalisesti kiinnostavalla sisällöllä.

Vertailussa kiinnitettiin huomiota erityisesti palvelun helppokäyttöisyyteen ja ensi kertaa rakennuttaneelle hyödyllisen tiedon määrään. Näiden mittarien pohjalta tehtiin taulukko (ks. taulukko 1) havainnollistamaan tämän hetkistä tietopalveluiden tilannetta toimialalla. Jos taulukkoon jätettäisiin vain ilmaiseksi kaikille saatavilla oleva tieto, jää tyhjiö helppokäyttöiselle palvelulle, jossa on paljon tietoa ensi kertaa rakennuttavalle.



Kuva 25. Kaavio kilpailijavertailusta (Rakentaja.fi i.a.; Rakentajakoulu i.a.; PRKK i.a.; Helsingin kaupunki i.a.; Kastelli i.a.; Rakennustieto i.a.; Omakotiliitto i.a.).

5.3 Haastattelut

Palvelun tuottajan haastattelu

Jotta saadaan muotoiltua mahdollisimman toteutuskelpoinen palvelu, on tärkeää kuulla yhdistyksen näkökulma ja vaatimukset palvelulle. Opinnäytetyön aiheen päättämisen jälkeen pidettiin palaveri Teamsin välityksellä yhdistyksen jäsenten kanssa, jotka olivat halukkaitaan kertoamaan näkemyksiään aiheesta. Paikalla olivat muun muassa hallituksen puheenjohtaja, varapuheenjohtaja sekä työn ohjaaja yhdistyksen puolelta. Tavoitteena oli selvittää, minkälaisia vaatimuksia yhdistyksellä on mahdolliseen uuteen palveluun liittyen ja tulisiko heillä mieleen haasteita, toiveita tai huomioitavaa suunnitteluun liittyen. Haastattelu tapahtui opinnäytetyön aloituspalaverin yhteydessä, joten haastatteluun ei oltu suunniteltu valmista kysymysrunkoa. Tavoitteena oli saada yhdistykseltä ohjenuorat suunnittelun seuraaviin vaiheisiin. Haastattelu oli muodoltaan avoin ja siinä mukauduttiin aiheisiin esittämällä jatkokysymyksiä kiinnostaviin havaintoihin.

Tulokset ja analyysi

Ensimmäinen huomio oli Rakennetaan Yhdessä ry:n vähäiset resurssit. Koska yhdistys pyörii tällä hetkellä täysin vapaaehtoisvoimin, jokaisella jäsenellä on vain vähän aikaa käyttää yhdistyksen toimintaan. Jäseniltä nousi huoli siitä, miten päivittäminen ja ylläpito saadaan hoidettua mahdollisimman vähäisellä panostuksella. Toinen huomioitava asia oli, että palvelun pitäisi perustua oikeaan tarpeeseen eikä vain hypoteesien varaan. Tämä oli helppo toteuttaa, sillä aidon tarpeen selvittäminen kuuluu jo valmiiksi muotoiluprosessiin. Jatkokysymyksenä tähän liittyen ilmoille tuli toive pohtia, mitä lisäarvoa käyttäjä tulee saamaan palvelusta. Tämäkin linkittyy hyvin alkukartoitukseen ja sieltä saataviin kokemuksiin. Kolmas esiin tullut toive oli rahaliikenteen selvittäminen niin, että se tukisi käyttäjää, yhdistystä sekä mahdollisia yhteistyökumppaneita. Rahaliikenteen pohtiminen otettiin mukaan ammattilaisten haastatteluihin ja rakennuttajille lähetettävään kyselyyn, jotta saataisiin sekä mukana palvelussa olevien sidosryhmien että potentiaalisten käyttäjien näkemykset asiaan. Viimeinen toive oli tekoälyn mahdollisuuksien selvittäminen. Se linkittyy vahvasti ensimmäiseen huoleen palvelun ylläpidosta ja päivittämisestä. Tekoälyn tutkiminen jätettiin tässä kohtaa suunnittelua vielä taka-alalle, koska se on ajankohtaisempi vasta palvelun aidon tarpeen ja toimivuuden selvitystyön jälkeen. Eli sen pariin päästään mahdollisesti vasta opinnäytetyön jälkeen.

Rakennuttajien haastattelut

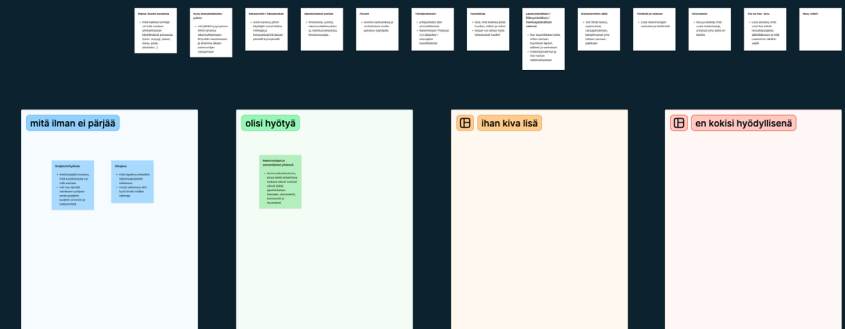
Rakennuttajien kokemuksiin perehdyttiin suorittamalla viisi haastattelua henkilöille, jotka olivat rakennuttaneet pientalon, jotta saataisiin selville käyttäjien kokemuksia rakennusprojektista ja erilaisten ominaisuuksien hyödyllisyydestä rakennusprojektin aikana. Haastattelun tarkoituksena oli hahmottaa, mitkä asiat ovat olleet ensimmäistä kertaa rakennuttaville haasteellisia ja mistä on ollut tai olisi ollut hyötyä projektin edetessä.

Lähestymistavaksi valittiin temahaastattelu, koska ennakkoon oli jo jonkin verran ymmärrystä rakennusprojektin vaiheista ja tilanteen kartoitusta varten osattiin muodostaa tarvittavat kysymykset. Teemoina olivat rakennuttajien kokemukset rakennusprojektin aikana, mitä tietoa he aidosti tarvitsevat ja minkälaisia ominaisuuksia he pitävät tärkeinä mahdolliseen uuteen palveluun liittyen. Keskustelua pyrittiin olla rajoittamatta liikaa, jotta yllättäviäkin aiheita voi tulla esiin. Koska haastattelun tavoitteena oli tässä tapauksessa ymmärryksen lisääminen eikä virallisen säädellyn tutkimuksen tekeminen, kysymyksiä ja kysymysten painotuksia mukautettiin jokaisen viiden haastateltavan kohdalla.

Haastattelun runko (ks. liite 1) jakautui seuraavasti: Ensimmäisessä osiossa kysyttiin lähtötietoja kuten mihin kuntaan ja minä vuonna rakennuttaminen tapahtui, minkä ikäisinä rakennusprojektiin lähdettiin, kuinka tuttu rakennusala entuudestaan haastateltaville oli ja miksi he päätyivät rakennuttamaan talon. Samassa osiossa tiedusteltiin myös haastateltavien arviota heidän rakennusprojektinsa kestosta, budjetista ja talotoimituksen laajuudesta. Toisessa osiossa keskityttiin haasteisiin, yllätyksiin ja kokemuksiin, joita projektin aikana tuli vastaan. Osiossa kysyttiin muun muassa saivatko haastateltavat projektinsa

lopputuloksena haaveilemansa kodin, mitä he olisivat tehneet toisin, mitä yllätyksiä tuli matkan varrella ja mikä oli haastavinta projektin aikana. Lisäksi selvitettiin tiedon näkökulmasta, mitä tietoa he olisivat kaivanneet projektin edetessä ja mistä he etsivät puuttuvaa tietoa. Näiden kahden ensimmäisen osion tavoite oli havainnollistaa haastateltavien projektin kokonaiskuvaa ja kokemuksia rakennuttamisesta.

Kolmantena osiona haastatteluissa oli toiminnallinen osio, jossa haastateltava sai lajitella ennalta kilpailijavertailun ja toimialaan tutustumisen pohjalta keksittyjä mahdollisia palvelun ominaisuuksia hyödyllisyyden mukaan. Vaihtoehtoina lajittelulle oli neljä kategori-aa: mitä ilman ei pärjää, mistä olisi hyötyä, ihan kiva lisä ja en kokisi hyödyllisenä. Ominaisuuksia oli viisitoista ja lisäksi yksi tyhjä, johon haastateltava sai keksiä yhden ominaisuuden lisää.



Kuva 26. Kuvakaappaus: haastattelun toiminnallinen osuus (Vepsä 2025).

Viimeisessä eli neljännessä osiossa haastateltavia pyydettiin nimeämään toimivia palveluita miltä tahansa alalta sekä kertomaan, mitkä asiat tekevät heidän mielestään palvelusta hyvän. Viimeisenä kohtana tiedusteltiin vinkkejä ensi kertaa rakennuttaville sekä haastateltavien parhaat pihistys ja panostus kohteet, jotta saataisiin huomioita tai lisättävää palvelun sisällön suunnitteluun.

Haastattelut toteutettiin Teamsin välityksellä, jotta rakennuttajia pystyttiin haastattelemaan paikkakunnasta riippumatta. Tästä syystä haastatteluihin saatiinkin monipuolinen otanta rakennuttajia erilaisilla taustoilla. Jokainen viidestä haastatellusta oli rakennuttanut eri kuntaan ja kaikilla oli ollut ennakkoon erilainen tuntemus rakennusala-asta. Osa oli rakentanut pitkästä tavarasta, kun taas osa talotoimittajan valmiimmalla mahdollisella paketilla. Haastattelut tallennettiin Teamsin litterointi-ominaisuuden avulla, joten haastattelun aikana pystyttiin keskittymään itse keskusteluun. Muistiinpanot tehtiin vasta myöhemmin tallenteen avulla. Haastattelujen tulokset tallennettiin anonymisti, jotta yksittäisiä henkilöitä ei voida tunnistaa, sillä se ei ole oleellinen tieto.

Tulokset ja analyysi

Haastattelujen tuloksena saatiin paljon hyödyllistä tietoa palvelun suunnitteluun. Haastateltavat jakoivat avoimesti kokemuksiaan ja jokaisessa haastattelussa päästiin syventymään hieman eri näkökulmaan. Jokaiseen haastatteluun kului keskustellessa tunti.

“Mitä mä olisin kaivannut, että mä olisin saanut lukea, mitä rakentaminen oikeasti on ja kuinka paljon multa vaaditaan vaikka mä en haluaisi tehdä mitään. Jos se ymmärrys olisi ollut suurempaa niin me oltaisiin varmaan osattu kiertää joitain sudenkuoppia. Ja ennen kaikkea siis säästää rahaa.”

– Ensi kertaa rakennuttava

Jälkikäteen ajateltuna haastatteluista olisi voitu saada vielä enemmän hyötyä, jos useampi haastateltava ei alunperin olisi ollut tietoinen rakennusala-asta tai rakennuttamisesta. Yksi haastateltava oli rakentanut rakennusala-alla olevan puolisonsa kanssa pitkästä tavarasta ja toisen haastateltavan tutut olivat rakennusala-alla, joten he saivat paljon lähipiiriin apua rakennuttamiseen. Heidän kokemuksensa olivat sen takia erilaiset verrattuna rakennuttajiin, jotka eivät tunteneet entuudestaan rakennusala-alla ketään. Esimerkiksi lähtötiedoiltaan kokeneemmat eivät kokeneet niin tarpeelliseksi pelkkää vaiheittaista aikajanaa, jos siinä ei ole liitettyä jotakin lisäarvoa, kuten todella yksityiskohtaista tietoa vaiheista tai hintatietoja vaiheiden mukana. Haastattelut avasivat sitä, että rakennuttajilla ja rakentajilla on todella monta erilaista tarvetta tiedolle riippuen heidän ennakkotiedoistaan ja verkostoistaan. Monipuolisten haastateltavien taustojen takia saatiin kuitenkin kohdennettua palvelun ensisijaista kohderyhmää juuri ensi kertaa rakennuttaviin, joilla ei ole kosketusta rakennusala-aan. Varsinkin heille kyseinen palvelu olisi haastattelujen perusteella ollut todella tarpeellinen apu rakennusprojektin aikana. Tietoa oli heidän mukaansa haastava löytää. Sitä hankaloitti tiedon jakautuminen eri lähteisiin sekä se, että oli vaikeaa tietää etukäteen, mitä tietoa ylipäättään kannattaisi etsiä. Tässä on huomattavissa selkeä tarve helpottamaan tiedon löydettävyyttä ja ymmärrettävyyttä.

“Pitäisi osata kysyä oikeita kysymyksiä, mistä ei tiedä mitä kysyä. Kukaan ei kerro, jos et kysy. Rakennusala-ammattilaisilla on äärettömän paljon hiljaista tietoa, mikä on olennaista rakennuttajallekin.” – Ensi kertaa rakennuttava

Rakennuttajat olivat haastattelun toiminnallisessa osiossa yhtä mieltä näiden ominaisuuksien tärkeydestä: budjetointityökalu, aikajana sekä tehtävät ja vastuut -listaus. Nyt he olivat selvittäneet näitä aiheita ripotellen sieltä ja täältä ja täyttäneet tiedon pohjalta omaa excel-listaansa aina kun jotain uutta tietoa löytyi jostakin. Jokainen haastateltava kertoi, että lisäarvoa olisi tuonut budjetointityökalun mahdollisimman tarkat hinta-arviot ja suoraan aikajanaan liitetyt vastaan tulevat valinnat. Moni haastateltava oli saanut tuttunsa budjetti-aulukon käyttöönsä, mitä oli hyödyntänyt omassa projektissaan. Kaikki sanoivat, että ilman tätä taulukkoa olisi ollut lähes mahdoton hahmottaa rakennusaikaisia kuluja ja kokonaiskuva.

“Esim jos on tällainen ja tällainen valinta, pitäisi pohjatyö tehdä näin. Näitä tuli vastaan liian myöhään kun työ oli jo tehty.”

– Ensi kertaa rakennuttava

Rakennuttajien haastattelujen perusteella opinnäytetyöstä rajataan pois itse pitkistä tavarasta rakentavien ja rakennusalaan jo tuntevien näkökulmat, mitkä on kuitenkin mahdollista myöhemmin implementoida palveluun. Vaikka osa haastateltavista tunsikin jo alaa, hekin sanoivat olevan hyödyllistä, että tietoa kerättäisiin saman palvelun alle. Kilpailijakartoituksessa jäi myös aukko tällaiselle tietopalvelulle, jossa tuotaisiin näkyväksi se, mitä ensikertalainen välttämättä edes osaa kysyä. Tästä syystä ensisijainen kohderyhmä opinnäytetyössä on ensi kertaa rakennuttavat, jotka tuntevat vain vähän tai ei lainkaan rakennusalaan.

“Aina sai eri mielipiteen riippuen keneltä ammattilaiselta kysyi. Siinä oli haastavaa itse tehdä päätös että kenen sanaan luottaa, kun toinen sanoo toista ja toinen toista ja kun ei itse ymmärrä asiasta mitään.” – Ensi kertaa rakennuttava

Rakennusalan ammattilaisten haastattelut

Työssä koettiin tarpeelliseksi kuulla mahdollisimman montaa eri näkökulmaa kokonaisuuden hahmottamiseksi. Rakennuttaja-haastatteluiden jälkeen haastateltiin rakennusalaan olevia ammattilaisia, jotka työskentelevät ensi kertaa rakennuttavien kanssa. Haastatteluihin saatiin neljän alalla toimivan näkökulma: arkkitehtitoimisto, sisustussuunnittelutoimisto, keittiökäytösneuvottaja sekä pohja- ja perustustyöurakoitsija. Toiveena oli päästä haastattelemaan myös talotoimittajaa, mutta näin pikaiseen aikatauluun heitä ei saatu kiinni. Ammattilaisten haastatteluihin viitataan anonymisti, jotta saataisiin mahdollisimman rehellistä ja avointa keskustelua aikaiseksi. Haastattelut suoritettiin yksitellen Teamsissa ja haastateltaville lähetettiin ennakoon kysymysrunko (ks. liite 2), jotta he ymmärtäisivät, mistä haastattelusta on kyse ja pystyisivät valmistautumaan halutessaan.

Haastatteluissa kysyttiin ammattilaisten havaintoja rakennuttajien haasteista sekä pyydettiin heitä kertomaan, miten päästään projektissa sujuvasti maaliin ja välttämään yleisimmiltä ongelmilta. Näiden pohjalta ajatuksena oli hahmottaa, mitä tietoa palveluun olisi hyödyllistä sisällyttää. Koska rakennuttajille ei ole välttämättä selvää, mitä kyseiset ammattilaiset tekevät, heitä pyydettiin kertomaan alkutietoina omasta roolistaan rakennuttamisprojektissa, heidän vinkkejään rakennuttajille aiheeseen liittyen sekä mitä rakennuttajan olisi hyvä tietää ennen rakennusprojektiin lähtemistä. Lisäksi haastattelussa kysyttiin kaksi kysymystä: “Miten rakennuttaja voi varmistua laadusta?” ja “Milloin kannattaa hyväksyä vastaus ei onnistu ja milloin jatkaa ratkaisun etsintää?”. Kysymykset tulivat vastaan edellisen vaiheen rakennuttajien haastatteluista. Kysymyksiin saatuja vastauksia voidaan suoraan liittää palvelun sisältöön.

Kaiken kaikkiaan tavoitteena ammattilaishaastatteluissa oli selvittää, onko uudelle palvelulle tarvetta, mitkä ominaisuudet ja osa-alueet rakennuttamisessa ovat ammattilaisten mielestä oleellista sisällyttää palveluun sekä mitä haasteita voi palvelussa tulla vastaan. Lopuksi haastattelussa keskusteltiin alustavasti ammattilaisten kiinnostusta olla mukana yhteistyössä palvelun kanssa ja minkälaista yhteistyö voisi heidän mielestään olla.

Tulokset ja analyysi

Haastatteluista sai paljon hyödynnettävää sisäpiirin tietoa, mitä tietoa palveluun olisi hyvä sisällyttää ja miten palvelu voisi olla rakennettu. Jokainen haastateltu ammattilainen kertoi hyvin realistisesti ja intohimoisesti aihealueestaan, jossa ovat rakennuttamisprojektissa mukana. Esimerkiksi arkkitehdiltä saatiin kokonaan uusi näkökulma rakennuttamisesta ilman talotoimittajaa, jolloin prosessi on jonkin verran erilainen. Arkkitehdin mukaan yksi vaihtoehtoinen tapa rakentaa olisi pääsuunnittelijavetoinen projekti, jossa asiakkaalle räätälöidään talo hänen ja muiden asukkaiden tarpeille, eikä toteutuksessa käytetä talotoimittajan palveluita. Tällaisiin projekteihin eksyy harvoin ensimmäisessä rakennusprojektissa, koska tietoa on vain vähän tarjolla vaihtoehtoisista tavoista rakentaa. Myös mielikuvat arkkitehdin palveluista voivat olla rakennuttajilla sellaiset, että hinta nousee silloin pilviin, vaikka myös pienellä budjetilla voi hyötyä arkkitehdin palveluista ja saada räätälöityä uniikki toimiva talo aikaiseksi. Sisustussuunnittelija taas antoi idean, että palvelussa voitaisiin nostaa hyviä tekijöitä esille, sillä näitä ei kuulema ole tarpeeksi hyvin esillä, vaan suositukset kulkeutuvat pääasiassa keskustelun välityksellä hiljaisena tietona tutulta tutulle. Jokainen haastateltava oli ehdottomasti sitä mieltä, että

tällaiselle tiedon kokoavalle mahdollisimman puolueettomalle palvelulle olisi aidosti hyötyä.

“Kyllä mä näen tarpeellisena, koska paljon kuulee asiakkailta sitä, että tietoa ei löydy. Eli yllättävän vähän sitä tietoa on kuitenkin saatavilla. Niin kyllä mä kokisin, että on tärkeätä olla tuollainen palvelu tukemassa heitä.” – Sisustussuunnittelija

“Ja nään, että tarkoitus on nimenomaan tehdä rakennusala näkyväksi ja myöskin ehkä korjata niitä semmoisia alalla vallitsevia väärinkäsityksiä ja olla oikeasti kuluttajan apuna. Ja myöskin nostaa alan ammattilaisia, jotka oikeasti ovat ammattilaisia ja haluavat tehdä työnsä hyvin.” – Sisustussuunnittelija

Haastatellut ammattilaiset toivat ilmi yleisesti neljä aihealuetta, joissa rakennuttajat usein kohtaavat haasteita. Ensimmäinen on ammattilaisen ottaminen mukaan projektiin liian myöhään, jolloin ei pystytä enää vaikuttamaan niin kokonaisvaltaisesti ratkaisuihin. Tämä voi johtaa myös siihen, että suunnitelmia joudutaan muuttamaan jälkikäteen, mikä aiheuttaa lisäkustannuksia ja kompromisseja. Tässä haasteessa auttaa haastateltujen ammattilaisten mukaan ennakointi ja suunnitelmien yksityiskohtien miettiminen aikaisessa vaiheessa.

“Kerran tulin mukaan projektiin, kun kakkoskerros oli jo rakenteilla ja seuraavalla viikolla oli tulossa katto. Eikä siinä mitään, mä suunnittelin sinne pintamateriaalit ja kiintokalusteet. Ongelmaksi tuli, että asiakas olisi halunnut piiloasennettavat suihkut. Ne ei sitten mahtunut, koska siinä olisi pitänyt tehdä vale seinä ja siirtää kaivoa. No rakenteelliset muutokset ei enää onnistunut, kun valu oli jo tehty ja viemärin paikkakin oli jo valmiina. Eli jos se talo on jo pystyssä, se rajaa aika paljon sitä, mitä me pystytään valitsemaan ja suunnittelemaan sinne.” – Sisustussuunnittelija

Toinen selkeä yhteinen huomio oli kommunikaation haasteet: Sekä keittiötoimittaja, sisustussuunnittelija että arkkitehti korostivat selkeän kommunikaation merkitystä. Epäselvä kommunikaatio voi johtaa väärinymmärryksiin ja pettymyksiin projektin aikana. Yksi isoista kompastuskivistä on arkkitehdin sekä sisustussuunnittelijan mukaan LVI- ja sähkösuunnittelun yhteensovittaminen kaikkien muiden suunnitelmien kanssa, varsinkin jos mukana ei ole kokonaisvaltaista osaavaa suunnittelijaa auttamassa. Monella rakennuttajalla on kuulemma kokemuksia siitä, että jos ei ole palkattuna tai konsultoituna hyvää pääsuunnittelijaa tai sisustussuunnittelijaa, lopputuloksena onkin tullut vastaan negatiivisia yllätyksiä kattojen alaslaskuista tai kiintokalusteiden ei niin optimaalisesta asemoinnista. Kaikki tämä johtuen siitä, ettei kukaan ei ole katsonut piirustusten päällekkäisyyksiä.

“Jos joku ostaa muuttovalmiin talon, jossa on prosessit hiottu ja kunnossa, niin ainakin periaatetasolla sen pitäisi toimia niin, että asioita alkaa tapahtua ja rakennuttajaan ollaan yhteyksissä vain tarvittaessa. Ja nimenomaan niin, että rakennuttajan ei tarvitsisi olla proaktiivinen itse. Mutta kyllä ne tarinat valitettavasti silti on parhaistakin keisseistä, että se ei ihan aina toimi näin. Liian moni rakennuttaja kokee, että jos hän ei olisi ollut hereillä, satuisi ja tapahtuisi monenlaista.” – Pohja- ja perustusurakoitsija

“Pidän äärimmäisen tärkeänä, että se detaljiikka on mietitty kunnolla jo suunnitteluvaiheessa. On paljon tehokkaampaa käyttää kolme päivää työpisteen ääressä, kun ottaa 30 puhelua kymmenen kuukauden aikana vastaan aina keskeyttäen työt.”

– Arkkitehti ja pääsuunnittelija

Kolmas yhteinen teema tuli ilmi, kun ammattilaisten kanssa keskusteltiin tiedon avoimesta jakamisesta. Jokainen heistä oli tunnistanut tarpeen lisätä rakennuttajien tietoisuutta useassa eri rakennusprojektin

osa-alueessa, ja että tietoa ei löydy vielä tarpeeksi helposti ja selkeästi. Sekä arkkitehti että pohja- ja perustusurakoitsija antoivat puuttuvasta tiedosta esimerkkinä tontin valinnan vaikutukset siihen sopivaan rakennustyyppiin, mikä ei ilmeisesti ole kovin yleisessä tiedossa. Saman rakennuksen perustukset ja maatyöt voivat maksaa useita kymppi-tonneja enemmän kuin maastoltaan erilaiseen tonttiin tehtynä. Myös materiaalien tuntemusta voisi selvästi olla enemmän tarjolla. Monet ammattilaiset olivat haastattelujen mukaan saaneet ensimmäisen suunnittelukäynnin aikana kommentteja asiakkailtaan, että *“ai näinkin voi tehdä”* ja *“enhän mä olisi tätä tajunnut edes kysyä ennen tätä keskustelua”*, mikä viittaisi tiedon hankalaan löydettävyyteen.

“Meidän pitäisi tosi paljon viestiä eteenpäin ja kaikkia nämä kiinnostaa, mutta kun tätä tietoa on niin hirveän vähän tuolla tarjolla. Ja kaikki tieto on kaupallisesti väritynyttä lähtökohtaisesti, koska se on kaupallisten toimijoiden näkökulmasta tuotettua.”

– Arkkitehti ja pääsuunnittelija

“Minkälainen talo voi sopia minkäkinlaiselle tontille. Yhtälö on aika monimutkainen ja se pitäisi tehdä asiakkaalle helpommaksi.” – Pohja- ja perustusurakoitsija

Neljäs esiin tullut haaste oli erilaisten toimijoiden palveluiden ja tuotesisältöjen vertailu. Pohdittiin keskustellen yhdessä aihetta ja tultiin siihen lopputulemaan, että alasta tietämätön on vertailussa hankalassa asemassa, jos ei tiedä, mitä edes kannattaisi vertailla ja miten toimijoiden sisällöt eroavat toisistaan. Keittiötoimittaja kertoi, että jokainen yritys ajaa usein omaa etuaan, mikä vaikeuttaa vertailua sekä pitää tiedon puolueellisena ja kaupallisena. Kiinnostavaa oli kuulla, että moni rakennuttaja luulee vertailevansa samoja tuotesisältöjä, mutta erona onkin hinnan lisäksi esimerkiksi keittiöiden osalta rungon paksuuksia, mekanismien eroja sekä kuljetukseen ja asennukseen liittyviä eroja,

mikä ei hahmotu päällepäin katsottuna kovin hyvin. Suunnittelijoiden vertailu on myös hankalaa, koska referenssikuvat eivät kerro koko totuutta. On iso ero siinä, onko suunnittelija tehnyt koko suunnitelman alusta loppuun vai onko referenssikuvaan suunniteltu ainoastaan valaistus tai irtokalustus. Suunnittelijat myös hinnoittelevat sisältöjään eri painotuksin ja vertailusta tekee haasteellisen esimerkiksi se, että samalla termillä voidaan puhua erilaisista tai -kokoisista sisällöistä.

“Meillä voi olla toimijoita, jotka sanoo, että heille arkkitehtipalvelu mielikuvissa on sitä, että he myyvät tilaluonnoksen, joka maksaisi vaikka 3000 euroa. Ja sitten me myydään samannimisenä palveluna arkkitehtisuunnittelu, pääsuunnittelu ja sisustussuunnittelu, jotka maksaisivat vaikka 22 000 euroa. Niin tulee usein kysymys, että miten se voi maksaa näin paljon.”

– Arkkitehti ja pääsuunnittelija

“Ongelmahan on se, että vertailu on vaikeaa, koska jokainen kalustetoimittaja kertoo juuri ne omat hyvät puolet ja jättää kertomatta ne huonot puolet. Jos olisi tällainen palvelu, jossa on standardoitu se, että siellä kuluttaja voi täpätä tietyt valinnat, vaikka sen että kaapit ovat tehdaskasattuja ja tällä tavalla vähän ränkätä sitä laatutasoa. Tällainen olisi minusta tosi hyvä.”

– Keittiötoimittaja

Kaikki haastatellut ammattilaiset ilmaisivat kiinnostuksensa yhteistyöhön uuden palvelun kanssa. Yhteistyömuotoina nähtiin esimerkiksi tiedon ja asiantuntemuksen jakaminen sisältöä määriteltäessä. Tästä olisikin näin alkuun suurin hyöty palvelun kehitykseen. Ammattilaiset korostivat kuitenkin, että yhteistyön tulisi olla tehty mahdollisimman helpoksi yrityksille lähteä mukaan ja olla aidosti hyödyllistä sekä heille,

että rakennuttajille. Vaatimuksena yhteistyölle tuli kaikilta haastateltavilta ammattilaisilta samantyylinen vastaus siitä, että he eivät kaikenlaiseen lähde tuosta noin vain mukaan, mutta jos palvelu on laadukkaasti toteutettu ja selkeästi hyödyllinen, silloin he eivät näkisi esteitä olla mukana. Toki rahallinen yhteistyö vaikutti olevan tähän rakennusalan taantumavaiheeseen vielä hankalasti perusteltavissa yrityksen johdolle, vaikka useampi haastateltava oli sitä mieltä, että rahallinenkin yhteistyö voisi olla mahdollinen markkinointiin käytettävän budjetoinnin varjolla. Tällöin pitäisi olla vielä hieman pidemmällä konseptoinnissa ja ensimmäiset versiot sivustosta jo toiminnassa. Näin saataisiin aidosti näyttöä palvelun hyödyllisyydestä ja käytöstä.

“No kyllä mä uskon, että kollegatkin olisivat kiinnostuneita yhteistyöhön, koska aika monella on halu kuitenkin tuoda tätä alaa näkyväksi ja ehkä vähän ollaan kyllästetty semmoiseen läppäilyyn, että “ai sisustussuunnittelija, niin sä pöyhit noita tyynyjä”.”

– Sisustussuunnittelija

“Näkisin, että palvelun pitää jotenkin poiketa siitä, että se ei ole ikään kuin vaan mainos, mikä laitetaan rakentajille. Ja se varmaan tämmöisessä täytyisikin, kun yhdistyksellä ei ole sitä kaupallista intressiä.” – Arkkitehti ja pääsuunnittelija

5.4 Vertailuanalyysi toimivista verkkopalveluista

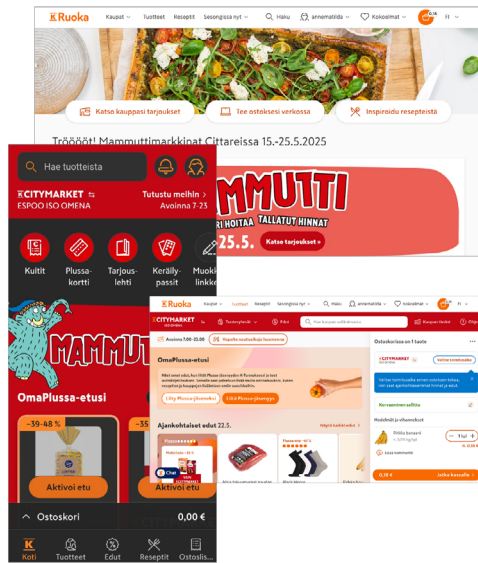
Vertailuanalyysi eli benchmarking pureutuu toimiviin tietopalveluihin, jotta päästään selvittämään yleisiä toimivia verkkopalvelun tapoja jäsentää tietoa käyttäjävälisest.

Rakennuttaja-haastatteluissa kysyttiin heidän mielestään toimivia verkkopalveluita, joita on helppo käyttää. Kovin moni ei osannut vastata kysymykseen, ja uskon sen johtuvan juuri siitä, että hyviä verkkopalveluita ei edes käytössä huomaa. Yksi esiin nousseista palveluista oli pankkipalvelut, joista valitsin vertailuun Osuuspankin eli OP:n. Toinen esiin noussut toimiva verkkopalvelu oli K-Ruoka -sovellus. Tämän lisäksi vertasin myös palveluita, jotka olen itse kokenut toimiviksi, ja joissa on käsitelty paljon informaatiota ja jotka ovat mahdollisimman eri aloilta. Vertailuun valikoitui kaiken kaikkiaan neljä eri verkkopalvelua: Ikea, OP, K-Ruoka ja Terveyskylä.

Esimerkkisivustot käytiin läpi pääasiassa käyttäjän näkökulmasta: miten käyttäjä löytää helposti etsimänsä ja miten isoja informaatiokokonaisuuksia on jäsenelty ymmärrettävästi? Tavoitteena oli ymmärtää, miten laajoista informaatiosisällöistä saisi helppokäyttöisen navigoida. Toinen tavoite oli vertailla palveluiden tuottamaa lisäarvoa käyttäjille ja pohtia, mitkä asiat tekevät palvelusta haluttavan käyttää. Vertailussa oli mukana sekä mobiilinäkymä, että tietokoneen näytön näkymä. Niistä havainnoitiin liikkumista palvelun sisällä, mistä käyttäjät saavat mahdollisesti lisäarvoa ja miten visuaalinen ilme tukee tai haittaa helppokäyttöisyyttä.



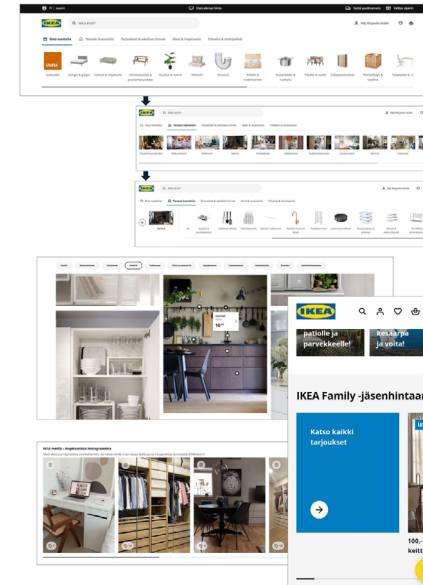
Kuva 27. Vertailuanalyysi (Vepsä 2025).



Kuva 28. Kuvakooste (K-Ruoka i.a.).

K-RUOKA

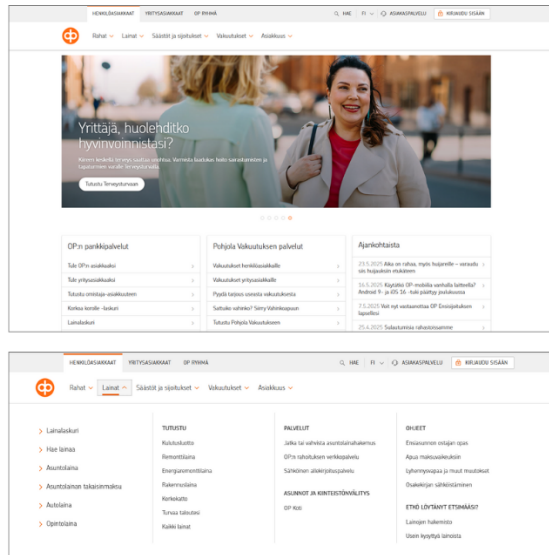
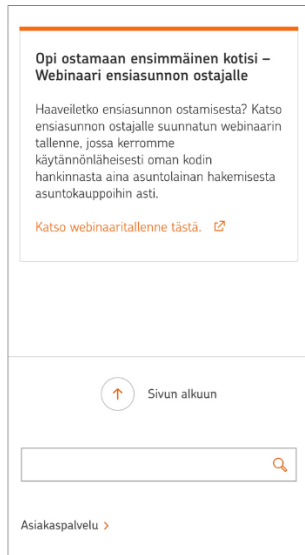
Ensimmäisenä K-Ruoka-verkkopalvelussa huomion kiinnitti, kuinka mobiiliin ja tietokoneen näkymien navigoinnin rakenne ja logiikka poikkeavat selvästi toisistaan. Selainversiossa korostuu ensimmäisenä kolme suurta painiketta keskellä näyttöä vieden katsojan huomion niihin eikä päävalikkoon. Vähän kummastutti, että kaksi niistä vei samalle sivulle. Mobiilisovellus taas erottuu käyttäjäystävällisyydellä, koska kotisivun valikko antaa käyttäjälle mahdollisuuden räätälöidä näkymää omiin tarpeisiinsa. Visuaaliset vihjeet, kuten osittain näkyviin jäävät sisältölaatikot ja nuoli avattavan otsikon vieressä, ohjaavat käyttäjää tehokkaasti. Yhtenäinen brändi-ilme ja sisällön selkeä ryhmittely pyöristettyihin laatikoihin tukevat navigointia. Liikkuminen tuntui intuitiiviselta kuvakkeiden ja tiedon selkeän jaottelun ansiosta.



Kuva 29. Kuvakooste (Ikea i.a.).

IKEA

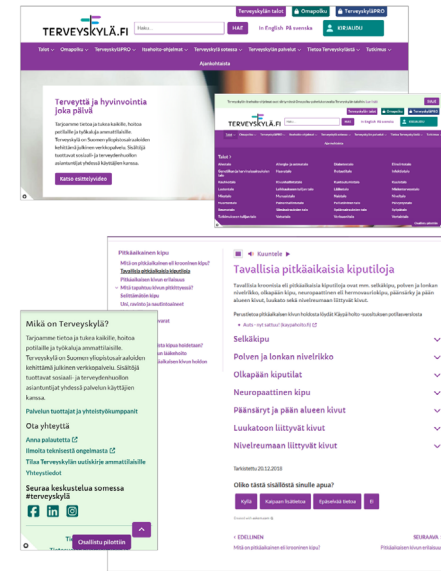
Ikean verkkopalvelussa on käytetty inspiraatiokollaaseja, jonka kuvista pääsee näkemään tuotteiden hinnat ja navigoimaan tuotteen sivulle. Palvelun päävalikossa on intuitiivinen muuntautuva rakenne, jonka avulla pääsee etsimään haluamaansa tuotekategoriaa ennen kuin liikkuminen ohjataan suoraan uudelle sivulle. Valikossa oli suuremmissa roolissa kuvat kuin teksti ja kuvat vaihtuivat aina valitun kategorian mukaan. Visuaalisia ymmärrettävyyttä helpottavia tekijöitä olivat muun muassa erikokoiset otsikot, linkkien erottuminen alleviivauksella hiiren kulkiessa sanan päältä, ryhmittymien erottelu tyhjällä tilalla 3–5 kategoriaan ja viivapalkki näyttämässä sijainnin selatessa.



Kuva 29. Kuvakooste (OP i.a.).

OP

OP:n verkkopalvelu ohjaa hyvin luontevasti käyttäjää ehdottamalla hänelle aina selatun sivun jälkeen seuraavaa tarvittavaa sisältöä. Päävalikon alla on linkkipolku, joka näyttää, mistä sivulle on tultu ja miten sieltä pääsee takaisin. Sivun lopussa on linkki sivun alkuun ja hakupalkki, jonka avulla voi esimerkiksi suoraan etsiä sivua lukiessa ilmenneeseen kysymykseen vastausta. Sisältö on ryhmitelty selkeisiin kortteihin ja brändivärien käyttö korostamaan sisältöä, kuten linkkejä, on johdonmukaista. Lisäarvoa tuovat erilaiset oppaat ja webinaaritallenteet, jotka auttavat käyttäjää johonkin aiheeseen, usein rahaan, liittyvässä asiassa, vaikkei kyseisen tiedon jakaminen olisikaan pankin ensisijainen tehtävä.



Kuva 30. Kuvakooste (Terveyskylä i.a.).

TERVEYSKYLÄ

Terveyskylä-verkkopalvelu Terveyskylä-verkkopalvelun sisältö on jaettu selkeisiin "taloihin", joilla kullakin on oma aiheensa, sivunsa ja päävalikkonsa. Huomion kiinnitti päävalikon lisäksi sivuilla oleva tarkennettu valikkonsa, joka toimii samalla sisällysluettelona. Sivuilla suuri tietomäärä on jäsennetty niin, että käyttäjä saa itse päättää kuinka paljon ja mistä aiheesta haluaa tietoa saada. Alkuun tietokokonaisuudesta saattaa näkyä teemat vain otsikkotasolla, josta pystyy otsikkoja painamalla avaamaan samalle sivulle lisää tietoa näkyviin. Tällöin käyttäjä ei tunne saavansa liikaa tietoa tai hänelle epäoleellista tietoa eteensä. Jokaisen "talon" sivujen alatunnisteissa on kerrottu, mikä on Terveyskylä. Sivujen saavutettavuus on hyvin mietitty: lisäarvoa tuovat suoraan sivun yläkulmasta avautuva tekstin tulostusmahdollisuus ja se, että sivujen sisällön voi kuunnella ääneen luettuna. Sivusto kerää käyttäjäläpälautetta jokaisen sivun jälkeen, mikä viittaa jatkuvaan palvelun kehittämiseen yhdessä käyttäjien kanssa.

Taulukko 1. Tietopalveluiden vertailu.

	K-Ruoka	Ikea	OP	Terveyskylä
Mitä tietoa tarjoaa?	Ruokakauppa: tietoa tuotteista, resepteistä ja K-kauppojen tarjonnasta	Huonekalut: tietoa kalusteista, kierrätyksestä, suunnittelusta sekä inspiraatiota ja ideoita	Verkkopankki: tietoa rahasta, lainoista, sijoittamisesta, vakuutuksista ja pankkipalveluista	Terveydenhuolto: tietoa sairauksista ja hoitopoluista
Navigaatio	Päävalikon lisäksi kolme isoa painiketta, jotka ohjaavat käyttäjille olennaiseen sisältöön. Nuolet näyttävät otsikot, joista avautuu lisätietoa.	Päävalikossa on viisi otsikkoa. Sen alavalikko muuttuu klikkausten mukana. Navigaatiossa tapahtuu paljon liikkumista ennen kuin pakotetaan itse sivuille.	Jokaisella sivulla näkyy linkkipolku, josta näkee missä olet ja mistä tulit. Pääset sitä kautta takaisin. Sivun alhaalta pääsee takaisin sivun ylös.	Jokaisella 32 "talolla" eli kategorialla on omat sivunsa. Päävalikko pysyy samana, mutta jokaisella talolla on vasemmassa reunassa uusi oma sisällysluettelomainen valikko, jota voi aikajanamaisesti surata.
Tiedon löydettävyyys	Selkeästi näkee, mistä löytyy lisätietoa: kun osa sisällöstä jää näytön ulkopuolelle, tietää siellä olevan lisää tietoa.	On selkeää, missä kohtaa sivua on ja mitä mistäkin löytyy. Ei tarvitse erikseen miettiä, mistä pääsee inspiraation jälkeen ostamaan, vaan kuvasta pääsee suoraan tuotesivulle. Hakupalkki näkyvillä.	Sivujen alareunasta pääsee suoraan etsimään tietoa hakupalkista. Päävalikon otsikot ovat selkeät ja kertovat hyvin, mitä mistäkin löytyy.	Talo-termi kertoo heti, että aihepiiristä avautuu oma kokonaisuutensa ja lisätietoa. Sisältöjä on helppo avata lisää sen mukaan, mitä haluaa tietää. Terveyskylä-termi on avattu jokaisen sivun alavalikossa.
Rakenne ja jäsentely	Päävalikossa kymmenen otsikkoa, jotka on selkeissä neljän ryppäissä. Kuvakkeet auttavat jaksotusta. Tietoa on ryhmitelty laatikoihin.	Kuvat selkeyttävät navigaatiota. Pääkategorioita valikoissa on maltillisesti 3-5, mikä selkeyttää isoa tietomäärää.	Sisältöä on jaoteltu korteilla, jotka erottuvat taustasta erillisiksi ryhmiksi. Päävalikon alavalikoissa on paljon linkkejä, mutta ne on ryhmitelty neljän tai viiden ryppäisiin.	Kortit auttavat jäsentelyä ja niissä on samanlainen asettelu: kuva, otsikko ja esittelyteksti. Kerralla näytetään vain pieniä paloja.
Visuaalisuus	Tunnistettava brändi-ilme. Oranssi korosteväri korostaa hierarkiaa ja toimintoja.	Kuvat pääosassa. Houkuttelee tutustumaan. Linkit muuttuvat väreiltään tai alleviivautuvat hiirellä osoitettaessa. Viivapalkki liikkuu selatessa mukana, joten hahmotat heti missä menet.	Oranssia brändiväriä on hyödynnetty johdonmukaisesti linkkejä korostamaan. Tekstiä on jaoteltu viivojen, nuolten, kuvien ja kuvakkeiden avulla.	Joidenkin sisältöjä on korostettu väreillä. Violetti väriteema jatkuu koko palvelun läpi. Kuvakkeet ja korttimaiset ryhmittelyt auttavat hahmottamista.
Lisäarvo	Mobiilisovelluksen muokkattavuus omiin tarpeisiin.	Yhteisöllisyys: sivuilla on Instagramista jaettu asiakkaiden julkaisuja.	On laajennettu sisältöä pankkipalveluiden lisäksi oppaisiin ja webinaari-tallenteisiin aiheista, jotka ohjaavat hakemaan lainaa.	Sisällöstä löytyy suoraan tulostettavia pdf-tiedostoja. Sivusto pyytää palautetta, joten tulee olo että käyttäjät on huomioitu.
Käyttökokemus	Käyttö on tehty helpoksi, kun tarvittavat tiedot on mietitty jo valmiiksi ja tuotu etusivulle näkyviin.	Intuiitiivinen ja selkeät jaottelut. On useita tapoja käyttää: etsiä tuotetta tai inspiroitua. Pienet yksityiskohtaiset vihjeet tapahtumista parantavat käyttökokemusta.	Tiedon löytymisen jatkumo on käyttäjän kannalta mietitty.	Käyttäjä on itse kontrollissa mitä tietoa haluaa nähdä ja miten liikkuu palvelussa. On mahdollista valita tekstien ääneenluku.

Tulokset ja analyysi

Yhteenvedona tietoisesti hyvin toteutettu visuaalisuus tukee käytettävyyttä ja helpottaa navigointia. Visuaalisten laatikoiden, värien ja kuvakkeiden avulla voidaan ryhmitellä sisältöjä, jotta ne eivät tunnu käyttäjälle liian suurilta aihekokonaisuuksilta. Myös valikko on hyvä jakaa alavalikkoon ja ryhmitellä otsikot selkeästi helpottamaan sisältöjen löydettävyyttä. Koen, että käyttäjäkokemus parantuu, kun käyttäjän todennäköisimmät polut liikkuu palvelussa on suunniteltu valmiiksi. Silloin käyttäjän ei tarvitse itse keksiä, mistä seuraavaksi olennainen tieto löytyy.

Lisäarvoa voi tuoda kirjautumisella tuotava kustomoitavuus, jossa rakennuttaja pääsisi tallentamaan palveluun omaan projektiin sopivia aihekokonaisuuksia ja lisäämään omia rakennusprojektin dokumentteja säilöön. Tämän ominaisuuden toimivuutta pitäisi päästä testaamaan ja selvittämään käyttäjien avulla. Samoin voisi pohtia, kuinka paljon palvelua halutaan kehittää yhteisön avulla ja miten siitä kommunikoi käyttäjille. Esimerkiksi palautekysymykset sivujen alareunassa voisivat tuoda lisätietoa käyttäjien tarpeista ja käytöstä.

Kuvakkeet ja kuvat tukivat rajattuja sisältöryhmiä sekä valikon otsikoita. Ne auttoivat sivuston nopeaa silmäilyä, joten niiden koetaan olevan hyödyllinen lisä tukemaan tekstiä myös kehitteillä olevaan verkkopalveluun. Analysoitavissa verkkopalveluissa kaikissa oli käytetty ryhmittelyn apuna erilaisia laatikoita, kortteja tai rajauksia. Ne tuntuivat luontevilta ja auttoivat hahmotamaan sisältöä, joten päätettiin kokeilla luonnosteluvaiheessa, minkälaiset visuaaliset rajaukset toimisivat rakennuttamisen sisältöjen avaamisessa luonnostelun yhteydessä. Kortit ovat myös helppo tapa viestiä sisällön jatkuvan, kun osa kortista on jätetty näytön ulkopuolelle. Taulukossa 1 on havainnollistettu kaikki oleelliset tulokset vertailusta. Siinä on korostettu sinisellä värillä kohdat, jotka otetaan huomioon palvelua suunniteltaessa.

5.5 Kysely

Kysely laadittiin selvittämään haastatteluja laajemmin vastauksia kolmeen palvelua koskevaan teemaan liittyen. Ensimmäinen tavoite kyselylle oli saada kuulla rakennuttajilta heidän näkemyksiään siitä, mitkä ominaisuudet saisivat heidät hyödyntämään uutta palvelua ja millä tavalla he haluaisivat käyttää mahdollista sitä. Toinen tavoite oli selvittää, mitkä haastatteluissa esiin tulleista ongelmista ovat yleisiä suuremmalla otannalla. Kolmas tavoite oli kartoittaa nykytilannetta eli hahmottaa tiedon tarvetta rakennusprojektin aikana ja kuulla, mistä rakennuttajat ovat hakeneet tietoa.

Kysely (ks. liite 3) toteutettiin Google Forms -alustalla ja sitä lähetettiin ensisijaisesti Instagramin kautta rakennustiliä pitävälle sekä tuttavaverkostolleni. Kyselyn lähettämiseen hyödynnettiin Rakennetaan Yhdessä ry:n tiliä niin, että 90 rakennuttajatiiliin otettiin yhteyttä yksityisviestein. Pyyntönä oli vastata viidestä kymmeneen minuuttia vievään taustatutkimukseen, jonka avulla on tarkoituksena selvittää, olisiko alalle tarvetta jollekin uudelle helpottamaan ensi kertaa rakennuttavien rakennusprojektia. Viestissä korostettiin kokemusten jakamisen hyötyä ja tavoitetta tuoda rakennusala edes asteen verran läpinäkyvämmäksi sekä helpommin lähestyttäväksi.

Alkuun kyselyssä tiedusteltiin yleistietoja rakennuttajilta kuten montako taloa he ovat rakennuttaneet, kuinka tuttu rakennusala heille oli ennen rakennusprojektiin lähtöä, missä kunnassa he rakennuttivat, minä vuonna viimeisin rakennuttaminen tapahtui ja minkä ikäisiä ensikertaa rakennuttavat olivat.

Toisessa osiossa kartoitettiin rakennuttajien kokemuksia ensisijaisesti tiedonhaun kannalta. Kysymyksinä oli muun muassa, mistä rakennut-

tajat ovat etsineet tietoa projektin aikana, kuinka helposti tietoa on löytynyt ja olisivatko he voineet mielestään säästää rahaa ymmärtämällä enemmän aiheesta. Nämä olivat monivalinta-kysymyksiä, joihin on mahdollisimman nopea ja helppo vastata.

Kolmas osio oli rakennuttajien kokemista haasteista. Esitin erilaisia haasteita, joihin vastaajat saivat valita janalta, kuinka paljon haasteet vaikuttivat rakennusprojektin aikana. Janan asteikko oli yhdestä (Ei vaikutusta / en tunnista haastetta) viiteen (Vaikutti merkittävästi). Haasteet olin laatinut aiempien haastatteluiden pohjalta.

Viimeisessä osiossa esiteltiin kuvitteellinen uusi palvelun. Kyselyssä tiedusteltiin, mitkä ominaisuudet saisivat vastaajia käyttämään palvelua ja kokisivatko he hyödylliseksi, jos kaikki rakennuttamiseen tarvittava tieto löytyisi samasta paikasta. Lisäksi kysyttiin kokisivatko vastaajat saavansa lisäarvoa kirjautumisen avulla heille räätälöidystä sisällöstä ja missä tilanteissa he näkisivät ensikertaa rakennuttavat käyttävän palvelua. Tärkeää oli kuulla myös, missä muodossa ja millä laitteella he ensisijaisesti kuluttavat opettavaista sisältöä. Lopuksi kysyttiin, paljonko vastaaja olisi valmis maksamaan palvelusta ja jos ei, niin käyttäisikö hän sitä ilmaisena.

Tulokset ja analyysi

Kyselyyn saatiin vastauksia vain kaksitoista, mikä todennäköisesti johtui siitä, ettei ajanpuutteen takia ehtinyt lähettää kyselyä laajemmalle yleisölle. Tulosten vähäinen määrä saattaa jonkin verran vää-

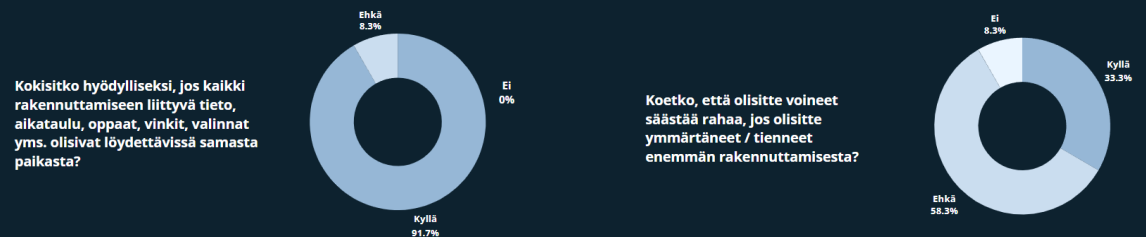
ristää yleisiä käsityksiä. Kuitenkin kysely oli ensisijaisesti tarkoitettu tukemaan haastattelussa ilmenneitä huomioita, eikä toimimaan yksinään taustatutkimuksena. Tästä syystä vastaajien vähäisyys ei huolestuttanut, vaikka kyselyn optimaalinen anti jäikin saamatta ja määrällinen tutkimusmenetelmä muuttui laadullisen ja määrällisen välimaastoksi.

Kuitenkin vaikka tuloksia saatiin suhteellisen vähän, niistä on nähtävissä selkeitä yhteneväisyyksiä ja samat teemat toistuivat kuin haastatteluissa. Esimerkiksi kaikki kyselyyn vastanneista tunnistivat haasteeksi, että tieto on hajanaisesti eri lähteissä (ks. kuva 31) sekä sen, että budjetointi oli hankalaa siksi, että hintatietoja oli vaikea saada etukäteen. Kaikki tunnistivat myös haasteet, että asioista joutui vänkäämään ja selvittämään paljon, jotta sai halutun lopputuloksen sekä sen, että yllätyksenä tuli lisäkustannuksia projektin edetessä. Näiden haasteiden vaikuttavuus vaihteli erittäin vaikuttavasta pieneen.

Eniten numeron viisi eli ”vaikutti erittäin paljon” vastauksia sai haaste ”Päätöksiä pitää tehdä vauhdilla, eikä niistä meinaa pysyä perässä” (ks. kuva 31), joka keräsi viisi kappaletta korkeinta arvosanaa. Seuraavaksi eniten vaikuttavuutta saivat haasteet ”En tiennyt mitä kysyä tai selvittää, ennen kuin oli liian myöhäistä” (ks. kuva 31) ja ”Ammattilaiset kertovat toisistaan eriäviä mielipiteitä, enkä tiennyt



Kuva 31. Kyselyn tulokset haasteista.



Kuva 32. Kaksi kyselyn tulosta ymmärtämisestä ja tiedosta.



Kuva 33. Kyselyn tulokset uuden palvelun hyödyllisistä ominaisuuksista.

objektiivisesti kehen uskoa”, joista molemmat saivat yhden numeron viisi vastauksen ja kuusi kappaletta numero neljän arvosanaa.

Kyselyn avulla saatiin sekä lisää perusteluja palvelun tarpeellisuudesta että vastauksia aiheisiin, joita ei osattu vielä haastatteluissa kysyä. Näin ollen kysely oli hyvä lisä haastatteluiden rinnalle. Suunnitteluprosessia varten kyselystä saatiin kirjattua ylös hyviä käyttötalanteita, joissa palvelusta voisi olla apua ensi kertaa rakennuttaville. Konkreettisin hyöty tuli tiedosta, miten palvelua tullaan mahdollisesti hyödyntämään (ks. kuva 32) ja mitkä ominaisuudet saisivat rakennuttajat käyttämään palvelua (ks. kuva 33).

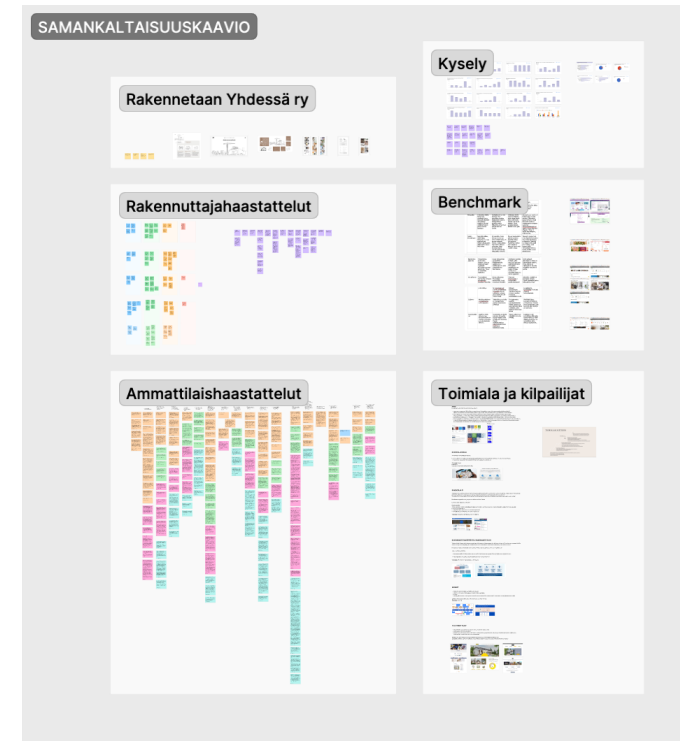
5.6 Samankaltaisuuskaavio

Samankaltaisuuskaavio toteutettiin tietokoneelle valkotaululle (ks. kuva 34). Tavoitteena oli koota yhteen kaikki edellisten menetelmien tulokset, jotta niistä saisi selville selkeän suunnan, jonka avulla voi lähteä seuraavaksi suunnittelemaan. Tuloksien hahmottamisen tueksi jokaiselle eri lähteelle on hyödynnetty eri värisiä post-it lappuja. Violetit laput ovat rakennuttajien suoria lainauksia, pinkit laput arkkitehdin lainauksia, oranssit sisustussuunnittelijan lainauksia, vihreät pohja- ja perustusurakoitsijan lainauksia ja turkoosit keittiötoimittajan lainauksia. Valkotaululle lisättiin materiaalia sitä mukaa, kun taustatutkimuksen menetelmiä saatiin päätökseen. Aluksi kerätty tieto oli ripoteltuna menetelmien mukaan, jonka jälkeen laput siirrettiin kategorioihin aihepiireittäin. Kun kategoriat olivat selvillä, ne käytiin läpi ja analysoitiin opinnäytetyön resurssit huomioiden.

Lopputuloksena samankaltaisuuskaavioon valikoitui kolme pääkategoriaa: tiedon puute, muut rakennuttajien kokemat haasteet ja uusi palvelu. Samankaltaisuuskaavion avulla selkiytyivät rakennusprojektin nykyiset pullonkaulat tiedon osalta (ks. kuva 35),

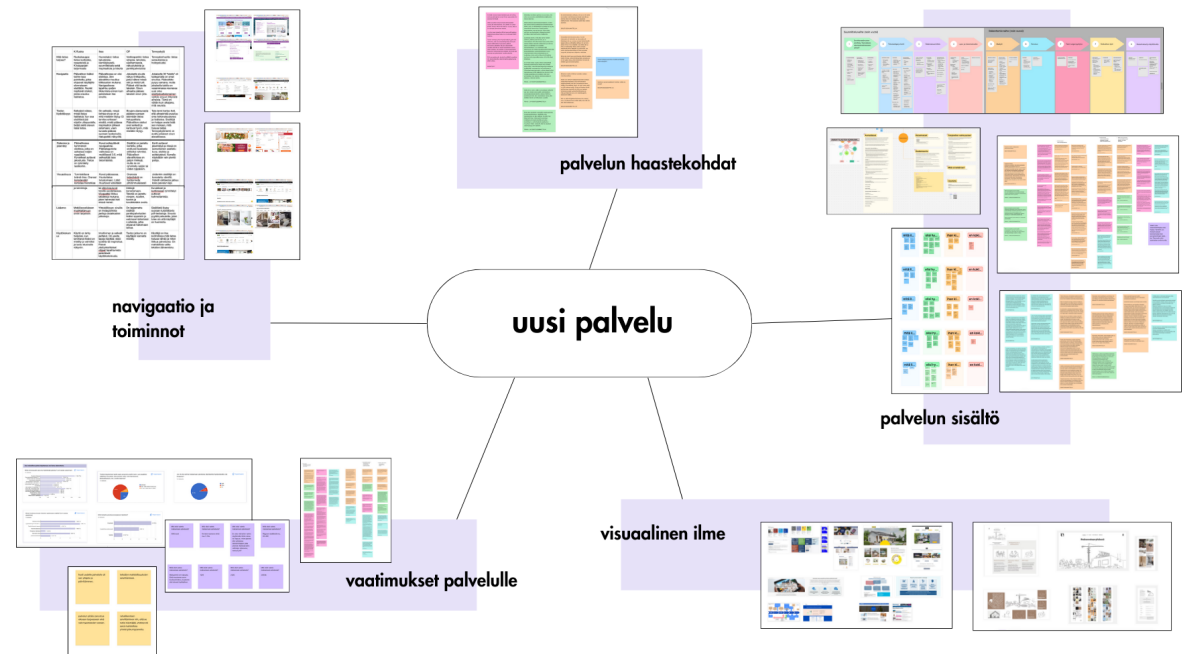
joihin voisi muotoilulla vaikuttaa. Näihin kuuluivat rakennusprojektin kokonaisuuden hahmottamisen vaikeus ja siihen liittyvät nopealla aikataululla tehtävät päätökset. Aiheen ymmärtämisestä tekee tärkeän se, että rakennuttaja on itse vastuussa päätöksistä ilman, että välttämättä ymmärtää talon rakentamisesta kovinkaan paljon. Ongelmana on myös eriävät mielipiteet rakennusalan ammattilaisten sanomana, jolloin valinta oikeasta päätöksestä on hankala tehdä. Tähän tarvittaisiin avuksi mahdollisimman puolueetonta tiedonjakoa.

Opinnäytetyön aihe rajautui samankaltaisuuskaavion perusteella rakennuttajien tietopalveluihin, keskittyen ennen rakennusprojektiin lähtöä ja suunnittelussa tarvittavaan tietoon, koska nämä vaiheet tuntuivat olevan sekä tärkeää rakennuttajille että vaikeasti löydettävissä. Rakennusalan ammattilaisten sanomana suunnitteluvaiheessa voi säästää eniten resursseja ja siihen kannattaakin käyttää eniten aikaa rakennusprojektissa. Tämä tukee tiedonjakoon keskittymistä ensisijaisesti ennen fyysisen rakentamisen aloittamista.

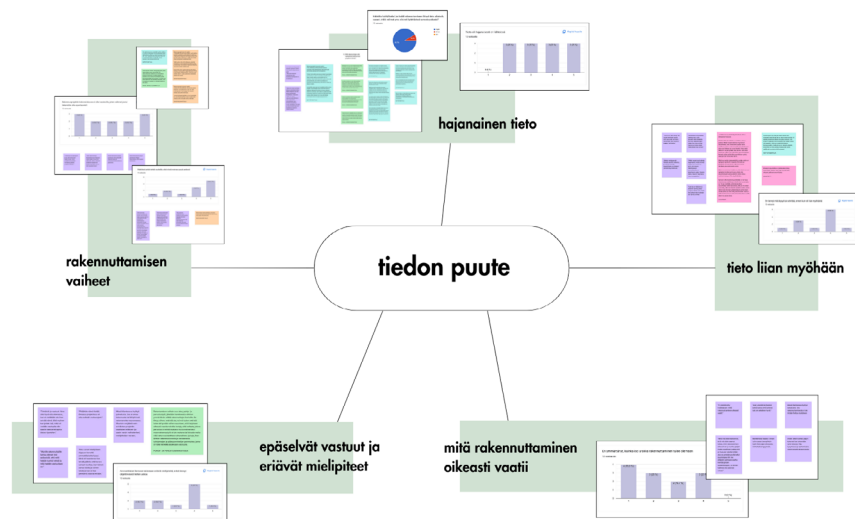


Kuva 34. Samankaltaisuuskaavion lähtötilanne (Vepsä 2025).

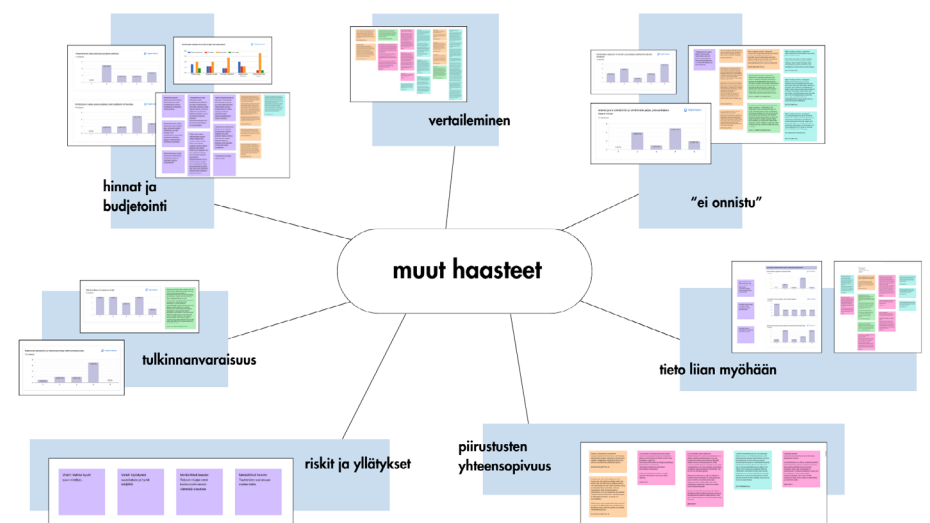
Tiedon lisääminen ja jäsentäminen selkeäksi on myös aihealue, johon on mahdollisuus vaikuttaa parhaiten tässä opinnäytetyössä huomioiden käytössä olevan ajan ja resurssit. Myös muut haasteet -kategoriasta (ks. kuva 36) löytyi ongelmakohtia, kuten toimijoiden vertaileminen, budjetointi ja riskeihin varautuminen, joita pystyy helpottamaan tietoa lisäämällä. Uusi palvelu -kategoria (ks. kuva 37) taas pitää sisällään vaatimuksia, haasteita, toiveita ja sisältöehdotuksia tulevalle palvelulle. Se auttaa määrittelemään, miten tiedon puutteen ongelmat saataisiin esitettyä kilpailijoista erottuvalla tavalla, yhdistykselle järkevästi tuotettuna ja yhteistyökumppaneille kiinnostavana kokonaisuutena.



Kuva 37. Samankaltaisuuskaavion kategoria: uusi palvelu (Vepsä 2025).



Kuva 35. Samankaltaisuuskaavion kategoria: tiedon puute (Vepsä 2025).



Kuva 36. Samankaltaisuuskaavion kategoria: muut haasteet (Vepsä 2025).

5.7 Suunnitteluohjurit

Suunnitteluohjurit kirjoitettiin samankaltaisuuskaavion perusteella siten, että sieltä valittiin oleellimmat ilmi tulleet teemat juuri tähän suunnittelutyöhön sopiviksi. Suunnitteluohjureiden valinnassa on kiinnitetty huomiota siihen, että jokaisen sidosryhmän, eli yhdistys, rakennuttajat ja yhteistyökumppanit, näkökulma tulee huomioiduksi. Myös taustatutkimuksesta esiin tulleet käyttäjäkokemukseen ja käytettävyyteen liittyvät keskeisimmät havainnot tiivistettiin ohjureiksi, jotta käyttäjät saataisiin käyttämään uutta palvelua ja palaamaan sen äärelle useassa eri tilanteessa rakennusprojektin aikana.

1. **Ensisijainen tavoite on olla tietopalvelu:** keskeistä näyttää kokonaiskuva rakennuttamisesta ja antaa mahdollisuus syventyä eri vaiheisiin. (käyttäjien näkökulma)
2. **Helppo ylläpitää vähäisillä resursseilla.** (yhdistyksen näkökulma)
3. **Palvelun tulee välittyä yhtä laadukkaana kuin potentiaalisten yhteistyöyritysten toiminta,** jotta he lähtisivät mukaan yhteistyöhön. (ammattilaisten näkökulma)
4. **Yksinkertainen jäsentely:** enintään viisi asiaa samassa ryhmittymässä. (käyttäjäkokemus)
5. **Pitää olla ensisilmäyksellä selvää, mistä palvelusta on kyse ja mitä se sisältää.** (käyttäjäkokemus)

Laadukkuudesta tulee ensimmäisenä mieleen esteettisesti kaunis sisältö, jossa on hyödynnetty tyhjää tilaa jokaisen elementin ympäril-

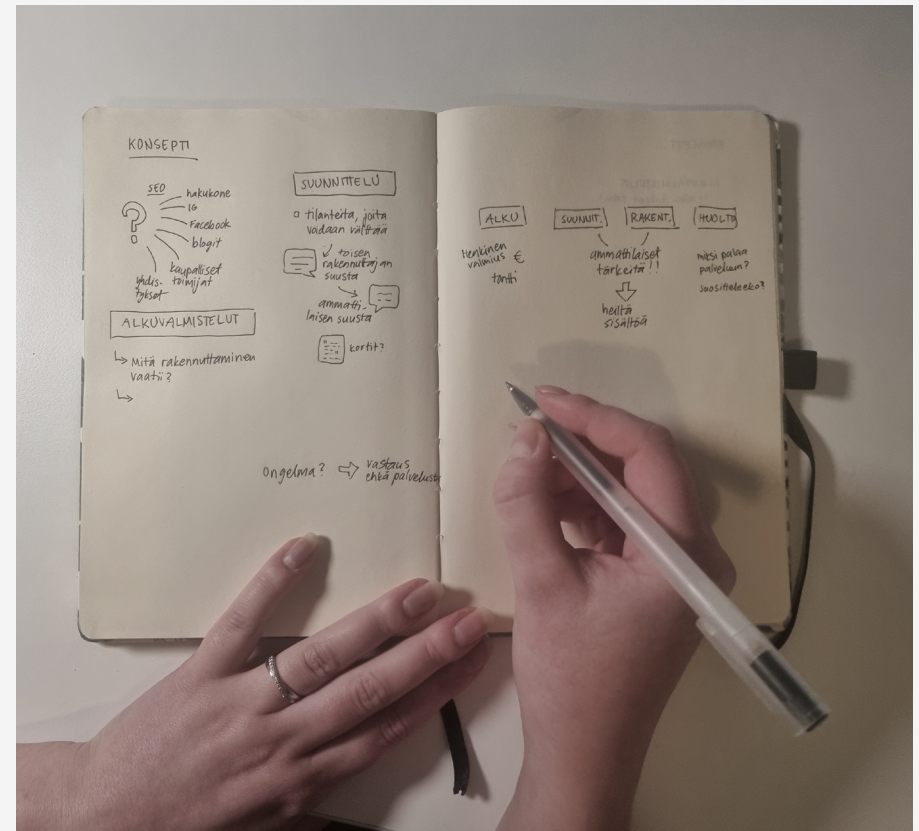
lä. Visuaalisen esitystavan suunnittelu sisältää palvelun läpi kulkevan yhtenäisen ilmeen määrittelyn, johon kuuluvat värimaailma, fontit, laadukkaat kuvat ja sivuston elementtien selkeä jäsentely. Visuaalisuuden lisäksi miellän, että laadukkuuden tuntemus kulkee käsi kädessä hyvän käyttäjäkokemuksen kanssa. Laadukkuuden tunnetta haetaan myös siitä, että palvelu on mietitty juuri käyttäjiä varten, jotta heidän ei itse tarvitse käyttää aikaa oleellisen tiedon selvittämiseen ja etsimiseen. Käyttäjälle keskitytään luomaan visuaalisesti selkeä ja jäsenneilty polku kulkea. Jos palvelu ei ole hyödyllinen käyttäjille, se ei todennäköisesti välitä myöskään laadukkuuden tunnetta. Tästä syystä myös sisällön osuvuus ja sen esittäminen kohderyhmän tarpeisiin on tärkeässä roolissa suunnittelussa.

6. SUUNNITTELUPROSESSI



6.1 Luonnostelu

Luonnostelu aloitettiin suunnitteluohjureiden määrittämisen jälkeen, eli tuplatimantin kolmannessa vaiheessa nimeltä kehittä. Ratkaisuja lähdettiin ideoimaan ilman kriittistä ajattelua taustatutkimuksessa havaittuihin ongelmakohtiin suunnitteluohjurit huomioiden. Jo tutkimusvaiheessa esiin oli tullut ideoita, jotka kirjoitettiin silloin lapuille muistiin tätä luonnosteluvaihetta varten. Nämä ideat tulivat tässä kohtaa mukaan käsittelyyn. Ideoita kirjoitettiin ja piirrettiin alkuun käsin paperille, minkä avulla alkoi hahmottua ehdotuksia ja yksityiskohtia palvelulle. Viimeisenä luonnostelun osana ideoita käytiin läpi kriittisemmin valikoiden niistä toteutuskelpoisimmat lisätutkiskeluun. Luonnosteluvaiheen lopuksi oli hahmoteltuna useita erilaisia tilanteita, joita käyttäjä kokee palvelun yhteydessä, ja niiden pohjalta lähdettiin suunnittelemaan palvelupolkua.



Kuva 37. Luonnostelu (Vepsä 2025).

6.2 Palvelupolku

Palvelupolun (ks. taulukko 2) hahmottaminen alkoi luonnostelun pohjalta tulleista ideoista, joista rakennuttajat voisivat hyötyä suunnitteilla olevasta palvelusta. Palvelupolku jaettiin ensin kolmeen osaan sen mukaan, milloin käyttäjä on tekemisissä palvelun kanssa: ennen, aikana ja jälkeen. Käyttäjän kulkeman polun vaiheista arvioitiin hänen tavoitettaan, toimintaansa ja kokemustaan. Jokaiseen vaiheeseen listattiin myös kontaktipisteet, joiden kautta käyttäjä on palvelun kanssa yhteydessä. Alimmalle sarakkeelle kirjoitettiin huomioita palvelulle kuhunkin vaiheeseen liittyen. Kokonaiskuvan kannalta oleellisia palvelutuokioita tuli yhteensä kahdeksan. Nämä palvelutuokiot keskittyvät erityisesti ennen- ja aikana-vaiheeseen, jolloin rakennuttaja etsii tietoa talon rakentamisesta, löytää palvelun ja hyödyntää sen sisältöä. Palvelupolun auki kirjoittaminen havainnollisesti käyttäjän kannalta tärkeimpiä palvelun tarjoamia sisältöjä.

Taulukko 2. Palvelupolku (Vepsä 2025).

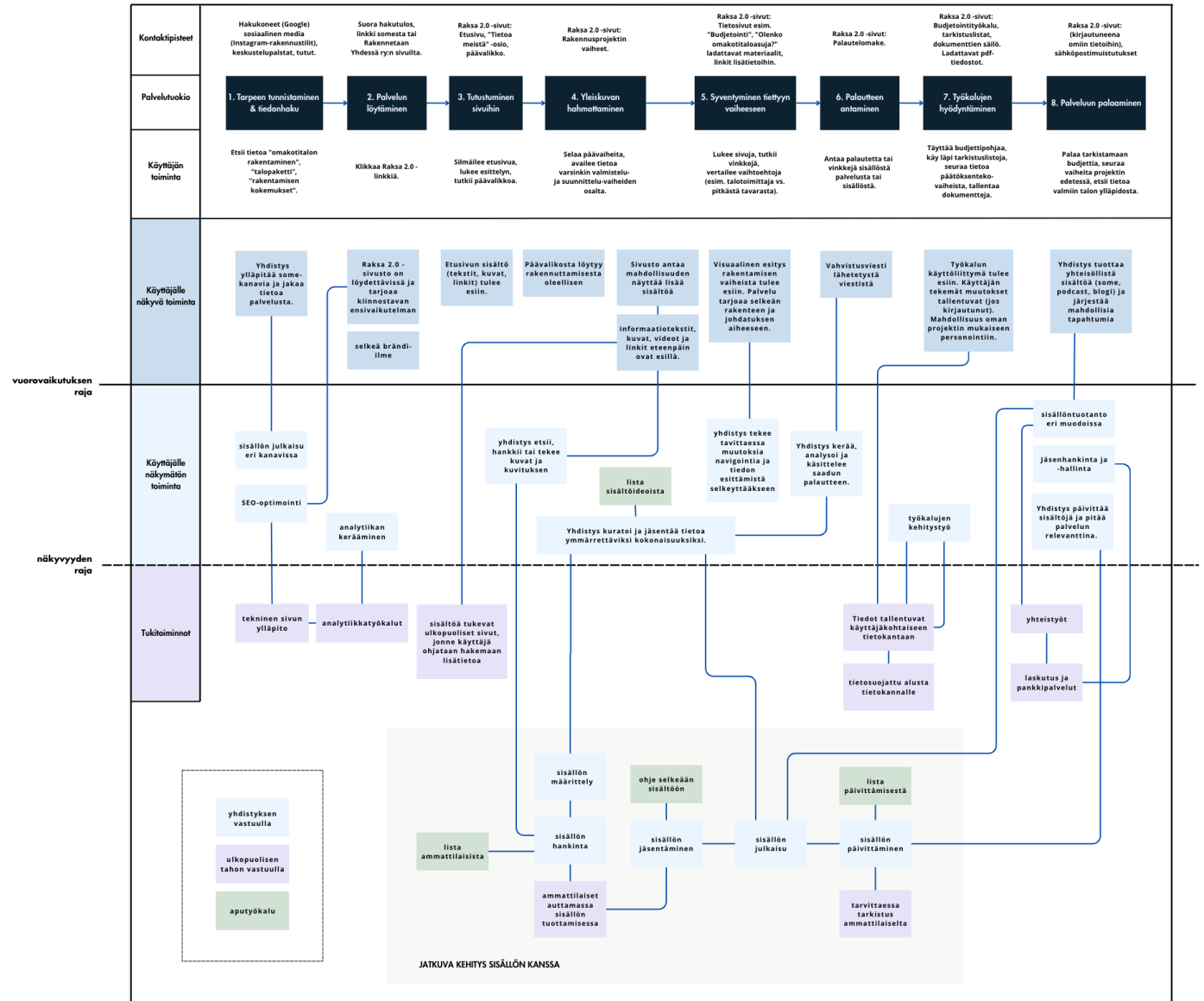
	ENNEN		AIKANA				JÄLKEEN	
Kontaktipisteet	Hakukoneet (Google) sosiaalinen media (Instagram-rakennustilit), keskustelupalstat, tutut.	Suora hakutulos, linkki somesta tai Rakennetaan Yhdessä ry:n sivuilta.	Raksa 2.0 -sivut: Etusivu, "Tietoa meistä" -osio, päävalikko.	Raksa 2.0 -sivut: Rakennusprojektin vaiheet.	Raksa 2.0 -sivut: Tietosivut (esim. "Budjetointi", "Olenko omakotitalosuja?"), mahdolliset ladattavat materiaalit, linkit lisätietoihin.	Raksa 2.0 -sivut: Palautelomake.	Raksa 2.0 -sivut: Budjetointityökalu, t arkistussivut, dokumenttien säiliö (konseptitasolla). Ladattavat pdf-tiedostot.	Raksa 2.0 -sivut: (kirjautuneena omiin tietoihin), (sähköpostimuitutukset?)
Palvelutuokio	1. Tarpeen tunnistaminen & tiedonhaku	2. Palvelun löytäminen	3. Tutustuminen sivuihin	4. Yleiskuvan hahmottaminen	5. Syventyminen tiettyyn vaiheeseen	6. Palauteen antaminen	7. Työkalujen hyödyntäminen	8. Palveluun palaaminen
Käyttäjän tavoite	Perheen tarpeisiin sopivaa taloa ei löydy valmiina, joten etsii tietoa rakentamisesta	Löytää luotettava ja kattavan tietolähde.	Saada nopeasti käsitys, onko palvelu hänelle hyödyllinen.	Ymmärtää rakennusprojektin päävaiheet ja tarvittavat resurssit.	Saada yksityiskohtaista tietoa ajankohtaisesta vaiheesta (esim. tontin hankinta, budjetointi).	Vaikuttaa palvelun kehitykseen, jakaa puuttuvan sisällön.	Saada konkreettista apua suunnitteluun ja seurantaan.	Tarkistaa tietoja myöhemmissä vaiheissa, käyttää huoltokirjaa.
Toiminta	Etsii tietoa "omakotitalon rakentaminen", "talopaketti", "rakentamisen kokemukset".	Klikkaa Raksa 2.0 -linkkiä.	Silmäilee etusivua, lukee esittelyn, tutkii päävalikkoa.	Selaa päävaiheita, avaa tietoa varsinkin valmistelu ja suunnittelu -vaiheiden osalta.	Lukee sivuja, tutkii vinkkejä, vertailee vaihtoehtoja (esim. talotoimittaja vs. pitkästä tavarasta).	Antaa palautetta palvelusta tai sisällöstä.	Täyttää budjettipohjaa, käy läpi tarkistuslistoja, seuraa tietoa päätöksenteko-vaiheista, tallentaa dokumentteja.	Palaa tarkistamaan budjettia, seuraavaa vaihetta, etsii tietoa valmiin talon ylläpidosta.
Kokemus (oletus)	Hämmennytyn, epävarma, ehkä hieman ahdistunut tiedon määrästä.	Uteliias, toiveikas.	Kiinnostunut, "Onko tästä hyötyä minulle?"	Positiivinen kokemus rakentamisen vaiheiden hahmottamisesta. Ehkä hieman helpottunut, mutta samalla tietoinen työn määrästä.	Keskittynyt, oppiva. Turhautunut, jos tieto on huonosti jäsennelty. Harmistunut, jos oleellista sisältöä ei löydy.	Iloinen, että saa auttaa muita ja osallistua sisällön laajentamiseen. Harmistunut, ettei itse ehdi hyötystä sisällöstä.	Aktiivinen, järjestelmällinen. (Paljon päätöksiä yhtäaikaan saattaa turhauttaa.)	Luottavainen projektin menevän onnistuneesti maaliin, tottunut projektin hallintaan.
Huomioita palvelulle	Hakukonenäkyvyys (SEO). Selkeät julkaisut somessa, jotka korostavat palvelun hyötyä ensikertalaiselle.	Selkeä ja houkutteleva kuvaus palvelusta hakutuloksissa.	Etusivulta heti ensi näkemältä selviää, mistä on kyse. Intuitiivinen navigointi.	Selkeä visuaalinen esitys projektin vaiheista (esim. infografiikka, interaktiivinen aikajana). Avainasemassa aiheiden kategorisointi käyttäjän ymmärtämällä logiikalla.	Hyvin jäsennelty sisältö: välitiskot, listat, kuvat, videot. "Muista nämä" / "Tiivistelmä" -laatikot. Mahdollisuus tallentaa/merkitä sivuja. Selkeät linkit eteenpäin (esim. kunnan sivuille).	Helppo ja matalan kynnyksen palautekanava. Kiitos palautteesta.	Helppokäyttöiset ja muokattavat työkalupohjat. Mahdollisuus personointiin ja omien tietojen tallentamiseen (vaatii kirjautumisen).	Mahdollisuus tallentaa projektin eteneminen. Muistutukset tärkeistä virstangyväistä tai päätöksentekovaiheista. Hyödyllistä sisältöä myös asumisen ja ylläpidon vaiheisiin.

rakennuttamisen ohittaminen

6.3 Service blueprint

Palvelupolun pohjalta aloitettiin service blueprint -kaavion eli palveluketjuanalyysin kokoamista. Käyttäjän kulkema polku auttoi havainnollistamaan koko palveluketjun eli käyttäjän lisäksi palveluntuottajan ja yhteistyökumppaneiden roolin palvelun ylläpitämisessä. Nämä roolit merkittiin blueprint-kaavioon eri väreillä, jotta on helpompi ymmärtää vastuut kunkin tapahtuman vaiheessa. Sininen väri kertoo vastuun olevan palveluntuottajalla eli Rakennetaan Yhdessä ry:llä ja violetti väri viestii muun ulkoisen tahon avusta palvelun tuotannossa. Vihreällä värillä merkityt osat ovat aputyökaluja, jotka palveluntuottaja on tehnyt avuksi nopeuttamaan vaiheen toimintaa. Poikkiviivat kertovat, mitkä osat näkyvät käyttäjälle ja mitkä toiminnot puolestaan tapahtuvat taustalla. Kaavioon merkittiin myös, miten sisältöä päivitetään ja lisätään, koska jatkuva kehittäminen on tietopalvelussa isossa roolissa.

Taulukko 3. Service blueprint -kaavio (Vepsä 2025).



6.4 Sisällön määrittely

Sisällön määrittelyssä lähdettiin liikkeelle palvelupolkua ja samankaltaisuuskaaviota tutkimalla. Sieltä otettiin olennaiset ongelmakohdat ja kysymykset, joihin rakennuttaja haluaa mahdollisesti vastauksia jossain vaiheessa projektia. Etsittiin myös googlen hakutuloksista, minkälaisia kysymyksiä rakentamisesta haetaan eniten. Taulukon 4 täyttämistä olisi voinut jatkaa vaikka kuinka pitkälle, koska rakennusprojekti on todella laaja aihealue ja se kattaa useita isoja ja pieniä kategorioita alleen. Tästä syystä sisällön määrittelemisessä keskityttiin ensisijaisesti taustatutkimuksesta selkeästi esiin tulleisiin teemoihin ja projektin alkupuolen haasteisiin. Taulukkoon lisättiin vielä kaksi omaa kategoriaa: sisällön tärkeys ja toteuttamisen helppous. Näihin oli tarkoitus vastata asteikolla 1–3, jossa numero yksi tarkoittaa tärkeää ja helppoa, kun taas numero kolme tarkoittaa ei akuuttia ja työlästä. Prototyyppiä ajatellen keskityttiin kategorialtaan helppoihin ja tärkeisiin. Vasta, kun sisällön rakennetta on testattu käyttäjien kanssa, voidaan lähteä lisäämään ja suunnittelemaan enemmän sisältöä taulukkoa apuna käyttäen. Taulukosta jää suurin osa opinnäytetyön jälkeiseen suunnitteluun, mutta se auttaa jo nyt hahmotta-

maan erilaisia tarvittavia sisältöjä. Koska yhdistys oli taustatutkimuksessa kuvannut huolen siitä, että sisällön päivittämiseen on vain vähän resursseja, heille koottiin avuksi prosessikuvaus. Prosessikuvauksen on tarkoitus havainnollistaa, miten uutta sisältöä on tarkoitus määrittää ja kerätä jatkossa. Se muodostettiin sisällön määrittely -taulukon avulla ja siinä keskityttiin yhdistyksen näkökulman esiin tuomiseen palvelun ylläpitämisessä. Taulukkoa 5 täytettiin ilman rakennusalan ammattilaisen apua, joten tiedon etsimiseen ja päivittämiseen liittyviin saarekkeisiin oli

hankala tietää oikeita tilanteita vastaavia vastauksia. Siitä huolimatta taulukko täyttyi yllättävän rivakasti ja se selkeytti hyvin tiedon keräämiseen tarvittavia osia. Tämän jälkeen oli helppo miettiä seuraavaan vaiheeseen tarvittavia sisällöllisiä aiheita korttilajittelun kortteihin. Taulukon pohjalta saatiin mahdollisesti myös jatkoa ajatellen hyödyllinen työkalu (ks. kuva 38) yhdistykselle helpottamaan työkuorman jakamista sekä tiedon lisäämistä ja päivittämistä palveluun. Sen tarkoituksena on havainnollistaa tiedonkulkua palvelun kehittämisessä ja päivittämisessä.

Taulukko 4. Sisällön määrittely (Vepsä 2025).

Ensisijainen käyttäjäryhmä	Tiedontarve (mitä käyttäjät tarvitsevat, tyytyvät tai tavoittelevat)	Tarvitavat tietoelementit (vastaus tiedon tarpeeseen tai kysymykseen)	Mistä tai keneltä tieto saadaan	Päivittämisen tiheys	Sisällön tärkeys (1 tärkeä, 2 kohtalainen, 3 ei akuutti)	Toteuttamisen helppous (1 helppo, 2 keskimääräinen, 3 työläs)
Ensi kertaa rakennuttaja	Paljonko aikaa vaaditaan, vaikka tarkoituksena on ottaa valmis talopaketti?	Oman työskentelyn määrän avaaminen. Onko vaihtoehtona ottaa projektinjohto muualta tai mitä se vaatii, kun itse on vastuussa?	Talotoimittajilla, muiden rakennuttajien kokemuksista	Kerran.	2	1
Rakennuttaja, jolla pysyy vasara kädessä, mutta ei ole ammattilainen	Mitä voi lehdä itse säästääkseen rahaa? Mitkä hommat vaativat ammattilaisen?	Rakennuttajien kokemuksia omalla työllä säästämisestä, helpoimmasta haastavampaan. Lista, mitä ei ainakaan kannata tai saa lehdä itse.	Talotoimittaja ja muut rakennuttajat	Tarkista kerran 5 vuoteen?	2	2
Ensi kertaa rakennuttajat ja rakentajat	Rakennuttamisen kokonaiskuva	Rakennuttamisen selkeytetty versio, jossa on maallikoille ymmärrettävät termit ja vaiheet. Käyttäjälle pitäisi olla mahdollista avata tietoa sitä mukaa kuin haluaa edetä, ettei tule liikaa kerralla.	Rakennuttajat ja eri lähteet googlsta	Tarkista kerran 5 vuoteen?	1	2
Rakennuttajat ja rakentajat	Talopakettien vertailu	Vinkkejä ja konkreettisia huomioita, miten kannattaa lähestyä verrattavia talotoimittajien sisältöjä. Mistä hinnat koostuu paloitteilu.	Useampia talotoimittajia yhdessä, kokonut rakennuttaja	Kerran 6 kk	1	2
Rakennuttajat ja rakentajat	Suunnittelijoiden palveluiden vertailu	Vinkkejä ja konkreettisia huomioita, miten kannattaa lähestyä verrattavia suunnittelijoita. Mistä hinnat koostuu paloitteilu.	Parin sisustus suunnittelijan, arkkitehdin tai muun suunnittelijan kommentit	Kerran 6 kk	1	2
Ensi kertaa rakennuttajat ja rakentajat	Apua budjetointiin	Valmis taulukko, mistä rakennusprojektin budjetit usein koostuu. Täytettävä taulukko, jota voi muokata itselleen sopivaksi. Mahdollisimman yksityiskohtainen, jotta on hyötyä. Tieto mahdollisesti prosentteina.	Talotoimittajat, kunkin vaiheen asiantuntijat, etenkin pääsuunnittelija ja vastaava mestari osaavat varmaan vastata	Jos tieto saadaan prosentteiksi, päivittämistä ei vaadita kuin kerran vuoteen tarkistuksen.	1	3

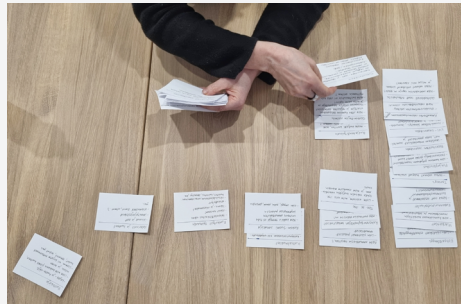


Kuva 38. Prosessikaavio (Vepsä 2025).

6.5 Korttilajittelu

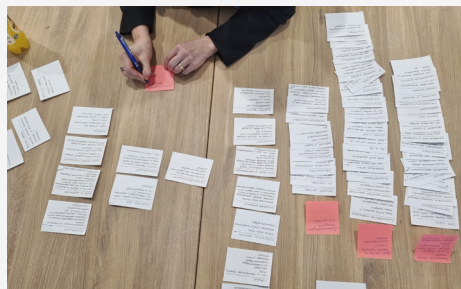
Korttilajitteluun valittiin kolme jo aiemmin rakennuttanutta henkilöä, jotka olisivat olleet potentiaalista palvelun hyödyntäjiä oman rakennuttamisprojektinsa aikana. Osallistujat olivat eri ikäluokista, rakennuttaneet eri aikoihin ja molemmat sukupuolet olivat edustettuina. Koska suunnitteilla on täysin uusi palvelu alalle, korttilajittelu pidettiin avoimena (ks. kuva 39). Lajiteltavia kortteja oli 62, jotka valikoituivat samankaltaisuuskaavion analyysin ja palvelupolun vaiheiden pohjalta. Jokaisessa kortissa oli aiheelle otsikko ja sen alla lyhyt selite, mistä aiheessa on kyse.

Korttilajittelu suoritettiin kasvotusten, osallistujat pyydettiin yksitellen lajitteluun ja heitä kehoitettiin ajattelemaan ääneen lajittelun yhteydessä. Lajittelijoille kerrottiin, että lajittelussa ei ole oikeita vastauksia, kortteja saa muokata sisällöllisesti, saman kortin saa laittaa useampaan kategoriaan sekä kortteja saa halutessaan poistaa, lisätä ja nimetä uudelleen. Lajittelun aikana havainnoitiin esimerkiksi ilmeitä ja lajittelun nopeutta. Välillä kysyttiin tarkentavia kysymyksiä, kuten "Miksi tämä kortti on hankala asettaa paikalleen?", "Miksi tämä kortti sopii mielestäsi näiden kanssa samaan kategoriaan?" ja "Miten olet ymmärtänyt kyseisen kortin sisällön?"



Kuva 39. Valokuva korttilajittelusta (Vepsä 2025).

Lopuksi korttilajitteluun osallistuneita pyydettiin nimeämään muodostuneet kategoriat (ks. kuva 40) ja perustelemaan logiikkansa sen taustalla. Lajittelun lopputuloksista otettiin valokuvat muistiin, jotta tuloksien vertailu olisi analysointivaiheessa helpompaa. Tuloksia vertailtiin muun muassa hyödyntäen similarity matrix -mallia (ks. taulukko 5), jossa tulokset laitettiin taulukkoon sen mukaan, kuinka moni osallistujista oli laittanut samat kaksi korttia samaan kategoriaan.



Kuva 40. Valokuva korttilajittelusta (Vepsä 2025).

Tulokset ja analyysi

Koska korttilajitteluun osallistui vain kolme henkilöä, numeerisen similarity matrix -taulukon sijaan enemmän painoarvoa laitettiin omille tulkinnoille osallistujien kommenteilta ja ääneen ajattelusta. Korttilajittelu auttoi hahmottamaan palvelun käyttäjien logiikkaa ajatella. Siitä selvisi, ettei ole yhtä oikeaa tapaa ymmärtää ja lajitella rakennusprojektin aiheita. Jokainen kolmesta osallistujasta lähti ajattelemaan kategorioita aikajärjestyksen mukaan vaiheittain, mutta he jäsentelivät ja nimesivät kategorioita toisistaan poikkeavilla tavoilla. Tämä oli korttilajittelun tärkein havainto palvelun valikon ja logiikan suunnitteluun, koska se vahvisti päälogiikan järjestellä sisältö rakennuttamisprojektin vaiheiden mukaan.

Lajitteluiden tuloksena huomattiin myös, että kaikki kolme painottivat suunnittelun merkitystä sekä ääneen ajattelussa, että kategorioiden nimeämisissä. Kuten myös taustatutkimuksessa kävi ilmi, eniten huomiota sisältöön kaivattaisiin suunnitteluvaiheeseen, koska siellä tehdyt päätökset ohjaavat eniten koko projektin onnistumisen.

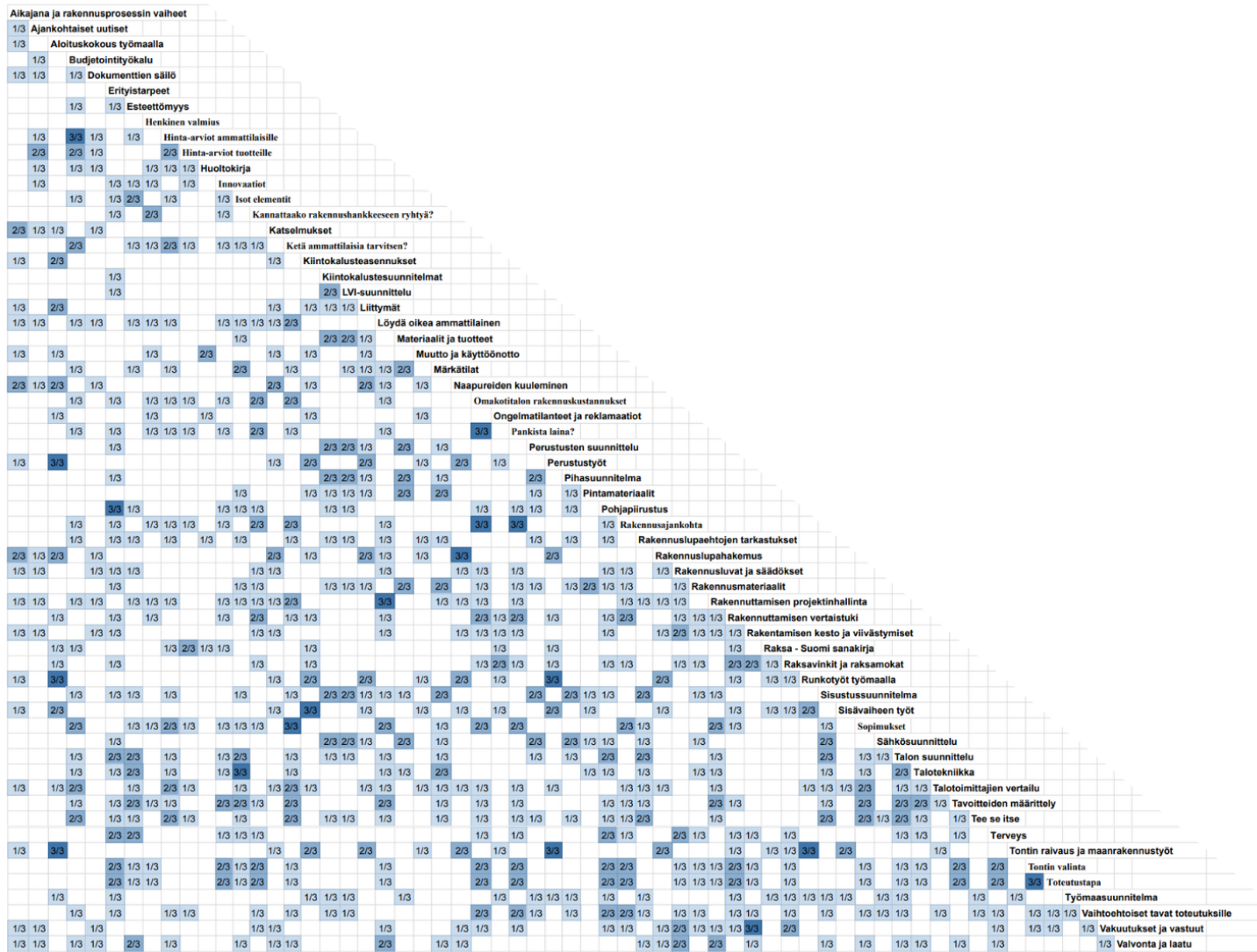
ta. Eli myös palvelun sisällön kannalta on perusteltua painottaa enemmän suunnitteluvaihetta kuin toteutusvaiheita. Kolmas huomio tuli similarity matrix -mallin havainnollistamana. Taulukon avulla selvisi, että kahdeksantoista korttiparia sopivat

kaikkien korttilajitteluun osallistujien mielestä toistensa kanssa samaan kategoriaan (taulukossa 3/3 tulos). Nämä aihealueet myös sisällytettiin palveluun samoihin kategorioihin. Suunnittelussa huomioitiin myös 2/3 tulokset, joissa kaksi lajittelijaa oli asettanut saman parin keskenään samaan

lut-kategoria voisi sisältää esimerkiksi avun budjetointiin, raksa-suomi -sanakirjan ja huoltokirjan.

Toinen yleishyödyllinen kategoria työkalujen lisäksi omaan valikkoon laitettavaksi olisi rakennuttamisen hallinnollinen puoli. Se voisi sisältää esimerkiksi paperityöt ja byrokratiaan liittyvät asiat, kuten dokumenttien säilön, katselmuksat, rakennusluvat, säädökset, projektinhallinnan, vakuutukset, vastuut sekä rakennuslupahakemukseen liittyvät toimenpiteet.

Korttilajitteluun osallistuneet ymmärsivät käytetyn terminologian ja jokaisen kortin aihealueen riittävän hyvin, joten tietämättömyys rakennuttamisesta ei vaikuttanut tuloksiin. Testauksessa pääsee sitten näkemään, toimiiko valittu logiikka myös alasta tietämättömille, jotka lähtevät selvittämään aihetta ensimmäistä kertaa. Korttilajittelun tuloksena saadut kategorioiden nimet auttavat tekemään palvelun otsikoista ja valikon sivujen nimistä käyttäjille mahdollisimman ymmärrettäviä.



Taulukko 5. Similarity matrix -malli (Vepsä 2025).

6.6 Rautalankamalli

Rautalankamalli (ks. kuva 41) toteutettiin havainnollistamaan, mitä sivuilta löytyy mistäkin kohdasta. Pääasiana oli näyttää kuvien, otsikoiden ja leipätekstien paikat sekä suunnitella rautalankamallia tehdessä samalla sivujen navigaatioita ja valikoiden toiminnallisuuksia. Malli rakennettiin luonnostelun omaisesti kynällä ja paperilla, jotta sitä on helppo muokata ja testata malliin erilaisia vaihtoehtoja. Rautalankamallin suunnittelussa hyödynnettiin käyttäjän näkökulmaa niin, että palvelupolku ja aiemmin hahmotellut tilanteet kulkivat vieressä mukana ja muistuttivat käyttäjälle olennaisista asioista. Käyttäjän huomioiminen auttoi tarkentamaan päävalikon alta avautuvan alavalikon rakennetta, kun siihen lisättiin kysymys kertomaan käyttäjälle, mitä tässä rakennuttamisen vaiheessa tapahtuu. Kysymyksen tarkoituksena on auttaa käyttäjää löytämään juuri hänen tilanteeseensa sopiva hyödyllinen tieto palvelun sisältä, ilman että aikaa kuluu alavalikon otsikoiden tulkintaan. Kaiken kaikkiaan rautalankamalli toimi hyödyllisenä pohjana prototyypille, jota käyttäjät pääsivät testaamaan. Tästä lisää luvussa 6.8 Testaaminen.

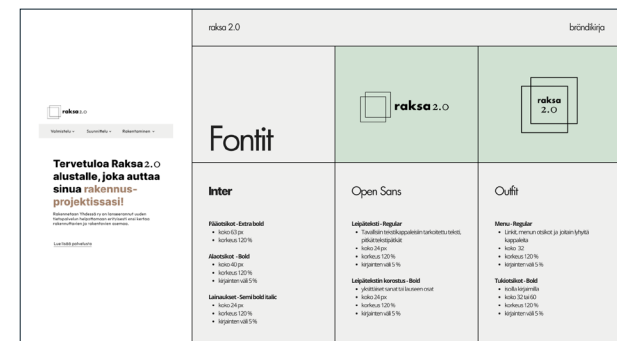
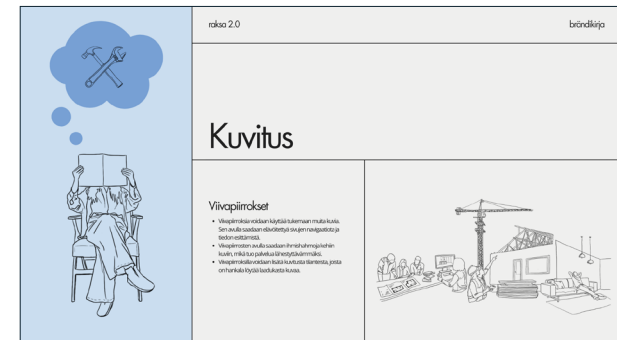
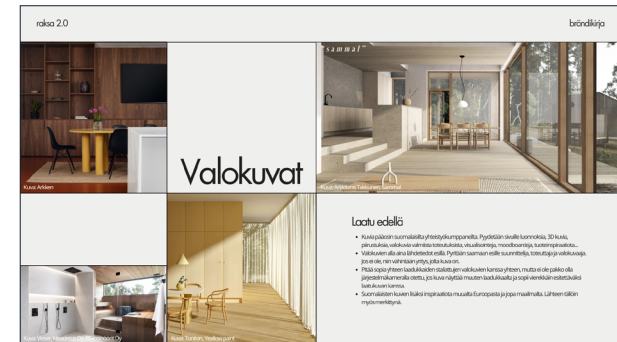
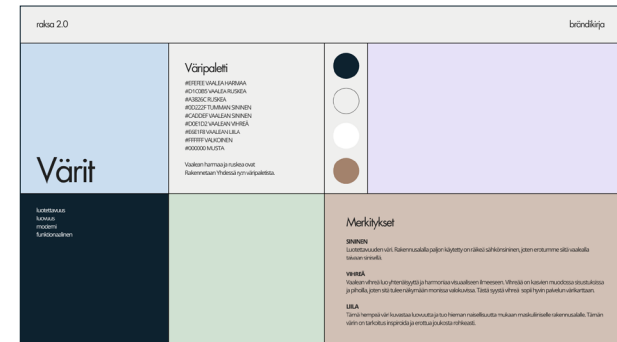


Kuva 41. Rautalankamalli (Vepsä 2025).

6.7 Visuaalinen ilme

Sekä teoriaan että Rakennetaan Yhdessä ry:n arvoihin pohjautuen palvelulle suunniteltiin visuaalinen ilme käyttöliittymälle tukemaan palvelun rakenteen selkeyttä. Visuaalisen ilmeen tarkoitus oli herättää henkiin edellisessä vaiheessa suunniteltu rautalankamalli. Palvelun visuaalisen ilmeen suunnittelu aloitettiin, kun rautalankamallin sivujen navigaatiot ja rakenne olivat paikoillaan. Tavoitteena oli pitää ilme selkeänä, tukevana elementtinä palvelussa liikkumiseen sekä tunnistettavana yhdistykselle kuuluvaksi. Näin ollen ensimmäinen visuaalisen ilmeen ohjuri tuli Rakennetaan Yhdessä ry:n omasta ilmeestä, josta otettiin inspiraatiota uuden palvelun fontteihin, väreihin, selkeälinjaiseen ilmavaan aseteltuun ja graafisiin viivapiiroksiin siellä täällä. Tarkoituksena oli näillä valinnoilla välittää modernia ja funktionaalista tunnelmaa. Yhdistyksen yksi erottautuvuustekijä rakennusalalla on visuaalisesti kaunis sisältö.

Rakennuttajahaastatteluista esille puolestaan nousi hyvälle palvelulle kuvaavaksi sanaksi *luotettavuus*, joten se valittiin yhdeksi ohjuriksi ilmeen suunnittelulle. Luotettavuutta tuotiin esille mahdollisimman selkeällä ja minimalistisellä ilmeellä, jotta pääkohde huomiolle on sisältö. Luotettavuutta kuvataan usein sinisen sävyillä ja koska kilpailijakartoituksesta selvisi, että suurimmalla osalla rakennusalan tietopalveluista ilmeessä on sähkönsininen, tähän palveluun valikoitui vaaleansininen taivaan väri (ks. kuva 42). Sinisen rinnalle tuotiin hillitty kaarnan ruskea, jota on hyödynnetty jo Rakennetaan Yhdessä ry:n värimaailmassa. Ruskean, vaalean harmaan ja pastellin vihreän valinta liittyi siihen, että suurin osa valokuvista suomalaisten kodeista on täynnä rusehtavaa puuta ja harmaan eri sävyjä sekä vihreitä kasveja ulko- ja sisätiloissa, joten on perusteltua käyttää samoja värejä hieman eri muunnelmilla luomaan harmoniaa. Nämä värit löytyvät myös Suomalaisesta tyypil-



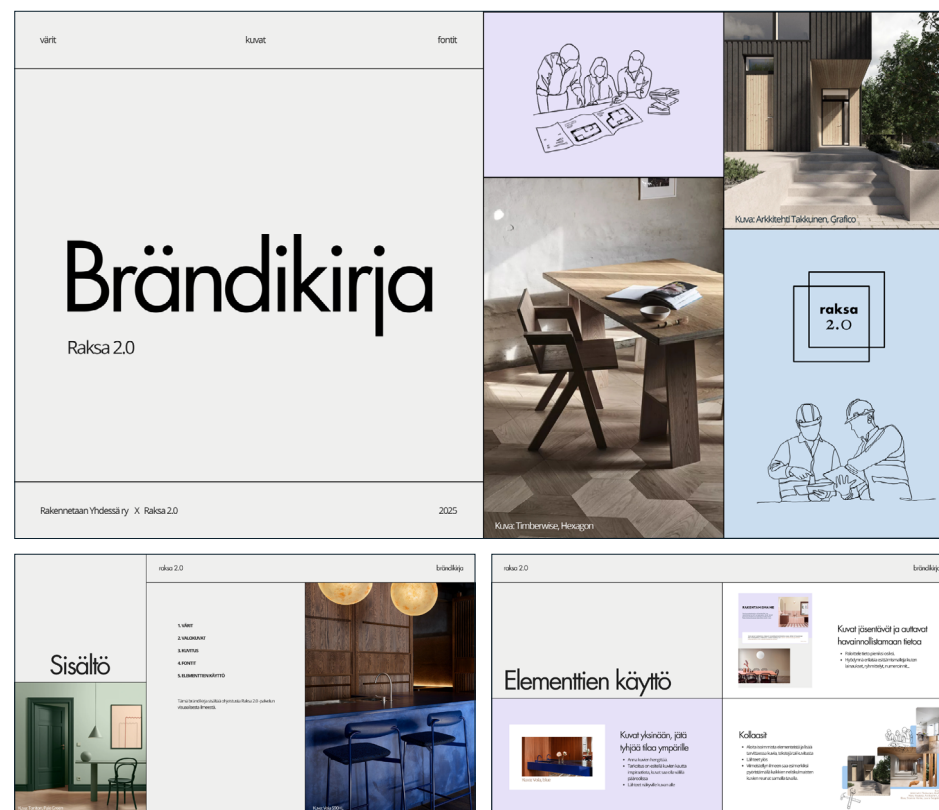
Kuva 42. Brändikirja (Vepsä 2025).

lisestä maisemasta ja ovat rauhoittavia katsoa pitkiäkin aikoja. Viimeiseksi väriksi valikoitui pastellinsävyssä violetti, koska haluttiin tuoda leikittelevyyttä, kauneutta ja hitusen naisellisuutta palveluun myös värein. Rakennuttamisen aikajana on jaettu aiemmissa suunnittelun vaiheissa kolmeen pääkohtaan: valmisteluihin, suunnitteluun ja rakentamiseen. Kullekin kategorialle valikoitui oma teemaväri helpottamaan sivustolla liikkumista ja tunnistamista, mistä aiheesta on kysymys milläkin sivulla. Esimerkiksi kaikki valmisteluun liittyvät aiheet ja niistä avautuvat sivut ovat osin vaaleanvihreällä toistuvuutta lisäämään.

Tarkoitus olisi saada valokuvia, mallinnuksia, havainnekuvia ja muita inspiroivia kuvia (ks. kuva 42) suomalaisilta yhteistyökumppaneilta liitettäväksi palveluun välittämään aitoja esimerkkejä suunnitelmista ja toteutuksista. Pääasia on, että kuvissa on tarpeeksi hyvä resoluutio ja se tarjoaa sisällöltään jotakin kiinnostavaa käyttäjille. Prototyypissä on ehdotuksia siitä, minkälaisia kuvia palveluun halutaan sisällyttää. Kuvien lisäksi Rakennetaan Yhdessä ry tuotiin tunnistettavaksi lisäämällä samanlaisia viivapiirroksia palvelun ilmeeseen (ks. kuva 42). Viivapiirustusten tarkoitus on tukea tekstejä ja lisätä nopeaa silmäiltävyyttä. Varsinkin kun potentiaalisten yhteistyökumppaneiden valokuvissa on harvoin näkyvissä ihmisiä, kuvitetut tilanteet ihmisten kanssa saattavat tuoda sivustoa helpommin lähestyttäväksi.

Visuaalinen ilme näkyy myös navigaatioissa pienten ikoneiden tai kuvakkeiden lisäämisenä silmäilyn tueksi. Otsikoihin on laitettu nuoli kertomaan käyttäjille alavalikon aukeamisesta ja alleviivaus kertomaan sen avautuvan linkkinä uudella sivulla. Hierarkiaa eli tärkeysjärjestystä on tuotu esille fonteilla ja niiden

koolla (ks. kuva 42). Tällaisilla pienillä yksityiskohdilla voidaan ohjata käyttäjää löytämään etsimänsä tehokkaasti. Lopputuotteena visuaalisen ilmeen ohjenuorat paketoitiin yhteen niin sanottuun brändikirjaan (ks. kuva 43) eli ohjeistukseen, miten visuaalisia elementtejä on tarkoitus hyödyntää palvelussa. Seuraavaksi on vuorossa prototyypin valmistelu testaukseen, jossa selviää, miten toimivaksi käyttäjät oikeasti kokevat sivuston visuaalisen ilmeen ja kokonaisuuden.



Kuva 43. Brändikirja (Vepsä 2025).

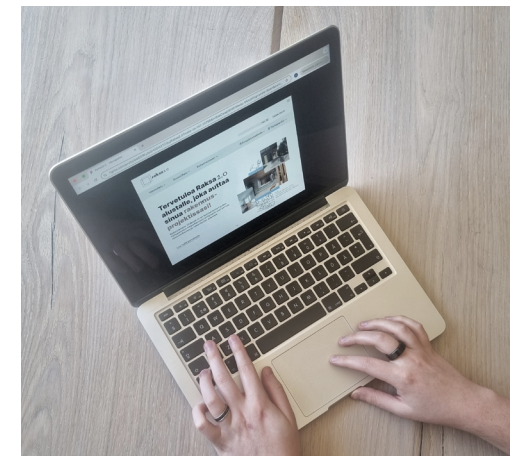
6.8 Testaaminen

Testaukseen saatiin osallistumaan kaiken kaikkiaan seitsemän henkilöä. Testaukset suoritettiin neljässä vaiheessa peräkkäisinä päivinä paikan päällä kannettavalla tietokoneella (ks. kuva 44). Ensimmäisessä erässä oli yksi testaaja, toisessa kaksi, kolmannessa kolme ja neljännessä yksi testaaja. Jokaisen vaiheen jälkeen prototyyppiä paranneltiin saatujen kommenttien perusteella. Testauksen rakenne oli kutakuinkin samanlainen jokaiselle testaajalle. Siinä toimittiin samoin kuin haastatteluissa eli uusien aiheiden esiintuloa pidettiin mahdollisena ja avoinna sen varalta, jos testaaja lähtee johdattamaan kulkua kiinnostuksensa mukaan aiheisiin, joita ei muuten osaisi ottaa huomioon. Testaajille kerrottiin aluksi selkeästi, ettei tässä testata ja tarkisteta heidän osaamistaan vaan ainoastaan palvelun toimintaa. Ajatuksena oli, että kyseinen lause saattaa rentouttaa heidät pois ”pakko onnistua” -mentaliteetista. Toinen asia, mikä tuotiin esille testaajille heti alkuun oli se, että tämän hetken versio ei ole valmis sivusto, vaan se on alkuvaiheen konsepti ja sitä tullaan muuttamaan lisää kehityksen aikana. Tämän johdattelun jälkeen testaajille annettiin lupa kommentoida ja kritisoida palvelusta kaikkea, mitä mieleen tulee.

Heitä pyydettiin myös ajattelemaan ääneen prototyyppiä tutkiessa.

Testauksen rakenne alkoi etusivun silmäilyllä ilman, että vielä koskettiin mihinkään. Samalla kysyttiin, että mitä testaaja luulee näkymän perusteella palvelusta löytyvän. Sen jälkeen pyydettiin kertomaan, mistä kohdista voi hänen mielestään klikata ja mitä sieltä alta mahdollisesti löytyy. Näillä kysymyksillä pyrittiin selvittämään, toimii-ko käyttäjien logiikka samalla tavalla kuin palvelu on rakennettu ja onko kategorioiden alla tietoa, mitä käyttäjät haluavat sieltä löytyvän. Tämän jälkeen testaaja sai vapaasti lähteä liikkeelle kohdasta, mikä kiinnosti eniten. Samalla havainnoitiin ilmeitä, eleitä ja liikkumisen sujuvuutta. Jos testaajan oli hankala lähteä itsenäisesti käymään läpi sisältöä, hänelle annettiin tehtäväksi tarinallinen tilanne rakennusprojektin vaiheesta, jonka pohjalta testaaja pääsi etsimään tilanteeseen sopivaa sisältöä palvelusta. Tällöin havainnoitiin, lähtisikö testaaja ajattelemaan ratkaisua samalla tavalla, kuin suunnittelija on sen ajatellut. Lopuksi, kun sisältö oli käyty läpi, testaajalta kysyttiin noin viisi tarkentavaa kysymystä käytöstä ja käyttäjäkokemuksesta. Niihin kuului esimer-

iksi: *“Kävikö selväksi, mitä palvelu pitää sisällään ja miksi se on olemassa?”*, *“Mitkä visuaaliset ominaisuudet tukivat tai häiritsevät palvelussa liikkumista ja havainnointia?”*, *“Oliko kohtia, joissa oli liikaa tai liian vähän tietoa kerralla näkyvissä?”*, *“Mikä tekisi käyttäjäkokemuksesta vielä paremman?”* ja *“Suosittelisitko sivustoa ensi kertaa rakennuttamista pohtiville tutuillesi ja miksi?”* Viimeisenä pyydettiin kuvailemaan palvelua kolmella sanalla. Tavoitteena oli testausten avulla päästä kokeilemaan käytännössä, miten ymmärrettävästi tietoa on jaoteltu sivuille, onko navigoiminen palvelussa selkeää ja mikä tekisi käytöstä vielä käyttäjäystävällisemmän.



Kuva 44. Teustaustilanne (Vepsä 2025).

1. Testauskierros

Testaukseen osallistui ensimmäisenä jo useamman taloprojektin rakentanut konkari. Tavoitteena oli havainnoida liikkumisen helppoutta ja otsikoiden nimien selkeyttä. Testauksen ansiosta saatiin yksityiskohtaista tietoa siitä, mitä kyseinen testaaja olisi rakennusprojektin aikana etsinyt palvelusta ja mitä hän piti tärkeänä. Prototyypistä löytyi kaikki tärkeimmät aihepiirit, mutta lisäyksiä ja muutoksia otsikoiden nimiin tuli useampi. Päävalikon rakennusprojektin vaiheista kertovien kategorioiden alle alavalikkoon lisättiin tämän testauskierroksen jälkeen kysymysten rinnalle kuvaava teksti kertomaan, milloin kyseinen vaihe on ajan-kohtainen. Testaaja osallistui suunnitteluun kertomalla näkemyksensä tärkeimmistä rakennusprojektin vaiheiden virstanpylväistä, jotka todennäköisesti jokainen projekti sisältää. Nämä vakuuttivat perusteluineen, joten prototyyppiin lisättiin alavalikkoon tekstit ”ennen tontin hankintaa”, ”kun sinulla on tontti” ja ”kun rakennuslupa on myönnetty”. Tarkoituksena seuraavissa testauksissa selvittää, ovatko kategoriat sen avulla helpompia hahmottaa. Testaajan kolme kuvaavaa sanaa palvelulle olivat **ammattimainen, selkeä ja kaunis**.

2. Testauskierros

Toisella testauksen iteraatiokierroksella oli kaksi rakentajaa, jotka olivat rakentaneen paljon itse projektin aikana. He tulivat testaukseen vuoron perään, eikä prototyyppiä muutettu tässä välissä. Testauksissa keskityttiin prosessin hahmottamiseen ja tietojen ymmärrettävään ryhmittelyyn. Testaajat peilasivat palvelusta löytyviä tietosisältöjä oman projektin aikaiseen tiedontarpeeseen, mikä tuki sisällön osuvuutta. Testauksen jälkeen muutosta tehtiin muutamaa sanaalintaan, siirrettiin etusivulta pois liian hallitseva Aikajana-nappula ja lisättiin sivustolla liikkumisen tueksi linkkipolku menun alle, jotta käyttäjä pääsee takaisin samaa reittiä etusivulle. Pelkkä logon klikkaaminen ei näyttänyt olevan riittävän selkeä vihje etusivulle pääsystä. Lisätty linkkipolku tulee olemaan tärkeämpi, mitä enemmän sisältöä palvelusta löytyy, jotta käyttäjät hahmottavat kokonaisuutta ja liikkumista entistä paremmin. Testaajien kolme palvelua kuvaavaa sanaa olivat **informatiivinen, miellyttävä ja visuaalinen** sekä **tyylikäs, käytännönläheinen ja ohjaava**.

3. Testauskierros

Kolmannessa testausvuorossa oli peräkkäin kolme testaajaa erilaisilla taustoilla. Ensin oli rakennuttaja, joka oli ottanut talopakettin. Siinä keskityttiin tiivistämiseen, oleellisen sanoittamiseen ja häiriöiden poistamiseen. Testauksen aikana saatiin paljon rehellistä palautetta siitä, mitkä otsikoiden nimistä herättävät kiinnostuksen klikkaamaan ja mitkä taas testaaja ohittaisi kokonaan. Kiinnostusta herättäneet otsikot olivat lähes kaikki juuri niitä, mitä palvelussa halutaankin korostaa, kun taas nämä ohitetut otsikot olivat enemmän pääsisältöä tukevaa sisältöä, joten tässä konseptin alkuvaiheessa niiden ohittaminen ei haitannut. Testauksen jälkeen termi rakennuttaja muutettiin selkeyden vuoksi rakentajaksi, koska se oli jo aiemmissa testauksissa hämmentänyt testaajia, että kenelle sivusto on oikein suunnattu. Rakentaja termiin päädyttiin, koska alkuun tietämättä aiheesta juurikaan, käyttäjät ajattelevat todennäköisesti olevansa rakentaja, koska vielä ei ole tullut vastaan, mitä rakennuttaminen edes tarkoittaa. Ja toinen tätä muutosta tukeva perustelu on, että testausten perusteella sivustosta on hyötyä myös rakentajalle, joka todennäköisesti todellakin tietää olevansa rakentaja, eikä rakennuttaja. Eli selvyiden

vuoksi nämä kaksi termiä voidaan avata ainakin Termistö ja sanakirja -sivulla. Tällä muutoksella pyrittiin parantamaan palvelun sisällön ymmärtämistä. Myös kuvia pienennettiin, koska testaaja koki ne liian häiritsevinä. Kolme kuvaavaa sanaa kuvaamaan palvelua olivat **selkeä, auttava** ja **tietopankki**.

Kolmannen testauskierroksen toinen testaaja oli vasta aloittamassa lainaneuvotteluja ja ensi kertaa pohtimassa rakentamista. Hän ei ollut etukäteen tutustunut rakentamisprojektin vaiheisiin, joten testaaja oli palvelun ensisijaista kohderyhmää. Testauksen jälkeen taas muutama termi meni vaihtoon, esimerkiksi "Talotoimittaja vai paikalla rakentaminen" -otsikko muuttui muotoon "Talopaketti vai pitkästä tavarasta rakentaminen", jotta se on ymmärrettävämpi maallikolle. "Projektin johtaminen" -otsikko taas muuttui muotoon "Projektin johtajaksi?", ettei sillä tarkoiteta niinkään ammattilaisten mukaan valintaa, vaan onko itse rakennuttajasta projektin johtajaksi. Muuten sisällöt olivat ymmärrettäviä ja navigointi sujui ongelmitta. Palautteeksi tuli, että on mahdotonta eksyä, koska koko ajan oli selvää missä on ja mistä pääsee mihin-

kin. Visualisoinnit ja tekstien pilkkominen lyhyisiin osiin saivat kiitosta, sillä ne helpottivat aiheeseen tutustumista henkilölle, jolla on keskittymisvaikeuksia. Tämän testauksen saaman palautteen pohjalta muutettiin päävalikon kokoa pienemmäksi suhteessa sen yläpuolelle jäävään tyhjään tilaan, koska valikko on usein sivuilla pienempi kuin logolle annettu tila. Testaaja kuvasi palvelua sanoilla **selkeä, kaikille sopiva** ja **innovatiivinen**. Innovatiivisella hän viittasi projektinhallintatyökalun potentiaaliin, kun se saadaan seuraavien iteraatioiden jälkeen interaktiiviseksi. Aloittelijaystävällinen oli myös sana, joka toistui läpi testauksen.

Kolmannen testauskierroksen neljäs eli kierroksen viimeinen testaaja on rakentanut paljon itse ja tuntee rakennusalan hyvin, vaikkei olekaan suoraan sen alan ammattilainen. Testauksessa havainnoitiin, sosisiko palvelu myös jo harjaantuneelle rakentajalle avuksi. Lopputulemana lyhyt vastaus on kyllä ja varsinkin projektinhallinta-sivun interaktiiviseksi kehittäminen helpottaisi dokumenttien tallentamista ja aikajanan vaiheiden seuraamista. Pienillä lisäyksillä kuten videoilla, joissa kerrotaan mitä ja miten voit tehdä itse jotakin, sekä lisäämäl-

lä enemmän kokemuksia rakennuttajilta ja ammattilaisilta toisivat ainakin kyseiselle testaajalle lisäarvoa. Sivujen alhaalla olevat tiivistelmät kiinnittivät testaajan huomion ja hän piti erityisesti siitä, että voi lukea kiteytyksen pitkän tekstiosuuden jälkeen. Tämän rinnalle tuli ehdotuksena lisätä "muista tarkistaa nämä" tai "3 pahinta asiaa, mitä voi mennä pieleen tässä vaiheessa" -tyyliset listat. Tällaiset listat voisivat olla hyödyllisiä sivuilla, joissa päästään pureutumaan jo pintaa syvemmälle aiheisiin. Testauksen jälkeen tuli korjattua pari kielioppivirhettä, ja lisättiin linkki, jotta rakentamisen vaiheisiin keskittyvien sivujen alaosista pääsee suoraan klikkaamalla edelliseen tai seuraavaan vaiheeseen. Muuten sisältö oli palautteen mukaan hyvä sellaisenaan ja navigoiminen oli helppoa. Kolme kuvaavaa sanaa palvelulle olivat **monipuolinen, selkeä** ja **helppokäyttöinen**.

4. Testauskierros

Neljännelle testikierrokselle osallistui vain yksi testaaja, joka tulee täysin alan ulkopuolelta, eikä tiedä rakennuttamisesta tai rakentamisesta mitään. Hänen kohdallaan testauksessa seurattiin termien ymmärrettävyyttä, navigaatiota ja logiikkaa ajatella rakennusprojektia. Hänen mukaansa Projektinhallinta- ja Tietopankki-sivujen sisällöt voisivat löytyä myös rakennusvaiheiden alta oikeasta kohdasta, mutta on hyvä että ne ovat myös omina kategorioinaan helposti löydettävissä. Kuitenkin hänelle oli vielä hieman epäselvää, milloin näiden sivujen sisältöjä hyödyntää, koska hän ei vielä osaa sanoa projektin kulusta mitään. Toinen asia, mitä testaaja jäi kaipaamaan, oli tarinallisempaa lähestymistä niin, että tultaessa esimerkiksi valmistelusta suunnitteluun, sivulla näkyisi jokin kiteytys, mitä on hyvä olla tehtynä, kun jatketaan tähän kategoriaan. Eli toistoa asioista, koska tietoa voitulla muuten paljon muistettavaksi. Testaaja halusi jo heti sivun alkuun pari lausetta, joissa kerrotaan, mitä vaihe tulee sisältämään. Näihin tehtiin pieniä muutoksia, jotta tieto olisi vielä selkeämmin esillä ja muistettavissa. Kuitenkin kiteytykset sivujen alkuun jätettiin vielä lisäämättä, koska siihen oli yhdessä aiemmassa testauksessa tullut

päinvastainen mielipide, jossa haluttiin karsia ylimääräistä toistoa. Tähän vaadittiin lisää testaajia, jotta mahdollisimman monelle löydetään sopiva vaihtoehto. Kaiken kaikkiaan navigaatio oli onnistunut ja testaaja löysi nopeasti oikeaan paikkaan, vaikkei omien sanojensa mukaan muistanut enää, miten sinne päästiin. Testaaja kuvasi lopuksi palvelua sanoilla **helppo, selkeä ja jäsennelty**.

Toistuvat teemat testauksissa

Kaikki testaajat olivat yhtä mieltä siitä, että palvelun sisällöstä ja miksi palvelu on olemassa sai selkeän käsityksen jo heti ensimmäisellä vilkaisulla. Varsinkin kun sivuja oli ehtinyt hetken tutkia, aihe avautui riittävästi, eikä se tarvinnut lisää tarkennuksia. Kaikki jo rakennuttaneet testaajat toistivat sitä, kuinka helpottava tällainen palvelu olisi ollut oman rakennusprojektin aikana, kun taas he, jotka eivät vielä ole rakennuttaneet, sanoivat ehdottomasti hyödyntävänsä ja tarvitsevansa tällaista palvelua, kun aika on ajankohtainen. Kaikki testaajista olivat valmiita suosittelemaan palvelua eteenpäin tuttavilleen, kunhan sinne saadaan tietosisällöt paikoilleen. Perustelu palvelun hyödyllisyydelle oli yksimielinen: koska tieto löytyy palvelun ansiosta helposti yhdestä paikasta.

Testausten aikana testaajat vaikuttivat yllättyvän positiivisesti useasta eri aiheesta. Esimerkiksi projektinhallinta-sivulta löytyi hintavertailua, jota ei olisi itse osattu sinne laittaa, mutta on kuulemma hyvässä paikassa. Toinen esimerkki oli päävalikon navigaatio, ettei se pakota poistumaan heti etusivulta pois, vaan avaakin yllättäen ensin alavalikon, josta voi ensin nähdä, mitä aihe-

ta kategoria sisältää. Navigaation selkeys päävalikossa sai paljon hyvää palautetta jokaiselta testaajalta.

Ainoa selkeä teema, joka jakoi eniten mielipiteitä oli palvelussa sieltä täältä löytyvät lainaukset. Lainauksia oli otettu haastateluista sekä rakennuttajilta että ammattilaisilta ajatuksena tuoda mielenkiintoa sisältötyyppeihin ja tuoda esiin aitoja kokemuksia toteutuneista ongelmista ja onnistumisista. Tätä eivät kaikki testaajat ymmärtäneet, yksi sanoi lainausten olevan liian negatiivissävytteisiä ja saattavat pilata muuten niin hyvän tunnelman. Toinen totesi niiden olevan hyviä, jos ne ovat selkeästi kaikki samassa paikassa. Hänen mielestään palveluun tullaan etsimään luotettavaa tietoa, joka on asiallisesti ilmaistua, sillä kokemuksia voi lukea netistä muualtakin. Loput testaajista kokivat, että lainaukset tekevät palvelusta helposti lähestyttävän, lisäävät mielenkiintoa aiheeseen ja herättävät ajatuksia. Varsinkin, jos lainaus on selvästi muun tekstin kanssa samasta aiheesta. Heitä kiinnosti kuulla lainauksissa erityisesti karuja varoittavia esimerkkejä. Konseptiin päätettiin enemmistön mielipiteen mukaan jättää lainaukset ripoteltuna ympäri palvelua.

Moni testaajista lähti jo ideoimaan ja innostumaan aiheen potentiaalista. Varsinkin projektinhallinnan ja tietopankit -sivujen pienet kuvakkeet otsikon vieressä antoivat olettaa testaajille, että ne ovat jollain tapaa erilaisia kuin kolme muuta rakennuttamisen vaiheeseen liittyvää otsikkoa. Monelle tulikin jo pelkästä kuvakkeesta mieleen, että sivuilla olisi jotakin täytettävää dokumenttia ja valmiita pohjia oman projektin tukemiseen, jotta voisi seurata oman projektin etenemistä samalla kuin löytää lisätietoa projektiin. Kolme vastaajista ajattelivat, että kuvakkeelliset otsikot ovat tarkoitettu enemmän työkaluiksi kuin pelkäksi informaatioksi. Tämä tukee varsinkin palvelun jatkosuunnitelmia, koska vaikka vielä ei ole ehtinyt tämän opinnäytetyön sisällä selvittää interaktiivisia osioita, oli tämä jo mielessä taustatutkimuksen päätteeksi ja tulee olemaan varmasti osa palvelun jatkosuunnitelmia. Yksi testaajista jopa lähti visioimaan pelillistettyä käyttöä palvelulle, jossa jatkossa pääsisi niin sanotusti rakentamaan taloa samalla kuin etenee rakennusprojektin vaiheita eteenpäin. Tällöin olisi hänen mielestään hienoa, jos vaihtoehtoja ehdotettaisiin edellisessä vaiheessa tehtyjen valintojen jälkeen seuraavan vaiheen kohdalla. Visio

laitettiin ylös muistiin jatkoa ajatellen.

Viimeisempänä yhtäläisyytenä jokainen kiinnitti huomiota selkeään ja miellyttävään visuaaliseen ilmeeseen. Varsinkin väreistä tykättiin ja fontit sekä sisällön asettelu saivat kiinnostuneen vastaanoton. Moni huomasiikin jo, että ilme erottuu tyylikkäänä muista rakennusaiheisista nettisivuista. Useampi testaaja sanoi, että visuaalinen ilme houkuttelee tutkimaan lisää. Yksi testaajista kuvaili visuaalisen ilmeen olevan ammattimainen. Yksi palaute jäi mieleen, kun prototyyppiä lähdettiin viimeistelemään: "Jokaisella näkymällä pitäisi saada jotakin tietoa tai hyötyä." Tämä lause kulki mukana viimeisten muutosten aikana ja sai vielä katsomaan sivustoa tällä näkökulmalla.

7. KONSEPTIN ESITTELY



7. KONSEPTIN ESITTELY



Konseptiksi muotoutui palvelu nimeltä Raksa 2.0 (ks. kuva 45). Sen tarkoituksena on auttaa erityisesti ensi kertaa rakennuttavia ja rakentavia rakennusprojektiä ennen, sen aikana ja sen jälkeen. Raksa 2.0 -palveluun on kerätty tietoa yhdessä rakennusalan ammattilaisten ja jo rakennuttaneiden ja rakentaneiden kanssa, jotta esitetty tieto olisi mahdollisimman hyödyllistä, kiinnostavaa ja perustuisi aitoihin kokemuksiin. Palvelu pyrkii kokoamaan yhteen kaiken tarpeellisen tiedon, jotta rakennusprojekti saadaan onnistuneesti maaliin. Sisältö keskittyy ensisijaisesti rakennusprojektin vaiheisiin, lisäten jokaisen kohdan alle vinkkejä, lisätietoja ja kussakin vaiheessa tehtäviä valintoja käyttäjälle luettavaksi.

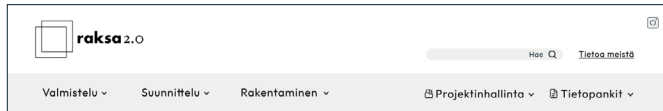
Etusivun (ks. kuva 46) ensimmäinen näkymä kertoo heti, kenelle palvelu on ja miksi palvelusta on hyötyä. Kuvakollaasista on tarkoitus inspiroida ja herättää mielenkiinto tutustua palveluun laajemmin. Sivun alhaalla näkyvä nuoli ohjaa liikkumaan sivua alaspäin.

Etusivulla on visualisointi rakennusprojektin vaiheista auttamaan hahmottamaan tapaa, jolla palvelun sisällöt on lajiteltu. Kun hiiri on kuvituksen minkä tahansa sanan päällä, sanan alle ilmestyy alleviivaus. Linkki johtaa suoraan kyseisen aiheen omalle sivulle.

Kuvat lisäävät mielenkiintoa, antavat inspiraatiota ja jäsentävät sisältöä. Prototyypin kuvat havainnollistavat, minkälaiset kuvat olisivat ideaaleja lisättäväksi palveluun. Kuvat voivat olla esimerkiksi havainnekuvia, 3D-mallinnuksia, pohjapiirustuksia, valokuvia toteutuksista, materiaalikarttoja, tuotekuvia tai vastaavanlaisia laadukkaita kuvia. Viivapiirroksia tuovat kuvituksia rakennusprojektin aikaisista tilanteista ja lisäävät kuvituksiin ihmisiä. Ne auttavat pääasiassa hahmottamaan, mitä missäkin vaiheessa tapahtuu.



Kuva 46. Palvelun etusivu (Vepsä 2025).



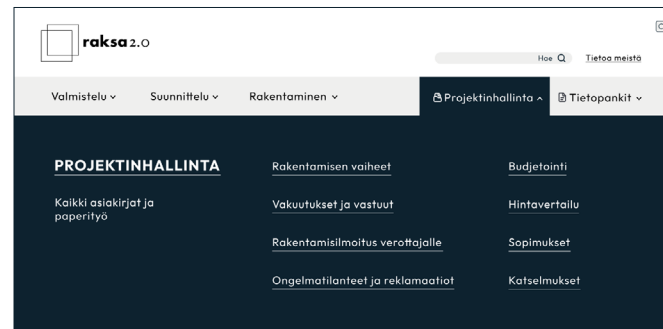
Kuva 47. Päävalikko (Vepsä 2025).



Kuva 48. Päävalikko Rakentamisen vaiheet (Vepsä 2025).

Päävalikko (ks. kuva 47) on pidetty mahdollisimman lyhyenä, joten se on jaettu kahteen osaan: vasemmalla rakennusprojekti jaettuna kolmeen vaiheeseen ja oikealla kaksi rakennusprojektin työskentelyä tukevaa tietopakettia. Jokaisen päävalikon otsikon vieressä on nuoli, joka kertoo, että klikkauksella avautuu jotakin.

Päävalikosta avautuu alavalikko (ks. kuvat 48–50) jättäen taustalle auki sivun, jossa tällä hetkellä ollaan. **Alavalikko on värikoodattu niin, että aina tietty väri kuvaa tiettyä rakennusprojektin vaihetta.** Värit jatkuvat alavalikon lisäksi samalla kaavalla kyseiseen kategoriaan liittyvillä sivuilla. Alavalikko avaa näkymän, joka on jaettu kolmeen osaan. Vasemmalla puolella valikkoa on otsikkona kategorian vaihe, josta pääsee kategorian pääsivulle. Sen alla on kerrottu lyhyesti, miksi vaihe on olemassa ja milloin



Kuva 49. Päävalikko projektihallinta (Vepsä 2025).

sisältö on oleellinen. Keskellä valikkoa on pääinformaatio eli linkit aiheeseen liittyville sivuille. Oikealla puolella taas on jatkoa linkeille ja mahdollinen viivapiirustus tukemaan aiheen silmäilyä ja ymmärtämistä.

Päävalikon yllä oikealla puolella on linkki Instagramiin kuvakkeen kautta, linkki Tietoa meistä -sivulle sekä hakupalkki. Hakupalkki tulee olemaan tärkeässä roolissa, kun sivuilla on paljon sisältöä ja tietoa. Vasemmosta yläreunasta löytyy palvelun logo, joka johdattaa klikkauksen kautta etusivulle. **Kun etusivulta poistuu, päävalikon alle ilmestyy linkkipolku kertomaan, miten sivulle ollaan päästy.** Sitä kautta käyttäjä pääsee navigoimaan takaisin sinne, mistä kyseiselle sivulle tuli. Jokainen linkki palvelussa on alleviivattu auttamaan käyttäjää hahmottamaan liikkumisen mahdollisuuksia.



Kuva 50. Päävalikko tietopankit (Vepsä 2025).

Ennen alatunnistetta **kaikilta sivuilta löytyy tiivistelmä** (ks. kuva 51) sivulla kerrotuista asioista. Se on värillisessä laatikossa ja muodoltaan aina muutaman ranskalaisen viivan kokoinen. Tarkoituksena on helpottaa tiedon muistettavuutta toiston avulla varsinkin sivuilla, joilla on paljon asiaa. Se saattaa myös nopeuttaa joidenkin käyttäjien silmäilyä ja tiedonhakua.

Sivun alhaalla on Takaisin ylös -nappula, joka vie sivun alkuun. Myös rakennusprojektin vaiheiden sivuilla on ennakoitu käyttäjän liikkumista antamalla hänelle valmiiksi sivun alhaalla **linkki seuraavaksi tulevan vaiheen sivulle**. Tämän havainnointia auttamaan linkin viereen on laitettu nuoli oikealle tai vasemmalle riippuen siitä, halutaanko liikkua edelliseen vaiheeseen vai seuraavaan vaiheeseen.

“Esim jos on tällainen ja tällainen valinta, pitäisi pohjatyö tehdä näin. Näitä tuli vastaan liian myöhään, kun työ oli jo tehty.”

Rakennuttaja



Kuva: Duravit, Aurena

Tiivistelmä:

- **Valintoja pitää tehdä paljon kiireisellä aikataululla.** Osa valinnoista saattaa tulla liian myöhään esille, jolloin halutut ominaisuudet voivat jäädä suunnitelmista pois.
- Raksa2.0 auttaa pitämään huolen, että valinnat tulisi tehtyä suunnitteluvaiheessa oikeaan aikaan, **jotta vältetään kalliilta muutoshinnoilta.**



Valmisteluvaihe

Rakentamisvaihe




Kuva 51. Tiivistelmä (Vepsä 2025).

Tiivistelmän jälkeen **on haluttu kutsua käyttäjät mukaan sivujen kehitykseen** (ks. kuva 52) pyytämällä heitä vinkkaamaan heitä kiinnostavia aiheita, jotka sisällöstä vielä puuttuvat. Tällä välitetään tunnetta yhdessä tekemisestä sekä siitä, että käyttäjä on palvelussa tärkeä ja huomioitu. Yhteydenottolomake löytyy jokaisen sivun jälkeen, jotta juuri sivun sisällön luettuaan, mieleen tulevat mahdolliset lisäkysymykset saa heti lähetettyä eteenpäin.

Jokaisella sivulla näkyvä sivun alatunniste (footer) (ks. kuva 52) on jaettu kolmeen osaan: alimpana koko sivun leveyden mittainen alapalkki, sen yllä vasemmalla palveluntuottajan eli Rakennetaan Yhdessä ry:n logo ja visio sekä oikealla yhteystiedot ja pikalinkit. Koska sekä Rakennetaan Yhdessä ry että Raksa 2.0 ovat vielä suhteellisen uusia eikä siksi kovin laajasti tunnettuja nimiä, **alatunnisteessa on avattu yhteinen visio, joka tiivistää koko sivuston ja yhdistyksen olemassaolon.** Näin ollen, jos palveluun löydetään jotain muuta kuin etusivun kautta, on mahdollista nähdä, mistä on kyse ilman, että joutuu lähtemään erikseen pois kyseiseltä sivulta etsimään tätä tietoa. Pikalinkkien tarkoitus on luoda oikopolkuja eniten kysytyihin aiheisiin. Alatunnisteen alapalkista löytyvät somekanavien lisäksi sivun viralliset pakolliset osiot evästeisiin ja tietosuojaan liittyen.

Takaisin sivun ylös ^



Kuva: Vola 590HL


Auta meitä parantamaan sisältöä vinkkaamalla sinua kiinnostava aihe rakentamiseen liittyen:
Emme käytä antamaasi s-postia mainontaan.

Nimi

Sähköposti

Viesti

Lähetä




Visio: Parantaa rakennuttajien asemaa edistämällä rakennusalan läpinäkyvyyttä, tiedonjakoa ja yhteistyötä ammattilaisten välillä.

© 2025 Rakennetaan Yhdessä ry

Pikalinkit
[Keittiöt](#)
[Toimittajien vertailu](#)
[Usein kysytyä](#)

Yhteystiedot
posti@rakennetaan yhdessa.fi
rakennetaan yhdessa.fi
[Yhteistyökumppaniksi?](#)

[Tietosuojaseloste](#) [Evästeasetukset](#) 

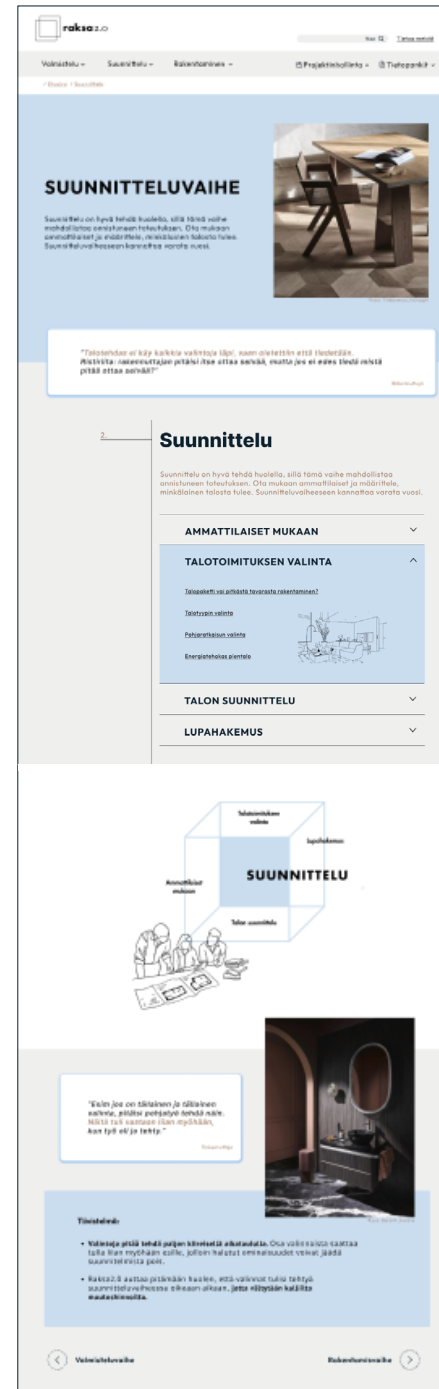
Kuva 52. Yhteydenottolomake (Vepsä 2025)

Sivujen tietomäärien ymmärtämistä on helpotettu näyttämällä vain osa tiedosta kerralla, antamalla käyttäjälle mahdollisuus itse päättää, mihin aiheeseen hän haluaa syventyä tarkemmin. Yksi tapa jäsentää tällä tavalla tietoa on otsikoida tietosisältöjä. Otsikoista pääsee nuolen ohjaamana klikkaamaan lisätietoa, jolloin sisältö avautuu otsikon alle ja muut alilekkain olevat otsikot siirtyvät sen tieltä alemmas. Tätä ollaan hyödynnetty rakentamisen vaiheiden sivuilla vaiheiden esittelyyn (ks. kuvat 53–55).

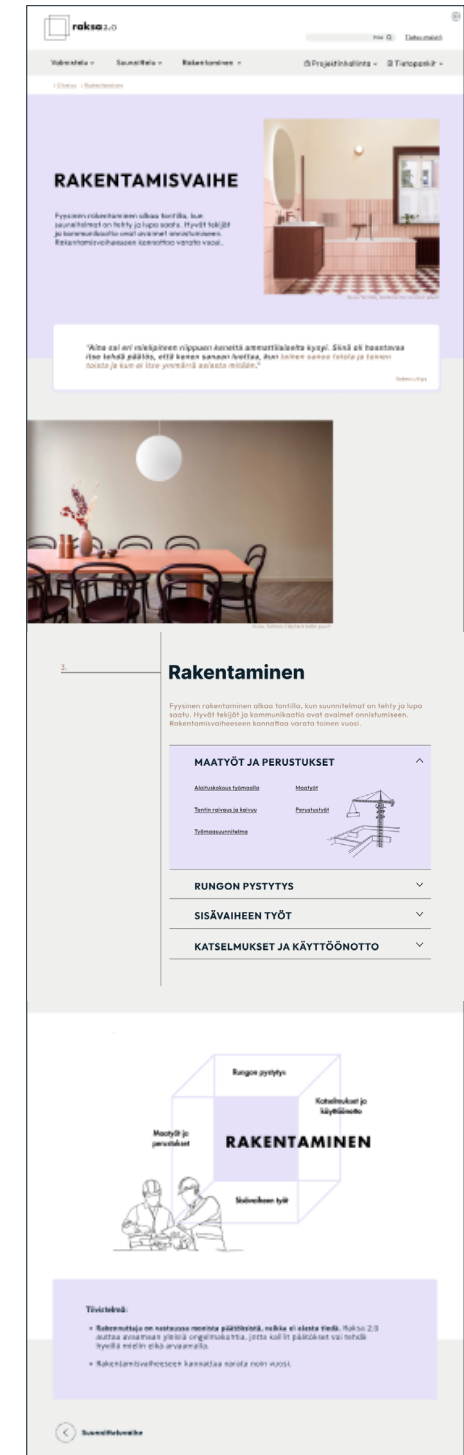
Toinen tapa jäsentää tietoa pienempiin paloihin on **jakaa sisältö asettelultaan samanlaisiksi kortteiksi**. Tällaista jakoa on käytetty lainauksissa ja tiivistelmässä. Osa kortista voi hävitä näytön ulkopuolelle, jolloin ulkopuolelle jääneen sisällön saa esiin vierittämällä se esiin nuolesta. Näin kerralla ei tule liikaa tekstiä luettavaksi, mutta käyttäjä pystyy silti hahmottamaan, minkälaista sisältöä näytön ulkopuolelta löytyy. Tätä ollaan hyödynnetty muun muassa etusivulla esittämään rakennuttajien kokemuksia (ks. kuva 46).



Kuva 53. Valmisteluvaihe (Vepsä 2025).



Kuva 54. Suunnitteluvaihe (Vepsä 2025).

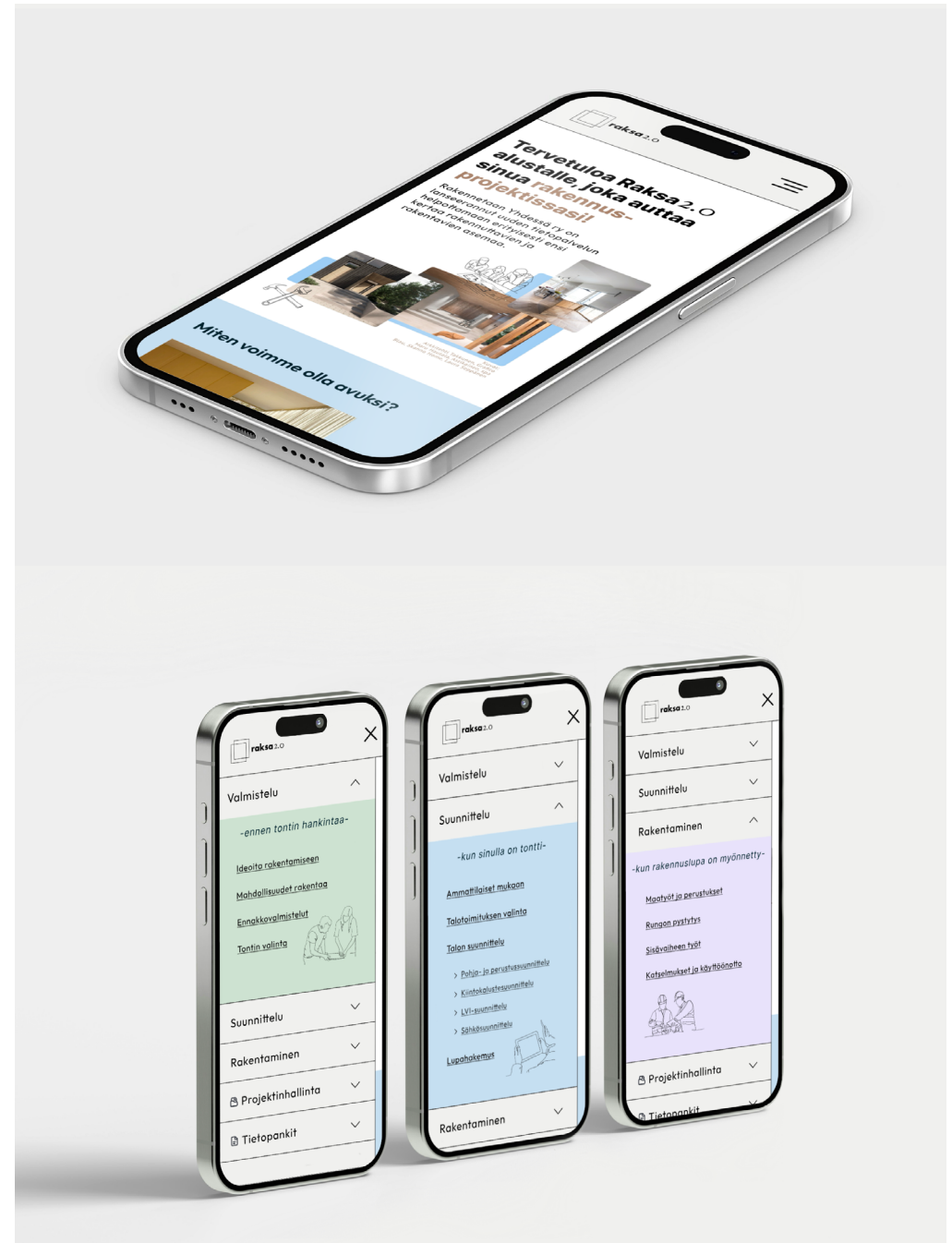


Kuva 55. Rakentamisvaihe (Vepsä 2025).

Mobiilinäkymä (ks. kuva 52) on tärkeä lisä tietokoneen näkymän lisäksi, koska rakennusprojektin aikana työskennellään paljon liikkeessä esimerkiksi tontilla käydessä, jolloin mobiililaite on todennäköisemmin käden ulottuvilla kuin tietokone. Sitä käytetään myös yhä enemmän ja enemmän tiedonhakuun.

Mobiilinäkymä perustuu tietokoneen näytön kanssa järjestykseltään ja kategorioiltaan samanlaiseen rakenteeseen muistijäljen tukemiseksi. Ainoastaan esitystapa poikkeaa toisistaan näytön koon eroavaisuuden takia. Mobiilissa päävalikko avautuu hampurilais-painikkeen kautta. Sitä näpäyttämällä aukeaa päävalikon viisi otsikkoa näkyviin. Päävalikon oikeaan laitaan on jätetty tyhjää tilaa, jotta käyttäjä pystyy havaitsemaan olevansa yhä samalla sivulla kuin äsken. Päävalikon otsikoita painamalla otsikon alle ilmestyy samat kategoriaan liittyvät sisällöt kuin tietokoneen näytön näkymässä (ks. kuva 52). Niitä koskettamalla pääsee siirtymään haluamalleen sivulle. Linkeille on jätetty mahdollisimman paljon tilaa, jotta sormi osuu helposti oikeaan kohtaan.

Asettelussa mobiilinäkymässä on vuoron perään kuvia, tekstejä ja laatikoita, jotta sisältö ryhmittyy ja sitä olisi mahdollisimman mukava lukea. Otsikoiden tarkoitus on nopeuttaa silmäilyä kertomalla, mitä sen alla olevasta tekstistä löytyy. Yhtäjaksoista sivun selaamista ylös ja alas voidaan vähentää tarjoamalla sivun alhaalta pääsy takaisin ylös sekä sillä, että päävalikko on avattavissa missä tahansa kohtaa sivua. Päävalikko näyttää siis kulkevan mukana näytön yläreunassa samalla kun sivuilla liikkuu.



Kuva 56. Mobiilinäkymät (Vepsä 2025).



8. JOHTOPÄÄTÖKSET

8.1 Pohdinta ja päätelmät

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, kuinka palvelumuotoilun keinoin voidaan helpottaa ensi kertaa pientaloprojektiin ryhtyvien rakennuttajien tilannetta ja kehittää heille hyödyllinen ja käyttäjäystävällinen digitaalinen palvelukonsepti. Työssä selvitettiin rakennuttajien tiedontarpeita, tapoja hakea tietoa, haasteita sekä sitä, miten muotoilun menetelmät voivat auttaa suurten tietomäärien jäsentelyssä. Työn tuloksena syntyi Raksa 2.0 -palvelukonsepti.

Opinnäytetyössä asetettiin kolme tutkimuskysymystä, joihin etsittiin vastauksia.

1. Mitä tietoa ensi kertaa rakennuttavat tarvitsevat, mistä he sitä etsivät ja miten he sitä hyödyntävät rakennusprojektin aikana?

Tutkimus vahvisti, että ensi kertaa rakennuttavat tarvitsevat kattavaa, ymmärrettävässä muodossa olevaa tietoa koko rakennusprojektin elinkaaresta. Erityisesti tietoa kaivataan projektin eri vaiheista, budjetoinnista, vastuista, säädöksistä ja vastaan tulevista valinnoista. Tällä hetkellä tietoa etsitään hajanaisesti useista eri lähteistä, kuten talotoimittajien sivuilta, artikkeleista, keskustelupalstoilta, sosiaalisesta mediasta ja tuttavilta. Tiedonhaku koetaan usein työlääksi ja tiedon luotettavuuden arviointi sekä vertaileminen vaikeaksi. Saatavilla oleva tieto voi olla kaupallisesti värjättyä, maksumuurien takana tai ripoteltuna pieniin paloihin sinne tänne. Rakennuttajat joutuvat usein itse kokoamaan heille tarpeellista tietoa esimerkiksi omiin Excel-taulukoihinsa ja muistiinpanoihinsa. Tiedon kanssa ilmenevät haasteet voivat johtaa yllätyksiin, epävarmuuteen ja jopa rahallisiin tappioihin projektin aikana.

2. Millainen palvelu vastaisi todelliseen tarpeeseen ja toisi lisäarvoa rakennuttajien rakennusprojektiin?

Tutkimuksen perusteella löytyi todellinen tarve yhteen paikkaan keskitetylle, mahdollisimman puolueettomalle ja helppokäyttöiselle tietopalvelulle. Raksa 2.0 -palvelukonsepti vastaa tähän tarpeeseen kokoamalla olennaisen tiedon yhteen paikkaan, jäsentämällä sen rakennusprojektin vaiheiden mukaisesti ja tarjoamalla sen maksutta oman kodin rakennuttamisesta haaveileville. Lisäarvoa palvelu toisi selkeyttämällä projektin kokonaiskuvaa, auttamalla ennakoimaan tulevia vaiheita ja päätöksiä, tarjoamalla työkaluja budjetointiin ja vertailuun sekä tuomalla esiin aitoja kokemuksia ja vinkkejä sekä rakennuttajilta että ammattilaisilta. Tämä vähentäisi rakennuttajien kokemaa stressiä, säästäisi huomattavasti aikaa ja auttaisi tekemään perusteltuja päätöksiä. Lisäarvoa toisi myös käyttäjäkokemukseen keskittyminen. Se huomioitiin konseptin suunnittelussa muun muassa käyttämällä aikaa käyttäjien ymmärtämiseen haastatteluiden, kyselyn, palvelupolun ja käytettävyyden analysoinnin pohjalta.

3. Miten muotoilun keinoin voidaan tehdä laajoista tietomääristä helpommin hahmotettavia ja suunnitella käyttäjäystävällinen digitaalinen palvelu tukemaan monikanavaista rakennuttamisprosessia?

Muotoilun menetelmät, kuten käyttäjäkeskeinen suunnittelu, prototyyppi ja testaus, osoittautuivat toimivan hyvin laajojen tietomäärien hallinnassa. Raksa 2.0 -palvelukonseptin suunnittelussa hyödynnettiin palvelumuotoilua, informaatioarkkitehtuuria ja -muotoilua, joiden avulla osallistettiin käyttäjät muotoiluprosessin

eri vaiheisiin haastatteluilla, kyselyllä, korttilajitteluilla ja prototyypin testauksella. Tämä varmisti, että palvelun rakenne, navigaatio, sisältö ja terminologia vastaavat kohderyhmän tarpeita ja logiikkaa toimia. Visuaalisella suunnittelulla, kuten grafiikoiden, värien, kuvakkeiden ja typografian selkeällä asettelulla, tuettiin tiedon hahmottamista ja palvelun käytettävyyttä. Iteratiivinen prosessi mahdollisti käyttäjäpalautteen huomioimisen ja jatkuvan palvelukonseptin parantamisen.

Opinnäytetyön taustatutkimuksessa asetetut hypoteesit rakennusalan tiedon hajanaisuudesta, ensirakennuttajien kokemien yllätysten määrästä ja tulkinnan haasteista saivat vahvistusta niin rakennuttajien kuin alan ammattilaistenkin haastatteluissa ja kyselytutkimuksessa. Rakennusprojekti on monimutkainen kokonaisuus, jonka hahmottaminen ilman aiempaa kokemusta tai alan tuntemusta on haastavaa.

Kehitetty Raksa 2.0 -palvelukonsepti osoitti testausten perusteella olevansa tervetullut ja potentiaalisesti hyödyllinen työkalu ensi kertaa rakennuttaville kuin myös muille rakentajille. Palvelun selkeä rakenne, visuaalinen ilme ja helppo navigointi koettiin sen suurimmiksi vahvuuksiksi. Erityisesti arvostettiin sitä, että palvelu kokoaa tiedon yhteen paikkaan ja pyrkii esittämään sen ymmärrettävästi ilman kaupallisia intressejä.

Opinnäytetyö tarjoaa Rakennetaan Yhdessä ry:lle konkreettisen ja testatun konseptin, jonka pohjalta yhdistys voi lähteä kehittämään varsinaista palvelua. Työ osoittaa, että muotoilun lähestymistavoilla voidaan merkittävästi parantaa tiedon saavutettavuutta ja ymmärrettävyyttä monimutkaisellakin toimialalla.

8.2 Jatkosuunnitelma

Opinnäytetyön taustatutkimus olisi hyötynyt vielä suuremmasta otoskoosta, joten esimerkiksi uuden kyselyn tekeminen ja sen suuremmalle yleisölle lähettäminen voisi tuoda hyötyä jatkokehityksen kannalta. Se saattaisi perustella astetta konkreettisemmin mahdollisille yhteistyöyrittäjille, miksi tällaiseen palveluun kannattaa lähteä mukaan sekä tuoda esille vielä tarkemmin sisältöön liittyviä määrityksiä. Kuitenkin jatkotutkimuksen kannalta keskeisintä on palvelun sisällöntuotannon käynnistäminen yhteistyössä rakennusalan ammattilaisten kanssa, jotta tiedon laatu ja luotettavuus voidaan varmistaa. Lisäksi palveluun toivottuja kirjautumisen kautta saatavia interaktiivisia ominaisuuksia, kuten täytettäviä tarkistuslistoja, budjetointityökalua, dokumenttien säilöä ja muita oman projektin hallitsemiseen liittyviä työkaluja voisi kehittää ja testata. Myös palvelun pitkän aikavälin rahoitusmallin ja ylläpidon resursoinnin suunnittelu ovat tärkeitä seuraavia askeleita. Tähän liittyen olisi hyvä selvittää tekoälyn mahdollisuudet sisällön päivittämisen tueksi. Pedagogisen näkökulman tarkastelu voisi tuoda lisäarvoa tiedon omaksumisen tehostamiseen. Tarkoituksena kun on opettaa aihetta rakennuttajille ja rakentajille. Lopuksi, laajemmat käyttäjätestaukset varsinaisen julkaistun palvelun kanssa ovat välttämättömiä sen käytettävyyden ja käyttökokemuksen varmistamiseksi.

Palvelun rakenne on sen verran yksinkertainen, että sille löytynee helposti sopiva julkaisualusta. Rakennetaan Yhdessä ry:lle työläin vaihe tulee todennäköisesti olemaan palvelun sisällön kokoaminen. Kun se on saatu hoidettua ja sivusto on toiminnassa, itse päivittäminen ja ylläpitäminen tulee vaatimaan vain muutaman työpäivän vuodessa, jotta sisältö saadaan pidettyä ajankohtaisena. Toki kehittämisvaihetta suositellaan jatkettavan omien resurssien mukaan palvelun julkaisun

jälkeenkin, sillä kokonaisuus on laaja ja skaalattavissa muihinkin aihealueisiin. Kuitenkin palvelun hyöty kasvanee tiedon määrän mukana.

Ilmainen tietopankki tuo läpinäkyvyyttä koko rakennusosalalle ja se sopii parhaiten Rakennetaan Yhdessä ry:n arvoihin. Palvelun on siksi tarkoitus toimia ilmaisena apuna käyttäjälle, koska maksullista tai kaupallista sisältöä on jo saatavilla hajanaisesti eri lähteistä. Rahoitus Rakennetaan Yhdessä ry:n tuottamalle Raksa 2.0 -palvelulle haetaan alustavan pohdinnan mukaan ensisijaisesti jäsenmaksuista ja kaupallisista yhteistöistä, eikä käyttömaksuista. Rahoituskuviota voi suunnitella lisää varsinkin, jos palvelun kehitys jatkuu, mutta tämän hetken suunnitelmien mukaan palvelusta voisi saada ostettua lisäominaisuuksia jäsenmaksua vastaan. Yksi esimerkki tällaisesta ominaisuudesta on pääsy hallitsemaan omaa projektiaan kokonaisvaltaisesti eri työkalujen avulla, jolloin palvelusta tulee kokonaisvaltaisempi palvelu pelkän tietopalvelun sijaan. Tämä sai jo opinnäytetyön aikana tehdyn tutkimuksen aikana palautetta sellaisen hyödyllisyydestä.

LÄHTEET

- Ball, Jonathan 2019. The Double Diamond: A universally accepted depiction of the design process. Verkkosivu. Design Council. <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/archive/articles/double-diamond-universally-accepted-depiction-design-process> (viitattu 16.5.2025)
- Cairo, Alberto 2013. The functional art: an introduction to information graphics and visualization. Berkeley, CA: New Riders.
- Coursera 2024. UI vs. UX Design: What's the Difference? Verkkosivu. <https://www.coursera.org/articles/ui-vs-ux-design> (viitattu 16.5.2025)
- Design Council i.a. The Double Diamond. Verkkosivu. <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/> (viitattu 16.5.2025)
- Garrett, Jesse James 2003. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web. Berkeley, CA: New Riders.
- Moore, Geoffrey A. (2008). Dealing with Darwin: How Great Companies Innovate at Every Phase of Their Evolution. New York: Portfolio.
- Gibbons, Sarah 2017. Service Blueprints: Definition. Verkkosivu. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/service-blueprints-definition/> (viitattu 16.5.2025)
- Hyysalo, Sampsa 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä: tieto, tutkimus, menetelmät. E-kirja. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 97. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-558-301-7> (viitattu 4.3.2025).
- Innanen, Piia 2021. Palvelumuotoilun menetelmä - kyselytutkimukset. Verkkosivu. Palvelumuotoilu Palo. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-kyselytutkimukset/> (viitattu 16.5.2025)
- Kauhanen-Simanainen, Anne & Simanainen, Asko 2003. Informaatioarkkitehtuuri. Helsinki: CIM-kustannus.
- Koivisto, Mikko & Säynäjäkangas, Johanna & Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. E-kirja. Helsinki: Alma Talent. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.metropolia.fi/teos/JAHBFXDTEB#kohta:\(\(20\)Palvelumuotoilun\(\(20\)bisneskirja/piste:tnZ](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.metropolia.fi/teos/JAHBFXDTEB#kohta:((20)Palvelumuotoilun((20)bisneskirja/piste:tnZ) (viitattu 16.5.2025)
- Koponen, Juuso & Hildén, Jonatan & Vapaasalo, Tapio 2016. Tieto näkyväksi: Informaatiomuotoilun perusteet. Helsinki: Aalto-yliopisto.
- Krug, Steve 2006. Älä pakota minua ajattelemaan. 2. laitos. Jyväskylä: Gummerus.
- Miettinen, Satu 2011. Palvelumuotoilu: uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova OY.
- Moule, Jodie 2012. Killer UX Design. Collingwood: SitePoint.

Nielsen, Jakob 1994. 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Verkkosivu. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/> (viitattu 16.5.2025)

Nielsen, Jakob 2000. Why You Only Need to Test with 5 Users. Verkkosivu. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/> (viitattu 16.5.2025)

Nielsen, Jakob 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Verkkosivu. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> (viitattu 16.5.2025)

Niemelä, Antti i.a. Miten ja miksi käytettävyyttä tutkitaan? Johdanto käytettävyyden ja käyttäjäkokemuksen tutkimiseen. Fraktio. Blogi. <https://www.fraktio.fi/blogi/miten-ja-miksi-kaytettavytta-tutkitaan-johdanto-kaytettavyden-ja-kayttajakokemuksen-tutkimiseen> (viitattu 16.5.2025)

Niemelä, Hillka 2021. Käyttäjakeskeinen suunnittelu. Verkkosivu. <https://lehti.seamk.fi/alykkaat-ja-energiatehokkaat-jarjestelmat/kayttajakeskeinen-suunnittelu/> (viitattu 16.5.2025)

Niemelä, Hillka 2020. Sovelluksen käytettävyyden testaaminen. Verkkosivu. <https://lehti.seamk.fi/alykkaat-ja-energiatehokkaat-jarjestelmat/sovelluksen-kaytettavyden-testaaminen/> (viitattu 16.5.2025)

Rakennetaan Yhdessä ry 2021. Rakennetaan Yhdessä. Verkkosivu. <https://www.rakennetaanyhdessa.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Rakennetaan Yhdessä ry 2021. Meistä. Verkkosivu. <https://www.rakennetaanyhdessa.fi/meista> (viitattu 16.5.2025).

Rakentaja.fi 2025. Rakentajan määrälaskenta: Määrälaskenta käytännössä. Verkkosivu. <https://rakentaja.fi/artikkelit/rakennuttajan-m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4laskenta/> (viitattu 16.5.2025)

Sinkkonen, Irmeli & Nuutila, Esko & Törmä, Seppo 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Stevens, Emily 2024. What is UI design? A complete guide for 2025. Verkkosivu. UX Design Institute. <https://www.uxdesigninstitute.com/blog/what-is-ui-design/> (viitattu 16.5.2025)

Stickdorn, Marc & Hormess, Markus & Lawrence, Adam & Schneider, Jakob 2018. This is Service Design Doing. Sebastopol, CA: O'Reilly Media Inc.

Tutkit 2024. Käyttäjäkokemus vs. käyttöliittymä vs. käytettävyys: tunne erot. Verkkosivu. <https://www.tutkit.com/fi/apua/160-kayttokokemus-vs-kayttoliittyma-vs-kaytettavyys-opi-tuntemaan-erot> (viitattu 4.3.2025).

Tuulaniemi, Juha 2013. Palvelumuotoilu. 2. painos. Helsinki: Talentum Media Oy.

Wilshere, Andrew 2018. Difference Between Service Design And UX Design. Verkkosivu. Designlab. <https://designlab.com/blog/service-design-ux-design-what-is-the-difference> (viitattu 16.5.2025)

Kuvalähteet

Kuva 1. Kuvakooste. Kuvat vasemmalta oikealle.

Rakennetaan Yhdessä ry 2021. Rakennetaan Yhdessä. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.rakennetaanyhdessa.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Rakennetaan Yhdessä ry 2021. Rakennetaan Yhdessä. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.rakennetaanyhdessa.fi/blogi> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 2. Rakennetaan Yhdessä ry 2021. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.rakennetaanyhdessa.fi/meista> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 3. Rakennetaanyhdessa 2023–2024. Kuvakaappaus sovelluksesta Instagram (viitattu 16.5.2025).

Kuva 4. Vepsä, Anne 2025. Aiheen rajausta. Oma piirros.

Kuvat 5–6. Design Council i.a. Design Council. Verkkosivu <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 7. Vepsä, Anne 2025. Menetelmät vaihteittain. Oma piirros.

Kuva 8. Vepsä, Anne 2025. Viitekehys. Oma piirros.

Kuvat 9–15. Vepsä, Anne 2025. Viitekehysten aiheita havainnollistavat omat piirroksensa.

Kuva 16. Vepsä, Anne 2025. Rakennuttajien tietopalveluiden historia. Oma piirros.

Kuva 17. Moore, Geoffrey A. (2008). Dealing with Darwin: How Great Companies Innovate at Every Phase of Their Evolution. New York: Portfolio.

Kuva 18. Kuvakooste. Kuvat vasemmalta oikealle.

PRKK i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.prkk.fi/> (viitattu 16.5.2025).

PRKK 2023. Rakentajakoulu. Kuvakaappaus webinaarin aineistosta (viitattu 16.5.2025).

Kuva 19. Kuvakooste. Kuvat ylhäältä alas.

Kastelli i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.kastelli.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Kastelli i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.kastelli.fi/rakentaminen/rakentamisen-vaiheet/rakentaminen/omakastelli-kaikki-tiedot-aina-mukana/> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 20. Kuvakooste. Rakentajakoulu i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.rakentajakoulu.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 21. Kuvakooste. Kuvat ylhäältä alas.

Rakentaja.fi i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://rakentaja.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Rakentaja.fi i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://rakentaja.fi/kategoriat/rakentaminen/?page=1> (viitattu 16.5.2025).

Rakentaja.fi i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://vastauspalvelu.rakentaja.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Rakentaja.fi i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://keskustelut.rakentaja.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 22. Kuvakooste. Kuvat ylhäältä alas.

Rakennustietosäätiö RTS sr i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.rts.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Rakennustietosäätiö RTS sr i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.rts.fi/rakennustietosaatio/> (viitattu 16.5.2025).

Rakennustieto i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.rakennustieto.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Rakennustieto i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://tilaukset.rakennustieto.fi/rt-kortisto/rt-lisenssi> (viitattu 16.5.2025).

Rakennustieto i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://tilaukset.rakennustieto.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 23. Kuvakooste. Helsingin kaupunki i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.hel.fi/fi/kaupunkiymparisto-ja-liikenne/tontit-ja-rakentamisen-luvat/rakentamisluvan-hakeminen/neuvoja-rakennushankkeisiin/pientalon-rakentaminen> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 24. Kuvakooste. Kuvat vasemmalta oikealle.

Omakotiliitto i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.omakotiliitto.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Omakotiliitto i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.omakotiliitto.fi/haku/rakentaminen/> (viitattu 16.5.2025).

Omakotiliitto i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.omakotiliitto.fi/avainsana/rakentaminen/> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 25. Kuvakooste. Kuvat ylhäältä alas.

Rakentaja.fi i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://rakentaja.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Rakentajakoulu i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.rakentajakoulu.fi/> (viitattu 16.5.2025).

PRKK i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.prkk.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Helsingin kaupunki i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta <https://www.hel.fi/fi/kaupunkiymparisto-ja-liikenne/tontit-ja-rakentamisen-luvat/rakentamisluvan-hakeminen/neuvoja-rakennushankkeisiin/pientalon-rakentaminen> (viitattu 16.5.2025).

Kastelli i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.kastelli.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Rakennustieto i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.rakennustieto.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Omakotiliitto i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.omakotiliitto.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 26. Vepsä, Anne 2025. Kuvakaappaus haastattelun aineistosta.

Kuva 27. Kuvakooste. Kuvat ylhäältä alas.

K-Ruoka i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.k-ruoka.fi/> (viitattu 16.5.2025).

K-Ruoka i.a. Kuvakaappaus sovelluksesta K-Ruoka. (viitattu 16.5.2025).

K-Ruoka i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.k-ruoka.fi/kauppa> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 28. Kuvakooste. Kuvat ylhäältä alas.

Ikea i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.ikea.com/fi/fi/> (viitattu 16.5.2025).

Ikea i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.ikea.com/fi/fi/> (viitattu 16.5.2025).

Ikea i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.ikea.com/fi/fi/ideas/> (viitattu 16.5.2025).

Ikea i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.ikea.com/fi/fi/rooms/kitchen/> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 29. Kuvakooste. Kuvat vasemmalta oikealle.

OP i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.op.fi/etusivu> (viitattu 16.5.2025).

OP i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.op.fi/henkiliasiakkaat/teemat/asuminen/ensiasunnon-ostajan-opas> (viitattu 16.5.2025).

Kuva 30. Kuvakooste. Kuvat ylhäältä alas.

Terveyskylä i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.terveyskyla.fi/> (viitattu 16.5.2025).

Terveyskylä i.a. Kuvakaappaus verkkosivusta. <https://www.terveyskyla.fi/kivunhallintatalo/pitkaaikainen-kipu/tavallisia-pitkaaikaisia-kiputiloja> (viitattu 16.5.2025).

Kuvat 31–33. Kuvaajat kyselyn vastauksista.

Kuva 34. Vepsä, Anne 2025. Samankaltaisuuskaavion lähtötilanne.

Kuvat 35–37. Vepsä, Anne 2025. Samankaltaisuuskaavion kategoriat.

Kuva 38. Vepsä, Anne 2025. Prosessikaavio.

Kuvat 39–40. Vepsä, Anne 2025. Omat valokuvat.

Kuva 41. Vepsä, Anne 2025. Rautalankamalli.

Kuvat 42–43. Vepsä, Anne 2025. Brändikirja.

Kuva 44. Vepsä, Anne 2025. Oma valokuva.

Kuva 45. Vepsä, Anne 2025. Konseptikuva.

Personal_graphic 2023. Tietokoneen näyttö mock up. <https://unsplash.com/photos/a-computer-monitor-sitting-on-top-of-a-desk-uqdEKKUhPfQ> (ladattu 5.5.2025).

Davis, Nikki 2024. Instagram-kuvake. <https://www.figma.com/design/hgWRFdcua1Jhjf6oTEvGQU/Social-icons--Community-?m=auto&t=5B4D0wzNCrxNGm76-6> (ladattu 5.5.2025). [CC BY 4.0](#)

Tsvetkov Leonid 2024. Haku-, Projektihallinta- ja Tietopankit-kuvake. <https://www.figma.com/design/sLfefGWbtoc37dP0SE7qzT/Free-Icon-Pack-1800-icons--Community-?m=auto&t=5B4D0wzNCrxNGm76-6> (ladattu 5.5.2025). [CC BY 4.0](#)

Arkkitehti Takkunen i.a. Etusivun kuvakollaasin kuva. <https://arkkitehtitakkunen.com/wp-content/uploads/2022/05/03-ark-l1-tilhentohto-6-talo-patopuro-ulkonakyma2.jpg?w=2000&h=> (ladattu 5.5.2025).

Hautala, Maru i.a. Etusivun kuvakollaasin kuva. <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5bcf61632727be76f7d6e4d4/1d381ca6-ccf4-474f-822d-c60f6dd18d2e/Astikainen+X+Maru+%285%29.jpg?format=750w> (ladattu 5.5.2025).

Blau i.a. Etusivun kuvakollaasin kuva. https://www.blau.fi/wp-content/uploads/2022/01/Blau_Keittio_Skanno_Home_Laura_Seppanen12-2048x3071.jpg

Kuvat 46–50. Vepsä, Anne 2025. Konseptikuvia.

Kuva 51. Vepsä, Anne 2025. Konseptikuva.

Duravit i.a. Kuva tiivistelmän päällä. https://middleware.duravit.com/api/v0/image?format=WEBP&url=https://duravitprod-media.e-spirit.cloud/75e15e67-f417-4084-8696-5e4151ad35b8/images/Planung-Inspiration/Artisan-Lines/artisan_22_2_1.jpg&width=2000&revision=13674 (ladattu 5.5.2025).

Kuva 52. Vepsä, Anne 2025. Konseptikuva.

Vola i.a. Yhteydenottolomakkeen viressä oleva kuva. <https://en.vola.com/catalog/none/590hl> (ladattu 5.5.2025).

Kuvat 53–55. Vepsä, Anne 2025. Konseptikuvia.

Toniton i.a. Etusivun keltainen huone. <https://toniton.com/pages/living-room> (ladattu 5.5.2025).

Toniton i.a. Vihreä huone. https://cdn.shopify.com/s/files/1/0267/5648/1220/t/3/assets/evm-lookbook-toniton-pale-green-deep-green---2_1024x1024.jpg?v=1607434904 (ladattu 5.5.2025).

Toniton i.a. Vihreä suihku. https://toniton.com/cdn/shop/products/toniton-dusch-2048-green-shower-green-tiles-8bit_1944x1944_crop_center.jpg?v=1708682946 (ladattu 5.5.2025).

Timberwise i.a. Hexagon parketttilattia ja puiset huonekalut. <https://timberwise.fi/wp-content/uploads/2021/03/Timberwise-Tammi-Oak-Design-Floor-WEB-2.webp> (ladattu 5.5.2025).

Toniton i.a. Vaaleanpunainen kylpyhuone. https://toniton.com/cdn/shop/files/3D_Badkarsblandare_Reddish_Brown_3_1944x1944_crop_center.jpg?v=1728466159 (ladattu 5.5.2025).

Toniton i.a. Vaaleanpunainen ruokapöytä. https://toniton.com/cdn/shop/products/Peach_Elephant_Table_Saether_Beauty_1944x1944_crop_center.jpg?v=1708683702 (ladattu 5.5.2025).

Kuva 56. Konseptikuva.

Mediamodifier 2022. Puhelin lappeellaan mock up <https://unsplash.com/photos/a-white-cell-phone-dBESAHgPL6c> (ladattu 5.5.2025).

Mockupnest 2023. Puhelin pystyasennossa mock up <https://unsplash.com/photos/a-mockup-of-a-smartphone-with-a-blank-screen-wMNFU6oIGkk> (ladattu 5.5.2025).

(Kollaasin kuvat ks. Kuva 45.)

Taulukko 1. Vepsä, Anne 2025. Tietopalveluiden vertailu.

Taulukko 2. Vepsä, Anne 2025. Palvelupolku.

Taulukko 3. Vepsä, Anne 2025. Service blueprint -kaavio.

Taulukko 4. Vepsä, Anne 2025. Sisällön määrittely.

Taulukko 5. Similarity matrix -malli.

Viivapiirroksset. Vepsä, Anne 2021–2025. Omat piirroksset.

Rakennuttajien haastattelu

LIITTEET

Haastattelurunko, rakennuttajat

Esittely:

Hei, olen Anne Vepsä ja teen opinnäytetyössäni Rakennetaan Yhdessä ry:lle tutkimusta rakennuttajien kokemuksista pientalorakentamisesta. Tarkoituksena on selvittää, tarvitseeko ala mahdollisesti jotakin uutta. Haastattelu kuratoidaan nimettömäksi, eikä henkilötietoja jaeta eteenpäin. Kiitos, kun tultit mukaan kehittämään uutta!

Taustakysymykset:

Kaupunki, johon rakennutitte:

Rakennusprojektinne alkoi (kk/vuosi):

Rakennusprojektinne valmistui (kk/vuosi):

Talon neliömäärä:

Tilanne, joka sopii parhaiten tilanteeseenne, kun rakennutitte:

1. lapsiperheellinen
2. avioliitossa
3. parisuhteessa
4. yksin
5. muu, mikä

Ikänne, kun rakennutitte:

Kuinka tuttu rakennusala oli kun päätitte rakennuttaa?

1. Olen itse tai läheiseni on rakennusalalla
2. Olen seurannut lähipiirini / somesta rakennusprojektia, joten tiesin jonkin verran mitä odottaa
3. Olin lueskellut satunnaista tietoa rakennuttamisesta
4. Rakennusala oli minulle tuntematon

Miksi päätitte rakennuttaa talon?

Budjettinne noin:

Oliko teillä apuna ammattilainen laatimassa kustannusarviota? Pitikö se loppuun asti vai muuttuiko jotenkin?

Oliko teillä talotoimittaja?

Mistä materiaalista talonne valmistettiin? Minkä asteisen valmiuden olitte talopakettiin?

Keitä talotoimittajan ulkopuolisia ammattilaisia projektissanne oli mukana?

Haasteet, ongelmat ja kokemus:

Saitteko lopputuloksena haaveilemanne kodin?

Minkälaisia yllätyksiä rakennusprojektissanne tuli vastaan?

Saitteko yllätykset korjattua helposti vai muuttiko ne suunnitelmia?

Mikä oli haastavinta projektin aikana?

Mitä tietoa tai osaamista olisitte kaivanneet rakennusprojektin aikana tai ennen projektiin lähtöä?

Mistä etsitte/saitte tarvittavan tuen ja tiedon? (oliko tarvittavaa tietoa vaikea löytää?)

Palvelu - interaktiivinen osio

Listaa seuraavat ominaisuuden hyödyllisyyden mukaan

(mitä ilman ei olisi pärjännyt, mistä näistä olisi hyötynyt rakennusprojektin aikana, mitkä olisivat ihan kiva lisa ja mitkä et kokisi hyödyllisenä)

Jos nämä osiot löytyisivät samasta paikasta, koetko että olisitte hyödyntäneet sitä?

Hyvä palvelu?

Mitkä ominaisuudet mielestäsi löytyy hyvästä palvelusta?

Onko antaa esimerkkiä toimivasta hyvästä sähköisestä palvelusta (kuten nettisivusta, kurssista, sovelluksesta...)

Vinkit

Mikä oli teillä paras panostuskohde?

Mikä oli teillä paras pihistyskohde?

Mitä vinkkejä antaisit uusille rakennuttajille?

Rakennusalan ammattilaisten haastattelu

Haastattelurunko, ammattilaiset

Alkuun:

Minkälainen aikataulu?

(Kiireinen vai väljä, mietin tässä kuinka tiiviisti kysymykset käydään läpi)

Saanko nauhoittaa keskustelun omia muistiinpanoja varten?

Oletko kuullut aiemmin Rakennetaan Yhdessä ry:stä?

Taustakysymykset:

1. Mikä on ammattisi? / roolisi
2. Milloin sinut tai yrityksesi yleensä palkataan mukaan projektiin – tai milloin kannattaisi?
3. Mitä alkutietoja rakennuttaja tarvitsee mukaansa, kun tapaa teidät ensimmäistä kertaa?
4. Keiden kanssa työskentelet ja kommunikoi projektin aikana?
5. Mikä erottaa yrityksesi toiminnan muista kilpailijoista?

Rakennuttajien haasteet ja tiedontarve:

6. Mitä rakennuttajan olisi hyödyllistä tietää ennen projektiin lähtöä?
7. Mitkä ovat suurimmat kompastuskivet rakennuttajilla / mitä ongelmia voi tulla vastaan liittyen rakennuttamisen osa-alueeseen, jossa olette mukana?
8. Kuinka mahdollisia ongelmia voidaan ehkäistä tai on jo onnistuneesti ehkäisty?
9. Miten rakennuttaja voi varmistua laadusta, jos ei tunne alaa?

10. Milloin rakennuttajan kannattaa hyväksyä vastaus "ei onnistu" ja milloin jatkaa ratkaisun etsimistä?

11. Mihin rakennuttajan kannattaa panostaa ja missä voi säästää niin, että lopputulos on silti toimiva?

12. Miten rakennusprojekti saadaan mielestäsi sujuvasti maaliin?

Uusi palvelu:

Jos alalle tulisi **rakennuttajia auttava, puolueeton tietopalvelu**, jonka alle olisi koottu kaikki oleellinen rakennuttamiseen liittyvä tieto monen ammattilaisen kanssa yhdessä.


13. Onko jotakin ominaisuuksia, mitä näkisit että tällaisessa palvelussa olisi hyvä olla?

14. Millaisia hyötyjä tai haasteita voisi tällaisessa palvelussa teidän näkökulmastanne olla?

15. Olisiko edustamasi yritys mahdollisesti kiinnostunut olemaan mukana yhteistyössä? (Yhteistyö voisi tarkoittaa esimerkiksi palveluun lisättäviä linkkejä, tietopaketteja, vinkkejä tai muuta sisältöä, joka kuratoitaisiin yhdessä yrityksen kanssa.)

16. Mitä vaadittaisiin yrityksen näkökulmasta, että teitä kiinnostaisi lähteä tekemään yhteistyötä pienellä rahasummalla? Millaiset yhteistyön muodot tai sisällöt tuntuisivat teille aidosti mielekkäiltä, jos rahallinen panostus olisi maltillinen?

Tässä kohtaa ei siis sitouduta mihinkään, kysymykset ovat vain alkukartoitusta ja rakennuttamisprosessin hahmotusta varten.



Osoite 1/6

Rakennuttajien kokemukset

Moi! Ja kiitos kun eväst kyselym.

Olen Anne ja teen opinotyösuorin Rakennetaan Yhdessä ry:lle tutkimusta rakennuttajien kokemuksista pientalorakentamisessa. Kysely on tarkoitettu sinulle, jolla on rakennuttamisprojekti juuri käynnissä tai olet jo aiemmin rakennuttanut talon.

Tarkoituksena on selvittää, tarvitseeko ala mahdollisesti jokin uutta tukemaan rakennuttajien osama ja rakennusprojektin läpivienti. Vastaukset tallennetaan anonyyminä, eikä keräsi sähköpostia kyselyyn vastanneita. Tuloksia käytetään opinotyössä ja mahdollisesti uuden palvelun kehittämisessä.

Aikaa kyselyyn menee arviolta 5-10 minuuttia.

Kiitos, kun tulla mukaan kehittämään uutta. Eikähän aloiteta!

/ Anne Vepös ja Rakennetaan Yhdessä ry

Osion 1 jälkeen Jatka seuraavaan osioon

Osoite 2/6

Taustatiedot

Kuvaus (valinnainen)

Montako asuntoa olet rakennuttanut?

- Enimmäinen on viisiä kesken
- Yhden
- Yhden ja toinen on kaiken
- Kaksi
- Kaksi ja kolmas on kesken
- Kolme tai yli

Viimeisimmän rakennusprojektin kesto (kk/vvv - kk/vvv)

Jos projekti on vielä kesken, laita arvio valmistumisesta

Lyhyt vastaus: _____

Kunta, johon rakennutte? (voit listata useamman)

Lyhyt vastaus: _____

Mikä seuraavista vaihtoehtoista kuvaa parhaiten elämäntilannettanne rakennusprojektin aikana?

- Loppupelellinen
- Avioitilissa
- Paruhteessa
- Yksin
- Muu...

Ikäsi, kun rakennusprojekti alkoi

- 25 tai alle
- 26-30
- 31-35
- 36-40
- 41-45
- 46 tai yli

Isoin syy, miksi halustte rakennuttaa?

- Halusimme isommat nelit
- Setumalta tuli mahdollisuus
- Jo pitkään haaveillut talon rakennuttamisesta
- Emme löytäneet talomarkkinoilta tarpeeksi sopivia
- Muu...

Kuinka tuttu rakennusala oli kun päättite rakennuttaa?

- Olen itse tai läheiseni on rakennusalailla
- Olen seurannut somesta tai lähipiirini rakennusprojekteja, joten tein jokin verran mitä odottaa
- Olin luokellut satunnaisia tietoja rakennuttamisesta
- Rakennusala oli minulle tuntematon

Osion 2 jälkeen Jatka seuraavaan osioon

Osoite 3/6

Kokemukset

Vastaa sen mukaan, mikä vaihtoehtoista sopii tilanteeseenne parhaiten.

Mistä olet etsinyt tietoa rakennusprojektin aikana? (Voit vastata useamman)

- Tutulta rakennusalailla
- Tutuilta rakennuttajilta
- Talotomittajilta
- Somesta
- Bloggeja ja artikkelia lukemalla
- Kurssilla, Webinaarista
- Pääsuunnittelijalta, vastaavilta mestarilta ja muilta projektissa mukana olevilta ammattilaisilta
- Tekoailla
- Ammatillaisista konsultioimista
- Kirjoista ja lehdistä
- YouTubeista ja videolista
- Rakennustietosäätiö / Rakennustieto Oy ja RT-korteista
- Kunnan nettisivuilta
- Rakentaja.fi -sivuilta
- PRK (Peruskorjauksen ja Rakentamisen Kehittämissäätiö ry) ja heidän webinaaristaan
- Rakentajakoulusta
- Googlausta ohjelmalla
- Muu...

Oleko maksanut siitä, että olet ymmärtänyt rakennuttamisesta? (esim. konsultit, kirjat, webinaarit, koulutukset, oppaat, RT-kortit...)

- Kyllä
- En

Kuinka helposti tietoa on löytynyt rakennusprojektiinne tuetuksi?

- Ei juuri mitään, tuntui että jätimme yksin
- Emme löytäneet suurimpaan osaan vastauksia ilmaiseksi ja/tai helposti
- Suurimmaksi osaksi helposti, mutta oli asioita, joihin emme saaneet suoraan vastausta
- Aikaa kului etsimiseen, mutta lopulta löytyi lähes kaikkeen vastaus
- Löysimme kaiken elämäntilanteesta eri lähteistä etien vaivalloisesti
- Löysimme kaiken enimmäinen nopeasti ja helposti
- Ei tullut vastaan tietoa, mitä olisin kaivannut

Koetko, että olisit voineet säästää rahaa, jos olisit ymmärtäneet/tienneet enemmän rakennuttamisesta?

- Kyllä
- Ehkä
- Ei

Osion 3 jälkeen Jatka seuraavaan osioon

Osoite 4/6

Kuinka paljon seuraavat haasteet vaikuttivat rakennuttamisprojektiin?

Kuvaus (valinnainen)

Kommunikaation ongelmat eri osapuolien välillä

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Yllätyksenä tuli lisäkustannuksia projektin edetessä

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Tieto oli hajanaisesti eri lähteistä

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Ensimmäinen vastaus on "ei onnistu", ja osoittautuu myöhemmin, että olisi onnistunut

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Ammattilaiset kertovat toisistaan enimmäinen mielipiteitä, eikä tiennyt objektiivisesti kehen uskoa

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Paatoksia pitää tehdä vahvalla, eikä niistä meinaa pysyä perässä

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Sääntöviidakkoa oli hankala ymmärtää

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Rakkaalla piti olla paljon fyysisesti paikalla valmistellessa ja tarkistelemissa

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

En ymmärtänyt, kuinka iso urakka rakennuttaminen tulee olemaan

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Rakennusmääräyksiin ja -valvontaan liittyy tulkinvarausuutta

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

En tiennyt mitä kysyä tai selvittää, ennen kuin oli liian myöhäistä

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Asoitua joutui väkikäimään ja selvittämään paljon, jotta sai halutun lopputuloksen

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Rakennusprojektin kokonaiskuva ei ollut saatavilla, joten valinnat joutuivat tekemään aika spontaanisti

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Suunnitelmaa ei aina noudatettu, vaan sovellettiin tehdessä

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Hintatietoja oli vaikea saada enimmäinen, joten budjetointi oli hankalaa

Ei vaikutusta/en tunnista haastetta 1 2 3 4 5 Vaikuttanut merkittävästi

Mikä asiat häiritsevät eniten ongelmien sattuessa?

	Tätä ei tapahtunut	Ei häiritä	Pieni häiritä	Suuri häiritä
Hinnan nousu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aikataulun muutos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hemmojen kiristyminen...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lopputuloksen erinäisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yleisesti alan huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mitä muita merkittäviä haasteita vastasi tuli?

Pitkä vastaus: _____

Osion 4 jälkeen Jatka seuraavaan osioon

Oso 5/6

Uusi mahdollinen palvelu helpottamaan ensi kertaa rakennuttavia

Kuvaus (valinnainen)

Mikä ominaisuudet saisi sinua käyttämään palvelua? (voit vastata useamman)

- Budjetoitthyöky
- Yksityiskohtainen aikataulu valintojen kanssa
- Vinkit ja mokat eri vaiheisiin
- Vastuulueet enilelynä
- Törmjäkäteri (ehdotuksia hyvistä ammattilaisista)
- Linkit eteenpäin, josta saisi lisätietoa (yrityksille, yhdistyksille, blogeihin, tavaramoittajille yms)
- Dokumenttien säilö (kakkii eri muistilpanot, sopimukset, kuvat, katoelmuksat, laskut... samassa paikassa...)
- Huoltokirja
- Liista uusista innovaatioista (mitä uusia materiaaleja, yrityksiä yms on)
- Tee se itse -vhdotuksia (mitä voitit tehdä itse säästääksesi rahaa, helpoimista töistä lähtien)
- Hinta-arvioita ammattilaisien avusta ja rakentamisen vaiheista
- Vinkit talotöimittäjien vertailuun
- Riskienhallinta -oppas
- Vertaistulufoorumi
- Rakaa-Suomi -sankoja
- Muu...

Kokoaikio hyödyllisöksi, jos kakkii rakennuttamiseen liittyvä tieto, aikataulu, oppaat, vinkit, valinnat yms. olisivat löydetävissä samasta paikasta?

Kyllä

Ehkä

En

Toisillo kirjautumiseen kautta saatu personoitu sisältö (esim. juuri projektitai räätälöity info-paketti, dokumenttien säilö, vinkit tilanteeseesi, keskustelualusta, tms.) sinulle lisäarvoa?

Kyllä tosi

Ehkä, pitäisi päästä kokeilemaan

En usko, yleinen tieto on riittävä

Missä muodossa kullat mieluiten opettavaisia sisältöitä? (voit vastata useamman)

- Videoina (yli 5min)
- Lyhytvideoina (pari minuuttia max)
- Tekstinä fyysisenä oppaana
- Tekstinä digitaalisesti
- Podcastina / äänikijana
- Webinaarina etänä
- Luontona kasvotusten
- Muu...

Millä laitteella palvelua ensisijaisesti käyttäisit?

- Puhelimella
- Lippärillä tai pöytäkoneella
- Tabletilla

Missä tilanteissa näkisit ensi kertaa rakennuttavan hyötävän palvelusta ja miksi?

Pitkä vastaukselasi

Paljonko olisit valmis maksamaan tällaisesta palvelusta? (esimerkiksi jos sen avulla voitisi mahdollisesti säästää hermoja ja/tai rahaa sekä helpottaa projektin ymmärrettävyyttä ja välttää mahdollisia riskejä)

Lyhyt vastaukselasi

Jos et olisi valmis maksamaan palvelusta, käyttäisitkö/hyödyntäisitkö sitä ilmaiseksi?

Kyllä

Ehkä

En

Oso 5 jälkeen - Jaka seuraavaan osoon

Oso 6/6

Iso kiitos vastaamisesta ja aurinkoista kevättä!

Kuvaus (valinnainen)

Sana on vapaa!
Tuleeko vielä mieleen ensi kertaa rakennuttaville vinkkejä tai huomiota/ideoita mahdolliseen uuteen palveluun?

Pitkä vastaukselasi

Anna arvonsa kyselylle

1 2 3 4 5

☆ ☆ ☆ ☆ ☆