

TUNNE ASIAKKAASI KUNTAKENTÄLLÄ

Asiakkaan kuulemisen menetelmiä seutu-
kunnallisessa hanketyössä

Merja Haukipuro

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu, ylempi amk-tutkinto
Mediatuottamisen koulutusohjelma

MERJA HAUKIPURO

Tunne asiakkaasi kuntakentällä

Asiakkaan kuulemisen menetelmiä seutukunnallisessa hanketyössä

Opinnäytetyö 71 sivua, liitteitä 6 sivua

Toukokuu 2013

Opinnäytetyöni käsittelee asiakkaan kuulemismenetelmiä. Tutkimuksen tarkoituksena oli nähdä miten palvelumuotoiluprosessia ja muita menetelmiä voidaan hyödyntää osana seutukunnallista projektityötä ja kuinka asiakasta kuullaan projektityön suunnitteluvaiheessa. Työssä on samalla selvitetty Ylivieskan seutukunnan hanketyöskentelyä eri projekteissa.

Tavoitteena oli löytää uusia toimintatapoja seutukunnalliseen hanketyöhön erilaisista asiakkaan kuulemisen menetelmistä ja kuulla asiakasta palvelumuotoilun keinoin ja irrottautua perinteisistä toimintatavoista. Samalla opinnäytetyössä on puututtu hanketyön suunnitteluvaiheeseen, jossa hanketyön tulee vastata etupäässä kohderyhmänsä tarpeita virkamiestyöskentelyn, kunnallisen hanketyön ja avustusten myöntäjien toimintalinjaukset huomioiden.

Tarkoituksena oli saada tietoa siitä miten palvelumuotoiluprosessia voidaan hyödyntää myös seutukunnallisen hanketyön eri vaiheissa ja miten asiakasta kuullaan kuntakentällä. Seutukunnallisissa projekteissa asiakkaat vaihtelevat. Tässä opinnäytetyössä kohderyhmän asiakkaat ovat 18-29 – vuotiaita nuoria.

Yksi omista menetelmistäni oli käyttää ideointipajaa esimerkkinä, jossa olen yhdistänyt palvelumuotoilun keinoja perinteiseen työpajatyöskentelyyn luovalla tavalla. Ideointipajassa koostin nuorten ideoimia sähköisiä palveluja palvelumuotoiluprosessista tarkasteltuna. Työpajat ovat eritelty luvuissa 3.2, 3.5, 5.3 ja 5.4. Toteutin suunnittelemani ideointipajan, josta oheistuotteena syntyi nuorten ideoimia tulevaisuuden sähköisiä palveluita. Opinnäytetyön pohjana on käytetty konstruktivistista, soveltavaa tapaustutkimusta, jonka empiirisen osan tavoitteena oli kuvata, miten ideointipaja-menetelmää, (jossa asiakasta kuullaan luovassa ympäristössä) voidaan hyödyntää palvelumuotoilun avulla luovemmin uusien hankkeiden käytössä tulevaisuudessa.

Ideointipajassa esiin nousseet nuorten vastaukset antavat tämän aikakauden nuorten näkemyksiä tulevaisuuden sähköisten palveluiden kehittämisestä nuorille. Opinnäytetyön kuvaus perustuu asiakkaan kuulemiseen, painottuen palvelumuotoiluprosessin näkökulmaan ja kehittämistehtävän yhteydessä järjestettyihin ideointipajoihin (työpaja, workshop).

ABSTRACT

TAMK University of Applied Sciences, Master's Degree
MA in Media Management

MERJA HAUKIPURO

Know your Customer in Municipal Field

Customer's Hearing in Project Work with the Help of Different Methods

Bachelor's thesis 71 pages, appendices 6 pages

May 2013

My final thesis focused on the methods that help to hear the customers. The objective of this study was considering how the service design process and other methods can be utilized as a part of subregion project management and how the customer can be heard during the project planning period. In my study I also clarified project management in Ylivieska subregion's several projects.

My objective was to find new practice for the subregion project management that can help hearing the customers with service design means and detach from traditional practices. In order to reach these aims I familiarized myself with literature considering service design, customer's hearing, managing, marketing and project work. I also studied about the project management diverse stages and methods for gathering customer information. I familiarized myself with statics and the results of National Research of the Youth. At the same time I studied about project management planning period, where the project work responds primarily the customers' needs, noticing the policies of civil servant work, municipal project work and the authorities.

The purpose of this thesis was to get information about how service design can be utilized also in different periods of subregion project management and how the customers can be heard in municipal field.

Ylivieska subregion has various customers in different projects. The target groups of my project are the youngsters and young adults. The target group of my thesis is limited to the age from 18 to 29.

One of my methods was to use brainstorming workshop as an example, where I connected service design tools and classic workshop methods in a creative way.

The purpose of this brainstorming workshop was to combine youngsters' online service ideas from a service design process perspective. Workshops are analyzed in the chapter 3.2, 3.5, 5.3. and 5.4. I realized the workshop I planned. As a by-product of this workshop youngsters came up with ideas about new online services.

For the base of this study I focused on constructive study case. The empirical part of this case describes how brainstorming workshop method (where the costumers' voice can be heard) can be utilized with service design tools in a more creative way for the future projects.

The workshops' answers and ideas gave information about the youngsters' point of view considering development of online services. The description of my thesis is based on customer hearing, focused on service design process perspective and the workshop that were realized during this development task (workshop).

Key words: customer, ideation, service design, workshop, creativity project work, youth

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	HANKETYÖN TOIMINTAKENTTÄ JA HAASTEET KUNTAKENTÄLLÄ.....	9
2.1	Hanketyön toimintakenttä kunnissa.....	9
2.2	Ylivieskan seutukuntayhdistyksen hankevalmistelu	12
2.3	Hanketyön haasteet kuntakentällä	15
2.4	SWOT-toimintaympäristöanalyysi	18
3	MENETELMIÄ ASIAKASTIEDON KERÄÄMISEEN.....	23
3.1	Haastattelut asiakastiedon keräämisessä.....	23
3.2	Työpajat asiakastiedon keräämisen välineenä	24
3.3	Projektipäällikköjen näkökulmaa asiakkaan kuulemisesta.....	25
3.4	Innovaatiotoiminta Ylivieskan seutukuntayhdistyksessä	28
3.5	Työpajojen eri menetelmiä	29
3.6	Benchmarking-esimerkinä Living Lab-ympäristö.....	31
4	PALVELUMUOTOILU	36
4.1	Palvelumuotoilussa luovuus irti.....	36
4.2	Palvelu on parasta markkinointia.....	39
4.3	Service Blueprinting-menetelmä laadullisen kehittämisen työkaluna.....	42
5	TUNNE ASIAKKAASI.....	44
5.1	Nuorten kuuleminen	44
5.2	Nuorten arvomaailma	46
5.3	Ideointipajamenetelmä.....	48
5.4	Ideointipajan toteutus nuorille	49
6	POHDINTA.....	55
	LÄHTEET	58
	LIITTEET	62
	Liite 1. Ideointipajojen/ryhmähaastattelun kysymykset ja koosteet	62

1 JOHDANTO

Työskennellessäni kahdeksatta vuotta Ylivieskan seutukuntayhdistyksellä alueellisissa kehittämishankkeissa ja nuorille toteutettavissa tiedotus- ja neuvontatyön hankkeissa, olen aikaisempaa enemmän tahtonut perehtyä asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin. Tehdäänkö hanketyötä asiakaslähtöisesti? Vaikuttavatko hanketyöhön rahoittajatahon ja toimintalinjausten asettamat ehdot asiakasta enemmän? Millaisilla menetelmillä asiakasta voidaan kuulla niin, että hankesuunnitelmat saadaan vastaamaan asiakkaan todellisia tarpeita? Nämä olivat opinnäytetyöni keskeisimpiä kysymyksiä. Näiden kysymysten johdattelemina tahdoin hyödyntää kehittämistehtävässäni uusia menetelmiä asiakkaan kuulemiseen. Kartoitin millä tavalla asiakkaan kuuleminen huomioidaan seutukunnallisissa hankkeissa ja mitä ovat erilaiset asiakkaan kuulemiseen käytettävät keinot perinteisten tapojen lisäksi.

Tavoitteeni oli löytää uusia toimintatapoja seutukunnalliseen hanketyöhön erilaisista asiakkaan kuulemisen menetelmistä ja kuulla asiakasta palvelumuotoilun keinoin ja irrottautua perinteisistä toimintatavoista. Päästäkseni tavoitteeseen perehdyin muun muassa palvelumuotoilua, asiakkaan kuulemista, johtamista, markkinointia ja projektityötä käsittelevään kirjallisuuteen ja Ylivieskan seutukuntayhdistyksen toimintaan strategiatasolla. Tutkin myös projektityön eri vaiheita, erilaisia tapoja ja menetelmiä kerätä asiakastietoa. Perehdyin lisäksi tilastointiin väestörakenteen osalta ja uusimpaan Kansallisen Nuorisotutkimuksen tuloksiin. Esittelen työssäni erilaisia menetelmiä asiakkaan kuulemiseen. Seutukunnallisessa hanketyössä projektien parissa työskentelevät lähestyvät asiakasta yleensä haastatteluilla, kyselytutkimuksilla ja työpajamenetelmien kautta. Tähän työhöni olen koonnut sekä uusia työpajamenetelmiä että hyödyntänyt työssäni palvelumuotoiluprosessia.

Hyödynsin palvelumuotoiluprosessia ja muita asiakkaan kuulemisen menetelmiä kuten työpajoja ja haastattelutekniikoita osana hankevalmistelua. Havainnollistin tämän kautta miten erilaisilla menetelmillä ja palvelumuotoilun keinoin asiakasta voidaan kuulla projektin suunnitteluvaiheessa, jolloin projekti saadaan vastaamaan asiakkaan tarpeisiin. Otin palvelumuotoiluprosessissa asiakkaan kuulemisen tarkastelun kohteeksi ja tutkin aiheeseen liittyvää kirjallisuutta ja sähköistä aineistoa sekä järjestin osallistavia työpajoja nuorille. Usein palvelumuotoilu sanana yhdistetään palvelumuotoilijan tekemään palvelumuotoiluun ja opinnäytetyössäni tahdoin selvittää kuinka sitä voisi

hyödyntää kunnallisessa hanketyössä. Omassa työorganisaatiossani palvelumuotoilua ei ole aikaisemmin hyödynnetty vaihe vaiheelta, vaan asiakastietoa on kerätty perinteisemmillä kyselytutkimuksilla ja työpajoilla. Kohdistettaessa hanketyön suunnitteluvaihe saavuttamaan asiakkaat kuntakentällä menemällä kohderyhmän luo työpajoilla ja avoimilla haastatteluilla projekti saadaan vastaamaan asiakkaan tarpeita ennen kuin sitä on käynnistetty.

Työpaikkani Ylivieskan seutukuntayhdistys toteuttaa erilaisia projekteja muun muassa kansainvälisyyden, kulttuurin, hyvinvoinnin, teollisuuden, teknologian sekä kaupan parissa ja tuottaa projektien sisällä palveluja kunnille. Olen työssäni havainnut kuinka tärkeä ideointivaihe on hankkeiden suunnittelutyössä. Esimerkiksi jos hankehakemusta laadittaessa alkuvaiheessa ei huomioida riittävästi tarvelähtöisyyttä ja kohderyhmää ei kuulla suoraan, voi hankesuunnittelija laatia hakemukseen olettamuksia, jotka eivät kohtaa asiakkaiden todellisia tarpeita.

Esimerkkinä Ylivieskan seutukunnan ylläpitämän palvelun, verkkosivuston suunnitteluvaiheessa on mentävä asiakkaan luo ja kartoitettava toiminnallisuutta hänen näkökulmastaan. Samoin järjestettäessä yrityksille koulutuksia tai laajempia tapahtumia on järjestäjän kartoitettava mistä aiheista asiakas/kuluttaja tarvitsee tietoa ja toteutettava koulutus/tapahtuma nämä toiveet huomioiden.

Toteutettaessa hanketyötä suunnitelmallisesti on asiakasta mielestäni kuultava useammassa hankkeen eri vaiheissa; hanketyön alussa, hankkeen aikana ja hankkeen päätyttyä. Palveluntarpeiden tunnistaminen asiakastutkimuksilla on merkittävä osa hanketyötä. Asiakastutkimusten teettämiseen ei ole aina projekteissa projektinvetäjillä itsellään riittävästi aikaa. Projekteja toteuttavat voisivat kuitenkin jatkossa käyttää enemmän myös ulkopuolisia asiantuntijatahoja tekemään asiakastutkimuksia.

Osalla projekteilla on kokemusta työpajojen järjestämisestä, näitä kannattaa aloittavien projektien vetäjienkin suosia. Käyttäjätiedon keräämiseen tulee kiinnittää huomiota yhtenä projektisuunnittelun osana. Opinnäytetyössäni haluan nostaa pintaan asiakkaan kuulemisen luovalla tavalla asiakaslähtöisesti ja sen myötä palvelumuotoilun merkityksen, jonka avulla päästään lähemmäs kohderyhmää perinteisen käyttäjätiedon keruun lisäksi. Asiakkaiden mielipiteiden kuulemisella ja huomioimalla näin asiakkaat jo työn alkuvaiheessa välttävät kirjaamasta turhia toimenpiteitä hankesuunnitelmaan,

eikä projektityöntekijöiden tarvitse ainoastaan keskenään pohtia mistä näkökulmasta kohderyhmä ajattelee.

Palvelumuotoilulla päästään kuulemaan asiakasta monipuolisemmin ja kuullaan mitä asiakas toivoo. Palvelumuotoilu mahdollistaa myös ideointiympäristön muovaamisen kohderyhmälle mieluisaksi, jolloin tiedonkeruu syntyy asiakaslähtöisemmin. Esimerkiksi kun palvelumuotoilua hyödyntäen ideoidaan nuorten työpajoja, niihin voidaan sisällyttää mm. asiakkaalle kiinnostavia elementtejä, kuten musiikkia ja toiminnallisuutta, sekä kohderyhmät huomioiden tauottaa työpajoja. Palvelumuotoilua hyödyntämällä projektityöntekijät pystyisivät karsimaan projektisuunnitelmista toimenpiteet, joilla ei ole välttämättä niin suurta merkitystä asiakkaiden keskuudessa, kuin suunnitteluvaiheessa ajatellaan olevan. Samalla he pystyisivät keskittymään olennaisiin toimenpiteisiin, joilla on todellista merkitystä asiakkaille eli hankkeen kohderyhmälle, joka palvelua käyttää.

2 HANKETYÖN TOIMINTAKENTTÄ JA HAASTEET KUNTAKENTÄLLÄ

2.1 Hanketyön toimintakenttä kunnissa

Ylivieskan seutukuntayhdistys ry on yksi kolmesta projektisuunnittelun ja toteuttamisen keskuspaikoista Oulun Eteläisen 14 kunnan alueella, jossa toimii myös kaksi muuta seutukuntaorganisaatiota, Nivala-Haapajärven seutu NIHAK ry ja Haapaveden-Siikalatvan seutukunta. Seutukuntayhdistyksen tehtävänä on edistää kuntien välistä yhteistyötä, hallinnoida seudullisia kehittämissuunnitelmia sekä rahoittaa seutukunnan alueella toimivia projekteja. Näitä tehtäviä hoitamaan perustettiin vuonna 1996 Ylivieskan seutukuntayhdistys ry. Yhdistyksen jäseninä ovat alueen kuusi kuntaa: Alavieska, Kalajoki, Merijärvi, Oulainen, Sievi ja Ylivieska. Ylivieskan seutukunnan hallinnoimat hankkeet toimivat joko yhden, kahden tai kolmen seutukunnan alueella. Osassa hankkeista mukana on myös kuntia seutukunnan ulkopuolelta.

Ylivieskan seutukunnan kuntiin kuuluvat Alavieska, Kalajoki, Merijärvi, Oulainen, Sievi ja Ylivieska. Niiden yhteinen väkiluku oli elokuussa 2012 yhteensä 44 117 asukasta, joista nuoria oli tuolloin 13-29-vuotiaiden ikäryhmässä 9349. Haapaveden-Siikalatvan seutukunnan kokonaisväkiluku oli 14 925. Haapaveden-Siikalatvan alueella (Haapavesi, Pyhäntä, Siikalatva) nuoria oli samassa ikähaarukassa 2915 ja Nivala-Haapajärven (Haapajärvi, Kärämäki, Nivala, Pyhäjärvi, Reisjärvi) seutukunnan alueella kokonaisväkiluku oli puolestaan 30 218, joista nuoria 6010.

Nuoria oli Ylivieskan seutukunnan alueella 13-29-vuotiaista koko väkilukuun suhteutettuna 21,1 %, joka on enemmän kuin koko maan nuorten osuus 20,6 % väestöön suhteutettuna. Koko Pohjois-Pohjanmaan alueella nuorten osuus väestöstä on 22,3 %. Ylivieskan seutukunnassa nuoria on enemmän verrattuna Oulunkaaren seutukuntaan (Ii, Pudasjärvi, Utajärvi), jossa nuorten osuus on 17,7 % koko väestöstä ja Koillismaan seutukuntaan (Kuusamo, Taivalkoski), jossa nuoria on 18,4 % väestöstä. Ylivieskan seutukuntaan verrattuna ainoastaan Oulun seutukunnan alueella Pohjois-Pohjanmaalla nuorten osuus väestöstä on suurempi, jossa se on 24,3 %. (Tilastokeskus, 2012.)



KUVA 1. Oulun Eteläisen alue, kolme seutukuntaa

(Kuva: Ari Saine 2009)

Työskentelen Ylivieskan seutukuntayhdistyksellä projekti- ja tiedotustehtävissä. Ylivieskan seutukuntayhdistys hallinnoi muun muassa Oulun Eteläisen alueen nuorten tieto- ja neuvontapalveluita, joka toteuttaa alueen kunnille etupäässä verkon kautta toteutettavaa nuorisotiedotus- ja neuvontapalvelua. Tämän rinnalla järjestetään vuosittain projekteja, jotka osallistavat nuoria kuntien nuoriso- ja vapaa-aikatoimien ja alueen oppilaitosten kautta. Nuorisotiedotuskeskus koostuu nuorten tieto- ja neuvontapalveluiden osi-

oista, jossa tieto-osio kattaa verkkopohjaisen järjestelmän Settinetti.fi -sivuston tietoalueeseen. Ylivieskan seutukuntayhdistyksellä toimiva nuorten tieto- ja neuvontapalvelu on ylläpitänyt sivustoa vuodesta 2005 alkaen ja sen tietosisältö nuorille on laaja. Yhdestä IP-osoitteesta/yksilöityjä konekohtaisesti saapuneita eli uniikkeja vierailijoita sivustolla on ollut maaliskuussa 8129 ja helmikuussa 8227. Uniikkeja vierailijoita on ollut päivässä keskimäärin 395 maaliskuun aikana ja parhaimpina päivinä reilut 500 uniikkia vierailijaa. (Oulun Eteläisen nuorten tieto- ja neuvontapalvelu Settinetin statistiikka, 2013.) Lisäksi Oulun Eteläisen nuorten tieto- ja neuvontapalvelut tarjoaa fyysiset Setti-tiedotuspisteet, jotka on sijoitettu jokaiseen toiminta-alueen 13 kuntaan kirjastojen tai nuorisotilojen yhteyteen.

Olen ollut aikaisemmin mukana asiakkaan kuulemisprosessissa esimerkiksi toteuttamassa kuntakyselyjä alueen kuntiin. Siinä kuntalaisia kuultiin teemahaastattelujen avulla valtakunnallisessa koheesio- ja kilpailukyky-ohjelmassa. Yksi toteuttajatahoista alueella oli Ylivieskan seutukuntayhdistys.

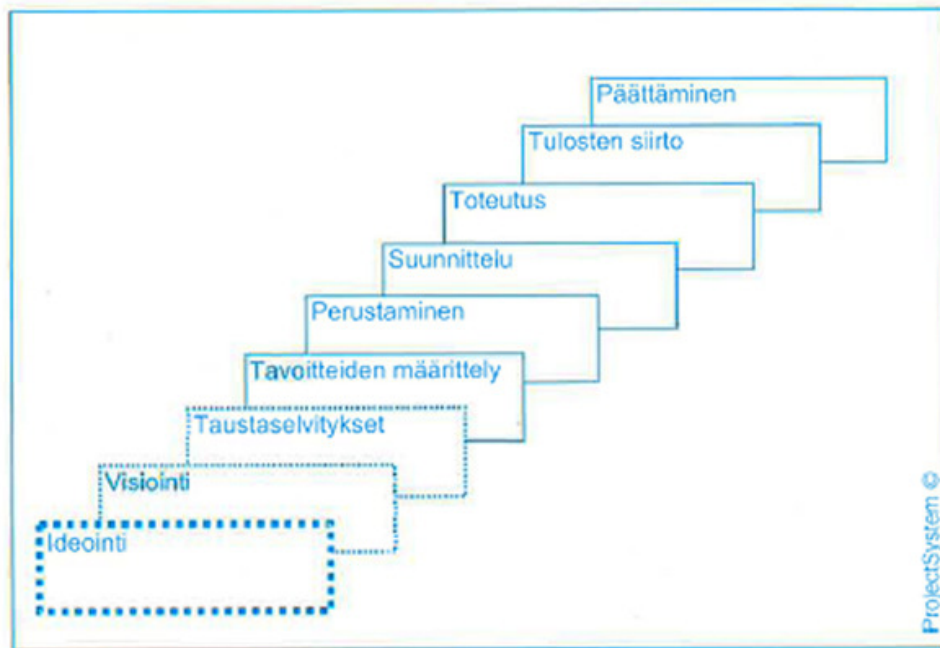
Työ- ja elinkeinoministeriön alainen KOKO (alueellinen koheesio- ja kilpailukykyohjelma) oli alueiden omaehtoisen kehittämisen ohjelma. Sillä tuettiin paikallistason strategista kehittämistyötä ja parannettiin alueen kehittämiseen osallistuvien toimijoiden yhteistyötä. Vuoden 2010 alussa käynnistyneen KOKO:n kansallinen ohjelmamenettely ja ohjaus päättyivät vuoden 2011 lopussa. Valtioneuvosto päätti asiasta joulukuussa 2011 päättäessään valtakunnallisista alueiden kehittämistavoitteista. (Koheesio- ja kilpailukykyohjelma, Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010.)

Esimerkkinä kansalliselta tasolta viranomaiset ovat kuulleet kuntalaisia valmistellessaan kuntauudistusta. Tästä lisää infoa Otakantaa.fi -sivustolla, joka on Internetissä toimiva kansalaisfoorumi, jossa kansalaiset voivat kommentoida hallinnossa käynnistyviä tai käynnissä olevia hankkeita, lainsäädäntöuudistuksia tai muita hallinnon ajankohtaisten toimenpiteiden valmistelua.

Foorumin tarkoituksena on parantaa kansalaisten osallistumismahdollisuuksia sekä lisätä kansalaisten ja virkamiesten välistä vuoropuhelua. Sen tavoitteena on lisätä kansalaisten näkemyksien, asiantuntemuksen ja mielipiteiden kuuntelemista hallinnon hanke- ja valmistelutyössä. (Kuntauudistusta käsittelevä kansalaisfoorumi, 2012.)

2.2 Ylivieskan seutukuntayhdistyksen hankevalmistelu

Palveluita on ollut kautta aikojen. Asiakkaiden kanssa toimiessa projektityöntekijät pyrkivät hyvään ja laadukkaaseen palveluun. Ylivieskan seutukunnan projektihenkilöstöstä suurin osa on saanut projektityön koulutusta joko työnsä alkuvaiheessa tai projektityön aikana. Eniten seutukunnallisten hankkeiden parissa työskentelystä oppii käytännön kautta erilaisissa projektitehtävissä.



Kuvio 2.1. Ideointi on tärkeä projektin esityö.

KUVA 2. Projektityön vaiheet (Rissanen 2002)

Projektilla haetaan yleensä ratkaisua tai parannusta johonkin havaittuun ongelmaan. Projektilla pyritään toisin sanoen saamaan aikaan muutos, parannus tai kokonaan uusi asia, kertoo Tapio Rissanen julkaisussaan Projektilla tulokseen. (Rissanen 2002, 26.)

Asiakkaan kokema palvelun laatu muodostuu Grönroosin sanoin teknisestä ja toiminnallisesta laadusta. Tekninen laatu on lopputuloksen laadun kokemista eli kokemusta siitä, mitä asiakkaalle jää palveluprosessin ollessa ohi.

Kun taas toiminnallinen laatu on itse prosessin laadun kokemista eli miten itse prosessi koetaan. (Grönroos, 2009, 101.)

Tekniseen laatuun olen pyrkinyt omassa projektityössäni esimerkiksi tarjotessamme nuorille laadukkaita verkkopalveluita, jonka tietosisältö on koottu lukuisista eri lähteistä ja sisältöä on muokattu vuosien varrella nuorten sen hetkiseen maailmankuvaan sopivaksi. Nuoret ovat saaneet vastauksia verkkosivusto Settinetin Pulmakulman kautta suoraan opinto-ohjaajalta, kouluterveydenhoitajalta ja nuorisotiedottajalta, joten heidän tiedontarpeeseensa on vastattu. Toiminnallinen laatu on nuorilta kysyttäessä ollut verkkosivustoilla selkeää eli Pulmakulman vastauspalvelu ja sivuston tietosisältö on ollut helposti löydettävissä, kun sivuston osoitetta on informoitu nuorten tietoisuuteen sähköisesti postituslistojen, käyntikorttien ja mainosmateriaalien avulla, joihin on painettu tietoa verkkosivustosta. Nuoria on myös tiedotettu sosiaalisen median, Facebookin, kautta lähettämällä tietoa tapahtumista nuorisotoimien ylläpitämille ryhmille Facebookissa. Lisäksi projektipäällikkö sekä projektityöntekijä ovat esitelleet nuorten tieto- ja neuvontapalvelua verkkosivustoihin oppilaitoskierrosten ja nuorisotaloiltojen yhteydessä.

Toiminnallista laatua pystyy parantamaan projektityössä lisämarkkinoinnilla ja samalla takaamaan palvelun tunnettuus asiakkaalle. Lisäksi toiminnallista laatua voi parantaa muokkaamalla tai uusimalla verkkosivuston toimintoja helpokäyttöisemmäksi, esimerkiksi karsimalla tekniikasta ylimääräisiä vaiheita asiakkaan saapuessa verkkosivustoille ja/tai lisäämällä sivuston interaktiivisuutta esimerkiksi nuorten vastauksista syntyvillä ehdotuksilla.

Laadukas palvelu merkitsee muun muassa sitä, että työntekijät osaavat tehdä työnsä kerralla oikein. Jos heidän taitonsa ovat riittämättömät, palveluprosessin tuloksen tekninen laatu kärsii. Samaan aikaan asiakkaiden on luultavasti odotettava kauemmin ja oltava itse aktiivisempia saadakseen hyväksyttävän teknisen laadun. Niinpä henkilöstön teknisten taitojen kohentaminen parantaa samalla kertaa sekä laatua että tuotettavuutta. Jos henkilökunta ei halua palvella hyvin ja käyttäytyy epäystävällisesti ja kielteisesti, sillä on merkittävä kielteinen vaikutus koetun palvelun laadun toiminnalliseen ulottuvuuteen. Myös tuottavuus kärsii. Vihaiset asiakkaat aiheuttavat työntekijälle ongelmia, mikä hidastaa palveluprosessia. (Grönroos, 2001, 297.)

Tämän tulisi näkyä projektimaailmassakin mielestäni siten että, kun henkilöstölle tulee uusia koulutustarpeita, heillä olisi oltava mahdollisuus kouluttautua työn sallimissa puitteissa. Ylivieskan seutukuntayhdistyksellä kyseiseen tarpeeseen on vastattu hyvin.

Tämä saa projektihenkilöstön viemään hankkeita eteenpäin ja viihtymään työympäristössään pitkäkestoisesti. Samalla asiakkaat saavat uusimman kentältä tulevan tiedon itselleen, joka siirtyy heille projektihenkilökunnan kautta.

Omaan toimintakenttääni nuorten tieto- ja neuvontapalvelussa kuuluvat kaikki kolme seutukuntaa 130 kilometrin säteellä. Nuorten tieto- ja neuvontapisteet/keskukset tarjoavat nuorille tietoa, ohjausta ja neuvontaa eri elämänalueilta. Palvelu on maksutonta ja sitä tarjotaan tasapuolisesti kaikille nuorille. Oulun Eteläisen nuorten tieto- ja neuvontapalvelun Settinetti.fi -sivustolla nuorten käytössä on Pulmakulma, jossa opinto-ohjaaja ja kouluterveydenhoitaja vastaavat nuorten esittämiin kysymyksiin.

Nuorten tieto- ja neuvontapalvelu jakaa tietoa nuorille alueellisesti ja kansallisesti heitä kiinnostavista aihealueista ja tapahtumista www-sivustojen, nuorisotoimien ja oppilaitosten kautta. Palvelu pisteissä ja Oulun Eteläisen alueella www-pohjaisesti toimivassa keskuksessa on luottamuksellista ja yksilöllistä, ja se perustuu aina asiakkaan omiin tarpeisiin ja toiveisiin. Oulun Eteläisen alueen nuorten tieto- ja neuvontapalveluissa työskentelee tällä hetkellä yksi kokoaikainen työntekijä. Ajoittain nuorten tieto- ja neuvontapalvelu työllistää myös toisen työntekijän, jos projektirahoitus mahdollistaa sen.

Nuorten tieto- ja neuvontapalveluiden seudullisena yhteistyökumppanina toimi kaksi vuotta kansainvälinen Assan Piste -hanke, joka tarjosi nuorille englanninkielistä tiedotusta ja neuvontaa, koska alueelle on tullut paljon nuoria opiskelemaan Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakouluun ja EVS-vaihtoon (European Voluntary Service, Eurooppalainen vapaaehtoispalvelu). Oulun Eteläisen nuorisotiedotuskeskus toimii myös yhteistyössä kansallisen koordinoitikeskuksen Koordinaatin kanssa, joka sijaitsee Oulussa. Oulun Eteläisen alueen kunnat (Alavieska, Kalajoki, Merijärvi, Oulainen, Haapajärvi, Haapavesi, Kärsämäki, Nivala, Pyhäjärvi, Reisjärvi, Sievi, Siikalatva ja Ylivieska) ostavat Ylivieskan seutukunnalta osan nuorten tieto- ja neuvontapalvelun toteutuksesta, joka on osa lakisääteistä nuorisotyötä.

Omassa hanketyössä toteutan projektityön eri vaiheita, joita ovat ideointi, visualisointi, taustaselvitykset, tavoitteiden määrittely, projektin perustaminen, suunnittelu ja toteutus. Hankkeen loputtua tulosten siirto jatkokäyttöön on olennainen osa projektin toteuttamista. Kunnat hyödyntävät projektin eri toimintatapoja ja tiedotustyötä omassa toi-

minnassaan. Nuorten tieto- ja neuvontatyössä kunnat saavat mallin käyttää eri tiedotuskanavia nuorille ja pystyvät hyödyntämään nuorten kanssa tehtyjä toimintoja järjestäessään heille ohjattua toimintaa. Nuorten tieto- ja neuvontatyö on myös tuonut kuntiin kansainvälisyyskasvatusta ja englanninkielistä tiedotus- ja neuvontatyötä.

Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoituksella on voitu kehittää nuorten tieto- ja neuvontapalveluita lähipalveluina ja verkossa, vahvistaa alueellista verkostoa sekä paikallista osaamista nuorten tieto- ja neuvontatyössä. Hankkeiden aikana muun muassa koulutusten ja verkostotapaamisten myötä on kuntiin saatu vahvaa ammatillista osaamista ja otetta sekä luotua paikalliset rakenteet nuorten tieto- ja neuvontatyölle.

Ideointivaiheessa olen pyrkinyt huomioimaan kohderyhmää (ennen palvelumuotoilun hyödyntämistä) esimerkiksi teettämällä heille kyselyitä alueen isommissa tapahtumissa tai messuilla. Aikaisemmin Oulun Eteläisen nuorten tieto- ja neuvontapalvelu on toimittanut asiakaskyselyn kuntien nuorisotoimiin, joissa nuoriso- ja vapaa-ajanohjaajat välittivät palautteen nuorilta palvelun edelleen kehittämistä varten. Varmin keino saada nuorten ideat ja ääni kuuluviin on haastatella nuoria suoraan. Nuoren asiakkaan kuulemista voi toteuttaa esimerkiksi ideointipajan avulla, jota opinnäytetyössäni käsittelen tarkemmin kohdassa ideointipajamenetelmä.

Ideointipajalle olen ottanut perusrakenteen hyödyntämällä perinteisempää työpajaa, josta olen muokannut nuorille luovemman heidän omaa toimintaympäristöään myötäilevämmiin. Ideointipajassa ideoidaan ryhmissä ja itsekseen jotakin annettua aihetta. Nuoret saivat ideoida työpajassa taustamusiikin soidessa, käyttämällä lehtileikkeitä ideoissaan ja lisäksi tauotin ideointipajat nuorille sopivan mittaisiksi. Tehtävänannoilla tahdoin saada vastauksen/vastauksia tiettyihin kysymyksiin.

2.3 Hanketyön haasteet kuntakentällä

Hankesuunnittelun alkuvaiheessa projektin lähtökohtana on kohderyhmän tarve, rahoittajan asettamat toimenpiteet ja hankesuunnittelijan näkemys. Näiden kolmen asian yhdistäminen hankehakemukseen oikealla tavalla vaatii asiantuntemuksen lisäksi asiakkaan näkökulmaan perehtymistä.

Projektissa työskentelevän on myös hyvä osata kirjoittaa termistöä, jota rahoittaja vaatii. Asiakkaan/kohderyhmän edustajien toiveet liittyvät useimmiten käytännön toimenpiteisiin, joita hanketyöntekijät toteuttavat projektin toteuttamisvaiheessa.

Yhtenä projektityön haasteena on mielestäni saada asiakkaan/kohderyhmän näkemys kirjattua sellaisenaan jo projektin suunnitteluvaiheessa. Esimerkiksi kunnasta tai yrittäjiltä tulee esitys jostakin toimenpiteestä tai tarpeesta, joka tulisi toteuttaa kuntaan ja kyseistä toimenpidettä ei kunta/yrittäjät voi resursseista johtuen toteuttaa itse. Nämä tarpeet ovat seudullisia, alueellisia tai maakunnallisia. Tarpeiden pohjalta seutukuntayhdistyksessä voidaan suunnitella projekti, joka tulee seutuhallituksen kautta hyväksyttynä toteutettavaksi seutukunnallisena projektina. Opinnäytetyössäni olen ottanut tarkastelunkohteeksi asiakkaan kanssa työskentelyn seutukunnallisten hankkeiden suunnitteluvaiheessa.

Seutukunta tekee projektien avulla kehittämistyötä, jonka pohjana on kuntien hyväksymä seudullinen elinkeino- ja innovaatiostrategia. Osaa projekteista hallinnoi Ylivieskan seutukuntayhdistys ry ja sen projektihenkilöstö. Seutukuntayhdistys myös kanavoi kuntien puolesta rahoitusta alueella toimiville, muiden organisaatioiden hallinnoimille kehittämishankkeille. Hankkeiden seuturahoitus kerätään kunnilta asukasluukuun perustuvana jäsenmaksuna, joten myös kuntalaiset ovat projektien asiakkaita. Näitä asiakkaita kuulemalla projektityöntekijät saavat ideoita, joiden avulla voidaan suunnitella uusia tapoja ja malleja kunnissa toimimiseen myös projektin päättymisen jälkeen. Tässä korostuu asiakkaan kuulemisen tärkeys.

Alueellista toimintaa seutukunnassa ohjaa myös Pohjois-Pohjanmaan alueellinen hyvinvointistrategia (2012), jonka keskeisiä tavoitteita ovat muun muassa terveyden edistäminen, ennalta ehkäisevä toiminta ja syrjäytymisen ehkäisy - varhainen puuttuminen. Oulun Eteläisen hyvinvointistrategian toiminta-ajatuksena puolestaan on edistää alueen asukkaiden hyvinvointia, omatoimisuutta ja terveyttä elämäntapa- ja elämäntilanteen mukaisesti. Toiminta-ajatus toteutetaan kumppanuudessa paikallisten asukkaiden, viranomaisten, yhteisöjen ja kolmannen sekä yksityisen sektorin toimijoiden kanssa. (Oulun Eteläisen hyvinvointistrategia 2012.)

Seudullisella taholla hankkeiden toteutusta määrittelee lisäksi Ylivieskan seutukuntayhdistyksen toimintasuunnitelma ja sen asettamat tavoitteet, joista yhtenä on tuottaa nuorille sellaista elämänlaatua, joka saisi heidät viihtymään ja pysymään alueella. Nuoria houkutellaan muuttamaan takaisin opintojen päättymisen jälkeen. Tähän tarpeeseen vastaa myös nuorten tieto- ja neuvontapalvelu, joka tiedottaa ja ohjaa nuoria alueen mahdollisuuksien pariin ja tarjoaa samalla nuorelle erilaisia tukipalveluja verkossa. Strategiat tukevat toisiaan nuorten hyvinvoinnin edistämisessä.

Nuorten tieto- ja neuvontapalveluille myönnettävissä avustuksissa on Opetus- ja kulttuuriministeriön www-sivuilla seuraavanlaiset ohjeet: Nuorten verkkomedioilla tarkoitetaan erilaisia nuorisotyöjärjestelmiä, jotka toteutuvat lähinnä Internet-verkossa tai joissa hyödynnetään uutta teknologiaa. Tuettavissa hankkeissa korostetaan nuorten vaikuttamista ja roolia tekijöinä sekä nuorten omaan tekemiseen perustuvaa mediakasvatusta. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2012.)

Alueella nuorten kanssa toteutettavat hankkeet pohjautuvat Euroopan unionin määrittelemiin ohjeistuksiin ja erilaisiin tavoiteohjelmiin, joita esimerkiksi Ylivieskan seutukunnan hallinnoimassa nuorten tieto- ja neuvontapalveluissa määrittelevät opetus- ja kulttuuriministeriön antamat vuosittaiset tavoitteet. Lisäksi omassa työssäni nuorten tieto- ja neuvontapalvelun toiminnassa huomioidaan verkkoperustaisen nuorten tieto- ja neuvontatyön periaatteet, joita toteutetaan Euroopan laajuisesti. Nämä ovat luettavissa osoitteessa <http://www.koordinaatti.fi/fi/15/periaatteet-ja-suositukset>.

Nuorten tieto- ja neuvontatyössä pyrkimyksenä on tuoda nuorten ulottuville tietoa, joka voi muuttaa nuorten elämää ratkaisevalla tavalla. Lukutaidon muuttuminen digitaaliajan myötä asettaa meille jatkuvan, valtavan haasteen aikaisempaan perinteiseen lukutaitoon verrattuna. Muuttuva lukutaito muokkaa uusiksi tapaa, jolla nuoret käyttävät tietoa, ja vaikuttaa tätä kautta myös nuorten tieto- ja neuvontapalveluiden tarjoamisen tapaan. Lukutaidon käsitteen kehittyminen on asia, josta nuorten tieto- ja neuvontatyöntekijöiden on syytä olla tietoisia.

Jos ymmärrämme uudistuvan lukutaidon merkityksen, voimme saada arvokkaan mahdollisuuden kurkistaa siihen maailmaan, jossa kasvavat nuoret elävät. Samalla saamme keinoja, joilla autamme nuoria kehittämään lukutaitoaan digitalisoituvassa yhteiskunnassa. (Koordinaatti 2012.)

Internet-aikakaudella lukutaito uudistuu jatkuvasti ja lukeminen tapahtuu nykyään myös sähköisesti. Lukija käsittelee esimerkiksi liikkuvaa kuvaa, ääntä ja tekstiä usein samanaikaisesti ja toistensa kanssa limittäin. Perinteiseen tekstinlukemiseen verrattuna uudistuvassa lukutaidossa lukijan tulee hahmottaa useampia elementtejä lukukokemuksensa yhteydessä. (Uudistuva lukutaito 2012.)

2.4 SWOT-toimintaympäristöanalyysi

Olen koonnut seuraavaan opinnäytetyöprosessin aikana ja kuntasektorilla työskentelyni pohjalta SWOT-toimintaympäristöanalyysin, johon olen nostanut sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia kuntatoimijan näkökulmasta katsottuna. Olen nostanut taulukkoon lisäksi ulkoisesta ympäristöstä tulevia mahdollisuuksia ja uhkia, joita hanketyössäni kohtaan. Tarkastelin toimintaympäristöäni nuorten hankkeista käsin.

Aikaisemmin SWOT-toimintaympäristöanalyysi on laadittu seutujohtajan ja työryhmän toimesta Ylivieskan seudun elinkeino- ja innovaatiostrategiassa vuosille 2007 – 2013 ja uusin SWOT seutukuntayhdistyksellä on laadittu uudelle EU:n ohjelmakaudelle 2014 – 2020.

SWOT-analyysin (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on alun perin kehitellyt Albert Humphrey. Kaavion vasempaan puoliskoon kuvasin myönteiset ja oikeaan puoliskoon negatiiviset asiat ja kaavion alapuoliskoon organisaation ulkoiset ja yläpuoliskoon sisäiset asiat.

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
<ul style="list-style-type: none"> – Tietotaito nuorten asiakkaiden tavoittamisesta uusilla markkinointikeinoilla. – Nuorilta löytyy intoa uusiin ideoihin. Esim. nuorten vastauksista nousi esille mm. sosiaalisen median mainonnan merkitys FB:ssa ja Spotifyssa. Vastauksista voi poimia muitakin hyödynnettäviä elementtejä – Nuorten kuulemisen toteuttamiseen löytyy osaamista, (esim.workshopit nuorille) – Asiakkaan kuuleminen: Nuorten tieto- ja neuvontapalvelussa nuorten kanssa keskustelut ovat luottamuksellisia ja yksilöllisiä, ja se perustuu aina asiakkaan omiin tarpeisiin ja toiveisiin. – Seutukunnallinen projektityö kohdistuu oikeaan kohderyhmään 	<ul style="list-style-type: none"> – Hankerahoituksia myönnetään vain tietyn ajaksi, jolloin avustusten loppuminen heikentää toimintaa. Työntekijäresursseja ei ole siitä johtuen riittävästi. Samasta syystä palvelun oheismarkkinointia mainosmateriaaleilla ei pystytä toteuttamaan niin laajasti. – Järjestelmien uusiminen /nykyaikaistaminen kärsii, jos avustusta/kuntien tukea ei saada riittävästi. – Seutukunnallisissa hankkeissa nuorten kohderyhmän tavoittaminen perinteisin keinoin asiakaskyselyillä. –Yleisesti huomioiden nuorten asiakkaiden tavoittaminen perinteisillä keinoilla, esim. lehti/radiomainonta. – Seudullinen tunnettuus alhainen – Kuntalähtöinen ajattelu (yhden kunnan näkökulmasta)

MAHDOLLISUUDET	UHAT
<ul style="list-style-type: none"> – Nuorille alueelta löytyy positiivisia elämänlaatua kohottavia asioita, joita kannattaa hyödyntää myös markkinoinnissa. Näitä ovat mm. hyvät vapaa-ajan ja kulttuurin palvelut, opiskelu, luonto, turvallisuus, hyvät liikenneyhteydet (logistinen asema hyvä: juna Ylivieskasta ja Oulaisista, lentokenttä lähin Oulu/Kokkola) – Yritysten verkostoituminen ja kuntien yhteistyön kehittyminen – Ylivieskan aluekeskusasema ja kaupunkiverkko- ja alueellisen yhteistyön kehittyminen – Oppilaitosyhteistyö (alueen amk/toinen aste) – Nuoret yrittäjät ja kasvuyritykset – Kylien kehittyminen ja paluumuuttajat – Yritysten ja oppilaitosten sitoutuminen mukaan hanketyöhön – Alueen kansainvälistyminen (tuokanaan myös uusia toimintamalleja) – Kunnat osaavat hakea uusia toimintamalleja seutukunnallisesta projektityöstä – Hyvinvointityön ja nuorten parissa tehtävän työn arvostus – Nuorten ankkurointi alueeseen ja paluumuuton edistäminen 	<ul style="list-style-type: none"> – Hankkeissa (etenkin EU-projekteissa) haasteena on niiden lyhykestoisuus ja toiminnan jatkuvuuden turvaaminen <ul style="list-style-type: none"> – Kuntatalous – Niukka elinkeinotoiminnan rahoitus – Kuntien työntekijöiden vaihtuvuus/ sitoutumattomuus – Oman alueen vähättely ja vaatimattomuus – Yritysten kasvuhakuisuus kohtuullisen alhaista – Kuntien hidas reagointikyky ja joidenkin kuntien heikko hanketyön tuntemus – Nuoret eivät työllisty koulutustaan vastaaviin tehtäviin omalle alueelle

TAULUKKO 1. Nelikenttäinen SWOT.

Toimintaympäristöanalyysi kuvaa ulkoisia uhkia ja mahdollisuuksia sekä sisäisiä heikouksia ja vahvuuksia asiakkaan kuulemisen näkökulmasta Ylivieskan seutukunnassa nuorten sähköisiä palveluja/hankkeita toteuttaessa.

SWOTin pohjalta yhteenvedona voi nähdä mahdollisuuksina kunnista löytyvän potentiaalia toteuttaa nuorten sähköisiä palveluja uudistetussakin muodossa. Tämän todentaa jo useiden vuosien ajan toiminut nuorten tieto- ja neuvontapalvelu alueella. Seudullinen hanketyö ja sen tehostuminen pysyy yllä kun ajattelutapa projektityössä koetaan sopivaksi tavaksi toteuttaa uusia toimintamalleja sekä kunnissa, seutukuntaorganisaatiossa ja rahoittajalla, asiakkaan tarpeet huomioiden.



KUVA 9. Tulevaisuuden toimenpiteitä hanketyön kehittämiseksi Oulun Eteläisen alueella nuorten projektien parissa

Koska avustusten myöntäjät toivovat nykyään entistä useammin alueellisia, laajempia hankekokonaisuuksia olisi hyvä, että projekteja vetävät tahot ajattelisivat alueellisesti hankehakemuksia laatiessaan. Projektin laatijan tulee käydä läpi rahoittajan asettamat toimintalinjaukset ennen hankehakemuksen laatimista. Tässä on kuitenkin huomioitava käyttäjänäkökulma ja projektiorganisaatiossa työskentelevien tulisi miettiä onko projekti parempi toteuttaa alueellisesti vai seudullisesti. Vaikkakin kuntatalous on niukka, kunnat ovat pystyneet omarahoituksella ylläpitämään verkkopalvelua ja työntekijä-

resursseilla osallistumaan nuorten tieto- ja neuvontapalveluun ja osallistumaan nuorten tieto- ja neuvontapalvelun alueellisen työntekijän palkkaukseen. Kuntien osallisuus on mahdollista säilyttää jatkossakin, jolloin nuorten neuvonnan/sähköisten palveluiden tarjonta nuorille jatkuu.

Oppilaitosten kanssa tehtävä yhteistyö on merkityksellistä, koska suuri osa alueen nuorista opiskelee seutukunnan toteuttamien projektien alueella. Oppilaitoksien kanssa tehtävässä yhteistyössä myös projektien tiedon tuoreus säilyy, koska heidän asiantuntijoiden ja opiskelijoiden kautta projektien toteuttajat saavat uutta tietoa nuorten senhetkisestä elinympäristöstä ja opiskeltavista aloista.

Nuorilta löytyy intoa uusiin ideoihin, mikä kävi ilmi teettämistäni ideointipajojen nuorten vastauksista. Projekteja ja uusia palveluja markkinoidessa projektien parissa työskentelevien kannattaa aikaisempaa enempää kiinnittää huomiota sosiaalisen median mainonnan merkitykseen. Facebookin lisäksi Spotify musiikin/markkinoinnin kanavana on hyvä huomioida. Samalla perinteisten markkinointikanavien heikkous, joka nousi esiin nuorten vastauksista, on mahdollista kääntää vahvuudeksi uusia kanavia suosimalla. Nuorten kuulemisen toteuttamiseen löytyy osaamista, joten sitä kannattaa hyödyntää edelleen esimerkiksi nuorille toteuttavien luovien työpajojen muodossa. Projektityötä toteuttavien on hyvä kehittää kohderyhmäajattelua ja miettiä kuinka seutukunnallinen projektityö kohdistuu oikeaan kohderyhmään, jolloin hanketyöstä on hyötyä yhtäläillä asiakkaalle kuin projektia toteuttavalle taholle.

3 MENETELMIÄ ASIAKASTIEDON KERÄÄMISEEN

3.1 Haastattelut asiakastiedon keräämisessä

Haastattelua käytetään laajalti yhtenä menetelmänä humanististen tieteiden ja yhteiskuntatieteiden tutkimusaineiston keräämisessä. Haastattelulla on oma tulokulmansa ihmisiä koskevan tiedon hankintaan, ja sitä on neljää eri päätyyppiä: kysely, strukturoitu haastattelu, puolistrukturoitu haastattelu ja avoin haastattelu. Näistä kaikista on kymmeniä variaatioita, mutta minkä tahansa onnistunut käyttö edellyttää haastattelun yleisten periaatteiden, vahvuuksien ja rajoitteiden ymmärtämistä. Haastattelun eri muotoja sisältyy usein myös toisiin menetelmiin, kuten havainnointiin tai käytettävyystudkimukseen. Sitä on myös voitu yhdistää toisiin työtapoihin ja luoda uudenlaisia variaatioita – kuten esimerkiksi havainnointihaastattelu. (Hyysalo, 2009, 76.)

Tarkastelin haastattelun määritettä yleisesti sekä seutukunnallisen hanketyön kannalta. Haastatteluilla saadaan Tuulaniemen (2011) mukaan tietoa asiakkaiden elämästä ja ajatuksista sekä kokemuksista niin palvelua tuotettaessa kuin kuluttaessa.

Haastattelu on lisäksi tyypillinen etnografinen havainnointikeino. Haastatteliija viettää haastateltavan kanssa tämän elinpiirissä joitakin tunteja, päivän tai muutaman päivän.

Opinnäytetyössäni vietin haastateltavien kanssa aikaa kolmeen eri otteeseen, kolmena päivänä ja erilaisten ryhmien kanssa. Ensin toteutin testaustarkoituksessa ryhmähaastattelun ja muotoilin kysymykset toisen asteen media-alan ja hoitoalan opiskelijoille nuorten sähköisestä palvelusta. Toisella kertaa toteutin nuorten kuulemisen työpajatyylisesti jakamalla nuoret ryhmiin ja annoin heidän ideoida tiettyjen kysymysten alle ryhmissä ajatuksiaan sähköisistä palveluista. Kolmantena toteutin ideointipajan, jossa nuoret ideoivat antamalla ohjeistuksilla ja kysymyksillä noin neljän tunnin ajan tulevaisuuden sähköisiä palveluja nuorille. Tästä lisää kohdissa 5.3, 5.4 ja liitteet. Jokaisessa nuorten kuulemisessa käytin lisäksi aikaa ennakkosuunnitteluun, kuten kysymysten muotoiluun, tilavarauksiin oppilaitokselta ja ryhmien aikatauluttamiseen.

Asiakkaiden mielipiteitä on kartoitettu aikaisemmin seutukunnallisissa esiselvityshankkeissa ja hankkeiden aikana tekemällä teemahaastatteluja eri kohderyhmille joko lomakekyselyinä tai puhelimitse. Eri kohderyhmiä on myös haastateltu katugallupeilla kunnissa satunnaisotoksina. Joissakin hankkeissa on tehty myös haastatteluja sähköpostitse

tai puhelimitse. Asiakkaiden kanssa on käyty keskinäistä vuoropuhelua menemällä asiakkaiden luo ja haastatteleamalla heitä vapaamuotoisesti keskustellen tai avoimilla kysymyksillä, jotka on kirjattu ylös. Lisäksi strategiatasolla on tehty sidosryhmäkyselyitä, joita toteuttavat eri seutukuntien seutujohtajat/asiiantuntijat. He kysyvät sidosryhmiltä näkemyksiä seutustrategian valmistelutyöhön seutukunnan strategisiksi toimenpiteiksi ja painopisteiksi. Sidosryhmiä ovat jäsenkunnat/yritykset/oppilaitokset.

3.2 Työpajat asiakastiedon keräämisen välineenä

Ylivieskan seutukunnassa on toteutettu työpajoja kuntiin erilaisten projektien yhteydessä. Nämä on toteutettu yleensä seutujohtajan aloitteesta, ulkopuolisten konsulttien, projektipäällikköjen ja seutujohtajan vetäminä. Näissä on ollut mukana eri alojen asiantuntijoita, joiden kanssa keskustelua ja työpajan eri vaiheita on viety eteenpäin. Projektipäällikköiden kannattaisi mielestäni hyödyntää projektien alkuvaiheessa aikaisempaa enemmän ulkopuolisia asiantuntijoita ja käyttää asiakkaiden kanssa järjestettäviin työpajoihin aikaa. Tämä toisi heti alussa asiakkaiden näkökulman ja ideoita projektien toteuttamiseen.

Asiakkaiden mielipiteiden keräämisessä yhtenä vaihtoehtona on toteuttaa asiakaskyselyjä. Sähköpostin kautta tehdyllä kyselyllä, puhelinhaastattelulla tai käymällä asiakkaiden luona haastattelemassa heitä, saadaan selkeästi koottua asiakkaan mielipide esitettyyn kysymykseen. Avoimien lomakkeiden kautta tehtyjen kyselyjen haasteena on kuitenkin saada täysin totuudenmukainen ja perehtynyt vastaus asiakkaalta, sillä vastaamiseen voivat vaikuttaa kiire, liian vähäinen aika kysymykseen perehdyttäessä tai muut seikat, jolloin vastaaminen ei ole relevanttia. Aina ei saada niin tarkkaa kuvaa asiakkaan toiveista kuin hanketyön kannalta olisi tarpeellista. Avoimia kysymyksiä tulisi myös olla tarpeeksi monipuolisesti ja niitä olisi oltava riittävä määrä, jotta saataisiin kaikki oleellinen tieto esimerkiksi hankkeen suunnitteluvaiheessa.

Katugallupien teossa haasteena on tavoittaa oikea kohderyhmä. On tavoitettava ja keskusteltava kohderyhmää reilusti laajemman ryhmän kanssa, jotta toivottu kohderyhmä on käyty läpi.

Käytännössä pienissä kunnissa kyselyn laatija saa hakea vastaajia laajalta alueelta, sillä katugallupiin sopivaa kohderyhmää ei aina löydy samasta paikasta, koska haastateltavia ei yksinkertaisesti ole niin paljon kuin suuremmissa kunnissa. Katugallupeissa pystyy esittämään avoimia lomakkeita paremmin jatkokysymyksiä ja kysymyksiä pystyy laajentamaan tilanteen mukaan.

3.3 Projektipäällikköjen näkökulmaa asiakkaan kuulemisesta

Palvelumuotoiluprosessi tulee huomioimaan haastattelutekniikoiden haasteet ja asiakkaan kuuleminen tehdään palvelumuotoilua hyödyntäen perehtyneemmällä tavalla kuin perinteiset haastattelutekniikat ovat. Ylivieskan seutukuntayhdistyksellä toimii tällä hetkellä noin kymmenen omaa hanketta ja lukuisia hankkeita, joissa seutukunta on osatoteuttajana tai -rahoittajana. Yksi näistä hankkeista on EU-rahoitteinen koulutushanke Tulos+, jonka otin hanketyön osalta yhdeksi tarkastelunkohteeksi opinnäytetyöhöni.

EU-rahoitteiset hankkeet ovat kaikista hankemuodoista vaativimpia, koska kirjanpito sekä projektin aikana kirjattavat lomakkeet teettävät suomalaisessa projektikulttuurissa enemmän työtä, kuin esimerkiksi kansallisiin ministeriöiden asettamiin hankkeisiin liittyvä paperityö. Haastattelin edellä mainitun hankkeen koulutussuunnittelijaa ja koulutuspäällikköä selvittääkseni mitä haasteita hankevalmistelija kohtaa hankkeen eri toteutusvaiheissa. Molemmat ovat työskennelleet Ylivieskan seutukuntayhdistyksellä lähes 15 vuotta. Ennen kyseistä hanketta heillä on aikaisemmat työhistoriat teollisuuden ja kaupan alan parissa insinöörinä ja hallintotieteissä. Projektityön kentällä työskentelee useilla eri ammattitaustoilla olevia henkilöitä, sillä projektiin sopivat henkilöt tulevat valituksi pitkälti projektiin sopivan persoonan perusteella koulutuksen lisäksi.

Projektityöntekijöillä on hankkeen suunnitteluvaiheessa haasteena kohderyhmän sitouttaminen. He lähtevät toteuttamaan projektia tarvelähtöisyydestä. Idea hankkeeseen on tullut joltakin taholta kentältä. Haasteena on saada suurin osa kohderyhmästä innostumaan asioista. Esimerkiksi Tulos+ -hanke järjestää koulutuksia tuotannollisille yrityksille. Koulutukset maksavat yrittäjille noin 30 prosenttia hankitusta koulutuksesta tai palvelusta.

Alkuvaiheessa on päästävä asiakkaan sielunelämään kiinni, jotta löydetään asiakkaan tarve. Haasteena on myös saada rahoittaja ymmärtämään kuinka tärkeästä hankkeesta on kyse, kuinka se auttaa kohderyhmää ja sen kautta yhteisöä ja yhteiskuntaa. (Koulutussuunnittelija Olli Niskala 2012.)

Tulos+ -hankkeessa asiakas kohdataan kasvokkain, tapaamalla asiakas, niin kuin useimmissa seutukunnallisissa hankkeissa. Lisäksi hankkeen aikana pidetään strategiapalavereja, joiden jälkeen asiakas saa raportin asiantuntijan/yrityksen kouluttajan kautta. Hankkeessa järjestetään myös työpajoja. Työpajoissa voidaan toimia perinteisesti, jolloin asiakkaat jaetaan ryhmiin, he saavat kirjoittaa tiettyyn teemaan liittyviä ajatuksia lapuille, joista tehdään yhteenveto. Lopuksi katsotaan mitä kysymyksiä on eniten ja tiettyihin aiheisiin pureudutaan tarkemmin kouluttajan kanssa. Työpajoissa pyritään vuorovaikutteisuuteen. Lisäksi on tapaamisia, joissa asiakkaat kyselevät asiantuntijalta. Jos jotain jää epäselväksi, asiantuntija selvittää asian ja on vielä jälkeinpäin yhteydessä asiakkaaseen.

Projektista vastaavat haastattelevat asiakasta vapaamuotoisesti avoimien kysymysten avulla. Seutukunnallisesti toteutettavassa koulutusprojektissa he eivät tee haastatteluja tiukan valmiin kysymysrungon mukaan, vaan vapaamuotoisempana haastatteluna (teemahaastatteluna). Teemahaastattelun avulla he saavat asiakkaan avautumaan helpommin keskustellen ja kirjaamalla ylös vastaukset. Lisäksi he kuulevat asiakasta hankkeen aikana soittamalla yrityksille. Kun koulutus on ohi, projektin vetovastuussa olevat soittavat tai lähettävät sähköpostia asiakkaalle ja kysyvät ovatko asiakkaat olleet tyytyväisiä järjestettyyn koulutukseen. Jos he eivät ole olleet, projektin vetäjät miettivät mikä on mennyt pieleen ja korjaavat asiat seuraavalla kerralla mieleisiksi asiakkaille/kohderyhmälle. Koulutuksissa esimerkiksi projektin vetäjä ohjeistavat kouluttajan seuraavalla kerralla toimimaan niin, kuin asiakas/yritys on toivonut tai tarvittaessa projektin vetäjä kilpailuttaa uuden asiantuntijan. Projektin vetäjät pyrkivät toteuttamaan koulutuksen asiakkaalle mieluisaksi ensimmäisellä kerralla toimiessaan ”yhden hipaisun periaatteella”. (Koulutuspäällikkö Pirjo Jylhä-Ollila 2012.)

Mielestäni edellä kuvatussa tapauksessa asiakasta voitaisiin kuulla vaihtoehtoisesti sähköisen lomakkeen kautta, jonka linkki lähetetään sähköpostitse asiakkaalle, kuten useat koulutusorganisaatiot tekevät saadakseen koulutukseen osallistuneiden mielipiteen asiakastilaisuuden/tapahtuman jälkeen. Projektityössä on merkitystä samoin kuin

asiakaspalveluammateissakin tuottaa asiakkaalle miellyttävä asiointi, palvelukokemus. (Asiakaspalvelu, 2013). Tämän vuoksi projektin toimenpiteiden jälkeen, tässä tapauksessa koulutuksen järjestämisen jälkeen projektissa työskentelevän kannattaa kysyä asiakkaalta mitä mieltä hän on järjestetystä koulutuksesta/tilaisuudesta ollut ja samalla projektipäällikkö/projektityöntekijä saa palautetta jatkotyöskentelyä varten.

Haastatellessani projektien parissa työskenteleviä kävi ilmi rahoittajilla olevan omat vaatimuksensa ja hankevetäjällä omat ideansa. Nämä toiveet eivät aina vastaa toisiaan. Esimerkkinä projektin vetäjällä on idea hankkeelle, kuten työhyvinvointi ja tuottavuus. Rahoittaja toivoo taas eri aihetta, koska heidän toimintalinjaukseensa ei kyseisenä vuonna kuulu tämän aihepiirin tukeminen. Joten projektin vetäjältä tullutta ideaa ei rahoittaja voi tukea ellei se istu toimintalinjaukseen. Hanke pitää pystyä laittamaan tavoitteohjelmiin sopivana ja huomioimaan samalla rahoittajan määräykset. (Koulutus­päällikkö Pirjo Jylhä-Ollila 2012).

Suunnitteluvaiheessa hanketyöntekijöiden on tärkeää kouluttaa itseään aiheeseen, jotta koulutus osataan suunnitella yritysten kanssa. Sen jälkeen projektin vetäjät hankkivat asiantuntijan/kouluttajan aiheesta ja järjestävät koulutuksen yrityksille. Käydessään lyhyen perehdytyksen aiheeseen projektin vetäjät pystyvät keskustelemaan aiheesta varsinaisessa koulutuksessa, jota asiantuntija-kouluttaja on vetämässä. Esimerkkinä koulutus­päällikkö mainitsee koulutushankkeessaan seutukunnallisesti toteutetun työhyvinvointikoulutuksen. Projektissa työskentelevät perehtyvät ensin itse koulutettavaan aiheeseen, jonka jälkeen he vierailevat yrityksissä, haastattelevat yritystä kyselemällä mitä koulutuksia se tarvitsee. Koulutus­päällikkö Jylhä-Ollila kertoo hankkeen aikana ensimmäisistä asiakastapaamisista seuraavasti: ”Toinen käyttää henkilökohtaista smalltalkia ja toinen kertoo sitten asiapitoisemmin ja sitten kuulostellaan koulutustarpeita. Alussa noin 80 prosenttia yrittäjistä ei pysty suorilta käsin kertomaan minkälaisia koulutustarpeita yrityksellä on. Sen jälkeen otamme nähtäville mitä koulutustarjontaa meillä on tarjota valmiina.”

Tulos+ -hankkeella on tarjota kymmenkuntaa koulutusaihetta, joiden sisällä on useita pienempiä yrityksen tarpeisiin räätälöityä koulutusta. Molemmat hankesuunnittelijat pitävät henkilökohtaisia käyntejä yrityksissä tärkeimpänä tapana lähestyä asiakasta.

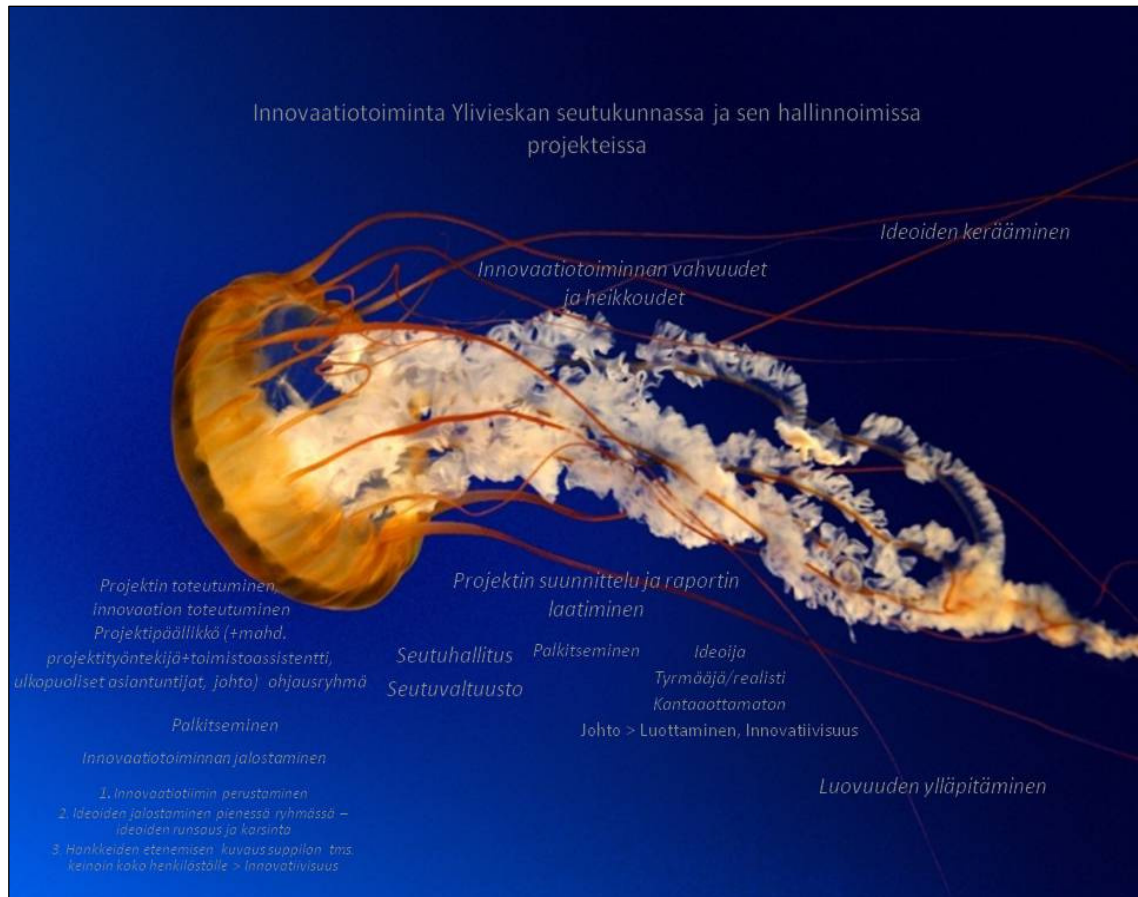
Seutukunnallisissa hankkeissa suositaan innovoinnin hyödyntämistä. Projektipäällikköjen oma innovointikyky auttaa hankesuunnittelussa. Innovoinnissa on muistettava projektityön asettamat puitteet. On huomioitava muun muassa toimintalinjojen ja rahoittajan asettamat ohjeistukset hanketyön eri vaiheissa.

Tulos+ -hankkeen koulutuspäällikkö kertoo hankkeiden muodostuvan EU-tavoiteohjelmien mukaisesti, joista tiedotetaan muun muassa vuosittain Pohjois-Pohjanmaan liiton ja Ely-keskuksen www-sivustoilla. EU-hankkeissa haasteena on niiden lyhytkestoisuus ja toiminnan jatkuvuuden turvaaminen. Hankepäätös on yleensä 2–3-vuotinen ja vuotta ennen hankkeen päättymistä suunnitellaan jo uutta jatkohanketta edelliselle.

3.4 Innovaatiotoiminta Ylivieskan seutukuntayhdistyksessä

Idean syntyminen ei aina takaa sen päättymistä jatkokäyttöön. Ideoita heitellään, niitä jalostetaan työpareittain tai työryhmissä ja osa niistä karsiutuu projektityön vaiheissa. Ne ideat, jotka lopulta päätyvät hankesuunnitelman osaksi on hyväksytetty projektin ohjausryhmässä. Lopullinen hyväksyntä ideoille tulee päärahoittajalta. Ideoita työstetään projektin eri vaiheissa. Ylivieskan seutukuntayhdistys on toteuttanut Ylivieskan seutukunnan ja kuntia palvelevan elinkeino- ja innovaatiostrategiaa vuosina 2007 – 2013. Sen toimintalinjoina olivat seudun ja kuntien menestymisen kannalta kolme perustekijää: säilyttää alueen valmistavan teollisuuden kilpailukyky niin, ettei yritystoimintaa siirry halpatuotannon maihin, vaikuttaa uusien yritysten perustamiseen ja toimivien yritysten kasvuun kehittämällä työvoiman osaamista ja riittävyyttä, yritysten osaamista ja yrityksille suunnattuja osaamispalveluita sekä huolehtia kuntalaisille ja seutukuntaan muuttaville suunnattujen palveluiden kilpailukyvästä, viihtyvyydestä sekä infrastruktuurin kilpailukyvästä. Lisäksi seutukuntayhdistys on valmistellut yhdessä Ramboll Management Consultingin kanssa Innoveturin (Innoveturi on Ylivieskan seutukunnan seudullisten yrityspalveluiden verkosto) palvelustrategian. Sen tarkoituksena on toimia seudun yrityspalveluita tuottavien organisaatioiden yhteistä palveluiden tuotantoa linjaavana ja yhteistyötä vahvistavana työkaluna.

Seuraavassa kuvassa olen havainnollistanut innovaatiotoimintaa työorganisaatiossa omasta projektityöskentelyn näkökulmasta. Kuva esittää, kuinka ideat muokkautuvat innovaatioiksi ja miten niiden käsittelyprosessi etenee.



KUVA 3. Meduusa kuvaa innovaatiotoimintaa Ylivieskan seutukunnan projekteissa

Kuvassa oikealla suunnitteluvaihe alkaa ideoiden keräämisestä kohderyhmältä ja asiantuntijatahoilta. Vasemmalla listattuna työryhmä, joka vaaditaan onnistuneen projektin toteuttamiseen.

3.5 Työpajojen eri menetelmiä

Asiakkaan kuulemista voidaan toteuttaa työpajoilla. Työpajoista on olemassa erilaisia menetelmiä toteuttaa niitä. Esittelen seuraavana muutaman uuden menetelmän projekti- ja toteuttaville tahoille.

Menetelmiä voidaan hyödyntää asiakastiedon keräämisessä tai isommissa kokonaisuuksissa, kuten kuntakohtaisten palvelustrategioiden tuotannossa. Työpajoihin osallistuvat työpajan vetäjä/vetäjät, mahdollinen organisaation ulkopuolinen konsultti/konsultit ja asiakkaita, jotka on valittu työpajoissa olevaan teemaan nojautuen.

Kuntakohtaisissa palvelustrategioissa voidaan hyödyntää esimerkiksi ”Oppimiskahvila”, josta käytetään myös nimitystä ”Café dialogue” -menetelmä. Ylivieskan seutukunnassa kyseisenlaista työpajamenetelmää on toteutettu kuntalähtöisen seudullisen elinkeinostrategian valmistelussa.

Café dialogue -menetelmää käytetään yleensä tiedon jakamisen menetelmänä ja se soveltuu käytettäväksi erikokoisten ryhmien osallistumisessa. Menetelmän tavoitteena on jakaa ja kehittää annetun aiheen mukaisia ideoita ja ajatuksia. Café dialogue -menetelmä lisää kaikkien osallistujien aktiivista osallistumista ja tukee omistajuuden syntymistä esimerkiksi strategiavalmistelussa. Sen hyödyt ovatkin etenkin kaikkien toimijoiden osallistamisessa ja tehokkaassa tiedon keruussa ja jakamisessa. Kaikilla läsnäolijoilla on mahdollisuus kommentoida kaikkia osa-alueita, tässä tapauksessa palveluiden tuotannon yksityiskohtia niiden konseptoinnin tueksi.

Café dialogue on muunnos Learning Cafésta (oppimiskahvila), jossa neljälle ryhmälle toteutetaan neljä eri rastia. Ryhmä 1 lähetetään ensimmäiselle rastille, jonka jälkeen ryhmä 2 käy kommentoimassa samalle rastille jne. Jokainen ryhmä käy kommentoimassa omat näkemyksensä tietyistä aiheista, jolloin jokaisessa rastissa yhdistyvät eri ryhmien ajatukset. Työpajat toteutetaan kaksipäiväisinä, jolloin ideat jalostuvat toisen työkentelypäivän aikana.

Edellä kerrotun työpajan tueksi voidaan käyttää lisäksi Screen.io menetelmää.

Screen.io on uusi ja innovatiivinen keino lisätä interaktiivisuutta ja vuorovaikutteisuutta pienryhmätöihin. Screen.io:n avulla osallistujat voivat liittyä tapahtuman keskusteluun milloin ja missä tahansa, esimerkiksi älypuhelimien tai kannettavien tietokoneiden avulla.

Kommentit saadaan heijastettua suoraan näytölle yleisön nähtäväksi esimerkiksi seminaariesityksen aikana ja esityksen pitäjä voi poimia kysymyksiä ja kommentteja erikseen vastattavaksi. Menetelmää käyttävällä Ramboll Management Consultingilla on mahdollisuus sopia palvelun käytöstä työpajakohtaisesti ja tilaajan kanssa sovittavalla tavalla. (Ramboll Management Consulting 2012.)

Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa on toteutettu tulevaisuustiedon ja tulevaisuuden tekemisen menetelmäkorttipakka. Korttipakka on avuksi erilaisten tilanteiden ja toimintaympäristössä tapahtuvien muutosten kartoittamisessa, tilanteissa joissa halutaan löytää vaihtoehtoisia näkemyksiä miten edetä kyseessä olevan ongelman kanssa. Menetelmät jakautuvat sekä tiedon keräämiseen liittyviin menetelmiin, tiedon luokitteluun sekä ryhmätyöstämisen menetelmiin. Korttipakka on jaoteltu mustiin ja punaisiin kortteihin kuten pelikorttipakkakin. Korttipakka sisältää 15 erilaista menetelmää, mutta usein yhden ongelman tai haasteen ratkaisemiseen kaivataan useita menetelmiä, joten yhdistelmiä on kymmeniä. (Kymenlaakson ammattikorkeakoulu 2012.)

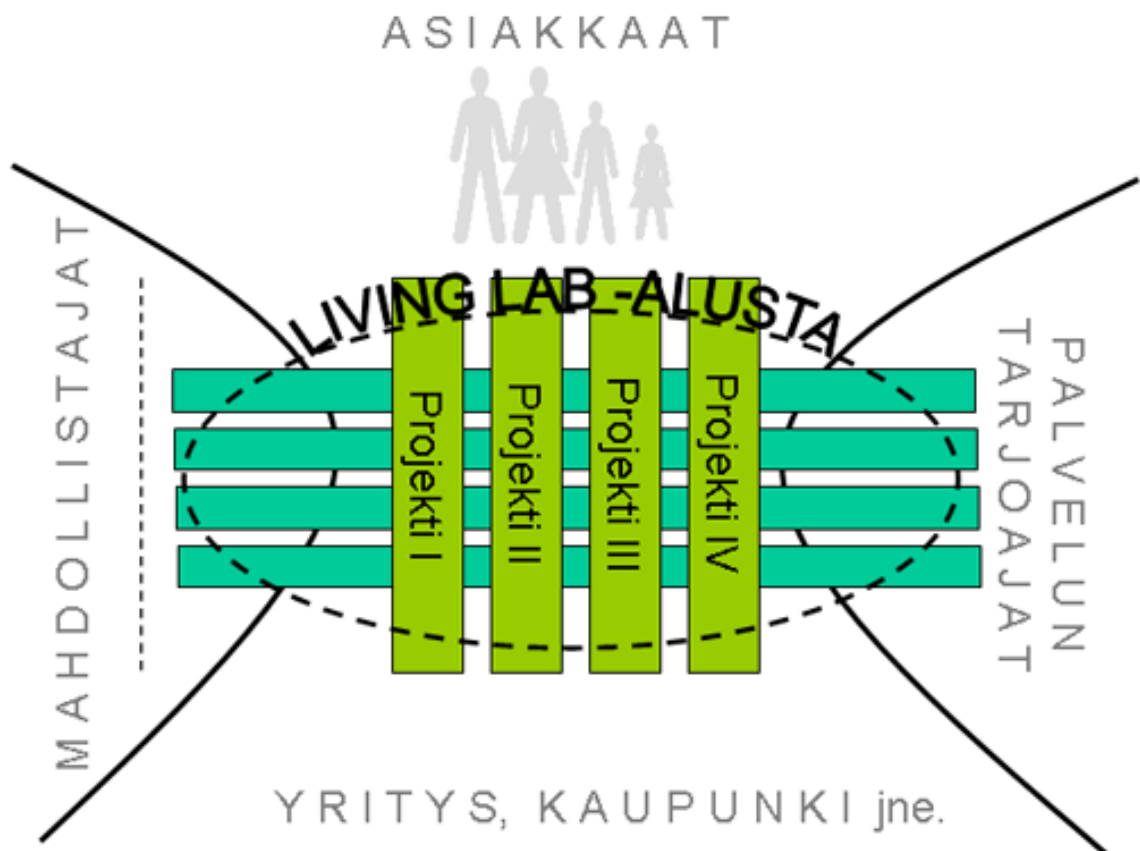
Tilanne voi esimerkiksi vaatia tilastoanalyysiä, sitä täydentäviä haastatteluja ja lopuksi yhteistä asiantuntijoiden työpajaa tai selkeästi vain yhtä menetelmää. Jokaisesta menetelmästä on esitelty menetelmäkuvaus, tulos minkä menetelmä tuottaa, käytännön käyttöesimerkki, sekä menetelmään sopivat muut menetelmät ja toimenpiteet (menetelmäyhdistelmät). Kuvauksessa on kerrottu myös, mitä taustamateriaalia menetelmä vaatii tai onko se yksilö- tai ryhmätyömenetelmä. Ohjeistuksessa on kuvattu tarkemmin mustien ja punaisten korttien sisältämät menetelmät. Korttipakassa menetelmiä voi käyttää myös luovasti yhdistellen, siten että yhdistelmä on aina tarkoituksenmukainen käsiteltävän ongelman tai teeman kannalta.

3.6 Benchmarking esimerkkinä Living Lab-ympäristö

Benchmarking on jatkuva ja järjestelmällinen prosessi, jolla kehittämistyötä tekevä voi tunnistaa parhaita menetelmiä ja toimintatapoja sekä ymmärtää ja soveltaa niitä omaan työhönsä. Tavoitteena on oman organisaation kehittäminen. (Niva & Tuominen 2005, 5.) Esimerkkinä Living Lab-toimintaympäristö, jota Ylivieskaan seutukuntayhdistyksessä voisivat hyödyntää seutukunnallisia projekteja toteuttavat projektipäälliköt ja heidän yhteistyökumppaninsa.

Pohjoismaisissa alueellisissa organisaatioissa on luotu käyttäjälähtöisiä teknologisen kehittämisen ja testaamisen toimintamuotoja, niin kutsuttuja Living Lab -ympäristöjä, jotka tukevat yrityksiä käyttäjälähtöisen innovaatiotoiminnan haltuunotossa.

Suomessa esimerkiksi Helsingin Arabianrannassa Living Lab -ympäristöä on pilotoitu ensimmäisten joukossa. Siellä kotitaloudet osallistuivat uusien viestintäteknologioiden testaukseen.



KUVA 4. Helsingin Arabianrannan Living Lab (KUVA: Art and Design city Helsinki Oy 2011)

Useimmat uudet käyttäjä- ja asiakaslähtöiset toimintamuodot painottuvat määritelmän mukaan maantieteellisen läheisyyden, paikallisuuden sekä alueellisten ja paikallisen innovaatiopolitiikan kohteita ja välineitä. Huomionarvoista on kuitenkin se, että kaikki välineet eivät sovi kaikille alueille. Kyky toimintamuotojen räätälöintiin ja paketointiin nouseekin entistä tärkeämpään asiaan käyttäjälähtöisessä innovaatiopolitiikassa. Useat

edellä mainituista innovaatiotoiminnan toimintatavoista ovat syntyneet yritysten tarpeista ja haaveista sekä suurilta osin näiden toimenpiteinä. Erilaisten innovaatiotyökalujen kehittäminen on vahvasti kiinni rahoittajien näkemyksestä ja toimintamahdollisuuksista. Lisäksi koettiin, että rahoittajat rajoittavat liiaksi uusien menetelmien pilotointia aidoilla yritystapauksilla (ts. pelkäävät yritys kohtaista tukea). Mikäli kansallisella innovaatiopolitiikalla todella halutaan tukea yritysten kasvua ja työllistämistä tulisi kaikkia kehitettyjä menetelmiä soveltaa jo hankevaiheessa ”oikeassa elämässä”. Innovaatiopalveluiden on tarkoitus jäädä toimintaan myös hankkeen jälkeen. Kuitenkaan palveluyrittäjät eivät ota helposti tuotantoonsa palvelua, jota ei ole valmiiksi testattu potentiaalisella asiakkaalla eli yrittäjällä. Pilotoinnilla varmistetaan palvelujen markkinakelpoisuus ja toisaalta edesautetaan sitä, että kehitettävä konsepti on elinkelpoinen sitten kun rahoitus loppuu. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013.)

Työ- ja elinkeinoministeriön alainen aluekeskusohjelma sisälsi Innovaatio ja osaaminen -verkoston, johon kuului 24 aluetta vuonna 2009. Sen tavoitteena oli tukea alueita innovaatioympäristöjen kehittämistyössä, levittää hyviä käytäntöjä ja toimia kanavana alueiden ja kansallisten toimijoiden välillä. Kansallisen aluekeskusohjelman Innovaatiot ja osaaminen -verkosto toteutti vuonna 2009 Living Lab -pilottikokeilun. Se julkaisi Living Lab -toiminta Suomessa -selvityksen, joka kattoi 30 aluekeskusohjelma-alueilla käynnissä olevaa Living Labin toiminnan kartoitusta. Selvityksessä määriteltiin käytännönläheisesti mitä Living Lab -toiminta Suomessa on ja sen jälkeen esitetään kartoituksen tuloksena suomalaisten Living Labien toimintaa ja niiden hyviä käytäntöjä ja palveluja. Selvityksen toteutti Javaro Oy yhteistyössä Seinäjoen Teknologiakeskuksen kanssa.

Living Lab -case toteutetaan tosielämän ympäristössä, jossa käyttäjä käyttää tuotetta tai palvelua osana omaa normaalia arkeaan. Living Lab -määritelmän mukaisesti se on käyttäjän oma arkiympäristö eikä steriili laboratorioympäristö, joka olisi rakennettu vain testausta varten. Testausympäristö voi kuitenkin olla käyttäjän arkeen rakennettu kehitys- ja testausympäristö, kuten mobiili-TV:n toinen testivaihe, jossa projektin toteuttajat toivat Helsingin keskustaan (aito arkiympäristö) muutamia mobiili-TV-lähettimiä (rakennettu testausympäristö). Tämä toi puolestaan omat haasteensa hyödynnettävien menetelmien ja työkalujen käyttämiseen ja datan keräämiseen. (Living Lab -toiminta 2013.)

Käytännössä Living Lab tarkoittaa toimintaa, jossa tuotteiden ja palveluiden käyttäjä osallistuu niiden tutkimukseen, kehitykseen ja innovointiin (=uusien tuotteiden, palveluiden ja toimintamallien kehittämistä) omassa arjessaan osana monitoimijaverkostoa eli ekosysteemiä. Living Lab -toimintaan liittyvät opit ovat kaikkien ekosysteemin toimijoiden käytettävissä.

Living Lab -toiminnassa mukana olevat toimijat ovat joko käyttäjiä, hyödyntäjiä, kehittäjiä, mahdollistajia tai varsinaisia Living Labeja. Mahdollistajat luovat yleisen infrastruktuurin ja käytännöt. Kaupungit ja muut julkiset toimijat eivät osallistu aktiivisesti Living Lab -toimintaan. Hyödyntäjät haluavat kehittää omia tuotteitaan tai palveluitaan käyttäjälähtöisesti. Hyödyntäjä voi olla esimerkiksi yritys tai julkinen toimija. Käyttäjät ovat arkipäivän käyttäjiä, jotka käyttävät testattavia tuotteita omassa arjessaan, normaalissa käyttöympäristössä ja normaaleissa käyttötilanteissa. He ovat avoimia ja valmiita antamaan rehellistä palautetta. Kehittäjät tarjoavat toteuttamiseen menetelmiään, työkalujaan ja resurssejaan. Kehittäjät keräävät käyttäjiltä palautetta, kommentteja, parannusehdotuksia ja muuta raakadataa. Hyödyntäjät haluavat kehittää omia tuotteitaan tai palveluitaan käyttäjälähtöisesti. He voivat olla yrityksiä tai julkisia toimijoita. (Living Lab -toiminta 2013.)

Living Labeja voidaan hyödyntää tuotteen tai palvelun elinkaaren eri vaiheissa, sillä kussakin vaiheessa voidaan käyttäjältä saada arvokasta tietoa. Seuraavassa lueteltuina vaiheet milloin mallin voi ottaa hyötykäyttöön.

1. Markkinoilla olevan tuotteen tai palvelun kehittäminen. Olemassa olevat käyttäjät tai vaihtoehtoisesti täysin uudet käyttäjät antavat käyttäjäpalautetta tuotteen tai palvelun kehittämiseksi.
2. Lanseerausvaiheessa olevan tuotteen tai palvelun kehittäminen. Tulevat käyttäjät antavat palautetta, jonka perusteella voidaan tuotetta tai palvelua hienosäätää ennen varsinaista lanseerausta.
3. Idea- tai kehitysvaiheessa olevan tuotteen tai palvelun kehittäminen. Kartoitetaan potentiaalisten käyttäjien arkea ja olemassa olevien tuotteiden ja palveluiden käyttöä, jonka perusteella käynnistetään varsinainen tuote- tai palvelukehitys. (Living Lab -toiminta 2013.)

Living Lab -toimintamallia voisi hyödyntää seutukunnallisessa hanketyössä, esimerkiksi sähköisten palveluiden jatkon suunnittelussa. Projektipäälliköistä koostuva joukko voisi toimia kehittäjinä, jotka keräävät käyttäjäpalautetta. Arkipäivän käyttäjät olisivat puolestaan hankkeen kohderyhmistä riippuen esimerkiksi nuorten sähköisiä palveluita testatessa nuoria. He saisivat uusien sähköisten palvelujen, kuten verkkosivuston ja mobiilisovelluksen yhteydessä testauskäyttöön oppilaitosympäristössä tietokoneet ja omat matkapuhelimensa, joilla vertailtaisiin käyttäjäkokemuksia. Tämä olisi jatkoa toteuttamilleni ideointipajoille, jossa nuoria on kuultu sivuston sisällöllisistä toiveista. Mukana testauksessa olisivat hyödyntäjät, joka tässä projektissa voisi olla yritys/yritykset, joka toimii sähköisten palvelujen tarjoajana. Osa yrityksistä on erikoistunut verkkosivustojen kehittämiseen ja toiset puolestaan mobiilisovellusten joten Living Labissa heitä olisi mukana useampia. Hyödyntäjinä voisi olla nuorille sähköisiä palveluita tarjoava organisaatio, kuten oppilaitos, seutukuntayhdistys tai kunta/kunnat.

4 PALVELUMUOTOILU

4.1 Palvelumuotoilussa luovuus irti

Palvelumuotoilua voidaan hyödyntää osana eri ammattialoja. Palvelut ovat aineettomia tekoja ja prosesseja, jotka tuotetaan ja kulutetaan suurimmaksi osin samanaikaisesti. Palvelualan ja sen merkityksen huomattava kasvu on saanut aikaan kriittisemmän suhtautumisen palvelujen tuotantoon ja nostanut esiin palvelujen haasteet esimerkiksi asiakastyytyvyyden ja arvioinnin suhteen, sillä palvelut ovat ainutkertaisia tapahtumia, joita ei voi mitata kuten fyysisiä tuotteita. Laadunvalvontaa ja markkinointia on vaikea toteuttaa palveluissa perinteisin menetelmin. Tämä johtuu siitä, ettei palveluissa ole mitään ennalta tuotettua laatua, jota voisi valvoa ennen kuin palvelu on myyty ja kulutettu. Tilanteet vaihtelevat sen mukaan, minkälaisesta palvelusta on kyse. Kampaajan palvelu tuotetaan melkein kaikkineen asiakkaan ollessa läsnä ja käyttäessään palvelun. Tuotteita toimittaessa asiakas kokee ja kuluttaa vain osan tuotantoprosessista. Suurin osa tuotantoprosessista on kuitenkin näkymätöntä. Molemmissa tapauksissa tulisi kuitenkin muistaa, että asiakas mieltää nimenomaan tuotantoprosessin näkyvän osan. Muista osista hän voi kokea vain tuloksen, mutta näkyvät toimenpiteet hän kokee ja arvioi pienintäkin yksityiskohtaa myöten. Laadunvalvonnan ja markkinoinnin on tästä syystä tapahduttava samaan aikaan ja samassa paikassa kuin palvelun samanaikaisen tuottamisen ja kulutuksenkin, havainnollistaa Grönroos (2000, 82) teoksessaan Palveluiden johtaminen ja markkinointi.

Christian Grönroos on kauppatieteiden tohtori ja toiminut pitkään Svenska Handelshögskolanissa (Hanken) erityisenä vastualueenaan palveluiden markkinoinnin ja suhdemarkkinoinnin ja -johtamisen tutkimuksesta ja opetuksesta. (Grönroos, 2000).

Edellä olevan pohjalta myös seutukunnallista hanketyötä on hyvä tarkastella asiakkaan näkökulmasta ja pohtia kuinka asiakas saa omaan mielipiteensä tuotua esille hankevalmistelussa. Omaan työhöni ja verkkopohjaisiin palveluihin verrattuna olen havainnut edellisistä Grönroosin ajatuksista seuraavaa: Järjestäessäni opinnäytetyötäni tehdessä ideointipajan ja nuorten ryhmähaastatteluja ja mennyt seuraavalla kerralla samaiseen oppilaitokseen vierailemaan opiskelijat muistivat verkkopalvelun ideointipajasta, joka heille oli aikaisemmin järjestetty konkreettisena asiana. Nuoret ovat muistaneet myös

nuorten tieto- ja neuvontapalvelusta saamansa markkinointimateriaalin, josta heille on jäänyt mieleen verkkosivuston osoite, jolla he ovat vierailleet. Näin asiakas on kokenut näkyvät toimenpiteet merkittävänä asiana. Kun asiakkaan kuulemiseen lisätään vielä perinteisten haastattelujen/asiakaskyselyjen lisäksi palvelumuotoilunprosessi, projektia toteuttavien työntekijöiden on selkeämpää toteuttaa hanketta sekä suunnitteluvaiheessa että käytännössä. Asiakkaan eli kohderyhmän kuuleminen myös sitouttaa asiakasta projektiin.

Juha Tuulaniemi on projektipäällikkö, teollinen muotoilija TaM ja IDBMPRO. Tällä hetkellä hän työskentelee palvelumuotoilun ja matkailun parissa. Aikaisemmin Tuulaniemi on työskennellyt tuote- ja palvelumuotoilijana, tuottajana, projektipäällikkönä ja tutkijana teollisuudessa, suurissa tapahtumissa, muotoilun konsulttitoimistoissa sekä korkeakouluissa ja kehitysorganisaatioissa. Viime vuosina erityisenä mielenkiinnon kohteena ovat olleet palveluinnovaatiot. Juha Tuulaniemi on kirjoittanut teoksen, mitä palvelumuotoilu on ja miten sitä käytännössä tehdään. Hän määrittelee palvelumuotoilun seuraavasti kirjassaan *Palvelumuotoilu. Palvelumuotoilu (service design) tutkii, suunnittelee ja kehittää palveluja pääosin muotoilun menetelmin*. Hänen mukaansa palvelumuotoilu ei ole abstraktia asiakkaiden tunteiden tai kokemusten suunnittelua. Se on konkreettista toimintaa, joka yhdistää sekä käyttäjien tarpeet ja odotukset että palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi. Palvelun aineettomat osat saadaan näkyviksi visualisoinneilla ja hahmomalleilla. Varsinainen palvelu sisältää myös paljon muotoiltavia elementtejä. Palvelumuotoilun tavoitteena ovat palvelutuotteet, jotka ovat taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestäviä. (Tuulaniemi, 2011, 25.)

Palvelu on Grönroosin mukaan ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa. (Grönroos, 2001, 78.) Ylivieskan seutukuntayhdistyksen hallinnoima nuorten tieto- ja neuvontapalvelut verkkosivustoineen ja sieltä löytyvät oheispalvelut ovat edellä kuvatun mukaisesti toteutettua aineettomien toimintojen sarjasta koostuvaa prosessia. Nuorten tieto- ja neuvontapalvelun sähköisten palvelujen ohella nuorilla on käytössään ilmaiset Internet-yhteydet tulostimella varustettuna alueen kirjastojen tai nuorisotalojen yhteydessä.

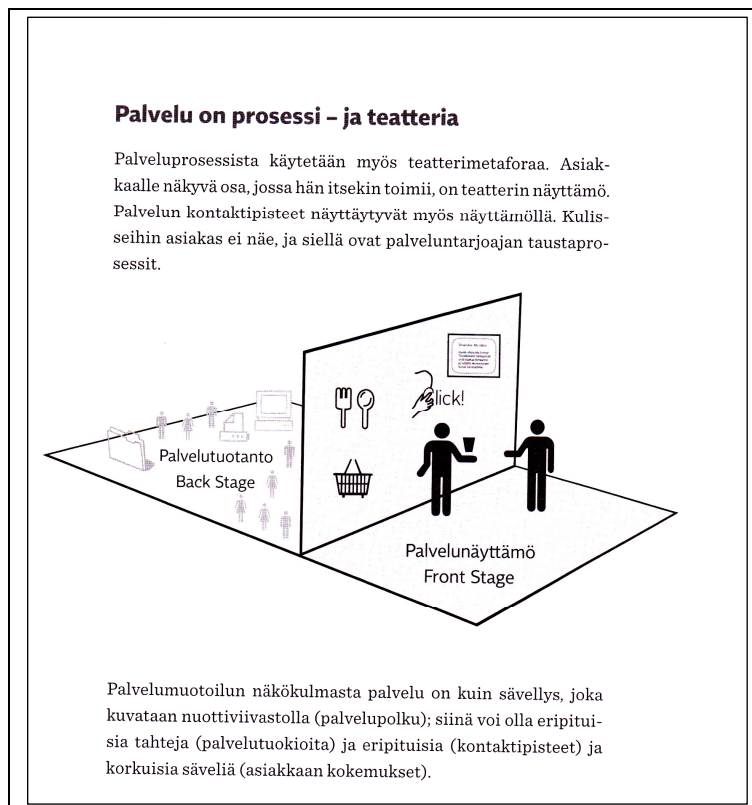
Lisäksi tiloissa toimiva nuoriso-ohjaaja/kirjaston palveluvastaava pystyy auttamaan nuorta hänen kysymyksissään. Henkilökohtaisissa kysymyksissä nuori voi kysyä Internetin kautta Pulmakulmasta, jossa asiantuntija vastaa hänen kysymyksiinsä eri aihealueilla. Tästä tarkemmin luvussa 5.1.

Tuulaniemi (2011, 16) on todennut teoksessaan *Palvelumuotoilu*, että nykyajan tavarakylläisessä maailmassa tavaroiden ja niiden omistamisen merkitys on vähentynyt ja haluamme ennemmin elämäämme helpottavia ratkaisuja ja nämä ratkaisut ovat yleensä palveluita. Palvelumuotoilussa hyödynnetään suhteellisen uutta tapaa palveluiden kehittämiseksi ja sen suosio kasvaa jatkuvasti. Palvelumuotoilu on kokonaisvaltainen, luova ja yksityiskohtainen tapa luoda uusia ja jalostaa jo olemassa olevia palveluita. Tutkin kuinka palvelumuotoiluprosessilla saadaan asiakkaan näkemykset kytkettyä vahvemmin hanketyöhön mukaan. Palvelumuotoilun keinoin pystytään saamaan asiakkaan omaa luovaa ajattelua liikkeelle ja luovuutta voidaan edistää palvelumuotoilun eri vaiheissa. Kaikkien palveluiden keskiössä on ihminen, palvelun käyttäjä eli asiakas. Mitään palvelua ei ole olemassa, jos asiakas ei ole siinä läsnä ja kuluta sitä. Ihminen on myös oman elämänsä ja toimintansa paras asiantuntija. (Tuulaniemi, 2011, 71.)

Jacky Mussry on MarkPlus & Co liikkeenjohdon konsultointiyhtiön osakas ja varatoimitusjohtaja. Mussry (2012) on todennut artikkelissaan, että palvelua tarjoavien yritysten on omaksuttava uusi lähestymistapa. Sen sijaan, että yritykset kopioivat yksinkertaisesti muiden palvelukäytäntöjä, niiden tulisi hyväksyä oma ominaisensa palvelu erottakseen kilpailijoista. Mielestäni Mussry on oikeassa ajatuksen suhteen. Palvelumuotoilijan/suunnittelijan olisi keksittävä itse ja oltava innovatiivinen luodakseen uutta. Palvelut, joita jo toiset yritykset käyttävät eivät välttämättä ole aina niitä toimivimpia ratkaisuja. Joskus kokeilemalla, uskalluksen ja erehdyksenkin kautta voi löytää uuden tavan toimia ja saada uuden hyödyllisen palvelun organisaation käyttöön.

Palvelumuotoilun tavassa toimia on kiehtovaa päästä lähemmäs asiakasta kuin perinteisiä haastattelutekniikoita käytettäessä. Asiakkaalle pystytään luomaan hänen oman näköisensä tuote tai palvelu hyödyntämällä palvelumuotoilun eri vaiheita. Samalla häneltä pystytään saamaan syvempää tietoa kun asiakkaaseen pystytään keskittymään intensiivisemmin kuin haastatteluja toteuttaessa. Esimerkiksi työpajoissa asiakkaan toiveisiin ja heiltä saamiin vastauksiin perehdytään tarkemmin kuin haastattelutilanteessa. Palvelumuotoiluprosessissa asiakasta kuullaan vaihe vaiheelta, jolloin saadaan kokonaisempi

käsitys siitä, mitä hän tarvitsee. Schneider & Stickdorn (2010, 130) kertovat julkaisussaan, että yksi tärkeimmistä ominaisuuksista palvelumuotoilun ajattelussa on, että tässä lähestymistavassa ei ole kyse välttää virheitä, vaan pikemminkin tutkia monia mahdollisia virheitä.



KUVA 5. Palvelumuotoiluprosessin vaiheet

(Kuva: Tuulaniemi 2011)

4.2 Palvelu on parasta markkinointia

Palvelu on parasta markkinointia. Palvelu on ehkä kestävin erottautumiskeino brändin rakennuksessa. Palveluissa on paljon enemmän brändin ja asiakkaiden konkreettisia kohtaamisia kuin tavaroissa. Koska palvelumuotoilu on asiakaslähtöistä ja tuloshakuisia, se sisältää enemmän strategisia mahdollisuuksia kuin perinteiset brändin visuaaliset ilmentymät. Myytteihin, tarinoihin ja merkkeihin perustava brändin rakentaminen ei ole strategista. (Tuulaniemi, 2011, 50-51.)

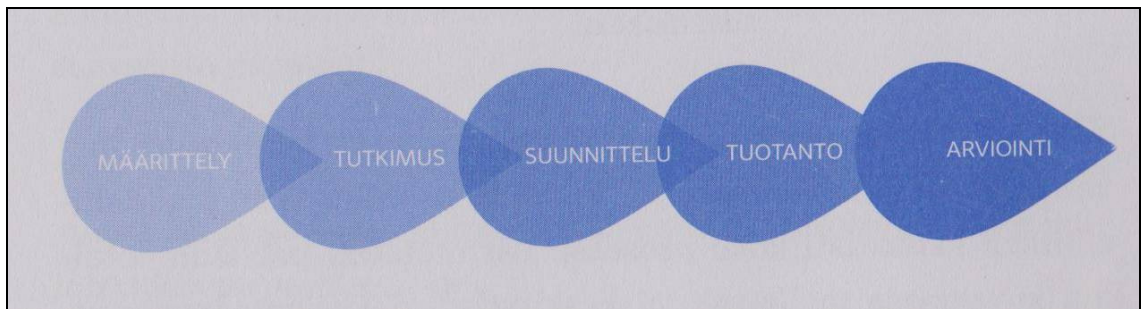
Ylivieskan seutukuntaorganisaatiossa erilaisiin projekteihin sijoittuu erityyppisiä projektityöntekijöitä. Esimerkiksi yritysten, oppilaitosten ja nuorten kanssa työskennellessä jokainen projektityöntekijä tarvitsee asiakkaan kohtaamisen taitoa.

Tuulaniemen mukaan yrityksiä on nähtävä arvonn tuottaminen tähän aikaan paremmin istuvalla tavalla. Niiden on ryhdyttävä tarjoamaan asiakkaiden tarpeisiin sopivia kokonaisratkaisuja pelkän tavaran tai palvelun tarjoamisen sijaan. (Tuulaniemi, 2011, 40). Ylivieskan seutukuntayhdistyksellä kokonaisratkaisut voitaisiin huomioida tarjoamalla asiakkaille projekteja aikaisempaa enemmän asiakkaan näkökulmasta. Projektin suunnitteluvaiheessa rahoittajan toimintalinjaukset ja Ylivieskan seutukunnan oman toimintasuunnitelman lisäksi projektityöntekijät pystyisivät aikaisempaa enemmän kuulemaan asiakasta kentällä. Tämän vuoksi tahdoin kohdata hanketyöissäni asiakkaat/nuoret kasvotusten ja käyttää heidän ideoihinsa ja näkemyksiinsä aikaa.

Tuulaniemen (2011, 69) sanoin palvelumuotoilu ei ole pelkästään muotoilijan työtä: palvelumuotoilu antaa pikemminkin yhteiset reunaehdot, yhteisen kielen, työkalut ja menetelmät palvelujen ja liiketoiminnan kehittämiseen.

Tuulaniemen Palvelumuotoilu nimisessä julkaisussa (Tuulaniemi 2011, 127-128) palvelumuotoilu koostuu seuraavista osioista a) Määrittely, joka vastaa kysymykseen mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa? Mitkä ovat suunnitteluprosessin tavoitteet tilaajan kannalta? Tavoitteena on luoda ymmärrys palvelun tuottavasta organisaatiosta ja sen tavoitteista. b) Tutkimus, jossa haastatteluilla, keskusteluilla ja asiakastutkimuksilla rakennetaan yhteinen ymmärrys kehittämiskohteesta, toimintaympäristöstä, resursseista ja käyttäjätarpeista. Tarkennetaan palvelun tuottajan strategiset tavoitteet. c) Suunnittelu, jossa ideoidaan ja konseptoidaan vaihtoehtoisia ratkaisuja suunnitteluhaasteeseen ja testataan niitä nopeasti asiakkaiden kanssa. Määritellään mittarit palvelun tuottamiseen. d) Palvelutuotanto, jossa palvelukonsepti viedään markkinoille asiakkaiden testattavaksi ja kehitettäväksi. Suunnitellaan palvelun tuottaminen. e) Arviointi, jolla kehitysprosessin onnistumista arvioidaan. Palvelun toteutumista markkinoilla mitataan ja palvelua hienosäädetään saatujen kokemusten mukaan. Prosessikuvausta voidaan käyttää täydessä mitassaan, kun suunnitellaan uutta palvelua.

Opinnäytetyössäni perehdyin edellä määriteltyihin vaiheisiin a) määrittely, b) tutkimus, c) suunnittelu ja d) tuotanto. Nämä vaiheet oli mahdollista toteuttaa, koska vaihetta e) arviointi, jossa nuoret ideoivat tulevaisuuden sähköisiä palveluja, ei ole vielä käytännössä toteutettu. Viimeisessä vaiheessa e) voidaan ajatella jo käytössä olevien nuorten tieto- ja neuvontapalvelun sivustojen kehittämistä nyt opinnäytetyön aikana koottujen ideointipajojen nuorten vastausten pohjalta. Palvelumuotoiluprosessin toteuttamista käytännössä käyn läpi kohdassa 5.4, jossa kerron järjestämästäni ideointipajamenetelmästä.



KUVA 6. Palvelumuotoiluprosessi koostuu kuvassa näkyvistä vaiheista (Kuva: Tuulaniemi 2011)

Opinnäytetyöni käytin palvelumuotoiluprosessin vaiheita ratkaistakseni sitä miten asiakasta kuullaan hanketyössä. Palvelumuotoiluprosessin määrittelyvaiheessa hahmotin kokonaiskuvaa Ylivieskan seutukuntayhdistyksen toiminnasta ja tutustuin organisaation toimintasuunnitelmaan ja toimintakertomukseen. Tutkimusvaiheessa pohdin ja selvitin millä tavalla asiakasta kuullaan tällä hetkellä ja sain vahvistusta haastattelujen kautta siihen, että asiakkaan kuulemista seutukuntaorganisaatiossa on aika pitkälle toteutettu teemahaastattelujen ja satunnaisilla asiakastytyväisyyskyselyillä sekä työpajoilla, joten palvelumuotoiluprosessin ja uusien työpajamenetelmien käyttöönoton kautta asiakasta voitaisiin kuulla aikaisempaa selkeämmin ja perehtyä enemmän asiakkaan toiveisiin ja tarpeisiin.

Tutkimusvaiheessa perehdyin lähdekirjallisuuteen, erilaisiin verkkolähteisiin ja kävin keskusteluja projektimaailmassa työskentelevien henkilöiden kanssa. Suunnitteluvaiheessa järjestin ryhmähaastattelun nuorille ja muokkasin ideointipajaan tulevia kysymyksiä sopiviksi ja päädyin avoimiin kysymyksiin, johon nuoret voivat ideointipajassa käyttää omaa luovuuttaan miettiessään tulevaisuuden sähköisiä palveluja. Suunnitteluvaihe jatkui järjestäessäni ideointipajan nuorille, josta kerron tarkemmin kohdassa 1.12

ideointipajamenetelmä. Nämä vaiheet oli mahdollista toteuttaa. Vaihe d) palvelutuotanto, jossa palvelukonsepti viedään markkinoille asiakkaiden testattavaksi ja kehitettäväksi ja suunnitellaan palvelun tuottaminen, oli osittain toteutettavissa. Vaiheessa d) palvelua pystyttiin ideointipajamenetelmän avulla kehittämään ja suunnittelemaan, mutta tämän pohjalta ei vielä pystytä luomaan kokonaan uutta sähköistä palvelua, joka vaatii luonnollisesti teknisten asiantuntijoiden ja graafikoiden sekä nuorten tieto- ja neuvontapalvelussa työskentelevien työpanosta.

Palvelumuotoiluprosessin vaihe e) arviointi, jossa kehitysprosessin onnistumista arvioidaan. Palvelun toteutumista markkinoilla mitataan ja palvelua hienosäädetään saatujen kokemusten mukaan. Viimeisissä palvelumuotoiluprosessin vaiheessa d) tulevaisuudessa nuorten sähköiset palvelut, jossa nuorten tieto- ja neuvontapalvelut kehitetään sen hetkiseen ajankuvaan sopiviksi käytössä olevien nuorten tieto- ja neuvontapalvelun sivustojen pohjalta ja nyt opinnäytetyön aikana koottujen ideointipajojen nuorten vastauksen pohjalta ja e) nuorilla voidaan järjestää myöhemmin kuulemistilaisuus (työpaja, ryhmähaastattelu, yksilöhaastattelu) nuorten tieto- ja neuvontapalvelujen toimivuudesta.

4.3 Service Blueprinting -menetelmä laadullisen kehittämisen työkaluna

Asiakkaan ja toimittajan välisiä yhteisiä palveluprosesseja analysoitaessa ja niihin liittyvien toimintojen kuvaamiseen käytetään usein G. Lynn Shostackin (1984) luomaa Service Blueprinting -menetelmää. Blueprintissä tarkoituksena on asiakkaan ja toimittajan yhteisen prosessin sekä niihin liittyvien toimintojen kautta saada kokonaiskuva koko prosessista.

Blueprinting tarkastelee asiakkaan ja toimittajan yhteistä prosessia, mutta kuvauksessa otetaan ainakin osittaisesti huomioon myös molempien osapuolten itsenäisesti suorittamat prosessiin liittyvät toiminnot tai yhteys niihin. Tarkoituksena on ymmärtää toimittajan ja asiakkaan prosessien muodostama kokonaisuus ja löytää siinä tapahtuvat kohtaamiset sekä asiakkaan kokemaan laatuun vaikuttavat tekijät. (Ojasalo ym. 2009, 158-163).

Service Blueprintit ovat käyttökelpoisia palveluiden suunnitteluvaiheessa ja lisäksi palveluita edelleen kehitettäessä. Blueprinting on apuväline koko palveluprosessin suunnitteluun sekä sen kaikenlaiseen laadulliseen kehittämiseen (yksittäisten toimintojen ja toimijoiden laadun tekijät sekä prosessin tehokkuus). Stickdornin ja Schneiderin (2010, 204–205) mukaan palvelun blueprint-prosessissa eritellään yksityiskohtaisesti jokainen palvelun tuottamiseen osallistuva näkökulma. Kuvailemalla kaikki palvelun tuottamiseen kuuluvat osat voidaan tuoda esiin päällekkäisyyksiä palveluprosessissa. Ideoiden ja innovaatioiden viimeistelyvaiheen jälkeen blueprint-prosessia voidaan tarkentaa ja laajentaa palvelun lopullisessa toteutusvaiheessa.

5 TUNNE ASIAKKAASI

5.1 Nuorten kuuleminen

Tahdoin ottaa ideointipajassa kohderyhmäkseni nuoret, koska tämä on hyödyllistä työleni. Erityisesti nuorten tieto- ja neuvontapalvelun jatkokehitystyön kannalta ja samalla tahdoin hyödyntää nuorten oikeuksia tulla kuulluksi kunnallisessa päätöksenteossa. Työskennellessäni lähes kahdeksan vuotta alueellisessa nuorten tieto- ja neuvontapalvelussa nuorten kuulemista on toteutettu kunnissa nuorisotoimien välityksellä, nuorille suunnattujen www-sivustojen kautta, puhelimitse, sähköpostitse, tiedottaen paikallisesti, alueellisesti ja valtakunnallisesti eri medioille ja vierailen kunnissa oppilaitoksissa ja nuorisotoimissa.

Päätiedotuskanavana käytetyt Settinetti.fi–www-sivustot tarjoavat nuorelle pääasiassa alueellisesti koottua tietoa laajalti eri aihealueista. Sivuston päävalikoissa osiot ovat asuminen, työ, opiskelu, vapaa-aika, terveys, ihmissuhteet, kansalaisena ja kansainvälisyys. Samalla sivustolla heitä varten toimii Pulmakulma, johon nuoret voivat lähettää kysymyksiään anonymisti itseään askarruttavista asioista. Nuoret saavat sivustoille vastauksen, jonka kautta he pääsevät lukemaan vastauksen viikon sisällä kysymyksen lähettämisestä. He voivat myös esittää jatkokysymyksiä ja saavat mahdollisuuden pyytää vastauksen sähköpostitse.

Nuorille on lisäksi jokaisessa mukana olevassa kunnassa fyysiset tiedotuspisteet, jotka tarjoavat nuorille maksuttomat Internet-yhteydet tietokoneineen ja tulostusmahdollisuudet, jolloin jokaisella taajamien ulkopuolellakin olevilla nuorilla on mahdollista tiedonhakuun, huolimatta siitä, onko nuoren kotona tietokonetta Internet-yhteyksineen. Tietoa tarjotaan puolueettomasti ja tasapuolisesti kaikille alueen nuorille. Kyseinen nuorten tieto- ja neuvontatyö on osa kuntien lakisääteistä palvelua, jonka nuorisotoimet ovat hankkineet Ylivieskan seutukuntayhdistyksen hallinnoimalta palvelulta. Nuorten tieto- ja neuvontapalvelua on totutettu Oulun Eteläisen kolmen seutukunnan alueella vuodesta 2005 alkaen vuoden 2013 loppuun saakka. Tämän jälkeen nuorille suunnattua palvelua uudistetaan rakenteen ja hallinnoinnin osalta. Avustus palvelun ylläpitoon ja uudistamiseen on tullut kunnilta ja Opetus- ja kulttuuriministeriöltä.

Nuorisotyön tehtävä on varmistaa, että kaikilla nuorilla on mahdollisuus kertoa oma mielipiteensä lähialueen asioihin liittyen. Nuorisolain 8. pykälän mukaisesti nuorten kuuleminen on sisällytettävä myös kuntauudistusprosessiin. Lähivaikuttamisen kehittämiseksi kuntalakiin tulee kirjata pykälä, joka varmistaa nuorten kuulemisen kuntapäätöksenteossa. (Suomen Nuorisoyhteistyö Allianssi 2012.)

Opetus- ja kulttuuriministeriön (www-sivut 2012) mukaan lasten ja nuorten oikeus tulla kuulluksi kunnallisessa päätöksenteossa on toteutunut Suomessa vaihtelevasti. OKM:n mukaan heikoimmin kuuluu alakouluikäisten lisäksi taajamien ulkopuolella asuvien lasten ja nuorten ääni. Tilanteen korjaamiseksi kunnissa tarvitaan paitsi tietoa kuulemisen käytännöistä sekä asennemuutosta, selvisi ”Täällä lapsi ja nuori – kuuleeko Suomi?” -kuntakoulutusten palautteesta. Lakisääteisen lasten ja nuorten kuulemisen käytöjen jalkauttamiseksi järjestettiin tammi-toukokuussa 2009 valtakunnallinen koulutusten sarja kuntien edustajille.

Koulutuskierron toteutettiin YK:n lapsen oikeuksien sopimuksen 20-vuotisjuhlavuoden innoittamana. Kierros osoitti, että lasten ja nuorten kuuleminen kunnissa on yhä erittäin kirjavaa. Vain noin 30 prosentilla Suomen kunnista kuulemisen ja vaikuttamisen tilaa voi pitää kiitettävänä. Kaupunkimaisissa ja taajaan asutuissa kunnissa kuulemisen ja vaikuttamisen mahdollisuudet ovat yleensä paremmat kuin maaseutumaisissa kunnissa. Lasten ja nuorten lukumäärä tai kunnan koko eivät silti suoraan ole yhteydessä kuulemisen tason kanssa. Suurempi merkitys on kuntien sisäisillä toimintakulttuureilla: miten tärkeänä kansalaisten kuulemista ylipäätään kunnissa pidetään. Päätöksenteko kunnissa näyttää usein olevan virkamies- ja asiantuntijakeskeistä. Yhteistyö eri kunnan toimijoiden kesken on myös edelleen puutteellista. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012.)

Kuntakoulutukset toteuttivat lasten, nuorten ja perheiden hyvinvoinnin politiikkaohjelma/opetusministeriö, sosiaali- ja terveysministeriö, opetushallitus, lapsiasiavaltuutettu, lääninhallitukset ja maakuntaliitot. Koulutukset olivat osa valtakunnallista vaikuttamiskampanjaa, joka valisti suomalaisia lasten oikeuksista kuluneen vuoden aikana.

Lapsilla on omat oikeudet -kampanja juhlisti 20 vuotta täyttävää YK:n lapsen oikeuksien sopimusta. Teemana oli erityisesti lapsen oikeus osallistua, vaikuttaa ja tulla kuulluksi.

5.2 Nuorten arvomaailma

Nuorten arvomaailmaan olen tutustunut työskennellessäni nuorten hankkeiden parissa ja hankkinut tämän aikana myös teoreettista tietoa heidän arvomaailmastaan. Opinnäytetyöprosessin aikana selvitin tarkemmin nuorten arvottamia aihepiirejä Kansallisen Nuorisotutkimus -julkaisun kautta.

Nuorisotutkijoiden Mikko Ampujan ja Pauli Komosen tekemässä Kansallisessa Nuorisotutkimuksessa 2012 nuoria pyydettiin laittamaan arvojärjestykseen seuraavia kokonaisuuksia. Kansallista Nuorisotutkimusta on tehty vuodesta 2004. Tutkimus kartoittaa laajalti suomalaisten 15 – 30 -vuotiaiden nuorten ja nuorten aikuisten arvoja, asenteita ja käyttäytymistä. Sähköpostitse toteutettuun verkkotutkimukseen vastasi 1069 nuorta. Otos on ikäluokassa kansallisesti edustava. Nuoret arvottivat velvollisuudentuntoisuuden ja sovituista asioista kiinni pitämisen 87%, itsensä hemmottelun 65%, raha ja varallisuus 59 %, luonnonsuojelu ja ympäristöasiat 54% raha ja yhteiskunnallinen vaikuttaminen 33%.

Materialismi rahan muodossa ei ole nuorten mielestä kovinkaan elämää ohjaava arvo. Siihen vetoaminen ei toimi. Koska nuoret arvostavat velvollisuudentunnetta, olisi hyvä tutkijoiden mukaan pohtia mistä nuorten velvollisuudentunne syntyy ja millaisista asioista nuorten kanssa on sovittu yhdessä? Koska yhteiskunnallinen vaikuttaminen ei puolestaan kiinnosta, herää nuorisotutkijoille lukijoilleen heittävä kysymys, onko nuorille vaikuttaminen liian hidasta? Tutkimuksen mukaan nuorten mielessä liikkuu epävarmuus tulevaisuudesta, näin ollen nuorille positiivisten uutisten ja viestien kertomiselle on tilausta. Jos media ei tartu positiivisiin viesteihin, tulee markkinoijien ja työnantajamaiseen kehittäjien rakentaa kanavat itse kehottaa Nuorisotutkimus.

Tutkimuksessa selvitettiin myös mikä nuoria kiinnostaa? ”Musiikki kiinnostaa nuoria eniten, tässä kohtaa kannattaa miettiä kuinka käyttää musiikkia oivaltavasti? Musiikin ympärille on rakennettua hienoa nuorisomarkkinointia, perinteisestä taustamusiikista voi mennä vielä pidemmälle. Moderni menestyvä rockyhtye on tarkoin harkittua liiketoimintaa, jossa kekseliääseen tuotteeseen yhdistyy vankka imago-osaaminen ja toistuva tapahtumamarkkinointi. Voisiko kiinnostava bändi-identiteetti olla analoginen suhteessa brändi-identiteettiin? Start-up -yritysten mainostarreja näkee jo musiikkiklubien

veossoissa. Startupit ovat 2010-luvun rockbändejä, tyyliin nuudelibudjetilla voi mullistaa koko elämän. Lisäksi nuoret arvostavat aitoutta, tyyliin ”älä ole jotain mitä et ole”.

Julkkiksia ei tutkimuksen mukaan sinällään arvosteta mainonnassa, sillä nuoret tietävät julkkiksen olevan palkattu esittelemään tuotetta, jota hän tuskin edes itse käyttää. Sirpaloituneessa fanikulttuurissa toisen idoli on toisen nuoren antisankari. Luonto kiinnostaa nuoria tällä hetkellä enemmän kuin katukulttuuri ja maalaisvaikutteet yleistyvät populaarikulttuurissa. Mielikuvaharjoituksen avulla voi testata onko nuori helpompi sijoittaa sienimetsään kuin skeittirampille?

Nuorten joukossa naiset ovat miehiä huomattavasti monipuolisemmin kiinnostuneita erilaisista asioista kuin miehet. Naisia kiinnostaa selkeästi enemmän esimerkiksi matkailu, lukeminen, ulkona syöminen, sosiaalinen media ja järjestötoiminta. Rakentaessa viestiä koko nuorisoryhmälle kannattaa nuorten miesten apaattisuus huomioida ja katsoa molempia kiinnostavia asioita. Vuoden 2010 tutkimukseen verrattaessa kodinhoidon suosio on kasvanut voimakkaasti. ”Ajankohtaisia ilmiöitä ovat vertaiskulttuuri, DIY-henkisyys (Do it yourself), spontaani organisoituminen sosiaalisen median avulla ja käsitöiden suosio. Epävarmoina aikoina oma, hallittava lähiympäristö ylläpitää turvallisuuden tunnetta. Nuoret kritisoivat voimakkaasti ahneutta, mutta lähtevät silti laimeasti yhteisöllisesti sitä vastaan.

Tutkimuksen mukaan tämän päivän nuoret eivät tule saavuttamaan vanhempiensa elintasoa ja monet ovat jo nyt pysyvästi työelämän ulkopuolella. Myös kuluttaminen on nuorten keskuudessa problematisoitunut. Nuoret kulkevat kohti postmaterialistista aikakautta, jossa ekologisuus ja kestävä kehitys nostavat päätään. Tässä jälkimaterialismissa korostuu ajatus siitä, että ei-materialistisilla valinnoilla on vaikutusta hyvinvointiin ja onnellisuuteen.” (Mikko Ampujan ja Pauli Komosen KNT2012-julkaisutilaisuuden esituskalvojen pohjalta)

Suurin osa nuorista, 61 %, kertoo olevansa kiinnostunut perhe-elämästä.

Suomalaista nuorisoa voi luonnehtia maanläheiseksi, perhekeskeiseksi ja arvoiltaan melko konservatiiviseksi. Irto-suhteiden ja sinkku-elämän sijaan nuoret arvostavat perhettä, vakituista parisuhdetta ja muita lähisuhteita. (Virallinen tiedote, 17.8.2012, Kansallinen Nuorisotutkimus 2012.)

Valtaosaa nuorista tulevaisuus ja työelämään astuminen huolestuttaa, jopa pelottaa. Suurten ikäluokkien siirtyessä eläkkeelle kauhistellaan kuka kustantaa tulevaisuuden hyvinvoinnin eläkeikäisille. Päättäjillä on kiire saada nuoret työelämään ja pitää aikuisväestö työelämässä toisessa päässä. Ristiriita on ilmeinen, sillä yli puolet 15–24-vuotiaista pelkää, etteivät he löydä tulevaisuudessa töitä.

Jopa 76 prosenttia nuorista on huolissaan arvomaailman kovenemisesta. Yli puolet nuorista naisista ja vajaa puolet nuorista miehistä on huolissaan omasta jaksamisestaan tulevassa työelämässä. Suuret ikäluokat ja yli 50-vuotiaat ihmiset ovat kokeneet täysin erilaisen työuran kuin tämän päivän nuoret koskaan kokevat. Maailma on erilainen, se on pienentynyt, muuttunut kovemmaksi ja nopealiikkeisemmäksi. (Taloudellinen tiedustustoimisto, Uralehti 2012.)

5.3 Ideointipajamenetelmä

Asiakkaan kanssa työskennellessä uudenlaisen arvon luominen vaatii laaja-alaista arvoa tuottavien verkostojen ymmärtämistä ja hallintaa. Ollakseen mielenkiintoinen ja houkutteleva asiakkaalle, innovaation pitää tuottaa arvoa. Vain tämä mahdollistaa sen, että merkityksellistä tai sosiaalista arvoa tuottava yritys, organisaatio tai yhteisö voi muuttaa tämän arvon taloudelliseksi lisäarvoksi. (Ruckenstein, Suikkanen & Tamminen, 2011, 124.)

Seutukuntayhdistyksen projekteissa asiakkaita tunnetaan todella harvoin ennalta, koska projektit alkavat yleensä uudella toimintatavalla ja uusia ideoita hyödyntäen, jolloin projektinvetäjät opettelevat tuntemaan kohderyhmänsä projektin alkuvaiheessa. He ovat kartoittaneet asiakkaiden näkemyksiä edellä mainittujen eri haastattelutekniikoiden ja workshoppien kautta. Kun projektityöntekijälle tulee halu tietää asiakkaan mieltymykset ennen uuden palvelun käyttöönottoa, hänellä on mahdollisuus selvittää tämä palvelumuotoiluprosessin avulla projektin suunnitteluvaiheessa.

Ideointipajoissa käytin muutamaa kysymystä, joiden tarkoituksena oli selvittää nuorten näkemys sähköisistä palveluista ja samalla kysymykset auttoivat asiakasta käynnistämään ideointiprosessi. Ideoinnin synnyttämiseen oli tarjolla aikakauslehtiä, joista nuorten ryhmät poimivat ajatuksiinsa sopivia kuvia. Näiden ympärille he kirjoittivat ideat auki tekstiksi, jotka lopuksi koostettiin omiksi ryhmätöiksi.

Määrä ei siis korvaa vaan tuo laatua. Ensin on kirjattava tai kuvattava ne kaikki itseltään selvät ja huonot ideat, jotta uusia ja ennennäkemättömiä ideoita voidaan löytää. (Tuulaniemi, 2011, 184.)

Toteutin Tuulaniemen Palvelumuotoilu teoksen mukaan myös aikaisempien menetelmien vaihtamista uuteen ympäristöön ja toteutin ideointipajan nuorten omassa ympäristössä heidän opiskelupaikassaan. Lisäksi sovelsin oppimaani ja muokkasin ympäristöä tunnelman, erityisesti musiikin (jonka merkitys nuorille ilmeni edellä esittelemästäni Kansallisesta Nuorisotutkimuksesta) avulla nuorten maailmaan sopivaksi.

5.4 Ideointipajan toteutus nuorille

Opinnäytetyössäni toteutin palvelumuotoilumenetelmää käyttäen ideointipajoja nuorille, jolloin saisin aikaisempaa enemmän irti asiakasnäkökulmaa ja samalla pystyisin viemään asiakkaan kuulemista enemmän konkreettiselle tasolle.

Ideointipajassa koostin nuorten ideoimia sähköisiä palveluja palvelumuotoilun prosessista tarkasteltuna. Tarkoituksena oli koota ideointipajojen avulla nuorten vapaasti ryhmässä esittämiä ideoita heidän toivomistaan sähköisistä palveluista, joko Internetin, mobiilisovellusten tai fyysisten nuorten vapaa-ajanviettopaikkojen tarjoamien palveluiden yhteyteen. Tämän jälkeen koostin ideat kirjalliseen muotoon. Jatkossa voin hyödyntää asiakkaan kuulemisen menetelmiä työstäessäni nuorten tieto- ja neuvontapalveluja ja tulevaisuudessa myös muita hankkeita. Vertailin myös ideointipajan hyötyjä perinteisiin haastattelutekniikoihin.

Opinnäytetyön pohjana käytin konstruktivistista, soveltavaa tapaustutkimusta, jonka empiirisen osan tavoitteena oli kuvata, miten ideointipaja-menetelmää, (jossa asiakasta kuullaan luovassa ympäristössä) voidaan hyödyntää palvelumuotoilun avulla luovemmin uusien hankkeiden käytössä tulevaisuudessa. Ideointipajassa esiin nousseet nuorten

vastaukset antavat tämän aikakauden nuorten näkemyksiä tulevaisuuden sähköisten palveluiden kehittämistä nuorille.

Tavoitteeseen päästäkseni hain alkuvaiheessa vastauksia seuraaviin kysymyksiin: Keitä tarvitsen mukaan ideointipajaan ja miten muotoilen kysymykset? Tämä myötä pääsin vastaamaan kysymykseen miten ideointipajasta saa suuremman hyödyn asiakkaan näkökulmasta palvelujen muotoilussa kuin perinteisissä haastattelutekniikoissa? Samalla tahdoin selvittää minkälaisia sähköisiä palveluja nuoret odottavat tulevaisuudelta?

Alun suunnitteluvaiheen aikana tutustuin kirjalliseen materiaaleihin ja lähteisiin, jonka jälkeen lähdin työstämään tehtävääni opinnoista saamieni oppien pohjalta sekä ideointipajojen ja palvelumuotoilusta kertovien lähteiden avulla. Lisäksi hyödynsin lähes kahdeksanvuotista kokemuspohjaani nuorten tieto- ja neuvontapalvelussa työskennellessäni. Tietoteorian pohjana käytin lisäksi konstruktivistista tutkimusta, johon innovaation toteuttaminen, tuottaminen ja laatiminen lasketaan. Tästä käytetään myös nimitystä soveltava tutkimus. Ideointipajassa kokoan suoraan nuorilta tulevia ideoita kohderyhmästä poimitulta otokselta. Selvitin asiakkaiden toiveita ja vaatimuksia, joita voidaan hyödyntää uusissa hankkeissa, kuten nuorten sähköisissä palveluissa ja saada palvelu säilymään asiakkaansa eli nuoren tarpeisiin sopivana.

Omassa kehittämishankkeessani tahdoin antaa asiakkaalle vapautta kysymyksiä asetellessani ja yhtenä avainkysymyksenä ideointipajassa oli: Mitä kohderyhmäni nuoret, ikäryhmässä 14 – 20 -vuotiaat odottavat tulevaisuuden sähköisiltä palveluilta?

Kysymys antaa vapauden luoda vastauksia kyseisen otsikon alle. Rajasin kysymyksiäni sen verran, että sain vastaukset nimenomaan sähköisiin palveluihin eli omaan työhöni ja kehittämistehtävääni sopiviksi. En lähtenyt rajaamaan kysymystäni tiettyjen nuorten elinpiiriä koskevien aihealueiden alle, joita omassa työssäni nuorten tieto- ja neuvontapalveluissa olisivat olleet asuminen, työ, opiskelu, vapaa-aika, terveys, ihmissuhteet, kansalaisena, kansainvälisyys ja nettilehti sekä näiden alla erillisiä alaotsikoita. Tahdoin asetella kysymykseni niin, etteivät nuoret saisi näistä valmista mielikuvaa, vaan saavat tarkastella ideoita täysin omista toiveistaan ja lähtökohdistaan.

Lähtötilanteessa huomioin suunnitteluprosessissa miten saan koottua eri ikäryhmien nuoria mukaan ja kuulen nuoria workshoppien avulla, jotka ennalta sovin kuntiin. Aikataulut valmistelin puhelimitse/sähköpostitse oppilaitosten opettajien ja nuorten parissa

työskentelevien henkilöiden kanssa. Asiakkaan kokemus on merkittävänä osana palvelun tuottamista. Tiedettäessä mitä kohderyhmä tahtoo palvelulta, voidaan tuotetta tai palvelua kehittää oikeaan suuntaan.

Tuulaniemen (2011, 18) mukaan ihmiset eivät etsi tai osta nykyään perinteiseen tyyliin joko tavaroita tai palveluita vaan elämäänsä helpottavia ratkaisuja. Nuorten sähköisiä palveluja suunnitellessani olen selvittänyt asiakkaan näkökulmasta, minkälaista palvelua nuori haluaa verkosta saada ja minkälaisia sähköisiä tuotteita hän tahtois käyttää. Hain vastausta kysymyksiin mitä palvelumuotoilu antaa projektityöhön ja miten palvelumuotoilua hyödyntämällä saadaan asiakkaan näkökulma paremmin esiin kuin perinteisiä haastattelutekniikoita käytettäessä? Ideointipaja-menetelmällä tahdoin lisätä vuorovaikutusta asiakkaisiin. Toteutin ideointipajoja nuorille ja selvitin näiden avulla mitä sähköisiä palveluja nuoret toivovat tulevaisuudessa? Nuoret saivat vapaasti ideoida omannäköisiään sähköisiä palveluita, enkä rajoittanut ideointivaiheessa heidän näkemyksiään.



KUVA 7. Nuoret ideoivat luovassa ideointipajassa toivomiaan sähköisiä palveluja.

Toteuttamissani ideointipajoissa tahdoin käyttää luovuutta ja päästä workshoppeihin verrattuna enemmän kohderyhmän kanssa samalle aaltopituudelle. Käytin luovuuden työkaluina nuorten maailmaan sopivia aikakauslehtiä ja leikkaa-liimaa -tekniikkaa sekä heidän valitsemaansa musiikkia. Ideointipajaa voidaan hyödyntää uusissa hankkeissa selvittämällä palvelun laatua asiakkaan näkemyksillä palvelumuotoilun keinoin, näin

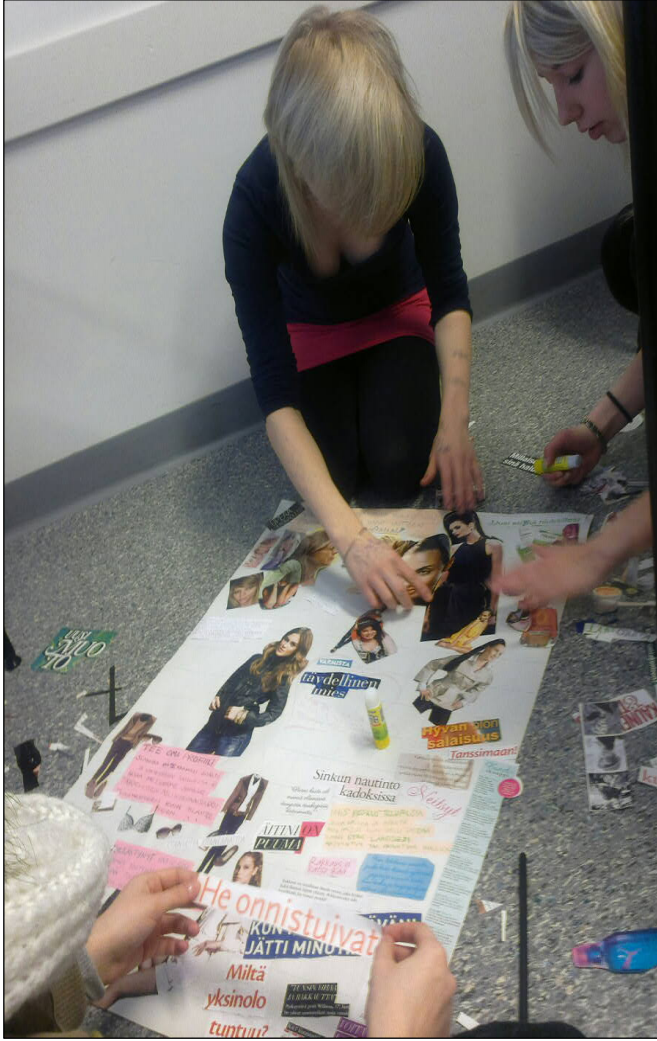
palvelun arvoa lisätään asiakkaalle ja yritykselle. Sivutuotteena syntyi aineistoa nuorten toivomista sähköisistä palveluista.



KUVA 8. Ideointipajassa käytettiin luovuutta. Taustalla näkyy nuorten tuottamaa kuvallista ja tekstillistä sisältöä.

Tuulaniemen (2011, 73) mukaan ”muotoilu pyrkii aina olemaan proaktiivista eli ennakkoivaa. Ennakointi tarkoittaa tutkimusta mahdollisen asiakkaan todellisista tarpeista sekä pyrkimystä tunnistaa asiakkaan piilevätkin tarpeet”. Tästä syystä päädyin menetelmänä käyttämään työpajasta muotoilemani ideointipajaa, jossa on mukana ryhmähaastattelutekniikasta tuttua tiedonkeruuta. Ideointipajassa asiakkaalla ei ole vielä ennakko-odotuksia palvelun tai tuotteen suhteen ja tässä lähdetään liikkeelle täysin asiakkaan tarpeesta.

Toteuttaessani tehtävää palvelumuotoilun näkökulmasta tahdoin kytkeä siihen vahvasti ideointivaiheen mukaan. Ideointipajassa nuoret pääsivät käyttämään huomattavasti enemmän luovuuttaan. Näin heitä seuratessani samalla kuinka luova suunnittelu vaikuttaa toteutukseen. Annoin nuorille käytettäväksi apuvälineiksi värikyniä ja aikakauslehtiä. Nuoret pääsivät leikkaamaan mieleisiään kuviaan ideoidensa ja tekstien tueksi. Jokaiselle ideointipajan vaiheelle annoin tietyn ajan, jonka jälkeen nuoret pääsivät siirtymään ohjauksellani seuraavaan vaiheeseen.



KUVA 9. Ideointipajojen tarkoituksena oli tuoda palvelumuotoilun keinoja osaksi hanketyötä. Sivutuotteena syntyi ideoita nuorten näkökulmasta sähköisten palveluiden kehittämiseksi.

Perinteisesti asiakaspalautetta kerätessä yleensä kysytään vain asiakkaan palvelulle antamaa arvosanaa tai asiakas voi antaa avoimeen kenttään vastauksen palvelukokemuksestaan. Opinnäytetyössäni tahdoin perehtyä asiakkaan toiveisiin palvelumuotoiluprosessin kautta, koska sähköisissä palveluissa kohderyhmän antamat ideat ovat tärkeää aineistoa, silloin kun projektin vetäjät vievät esimerkiksi verkkosivuston tekniseen toteutukseen. Harva osaa suoralta kädeltä kuvitella ja kertoa palvelusta tai tuotteesta mitä ei ole vielä olemassa. Haasteellisuutta tehtävään antoikin nuorten idearikkaat vastaukset ja luonnokset, joista pyrin poimimaan muutaman toteuttamiskelpoisen. Sain koottua ideointipajojen avulla nuorten vapaasti ryhmässä esittämiä ideoita erilaisista sähköisistä palveluista. Näitä voidaan hyödyntää mahdollisesti Internetin tarjoamien palveluiden yhteydessä tai fyysisissä nuorten vapaa-ajanviettopaikoissa.

Opinnäytetyössäni esiin nousseita toiveita voidaan hyödyntää nuorten tieto- ja neuvontapalvelun käytössä tai muissa projekteissa tulevaisuudessa. Ideointipajassa esiin nousseet nuorten vastaukset antavat myös tämän aikakauden nuorten näkemyksiä tulevaisuuden sähköisten palveluiden suhteen. Ideointipajoissa nuorten oma kokemusmaailma vaikuttaa heidän tekemiinsä valintoihin ideoinnin eri vaiheissa. Esimerkiksi aikakauslehdistä kuvia valitessa nuoria kiinnostivat selvästi heidän omaan kokemusmaailmaansa liittyvät asiat, kuten ihmissuhteet, opiskelu ja vapaa-ajan harrasteet. Vastauksia kootessa nuorten teksteissä huokuu ennakkoluulottomuus. Heille ei ole ehtinyt kertyä niin paljon kokemuksia, eikä taakkana ole ammattia tai tutkintoa, joka vaikuttaisi heidän antamiinsa näkökulmiin. Kohtaan liitteet olen koonnut nuorten vastaukset sekä määrittelyvaiheen ryhmähaastatteluista että varsinaisten ideointipajojen koosteet.

6 POHDINTA

Prosessin aikana löysin uusia toimintatapoja seutukunnalliseen hanketyöhön erilaisista asiakkaan kuulemisen menetelmistä ja kuulin asiakasta myös konkreettisesti palvelumuotoilun keinoin. Havaittiin projektityössä olevan hyvinkin mahdollista irrottautua perinteisistä toimintatavoista. Palvelumuotoilun kautta sain uusia näkökulmia hanketyöhön ja konkreettisia toteuttamistekniikoita tutustuessani erilaisiin työpajoihin ja asiakkaan kuulemisen menetelmiin. Kohderyhmän pohtiminen ja asiakkaan toimintaympäristöön tutustuminen toi työhön syvemmän ulottuvuuden asiakkaan näkökulmasta tarkasteltuna. Lähestyin hanketyöskentelyäni asiakaslähtöisemmin kuin koskaan aikaisemmin. En koonnut nuorten henkilöiden mielipiteitä perinteisesti haastattelemalla ja kirjaamalla saamiani vastauksia ylös ja koostamalla niitä yhteen vaan keräsin asiakastietoa ideointipajassa asiakkaiden omassa ympäristössä. Hyödynsin laajasti palvelumuotoilua tarkastellessani asiakkaan kuulemista tämän kautta. Samalla pyrin luomaan tilaa palvelumuotoilua hyödyntämällä sellaiseksi, joka vastasi nuorille/asiakkaille mieluista ilmapiiriä.

Opinnäytetyöni aikana minulle aukeni organisaation toiminnasta kokonaiskuva. Prosessin aikana aloin pohtia julkisen sektorin projektien toteuttamistapaa sen kannalta, mitä hanketyö tosiasiallisesti tarjoaa kuntalaiselle ja kuinka asiakas on kytkettävä projektityön suunnitteluvaiheeseen ennen kuin koko hankehakemusta kirjoitetaan. Palvelumuotoilu-prosessin kautta tarkasteltuna määrittelyvaiheeseen tulisi projektin parissa työskentelevien käyttää aikaa, samalla tavoin kuin projektin ideointivaiheeseen on suositeltu käytettävän aikaa teorialähteiden mukaisesti. Näin projektia toteutetaan tarvelähtöisesti ja kohderyhmän/asiakkaan näkökulma huomioiden. Suunnitteluvaiheessa projektityöntekijän kannattaa myös mielestäni sitouttaa mahdollisimman paljon kohderyhmän jäseniä/asiakkaita mukaan, näin projektia käynnistettäessä hänellä on valmiita verkostoja lähteä toteuttamaan projektin eri vaiheita.

Ideointipajoista nuorilta saamien vastausten pohjalta huomasin, etteivät kaikki nuorilta tulevat ideat ole toimivia sellaisinaan toteutettaviksi. Osassa ideoista voi olla liian korkealentoisia tulkintoja nykyteknologialla toteutettavaksi. Havaittiin suuresta määrästä ideoita löytyvän toteuttamiskelpoisia. Näitä ideoita projektityöntekijät voivat myöhemmin hyödyntää sähköisiä palveluja suunniteltaessa.

Itse käytin kootessani nuorilta vastauksia sekä ryhmähaastattelua avoimilla kysymyksillä että työpajaa/palvelumuotoiluprosessia nuorille järjestämieni ideointipajojen pohjana. Ryhmähaastattelun ja työpajojen laatijan kannattaa miettiä kysymyksen asettelua sen kannalta mihin tarvitsee vastauksen. Jos esimerkiksi nuorten kohderyhmälle jättää liian avoimen kysymyksen, jossa ei määritellä esimerkiksi, että palvelun/tuotteen tulee olla hyödyllinen tai/ja informatiivinen, voivat vastaukset rönsyillä nuoren vastaajan mielikuvituksen puitteissa. Toisaalta näissä avoimissa kysymyksissä saa nuorten maailmasta nostettua esiin asioita, joita ei tarkkaan rajatuilla kysymyksillä saisi. Mitä enemmän vapautta tehtävänasettelussa vastaajalle antaa, sen laajemmin ideoita syntyy. Muokatesani ideointipajan ympäristön nuorille sopivaksi musiikin ja aikataulutuksen avulla sekä käyttämällä lehtileikkeitä, kuvia ja piirustuksia sain vastaajilta enemmän luovuutta irti vastauksissa kuin olisin saanut esittäessäni kysymyksiä ainoastaan haastattelujen avulla. Ensin toteuttamissani ryhmähaastatteluissa sain tarkalla kysymyksen asettelulla vastauksen juuri siihen mihin hainkin.

Asiakkaan kannalta katsottuna heidän mielipiteidensä kerääminen tuo projektille lisäarvoa. Vaikka kaikkia kohderyhmän näkemyksiä ei sellaisenaan toteutettaisi uusissa hankkeissa/sähköisen palvelun suunnittelussa nuorille, on niistä kuitenkin hyötyä selvittäessä uusia hankkeita, sillä vastauksista näkee selvästi nuorten kiinnostuksen kohteita, joita voi hyödyntää tulevaisuudessa.

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyöprosessin aikana kiinnitin huomiota erityisesti siihen kuinka seutukunnallisessa hanketyössä kohderyhmän kuulemista on painotettava hanketyön eri vaiheissa, ettei kuuleminen jäisi ainoastaan osaksi suunnitteluvaihetta. Pystyin opinnäytetyön myötä tarkastelemaan hanketyötä moniulotteisesti ja kriittisemmin sekä tuomaan siihen uusia toimintatapoja.

Kunnallishallinnon projekteissa osa toteuttamistavoista voi olla yritysmäisesti suuntautuneita tulosten tekemiseen, mitä pidän onnistumisen mittarina, jos esimerkiksi projekti saa toimenpiteillään aikaan näkyviä tuloksia, jotka jäävät elämään projektin jälkeen. Kokemukseni pohjalta projektien kohderyhmä saa toimintoja ja palveluja, joita ei muilla keinoin kunnassa pystyttäisi järjestämään.

Olisi hienoa, jos projektien parissa työskentelevät voisivat omaksua entistä enemmän luovempia lähestymistapoja kuulla asiakasta projekteja toteuttaessa.

Projekteissa tulisi etsiä uusia toimintatapoja suunnittelu- ja toteutusvaiheessa niiden resurssien puitteissa, mihin projektiorganisaatio pystyy joustamaan.

Olen havainnut ollessani mukana erilaisissa työryhmissä, että tulevalla ohjelmakaudella 2014 alkaen luovilla toimialoilla painotetaan aikaisempaa enemmän asiakkaan huomiointia projektityön kentällä. Hankesuunnitelmia tehdessä olisi niiden toteuttamisen kannalta enemmän kuin hyödyllistä, että projektien parissa työskentelevät keräisivät asiakastietoa etukäteen ja loppukäyttäjää innostavalla tavalla. Tällä tavalla kohderyhmä saataisiin sitoutettua projektiin jo sen alkumetreillä. Samalla vältyttäisiin toimenpiteillä, joita asiakkaat eivät välttämättä projektin toteuttamisvaiheessa koe niin merkityksellisinä kuin projektin hakijaorganisaatio. Projektiin saataisiin näin jo sen syntyvaiheessa merkityksellinen sisältö loppukäyttäjän näkökulmasta. Toimenpiteinä asiakasta kuultaisiin luovissa ideointipajoissa, joita olisi jalostettu erilaisista työpajamenetelmistä asiakkaalle sopiviksi. Asiakkaille tehtäisiin ryhmä- ja/tai yksilöhaastatteluja kentällä ennen kuin projektihakemusta kirjoitettaisiin sisään rahoittajalle.

LÄHTEET

Asiakassuhdemarkkinointi ja sanomalehtien asiakashallinta: konstrukttiivinen tutkimus transitionaalisella toimialalla. Jyväskylän yliopisto. Luettu 28.3.2012.

<https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/22903>

Doz, Y. & Kosonen, M. 2008. Nopea Strategia: Miten Strateginen ketteryys auttaa pysymään kilpailun kärjessä. Helsinki: Talentum.

Förbom, J. Luova Suomi, Diges ry. 2012. Sparraajan käsikirja. Askelmerkkejä luovien alojen liiketoiminnan kehittämiseen. Helsinki: Unigrafia Oy.

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Ely-keskus. Luettu 11.4.2012. <http://www.elykeskus.fi/fi/Sivut/default.aspx>

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Ely-keskus. Uuden ohjelmakauden 2014-2020 valmistelu. Luettu 22.10.2012.

<http://www.elykeskus.fi/fi/ELYkeskukset/pohjoispohjanmaanely/Maaseutuelinkeinotjakalatalous/Tulevan%20ohjelmakauden%20asiakirjat/Forms/AllItems.aspx>

Euroopan unioni, Valkoinen kirja. Luettu 15.4.2012.

http://ec.europa.eu/youth/index_en.htm

Esitykset Kansallisen Nuorisotutkimuksen julkaisutilaisuudesta 17.8.2012. Luettu

3.12.2012. <http://www.slideshare.net/1530research/esitykset-kansallisen-nuorisotutkimuksen-julkaisutilaisuudesta-1782012#btnPrevious>

Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä: Tieto, tutkimus, menetelmät. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 97.

Ideasta projektiksi, Projektinvetäjän käsikirja. Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettu

28.4.2013. www.mol.fi/esf/ennakointi/raportit/pvopas.pdf

Innovaatiotoiminta muutoksessa, Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettu 16.5.2013.

http://www.tem.fi/files/25427/TEM_69_2009.pdf

Jäntti, L, tietopalvelusuunnittelija. 2012. Tilastokeskus. Alueen väkimäärät ja nuorten väkimäärä ja pendelöinti. S-posti. leena.jantti@tilastokeskus.fi. Tulostettu 2.10.2012, 3.5.2013.

Järvinen, P. & Järvinen, A. 2000. Tutkimustyön metodeista. Tampere: Opinpajan kirja.

Kansallisen Nuorisotutkimuksen mediatiedotteet 17.8.2012. Luettu 3.12.2012.

Karinen, R. Liikkeenjohdon konsultti. Ramboll Management Consulting Oy. 2012.

Työpajat. S-posti. risto.karinen@ramboll.com. Luettu 8.5.2012.

Kiema, T. 2012. Ylivieskan seutukuntayhdistys. Elinkeinoelämän kasvattamista kuuden kunnan alueella. Luettu 9.4.2012.

<http://www.successfactory.fi/asiakaskertomuksia/blog.html>

Kiili, C. G. Online reading as an individual and social practice. Luettu 25.10.2012.

<http://dissertations.jyu.fi/studeduc/9789513947958.pdf>

Koheesio- ja kilpailukykyohjelma, Työ- ja elinkeinoministeriön www-sivut. Luettu 3.5.2015. <http://www.tem.fi>

Komonen, P, tutkija. 2012. 15/30 Research. Kansallinen nuorisotutkimus, aineisto. S-posti. pauli.komonen@1530.fi. Luettu 29.11.2012.

Kuntauudistusta käsittelevä kansalaisfoorumi, Oikeusministeriön ylläpitämä sivusto. Luettu 23.4.2013. <http://www.arkisto.otakantaa.fi/aihe/kuntauudistus>

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Luettu

http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/47132/tutu_kirja_web_ver3.pdf?sequence=1

Lehtinen, U. & Niinimäki, S. 2005. Asiantuntijapalvelut tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Living Lab-toiminta. Suomen Kuntaliitto. Luettu 17.5.2013.

<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/tuke/palvkeh/innovatiiviset-palvelut/innovaatiopolitiikka/Living%20Lab/Sivut/default.aspx>

Lynn Shostack, G. Designing Services that Deliver. Luettu 2.10.2012.

<http://www.dea.univr.it/documenti/Avviso/all/all529415.pdf>

Merikivi, J., Timonen, P. & Tuuttila, L. 2011. Sähköä ilmassa. Näkökulmia verkkopuolustamiseen nuorisotyöhön. Helsinki: Unigrafia.

Mussry, J. Luettu 2.10.2012

http://www.markplusinc.com/index.php?page=markplus_articles_View&pid=46&id=6

Niskala, O. & Jylhä-Ollila, P. Hanke Tulos+. 2012. Haastattelut 11.4.2012. Haastattelija Haukipuro, M. Litteroitu. Ylivieskan seutukuntayhdistys.

Niva, M. & Tuominen, K. 2005. Itsearviointin työkirja. Bechmarking käytännössä: Itsearviointin työkirja. Turku: Oy Benchmarking Ltd.

Nuorten tieto- ja neuvontapalvelut, Koordinaatti. Luettu 9.4.2012.

<http://www.koordinaatti.fi>

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: WSOYpro Oy.

Onnismaa, J., Pasanen, P. & Spangar, T. 2004. Ohjaus ammattina ja tieteenalana. Juva: WS Bookwell Oy.

Opetus- ja kulttuuriministeriö. Nuorisotyön avustukset. Luettu 11.4.2012.

http://www.minedu.fi/OPM/Nuoriso/nuorisotyön_avustukset/avustukset_nuorten_tieto- ja_neuvontapalveluihin_sekae_verkkomedioihin?lang=fi

Oulun Eteläisen hyvinvointistrategia, Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Luettu 11.4.2012. http://www.oamk.fi/hankkeet/kotimaiset_kaynnissa/?hanke_id=597

Oulun Eteläisen nuorisotiedotuskeskus. Settinetti. Luettu 9.4.2012. <http://www.settinetti.fi>

Palvelumuotoilun määritelmä. Palvelumuotoilu. Luettu 27.8.2012. <http://palvelumuotoilu.fi>

Palvelumuotoilu. Uudenmaan alueen kehitysyritys. Luettu 23.4.2013. <http://www2.jamk.fi/~flash/palvelumuotoilu/fi/Main.html>

Petäjä, E. liikkeenjohdon konsultti, Solutum Oy. 2011. Tuotteistustyöpaja. 25.1.2011. Ylivieska.

Pohjois-Pohjanmaan hyvinvointiohjelma. Pohjois-Pohjanmaan liitto. Luettu 15.4.2012. http://www.pohjoispohjanmaa.fi/maakunnan_suunnittelu_ja_kehittaminen/pohjois-pohjanmaan_hyvinvointiohjelma

Pohjois-Pohjanmaan liitto. Työryhmäkeskustelu 19.10.2012. Oulu.

Pohjanmaan verkkopalvelut, PVP Oy, Ulla Keski-Sämpi. Oulun Eteläisen nuorten tieto- ja neuvontapalvelu Settinetin statistiikka. Puhelinkeskustelu 2.5.2013.

Ruusuvuori, J, Nikander, P & Hyvärinen, M. 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Rissanen, T. Projektilla tulokseen. 2002. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Ruusuvuori, J, Nikander, P & Hyvärinen, M. 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino.

Schneider, J. & Stickdorn, M. and the co-authors. 2010. How does service design work? Alankomaat: BIS Publishers.

Suomen Nuorisoyhteistyö Allianssi ry. Allianssin lausunto Kunnallishallinnon rakenne - työryhmän selvitykseen. Luettu 23.11.2012. <http://www.alli.fi/sitenews/view/-/nid/1785/ngid/28>

Talvela, J. & Stenman, K. 2012. Tulevaisuuden tutkimuksen menetelmiä. Luettu 23.11.2012. http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/47132/tutu_kirja_web_ver3.pdf?sequence=1

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu: Palvelu. Hämeenlinna: Talentum.

Uudistuva lukutaito. Mediakasvatus ja verkko-opetus. Luettu 20.12.2012. http://jukkatikkanen.internetix.fi/fi/sisalto/linkityp02/linkitopefi3_01/uudetlukutaidot

Verkkoperustaisen nuorten tieto- ja neuvontatyön periaatteet. Opas turvalliseen ja laadulliseen toimintaan verkossa. Koordinaatti. Luettu 15.4.2012.

http://www.koordinaatti.fi/uploaded/Opas%20turvalliseen%20ja%20laadukkaaseen%20toimintaan%20verkossa_1.pdf

Ylivieskan seutukuntayhdistyksen toimintasuunnitelma. Ylivieskan seutukuntayhdistys. Luettu 9.4.2012. <http://www.ysk.fi>

LIITTEET

Liite 1. Ideointipajojen/ryhmähaastattelun kysymykset ja koosteet

Ideointipajojen kysymykset (Kaksi pajaa)

Toimeksianto: Ideoi tulevaisuuden sähköinen palvelu/tuote

1. Mihin tuotetta/palvelua käytetään?

- Minkä tarpeen tuote/palvelu täyttää?

- Minkä ongelman tuote/palvelu ratkaisee?

2. Mikä on tuotteen/palvelun nimi?

Ryhmähaastattelukysymys

Millainen mainonta tulisi olla mobiilisessa työnhakupalvelussa?

Tulevaisuuden sähköiset palvelut nuorten ideoimina

Alkuvaiheessa toteutin ensimmäisen ideointityöpajan nuorille kokeiluna, jossa toisen vuoden nuoriso- ja vapaa-ajanohjaajat saivat ideoida vapaasti ”Tulevaisuuden sähköiset palvelut nuorille” aiheotsikon alle minkälaisia sähköisiä palveluja he toivoisivat nuorille tulevaisuudessa joko verkkoon tai nuorisotiloille.

Jaoin nuoret kolmeen ryhmään, yhdessä ryhmässä oli 4 – 5 opiskelijaa. He saivat ideoida 15 minuuttia ryhmässä ja kirjoittaa flap-paperille yhteenvetona toivomiansa yksittäisiä tuotteita tai palveluja.

I ideointipaja

Virtuaalinen videokeskustelu

Ensimmäinen ryhmä toivoi virtuaalista ”videokeskustelua” jossa nuoren parissa työskentelevä henkilö pääsee virtuaalisesti keskustelemaan sinne mistä nuori yhteyden ottaa.

Paremmat etäopiskelumahdollisuudet

Sama ryhmä toivoi myös parempia etäopiskelumahdollisuuksia. Myös netissä tehtäviä ruokaostoksia toivottiin. (Osalla paikkakunnalla onkin jo toimivia palveluita. Pienemmissä kunnissa ei ole.)

Näkymättömyysviitta. Nuoret ideoivat tämän, jonka alle he voisivat tarpeen vaatiessa tulevaisuudessa piiloutua. (Onko syynä sosiaalisen median joka paikkaan pyrkiminen ja yksityisyystietojen menettämisen pelko?)

Nuoruuden eliksiiri

Opiskelemassa olevien nuoriso- ja vapaa-ajanohjaajien mukaan olisi hienoa, että tulevaisuudessa nuorisotyöntekijät pystyisivät nauttimaan ”nuoruuden eliksiiriä”, jolla he pääsisivät samaistumaan nuorten rooliin.

Hologrammikeskustelu + 3 D

Kolmiulotteinen projektiokuva, jossa henkilö pääsee esimerkiksi nuoren kanssa samaan tilaan keskustelemaan. Hologrammiheijastus toteutetaan projektorilla.

Aikakone (virtuaalinen siirtyminen paikasta toiseen)

Skypen tapainen puheyhteys

Oraakkeli, joka vastaa oikein

Virtuaalinen nuorisotalo

3D-pelejä

3D-Habbohotel

Virtuaalinen lemmikki

Hologrammit

Kamerayhteyksiä

Ammattihenkilöt helpommin tavoitettaviksi, nettiin

Nuorten suunnittelemat sivut> kokemusten jako

Teleportit

Nuopparilla enemmän toimintaa, Etsivä työ nettiin

Tulevaisuuden sähköiset palvelut nuorille

II Ideointipaja

Työpaja flaptauluille ideoituna Ideointipaja nuoriso- ja vapaa-ajanohjaajille, Nuva 1, Haapaveden opisto, 2.3.2013, ryhmän koko 12 nuorta, jotka ideoivat neljässä kolmen hengen ryhmässä. Nuoret ovat iältään 16 – 28 -vuotiaita. Suunnittelin ja kokosin ideointipajoja, jossa nuoret saivat välineikseen omien ajatustensa lisäksi työvälineet.

Välineet: Erityylyisiä aikakausi- ja mainoslehtiä, paperia, värikyniä, sakset. Taustamusiikkia ideoinnille nuorten itse valitsemalta kanavalta soittimesta.

Nuoret ohjeistetaan ideoimaan omilla ajatuksilla, kirjoittamalla, leikkaamalla kuvia, piirtämällä. Kysymykset ovat nähtävillä taululla.

Nuoret käyttävät ajatuksiaan ja samalla saavat ideoida katsellen lehdistä kuvia ja leikata niitä. Annetaan lisäksi paperit, joihin nuoret voivat kirjoittaa ideoimiaan asioita taululle esitettyjen kysymysten pohjalta. Aikaa 30 min.

Seuraavana annetaan fläppipaperit, joihin kuvat ja teksti kootaan. Aikaa 50 min.

Ideointipajan vetäjä kuvaa kamerapuhelimella ryhmän ideointivaihetta.

Nuoret esittelevät ideat ja vastaavat ideointipajan vetäjän esittämiin kysymyksiin muille seinälle asetelluilta fläppipapereilta.

Toimeksianto

1. IDEOI TULEVAISUUDEN SÄHKÖINEN PALVELU/TUOTE

2. MIHIN TUOTETTA/PALVELUA TARVITAAN?

- Minkä tarpeen tuote/palvelu täyttää?

- Minkä ongelman ratkaisee?

3. NIMI TUOTTEELLE/PALVELULLE?

Nuorten kertomaa:

Ryhmä 1: Kaisa, Jenni, Janika.

Tietokoneen kirkasvalolamppu - Piristää talvenaikaan, herättää, analysoi unta. Jos herätysaika on esimerkiksi asetettu aamuseitsemäksi ja olet virkeimmilläsi puoli seitsemän, kirkasvalolamppu herättää sinut silloin kun olet aamulla virkeimmilläsi.

Iltasatu - Kiireiset uraohjukset voivat tilata lapsilleen iltasatupalvelun Internetistä ja tietokone lukee iltasadun lapsille. Maksullinen palvelu.

Palvelu itsetuntoa kohottamaan - Onko itsetuntosi nollassa? Internetissä toimiva palvelu auttaa kohottamaan itsetuntosi. Palvelu kehuu sinua ja nostaa itsetuntoa.

Lenkkilasit - Hanki itsellesi lenkkilasit. Kuulokkeet kännykkään ja lasit laitetaan päähän ja palvelun avulla ilmestyy hologrammikoira. Kuulokkeen kautta kuulee ohjeistusta tai koiran haukuntaa. Ei tarvitse viedä oikeaa koiraa sisälle. Hologrammia voi koskea.

Virtuaalimaatila allergikoille - Livekuvaa maatioilta, pystyy saamaan virtuaalikokemuksen maatioilta. Voi tilata maatioilta, joissa livekamera seuraamassa elämää, jotka voivat olla maatioilla eri paikoissa kiinni.

Taattu laihdutuspalvelu netissä - Rekisteröidyt, saat vinkkejä. Sivuston kautta pääsee laihduttamaan.

Herkkuja kotiin - Laiskoille ihmisille, joita ei kiinnosta liikkua. Kotiovelle asti.

Netissä naimisiin - Kiireisille uraohjuksille ja niille joilla raha on tiukassa, ei tarvitse kustantaa häätarjoilua ja voi mennä naimisiin missä tahansa.

Usb-mopo - Aikuisille suunnattu usb:llä ladattava mopo, joka tilataan nettikaupasta.

Pääsee tyylikkäästi ja nopeasti joka paikkaan. Usb:llä ladataan koneen kautta. Nuoret odottavat tulevaisuudelta supertietokoneita, jolla muun muassa pienienergisien mopon voi ladata.

Raskaustesti netissä - Usb-liitännän kautta testi kytketään koneelle. Kertoo tuloksen.

Ryhmä 2: Johanna, Ville, Jere

Nuorisoblogi maailmanlaajuinen – iältään 13-29 vuotiaalle. Koko maailmanlaajuinen keskustelupaikka ja tiedonhakusivusto. Voit valita maan, jossa haluat käydä keskustelua, voit osallistua jonkin maan keskusteluun haluamallasi kielellä. Voit valita maan ja kunnan, jossa voit keskustella. Voit myös valita kunnan alta esimerkiksi oppilaitoksen, jonka yhteisössä voit keskustella. Keskusteluissa kysytään esimerkiksi mitä mieltä on jostakin aiheesta. Joku moderoi keskusteluja. Käyttäjä lisää paikkakunnan ja toimintahon, jonka moderaattori hyväksyy. Voi olla samassa myös harrastuksiin liittyvä palvelu, täältä voi hakea apua ja palvelun ylläpitäjä lähettää nuorelle vastauksen, kun nuori ky-

syy esimerkiksi lumilautailusta, mistä voi ostaa edullisesti varusteita, niin ylläpidon kautta tulee sieltä hyvät sivustolinkit. Palvelusta voi löytää myös keräilytuotteita. Tiedonhakusivustolta voi valita harrastukset ja kone syöttää listan nettikaupoista. Kriisipalvelua nuorille, jossa lääkäri vastaa sähköpostin kautta.

Nettilehden kautta E-lehti, josta joku sponssaa lehtiä.

Musiikkipalsta, johon voi laittaa biisin ja kuunnella.

Ryhmä 3: Minna, Suvi, Riikka

Nuorille naisille suunnattu kokonaispalvelu

Uuteen kuosiin netissä - Yli 15-vuotialle nuorille. Nuorilla badhair-päivä: Uuteen kuosiin netissä www-yhteyden kautta Voi skannata oman vaatekaapin ja luovat täydellisen asun. Palvelu neuvoo esimerkiksi puheen kautta miten kannattaa laittaa hiukset? Palveluun voi luoda profiilin. Voi lainata toisten vaatteita viikoksi palvelun kautta.

Keskustelupaikka - Jossa voit juoruta ilman että läheisesi pahoittaa mielesi. Esim. Äitini on puuma - voi angstata. Paras kosto oli mennä elämässä eteenpäin taaksepäin katso-matta.

Suhteen tulevaisuus - Naisille suunnattu palvelu. Voi lähettää oikeasti kuvan ja kuvauksen itsestä ja miehestä/naisesta ja palvelu kertoo onko suhteella tulevaisuutta.

Meikkivinkkejä. Kilpailu, josta palkintona tyttöjen juttuja.

Kundiskooppi, jossa on miesten horoskooppi, joka kertoo erityyillisistä miehistä. Kuu-kausittain eri luonnehoroskooppi, joka on toimiva.

Ryhmä 4: Jesse, Ella ja Minna.

Paljasta itsesi - Voi lisätä kokovartalokuvan nettiin, josta näkee istuuko vaate hyvin.

Voi sovittaa mieleisiään vaatteita. Kaikenikäisille nuorille. 13-29-vuotiaille miehille ja naisille. Mihin tahansa vaatesivustolle sopiva.

Haastattelin nuoria alkuvaiheessa ryhmähaastatteluna. Seuraavassa nuorten haastattelun kysymykset ja vastaukset mobiilisesta työnhakupalvelusta.

Millainen mainonta tulisi olla mobiilisessa työnhakupalvelussa?

Alla olevaa johdatusta aiheeseen käytin itselle vapaamuotoisesti seuraavanlaisesti:

Aukeaa kaikille kätevästi. Oletetaan lähtökohtaisesti, että käyttäjällä on mobiili-sovellukseen mahdollistava puhelin. Käyttäjällä on lisäksi mahdollisuus käyttää sovellusta Internetin kautta. Puhelimessa olisi lisänä sovellus, joka olisi sun työnhakuprofiili.

Tienvarsimainos, tekstiviesti, palvelun markkinointi. SOMEn kautta. Opojen kautta markkinointi. TE-keskuksen. Tarkastele eri mahdollisuuksia, mm. some:sta. (SOME= Sosiaaliset mediat)

Nuorten vastaukset:

Juhani: Netin kautta. FB. Jos liittyy sivustoja, jotka ovat kytkössä älypuhelimiin tai samantyylliseen palveluun. Voisi olla mainoksena myös Spotifyssa.

Nikke: FB. mainokset on sopivasti oikealla laidalla. Joskus käynyt. Ei hyppää sivustolle.

Markku: FB.

Jere: Irciä ei enää niin aktiivisesti. FB. Kyrsii ne äänimainokset Spotifyssa. Puhemiksauksessa kuuluu kaikki kurkkuäänät. Voisi olla kuvallisena mainoksena Spotifyssa.

Pekka: Ilmaisjakelulehdet. Telkkari on turha media.

Laura: Koulun kautta olisi esitteitä mobiili/työnhakupalvelusta esitteitä. Voisi koulut markkinoida opiskelijoille. Liiton lehdet. Kuvamainos. Jos olisi Ylivies-

kan paikallislehdessä mainos, ei pystyisi ottamaan tosissaan. Jos olisi mobiili-työnhakumainos ei olisi niin uskottava.

Kirsi: Tulisi puhelimen kautta yhteydenotto, tahtoisiko olla mukana. Puhelinmyyjän tapaan: Haluatko työnhakupalvelun mobiilisesti käyttöön? Voisi työnantaja mainostaa myös. Olisi sähköinen palvelu, valmistuu näin ja näin, voi laittaa että ottakaa yhteyttä. Saisi tiedon koululta tai nettisivuilta. Sosiaaliset mediat, joissa työpaikan rekryilmoitukset. Skypessä voisi olla mainoksia. Kuvamainos ja äänimainos. Ei tällä alueella huomaisi. Ellei hienossa liikkuvassa. Yksinkertainen. Postilaatikon kautta mainos: Haluatko olla koekaniini? Jos tulee postissa niin päiväpostin mukana. Yksinään tulisi mainos, jossa ei ole hirmuisesti tekstiä mainonnassa. Käyntikortteja. Paikallisissa lehdissä.

Noora: Voisi mainostaa lehdessä. Sanomalehdet. Yksinkertainen mainos. Selkeä. Kuvamainos.

Mari: Jos ois netissä mainoksena. Kummassakin sekä sosiaalisessa mediassa että perinteisillä nettisivustoilla. Messengerissä esim. aloitussivulla voisi olla mainos SMS:n aloitussivustolla. Kuvamainos ja äänimainos. Neutraali pitäisi olla jos tienvarsimainontaa. Esim. isommissa kaupungeissa, kuten Oulussa. Koulun kautta tulevat mainokset. Helpommin tulee flyerissa tieto.

