

IT -palvelukonseptin kuvaus

Matti Sipponen

Opinnäytetyö
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
2017



14.05.2017

Tekijä(t) Matti Sipponen	
Koulutusohjelma Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko IT -palvelukonseptin kuvaus	Sivu- ja liitesivumäärä 25 + 1
Opinnäytetyön otsikko englanniksi IT service concept description	
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on IT -palvelukonseptin kuvaus.</p> <p>Kohteena oleva palvelu on työnantajayritykseni Futurice Oy:n tarjoama ohjelmistojen huolenpitopalvelu FutuCare. Huolenpitopalvelu tarkoittaa, että asiakkaalle ohjelmiston kehittänyt Futurice jatkaa ohjelmiston kehitysprojektin tuloksena syntyneen ja tuotantokäyttöön otetun ohjelmiston ylläpitoa ja jatkokehitystä.</p> <p>Opinnäytetyön aihe on valittu palvelun olemassa olevan tilanteen ja Futuricen tarpeiden perusteella. FutuCare -palvelua ei tunneta hyvin Futuricen sisällä, sen kokonaisuus kaipaa tarkentamista ja sen myyntiä halutaan lisätä. Palvelukonseptin kuvaaminen voisi edesauttaa palvelun ymmärtämistä ja tunnetuksi tekemistä, palvelun tuotteistamista ja myyntimateriaalin laatimista ja myyntiä, joten tarve palvelukonseptin kuvaamiselle on ajankohtainen.</p> <p>Opinnäytetyöni tarkoitus on kuvata IT -palvelukonsepti FutuCare -palvelussa. Työni koostuu Futuricen ja nykyisen palvelun esittelystä ja sen taustoista ja nykytilasta. Tutkin palvelukonseptia kolmesta eri näkökulmasta, jotka ovat asiakas, yritys ja asiaan liittyvät tietolähteet. Palvelua käyttävien asiakkaiden taholta tutkin haastattelemalla asiakkaan palvelukokemusta, palvelun arvon toteutumista ja palvelun toimivuutta. Futuricen henkilöitä haastattelemalla selvitan palvelun toimivuutta, myyntiä ja tavoitetilaa. Lisäksi tutkin selvittämällä palveluun ja sen konseptointiin liittyviä käsitteitä ja tietoperustaa lähdeaineiston näkökulmista. Keskityn työssäni erityisesti palvelukonseptin sisältöön ja sen sisältämään arvolupaukseen sekä niiden merkitykseen niin palvelua käyttäville asiakkaille kuin yritykselle itselleen.</p> <p>Palvelukonseptin kuvaamisessa otan huomioon yhtäältä asiakkaan ja toisaalta Futuricen ja sen palvelutiimin kokemukset palvelusta ja haasteet palvelun toimivuudessa. Nämä haasteet ja tietoperusta huomioiden muodostan ja kuvaan käsitykseni FutuCare -palvelun konseptin sisällöstä.</p> <p>Työn tuotoksena syntyy palvelukonseptin kuvaus, jota Futurice voi hyödyntää FutuCare -palvelun kehittämisessä, tuotteistamisessa ja myynnissä.</p>	
Asiasanat palvelukonsepti, lisäarvo, arvonluonti	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tutkimus ja tutkimusmenetelmät	2
2.1	Tutkimusmenetelmät	2
3	Palvelun käsitteistö.....	2
3.1	Palvelukonsepti.....	2
3.2	Palvelun lisäarvo, arvonluonti ja arvolupaus	4
3.2.1	Arvon muodostumisen elementtejä.....	4
3.2.2	Lisäarvo	6
3.2.3	Arvonluonti.....	6
3.2.4	Arvolupaus.....	6
3.3	Palvelun tuotteistaminen.....	7
3.3.1	Ulkoinen eli asiakkaille näkyvä tuotteistaminen.....	7
3.3.2	Sisäinen eli palvelun tuottajalle näkyvä tuotteistaminen	8
4	FutuCare -palvelun taustatiedot.....	8
4.1	Futurice Oy.....	8
4.2	FutuCare -palvelu	8
4.2.1	Palvelun tarkoitus	9
4.2.2	Palvelun tehtäviä	9
4.2.3	Palvelun asiakkaat.....	10
4.2.4	Palvelun erityispiirteet	10
4.2.5	Palveluresurssit	10
4.2.6	Palvelun arvolupaus	11
4.3	FutuCare palvelukokemus.....	11
4.3.1	Asiakkaan palvelukokemus.....	11
4.3.2	Palveluntuottajan palvelukokemukset.....	12
4.3.2.1	Palvelun toteuttajien kokemukset.....	12
4.3.2.2	Palvelun myyntikokemukset	13
5	Tutkimusaineiston tulosten tarkastelu.....	13
5.1	Palvelukonsepti.....	14
5.2	Arvon tuottaminen.....	14
5.3	Asiakaskokemuksen haasteet	15
5.4	Palvelun tuottamisen ja myynnin haasteet.....	15
6	IT -palvelukonseptin kuvaus.....	15
6.1	FutuCare -palvelukonsepti.....	15
6.2	Palvelun tarkoitus.....	16
6.3	Palvelun sisältö	16
6.4	Palvelun hinnoittelu.....	16

6.5	Palvelusopimus.....	17
6.6	Palvelun aloittaminen.....	17
6.7	Palvelun järjestely.....	17
6.8	Palvelun roolit Futuricella	18
6.9	Palvelupyynnöt.....	18
6.10	Palveluprosessi.....	19
6.10.1	Palvelupyyntöjen käsittely	19
6.11	Palvelun laadun varmistus.....	20
6.12	Palvelun päättäminen	20
6.13	Palvelukokonaisuus	21
7	Pohdinta	22
7.1	Omat kokemukset.....	22

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena on Futurice Oy:n asiakasohjelmistojen ja järjestelmien huolenpitopalvelun FutuCare palvelukonseptin kuvaaminen. Futurice on IT - palveluntoimittaja, jonka FutuCare -palvelussa se tarjoaa Futuricen itsensä kehittämien järjestelmien ja ohjelmistojen huolenpitopalveluja asiakkailleen. Palvelut sisältävät järjestelmien ja ohjelmistojen ylläpitoa ja kehittämistehtäviä palvelusopimusten mukaisesti. Futuricella FutuCare -palvelut hoitaa palvelutiimi, jossa työskentelee noin kymmenen ohjelmistoalan ammattilaista, jotka ovat taustaltaan kokeneita palvelinohjelmistojen, web- ja työasema- sekä mobiilisovellusten ohjelmisto- ja järjestelmäkehittäjiä ja ylläpitäjiä. Tiimiin kuuluu myös kaksi palvelupäällikköä, joiden tehtävänä on palvelun kehittäminen, asiakastyytyväisyyden seuranta, laadun varmistus ja palvelun laskutus.

Työn lähtökohtana on palvelutiimissä havaittu tarve FutuCare -palvelutuotteen kehittämiseksi sekä palvelutiimin roolin ja aseman vahvistamiseksi yrityksen sisällä. FutuCare -palvelutiimi haluaa tuoda itsensä ja tarjoamansa palvelut tietoisuuteen sekä asiakkailleen että Futuricen sisällä. Palvelukonseptin selvittäminen ja kuvaaminen katsottiin tiimissä tarpeelliseksi lähtökohdaksi.

Palvelukonseptin sisällön tutkimiseksi olen valinnut keskeiset tahot, palvelua tuottava yritys Futurice ja sen FutuCare -palvelun nykyinen ja edeltävä materiaali sekä palvelun vastuuhenkilö ja palvelun myyntihenkilö, palvelua käyttävä asiakas ja lähdeaineistosta saatavissa oleva tieto.

Keskityn Futuricen tarjoaman FutuCare -palvelun kuvaukseen ja palvelun kehittämiseen ja miten palvelukonsepti toteutuu palvelussa. Työn tutkimuksellinen pääkysymys on: ”Mitä palvelukonsepti sisältää ja mitä arvoa palvelukonseptin avulla voidaan tuoda asiakkaille ja yritykselle?” Keskeisessä roolissa on mitä lisäarvoa palvelukonseptilla saadaan sen käyttäjille ja yritykselle itselleen. Tutkimusmenetelminä ovat palvelun asiakkaiden ja Futuricen henkilöiden haastattelut, palvelun aiemman ja nykyisen aineiston sekä lähdeaineistosta löytyvän tiedon tutkiminen.

Tuotoksena syntyy tutkimusmenetelmien avulla tuotettu kuvaus Futuricen tarjoaman FutuCare -palvelun palvelukonseptista. Kuvausta voidaan hyödyntää palvelun sisäisessä ja ulkoisessa tuotteistamisessa ja markkinoinnissa. Tuotoksesta hyötyvät asiakkaat, Futuricen myyntihenkilöstö ja FutuCare -palvelutiimin työntekijät.

2 Tutkimus ja tutkimusmenetelmät

Tutkimus on tehty keräämällä ja analysoimalla taustatietoja FutuCare -palvelusta, sen asiakkaista ja lähdeaineistosta.

2.1 Tutkimusmenetelmät

FutuCare -palvelusta olen tutkinut palvelun nykytilaa, sen tarkoitusta, palvelun perustamisen ja sisällön taustoja sekä tietoa asiakkaista tutkimalla palvelun materiaaleja ja kuvauksia ja haastatteleamalla palvelun vastuuhenkilöä sekä myyntihenkilöä.

Palveluun liittyvää asiakaskokemusta olen tutkinut haastatteleamalla palvelua pisimpään käyttänyttä asiakasta.

Tutkimuksellisen tiedon olen kerännyt tutkimalla palvelun konseptointiin ja arvon muodostumiseen liittyvää aineistoa Internetistä ja alan kirjallisuudesta.

3 Palvelun käsitteistö

Tässä luvussa tarkastellaan tutkimuksen ja FutuCare -palvelun kannalta olennaisimmat käsitteet.

3.1 Palvelukonsepti

Palvelukonsepti kuvaa mitä myytävää palvelua tarjotaan ja miten palvelu toteutetaan. Palvelukonseptissa kuvataan tapa kuinka se täyttää asiakkaan tarpeet ja miten asiakkaan arvo muodostuu. Palveluntarjoajalle palvelukonseptilla on avainrooli palvelun suunnittelussa ja palvelun kehittämisessä. Palvelun toteuttamistapa kuvaa palvelun resurssit, osaamistason ja palveluprosessin. Palvelukonseptista käy ilmi palveluntarjoajan strategiset tarkoitukset ja kuinka palvelu toimii suhteessa kilpailijoihin ja asiakkaisiin. Palvelulle on keskeistä, että ymmärretään asiakkaan tarpeet. Palvelun suunnittelulla ja palvelukonseptin kuvaamisen avulla palveluntarjoaja voi saavuttaa palvelulle sellaisen tarkkuustason, joka mahdollistaa palvelun menestymisen ja kilpailukykyisen palvelun tuottamisen.

(Goldstein, Johnston, Duffy, Rao 2002, s. 131-132)

Palvelukonseptilla määritellään palvelun kohdeasiakas ja mitä palveluja konseptiin sisältyy. Konseptista tulisi käydä ilmi palvelun toteutustapa, tarjottavan palvelun määrä ja palvelun tuottamistapa. Asiakkaan arvonluonti koostuu näiden tekijöiden yhteisvaikutuksesta. (Bergström & Leppänen 2011, s. 220-221).

Palvelukonseptissa kuvataan palvelun idea ja toimintamalli palvelun toteuttamisesta. Palvelukonseptin kuvauksen varsinainen käyttötarve määrittää sen tarkkuustason. Palvelun kuvaamisen oleellisia asioita ovat palvelun toimintaidea ja sen kuvaaminen. Palvelukuvauksen tulisi sisältää ainakin palvelun ansaintamallin, josta käyvät ilmi palvelun tulonlähteet, palvelun keskeiset toiminnot, palvelun arvonluonnin asiakkaalle ja palvelun resursoinnin. Yhdessä palvelukonseptissa voi olla yksi tai useampi palvelutuote. (Tekes 2010, s. 6)

Tuulaniemi määrittää (Tuulaniemi 2011, Luku 5, Konseptointi) konseptin palvelun suureksi kuvaksi, josta käy ilmi palvelun idea. Konsepti tarkoittaa tarinaa palvelun päälinjoista. Keskeinen rooli on asiakkaan palvelupolulla, jossa kuvataan joko palvelutuokiot tai palvelun käytön kontaktipisteitä. Konsepti on kuin suuntaa antava linjaus palvelusta, jossa vältetään menemästä liikaa yksityiskohtiin. Palvelukonsepti ja sen arvon muodostuminen rakentuvat portaittain. Ensimmäinen portaista tarkoittaa pohjasuunnitelmaa palvelun kokonaisuudesta ja palvelun kohderyhmästä. Toisella portaalla palvelulle luodaan sisältö, joka asiakkaan on helppo ymmärtää. Tällä portaalla muodostuu palveluodotus ja asiakkaalle annettava lupaus. Kolmannella portaalla tapahtuu palvelukonseptin julkistus ja markkinointi. Neljättä eli ylintä porrasta Tuulaniemi (2011) pitää tärkeimpänä konseptin onnistumisen kannalta. Kyse on palveluosaamisesta, joka on ratkaisevin tekijä palvelun onnistumisen ja menestyksen kannalta.

Konseptien kehittämisen tavoitteenaan totuttujen toimintamallien innovatiivista uudistamista sekä liiketoimintaa kehittäviä teknisiä ja uudistuksen mahdollistavia ratkaisuja. Konseptien kehittelyn käynnistäjänä voi olla tarve uudelle liiketoiminnalle tai otetaan käyttöön uuden teknologian mahdolliseksi tekemä ratkaisu. Konseptilla määritellään miten päästä tavoitettiin. Konsepteille tyypillistä on niiden vaikea yksiselitteinen kuvattavuus vaikutussuhteiden ja riippuvuuksien ollessa moniulotteisia.

(ICT Standard Forum 2012, s. 29-32)

Aalto yliopiston Palvelun käsikirjan (Tuominen, Järvi, Lehtonen, Valtanen, Martinsuo 2015, s. 11) mukaan palvelukonsepti koostuu kolmesta eri osa-alueesta, jotka ovat palvelulupaus, palveluprosessi ja resurssit.

Palvelulupauksessa määritellään:

- Arvon sisältö ja kenelle sitä tuotetaan
- Palvelun rakenne
- Rääätelöinnin aste

- Hinnoittelumalli
- Palvelun suhde yrityksen muihin palveluihin

Palveluprosessissa kerrotaan:

- Palveluprosessin vaiheet
- Asiakkaan ja palveluntarjoajan ja roolit
- Asiakasrajapinnan luonne

Palveluresursseista kerrotaan:

- Henkilöresurssit
- Palveluntarjoajan osaaminen
- Teknologia ja toimintamallit
- Yhteistyötahot ja alihankkijat

(Tuominen ym. 2015)

3.2 Palvelun lisäarvo, arvonluonti ja arvolupaus

Tässä luvussa tutkitaan mistä elementeistä arvo muodostuu, kuinka arvoa luodaan ja mitä arvolupaus tarkoittaa.

3.2.1 Arvon muodostumisen elementtejä

Arvon muodostuminen voi koostua eri elementeistä, joko yksinään tai yhdessä kunkin yksilön tai yrityksen omien tarpeiden mukaan. Näitä elementtejä ovat:

Brändi ja sen status

Tutuksi ja turvalliseksi mielletty ja koettu brändi valitaan helpommin kuin tuntematon.

Helppokäyttöisyys

Helppokäyttöisyys ja mukavuus koetaan tarpeellisiksi arvoa muodostaviksi asioiksi.

Palveluita ja tuotteita suunniteltaessa tarve helppokäyttöisyyteen kannattaa tiedostaa ja pyrkiä vastaamaan tarpeeseen.

Hinta

Hinta ei tarkoita samaa asiaa kuin arvo, jonka asiakas kokee, joskaan sen merkitystä arvon muodostajana ei voi silti väheksyä. Hintatietoinen asiakas kokee hinnan tärkeäksi osaksi arvon muodostumista.

Muotoilu

Muotoilulla on merkitystä arvoa luovana tekijänä, jonka merkitys vaihtelee paljon henkilökohtaisten mieltymysten mukaan.

Ominaisuudet

Tuotteet tai palvelut voivat sisältää mahdollisuuksia uusien ominaisuuksien lisäämiseen tai yhdistelemiseen. Tämä voi lisätä tuotteiden tai palveluiden arvoa.

Tekemisen helpottaminen

Ihminen hankkii tuotteita ja palveluita, jotta hän saavuttaisi tai saisi tehtyä jotain ja elämä helpottuisi. Näitä tarpeita tunnistamalla ja luomalla helpottavia ratkaisuja ja palveluita voidaan muodostaa realisoituvaa arvoa asiakkaille.

Saavutettavuus

Asiakkaan pääsyllä palvelun tai tuotteen luokse helposti on todettu arvoa kasvattavaksi tekijäksi.

Säästö

Palveluilla pyritään auttamaan asiakasta säästämään kulujaan ja aikaansa. Säästöillä on suora rahallinen vaikutus, joka on helppo mieltää arvoksi, jonka myös ajan säästäminen välillisesti tekee.

Tuoteräätälöinti

Räätälöinnillä voidaan luoda yksilöllisyyttä palveluun tai tuotteeseen. Yksilöllisyyden kokeminen on tärkeä tekijä asiakkaan kokemassa arvossa.

Uutuusarvo

Pieni osa ihmisistä kokee uutuusarvolla olevan merkitystä saadessaan jonkin tietyn tuotteen ensimmäisten joukossa. Uutuusarvolla on kuitenkin lyhytaikainen vaikutus ja se ei ole sen vuoksi kestävästi arvoa nostava tekijä.

Riskin vähentäminen

Tuotetakuulla ja palautusmahdollisuudella voidaan pienentää asiakkaan riskiä tuotteen hankkimisessa. Palveluiden käyttämiseen liittyy vähäisempi riski verrattuna tuotteen hankintaan, sillä palvelun käyttöön ei liity tuotteen kaltaista omistajuuden siirtymistä.

(Osterwalder, Pigneur 2009, s. 23-24, Tuulaniemi 2011, Luku 3)

3.2.2 Lisäarvo

Lisäarvo, jonka asiakas kokee, on hinnan ja hyödyn välinen erotus. Lisäarvo sekoitetaan usein arvonluontiin tai tuottamiseen asiakkaalle. Se on yritysten perustehtävä. Lisäarvo on nähtävä kilpailukeinona ja se tarkoittaa pääsääntöisesti hintaa alentamalla, jolloin hinnan ja hyödyn välinen suhde muuttuu ja asiakas hyöttyy tilanteesta enemmän, eli saa lisäarvoa.

(Tuulaniemi 2011, Luku 3)

3.2.3 Arvonluonti

Asiakkaiden ja palveluntarjoajien välillä tapahtuu vuorovaikutteisia prosesseja ja asiakas voi vaikuttaa palveluntuottajan tapaan tuottaa palvelua. Palveluntuottajayritys voi puolestaan vaikuttaa asiakkaan palvelun käyttötapoihin. Tällä ohjaavalla vaikuttamistavalla yritys voi saada aikaan arvonluontia asiakkaalle. Vaikka asiakas nähdään vastuullisena arvonluonnin realisoimisessa, niin palveluntuottajayrityksellä on mahdollisuus edesauttaa asiakkaan arvonluontia. Ilman asiakkaan ja palveluntarjoajan välistä vuorovaikutusta arvonluontia ei toteudu.

(Grönroos 2011, 281-282)

Bergströmin ja Leppäsen (Bergström & Leppänen, 2011, Luku 1.5) mukaan arvonluonnissa pyritään tuottamaan asiakkaalle suurempaa arvoa kuin asiakkaan siitä maksama hinta. Heidän mielestään hyöty olisi parempi sana kuin arvo, koska hyöty voi koostua monenlaisista tekijöistä kuten ominaisuudet, palvelukokemus, tuki, laatu ja hinta.

Arvonluonti tarkoittaa Tekesin (Tekes 2010, s. 8) mukaan tuotetta, palvelua tai muuta toimintaa, joka tuo asiakkaalle arvoa, joka on mitattavissa liiketoiminnan mittarein. Asiakas tuotteen tai palvelun ostajana on keskeisessä asemassa, jotta arvonluonti voi realisoitua. Arvonluonti on mitattavissa yrityksen liiketoiminnallisen tuloksen luvuin. Muita arvonluonnin kriteereitä ovat mitattavissa olevat asiakastyytyväisyys ja sidosryhmien tyytyväisyys.

3.2.4 Arvolupaus

Arvolupaukseen sisältyviä tekijöitä ovat palvelukonseptin elementit

- Kuvaus tarjottavasta tuotteesta tai palvelusta
- Palvelun kohde
- Kuvaus asiakkaan saamasta hyödystä
- Kuvaus palvelun ainutlaatuisuudesta

Arvolupaukseen liittyvät lisäksi asiakkaan odotukset saatavasta arvosta. Nämä odotukset muodostuvat aiemmista kokemuksista, toiveista ja tarpeista. Yrityksen tarjoama viestintätapa ja -tyyli ovat tärkeitä, samoin yrityksen maine.

(Bergström & Leppänen, 2011. Luku 1.5)

Yrityksen keskeisimpiä tehtäviä on antaa sen asiakkaille lupaus arvosta. Arvolupaukseen tiivistyy yrityksen tarjoama ero kilpailijoihin nähden ja yrityksen tarjoama palvelu asiakkailleen. Keskeistä arvolupauksen muodostumiselle ovat

- Palvelun kohteena oleva asiakas ja hänen tarpeensa
- Palvelun tarjoajan ratkaisu, joko tuote tai palvelu, asiakkaan ongelmaan
- Asiakkaan saama tai kokemus hyöty tältä palvelulta käyttämällä
- Palvelun erityislaatuisuus eli miksi juuri tämä palvelu on asiakkaalle kannattava

Asiakkaan kokemus saamastaan arvosta rakentuu asiakkaan ja yrityksen vuorovaikutuksesta ja asiakaskokemuksesta erilaisissa palvelutilanteissa.

(Tuulaniemi, 2011, Luku 3.)

3.3 Palvelun tuotteistaminen

Aalto yliopiston tuotteistamisen käsikirjan (Tuominen ym. 2015) mukaan palvelun tuotteistaminen tarkoittaa sen ja palvelun tuottaman hyödyn kiteyttämistä kuvaamalla palvelua ja sen vakioituja osia. Keskeistä on yhteisymmärrys palvelusta ja tärkeänä pidetään niin asiakkaiden kuin henkilöstön osallistamista palvelutuotteen kehittämiseen. Osallistamisella saavutetaan paras käsitys siitä arvosta, jota palvelu voi parhaimmillaan tuottaa. Osallistamisella katsotaan saavutettavan sitoutumista palvelutuotteeseen ja synergiahyötyjä palvelun ymmärtämiseksi ja yhtenäistämiseksi. Osallistamisen katsotaan luovan arvoa niin palvelun tuottajalle kuin asiakkaillekin. Tuotteistaminen nähdään sekä ulkoisena että sisäisenä prosessina.

(Tuominen ym. 2015, Luku 5).

3.3.1 Ulkoinen eli asiakkaille näkyvä tuotteistaminen

Palvelun ulkoinen tuotteistus tarkoittaa palvelun osien kuvaamista ja kirkastamista. Siinä muodostetaan ja kuvataan asiakkaalle oleelliset palvelukokonaisuuden osat. Nämä osat muodostavat palvelukonseptin tai palvelukuvauksen ja niitä käytetään myyntimateriaaleissa.

(Tuominen ym. 2015, Luku 5).

3.3.2 Sisäinen eli palvelun tuottajalle näkyvä tuotteistaminen

Sisäinen eli palvelun tuottajalle näkyvä tuotteistaminen kuvaa palvelutuotannon ja pyrkii sen yhdenmukaistamiseen. Sisäinen tuotteistaminen kuvaa palvelun prosessin, yrityksen toimintatavat ja vastuut. Asiakkaan näkökulman tulee olla keskeisessä asemassa ja tärkeää on pohtia ja kuvata yrityksen palveluprosessi ja miten ne sopivat asiakkaan palvelun käyttämiseen. Tuotteistaminen ei tarkoita standardoimista, vaan asiakaskohtainen räätälöinti on palveluille luonteenomaista. Tuotteistaminen tarkoittaaakin hyvän kokonaisuuden löytämistä palvelun vakioitaville osuuksille ja asiakaskohtaiselle räätälöinnille.

(Tuominen ym. 2015, Luku 5).

4 FutuCare -palvelun taustatiedot

Tässä luvussa tarkastellaan FutuCare -palvelun taustatietoja.

4.1 Futurice Oy

Futurice Oy on suomalainen tietotekniikka-alan yritys, jonka päätoimintona on web- ja mobiiliohjelmistojen sekä järjestelmien kehitys. Se tuottaa ohjelmisto- ja järjestelmäpalveluita yritysasiakkailleen. Ohjelmisto- ja järjestelmäpalvelut sisältävät ohjelmistojen ja järjestelmien kehittämistä sekä niiden ylläpitoa. Futuricella on noin 250 työntekijää ja sillä on konttoreita Suomen lisäksi Iso-Britanniassa, Saksassa ja Ruotsissa. Sen liikevaihto oli vuonna 2015 noin 23 miljoonaa euroa.

4.2 FutuCare -palvelu

FutuCare -palvelu on Futuricen itsensä kehittämien ohjelmistojen ja järjestelmien ylläpito- ja kehittämispalvelu, jota hoitaa palvelutiimi. Palvelu perustettiin ohjelmiston elinkaaripalveluna nimellä Lifecycle Management noin viisi vuotta sitten, mutta organisaation rakentaminen ja muutokset johtivat siihen, että palvelu hajautettiin. Huomattiin, että hajauttaminen ei toiminut toivotusti ja eri asiakkaiden palvelun hoitaminen yhdessä paikassa katsottiin tuovan synergia- ja osaamishyötyjä, jonka seurauksena vuonna 2015 elinkaariajatteluun perustuva palvelu uudella nimellä Lifecycle Management 2.0 käynnistettiin uudelleen. Palvelu suunniteltiin ja käynnistettiin ITIL v3 - palvelunhallinnan elinkaarimallia mukaillen. Vuonna 2016 palvelu nimettiin uudelleen huolenpitopalveluksi ja se sai Futuricen nimestä johdetun nimen FutuCare. FutuCaren palvelumallia on kehitelty palvelutiimin workshop -tilaisuuksissa loppuvuoden 2016 aikana ja kehittäminen on jatkunut keväällä 2017 vastaamaan nykyisiä tarpeita, auttamaan palvelun profiloitumista ja tuotteistamaan palvelua, jotta sen myynti ja markkinointi edistyisi.

(Futurice 2016; Hallivuori, K. 2017)

4.2.1 Palvelun tarkoitus

FutuCare -palvelun tarkoituksena on Futuricen itsensä, omille asiakkailleensa kehittämien ohjelmistojen ja järjestelmien ylläpidosta ja jatkokehittämisestä eli ohjelmiston ja järjestelmän jatkuvasta toimintakunnosta huolehtiminen. Ohjelmistot ja järjestelmät tulevat FutuCare -palveluun yleensä silloin, kun asiakkaan ohjelmiston ja järjestelmän ylläpito jatkuu ohjelmisto- ja järjestelmän kehitysprojektin jälkeen, eikä ohjelmiston ja järjestelmän huolenpitoon tarvita suurta henkilömäärää. (Futurice 2017)

4.2.2 Palvelun tehtäviä

FutuCare -palvelussa tehtävät koostuvat sekä ohjelmistojen että järjestelmien kehittämisestä ja ylläpitotehtävistä. (Futurice 2017)

Ohjelmistokehitykseen liittyvät palvelutehtävät voidaan jakaa seuraavasti

a. Korjaavat ylläpitotehtävät

Korjaavissa ylläpitotehtävissä korjataan ohjelmistossa tai järjestelmässä havaittuja virheitä tai virhetilanteita. Virheet voivat olla sekä kiireellisiä että kiireettömiä.

b. Mukauttavat ylläpitotehtävät

Mukauttavissa ylläpitotehtävissä tehdään ohjelmistoversioiden ja käyttöjärjestelmäversioiden päivitysten yhteydessä tarvittavia mukauttavia toimenpiteitä, jotta ohjelmistot ja järjestelmäversiot toimivat päivitysten jälkeen.

c. Kehityspainotteiset ylläpitotehtävät

Kehityspainotteisissa ylläpitotehtävissä tehdään parannuksia ohjelmaan, ohjelman suorituskykyyn, ohjeisiin ja ohjelmiston ylläpidettävyyteen.

d. Ennakoivat ylläpitotehtävät

Ennakoivissa ylläpitotehtävissä tehdään korjauksia havaittuihin vikoihin tai tiedettyihin ongelmiin ennen kuin ne tulisivat vastaan ohjelmiston toimintahäiriöinä.

(IEEE 2017)

FutuCare -palvelussa ovat keskeisiä toimia:

- Palvelupyynnöihin perustuva tapausselvitys
- Järjestelmien toimintahäiriöiden selvitys ja korjaus
- Ohjelmiston käyttäjien ongelmien ja virheiden korjaaminen tallennetuissa aineistoissa

- Projektien valmistelu sisältäen työmääräarvioiden teon ja henkilöresursoinnin, projektien suunnittelun, toteutuksen ja ohjauksen
- Asiakassuhteen hoito, tehtävien töiden sopiminen, priorisoiminen
- Järjestelmien toiminnan valvonta
- Oman työn seuranta

(Hallivuori, K. 2017)

4.2.3 Palvelun asiakkaat

FutuCare -palvelua käyttävät asiakkaat ovat pääasiassa suomalaisia suuria ja keskisuuria yrityksiä, joiden Futuricen kehittämä ohjelmisto tai järjestelmä on käyttöönoton jälkeen siirtynyt FutuCare -palveluun. Asiakkaita palvelussa on tällä hetkellä noin kymmenen ja ne edustavat useita eri toimialoja. (Hallivuori, K. 2017)

4.2.4 Palvelun erityispiirteet

Futurice huolehtii monien asiakkaidensa ohjelmistojen ja järjestelmien kehityksestä ja ylläpidosta kokonaispalveluna. Tässä tarkasteltavan FutuCare -palvelun erityispiirteenä on Futuricen itsensä kehittämän ohjelmiston ja järjestelmän, yleensä yhden tai kahden henkilön hoitama, ylläpito- ja jatkokehityspalvelu. Palvelussa huolehditaan ohjelmistojen ja järjestelmien jatkuvasta toimintakunnossa pitämisestä. Koska FutuCare -palvelussa oleva ohjelmisto ja järjestelmä ovat Futuricen itsensä kehittämiä, ohjelmiston ja järjestelmän tuntemus on yrityksellä itsellään ja se mahdollistaa tiedon jakamisen ylläpidosta vastaavien henkilöiden ja kehittäjien välillä. (Hallivuori, K. 2017)

Palvelut perustuvat sopimuksessa sovittuihin ohjelmistoihin ja järjestelmiin, palvelun laajuuteen ja palvelutasoon. Palvelun laajuus määritellään asiakkaan tarpeita vastaavasti. Palvelussa voidaan huolehtia myös projekteista, mutta projektit kootaan ja toteutetaan palvelusta erillisinä, jotta huolenpito palvelu voi jatkua häiriöttä. (Hallivuori, K. 2017)

Palvelusopimukset ja palvelutasot voidaan sopia asiakkaan kanssa neljännesvuosittain, mikäli asiakkaan tarpeet ohjelmiston ylläpidosta muuttuvat. Palvelulla on sisäisiä asiakkaita, kuten myyntihenkilöstö, joiden tulee tuntea FutuCare -palvelu myydessään palveluita asiakkaille. (Hallivuori, K. 2017)

4.2.5 Palveluresurssit

Palvelua hoitavilta henkilöillä tarvitaan monipuolista palveluosaamista ja -kokemusta. Palvelutehtävässä tarvitaan niin asiakaspalvelu- ja konsultointitaitoja kuin tietoteknistä

osaamista ohjelmisto- ja järjestelmäkehityksestä sekä niiden ylläpidosta. Henkilöt ovat IT -alalla tunnetun termin mukaan DevOps -osaajia. (Hallivuori, K. 2017)

DevOps määritellään IT -palvelun kokonaisuudeksi, jossa kehittämistoiminnot (development), laadunvarmistus (quality assurance), järjestelmän hallinta (IT operations) ja tuotannon tuki toimivat tiiviissä yhteistyössä koko ohjelmiston elinkaaren ajan. (The Agile Admin 2016)

4.2.6 Palvelun arvolupaus

FutuCare -palvelussa asiakkaan arvo ja kokemus hyöty tarkoittaa sitä, että järjestelmää ylläpidetään ja kehitetään parhaiten, kun kehitetty ohjelmisto jatkaa tuotta kehitysvaiheen jälkeen FutuCare -palvelussa. Kun palvelussa ovat Futuricen itse kehittämät ohjelmat, on ohjelmiston ja ohjelmistoarkkitehtuurin tuntemuksen taso korkea ja mahdollisiin ongelmiin saadaan apua ohjelmiston asiantuntijoilta nopeasti. Myös Futuricen muutoskyky on nopeaa, kun ohjelmiston kehittäjät ovat saatavilla esimerkiksi jatkokehitystehtäviin. Ohjelmiston ja järjestelmän ylläpito on ketterää ja nopeaa, kun järjestelmän kehittäminen ja järjestelmänhallinta ovat samassa paikassa. Tämä on tärkeä erottava tekijä verrattaessa palvelua kilpailijoiden tarjoamaan palveluun. FutuCare -palvelussa asiakas voi kokea lisäarvoa säästyneiden ongelmien ja nopean reagoitokyvyn muodossa ohjelmiston jatkaessa siihen perehtyneiden henkilöiden ja kehittäjäverkoston huolenpidossa. FutuCare -palvelun vahvuutena ja asiakkaalle arvoa tuottavana asiana tulee nähdä sen kokonaispalvelun luonne, jossa ohjelmiston kehittäminen ja järjestelmän hallinta ovat yhdessä ja samassa devOps -osaajien tiimissä. Monissa suurissa yrityksissä nämä toiminnot ovat erillään ja se voi aiheuttaa hankaluuksia ja viiveitä ongelmien ratkaisemisessa ja ratkaisujen käyttöönotossa. (Hallivuori, K. 2017)

4.3 FutuCare palvelukokemus

FutuCare -palvelukokemusta olen tutkinut asiakkaan ja palveluntuottajan näkökulmista.

4.3.1 Asiakkaan palvelukokemus

Asiakkaan kokemukset palvelusta, sen hyödyistä ja haasteista on kerätty sähköpostihaastatteluna maaliskuussa 2017 liitteen 1 mukaisilla kysymyksillä. Vastaajana oleva asiakas on käyttänyt palvelua koko sen olemassaolon ajan.

Asiakkaan kokemus palvelusta:

- Palvelu on tehokasta ja nopeaa, se toimii sopimuksen mukaisesti

- Tehtävien ja ratkaisujen kirjaus tiketeille toimii erinomaisesti

Asiakkaan kokemat hyödyt palvelusta:

- Ammattitaitoiset ja järjestelmän tuntevat resurssit ovat käytössä palvelusopimuksen mukaisesti
- Asiakkaan ei ole tarvinnut varata resursseja järjestelmän tukea ja ylläpitoa varten
- Toimittajalla on säilynyt tieto järjestelmästä ja pienet kehitystehtävät on saatu nopeasti tehtyä

Asiakkaan kokemat haasteet:

- Palvelu ei ole asiakkaan kannalta riittävän joustava muuttuviin tukitarpeisiin
- Henkilövaihdosten yhteydessä on aina ollut havaittavissa palvelutason lasku

(Paukku, S. 2017)

4.3.2 Palveluntuottajan palvelukokemukset

FutuCare -palvelun kokemukset on kerätty palvelutiimiltä Team Day -workshopeissa ja haastatteleamalla palvelun vastuuhenkilöä sekä myyntihenkilöä.

4.3.2.1 Palvelun toteuttajien kokemukset

Kokemuksia:

- Osaajien toimiminen yhdessä mahdollistaa tietojen jakamisen ja tiimin tuki auttaa mahdollisten ongelmien ratkaisemisessa
- Palvelun merkitystä voisi korostaa ja se pitäisi tehdä paremmin tunnetuksi
- Palvelun uudelleen nimeäminen voisi auttaa palvelun tunnetuksi tekemisessä
- Tarkastuslistan käyttäminen voisi auttaa uusien asiakkaiden palveluun saamisessa ja tarvittavan perehdytyksen varmistamisessa

Hyötyjä:

- Palvelu on pitkäjänteistä työtä ja jatkuvuus kasvattaa henkilöstön osaamista ja asiakasympäristön tuntemusta

Haasteita:

- Palvelun analytiikkatietoja ja asiakastytyväisyyttä ei seurata aktiivisesti
- Palvelusopimusten sisällön päälinjojen parempi tunteminen palvelutehtävien toteuttamiseksi voisi edesauttaa palvelutehtävien hoitoa ja suunnittelua
- Palvelun tunnetuksi tekeminen Futuricella on ollut haaste, sillä palvelua ei ole tunnettu hyvin Futuricen sisällä

- Osaavien, palvelusuuntautuneiden henkilöiden löytäminen ja sitoutuminen voi olla hankalaa
- Henkilöiden perehdytys voi olla haasteellista tapauskohtaisesti, mikäli palveluun tulevasta sovelluksesta on puutteellista tietoa, esim. ohjelmisto voi erityistapauksissa olla kolmannen osapuolen kehittämä
- Osaamisen siirtäminen palvelussa voi jäädä vähälle, kun aiemmat tekijät ovat siirtyneet muihin projekteihin tai esim. yrityksestä lähdön seurauksena
- Palvelutason pitäminen korkeana henkilövaihdoissa, sairaus- ja vuosilomien yhteydessä

(Futurice 2017; Hallivuori 2017)

4.3.2.2 Palvelun myyntikokemukset

- Ohjelmistojen ja järjestelmien jatkokehityspalveluille on aina kysyntää
- Asiakkaan olisi hyvä nähdä järjestelmän kehitysprojekti ja sen jälkeinen ylläpitovaihe yhtenä kokonaisuutena. Kokeneet asiakkaat ymmärtävät tämän.
- Palvelun hinnoittelu on haasteellista, sillä markkinat ohjaavat hinnoittelua liikaa.
- Hinnoitellut palvelupaketit ja lisäpalvelut ovat myynnin kannalta selkeitä.
- Yhteistyö palvelun myynnin ja FutuCare palvelun välillä voisi olla runsaampaa, minimi on osallistua myynnin viikkopalavereihin.
- Vaikka FutuCare -palvelun lähtökohta on Futuricen kehittämien ohjelmien jatkokehittäminen, palvelun kasvua kannattaa hakea myös muiden tekemien sovellusten kautta.
- Asiakastyytyväisyyden seuranta kaipaa parannusta
- Futuricen kokeneiden senioritasoisten henkilöiden parempi hyödyntäminen ja rekrytointi FutuCare -palveluun olisi eduksi palvelun vaativuuden ja laadun kannalta.

(Turunen, T. 29.4.2017)

5 Tutkimusaineiston tulosten tarkastelu

Tutkimuksen pääkysymykset koskivat palvelukonseptin sisältöä sekä sen tuottamaa arvoa. Tutkimuksen perustana olevan lähdeaineiston tietojen perusteella tarkastelen seuraavassa näitä tekijöitä, asiakkaan ja yrityksen näkemyksiä sekä haasteita ja teen valinnat FutuCare -palvelukonseptin kuvausta varten.

5.1 Palvelukonsepti

Palvelukonseptin sisällön pääkohdista, mitä palvelua tarjotaan, kenelle palvelu on tarkoitettu, miten palvelu toteutetaan ja mistä asiakkaan arvolupaus muodostuu, vallitsee kaikilla tutkituilla tahoilla saman mielisyyttä. Muissa painotuksissa on kuitenkin nähtävissä eroja.

Goldstein ym. (2002) korostaa palveluntuottajan osaamistason merkitystä ja palvelun toiminnallisuutta suhteessa kilpailijoihin ja asiakkaisiin. Bergström ym. (2011) mainitsee palvelukonseptiin kuuluviksi tekijöiksi palvelun määrän ja sen tuottamistavan. Tekes (2010) näkee palveluntuottajan ansaintamallin keskeiseksi osaksi palvelukonseptia. Tuulaniemen (2011) näkemys painottuu palvelumuotoiluun ja palveluosaaminen on hänellä keskeisessä asemassa palvelukonseptissa. ICT Standard Forum (2012) huomauttaa, että konseptien yksiselitteinen kuvaaminen on vaikeaa. Palvelun käsikirjassa (Tuominen ym. 2015) katsotaan palvelukonseptin sisältävän lisäksi palvelulupauksen, palveluprosessin ja resurssit. Muina tärkeinä tekijöinä lisäksi mainitaan palvelun räätälöinnin aste ja hinnoittelumalli.

Pidän Palvelun käsikirjan (Tuominen ym. 2015) näkemyksiä laajimpina ja yksityiskohtaisimpina, joten valitsen sen lähtökohdaksi FutuCare -palvelukonseptin kuvaukseen.

5.2 Arvon tuottaminen

Tutkimuksen kohteena ollutta arvon tuottamista tarkastellaan tässä laajemmin, koska arvo -sanaan liittyviä termejä arvon tuottaminen, arvolupaus, arvon luonti, lisäarvo ja hyöty on käytetty lähteissä vaihtelevasti osin samaa asiaa tarkoittaen.

Osterwalder ym. (2009) ja Tuulaniemi (2011) tarkastelevat arvon muodostamisen elementtejä brändi, helppokäyttöisyys, hinta, muotoilu, ominaisuudet, saavutettavuus, säästö, tuoteräätelöinti, uutuusarvo ja riskien vähentäminen. Nämä vaihtelevat tarjottavan palvelun ja asiakkaan tarpeiden ja mieltymysten mukaan, mutta ovat asioita, jotka on hyvä tiedostaa arvon muodostajina. Tuulaniemi (2011) toteaa, että käsite lisäarvo sekoitetaan usein arvonluontiin tai arvon tuottamiseen asiakkaalle. Lisäarvo tarkoittaa kuitenkin rahallista hyötyä, jonka asiakas saa ostaessaan tuotteita tai palvelua alennetulla hinnalla. Hän pitää lupausta arvosta yrityksen keskeisimpänä tehtävänä ja hänkin näkee palvelukonseptin kokonaisuudessaan muodostavan arvolupauksen. Arvoon vaikuttaa asiakkaan saama kokemus vuorovaikutustilanteissa. Grönroos (2011) pitää ohjaavaa vaikuttamista asiakkaan palvelunkäyttötapoihin arvoa luovana asiana, kun taas Tekes (2010) korostaa asiakkaan omaa roolia arvonluonnin realisoitumisessa ja näkee

arvonluonnin muodostustuvan liiketoiminnallisen tuloksen ja asiakastyytyväisyyden kautta. Bergström ym. (2011) käyttäisivät arvon sijaan sanaa hyöty, joka koostuu tekijöistä ominaisuudet, palvelukokemus, tuki, laatu ja hinta. Toisaalta he katsovat yrityksen palvelukonseptin toimivan arvolupauksena, sen lisäksi he näkevät yrityksen maineen ja viestintätyylin tärkeinä arvon tekijöinä.

Palvelun arvon muodostumisessa pidän Tuulaniemen (2011) näkemystä arvosta - palvelukonseptin kuvaaminen jo itsessään luo arvolupauksen - sopivana lähtökohtana FutuCare palvelukonseptin arvolupauksen kuvaamiseksi.

5.3 Asiakaskokemuksen haasteet

Asiakkaan (Pauku 2017) kokemat haasteet koskien palvelun henkilövaihdoksissa koettua palvelun tason laskua ja asiakkaan muuttuvien tarpeiden huomioon ottamista otan huomioon palvelukonseptin kuvaamisessa.

5.4 Palvelun tuottamisen ja myynnin haasteet

FutuCare -palvelun kehittämisessä, tuottamisessa ja myynnissä koettuja haasteita ovat Hallivuoren (2017) ja Turusen (2017) mukaan puutteet asiakastyytyväisyyden seurannassa sekä osaamisen siirtämiseen liittyvät hankaluudet. Samoin FutuCare -palvelutiimin (2017) kokemat haasteet palvelutiedon ja -osaamisen siirrossa on huomioitava. Palvelun tunnetuksi tekemisessä koetut haasteet (Hallivuori 2017) ovat yrityksen sisäisiä, jotka vaativat yhteistyötä ja tiedottamissuunnitelmaa. Palvelukonseptin suunnittelu ja toteuttaminen yhdessä palveluiden myynnin ja palvelutuotannon kanssa loisivat hyvän pohjan myynnille, kasvulle ja palvelun tuotteistamiselle.

6 IT -palvelukonseptin kuvaus

IT -palvelukonseptin sisällön kuvaamisessa noudatan pääpiirteissään Palvelun tuotteistamisen käsikirjassa (Tuominen ym. 2015) kuvattua palvelukonseptin kokonaisuutta ja Tuulaniemen (2011) arvolupauksen näkökulmia. Muilta osin tässä kuvattava palvelukonsepti rakentuu tutkimani FutuCare -palvelun nykyiseen toteuttamistapaan ja arvolupaukseen. Lisäksi palvelukonseptissa otetaan huomioon asiakkaan ja FutuCare -palveluntuottajien ja myynnin kokemat haasteet.

6.1 FutuCare -palvelukonsepti

Futuricen tarjoama FutuCare -palvelukonsepti sisältää palvelun tarkoituksen ja tavoitteet. Siinä kuvataan ja kerrotaan mitä FutuCare -palvelu tarkoittaa, kenelle palvelu on

tarkoitettu ja miten palvelu toteutetaan. FutuCare -palvelukonseptista välittyy Futuricen tarjoama palvelu- ja arvolupaus asiakkaalle. Konseptista käy ilmi myös Futuricen ansaintamalli. Tätä palvelukonseptia voi käyttää apuna palvelun tuotteistamisessa, palvelun myynnin tukena ja sitä voi käyttää Futuricen sisällä palvelun tunnetuksi tekemisessä ja soveltuvien osien palvelutiimin perehdytysmateriaalina.

6.2 Palvelun tarkoitus

FutuCare -palvelun tarkoituksena on tuottaa asiakkaille arvoa pitämällä asiakkaiden ohjelmistot ja järjestelmät jatkuvasti toimintakuntoisina ja huolehtimalla asiakkaiden hyvästä palvelukokemuksesta. FutuCare -palvelu tunnetaan hyvämaineisena, joustavana, arvoa ja hyötyä tuottavana palveluna asiakkaalle. Futuricelle palvelu on taloudellisesti kannattavaa, ja se mahdollistaa myynnin kasvua.

6.3 Palvelun sisältö

FutuCare -palvelussa tarjotaan asiakkaille Futuricen kehittämien ohjelmistojen ja järjestelmien ylläpito- ja jatkokehityspalvelua. Palvelutarjontaan voivat kuulua myös ohjelmistojen versiopäivitykset.

Palvelun keskeinen tekijä ovat asiakkaat ja heidän omistamat ohjelmat ja järjestelmät, jotka heidän liiketoimintansa kannalta kannattaa pitää toiminnassa. Asiakkaan kokema arvo perustuu siihen, että

- Ohjelmistot ja järjestelmät pysyvät toimintakunnossa ja kehittyvät, kun niiden huolenpito on jatkuvaa ja pitkäjänteistä
- Ohjelmistosta huolehtivat ohjelmistoalan devOps -ammattilaiset, jotka noudattavat tehtävissään ohjelmiston arkkitehtuuria, teknologiaa, testausmenetelmiä ja päivitysstandardeja asiakkaan prosesseja noudattaen.
- Ohjelmiston ylläpitäjällä on käytettävissään koko Futuricen ammattilaisten tukiverkosto, mikä auttaa asiakasta esimerkiksi kehitysprojektien nopeassa kokoamisessa ja hankalien ja kiireellisten ongelmien ratkaisemisessa

6.4 Palvelun hinnoittelu

FutuCare -palvelussa tarjotaan asiakkaille palvelupaketteja asiakkaan ohjelmiston ja järjestelmän ylläpitotarpeen mukaan.

Asiakkaille tarjottava hinnasto on selkeä ja siinä kerrotaan

- mitä palvelussa tehdään

- mitä kukin palvelutaso sisältää ja mitä siihen liittyvä hinnoitteluvaihtoehto tarkoittaa ja miten lisäpalvelut hinnoitellaan

Palvelupaketit sisältävät

- Ylläpitotehtäviä sovelluksen ja järjestelmän ylläpitämiseksi
- Ylläpito- ja pieniä kehittämistehtäviä
- Ylläpito- ja laajempia kehittämistehtäviä

Palvelupaketeissa määritellään paketin kustannukset, palvelun määrä ja mitä lisäpalveluja on saatavilla ja mitkä palvelut ovat erikseen veloitettavia.

6.5 Palvelusopimus

Futurice ja asiakas solmivat palvelusopimuksen, jossa määritellään palvelun yksityiskohdat, sopimuksen voimassaoloaika, vastuut ja veloitteet.

6.6 Palvelun aloittaminen

Palvelu aloitetaan palvelusopimuksen kirjoittamisen jälkeen ja siinä sovitusta hetkestä alkaen. Yritys järjestää palvelulupauksensa mukaisesti henkilön hoitamaan asiakkaan ohjelmiston ylläpitoa. Yritys huolehtii palveluosaamisesta, perehdyttämisestä ja siitä, että ohjelmiston kehittäjien tuki on saatavilla. Ohjelmiston siirtyessä huolenpitopalveluun, ohjelmisto ja sen dokumentointi tarkastetaan. Yritys varmistaa, että tarvittavat tiedot ja käyttöoikeudet siirtyvät ohjelmiston kehitysprojektista huolenpitopalveluun.

Esittäytyminen ja yhteistyökäytännöt sovitaan koskien häiriöiden tai kehitystarpeiden ilmoittamista, yhteydenpitoa ja palvelun seuranta.

FutuCare -palvelu järjestetään ja toteutetaan sopimuksen mukaisesti pääosin Futuricen tiloissa.

6.7 Palvelun järjestely

Asiakas on palvelun ostaja ja palvelun käyttäjä. FutuCare -palvelussa on asiakkaan yksi tai useampi sovelluskokonaisuus. Palvelutaso perustuu Futuricen myynnin ja asiakkaan väliseen palvelusopimukseen. Palvelu on joustava ja sitä voidaan mukauttaa asiakkaan tarpeiden muuttuessa.

Palvelu toimii palvelupyyntöjen kautta ja pyyntöjen kanavana toimii tiketti- tai sitä vastaava järjestelmä, jotka voivat vaihdella asiakkaittain. Yleensä tikettijärjestelmä on asiakkaan

käyttämä järjestelmä, mutta yritys voi tarjota asiakkaalle tikettijärjestelmän käyttöönottopalvelua.

6.8 Palvelun roolit Futuricella

Palvelulle nimetään ja perehdytetään tiimiin asiakkaan palveluhenkilö ja palvelupäällikkö. Henkilöiden asiakaskohtainen työmäärä vastaa sopimuksessa sovittua palvelun määrää ja tasoa.

FutuCare -palvelutiimin vetäjä vastaa siitä, että asiakkaan palveluhenkilöinä on aina asiakkaan ympäristön tuntevat devOps -ammattilaiset koko palvelun ajan lomat ja muut poissaolot huomioiden. Asiakkaan palvelukokemus ja -taso pysyy korkeana henkilövaihdoista huolimatta.

Palvelupäällikkö huolehtii yksittäisen asiakkaan palvelun kehittämistä ja tekee palvelun ja asiakastytyvyyden seuranta ja hoitaa sopimuksen mukaisen laskutuksen.

Palvelussa jokaisella asiakkaalla on palvelun vastuhenkilö, jolla on päävastuu asiakkaastaan. Palvelu toteutetaan palvelupyynnöiden ja niiden palveluprosessin mukaan. Palvelutapahtumiin kulunut aika kirjataan tuntikirjausjärjestelmään palvelusopimuksen mukaisesti.

Teknisissä asiakysymyksissä tiimillä ja palvelua hoitavalla henkilöllä on käytettävissään Futuricen laaja asiantuntijaverkosto.

FutuCare -palvelun toteutumista, käytännössä palvelupyynnöiden tilannetta seurataan tilannepalavereissa asiakkaan kanssa sovittavan käytännön ja aikataulun mukaan.

6.9 Palvelupyynnöt

Asiakkaan palvelupyynnöt ovat sopimuksen mukaisia mm. ohjelmiston ja järjestelmän ylläpitoa vaativia tehtäviä, sekä työmääräarviointipyynnöitä jatkokehitystehtäviin. Palvelupyynnöt kirjataan tikettijärjestelmään tai sitä vastaavaan seurantajärjestelmään yleensä asiakkaan toimesta, mutta joissakin tapauksissa kirjaus tehdään FutuCare -palvelussa. Palvelupyynnöt arvioidaan ja käsitellään asiakkaan palvelusopimuksen ja palvelupaketin mukaisesti saapumisjärjestyksessä. Palvelupyynnöille voidaan antaa kiireellisyyden ja vakavuuden perustuva kiireellisyysjärjestys (prioriteetti).

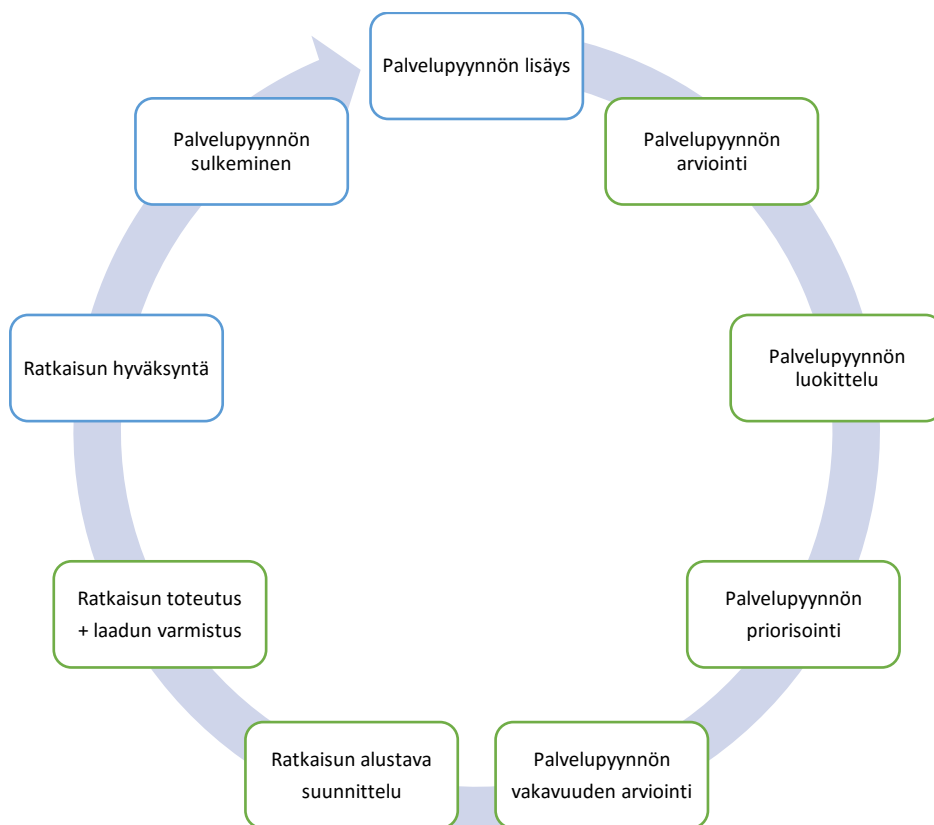
Palvelupyynnöt voivat sisältää myös miniprojekteja tai isompiakin projekteja. Palvelun vastuhenkilö järjestää, yhteistyössä palvelutiimin kanssa, projektien resursoinnin. Palvelutiimin vastuulla on järjestää projektin resursointi huolenpitopalvelusta erillisenä ja taata palvelun häiriötön jatkuminen.

6.10 Palveluprosessi

FutuCare -palvelussa toimitaan palveluprosessin mukaan. Palveluprosessissa kuvataan palvelupyyntöjen käsittely, niiden etenemisen vaiheet ja niihin liittyvät toimet. Palveluprosessissa otetaan huomioon asiakkaan palvelusopimus, joka toimii palveluprosessin viitekehystenä.

6.10.1 Palvelupyöntöjen käsittely

Palvelupyöntöjen käsittelyprosessi on mukaelma ITIL V3:n (ITIL V3 2016) tapahtuman hallinnan prosessista. Asiakas voi seurata palvelupyöntön käsittelyä kaikissa sen vaiheissa palvelupyöntöjen tikkijärjestelmän avulla.



Kuva 1. Palveluprosessi, mukailien ITILin tapahtumien hallintaa (ITIL V3 Incident management, 2016)

Kiireelliset tai vakavat tapaukset nostetaan ratkaistavaksi palvelutiimin yhteisin resurssein ja tarvittaessa käytetään Futuricen osaajaverkostoa ongelman ratkaisemiseksi mahdollisimman nopeasti.

Projekteja koskevat palvelupyynnöt käsitellään palvelupyyntöjen vasteajoista erillään, kulloinkin erikseen sovittavan aikataulun mukaan.

6.11 Palvelun laadun varmistus

FutuCare -palvelukonseptista käy ilmi, että se tahtoo kehittää jatkuvasti palvelua ja sen laatua. Asiakkaan palvelukokemus on keskeisellä sijalla. FutuCare -palvelussa seurataan asiakkaan tyytyväisyyttä ja palvelun seuranta toteutetaan niin, että jokaisella palvelun asiakkaalla on

- Viikoittainen palaverikäytäntö, jossa käydään palvelun ja palvelutehtävien tilanne.
- Neljännesvuosittain palvelun toteutumisen seuranta

Futurice pitää huolta FutuCare -palvelutiimin henkilöiden palvelu- ja teknologiaosaamisesta sekä palveluhenkilöstön viihtyvyydestä. Laadukas palvelu ja sen jatkuva kehittäminen on koko tiimin tehtävä ja kehittämisprosessi on jatkuvaa ja säännöllistä.

Asiakkaan kokema FutuCare -palvelun laatu varmistetaan keräämällä säännöllisesti asiakaspalautetta. Palautteen tilastoitavuus parantaa pitkän aikavälin seuranta. Palvelutehtävien hoitamisessa FutuCare -palvelutiimi vastaa laadusta tekemällä ohjelmistojen koodin ja dokumentoinnin katselmointia. Futurice toteuttaa kehittämistehtävissä testiohjautuvia menetelmiä (TDD = test driven development) tapauskohtaisesti.

FutuCare -palvelutiimi arvioi kuukausittain palvelun toteutumista ja huolehtii palvelun jatkuvasta kehittämisestä (continuous improvement). Futurice huolehtii palveluhenkilöiden osaamisesta alan kehitystä seuraten, jotta asiakkaalla on jatkuvasti alansa osaavat henkilöt hoitamassa huolenpitopalvelua.

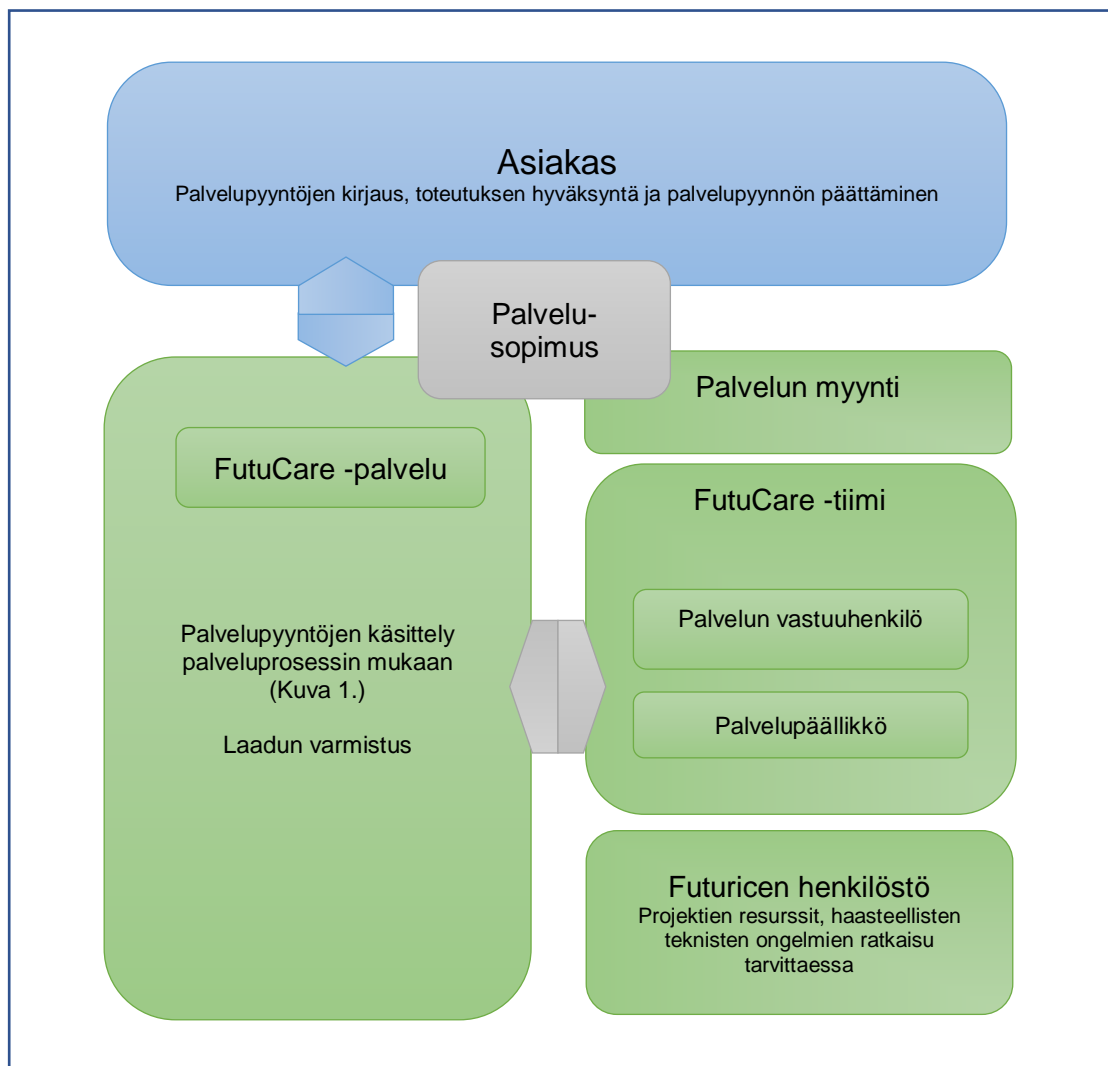
6.12 Palvelun päättäminen

FutuCare -palvelun päättäminen tulee palvelussa vastaan palvelusopimuksen päättyessä, kun sopimusta ei uusita tai kun ohjelmiston käyttö päättyy.

Päättämisestä sovitaan asiakkaan ja FutuCare -palvelun välillä erikseen.

6.13 Palvelukokonaisuus

FutuCare -palvelun kokonaisuus on kuvattu oheisessa FutuCare -palvelun kaaviossa:



Kuva 2. FutuCare -palvelun kaavio.

7 Pohdinta

Palvelun tarve havaitaan ja palvelu rakentuu usein luontaisesti käytännön tehtävien hoitamisen kautta. Ilman määrätietoista kehittämisprosessia voi palvelusta jäädä jotain oleellista havaitsematta ja siitä voi muotoutua rutiini. Palvelun konseptointi auttaa palvelun kehittämisessä ja palvelun tekemisessä erottuvaksi, toimivaksi ja kilpailukykyiseksi palvelutuotteeksi. Palvelun ja palvelukonseptin kehittäminen ei ole kertaluonteista, vaan se tulisi nähdä jatkuvana kehitysprosessina.

Tämä opinnäytetyö mahdollisti palvelukonseptin ja palvelukokonaisuuden laajemman ja syvällisemmän tarkastelun. Palvelukonseptin aiheisällön osalta lähdeaineistosta löytyvä tieto on pieniä vivahde-eroja lukuun ottamatta saman suuntaista. Palvelukonseptin luominen tavallaan pakottaa kuvaamaan ja miettimään palvelun sisällön ja tarkoituksen, joka muuten voisi jäädä kirkastumatta tai vajavaiseksi. Futuricen hoitaman FutuCare -palvelun palvelutehtävä on selkiytynyt palvelukonseptin tutkimisen kautta, sillä olen voinut kysellä asioita tarkemmalla tasolla asiaa tutkittuani. Tällä on ollut myönteinen vaikutus palvelun tarkentamiseen ja palvelun sisäisen olemuksen löytämiseen ja esille tuomiseen. Vaikka olemassa olevat asiakkaat eivät välttämättä näe palvelukonseptin kuvaamisen tai kehittämisen seurauksia, niin se ainakin edesauttaa uusien palveluun tulevien asiakkaiden palvelun käynnistämistä ja se selkeyttää palvelun hinnoittelua ja palvelun sisältöä. Nämä vaikuttavat myönteisesti mahdollisuuksiin tuottaa sovitun tasoista palvelua, josta seuraa asiakkaan myönteinen palvelukokemus ja hänen kokemansa arvo tai hyöty.

Palvelukonseptin tutkiminen osana tiimin palvelutehtävän kehittämistä on ollut mielenkiintoista. Palvelukonseptia on käyty läpi osittain koko palvelutiimin kanssa. Opinnäytetyö on myötävaikuttanut FutuCare -palvelukonseptin tarkentamiseen, palvelun kirkastamiseen, palvelun kehittämiseen ja palvelun markkinointimateriaalin synnyttämiseen. Koko palvelutiimi osallistuu huolenpitopalvelun kehittämiseen, mikä vaikuttaa työtapoihin ja työn tekemiseen positiivisesti. Palvelua ja palveluosaamista tulee kuitenkin tarkastella ja arvioida säännöllisesti, jotta palvelun kehitys on jatkuvaa.

7.1 Omat kokemukset

Omista kokemuksistani tärkeimpinä tekijöinä koen sen, että tunnen nyt Futuricen toiminnan ja toiminta-ajatuksen syvällisemmin ja miten asiat kuten asiakas, palvelukonsepti, sopimukset, palvelutuote ja sen toteuttajat ja nivoutuvat yhteen. Palvelun tuotteistamisen tutkimisen yhteydessä vahvistui käsitys asiakkaan roolin merkityksestä palvelun kehittämisessä. Ilman asiakkaan ymmärtämistä palvelu voi jäädä vajavaiseksi. Tekijöitä, joilla asiakas kokee palvelun yksilölliseksi, tulee ottaa huomioon palvelua

kehittäessä. Palvelusta on huolehdittava säännöllisesti, jotta ei ajauduta rutiininomaiseen toimintaan. Palvelukonseptin yhteydessä korostetaan asiakaskokemusta ja asiakkaan kokemaa hyötyä. Näkisin merkitykselliseksi sen, että myös palvelun toteuttajan myönteisen palvelukokemuksen merkitys on palvelun kannalta ratkaisevaa.

Asiakashaastattelujen kautta oma näkökulma laajeni, sillä asiakas näkee asiat omasta näkökulmastaan. Palvelussa on haasteellista oppia näkemään asiat asiakkaan näkökulmasta. Säännöllisellä asiakkaan ja palvelun tuottajan välisellä vuorovaikutuksella pysytään ajan tasalla, jotta asiakkaan muuttuviin tarpeisiin osataan palvelussa reagoida joustavasti.

Palvelun tuotteistaminen ja siihen tutustuminen olivat tärkeää mielenkiintoista antia, koska en ollut siihen aikaisemmin tutustunut. Pidän tuotteistamiseen tutustumista oman palveluosaamiseni kannalta puuttuneen palasen löytämisenä. Erityisen kiinnostavaa siinä oli palvelun sisäisen tuotteistamisen merkitys palvelun ymmärtämisen ja sen sisäisen aseman vahvistamisessa niin Futuricen kuin palvelua hoitavan henkilöstön kannalta.

Näen palvelukonseptin laatimisen ja kuvaamisen palvelun menestyksen avaintekijänä. Oivalsin, että palvelukonseptin luominen on palvelun kehittämistä ja arvolupauksen antamista sekä asiakkaille että palveluntuottajalle itselleen.

Lähteet

Grönroos Christian 2011. Value co-creation in service logic: A critical analysis.
<http://www.paulallen.ca/documents/2015/08/gronroos-c-value-co-creation-in-service-logic-a-critical-analysis-2011.pdf>

Goldstein, Johnston, Duffy, Rao 2002. Service Concept, The Missing Link in Service Design Research. <http://www.ida.liu.se/~steho87/und/htdd01/sdarticle2.pdf>. Luettu 15.3.2017

Tuominen, Järvi, Lehtonen, Valtanen, Martinsuo 2015. Palvelun tuotteistamisen käsikirja. <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/16523/isbn9789526062181.pdf>. Luettu 20.3.2017

IEEE 2017. SWEBOK V3. <https://www.computer.org/ieeecs-swebokdelivery-portlet/swebok/SWEBOKv3.pdf?token=Rm7ur0ks32fiEVnys5tgMylWMAwRmIlgX>. Luettu 2.3.2017

Bergström, Seija & Leppänen, Arja 2011. eKirja. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita. Helsinki. Luettu: 24.2.2017.

Tuulaniemi, Juha 2011. eKirja. Palvelumuotoilu. Talentum. Luettu 15.3.2017.

Osterwalder, Pigneur 2009. Business Model Generation.
<http://www.businessmodelsinc.com/wp-content/uploads/2011/11/Business-Model-Generation-preview-of-the-book.pdf>. Luettu 14.4.2017

ICT Standard Forum. Tietohallintomalli, <https://www.itforbusiness.org/fi/> Luettu: 23.1.2017.

Tekes 2010. Palveluliiketoiminnan sanasto, Vocabulary of Service Business
https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palveluliiketoim_sanasto.pdf Luettu: 21.10.2016.

ITIL V3, 2016. ITIL Incident Management. <http://www.bmc.com/guides/itil-incident-management.html>. Luettu: 03.03.2017.

The Agile Admin 2016. What Is DevOps? <https://theagileadmin.com/what-is-devops/>. Luettu 23.4.2017.

Paukku, S. 5.4.2017. Service manager. Kaupan alan asiakas. Haastattelu. Helsinki.

Hallivuori K. 20.3.2017, FutuCare -palvelun tiimin vetäjä. Haastattelu. Helsinki.

Turunen T. 29.4.2017. Futurice Oy, Sales Manager. Haastattelu. Helsinki.

Futurice. Lifecycle Management 2.0 verkkosivusto. Päivitetty 11.5.2016. Saatavissa: Intranet Futuricen sisäisessä käytössä, vaatii salasanan.

Futurice. FutuCare verkkosivusto. Päivitetty 8.5.2017. Saatavissa: Intranet Futuricen sisäisessä käytössä, vaatii salasanan.

Liite 1: Tutkimuskysymykset asiakkaalle

Palveluun liittyvät kysymykset FutuCare asiakkaalle:

1. Kokemuksenne palvelusta yleisesti?
2. Palvelusta saamanne/kokemanne hyödyt?
3. Palvelussa kokemanne haasteet?