



Sähköisen asiainnin strategiaviestintä metsäkeskuksissa

Muotoilu
Teollinen muotoilu
Opinnäytetyö
27.4.2009

Päivi Eerola

TIIVISTELMÄSIVU

Koulutusohjelma Muotoilu		Suuntautumisvaihtoehto Teollinen muotoilu	
Tekijä Eerola, Päivi Sinikka			
Työn nimi Sähköisen asioinnin strategiaviestintä metsäkeskuksissa			
Työn ohjaaja/ohjaajat VTT Hanna Vilkkä, TaM Mika Ihanus			
Työn laji Opinnäytetyö	Aika 27.4.2009	Numeroidut sivut + liitteiden sivut 40 + 20	
<p>TIIVISTELMÄ</p> <p>Suomen metsäkeskukset ja Metsätalouden kehittämiskeskus Tapio kehittävät valtionavulla uutta tapaa kerätä tietoa metsistä. Uusi keräystapa tuo uusia palveluja metsäalalle. Näistä keskeisimmät ovat metsänomistajille ja metsäalan toimijoille suunnatut sähköisen asioinnin palvelut. Palvelut valmistuvat käyttöön vaiheittain vuosien 2010–2012 aikana.</p> <p>Opinnäytetyön tehtävänä oli laatia metsäalan neuvojille suunnattu opas, jonka avulla neuvoja saa käsityksen tulevista, sähköistä asiointia hyödyntävistä neuvontapalveluista ja niihin liittyvistä osaamistarpeista. Opinnäytetyössä tuotettiin sekä opas, että sen laatimisprosessia analysoiva raportti. Työn perustana olivat metsäkeskusten toimintastrategia sekä valtionhallinnon sähköisen asioinnin tavoitetila ja ohjeistot. Kyseessä on strategiaviestinnän työ, jossa metsäkeskusten toiminnan strategisia tekijöitä konkretisoidaan erityisesti muotoilun ja tuotekehityksen näkökulmasta.</p> <p>Oppaan tavoitteena oli havainnollistaa aineettomia palveluja niin, että se luo vuorovaikutusta, joka edesauttaa uusien palvelutuotteiden kehittämistä. Oppaan tarkempaa sisältöä karotoitettiin käyttäjätutkimuksilla, joista keskeisimpiä olivat ryhmähaastattelut. Näissä ilmeni, että tiedon saanti on keskeinen osa vaikuttamisprosessia ja tiedon pohjalta käynnistyvä vuorovaikutus paras väline henkilöstön strategiseen muutokseen valmistautumiseen.</p> <p>Käyttäjätutkimusten tuloksiin pohjautuen oppaalle luotiin konsepti, jossa strategisia tekijöitä tarkasteltiin sähköisen asioinnin, tuotekehityksen, asiakkaan ja lukijan oman toiminnan näkökulmista. Strategiset tekijät nivottiin yhteen kuvituksella, jonka avulla lukijalle kerrottiin tarina. Tarinassa sähköisen asioinnin palvelu näyttäytyy metsänomistajalle pikkulintuna. Tarinan avulla pyrittiin luomaan strategiselle viestinnälle ominainen tunnelma ja varmistamaan se, että lukija käsittelee aihetta myös tunteen tasolla.</p>			
Teos/Esitys/Produktio Yhdessä tulevaisuuteen – Sähköinen asiointi ja neuvontapalvelut			
Säilytyspaikka Metropolia Ammattikorkeakoulun kirjasto, Tikkurilan toimipiste			
Avainsanat sähköinen asiointi, verkkopalvelut, strategiaviestintä, muotoilujohtaminen, metsätalous			

Degree Programme in Design		Specialisation Industrial Design
Author Eerola, Päivi Sinikka		
Title Communicating the Strategy of eServices at the Finnish Forestry Centres		
Tutor(s) Hanna Vilkka, D.Soc.Sc.; Mika Ihanus, M.A.		
Type of Work Bachelor's Thesis	Date 27 April 2009	Number of pages + appendices 40+20
<p>Finnish Forestry Centres and Forestry Development Centre Tapio are developing a new method to collect data from Finnish forests. This development program will create new eServices, which will be launched gradually between 2010–2012. Their development is financed by the Finnish government.</p> <p>The topic of the thesis was to create a guide for the forest advisors at the forestry centres. The thesis includes both the actual guide and the description of the creation process. The guide was seen as a tool of strategic communication. The strategies behind the work consisted of the strategy of the Finnish Forestry Centres, as well as the action plan and general guidelines of the government's eServices. These strategies were observed from the viewpoints of product development and design.</p> <p>The goal of the guide was to help the advisors understand what the new eServices will be, what skills are required and how they can be useful when advising both the forest owners and the companies. A further aim was also to visualise new services in a way, which creates communication between the advisors and the developers of the new service products. Several user studies were conducted, the most important being three group interviews. The results indicated that the first step of the interaction process is to receive information. Furthermore, communication seems to be the best tool for the organisation to become prepared for a strategic change.</p> <p>The concept of the guide was created based on the results of the user studies. First, the main strategic factors were selected. Second, they were observed with respect to the eServices, the product development, the customer and the recipient's own action. Story telling was used in the illustrations, which combined the observations with fiction. The eServices were shown as little birds assisting the forest owner. The purpose of the illustration was to create a positive atmosphere required for the strategic communication. The illustration also encourages the recipient to process feelings while thinking about the facts.</p>		
Work / Performance / Project Together to the Future – eServices and Advisory Services		
Place of Storage Helsinki Metropolia University of Applied Sciences, Tikkurila Unit Library		
Keywords eServices, strategy, communications, design management, forestry		

Sisällysluettelo

1	Johdanto	2
1.1	Työn tausta ja tehtävät	2
1.2	Yleiset tavoitteet ja rajaukset	4
1.3	Oppaan tavoitteet ja rajaukset	4
1.4	Strategiaviestintä	5
2	Käyttäjätutkimukset	6
2.1	Suunnittelu	6
2.2	Tutkimustavat	7
2.3	Ryhmähaastattelujen ohjelma	8
2.4	Ennakkokysymysten tulokset.....	8
2.5	Ryhmähaastattelujen yleiset tulokset.....	10
2.6	Metsäsuunnittelijoiden ryhmähaastattelu	11
2.7	Neuvontarinkiläisten ryhmähaastattelu	12
2.8	Tarkastajien ryhmähaastattelu	13
2.9	Henkilöhaastattelu	14
2.10	Neuvontatyöstä vastaavien sähköpostikysely	15
3	Materiaalin kokoaminen	15
3.1	Tekstimateriaali.....	15
3.2	Kuvamateriaali	17
4	Oppaan konseptointi	19
4.1	Kuvitusideasta tarinaksi.....	19
4.2	Konseptin työstäminen	21
4.3	Konseptin arviointi	22
4.4	Oppaan konsepti	23
5	Oppaan toteuttaminen	25
5.1	Ulkoasu	25
5.2	Oppaan johdanto	26
5.3	Muiden lukujen tekstiosat.....	27
5.4	Kuvitus.....	29
5.5	Etu- ja takakannet.....	31
6	Opas strategiaviestinnän toteuttajana	32
6.1	Strategiaviestintä ja tunnelma	32
6.2	Strategiset tasot.....	33
6.3	Muotoilustrategia	34
6.4	Brändistrategia.....	35
6.5	Tuotestrategia.....	36
7	Yhteenveto ja pohdinta	36
	Lähteet	39

Liitteet:

Liite 1: Ryhmähaastattelujen kysymykset

Liite 2: Neuvontatyöstä vastaavien sähköpostikyselyn kysymykset

Liite 3: Opinnäytetyön tuloksena syntynyt opas

1 Johdanto

1.1 Työn tausta ja tehtävät

Metsätalouden kehittämiskeskus Tapion asiakkaana on Suomen 13 metsäkeskusta. Vuonna 2006 metsäkeskukset ja Tapio alkoivat kehittää valtion rahoituksella uutta tapaa kerätä tietoa metsistä. Tätä tietoa nimitetään metsävaratiedoksi, ja sitä on kerätty pääasiassa metsissä kulkemalla, puita ja maaperää arvioimalla. Sama metsätila on tarkastettu noin kymmenen vuoden välein. Vuoden 2010 alussa metsävaratietoa aloitetaan keräämään uudella tavalla. Metsäalueita kaukokartoitetaan laserkeilaamalla. Yhdistämällä laserkeilattua tietoa, ilmakuvia ja maastossa tehtäviä koealamittauksia, tietokoneella saadaan laskettua melko tarkkaa tietoa metsästä. Tiedon keräämiseen tarvitaan entistä vähemmän ihmistyövoimaa, ja sitä voidaan tehdä muutaman vuoden välein samasta metsätilasta.

Metsävaratiedon keruun muutoksen tarkoituksena on tuottaa uusia palveluja metsäalalle. Palvelujen myötä metsäkeskusten toiminnan painopiste muuttuu perinteisestä metsäsuunnittelusta uusien palvelujen käytön tukeen ja

metsäneuvontaan. Uusista palveluista keskeisimmät ovat metsänomistajille ja metsäalan toimijoille suunnatut sähköisen asiointin palvelut. Palvelut valmistuvat vaiheittain vuosien 2010–2012 aikana. Metsäkeskukset valmistautuvat toiminnan muutokseen monin tavoin. Muutosta tukemaan on perustettu Yhdessä tulevaisuuteen -projekti, jossa metsäkeskusten henkilöstölle annetaan muutosvalmennusta. Tämän lisäksi annetaan koulutusta uusien metsävaratiedon keruumenetelmien ja tietojärjestelmien käyttöön.

Sähköisen asiointin palvelut olivat tämän opinnäytetyön toteuttamisen aikaan, vuoden 2009 keväällä, konseptointivaiheessa. Tällöin oli selvästi havaittavissa, että palveluista ei ollut tarpeeksi tietoa metsäkeskuksissa. Liikkeellä oli keskenään erilaisia käsityksiä palveluiden sisällöstä ja siitä, kuinka ne vaikuttaisivat henkilöstön työnkuviin ja jokapäiväiseen toimintaan. Sähköisen asiointin ja neuvontapalvelujen tuotekehitysprojekteissa huomattiin, että oli entistä tärkeämpää jakaa henkilöstölle katkoksitta konkreettista tietoa uusista palveluista ja niihin kohdistuvista muutoksista. Tiedolla oli erityisen paljon merkitystä tulevaisuudessa neuvontatyötä tekeville henkilöille. Heidän valmentautumisensa ja panoksensa olisivat sähköisen asiointin palvelujen menestymisen kannalta keskeistä.

Opinnäytetyön tehtävänä oli laatia neuvontatyötä tekeville henkilöille suunnattu opas, jonka avulla henkilö saa käsityksen tulevasta, sähköistä asiointia hyödyntävistä neuvontapalveluista ja niihin liittyvistä osaamistarpeista. Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tarkoituksena on tuottaa sekä opas, että sen laatimisprosessia analysoiva raportti.

Opinnäytetyön vaiheet ovat seuraavat:

- 1) käyttäjätutkimukset
- 2) materiaalin kokoaminen
- 3) oppaan konseptointi
- 4) oppaan toteuttaminen
- 5) jatkotoimenpide-ehdotusten laatiminen.

1.2 Yleiset tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön tekemiseen liittyvät keskeiset kysymykset ovat:

- Miten aineettomia palveluja havainnollistetaan tehokkaasti ja innostavasti?
- Miten metsäalan asiantuntija motivoidaan laajentamaan osaamistaan?
- Miten viestitään tulevasta niin, että se luo vuorovaikutusta, joka edesauttaa uusien tuotteiden kehittämisessä?

Opinnäytetyön päämääränä on aineettomien palvelujen havainnollistaminen. Tähän sisältyy, että työssä tulee edetä analyyttisestä, strukturoidusta kuvauksesta myös emotionaaliselle puolelle ja käsitellä toiminnan muutosta sekä tunteen että järjen kautta. Opinnäytetyön arvoa lisää, jos sen mallilla voidaan tuottaa jatkossa oppaita myös muista metsäkeskuksen tuotteista, esimerkiksi luonnonhoitoon liittyvistä palvelutuotteista.

Metsäkeskusten toiminta on osittain valtion rahoittamaa, osittain se on liiketoimintaa. Opinnäytetyö rajattiin koskemaan julkista palvelutoimintaa, koska metsäkeskusten sähköisen asioinnin palvelut tulevat olemaan suurelta osin valtion rahoittamaa toimintaa.

1.3 Oppaan tavoitteet ja rajaukset

Oppaan tavoitteena on tiedottaa, valmistaa ja innostaa metsäalan neuvoja uusien sähköisen asioinnin palvelujen tuomaan strategiseen muutokseen liittyen. Lisäksi on tärkeää, että opas aktivoi neuvontatyötä tekeviä vaikuttamaan sähköisten asiointipalvelujen ja neuvontapalvelujen kehittämiseen. Edelleen hyödyllistä on, jos opasta voidaan hyödyntää metsäkeskusten kehittämisprojekteissa uusien projektijäsenten perehdyttämiseen.

Oppaan on sisällettävä:

- uusien sähköisen asioinnin palvelujen kuvauksen yleisellä tasolla
- perusasioita sähköisestä asioinnista

- vinkkejä omaehtoiseen osaamisen kehittämiseen sähköisen asiointin osalta
- havainnollisia esimerkkejä siitä, kuinka uusia palveluja voidaan hyödyntää neuvontatyössä

Sisältöön liittyviä tarpeita tarkennetaan käyttäjätutkimuksin.

Opas laaditaan sähköiseen muotoon. Näin sen levittäminen esimerkiksi intranetin kautta on helppoa. Oppaan tulostamisen on sujuuttava vaivattomasti. Opas toteutetaan teknisesti Adobe PDF –dokumenttina, sillä oppaan laatiminen verkkosivustona ei onnistu opinnäytetyön aikataulussa. Oppaasta voidaan tehdä jälkeenpäin myös painotuote, mutta nidonta- yms. ratkaisuihin keskittyminen ei ole työn aiheen ja työn aikataulun kannalta järkevää eikä mielekästä.

1.4 Strategiaviestintä

Opinnäytetyö sijoittuu kulttuurin ja siellä teollisen muotoilun alalle. Työn tutkimusalana on muotoilujohtaminen. Muotoilujohtamista tarkastellaan työssä strategiaviestinnän näkökulmasta.

Strategiaviestinnällä tarkoitetaan strategian toteuttamiseen liittyvää vuorovaikutusta organisaation jäsenten kesken. Vuorovaikutus voi tapahtua vertikaalisesti esimiesten ja alaisten välillä tai horisontaalisesti osastojen, toimintojen ja eri yksilöiden välillä. Jari Salminen kuvaa strategiaviestinnän merkitystä näin: ”Uuden strategian implementointi ... on lähtökohtaisesti viestintäprosessi, sillä ainoa tapa vaikuttaa organisaation käyttäytymiseen on vaikuttaa heidän ajatteluunsa.” (Salminen 2008, 84–85.)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään siihen, kuinka sähköisen asiointiin liittyvistä strategioista kerrotaan metsäkeskusten henkilöstölle muotoilun ja tuotekehityksen näkökulmasta. Työssä pyritään luomaan horisontaalia vuorovaikutusta erityisesti tuotekehitysprojektien ja neuvontatyötä tekevien henkilöstöryhmien välille.

2 Käyttäjätutkimukset

2.1 Suunnittelu

Teollisen muotoilun koulutusohjelmassa oppimani mukaan teollisessa muotoilussa on kyse siitä, että strukturoitua ja monistettavaa kehitetään sen perusteella, mikä on inhimillistä ja elävää. Tämän vuoksi on tärkeää, että oppaan kehittämisen taustalla ovat sen lukijat ja että se vastaa heidän tarpeisiinsa. Päätin varmistaa tämän käyttäjätutkimuksilla. Käyttäjätutkimusten tavoitteina oli myös motivoida, innostaa ja osallistaa tuotekehitykselle tärkeitä henkilöstöryhmiä kuten käytännön asiakastyötä tekeviä henkilöitä. Näin tutkimukset toimisivat osaltaan strategisen viestinnän toteuttajana.

Käyttäjätutkimusten tarkoituksena oli saada vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä osaamista sähköisen asiointin edistäminen ja hyödyntäminen metsäalan neuvojilta vaatii?
- Miten metsäalan neuvojat voisivat edistää sähköistä asiointia metsänomistajille suunnatussa neuvonnassa?
- Mitä mieltä metsäalan neuvojat ovat uusista neuvonnan tuoteideoista?

Lisäksi oli tarkoitus löytää ideoita seuraaviin:

- Miten aineettomia palveluja havainnollistetaan tehokkaasti ja innostavasti?
- Miten metsäalan asiantuntija motivoidaan laajentamaan osaamistaan?

Käyttäjätutkimuksista laadittiin erillinen tutkimussuunnitelma, johon kuvattiin tutkimukset, niiden organisointi, tavoitteet, haastattelukysymykset ja kysymysten taustalla olevat tarkoitukset. Käyttäjätutkimuksen kohderyhmäksi valittiin sekä neuvontatyötä tekevät asiantuntijat että neuvontatyöstä vastaavat esimiehet. Esimiehet valittiin tutkimukseen mukaan, jotta voitaisiin vertailla tiedon kulkua ja omaksumista toisilleen läheisissä henkilöstöryhmissä. Tutkimuksella haluttiin selvittää,

kuinka paljon paremmin esimiehet olivat perillä uusista tuotteista ja miten heidän näkemyksensä erosivat asiantuntijoiden näkemyksistä.

2.2 Tutkimustavat

Päätutkimustavaksi valittiin teemahaastattelu, jotta käyttäjätutkimus toimisi kohderyhmien innostajana ja muutosta käsiteltäisiin myös emotionaalisella ja eläytymisen tasolla. Teemahaastattelun kohteeksi valittiin metsänhoidon asiantuntijat, joiden työtehtäviin kuuluu metsänomistajien neuvontaa. Haastattelu päätettiin suorittaa ryhmissä, jotta haastateltavien eri näkökulmat olisivat vuorovaikutuksessa keskenään ja jotta käytetty aika olisi kaikkien haastatteluun osallistuvien kannalta tehokasta.

Metsäkeskuksissa neuvontatyötä tekeviä, keskeisiä ammattiryhmiä on kolme:

- metsäsuunnittelijat, jotka ovat yhteydessä metsänomistajaan metsäsuunnitelman laatimisen eri vaiheissa myynnistä luovutukseen
- neuvojat, jotka mm. pitävät metsänomistajien koulutustilaisuuksia
- tarkastajat, joiden tehtävänä on huolehtia siitä, että metsänomistajat ja metsäalan toimijat hoitavat metsiä lain puitteissa

Koska metsäkeskusten toiminnassa on jonkin verran aluekohtaisia eroja, vertailun kannalta oli selkeintä, että toimenkvaltaan erilaiset henkilöt olisivat eri ryhmissä. Näillä perusteilla haastateltavista koottiin kolme ryhmää siten, että kussakin oli samaa työtä tekeviä henkilöitä. Ennen haastattelutilaisuutta ryhmille lähetettiin kaikille yhteiset ennakkokysymykset sähköpostitse.

Tutkimuksessa suoritettiin myös kehityspäällikkö Helena Reimanin henkilöhaastattelu. Hän toimii Keski-Suomen metsäkeskuksessa metsäsuunnittelijoiden esimiehenä ja on osallistunut myös uusien palvelutuotteiden kehittämiseen. Haastattelun tarkoituksena oli selvittää esimiesnäkökulmaa siihen, millaista osaamista metsäsuunnittelijoiden osalta olisi kehitettävä ja miten metsäsuunnittelijoille oli toiminnan muutoksesta viestitty.

Jokaisessa metsäkeskuksessa on neuvontatyöstä vastaava esimies. Näille esimiehille lähetettiin sähköpostikysely, jonka kysymykset olivat osin ryhmähaastattelun ennakkokysymyksistä ja osin ryhmähaastattelujen varsinaisista kysymyksistä.

2.3 Ryhmähaastattelujen ohjelma

Ennen haastattelutilaisuutta ryhmän jäsenet tutustuivat toisiinsa yhteisellä lounaalla. Varsinainen ryhmähaastattelutilaisuus koostui kolmesta vaiheesta.

Ensimmäisessä vaiheessa haastattelukysymykset liittyivät osallistujien nykyiseen työhön tai sen perusteella vastattaviin kysymyksiin neuvonnasta ja sähköisestä asioinnista. Vaiheen kesto oli noin yksi tunti. Toisessa vaiheessa esiteltiin tulevia sähköisen asiointin palveluita ja niiden suunnitteluperiaatteita. Esittelyn aikana osallistujien oli mahdollista esittää kysymyksiä. Vaiheen kesto oli noin puoli tuntia. Kolmannessa vaiheessa käsiteltiin neuvontapalveluja ja sähköistä asiointia uudelleen esittelystä saadun tiedon pohjalta. Vaiheen kesto oli noin yksi tunti.

Ryhmähaastattelut nauhoitettiin digitaalisella sanelimella ja ne litteroitiin asiatasolla. Aiheiden kannalta keskeisimmät puheenvuorot ja ne, jotka auttoivat eläytymistä asiantuntijan asemaan, litteroitiin tarkemmin.

2.4 Ennakkokysymysten tulokset

Ryhmähaastatteluja edelsi 10 ennakkokysymystä (liite 1). Niiden vastaukset olivat kaikilla ryhmillä hyvin samantyyppiset. Kysyttäessä verkkopalvelujen käytöstä työssä ja vapaa-aikana oli havaittavissa pieniä eroja iän perusteella. Alle 50-vuotiaat pystyivät keskimäärin paremmin erittelemään eri verkkopalveluita. Vain yksi vastanneista ei ollut käyttänyt verkkopankkia, mutta hänkin oli vierestä seurannut verkkopankin käyttöä. Verkkopankin käytön tunnettuus vaikutti oppaan sisältöön niin, että verkkopankin ja pankkitunnusten oletettiin olevan tuttu sähköisen asiointin palvelu.

Metsänomistajien verkkopalvelujen käytön esteinä mainittiin pääosin seuraavat:

- korkea ikä (14/20 vastaajaa)

- ei omista tietokonetta, ei ole tietoliikenneyhteyksiä tai muuten mahdollisuutta tai kykyä käyttää internetiä (14/20 vastaajaa)
- verkkopalvelut eivät ole helppokäyttöisiä (7/20 vastaajaa)
- tietoturvaongelmat (2/20 vastaajaa)
- ei löydä palveluja (2/20 vastaajaa)

Omina esteinä verkkopalvelujen käytölle mainittiin seuraavat:

- tekniset häiriöt, hitaat yhteydet (6/20 vastaajaa)
- motivaation ja mielenkiinnon puute (4/20 vastaajaa)
- osaamisen puute (3/20 vastaajaa)
- ajan puute (3/20 vastaajaa)
- tietoturvaongelmat (2/20 vastaajaa)
- verkkopalvelut eivät ole helppokäyttöisiä (2/20 vastaajaa)
- ei löydä verkkopalveluja (2/20 vastaajaa)

Kun vastaajilta kysyttiin ideoita tai kommentteja uusien verkkopalvelujen kehittämiseen, vastauksista kuului läpi, että ei ollut selvää, mitä uusilla verkkopalveluilla tarkoitetaan. Moni kommentoi nykyisiä palveluita. Haastattelutilaisuuksissa varmistui, että suurimmalle osalle uudet sähköisen asioinnin palvelut olivat ennakkoon varsin tuntemattomia. Tärkeimmäksi asiaksi (11/20 vastaajaa) nostettiin helppokäyttöisyys. Myös toiminnallisia palveluja, kuten viranomaisilmoitusten täyttööä verkossa, toivottiin (4/20 vastaajaa). Nykyistä verkkometsäsuunnitelmaa kritisoitiin liian vaikeana käyttää. Osa piti tärkeänä metsävaratietojen julkaisua verkkopalvelussa ja osa piti sitä uhkana nykyiselle toiminnalle.

Ennakkokysymysten perusteella oppaan sisältämät teemat olisivat monikanavaisuus, saavutettavuus, helppokäyttöisyys, tietoturva ja löydettävyys. Lisäksi oppaassa olisi kuvattava selkeästi, mistä tulevilla palveluilla on kyse.

2.5 Ryhmähaastattelujen yleiset tulokset

Ryhmähaastattelutilaisuudet alkoivat osallistujille helpolla ja heidän mielenkiintoaan herättävällä kysymyksellä (liite 1) (Hirsjärvi & Hurme 2000, 107). Osallistujia pyydettiin kuvaamaan työtään. Tämä saikin hyvin keskustelun käyntiin. Kysymys oli myös oppaan sisällön kannalta tärkeä. Osallistujien toimenkuvista oli yleiskäsitys ennakkoon, mutta haastatteluissa osallistajat kuvasivat työtään myös sen mukaan, minkälaisia ihmissuhdetaitoja vaaditaan ja minkälaisiin käytännön tilanteisiin työssä törmätään. Tämä oli merkittävää oppaan kohderyhmän asemaan eläytymisessä.

Kaikissa ryhmähaastatteluissa tuli esille sama asia: kaikki metsäalan tahot nähdään metsänomistajien neuvojina. Tähän liittyi myös usein käytetty hokema: "Kaikki ovat neuvoja". Vaikka oppaassa keskityttäisiin metsänomistajien neuvontaan, siihen olisi hyvä tuoda mukaan myös metsäalan toimijat ja heidän roolinsa metsäkeskusten palveluissa. Metsäalan toimijoilla tarkoitetaan puuta ostavia yrityksiä, metsäpalveluyrityksiä ja metsänhoitoyhdistyksiä.

Pettymys metsäkeskusten nykyisiin verkkopalveluihin tuli esiin kaikissa haastatteluissa. Nykyinen Metsään Net -verkkometsäsuunnitelma nähtiin tuotteena epäonnistuneiksi niin ominaisuuksien kuin käyttäjämäärien osalta. Silmu-intranetiä pidettiin sekavana ja sieltä tiedon etsimistä aikaa vievänä. Metsäkeskus.fi-palvelusta löydettiin myös puutteita tiedon löydettävyyden ja sisällön osalta. Käyttäjystävällisyyden tärkeyttä painotettiin lukuisia kertoja. Helppokäyttöisyys oli oleellinen ominaisuus tulevien palveluiden muotoilussa ja sitä tulisi tuoda esiin myös oppaassa.

Iältään vanhemmat henkilöt kokivat enemmän ennakkoluuloja sähköisiä palveluita kohtaan kuin nuoremmat. Tämä johtui todennäköisesti siitä, että he pystyivät nuorempia paremmin eläytymään sellaisten ihmisten asemaan, joilla ei ole palveluiden käyttöön tarvittavia tietoteknisiä taitoja tai välineitä. Vanhemmilla henkilöillä oli kuitenkin elämäkokemuksensa myötä eniten valmiuksia käsitellä muutosprosessia emotionaalaisella tasolla. Esimerkiksi 50-vuotiaat analysoivat muutoksen vaiheita ja omaa tilannettaan syvällisemmin kuin 30-vuotiaat. Haastattelujen perusteella voi todeta, että strategisten muutosten myötä vanhemmilla henkilöillä on tarjota nuoremmilleen tukea ja elämäntoimintaa. Tämä saa parhaimmillaan aikaan sen, että organisaatiossa nähdään uusi toiminta luontevana osana organisaation kehitystä.

Haastattelut osoittivat, että kytkös olemassa olevasta kulttuurista uuteen toimintaan on sisällytettävä myös strategiseen viestintään.

2.6 Metsäsuunnittelijoiden ryhmähaastattelu

Pirkanmaan, Etelä-Pohjanmaan, Häme-Uusimaan ja Lounais-Suomen metsäkeskusten suunnittelupäälliköt valitsivat alaisistaan kahdeksan metsäsuunnittelijaa Tampereelle 2.3.2009 pidettyyn metsäsuunnittelijoiden ryhmähaastatteluun. Kaikki palauttivat ennakkokysymykset (liite 1). Varsinaisessa haastattelussa oli paikalla seitsemän metsäsuunnittelijaa. Osallistujien keski-ikä oli 36 vuotta. Osallistujat olivat työskennelleet metsäkeskuksessa keskimäärin 10 vuotta ja koko ajan metsäsuunnittelutehtävissä.

Metsäsuunnittelijat kokivat tulevaisuuden epävarmana. Metsävaratiedon jakaminen metsänomistajille ja metsäalan toimijoille edulliseen hintaan ja valtion tuen poistuminen varsinaisesta metsäsuunnittelusta oli tuttu asia, mutta heitä pohditutti oman työn jatkuminen. Suurin osa piti positiivisena mahdollisuutena oman toimenkuvan painopisteen siirtymisen maastossa mittaamisesta neuvontaan. Ryhmä suhtautui varsin positiivisesti ajatukseen, että toimisi osan ajasta metsänomistajien tukipalvelussa puhelin- ja sähköpostineuvonnassa. Maksuton tilakäynti nähtiin erittäin tehokkaana tapana aktivoida metsänomistajia ja tilakäynnin tuotteistamista toivottiin, ennen kuin asiaa ehdittiin kysyäkään.

Ryhmälle olivat uudet sähköiset palvelut vieraita, mutta yleisellä tasolla verkkopalveluita käsiteltiin keskustelussa varsin tottuneesti ja ideoiden. Sähköisen asioinnin tukipalveluksi ehdotettiin valvottua metsänomistajien keskusteluforumia. Keskustelun edetessä metsänomistajan sähköinen asiointipalvelu alettiin nähdä myös metsäsuunnittelun mahdollisuutena, ikään kuin sisäänheittotuotteena uudistettavalle metsäsuunnitelmalle, joka jatkossa tarjotaan myös verkossa. Oppaan sisällöstä suoraan kysyttäessä nousi esiin tietoturva-asiat. Päällimmäinen toteamus oli kuitenkin, että jotta voisi kommentoida tarkemmin, pitäisi saada enemmän tietoa palveluista. Myös tuotteiden kehittämisen vaikuttamismahdollisuuksien katsottiin riippuvan saatavasta tiedosta.

Lopussa pohdittiin muutosta metsäkeskuksen toimintaan ja omaan työhön mm. seuraavasti:

- *Muutos tulee huhujen kautta ja vie vielä vuosia. Kukaan ei tiedä miten asiat muuttuu.*
- *Kaikki miettii jotenkin kuitenkin sitä, miten muutos menisi.*

Haastattelu ei muuttanut juurikaan ennakkokysymysten perusteella johdettuja teemoja. Erityisen tärkeäksi kuitenkin nousi se, että uusia sähköisen asiointin palveluita ja neuvonnan tuotteita kuvaillaan niin, että niistä saa selkeän käsityksen. Tiedon lisääntyessä ennakkoluulot vähenivät ja ideoita uusien palvelujen hyödyntämisestä alkoi syntyä. Esityksen sisältö toimi haastattelutilanteessa hyvin, ja siitä sai myös pohjaa sisällölle tältä osin. Haastattelussa ja sen jälkeen annettiin positiivista palautetta, että uudet sähköisen asiointin palvelut vaikuttavat hienoilta ja tilaisuus oli ollut innostava.

2.7 Neuvontarinkiläisten ryhmähaastattelu

Metsäkeskuksilla on metsänomistajien neuvontanumero ja sähköposti. Sitä pitää yllä neuvontarinki. Koska sähköiset asiointipalvelut tarvitsevat tuekseen vastaavan tukipalvelun, neuvontaringin vetäjä kokosi ryhmän ringin jäsenistä. Ennakkokysymyksiin (liite 1) vastasi neljä neuvontarinkiläistä. Jyväskylään 3.3.2009 paikalle saapui kolme ringin jäsentä. Osallistujien keski-ikä oli 51 vuotta. Osallistujat olivat työskennelleet metsäkeskuksessa keskimäärin 19 vuotta, ja usealla oli kokemusta myös muista työtehtävistä metsäkeskuksen sisällä.

Haastattelutilaisuuden ensimmäisessä osassa kävi selkeästi ilmi kaksi asiaa. Ensimmäinen oli, että neuvojen on tiedettävä laajasti metsäkeskusten ja metsäalan asioista suoriutuakseen työssään. Toinen oli, että haastateltavilla oli paljon epäluuloja sähköisten asiointipalvelujen suhteen sekä oman osaamisensa että metsänomistajan osaamisen osalta. Ikä nähtiin tärkeäksi kysymykseksi, ja oli huolta, jäävätkö ikäihmiset palvelujen ulkopuolelle. Toisaalta ryhmä oli innokas saamaan lisätietoja ja ennen oppaan mainintaa ehdotettiin jo:

Jos saisi tiivistettyä Silmuun (intranet) kaikki projektit selkokielellä, mitä on tapahtumassa eri alalla. Saisi puolen tunnin lukemisella sen tiivistettyä.

Uusien palvelujen esittelyn yhteydessä ennakkoluulot kuitenkin hälvenivät ja alkoi mielenkiintoinen keskustelu. Siinä ryhmä haki yhdessä positiivisen otteen uusiin palveluihin ja analysoi samalla sitä, mistä muutoksesta on kyse ja kuinka sen pitäisi edetä.

Ote keskustelusta tiivistää asian:

- *Toinen vähemmän, toinen enemmän kätevä. Ei ole välttämättä ikäkysymyksiä. Pitääkö kaikkien nyt olla kovasti käteviä teknisessä käytössä? Siitä tulee muutospainetta.*
- *Onko kaikkien oltavakaan kätevämpiä. Ne, jotka eivät ole niin käteviä, voi olla arvostettuja omassa asiantuntemusalueessaan.*
- *Heidän täytyy toki tietää, että palvelu on olemassa ja kuka palvelua ylläpitää.*
- *Koskee kaikkia, sekä metsäkeskuslaisia, että metsänomistajia. "Tulosta naapuri se lomake mulle! Minä tulen sitten pilkkomaan sinun puut!"*

Kysyttäessä, kuinka ryhmä haluaisi jatkossa vaikuttaa neuvontapalveluiden kehittämiseen, vastattiin:

- *Haluaisin olla itse mukana aika varhaisessa vaiheessa.*
- *Ollaan etuoikeutetussa asemassa, kun ollaan tässä.*
- *Tämä on ollut hyvä. On aukaissut monta kysymysmerkkiä.*
- *Tiedon saanti ennakkoon on hyvä.*
- *Ei niin, että nyt on tehty tällaiset ja pulinat pois! Tuntisi, että meitäkin on kuunneltu.*
- *Meille tämä voi olla muita helpompaa, kun ollaan ringissä ja täsmäneuvonnassa. Ollaan ykköstykkinä oltu. Mutta tämä ei riitä, pitää saada kaikki mukaan. Heidätkin, jotka puurtaa metsässä, pitää saada mukaan.*

Olisi tärkeää, jos opas pystyisi tukemaan vastaavien keskustelujen käymistä metsäkeskuksissa ja toimimaan siten osana muutosvalmennusta.

2.8 Tarkastajien ryhmähaastattelu

Pohjois-Savon, Pohjois-Karjalan, Etelä-Savon ja Kainuun metsäkeskusten viranomaispäälliköt valitsivat alaisistaan seitsemän tarkastajaa Kuopioon 10.3.2009.

Kaikki palauttivat ennakkokysymykset (liite 1) ja kaikki pääsivät myös paikan päälle haastatteluun. Osallistujien keski-ikä oli 47 vuotta. Osallistujat olivat työskennelleet metsäkeskuksessa keskimäärin 19 vuotta, ja usealla oli kokemusta myös muista työtehtävistä metsäkeskuksen sisällä. Haastattelun alkaessa oli selvästi aistittavissa, että osallistujat eivät olleet kovinkaan innostuneet sähköisestä asioinnista ja tilaisuuteen tulosta. Keskustelun edetessä asiasta kuitenkin innostuttiin ja tästä annettiin palautetta vielä haastattelun jälkeenkin.

Tarkastajilla tuntui olevan eniten kokemusta oman alueen toimijoiden kanssa toimimisesta. Heillä oli myös vähiten ongelmia sovittaa mielessään yhteen uudet sähköisen asiainnin palvelut ja oma toimintansa. Seuraava kommentti kuvaa vilkasta keskustelua siitä, kuinka palvelua voisi käyttää oman työn apuna ja neuvonnan tukena:

[Metsänomistaja] saa helposti sellaista lisätietoa mitä paljon kysytään. Jos vielä nyt tulee sellaista tarvetta, että mennään katsomaan metsään, niin joku kohde katsotaan matkalla metsälle. [Metsänomistaja] vois itse katsoa sieltä netistä, onko jotain sellaista, josta haluaa kysyä tarkastajalta. Voisi aktivoitua itse katsomaan koko tilan tilannetta.

Haastattelussa tuli ilmi nykyisten palvelujen käytettävyyso ongelmia, joiden korjaaminen vapauttaisi aikaa metsänomistajien neuvontaan. Tällainen oli esimerkiksi eräs metsänomistajille lähetetty kirje, jonka vaikeaselkoisuus aiheuttaa jatkuvasti puheluita. Kirjeen selkeyttä parantamalla ja sen sisältämää tietoa lisäämällä tehostettaisiin tarkastajien toimintaa merkittävästi samalla lisäten työn mielekkyyttä. Jos nykytoimintaa pystytään tehostamaan, vapautuu aikaa myös uuden opettelulle. Jos uudet tuotteet ratkaisevat ongelman, positiivinen suhtautuminen niihin lisääntyy. Tällaiset huomiot olivat merkittäviä paitsi palveluiden kehittämisen, myös oppaan kannalta.

2.9 Henkilöhaastattelu

Keski-Suomen metsäkeskuksen kehityspäällikön Helena Reimanin vapaamuotoisen henkilöhaastattelu tehtiin Jyväskylässä 3.3.2009.

Reiman näki metsäkeskusten tulevaisuuden haasteellisena. Erityisesti hän nosti esiin asiakaskeksisyyden kasvattamisen ja totesi, että nykytilanteessa asiakaskontaktien määrä metsäsuunnittelijoilla vaihtelee 20–100 kpl vuodessa. Kun maastotyön määrä

vähenee, asiakastyön määrä kasvaa. Tämä tuo myös haasteen henkilöstölle kasvattaa osaamistaan. Tätä Reiman pohtii seuraavasti:

Kaikkein suurimman kehittämispaukun laitan henkilöstön osalta siihen, että heidän itseluottamus ja rohkeus uuden haasteen vastaanottamisessa lisääntyy. Asiakaskeskeisyys, markkinointihalukkuus, uudet asiasubstanssit ja rohkeus – niitä asioita yritän ajaa henkilöstölle.

Asiakaskeskeisyyden tuli ilmetä myös oppaassa. Parhaimmillaan asiakkaat olisivat oppaassa hahmoja, joiden kautta palvelut havainnollistuisivat.

2.10 Neuvontatyöstä vastaavien sähköpostikysely

Lähetin kymmenen kysymyksen sähköpostikyselyn (liite 2) kaikkiin 13:een metsäkeskukseen, joista viideltä tuli vastaus. Useimmista vastauksista kuului, että ne oli laadittu kiireessä. Puhelinhaastattelu olisi voinut olla toimivampi tapa suorittaa kysely.

Kysymysten vastaukset noudattelivat pitkälti samaa tasoa kuin ryhmähaastateltavien ennakkokysymykset. Helppokäyttöisyyttä korostettiin ja ikäihmiset tuotiin esille. Eniten eroa tuli metsäkeskuksen toiminnan ja metsäalan kentän hahmottamisessa: neuvontaesimiehet pohtivat lyhyissäkin sähköpostivastauksissaan metsäkeskuksen organisaatiota ja toimintaa. Oppaan kannalta tärkein tieto oli, että uusien sähköisten asiointipalvelujen suunnitelmat eivät olleet esimiehillekään täysin tuttuja. Jos uudet palvelut kuvattaisiin tiiviisti ja selkeästi, siitä olisi hyötyä myös esimiestasolle.

3 Materiaalin kokoaminen

3.1 Tekstimateriaali

Tekstimateriaalin sisältöön vaikuttivat:

- työn alussa määritellyt oppaan sisällölliset tavoitteet
- käyttäjätutkimuksissa ilmenneet asiat ja niiden painotukset
- Metsäkeskusten strategia 2008–2015

- julkishallinnon sähköisen asioinnin strategia.

Julkishallinnon sähköisen asioinnin strategia ei ole yksiselitteinen asia. Sähköiseen asiointiin vaikuttavia linjauksia on kuvattu eri hankkeiden ja työryhmien tuotoksissa. Koska julkishallinnon sähköisen asioinnin periaatteiden ja palveluarkkitehtuurin kehittämistä on viime vuosina keskitetty valtiovarainministeriöön, strategisiksi dokumenteiksi valittiin valtiovarainministeriön tuottamia, kokemuksen mukaan julkishallinnossa keskeisen aseman saavuttaneita julkaisuja.

Nämä olivat seuraavat:

- Verkkopalvelujen laatukriteeristö (Koskenniemi, Saastamoinen & Eerola 2007)
- Sade-hankkeen loppuraportti (valtiovarainministeriö 2009)
- Valtionhallinnon tietoturvallisuuden johtoryhmän VAHTI:n julkaisu
Tunnistaminen julkishallinnon verkkopalveluissa (valtiovarainministeriö 2006).

Käytössä oli myös metsäkeskusten kehittämissä projekteissa tuotettua dokumentaatiota uusiin palvelutuotteisiin ja niiden taustalla oleviin tietojärjestelmiin liittyen. Näistä tärkeimmät olivat:

- uusien neuvontapalveluideoiden tuoteaihiot
- sähköisen asioinnin palvelujen tuotekuvaukset, rakennesuunnitelmat, käyttöliittymäesimerkit ja konseptikuvaukset
- kehittämissä projektien projektisuunnitelmat ja intranet-sivut.

Tekstimateriaalia kerättiin myös strategisista dokumenteista ja käyttäjätutkimuksissa nousseista aiheista itse kirjoittamalla. Tässä hyödynnettiin pitkäaikaista omakohtaista kokemusta verkkopalvelujen kehittämisessä. Kirjoittaminen auttoi oppaan sisällön jäsentämisessä ja sen arvioimisessa, millä tyyllillä kirjoitettua sisältöä oppaassa voisi olla.

3.2 Kuvamateriaali

Kuvamateriaalin kokoaminen aloitettiin tutkimalla metsäkeskusten ja Tapion julkaisuja. Näitä olivat mm. metsäkeskusten alueelliset metsänhoito-ohjelmat, Metsään ABC-tuoteperheen esitteet ja Tapion metsänhoidon esitteet.

Koska oppaan tarkoituksena on konkretisoida uutta toimintaa, luonteva ilmaisutapa olisi voinut olla käyttää sarjakuvia. Tapiossa ja metsäkeskuksissa on käytetty sarjakuvamaista kerrontaa muutamaa otteeseen. Vanhassa Tapion organisaatio-esitteessä on käytetty sarjoittain etenevää kerrontaa, kuvaa ja siihen liittyvää vuoropuhelua. Siinä uusi työntekijä tulee Tapioon ja hänelle kerrotaan Tapion palveluista. Toinen sarjakuvamainen esite on metsäkeskusten Metsään ABC -vihkonen, joka on suunnattu uusille metsänomistajille. Siinä kerrotaan uudelle metsänomistajalle metsäalan perusasioita ja annetaan tietoa muista Metsään ABC -tuotteista, kuten ensineuvonnasta. Molempien esitteiden kuvitus on hyvin yksityiskohtaista, runsasta ja naiivia piirrosta.

Tavallisimmillaan metsäkeskusten ja Tapion julkaisuissa kuvituksena on valokuvia. Ne voidaan jakaa karkeasti kahteen ryhmään. Toisissa valokuvissa näkyy ainoastaan varsin etäältä kuvattua metsää tarkoituksena tuoda esiin kauniita metsämaisemia. Toisissa taas on mukana ihminen, josta näkyy yleensä koko vartalo. Ihminen on kuvattu muutaman metrin päästä ja hänet oli sijoitettu kuvan keskelle. Ihmisen suhde metsään on kuvissa ilmeinen. Ihminen on esimerkiksi metsuri tai lapsi marjavakka sylissä. Sekä piirrosesitteissä että valokuvissa asiakas esitetään aikuisena, usein keski-ikäisenä naisena. Näin etenkin, jos kuvituksessa on kaksi henkilöä, joista toinen on metsäammattilainen. Metsäammattilainen esitetään aina miehenä. Kollegani kertoivat, että metsäala on perinteisesti ollut miesvaltaista, mutta tilanne on muuttumassa. Naiset kouluttautuvat alalle ja naismetsänomistajien määrä on kasvussa.

Kuvien metsä on talousmetsää: samanikäisiä ja samanlaisia puita, jotka on istutettu tasavälein. Kokemukseni perusteella metsän estetiikka on metsäkeskuskaisille juuri sitä, että ihmisen jälki näkyy metsän kasvussa. Luontoliiton puheenjohtaja Mauno Särkkä (2009) kuvaa tätä ilmiötä näin: "Järeistä, tasarakenteisista ja nopeakasvuisista talusmänniköistä on tehty normi – kaunis, kanonisoitu kansallismaisema, joka painetaan metsäteollisuusyritysten esitteisiin ja koulujen oppikirjoihin kansaa

kasvattamaan.” (Särkkä 2009, 16.) Verratessani kuvitusta Hannu Hautalan (2002) kuvaamaan Minun metsäni -kirjaan, huomasin myös, että metsäkeskusten ja Tapion kuvitusta hallitsee postikorttimainen romanttisuus. Esimerkiksi puupinoista tai puuesineistä ei ole juurikaan kuvia. Mielestäni tämä romanttisuus on staattista ja lähinnä metsän yksipuolista kauneutta esille tuovaa. Katsojalle ei synny kuvasta muuta tarinaa kuin mahdollinen yhteys omiin kokemuksiinsa metsästä. Myöskään metsään liittyvä toiminta ei näy metsäkeskusten ja Tapion käyttämissä kuvissa dynaamisuutena tai ihmisten vuorovaikutuksena kuten Hautalan kuvissa. (Hautala, Lehtinen & Rautiainen 2002.) Metsäromantiikka tuli esille myös haastatteluissa. Puhuttiin metsän hajusta ja siitä, kuinka keväällä alkaa maastokausi ja tulee tunne, että pitää päästä metsään. Metsäalalla on myös pitkä historia Suomessa ja olen huomannut, että sitä muistellaan usein metsäkeskuksissa ja Tapiossa.

Pelkän valokuvien runsaan käytön perusteella ei ollut kuitenkaan syytä päätyä oppaassa valokuvakuvitukseen. Kokemukseni mukaan valokuvia käytetään usein viestinnässä, koska niiden kustannukset ovat piirroskustannuksia pienempiä. Jos analysoidaan valokuvien ja piirrosten käyttöä ilman kustannusvaikutusta, valokuvaa käytetään Jaana Niemelän (2003) mukaan yleisesti dokumentoivana kuvana, kun taas piirros liitetään enemmän fiktion. Piirroksia käytetään kuitenkin myös tosiasioiden havainnollistamiseen. Kun piirroksissa voidaan ylittää todellisuuden rajat, voidaan korostaa tulkinnan kannalta tärkeintä osaa. (Niemelä 2003, 57–58.) Keräsin kuvamateriaalia myös itse kuvaamalla metsänhoitotöitä, puita ja ihmisiä ja tutustumalla siten omakohtaisesti metsän visuaaliseen maailmaan (ks. kuva 1).



Kuva 1: Esimerkki valokuvaamalla hankitusta kuvamateriaalista.

4 Oppaan konseptointi

4.1 Kuvitusideasta tarinaksi

Oppimani mukaan keskeinen asia muotoilussa on konseptuaalisuus. Oman analyysini perusteella sillä tarkoitetaan, että muotoilulliset elementit ovat rakenteellisessa yhteydessä toisiinsa ja niiden taustalla olevat muotoilulliset periaatteet saavat eri näkökulmista tarkasteltuina erilaisia ilmenemismuotoja. Tätä konseptuaalisuutta tavoitellen kehitin oppaaseen idean aihekohtaisesta aukeamasta. Kukin kahden sivun aukeama toisi esiin yhden muotoilullisen periaatteen ja esittäisi palvelut tämän periaatteen näkökulmasta. Aukeama toimisi myös kokoajana erityyppisille teksti- ja kuvaelementeille. Tämän jälkeen ongelmana oli, kuinka aukeamat muodostaisivat keskenään kokonaisuuden. Kokemukseni mukaan kuvien kautta pystyy helpoiten näkemään kokonaisuuksia. Tämän vuoksi jatkoin oppaan konseptin kehittämistä työstämällä aukeaman kuvitusta.

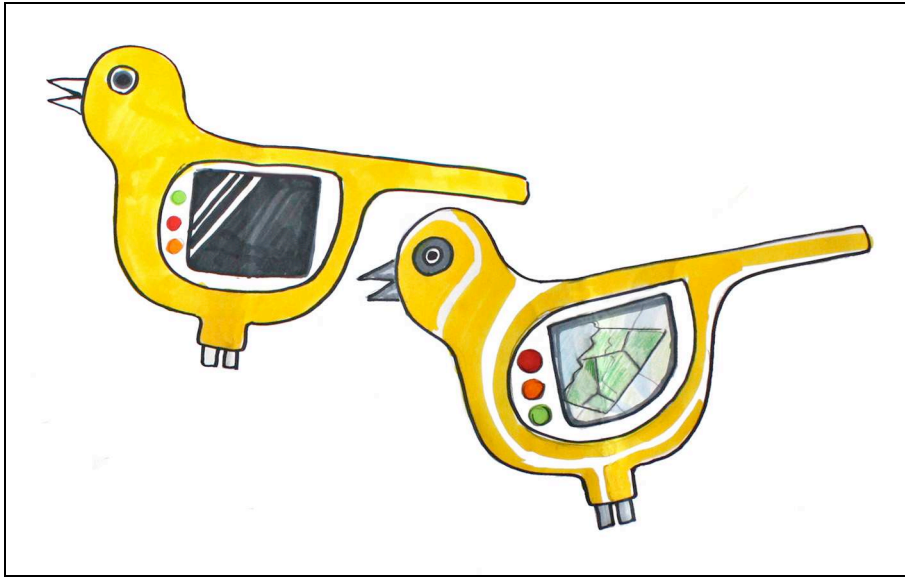
Lähtöideana kuvitukselle oli, että yhdistäisin piirrosta ja valokuvaa samaan kuvaan siten, että läpinäkyvällä valokuvalla kuvaisin tulevaa ja voimakkaalla piirroksella nykyisyyttä. Kuvissa olisi piirretty ihminen ja ympäristö, mutta metsä kasvaisi kuvassa absurdeissa paikoissa ja viestisi siitä, kuinka sähköisten palvelujen myötä metsä olisi tavoitettavissa ajasta ja paikasta riippumatta. Tarkoituksena oli, että kuvan arvoituksellisuus veisi ajatuksia tulevaisuuden mahdollisuuksiin.

Ryhmähaastattelujen tulokset kuitenkin veivät kuvitusta täysin toiseen suuntaan. Vyöryvän ja arvaamattoman sijaan pitäisikin tavoitella harmitonta ja avuliasta. Erityisesti vanhemmissa ikäryhmissä metsän pelättiin etäännyvän ja eristäytyvän sähköisten palvelujen käyttöönoton myötä. Tämä neuvontarinkiläisten ryhmähaastattelun kommentti havainnollistaa hyvin metsän merkitystä:

- *Kontakti ja metsä ovat tärkeitä elementtejä. Metsässä toiminta tapahtuu. Tietokoneihmisillekin pakoreitti: saa mennä metsään. Kun metsä on outo, rajapyykin katselukin on elämys. Haalarit jalkaan ja metsään.*

Tämän perusteella oli tärkeää, että kuvituksessa metsä näkyisi aitona ja todellisena. Lisäksi oli perusteltua, että palvelut saisivat hahmon, jolla olisi suhde metsään. Näin syntyi idea keltaisesta linnusta (ks. kuva 2). Linnun kyky lentää viittaisi verkkopalvelun

kykyyn palvella etäisyyksistä ja ajasta riippumatta. Linnun olisi oltava selvärajainen ja konkreettinen niin, että siihen yhdistettäisiin helppokäyttöisyys ja löydettävyys. Ensimmäisissä luonnoksissa lintu oli esineen omainen. Sen pyrstö oli kahvamainen, ja se muistutti kädessä pidettävää laitetta ruutuineen. Näin palvelun sisältöä voitaisiin visualisoida ilman, että niitä mielletäisiin samalla tavalla lopullisiksi käyttöliittymiksi. Tilanne olisi toinen, jos kuvaisin tietokoneen näyttöä sellaisenaan.



Kuva 2: Luonnoksia sähkökäyttöistä esinettä muistuttavasta linnusta.

Linnun myötä tuli idea tarinasta, joka kokoaisi oppaan sisällön. Siinä lintu herättelisi ensin uinuvan metsänomistajan ja metsänomistaja käyttäisi lintua apunaan viestin välityksessä metsäkeskukseen ja alan toimijoille. Tarinalle laadittiin käsikirjoitus sarjakuvaa ajatellen. Tuloksena oli yhdeksään ruutua, jotka oli jaettu kolmeen osaan. Kukin ruutu edusti yhtä aukeamaa.

Ensimmäisessä osassa aiheena oli metsänomistajan aktivointi. Siinä metsänomistajien ikkunoihin koputtavat sähkölintu ja kirjekyllä ja tarjoavat metsänomistajille ilmaista tilakäyntiä. Metsänomistaja innostuu asiasta ja neuvoja saapuu sitten paikalle. Metsänomistaja tunnustaa, että ei tiedä missä oma metsä tarkalleen on. Sähkölintu johdattaa sitten neuvooja ja metsänomistajaa metsässä. Neuvoja antaa metsänomistajalle tulosteen, jossa kerrotaan, kuinka vihelletään, jotta sähkölintu saapuu paikalle. Metsänomistaja lukee ohjeet ja tekee työtä käskettyä.

Toisen osan aiheena oli palvelun käytön aloittaminen ja kolmannen aiheena varsinainen sähköinen asiointi. Tarinan tyyli oli läpikotaisin yksityiskohtainen ja yhteys konkretiaan varsin vahva. Tarinan kulku ja yksityiskohdat syntyivät ryhmähaastatteluista, joissa osallistujat olivat kertoneet käytännön työstään metsänomistajien parissa.

4.2 Konseptin työstäminen

Tarinan käsikirjoitus toimi työn edetessä konseptin työstön välineenä. Siinä materiaalia liitettiin tarinan eri vaiheisiin ja tarinaa työstettiin välillä faktaan, välillä fiktion ehdoilla. Lopulta jokaisella ruudulla oli kolme ulottuvuutta seuraavasti:

- Tarina: palvelutuotteet käytännössä
- Tuotekehitys: tuotteiden kehittäminen projekteissa sekä tarkemmat tuote- ja järjestelmäkuvaukset
- Strategia: kehittämiseen liittyvät arvot ja tavoitteet

Koska oppaan tuli muodostaa lukijalle selkeä ja helposti käsitettävä kokonaisuus, oli tärkeää pyrkiä tiiviiseen ilmaisuun ja välttää liikaa yksityiskohtaisuutta. Aiheita yhdistettiin, ja lopputuloksena oli kuusi aukeamaa, joissa ensimmäinen sivu sisältäisi tarinan ja toinen asiatekstin, esimerkiksi metsänomistajan aktivoinnin yhteydessä esiteltäisiin käyttöönotettavaa asiakkuudenhallintajärjestelmää, jolla auttaisi aktivointikampanjoiden toteutuksessa. Tämän jälkeen ideaa käytiin läpi Tapiossa kollegojen kesken, ja sitä pidettiin positiivisena. Yhdessä totesimme kuitenkin, että liikaa naiiviutta tulisi välttää, jotta oppaan uskottavuus säilyisi.

Tarina oli ajateltu tuoda esiin sekä kuvina että sitä selventävänä tekstimuotoisena tarinana käyttäen esimerkkinä materiaalin keruuvaiheessa löydettyjä sarjakuvamaisia esitteitä. Koska kuvat vaikuttivat toimivan myös erillisinä kuvituksina aiheille, ei lukijalle ollut oleellista ymmärtää tarinaa ymmärtääkseen opasta. Puolet ensimmäisestä sivusta voitaisiin siten vapauttaa asiatekstille, johon liittyvää materiaalia oli runsaasti.

4.3 Konseptin arviointi

Jotta oppaan tarpeellisuus varmistuisi, oli tärkeää arvioida konseptia käyttäjätutkimuksissa tehtyjen havaintojen perusteella. Lisäksi arviointiin otettiin mukaan myös työn alussa asetetut yleiset tavoitteet.

Tarkastajien ryhmähaastattelussa kaivattiin nimenomaan arkikieltä osaksi muutosviestintää. Seuraava kommentti kuvaa hyvin aiheesta käytyä keskustelua:

- Nyt kehittämisprojekteista on tiedotettu ATK-kielellä. En ole oikeasti ymmärtänyt, mistä on ollut kysymys. Jos sitten sattuu kysymään lisätietoja, niin taaskaan ei ymmärrä.*

Tekstimateriaalista tuli esille kirjoittamani pienet vuoropuhelut, jotka oli otsikoitu "Kysymällä selväksi". Ne toivat sekä omasta että kollegoideni mielestä piristävää vastapainoa tiiviille asiatekstille. Ne myös nivoivat keskustelun ja arkikielen luontevaksi osaksi opasta. Oli tärkeää, että vuoropuhelut käsittelisivät oppaan kannalta kaikkein keskeisimpiä kysymyksiä, koska kyseessä oli oppaan käytännönläheisin teksti.

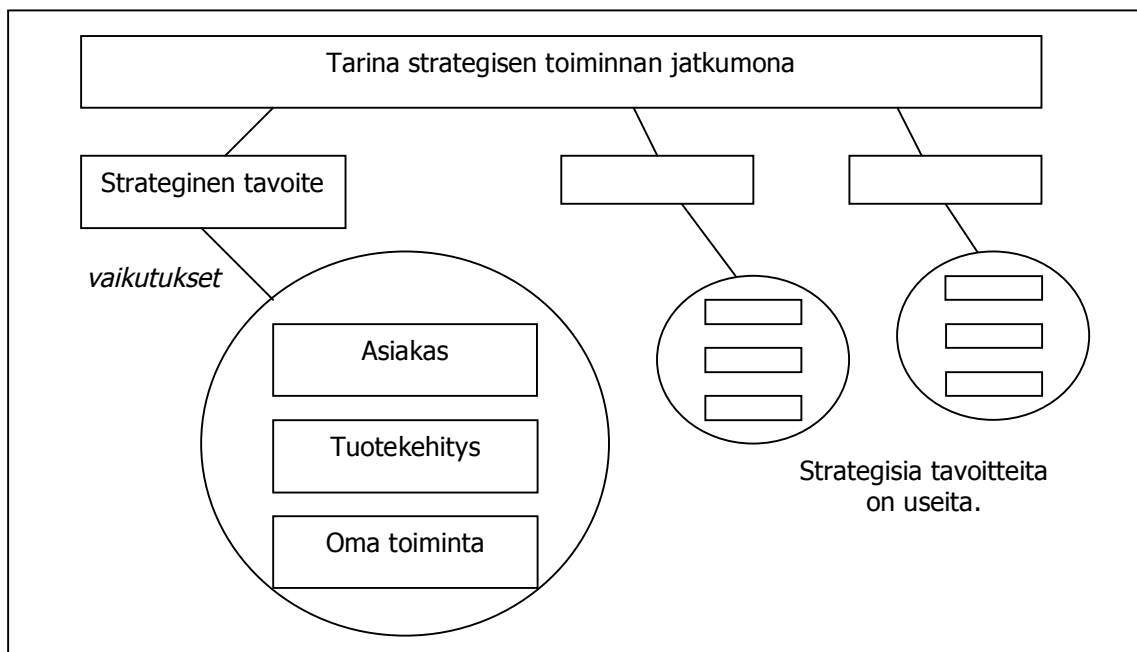
Henkilöhaastattelussa esille tuotu asiakaslähtöisyys ei tullut mielestäni konseptissa riittävästi esille. Tarinan oli määrä toimia asiakaslähtöisyyden havainnollistajana, mutta oli selkeä vaara, että pelkkien kuvien varassa asia ei välity. Ryhmähaastattelujen esityksessä olin konkretisoinut, mitä palveluja metsänomistajille tarjotaan tulevaisuudessa. Esitys oli toiminut hyvin lähtökohtana sähköisten palvelujen keskustelulle. Tämän perusteella laadin aukeaman ensimmäiselle sivulle kuvaukset aiheeseen liittyvistä metsänomistajan palveluista, esimerkiksi metsänomistajan aktivoinnin yhteyteen tuli tietoa Metsään.fi-tiedotteesta ja aktivointikampanjoista.

Yksi työn tavoite oli, että opas aktivoi lukijaa vaikuttamaan palvelutuotteiden kehitystyöhön. Tästä oli keskusteltu ryhmähaastatteluissa. Niiden osallistujat pitivät tiedonsaantia tärkeänä osana vaikuttamisprosessia. Samalla tuli ilmi, että metsäkeskusten intranet-palvelusta projektisivujen etsiminen on hankalaa. Oppaassa yhdistettiin nämä kaksi asiaa. Oppaassa kerrotaan siitä, mitä projekteissa kehitetään. Kunkin tuotekehityskohdan loppuun lisättiin luettelo projekteista, jossa aiheeseen liittyvää kehitystyötä tehdään ja linkit Silmuun kunkin projektin sivulle. Sieltä lukija

pääsisi käsiksi projektin tarkempiin tietoihin ja projektin työtilaan, jossa on laajemmin materiaalia.

Osaamisen kehittämiseen liittyvä tavoite oli myös tärkeä. Yhteenvetona haastatteluissa käydyssä keskustelussa oli, että kaikkien on tiedettävä tietyt asiat. Samalla kuitenkin todettiin, että henkilöiden motivaatio ja tarjolla olevat työtehtävät vaikuttavat siihen, mihin kukin erikoistuu. Jos oppaan kautta saa lisää konkretiaa siitä, mihin työ metsäkeskuksissa on muuttumassa, se palvelee tätä tarkoitusta. Kokemukseni mukaan tärkeä osa uuden oppimista on vanhan analysointi. Kun ihminen käy vuoropuhelua työkaverien tai vaikka vain itsensä kanssa, muutos alkaa tapahtua. Ryhmähaastatteluissa tämä toteutui havainnollisesti. Kysymällä selväksi -osa, jossa käydään aiheesta vuoropuhelua, palveli myös tätä tarkoitusta. Siinä keskeisemmät kysymykset tulisi esittää lukijan oman toiminnan näkökulmasta. Toisaalta sitä, ketkä keskustelevat, ei olisi tärkeää selittää. Onko kyseessä oppaan kirjoittaja ja lukija, esimies ja alainen, konsultti ja asiakas vai henkilö itse työstämässä asiaa sai jäädä lukijan päätettäväksi.

4.4 Oppaan konsepti



Kuva 3: Oppaan konsepti.

Opas kuvaa julkisen organisaation toimintaa tulevaisuudessa, kun uuden strategian mukaiset tuotteet ovat markkinoilla. Oppaan konseptin perustana on tarina (ks. luku 4.1), joka toimii oppaan juonena ja luo oppaaseen tunnelmaa. Tarinan tarkoitus on myös yhdistää strategiset tavoitteet toisiinsa niin, että lukijalle syntyy käsitys kokonaisuudesta. Helena Åhmanin ja Jyrki Runolan (2006) mukaan konkreettisella ja arkea lähellä olevalla kuvauksella varmistetaan, että strategia on helppo ymmärtää. Ymmärrettävyys puolestaan lisää sitoutumista, innostumista ja osallistumisen halua. (Åhman & Runola 2006, 118–119.)

Opas on jaettu lukuihin strategisten tavoitteiden mukaan. Tavoitteet on johdettu organisaation ja julkishallinnon strategisista linjauksista. Tavoitteiden valintaan on lisäksi vaikuttaneet tuotekehityksessä tärkeiksi nostetut asiat sekä tämän työn käyttäjätutkimuksissa esiin tulleet asiat.

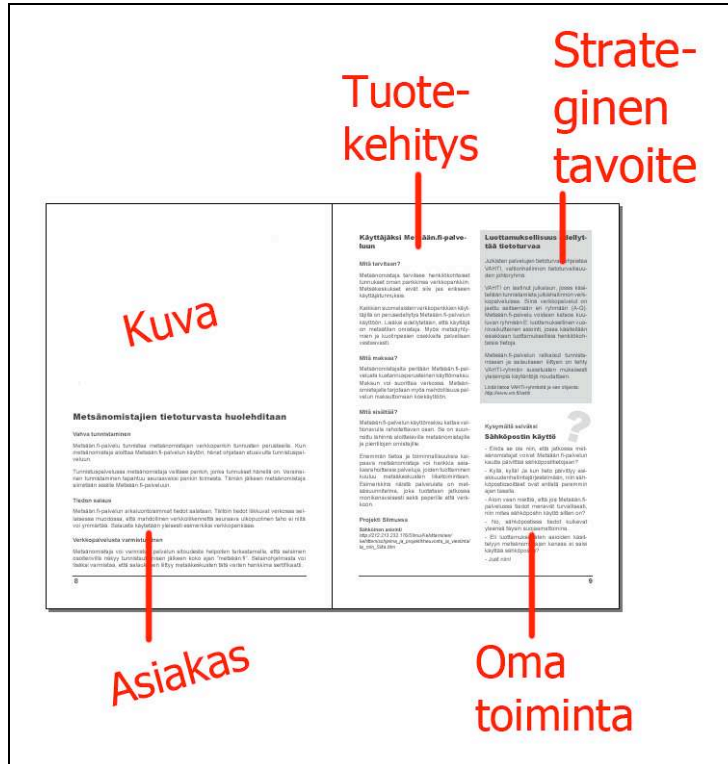
Em. perusteella strategisiksi tavoitteiksi valittiin palvelujen:

- monikanavaisuus
- löydettävyys
- luottamuksellisuus
- helppokäyttöisyys
- vaikuttavuus
- prosessien sujuvuus ja tietojen ajantasaisuus.

Kussakin luvussa käsitellään sähköiseen asiointiin ja neuvontapalveluihin liittyviä tuotteita, niiden kehitystä ja lukijan omakohtaista toimintaa strategisen tavoitteen näkökulmasta.

5 Oppaan toteuttaminen

5.1 Ulkoasu



Kuva 4: Aukeaman ulkoasu.

Oppaan ulkoasun (kuva 4) suunnittelun perustana oli metsäkeskusten graafinen ohjeisto, koska kyseessä oli pääasiassa metsäkeskuksille suunnattu julkaisu. Graafinen ohjeisto oli varsin väljä ja sillä oli eniten vaikutusta leipätekstien ja otsikoiden kirjasintyyppien valintaan. Toteutin oppaan taiton Adobe InDesign -ohjelmalla.

Koska oppaan tulostamisen tuli olla yksinkertaista, valitsin sivun kooksi tavallisimman oletuskoon, pystysuuntaisen A4:n. Koska paperin säästämiseksi tulostetaan usein kaksi sivua arkille, kirjasimen koon tuli olla sen verran suuri, että pienennyksen jälkeenkin teksti olisi luettavaa. Lisäksi ryhmähaastatteluissa ja ennakkokysymyksissä oli tullut esille, että tekstin on oltava riittävän suurta. Tärkeää oli, että myös ikänäköiset pystyvät lukemaan oppaan. Leipätekstin kirjaseimeksi valitsin siten 12 pisteen Arialin.

Aukeaman ensimmäinen sivu oli yksipalstainen, jotta kuvitukselle jäisi riittävän leveä tila. Toisen, joka oli tekstipainotteinen, jaoin kahteen palstaan, jotta riveistä ei tulisi

liian pitkiä. Pitkät rivit vaikeuttavat lukijan katseen kohdistamista seuraavalle riville ja hidastavat näin lukemista (Loiri & Juholin 1998, 33). Sivujen alaosaan sijoitin ohuen viivan, joka erotti sivunumeron teksteistä. Sivunumerot sijoitin aukeaman ulkoreunoihin vahvistaen aukeaman muodostamaa kokonaisuutta. Viivan ja sivunumerot sijoitin sivun alareunaan, jotta sivujen yläreunaan rajautuvien kuvien taivas voisi jatkua lukijan mielessä ilman pysäyttävää poikkiviivaa.

Tekstit sijoitin aukeamalle siinä järjestyksessä kuin niiden merkitys lukijalle laajenee. Kuvaukset metsänomistajalle tuotettavista palveluista sijoitin ensimmäisen sivun alaosaan kuvan yhteyteen. Tuotekehitysasiat sijoitin toisen sivun ensimmäiselle palstalle ja yhteyden strategiaan toiselle palstalle. ”Kysymällä selväksi”-osan sijoitin strategiaosan alle ja se toimisi loppukaneettina aiheelle. Sen sijainti olisi myös kätevällä paikalla, jos lukija haluaisi vilkuilla vain oppaan keskeisimmät asiat nopeasti oikeita alakulmia selaten.

Strategiaosan tekstit olivat näkökulmia ja perusteluja tuotekehitykselle ja niiden erottaminen myös visuaalisesti oli tarpeellista. Sijoitin ne vaaleanharmaalle pohjalle. ”Kysymällä selväksi”-palstan tekstin tyyli erosi muusta tekstistä. Se oli enemmän puhekuin kirjakieltä. Sen olisi siis hyvä erottua myös visuaalisesti muusta tekstistä. Erialaisten kokeilujen jälkeen päädyin hieman vinossa olevaan vaaleanharmaaseen kysymysmerkkiin, joka sopi käytettävissä olevaan tilaan ja toimisi riittävässä määrin poikkeaman osoittajana.

5.2 Oppaan johdanto

Oppaalle laadittiin oma lukunsa ”Tämä opas kertoo tulevaisuudesta”, jossa kerrotaan yleisesti oppaan tarkoituksesta, sisällöstä ja kohderyhmästä. Samalla kerrotaan, mitä ennako-osaamista opas lukijalta edellyttää. Oppaassa oletetaan, että lukijalla on perustiedot metsäalasta ja perustaidot tietokoneen ja internetin käytöstä. Ennako-osaamisen taso on valittu metsäalan osalta kohderyhmän perusteella ja tietokoneen käyttötaidojen osalta käyttäjätutkimusten perusteella. Käyttäjätutkimuksissa kävi ilmi, että kaikki vastanneet käyttävät internetiä päivittäin sekä työssään että vapaa-ajallaan. Ryhmähaastatteluihin tuli kuitenkin esille, että verkkopalveluihin liittyvä osaaminen on varsin pinnallista. Osallistujien oli esimerkiksi vaikea kuvailla sitä, mistä

helppokäyttöisyys tai tietoturva muodostuu. Ennakko-osaamisen määrittelyllä on vahvat yhteydet strategisessa viestinnässä käytettävään kieleen (Salminen 2008, 90–95). Oppaan sisältö on laadittu muutenkin tämä mielessä pitäen niin, että monimutkaiset tietotekniset asiat on pyritty konkretisoimaan ennakko-osaamisen edellyttämälle tasolle.

Oppaan johdannossa on kerrottu myös yleisellä tasolla metsäkeskusten toiminnan kokonaisuutuksesta. Tämä laadittiin, koska käyttäjätutkimuksissa tuli ilmi, että yhteys metsävaratiedon keruun ja uusien palvelujen tuottamisen välillä on monelle varsin epäselvä. Lopuksi oppaan johdantoon on koottu keskeisimmät lauseet oppaaseen vaikuttavista strategioista. Valtion sähköisen asiointin ja hallinnon tavoitela kuvaava tavoitteen julkisten palvelujen näkökulmasta. Metsäkeskusten strategiset linjaukset metsätieto- ja neuvontapalveluista yhdistävät oppaan metsäkeskusten toimintaan.

5.3 Muiden lukujen tekstiosat

Muissa luvuissa hyödynnettiin koottua materiaalia. Teksti kirjoitettiin suoraan opasta varten suunniteltuun taittopohjaan. Asioita tiivistettiin pyrkimällä siihen, että lukija saa palveluista kiteytetyn käsityksen (Salminen 2008, 86–90). Aukeamien otsikot laadittiin niin, että niissä oli aina mainittu tärkein asiakas, metsänomistaja, ja niissä kuvattiin toimintaa. Tästä hyvänä esimerkkinä on strategisen tavoitteen ”Luottamuksellisuus” otsikko ”Metsänomistajan tietoturvasta huolehditaan”. Kuhunkin tekstiosaan työstettiin pääviesti, joka ohjasi tekstiosan sisältöä (ks. taulukko 1).

Tekstiosia viimeisteltiin kollegoilta saatujen kommenttien perusteella. Kyse oli lähinnä ilmaisujen hiomisista siten, että ne vastasivat todellisuutta ja asiasisällön osalta pienistä yksityiskohdista, joiden sisällyttäminen oli strategisessa mielessä tärkeää. Esimerkiksi oppaan kääntäminen ruotsinkielelle ei ollut varmaa, joten oppaaseen lisättiin tieto, että palvelut tarjotaan myös ruotsinkielellä. Kuvituksen valmistuttua tarkastin oppaan taiton Markus Itkosen (2003) Typografian käsikirjaa apuna käyttäen. Tällöin kiinnitin huomiota typografiseen sommitteluun, kuten riviväleihin, otsikoiden selkeään hierarkiaan, otsikoiden katkeamattomuuteen ja rivien keskinäiseen tasaukseen. (Itkonen 2003, 67–108.)

Strateginen tavoite	Asiakas	Tuotekehitys	Oma toiminta
Uinuvia metsänomistajia herätellään			
Monikanavaisuus on julkisten palvelujen ominaisuus ja sillä varmistetaan, että palvelut ovat kaikkien ulottuvilla.	Metsänomistajia aktivoidaan Metsään.fi-tiedotteen ja aktivointi-kampanjoiden avulla.	Kaikki metsäkeskuslaiset siirtyvät käyttämään uutta asiakkuudenhallinta-järjestelmää.	Monikanavaisuutta sovelletaan myös omassa asiakastoiminnassa.
Metsänomistajia autetaan löytämään			
Löydettävyys on laatua ja sitä voidaan toteuttaa verkkopalvelussa monella tavalla.	Metsänomistajia autetaan tuntemaan oma metsänsä monella eri tavalla.	Tilakäynti on uusi palvelutuote, jota tuottavat kaikki asiakastyötä tekevät henkilöstöryhmät.	Metsään.fi-palvelun markkinointi on myös oma tehtävä.
Metsänomistajien tietoturvasta huolehditaan			
Luottamuksellisuus edellyttää tietoturvaa.	Verkkopalvelujen tietoturva perustuu vakiintuneisiin tekniikoihin. Metsään.fi-palvelun käyttö on turvallista.	Metsään.fi-palvelua käytetään pankkitunnuksilla, siihen liittyy käyttömaksu ja se on suunnattu aloitteleville metsänomistajille.	Omassa toiminnassa tulee harkita, milloin on turvallista käyttää sähköpostia.
Metsänomistajan palvelua on helppo käyttää			
Helppokäyttöisyydellä on yhteys esteettömyyteen.	Helppokäyttöisyys ohjaa Metsään.fi-palvelun sisältöä. Metsänomistajille tarjotaan myös käytön tukea.	Käyttäjät huomioidaan kaikissa kehittämisen vaiheissa.	Omaan toimintaan ja menestykseen pitää uskoa.
Metsänomistajan tietoja ja töitä välitetään			
Metsään.fi-palvelun vaikuttavuus liittyy siihen, mitä lisäarvoa se luo käyttäjilleen.	Metsään.fi-palvelu saa metsänomistajat ja toimijat toimimaan yhdessä.	Toimijoille välitetään tietoja verkkopalvelun kautta.	Metsään.fi-palvelu vaikuttaa myös omaan neuvontatoimintaan termien käytön ja yhteistoiminnan osalta.
Metsänomistaja asioi sujuvasti			
Havainnekuva käyttöliittymästä havainnollistaa palvelun selkeyttä ja tiedon ajantasaisuutta.	Metsänomistaja voi tehdä viranomaisilmoituksia sähköisesti.	Metsänomistaja, toimijat ja metsäkeskuslaiset ovat kaikki metsävaratietojen ajan tasalla.	Sähköinen asiointi on tuttu jo muualta, nyt sitä aletaan tuottaa myös metsäkeskuksissa.

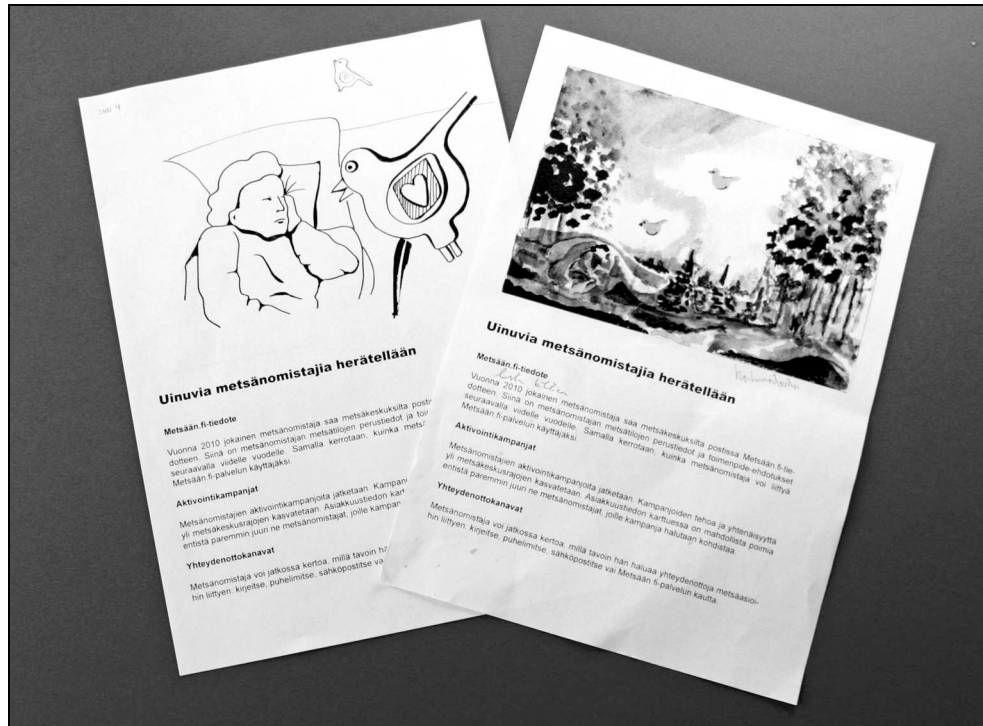
Taulukko 1: Oppaan luvut ja pääviestit tekstiosittain.

5.4 Kuvitus

Lukujen tekstiosien valmistuttua piti olla kyse kuvituksen osalta pelkästä toteutustyöstä, kun kuvien sisältöjen kuvaukset olivat valmistuneet jo konseptivaiheessa. Kuvituksen avulla kerrottaisiin tarina, jonka hahmoina olisivat sähkölintu, metsäneuvoja, metsänomistaja ja metsäalan toimijat. Valitsin kuvien toteutustavaksi ensin yksinkertaistetun, mustavalkoisen tai korkeakontrastisen viivapiirroksen, koska kuvituksen tuli toimia hyvin myös tulostettuna. Kun sijoitin viivapiirrosluonnoksia oppaan sivuille, sen tunnelma muuttui raskaaksi. Polveileva tarina monine hahmoineen yhdistettynä tekstin määrään oli toi liikaa tulkittavaa informaatiota aukeamaa kohti. Viivapiirroksen jyrkkyys korosti entisestään oppaan asiapainotteisuutta.

Tähän saakka olin pitänyt selvärajaisuutta tärkeänä ominaisuutena kuvitukselle. Uudelleen analysoinnin jälkeen totesin, että perimmäisenä tarkoituksena oli hallinnan tunne. Ryhmähaastatteluissa esitetyt ennakkoluulot siitä, että sähköisten palvelujen myötä metsänhoitokin virtualisoidaan, piti kuvituksessa osoittaa vääriksi. Luonnoksissa selvärajaisuus tuntui kuitenkin ahdasmielisyydeltä, ei niinkään sellaiselta hallinnalta, johon liittyy positiivisia ja vapauden tunteita. Ajattelin kokemuksiani metsästä. Oli hienoa kiivetä korkealle paikalle ja kuunnella oman koiran haukkua. Vaikka koira oli irti, tilanne on hallinnassa, kun näki ja kuuli kauas. Nähdä oman elämänsä kaukaa ja niin taakse- kuin eteenpäin, sitä hallinta tuntui ennen kaikkea olevan. Tästä lähti ajatus akvarellista, jossa maisemilla olisi voimaa ja katseella lepopaikkoja. Näin saataisiin tarvittavaa herkkyyttä ja inhimillisyyttä mukaan oppaaseen.

Työstin uudelleen tarinan, jonka perusteella opas oli rakennettu. Pidin sivujen teemat ja tarinan keskeisen sanoman ennallaan, mutta muunsin kerronnan saduksi, jossa lintu herättää metsänomistajan ja auttaa häntä kulkemaan vaihe vaiheelta omaa metsäänsä kohti. Muita hahmoja ei ollut. Valokuvista tutulle metsäromantiikalle saatiin näin tilaa, mutta akvarelli toteutustapana toi siihen uutta dynaamisuutta. Lisäksi pelkistetty, mutta ilmaisullinen kuvitus vie lukijan huomion metsän yksityiskohdista sen muodostamaan tilaan ja tunnelmaan.



Kuva 5: Kuvitusluonnosten vertailua.

Päädyin metsänomistajan hahmossa naiseen, koska kerätyn kuvamateriaalin perusteella asiakasta kuvattiin usein naisena. Kuvasin metsänomistajan aluksi pienenä, varsin kasvottomana, mutta hahmo tarkentui kertomuksen edetessä. Tällä oli tarkoituksena kuvata metsänomistajan identiteetin syntymistä. Hahmolla oli silmälasit, jotta välittyisi ajatus siitä, että palvelut ovat suunnattu todellisille henkilöille, joilla lähes kaikilla on jotain fyysisiä rajoitteita.

Sähköisenä laitteena esitetty lintu ei toiminut enää luontosadussa, vaan linnun piti olla elävä olento. Säilytin alkuperäisen keltaisen värin, jolla luotiin mielikuvaa sähköisestä asiasta. Keltainen on myös hyvä väri siitä syystä, että ihmissilmä havaitsee sen ensimmäisenä ja näin lintu tulee hyvin esille kuvissa (Hintsanen 2008). Lisäksi huomasin, että niissä kuvissa, joissa tarvitaan voimakasta liikkeen tai vaikuttavuuden tunnetta, lintuja kannattaa olla useampi kuin yksi (ks. kuva 6). Kun viitekehys oli satu ja kyseessä oli elävä lintu, lintujen määrän vaihtelu ei tuntunut luonnottomalta.

Koska opas on suunnattu metsäammattilaiselle, pyrin tekemään puista lajien puolesta tunnistettavia etenkin lähikuvissa. Kuvasin koivuja, mäntyjä, kuusia ja leppiä. Tavoittelin tällä myös sitä, että tarinaan tulisi mukaan suomalaisuus ja sen mukana läheisyys ja omakohtaisuus. En kuitenkaan kuvannut valokuvien mukaisia talousmetsiä,

vaan pyrin näyttämään metsän erilaisina tunnelmallisina paikkoina, jotka vahvistaisivat sadun dynaamista sanomaa. Kuvien teemoissa pyrin ensisijaisesti siihen, että ne havainnollistavat vertauskuvallisesti aukeaman aihetta. Esimerkiksi helppokäyttöisyyttä havainnollistettiin sillä, että lintu syö metsänomistajan kädestä (ks. kuva 6). Toissijainen merkitys on sillä, syntyykö kuvien väliin sellainen yhteys, että lukija mieltää kyseessä olevan tarinan. Kaiken taustalla on luoda positiivisia mielikuvia lukijalle.



Kuva 6: Helppokäyttöisyys kuvituksen keinoin.

Muunsin akvarellit sähköiseen muotoon ja viimeistelin ne Adobe Photoshop -ohjelmalla ennen kuin liitin ne oppaaseen.

5.5 Etu- ja takakannet

Annoin oppaalle nimeksi "Yhdessä tulevaisuuteen" ja alaotsikoksi "Sähköinen asiointi ja neuvontapalvelut". "Yhdessä tulevaisuuteen" on metsäkeskusten muutoksenhallintaprojekti, jonka puitteissa metsäkeskuslaisille järjestetään muutokseen valmistavia koulutuksia. Oppaalle oli hyvä antaa nimi, joka yhdistettäisiin metsäkeskusten toiminnan kokonaisuutokseen. Ryhmähaastattelujen perusteella monella oli ongelma yhdistää muutokseen liittyvää viestintää, esimerkiksi uutisointia, oikeaan asiayhteyteen. Kun vastikään oli vielä julkaistu sisäinen "Yhdessä tulevaisuuteen"-lehti, jossa esiteltiin kehittämissuunnitelmia, oli luontevaa jatkaa

kehittämistyöstä kertovia julkaisuja saman nimen alla. Myös muissa muutosta tukevista kehittämisprojekteissa voitaisiin tehdä Yhdessä tulevaisuuteen -julkaisuja. Oppaassa esitellyt tuotteet liittyivät eniten ”Sähköinen asiointi”- ja ”Uudistuvat va-palvelut”-projekteihin. Lisäksi opasta oli kehitetty näiden projektien valvonnassa. Alaotsikko muotoutui näiden projektien sisältöjen perusteella.

Etukannen kuvitus esittelee lukijalle oppaan keskeiset elementit: metsänomistajan (asiakkaan), linnun (sähköiset asiointipalvelut) ja metsän (toimialan). Etukannen kuvassa lintu istuu metsänomistajan kädellä ja etualalla on nuorta kuusikkoa.

Takakannen kuvassa metsänomistaja on kuvattu lintuperspektiivistä. Metsänomistaja vilkuttaa ja katsoo ylöspäin. Taustaan on tuotu liikettä kuin häivähdyksenä linnusta, joka on tutustuttanut metsänomistajan metsäänsä ja tehnyt näin tehtävänsä.

6 Opas strategiaviestinnän toteuttajana

6.1 Strategiaviestintä ja tunnelma

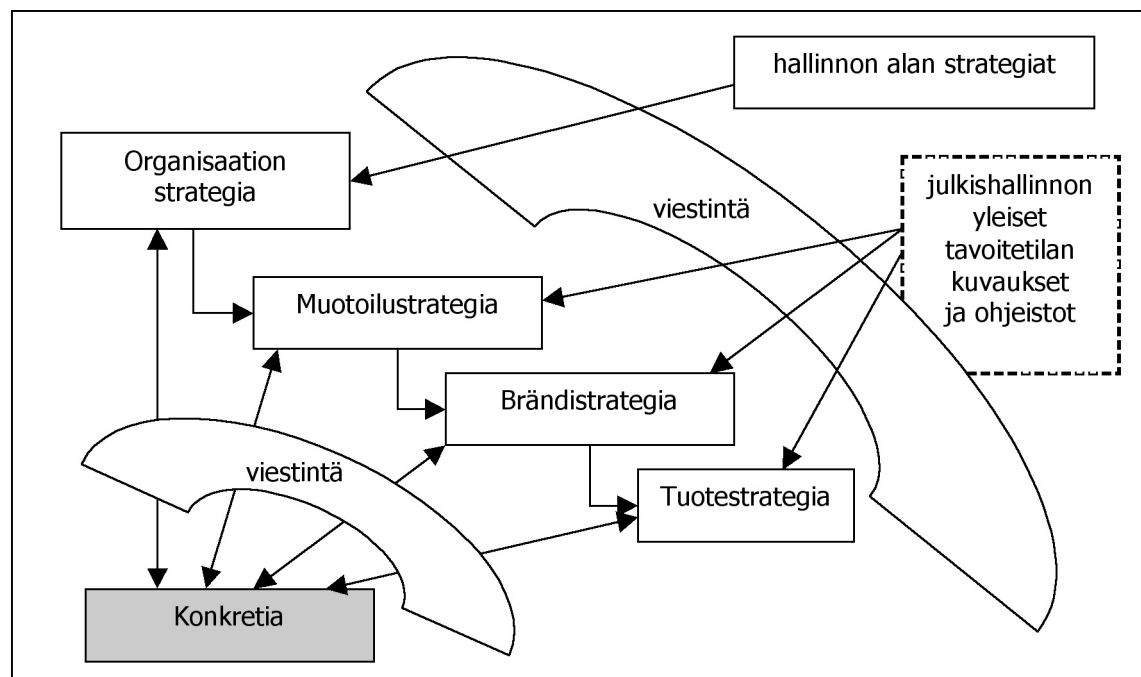
Oppaan lukujen teemoina ovat strategiset tavoitteet. Opas olisi voitu laatia toisinkin, esimerkiksi rakentamalla luvut asiakkaan saamien palvelujen perusteella tai tuotekehitysprojekteittain. Mielestäni tämä ei olisi kuitenkaan palvellut yhtä hyvin strategista viestintää, jonka keskiössä on tuotteiden sijaan tunnelma (Åhman & Runola 2006, 102–106.)

Ryhmähaastatteluissa tunnelma syntyi, kun keskustelu siirtyi yhteisiin arvoihin ja ideoita synnytettiin niiden pohjalta. Näiden kokemusten perusteella on tärkeää, että väittämiä ei kumota faktatasolla, vaan asiasta keskustellaan kokonaisvaltaisesti. Esimerkiksi väittämä metsänomistajien korkeasta iästä ja siitä, että metsänomistajat eivät käytä tämän vuoksi verkkopalveluita, olisi voitu kumota esittämällä tilastotietoa ikäluokista, internetin käytöstä ja tuotekehityksen yhteydessä tehdyistä metsänomistajatutkimuksista. Oleellisinta oli kuitenkin tuoda esiin ikäihmisten arvostus ja kertoa, kuinka heitä palvellaan jatkossa. Kun vielä voitiin osoittaa, että sähköisen asiointin palveluiden kehitys parantaa tulosteiden yms. muodossa huomattavasti myös niiden palveluita, jotka eivät verkkopalveluja käytä, innostus uusia palveluita kohtaan oli syntynyt.

Strategista viestintää on tärkeä tehdä organisaatiokulttuurin, tunnelman ja henkilöstön asenteen näkökulmasta. Oppaan lisäksi olisi tärkeää, että palveluista viestittäisiin myös muilla tavoin innostavasti. Vuorovaikutukseen liittyy aina tunnelma. Innostuksen ylläpitäminen ei ole pelkästään johdon vastuulla, vaan se tulee ottaa mukaan kaikkeen viestintään. (Åhman & Runola 2006, 104–106.) Lisäksi henkilöstön täytyy saada ilmaista käsityksiään ja esittää kysymyksiä strategiaan asioihin liittyen (Salminen 2008, 95–97). Ryhmähaastatteluissa tuli myös esille keskustelun tärkeys. Olisikin tärkeää, että oppaan asioita käsiteltäisiin metsäkeskuksissa päälliköiden yhteiskokouksissa ja metsäkeskuskohtaisesti esimerkiksi yksikköpalavereissa.

Oppaassa myös kuvitus toimii keskeisenä tunnelman välittäjänä. Kuvilla on mielestäni tärkeä rooli strategisessa viestinnässä. Kun oppaassa on kyse strategisesta muutoksesta, on tärkeää, että kuvitus antaa muutokselle hahmon, linnun. Jos oppaassa olisi päädytty metsäkeskusten yleisesti käyttämään kuvitustyyliin, siitä olisi mielestäni puuttunut viesti muutoksesta.

6.2 Strategiset tasot



Kuva 7: Työssä havaitut organisaation strategiset tasot ja niiden välinen vuorovaikutus.

Oppaan kehittämisen yhteydessä törmättiin useasti siihen, että strategisia tasoja löytyy monia. Oli ilmeistä, että tähän törmättäisiin etenkin silloin, kun kehittäminen sivuaa muutakin kuin organisaation ydinosaamista. Sähköisen asiain kehittäminen ei kuulu metsäkeskuksen ydinosaamiseen ja siten metsäkeskusten strategia ei tarjoa yksin riittävää strategista lähtökohtaa sähköisen asiain palvelujen tuotekehitykselle. Metsäkeskuksen toimintaan vaikuttavat myös useat eri hallinnon alan strategiat, näistä esimerkkinä Julkisen metsäkonsernin strategia. Oppaassa oletetaan, että näiden vaikutukset on huomioitu metsäkeskusten strategiassa, sikäli kuin ne liittyvät palvelujen tuottamiseen ja metsäkeskusten rooliin.

Muotoilustrategialla tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä niitä päämääriä, joihin tuotteiden kehittämisessä ja niihin liittyvässä toiminnassa pyritään. Näitä päämääriä tarkastellaan laadun, innovoinnin ja johtamisen näkökulmista organisaation strategian lähtökohdista. (Gorb 1990, 11–15.) Brändistrategian katsotaan tässä liittyvän vastaavasti yksittäisen brändin kehittämiseen ja sillä on yhteys muotoilustrategiaan. Edelleen tuotestrategia katsotaan liittyvän vastaavasti yksittäisen tuotteen kehittämiseen ja sillä on yhteys brändistrategiaan. Kokemukseni mukaan tuotteiden kehittämiseen liittyvässä strategisessa muutosviestinnässä joudutaan jollain tavalla analysoimaan sitä, minkä tasojen strategiaviestinnästä kulloinkin on kyse. Ellei näin tehdä, on vaarana, että jokin toiminnan osa-alue jää huomioimatta ja riittävä konkreettisuus saavuttamatta.

6.3 Muotoilustrategia

Oppaassa esiintuotuja strategisia tavoitteita voi mielestäni pitää muotoilustrategisina, sillä niillä on selkeä yhteys laatuun. Kokemukseni mukaan tuotteiden kehittämisen ongelmana on usein, että organisaation strategiasta ei nähdä selkeää ohjausta tuotekehityksen laadullisiin ratkaisuihin. Kun muotoilulla on luonnollinen yhteys laatuun, niin siten muotoilustrategian tulisi vastata tähän tarpeeseen. (Gorb 1990, 14–15.)

Metsäkeskuksilla ei ole erillistä muotoilustrategian kuvausta. Tällaisen kehittäminen yhdessä metsäkeskuksen johdon ja tuotekehitystä ohjaavien toimintoryhmien kanssa olisi tarpeellista. Tästä olisi hyötyä erityisesti palveluihin liittyvien prosessien

kehittämisessä, johon muotoilustrategia toisi laadullista näkemystä organisaation strategian rinnalle. Materiaalin keruuvaiheessa suoritettujen strategioiden valinnan perusteella totean kuitenkin, että strategioiden puutteeseen vetoaminen liittyy enemmänkin strategian toteuttamisen ja strategisen viestinnän puutteeseen. Näin ainakin julkishallinnon organisaatiossa, jossa strategista kehitystä on tehty kartoitukseni perusteella varsin paljon. Ongelma on enemmänkin siinä, mitkä strategiat ohjaavat mitäkin kehittämistoimintaa ja mikä niiden viesti on käytännön tasolla.

Strategian toteuttamisesta on myös yllättävän vähän kirjallisuutta, tämän on havainnut myös Jari Salminen (2008). Hän on seurannut strategiseen johtamiseen liittyvää uutisointia ja tehnyt siitä johtopäätöksen: "Näyttää siltä, että yrityksillä ei ole ensisijaisesti strategisen suunnittelun ongelmaa, vaan strategian implementoinnin ongelma, eli ne eivät pysty tehokkaasti ottamaan käyttöön laatimiaan strategisia suunnitelmia." (Salminen 2008, 13–14.)

6.4 Brändistrategia

Muotoilustrategian tulisi näkyä asiakkaalle brändinä. Metsäkeskuksissa varsinaista brändin kehittämistä uusille palveluille ei ole vielä aloitettu. Oppaan taustalla tehtyä työtä kannattaa kuitenkin hyödyntää myös brändin kehittämisessä, sillä Helena Åhmanin ja Jyrki Runolan (2006) mukaan strategia voidaan ajatella brändilupauksena. Myös oppaan kertoma tarina siitä, mihin suuntaan organisaatio on muuttumassa, tukee tätä ajatusta. (Åhman & Runola 2006, 48–49.)

Oppaassa kerrotaan tarina metsänomistajan matkasta omalle metsätilalleen. Metsäkeskuksen palvelut houkuttelevat metsänomistajan matkaan ja tekevät siitä sujuvan ja mielenkiintoisen. Kun oma metsätila on löytynyt, on matkan varrella löytyneet myös ne palvelut, joiden avulla metsänomistaja voi hoitaa metsäänsä jatkossa. Mielestäni tätä voidaan hyvin ajatella metsäkeskusten neuvonnan brändilupauksena. Peter Gorb (1990) mukaan muotoilujohtamisen näkökulmasta muotoilullisten taitojen lisääminen ja muotoilun arviointi tulee nähdä koko henkilöstöä koskevana asiana. Erityisesti keskijohdon valmentaminen näkemään toiminnan yhteyden brändiin ja organisaation muotoilustrategiaan, on oleellista eheän brändin ja yrityskuvan rakentamisessa. (Gorb 1990, 13–16.)

Oppaassa selvitetään yleisellä tasolla sähköisen asioinnin laatuun liittyviä asioita. Esimerkiksi helppokäyttöisyyden yhteydessä on käsitelty käyttäjälähtöisyyttä ja saavutettavuutta. Näin pyritään jakamaan muotoilullisiin ominaisuuksiin liittyvää tietoutta sillä periaatteella, että se ei ole vain tuotekehityksen yksinoikeus (Gorb 1990, 15–16).

6.5 Tuotestrategia

Muotoilun kannalta on oleellista, että myös tuotteita tuottavat sisäiset tahot nähdään yhtenä tuotekehityksen asiakkaina ja heihin sovelletaan myös käyttäjälähtöisen suunnittelun periaatteita. Palveluja on suunniteltava myös heidän näkemyksensä huomioiden ja muistettava, että sisäisen toiminnan systematisointi on tärkeä osa palvelujen tuotteistusprosessia (Sipilä 1995, 47). Opas ja sen laatimisprosessi ovat omalta osaltaan pyrkineet käynnistämään vuoropuhelua tuotekehityksen ja palveluiden tuottajien välillä.

Oppaassa on vahva tuotenäkökulma. Tämä näkyy erityisesti tuotekehitykseen ja asiakkaaseen liittyvissä tekstiosissa. Tuotteita kuvaillaan pääpiirteittäin ja strategisten tavoitteiden näkökulmista. Oppaan päätuote on sähköisen asioinnin palvelu Metsään.fi. Kun tuotetta käsitellään esimerkiksi helppokäyttöisyyden osalta, asiakasnäkökulmasta kerrotaan, kuinka käyttäjäystävällisyys toteutuu palvelussa. Tuotekehityksen näkökulmasta taas kerrotaan, mitä on tuotetta koskien jo tehty helppokäyttöisyyden varmistamiseksi ja mitä tullaan tekemään jatkossa. Lisäksi kerrotaan, missä projektissa näitä asioita linjataan ja kehitetään.

7 Yhteenveto ja pohdinta

Opinnäytetyön ensimmäinen työnimi oli "Sähköisen asioinnin edistäminen metsänomistajien julkisissa neuvontapalveluissa". Työn tekeminen alkoi käyttäjätutkimuksilla. Etenkin ryhmähaastattelut toivat työhön syvyyttä. Huomasin olevani tekemisissä strategisten asioiden kanssa. Tämä toi työhön mielenkiintoisen viitekehityksen, jonka tutkimista voi jatkaa vielä työn jälkeenkin. Jatkotutkimukset voisivat painottua esimerkiksi sen yksityiskohtaisempaan kartoittamiseen, mitkä tahot

tiedostaen tai tiedostamatta julkisessa hallinnossa tekevät muotoilullisia päätöksiä sähköiseen asiointiin liittyen ja miten muotoiluosaamista voisi lisätä sähköisen asioinnin kehittämiseen.

Aikaisemmin hankkimani osaaminen etenkin kirjoittamiseen, kouluttamiseen, tietotekniikkaan, julkishallintoon ja metsäalaan liittyen auttoi muotoilukoulutuksen ohella opinnäytetyön tekemisessä. Olen tietotekniikan diplomi-insinööri ja minulla on yli kymmenen vuoden työkokemus verkkopalveluiden ja niiden taustalla olevien tietojärjestelmien kehittämisestä. Lisäksi olen toiminut kouluttajana ja konsulttina ja sekä työni, että harrastusten puolesta laatinut erilaisia julkaisuja. Metsäalaa olen opetellut nykyisessä päivätyössäni Tapiossa.

Oppaan laatiminen pyrittiin viemään läpi muotoiluprosessin keinoin keräämällä runsaasti materiaalia, käymällä läpi konseptointivaiheen suppiloiteineen ja analysoimalla toteutusta eri näkökulmista. Tässä haasteellisinta oli hakea tekstien ja kuvien välille tasapaino, joka tuntui muuttuvan aina, kun tekstiosien tai kuvituksen tyyliin tuli pieniä muutoksia. Esimerkiksi alkuvaiheessa suunnitelmissani oli sisällyttää tekstiin lausahduksia ja otteita internetin keskustelupalstoilta. Tällöin kuvitus olisi voinut keskittyä enemmän todellisen maailman kuvaukseen.

Kuvitus oli muutenkin hyvin haasteellinen tehtävä. Sain tähän hyvää ohjausta, mutta tästä huolimatta kuvituksen tekninen toteutus olisi voinut olla hallitumpi. Päähenkilön ulkonäkö eri kuvissa vaihtelee hieman. Samoin päähenkilön asennot olisivat voineet olla luontevammat. Myös akvarellitekniikalle ominainen keveys ja nopeus olisi voinut välittyä paremmin. Mietin kyllä kuvitusta tehdessäni, miksi lähdin toteuttamaan sitä itselleni ennestään oudolla akvarellitekniikalla. Mutta kun akvarelli tuntui toimivan oppaassa kömpelöinä luonnoksinakin huomattavasti paremmin muihin tekniikoihin nähden, päätin ottaa riskin. Mielestäni ihmisen ja linnun suhteen kuvaaminen onnistui kuitenkin hyvin. Tässä auttoi todennäköisesti se, että itselläni on lemmikkilintuja.

Vaikka edellä mainitsemani lausahdukset eivät oppaaseen päätyneetkään, vanha roomalainen sananlasku "kotka ei pyydystä karpäsiä" jäi erityisesti mieleeni ytimekkyydessään ja hauskassa mahtipontisuudessaan. Tämä sanonta kannusti minua analysoimaan tekemisiäni ja pyrkimään viemään työtä myös yleiselle tasolle. Se toimi osaltaan työn tekemisen tunnelman luoja. Työn tekemistä auttoi myös se, että jo

alkuvaiheessa aloin pitää päiväkirjaa opinnäytetyön edistymisestä. Merkitsin siihen päiväkohtaisesti suoritettut tehtävät ja kuhunkin vaiheeseen liittyvät pohdinnat. Päiväkirja toimi myös itsekurin apuna, sillä opinnäytetyö tehtiin suurimmaksi osaksi vapaa-ajalla päivätyön ulkopuolella.

Ennen työtä olin jo pitkään haaveillut tarinoiden hyödyntämisessä tietojärjestelmien kehittämisessä. Työn alkupuolella iloitsinkin, että saan vihdoin tähän tilaisuuden. Työn jälkeen huomasin kuitenkin, että keskeinen asia, jota haluan muotoilijana tuoda esille, on tunnelma. Tunnelmaa voidaan nimittää myös pyrkimykseksi, asenteeksi tai arvoksi. Kun tunnelma liitetään esineeseen tai palveluun, se saa muodon, joka vie sen kehitystä ja siihen liittyvää toimintaa eteenpäin. Uskon myös, että kun strategiaa jalkautetaan tunnelman avulla, päästään uudelle tasolle henkilöstön sitouttamisessa.

Lukemastani kirjallisuudesta jäi eniten mieleeni Peter Gorbin (1990) analyysi muotoilujohtamisesta, jossa hän vertasi muotoilua tietotekniikkaan. Tietotekniikka on hänen mukaansa tullut ulos komerosta ja levinnyt koko organisaation käyttövoimaksi. Samalla tavalla pitäisi valjastaa myös muotoilu koko organisaation käyttöön. Kun muotoilullista osaamista kehitettäisiin kaikissa toiminnossa, saataisiin aikaan entistä eheämpiä brändejä ja kyse olisi todellisesta muotoilujohtamisesta. (Gorb 1990, 15–16.)

Vaikka Gorbin analyysistä on jo lähes 20 vuotta, asia pätee mielestäni useissa organisaatioissa edelleen. Mielestäni muotoilu nähdään usein hyvin kapea-alaisena, esinemuotoiluun keskittyvänä toimintana, joka on ulkoistettu alan toimistoille tai eriytetty tuotekehityksen alle omaksi yksikökseen. Oma kokemukseni on, että muotoilussa yhdistyvät hyvin erilaiset tiedot, taidot ja toimialat. Siten hyvin erilaisilla ja eri aloilla toimivilla ihmisillä on mahdollisuus löytää oma kosketuspintansa muotoiluun ja laajentaa sitä koulutuksen avulla. Myyjillä on usein hyvä käsitys siitä, mihin tuotteistusta tulisi suunnata. Insinöörit ovat tottuneita innovoimaan toteutusratkaisuja. Asiakaspalvelussa toimivat pystyvät eläytymään asiakkaiden asemaan. Näiden esimerkkien perusteella voisi ajatella, että muotoilun oppien ja käytäntöjen levitystä esimerkiksi tuotteistukseen, innovointiin ja käyttäjälähtöisyyteen liittyen pitäisi laajentaa entisestään. Jos oletuksena on, että muotoilullisten taitojen oppimisen edellytyksenä vaaditaan henkilöiltä poikkeuksellista taiteellisuutta, on se sama kuin tietotekniikassa vaadittaisiin poikkeuksellista matemaattisuutta. Omalta osaltani opinnäytetyön tekeminen ja teollisen muotoilun koulutus on vaikuttanut niin, että

haluan viedä eteenpäin paitsi omaa, myös muiden muotoilullista osaamista. Tähän oppaan laatiminen tarjosi hyvän ponnistuslaudan.

Opinnäytetyön tuloksena syntynyttä opasta esiteltiin huhtikuussa 2009 metsäkeskuksen asiantuntijapalveluiden päälliköille ja se on tarkoitus julkaista Tapion ja metsäkeskusten henkilöstölle kevään 2009 aikana.

Lähteet

Gorb, Peter 1990. What Is Design Management. Aitonurmi, Riitta & Pellinen Jukka & Sotamaa, Yrjö: Design As Corporate Strategy. Helsinki: University of Industrial Arts Helsinki, 9-16.

Hautala, Hannu & Lehtinen, Lasse & Rautiainen, Lasse 2002. Minun metsäni: täynnä elämää. Helsinki: Suomen metsäsäätiö.

Hintsanen, Päivi 28.7.2008. Keltainen [verkkodokumentti].
<<http://www.coloria.net/varit/keltainen.htm>> (10.4.2009)

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2000. Tutkimushaastattelu – teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Itkonen, Markus 2003. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Koskenniemi, Heli & Saastamoinen, Marko & Eerola, Päivi 2007. Verkkopalvelujen laatuksiteristö – väline julkisten verkkopalvelujen kehittämiseen ja arviointiin. Valtiovarainministeriön julkaisu 7a/2007. Helsinki: Valtiovarainministeriö.

Loiri, Pekka & Juholin, Elisa 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Niemelä, Jaana 2003. Informatiivinen kuva ja kuvallinen informaatio. Ylimartimo, Sisko & Brusila, Riitta: Kuvittaen – käyttökuvan muotoja, merkityksiä ja mahdollisuuksia. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

SADe-hankkeen loppuraportti: Julkisen hallinnon ja julkisen palvelujen sähköisen asioinnin kehittämislinjaukset ja toimenpidesuunnitelma 2009–2012.

Valtiovarainministeriön julkaisuja 6/2009. 2009. Helsinki: Valtiovarainministeriö.

Salminen, Jari 2008. 7 askelta strategiasta tuloksiin. Helsinki: Talentum Media Oy.

Sipilä, Jorma 1995. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen. Porvoo: Werner Söderström Oyj.

Särkkä, Mauno 2009. Saako metsä olla kaunis? Vihreä Lanka. 24.4.2009. 16-17.

Tunnistaminen valtionhallinnon verkkopalveluissa. Valtiovarainministeriön julkaisuja 12/2006. 2006. Helsinki: Valtiovarainministeriö.

Åhman, Helena & Runola, Jyrki 2006. Strategia on kuollut? Eläköön tulevaisuus! Helsinki: Edita Publishing Oy.

YHDESSÄ TULEVAISUUTEEN



Sähköinen asiointi ja neuvontapalvelut



Tämä opas kertoo tulevaisuudesta

Tässä oppaassa kerrotaan, millaisia julkisia palveluita metsäkeskus tarjoaa metsänomistajille vuoteen 2011 mennessä.

Opas kertoo myös projekteista, joissa palveluita kehitetään. Lisäksi kerrotaan asioista, joihin palveluiden kehittäminen perustuu.

Kenelle opas on tarkoitettu?

Opas on suunnattu niille henkilöille, jotka neuvovat metsänomistajia. Näitä henkilöitä ovat esimerkiksi neuvojat, metsäsuunnittelijat ja tarkastajat sekä heidän esimiehensä.

Opas on tarkoitettu metsäkeskusten sisäiseen käyttöön. Opasta voivat lukea kaikki metsäkeskusten ja Tapion henkilökuntaan kuuluvat. Tulossa olevat uudistukset liittyvät tavalla tai toisella sekä metsäkeskuslaisten että tapiolaisten työtehtäviin.

Mitä ennakko-osaamista opas edellyttää?

Sinulla edellytetään olevan perustiedot metsäalasta ja perustaidot tietokoneen ja internetin käytöstä. Jos sinulla on kokemusta metsänomistajien neuvontatyöstä, saat eniten hyötyä oppaasta.

Oppaan taustaa

Vuosina 2010–2012 metsäkeskuksissa otetaan vaiheittain käyttöön uudet sähköisen asiointin verkkopalvelut. Metsänomistajan palvelun nimi on Metsään.fi.

Uusien palvelujen käyttöönoton taustalla on suuria muutoksia. Metsävaratiedon keruu, hyödyntäminen ja jalostaminen muuttuvat. Asiakkuustietoa kartutetaan. Metsäkeskusten palveluvalikoima laajenee. Neuvontatyön merkitys kasvaa. Metsäkeskusten rooli metsäalan siltarakentajana vahvistuu.

Miten voit jo nyt valmentautua tähän toiminnan muutokseen? Tämän oppaan tarkoituksena on tarjota sinulle vastauksia tähän kysymykseen sähköisen asiointin ja neuvontatyön osalta.

Oppaassa keskitytään valtion rahoittamiin metsänomistajan palveluihin, mutta saat samalla tietoa ja ideoita myös muiden palvelujen kehittämiseen.

Jos opas herättää sinussa uusia ajatuksia tai uutta toimintaa, se on tehnyt tehtävänsä.

Päivin kiitokset!

Tämän oppaan on laatinut Päivi Eerola Tapiosta keväällä 2009. Opas on tehty osana teollisen muotoilun opinnäytetyötä Metropolian Muotoiluinstituuttiin. Oppaan tekemistä on tukenut Tapio ja Sähköinen asiointi -projekti.

Kiitokset kaikille oppaan sisältöön vaikuttaneille. Eri-tyiskiitokset ryhmähaastatteluihin osallistuneille läntisen Suomen metsäsunnittelijoille, itäisen Suomen tarkastajille ja neuvontarinkiläisille pohjoisesta etelään.

Oppaaseen vaikuttaneet strategiat

Valtion sähköisen asiointin ja hallinnon tavoitetila

Suomessa on verkottunut julkinen hallinto, jossa hallinnon palvelut ovat monikanavaisesti saatavissa ja helposti löydettävissä kansalaisen elämäntilannetta ja yrityksen elinkaaren vaihetta tukevana. Kansalaiselle ja yritykselle julkinen hallinto näkyy yhtenä ja yhtenäisenä kokonaisuutena.

Lähde: SADe-hankkeen loppuraportti - Julkisen hallinnon ja julkisten palvelujen sähköisen asiointin kehittämislinjaukset ja toimenpidesuunnitelma 2009 - 2012. Valtiovarainministeriö 2009. http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/04_hallinnon_kehittaminen/20090323SADeha/Sade_NETTI%2b_KANNET.pdf

Metsäkeskusten strategia metsätieto- ja neuvontapalveluille

Metsänomistajille ja metsäalan toimijoille tarjotaan korkeatasoiset metsätietopalvelut. Metsänomistajan luvalla metsävaratiedot ovat metsäalan toimijoiden käytössä. Tietosuojasta huolehditaan. Metsikkökohtainen tieto pidetään ajan tasalla ja käyttökelpoisena käytännön toimintaan. Palvelut ja tuotteet ovat saatavilla myös verkossa.

Metsänomistajia kannustetaan lisäämään metsien käyttöä ja hoitoa. Neuvonnan tavoitteena on, että metsänomistajat ovat tietoisia metsiensä hakkuukohteista. Metsänhoitoa edistetään tarjoamalla tietoa metsänuudistamis- ja taimikonhoitotyökohteista metsänomistajille ja metsäalan toimijoille. Puuenergianeuvontaa lisätään. Metsäneuvontaa kohdennetaan erityisesti uusille metsänomistajille.



Uinuvia metsänomistajia herätellään

Metsään.fi-tiedote

Vuodesta 2010 alkaen, metsävaratiedon keruun edetessä, metsänomistajat saavat metsäkeskuksilta postissa Metsään.fi-tiedotteen.

Metsään.fi-tiedotteessa on metsänomistajan metsätilojen perustiedot ja toimenpide-ehdotukset seuraavalla viidelle vuodelle. Samalla kerrotaan, kuinka metsänomistaja voi liittyä Metsään.fi-palvelun käyttäjäksi.

Aktivointikampanjat

Metsänomistajien aktivointikampanjoita jatketaan. Kampanjoiden tehoa ja yhtenäisyyttä yli metsäkeskusrajojen kasvatetaan. Asiakkuustiedon karttuessa on mahdollista poimia entistä paremmin juuri ne metsänomistajat, joille kampanja halutaan kohdistaa.

Yhteydenottokanavat

Metsänomistaja voi jatkossa kertoa, millä tavoin hän haluaa yhteydenottoja metsäasioihin liittyen: kirjeitse, puhelimitse, sähköpostitse vai Metsään.fi-palvelun kautta.

Asiakkuustietoa hyödynnetään vilkkaasti

Asiakastietoa ovat asiakkaan perustiedot, esimerkiksi yhteystiedot. Näitä tietoja on kaikista metsänomistajista Aste-järjestelmässä.

Metsänomistajasta alkaa kertyä asiakkuustietoa, kun hänet poimitaan mahdolliseksi metsäkeskusten palveluiden käyttäjäksi. Asiakkuustietoa on esimerkiksi tieto siitä, että metsänomistaja on ollut tietyn kampanjan kohteena.

Asiakkuustietoa tallennetaan tulevaisuudessa asiakkuudenhallintajärjestelmään. Kaikki metsäkeskuslaiset käyttävät järjestelmää.

Asiakkuudenhallintajärjestelmää käytetään pääasiassa metsäkeskuksille räätälöidyllä liittymällä. Markkinointia ja viestintää työskenteeseen suunnittelevat sekä asiakas-, palvelu- ja tuotevastaavat saavat käyttöönsä sovelluksen, jossa on laajempi toiminnallisuus.

Astetta siivotaan ja tietoja päivitetään. Asteen tietoja selataan jatkossa myös asiakkuudenhallintajärjestelmän kautta.

Metsään.fi-palvelu hakee kaikki metsänomistajiin liittyvät tiedot asiakkuudenhallintajärjestelmästä. Osa asiakkuustiedosta, esimerkiksi tilakäynnit, näytetään myös metsänomistajalle Metsään.fi-palvelun kautta.

Projektit Silmussa

Asiakkuudenhallinta

http://212.213.232.176/Silmu/Kehittaminen/kehittamisohjelma_ja_projektit/neuvonta_ja_viestinta/ta_asiak_hal.htm

Aste

http://212.213.232.176/Silmu/Kehittaminen/kehittamisohjelma_ja_projektit/viranomaistoiminta/mln_aste2009.htm

Palveluja tuotetaan monikanavaisesti

Valtio pitää julkisten palvelujen monikanavaisuutta yhtenä sähköisen asioinnin tavoitteena.

Monikanavaisuus tarkoittaa, että sama palvelu voidaan tarjota eri tavalla. Esimerkiksi metsätilan tiedot voidaan toimittaa metsänomistajalle kasvotusten, kirjeitse tai Metsään.fi-palvelun kautta.

Monikanavaisuus tarkoittaa myös sitä, että asiakas voi asioinnin eri vaiheissa olla yhteydessä palvelun tuottajaan eri tavoin. Esimerkiksi kirjeitse postitetun metsänkäyttöilmoituksen voi varmistaa vastaanotetuksi Metsään.fi-palvelusta.

Monikanavaisuutta on myös se, että Metsään.fi-palvelua voi käyttää paitsi tietokoneen, myös kännykän selainohjelmalla.

Kysymällä selväksi

Entäs ne, joilla ei ole nettiä?



- Metsänomistajissa on paljon ikäihmiä, joilla ei ole nettiä. Jäävätkö he nyt palvelujen ulkopuolelle?
- Emmehän me ketään ulkopuolelle jätetä. Meillä metsäkeskuksessa on se kuuluisa ”kaikki pelaa”-periaate.
- No, mitenäs asia ratkaistaan sähköisen asioinnin osalta?
- Rakentamalla palveluja, joita voidaan tarjota useassa muodossa. Osa käyttää nettiä, osa saa tiedon paperilla, osa soittaa tai menee käymään metsäkeskuksessa, jos asia ei muuten selviä.
- Tai sitten yksi tarvitsee kaikkia noita tapoja ymmärtääkseen sen, miten ne taimikot saadaan kuntoon!
- Just niin!



Metsänomistajia autetaan löytämään

Metsään.fi

Metsään.fi-palvelua markkinoidaan niin metsänomistajille kuin koko metsäalalle.

Metsälliset palvelut

Metsänomistajalle tarjotaan tietoa alueen toimijoista Metsään.fi-palvelun kautta. Metsänomistaja voi myös tarjota töitä ja luovuttaa metsätilan tietoja haluamilleen toimijoille.

Metsä kartalla

Metsänomistaja saa Metsään.fi-palvelusta karttoja metsätilastaan.

Myös metsäkeskuksen toimihenkilö voi tutustua Metsään.fi-palvelussa metsänomistajan tilanteeseen. Esimerkiksi kartan ja toimenpiteet voi tulostaa mukaan tilakäynnille.

Metsä paikan päällä

Osalle metsänomistajista tarjotaan maksutonta tilakäyntiä. Tilakäynnillä metsäkeskuksen toimihenkilö neuvoo metsänomistajaa metsänhoidon, luonnonhoidon ja tarvittaessa myös puukaupan näkökulmista.

Uusi palvelutuote: tilakäynti

Kenelle?

Tilakäyntiä tarjotaan niille metsänomistajille, joiden metsissä on kiireisiä metsänhoitotarpeita ja lakisääteisiä luonnonhoitokohteita. Asiakkaita voivat olla myös metsänomistajat, joilla on kertyneitä hakkuusäästöjä.

Kuka tekee?

Aloite tilakäynnille tulee metsäkeskuksesta. Tilakäynti tapahtuu samassa yhteydessä, kun metsäkeskuksen toimihenkilö käy metsässä hoitamassa muita tehtäviä.

Muut tehtävät voivat olla esimerkiksi viranomaistarkastuksia, metsävaratiedon maastotarkastuksia tai koealamittauksia. Palvelua tuottavat kaikki maastossa liikkuvat toimihenkilöt.

Mitä tehdään?

Metsänomistajille annetaan tietoa pikaista metsänhoitoa tarvitsevista kohteista ja opastetaan töiden käynnistämisessä. Lisäksi annetaan tietoa tilan arvokkaista luontokohteista ja opastusta kohteiden suojeluun.

Puumarkkinatilanteen mukaan metsänomistajalle voidaan myös antaa tietoa tilalla olevista hakkuukohteista ja opastusta puukaupan käynnistämiseksi.

Lisäksi markkinoidaan Metsään.fi-palvelua ja muita metsänomistajalle soveltuvia metsäkeskusten palvelutuotteita.

Projekti Silmussa

Uudistuvat va-palvelut

http://212.213.232.176/Silmu/Kehittaminen/kehittamisohjelma_ ja_projektit/neuvonta_ ja_viestinta/Uudistuvat+va-palvelut.htm

Löydettävyyys ja laatu

Julkisille verkkopalveluille on oma laatu-kriteeristö. Sen tarkoituksena on parantaa verkkopalveluiden laatua sekä asiakkaiden että tuottajien näkökulmasta. Tarkoituksena on myös lisätä verkkopalveluista saatavia hyötyjä.

Löydettävyyteen liittyviä kriteereitä laatu-kriteeristössä on neljä.

Yksi niistä keskittyy löydettävyyteen teknisestä näkökulmasta, mm. hakupalvelujen hyödyntämiseen. Toinen korostaa verkkopalvelun markkinointia ja tunnettua.

Kolmas kuvaa navigoinnin sujuvuutta ja tiedon löydettävyyttä. Neljäs painottaa rakenteen tarkoituksenmukaisuutta verkkopalvelussa.

Koko laatu-kriteeristö löytyy osoitteesta:

<http://www.suomi.fi/suomifi/laatuaverkkoon/laatu-kriteeristo/index.html>

Kysymällä selväksi

Miten Metsään.fi löydetään?



- Mietin tässä nyt, että saiskohan tästä uuden uran, jos alkaisikin markkinoimaan tätä uutta Metsään.fi-palvelua!

- Mitenkäs tuohon päädyit?

- No, kun sisältö on kohdallaan, hinta oikea ja palvelu helppokäyttöinen, niin on tässä vaikeampaakin myyty!

- Itseasiassa sut on just valittu siihen hommaan. Tää maailma on mennyt siihen, että kun metsänomistajan huomiosta kilpaillaan, siihen tarvitaan kaikkien panostusta naapureista metsureihin!

- Ja sitä kautta kaikkien on siis tunnettava se, mitä palvelussa on ja miten sen käytön voi aloittaa?

- Just niin!



Metsänomistajien tietoturvasta huolehditaan

Vahva tunnistaminen

Metsään.fi-palvelu tunnistaa metsänomistajan verkkopankin tunnusten perusteella. Kun metsänomistaja aloittaa Metsään.fi-palvelun käytön, hänet ohjataan etusivulta tunnistuspalveluun.

Tunnistuspalvelussa metsänomistaja valitsee pankin, jonka tunnukset hänellä on. Varsinainen tunnistaminen tapahtuu seuraavaksi pankin toimesta. Tämän jälkeen metsänomistaja siirretään sisälle Metsään.fi-palveluun.

Tiedon salaus

Metsään.fi-palvelun arkaluontoisimmat tiedot salataan. Tällöin tiedot liikkuvat verkossa sellaisessa muodossa, että mahdollinen verkkoliikennettä seuraava ulkopuolinen taho ei niitä voi ymmärtää. Salausta käytetään yleisesti esimerkiksi verkkopankissa.

Verkkopalvelusta varmistuminen

Metsänomistaja voi varmistua palvelun aitoudesta helpoiten tarkastamalla, että selaimen osoiterivillä näkyy tunnistautumisen jälkeen koko ajan "metsään.fi". Selainohjelmasta voi lisäksi varmistaa, että salaukseen liittyy metsäkeskusten tätä varten hankkima sertifikaatti.

Käyttäjäksi Metsään.fi-palveluun

Mitä tarvitaan?

Metsänomistaja tarvitsee henkilökohtaiset tunnukset oman pankkinsa verkkopankkiin. Metsäkeskukset eivät siis jaa erikseen käyttäjätunnuksia.

Kaikkien suomalaisten verkkopankkien käyttäjillä on perusedellytys Metsään.fi-palvelun käyttöön. Lisäksi edellytetään, että käyttäjä on metsätilan omistaja. Myös metsäyhtymien ja kuolinpesien osakkaita palvellaan vastaavasti.

Mitä maksaa?

Metsänomistajalta peritään Metsään.fi-palvelusta kustannusperusteinen käyttömaksu. Maksun voi suorittaa verkossa. Metsänomistajalle tarjotaan myös mahdollisuus palvelun maksuttomaan koekäyttöön.

Mitä sisältää?

Metsään.fi-palvelun käyttömaksu kattaa valtionavulla rahoitettavan osan. Se on suunnattu lähinnä aloitteleville metsänomistajille ja pientilojen omistajille.

Enemmän tietoa ja toiminnallisuuksia kaipaava metsänomistaja voi hankkia asiakasrahoitteisia palveluja, joiden tuottaminen kuuluu metsäkeskusten liiketoimintaan. Esimerkkinä näistä palveluista on metsäsuunnitelma, joka tuotetaan jatkossa monikanavaisesti sekä paperille että verkkoon.

Projekti Silmussa

Sähköinen asiointi

http://212.213.232.176/Silmu/Kehittaminen/kehittamisohjelma_ja_projekti/neuvonta_ja_viestinta/ta_mln_Silta.htm

Luottamuksellisuus edellyttää tietoturvaa

Julkisten palvelujen tietoturvaa ohjeistaa VAHTI, valtionhallinnon tietoturvallisuuden johtoryhmä.

VAHTI on laatinut julkaisun, jossa käsitellään tunnistamista julkishallinnon verkkopalveluissa. Siinä verkkopalvelut on jaettu seitsemään eri ryhmään (A-G). Metsään.fi-palvelu voidaan katsoa kuuluvan ryhmään E: luottamuksellinen vuorovaikutteinen asiointi, jossa käsitellään asiakkaan luottamuksellisia henkilökohtaisia tietoja.

Metsään.fi-palvelun ratkaisut tunnistamiseen ja salaukseen liittyen on tehty VAHTI-ryhmän suositusten mukaisesti yleisimpiä käytäntöjä noudattaen.

Lisää tietoa VAHTI-ryhmästä ja sen ohjeista: <http://www.vm.fi/vahti>

Kysymällä selväksi

Sähköpostin käyttö



- Eikös se ole niin, että jatkossa metsänomistajat voivat Metsään.fi-palvelun kautta päivittää sähköpostitietojaan?
- Kyllä, kyllä! Ja kun tieto päivittyy asiakkuudenhallintajärjestelmään, niin sähköpostiosoitteet ovat entistä paremmin ajan tasalla.
- Aloin vaan miettiä, että jos Metsään.fi-palvelussa tiedot menevät turvallisesti, niin mites sähköpostin käyttö sitten on?
- No, sähköpostissa tiedot kulkevat yleensä täysin suojaamattomina.
- Eli luottamuksellisten asioiden käsittelyyn metsänomistajan kanssa ei saisi käyttää sähköpostia?
- Just niin!



Metsänomistajan palvelua on helppo käyttää

Oman metsän tiedot

Metsänomistaja saa nopeasti käsityksen oman metsänsä hoitotöistä, hakkuumahdollisuuksista ja luontokohteista. Tiedot esitetään sekä tekstinä että kartalla. Kartat ovat yksinkertaisia, eivätkä vaadi erillistä opettelua. Sivuja on helppo tulostaa tarpeen mukaan.

Metsätietous

Metsäalan termit selitetään niissä yhteyksissä, joissa ne palvelussa esiintyvät. Tarkkoja ohjeita kaipaavat ohjataan Metsakeskus.fi:n Metsäneuvot-osioon. Metsäneuvot-osio uudistetaan niin, että se tukee Metsään.fi-palvelun käyttöä.

Käytön tuki

Metsänomistajan tukipalvelussa vastataan puhelimitse ja sähköpostitse Metsään.fi-palvelun käyttöä ja sisältöä koskeviin yleisiin kysymyksiin.

Kaksikielisyys

Metsänomistajaa palvelee sekä suomeksi että ruotsiksi. Metsään.fi-palvelun ruotsinkielisen version nimi on Minskog.fi.

Käyttäjälähtöisyys varmistetaan

Termeistä

Käytettävyys on helppokäyttöisyyttä laajempi käsite. Siihen sisältyy myös käytön miellyttävyys ja palvelun tarkoituksenmukaisuus.

Usein mainitaan myös *käyttäjälähtöisyys*. Sillä tarkoitetaan, että palvelut suunnitellaan käyttäjän näkökulmasta.

Mitä on tehty?

Metsään.fi-palvelun sisällön tarkoituksenmukaisuutta on varmistettu metsänomistajien tutkimuksilla.

Kohderyhmien määrittelyllä on selkiytetty sitä, millaisia metsänomistajia Metsään.fi-palvelu tavoittelee.

Kehittämiprojekteissa on mukana metsäkeskuslaisia, joilla on käytännön tuntuma metsänomistajiin.

Mitä tullaan tekemään?

Metsään.fi-palvelun kilpailuksessa tarjoajilta vaaditaan näyttöjä käytettävien palveluiden suunnittelusta.

Kilpailituksen jälkeen suunniteltavat käyttöliittymät testataan käyttäjillä ennen kuin palvelua aletaan toteuttaa.

Ennen käyttöönottoa tehdään uudelleen käyttäjätestauksia. Lisäksi suunnitellaan käytön seuranta sekä palautteen keruu ja käsittely.

Projekti Silmussa

Sähköinen asiointi

http://212.213.232.176/Silmu/Kehittaminen/kehittamisohjelma_ja_projekti/neuvonta_ja_viestinta/mln_Silta.htm

Saavutettavaa monella tavalla

Julkisille palveluille on tärkeä asia, että palvelu on jokaisen saatavilla. Saatavuus riippuu henkilöstä ja tilanteesta. Esimerkiksi tieto ei ole heikkonäköisen saatavilla, jos teksti on liian pientä.

Verkkopalvelun saavutettavuus tarkoittaa sitä, kuinka hyvin erilaiset ihmiset voivat käyttää palvelua. Esimerkiksi jos heikkonäköinen voi suurentaa sivulla olevan tekstin kokoa, sen saavutettavuus hänelle paranee.

Saavutettavuus eli esteettömyys yhdistetään usein vammaisten palveluihin. Ihmisen toimintakyky kuitenkin vaihtelee, vaikka hänellä ei olisi erityisiä vammoja. Esimerkiksi kiireessä ei huomaa tai muista kaikkea. Tulee putkinäkö ja kokonaisuuden hahmottaminen kärsii.

Ihmiset ovat myös erilaisia oppijoita. Yksi omaksuu tiedon kuvallisessa muodossa, toinen ymmärtää helpommin kuulemansa. Saavutettavuus paranee, kun sama asia esitetään monella tavalla. Tätä periaatetta voi soveltaa kaikessa asiakastyössä.

Kysymällä selväksi

Menestystekijä

- Olis kyllä tosi tärkeä asia, että palvelua olisi helppo käyttää.
- Sehän on hienoa, että ajattelet noin!
- Katsos kun me metsäalalla ajatellaan joskus aika monimutkaisesti.
- Mutta mehän yhdistetään tähän usean alan ammattilaiset metsänomistajia ja toimijoita unohtamatta.
- No, sitten palvelusta tulee kyllä varmasti ihan ylivoimainen!
- Just niin!





Metsänomistajan tietoja ja töitä välitetään

Tietoa oman alueen toimijoista

Metsänomistaja voi selata Metsään.fi-palvelun kautta metsätilojensa alueiden toimijoita. Toimijat ovat hoitotöiden tekijöitä, puuta ostavia yrityksiä tai luonnonhoidon ammattilaisia.

Metsätilan tiedot myös toimijan käyttöön

Metsänomistaja voi luovuttaa metsätilan tiedot haluamilleen toimijoille. Metsänomistaja hoitaa asian suoraan Metsään.fi-palvelussa tai valtakirjalla.

Toimija pääsee näkemään Metsään.fi-palvelussa olevat metsätilan tiedot ja kartat vastavina kuin metsänomistajakin. Metsänomistaja ja toimija voivat näin yhdessä sopia tehtävistä töistä ja tutkia metsätilan tietoja, esimerkiksi luontokohteiden sijaintia.

Metsätilan työt välitykseen

Metsänomistaja voi ilmoittaa yksittäisiä kuviokohtaisia hoito- ja hakkuutöitä välitykseen Metsään.fi-palveluun. Metsänomistaja tekee ilmoituksen suoraan Metsään.fi-palvelussa tai paperilla. Alueen toimijat seuraavat ilmoituksia ja tekevät metsänomistajalle tarjouksia hänen toivomansa yhteydenottokanavan kautta.

Toimijoille oma verkkopalvelu

Miksi käyttäjäksi?

Alueen toimijoina näytetään metsänomistajalle vain ne toimijat, jotka ovat palvelun käyttäjinä.

Toimijat voivat oman verkkopalvelunsa kautta selata niitä metsätiloja, joiden tiedot on luovutettu toimijalle. Metsäkeskusten toiminnassa pyritään siihen, että metsätilojen tietoja ei luovuteta enää toimijoille sähköpostitse tai paperilla.

Metsätilojen tietojen lisäksi toimija saa alueellisen metsäohjelman tietoja ja oman alueen metsänomistajien jättämiä työilmoituksia. Nykyinen töiden välityspalvelu Metsään Palstat uudistetaan siis osaksi Metsään.fi-palvelua.

Miten liitytään?

Toimijoiden verkkopalvelun käyttäjäksi liitytään tekemällä sopimus metsäkeskusten kanssa.

Mitä maksaa?

Palvelun käyttömaksun on tarkoituksena riippua ainakin toimijan toimialueen suuruudesta ja toimialasta. Esimerkiksi maanlaajuisilta puukauppaa tekevilta yrityksiltä peritään suurempi maksu kuin yhden kunnan alueella toimivalta metsäpalveluyritykseltä.

Entä metsänhoitoyhdistykset?

Metsänhoitoyhdistyksiä kohdellaan samalla tavalla kuin muita alan toimijoita.

Projekti Silmussa

Sähköinen asiointi

http://212.213.232.176/Silmu/Kehittaminen/kehittamisohjelma_ja_projektit/neuvonta_ja_viestinta/ta_mln_Silta.htm

Lisäarvo ja laatu

Julkisten verkkopalvelujen laatukriteeristön mukaan palvelun tulisi tarjota lisäarvoa käyttäjälle.

Verkkopalvelun pitää vastata käyttäjien tarpeisiin, lisätä vuorovaikutusta ja tarjota mahdollisuuksia suoriin yhteyksiin eri tahojen kanssa. Palvelun pitää myös antaa käyttäjälle tyytyväisyyden ja mielihyvän tunnetta.

Näiden suuntaviivojen mukaan kehitetään myös tietojen ja töiden välitystä Metsään.fi-palvelussa ja toimijoiden verkkopalvelussa.

Elämyksellisyys

Verkkopalvelun lisäarvona mainitaan usein elämyksellisyys. Metsään.fi-palvelussa tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että palvelun avulla metsänomistajalle syntyy suhde omaan metsään ja sen kautta metsän elämyksellisyyteen.

Koko laatukriteeristö löytyy osoitteesta:

<http://www.suomi.fi/suomifi/laatuaverkkoon/laatukriteeristo/>

Kysymällä selväksi

Yhteinen suunta

- Olen miettinyt näitä metsäfirmoja. Mitenkä ihmeessä saataisiin yhtenäisyyttä toimintaan ja neuvontaan?
- Niinhän se on tosiaan, että monesti metsänomistajalle toimija on se neuvoja. Siksi Metsään.fi-palvelussa on tarkoitus tuoda perustiedot yhtäläillä myös toimijan ulottuville.
- Eli yritetään kaikki, metsäkeskuslaiset mukaan lukien, puhua samoilla sanoilla ja painottaa samoja asioita metsänomistajalle!
- Just niin!





Metsänomistaja asioi sujuvasti

Periaatteet

Metsänomistaja voi tehdä sujuvasti ilmoituksia ja hakemuksia Metsään.fi-palvelun kautta. Paperilla tulevat lomakkeetkin hyväksytään edelleen. Jos metsänomistaja hoitaa asian verkossa, Metsään.fi-palvelu auttaa vaihe vaiheelta lomakkeen täyttämässä ja lähettämisessä sähköisesti.

Metsänkäyttöilmoitus

Metsänomistaja voi tehdä Metsään.fi-palvelussa metsänkäyttöilmoituksen. Hän voi myös tarkastaa, onko jostakin kuviosta jo tehty metsänkäyttöilmoitus.

Taimikon perustamisilmoitus

Metsänomistaja voi tehdä Metsään.fi-palvelussa taimikon perustamisilmoituksen. Palvelu muistuttaa metsänomistajaa taimikon perustamisesta ja sen ilmoittamisesta.

Muu viranomaisasiointi

Myöhemmin metsänomistajalle tarjotaan myös muita mahdollisuuksia laittaa vireille ja seurata viranomaisasioita, esimerkiksi Kemera-hakemuksia.

Metsätilat > Lehtomaa > Hoitotyöt

Lehtomaa

- Hoitotyöt
 - [Taimikon perustaminen](#)
 - [Taimikon varhaishoito](#)
 - [Taimikon hoito](#)
 - [Nuoren metsän hoito](#)
 - [Muut hoitotyöt](#)
 - [Tuet ja palvelut](#)
 - [Hakkuut](#)
 - [Luontokohteet](#)

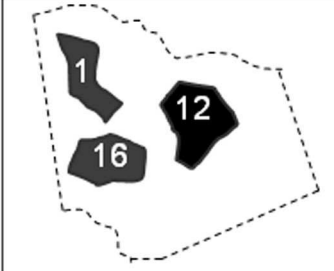
Hoitotyöt

Kiireelliset
Tämän vuoden sisällä tehtävät työt

Kuvio	Hoitotyö	ha
12	Taimikon perustaminen	4

Muut hoitotyöt
Viiden vuoden sisällä tehtävät työt

Kuvio	Hoitotyö	ha
1	Taimikon hoito	1
16	Taimikon varhaishoito	2



[Kartta - Lehtomaa, hoitotyöt](#)

Työ jo tehty?

Valitse kuvio ja merkitse kuviosivulla työ tehdyksi!

Havainnekuva metsätilan hoitotöistä Metsään.fi-palvelussa.

Päivitys ja ajantasaistus

Metsänomistaja päivittää

Metsänomistaja voi merkitä Metsään.fi-palvelun ehdottaman toimenpiteen tehdyksi, esimerkiksi taimikon istutetuksi. Tällöin palvelu pitää työtä tehtynä, mutta taimikoiden osalta muistuttaa, että toimenpiteeseen liittyy vielä erillinen taimikon perustamisilmoitus. Myös metsänkäyttöilmoitus vaaditaan, eikä riitä, että merkitään hakkuu tehdyksi.

Toimija päivittää

Toimija voi jättää metsänomistajan puolesta metsänkäyttöilmoituksen tai taimikon perustamisilmoituksen. Tieto ilmoituksen vastaanottamisesta näytetään metsänomistajalle.

Tieto ajantasaistetaan

Metsään.fi-palvelun kautta metsänomistaja saa ajan tasalla olevaa tietoa metsästään. Ilmoitusten perusteella päivitetään metsävaratietoa. Tämä hoituu suurimmalta osin automaattisesti. Metsätilan tietoja ajantasaistetaan myös metsävaratiedon keruulla.

Projektit Silmussa

Sähköinen asiointi

http://212.213.232.176/Silmu/Kehittaminen/kehittamisohjelma_ja_projektit/neuvonta_ja_viestinta/ta_mln_Silta.htm

Uusi metsävaratietojärjestelmä

http://212.213.232.176/Silmu/Kehittaminen/kehittamisohjelma_ja_projektit/metsasuunnittelu/ta_rp_umat.htm

Kysymällä selväksi

Sähköinen asiointi

- Mitä se nyt on tuo sähköinen asiointi?
- Asiakas käyttää organisaation palveluja vuorovaikutteisesti verkossa.
- Siis mitä?
- Asiakas hoitaa asian verkossa.
- Anna esimerkki!
- Maija maksaa sähkölaskun verkkopankkia käyttäen. Olli ostaa Finnairin sivuilta lentolipun Kuopioon. Tiina tilaa verohallituksen sivuilta uuden verokortin.
- Tästähän tässä olikin koko ajan kyse!
- Just niin!



TAPIO



metsäkeskus