

Opinnäytetyö (AMK)

Sosionomi

PSOSTS15B

2017

Mervi Vuori

**DIGITAALISTEN
PERHEPALVELUIDEN
TUOTEKEHITYS
MERIKRATOKSEN
VERKKOKAUPPAAN**

TURKU AMK 
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Mervi Vuori

DIGITAALISTEN PERHEPALVELUIDEN TUOTEKEHITYS MERIKRATOKSEN VERKKOKAUPPAAN

Merikratos tarjoaa moniammatillisen osaamisensa kaikkien saataville kehittelemällä uusia digitaalisia palveluita verkkokauppaansa. Tarkoituksena oli kehittää ennaltaehkäiseviä palveluita lapsiperheiden hyvinvoinnin tukemiseksi. Ehkäisevää työtä kohdennetaan subjektiivisen hyvinvoinnin myötä hyvän sekä laadukkaan elämän edellytysten turvaamiseen. Tämä näkyy esimerkiksi pyrkimyksenä tukea perheiden hyvinvointia tarjoamalla heille tukea vanhemmuuteen ja perhe-elämän ihmissuhteisiin. Perheen hyvinvoinnin nähdään tukevan lasten ja nuorten hyvinvointia. Tukemalla vanhempia ja heidän mahdollisuuksiaan pitää huolta lapsistaan ehkäistään vaikeuksien syntymistä tai niiden syvenemistä.

Menetelmänä oli tutkimuksellinen kehittämistoiminta ja mukana palveluiden kehittämisessä oli palvelumuotoilu yritys Passi & Ripatti. Palvelumuotoilu reagoi uusiin tarpeisiin ja ympäristöihin. Palvelumuotoilun avulla luodaan asiakkaalle tämän toiveiden ja tarpeiden mukainen palvelukokemus. Suunnittelussa huomioidaan asiakkaan lisäksi palvelun tuottajan näkökulmat. Tavoitteena oli luoda palvelukokonaisuus, joka olisi asiakkaan näkökulmasta haluttava ja käytettävä, sekä palvelun tuottajan näkökulmasta tehokas ja tunnistettava.

Teknologian kehitys mahdollistaa uusia ratkaisuja asiakastarpeisiin. Monelle yritykselle digitaalinen liiketoiminta syntyy tukemaan, täydentämään ja korvaamaan yrityksen aiempia ”fyysisiä” liiketoimintoja. Jatkossa entistä enemmän palveluita ostetaan verkkopalveluiden kautta. Sähköisten palveluiden myötä lisääntyvät ihmisten mahdollisuudet huolehtia omasta terveydestään ja hyvinvoinnistaan asuinpaikasta ja palvelunantajasta riip-

pumatta. Digitalisointi mahdollistaa kokonaan uuden tyyppisten palveluiden luomisen sosiaali- ja terveydenhuollossa. Ennaltaehkäisevien palveluiden osalta tämä lisää palveluiden tarjontaa kaikkien saataville, mutta oman aktiivisuuteen perustuen.

Verkkokauppaan voi tutustua osoitteessa <https://hyvanvanhemmuudenverkkokauppa.fi/>

ASIASANAT:

digitalisaatio, verkkokauppa, ehkäisevä lastensuojelu

Mervi Vuori

DEVELOPMENT OF DIGITAL FAMILY SERVICES IN THE MERIKRATOS ONLINE STORE

Merikratos offers its multi-professional expertise to everyone by developing new digital services for the online store. The aim was to develop preventative services to support the well-being of families with children. Preventive work is targeted by subjective well-being to security the conditions of good and quality life. This is reflected in, for example, the aim of supporting families' well-being by providing them with support for parenting and family relationships. The well-being of the family is seen as supporting the well-being of children and young people. Supporting parents and their chances of taking care of their children is preventing the emergence or deepening of difficulties. The method was research development. Service-design company Passi & Ripatti was involved in the development of services. Service design responds to new needs and environments. Service design creates a service experience that meets customer needs. The design considers the views of the service provider in addition to the customer. The aim was to create a service package that would be desirable and useful from the client's point of view, and from the point of view of the service provider, effective and recognizable. Technological development enables new solutions to meet customer needs. For many companies, digital business is created to support, supplement and replace the company's earlier "physical" businesses. In the future, more and more services will be purchased through online services. With the help of electronic services, people could take care of their own health and wellbeing regardless of their place of residence or service provider. Digitization enables the creation of entirely new types of services in social and health care. About preventive services, this will increase the provision of services to everyone, but based on their own activity. You can visit the online store at <https://hyvanvanhemmuudenverkko-kauppa.fi/>

KEYWORDS:

digitization, online shops, preventive child welfare

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	8
2 PALVELUMUOTOILU TUOTEKEHITYKSESSÄ	12
2.1 Käyttäjäkeskeinen suunnitteluprosessi ja empaattinen palvelumuotoilu	12
2.2 Asiakasprofilointi ja palvelupaketti	13
2.3 Palvelumuotoilu sosiaalialalla	15
3 DIGITALISAATIO	17
3.1 Digitalisaation vaikutus ja mahdollisuudet	17
3.2 Digitalisaation kasvu- ja tuotekehitys	20
3.3 Digitalisaation mahdollisuudet sosiaali- ja terveysalalla	23
4 MERIKRATOKSEN VERKKOPALVELUIDEN KEHITTÄMISPROSESSI	25
4.1 Merikratoksen esittely	25
4.2 Lineaarisen kehittämismallin vaiheet ja sisällöt	26
5 DIGITAALISTEN VERKKOPALVELUIDEN TUTKIMUKSELLINEN KEHITTÄMINEN	29
5.1 Tutkimuksellinen kehittämistoiminta	29
5.2 Tutkimushaastattelu tiedonhankinta menetelmänä	30
5.3 Kehittämismenetelmät	35
LÄHTEET	36

KUVAT

Kuva 1. Digitaalisen markkinoinnin vaikutukset asiakkuuksiin ja asiakasuskollisuuteen.	18
Kuva 2. Malli asiakkuuden energisyydestä.	19

KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO

Konteksti	Konteksti on asiayhteys, jossa jokin tietty asia tapahtuu tai mainitaan; ympäristö, tausta ja olosuhteet jotka vaikuttavat tapahtumaan (https://fi.wiktionary.org/wiki/konteksti)
konstruointi	konstruointi on ajatusrakennelma (https://fi.wiktionary.org/wiki/konstruktio)
Preferenssi	Preferenssi on yhteiskuntatieteissä, erityisesti taloustieteessä käytetty käsite. Preferenssillä kuvataan teknisesti ihmisten mieltymyksiä eri vaihtoehtojen suhteen. Valinta voi olla todellinen tai kuvitteellinen (Wikipedia https://fi.wikipedia.org/wiki/Preferenssi)
Supporttiivinen	Supporttiivinen on tukea antava (http://www.suomisana-kirja.fi/supporttiivinen)
Validointi	Validointi, eli vahvistaminen on prosessi, jossa tarkistetaan, että prosessin kohde täyttää jotkin tietyt kriteerit (https://fi.wikipedia.org/wiki/Validointi)

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä selvitettiin minkälaisille digitaalisille perhepalveluille olisi kysyntää kulluttajamarkkinoilla. Opinnäytetyön toimeksianto tuli Merikratokselta, joka haluaa kehittää digitaalisia palveluitaan erityisesti ennaltaehkäisevien perhepalveluiden työmuotoihin. Palveluiden kehittämisessä oli tärkeää saada ensin tarkempaa kuvaa niin sanotuista asiakasprofiileista. Keskeistä opinnäytetyössä oli asiakashaastattelut, joihin tarjottiin tuki- ja palvelumuotoilijan Passi & Ripatti ja Merikratoksen henkilöstön osaamista. Asiakkaiden haastattelujen pohjalta tehtiin asiakkaiden profilointia. Opinnäytetyössä tämän asiakkailta saadun tiedon pohjalta oli tärkeää selvittää myös jo olemassa olevaa palvelutarjontaa ja löytää niitä kohtia, joista palveluita vielä puuttuu. Asiakaskunnan kysynnän ja kiinnostuksen mukaan luotiin uusia palveluita. Opinnäytetyössä yhdistyi sekä palvelujärjestelmän tutkiminen, asiakasymmärryksen lisääntyminen sekä mahdollisuus nähdä yrityksen tuotekehitysprosessia.

Merikratos tarjoaa sosiaalipalveluita, terveydenhuollon palveluita ja palveluita ammattilaisille. Sosiaalipalveluina ovat avohuollon perhepalveluiden sosiaaliohjaus, kuten perheohjaus, neuropsykiatrinen valmennus ja ammatillinen tukihenkilötyö. Lastensuojelun palveluina ovat tuki lapsen edun arviointiin, tehostettu perhetyö ja kotona tehtävä perhekuntoutus. Sijaishuollon palveluina lasten ja nuorten sijaiskoteina ovat Aapeluskodit, joita ovat tällä hetkellä kolme eri yksikköä Kaarinassa. Terveydenhuollon palveluina ovat terapia- ja neuvontapalvelut, joihin kuuluvat yksilöterapia, pariterapia ja perheterapia. Sairaanhoidajapalveluihin kuuluu psykiatristen sairaanhoidajien kattavat arviointityöskentelet, supportiiviset tukikäynnit ja työparityöskentely. Psykologit tarjoavat apua ja voimavaroja hankaliin tunteisiin ja elämäntilanteisiin. Palveluina ammattilaisille ovat sosiaali- ja potilasasiamiespalvelut, työyhteisön kehittäminen, työnohjaus ja Firstbeat-hyvinvointianalyysit. Lisäksi tarjolla on myös koulutus- ja lakipalveluita.

Ehkäisevän työn tavoitteena on lapsiväestön hyvinvoinnin lisääminen, jota on perinteisesti tarkasteltu tarpeiden ja resurssien näkökulmasta. Lasten hyvinvoinnissa keskeisimpiä tarpeita ovat kasvuun ja kehitykseen, kiintymykseen ja läheisiin ihmissuhteisiin liittyvät tarpeet. Resurssit eivät automaattisesti muutu koetuksi hyvinvoinniksi, vaan ne ovat keinoja tuottaa välillisesti hyvinvointia. Hyvinvointipolitiikan yhtenä perusoletuksena on, että hyvät ulkoiset elinolot heijastuvat pidemmän ajan kuluessa myös yksilöntajunnassa.

Toisaalta ahdistus tai syvä tyytymättömyys on hyvinvoinnin vajeita, olivatpa ulkoiset elinolot miten hyviä tahansa. Lapsiperheet ovat suhteellisesti köyhtyneet, työn epävarmuus ja kuormittavuus ovat lisääntyneet ja asumismenot ovat kasvaneet. Lisäksi palvelut ovat ohentuneet ja lasten arkea kuormittavat pitkät päivät sekä ylisuuret ja vaihtuvat lapsiryhmät. Jos perheen muutokset ovat monen tasoisia, tarvitaan ehkäisevään lastensuojelutyöhön monenlaista keinovalikoimaa. Alueellisten elämänolosuhteiden merkitys on tärkeä hyvinvoinnin edellytyksenä. Tutkimustiedot viestittävät vahvasti sosioekonomisen aseman, erityisesti koulutuksen merkitystä hyvinvointiin ja terveyteen. (Törrönen & Vornanen 2004, 162-163)

Ehkäisevä työ kohdistuu erityisesti ilmiöihin, jotka liittyvät huono-osaisuuteen ja syrjäytymiseen sekä perinteisen aineellisen huono-osaisuuden ja köyhyyden ehkäisyyn. Ehkäisevää työtä kohdennetaan nykyisin yhä enemmän subjektiivisen hyvinvoinnin vajaiden ehkäisemiseen ja hyvän sekä laadukkaan elämän edellytysten turvaamiseen. Tämä näkyy esimerkiksi pyrkimyksenä tukea perheiden hyvinvointia materiaalisten keinojen lisäksi tarjoamalla perheille tukea vanhemmuuteen ja perhe-elämän ihmissuhteisiin. (Törrönen & Vornanen 2004, 165)

Ennaltaehkäisevä lastensuojelutyö on haasteellista, koska kaikkia ihmiselle haitallisia tekijöitä ei voida eikä ole tarkoituskaan poistaa. Joskus haittoja poistettaessa voi seurauksena olla odottamattomia asioita (Giddens 1979, 5), joita ei ole osattu ennakoida ja nekin voivat olla haitallisia (Weiss 1998, 8). Ihmiset hakevat usein elämäänsä jännitystä, riskejä ja nautintoja, joista saattaa seurata haittoja. Ehkäisevän työn tavoitteet palautuvat kysymykseen hyvästä elämästä: mitä sillä tarkoitetaan ja kuka sen määrittelee? Millainen on hyvä tai riittävän hyvä lapsuus? (Törrönen & Vornanen 2004, 154)

Ehkäisevää lastensuojelutyötä vahvistaa ilmiö, jossa mitä enemmän yhteiskunta pyrkii takaamaan turvallisuutta, sitä vähemmän turvattomuutta siedetään (Evers & Nowotny 1987, 61). Tämän voi tulkita niin, että kansalaiset odottavat enemmän palveluita ja niihin kohdistuu enemmän myös odotuksia. Ammatillaiset kehittävät varhaiseen tukeen yhä hienojakoisempia auttamisen ja tuen muotoja olemassa olevan tiedon ja kokemuksen pohjalta. Lasten hyvinvoinnista huolehtiminen on aikuisten tehtävä ja heidän vastuullaan. Lasten ja nuorten kasvuoloina nähdään perhe, jota tuetaan yhteiskunnan taholta. Perheen hyvinvoinnin tukemisen nähdään tukevan lasten ja nuorten hyvinvointia. Tukemalla vanhempia ja heidän mahdollisuuksiaan pitää huolta lapsistaan ehkäistään vaikeuksien syntymistä tai niiden syvenemistä. Lasten kasvuoloihin kuuluu perheen lisäksi myös muut lapsen ja nuoren lähellä olevat ihmiset, instituutiot ja toiminnat, kuten sukulaiset,

koulu ja harrastukset. Lapsen hyvinvointia voidaan parantaa vaikuttamalla kasvuoloihin, tukemalla perhettä ja lasta palveluiden avulla, hoitomahdollisuuksilla, taloudellisella tuella sekä lapsen oikeudellisen aseman järjestämisellä. Lasten ja nuorten kasvuoloja ovat myös fyysinen ympäristö, jossa lapset ja nuoret kasvavat. Lisäksi muut sellaiset tekijät, jotka vaikuttavat heidän hyvinvointiinsa kuten kaupallisuus tai viihdetarjonta. Lapsia pyritään suojelemaan seksiä tai väkivaltaa sisältävältä ohjelmatarjonnalta. Lasten ympäristön kannalta ovat tärkeitä sekä rakennettuun, että luonnonympäristöön liittyvät tekijät. Rakennetulla ympäristöllä tarkoitetaan esimerkiksi rakennusten kuten päiväkotien ja koulujen turvallisuutta ja sisäilman laatua. (Törrönen & Vornanen 2004, 154-161)

Ennaltaehkäisevän lastensuojelutyön eettiset esteet liittyvät ainakin osittain ammattilaisten pelkoon siitä, että mahdollisesti vahingoitetaan ihmisiä puuttumalla heidän elämänsä, silloin kuin ”häiriöitä” ei vielä ole. Oletetaan, että kansalainen hallitsee suhdettaan erilaisiin riskeihin ja hänellä on mahdollisuus valita, miten hän toimii erilaisten riskien suhteen. Vastuullisuus on siinä se, että tarkkailee omaa elämäänsä ja riskejään, sekä ottaa tietoa ja tarvittaessa lastensuojelun ehkäisevän työn palveluja vastaan. Millaisia keinoja ennaltaehkäisevällä lastensuojelutyöllä pitäisi olla, jos vanhemmuutta halutaan tukea? Riittääkö tieto vai pitäisikö olla muita työmuotoja, jos halutaan saada aikaan muutosta? Millainen on ihmiskäsitys lastensuojelun sosiaalityössä, jos törmätään ”vastuuttomuuteen” ja riskialttiiseen elämäntapaan? Onko kyse vain valinnoista? Nykyään käsitellään myös entistä enemmän syyllisyyttä ja häpeää siitä, ettei olla kyetty toimimaan normien mukaan. (Törrönen & Vornanen 2004, 164-165)

Sosiaali- ja terveyspalvelujen kenttä on laajentunut niin, että julkisen sektorin rooliksi on muodostunut palveluiden koordinointi, ei vain niiden tuottaminen. Kunnat voivat ostaa ehkäisevän työn palveluja myös järjestöiltä ja yksityisiltä palveluntuottajilta. Ennaltaehkäisevä lastensuojelutyö on keskeisesti monisektorista ja moniammatillista työtä. Verkostoituminen ja sen ylläpito vievät aikaa ja tarvitsevat yhteistyötä tukevia rakenteita ja vuoropuhelua eri toimijoiden välillä. (Törrönen & Vornanen 2004, 168-169)

Sosiaali- ja terveysministeriön Hyvinvointi 2015 -ohjelmassa painotetaan ennaltaehkäisevien palveluiden merkitystä ja sen tavoitteena on kehittää ja lisätä ennaltaehkäisevää toimintaa sekä varhaista puuttumista. Tavoitteena on lisätä ihmisten hyvinvointia, sosiaalista turvallisuutta ja ehkäistä sosiaalisten ongelmien syntymistä. Ohjelmassa on ajatuksena kehittää palveluita vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeisiin. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2017.)

Hyvinvointi voidaan jakaa kolmeen eri osa-alueeseen: terveyteen, materiaaliseen hyvinvointiin ja koettuun hyvinvointiin tai elämänlaatuun. Yksilölliseen hyvinvointiin kuuluvat lisäksi sosiaaliset suhteet, itsensä toteuttaminen, onnellisuus ja sosiaalinen pääoma. Hyvinvointiin vaikuttavat elinolot, työllisyys, toimeentulo ja koulutus. (THL 2017.)

Ihmisen hyvinvointi on aina subjektiivinen kokemus. Hyvinvoinnin kannalta olennaista on osata jakaa aika ja voimavarat riittämään erilaisten arkirutiinien hoitamiseen kuten lastenhoitoon, töihin, harrastuksiin ja tunne-elämän hoitamiseen. Perheen hyvinvointiin vaikuttavat vanhempien terveys, työ ja siinä jaksaminen sekä vanhempien omat lapsuuden kokemukset. Tärkeitä ovat perheen yhdessä koetut hetket esimerkiksi pelien, leikkien ja jutteluhetkien parissa. Ne voivat olla perheelle voimaannuttavia kokemuksia. Haasteena hyvinvoinnille voivat olla esimerkiksi pienituloisuus tai vanhempien jaksaminen. Väsymys voi aiheuttaa perheessä oravanpyörän, koska väsymys aiheuttaa ärtymystä ja ärtymys puolestaan riitoja. Riidat taas edelleen jaksamattomuutta ja negatiivisia tunteita. (Lammi-Taskula & Salmi 2009, 50, 60-64, 234.)

2 PALVELUMUOTOILU TUOTEKEHITYKSESSÄ

2.1 Käyttäjäkeskeinen suunnitteluprosessi ja empaattinen palvelumuotoilu

Palvelumuotoilussa tuotekehityksen painopiste on uusien ideoiden kehittämisessä asiakkaiden kanssa tehdyn luovan työn pohjalta. Palvelumuotoilu yhdistää kulttuurisen, sosiaalisen ja inhimillisen vuorovaikutuksen. Kehitettävillä uusilla palveluilla voidaan tehdä tuotteita haluttavimmiksi tai mahdollistaa niissä uusia ominaisuuksia. Yritykset tarjoavat yhä enemmän palvelun ja tuotteen yhdistelmiä. Palveluiden suunnittelussa asiakkaan ja suunnittelijan välillä jaetaan tietoa, toimintaympäristön tuntemusta ja historian ymmärtämistä. Palvelumuotoilu haastaa muotoilijat työskentelemään ihmisten kanssa, joten työssä tarvitaan uusia menetelmiä. Käyttäjälähtöisyys on ollut itsestäänselvyys jo aiemmin, mutta palvelumuotoilussa se vaatii vielä tiiviimpää työskentelyä asiakkaan ja yhteisöyökymppanien kanssa. (Miettinen 2011, 21-23)

Ihmiskeskeisten vuorovaikutteisten järjestelmien käyttäjäkeskeinen suunnitteluprosessi perustuu ISO 13407 – standardiin, joka on kehitetty sisällyttämään käyttäjän tarpeet suunnitteluprosessiin. Prosessilla on neljä vaihetta: ymmärtäminen ja kontekstin kartoitus, käyttäjän profilointi, suunnitteluratkaisujen tuottaminen ja arviointi. Palvelulle muodostuu arvo, joka perustuu ihmisten saamiin kokemuksiin palveluiden välityksellä. Yhteissuunnitteluprosessi mahdollistaa sen, että asiakas rakentaa yhdessä yrityksen kanssa palvelukokemuksen, joka sopii hänen tarpeisiinsa ja toimintaympäristöönsä. Asiakas muokkaa palvelua osana palvelukokemusta, josta hyvänä esimerkkinä ovat sosiaalisen median palvelut, jossa palvelun käyttäjä samalla tuottaa suuren osan palvelun sisällöstä. (Miettinen 2011, 23-25)

Palvelumuotoilu reagoi uusiin tarpeisiin ja ympäristöihin. Käyttäjät tuottavat tietoa, jota tulkitsemalla voidaan suunnitella tai kehittää palveluita. Muotoilijan täytyy ymmärtää, miten palvelujen arvo, merkitys ja käyttötavat eri tilanteissa liittyvät käyttäjien arkeen. Ihmisten tarpeet ja ongelmat muuttuvat sosiaalisen, teknologisen ja taloudellisen elinympäristön muuttuessa. Palvelumuotoilussa korostuvat käyttäjäkokemuksen eri osa-alueet kuten tuotteen käytön muodostamat merkitykset, tuotteen käyttämiseen liittyvä toiminnallinen ympäristö, käyttäjän persoona ja sosiokulttuurinen konteksti, uutuusarvo, käyttöön ja omistamiseen liittyvät fyysiset ominaisuudet ja etiikka. (Miettinen 2011, 26)

Palvelumuotoilun avulla luodaan asiakkaalle tämän toiveiden ja tarpeiden mukainen palvelukokemus. Suunnittelussa huomioidaan asiakkaan lisäksi palvelun tuottajan näkökulmat. Tavoitteena on luoda palvelukokonaisuus, joka on asiakkaan näkökulmasta haluttava ja käytettävä sekä palvelun tuottajan näkökulmasta tehokas ja tunnistettava. Palvelumuotoiluprosessi alkaa asiakasymmärryksen kasvattamisella ja käyttäjäkokemuksen ymmärtämisellä. Empaattisen muotoilun tavoitteena on tunnistaa piilevät asiakastarpeet. Piilevät tarpeet ovat uusia ratkaisuja tai tuotteille asetettuja vaatimuksia, joita asiakkaat eivät edes tiedä haluavansa tai eivät osaa kuvitella. Teknologian kehitys mahdollistaa uusia ratkaisuja asiakastarpeisiin. Empaattisen muotoilun keinoin pystytään laajentamaan ajattelua jo olemassa olevien palveluiden ja tuotteiden ulkopuolelle. Empaattisessa muotoiluprosessissa tutkijat havainnoivat ihmisiä näiden tavallisessa koti- ja työympäristössä, jotta nähdään miten he käyttävät palveluja tai tuotteita ja ovat vuorovaikutuksessa niiden kanssa. Empaattisen muotoiluprosessin vaiheet ovat: 1) havainnointi, 2) tiedon kerääminen, 3) tiedon ymmärtäminen ja tulkinta, 4) mahdollisten ratkaisujen ideointi ja 5) koemallien eli prototyyppien kehittäminen mahdollisista ratkaisuista. (Leonard & Rayport 1997) (Miettinen 2011, 31-32)

2.2 Asiakasprofilointi ja palvelupaketti

Asiakasprofiilien avulla kuvataan asiakkaiden tarpeiden pohjalta asiakasryhmien niin sanotut arkkityypit, jotka perustuvat asiakkaista kerättyihin tietoihin. Tietoa voidaan kerätä asiakkaista erilaisin menetelmin esimerkiksi haastatteluiden ja havainnoinnin avulla. Asiakasprofiileja voi kuvata monesta näkökulmasta, joten on tärkeää pitää mielessä, mikä niiden päätarkoitus on. Asiakasprofiloinnin tarkoitus on olla hyödyllinen työkalu, jonka avulla palvelua tuottava taho saa ymmärryksen asiakkaiden tarpeista ja käyttäytymismalleista. Määrällisesti 3-5 asiakasprofiilia on todettu sopivaksi, koska useampien profiilien ja niiden eroavaisuuksien hahmottaminen ei yleensä tuo enää lisäarvoa suunnittelun tueksi. (Passi & Ripatti 2016, asiakasprofiili)

Asiakasprofiilit voivat olla esimerkiksi ”arjen sankari”, joka tekee kaiken itse ilman palveluita. Vastaavasti toinen profiili voisi olla ”avunvastaanottaja”, joka etsii helposti tietoa askarruttavista aiheista ja hakee itselleen apua ja tukea arjen haasteisiin. (vrt. Passi & Ripatti 2016, asiakasprofiili) Asiakasprofiilien vertailu ja tulkinta tapahtuu helpoiten sijoittamalla ne nelikenttään, jolloin profiilien eroavaisuudet on helppo havainnollistaa ja sen avulla organisaatio saa yhteisen kielen, jolla asiakkaista voi puhua (Passi & Ripatti 2016).

asiakasprofiilien nelikenttä). Erilaisilla asiakasprofiileilla on erilaisia tarpeita myös ajankohtien osalta. Arjen tarkastelu viikkorytmi-työkalun avulla auttaa hahmottamaan millä rytmillä arki pyörii. (Passi & Ripatti 2016. viikkorytmi)

Palvelupaketti määrittää mitä palveluita palvelutuotteessa täytyy olla asiakkaan tarpeiden täyttämiseksi. Palvelupaketit voidaan jakaa ydinpalveluihin ja liitännäispalveluihin. Ydinpalvelu vastaa asiakkaan keskeiseen ostotarpeeseen. Jotta asiakkaat käyttäisivät ydinpalvelua, tarvitaan sitä täydentäviä liitännäispalveluja. Liitännäispalvelut voidaan jakaa avustaviin palveluihin ja tukipalveluihin. Avustavat palvelut ovat usein välttämättömiä, jotta asiakkaat voisivat helposti käyttää ydinpalvelua. Tukipalvelut eivät ole välttämättömiä ydinpalvelun käyttämiseksi, sillä ne vastaavat asiakkaiden toissijaisiin tarpeisiin. Tukipalvelut tekevät ydinpalvelun käyttämisen miellyttävämmäksi, lisäävät palvelun arvoa ja erilaistavat palvelun kilpailijoiden tarjonnasta. Palvelupaketti tulee nähdä laajempina kokonaisuutena, johon vaikuttavat palvelun saatavuus, palveluorganisaation vuorovaikutus asiakkaan kanssa ja asiakkaan osallistuminen. Palveluiden saatavuus muodostuu asiakkaan kokemuksesta palvelun ostamisen ja kuluttamisen helppoudesta tai vaikeudesta. Kokemukseen vaikuttavat palveluntarjoajan henkilöstön määrä ja osaaminen, aukioloajat, sijainti ja ulkonäkö. Asiakkaan vuorovaikutukseen palveluorganisaation kanssa vaikuttaa esimerkiksi henkilöstön käyttäytyminen ja kommunikointi, palveluntarjoajan järjestelmien ja rutiinien selkeys, laitteiden ja automaattien käytön ymmärrettävyys ja helppous, sekä muiden asiakkaiden vaikutus. Asiakkaan osallisuudella tarkoitetaan asiakkaan omaa vaikutusta, siihen millainen palvelukokemus asiakkaalle muodostuu. Esimerkiksi, jos asiakas ei pysty antamaan oikeaa tietoa tarpeestaan ei siihen välttämättä pystytä tarjoamaan palveluista asiakkaan tarpeita tyydyttävää ratkaisua. (Koivisto 2011, 43-46)

Palvelun tarjoaja on suunnitellut palvelun tarjoamiseksi tuotantoprosessin, jonka läpi asiakkaat kulkevat luoden oman yksilöllisen polkunsa. Palveluntuottaja voi tarjota asiakkaalle useita vaihtoehtoisia tapoja ja kanavia kuluttaa tietty palveluprosessin vaihe. Usein yksittäinen palveluntarjoaja ei pysty tuottamaan palveluja kaikkiin asiakastarpeisiin, joten palvelupolkuun kartoitetaan myös muiden tuottajien palveluita. (Koivisto 2011, 50-51)

2.3 Palvelumuotoilu sosiaalialalla

Palvelumuotoiluyritys Passi & Ripatti (2017) kertoi nettisivuillaan tehneensä asiakaslähtöistä palvelukehitystä Kainuussa, jossa oli mukana Kuntaliitto ja Kainuun sosiaali- ja terveydenhuollon kuntayhtymä. Asiakkaan tarpeena oli määrittää, mitä ovat kuntalaislähtöiset lähipalvelut ja kunnan rooli lähipalvelujen monituottajamallissa. Samalla tarkasteltiin asiakastiedon, asiakasymmärryksen ja asiakastarpeiden sitomista päätöksentekoprosessin eri vaiheisiin. Lopputuotteena oli tarkoitus pilotoida asiakaslähtöisesti tuotettuja uusia palvelukonsepteja. Projektissa käytettyjä design-menetelmiä olivat: asiakasymmärrys, palvelukartta, päiväkirjat, asiakasprofiilit, osallistava budjetointi, yhteiskehittäminen ja konseptointi, empatiakartta, konsepti, arvolutaus, asiakaspolku, mittarit, roolit, tehtävät ja työkalut, sidosryhmäkartta, prototyyppi, pilotointi, operointimalli ja lopputulos.

Asiakaslähtöinen palveluiden kehittäminen toteutettiin Kajaanissa kevään 2014 aikana. Palveluluotain-prosessi monistettiin syksyllä kuudessa muussa Kainuun kunnassa (Hyrynsalmi, Kuhmo, Paltamo, Ristijärvi, Sotkamo ja Suomussalmi). Projektin tavoitteena Kainuussa oli määrittää, mitä ovat kuntalaislähtöiset lähipalvelut ja kunnan rooli lähipalvelujen monituottajamallissa. Tulevaisuuden lähipalveluja tarkasteltiin kolmen työpajan sarjana yhteistyössä kuntalaisten, palvelujen kehittäjien, järjestöjen, yritysten ja päättäjien kanssa. Kainuun palveluluotain -prosessin tarkoituksena oli avata keskustelua asiakaslähtöisestä kehittämisestä, tarkastella palveluverkkoa lähipalvelujen ja asiakkaan näkökulmasta sekä tuoda lähipalvelujen määrittely osaksi aluekehittämistä. Palvelumuotoilun menetelmien avulla pyrittiin saamaan esille erilaisissa elämäntilanteissa olevien ihmisten erilaiset tarpeet ja luomaan mahdollisimman kattava kuva lähipalveluista eri toimijoiden ja käyttäjien näkökulmasta. Lisäksi selvitettiin, miten nykyiset lähipalvelut vastaavat kuntalaisten ja palvelujen käyttäjien tämän hetken ja tulevaisuuden tarpeita. (Suomen kuntaliitto 2017)

Asiakaslähtöisyys päätöksenteossa -prosessissa tarkasteltiin asiakastiedon, asiakasymmärryksen ja asiakastarpeiden sitomista päätöksentekoprosessin eri vaiheisiin. Prosessin aikana seurattiin Kainuussa pilotoitavaa asiakkaiden itse suunnitteleman palvelupilottin toteutusta osana kehittämisen ja päätöksenteon prosessien yhteensovittamista. Palvelupilotti perustui aiemmin Kainuussa kerättyyn asiakastietoon ja kuntalaisten itse ideoihin palvelukonsepteihin. Prosessissa olennaisena osana oli seurata, mitä vaiheita

päätöksenteossa oli tapahduttava, jotta asiakaslähtöinen konsepti voidaan toteuttaa ja sitä olisi mahdollista seurata. (Suomen kuntaliitto 2017)

Tutkimuseettisen neuvottelukunnan mukaan tutkimukseen osallistumisen tulee olla vapaaehtoista ja sen voi keskeyttää milloin haluaa. Tutkittaville on kerrottava tutkimuksen aihe, mihin tutkimusta käytetään ja kauanko esimerkiksi haastatteluun menee aikaa. Lisäksi tutkittaville tulee kertoa tutkijoiden yhteystiedot ja tutkimuksen säilytyspaikka. Lisäksi tulee noudattaa tutkittavia arvostavaa kohtelua sekä tutkittavia kunnioittavaa kirjoittamistapaa. Tietosuoja ja yksityisyys on huomioitava tutkimuksessa. Asiakas ei saa olla tunnistettavissa julkaistussa tekstissä ja mahdolliset salaiset materiaalit tulee käsitellä, säilyttää ja poistaa asianmukaisesti. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2009.)

3 DIGITALISAATIO

3.1 Digitalisaation vaikutus ja mahdollisuudet

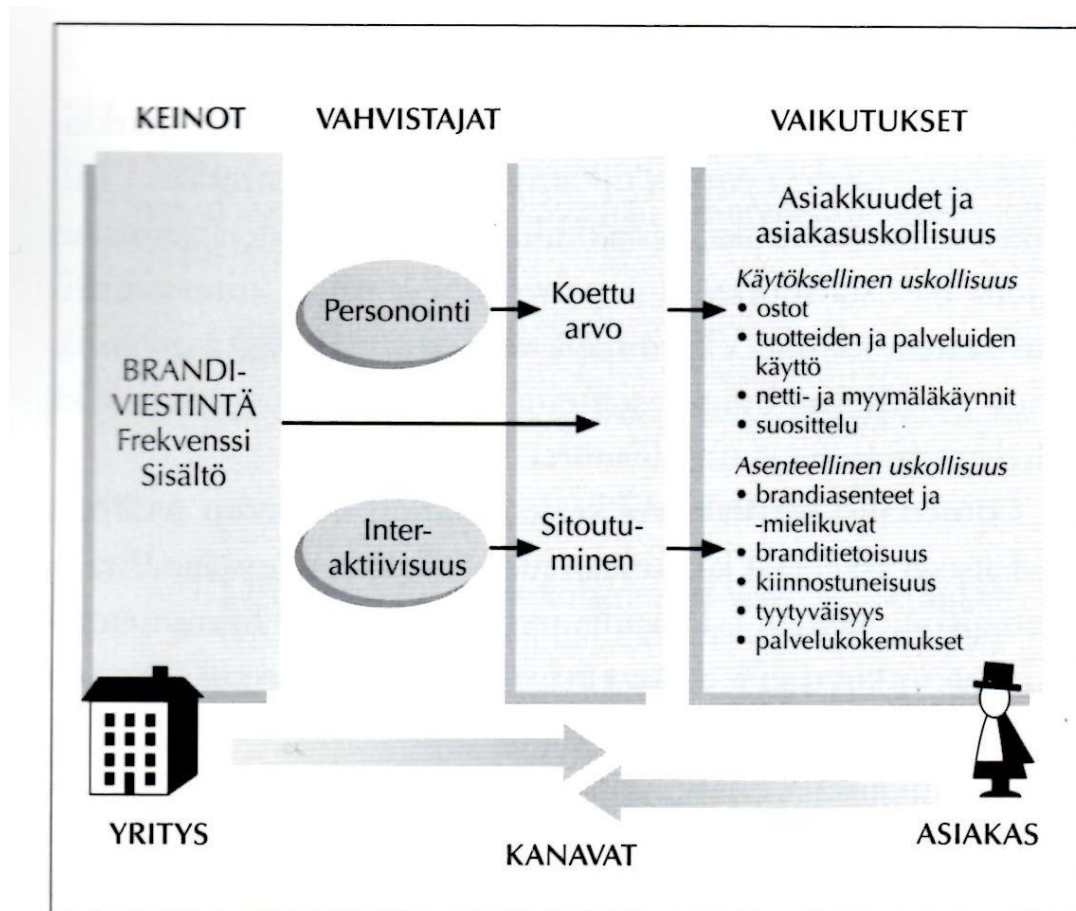
Digikanavat mahdollistavat sen, että asiakas valitsee sisällön mitä haluaa tietää, kanavan mistä sen haluaa katsoa ja ajoituksen, milloin haluaa sen tehdä. Näin ollen yrityksen on äärettömän tärkeää tuntea asiakkaidensa kiinnostuksenkohteet ja ajoitukset sekä kanavapreferenssit. Myönteinen vaikutus asiakassuhteisiin saadaan, kun yritys on yhteydessä asiakkaisiinsa säännöllisesti, oikea-aikaisesti ja riittävän usein. Kontaktit ja yhteydenpito pitää nähdä aidosti kahdensuuntaisena. Yrityksen kannattaa oman yhteydenpidon lisäksi rohkaista asiakasta dialogiin ja avata asiakkaalle kanavat olla yhteydessä, kysyä, hakea tietoa, antaa palautetta, osallistua tuotekehitykseen ja muuhun vuorovaikutukseen yrityksen ja muiden asiakkaiden kanssa. (Merisavo ym. 2006, 32-33)

Digitaaliset kanavat luovat uusia reaaliaikaisia ja vuorovaikutteisia mahdollisuuksia, jotka ovat samalla kustannustehokkaita. Asiakassuhde- ja asiakaspohjainen ajattelu mahdollistavat sellaisen asiakaspalvelun ja viestinnän kehittämisen, jossa markkinoija voi reagoida heti, kun asiakkaan tilassa tai kiinnostuksessa tapahtuu jotakin esimerkiksi muutos ostokäyttäytymisessä, kysely tai tiedustelu, käynti myymälässä tai verkkosivuilla. (Merisavo ym. 2006, 32-33)

Asiakkaalle positiiviset vaikutukset syntyvät, kun asiakkaat kokevat arvoa saamistaan viesteistä. Koettu arvo voi syntyä uudesta tiedosta, tuote- tai käyttöopastuksesta, muistamisesta ja välittämisestä, viihteellisyydestä tai yhteisöllisestä viestinnästä muiden asiakkaiden kanssa. Digitaalista asiakassuhdeviestintää voidaan myös tarkasti kohdentaa ja personoida asiakas- tai asiakasryhmäkohtaisesti ja se voidaan muuttaa interaktiiviseksi. Esimerkiksi asiakkaiden yhteydenottoihin voidaan reagoida nopeasti ja henkilökohtaisesti. (Merisavo ym. 2006, 44)

Kuten kuvassa 1. esitetään, digitaalisten kanavien kautta tapahtuvaa markkinointia ja viestintää voidaan kuvata mallilla, jossa on kolme keskeisintä osa-aluetta: keinot, vahvistajat ja vaikutukset. Perusoletuksena mallissa on, että säännöllinen yhteydenpito asiakkaaseen vaikuttaa positiivisesti asiakassuhteeseen. Mallissa oletetaan, että positiiviset asiakkuus vaikutukset syntyvät, kun asiakas kokee arvoa digitaalisesta markkinoinnista ja hänen sitoutuneisuutensa kasvaa. Koettu arvo voi syntyä esimerkiksi rahallisesta hyödystä tai kiinnostavasta tiedosta. Sitoutuneisuus voi olla jatkuvuuteen sitoutumista tai

tunteellista sitoutumista (esimerkiksi kiintymys tai sosiaalisuus). (Merisavo ym. 2006, 46-47)

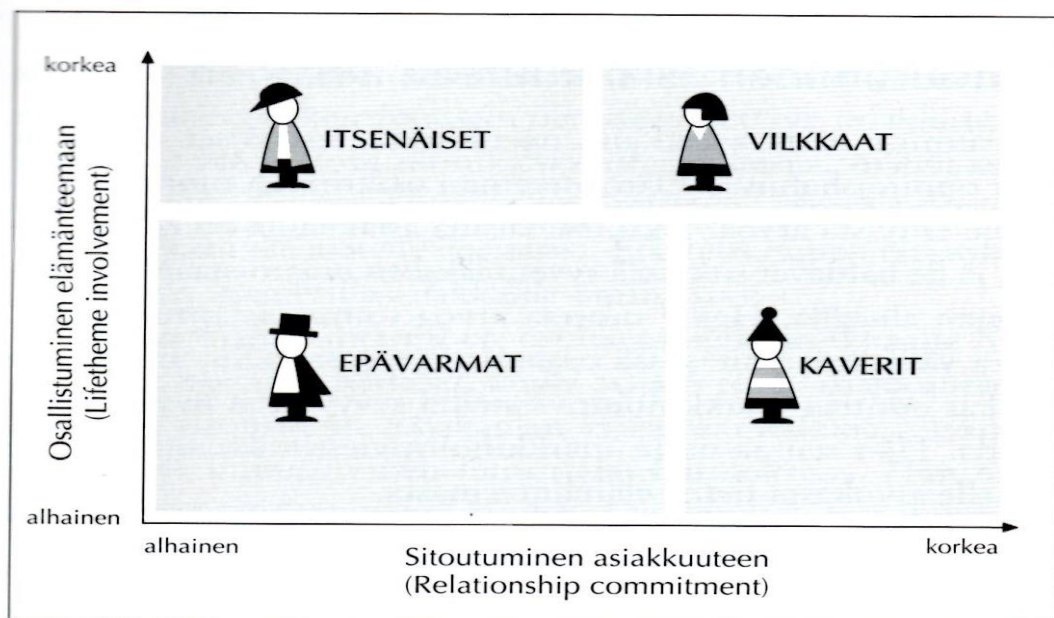


Kuva 1. Digitaalisen markkinoinnin vaikutukset asiakkuuksiin ja asiakasuskollisuuteen. (Merisavo ym. 2006, 47)

Palveluyritykset voivat hyödyntää internettiä ja muita digikanavia asiakasuskollisuuden vahvistamiseen, jos palvelut on kehitetty asiakkaan arvontuotantoprosessin näkökulmasta. Palveluiden arvon kokemisessa nousevat esiin erilaiset asiakastyypit, joilla on erilaiset mieltymykset ja asiointimallit. Arvon kokemus on asiakkaalle subjektiivista ja siinä on eroavaisuuksia asiakkaiden, kulttuurien ja tilanteiden suhteen. Käsitteet, kuten laatu ja asiakastyytyväisyys ovat läheisiä käsitteitä asiakkaan kokeman arvon kanssa. Asiakkaan kokema arvo eroaa koetusta laadusta siinä, että arvon kokemus on yksilöllisempää kuin laadunkokemus. Arvo toisinkuin laatu sisältää arvion vaihtokaupassa annetun ja saadun hyödyn välillä. Asiakastyytyväisyys keskittyy asiakkaan käsitykseen lopputuloksesta eli tuntemuksiin ja reaktioihin oston jälkeen. Negatiivisena arvona voidaan

kokea uhraus. Asiakastyytyväisyys on kokonaiskustannus, johon liitetään tuotteen ostamiseen liittyvät asiat kuten rahallinen, ajallinen, psykologinen kustannus ja ostoon käytetty energia. (Merisavo ym. 2006, 52, 63-65)

Internet ja muut interaktiiviset kanavat ovat antaneet asiakkaille paremmat mahdollisuudet olla aktiivisia, mutta kaikki eivät ole ottaneet tätä mahdollisuutta käyttöön. Erilaiset asiakkaat käyttävät erilaisia digitaalisia kanavia eri lailla ja heidän oma aktiivisuutensa, sekä reagointi markkinoijan viestintään vaihtelevat. Nämä aktiivisuuserot kertovat paljon asiakkaasta ja ne on otettava huomioon markkinoinnin toimenpiteitä suunniteltaessa. Asiakas hahmottaa elämäänsä parhaiten elämänteemojen kautta. Elämänteema muodostuu niistä tuotteiden ja palveluiden muodostamista kokonaisuuksista, joista asiakas valitsee, kun hän haluaa tyydyttää jonkin tarpeensa. Kuluttajat voidaan jakaa kahteen ryhmään heidän elämäntyyliensä perusteella: uteliaisiin ja uneliaisiin. Uteliailla on enemmän elämänteemoja, joihin he osallistuvat aktiivisesti, kuin uneliailla. Elämänteemoihin osallistumisen intensiivisyys selittää sitä, kuinka suuren osan ajatuksistaan, ajastaan ja resursseistaan asiakas kohdistaa elämänteemaan. Tämä selittää asiakkaan aloitteellisuutta ja vastaanottavaisuutta. Kuvassa 2. esitetään neljä asiakassegmenttiä. (Merisavo ym. 2006, 67-69)



kuva 2. Malli asiakkuuden energisyydestä. (Merisavo ym. 2006, 69)

Itsenäiset asiakkaat ovat oppimishaluisia ja elämänteeman osaaminen tuottaa erityistä arvoa. Itsenäiset asiakkaat ovat yleensä oma-aloitteisia. Toimittajien vaihtaminen on itsenäiselle asiakkaalle helppoa ja se tapahtuu herkästi, koska asiakas ei ole asiakkuuteensa korkeasti sitoutunut. Asiakas on kriittinen ja impulsiivinen, sekä antaa myös tyytymättömyytensä kuulua. Asiakas kyllästyy helposti ja haluaa elämyksellisyyttä. Vilkkaat asiakkaat ovat erityisen vastaanottavaisia hyväksi toteamansa yrityksen viesteille. Asiakas haluaa olla aktiivinen toimija ja sitä kautta hän kokee toteuttavansa itseään. Vaikka asiakas arvostaa vaatimattomuutta hän on valmis näkemään vaivaa uusien asioiden löytämiseksi. Vilkaalla asiakkaalla on korkeat odotukset palvelun ja asiakkuuden suhteen. Hän on kriittinen, mutta ei jatkuvasti mieti toimittajan vaihtamista. Asiakkuus päättyy yleensä merkittävään palveluvirheeseen. Kaverit haluavat yleensä selviytyä asiakkuudesta mahdollisimman sujuvasti. Jatkuvuus luo selkeyttä, eikä heidän tarvitse pohtia uusia vaihtoehtoja. Kaveri on yleensä turvallisuushakuinen, eivätkä he vaihda palvelua herkästi. Kavereita ärsyttää huono palvelu, joten he muistavat virheet ja keräävät niitä hampaankoloon nostamatta niistä äläkkää. Intensiivinen yhteydenpito tuntuu heistä tunkeilevalta. Asiakkuus päättyy yleensä huomattavaan palveluvirheeseen. Epävarmat asiakkaat haluavat selvittää asiakkuudesta mahdollisimman sujuvasti. Epävarmalle asiakkaalle sujuvuutta on se, että yritys hoitaa suurimman osan asiakkuudesta ja tekee sen asiakkaalle yksinkertaiseksi. Asiakas käyttää mielellään oikopolkuja. Asiakas välttää kaikkea informaatiota tai toimintaa, joka ei liity asiakkuuden välttämättömään ylläpitoon. Hän ei hakeudu oma-aloitteisesti dialogiin yrityksen kanssa. Epävarmat keräävät asioita hampaankoloon, eivätkä anna kuulua itsestään silloin kuin he ovat tyytymättömiä. Asiakkuus päättyy yleensä siihen, että kilpailija tulee ja tarjoaa helpon ratkaisun vaihdokseen. (Merisavo ym. 2006, 69-76)

3.2 Digitalisaation kasvu- ja tuotekehitys

Yrityksille on entistä tärkeämpää saada digitalisoituvassa ja monimutkaisessa liiketoimintaympäristössään konkreettisia edistysaskeleita kehityshankkeissaan aikaan, kilpailijoita nopeammin. Kun digitaalisesti saatavilla olevan tiedon määrä jatkuvasti kasvaa on yrityksissä tärkeää edistää nopeaa oppimista sekä valitun strategian nopeaa käytäntöön vientiä. Yrityksen tulee entistä paremmin sitouttaa asiakkaat, henkilöstö ja yhteistyökumppanit omaan toimintaansa mukaan. Monelle yritykselle digitaalinen liiketoiminta syntyy tukemaan, täydentämään ja korvaamaan yrityksen aiempia ”fyysisiä” liiketoimintoja. Jatkossa entistä enemmän tavaraa ja palveluita ostetaan verkkopalveluiden kautta.

Ihmisten ostopäätöksiin ja päivittäiseen käyttäytymiseen vaikuttaa entistä enemmän sähköisessä muodossa oleva tieto. Näyttää siltä, että kuluttajat odottavat entistä enemmän digitaalista palvelua päivittäisiin tiedonhaun ja ostamisen tarpeisiinsa. Ilman voimakasta digitaalista läsnäoloa kuluttajatuotteita valmistava yritys muuttuu kohderyhmässään lähes tuntemattomaksi. Digitaalisuus on siirtymässä entistä enemmän myös reaalielämän puolelle kuten esimerkiksi terveydenhuoltoon ja opetukseen. (Ruokonen 2016, 7-8)

Edelleen esimerkiksi verkkokaupassa suomalaisten eurot valuvat hyvin usein ulkomaisille toimijoille. Vain harvat suomalaisyritykset (noin 15 %) harjoittavat verkkokauppaa ja nekin panostavat siihen niukasti. Vain 4 %:lla kaikista yrityksistä verkkokauppa tuottaa enemmän, kuin 10 %:n osuuden vuosittaisesta liikevaihdosta. (Ruokonen 2016, 12)

Digitaalisen palvelun menestykseen eivät riitä pelkästään hinta- ja valikoimakilpailukyky. Monesti palvelun on lisäksi tarjottava käyttäjälleen ylivoimaisesti tehokkain ja miellyttävin käyttäjäkokemus, jotta siitä tulee suosituin ja suositelluin. Tehokkuus ja mielekkyys voivat näkyä esimerkiksi siinä, että palveluun saapumisesta ostoon tarvitaan mahdollisimman vähän klikkauksia tai palvelu tarjoaa mahdollisimman paljon hyödyllistä tietoa tai viihdettä asiakkaalle varsinaisen rahaa tuovan palvelun lisänä tai tukena. Jos digitaalinen palvelu ei pysty ajan kuluessa riittävällä tavalla uudistumaan, osoittamaan omaa lisäarvoaan ja erityisyyttään, se tulee näivettymään ja lopulta poistumaan markkinoilta. (Ruokonen 2016, 33-34)

Digitaalista toimintaa hallitsevia trendejä ovat mobiili, videot, data ja sosiaalisuus. Verkko- ja mobiilipalveluiden mobiilikäyttö on voimakkaassa ja nopeassa kasvussa. Palveluita käytetään jo enemmän älypuhelimilla ja tableteilla, kuin pöytäkoneilla. toinen kiistan trendi on, että videomuotoisesta itseilmaisusta on tullut erittäin suosittua. Digitaalisten kehittäjien ja markkinoijien on kyettävä hallitsemaan videon eri formaatit, jakelukanavat ja tuottamistavat. Jokaisen ihmisen digitaalisesta tekemisestä jää aina jälki ja tuo jälki voidaan muuttaa dataksi, tiedoksi, uusiksi tuotteiksi ja lopulta liiketoiminnaksi. Data esimerkiksi mahdollistaa ennennäkemättömällä tavalla erilaiset käyttäjälle kohdennetut tai räätälöidyt palvelut. Kun ihmiset asuvat nykyään tiiviimmin suurissa keskuksissa ja ovat tehokkaasti keskenään verkostoituneita, syntyy uusia ja tehokkaampia mahdollisuuksia myydä, jakaa, vaihtaa tai antaa käytettyä tai jo omistuksessa olevaa tavaraa tai palvelua perheeltä tai käyttäjältä toiselle. Monella uudella yhteisöllisellä digitaalisella innovaatiolla on kuitenkin esteenä vielä lainsäädännöllisiä seikkoja. (Ruokonen 2016, 36-47)

Digitaalisia palveluita kehittäväällä yrityksellä on käytössään paljon keinoja siihen, että asiakkaan ääni varmasti kuuluu tuotekehityksessä ja palveluiden ominaisuudet on validoitu asiakkaiden tarpeita vasten. Asiakkaat voidaan esimerkiksi kutsua työpajaan, heille voidaan näyttää prototyyppi tai heitä voidaan haastatella heidän tarpeistaan. Digitaalista palvelua kehittävän asiantuntijan tärkein tehtävä on olla hiljaa ja kuunnella asiakasta. Jotta asiakasvalidoinnista saa parhaiten hyötyjä irti on tärkeää valita huolellisesti oletetun palvelun käyttäjäryhmä sekä miettiä etukäteen asiakkaan mahdollisia konkreettisia päivittäisiä ongelmia, joita palvelu voisi ratkaista. Voi olla myös hyödyllistä miettiä etukäteen mahdollisia ratkaisuolettamia, joissa kuvitellaan asiakkaalle paras mahdollinen digitaalinen tapa saada ratkaisu ongelmaansa. Asiakasvalidoinnissa voi olla hyödyllistä testata tiettyjä riskipitoisempia oletuksia, joita palvelun toimintaan liittyy. Näitä voivat olla esimerkiksi asiakkaan maksukyky tai -halu palvelusta sekä asiakkaan ongelman ratkaisun eri vaihtoehtoiset muodot. Kerätyn asiakasdatan pohjalta järkevää saattaa olla tuottaa eri ryhmille versioituja pienempiä ja kohdennettuja tuotteita, jotta voi ylipäättään tavoittaa riittävän kokonaisasiakaskunnan. Validoinnin tavoitteena on mahdollisimman nopeasti ja tehokkaasti kartoittaa asiakkaiden tarpeet, odotukset ja toiveet sekä heidän konkreettiset käyttäytymisensä heidän toimiessaan digitaalisessa palvelussa. Asiakaspalautteen siirtäminen konkreettiseksi tuotteeksi on tapahduttava mahdollisimman nopeasti. Dokumenttien sijaan oleellisempaa on saada konkretisoitua asiakastarpeet ja tuotteideat, jotta päästään ICT-tuotannossa käytännössä työstämään kohti lopullista palvelutoteutusta. Asiakasvalidointi tulee myös nähdä yrityksessä jatkuvana toimintana, jossa asiakasta kuullaan useaan otteeseen tuotekehityksen aikana ja jatkokehityksessä. (Ruokonen 2016, 108-112)

On hyvin mahdollista, että digitaalisten liiketoiminnan palvelujen seuraava valtataistelu käydään mobiililaitteita käyttävien kuluttajien suosiosta. Videomuotoisiin, sosiaalisiin kuluttajalta kuluttajalle - palveluihin sekä vahvaan data-analytiikan osaamiseen kannattaa panostaa. Lisäksi mahdollisimman hyvän asiakaskokemuksen luominen luo merkittävää kilpailuetua. Hyviä digitaalisia konsepteja ovat sellaiset, jotka mahdollistavat kuluttajille täysin uusia (monesti myös personoituja ja henkilökohtaisia) asioita ja elämyksiä, käyttäjille mahdollisimman miellyttävällä tavalla. (Ruokonen 2016, 227)

3.3 Digitalisaation mahdollisuudet sosiaali- ja terveysalalla

Sähköisten palveluiden myötä lisääntyvät ihmisten mahdollisuudet huolehtia omasta terveydestään ja hyvinvoinnistaan asuinpaikasta ja palvelunantajasta riippumatta. Digitalisointi mahdollistaa kokonaan uuden tyyppisten palveluiden luomisen sosiaali- ja terveydenhuollossa. Ennaltaehkäisevien palveluiden osalta tämä lisää palveluiden tarjontaa kaikkien saataville, mutta omaan aktiivisuuteen perustuen. Kansalaisten omaan aktiivisuuteen perustuvien uusien palvelumuotojen kehittäminen vaatii muutoksia palveluiden tuottajien toimintatavoissa. Digitalisointi tarvitsee kiinnostusta ja resursseja uusien työtapojen luomiseen ja kehittämiseen. Lisäksi myös lainsäädäntöä on uudistettava siten, ettei se aseta esteitä uusien palvelumuotojen kehittämiseksi ja sähköisten palveluiden hyödyntämiselle. Julkisten ja yksityisten sosiaali- ja terveydenhuollon palveluiden yhteistyö on avainasemassa uusien palveluiden kehittämisessä. Ihmisillä on säilyttävä valta päättää omien tietojensa jakamisesta eri palveluiden välillä. (sosiaali- ja terveysministeriö 2016)

Sosiaali- ja terveysalalla Suomessa on käytetty digitaalisia työkaluja lähinnä asiakasprosessien dokumentointiin. Sosiaalityössä on perinteisesti pidetty tärkeänä kasvokkaista tapaamista asiakkaan kanssa. Resurssipula sekä eettiset ja juridiset haasteet ovat yhdessä johtaneet siihen, että sosiaalityö on Suomessa vielä melko näkymätöntä virtuaalisessa maailmassa. Muutoksia on kuitenkin tapahtumassa. Tällä hetkellä sosiaali- ja terveydenhuollossa on menossa kaksi isoa uudistusta, joissa palveluita muutetaan digitaalisiksi. Uudistuksista ensimmäinen on toimeentulotuki, jossa hakuprosessi muuttui digitaalisiksi samalla, kun vastuu tukien maksamisesta siirtyi Kelalle vuoden 2017 alusta. Toinen muutoksista on sote, joka on sosiaali- ja terveydenhuollon palvelurakenteen uudistus. Sote-uudistus koskee laajalti niin toimintatapoja, kansalaisten palveluja, rahoitusta, ohjausta kuin verotustakin. Tavoitteena sote:ssa on taloudellisten säästöjen lisäksi kansalaisten valinnanvapauden lisääminen, palvelujen tasavertaistaminen sekä palvelujen saatavuuden helpottaminen. Näihin tavoitteisiin pyritään pääsemään keskittämällä sosiaali- ja terveyspalvelujen järjestäminen maakunnille vuoden 2019 alusta alkaen. Palvelujen keskittäminen tarkoittaa, että maakuntakeskusten ulkopuolella asuvien kansalaisten matkat palveluiden äärelle pitenevät. Tätä uudistuksen heikkoa lenkkiä on puolestaan tarkoitus paikata tehostamalla digitaalisia ratkaisuja. (Granholm 2016.)

Sosiaalityössäkin olisi viimeistään nyt aloitettava digitaalisten palveluiden suunnittelu ja toteuttaminen. Teknologiavälitteisiin palveluihin siirtyminen haastaa sosiaalityöntekijät

kehittämään jatkuvasti osaamistaan ja heidän on opittava uusia tapoja viestiä ja palvella asiakkaitaan. Myös sosiaalityön koulutuksessa on otettava huomioon uuden tietotaidon vaatimus. Teknisen osaamisen lisäksi digitaalisia palveluja tarjottaessa on tärkeää huomioida digitaalisen elämän erityispiirteet ja harjoitella sitä, miten luottamuksellinen asiakassuhde toimii virtuaalisessa maailmassa. Lisäksi on huolehdittava siitä, että palveluja tarjoavien sosiaalityöntekijöiden lisäksi myös asiakkaat osaavat toimia digitaalisessa ympäristössä. Tiedon ja palvelujen on oltava tasavertaisesti saatavilla kaikille kansalaisille asuinpaikasta tai digitaalisista taidoista riippumatta. Tasavertaisuuden lisäksi digitaalisia palveluja suunniteltaessa on tärkeää ottaa huomioon tietoturva. Sosiaali- ja terveydenhuollon palveluissa tietoturvan on oltava äärimmäisen luotettava, jotta arkaluontoista tietoa ei päädy väärin käsiin. Vaikka digitalisaation avulla on usein tavoitteena säästää, on huomioitava, että digitaaliset palvelut vaativat taloudellista panostusta, jotta niitä on helppoa ja turvallista käyttää. (Granholm 2016.)

Siitä millaisia edellytyksiä meillä on luoda luottamuksellisia asiakassuhteita teknologiavälitteisesti, käydään vilkasta akateemista keskustelua sosiaalityön saralla. Tutkijat ovat pohtineet sitä, tekeekö teknologiavälitteisyys palveluista vähemmän sosiaalisia, kun kasvokkainen kanssakäyminen asiakkaiden kanssa vähenee. Toiset tutkijat taas painottavat sitä, että uusi teknologia tuo mukanaan uusia kanavia kanssakäymiseen asiakkaiden kanssa ja tekee tätä kautta sosiaalityöstä entistä sosiaalisempaa. Digitaalisia palveluja on ollut tarjolla järjestösektorilla jo pidempään: nuorten henkistä hyvinvointia edistävä yhdistys Nyyti ry, Mannerheimin lastensuojeluliitto ja Suomen mielenterveysseura ovat toimineet virtuaalisessa ulottuvuudessa jo toistakymmentä vuotta. (Granholm 2016.)

4 MERIKRATOKSEN VERKKOPALVELUIDEN KEHITTÄMISPROSESSI

4.1 Merikratoksen esittely

Opinnäytetyön metodina käytettiin tutkimuksellista kehittämistoimintaa. Toimeksianto tuli Merikratos Oy:ltä ja mukana oli myös palvelumuotoilu yritys Passi & Ripatti. Palvelumuotoilijana toimi Hannu Ripatti. Tehtävänä oli selvittää tavallisten lapsiperheiden arkea haastattelujen avulla. Haastatteluihin valittiin erilaisia perheitä ja heidän arkeaan kartoitettiin teemahaastattelun ja viikkorytmin avulla. Haastatteluisissa keskusteltiin perheiden toiveista sekä haasteista arjen pyörittämisessä. Näiden keskustelujen pohjalta pyrittiin luomaan erilaisia asiakasprofileja, joille uusia digitaalisia verkkopalveluita voitaisiin läheteä kehittämään.

Merikratos nimi tulee antiikin Kreikasta ja se tarkoittaa ”jakaa voimaa ja jaksamista”. Nyt on menossa Suomi 100 – vuotta juhlavuosi ja Merikratos on valittu kampanjaan mukaan edustamaan laadukasta suomalaista työtä. Tätä työtä halutaan kehittää jatkuvasti palvelemaan laajemmin lapsiperheitä heidän arjen solmukohdissa. (Merikratos 2017) Suomalainen kilpailukyky pyritään jatkossakin takaamaan korkeatasoisen innovaatiotoiminnan avulla ja hyvinvointisektorilla siihen kehitykseen on pyritty käyttämään hyödyksi uutta teknologiaa (Toikko & Rantanen 2009, 7).

Merikratos on avannut Suomen ensimmäisen lapsiperheiden hyvinvoinnin verkkokaupan. Hyvän vanhemmuuden verkkokauppa on suomalainen verkkoinnovaatio, jossa pariterapeutit, psykologit, sairaanhoitajat ja muut sosiaali- ja terveysalan ammattilaiset ovat tavoitettavissa ostopalveluna ympäri Suomea. Verkkopalvelussa vanhempi asioi helpon ja turvallisen videoyhteyden välityksellä alan asiantuntijoiden kanssa. Perinteisten sosiaali- ja terveyspalveluiden lisäksi saatavilla on e-palveluna tukea esimerkiksi erotilanteeseen, parisuhteen kehityskeskusteluun tai murrosikäisen nuoren tarpeisiin vastaimiseksi. (Merikratos 2, 2017)

Verkkopalvelu lisää alueellista yhdenvertaisuutta Suomessa. Merikratos hakee verkkopalveluilla joustavuutta palvella niitä perheitä, joilla etäisyys tai muut toimintamahdollisuudet rajoittavat asiointia kunnallisissa toimipisteissä. Palvelu voidaan tuottaa myös ilta-aikaan, jolloin esimerkiksi terapeutin tai psykologin tapaaminen ei kuormita perheen

muuta arkea. Toivomuksena Merikratoksella olisi, että e-palvelut tulevat kiinteäksi osaksi alueellisia Sote-rakenteita ja toimisivat matalan kynnyksen ennaltaehkäisevänä palveluna esimerkiksi palvelusetelituotteina. (Merikratos 2, 2017)

Verkkokauppaan voi tutustua osoitteessa <https://hyvanvanhemmuudenverkkokauppa.fi/>

Useimmille ihmisille sähköposti ja verkkopankki ovat ne ensimmäiset varsinaiset hyötypalvelut, joita digitalisaatio on tuonut tullessaan. Vähitellen se on keventänyt postinjakan ja pankkiirin roolia, mutta se ei ole poistanut niiden tarvetta kokonaan, vaan toimii niiden rinnalla. Digitaaliset palvelualustat ovat monella tapaa ratkaisuja arjen haasteisiin. Vahvana lähtökohtana kaikissa digipalveluissa on, että palvelua saa 24/7 ja sen saa jonnottamatta. Hintojen kilpailutus onnistuu nopeasti ja palvelun tuottaja voi keskittyä ydinosaamiseensa. Näin ollen se alentaa myös toimintakustannuksia sekä parantaa laatua. Moni on varmasti huomannut, että digitaalisissa palveluissa säästää rutkasti aikaa ja rahaa, kun valitsee liikennevälineen tai ruoka on valmiina ravintolassa, kun on kiire lounasaikaan. Digitalisaatio vastaa hyvin nykyhetken tarpeisiin. (Merikratos 3, 2017)

Digitalisaatio on koko ajan kasvava trendi ajassamme. Merikratos haluaa seurata aikaansa, sekä olla mukana tuomassa palveluitaan laajemmin ja helpommin ihmisten saataville. Verkkopalveluilla pyritään madaltamaan ihmisten kynnystä hakea itselleen voimavaroja ja keinoja hyvän arjen pyörittämiseen vielä paremmin silloin, kun arjen haasteet eivät ole vielä kasaantuneet ja asioita voidaan arjessa helpottaa pienilläkin jutuilla. Verkkopalvelut on suunnattu kaikille avoimeksi palveluksi ja sieltä voi hakea vastauksia, vaikka vain yhteen kysymykseen, joka arjessa sillä hetkellä on ajankohtainen. Palveluilla halutaan ennaltaehkäistä mahdollista uupumusta ja ongelmien kasaantumista tarjoamalla apua elämän pieniiltäkin tuntuviin haasteisiin silloin, kun ne ovat pinnalla arjessa.

4.2 Lineaarisen kehittämismallin vaiheet ja sisällöt

Tavoitteiden määrittely

Projektille määritellään tavoite, joka perustuu yksittäiseen ideaan, tunnistettuun tarpeeseen tai ulkoiseen paineeseen kuten toimintaympäristön muutokseen. Tavoitteen määrittelyssä pyritään rajattuihin ja selkeisiin tavoitteisiin. Tavoitteiden määrittely on koko prosessin perusta, jonka päälle prosessi rakentuu. (Toikko & Rantanen 2009, 64)

Merikratoksen tavoitteena oli kehittää verkkokauppaan uusia lapsiperheiden käyttöön tarkoitettuja ennaltaehkäiseviä digitaalisia palveluita. Merikratoksella on laajaa osaamista lastensuojelun avohuollon työstä ja työorganisaatiossa toimii moniammatillinen tiimi. Olemassa olevat tiedot ja taidot halutaan saada kaikkien ihmisen ulottuville matalalla kynnyksellä ja ennaltaehkäisevässä viitekehyksessä. Tarkoituksena olisi tarjota apua arkeen digitaalista teknologiaa hyödyntäen. Ihmiset ovat heränneet panostamaan arjessa jaksamiseen ja perheen hyvinvointiin, kun ympäröivä maailma on muuttumassa kokoajan vain hektisemmäksi.

Suunnittelu

Suunnitteluvaiheessa projektille laaditaan riskianalyysi ja mietitään, ketkä osallistuvat projektin toteutukseen. Suunnittelun tuloksena syntyy tarkennettu projektisuunnitelma, joka sisältää aikataulun, budjetin, riskianalyysin, resurssianalyysin, projektiorganisaation, työsuunnitelman sekä viestintä- ja dokumentointisuunnitelman. Keskeistä suunnittelussa on myös vastuiden määrittely. (Toikko & Rantanen 2009, 64-65)

Suunnittelu tapahtui Merikratoksen digiryhmän kesken sovituissa palavereissa yhdessä palvelumuotoilijan kanssa. Palvelumuotoilija Hannu Ripatti yrityksestä Passi & Ripatti oli otettu mukaan digitaalisten palveluiden kehittämiseen, koska Merikratos halusi satsata kehittämiseen ottamalla mukaan palvelumuotoilun asiantuntijan osaamista. Vastuut ja suunnitelmat oli suunniteltu digiryhmän kanssa ennen opinnäytetyön alkua.

Toteutus

Toteutusvaiheen aikana projekti ”elää” aina jonkin verran, joten projektisuunnitelmaa saatetaan joutua muuttamaan tai ainakin täydentämään. Toteutusvaiheen aikana valmistetaan suunnitelman mukainen malli, prosessi tai tuote. Toteutukseen liittyy hankkeen tulosten käyttöönotto, jolloin pyritään varmistamaan, että tulokset ovat hyödynnettävissä tai levitettävissä. (Toikko & Rantanen 2009, 65)

Nettipalveluiden kehittämistä toteutettiin yhteistyössä, Palvelumuotoilija Passi & Ripatti yrityksen ja Turun ammattikorkeakoulun opiskelijoiden kanssa. Palveluiden tarvetta läh-

dettiin selvittämään teemahaastatteluiden ja lapsiperheiden viikkorytmin avulla. Saa-
duista tiedoista luotiin asiakasprofiileja, joiden mukaan suunniteltiin uusia verkkopalve-
luita.

Päättäminen ja raportointi

Projekti on ajallisesti rajattu, joten sillä täytyy olla selkeä päätepiste. Projektilla on luon-
tainen taipumus jatkua, kun prosessin kuluessa esiin nousseita kehitysehdotuksia ryh-
dytään käyttövaiheessa toteuttamaan. Nämä tehtävät voidaan kuitenkin projektoida erik-
seen. Projekti pyritään lopettamaan suunnitellusti, jolloin päätösvaiheeseen kuuluu pro-
jektin loppuraportti, projektiorganisaation purkaminen sekä jatkoideoiden esittäminen.
(Toikko & Rantanen 2009, 65)

Projektin tuloksia on esitetty tulososuudessa, mutta varsinainen tuotteistus näkyy Meri-
kratoksen verkkokaupassa uusina palveluina ajansaatossa. Verkkopalveluiden kehittä-
mine on kuitenkin jatkuva prosessi, joka jatkuu opinnäytetyön valmistumisen jälkeenkin.
Palveluista ei ole tarvetta tehdä raportointia, mutta opinnäytetyö toimii koosteena ai-
heesta.

5 DIGITAALISTEN VERKKOPALVELUIDEN TUTKIMUKSELLINEN KEHITTÄMINEN

5.1 Tutkimuksellinen kehittämistoiminta

Kehittämistoimintaa kuvataan yleensä yksinkertaisesti peruskysymysten avulla kuten kuka, mitä, miten ja miksi? (Toikko & Rantanen 2009, 13). Miksi? Usein kehittäminen perustellaan muuttuneella toimintaympäristöllä, mutta kehittämisen intressiä voidaan hakea myös palveluiden käyttäjien suunnasta. Käyttäjille huomioitavia asioita palveluissa ovat sen saatavuus ja laatu. (Toikko & Rantanen 2009, 18-19)

Perustutkimuksella pyritään kehittelemään tietoa, joka kuvailee tai selittää tutkittavia ilmiöitä. Perustutkimus ei tähtää suoraan tavoitteisiin, vaan sen tavoitteena on ennen kaikkea tietämyksen edistäminen. Se vastaa miksi ja mitä -kysymyksiin. Soveltava tutkimus on omaperästä uuden tieteellisen tiedon etsintää, jossa tutkimustulokset palvelevat käytännön elämän päämääriä. Soveltava tutkimus pyrkii käytännölliseen ongelman ratkaisemiseen käyttämällä apunaan perustutkimuksen tuottamaa teoreettista ja kuvailevaa tietoa. Siihen liittyy tiedon etsintä, käytännöllistä tavoitetta ja päämäärää varten. Tutkimus vastaa mitä ja miksi -kysymysten lisäksi myös kuinka-kysymykseen. Perustutkimuksen ja soveltavan tutkimuksen ohella korostetaan usein myös kehitystyön merkitystä. Kehitystyön avulla pyritään luomaan käytännöllistä toimintaa, jonka päämääränä on saavuttaa uusia tai parannettuja tuotteita, tuotantovälineitä tai tuotantomenetelmiä ja palveluja. (Toikko & Rantanen 2009, 19-20)

Tutkimuksessa pyritään vastaamaan tiettyihin tutkimuskysymyksiin tutkimusmenetelmiä käyttäen. Kehittämistoiminnassa pyritään kehittämään esimerkiksi jotakin tuotetta, palvelua tai organisaatiota. Tutkimuksessa tiedon kriteereinä pidetään tutkimusmenetelmien ja tutkimusprosessien luotettavuutta. Kehitystoiminnan tiedon käyttökelpoisuus on yleensä keskeistä ja siinä esimerkiksi kokemustieto voi olla tieteellisen tiedon kanssa tasavertaista. Vaikka tutkimus- ja kehittämistoiminta eroavat toisistaan, usein liikutaan niiden rajapinnalla. (Toikko & Rantanen 2009, 156)

Tutkimuksellisessa kehittämistoiminnassa yhdistetään konkreettisesti kehittämistoiminta ja tutkimuksellinen lähestymistapa. Tässä käytännön ongelmat ja kysymykset ohjaavat

tiedontuotantoa. Tietoa tuotetaan aidossa käytännön toimintaympäristössä ja tutkimukselliset menetelmät toimivat apuna tässä. Näin voidaan korostaa kehitystoiminnan tutkimuksellista luonnetta. Pääpaino on kehittämisellä, mutta siinä pyritään hyödyntämään tutkimuksellisia periaatteita. Konkreettinen kehittämistoiminta määrittelee tutkimuksen reunaehdot. Tutkimuksellisessa kehittämistoiminnassa tavoitellaan konkreettista muutosta, mutta samalla pyritään perusteltuun tiedon tuottamiseen. (Toikko & Rantanen 2009, 22-23)

Tutkimuksellinen kehittämistoiminta ei ole tiedeperusteista tutkimusta. Se on kehittämistä, jossa hyödynnetään tutkimuksellista logiikkaa. Siinä korostetaan tiedonkeruun systemaattisuutta, dokumentaation ja analyysin huolellisuutta sekä perusteltujen johtopäätösten läpinäkyvyyttä. Tutkimuksellisessa kehittämistoiminnassa hyödynnetään kehitysprojektille tyypillistä pyrkimystä tarkkaan tavoitteen määrittelyyn, etenevään prosessiin ja tulosten arviointiin. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta asettuu tutkimuksen ja projektityön välimaastoon. Tutkimuksellisessa kehittämistoiminnassa tutkimus palvelee kehittämistä. Tutkimus ei määrittele kehittämistä, vaan se voi tarjota kehittämiselle menetelmiä ja niiden soveltamiseen kuuluvan analyttis - tieteellisen ajattelutavan. Tutkimusta voidaan hyödyntää monenlaisista traditioista ja viitekehyksistä käsin (Seppänen-Järvelä 1999, 131-136). Tutkimusta voidaan käyttää perinteisen toteavan tutkimuksen tapaan arviointitiedon tuottamiseen tai sitä voidaan hyödyntää erilaisten ”hyvien käytäntöjen” konstruoinnissa, mutta se voidaan integroida kehittämistoiminnan muutosprosesseja tukevaksi välineeksi. Osallistumista tukevia kehittämismenetelmiä ovat esimerkiksi dialoginen verkostotyö tai kehittävä työntutkimus. (Toikko & Rantanen 2009, 157)

5.2 Tutkimushaastattelu tiedonhankinta menetelmänä

Tiedonhankintamenetelminä olivat palvelumuotoilijan valmiiksi tekemät pohjat, joissa oli mietitty teemat haastatteluille yrityksen toiveiden mukaan. Teemahaastattelut käytiin jokaisen haastateltavan kanssa saman pohjan mukaan, joista esille nousseista asioista tehtiin muistiinpanot jatkokäsittelyä varten.

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä ja sille on ominaista, että jokin haastattelun näkökohta on lyöty lukkoon, mutta ei kuitenkaan kaikkia näkökohtia. Teemahaastattelussa haastattelu kohdennetaan tiettyihin aihepiireihin. Teemahaastattelulle on ominaista, että haastateltavat ovat kokeneet tietynlaisen tilanteen ja haastattelu suunnataan tutkittavien henkilöiden subjektiivisiin kokemuksiin. Teemahaastattelulla

voidaan tutkia yksilön ajatuksia, tuntemuksia, kokemuksia ja sanatonta kokemustietoa. Haastattelussa korostuu haastateltavien oma elämysmaailma ja se tuo tutkittavien äänen kuuluviin. Teemahaastattelu voi olla joko kvalitatiivinen tai kvantitatiivinen. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47-48)

Kvalitatiivinen eli laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Tärkeää on kokonaisvaltainen tarkastelu, jonka avulla pyritään löytämään tosiasioita sellaisenaan. Tarkastelulla ei pyritä testaamaan jonkin teorian paikkansapitävyyttä. Laadullisessa tutkimuksessa tiedon lähteenä käytetään ihmistä; tutkija käyttää tiedonkeruussa esimerkiksi haastattelua tai havainnointia ei niinkään mittausvälineitä. Kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti ei satunnaisesti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistossa tulee näkyä tutkimusongelman kannalta olennaiset piirteet. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 157-160) Haastattelussa saatu tieto on aina sidoksissa siihen tutkimusympäristöön, josta tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita. Laadullisessa haastattelussa korostuu kokemukset tutkittavasta tilanteesta sekä kyky ja halukkuus keskustella aiheesta. (Kylmä & Juvakka 2007, 79–80)

Teemahaastattelua on suositeltavaa käyttää tarkasteltaessa tunteellisesti herkkiä asioita tai kysymyksiä, joista haastateltavat eivät ole niin tietoisia. Samoin teemahaastattelulla voidaan tuottaa arvokasta tietoa asioista, joista tutkittava ei ole tottunut puhumaan päivittäin, kuten aatteet, aiomukset ja arvot. (Åstedt-Kurki & Heikkinen 1994, 420) Haastattelu on sosiaalinen puhetilanne, jossa kahden henkilön välinen vuorovaikutus perustuu kielen käyttöön. Haastattelijan tutkimuksen kohteena on haastateltavan puheen sisältö. Haastateltavan vastaus heijastaa aina myös haastattelijan läsnäoloa ja vaikutusta tilanteeseen. Haastattelumenetelmä voi olla joko yksilö- tai ryhmähaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 49–52, 61) Tutkimushaastattelulla on erityinen tarkoitus ja osallistujaroolit: haastattelija on tietämätön osapuoli, kun taas haastateltavalla on tieto asiasta. Haastatteluun ryhdytään tutkijan aloitteesta ja tutkija ohjaa tai suuntaa keskustelua tiettyihin puheenaiheisiin. (Ruusuvuori & Tiittula 2005, 22)

Valittujen teema-alueiden tulisi olla väljiä, jotta tutkittavan ilmiön todellinen monipuolisuus paljastuu. Yksityiskohtaisen kysymysluettelon sijaan laaditaan teema-alueuuttelo, jonka pohjalta haastattelua voidaan jatkaa ja syventää. Haastattelun syvyyteen vaikuttavat tutkimusintressit ja haastateltavan edellytykset sekä kiinnostus. Teemahaastattelun luonteeseen kuuluu, että tutkijan lisäksi myös tutkittava toimii tarkentajana. Hän ikään kuin omilla vastauksillaan tarkentaa ja syventää teema-alueita. (Hirsjärvi & Hurme 2000,

66–67; Bell 2006, 161) Haastattelijan tehtävänä on varmistaa, että kaikki etukäteen päätetyt teema-alueet käydään haastateltavan kanssa läpi. Haastattelun teemojen järjestys ja laajuus voivat kuitenkin vaihdella haastattelusta toiseen (Eskola & Vastamäki 2001, 26–27).

Käytännön järjestelyissä on hyvä huomioida, että haastattelun ajankohta sovitaan haastateltavan kanssa riittävän ajoissa. Samalla sovitaan, missä haastattelu pidetään. Haastattelu voidaan tehdä esimerkiksi haastateltavan kotona tai paikkana voi olla jokin julkinen tila tai laitos, esimerkiksi kirjasto, koulu, toimisto tai työpaikka. Haastattelupaikka on silloin optimaalinen, kun kommunikointi on mahdollisimman häiriötöntä. Istumajärjestys on hyvä miettiä etukäteen, jos se on mahdollista. Haastateltava ei saisi istua liian kaukana haastattelijasta. Jos haastateltavan etäisyys on liian suuri voi luottamuksellisuus kärsiä. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 73–74, 89–91.)

Haastattelu-aika voi vaihdella suuresti ja se näyttää johtuvan ensisijaisesti haastateltavasta ja vasta toissijaisesti haastattelijasta. Ennen varsinaista haastattelua on hyvä käyttää hieman aikaa vapaamuotoiseen keskusteluun. Keskustelun tarkoituksena on tutustuttaa haastattelijaa ja haastateltava toisiinsa sekä auttaa haastattelulle välttämättömän luottamuksellisen ilmapiirin luomisessa. Haastatteluun varattua aikaa pidentää haastattelun jälkeen käytävä vapaamuotoinen keskustelu, koska teemahaastattelu on luonteeltaan usein henkilökohtaista ei ole sopivaa lopettaa keskustelua äkkinäisesti ja omien tavoitteiden täytyttyä. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 74–75, 90)

Haastattelun tallennus kuuluu olennaisena osana teemahaastatteluun. Nauhoitukseen on saatava aina haastateltavan lupa (Mäkinen 2006, 94). Tutkijan pitää kertoa tutkittaville, miksi hän haluaa nauhoittaa haastattelut, miten nauhoituksia tullaan käyttämään, miten niitä säilytetään ja miten ne hävitetään, kun niitä ei enää tarvita (Oliver 2004, 45). On todettu, että haastateltavat unohtavat nauhurin olemassaolon hyvin pian, vaikka he sitä tilanteen alussa jännittäisivät. Haastattelun nauhoittaminen säilyttää keskustelusta olennaiset seikat kuten haastateltavan sanatarkan puheen, äänenkäytön ja mahdollisen tunnelatauksen. Jotta haastattelutilanteesta tulisi mahdollisimman luonteva ja vapaa keskustelu, haastattelijan on hyvä osata teema-alueet ulkoa, jotta välttyään turhalta papereiden selailulta. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 92)

Hyvä haastattelijaa tuntee aihepiirin ja tietää haastattelun tarkoituksen. Hän on selkeä ja esittää selviä ja yksinkertaisia kysymyksiä. Hän on kiinnostunut ihmisen käyttäytymisestä ja erilaisista ihmisistä. Hänen tulee pystyä havainnoimaan kielellisiä ja ei-kielellisiä

viestejä, sekä tiedostamaan oman käyttäytymisensä vaikutus haastateltavaan. Haastattelijan tulee tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa ja suhtautua tutkimuksen tavoitteisiin vakavasti, sekä olla luottamusta herättävä. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 68–69) Tutkijan tulee pysyä neutraalina haastattelutilanteessa, vaikka hän voi joutua kohtaamaan voimakkaita tunteita tai mielipiteitä haastateltavien taholta. Hän tarvitsee tutkittavien ajatuksia ja kokemuksia tutkimukseensa, vaikka hänellä onkin valta valita tutkimuskysymykset ja mahdollisuus vaikuttaa osittain vuorovaikutustilanteeseen. Tutkimustilanteessa tutkija ei voi ilmaista avoimesti omia mielipiteitään eikä tunteitaan, koska niin tapahtuessa riskinä saattaa olla tutkimuksen keskeytyminen. (Kuula 2006, 154–155) Tutkijan ei tule käyttää haastattelussa liian ohjaavia kysymyksiä, koska se voi siirtää vastausten painopisteen tutkittavan omista ajatuksista tutkijan näkemyksiin. Laadullisessa tutkimuksessa mielenkiinto kohdistuu nimenomaan tutkittavaan ja hänen kokemuksiinsa. (Kylmä & Juvakka 2007, 93)

Aineiston purkaminen voidaan tehdä joko sanatarkasti puhtaaksikirjoittamalla eli litteroimalla tai se voidaan purkaa teema-alueita koodaten. Jos aineiston tarkkaa purkamista ei tarvita, voidaan aineisto purkaa teema-alueittain. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 138-141.) Sisällönanalyysin tavoitteena on kuvata tutkimusmateriaali tiivistetyssä, pelkistetyssä ja yleisessä muodossa. Mitään yhtenäistä ohjetta analyysin tekemiseen ei ole. Tutkijan on etukäteen päätettävä se, mitä hän analysoi. (Kyngäs & Vanhanen 1999, 4–5) Sisällön analyysissä on olennaista, että tutkimusaineistosta erotetaan samankaltaisuudet ja erilaisuudet. Tällöin aineistoa kuvaavien luokkien pitää olla sekä toisensa poissulkevia, että yksiselitteisiä. (Latvala & Vanhanen-Nuutinen 2003, 23).

Sisällönanalyysi voidaan jakaa kolmeen eri analysointimalliin jotka ovat: aineistolähtöinen-, teoriasidonnainen- ja teorialähtöinen analysointimalli. Aineistolähtöinen analyysi antaa aineiston itsensä kertoa, mitä se pitää sisällään ja muodostaa sen pohjalta teorian. Teoriasidonnainen analyysi on perinteinen kirjallisuudessa ilmenevä teoria, joka kytkeään todellisuuteen. (Metsämuuronen 2005, 213–214.) Teorialähtöinen analyysi ei taas pohjautu suoraan teoriaan, vaan siinä on tiettyjä teoreettisia kytkentöjä. Analysoitavat kohteet valitaan aineistosta, mutta aikaisempi tieto ohjaa enemmän kuin teoria. Teoria antaa pikemminkin uusia ajatuksia. Tässä analysointimuodossa yhdistyvät käytännöstä saatu kokemusperäinen tieto ja teoria. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 98–99.) Samaa haastattelutekstiä voidaan siis tulkita useilla eri tavoilla ja eri näkökulmista. Onnistuneen tulkinnan kriteerit ovat siinä, että lukija löytää saman näkökulman kuin tutkija itse. Tekstistä voidaan etsiä eri asioita ja tulkinnat niistä ovat erilaisia. Haastattelututkimuksessa lukija

ei lue kuvausta itse haastattelusta, vaan hän lukee tutkijan tulkinnan haastattelusta. Tulkinnan varmistamiseksi tutkijan on kirjoitettava tarkka kuvaus siitä, miten tulkintaan on päädytty. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 151–152)

Tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa mahdollisimman luotettavaa tietoa. Sen selvityksessä tarkastellaan sitä, kuinka todenmukaista tietoa tutkimuksessa on pystytty tuottamaan. (Kylmä & Juvakka 2007, 127). Luotettavuuden arvioinnissa tulee huomioida muun muassa seuraavia asioita: tutkimuksen kohde ja tarkoitus eli mitä ollaan tutkimassa ja miksi. Syytä on myös miettiä, mitkä ovat tutkijan omat sitoumukset tutkimuksessa eli miksi tämä tutkimus on tärkeä. Aineistonkeruussa on merkitystä, millä menetelmällä se tehdään. Jos se tehdään haastattelulla, niin millä haastattelumuodolla se toteutetaan. Vaikutusta on myös sillä, onko haastattelijoita yksi vai useampia. Tutkimukseen osallistuneiden määrä on hyvä ilmoittaa, samoin kuin se, miten heidät on valittu tutkimukseen. Anonymiteetistä pitää huolehtia erityisen tarkasti. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 135–138) Tutkimusetiikka korostaa tutkimusaineiston ja tutkittavien suojaan liittyviä kysymyksiä (Kuula 2006, 25). Tutkimusaineiston kohdalla on turvattava se, että aineisto ei joudu väärin käsiin ja tutkittavien anonymiteetti säilyy koko tutkimuksen ajan aina tutkimustuloksiin asti (Vilka 2005, 35).

Tutkimukseen osallistuminen on aina vapaaehtoista ja tutkimus on aina myös mahdollista keskeyttää. Tutkittaville täytyy tarjota riittävästi informatiivista tietoa tutkimukseen liittyvistä asioista. Haastattelutavat (yksilö- vai ryhmähaastattelu) ja mahdollinen haastattelun nauhoittaminen tai kuvaaminen pitää kertoa tutkittaville ennen tutkimukseen osallistumista. (Kuula 2006, 106–107.) Tutkimukseen osallistumisesta voi myös kieltäytyä, vaikka olisi jo siihen etukäteen suostunut. Missään tapauksessa tutkija ei saa painostaa haastateltavaa jatkamaan haastattelua. Jotkut kysymykset saattavat tuntua haastateltavasta liian henkilökohtaisilta tai tunkeilevilta. (Mäkinen 2006, 95.)

Aineiston säilytykseen liittyviä asioita tulee harkita huolellisesti. Vaikka tutkija itse noudattaisikin tarkasti yksilöllisyyden ja luottamuksellisuuden vaatimuksia aineiston käsittelyssä, aineistoa myöhemmin käyttävät eivät välttämättä ole jatkossa yhtä huolellisia. Tärkeintä on varmistaa anonymiteetin säilyminen, etteivät tutkittavat ole myöhemminkään tunnistettavissa. Aina ei ole tarpeen säilyttää koko tutkimusaineistoa sen jälkeen, kun tutkimus on julkaistu. Aineistosta voidaan säilyttää ne osat, joihin argumentit ja analyysi perustuvat, mutta ne eivät saa sisältää mahdollisuutta tunnistaa tutkimukseen osallistuneita henkilöitä. Jos aineistoa täytyy arkistoida, tulee arkistoinnin tarve harkita ja pohtia erityisen huolellisesti ja perusteellisesti. (Mäkinen 2006, 120)

5.3 Kehittämismenetelmät

Kehittämismenetelminä käytettiin haastattelujen analysointia nelikentällä, jossa koottiin haastatteluista esille nousseet yrityksen palveluiden kannalta oleelliset tiedot perheiden arjesta. Koonneista lähdettiin kehittämään asiakasprofieileja MeWeUs-menetelmällä, jossa yhdessä pohdittiin koostettujen tietojen mukaan haastateltavien sijoittumista profiilien esimallintamista varten luotuun nelikenttään.

MeWeUs-menetelmä

Me-we-us –toimintatapa aktivoi koko tiimiä. Menetelmä on hyvin yksinkertainen ja helppo toteuttaa. Työskentelyvaiheita on kolme: yksilötyöskentely, jossa jokainen miettii itseksensä ideoita rauhassa pohtien ja kooten omia ideoitaan paperille. Näin on helpompi osallistua seuraavaan vaiheeseen, joka on pienryhmätyöskentely. Pienryhmissä jaetaan jokaisen ideat ja kasataan ne postit –lapuille. Tässä vaiheessa on tärkeä ohjeistaa siten, että ensin jaetaan kaikki omat ideat, niitä arvostelematta, jonka jälkeen valitaan ideat, joihin halutaan keskittyä. Lopuksi työskennellään koko tiiminä ja kirjoitetaan ideat postiteilta fläppitaululle. (Esseepankki 2017)

Asiakasprofiilien luomisen jälkeen käytettiin aivoriihiä eri palaverieissa, joissa uusia ideoita heiteltiin ilmaan. Työpaja työskentelyyn varattiin myös aikaa. Kerättyjen taustatietojen ja valmiiden profiilien mukaan alettiin työstämään, sitä mihin suuntaan palveluita haluttiin lähteä kehittämään. Keskusteluja ja arviointeja käytiin monen eri osaamisalueen omaavien henkilöiden välillä, siitä mitä palveluita tulnaisiin tarjoamaan verkkokaupan muodossa. Palveluissa tärkeäksi osaksi nousi laadun takaaminen. Tärkeää olisi, että Merikratoksen moniammatillinen osaaminen saataisiin tuotua laajemmin kaikkien saataville. Tulokset ovat nähtävissä lähiaikoina verkkokaupan sivuilla uusina digitaalisina palveluina.

LÄHTEET

- Bell, J. 2006. Doing your Research Project. A guide for first-time researchers in education, health and social science. 4. Edition. Berkshire: Open University Press
- Eskola, J. & Vastamäki, J. 2001. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineiston keruu. virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus
- Esseepankki 2017. <http://esseepankki.tiimiakatemia.fi/fasilitointi-luo-uutta-3/> Viitattu 5.3.2017
- Evers, A. & Nowotny, H. 1987. Über den Umgang mit Unsicherheit. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Giddens, A. 1979. Central problems in social theory. Action, structure and contradiction in social analysis. London: The MacMillan Press.
- Granholm, C. 2016. Helsingin yliopisto. Digitaalinen murros koskettaa myös sosiaalityötä. <https://www.helsinki.fi/fi/uutiset/digitaalinen-murros-koskettaa-myos-sosiaalityota> Viitattu 27.1.17
- Grönroos, C. 2000. Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach. Chichester: John Wiley & Sons Inc.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Koivisto, M. 2011. Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Toimittanut Miettinen, S. 2011 teoksessa Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos Helsinki: Tammerprint Oy.
- Kuula, A. 2006. Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Jyväskylä: Gummerus.
- Kylmä, J. & Juvakka, T. 2007. Laadullinen terveystutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kyngäs, H. & Vanhanen, L. 1999. Sisällönanalyysi. Hoitotiede 11 (1).
- Lammi-Taskula, J. & Salmi, M. Työnjako ja tyytyväisyys parisuhteeseen pikkulapsiperheissä. 2009. Teoksessa Lammi-Taskula, J., Karvonen, S. & Ahlström, S. (toim.) 2009. Lapsiperheiden hyvinvointi 2009. Helsinki: THL.
- Latvala, E. & Vanhanen-Nuutinen 2003. Laadullisen hoitotieteellisen tutkimuksen perusprosessi. sisällönanalyysi. Teoksessa Janhonen, S. & Nikkonen, M. (toim.) 2003. Laadulliset tutkimusmenetelmät hoitotieteessä. 2., uudistettu painos. Helsinki: WSOY.
- Leonard, D. and Rayport, J.F. 1997. "Spark Innovation Though Empathic Design", Harvard Business Review, Nov-Dec.
- Lämsä, A. & Uusitalo, O. 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Metsämuuronen, J. 2005. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. Jyväskylä: Gummerus.

Merikratos 2017. Merikratos Made by Finland -kampanjan pääyhteistyökumppani 2017 <https://www.merikratos.fi/ajankohtaista/merikratos-made-finland-kampanjan-paayhteisty-okumppani-2017> Viitattu 5.3.2017

Merikratos 2, 2017. Merikratos Hyvän Vanhemmuuden Verkkokauppa on avattu! <https://www.merikratos.fi/ajankohtaista/merikratos-hyvan-vanhemmuuden-verkkokauppa-avattu> Viitattu 5.3.2017

Merikratos 3, 2017. Digitaalisia kokemuksia -sotea ja kuuraketteja. <https://www.merikratos.fi/blogi/digitaalisia-kokemuksia-sotea-ja-kuuraketteja> Viitattu 5.3.2017

Merisavo, M.; Vesanen, J.; Raulas, M. & Virtanen, V. 2006. Digitaalinen markkinointi. Jyväskylä: Talentum Media Oy.

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu – yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Toimittanut Miettinen, S. 2011 teoksessa Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos Helsinki: Tammerprint Oy.

Mäkinen, O. 2006. Tutkimusetiikan ABC. Helsinki: Tammi.

Oliver, P. 2004. The Student's Guide to Research Ethics. Berkshire: Open University Press.

Passi & Ripatti 2017. Asiakslähtöinen palvelukehitys Kainuussa. Viitattu 23.1.2017 <http://passiripatti.fi/cases/kuntaliitto-ja-kainuun-sosiaali-terveydenhuollon-kuntayhtyma/>.

Passi & Ripatti 2016. Ihmisläheistä liiketoiminnan muotoilua. Asiakasprofiili. Viitattu 12.11.2016 saatavilla sähköisesti osoitteessa <http://passiripatti.fi/pr-book/asiakasprofiili/>.

Passi & Ripatti 2016. Ihmisläheistä liiketoiminnan muotoilua. Asiakasprofiilien nelikenttä. Viitattu 12.11.2016 saatavilla sähköisesti osoitteessa <http://passiripatti.fi/pr-book/asiakasprofiilien-nelikentta/>.

Passi & Ripatti 2016. Ihmisläheistä liiketoiminnan muotoilua. Viikkorytmi. Viitattu 12.11.2016 saatavilla sähköisesti osoitteessa <http://passiripatti.fi/pr-book/viikkorytmi/>.

Ruokonen, M. 2016. Bisnestä bisnestä! digitaalisen liiketoiminnan käsikirja. Jyväskylä: Docendo Oy.

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (toim.) 2005. Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Seppänen-Järvelä, R. 1999. Luottamus prosessiin. Kehittämistyön luonne sosiaali- ja terveysalalla. Tutkimuksia 104. Helsinki: Stakes.

Sosiaali- ja terveysministeriö 2016. STM, Kela, Kuntaliitto ja THL tiedottavat. Sosiaali- ja terveysministeriö 12.5.2015. Tiedote 98/2015. Digitalisaatio avaa kansalaiselle täysin uusia ovia terveyspalveluihin Viitattu 12.11.2016 saatavilla sähköisesti osoitteessa <http://stm.fi/artikkeli/-/aset-publisher/digitalisaatio-avaa-kansalaiselle-taysin-uusia-ovia-terveyspalveluihin>.

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2017. Hyvinvointi 2015 –ohjelma. Sosiaalialan pitkän aikavälin tavoitteita. Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisuja 2007:3. Helsinki. http://www.vlkunto.fi/linkit/Hyvinvointi_2015_-ohjelma.pdf Viitattu 27.1.2017.

Suomen kuntaliitto 2017. kunnat.net - Etusivu - Palvelualueet - Projektit - Vaikuttavat - Lähipalvelut - Kehitysyhteistyö - Asiakslähtöinen palvelukehittäminen Hyrynsalmella, Kuhmossa, Paltamossa, Ristijärvellä, Sotkamossa ja Suomussalmella. <http://www.kunnat.net/fi/palvelualueet/projektit/lahipalvelut/pilotit/kainuu/Sivut/default.aspx> Viitattu 16.1.17.

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. 2017. Hyvinvointi- ja terveyserot - hyvinvointi. <https://www.thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriavoisuus/hyvinvointi> Viitattu 27.1.2017.

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2009. Humanistisen, yhteiskuntatieteellisen ja käyttäytymistieteellisen tutkimuksen eettiset periaatteet ja ehdotus eettisen ennakkoarvioinnin järjestämiseksi. Helsinki. Pdf-tiedosto. Saatavissa: <http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/eettisetperiaatteet.pdf>. Viitattu 27.1.2017.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Tammi.

Törrönen, M. & Vornanen, R. 2004. Lastensuojelun ehkäisevä työ. Teoksessa Lastensuojelu tänään. Toimittaneet Puonti, A.; Saarnio, T. & Hujala, A. 2004. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Uusitalo, H. 1997. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan. 1.-4. painos. Juva: WSOY.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

Weiss, C. 1998. Evaluation. Methods for studying programs and policies. Second edition. New Jersey: Prentice Hall.

Åstedt-Kurki, P. & Heikkinen, R-L 1994. Two approaches to the study of experiences of health and old age: the thematic interview and the narrative method. Journal of Advanced Nursing 20.