

Kalle Montonen

Pieni Piiri -palvelun asiakaskartoitus kuntien tarjoamana itsemaksettavana palveluna

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Hyvinvointiteknologian koulutusohjelma

Insinööriytyö

10.4.2016

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Kalle Montonen Pieni Piiri -palvelun asiakaskartoitus kuntien tarjoamana itse- maksettavana palveluna 39 sivua 10.4.2016
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Koulutusohjelma	Hyvinvointiteknologian koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Hyvinvointiteknologia
Ohjaaja(t)	Metropolia Ammattikorkeakoulu, Yliopettaja Kari Björn Pieni Piiri Oy, Toimitusjohtaja Mikko Järvinen
<p>Opinnäytetyön tilaaja on Pieni Piiri Oy, joka järjesti projektin yhdessä neljän kunnan vanhuspalveluiden kanssa. Projektin tarkoituksena oli tutkia kuvapuhelupalvelun myyntikanavaa kotihoidon tarjoamana, asiakkaan itsemaksettavana palveluna. Pieni Piiri on helppokäyttöinen kuvapuhelupalvelu, joka toimii matkapuhelimissa, tablet-tietokoneissa ja tietokoneen selaimessa. Tavoitteena oli tutkia uuden myyntikanavan toimivuutta ja saada käyttäjiltä palautetta palvelusta ja kehitystoiveita siihen sekä saada ensimmäiset uudet maksavat asiakkaat uutta myyntikanavaa hyväksikäyttäen.</p> <p>Työn teoriana käytettiin Business Model Canvas –työkalua ja Customer Development -menetelmää. Customer Development -menetelmä ohjasi yksilö- ja ryhmähaastatteluiden teemoja. Customer Development -menetelmää sovellettiin kahden ensimmäisen vaiheen osalta, joiden aikana yrityksen palvelua ja liiketoimintamallia muokataan. Menetelmä rohkaisee palaamaan aikaisempaan vaiheeseen, mikäli yritys ei saa toivottuja tuloksia.</p> <p>Haastatteluissa saatiin tietää käyttäjien toiveita palvelun sisällöstä ja sen toimivuudesta. Haastatteleamalla käyttäjien taustaa pyrittiin luomaan oletus profiili käyttäjästä, jolle palvelu sopii. Enemmistö kokeilujaksoon osallistuneista käyttäjistä olivat halukkaita jatkamaan palvelun käyttöä maksullisena palveluna. Palvelun lisäominaisuudet, joita kokeiltiin projektin aikana, vaikuttivat positiivisesti palvelun käyttömääriin ja maksuvalmiuteen.</p> <p>Käyttäjät, jotka osallistuivat palvelun kokeilujakson aikana lisäominaisuuksien käyttöön, käyttivät palvelua enemmän kuin muut käyttäjät. Palvelun ei koettu vaikuttavan suuresti käyttäjien arkeen.</p> <p>Opinnäytetyön tietoja käytettiin hyväksi Pieni Piiri -sovelluksen päivittämisessä uuteen versioon.</p>	
Avainsanat	Kuvapuhelu, vanhuspalvelut, helppokäyttöisyys

Author(s) Title Number of Pages Date	Kalle Montonen Customer survey for Circly as provided by the municipality self-paid service 39 pages 10 April 2016
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Health Informatics
Specialisation option	Health Informatics
Instructor(s)	Kari Björn, Principal Lecturer, Metropolia University of Applied Sciences Mikko Järvinen, Chief Executive Officer, Pieni Piiri Ltd
<p>This study was carried out for Pieni Piiri Ltd. The company organized a project together with four Finnish towns' elderly services. The purpose for the project was to investigate a new sales channel for the Circly video phone service. In the sales channel the function for the elderly services was to offer the Circly video phone service for customers who would pay for the service themselves. Circly (called Pieni Piiri in Finnish) is a user-friendly video phone service that works in mobile phones, tablet-computers and in browsers of a normal computer. The goal of this study was to investigate the functionality of the new sales channel and to get feedback and development wishes to the service from the customers. A goal was also to get the first paying customers using the new sales channel.</p> <p>The Business Model Canvas and Customer Development method were used as theory in this study. The Customer Development method was used to instruct the themes in the individual and group interviews that were executed during this study. The method was used only in respect of the first two stages. During these stages the company's services and business model is modified. Customer Development method encourages the company to return to the previous step of the method, if the company doesn't get the results desired.</p> <p>The interviews brought up information on users' wishes of the content in the service. Information of the functionality of the service was also brought up. A default profile of a user to whom the service would particularly be suitable was looked for by interviewing the background of the users. The majority of the users that participated in the trial period were willing to continue using the service with a fee. The additional features that were tested during the trial had a positive impact in the service usage volume and the liquidity of the users.</p> <p>The users that participated in the testing of the additional features during the trial period used the service more than the other users. The Service didn't affect a lot in users' everyday life.</p> <p>The findings of this study were used in favor of updating the Circly application in to a new version.</p>	
Keywords	Video call, elderly services, accessibility

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Pieni Piiri	3
2.1	Pieni Piiri Oy	3
2.2	Pieni Piiri – palvelu	3
2.3	Palvelun ulkonäkö ja ominaisuuksien käyttöönotto	5
2.4	Palvelun uudet ominaisuudet	6
2.5	Samankaltaiset palvelut ja sovellukset	8
3	Business Model Canvas ja Customer Development	11
3.1	Business Model Canvas	11
3.2	Customer Developmentin käyttötarkoitus	12
3.3	Customer Discovery	16
3.4	Customer Validation	17
3.5	Customer Creation ja Company Building	19
3.5.1	Customer Creation	19
3.5.2	Company Building	20
4	Asiakaskartoitus ja konseptitestausta projektissa	21
4.1	Palvelun käyttöönottoprosessi projektin aikana	21
4.2	Tutkimusmenetelmä	22
4.3	Ryhmähaastattelu	23
4.4	Yksilöhaastattelut Pieni Piiri – sovelluksella	23
5	Tulokset	25
5.1	Tutkimukseen osallistuneet käyttäjät	25
5.2	Ryhmähaastattelu Jyväskylässä	27
5.3	Käyttäjien palvelun käytön määrä	29
5.4	Palvelun vaikutus arkeen	34
5.5	Käyttäjien maksuvalmius ja suositteluhaluus projektin jälkeen	35
5.6	Yrityksen liiketoiminta projektin jälkeen	36
6	Yhteenveto	38
	Lähteet	40

1 Johdanto

Jo 20 vuoden ajan Suomessa on yritetty muokata vanhusten hoivan rakennetta niin, että ikääntyneet ihmiset olisivat kotonaan eivätkä laitoshoidossa. Kotona asumista on pyritty mahdollistamaan tuomalla palveluja kotiintehostamalla voimavarojen käyttöä sekä vähentämällä hoidon kustannuksia. Palveluiden tarjonta on kuitenkin vähentynyt. (1.)

Suomen kuntiin tulee vuosittain uusia vanhuspalveluiden asiakkaita, joille suoritetaan palvelutarpeen arviointi. Ensimmäisen yhteydenoton taustalla on usein jokin yksittäinen tapahtuma, kuten kaatuminen, omaisen huolen lisääntyminen tai jokin muu konkreettinen avuntarve. (8.) Vanhusten hoidon tukipalveluiden tarkoituksena on tukea iäkkään ihmisen kotiasumista ja pitkittää laitos- tai palveluasumiseen siirtymistä. Tukipalvelut ovat ensimmäisiä palveluita, joita uusi asiakas tarvitsee kotona asumisen tueksi. (2.)

Pieni Piiri Oy tuottaa Pieni Piiri -palvelua, joka on helppokäyttöinen kuvapuhelupalvelu. Palvelu on yrityksen mukaan tarkoitettu etenkin ikääntyneille käyttäjille, joilla on vähän tai ei lainkaan tietoteknistä osaamista. Palvelu on käytössä myös Pieni Piiri Oy:n yhteistyökumppaneilla, jotka tuottavat palvelusisältöä palveluun. Palvelua käytetään matkapuhelimella, tablet-tietokoneella tai tietokoneen internetselaimella, jolla on yhteys Internetiin. Pieni Piiri Oy kokee, että heidän kuvapuhelinpalvelunsa voi toimia palveluna, joka tukee iäkkään ihmisen kotona asumista.

Pieni Piiri Oy käynnisti tammikuussa 2015 projektin, jonka tarkoituksena oli tuoda Pieni Piiri -palvelu kotihoidon tukipalveluihin ja palveluohjaukseen palveluksi vähentämään yli 75-vuotiaiden yksinäisyyttä ja turvattomuuden tunnetta ennaltaehkäisemällä näitä. Projektin osallistui neljän suomalaisen kunnan vanhuspalvelut. Vanhuspalvelut keräsivät kunnistaan mukaan asiakkaitaan projektiin testikäyttäjiksi. Pieni Piiri Oy:n oletus oli, että palvelun loppukäyttäjät haluavat tavata uusia ihmisiä, piristää oman arkensa elämää ja löytää vertaisia keskustelukumppaneita. Pieni Piiri Oy:n tavoitteena projektissa oli saada palvelu tarjolle kuntien vanhuspalveluiden kautta niin, että palvelun maksavana osapuolena on itse loppukäyttäjä tai omainen. Tavoitteena oli myös Pieni Piiri -palvelun päivitys projektin aikana kerättyjen tulosten perusteella. Kuntien ja kaupunkien tehtävänä olisi tarjota yritykselle myyntikanava ikääntyneisiin asiakkaisiin ja tarjota heille palvelua.

Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektin jälkeen Pieni Piiri -palvelua päivitetään. Palveluun lisätään uusina ominaisuuksina kahvitupa, joka otetaan testikäyttöön jo projektin aikana. Kahvitupa on kanava palvelussa, jossa käyttäjät voivat käydä vapaata keskustelua muiden palvelun käyttäjien kanssa, vaikka eivät entuudestaan tuntisikaan. Muita uusia ominaisuuksia, joita palveluun tulee päivityksen jälkeen, ovat lloiset lesket ja Miesten vuoro -piirit sekä Hyvinvointikalenteri, jolla voi saada muistutuksia esimerkiksi lääkkeiden otosta tai tapahtumasta. Projektin tavoitteena oli saada palvelulle ensimmäiset maksavat asiakkaat projektiin osallistuneista kunnista ja lisätä yrityksen ymmärrystä kunnallisten palveluiden markkinasta.

Projektin tarkoituksena on kartoittaa Pieni Piiri -palvelulle uusi toimintamalli. Palvelun myyntiä asiakkaan itsemaksettavana kunnan tarjoamana palveluna tunnusteltiin asiakkaiden ja kuntien sosiaali- ja terveystalvelujen työntekijöiden kanssa. Projektilla pyrittiin löytämään ratkaisu vanhuspalveluissa olevalle tarpeelle ennaltaehkäiseviin tukipalveluihin. Projektin toisena lopputuotoksena syntyi uusi versio Pieni Piiri -sovelluksesta. (3.)

Opinnäytetyön tarkoituksena on täsmentää ja ohjata tuotesuunnittelua uusien ominaisuuksien osalta käyttäen hyväksi käyttäjien antamaa palautetta palvelun toiminnallisuudesta ja sisällöstä. Lisäksi opinnäytetyön tavoitteena on tutkia uuden myyntipolun tehokkuutta tavoittaa uusia asiakkaita Pieni Piiri -yritykselle. Tutkimusmenetelmänä käytetään laadullisia ryhmä- ja yksilöhaastatteluja. Haastatteluiden teoriapohjana käytetään Customer Development -menetelmää (4). Työ ei kuvaa Pieni Piiri -palvelun teknistä toteutusta yksityiskohtaisesti.

2 Pieni Piiri

2.1 Pieni Piiri Oy

Pieni Piiri Oy on yritys, joka tuottaa helppokäyttöistä kuvapuhelupalvelua. Yritys on perustettu vuonna 2011. Yrityksen perusti Matti Kari, joka halusi luoda vertaiskontakteja isoäidilleen, joka oli juuri jäänyt leskeksi. Kari halusi tuoda hänen isoäidilleen tärkeät ihmiset ja palvelut hänelle suoraan kotiin. (5.) Yrityksellä on verkkoyhteisöpalvelu LinkedIn:in mukaan 11-50 työntekijää (6.). Pieni Piiri Oy on järjestänyt joukkorahoituskampanjoita, joilla se on rahoittanut toimintaansa (7.).

Pieni Piiri Oy:n perustaja Matti Kari ja toimitusjohtaja Mikko Järvinen osallistuivat vuonna 2013 Leijona luola – televisio-ohjelmaan, jossa viisi suomalaista sijoittajaa saa mahdollisuuden sijoittaa yrittäjien yrityksiin. Yritys pyysi ohjelmassa 100 000 euroa 3,2 prosentin omistusosuutta vastaan. Osa televisio-ohjelman sijoittajista arvioivat, että yrityksen esittämä yrityksen arvo – 3,2 miljoonaa euroa – oli liian suuri. Matti Kari perusteli yrityksen arvonmäärityksen aikaisemmin toteutettujen rahoituskierrosten mukaan, sillä että yrityksellä on maksavia asiakkaita ja että markkinapotentiaali on suuri. Lisäksi Kari koki, että mikäli yrityksen tuottama palvelu ei myy yksityisillä markkinoilla, pystyy yritys toimimaan myös keskittymällä pelkästään terveysalan ammattipuoleen myymällä yrityksille ja terveydenalan ammattilaisille. (8.)

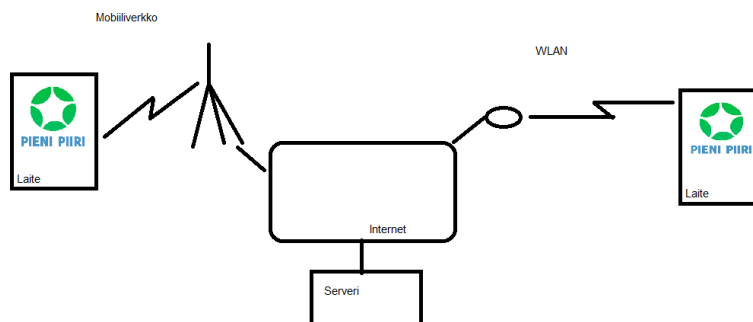
2.2 Pieni Piiri –palvelu

Palvelu on tarkoitettu erityisesti käyttäjille, jotka eivät osaa tai eivät halua oppia käyttämään muita kuvapuhelupalveluita, kuten Microsoftin omistama Skype tai Applen omistama Facetime. Käyttäjillä ei tarvitse olla aikaisempaa tietoteknistä kokemusta tai heidän toimintakykynsä voi olla rajoittunut. Kuvapuhelut voivat korvata osan kotihoidon tarkistuskäynneistä, jolloin palveluntarjoaja säästää matkakuluissa ja vapauttaa työntekijät muihin tehtäviin. Pieni Piiri -palvelua on myös käytetty muistisairauksista ja kaatumisriskistä kärsivien henkilöiden etäkuntoutukseen sekä kotiuttamisen apuvälineenä, jolloin käyttäjä pystyy osallistumaan ryhmätoimintaan tai henkilökohtaiseen neuvontaan kotoaan. Omaishoitajat voivat palvelun avulla saada vertaistukea ja laajentaa

omaa sosiaalista piiriään. (6.) Pieni Piiri -palvelua on käytetty muun muassa omaishoidon tukena. Kuusamon, Jyväskylän, Haminan, Kotkan ja Helsingin kotihoidonpalveluissa on käytössä Pieni Piiri. (9.)

Pieni Piiri -palvelussa pidetään yhteyttä omaisiin, perheeseen, vertaisiin ja mahdollisesti myös ryhmätoiminnassa piirien avulla. Palvelulla voi ottaa yhteyttä toisella paikkakunnalla asuvaan omaiseen tai tuttavaan. Piiri on palvelun suljettu ryhmä, jonka jäsenet voivat pitää yhteyttä toisiinsa näkymättä Piirin ulkopuolisille käyttäjille. Piiriä hallinnoi Piirinmestari, joka myös luo Piirin palveluun. Piirinmestari pystyy lisäämään ja poistamaan Piirinsä jäseniä. Piirin jäsenillä voi olla käytössä Helppokäyttötunnus, joka ei vaadi sähköpostiosoitetta. Piirinmestari pystyy muokkaamaan Helppokäyttötunnuksen tietoja, kuten kuvaa tai nimeä. Helppokäyttötunnusta käyttäville käyttäjille ei näytetä asetuksia tai muita toimintoja, jotka voivat hankaloittaa palvelun käyttöä joillekin käyttäjille. (9.) Pieni Piiri -palvelu voitti Paras senioripalvelu -kategorian valtakunnallisessa Suomen paras mobiilipalvelu -kilpailussa. Kilpailuun osallistui kaikkiaan 110 ehdokasta yhdessätoista eri kategoriassa. (10.)

Pieni Piiri -sovelluksen palvelimet sijaitsevat Irlannissa. Sovelluksen puhelut kulkevat salatun yhteyden läpi (9.). Palvelun puhelut käyttävät VoIP-tekniikkaa eli Voice over Internet Protocol -tekniikkaa. Tekniikassa puhe ja kuva siirtyvät internetin välityksellä vastaanottavalle laitteelle. Pieni Piiri -palvelua käyttävässä laitteessa tulee siis olla internet-yhteys joko mobiiliverkon kautta, joka yhdistyy internetiin operaattorin antennin kautta, tai WLAN:issa (Wireless Local Area Network), jolloin laite yhdistyy langattomasti reitittimen kautta internetiin. Kuvassa 1 on kuvattuna yksinkertaistettuna VoIP-puhelun periaatetta.

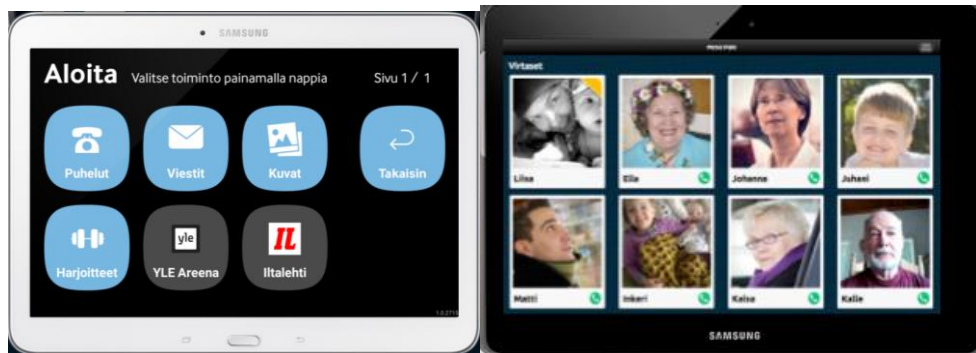


Kuva 1. Laitteet yhdistävät toisiinsa Internetin välityksellä käyttäen mobiili- tai WLAN-verkkoa.

Laite lähettää sovelluksesta internetin välityksellä palvelupaketin vastaanottajalle, joka tarvitsee omaan laitteeseensa sovelluksen, joka pystyy avaamaan paketin. Kuvassa 1 oikealla oleva laite yhdistyy internetiin käyttäen WLAN-verkkoa. Kuvassa vasemmalla oleva laite on yhteydessä internetiin mobiiliverkon välityksellä. Pieni Piiri -sovelluksen puheluita voi vastaanottaa vain Pieni Piiri -sovelluksella. Palvelin tallentaa paketin hetkeksi ja salaa sen niin, että vain vastaanottajan laite pystyy vastaanottamaan tiedon. Paketti sisältää sekä kuvaa että ääntä. Pieni Piiri -sovellusta on ladattu Android-käyttöjärjestelmää käyttävien laitteiden sovelluskaupasta Google Play Store -kaupasta yli tuhat kertaa.

2.3 Palvelun ulkonäkö ja ominaisuuksien käyttöönotto

Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektin aikana Pieni Piiri Oy päivittää palvelujaan tuoden siihen uusia ominaisuuksia. Päivitys tuo palvelun kolmannen version tarjolle käyttäjille. Päivitys muuttaa kuvapuhelun tekniikkaa, jolloin kuvapuheluiden viive vähenee. Käyttöliittymä tulee päivityksen myötä muuttumaan enemmän muokattavaksi ja päätelaitteen verkkoyhteyden hetkelliset katkeamiset ja hidastumiset eivät vaikuta kuvapuhelun jatkumiseen. Palveluun tulee uusia keskustelupiirejä, joihin käyttäjä voi liittyä. Käyttäjät voi valita käyttöönsä tulevat piirit valitsemalla ne tilauslomakkeessa. (11.)



Kuva 2. Pieni Piiri -palvelun uusi ja vanha käyttöliittymä.

Kuvassa 2 näkyy vasemmalla puolella Pieni Piiri -palvelun uuden käyttöliittymän ja oikealla vanhemman version aloitusnäyttö tablet-tietokoneen näytöllä. Vasemmalla näytöllä on omina kuvakkeinaan eri toiminnot, jotka ovat käytettävissä palvelussa. Painamalla Puhelut-kuvaketta käyttäjä pääsee soittamaan kuvapuheluita käyttäjille, jotka ovat tavoitettavissa sillä hetkellä palvelussa. Vanhassa versiossa muut käyttäjät ovat nähtävillä

välittömästi alkunäytössä. Tavoitettavissa olevat käyttäjät voidaan tunnistaa vihreästä puhelimen kuvasta käyttäjän kuvan oikeassa alakulmassa.

Uudessa sovellusversiossa viestit-kuvakkeen kautta käyttäjä voi lähettää viestejä ja lukea viestejä muilta käyttäjiltä. Kuvat-toiminnossa voi selata kuvia, joita on vastaanottanut muilta käyttäjiltä ja lähettää myös kuvia muille. Harjoitteet-kuvake avaa valikon, josta voi valita muun muassa erilaisia etukäteen kuvattuja jumppia, joita käyttäjä voi itse suorittaa kotoaan. Yle Areena -kuvake avaa Yleisradion palvelun, jossa voi katsoa Ylen televisio-kanavia sekä tallennettuja ohjelmia. Yle Areenassa voi myös kuunnella radiota. Iltalehti-kuvake avaa Iltalehden verkkolehden, jota voi lukea tablet-tietokoneella. Yle Areena- ja Iltalehti-kuvakkeen käyttö Pieni Piiri -palvelun käyttöliittymän kautta vaatii asennuspyynnön ja sovellusten lataamisesta veloitetaan. Vanhaan versioon ei ollut saatavilla jumppia tai muita harjoitteita eikä ulkoisia sovelluksia. Kuvien ja viestien jakaminen onnistui painamalla käyttäjää ja valitsemaan seuraavassa valikosta haluttu toiminto.

2.4 Palvelun uudet ominaisuudet

Pieni Piiri -palveluun on tulossa uutena ominaisuutena "Kahvitupa", jonka avulla käyttäjä voi tutustua ihmisiin fyysisestä sijainnista riippumatta. Kahvituvassa on tarkoitus käydä vapaata keskustelua tuttujen sekä tuntemattomien käyttäjien kanssa. Keskustelunaiheet voivat olla vapaita tai ennalta määriteltyjä aiheita. Ominaisuuden tavoitteena on luoda uusia merkityksellisiä ihmissuhteita, jotka vaikuttavat vähentävästi yksinäisyyden tunteeseen ja parantaa käyttäjien elämänlaatua. (12.) Kahvitupa-ominaisuutta tuotiin käyttöön käyttäjille perustaja Matti Karin toimesta. Pienryhmät jaettiin taustatietojen pohjalta, joita Kari soittaessaan keräsi. Kari pyrki luomaan kolmen hengen ryhmiä. Tarkoituksena oli myös kokeilla erilaisia ryhmän muodostamistapoja, jotta saataisiin selville, mitkä taustat ratkaisevat ryhmän keskustelun sujuvuuden ja luonnollisuuden. (11.)

Projektin aikana pyrittiin ottaa käyttöön toimivat mekanismit Pieni Piiri-sovellukseen luomaan vertaiskontaktiryhmiä, ilman että Pieni Piiri Oy:n tai yhteistyökumppaneiden henkilöstöressurssien käyttöä vaadittaisiin. Projektin alussa oletettiin, että käyttäjät ystävystyvät helpommin niiden henkilöiden kanssa, joilla on samankaltaiset kiinnostuksenkohteet ja samat arvot. Matti Kari haastatteli kokeilun alussa käyttäjiä, jotka olivat kiinnostuneet osallistumaan voidakseen lisätä oikeat käyttäjät toisilleen näkyviin Kahvitupa-ryh-

miin. Tämän jälkeen käyttäjät voivat vapaasti soitella toisilleen palvelun kautta. Tavoitteena on saada kehitettyä palvelua niin, että käyttäjät etsivät itse seuraavaa palvelun avulla. (13.)

Iloiset lesket -piiri on tarkoitettu kohtaamispaikaksi leskille. Piiriin osallistuvat ovat hiljattain leskeksi jääneitä tai ovat olleet leskiä jo jonkin aikaa. (8.) Omaishoitajat-piiri on keskustelukanava omaishoitajille, jotka käyttävät Pieni Piiri -palvelua yhteydenpitovälineenä omaiseensa. Omaishoitajat voivat piirin välityksellä keskustella omaishoidon tavoistaan ja jakavat tietoa sekä kokemuksia. (11.)

Ruotsinkielisille käyttäjille tarjotaan oma väylänsä tutustua muihin ruotsinkielisiin käyttäjiin. Pieni Piiri - Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektiin osallistuneista käyttäjistä Kirkkonummesta oli mukana kaksi ruotsinkielistä käyttäjää. Lisäksi projektissa on mukana Sipoo, joka on kaksikielinen kunta. Miesten vuoro on taas tarkoitettu Pieni Piiri -palvelun miespuolisille käyttäjille. Piirin keskustelunaiheina on tarkoitus olla aiheita, joista miehet haluavat keskenään keskustella, kuten esimerkiksi urheilu ja sota-ajan muistelut. (11.)

Sovelluspäivityksen jälkeen palveluun tuli myös käyttöön ilman lisämaksua kalenteri, jonka merkinnät tulevat muistutuksena laitteen näytölle. Kalenteri on myös mahdollista saada etähallittavana ja auttaa erityisesti alkuvaiheen muistisairaita. Kuvassa 3 on malli, kuinka Pieni Piiri -palvelu muistuttaa asiakasta. Palvelussa voi myös lisämaksutta vastaanottaa viestejä ja valokuvia, joita lukea ja katsoa milloin vain, ottaa yhteyden hätäkeskukseen sekä soittamaan matka- ja lankapuhelimiin. Kuvapuhelun pystyy myös avaamaan Pieni Piiri-palvelussa automaattisesti ilman, että laitteeseen kosketaan. Näin esimerkiksi omainen voi ottaa kuvayhteyden käyttäjän asuntoon ilman käyttäjän toimenpiteitä. (12.) Pieni Piiri -sovellukseen on myös mahdollisuus saada linkki selaimen, jolla osaavimmat käyttäjät voivat muun muassa asioida nettipankissa ja pelata pelejä. (14.)

Maksullisena palveluna sovellukseen on tuotu Google Play Store -kaupan sovellusten asentaminen palvelun käyttöliittymään, jolloin ne ovat helposti saatavilla. Aivo- ja tuolijumppatunteihin voi osallistua palvelun kautta kotoa käsin kuukausimaksua vastaan. Lähihoitajapalvelun avulla hoitaja voi vierailta käyttäjän luona päivittäin kuvapuhelun välityksellä. Kuvapuhelun välityksellä voidaan varmistaa, että palvelun käyttäjä ottaa lääkkeensä, varmistaa hänen vointinsa ja tarvittaessa otetaan yhteyttä omaiseen tai valittuun palveluntuottajaan, mikäli käyttäjän vointi on heikentynyt tai hän ei vastaa puheluun. (15.)



Kuva 3. Pieni Piiri -palvelu voi muistuttaa asiakasta esimerkiksi ottamaan lääkkeensä.

Kuvassa 3 Pieni Piiri -palvelu muistuttaa käyttäjää, jonka nimi on Salme, hänen aamulääkkeistään. Palvelun käyttäjä vastaa kysymykseen painamalla yhtä kolmesta kuvakkeesta. Mikäli käyttäjä valitsee ”Myöhemmin”, muistuttaa palvelu jonkin ajan kuluttua käyttäjää ottamaan lääkkeitä. Käyttäjän valitessa ”Kyllä”, kuittaa palvelu tämän hyvinvointikalenteriin, että lääkkeet on otettu. Valitsemalla ”Ei” palvelu ei muistuta käyttäjää uudelleen lääkkeen ottamisesta. Käyttäjän hyvinvointikalenteria voi valvoa ja seurata käyttäjän lisäksi aikaisemmin sovitut käyttäjät. Näitä käyttäjiä voivat olla omaishoitajat, omat lapset tai muut läheiset.

Käyttäjät voivat projektin aikana liittyä oman kaupunkinsa piiriin ja näin osallistua päiväkeskusten järjestämiin tapahtumiin. Käyttäjät voivat myös palvelupiirin kautta tavata terveydenhoitajaa ja saada konsultaatiota. Päivätoimintaan osallistuminen etänä kodistaan lisää toiminnan vaikuttavuutta ja osallistujien määrää. (11.)

Luhtisen piiri on Jyväskylän kaupungin vanhuspalveluiden järjestämä palvelupiiri, johon voi liittyä vain Jyväskylän asukkaat. Piiri toimii Uudet itsemaksettavat kotihoitoon palvelut -projektin aikana. Piirin kautta käyttäjä voi osallistua Luhtisen päiväkeskuksen järjestämään toimintaan. Päivätoimintaan sisältyy yhteislauluja, konsertteja, jumppia ja tietovisoja. Lisäksi piiriin osallistuminen mahdollistaa terveydenhoitajan tapaamisen Pieni Piiri -palvelun välityksellä. (11.)

2.5 Samankaltaiset palvelut ja sovellukset

Skype on Microsoftin omistama kuvapuhelinohjelmisto. Sovelluksella voi soittaa muille Skype-käyttäjille ja se on käytettävissä tietokoneella, älypuhelimilla, Xbox-pelikonsoleilla

ja tableteilla. Puhelut käyttäjien välillä ovat maksuttomia ja ryhmäpuhelut ovat mahdollisia. Myös pikaviestien lähettäminen on mahdollista Skypeissä. Sovellus on itsessään ladattavissa ilmaiseksi alustoilleen. Maksullisena palveluna Skypeissä on mahdollista soittaa erillisiin lanka- ja matkapuhelinliittymiin. (16.) Skype ei ole erityisemmin suunnattu iäkkäille ihmisille, kuten Pieni Piiri -palvelu, mutta se on laajalti käytössä.

Anvia Akkuna on vanhuksille ja erityisryhmille tarkoitettu palvelu, joka sisältää kuvapuhelupalvelun ja videosisältöä. Palvelu on tarkoitettu vanhusten kotihoidon tukemiseen ja yhteisöllisyyden lisäämiseen. Kunnan kotihoito, palvelutalot ja muut toimijat voivat käyttää Anvia Akkunaa alustana palveluilleen. Kuvapuheluita käytetään hoitajan virtuaalikäynneillä, joissa hoitaja vierailee vain videokuvan ja äänen avulla asiakkaan luona. Myös puhelut läheisille ovat mahdollisia. Anvia Akkunassa on mahdollisuus keskustella ryhmissä vertaistensa kanssa. Anvia Akkunan muu sisältö on räätälöityä videosisältöä, joissa muun muassa fysioterapeutin ohjaama liikuntatunti tai jonkin ryhmän musiikkiesitys lähetetään käyttäjälle hänen laitteelleen kotiin. Anvia Akkunassa on myös tarjolla videoita paikallishistoriasta, tietokilpailuja ja muita tehtäviä käyttäjän mielen virkistämiseksi. Palvelu toimii television välityksellä, jolloin sovellusta ohjataan kaukosäätimellä, tai tablet-tietokoneella. Anvia Akkunan saa myös yhdistettyä palvelutalojen yhteisten tilojen televisioon, jolloin hoitajat voivat jakaa sieltä sisältöä palvelutalon asukkaille. Anvia Akkuna ei ole tarjolla yksityisille asiakkaille. (17.) Anvia Akkuna eroaa Pieni Piiri -palvelusta juuri siinä, ettei se ole tarjolla kaikille käyttäjille. Kaikki Anvia Akkunan käyttäjät asuvat palvelutaloissa tai ryhmäkodeissa.

ArctiCare-järjestelmä on iäkkäiden henkilöiden etähuolenpitoratkaisu, joka toimii sosiaali- ja terveydenhuollon tukena. ArctiCare-etähuolenpitoratkaisu sisältää keskusyksikön ja yhden tai useamman asiakaspäätteen. Etähuolenpitoratkaisulla voi soittaa kuvapuheluita vertaisille, omaisille ja hoitohenkilökunnalle, pelata pelejä, osallistua ohjattuihin harrastuksiin ja yhteydenpitoihin. Myös osallistuminen kuvapuhelun kautta tapahtumiin on mahdollista. Järjestelmään sisältyy myös hälytysjärjestelmä, jonka avulla palvelun käyttäjä pystyy hälyttämään apua itselleen. Hälytys voi myös tapahtua automaattisesti sisätila- ja pihapiiripaikannuksen avulla. (18.) Pieni Piiri -palvelu on ArctiCare-järjestelmää kevyempi. Palvelu toimii yhdellä päätelaitteella eikä mahdollista kulunvalvontaa kuten ArctiCare-järjestelmä.

Kosketus on Onevisio Oy:n tuote. Onevisio Oy on suomalainen yritys, joka on lähtöisin Kouvolasta. Kosketus on kuvapuhelupalvelu, joka on tarkoitettu erityisesti ikäihmisille.

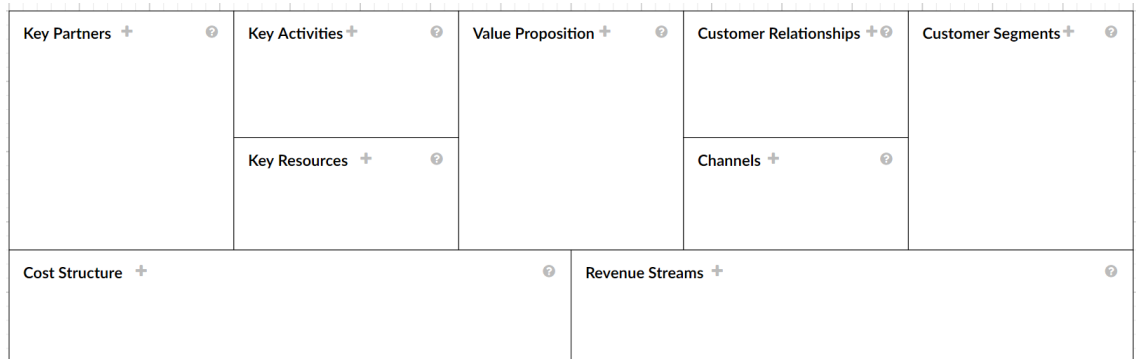
Palvelu toimii kosketusnäytöllisellä 18,5-tuumaisella laitteella, jossa on helppokäyttöinen käyttöliittymä. Laitteen avulla voi pitää yhteyttä omaisiin ja tuttaviin kuvapuheluiden avulla. Kuvapuhelu aukeaa koskettamalla henkilön kuvaa, jolle haluaa soittaa. Käyttäjä voi pyytää apua itselleen koskettamalla laitteen näytöllä olevaa Apua-painiketta. Tällöin Kosketus soittaa ja lähettää tekstiviestin henkilöille, jotka on ennalta määritelty käyttäjän palveluun. Osallistuminen tapahtumiin, kokoontumisiin ja muihin ohjelmiin on mahdollista Kosketuksen kuvapuheluiden avulla. Palvelu seuraa käyttäjän aktiivisuutta laitteen läheisyydessä ja lähettää nämä tiedot esimerkiksi omaisille. Palvelu voi myös lähettää automaattisesti ilmoituksen, mikäli laitteen lähellä ei ole liikuttu vähään aikaan. Kosketuksessa on myös kalenteri, joka muistuttaa esimerkiksi lääkkeiden otosta. Palvelu ilmoittaa, mikäli muistutukseen ei reagoida. (19.) Kosketus eroaa Pieni Piiri -palvelusta etenkin sillä, että se toimii suuremmalla päätelaitteella, joka ei ole helposti liikutettava.

3 Business Model Canvas ja Customer Development

Business Model Canvas (20.) on Alexander Osterwalderin kehittämä työkalu, jolla yritys pystyy havainnollistamaan oman liiketoimintansa eri tekijöitä ja vaikutuksia. Customer Development (4.) taas on Steve Blankin kehittämä menetelmä, jossa asiakassuhdetta rakennetaan vahvaksi ja sitä käytetään hyväksi totesuunnittelussa ja päivityksessä. Tässä työssä kuvataan projektiin vaikuttanutta toimintaa Business Model Canvas'n avulla. Customer Development -menetelmää käytetään hyväksi käyttäjähaastattelujen muotoilussa.

3.1 Business Model Canvas

Startup-yritykset käyttävät Business Model Canvas -työkalua löytääkseen oikean liiketoimintamallin. Business Model Canvas koostuu yhdeksästä erillisestä osasta, joista jokainen on tarkoitettu liiketoimintamallin eri vaikuttavalle tekijälle. Työkaluun kirjaaminen pyrkii auttamaan yritystä tunnistamaan liiketoimintamallin mahdolliset riskit ja mahdollistaa niiden hallinta. Business Model Canvas on kuvattuna kuvassa 4. (20.)



Kuva 4. Business Model Canvas'n kirjataan yritykseen liiketoimintamalliin vaikuttavat tekijät.

Business Model Canvas'n vasemmalla reunalla on paikka yrityksen sisäisille tekijöille, kun taas oikealla reunalla ovat ulkoiset tekijät. Työkaluun lisättyjen tekijöiden suhteita voidaan kuvata vaikkapa viivoin eri tekijöiden välillä. Näin yritys saa kuvan, minkälaisista elementeistä heidän suunnittelemansa liiketoimintamalli koostuu. Taulukointia voi käyttää sekä yrityksen sen hetkisen liiketoimintamallin tai uuden liiketoimintamallin visualisoimiseen. (21.) Customer Development -menetelmän kaksi ensimmäistä osiota - Cus-

tomer Discovery ja Customer Validation - testaa tekijöitä ja niiden suhteita työkalun oikeassa reunassa. Key Partners -osaan työkalua kirjoitetaan yrityksen liiketoimintaan vaikuttavat yhteistyökumppanit. Näitä voivat olla esimerkiksi laitevalmistajat. Key Activities ja Key Resources -osiot sisältävät liiketoimintamallin toimivuuteen suuresti vaikuttavaa toimintaa, kuten esimerkiksi sovelluskehitys, ja tärkeimmät resurssit, jotka mahdollistavat liiketoimintamallin. Cost Structure -osio kertoo kustannukset, jotka syntyvät liiketoimintamallin käytöstä. Osiossa on esimerkiksi henkilöstökulut, käyttöönottokoulutukset ja logistiset kustannukset. Value Proposition -osioon kirjataan arvolupaukset, joita yritys tai toimija antaa asiakkailleen. Customer Relationships ja Customer Segments -osiot kertovat, minkälaisia asiakassuhteita yritys pyrkii luomaan tai on luonut sekä asiakkaiden ryhmittelystä. Channels -osioon kirjataan Business Model Canvas:sta: täyttäessä kanavat, joita pitkin pyritään löytämään asiakkaat. Yrityksen liiketoimintamallin tulot kirjataan Revenue Streams -osioon.

Yritys luo Customer Discovery -osiossa Business Model Canvas -taulukon, jota se päivittää tiedon avulla, jota yrityksen eri tekijät ovat keränneet testatessaan tuotetta ja palvelua mahdollisilla uusilla asiakkailla. Customer Discovery -menetelmää käyttämällä yritys pyrkii ohjaamaan ja kiihdyttämään tuotteen tai palvelun kehitysprosessia. Samalla pyritään vähentämään tuotteen sijoittamisen riskiä tuntemalla asiakkaat jo ennen suuria sijoituksia itse tuotteeseen tai palveluun. Opinnäytetyössä sovelletaan erityisesti Customer Development -menetelmän Customer Discovery -osiota, koska tuotteen myyminen ja palvelun asiakasmäärän kasvaminen jäävät projektin ulkopuolelle ja yrityksen sisäisesti sovellettavaksi. Opinnäytetyössä haastatellaan tuotteen varhain omaksuneita ja käyttöönottaneita käyttäjiä.

3.2 Customer Developmentin käyttötarkoitus

Steve Blank on yrittäjä, joka on ollut mukana kahdeksan teknologiayrityksen perustamisessa kahdenkymmenen vuoden aikana – yrityksiä kuten peliyritys Rocket Science Games, supertietokoneita valmistava yritys Ardent ja tietokoneiden oheislaitteiden toimitusyritys SuperMac. Steve Blank jäi eläkkeelle vuonna 1999, jonka jälkeen hän kirjoitti kirjan ”Four Steps to the Epiphany”, jota on myös käytetty lähteenä tämän työn teoreettiseen osaan. Blank työskentelee edelleen luennoimalla yrittäjyydestä yliopis-

toissa. Hänet palkittiin vuonna 2009 opetustyöstään Stanfordin yliopistossa. (22.) Menetelmää opetetaan laajalti yliopistojen ja muiden korkeakoulujen yrittäjyys- ja innovaatio-opinnoissa.

Customer Development -menetelmän tarkoituksena on tuoda asiakaspalautte palvelun tai tuotteen aikaisesta versiosta tuotekehityksen avuksi, koska käyttäjät tietävät ,mitä he haluavat ja tarvitsevat. Näiden aikaisten asiakkaiden mukaan saaminen tuotekehitykseen kehittää yrityksen toimintaa. Kuvassa 5 on kuvattu Customer Development -menetelmän neljä eri vaihetta ja toimintatapa.



Kuva 5. Customer Development -menetelmä jaetaan neljään vaiheeseen. (23.)

Customer Development -menetelmä on jaettu neljään vaiheeseen. Nämä vaiheet ovat Customer Discovery, Customer Validation, Customer Creation ja Company Building. Menetelmää toteutetaan tavallisesti rinnakkain tuotesuunnittelun kanssa. Kahdessa ensimmäisessä vaiheessa yritys testaa ja muovaa toimintamalliaan tai tuotettaan mahdollisten uusien asiakkaiden avulla, kun taas kolmannessa ja neljännessä vaiheessa yritys parantaa oman organisaationsa toimivuutta sekä kasvattaa asiakasmääräänsä. Tarkoituksena on toistaa eri vaiheita useaan otteeseen ja testata erilaisia markkinoita ja ominaisuuksia. Testauksen epäonnistuminen on tarkoituksena tuoda lisää tietoa, jota hyödyntämällä edellisessä vaiheessa yritys pääsee eteenpäin. Tässä työssä kuvataan yhtä kierrosta Customer Discovery ja Customer Validation -vaiheessa, jonka jälkeen Pieni Piiri aloitti ensimmäisen vaiheen uudelleen.

Menetelmä on yleisesti käytössä yrittäjien keskuudessa. Se luottaa yrityksen omien oletusten testaamiseen havainnoimalla ympäristöä ja keräämällä tietoa toivotuista asiakkaista ja heidän toiveistaan sekä tarpeistaan. Havaintojen ja tiedonkeruun avulla yritys

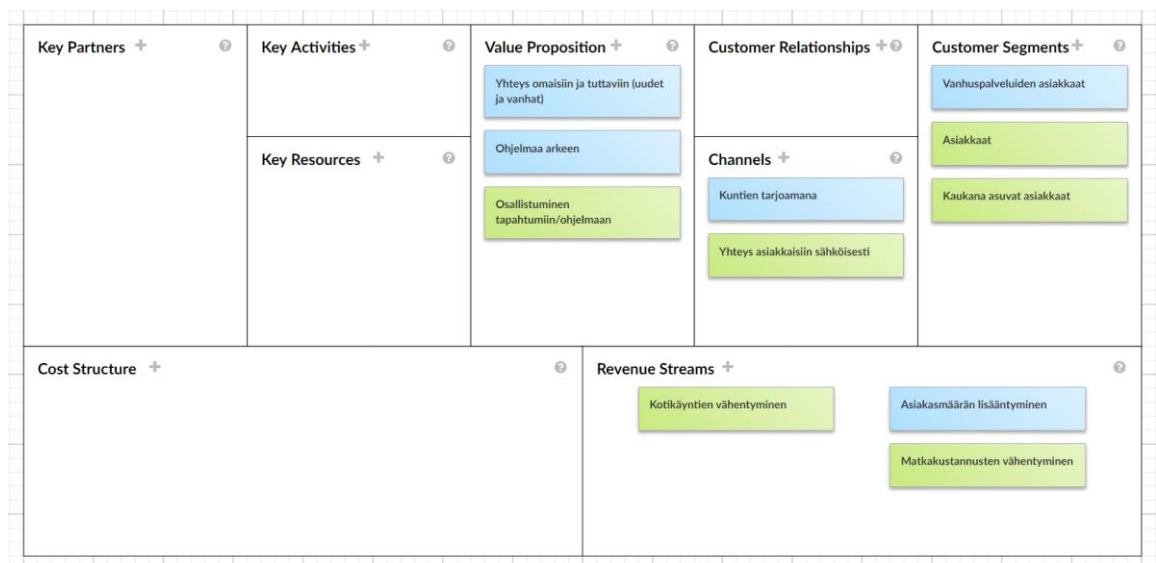
pystyy luomaan valistuneita arvauksia ja oletuksia tuotteensa tarpeesta ja mahdollisuuksista markkinoilla. (24.)

Customer Development -menetelmä on iteratiivinen, jossa uutta tietoa, jota saadaan yrityksen hypoteesien testaamisella mahdollisilla asiakkailla, prosessoidaan yhä uudelleen, jotta oletukset olisivat mahdollisimman täsmällisiä. Yrityksen tuotteen kehittäminen Customer Development -menetelmän avulla on prosessi, joka suoritetaan asiakkaiden ja muiden yrityksen ulkopuolisten kanssa vuorovaikutuksessa. (24.)

Yrityksen tulee ymmärtää Customer Development -menetelmä ja käyttää sitä ydinprosessin mallina tuotekehityksessään tai muissa yrityksen menetelmän käyttötarkoituksissa, jotta yrityksen suunnitelmien täytäntöönpano ei menettäisi päätarkoitustaan. Customer Development -menetelmän tarkoituksena on luoda suhteita sellaisten asiakkaiden kanssa, joita yritys haluaa asiakkaakseen, ja ylläpitää näitä suhteita mahdollisimman hyvin. Nämä asiakkuudet ovat yrityksen näkökulmasta yleensä ne asiakkaat, jotka tuovat yritykselle eniten tuottoa. Menetelmä suuntaa yritystä pitkäaikaisiin asiakassuhteisiin. Yrityksien myyntiä ohjaavat yleensä ensisijaisesti lyhyen aikavälin tavoitteet sekä välittömät tulot. Menetelmän käytössä ei ole tarkoitus hankkia uusia asiakkaita vanhojen asiakkaiden kustannuksella. Menetelmää käytetään eri tavoin uusien asiakkuuksien hankinnassa kuin asiakkaiden hankintojen suuntaamisessa. Customer Development -menetelmä on käyttökelpoinen sekä kuluttajamyynnissä, että silloin, kun yritys myy tuotettaan jollekin toiselle yritykselle. Suurimmassa osassa yrityksiä Customer Development -menetelmän tehtävänä on luoda lisää kauppaa uusina asiakkaina eikä asiakassuhteen parantamisessa olemassa olevien asiakkaiden kanssa. Asiakassuhteen parantaminen olemassa olevien asiakkaiden kohdalla voi tuoda tuottoa yritykselle lisämyynteinä. Asiakkaiden jakaminen ryhmiin saattaa auttaa myynnin lisäämisessä. Tällöin asiakkaita voidaan palvella valikoivasti. (25.)

Yritykset ovat käyttäneet tai käyttävät Customer Development -menetelmää muun muassa myyntinsä kasvattamisessa sekä luomalla uusia asiakassuhteita, että parantamalla olemassa olevien asiakassuhteiden tuottoa yrityksille. Esimerkiksi matkapuhelinoperaattorit ovat pyrkineet muuttamaan asiakkaiden liittymiä, jotka ovat ennalta maksettuja, kuu-kausimaksullisiin liittymiin ja myymällä näihin liittymäpaketteihin puheaika-, viesti- ja mobiilidatapaketteja. Suuret tavaratalo-yritykset taas voivat pyrkiä olemassa olevien asiakkuuksien ostomäärien kasvattamiseen etukorteilla. (26.)

Customer Development -menetelmä otettiin Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektin käyttöön ohjaavaksi teoriaksi, jotta haastatteluista saataisiin mahdollisimman paljon oleellista tietoa yritykselle palveluun myyntiin ja päivittämiseen uuteen versioon. Pieni Piiri Oy halusi saada palvelun myyntiin uudessa myyntikanavassa sekä päivittää palveluaan asiakkaille mieluisaksi. Customer Development -menetelmän kaksi ensimmäistä vaihetta, Customer Discovery ja Customer Validation, ovat ainoat vaiheet, joita tämän työn haastatteluiden teemojen valitsemiseen tarvittiin. Customer Validation -vaihetta ei päätetty sopiviin tuloksiin, jotta olisi voitu siirtyä projektin aikana seuraavaan vaiheeseen. Projektin alussa kunnat tarjosivat Pieni Piiri Oy:lle testikäyttäjiä, joiden lukumäärä ei ollut suuri. Testikäyttäjät toimivat varhaisina käyttäjinä. Palvelua alettiin muokata heille sopivaksi ja oletettiin, että palvelu ratkaisee heidän ongelmansa, kuten esimerkiksi yksinäisyyden tai turvattomuuden tunteen. Kuntien tavasta valita käyttäjät, jotka osallistuivat projektiin, ei kerrottu eikä heidän maksuvalmiudestaan ollut tietoa. Kuvassa 6 on projektin osalta vaikuttaneiden tekijöiden osalta täytetty Business Model Canvas.



Kuva 6. Business Model Canvas'n on täytetty sinisellä Pieni Piiri Oy:n ja vihreällä kunnan tekijät.

Pieni Piiri Oy haluaa luvata asiakkailleen toimivat kuvayhteyden omaisiin ja olemassa oleviin tuttaviiin sekä uusia tuttavii esimerkiksi Kahvitupa -ominaisuuden kautta. Yritys tarjoaa myös palvelun käyttäjille ohjelmaa, kuten virtuaalisia liikuntatunteja, palvelun kautta. Yrityksen tarkoituksena on tavoittaa kuntien vanhuspalveluiden asiakkaat ja haluavat testata heidän tavoittamistaan niin, että kuntien vanhuspalvelut tarjoavat palvelua asiakkailleen. Tavoitteena Pieni Piiri Oy:llä on kasvattaa asiakasmääräänsä. Kuntien

vanhustenpalvelut puolestaan pystyvät tarjoamaan asiakkailleen ohjelmaa ja mahdollisuutta osallistua tapahtumiin ilman, että heillä tavallisesti olisi mahdollista osallistua näihin esimerkiksi matkojen takia. Näin kunta voisi säästää mm asiakkaiden matkakustannuksissa. Myös vanhustaluiden kotikäyntien virtualisointi toisi kunnalle säästöä.

3.3 Customer Discovery

Customer Discovery -vaiheessa on tarkoitus löytää ensimmäiset käyttäjät, jotka ovat halukkaita ottamaan käyttöön kehitysvaiheessa olevan tuotteen. Nämä käyttäjät kokevat, että tuote ratkaisee heidän ongelmansa. Yrityksen tulee löytää uudet varhaiset käyttäjät tuotteelleen, mikäli käyttäjät eivät vastaa heidän oletustaan tuotteen optimista asiakkaasta. Varhaiset käyttäjät ohjaavat omilla tuotesuunnittelua kertomalla ominaisuuksista, joita he haluaisivat tuotteeseen sekä näkemyksillään tuotteesta ylipäänsä. Tässä vaiheessa tuotetta rakennetaan harvalle käyttäjälle spesifisti. Yrityksen tulee ymmärtää asiakkaan ongelma ja tarpeet, jonka tuotteen on tarkoitus ratkaista. (4, s. 44.)

Varhaiset käyttäjät ovat Customer Development -menetelmän mukaan yrityksen tärkeimpiä asiakkaita. He ymmärtävät, että heillä on ongelma tai tarve ja ovat aktiivisesti yrittäneet ratkaista havaitsemaansa ongelmaa. Varhaisten käyttäjien maksuvalmius ratkaisusta on korkea ja ovat valmiit maksamaan myös kehitysvaiheessa olevasta tuotteesta. Varhaiset käyttäjät ovat mahdollisesti myös ratkaisseet ongelmansa käyttäen hyväksi monia palveluita tai tuotteita. Yrityksen näkökulmasta varhaisten käyttäjien tehtävänä on ostaa tuote ja jakaa siitä positiivista tietoa tuotteesta vertaisille. (4, s. 47.) Yritys voi siirtyä tuotteen myymiseen, kun asiakkaan ongelma ratkeaa tuotteella. Myös yrityksen liiketoimintamallin tulee vaikuttaa tuottavalta ja kannattavalta. Yrityksen on koettava, että yrityksessä tiedetään asiakkaista tarpeeksi, jotta tuotetta voidaan alkaa myydä varhaisille käyttäjille. (4, s. 43.)

Customer Discovery -vaihe aloitetaan kirjaamalla ylös hypoteeseja, palvelun sisällöstä. Nämä hypoteesit ilmentävät oletuksia yrityksen tuotteesta, asiakkaista, hinnoittelusta, tuotteen kysynnästä, markkinasta. Seuraavaksi yrityksen tulee Customer Development – menetelmän mukaan testata näitä olettamuksia. Yrityksen tulee tavata potentiaalisia asiakkaita ja yrittää ymmärtää, mitä asiakkaat oikeasti tarvitsevat. Tarvittaessa, mikäli yrityksen näkemys tuotteestaan ei vaikuta ratkaisevan potentiaalisten asiakkaiden on-

gelmaa, on aikaisemmin luotuja hypoteeseja tarkistettava ja muokattava tarpeen mukaan. Kun tuote ratkaisee yrityksen näkemyksen mukaan potentiaalisten varhaisten asiakkaiden ongelman, on yrityksen aika tuoda tuotteensa näkyville asiakkaille. Customer Discovery -vaiheen lopuksi yrityksen tulee tarkistaa vaiheen tulokset; on varmistuttava, että tuote on haluttava ja ratkaisee asiakkaan ongelman, tuotteen hinta on oikea ja palvelun myyntikanava on järkevä. (4, s. 50.)

Jotta hypoteeseista ja havainnoista saadaan mahdollisimman laajoja, on yrityksen kaikilta osastoilta osallistuttava asiakasrajapinnassa toimintaan. Näin yritys kerää tietoa asiakkaista eri näkökulmilla mahdollisimman paljon. Kaikkia hypoteeseja ja tuloksia, joita yritys tuo yrityksen tietoisuuteen on kuitenkin epäroitävä eikä kenenkään oletuksia ja hypoteeseja saa pitää varmuutena. Näin tieto, jonka yritys kerää, on mahdollisimman laajaa ja helpottaa päätöksen tekemistä. Hypoteeseja on luotava ja testattava asiakkailla mahdollisimman usein ja paljon. (24.)

Customer Discovery on työtä, jota yrityksen työntekijät tekevät vuorovaikutuksessa mahdollisten uusien asiakkaiden sekä muiden ulkopuolisten tekijöiden kanssa. Yrityksen pitää tietää mitä he haluavat, jotta voivat testata oletuksiaan yrityksen ulkopuolisilla tahoilla. Yrityksen oletukset ja hypoteesit saadaan hyvin näkyville ja helposti arvioitaviksi käyttäen hyväksi Business Model Canvas-taulukkoa. (27.) Business Model Canvas on taulukko, johon yritys pystyy selkeästi kirjaamaan ja näkemään yrityksen liiketoiminnan eri osiot. Tarkoituksena on ymmärtää, mitkä tekijät voivat vaikuttaa positiivisesti yrityksen liiketoimintaan kyseisessä skenaariossa ja mitkä negatiivisesti. (25.)

3.4 Customer Validation

Customer Validation -vaiheessa tuote on saatu varhaisille käyttäjille ja halutaan varmistaa, että he vastaavat yrityksen tekemän hypoteesin mukaista asiakasta, jonka ongelmaa ratkaistaan. Heille toimitetaan tuote ja heidän käyttäytymistä tutkitaan tuotteen parissa keräten samalla tietoa, kuinka asiakkaat suhtautuvat tuotteen ominaisuuksiin. Customer Validation on tärkeä suorittaa, jotta yrityksessä tiedetään, että myynti lähtee kasvamaan halutulla tavalla. Se auttaa yritystä kehittämään myyntiprosessiaan ennakoitavaksi ja toistettavaksi uudelleen. Customer Validation jaetaan neljään osaan; myynnin valmisteluun, myymisen varhaisille käyttäjille, yrityksen sijoittumisen päättämisen markkinoilla ja validointiprosessin vahvistaminen. (4, s.109.)

Ensimmäiseksi Customer Validation -vaiheessa valmistellaan tuote ja oheismateriaali myyntikelpoiseksi ja tarkistetaan, että logistiikka palvelun myynnin tuella on toimintakykyinen. Tämän jälkeen yritys käy myymään tuotettaan. Tuotetta pyritään myymään keskeneräisenä, tai kuten Pieni Piiri Oy:n tilanteessa päivitysvaiheessa. Yrityksen ei tarvitse tätä varten hankkia itselleen myyntiorganisaatiota. Kun yritys on myynyt tuotettaan muutamalle varhaiselle asiakkaalle, tulee yrityksen tarkistaa tuotteen ja yrityksen alustava sijoittuminen markkinoilla. Customer Validation -vaiheen lopuksi yritys varmistaa, että tuote on kannattava ja ratkaisee tarpeeksi monen ongelman. Tämä käy ilmi esimerkiksi tilausten määrästä. Mikäli huomataan, että palvelun myyntikanava, myynnin tuotto tai palvelu ei vastaa Customer Discovery -vaiheessa oletettua kaavaa, palataan menetelmän aikaisempaan vaiheeseen. Palatessa aikaisempaan vaiheeseen muovataan oletuksia ja laskelmia Customer Validation -vaiheessa huomioituja asioita hyväksikäyttäen. (4, s.113.)

Customer Discovery ja Customer Validation -vaiheiden päättäminen vahvistaa yrityksen liiketoimintamallia, jonka se on muokannut ja valinnut aloittaessaan tuotteen kehittämisen. Päättämällä nämä vaiheet yritys on varmistanut olevansa oikealla markkinalla, löytänyt asiakkaansa tällä markkinalla, vahvistanut hinnoittelunsa oikeanlaiseksi ja varmistanut, että yrityksen myyntikanava toimii, kuten halutaan. Yritys testaa Customer Validation vaiheessa Business Model Canvas -taulukonsa mukaista liiketoimintamallia.

Opinnäytetyöhön kerättyä tietoa käytetään Customer Validation -vaiheen päättämiseen ensimmäisen kerran. Pieni Piiri -palvelun ensimmäiset asiakkaat uutta myyntikanavaa käyttäen osallistuivat Pieni Piiri -palvelu kuntien tarjoamana itsemaksettavana palveluna -projektiin. Pieni Piiri Oy halusi kartoituksen siitä, kuinka suuri osa projektin aikaiseen kokeilujaksoon osallistuneista käyttäjistä halusi jatkaa palvelun käyttöä maksullisena, kuinka moni olisi halukas suosittelemaan palvelua tuttavilleen sekä kuinka palvelun käyttö on vaikuttanut heidän arkeensa. Yksikään käyttäjä ei maksanut palvelun käytöstä vielä projektin lopulla. Pieni Piiri Oy jatkoi Customer Development -menetelmän käyttöä uuden sovellusversionsa tuotteistamiseksi joko palaamalla takaisin Customer Discovery -vaiheeseen tai siirtymällä menetelmän seuraavaan vaiheeseen. Palvelun myyminen testikäyttäjille oli tavoitteena projektissa. Yrityksen myyntikanavan ja liiketoimintamallin kannattavuuslaskelmat eivät kuulu opinnäytetyöhön ja ovat yrityksen sisäisiä. Uutta myyntikanavaa ei pystytty vahvistamaan projektin aikana, jonka takia yritys palasi menetelmän mukaisesti aikaisempaan vaiheeseen. Pieni Piiri Oy ei ole kertonut, kuinka palvelun myynti kuntien tarjoamana asiakkaiden itsemaksettavana palveluna on toiminut tai

jatketiinko palvelun tuomista myyntiin kuntien ja kaupunkien vanhuspalveluiden tarjoamana asiakkaiden itsemaksettava palveluna.

3.5 Customer Creation ja Company Building

Customer Creation ja Company Building ovat Customer Development -menetelmän kaksi viimeistä vaihetta, jotka keskittyvät palvelun tai tuotteen myyntiin sekä yrityksen organisaation muovautumiseen muutoksien mukana. Tavoitteena vaiheilla on saada myynnin määrä kasvamaan toivotusti ja saavuttamaan laajemmat markkinat tuotteelle. Yrityksen organisaation on pystyttävä uusiutumaan tämän haasteen edessä.

3.5.1 Customer Creation

Customer Creation on Customer Development -menetelmän kolmas vaihe. Vaiheessa yritys myy tuotettaan aikaisemmassa vaiheessa testattua myyntiprosessiaan hyväksi käyttäen. Tarkoituksena on kasvattaa yrityksen asiakasmäärää. Yrityksen tuotteesta halutaan kysytyä ja yrityksen myyntitavoitteet pyritään saavuttamaan. Myynnin kasvun onnistumiseen vaikuttaa se, minkälaisen markkinan yritys on valinnut tuotteelleen. Markkinoita, joilla yritys voi tuotettaan tai palveluaan myydä, on kolme: aikaisemmin olemassa ollut, hybridi ja uusi markkina. Yrityksen kannattaa käyttää hyväksi varhaisia asiakkaita ja kysyä heiltä, minkälaisessa markkinassa yritys heidän mielestään toimii. (28.)

Olemassa olevassa markkinassa yritys tietää, minkälaisia heidän asiakkaansa ovat ja ketä muut toimijat ovat. Olemassa olevassa markkinassa yrityksen tuotteen on erottauttava edukseen monista kilpailijoistaan tuotteensa ominaisuuksilla, jotta asiakkaat kokevut tuotteen paremmaksi kuin kilpailijoiden. Uuteen markkinaan yritys lähtee, kun he tuovat palvelun tarjolle täysin uusille asiakkaille. He tarjoavat jotakin, jota asiakkaat eivät aikaisemmin ole pystyneet tekemään, johtuen esimerkiksi hinnasta, palvelunsaannista tai osaamisesta. (26.) Hybridissä markkinassa yritys tietää olemassa olevan markkinan tavoin, minkälaisia asiakkaat ovat. Hybridissä markkinassa asiakkaat haluavat, että tuotteen hinta on kilpailukykyinen ja että asiakkaiden tarve tuotteelle on ilmeinen. (4, s 163.)

Yrityksen tulee tässä vaiheessa päättää, minkälaisen markkinan he ovat palvelulleen valinneet. Tämä valinta määrittelee toimintasuunnitelman, jolla Customer Creation -

vaihe päätetään. Samalla yritys asettaa myyntitavoitteensa ensimmäiselle vuodelle. Sitteen yritys kehittää viestejä tuotteen ja yrityksen sijoittumisesta markkinoilla – onko tuote tarkoitettu esimerkiksi harvalle luksustuotteen haluavalle vai suurelle joukolle. Tämän jälkeen yritys tuo tuotteensa selvästi markkinoille – aikaisemmin tuotetta myytiin harvoille, joille yritys itse esitteli tuotetta. Lopuksi yritys sovittaa mainostuksensa ja muun kysyntää luovan toimintansa sopivaksi myyntikanavaansa. (4, s. 171.)

Pieni Piiri Oy ei päässyt Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektin aikana Customer Creation -vaiheeseen. Yritys mahdollisesti jatkoi Customer Development -menetelmän hyödyntämistä palaamalla Customer Discovery -vaiheeseen, jotta tuote saataisiin myyntiin muulla tavoin kuin kuntien ja kaupunkien vanhuspalveluiden tarjoaman, asiakkaiden itsemaksettavana palveluna.

3.5.2 Company Building

Company Building on Customer Development -menetelmän neljäs vaihe, jossa tarkoituksena on saada yritys sisäisesti toimimaan kasvun mukaisesti. Yrityksen organisaation on oltava sellainen, että se kykenee toimimaan menetelmän alussa määriteltyjen tulosten mukaisesti ja mahdollisesti uusiutumaan markkinan mukaisesti. Yrityksen organisaation uusiutuminen oikealla tavalla mahdollistaa valtavirta-asiakkaiden saavuttamisen ja yritys pystyy myös käsittelemään suurempia asiakasmääriä. (28.)

Company Building -vaiheessa ensimmäinen tehtävä on saavuttaa valtavirta-asiakkaat. Nämä asiakkaat eivät ole samoja asiakkaita kuin tuotteen aikaiset käyttäjät, jotka ovat antaneet suuntaa tuotteen ja yrityksen muovautumiselle. Oikeaa tapaa saavuttaa suuria asiakasmääriä ei ole, eikä kuilu varhaisten asiakkaiden jälkeiseen kasvuun ole helppo ylittää. Tämä vaatii yrityksen toiminnan muuttamista ja on aina yksilöllistä, minkälaiset muutokset toimivat yrityksessä. Asiakasmäärän kasvu voi viedä vuosia. Kun valtavirran mukana kulkevia asiakkaita on saavutettu, alkaa asiakasmäärä kasvamaan ja yrityksen on tarkistettava taas omaa organisaatiotaan ja muovattava se kilpailukykyiseksi ja saada mukaan osastoja, jotka pystyvät reagoimaan muutoksiin nopeasti. (28.)

Yrityksen tulee Customer Development -menetelmän mukaan aluksi muokata organisaatiotaan ja sovittaa yhteen myynnin kasvu uuden työvoiman palkkaukseen ja muihin menoihin. Yritys arvioi myös, onko se kykenevä selviytymään kasvavasta asiakaskun-

nasta. Tarpeen tullen yritys hankkii tarvittavaa osaamista, jotta se voisi toimia liiketoimintamallin mukaisesti. Kun kaikilla yrityksen toiminta on vakaata ja myyntiä tukevaa, pyritään osastoista saamaan nopeasti reagoivia muutoksiin markkinassa. Tällöin yritys ja sen tuote ovat tarjolla uusilla asiakkailla tai vanhoilla asiakkailla uusilla ominaisuuksilla nopeammin kuin kilpailevat yritykset ja tuotteet. Jotta tämä olisi mahdollista, on kaikille yrityksen oltava ajan tasalla olevaa tietoa asiakkaista ja pystyä jakamaan tietoa yrityksen sisällä nopeasti. (4, s. 220.)

4 Asiakaskartoitus ja konseptitestausta projektissa

4.1 Palvelun käyttöönottoprosessi projektin aikana

Palvelun käyttöönotto aloitetaan yhteydenotosta kunnan tai kaupungin Vanhuspalveluihin. Yhteydenotto voi tulla joko käyttäjältä itseltään tai omaiselta, joka kokee, että käyttäjä tarvitsee palvelun tukemaan arkeaan. Tämän jälkeen kunnan Vanhuspalvelut esittelevät Pieni Piiri-palvelua käyttäjälle muun palvelutarpeen arvioinnin yhteydessä. Näin Vanhuspalvelut varmistaa, että Pieni Piiri-palvelu voi toimia asiakkaan tukena ja vaikuttaa asiakkaan hyvinvointiin lisäämällä hänelle muun muassa vertaiskontakteja, jotka ovat tavoitettavissa kotoa. Vanhuspalveluiden esittelyn jälkeen tuleva asiakas kokeilee palvelua kotonaan palveluohjaajan kanssa, joka on tutustunut palvelun toimintaan aikaisemmin. Tämän jälkeen tuleva asiakas päättää tilata kokeilujakson. (11.)

Kun asiakas on todennut, että haluaa käyttää palvelua, täyttää hän vanhuspalveluiden työntekijän ja mahdollisesti omaisen kanssa palvelun tilauslomakkeen ja valitsee ominaisuudet, jotka hän haluaa palveluunsa käytettäväksi. Tämän jälkeen Pieni Piiri Oy toimittaa asiakkaan kotiin valmiiksi asennetun laitteen hänen haluamillaan ominaisuuksilla ja antaa perehdytyksen palvelun käyttöön. (11.)

Asiakas käyttää palvelua kokeilujakson ajan, joka kattaa projektin ajan, omaisten ja muiden asiakkaalle merkityksellisten henkilöiden kanssa. Omaisesta ja muut käyttäjät käyttävät palvelua omilla laitteillaan, joihin ovat ladanneet Pieni Piiri -sovelluksen. Vanhuspalvelut toimivat asiakkaan palveluun luodun piirin "piirinmestarina", mikäli käyttäjä itse tai omainen ei tähän pysty.

Kun kokeilujakso päättyy ja asiakas haluaa jatkaa palvelun käyttöä, Pieni Piiri Oy siirtää palveluun sisältyvän laitteen ja liittymän joko asiakkaan tai hänen omaisensa nimiin. Tämän jälkeen palvelun käyttö jatkuu normaalisti maksullisena, jolloin Pieni Piiri Oy laskuttaa asiakasta tai omaista laitteesta sekä palvelun käytöstä. (11.)

Kokeilujakson lopussa suoritettavat haastattelut ovat projektin sovellus Customer Development-menetelmän ensimmäisestä osiosta. Käyttäjien annettiin vapaasti testata tuotetta itseksensä sekä ohjatusti ja heiltä kerättiin tietoa yrityksen liiketoimintamallin ja palvelun optimoimiseksi.

4.2 Tutkimusmenetelmä

Asiakaskartoituksen ja konseptitestauksen tutkimusmenetelmänä käytettiin laadullisia haastatteluja, koska osallistuvien käyttäjien määrä oli varsin pieni ja näin tutkimukseen voitiin odottaa kaikilta projektiin osallistuneilta käyttäjiltä vastausta. Vastauksia kerättiin laadullisesti, jossa haastattelija kirjasi vastauksia haastattelun teemoja seuraten käyttäjän vastausten mukaisesti. Käyttömäärää analysoitiin tutkimalla yrityksen keräämää dataa palvelun käytöstä ja vertaamalla tätä käyttäjien omaan olettamukseen palvelun käyttömäärästään.

Tutkimuksen otanta ei vastaa kvantitatiivisen eli tilastollisen tutkimuksen vaatimuksia, koska haastatteluihin ei osallistunut merkittävää määrää käyttäjiä. Osa datasta on kuitenkin käsitelty kuten kvantitatiivisen tutkimuksen tuloksia, jotta tulokset on voitu todentaa selkeämmin. Haastattelujen tulokset on luokiteltu standardoituihin vastausvaihtoehtoihin, jotta tuloksia pystyttäisiin kuvaamaan taulukoin ja kuvioin. Haastattelujen tuloksia on ristiintaulukoitu, jotta käyttäjien toimintaan vaikuttaneet taustamuuttujat saadaan ilmi. (29.)

Projektin asiakaskartoitus ja konseptitestaus suoritettiin ryhmä- ja yksilöhaastatteluina. Yksilöhaastattelut suoritettiin soittamalla Pieni Piiri -palvelulla projektiin osallistuneille käyttäjille. Käyttäjiltä haluttiin tietää heidän halukkuuttaan jatkaa palvelun käyttöä myös maksullisena projektin jälkeen, jolloin palvelu päivitetäisiin uuteen versioon, palvelun käytön vaikuttavuutta heidän arkeensa ja mahdollisia tuttavuuksia, jotka voisivat olla kiinnostuneita aloittamaan käyttämään Pieni Piiri -palvelua. Käyttäjiltä haastateltiin myös uusien ominaisuuksien vaikutusta ja kiinnostavuutta käyttäjille. Teemahaastatteluissa oli kolme

teemaa: palvelun vaikutus käyttäjän arkeen, maksuvalmius ja suositteluvalmius. Käyttäjiltä kysyttiin lisäksi taustatietoja käyttäjäprofiilien luomiseksi. Haastattelu suoritettiin kokeilujakson lopussa, kun käyttäjät olivat tutustuneet palvelun toimintaan neljä kuukautta. Jotta haastattelut olisivat vastanneet Customer Development -menetelmän mukaista konseptin testausta selkeämmin, haastatteluita olisi voitu suorittaa tiheämmin kokeilujakson aikana. Haastattelujen tuloksiin vaikuttavat sekä haastattelijoiden että haastateltavien määrät.

4.3 Ryhmähaastattelu

Asiakaskartoituksessa suoritettiin yksi ryhmähaastattelu Jyväskylässä 9. huhtikuuta 2015. Haastattelussa keskusteltiin tuotteen kiinnostavuudesta ikääntyneille käyttäjille. Käyttäjiltä haluttiin tietää, ratkaiseeko Pieni Piiri -palvelu käyttäjän ongelman osallistua vanhuspalveluiden päivätoimintaan, joka voi olla hankalaa pitkän etäisyyden toimintakeskuksen ja iäkkään henkilön kodin välillä. Käyttäjien kiinnostuneisuus teknisten laitteiden käytön oppimiseen ja mahdolliset ongelmat, jotka olivat ilmenneet sovellusta käytäessä, oli yksi keskustelun aiheista. Ryhmähaastattelun teemoina myös palvelun hinta Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektin ajan kestävän kokeilujakson jälkeen ja sovelluksen ominaisuudet tulevaisuudessa.

4.4 Yksilöhaastattelut Pieni Piiri -sovelluksella

Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektiin osallistuneita käyttäjiä haastateltiin projektin loppuvaiheessa 27. ja 29. toukokuuta 2015. Haastatteluteemat ovat nähtävissä liitteessä 1. Käyttäjiä haastateltiin etänä Helsingissä Pieni Piiri -sovellusta käyttäen. Haastateltavat käyttäjät vastasivat kotonaan puheluun. Käyttäjille oli ennen haastattelua lähetetty kirjeitse ilmoitus, jossa kerrottiin haastattelun ajankohta, jolloin heille tullaan soittamaan Pieni Piiri -sovelluksessa, sekä teemoista, joista keskusteltaisiin haastattelussa. Pieni Piiri Oy halusi tietää haastatteluiden pohjalta palvelun vaikutuksesta käyttäjien arkeen, käyttäjien halukkuudesta jatkaa palvelunkäyttöä maksullisena palveluna sekä sen, olisivatko käyttäjät valmiita suosittamaan palvelun käyttöä jollekin tuttavalleen. Lisäksi työhön otettiin osaksi käyttäjien tietotekniset taidot, jotta nähtäisiin, kuinka hyvin yrityksen oletamus palvelun sopivuudesta kenelle vaan, tietoteknisestä osaami-

sesta riippumatta, pitää paikkansa. Näin käyttäjät pystyivät valmistautumaan haastattelun ja varmistettiin, että mahdollisimman moni käyttäjä vastaisi projektin tutkimukseen. Mahdollisimman monen käyttäjän osallistuminen haastatteluun oli tärkeää, koska tutkimukseen oli saatava mahdollisimman suuri otanta. Kaikkiaan 25 käyttäjälle lähetettiin kirje haastattelusta.

Käyttäjiltä kysyttiin heidän tietoteknisen osaamisensa tasoa, jotta sen vaikutusta palvelun käyttöön voitaisiin verrata. Heikko tietotekninen osaaminen voi vaikuttaa haluun oppia uuden laitteen ja sovelluksen käyttö. Käyttäjiltä tiedusteltiin myös, kuinka paljon he käyttivät palvelua projektin aikana. Tätä tietoa pystyttiin vertaamaan palvelun keräämään dataan käytöstä. Taustatietojen tulokset voivat auttaa profiloimaan palvelun hypoteettisen asiakkaan, jolle palvelu erityisesti sopii ja varmistumaan siitä, että tuote vastaa oletettujen asiakkaiden odotuksia.

Palvelun vaikutus käyttäjän arkeen oli yksi haastattelun teemoista. Haluttiin tietää, oliko projektiin osallistuminen muuttanut heidän elämäänsä. Haluttiin tietää, kuinka palvelu on vaikuttanut käyttäjän aktiivisuuteen; onko hänen tapansa osallistua liikuntaan, yhteislauluihin tai muihin aktiviteetteihin lisääntynyt. Palvelun käytön vaikutuksesta käyttäjän virkeyteen ja terveyteen mm palvelussa jaettujen terveystietojen kautta haluttiin kuulla. Eristäytyneisyyden, yksinäisyyden ja turvattomuuden tunteen muutoksista haluttiin tietää. Vaikutuksesta käyttäjän arkeen pystytään käyttämään perusteluna palvelun käyttöön otolle vanhusten hoidon palveluntarpeen arvioinnissa.

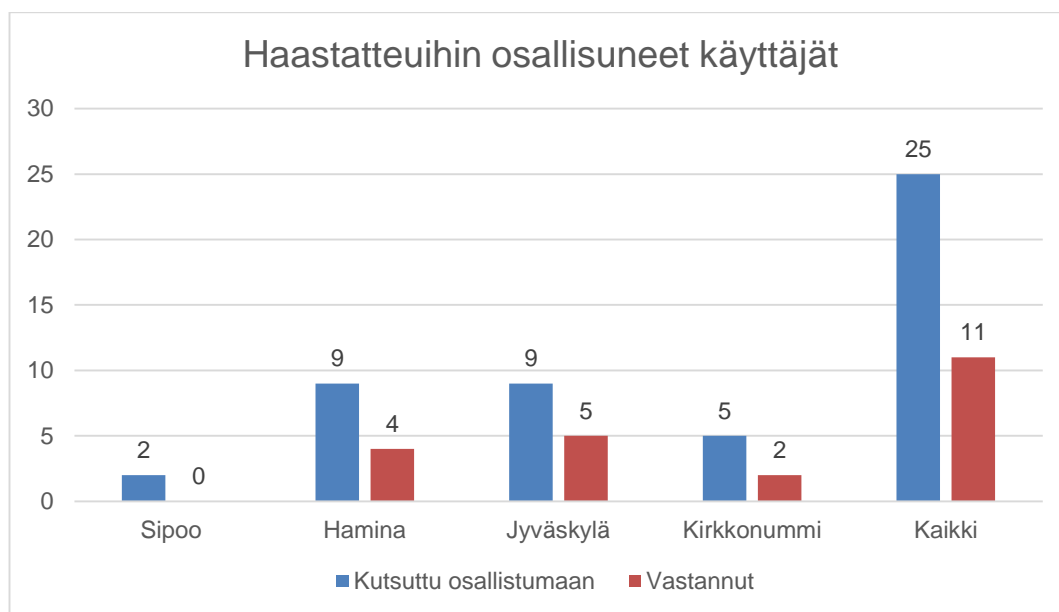
Pieni Piiri Oy halusi tietää käyttäjiltä heidän kiinnostustaan jatkaa palvelun käyttöä maksullisena koko Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektin ilmaisen kokeilujaksan jälkeen. Käyttäjille kerrottiin, kuinka paljon palvelu tulisi jatkossa maksamaan. Mahdollisia muutoksia hintaan haastateltiin käyttäjiltä. Maksuvalmius projektin lopussa määritteli pitkälti projektin onnistumisen ja huomattiin, onko palvelun hinta linjassa sen sisältöön nähden.

Haastatteluihin osallistuneilta tiedusteltiin myös, tuntevatko he ketään, jolle kokevat palvelun sopivaksi tai tarpeelliseksi. Käyttäjät, jotka olivat jo neljä kuukautta käyttäneet palvelua, pystyvät kertomaan palvelun sopivuudesta jollekin tuttavalleen. Näin palveluun voidaan saada uusia käyttäjiä, joille palvelu on mahdollisesti tarpeellinen tai sopiva.

5 Tulokset

5.1 Tutkimukseen osallistuneet käyttäjät

Tutkimuksen ryhmähaastatteluun Jyväskylässä 9. huhtikuuta 2015 osallistui kahdeksan käyttäjää, jotka olivat saapuneet paikalle. Käyttäjät olivat käyttäneet Pieni Piiri -sovellusta itsenäisesti kotonaan ja yhdelle käyttäjälle soitettiin sovellusta käyttäen, jotta hänkin pystyisi osallistumaan tapaamiseen. Yksilöhaastatteluun osallistui kaikkiaan yksitoista käyttäjää neljästä Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektiin osallistuneesta kunnasta tai kaupungista. Toukokuun haastatteluihin osallistui Jyväskylästä viisi käyttäjää, Haminaa neljä ja Kirkkonummelta kaksi käyttäjää. Sipoon käyttäjistä yksikään ei vastannut puheluun. Haastatteluihin osallistuneiden käyttäjien määrä kaikista, joille kirje haastattelusta lähetettiin, on kuvattuna kuviossa 1.

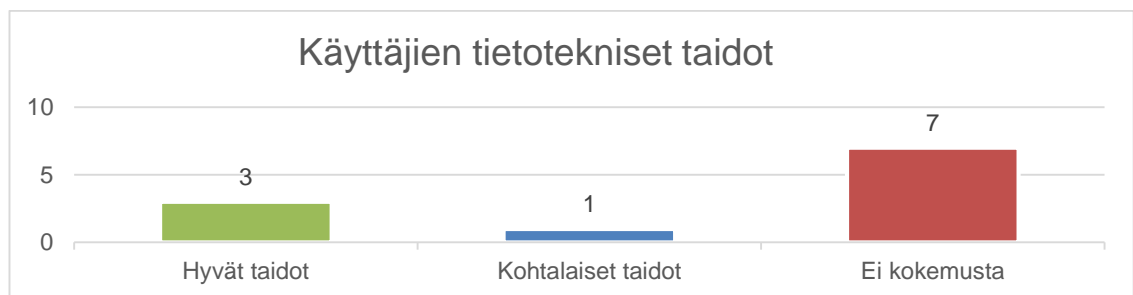


Kuvio 1. Yksilöhaastatteluihin osallistuneiden käyttäjien määrä on jaettu paikkakunnittain.

Viisi yksilöhaastatteluun osallistunutta käyttäjää oli Jyväskylästä. Käyttäjät olivat osallistuneet muun muassa kaupungin omaan piiriin – Luhtisen piiriin. Aktiivinen kaupungin oma piiri on voinut vaikuttaa haastatteluun osallistuneisuuteen positiivisesti, koska käyttäjillä on ollut piirin kautta palveluja tarjolla. Kaikki yksilöhaastatteluun osallistuneista Jyväskyläläisistä käyttäjistä olivat osallistuneet myös ryhmähaastatteluun yhdeksäs huhtikuuta. Haminaa osallistui neljä käyttäjää, Kirkkonummelta kaksi ja Sipoosta ei yhtäkään. Kirkkonummen molemmat käyttäjät olivat äidinkieleltään ruotsinkielisiä ja heitä

haastateltiin ruotsiksi. Sipoolaisten osallistumattomuus yksilöhaastatteluihin saattoi johtua siitä, että kunta osallistui vuonna 2014 tutkimukseen Pieni Piiri -palvelun sopivuudesta. Jyväskyläläisille ja Haminalaisille ilmoitus haastattelusta oli tullut postissa kotiin joko samana päivänä kuin haastattelu tai ei ollut ehtinyt perille ollenkaan. Haminalaiset käyttäjät tulivat mukaan kokeiluun hieman myöhemmin. Käyttäjien edelleen jatkuva alkuinnostus saattaa näkyä osallistumisena yksilöhaastatteluun.

Yksilöhaastatteluihin osallistuneet käyttäjät kertoivat tietoteknisestä osaamisestaan. Keskustelun pohjalta taidot jaettiin viisiportaisesti niin, että päätyarvoina oli, että käyttäjällä ei ole lainkaan tietoteknistä osaamista ja korkein arvo, että käyttäjällä on hyvät tietotekniset taidot. Käyttäjien tietotekninen tausta haluttiin tietää, koska tietoa pystytään käyttämään hyväksi palvelun tyyppillisen käyttäjän profiilin luomiseksi. Lähtökohtana Pieni Piiri Oy:llä oli, että kuka vain teknisestä taustastaan huolimatta pystyy omaksumaan sovelluksen käytön ja käyttäjille, joilla on laajemmat tietotekniset taidot, on mahdollista saada lisäominaisuuksia palveluun. Käyttäjien tietotekniset taidot jaoteltiin haastattelujen perusteella vain kolmeen ryhmään, jotka olivat ”Hyvät taidot”, ”Kohtalaiset taidot” ja ”Ei kokemusta”. Projektin yksilöhaastatteluun osallistuneiden käyttäjien jakauma tietoteknisen osaamisen perusteella kolmeen ryhmään on kuvattuna kuviossa 2.



Kuvio 2. Käyttäjien tietotekniset taidot on jaettu kolmeen ryhmään.

Haastatteluun osallistuneista käyttäjistä seitsemän, 64 prosenttia kaikista haastatteluun osallistuneista kertoi, että he eivät ole käyttäneet tietokonetta tai muuta teknistä laitetta aiemmin. Heille tietotekniikka oli vierasta. Yksi osallistujista kertoi, että hän käytti työelämässään tietokonetta, ja koki tietotekniset taitonsa kohtalaisiksi. Kolme haastatteluun osallistunutta koki, että heidän tietotekniset taitonsa ovat hyvät. Osa käyttäjistä, jotka kokivat tietotekniset taitonsa hyväksi, oli aikaisemmin osallistunut Vetreeni-palveluun, Jyväskylän yliopiston, Jyväskylän kaupungin ja Sitran kehittämän palvelun pilottiin. (20.)

Hyvät tekniset taidot omaavat käyttäjät muun muassa asioivat itsenäisesti pankkien verkkosivuilla ja käyttävät sähköpostia.

Haastatteluun pyydettiin osallistumaan kaikkiaan 25 käyttäjää. Käyttäjiä oli Haminasta yhdeksän käyttäjää, kaksi Sipoosta, viisi Kirkkonummelta ja yhdeksän Jyväskylästä. Yhdeksän käyttäjää ei ollut tavoitettavissa palvelun kautta, kun haastatteluita tehtiin. Neljä käyttäjää ei vastannut puheluun, vaikka olivatkin käytettävissä palvelun mukaan. Yli puolet Jyväskyläläisistä vastasi haastatteluun, kun muissa kunnissa jäätiin alle puoleen. Vastausprosentti yksilöhaastatteluun oli kaikkiaan 44 prosenttia. Vastausprosentti oli kohtalainen. Vastausten otanta koko ryhmästä on hyvä, koska Jyväskylän kunta tarjosi kaikkiaan käyttäjiä eniten projektiin, jolloin heiltä saatiin myös eniten vastauksia.

Yksilöhaastatteluihin osallistuneiden käyttäjien tietotekniset taidot vastaavat kohtalaisen hyvin alkuperäisiä oletuksia siitä, minkälainen Pieni Piiri -sovelluksen oletusasiakas on. Asiakkaiden hyvät tekniset taidot tulivat esiin etenkin toiveena lisäominaisuuksista sovelluksessa. Lisäominaisuutena tulikin sovelluksen päivityksen jälkeen mahdollisuus Internet-selaimeen ja sovellusten lataamiseen Google Play -kaupasta.

Suurin osa projektiin osallistuneista käyttäjistä tulivat mukaan kotihoidon työntekijän suostuttelemana. Vain yksi käyttäjä osallistui omasta innostuksestaan. Osa käyttäjistä kertoi innostuneensa palvelusta, kun Pieni Piiri Oy:n toimitusjohtaja Mikko Järvinen kävi heidän kotonaan esittelemässä palvelua ja sen toimintaa.

5.2 Ryhmähaastattelu Jyväskylässä

Käyttäjät, jotka osallistuivat Jyväskylässä yhdeksäs huhtikuuta 2015 ryhmähaastatteluun Pieni Piiri -palvelun käytöstä ja vaikutuksesta olivat saaneet palvelun käyttönsä 19. helmikuuta. Haastattelussa ilmeni, että suurin syy osallistumiseen oli ollut saada aktiviteetteja arkeen ja kunta oli tarjonnut heille mahdollisuutta osallistua projektiin. Käyttäjistä kaksi oli osallistunut Vetreeni-palveluun ja omistivat oman tablet-tietokoneen projektin ajaksi toimitetun lainalaitteen lisäksi. Käyttäjät olivat ensimmäisen kahden kuukauden aikana ehtineet tutustua toisiinsa hyvin palvelua käyttämällä.

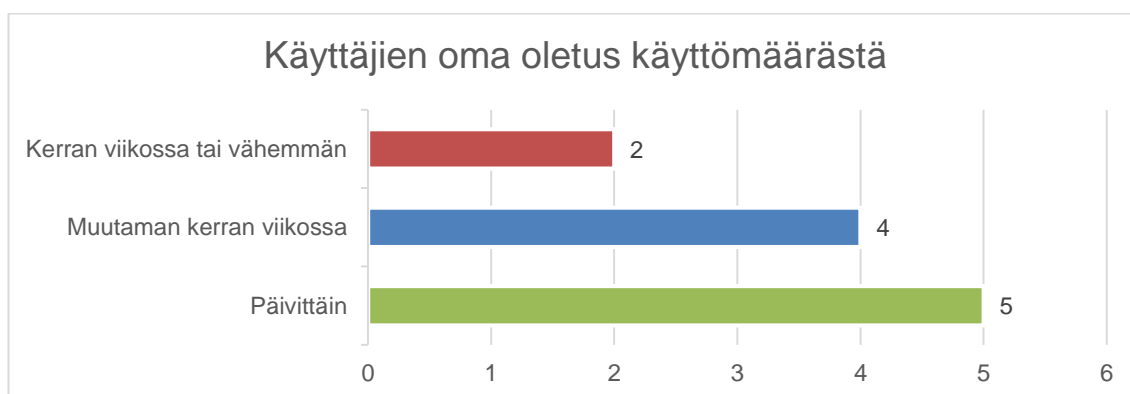
Haastatellut käyttäjät odottivat innolla Kahvitupa-kokeilua. He odottivat pääsevänsä tutustumaan muiden projektiin osallistuneiden kuntien käyttäjiä. Ongelmana palvelun käytössä oli ilmennyt hitautta käynnistäessä sekä kuvapuhelun pätkiminen ja pysähtely etenkin silloin, kun puheluun osallistui enemmän käyttäjiä kotoaan. Yhteysongelmat olivat osalla käyttäjistä ratkenneet mobiilioperaattorin vaihdolla. Luhtisen piirin tarjoamissa ohjelmissa ongelmia oli ilmennyt musiikin välityksessä, kun yhtye oli esittänyt itse kappaleita Pieni Piiri -palvelun välityksellä. Nauhalta soitettu musiikki oli käyttäjien mukaan kuulunut moitteettomasti, kuten myös puheet ja runot. Luhtisen piirin tarjoamista ohjelmista etenkin jumpat saivat erityisen paljon kiitosta. Osallistumista lähetyksessä paikallaolevien kanssa samaan tietovisaan Pieni Piiri -palvelun välityksellä pidettiin hankalana lähetyksen viiveen takia.

Palvelun käytössä ilmenneet äänenlaadun ongelmat ovat selitettävissä laitteiston rajoituksilla. Käyttäjät eivät käyttäneet kuulokkeita käyttäessään Pieni Piiri -sovellusta tablet-tietokoneiltaan, vaan äänilähteenä toimi laitteen oma kaiutin. Nauhalta soitettu musiikki on voinut kuulua selkeämmin, koska musiikkinauhaa soittava laite on voinut olla lähellä kaiuttimia, joista ääni kuuluu, jolloin taustamelu ei välity lähettävän laitteen mikrofonista vastaanottajille, toisin kuin yhtyeen esittäessä kappaleita lähetystä tekevän laitteen luota. Pieni Piiri Oy pyrki vähentämään mahdollisia kuvan viiveitä päivittämällä palvelunsa uuteen versioon. Näiden havaintojen ja vikojen ilmeneminen tulisi ohjata palvelun kehitysprosessia oikeaan suuntaan, jolloin palvelun käyttäjät olisivat tyytyväisiä sen laatuun.

Käyttäjät kokivat, että palvelun hinta tulisi määrittä sisällön ja laitteiston mukaan. Käyttäjät, jotka omisivat omat tablet-tietokoneet, eivät halunneet olla pakotettuja ostamaan toista laitetta itselleen palvelun käyttöä varten. Palvelu ei myöskään saisi maksaa käyttäjälle enemmän kuin esimerkiksi taksimatkat kotipalveluiden tapahtumiin paikanpäälle. Käyttäjät olivat tietoisia laitteistojen ja liittymien hinnoista. Nämä näkemykset ohjailevat Business Model Canvas -taulukon kustannusrakenteen kasaamista, mikäli yritys, kokee, ettei heidän liiketoimintamallinsa vastaa heidän alkuperäisiä olettamuksiaan ja hypoteesejaan. Asiakkaiden hintatietoisuus rajoittaa tuotteen tarjontaa. Yritys kokikin, että käyttäjille tarjottaisiin myös pelkkää palvelua olemassa olevalle laitteelle. Projektin jälkeen Pieni Piiri -palvelu on tarjolla Soneran verkkokaupassa, joka myy tablet-tietokoneita. Pieni Piiri Oy laskuttaa palvelun käytöstä erikseen (30.)

5.3 Käyttäjien palvelun käytön määrä

Haastatteluun osallistuneet käyttäjät kertoivat oman arvionsa heidän puheluidensa määrästä. Käyttäjät kertoivat soittavansa enimmäkseen tutuilleen, mutta myös Kahvitupa-piirin kautta tuntemattomille, tutustuen uusiin ihmisiin. Käyttäjien oma oletus omasta palvelun käyttömäärästään on kuvattuna kuviossa 3.



Kuvio 3. Käyttäjien oma oletus Pieni Piiri -palvelun käyttömäärästään on jaettu kolmeen ryhmään.

Pieni Piiri -palvelulla suoritettuun yksilöhaastatteluun osallistuneista käyttäjistä viisi kertoi, että he soittivat palvelulla tuttavalleen, omaiselleen tai jollekin muulle päivittäin. Neljä käyttäjää koki, että he käyttävät palvelua kohtalaisesti soittaen kuvapuheluita muutaman kerran viikossa. Kaksi haastatteluihin osallistujaa kertoi käyttävänsä palvelua harvoin – kerran viikossa tai vähemmän. Käyttäjien oma oletus heidän palvelun käyttömäärästään on hyvä ja osoittaa, että he ovat innostuneet käyttämään palvelua.

Kukaan käyttäjistä ei kuitenkaan kokenut, että soittaisi palvelun kanssa useaan kertaan päivän aikana lähes poikkeuksetta. Oletukset ovat käyttäjien omia tulkintoja käyttömäärästään ja tulokset ovat suuntaa-antavia. Vaikka tulokset on ryhmitelty ryhmiin ”Päivittäin”, ”Muutaman kerran viikossa” ja ”Kerran viikossa tai vähemmän”, eivät käyttäjät kuitenkaan väittäneet käyttävänsä palvelua täysin ryhmityksen mukaan. Käyttäjät, jotka on laskettu ryhmään ”Päivittäin”, kokivat, että he soittivat kuvapuheluita palvelulla lähes päivittäin. Heille päivät, jolloin he eivät käyttäneet palvelua sen ensisijaiseen tarkoitukseen – kuvapuheluun, oli poikkeus heidän oman tuntemuksensa mukaan. Haastatteluun osallistuneet käyttäjät, jotka on ryhmitetty Kuviossa 3 ryhmään ”Muutaman kerran viikossa”, kokivat itse, että soittavat kuvapuhelun useammin kuin kerran viikossa. Ryhmä, joka on sarjassa ”Kerran viikossa tai vähemmän”, kertoivat, että heidän käyttönsä on harvaa eikä

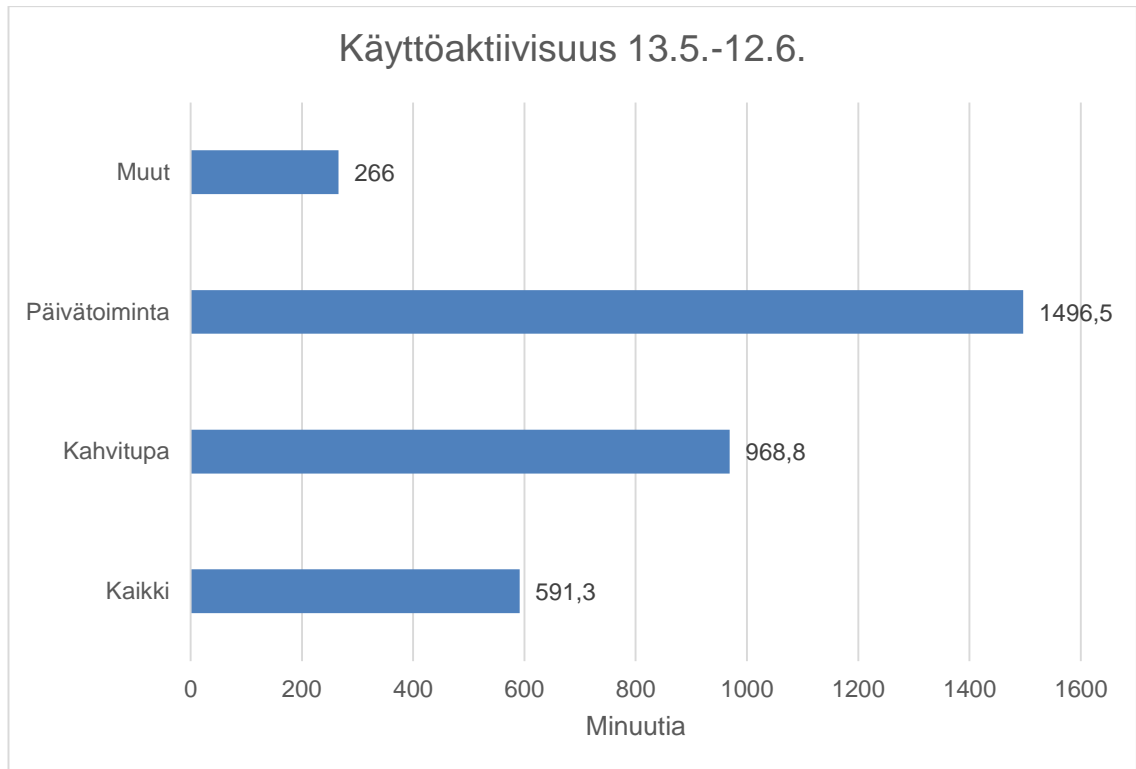
palvelun käyttömahdollisuus heidän kotonaan ole vaikuttanut heidän arkeensa juuri lainkaan.

Yksilöhaastatteluihin osallistuneista käyttäjistä ne, jotka kertoivat, että käyttivät palvelua aktiivisesti, osallistuivat Kahvitupa-kokeiluun ja pitivät tätä ominaisuutta mielekkäänä ja kokivat, että palvelu on tarkoitettu heidän kaltaisille henkilöille. Aktiivisilla käyttäjillä oli paljon kontakteja tavoitettavissa palvelun kautta ja näin he pystyivät juttelemaan monen käyttäjän kanssa samoja asioita ilman, että heidän pitäisi keksiä aina uusi keskustelunaihe saman käyttäjän kanssa. Kahvitupa auttoi myös tässä, koska kokeilun alussa Matti Kari oli ”parittanut” käyttäjät hänen taustahaastattelunsa avulla niin, että heillä oli jotain yhteistä toistensa kanssa. Tämä osoittaa, että kahvitupa-ominaisuus voi tuoda lisäarvoa palvelulla tulevaisuudessa.

Käyttäjät, jotka mielestään olivat käyttäneet palvelua vähän, eivät halunneet osallistua Kahvitupa-kokeiluun, jossa he olisivat voineet keskustella kuvapuhelun välityksellä heille ennalta tuntemattomien ihmisten kanssa. Käyttäjät olivat passiivisia eivätkä kokeneet, että palvelu on heille sopiva tai heitä varten. Nämä käyttäjät kertoivat myös, että heillä ei ole oikeita kontakteja palvelussa ja että aikaisemmat yhteydenpito tavat riittävät heille.

Ryhmästä, joka totesivat käyttävänsä palvelua kohtalaisesti ja soittavansa enemmän kuin kerran viikossa, osa osallistui Kahvitupa-kokeiluun. Käyttäjillä oli tarpeeksi tuttavvia tavoitettavissa palvelun kautta, jolloin he pystyivät soittamaan kuvapuhelun useamman kanssa. Käyttäjillä saattoi myös olla hyviä ystäviä palvelun käyttäjänä, jolloin heillä riitti keskustelunaiheita saman henkilön kanssa useammin kuin palvelua harvemmin käyttävillä.

Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut – projektiin osallistui palvelun käyttäjänä kaikkiaan 32 käyttäjää, joista kaksitoista osallistui Kahvitupa-kokeiluun. Jyväskylän kaupungin päivätoiminnan piiriin – Luhtisen piiriin – osallistui kymmenen käyttäjää. Käyttäjiä, jotka eivät osallistuneet Luhtisen piiriin tai Kahvitupa-kokeiluun, oli kaikkiaan 19. Käyttäjien keskimääräinen palvelun käyttömäärä projektin loppupuoliskolla olleen kuukauden jakson aikana on kuvattu kuviossa 4.

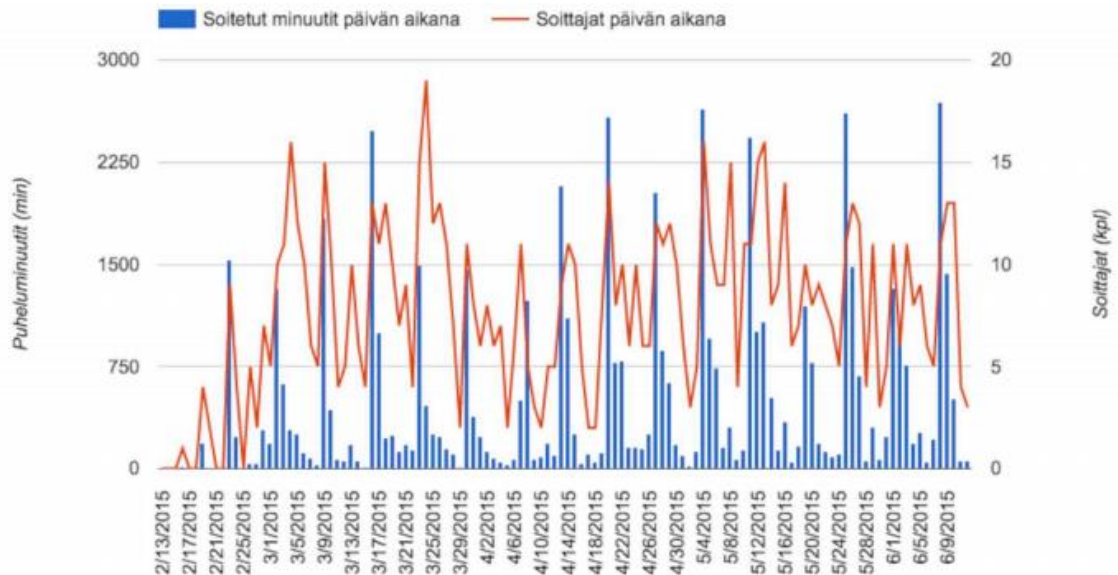


Kuvio 4. Käyttäjien keskimääräinen palvelun käyttömäärä minuuteissa on esitetty neljässä eri ryhmässä.

Jyväskylän päivätoiminnan piiriin – Luhtisen piiriin - osallistuneet käyttäjät puhuivat kuvapuheluita Pieni Piiri -palvelulla käytön seurantajakson aikana keskimäärin 1496 minuuttia eli lähes 25 tuntia. Luhtisen piirillä oli kokeilujakson aikana paljon ohjelmaa tarjolla, joka näkyy puheluminuuteissa. Luhtisen piiriin osallistui kaikkiaan kymmenen käyttäjää. Käyttäjät, jotka osallistuivat Kahvitupa-kokeiluun, puhuivat keskimäärin 968 minuuttia eli noin 16 tuntia. Projektiin osallistuneista käyttäjistä ne, jotka eivät osallistuneet Luhtisen piiriin tai Kahvitupa-kokeiluun, puhuivat kuvapuheluita keskimäärin 266 minuuttia, vajaa neljä ja puoli tuntia. Kaikkiaan palvelun kokeilujaksoon osallistuneet käyttäjät puhuivat palvelun avulla 591 minuuttia – noin kymmenen tuntia.

Kuviosta 4. näkyy, että Kahvitupa-kokeiluun osallistuneet käyttäjät olivat selkeästi aktiivisempia kuin käyttäjät, jotka eivät osallistuneet siihen eivätkä päivätoiminnan piirin ohjelmaan. Käyttäjien osallistuminen Kahvitupa-kokeiluun oli vapaaehtoista ja osallistuneet olivat sosiaalisesti aktiivisia. He halusivat jutella uusien ihmisten kanssa ja kokeilla palvelua. Luhtisen piiri tarjosi käyttäjilleen mm terveystietoja, konsertteja, yhteislauluja ja tietovisoja, jotka lisäsivät käyttäjien puheluminuutteja. Palvelun aktiivisimmat käyttäjät projektin aikana olivat Jyväskylästä.

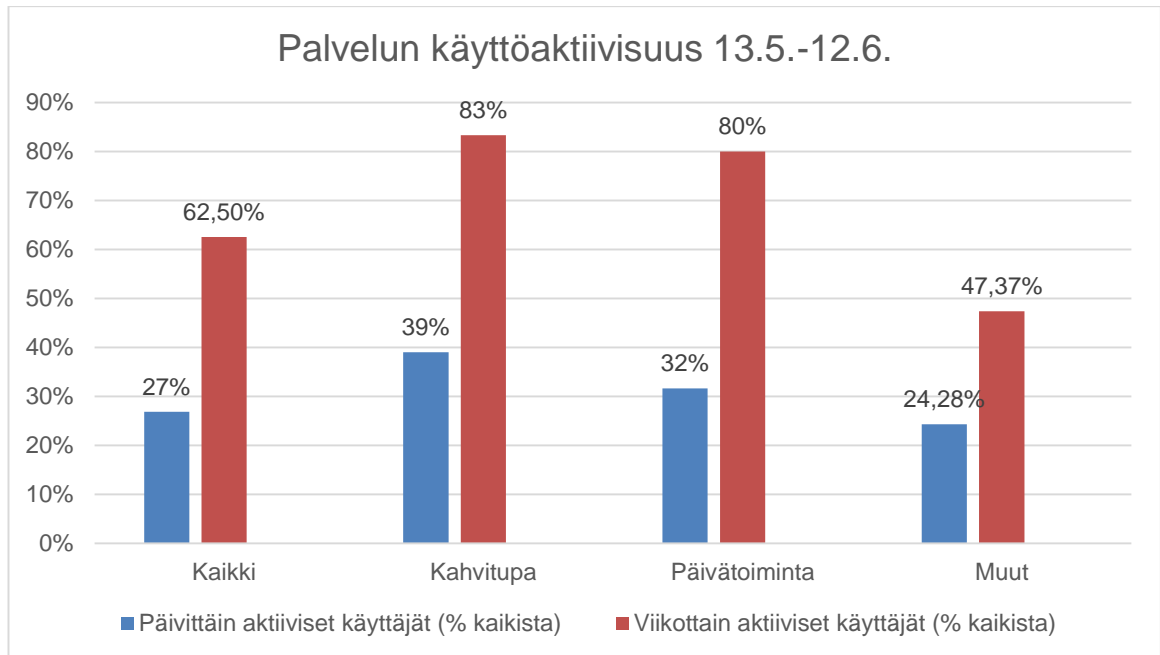
Palvelun käyttö jakautui mittauskuukauden aikana epätasaisesti. Puheluminuutit ja aktiivisten käyttäjien määrä vaihtuivat paljon päivittäin. Palvelun käyttömäärä 13.2.2015–12.6.2015 on kuvattuna kuviossa 5.



Kuvio 5. Pieni Piiri -palvelun käyttömäärä projektin aikana.

Palvelun käytössä ilmenevät selvät nousut ovat selitettävissä projektin muusta aikataulusta. Puheluiden ensimmäinen lisääntyminen on selitettävissä jyvaskyläläisten projektiin osallistuneiden kokoontumisesta Luhtisen päivätoimintakeskuksessa. Käyttäjien määrä lisääntyi hiljalleen ja soittajien määrät kasvoivat aina käyttäjien kokoontuessa tapaamaan toisiaan. Käyttäjät puhuivat kuvapuheluita enimmäkseen noin kerran viikossa, jolloin puheluminuuttien määrät nousivat selkeästi. Käyttäjää ei määrätty käyttämään palvelua tarkoin sovittuina päivinä. Käyttö perustui vapaaehtoisuuteen. Osa puheluista koostuu käyttäjien osallistumisesta kunnan vanhuspalveluiden tarjoaman ohjelman seuraamisesta.

Projektin viimeisen kuukauden aikana 13.5.2015–12.6.2015 päivittäisiä aktiivisia 20 käyttäjää eli 15 prosenttia kaikista käyttäjistä. Päivittäin palvelua käyttäneistä puolet, kymmenen käyttäjää, osallistui Kahvitupa-kokeiluun. Tämä on 29 prosenttia kaikista Kahvitupa-kokeiluun osallistuneista käyttäjistä. Projektin viimeisen kuukauden aikana aktiivisena olleiden käyttäjien päivittäinen ja viikoittainen käyttöaktiivisuus on kuvattuna kuviossa 6.



Kuvio 6. Palvelun käyttäjien päivittäinen ja kuukausittainen käyttöaktiivisuus on esitetty neljässä ryhmässä. Tulokseen ei ole otettu mukaan käyttäjiä, jotka eivät käyttäneet palvelua ollenkaan 13.5.2015–12.6.2015 välisenä aikana.

Käyttäjistä 27 prosenttia olivat aktiivisia päivittäin Pieni Piiri -palvelussa projektin aikana 13.5.2015–12.6.2015. Ainoastaan käyttäjät, jotka eivät osallistuneet Luhtisen piiriin tai Kahvitupa-kokeiluun jäivät tämän keskiarvon alapuolelle. Sama näkyy myös viikoittaisessa aktiivisuudessa, joka heillä jää noin 47 prosenttiin, kun Luhtisen piiriin osallistuneista käyttäjistä 80 prosenttia soittivat kuvapuhelun ainakin kerran viikossa mittausjakson aikana. Yli kolmannes Kahvitupa-kokeiluun osallistuneista olivat aktiivisia päivittäin. Kahvitupa-kokeilu ja muu sisältö, jota jaettiin projektin aikana Luhtisen piirin kautta, osoittautuvat käyttäjille mieluisaksi ja niille on kiinnostusta. Palvelun käyttäjät haluavat jutella uusille tuttaville ja osallistua kuoroihin, tietovisoihin ja muihin päivätoiminnan tarjoamiin tapahtumiin.

Yksi haminalainen käyttäjä kertoi kuusi kuukautta projektin päätyttyä, ettei hän ole saanut yritykseltä yhtäkään laskua palvelun käytöstä, vaikka hän oli kiinnostunut jatkamaan palvelun käyttöä maksullisena. Asiakas kertoi myös, ettei ollut saanut yhteyttä yritykseen, kun palvelu ei ollut toiminut toivotulla tavalla. Asiakkaan palvelu ei ollut joulukuuhun 2015 mennessä päivittynyt uuteen versioon. Projektin aikana yritys kertoi, että palvelu päivitetäisiin uuteen versioon projektin jälkeen. Tämä voi kertoa siitä, että yritys ei ole kokenut, että heidän kokeilemansa liiketoimintamalli olisi ollut kannattava ja ovat panneet suorittamaan Customer Discovery -vaihetta uudelleen. Mahdollisesti yritys koki,

että palvelua ei kannata myydä kuntien vanhustenpalveluiden tarjoamana palveluna. Tietoa siitä, onko Pieni Piiri -palvelua jaettu kuntien vanhustenpalveluiden tarjoamana asiakkaan itsemaksettavana palveluna kenellekään projektiin osallistuneista kunnissa ja kaupungeissa, ei ole.

5.4 Palvelun vaikutus arkeen

Yksilöhaastattelussa keskusteltiin käyttäjien kanssa palvelun vaikutuksesta käyttäjien arkeen. Käyttäjät kertoivat, että palvelu on tuonut heille tekemistä kotiin. Suurimmalta osin palvelun käyttö ei ole kuitenkaan vaikuttanut heidän arkeensa, vaikka tavalliset puhelut olisivatkin vaihtuneet kuvapuheluiksi. Palvelun käyttö vaikutti positiivisesti neljän haastatellun aktiivisuuteen. Käyttäjät osallistuivat enemmän tapahtumiin ja liikuntahetkiin. Muilla haastatelluilla palvelun käyttö ei vaikuttanut millään tavalla heidän aktiivisuuteensa. Osalle käyttäjistä ei ollut projektin aikana tarjolla liikuntatunteja tai muita tapahtumia, joten palvelun käytön vaikutusta aktiivisuuteen ei pysty tästä tekemään johtopäätöksiä. Palvelu ei kuitenkaan vaikuta aktiivisuuteen negatiivisesti. Kaikki käyttäjät, jotka kertoivat, että palvelu on vaikuttanut heidän aktiivisuuteensa positiivisesti, olivat Jyväskylästä ja olivat osallistuneet Luhtisen piirin tarjoamiin ohjelmiin. Tulokset ovat nähtävissä liitteessä 1.

Pieni Piiri -palvelun käyttö vaikutti lisäävästi haastateltujen käyttäjien hyvinvointiin. Käyttäjät kertoivat olevansa virkeämpiä ja enemmän tietoisempia terveydentilastaan. Seitsemän haastateltua käyttäjää kertoi, että palvelun käyttö on vaikuttanut heidän hyvinvointiinsa lisäten sitä joko merkittävästi tai vähän. Neljä käyttäjää kertoi, ettei palvelun käyttö ole vaikuttanut heidän hyvinvointiinsa.

Pieni Piiri -palvelun käyttö ei juurikaan vaikuttanut käyttäjien eristäytyneisyyden, yksinäisyyden tai turvattomuuden tunteeseen. Osa käyttäjistä asuivat puolisonsa kanssa tai lähellä muita omaisiaan. Käyttäjät eivät tunteneet itseään eristetyksi, yksinäiseksi tai turvattomaksi ennen palvelun käyttöä, joten palvelun käyttö ei vaikuttanut näihin tuntemuksiin merkittävästi. Yhdellä haastatellulla käyttäjällä palvelu vaikutti erittäin paljon eristäytyneisyyden tunteen vähenemiseen. Käyttäjä asui Jyväskylän laita-alueilla ja hänen oli vaikea tavata tuttavien ja osallistua päivätoimintaan ennen palvelun käyttöönottoa.

5.5 Käyttäjien maksuvalmius ja suositteluhaluus projektin jälkeen

Seitsemän käyttäjää kertoi olevansa valmis maksamaan kokeilemastaan palvelusta projektin kokeilujakson jälkeen. Käyttäjät olivat tietoisia, mistä palvelun hinta koostuisi jatkossa. Ne, joilla oli laite ja kiinteä verkkoyhteys kotonaan kokivat, että palvelun hinta ilman laitetta ja liittymää - 10 euroa kuukaudessa - on kohtuullinen. Yksikään käyttäjä ei osannut sanoa, mitä muuttaisi palvelun hinnassa. Haastateltavat, jotka eivät olleet valmiita maksamaan palvelun käytöstä kertoivat, että he eivät koe palvelulle käyttöä. Osa oli käyttänyt palvelua vain Luhtisen piirin tarjoamien jumppatunteihin osallistumiseen. Käyttäjät, jotka eivät olleet valmiita maksamaan palvelusta kokeilujakson jälkeen, eivät osallistuneet Kahvitupa-kokeiluun. Osa haastatelluista, jotka kertoivat, että he eivät ole valmiit maksamaan heille ennen haastattelua lähetetyssä esitteessä olleen hinnan, sanoivat, että he eivät pystyneet heti sanomaan, vaan tarvitsivat päätöksentekoon aikaa ja omaistensa tukea. Kahvitupa-kokeilu ja Päivätoiminnan tarjoamat ohjelmat lisäsivät käyttäjien kiinnostusta palveluun merkittävästi. Yrityksen oletus ominaisuuksien suosiosta ja tarpeesta palvelussa täsmäsi todellisuutta. Myös muut palveluun projektin jälkeisen päivityksen jälkeen tulevat ominaisuudet kiinnostivat käyttäjiä.

Kahvitupa-kokeilu osoittautui haastatteluissa tärkeäksi osaksi palvelun kiinnostavuutta. Ominaisuutta testattiin konseptina uutta sovellusversiota varten ja vaikutti kannattavalta asiakasjaotukselta, johon yrityksen kannattaisi panostaa jatkossa.

Haastatelluista käyttäjistä noin puolet osasi nimetä haastattelun aikana ainakin yhden henkilön, jolle palvelua voisi suositella. Henkilöihin, joille palvelua haluttiin suositella, otettiin toimitusjohtaja Mikko Järvisen ja perustaja Matti Karin toimesta yhteyttä ja sovitettiin aikaa palvelun esittelyyn. Henkilöiden elämäntilanne, terveydentila ja asuin sijainti olivat projektiin osallistuneiden käyttäjien perusteluita palvelun sopivuudelle heille. Yksi käyttäjä oli innostunut palvelun käytöstä niin, että halusi itse mennä esittelemään sen toimintaa naapureilleen ja tuttavilleen. Käyttäjät, jotka olivat vastahakoisia haastattelun aikana suosittelemaan palvelua jollekin tuttavalleen, kertoivat, että he eivät tunne ketään, jolle palvelu sopisi heitä paremmin. Ongelmaksi suositteluun ilmeni myös palvelun laitesidonaisuus. Osalla käyttäjien omiaisista ja tuttavista, joiden kanssa he olivat halunneet kokeilla palvelua projektin aikana, oli puhelin tai tablet-tietokone, jonka käyttöjärjestelmää Pieni Piiri ei tukenut. Kaikki käyttäjät, jotka pystyivät nimeämään tuttaviam, joille palvelua voisi suositella, olivat osallistuneet joko Luhtisen piiriin tai Kahvitupa-kokeiluun.

Käyttäjien maksu- ja suositteluvalmiuteen vaikutti heidän palvelun käyttötapaansa projektin aikana. He, jotka olisivat olleet aktiivisia ja halusivat jutella uusille ihmisille, olivat valmiimpia suositteluun palvelua tuttavilleen. Käyttäjät, jotka eivät kokeneet palvelua omakseen olivat arkoja käyttämään palvelua. He eivät halunneet tutustua uusiin ihmisiin ja luoda uusia kontakteja. Palvelun tekniset viat, kuten yhteysongelmat ja sovelluksen toimimattomuus erilaisissa laitteissa, ei vaikuttanut suuresti käyttäjien halukkuuteen jatkaa palvelun käyttöä maksullisena eikä heidän halukkuuteensa suositella sitä tuttavilleen.

Halukkuus jatkaa palvelun käyttöä ei kerro, kuinka varmaa kuntien ja kaupunkien vanhuspalveluiden tarjoamana ja asiakkaan itsemaksettavana palveluna on. Käyttäjät voivat kertoa haastattelussa, että ovat kiinnostuneita, mutta päätyä laskun tullessa kieltäytymään. Käyttäjien innokkuus palveluun voi myös heikentyä pidemmän testikäytön jälkeen. Tässä suhteessa tässä työssä ei päästy tavoitteeseen, koska kerätyillä tiedoilla ei voi osoittaa uuden myyntipolun tehokkuutta tai sen tehottomuutta. Pieni Piiri Oy jatkoi projektin jälkeen palvelunsa kehittämistä ja vei palvelun tarjolle mm Soneran verkkokauppaan.

5.6 Yrityksen liiketoiminta projektin jälkeen

Projektin jälkeen Pieni Piiri Oy palasi muokkaamaan liiketoimintasuunnitelmaansa. Lopulta palvelu tuotiin uutta myyntipolkua käyttäen. Sonera myy Pieni piiri -pakettia yhtenä osana Healthcare-palveluitaan. Pieni piiri -paketin kuukausittainen hinta on 32,37 euroa kuukaudessa. Pakettiin sisältyy Pieni piiri -palvelun lisäksi esiasennettu ja käyttövalmis Samsungin Galaxy Tab A -tablettitietokone ja Soneran Liikkuva netti S -liittymän. Pieni piiri -palvelun osuus Soneran paketin hinnassa on 10 euroa kuukaudessa. Kuukausimaksu veloitetaan vain ikääntyneen pääkäyttäjän sovelluksesta, johon ystävät ja sukulaiset voivat olla yhteydessä käyttämällä palvelua ilman lisämaksua tietokoneen internet-selainta käyttäen. Pieni Piiri Oy laskuttaa erikseen palvelunsa osuuden. (30.) Mikäli asiakkaalla on jo olemassa tablet-tietokone, jossa haluaa käyttää palvelua, voi sen ladata yrityksen verkkosivuilta (9).

Palvelun myyminen Soneran verkkokaupassa poistaa yrityksen tehtävistä laite- ja liittymämyynnin. Näin Pieni Piiri Oy pystyy käyttämään omia resurssejaan tehokkaammin

itse palvelunsa toimivuuteen ja sisältöön. Laitemyynnin ulkoistamisella tuote saa enemmän näkyvyyttä, joka mahdollistaa asiakasmäärän kasvun. Se, kuinka uusi liiketoimintamalli toimii, ei ole osa opinnäytetyötä. Se on yrityksen sisäistä tietoa.

6 Yhteenveto

Opinnäytetyö tehtiin yritykselle Pieni Piiri Oy, joka tuottaa helppokäyttöistä kuvapuhelupalvelua. Yritys käynnisti tammikuussa 2015 projektin yhdessä neljän kunnan vanhuspalveluiden kanssa, jonka tarkoituksena oli tuoda Pieni Piiri -palvelu kotihoidon tukipalveluksi asiakkaan itsemaksettavaksi palveluksi. Tavoitteena oli myös päivittää sovellus uuteen versioon. Uuden version myötä palveluun tulee uusia ominaisuuksia, joita testataan projektin aikana käyttäjillä. Opinnäytetyön tarkoituksena oli ohjata tuotesuunnittelua sekä tutkia myyntipolun tehokkuutta laadullisin haastatteluin.

Haastattelujen teoriana käytettiin Customer Development -menetelmää, joka rohkaisee palaamaan aikaisempaan vaiheeseen ja suorittamaan sama vaihe useasti. Business Model Canvas -työkalua käytettiin selkeyttämään yrityksen toimintaa projektin aikana. Työkalu tuo esille yrityksen liiketoimintamallin kaikki osatekijät, ja niiden vaikutukset toisiinsa voidaan merkitä ylös. Customer Development -menetelmää sovellettiin haastatteluihin sen kahden ensimmäisen vaiheen osalta, koska nämä vaikuttivat projektiin. Nämä vaiheet ovat Customer Discovery, jonka aikana haastatellaan mahdollisia asiakkaita ja pyritään ymmärtämään heidän tarpeensa, sekä Customer Validation, jonka aikana palvelu pyritään myymään ensimmäisille asiakkaille. Kahteen seuraavaan vaiheeseen menetelmässä ei projektin aikana siirrytty, vaan yritys palasi menetelmän ensimmäiseen vaiheeseen.

Opinnäytetyössä suoritettiin yksilöhaastatteluita ja yksi ryhmähaastattelu käyttäjille, jotka osallistuivat Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektiin testikäyttäjinä. Käyttäjät kertoivat omista näkemyksistään palvelun toimivuudesta ja esittivät kehitystoiveita. Käyttäjät osallistuivat yksilöhaastatteluihin, jotka suoritettiin soittamalla Pieni Piiri -sovelluksella tablet-tietokoneella Helsingistä asiakkaiden kotiin, nihkeästi – vain 44 prosenttia käyttäjistä vastasi haastatteluun. Kunnan työntekijöitä ja muita toimijoita ei haastateltu opinnäytetyöhön ollenkaan.

Haastatteluissa keskusteltiin käyttäjien halukkuutta jatkaa palvelunkäyttöä maksullisena ja sen vaikutusta heidän arkielämäänsä. Vaikka vaikutukset arkeen eivät käyttäjien mielestä olleet suuret, oli yksilöhaastatteluun osallistuneista käyttäjistä kiitettävä osa kiinnostunut jatkamaan palvelun käyttöä myös maksullisena palveluna.

Käyttäjiltä haastateltiin myös heidän palvelun käyttömäärää ja tätä verrattiin käyttödataan. Tuloksena oli, että käyttäjät, jotka käyttivät palvelun uusia ominaisuuksia, kuten kunnan palvelupiiriä ja kahvitupa-ominaisuutta, käyttivät palvelua aktiivisemmin kuin käyttäjät, jotka eivät näitä palveluita käyttäneet.

Ryhmähaastattelussa, joka suoritettiin noin kuukausi ennen yksilöhaastatteluita, keskityttiin enemmän palvelun toimivuuteen ja käyttäjien kokemuksiin sen toimivuudesta. Käyttäjät kokivat, että kuvapuhelu ei toiminut toivotusti, kun puheluun osallistui enemmän kuin kaksi henkilöä omilla laitteillaan kotoaan. Myös äänenlaatu ja viive koettiin haitaksi. Pieni Piiri pyrki käyttämään näitä kokemuksia apuna päivittäessään palvelua uuteen muotoon. Palvelu päivitettiin uuteen versioon alkuvuodesta 2016. Palvelu on tarjolla uudella versiolla muun muassa Soneran nettikaupassa. Päivityksen jälkeen palvelussa on saatavilla Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektin aikana testatut lisäominaisuudet.

Tämän työn tulokset vastasivat työn tilaajan oletuksia sovelluksen kehittämisen puolella. Pieni Piiri Oy oletti, että uudet ominaisuudet, joita testattiin projektin aikana, lisäisivät palvelun kiinnostavuutta ja käyttömääriä käyttäjillä. Työssä opittiin, että Pieni Piiri -palvelu ei tavoittanut toivottua määrää asiakkaita kuntien tarjoamana asiakkaiden itsemaksettavana palveluna, jotta se olisi kannattavaa.

Pieni Piiri Oy käytti tutkimustuloksia Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut -projektin raportoinnissa sekä palvelun päivityksessä uuteen versioon.

Lähteet

- 1 Aputyömiestoiminta. 2015. Verkkodokumentti. Kokkolan kaupunki, Sosiaali- ja terveyspalvelut. <http://www.kokkola.fi/palvelut/sosiaali_ja_terveyspalvelut/vanhus-ten_palvelut/kotiin_annettavat_tukipalvelut/aputyomiestoiminta/fi_FI/aputyomiestoiminta/> Luettu 30.9.2015
- 2 Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot. Verkkodokumentti. Tilastokeskus, Virsta. <<http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07/>> Luettu 10.11.2015
- 3 Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut. 2015. Pieni Piiri. Projektin materiaalit. Yrityksen sisäinen dokumentti. Luettu 7.7.2015.
- 4 Blank S. 2013. The Four Steps to the Epiphany – Successful Strategies for Products that Win. 5. Painos. K&S RANCH.
- 5 Pieni Piiri esittäytyy. 2013. Verkkodokumentti. Pieni Piiri Oy <<https://www.youtube.com/watch?v=m97YzYu8kUw>> Luettu 15.10.2015.
- 6 Pieni Piiri Oy. Verkkodokumentti. LinkedIn. <<https://www.linkedin.com/company/pieni-piiri-oy>> Luettu 2.11.2015.
- 7 Circlly by Pieni piiri. Verkkodokumentti. FundedByMe. <<https://www.fundebyme.com/fi/campaign/4934/circlly-social-media-revolution-for-the-elderly/?type=e&language=secondary&button=tile&from=browse>> Luettu 9.9.2015
- 8 IRC-galleria-konkarin uusin verkkopalvelu Leijonien kynsissä. Verkkodokumentti. 2013. Ruutu <<http://www.ruutu.fi/video/542276>> Luettu 28.10.2015.
- 9 Pieni piiri. Verkkodokumentti. Pieni piiri. <<http://www.pienipiiri.fi>> Luettu 3.3.2015.
- 10 ”Mummojen Skype” hakee pääomia joukkorahoituksella. 2014. Verkkodokumentti. Kauppalehti. <<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/mummojen-skype-hakee-paaomia-joukkorahoituksella/uVyv8qLy>> Luettu 1.10.2015.
- 11 Uudet itsemaksettavat kotihoidon palvelut. 2015. Pieni Piiri. Projektin materiaalit. Yrityksen sisäinen dokumentti. Luettu 7.7.2015.
- 12 Tilauslomake. 2015. Pieni piiri Oy. Yrityksen sisäinen dokumentti. Luettu 10.3.2015.
- 13 Pieni Piiri. Kahvitupa konseptisuunnitelma. 2015. Matti Kari. Luettu 7.7.2015
- 14 Esittelyesite. 2015. Pieni Piiri Oy. Luettu 27.5.2015.

- 15 Mobiiliteknologia voi tuoda vanhusten arkeen helpotusta ja seuraa – ja kunnille säästöjä. 2015. Verkkodokumentti. Helsingin Sanomat. <<http://www.hs.fi/tekniikka/a1443149144590>> Luettu 15.10.2015
- 16 Skype | Ilmaiset puhelut perheenjäsenille. Verkkodokumentti. Skype. <<http://www.skype.com/fi/>> Luettu 5.11.2015.
- 17 Anvia Akkuna on ikkuna kodista maailmaan. Verkkodokumentti. Anvia. <<http://www.anvia.fi/yrityksille/ratkaisut/hyvinvointipalvelut/anvia-akkuna>> Luettu 5.11.2015.
- 18 Arcticare / Arcticare-järjestelmä. Verkkodokumentti. Arcticare Technologies Oy. <<http://www.arcticare.com/arcticare.html>> Luettu 5.11.2015.
- 19 Mistä oikein on kyse?. Verkkodokumentti. Onevisio Kosketus. <<http://kosketus.com/mista-kyse/>> Luettu 5.11.2015
- 20 A Osterwalder. 2013. A Better Way to Think About Your Business Model. E-Artikkeli. Harvard Business Review. <<https://hbr.org/2013/05/a-better-way-to-think-about-yo>> Luettu 23.9.2016.
- 21 B Fritscher. 2014. Visualizing Business Model Evolution with the Business Model Canvas: Concept and Tool. Konferenssijulkaisu. Luettu 1.3.2016
- 22 About Steve. Verkkodokumentti. Steve Blank. <<http://steveblank.com/about/>> Luettu 6.11.2015.
- 23 S Blank. 2013. Why the Lean Start-Up Changes Everything. E-Artikkeli. Harvard Business Review. <<https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything>> Luettu 29.3.2016.
- 24 J. L. York, J. E. Danes. 2014. Customer Development, Innovation, and Decision-Making Biases in the Lean Startup. E-Artikkeli. Journal of Small Business Strategy. < Luettu 25.2.2016.
- 25 S Knox. 1998. Loyalty-Based Segmentation and the Customer Development Process. E-Artikkeli. European Management Journal. Luettu 25.2.2016.
- 26 L Ang. 2009. Customer Development strategies for exceeding expectations – An exploratory study. E-Artikkeli. Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management. Luettu 1.3.2016.
- 27 D Proenca. 2015. Using the Business Model Canvas to Support a Risk Assessment Method for Digital Curation. Konferenssijulkaisu. Luettu 1.3.2016.

- 28 Customer Development Methodology. 2008. Verkkodokumentti. Steve Blank. <<http://www.slideshare.net/venturehacks/customer-development-methodology-presentation>> Luettu 19.11.2015
- 29 Vanhusten palvelut. 2005. Verkkodokumentti. Terveyskirjasto. <http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=suo00058> Luettu 30.9.2015
- 30 Pidä yhteyttä lähimmäisiisi. 2016. Verkkodokumentti. TeliaSonera. <<https://www.sonera.fi/kauppa/lisapalvelut/sonera+healthcare/healthcare+yhteydenpito>> Luettu 2.2.2016.
- 31 Vetreeni-kokeilu madalsi ikäihmisten kynnystä käyttää teknologiaa. Verkkodokumentti. Sitra. <<http://www.sitra.fi/artikkelit/vetreeni-kokeilu-madalsi-ikaihmissen-kynnysta-kayttaa-teknologiaa>> Luettu 10.11.2015

Käyttjähaastattelujen tulokset

Pieni Piiri -palvelulla suoritettujen yksilöhaastattelujen tulokset teemoineen on taulukoitu:

TAUSTAA		PALVELUN VAIKUTUS			MAKSUVALMUS			SUOSITTELUV ALMILUS			Miksi / Miksi ei?		
Aikaerina	Kunta	NIMI	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.27.2015 12:26:03	Jyväskylä	Käyttäjät 1	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.27.2015 14:34:52	Hämeenlinna	Käyttäjät 2	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.27.2015 14:52:17	Jyväskylä	Käyttäjät 3	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.27.2015 16:23:39	Jyväskylä	Käyttäjät 4	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.29.2015 10:08:53	Jyväskylä	Käyttäjät 5	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.29.2015 10:24:43	Hämeenlinna	Käyttäjät 6	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.29.2015 11:17:39	Hämeenlinna	Käyttäjät 7	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.29.2015 11:46:29	Kirkkonummi	Käyttäjät 8	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.29.2015 12:03:30	Kirkkonummi	Käyttäjät 9	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.29.2015 12:37:35	Hämeenlinna	Käyttäjät 10	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?
5.29.2015 13:57:10	Jyväskylä	Käyttäjät 11	Tietoelektroniset laitteet	Miksi osallistui projektiin?	Kunne paljon käytätyt?	Miten palvelu vaikutti arkeen?	Advisuute en	Hyvin oimittin syiseen yteen	Yksinäisy Tuvatomn Halkuun jalkanaan?	Mitä muutattaisi hinnassa?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Kenenä suosittelisi palvelua?	Miksi / Miksi ei?