



Yöjunakonseptin asiakasymmärryksestä tuotetut suunnitteluajurit kehitystyön tueksi

Rautio, Annina

2020 Laurea



Yöjunakonseptin asiakas- ymmärryksestä tuotetut suunnitteluajurit kehitys- työn tueksi

Annina Rautio

Yöjunakonseptin asiakasymmärryksestä tuotetut suunnitteluajurit kehitystyön tueksi

Vuosi 2020 Sivumäärä 47

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli kerätä asiakasymmärrystä matkustajaliikenteen yöjunakonseptin nykytilasta sekä asiakkaiden odotuksista sekä laatia kerätyn asiakasymmärryksen perusteella suunnitteluajurit yöjunan tulevaisuuden konseptikehitykselle. Työ tehtiin VR-Yhtymä Oy:lle, jolla on matkustajaliikenteen yöjunaliikennettä Suomessa. Opinnäytetyöllä haluttiin tutkia asiakaskokemusta ja asiakkaiden odotuksia yöjunan palvelun laadusta ja arvon muodostumisesta. Opinnäytetyön tarkoituksena oli saada tuotettua asiakasymmärrykseen pohjautuen tärkeimmät elementit konseptin kehittämisen tueksi.

Työn teoreettinen viitekehys koostuu matkailun toimialasta Suomessa, asiakaskeskeisyydestä ja asiakkaan arvon muodostumisesta sekä palvelumuotoilusta. Opinnäytetyön toiminnallinen osuus toteutettiin Design Councilin määrittämää tuplatimanttimallin kahta ensimmäistä vaihetta mukaillen. Mallissa käytetyt palvelumuotoilumenetelmät olivat timantin ensimmäisessä vaiheessa asiakasymmärrystä laajentavia. Ymmärrystä kerättiin palvelupolun, henkilökunnan fokusryhmähaastattelun sekä asiakkaiden tekemien design-luotainten avulla. Menetelmän toisessa vaiheessa kerätystä asiakasymmärryksestä tiivistettiin oleellimmat löydökset suunnitteluajureiksi, jotka toimivat myös opinnäytetyön tuotoksena.

Matkailussa vallitsevien megatrendien, ekologisuuden ja digitaalisuuden, myötä myös yöjunan konseptin kehityksessä on huomioitava trendien vaikutus matkailijoiden odotuksiin. Tulosten perusteella myös yöjunamatkustajien tarve itsenäiseen digitaaliseen palvelun ostoon sekä tiedon löytämiseen korostui.

Opinnäytetyön tulosten kautta voidaan todeta, että yöjunan konseptin kehittämässä asiakaslähtöisyys on keskiössä. Asiakkaat kokevat arvoa perusasioista, kuten täsmällisestä aikalaulusta, puhtaasta yöjunan hytistä sekä mahdollisuudesta rauhallisiin yöuniin. Tutkimuksessa havaittujen kriittisten pisteiden kautta löydettyjen kehityskohteiden kautta päästään kehittämään palvelua asiakkaiden odotusten ja arvojen mukaiseksi. Lopputuotoksena syntyi suunnitteluajurit seuraavasti: oikeanlaisten mielikuvien luonti, tarkennettu hinnoittelu, informatiivisempi ostoprosessi, matkatavarasäilytyksen kehittäminen, paremman junamatkan aikainen kommunikaatio sekä tehostetut siivousprosessit. Niiden myötä yöjunakonseptin kehitystoimenpiteitä voidaan suunnata asiakkaille tärkeisiin kohteisiin. Toimeksiantaja on todennut opinnäytetyön tuotokset käyttökelpoisiksi.

Asiasanat: asiakasymmärrys, junamatkustus, palvelumuotoilu

Annina Rautio

Designing Design Drivers for the Night Train Concept Based on Customer Insight

| Year | 2020 | Pages | 47 |
|------|------|-------|----|
|------|------|-------|----|

The objective of this thesis was to research customer insight of the present night train concept in Finland. The main areas of research were the customer expectations and customer experience. Based on the research results, the main purpose of this research was to create design drivers based on customer insight, which can be used to develop the night train concept. The study was commissioned by VR Group Ltd, which operates night train services for passenger traffic in Finland. The purpose of this thesis was to highlight the customer experience and the customers' expectations regarding the quality and value of the night train service. The purpose of this thesis was to produce the most important elements to support the concept development based on customer insight.

The theoretical framework of the thesis covers tourism industry in Finland, customer focus and customer value creation, and service design. The functional section of the thesis was carried out by the first two phases of the double diamond model defined by Design Council. The service design methods of the model, exploited in the first phase of the diamond, expanded customer understanding. Understanding was gained through a customer journey, staff focus group interviews and a design probe. The most important findings from the first phase were summarized into design drivers in the second step of the method. The design drivers are also the output of the thesis.

The development of megatrends in tourism, such as ecology and digitalisation, must be taken into consideration in the night train concept development as they create the impact on travelers' expectations. The results of this study also confirmed the need for digital service development for the night rail passengers.

Based on the results of the thesis, it can be stated that the customer experience of the night train concept is the main issue. Customers will appreciate the basics, such as a punctual timetable, a clean night train cabin and the possibility of a rest during the journey. Through the critical points established in the research and on the basis of the identified development points, it is possible to develop the concept according to the customers' expectations and values. The design drivers that were drawn up in this research are creating a suitable image, more accurate pricing, a more informative purchasing process, developing luggage storage, better communication during the journey and enhanced cleaning processes. According to these development activities on the night train, the concept can be improved according to customers' important expectations. The commissioner finds the output of the thesis useful and feasible.

Keywords: customer insight, service design, train travelling

Sisällys

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Johdanto | 6 |
| 2 | Toimintaympäristö ja kohdeyritys | 7 |
| 3 | Matkailun toimiala Suomessa | 9 |
| 3.1 | Matkailun trendit | 9 |
| 3.2 | Raideliikenteen markkinatilanne | 10 |
| 4 | Asiakaskeskeisyys ja arvon muodostuminen palvelumuotoilun perustana | 11 |
| 4.1 | Tuote ja palvelu arvon muodostamisen perustana | 11 |
| 4.2 | Palvelumuotoilu palveluinnovaatioiden kehityksen keskiössä | 12 |
| 4.2.1 | Tuplatimantti palvelumuotoilun menetelmänä | 13 |
| 4.3 | Asiakasymmärryksen merkitys palvelumuotoilussa | 15 |
| 5 | Asiakasymmärryksen kerääminen ja käytetyt menetelmät | 16 |
| 5.1 | Tuplatimantin soveltaminen asiakasymmärryksen keräämisessä | 16 |
| 5.2 | Dokumenttianalyysi ja teoriaohjaava sisällönanalyysi | 17 |
| 5.3 | Palvelupolku asiakasymmärryksen menetelmänä | 19 |
| 5.3.1 | Palvelupolun teoriaa | 19 |
| 5.3.2 | Yöjunan palvelupolku teemoittelun avulla | 20 |
| 5.3.3 | Tulokset palvelupolun kautta saadusta asiakaskokemuksesta | 22 |
| 5.4 | Fokusryhmähaastattelu | 24 |
| 5.4.1 | Fokusryhmähaastattelu palvelumuotoilumenetelmänä | 24 |
| 5.4.2 | Henkilökunnan fokusryhmähaastattelu palvelupolun avulla | 25 |
| 5.4.3 | Tulokset fokusryhmähaastattelusta | 27 |
| 5.5 | Design-luotain | 28 |
| 5.5.1 | Design-luotain asiakasymmärryksen keräämisen menetelmänä | 28 |
| 5.5.2 | Design-luotain yöjunassa | 28 |
| 5.5.3 | Design-luotaimen tulkinta | 29 |
| 6 | Asiakasymmärryksen tulokset ja suunnitteluajurit | 30 |
| 6.1 | Yöjunan asiakasymmärrys | 30 |
| 6.2 | Teoriaa suunnitteluajureista | 31 |
| 6.3 | Tutkimuksesta johdetut suunnitteluajurit kehitystyön tueksi | 31 |
| 7 | Johtopäätökset | 32 |
| 8 | Lähteet | 34 |
| 9 | Kuviot | 36 |
| 10 | Taulukot | 36 |
| 11 | Liitteet | 37 |

1 Johdanto

Tämän toiminnallinen opinnäytetyö käsittelee kotimaan kaukojunaliiikenteen yöjunakonseptin kehittämisen tueksi tehtävää asiakasymmärrys-vaihetta. Toimeksiantajana on VR-Yhtymä Oy, jolla on ainoana raideliikenteen operaattorina Suomessa matkustajaliikenteen yöjunaliikennettä Etelä- ja Pohjois-Suomen välillä.

Tämän opinnäytetyön taustalla on toimeksiantajayrityksen tarve kartoittaa kohteena olevan palvelukonseptin asiakkaiden kokemukset konseptin nykytilasta. Opinnäytetyön tarkoituksena on saada syvää ymmärrystä konseptin käyttäjistä, heidän tarpeistaan, motiiveistaan ja toiveistaan. Opinnäytetyön tavoitteena on kerätä palvelumuotoilun menetelmin käyttäjämäärystä ja laatia siihen pohjautuen analyysi nykytilasta sekä suunnitteluajurit konseptin kehittämisen tueksi. Opinnäytetyö on rajattu kohteena olevan yöjunakonseptin nykytilan asiakasymmärrysvaiheeseen. Opinnäytetyön ulkopuolelle on jätetty autojunakonsepti, joka on yöjunan matkustukseen liittyvä, laaja oma konseptinsa. Konseptiin tehtäviä mahdollisia muutoksia sekä asiakasymmärryksen tulosten myötä ideoituja toimenpiteitä, pilotteja tai prototyyppien testauksia ei tässä opinnäytetyössä käsitellä.

Tämän opinnäytetyön tietoperusta käsittelee matkailualan palvelukonseptin kehittämistä palvelumuotoilumenetelmiin pohjautuen. Teoreettinen viitekehys on jaettu kahteen osa-alueeseen, joista ensimmäisessä käsitellään Suomen matkailua sekä raideliikenteen merkitystä matkailussa. Toisessa pääluvussa käsitellään asiakaskeskeisyyttä sekä arvon muodostumista palvelumuotoilun perustana.

Tämän opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa toteutetaan palvelumuotoilumenetelmin asiakasymmärryksen keräämistä kohderyhmältä. Palvelumuotoilun teoreettisena viitekehysenä käytetään tuplatimantti-palvelumuotoiluprosessin kahta ensimmäistä vaihetta niiden soveltuvien osuuksin. Palvelumuotoilumenetelminä käytetään palvelupolkua, fokusryhmähaastattelua sekä design-luotaimia, joiden tulosten pohjalta tulkitaan ja analysoidaan tulokset ja käyttäjämääritys palvelumuotoilun teorian mukaisesti. Palvelupolun laatimiseksi tutkimustyössä analysoidaan laadullista palautetta, jota yöjunien asiakkailta on saatu viime vuoden aikana.

Opinnäytetyön viimeisessä vaiheessa esitellään tutkimustuloksiin perustuvat havainnot ja kehityskohteet konseptista. Kerätyn asiakasymmärryksen pohjalta luodaan suunnitteluajurit, jotka toimivat kohdeyrityksessä konseptikehityksen tukena tulevaisuuden konseptin kehittämistoimenpiteissä.

2 Toimintaympäristö ja kohdeyritys

Tässä luvussa esitellään kohdeyrittäjän toimiala sekä nykyisen yöjunakonseptin tärkeimmät elementit, jotka on tärkeää ymmärtää konseptin asiakasymmärryksen perustaksi.

VR-Yhtymä Oy on kokonaisuudessaan Suomen valtion omistama matkustuksen ja logistiikan palveluyritys. Yhtymän alaisuuteen kuuluu eri liiketoimintoja, joista tässä opinnäytetyössä keskitytään matkustajaliikenteeseen raiteilla. (VR-Yhtymä, 2018a.)

VR matkustajaliikenne on Suomessa tällä hetkellä ainoa matkustajaliikennettä operoiva raide-liikenneyritys. VR:n matkustajaliiketoimintaan kuuluu raideliikenteen lisäksi junien ja rautatieasemien ravintolapalveluita tuottava Vecra Oy sekä linja-autoliikennettä operoiva Pohjo-lan Liikenne. VR matkustajaliikenne työllistää noin 2500 henkilötyövuotta (htv). Koko VR kon- sernissa vastaava luku on noin 7500 htv. (VR-Yhtymä, 2018b.)

VR kehittää palveluitaan jatkuvasti ja tekemisen keskiössä jokaisella osa-alueella on asiakas- kokemuksen parantaminen. Juna on vaivaton ja ekologinen matkustusmuoto ja VR haluaa olla tuottamassa asiakkailleen viihtyisää ja nopeaa matkustusta kotimaassa. VR:n palvelulupauk- seen kuuluu olennaisena osana sujuva ja saumaton asiakaskokemus. (VR-Yhtymä, 2018b.)

VR matkustajaliikenteen yöjunakonsepti koostuu Etelä- ja Pohjois-Suomen välisistä junarei- teistä (kuvio 1). Vuorokaudessa kulkee yksi yöjunavuoro kohdekaupunkien välillä. Yhteysvälit ovat Helsinki-Kolari, Helsinki-Rovaniemi sekä Helsinki-Kemijärvi. Myös Turusta on yöjunayh- teys Rovaniemelle, tällöin makuu- ja autovaunut liitetään Helsingistä lähteneeseen junaan Tampereella. Yöjunaliikennettä on päivittäin ympäri vuoden. Sesonkiaikaan, erityisesti jou- luna, talviloma-aikaan sekä pääsiäisenä, reiteillä ajetaan lisäjunia ennalta analysoidun ennus- teen mukaisesti. Yöjunamatka Helsingistä Kolariin kestää noin 14 tuntia, Helsingistä Rovanie- melle noin 13 tuntia ja Helsingistä Kemijärvelle noin 14 tuntia. (VR-Yhtymä, 2019.)



Kuvio 1: Yöjunien reittikartta, autojuna-asetat merkitty (VR-Yhtymä, 2019).

Yöjunalla pääsee Etelä-Suomesta sekä itäiseen että läntiseen Lappiin yöjunalla (kuvio 1). Autojunien kuormaus- ja purkuasemia on yhteensä seitsemällä paikkakunnalla. Muun maan matkustajaliikenteen reittiverkko yhdistyy yöjunan reittiverkkoon usealla eri paikkakunnalla. Matkustajien on mahdollista nousta kyytiin ja poistua kaikilta yöjunien väliasemilta, mutta autojunan kuormaus- ja purkuasemia on kuitenkin vain seitsemän. (VR-Yhtymä, 2019)

VR:n yöjunissa on mahdollista matkustaa istuma- tai makuupaikoilla. Myös auto on mahdollista kuljettaa matkalla mukana autonkuljetusvaunuissa. VR:n yöjunakonseptissa käytetty junakalusto koostuu pääasiassa kaksikerroksisista makuuvaunuista, joissa on kahden hengen makuuhytit. Nämä vaunut ovat matalalattiaisia ja niissä on alakerrassa esteetön makuuhytti sekä esteetön wc. Vaunun alakerrassa on myös väliovilla yhdistettäviä hyttejä sekä käytävällä yhteiskäytössä olevat wc ja suihku. Yläkerran makuuhyteissä on oma wc ja suihku. Kolariin suuntautuvan yöjunaliikenteen kokoonpanossa on uudempien kaksikerrosvaunujen lisäksi mukana myös vanhoja esteellisiä yksikerroksisia makuuvaunuja, joissa on kolmen hengen makuuhytit. Sesonkiliikennettä ajetaan myös kokonaan vanhoista vaunuista koostuvalla kokoonpanolla. Jokaisessa yöjunakokoonpanossa on lisäksi ravintolavaunu sekä istumapaikka-vaunuja. Ravintolavaunu palvelee lähes koko matkan ajan. Lemmikkejä voi kuljettaa sekä tietyissä makuuhyteissä että istumapaikoilla. (VR-Yhtymä, 2019.)

3 Matkailun toimiala Suomessa

Tässä luvussa käsitellään matkailun sektoria Suomessa. Ensimmäisessä alaluvussa keskitytään erityisesti matkailun trendeihin. Toisessa alaluvussa käsitellään raideliikenteen merkitystä ja asemaa Suomen liikennerakenteessa. Tavoitteena on saada käsitys siitä, keitä Suomessa matkustaa, mitkä asiat vaikuttavat matkustajien käyttäytymiseen ja miltä raideliikenteen tulevaisuuden visiot näyttävät.

3.1 Matkailun trendit

Suomen työ- ja elinkeinoministeriön julkaiseman raportin mukaan (TEM 2019, 22.) matkailun perusta Suomessa ovat kotimaiset matkailijat, joiden osalta vuoden 2017 majoituspalveluiden kysyntä on kasvanut 4 % vuodesta 2016. Vaikka kotimaisten matkailijoiden määrä onkin suuri, on kasvuvauhdiltaan Suomeen tulevien ulkomaisten matkailijoiden määrä suuremmissa kasvussa, majoituspalveluiden kysynnän kasvaessa samalla vertailuvälillä peräti yli 16%. Raportin (TEM 2019, 23.) mukaan suurin ulkomaisten matkailijoiden ryhmä on venäläiset matkailijat. Raportin mukaan suurin kasvu matkailijamäärissä tapahtui Kiinasta, josta matkailijoiden määrä kasvoi peräti 35%. Lapin matkailun kasvu jatkui voimakkaasti. Vuoden 2016 luvuista kasvua oli 22%. Kaiken kaikkiaan Lapin yöpymiset kattoivat jo 25% koko Suomen yöpymisistä. (TEM 2019, 23-24.)

Matkailijoiden määrät tulevat kasvamaan ja matkailijoiden profiili muuttuu. Ikääntyvä väestö vaurastuu ja keskiluokka suurenee kooltaan. Myös millenium-sukupolven matkailukäyttäytymisen eroa suuresti vanhemmista sukupolvista erityisesti digitaalisten palveluiden ja sosiaalisen median käytön myötä. (TEM 2019, 46-47.)

Visit Finlandin vuonna 2017 teettämän kohderyhmätutkimuksen mukaan ulkomaiset matkailijat etsivät Suomesta erityisesti luontoa ja hyvinvointia, aktiviteetteja, aitoutta ja mukavuutta. Tämän lisäksi tutkimuksessa nousi esiin kaupunkikohteiden vetovoimaisuus, joita Suomen mittakaavassa voi tarjota ainoastaan suurimmat kaupungit, kuten esimerkiksi Helsinki, Tampere ja Turku. (Visit Finland 2017.)

Lapin matkailun vetovoima on merkittävä ja erityisesti talven matkakohteena Lappi on ainutlaatuinen. Vaikka suurin osa erityisesti kansainvälisistä matkailijoista saapuvat lappiin lentokoneella, on juna kasvavassa roolissa matkustajien liikkumismuodon vaihtoehtona. Kehittyneissä maissa on nousevana trendinä ekologisuus ja kestävä kehitys. Tämä näkyy myös matkailualalla. Maailman hiilijalanjäljestä jopa kymmenesosa syntyy matkailusta ja lentoliikenteen osuus matkailualan kokonaispäästöistä on 20 % (TEM 2019, 38). Tähän matkailijoiden tarpeeseen vastaa ekologinen raideliikenne.

Digitalisaatio yhtenä merkittävimmistä megatrendeistä vaikuttaa myös matkailuun. Digitalisaation myötä palvelut tulevat saataville yhä kansainvälistyvämmälle asiakaskunnalle ja

niiden avulla asiakkaiden on mahdollista itsenäisesti löytää palveluita sekä suunnitella ja toteuttaa matkustuksen ostot. Digitalisaatio vaikuttaa asiakkaan koko matkaketjuun, palvelukokemus muodostuu alkaen ensikontaktista, tuotetarjonnan kautta syntyvään matkan aikaiseen kokonaisasiakakokemukseen. Eri toimijoiden on tehtävä yhteistyötä ja avointen rajapintojen avulla saatava synergiahyöty auttaa sekä liikkumisen että kohdekaupungin palveluntarjoajan saavuttamaan yhteistä hyötyä. Myös digitaalinen maksaminen yleistyy ja sen mukaisia toimintoja tulee kehittää yritysten myyntikanavissa. Tulevaisuuden matkustajat odottavat matkaketjuja, door-to-door -palveluita sekä sujuvia liikenneyhteyksiä. (TEM 2019, 41-43.)

3.2 Raideliikenteen markkinatilanne

Suomi on maantieteellisesti pitkä maa. Pohjoisesta etelään on yli 1300 kilometriä, autolla esimerkiksi pääkaupunkiseudun ja pohjoisen hiihtokohteiden välinen etäisyys on helposti noin 12 tuntia. Lentäen välimatkan pääsee noin tunnissa. Junalla matkustaminen on ekologinen vaihtoehto ja junaan saa myös auton mukaan ja itse voi levätä makuuhuytissä. (Lapland above ordinary, 2020.)

Maailman megatrendeistä kestäväällä matkailulla ja ilmastoystävällisillä valinnoilla on merkittävä vaikutus raideliikenteeseen tulevaisuudessa. Vaikka Suomi matkakohteena on houkutteleva erityisesti luontomatkailun vuoksi, on mahdollista, että tulevaisuudessa lentomatkailun kriittisyys vähentää erityisesti kaukomailta tulevia matkailijoita. (TEM 2019, 49.) Sen sijaan nousussa on trendi, joka suosii vaihtoehtoisia ja ekologisia liikkumismuotoja sekä lähimatkailua. (Rantala, Haapamäki, Harvio, Huhta & Rantala 2019, 5.)

Raideliikenteen kasvua rajoittaa rataverkon infrastruktuurin kehittäminen. Suomessa Väylävirasto vastaa raiteiden infrastruktuurista ja rahoitus rataverkon kehittämistoimenpiteisiin saadaan valtion budjetista. Tulevaisuuden osalle on liikenne- ja viestintäministeriön parlamentaarisessa työryhmässä asetettu tavoite, että liikenneverkon rahoitustasoa on nostettava ja liikenneverkkoa ylläpitää ja kehittää tavoitteellisesti ja pitkäjänteisesti. Euroopan Unionin 4. rautatiepaketin myötä myös Suomessa on valmistauduttava raideliikenteen kilpailun avautumiseen. VR:n yksinoikeus matkustajaliikenteen operointiin kaukoliikennealueella päättyy vuonna 2024. Markkinatilanteen muutoksessa merkittäviä tekijöitä tulevaisuuden kannalta, ovat liikenneverkon muutokset, kilpailun kiristyminen, liikennesektorin markkinoiden muuttuminen sekä matkustajien liikkumiskäyttäytymisen muutos. (VR-Yhtymä, 2018c.)

Näiden lisäksi nopeammin muuttuvia tekijöitä, jotka vaikuttavat tulevaisuuden markkinatilanteeseen, ovat ihmisen asenteiden muutokset julkista liikennettä ja maapalloon tulevaisuutta kohtaan. Ekologisen ajattelutavan lisääntyminen johtaa kulutuskäyttäytymistä lähimatkailuun ekologisilla kulkumuodoilla ja raideliikenne nähdään tulevaisuuden toimialana. (VR-Yhtymä, 2018c.)

4 Asiakaskeskeisyys ja arvon muodostuminen palvelumuotoilun perustana

Tässä luvussa käsitellään palvelumuotoilua kehittämistyön menetelmänä ja asiakkaan arvon muodostumista tärkeänä elementtinä palvelumuotoiluprosessissa. Ensimmäisessä alaluvussa käsitellään arvon muodostumista ja sen tärkeyttä asiakkaan kokemuksen muodostumiselle. Toisessa alaluvussa käsitellään palvelumuotoilua menetelmänä ja siinä käytettävää asiakaslähtöisyyttä ja asiakkaan osallistamista kehitystoimenpiteisiin. Toisessa alaluvussa esitellään myös palvelumuotoilun tuplatimantti-menetelmä, jota tässä opinnäytetyössä myöhemmin käytetään toiminnallisen osuuden palvelumuotoilumenetelmien perustana. Kolmannessa luvussa esitetään asiakasymmärryksen merkitys palvelumuotoilun prosessissa. Kuten Tuulaniemi (2013, 30) kirjoittaa, ”arvo ja sen muodostuminen ovat palvelumuotoilun syvintä ydintä”.

4.1 Tuote ja palvelu arvon muodostamisen perustana

Asiakkaan kokemuksen muodostuminen on entistä enemmän kilpailuvaltti, kun yritykset kehittävät tuotteitaan ja palveluitaan. Pelkät markkinatutkimuksesta saadut määrälliset ja laadulliset mittarit eivät riitä kertomaan asiakkaan syvimpiä odotuksia, toiveita ja tunteita. Näitä syvimpiä merkityksiä asiakaskokemuksen muodostamiseen voidaan selvittää palvelumuotoilun menetelmillä. (Miettinen 2011, 13.)

Pelkkä palvelumuotoilun hyödyntäminen ei kuitenkaan riitä siihen, että yrityksen tuotteista ja palveluista saadaan hyvää asiakaskokemusta. Asiakkaat arvioivat yritystä ja sen kaikkia eri toimintoja muodostaessaan käsitystä arvolupauksen toteutumisesta. Koko yrityksen toiminnan on perustuttava asiakaslähtöiseen ajatteluun ja kaikissa yrityksen toiminnoissa tulee noudattaa asiakaskeskeistä ajattelua. Yrityksen kulttuurin, arvojen ja toiminnan tulee aidosti perustua asiakkaan tarpeisiin. (Koivisto, Säynjäkangas & Forsberg 2019, 166.)

Arvo on asiakkaalle suhteellista ja yhtä oikeaa määritelmää arvon muodostumisesta ei ole. Lähtökohdaksi on kuitenkin aina se, että hankkimalla tietyn tuotteen tai palvelun asiakas koee saavansa hyötyä käyttämänsä hintaan nähden. Asiakaskokemus on laadullista arvoa. Yritys antaa asiakkaalle arvolupauksen, jossa määritellään se, mitä palveluita ja kokemuksia asiakas rahallaan saa. Asiakkaan kokema arvo muodostuu siis jokaisesta palvelun tai kokemuksen vaiheesta ja sen muodostumiseen vaikuttaa paitsi palvelun tai kokemuksen laatu, myös asiakkaan odotukset ja aikaisemmat käsityksensä yrityksestä. Lisäarvo on yritysten kilpailukeino erottumiseen kilpailijoistaan ja sen avulla tuotetaan asiakkaalle jotain erityistä, jota pelkkä arvon tuottaminen ei saavuta. (Tuulaniemi 2013, 30-33.)

Palvelumuotoilun perustuvassa suunnittelussa on tärkeää perustaa kaikki suunnittelutyö käyttäjien odotuksiin ja tarpeisiin. Palvelujen perustana on arvon muodostuminen asiakkaalle. Arvon yhdessä luominen asiakkaan kanssa onkin yhä merkittävämmässä roolissa palveluyrityksillä. Arvon muodostuminen on yhä enemmän asiakkaan kokemuksiin perustuvaa ja kokemukset syntyvät asiakkaan kokemasta palvelusta. Ottamalla asiakas mukaan palvelun

muotoiluprosessiin palvelumuotoilun menetelmin, saadaan luotua sellainen tuote, konsepti ja palveluympäristö, joka sopii asiakkaan tarpeisiin. (Miettinen 2011, 22-25.)

Kokemus palvelusta tai tuotteesta on nykyisin keskeisessä roolissa. Yhteiskunta on muuttamassa elämänsä pohjautuvaan kulutukseen ja asiakaskokemus syntyy kaikista vaiheista asiakkaan ja yrityksen välisessä vuorovaikutuksessa. Asiakkaiden yksilölliset tarpeet ovat palveluiden kehittämisen ytimessä. Yritysten joukosta parhaimpien joukosta erottuvat ne, jotka ymmärtävät syvällisesti asiakkaidensa tarpeet ja tuottavat asiakkaiden odotusten ylittäviä asiakaskokemuksia. (Koivisto ym. 2019, 21-24.)

4.2 Palvelumuotoilu palveluinnovaatioiden kehityksen keskiössä

Muotoiluajattelu (design thinking) on ihmisläheistä palveluiden tai tuotteiden kehittämistä, jonka perimmäisenä ajatuksena on vastata siihen kysymykseen, kuinka luoda ihmiselle arvoa tuottava tuote tai palvelu ja miten saada tuote tai palvelu taloudellisesti kannattavaksi. Palvelumuotoilu hyödyntää muotoiluajattelua, mutta keskittyy erityisesti aineettomiin kokemuksiin sekä palveluiden kehittämiseen. (Koivisto ym. 2019, 35-36.)

Palvelumuotoilu perustuu teollisesta muotoilusta tuttuihin tutkimusmenetelmiin, laajentaen niitä tilojen ja muiden materiaalisten kohteiden tutkimisesta ihmisten tarpeiden ja ongelmien tutkimuksen kautta tuotteen tai palvelun parantamiseen käyttäjälähtöisesti. Palvelumuotoilussa tutkitaan ensisijaisesti käyttäjän kokemuksen muodostumista eri alueilla, joita ovat esimerkiksi toiminnallinen ympäristö, arvon muodostus sekä käyttäjän persoona ja sosiokulttuuriset rajapinnat. (Miettinen 2011, 25-26.)

Muotoiluajattelu on siirtynyt tuotteen kehitysprosessin loppuvaiheen menetelmistä entistä enemmän ajatteluun, jossa koko kehitysprosessin ajan keskeisessä roolissa on käyttäjälähtöinen innovaatioprosessi. Muotoiluajattelun myötä palvelumuotoilu on kehittynyt tärkeäksi strategiseksi menetelmäksi palveluiden sekä tuotteiden kehityksessä. Palvelumuotoilussa merkittävää on se, että siinä tuotetta tai palvelua kehitetään käyttäjälähtöisesti siten, että keskiössä ovat sekä palveluntarjoajan liiketoiminnalliset tavoitteet että loppukäyttäjän kokemus. (Koivisto ym. 2019, 31-34.)

Palvelumuotoilussa käytetään muotoiluajattelusta tuttuja kehitysmenetelmiä, kuten työpajoja, prototypointia ja testausta. Työpajoilla saadaan asiakkaita osallistumaan yhteiskehittämiseen ja saadaan konkreettisesti asiakkaat mukaan kehittämiseen. Yhteiskehittämällä vältetään myös organisaatio- tai asiantuntijälähtöistä kehittämistä. Prototyyppejä testataan asiakkaiden parissa ja tavoitteena on päästä suorittamaan testausta jo hyvin aikaisessa vaiheessa kehitystä. Näin päästään jo kehityksen alussa havaitsemaan lisätarpeita sekä päästään tehokkaasi viemään kehittämistä asiakkaiden tarpeiden suuntaan. Palvelumuotoilun menetelmin

toteutetussa kehittämisessä olennaista onkin kehitystyön monialaisuus ja erilaisten näkökulmien huomiointi kehityksen tukena. (Koivisto ym. 2019, 40-41.)

Palvelumuotoilussa keskeistä on pystyä määrittämään kehityskohteena olevan asian ongelma erityisesti asiakkaan näkökulmasta. Muotoiluprosessin alussa tutkijan on kyettävä avoimesti selvittämään asiakkaan tiedostamattomia tarpeita kehitettävästä kohteesta. Palvelumuotoilun kehittämisprosessit etenevät iteratiivisesti, eli työvaihetta toistaen, kunnes on saavutettu asiakaslähtöisesti haluttu palvelu, joka on taloudellisesti kannattava. Iteratiivisessa kehitysprosessissa on aina mahdollista palata takaisin edelliseen vaiheeseen ja tutkia lisää asiakasta, jotta haluttu lopputulos varmasti vastaa asiakkaan tarpeisiin. (Koivisto ym. 2019, 37-39.)

Palvelumuotoilun kehitystoimenpiteissä käytetään luovaa ongelmanratkaisua, jonka mukaisesti kahta eri työvaihetta vuorotellaan. Ensin divergenssi-vaiheessa laajennetaan näkemystä ja luodaan ideoita ja ratkaisuja innovatiivisesti. Tämän jälkeen konvergenssi-vaiheessa rajataan ja supistetaan ratkaisuja ja löydöksiä tavoitteeseen pääsemiseksi. (Tuulaniemi 2011, 113.)

4.2.1 Tuplatimantti palvelumuotoilun menetelmänä

Palvelumuotoilussa on monia eri malleja ja teorioiden kirjoittajia, joiden menetelmiä yleisesti käytetään. Esimerkiksi Moritz (2005) on kirjoittanut laajan teoksen palvelumuotoilussa käytettävistä teorioista ja menetelmistä. Hänen määrittelemässään palvelumuotoiluprosessissa on kuusi eri vaihetta: asiakasymmärryksen hankkiminen, palvelun kehittämisen strategisen suunnan määrittäminen, ideointi, parhaiden ideoiden valinta edelleen kehittämiseksi, visualisointi ja selitys sekä viimeisimpänä toteutus. (Moritz 2005, 122.) Myös Mager on luonut palvelumuotoiluprosessin, jossa neljä eri vaihetta seuraavat toisiaan vieden prosessia eteenpäin. Magerin palvelumuotoiluprosessin vaiheet ovat: palveluratkaisujen tutkiminen, uusien ratkaisujen luominen, mallien arviointi sekä toteutus. (Miettinen 2011, 33.)

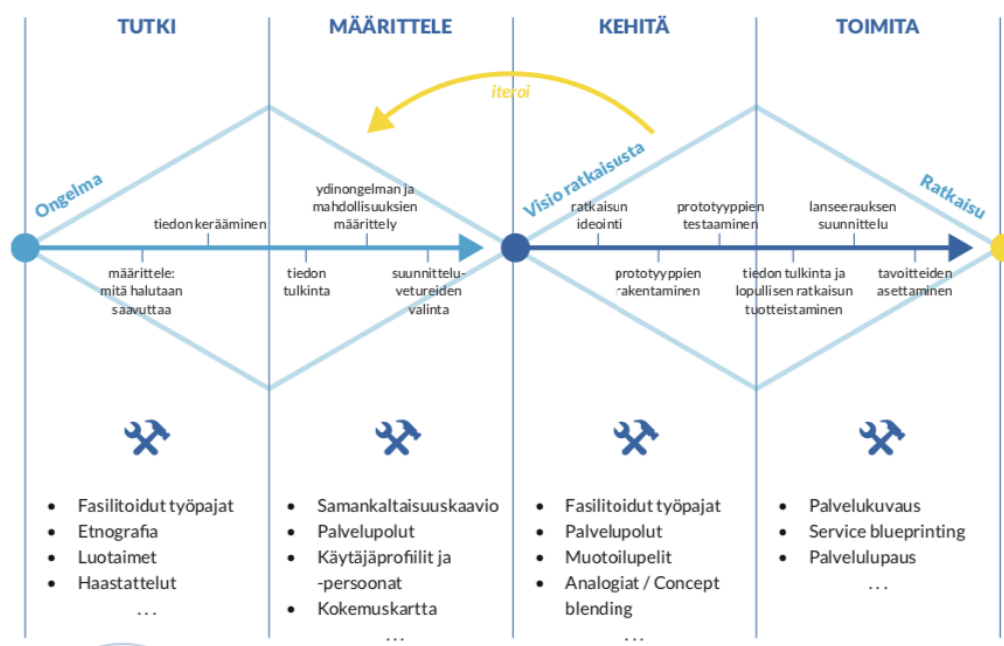
Tämän opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessin perusajatuksena käytettiin Design Councilin vuonna 2005 esittämää palvelumuotoilun Tuplatimantti-prosessimallia, jonka avulla tutkimuksessa pystyttiin seuraamaan palvelumuotoilun prosessia määrätietoisesti eri vaiheiden osalta. Koivisto ym. (2019, 42-43.) kirjoittavat Design Councilin tuplatimantista, että sen neljän päävaiheen avulla voidaan löytää, määrittää, kehittää ja tuottaa ymmärrystä ja konsepteja palvelunkehitykseen. Prosessi muodostuu kahdesta timantista, ”Ongelman tunnistaminen”, jonka avulla tunnistetaan joko ongelma tai arvonluonnin mahdollisuudet, sekä ”Ratkaisun kehittäminen”, jonka avulla kehitetään edellisessä timantissa löydettyyn ongelmaan ratkaisu. (Koivisto ym., 2019, 42-43.)

Tuplatimantin avulla löydetään ratkaistavaksi oikea ongelma kohderyhmään suunnatuilla tutkimuksilla ja havainnoilla sekä kysymyksillä ja niiden avulla saaduilla vastauksilla.

Kohderyhmän kanssa tehtävillä erilaisten ideoiden ja prototyyppien testauksella ja erilaisilla vaihtoehtoisilla löydetään kyseessä olevaan ongelmaan paras ratkaisu. (Valve 2019.)

Timantin ajatus perustuu Design Councilin määrittämän teorian mukaan siihen, että molempien timanttien sisälle mahtuu sekä uusia vaihtoehtoja tuovia (divergenssi) että niiden löydyttyä niitä rajaavia (konvergenssi) menetelmiä. Tuplatimantin avulla ei ole aina heti mahdollista löytää ratkaisua, vaan neljännen vaiheen jälkeen voi olla tarkoituksenmukaista palata takaisin ensimmäiseen vaiheeseen ja aloittaa ongelman tutkiminen ja rajaaminen uudelleen ensimmäisellä kierroksella saadun tiedon perusteella. Myös kesken eri vaiheiden voi olla tarpeen palata taaksepäin ja aloittaa tietyn vaiheen tutkimukset eri perspektiivistä uudelleen. Käyttämällä tuplatimantti-menetelmää ongelmanratkaisussa, saadaan iteratiivisesti ratkaistua oikea ongelma ja tuotettua sille oikeanlainen ratkaisu. (Koivisto ym. 2019, 43.)

Kreapalin (2019) muokkaamassa esimerkissä tuplatimantista (kuvio 2) kuvataan tarkemmin esimerkkejä tuplatimantin eri vaiheissa käytettävistä palvelumuotoilumenetelmistä ja niiden eri vaiheissa tuottamista ratkaisuista.



Kuvio 2: Palvelumuotoilun Tuplatimantti (Kreapal 2019, 20)

Kreapalin (2019) tuplatimantin (kuvio 2) ensimmäisessä vaiheessa palvelumuotoilussa käytettävillä menetelmillä, kuten esimerkiksi luotaimilla ja etnografialla, kerätään ja laajennetaan tietoa kohteena olevasta kehityskohteesta tai ongelmasta. Tämän jälkeen siitä rajataan ydinongelmaan liittyvät merkittävimmät löydökset eri palvelumuotoilumenetelmillä, esimerkiksi palvelupolulla ja kokemuskartalla. Tuplatimantin toisessa vaiheessa ideoidaan ensin ratkaisuehdotuksia eri palvelumuotoilumenetelmillä, esimerkiksi muotoilupelillä, laajentaen

ongelman ratkaisuvaihtoehtoja. Tässä vaiheessa myös testataan prototyyppejä. Viimeisessä vaiheessa syntyneitä löydöksiä jälleen kavennetaan eri menetelmillä, kuten palvelukuvauksella, jotta löydetään oikea ratkaisu käsillä olevaan ongelmaan.

4.3 Asiakasymmärryksen merkitys palvelumuotoilussa

Palvelumuotoilussa kehittämistyössä huomioidaan erityisesti ihmisselitys. Asiakasymmärrystä tutkitaan erilaisilla menetelmillä ja tutkimuksen tavoitteena on saavuttaa syvä ymmärrys siitä, millaisia tarpeita ja motivaatioita asiakkailta on omien kokemusten ja tunteiden kautta palveluun. Asiakasymmärrystä tutkitaan esimerkiksi etnografisilla tutkimusmenetelmillä kuten haastatteluilla ja havainnoineilla. (Koivisto ym. 2019, 37.) Tuulaniemen (2013, 71-73) mukaan asiakasymmärrys on asiakkaiden todellisten motiivien ymmärtämistä, asiakkaan arvojen tunnistamista sekä asiakkaan piilevien tarpeiden ja odotusten tutkimista, joiden avulla saadaan muodostettua asiakaskokemuksen perusta ja selvitettyä sitä, mihin elementteihin asiakkaan kokemus palvelusta perustuu.

Asiakasymmärrysvaihe on kriittisen tärkeä vaihe palvelumuotoiluprosessissa. Palvelumuotoilun asiakasymmärrysvaiheessa keskeistä on kerätä asiakkaalta tietoa motiiveista ja odotuksista sekä analysoida saatua tietoa kehitystyön suunnittelun tueksi. Tämän vaiheen aikana toteutettujen asiakastutkimusten sekä niissä kerättävän materiaalin tulee sopia määritettyyn tavoitteeseen ja vastata siihen, miten tutkimuksesta saaduilla tiedoilla voidaan kehittää palvelua. Kun asiakasymmärryksen kerääminen on toteutettu hyvin ja tulokset analysoitu kattavasti, saadaan tutkimuksesta tukea palvelukonseptien kehittämiseen. (Tuulaniemi 2011, 142-143.)

Asiakasymmärrysvaiheessa on tärkeää jo tutkimuksen alkuvaiheessa selvittää myös yrityksessä jo olemassa olevan tiedon sopivuus tutkimukseen ja sitä kautta saatavat tärkeät tiedot. Myös asiakasrajapinnassa työskentelevien henkilöiden käsitys ja kokemukset tutkimusongelmaan tulee selvittää kattavasti erilaisten palvelumuotoilumenetelmien keinoin. Näitä yrityksen sisäisiä olemassa olevia tietoja voidaan käyttää pohjana asiakasymmärrysvaiheen tutkimukselle asiakkaiden parissa. (Tuulaniemi 2011, 145.)

Palvelumuotoiluprosessin tutkimustyössä on tärkeää pitää aina mielessä se, mitä tutkimuksella saavuttaa ja mitä saaduilla tuloksilla tehdään. Palvelumuotoilun tutkimuksessa prosessi johtaa itseään valittujen metodien kautta ja vie eteenpäin kohti sitä lopputulosta, joka prosessin edetessä luonnollisesti syntyy, tutkimuksen tavoitteiden mukaisesti. Tutkimuksen alussa on aina hyvä selvittää aiheeseen liittyvät aiemmin tehdyt tutkimukset tai aiheesta kerätyt datat, jotta heti tutkimuksen alussa saa kokonaiskuvan tutkittavasta aihekokonaisuudesta. Laajasta tutkimusdatasta saa yleiskäsityksen tutkittavasta aiheesta, jonka avulla pääsee kohdentamaan tutkimuksen haluttuun suuntaan. (Stickdorn, Hormess, Lawrence & Schneider 2018, 100-102.)

5 Asiakasymmärryksen kerääminen ja käytetyt menetelmät

Tämän opinnäytetyön tutkimuksellisen osuuden tavoitteena on asiakaspalautteisiin ja henkilökunnan haastatteluihin pohjautuen luoda palvelupolulle odotukset, kriittiset pisteet sekä onnistumisten vaiheet, laatia näiden löydösten pohjalta design-luotaimet asiakkaiden käyttöön, tulkita asiakkaiden tekemien design-luotainten tulokset suhteessa palvelupolun havaintoihin sekä saatujen tulosten perusteella luoda suunnitteluajurit konseptikehityksen tueksi. Tässä luvussa esitellään tämän opinnäytetyön tuplatimantin vaiheet, dokumenttianalyysi tiedonkeruumenetelmänä sekä ne palvelumuotoilumenetelmät asiakasymmärrysvaiheen tutkimusten osalta, joita tässä tutkimuksessa käytetään. Jokaisen vaiheen osalta kuvataan myös menetelmien kautta saadut tulokset asiakasymmärryksestä.

5.1 Tuplatimantin soveltaminen asiakasymmärryksen keräämisessä

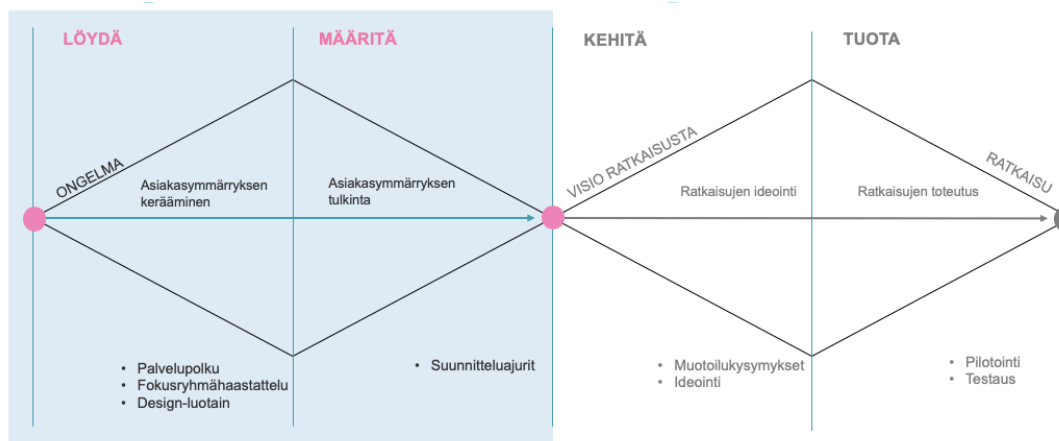
Tämän opinnäytetyön toiminnallinen osuus perustuu palvelumuotoilun tuplatimanttimalliin, jonka mukaisesti valittiin tiettyjä palvelumuotoilumenetelmiä tuplatimantin eri vaiheisiin asiakasymmärryksen laajentamiseksi sekä tiedon tiivistämiseksi. Tuplatimantista käytetään tässä opinnäytetyössä kahta ensimmäistä vaihetta, ”löydä” ja ”määritä”.

Tuplatimantin ensimmäisessä vaiheessa ”löydä”, on lähtökohtana se, että ongelman ratkaisemiseksi on laajennettava ymmärrystä ongelman taustalle. (Koivisto ym. 2019, 46.) Tässä opinnäytetyössä käytettiin ”löydä”-vaiheen menetelmänä asiakaspalautteiden kirjaamista palvelupolulle, yrityksen asiakasrajapinnassa olevan henkilökunnan haastatteluja sekä asiakkaiden tekemiä design-luotaimia (kuvio 3). Valittujen menetelmien avulla saatiin laajennettua asiakasymmärrystä sekä asiakkaiden että henkilökunnan näkökulmasta ja verrattua asiakkaiden antamia palautteita konseptin nykytilanteeseen yöjunamatkan aikana.

Tuplatimantin toisessa vaiheessa ”määritä”, tavoitteena on rajata löydettyjä havaintoja ja koota palvelumuotoilun menetelmin tulkinta saadusta asiakasymmärryksestä. Tässä opinnäytetyössä käytettiin ”määritä”-vaiheessa palvelumuotoilumenetelmää, jossa tulkittiin ensimmäisen vaiheen löydökset suunnitteluajureiksi (kuvio 3). ”Määritä”-vaiheen lopputuloksena tavoitteena on saada ymmärrys asiakkaiden tarpeista sellaisessa muodossa, että sitä voidaan hyödyntää ja jatkokehittää tuplatimantin prosessin seuraavissa vaiheissa (Koivisto ym. 2019, 46).

Timantin kolmannessa, ”kehitä”, näistä rajatuista menetelmistä laajennetaan jälleen vaihtoehtoja palvelun kehittämisen ja havaitun ongelman ratkaisemiseen. Tässä vaiheessa rakennetaan esimerkiksi prototyyppejä ja testataan niitä asiakkailla ja henkilökunnalla esimerkiksi työpajoissa. Työpajoissa saatujen havaintojen perusteella saadaan jälleen uutta tietoa ongelmanratkaisun parannusehdotuksiksi. (Koivisto ym. 2019, 46.)

Timantin neljännessä, ”tuota”, jälleen rajataan edellisen vaiheen löydöksistä sellaisia etene-
mismalleja, jotka ovat tavoitteisiin nähden toimivia. Myös tässä vaiheessa osallistetaan asiak-
kaita ja henkilökuntaa mukaan kehitystyöhön ja testataan prototyyppejä. Syntyneitä ehdotuk-
sia arvioidaan myös toteutuksen ja liiketalouden näkökulmasta ja pyritään löytämään sellai-
nen etenemismalli, joka voidaan viedä toteutukseen asti. (Koivisto ym. 2019, 46.)



Kuvio 3: Tässä opinnäytetyössä käytetyt tuplatimantin menetelmät ”löydä” ja ”määritä” -vaiheissa

Tässä opinnäytetyössä käytettiin vain kahta ensimmäistä tuplatimantin vaihetta ”löydä” ja ”määritä” (kuviokuva 3), joiden sisälle asetettujen menetelmien kautta hyödynnettiin tuplatimantin prosessia ja laadittiin suunnitteluajurit kehitystyön tueksi. Tuplatimantin toisen vaiheen menetelmät ”kehitä” ja ”tuota”-vaiheissa rajattiin tämän opinnäytetyön ulkopuolelle.

5.2 Dokumenttianalyysi ja teoriaohjaava sisällönanalyysi

Dokumenttianalyysi on erityisesti laadullisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmä, jonka avulla erilaisesta kirjalliseen muotoon saatetusta aineistosta, kuten esimerkiksi haastattelusta, muistiosta ja keskusteluista, voidaan tehdä järjestelmällisiä päätelmiä. Dokumenttianalyysissä voidaan käyttää erilaisia sisällön analyysimenetelmiä tiedon saattamiseksi selkeäksi ja informatiiviseksi, joiden perusteella aineistosta voidaan tehdä johtopäätöksiä. Dokumenttianalyysissä on mahdollista käyttää kahta erilaista analyysimenetelmää sisällölle; sisällön erittelyä, joka tarkoittaa tekstin tulkitsemista määrälliseen muotoon sekä sisällön analyysiä, jossa aineistossa käytettyjen dokumenttien sisältöä kuvataan sanallisesti. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 136-137.)

Dokumenttianalyysissä käytettävä sisällönanalyysi tehdään laadullisen tutkimuksen osana ja se voi olla joko aineistolähtöistä, teorialähtöistä tai teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä. Laadullisen tutkimuksen aineiston sisällönanalyysillä on tarkoitus tuottaa tutkimustulos selkeään ja tiivistettyyn muotoon siten, että lähdeaineiston informatiivisuus säilyy aineistossa.

Sisällönanalyysin tarkoitus on saada hajanaisesta lähdeaineistosta analysoitua selkeitä johtopäätöksiä, joita voidaan analysoida tutkimuksessa eteenpäin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 108.)

Tässä opinnäytetyössä dokumenttianalyysin menetelmäteoriana käytettiin teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä. Tuomi & Sarajärven (2009, 117) mukaan teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä ylätason teoreettiset käsitteet ovat jo valmiina tiedossa perustuen johonkin ennalta tuttuun teoriaan, jota käytetään tutkimuksessa ja teoriaohjaavan sisällönanalyysin lähdeaineiston analyysissä alaluokkia luodaan sisältölähtöisesti näihin jo tunnettuihin yläluokkiin.

Analyysissä aineistosta tuotetaan sanallista kuvausta, joka saadaan lähdeaineistosta pilkkomalla aineiston sisältöä ennalta määritettyihin yläkäsitteisiin. Lähdeaineistosta poimitaan niitä asioita, jotka kuuluvat kuhunkin käsiteluokkaan. Aineiston käsittelyn jälkeen syntyneestä tuloksesta tehdään tulkinta, joka kokoaa yhteen analyysin keskeisimmät havainnot. (Ojasalo ym. 2015, 136-144.)

Tässä opinnäytetyössä dokumenttiaineistossa käytetty dokumentti oli yrityksen tietokannasta poimitut asiakaspalautteet yöjunamatkasta. Tutkimuksessa käytetyssä teoriaohjaavassa sisällönanalyysimenetelmässä tavoitteena oli tuottaa selkeyttä lähdeaineistoon, eli asiakaspalautteisiin, sekä lisätä niiden informaatioarvoa. Tässä opinnäytetyössä analysoitiin laadullinen lähdeaineisto, eli asiakaspalautteet, siten, että ensin muodostettiin kohdeyrityksen olemassa olevasta palvelupolusta yläkäsitteet, jotka ohjasivat laadullisen palautteen jäsentelyä (taulukko 1).

| YLÄKÄSITE | KARKEAMPI JAOTTELU |
|---------------------|--------------------|
| MATKAN SUUNNITTELU | ENNEN MATKAA |
| MATKAN VARAUS | |
| ASEMALLA | MATKAN AIKANA |
| SIIRTYMINEN JUNAAN | |
| JUNASSA | |
| POISTUMINEN JUNASTA | MATKAN JÄLKEEN |
| JATKOYHTEYDET | |

Taulukko 1: Teoriaohjaavan sisällönanalyysin yläkäsitteet

Yläkäsitteet on jaoteltu kohdeyrityksessä olemassa olevan asiakkaan palvelupolun perusteella matkan eri vaiheisiin (taulukko 1), jotka ovat: matkan suunnittelu, matkan varaus, asemalla, siirtyminen junaan, junassa, poistuminen junasta sekä jatkoyhteydet. Yläkäsitteet voi tarvittaessa jakaa vielä karkeammin kolmeen eri vaiheeseen: ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen. Vaiheet on kuitenkin tarpeellista eritellä tarkempiin yläkäsitteisiin sisällönanalyyssissä, jotta asiakkaan kokemiin kriittisiin pisteisiin päästään paremmin kiinni palvelupolun kautta.

5.3 Palvelupolku asiakasymmärryksen menetelmänä

Tässä aluvussa esitellään palvelupolun teoriaa ja sen käyttämistä asiakasymmärryksen laajentamisen menetelmänä sekä kuvataan tässä tutkimuksessa käytetyn teoriaohjaavan sisällönanalyysin perusteella asiakaspalautteista laadittu palvelupolku.

5.3.1 Palvelupolun teoriaa

Palvelumuotoilussa käytetty menetelmä asiakkaan palvelupolun kuvaamiseksi on hyödyllinen menetelmä asiakasymmärryksen keräämiseksi. Palvelupolun avulla asetetaan asiakkaan asemaan ja käydään läpi asiakkaan kokemuksia eri palveluvaiheiden osalta. Palvelupolun avulla löydetään asiakkaan kokemat kosketuspisteet palvelun eri vaiheissa sekä tuodaan esiin palvelussa olevat kriittiset pisteet asiakkaan polun eri vaiheiden osalta. (Kimbell 2014, 86.) Tuulaniemen (2013, 79-82.) mukaan palvelupolulla olevan kosketuspisteen aikana asiakas kokee palvelua kaikilla aisteillaan ja kosketuspisteitä tulee tarkastella kosketuspisteen jokaisen eri elementin kautta, kuten esimerkiksi henkilökohtaisen asiakaspalvelun, fyysisen tai digitaalisen ympäristön tai toimintatapojen kautta.

Palvelupolku tuo visuaalisella tavalla esille asiakkaan palveluiden eri vaiheissa kokemat kriittiset pisteet. Huolella laaditun palvelupolun avulla on mahdollista löytää asiakkaan kokemat merkittävimmät kriittiset pisteet ja päästä ideoimaan niihin ratkaisuja. Palvelupolkuja voi joskus olla tarpeen tehdä useampia samasta palvelutapahtumasta, sillä erilaisten asiakkaiden tarpeet, kosketuspisteet ja kriittiset pisteet voivat poiketa toisistaan. Palvelupolkua voi myös tarpeen mukaan tutkimustavoitteista riippuen laajentaa koskettamaan samanaikaisesti palveluntuottajan organisaatiota, jolloin päästään syvemmälle palvelun ytimeen ja saadaan laadittua ns. palvelun blueprint. Laadittua palvelupolkua voi tarpeen mukaan käyttää useissa erilaisissa palvelumuotoilun työpajoissa ja muokata ja kehittää sitä edelleen ratkaisun löytymiseksi kriittisimpiin asiakkaan kokemiin ongelmiin. (Stickdorn ym. 2018, 44-46.)

Tämän opinnäytetyön kohdeyrityksessä käytetään palvelupolkua useissa erilaisissa kehitystoimenpiteissä suunnittelun tukena (kuvio 4). Palvelupolku on karkealla tasolla yleisesti määritetty ja sitä sovelletaan tarvittavilta osin erilaisten kehityskohteiden osalta.



Kuvio 4: Asiakkaan palvelupolku (VR koulutusmateriaali 2019)

Kohdeyrityksessä on konduktöörin koulutusmateriaalissa käytössä palvelupolku, jossa on eritelty asiakkaan junamatkan aikaiset erilaiset vaiheet (kuvio 4). Palvelupolku lähtee liikkeelle siitä, kun asiakas valmistautuu matkaansa. Palvelupolun seuraavissa vaiheissa asiakas siirtyy asemalle ja junaan. Junamatkan aikana palvelupolku on eritelty kolmeen vaiheeseen: oman paikan etsimiseen, omalla paikalla olemiseen sekä ravintolavaunuun. Palvelupolun seuraavassa vaiheessa asiakas saapuu määränpäähänsä, jatkaa matkaansa muilla kulkuvälineillä ja saapuu perille kohteeseen.

Näistä jo olemassa olevan palvelupolun vaiheista muodostui tässä opinnäytetyössä käytetty yöjunamatkan osalta yksilöity palvelupolku, jonka avulla analysoitiin laadullista palautetta eri yläkäsitteiden alle (taulukko 1). Tässä tutkimuksessa tehdyssä sisällönanalyysissä ei ole eritelty ravintolavaunun palvelua omaksi yläkäsitteekseen, vaan se sisältyy ”junamatkan aikana” -yläkäsitteen alle.

5.3.2 Yöjunan palvelupolku teemoittelun avulla

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin tuplatimantin ”löydä”-vaiheen menetelmänä palvelupolku (kuvio 3). Tämän opinnäytetyön laadullisen palautteen analysointimenetelmänä käytettiin teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä, jonka perusteella määritettiin yläkäsitteet palvelupolun mukaisen vaiheiden mukaisesti (taulukko 1). Aineistoa analysoitiin lisäksi teemoittelun avulla.

Eskola & Suorannan (2003, 174) mukaan teemoittelussa aineistosta poimitaan tutkimuksen kohteeseen liittyviä teemoja, jotka keskittyvät tutkimusongelmaan. Teemoittelun avulla löydetään aineistosta tutkimuskohteeseen liittyviä osatekijöitä ja se on menetelmänä erittäin

hyvä silloin, kun tavoitteena on ratkaista käytännön ongelma. Teemoittelun lopputuloksena saadaan koonti erilaisista vastauksista liittyen kohteena olevaan ongelmaan. (Eskola & Suoranta 2003, 174-179.)

Tässä opinnäytetyössä aineistona toimi laadullinen palaute kolmen kuukauden ajalta, asiakaspalautteet liittyen yöjunamatkoihin aikavälillä lokakuu-joulukuu 2019. Aineiston sisällönanalyysissä käytettiin teemoittelua. Analyysin perusteena olevia palautteita oli kaiken kaikkiaan 821 kpl. Aineistosta jätettiin huomioimatta ne palautteet tai yleiset kyselyt, jotka eivät koskettaneet yöjunamatkan palvelupolun mitään vaihetta. Tällaisia palautteita olivat esimerkiksi asiakkaan varauksen muutospyynnöt, yleiset tiedustelut lipunostosta tai paikkavarauksesta ja aikataulukyselyt. Palautteita analysoitiin kronologisesti taaksepäin uusimmasta, eli 31.12.2019 saapuneista palautteista. Palvelupolulle poimittiin asiakkaiden palautteiden perusteella pelkistettyjä ilmaisuja.

Sisällönanalyysin prosessissa pelkistettiin ensin asiakaspalautteet yksitellen post-it -lapuille, yksi palaute/lappu, ja teemoiteltiin pelkistetyt palautteet oikeaan kohtaan palvelupolulle ennalta tiedossa olevaan yläluokkaan. Palautteet alkoivat toistua noin puolessa välissä analyysiä. Samaa asiaa koskevat palautteet merkittiin aina toistuessaan erillisellä tarralla olemassa olevan aiheen post-it -lappuun, jonka perusteella toistumistiheyttä pystyi visuaalisesti seuraamaan. Liitteessä 1 on esimerkkejä laadullisesta aineistosta poimituista palautteista sekä niiden pelkistetyistä muodoista.

Analyysin perusteella laadittiin olemassa olevan palvelupolun varrelle erilaisia kosketuspisteitä, joissa asiakas kokee joko puutetta palvelussa tai joka merkittävästi tuo lisäarvoa asiakkaan kokemaan palveluun. Prosessin aikana muodostui myös käsitys asiakkaan odotuksista matkan eri vaiheisiin. Palautteiden analyysistä muodostui palvelupolku (kuvio 5). Palvelupolun yläkäsitteet on kuvattu keltaisilla lapuilla aiheen ”palvelutuokiot” riville. Aineistosta analysoidut kosketuspisteet on teemoiteltu yksittäisille post-it -lapuille siten, että eri värit kuvaavat erityyppistä palautetta. Asiakkaan odotukset palvelupolun eri vaiheista on kuvattu omalla rivillään vaaleankeltaisilla lapuilla.



Kuvio 5: Sisällönanalyysin ja teemoittelun perusteella syntynyt palvelupolku yöjunan asiakaskokemuksesta

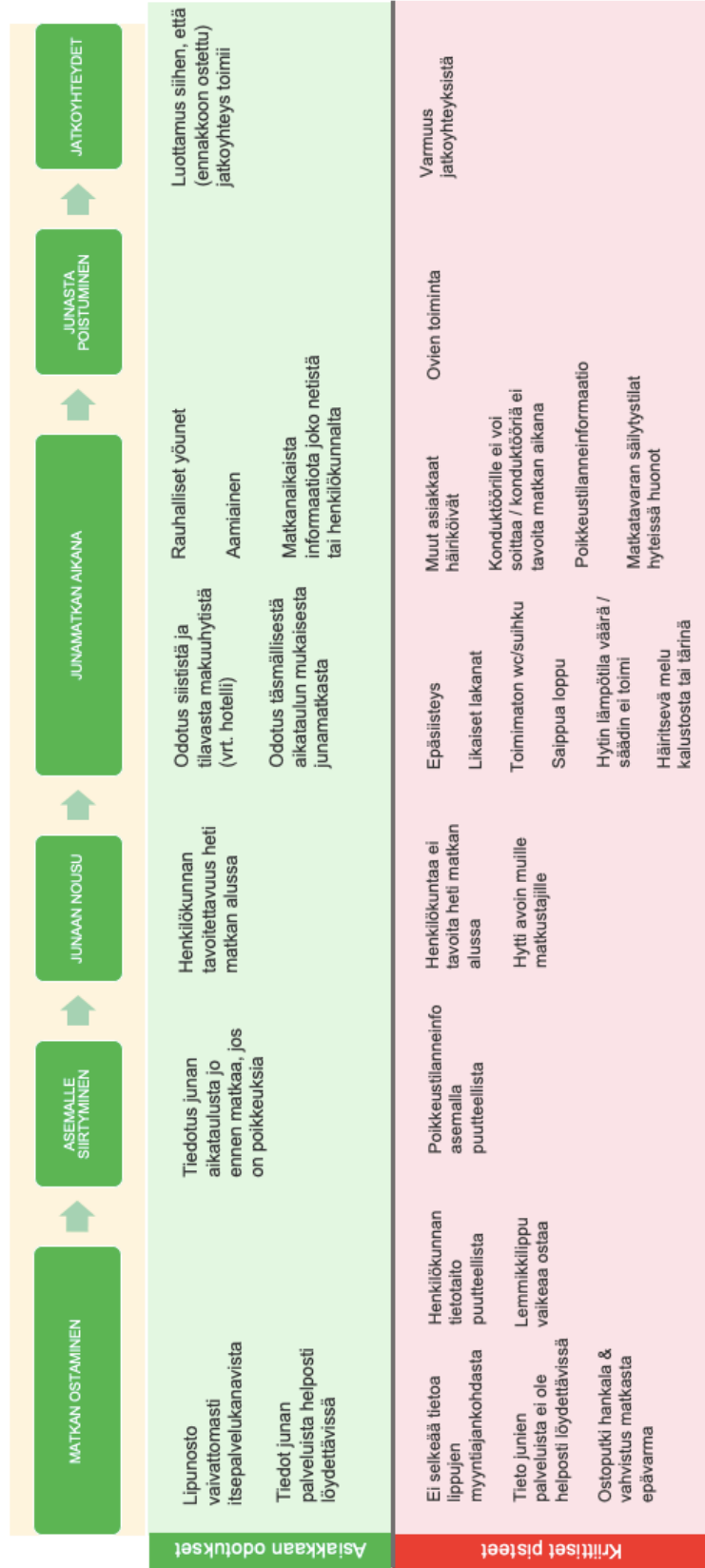
Pelkistettyjä ilmaisuja negatiivisista asiakaskokemuksista kosketuspisteisiin laputettiin pinkillä lapulla (kuvio 5). Saman aiheen toistuessa aineistosta, lapulle lisättiin vihreä tarra kuvaamaan aiheen toistumista. Vihreille lapuille on kirjattu aineistosta tulleet positiiviset asiakaskokemukset ja niihin on toistumisen yhteydessä lisätty punainen tarra (kuvio 5). Sisällönanalyysin perusteella muodostuneista asiakaskokemuksista ryhmiteltiin teemoja palvelupolun yläkäsitteiden alle tuomalla lähemmäksi samaa aihealuetta koskevat kokemukset, jotta tulosten analyysissä oli helpompi havaita eri teemat ja niiden toistuvuus.

5.3.3 Tulokset palvelupolun kautta saadusta asiakaskokemuksesta

Yrityksessä olemassa olevan tiedon hyödyntäminen auttoi palvelumuotoiluprosessissa kartoittamaan palvelun nykytilaa. Asiakaspalautteista muodostetun palvelupolun avulla saatiin merkittävästi tietoa siitä, miten asiakkaat kokevat nykyisen yöjunakonseptin. Asiakkaiden palautteiden läpikäynnin myötä syntyi käsitys siitä, mitkä ovat asiakkaan tärkeimmät odotukset yöjunamatkan osalta. Tiettyjen palautteiden toistuminen analyysissä toi selkeästi esiin palveluketjussa olevia kriittisiä pisteitä asiakkaan kokemusten myötä, mutta myös auttoi ymmärtämään niitä perustarpeita ja odotuksia, joita asiakkailla yöjunamatkastaan on.

Palvelupolkuun täsmentyi prosessin aikana asiakkaan tärkeimmät odotukset sekä useimmin toistuvat kriittiset pisteet yöjunamatkasta palvelupolun vaiheita mukailten (kuvio 6).

Yhteenveto: asiakkaan odotukset sekä toistuvimmat kriittiset pisteet



Kuvio 6: Palvelupolun kautta löydetyt asiakkaan odotukset ja matkan aikaiset kriittiset pisteet

Palvelupolun kautta tehdyn analyysin avulla saatiin tuplatimantin ensimmäisen ”löydä”-vaiheeseen runsaasti asiakasymmärrystä (kuvio 6). Asiakkaan odotukset junamatkasta ovat kohutuulliset. Ennen matkaa -vaiheessa asiakkaan odotuksena on helppo lipun ostaminen ja tiedon saanti junan palveluista. Junamatkan aikana tärkeimpiä odotuksia ovat täsmällisyys, henkilökunnan tavoittaminen matkan aikana sekä hintaan suhteutuva laatu yöjunan hytin tasosta. Kriittisiä pisteitä ennen matkaa asiakkaat kokivat olevan erityisesti matkan hankala ostaminen itsepalvelukanavista sekä huono tiedonsaanti yöjunanpalveluista. Matkan aikaisia kriittisiä pisteistä oli lukuisia asiakkaan odotuksiin nähden. Osa matkan aikaisista kriittisistä pisteistä ovat palvelun peruselementtejä, kuten hytin siisteys ja lakanoiden puhtaus. Lisäksi yhtenä tärkeimpänä kriittisenä pisteenä koettiin henkilökunnan vaikea tavoittaminen junamatkan aikana. Kriittisiä pisteitä matkan aikana koettiin olevan myös matkatavaran säilytystilan puute sekä matkustusmukavuus, kuten huono äänieristys ja junasta aiheutuva värinä ja melu. Jatko-yhteyksien osalta kriittisenä pisteenä korostui jatkoyhteyden epävarmuus erityisesti niissä tilanteissa, kun juna jää myöhään.

Palvelupolun kautta saatua asiakasymmärrystä on hyvä käyttää pohjana tämän tutkimuksen tuplatimantin seuraaviin vaiheisiin, fokusryhmähaastatteluun sekä design-luotaimeen.

5.4 Fokusryhmähaastattelu

Tässä alaluvussa esitellään fokusryhmähaastattelu palvelumuotoilumenetelmänä. Luvussa esitellään myös se tapa, millä haastattelu toteutettiin tämän tutkimuksen osana ja tulkitaan haastattelun tulokset.

5.4.1 Fokusryhmähaastattelu palvelumuotoilumenetelmänä

Palvelumuotoilussa ymmärrystä tutkittavasta kohteesta kerätään monin eri menetelmin, joista erityisesti etnografisilla menetelmillä, kuten haastatteluilla, saadaan ratkaisuhakuista tulosta käsillä olevaan ongelmaan. Etnografisilla tutkimusmenetelmillä pyritään saamaan syvä ja yksityiskohtainen ymmärrys pienestä joukosta kohderyhmää. Etnografisella tutkimuksella saadaan kuvailevaa ja yksityiskohdat havaitsevaa ymmärrystä tutkittavasta kohteesta. (Miettinen 2011, 64.) Stickdornin ja muiden (2018, 117.) mukaan palvelumuotoilun eri vaiheiden haastatteluja voidaan toteuttaa erilaisilla tavoilla, kuten esimerkiksi asiakkaan syvähaastattelulla tai kontekstuaalisella haastattelulla, jossa seurataan asiakkaan polkua yhdessä asiakkaan kanssa.

Palvelumuotoilussa on tärkeää osallistaa myös palvelua tuottava henkilökunta mukaan prosessiin, jotta yrityksen henkilökuntaa saadaan sitoutettua yhteiseen tavoitteeseen (Koivisto ym. 2019, 41). Tässä opinnäytetyössä henkilökunnan haastattelu toteutettiin fokusryhmähaastatteluna. Fokusryhmähaastatteluun yhdistettiin palvelupolun edelleen kehittäminen henkilökunnan näkökulmasta.

Fokusryhmähaastattelussa tietty ryhmä henkilöitä kutsutaan koolle ja heille esitetään kysymyksiä käsillä olevaan palveluun tai palvelussa esiintyvään ongelmaan. Fokusryhmähaastattelussa haastattelijan roolina on yrittää ymmärtää ryhmässä esiintyvät asenteet ja ideat kohteena olevasta palvelusta tai ongelmasta. Haastattelijan tavoitteena on esittää kysymyksiä vain rajallisesti. Haastattelijalla esittää enemmänkin keskustelua ohjaavia kysymyksiä ja antaa tilaa osallistujien keskustelulle sitä kevyesti moderoiden. (Stickdorn ym. 2018, 123.)

Stickdornin ja muiden (2018, 117) mukaan fokusryhmähaastattelu palvelumuotoilumenetelmänä ei aina anna syvällistä ymmärrystä käsillä olevaan ongelmaan sen vuoksi, että haastattelu ei tapahdu autenttiossa ympäristössä ja riskinä on ryhmän mielipiteiden liiallinen yhtenäisyys. Tässä tutkimuksessa, toteuttamalla henkilökunnan fokusryhmähaastattelun yhteydessä palvelupolun edelleen kehittämisen ja pitämällä keskustelun avoimena ja luottamuksellisena, saatiin kuitenkin erittäin arvokasta tietoa asiakkaiden kokemasta yöjunakonseptin palvelusta.

5.4.2 Henkilökunnan fokusryhmähaastattelu palvelupolun avulla

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin tuplatimantin ”löydä”-vaiheen menetelmänä fokusryhmähaastattelu (kuvio 3). Henkilökunnan fokusryhmähaastattelu toteutettiin 28.1.2020 kohdeyrityksen pääkonttorilla Pasilassa ja se kesti kaksi tuntia. Haastattelussa oli mukana viisi henkilöä eri ammattiryhmistä. Osallistujat oli valittu niin, että jokainen heistä kohtaa yöjunalla matkustavan matkustajan jossain asiakkaan palvelupolun vaiheessa. Mukana oli konduktööri, junatarjoilija, aseman palveluneuvoja, junien siivouskoordinaattori sekä UX designer.

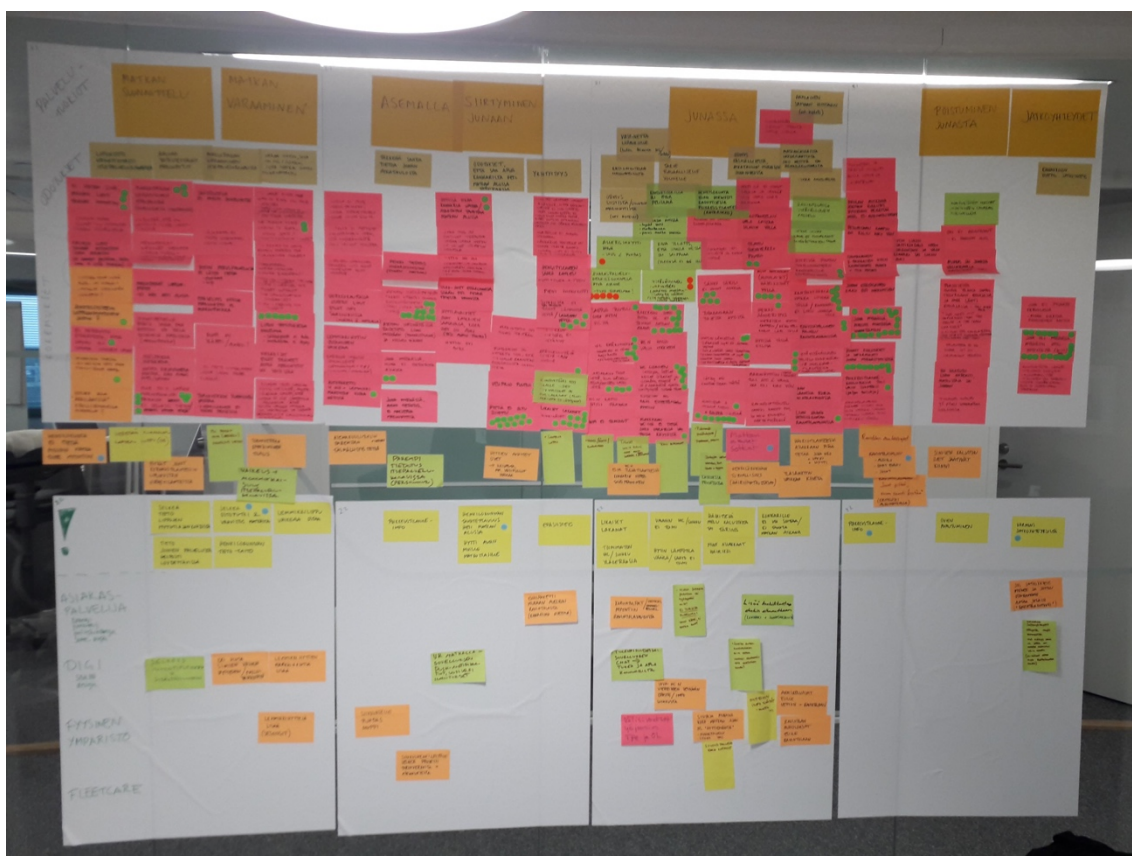
Haastattelun alussa käytiin läpi informatiivisesti edellisessä vaiheessa luotu palvelupolku sekä siinä havaitut kriittiset pisteet. Haastatteluun oltiin jo ennalta muodostettu eri vaiheita ja tehtäviä tilaisuuteen osallistuville henkilöille, joiden avulla pyrittiin saamaan keskustelusta vastauksia asiakkaiden kokemuksiin kriittisiin ongelmiin. Haastattelussa käytettiin myös ideakortteja, joiden avulla haastateltava henkilökunta sai orientoitua sekä fokuksitua oikeisiin asioihin. Tilaisuuden alussa osallistuvat saivat ideakorttien avulla mietittyä omaan työhönsä liittyvää yöjunamatkustuskokemusta. Samoilla ideakorteilla tilaisuudessa myös mietittiin ja ideoitiin ratkaisuja esille nousseisiin asiakkaiden kriittisiin pisteisiin.

Ideakortit ovat kortteja, jotka sisältävät kuvia käsiteltävästä aihealueesta laajalti erilaisista näkökulmista. Ideakortteja voi palvelumuotoilussa käyttää menetelmänä erilaisissa työpaikoissa. Ne auttavat erityisesti sellaisissa tilanteissa, joissa osallistujat eivät keksi etenemiseen keinoja tai vasta tutustuvat työpajamuotoiseen työskentelyyn. Korttien avulla voidaan avata keskusteluja ja niiden avulla saadaan ideoita eteenpäin. (Stickdorn ym. 2018, 182.)

Fokusryhmähaastattelussa syntyi hyvin keskustelua eri ammattiryhmien välillä ja seinällä esillä olleen palvelupolun avulla päästiin nopeasti ytimeen eli asiakaskokemuksen äärelle.

Osallistujien kesken vallitsi kunnioitus toisen ammattiryhmän kokemuksiin ja yhteinen ymmärrys siitä, että asiakkaan arvon muodostumiselle on tärkeää näkyvä lopputulos, joka saadaan syntymään vain yhteisesti, sama tavoite mielessä eri vaiheissa matkapolkua.

Ennalta valmistellun materiaalin mukaisesti keskustelun tueksi ja esiin nousseiden asioiden dokumentoinniksi, osallistujat saivat vuorollaan täydentää palvelupolkua (kuvio 7). Jokaisen ammattiryhmän osalta muodostettiin lisää asiakkaiden kriittisiä pisteitä, valittiin niistä tärkeimpiä sekä pika-ideoitiin niihin ratkaisuja.



Kuvio 7: Fokusryhmähaastattelun lopputuloksena täydentynyt palvelupolku

Palvelupolun alaosaan (kuvio 7) muodostui jokaisen ammattiryhmän ideoita tärkeiksi katso- miinsa kriittisiin pisteisiin. Pikaideoinnissa ei tässä yhteydessä asetettu liiketoiminnallisia rajoituksia, vaan ajatuksia ja ratkaisuehdotuksia sai ideoida riippumatta niiden kustannustehokkuudesta tai realistisesta toteutusmahdollisuudesta. Henkilökunnan pikaideoissa saatiin tulok- sena kehitystoimenpiteitä niin palvelun peruselementteihin, kuten siivoojien puhtaisiin moppeihin ja riittävään informaatioon nettisivuilla kuin vaativimpiin kehitysprosesseihinkin, kuten henkilökunnan määrään optimointiin ja lisäpalveluiden myyntiin.

5.4.3 Tulokset fokusryhmähaastattelusta

Fokusryhmähaastattelu tuki jo edellisessä palvelupolku-vaiheessa havaittuja löydöksiä asiakaskokemuksen kriittisistä pisteistä. Lisäksi osallistujien monipuolisen ammatillisen näkökulman kautta päästiin syvemmälle palvelussa oleviin epäkohtiin ja saatiin jaettava tietoa organisaation eri tiimien välillä. Välittöminä konkreettisina toimina työpaja innosti lisäämään tietoa verkkosivuille asiakkaiden kokemien kriittisten pisteiden osalta. UX designer vei heti tiimilleen ehdotuksia parannuksista ja esimerkiksi ravintolavaunun anniskelun aikarajojen lisääminen nettisivuille otettiin harkintaan työpajan perusteella.

Fokusryhmähaastattelun osallistajat valitsivat asiakkaan palvelupolun varrelta tärkeimmiksi kriittisiksi pisteiksi seitsemän aihetta:

- asiakaspalveluhenkilökunta ei tiedä, milloin matkat tulevat myyntiin
- ostoputki ei ole selkeä & vahvistus matkasta voi jäädä epävarmaksi
- henkilökuntaa ei tavoita heti matkan alussa
- matkan aikaiset sotkut
- poikkeustilanneinformaatio on huonoa
- ravintolavaunun tiedot eivät ole esillä (aukioloaika, omat eväät, jonot)
- epävarmuus jatkoyhteyksistä

Näiden kriittisten pisteiden lisäksi ideoinnin kautta saatiin ehdotuksia asioiden ratkaisemiseksi. Esimerkkeinä ratkaisuehdotuksista ideoitiin esimerkiksi push-ilmoitus sovellukseen matkan kulkutiedoista, siivoukselle selkeä prosessi lasten turvaverkoista, korvatulpat myyntiin ravintolavaunusta, välisiivoukset pidemmällä pysähdyksillä, lisää henkilökuntaa erityisesti alkumatkaan, ravintolavaunun ja anniskelun aukioloajat näkyviin sekä ravintolavouchereita odotusajalle jos jatkoyhteys menetetään.

Fokusryhmähaastattelu sekä palvelupolun hyödyntäminen antoi hyvin henkilökunnan näkemyksen yöjunan palveluihin. Haastattelun tulokset täydentävät asiakkaiden palautteiden perusteella saatua informaatiota. Sen tuloksia saadaan käytettyä suunnitteluajureiden laadinnan pohjalla.

5.5 Design-luotain

Tässä alaluvussa esitellään design-luotain palvelumuotoilun menetelmänä. Luvussa myös esitellään tämän tutkimuksen toteutuksessa käytetty design-luotain sekä sen kautta saadut tulokset yöjunan asiakasymmärrykseen.

5.5.1 Design-luotain asiakasymmärryksen keräämisen menetelmänä

Palvelumuotoilussa yksi asiakkaita syvällisesti osallistava menetelmä on design-luotain. Design-luotain on asiakkaalle toimitettava päiväkirjamainen paketti, tai mobiili-sovelluksella toteutettava verkkoetnografia, jonka avulla asiakas itse merkitsee ylös sanoin ja kuvin kokemaansa tutkimuksen kohteena olevasta palvelupolusta. Design-luotainta käytetään erityisesti silloin, kun tutkijalla ei ole mahdollisuutta kulkea asiakkaan mukana koko palvelupolkua ja havainnoida itse asiakkaan kokemuksia. Täytettyään design-luotaimen, asiakas lähettää valmiin luotaimen takaisin tutkijalle analyysiä varten. (Tuulaniemi 2005, 151-152.)

Design-luotaimet perustuvat käyttäjien omiin havaintoihin tutkittavasta aiheesta. Luotainten avulla saadaan käyttäjältä kokemuksia, ajatuksia sekä ideoita tutkimuksen kohteesta. Luotainten pääasiallinen tarkoitus on saattaa käyttäjän näkökulma tutkijan tietoon. Luotainten avulla saadaan tietoa palvelusta arkipäivän kokemusten kautta ja parhaimmillaan niiden avulla voidaan päästä käsiksi niihin tunteisiin, arvoihin ja asenteisiin, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemuksen syntymiseen. (Mattelmäki 2006, 46.)

Itsedokumentointiin perustuvat luotaimet ovat tehtäväpaketteja, joissa on erilaisia tutkimuksen kohteeseen liittyviä vihkoja, tehtäviä, kyniä, tarroja sekä jopa kertakäyttökameroita asioiden dokumentointia varten. Luotaimissa on avoimia kysymyksiä tai alueita piirroksia varten. (Mattelmäki 2006, 48.) Koiviston ja muiden (2019, 44-45.) mukaan design-luotain määritetään palvelumuotoilussa eksploraatiivisen tutkimuksen menetelmäksi, jonka avulla päästään tutkimaan asiakkaiden motiiveja ”pintaa syvemältä”.

Luotainten avulla saadaan toteutettua käyttäjäkeskeistä tutkimusta ja asiakkaat osallistumaan palvelun kehittämiseen luovien ratkaisujen kautta. Luotainten avulla saadaan tietoa asiakkaan haaveista ja tarpeista asiakkaan omista näkökulmista lähtöisin. Luotaimia ei kuitenkaan voi käyttää ainoana tutkimusmenetelmänä, sillä niiden tulosten analysoinnissa on aina vaarana monitulkintaisuus. (Mattelmäki 2006, 73-77.) Stickdornin ym. (2018, 124) mukaan asiakkaan täyttämän design-luotaimen aineiston lisäksi on hyvä täydentää asiakkaalta saatavaa tietoa haastattelulla.

5.5.2 Design-luotain yöjunassa

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin tuplatimantin ”löydä”-vaiheen menetelmänä design-luotain (kuvio 3). Asiakaskokemusta koettiin tarpeelliseksi kerätä myös design-luotaimen avulla,

sillä pelkässä asiakashaastattelussa voi jokin matkustajan matkan aikainen tärkeä kokemus jäädä huomioimatta, sillä asiakkaan mukana ei voi koko matkaa kulkea yöjunan makuuhytissä.

Design-luotain toteutettiin Helsinki-Kolari-Helsinki -reitillä 28.-30.1.2020. Luotaimen liittyvän asiakasrekrytointi sekä suppea alkuhaastattelu tehtiin junan ravintolavaunussa alkumatkan aikana. Ennakkoon laaditut luotainpaketit (liite 2) jaettiin haastatetuille asiakkaille pienen ohjeistuksen jälkeen. Luotainpaketit pitivät sisällään kysymyksiä matkan eri vaiheista ja asiakkaille annettiin vaihtoehtoina joko piirtää tai kirjoittaa vastauksiaan. Luotaimessa mukana oli myös tarroja, joita asiakkaat saivat liimata tietyissä kysymyksissä tärkeiksi katsomiinsa kohtiin. Asiakkaita pyydettiin käyttämään matka-aikaa luotaimen täyttämiseen ja heidän kanssaan sovittiin luotaimen palautus aamulla junan ravintolavaunuun, jolloin vielä keskusteltiin yöjunamatkan kokemuksista.

Alkuhaastattelussa taustatiedoksi kysyttiin asiakkailta seuraavat asiat: matkan tarkoitus, kuinka usein matkustaa yöjunalla, minkälaisella hyttipaikalla matkustaa, missä seurueessa, miksi valitsi junan, millaiset odotukset oli matkaan, onko tällä hetkellä tyytyväinen kaluston palveluihin ja onko jotain palvelua mitä junassa ei ole, mutta haluaisi saada. Sekä meno- että paluumatkalla Helsinki-Kolari-Helsinki saatiin kussakin haastateltua seitsemän asiakasta ja luotaimia lopulta palautettiin kuusi kappaletta. Kokonaismäärä palautetuille luotaimille oli 12 kpl. Asiakkaat ottivat tehtävän innokkaasti vastaan ja olivat erittäin mielellään mukana asiakaskokemuksen tutkimisessa. Valmiita luotaimia palauttaessaan asiakkaiden kanssa vielä keskusteltiin heidän yöjunakokemuksestaan sekä design-luotaimesta asiakasnäkökulmasta. Saadun palautteen perusteella yöjunamatkan aikana oli hyvin aikaa täyttää luotainta ja sen täyttäminen autenttiossa ympäristössä tuntui asiakkaista helpolta.

5.5.3 Design-luotaimen tulkinta

Luotaimia voidaan tulkita erityisesti inspiraatiomielessä, koska luotaimilla kerätyn aineiston luotettavuus yksiselitteisenä tutkimustuloksena on vähemmän tieteellistä kuin monen muun laadullisen tutkimuksen aineisto. Luotainten kautta saatua aineistoa ei ole tarpeen systemaattisesti jäsenellä siinä tapauksessa, että luotaimen tulkinalla tuetaan vuoropuhelua ja luovaa prosessia. Luotaimen tulkinnasta saadaan aineistoa tukemaan muiden tutkimuksessa käytettyjen menetelmien rinnalle. Luotaimien kautta saatua aineistoa voi tiivistellä ja yhdistellä, jolloin luotaimista saatua aineistoa voi esittää esimerkiksi visuaalisena esityksenä. Tällöin luotaimista saatua aineistoa voidaan esittää kohderyhmälle asiakkaan antaman konkreettisen esimerkin kautta. (Mattelmäki 2006, 108-112.)

Tähän työhön toteutetun design-luotaimen tuloksia käsiteltiin suhteessa asiakkaiden kanssa käytyyn alkuhaastatteluun. Asiakkaiden alkuhaastattelun vastaukset taulukoitiin ja luotainten kautta saadut tiedot lisättiin taulukkoon (liite 3). Näin saatiin yhden asiakkaan/seurueen osalta kattavasti tietoa kyseisen matkan asiakaskokemuksesta.

Junassa toteutetut luotaimet tehtiin ns. heikon kysynnän junassa, jolloin asiakasprofiili junassa on erilainen kuin esimerkiksi hiihtolomaviikon ruuhkajunissa. Matkustajat olivat pääsääntöisesti kokeneita yöjunamatkustajia, kohderyhmässä korostui omalle mökilleen matkustavat tai sieltä palaavat eläkeläispariskunnat tai lomakauden ulkopuolella matkustavat lapsiperheet. Haastateltujen matkustajien joukossa oli vain yksi ensimmäistä kertaa yöjunassa matkustava. Vastaajat jakaantuivat seuraavasti: neljä lapsiperhettä, seitsemän seniori-ikäistä pariskuntaa sekä yksi yksinmatkustava nuori mies. Luotainten kautta saatu tieto asiakkaiden matkan kokemuksista oli aiempia löydöksiä tukevaa ja vahvisti aikaisemmissa vaiheissa kerättyä asiakasymmärrystä. Huolimatta asiakkaiden tuttuudesta yöjunamatkustamiseen, asiakkaiden esiin tuomat odotuksen junamatkasta sekä kriittiset pisteet toistivat aikaisempien menetelmien, palvelupolun ja fokusryhmähaastattelun, tuloksia. Luotainten kautta saatu tieto antoi lisää luotettavuutta jo tutkimuksen aiemmissa vaiheissa kerättyyn asiakasymmärrykseen.

6 Asiakasymmärryksen tulokset ja suunnitteluajurit

Tässä kappaleessa kootaan yhteen opinnäytetyössä käytetyn tuplatimantin asiakasymmärrysmenetelmien (kuvio 3) kautta saadut tulokset, esitellään suunnitteluajuri palvelumuotoilumenetelmänä sekä kuvataan tutkimuksesta muodostuneet suunnitteluajurit yöjunakonseptin kehitystyön tueksi.

6.1 Yöjunan asiakasymmärrys

Tässä tutkimuksessa kerättiin asiakasymmärrystä tuplatimantin palvelumuotoilumenetelmään perustuen. Palvelumuotoilumenetelminä käytettiin palvelupolkua, henkilökunnan fokusryhmähaastattelua sekä design-luotaimia (kuvio 3). Tavoitteena oli kerätä asiakasymmärrystä yöjunan nykyisestä konseptista sekä asiakkaiden odotuksista ja arvon muodostumisen elementeistä. Tulokset jokaisesta menetelmästä tulkittiin erikseen ja niiden perusteella saatiin luotua asiakasymmärrys yöjunan asiakkaan odotuksista sekä kriittisistä pisteistä.

Tulosten kautta saatiin muodostettua johtopäätös yöjunakonseptin nykytilanteesta. Sen mukaisesti lähtökohtaisesti palvelun perustasossa on paljon parannettavaa, sillä palvelupolun varrella olevat kriittiset pisteet kohdistuvat asiakkaiden perusodotuksiin yöjunamatkasta. Asiakkaat odottavat siistiä hyttiä, puhtaita lakanoita, toimivia wc- ja suihkutiloja sekä hytin varustelun ajantasaisuutta, esimerkiksi täysiä saippuasäiliöitä. Asiakkaat myös odottavat itsepalvelukanavista helppoa ja sujuvaa lipun ostamista, sekä helposti löydettävää tietoa hytissä ja yöjunassa olevasta palvelutasosta. Kokeneet yöjunamatkustajat tuntevat palvelun laadun ja heillä odotukset muodostuvat pääosin siisteydestä ja henkilökunnan tavoitettavuudesta. Sen sijaan ensikertalaisille yöjunan odotukset ovat korkeat hinnoittelun antamien mielikuvien vuoksi ja he odottavat hotellitasoista mukavuutta hyteistä ja fyysisistä elementeistä, kuten lakanoista ja pesutiloista sekä matkustusmukavuudesta. Heille toteutunut palvelutaso voi aiheuttaa pettymyksen.

6.2 Teoriaa suunnitteluajureista

Suunnitteluajurit muodostetaan asiakastutkimuksessa tehtyjen löydösten kautta ja ne ovat kiteytyksiä tai yksittäisiä lauseita asiakkaan kokemasta palveluntarpeesta tai niistä elementteistä, joita palvelun tulisi tarjota. Suunnitteluajureiden avulla asiakkaan tarpeet ja toiveet saadaan organisaation tietoon ja palvelun kehityksen keskiöön. Suunnitteluajureiden huolellinen laatiminen auttaa ohjaamaan konseptin kehitystä asiakkaiden tärkeiksi kokemien elementtien suuntaan. (Tuulaniemi 2005, 156-157.)

Palvelumuotoiluprosessissa käytettyjen menetelmien avulla kerätystä löydöksistä saadaan tuotettua konkreettisia suunnitteluajureita organisaation eri tiimien käyttöön. Suunnitteluajureita voidaan käyttää tutkimuksen kohteena olevaa palvelua edelleen kehittämiseen. Ensimmäisiä versioita suunnitteluajureista muodostuu jo tutkimuksen eri vaiheissa kun ymmärrys asiakkaan tarpeista ja kokemuksista syvenee. Suunnitteluajurit pitää kuitenkin laatia huolellisesti, sillä niiden pohjalta kehitetään palvelua eteenpäin vastaamaan asiakkaan tarpeita. (Stickdorn ym. 2018, 131.)

Suunnitteluajuri-menetelmä toimii erityisen hyvin työpajana. Organisaatio saa menetelmän kautta tietoa eri yksiköiden näkökulmista, joiden avulla palvelun kehittäminen luo asiakkaalle eniten arvoa. Tehokkaimmat suunnitteluajurit ovat sellaisia, jotka auttavat suuntaamaan palvelun kehittämistä toiminnalliseen ja konkreettiseen suuntaan. (Kimbell 2014, 206.)

6.3 Tutkimuksesta johdetut suunnitteluajurit kehitystyön tueksi

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin tuplatimantin ”määritä”-vaiheen menetelmänä suunnitteluajureiden laadinta (kuvio 3). Tämän opinnäytetyön suunnitteluajureiden laatiminen toteutettiin ”kuinka voisimme” (”how might we”) -palvelumuotoilumenetelmän kautta. Kohdeyrityksen palvelumuotoilijoista koostuvassa työpajassa käytiin läpi aikaisempien vaiheiden kautta kerätty asiakasymmärrys, jonka kautta syntyneistä tärkeimmistä kriittisistä pisteistä laadittiin muotoilukysymyksiä.

”Kuinka voisimme”-palvelumuotoilumenetelmässä tavoitteena on saada kerätystä tiedosta syntymään ideoita kysymysten muodossa. Menetelmää voi käyttää silloin, kun olemassa olevasta tiedosta tai kerätystä asiakkaiden tarpeista pitää saada syntymään kiteytettyjä ideoita prosessin eteenpäin työstämiseksi. Menetelmässä kerätyn tiedon pohjalta muodostetaan kysymyksiä, jotka vastaavat johonkin tutkimuksessa esiin nousseeseen asiakastarpeeseen. Kysymykset muotoillaan muotoon, ”kuinka voisimme *tehdä/kehittää/parantaa jotain*, jotta asiakas *saisi jotain enemmän/paremmiin/tehokkaammin*. (Stickdorn ym. 2018, 179.)

Työpajassa muodostuneissa ”kuinka voisimme” -muotoilukysymyksissä päästiin tutkimuksessa nousseiden kriittisimpien pisteiden ytimeen ja saatiin niiden avulla muodostettua suunnitteluajurit yöjunan konseptikehityksen tueksi. Esimerkki työpajassa laaditusta

muotoilukysymyksestä: *Miten voimme luoda oikeanlaisia mielikuvia, jotta matkustajan odotukset yöjunamatkasta olisivat realistiset?* Muotoilukysymykset muokattiin peruslausemuotoon, jolloin niistä muodostui yöjunakonseptin suunnitteluajurit. Tutkimuksen kautta muodostuneet lopulliset suunnitteluajurit yöjunan konseptikehitykseen muodostuivat seuraaviksi:

1. Luomme oikeanlaisia mielikuvia, jotta matkustajan odotukset yöjunamatkasta olisivat realistiset.
2. Tarkennamme hinnoittelua, jotta matkustaja voisi valita lisämukavuutta matkaansa (hytin sijainti, vanha vs. uusi vaunu, deluxe-hytti).
3. Selkeytämme ostoprosessin informatiivisuutta, jotta asiakas tietäisi junan palvelut (turvaverkko, matkatavara, ravintola) etukäteen oikealla hetkellä.
4. Kehitämme matkatavaroiden säilytyksen prosessia, jotta matkustaja hyödyntäisi sitä säännönmukaisesti.
5. Mahdollistamme kommunikation junamatkan aikana, jotta matkustaja saisi vastauksen kysymyksiinsä silloin kun haluaa.
6. Tehostamme siivousprosesseja, jotta asiakas kokisi hytin viihtyisänä.

Palvelumuotoiluprosessin seuraavat vaiheet on rajattu tämän opinnäytetyön ulkopuolelle. Muodostuneita muotoilukysymyksiä ja suunnitteluajureita hyödynnetään kuitenkin kohdeyrityksessä konseptin jatkekehityksessä, kun palvelumuotoiluprosessissa edetään tuplatimantin toiseen timanttiin (kuvio 3) ideoimaan ratkaisuja ja sisäisiä toimintatapoja tutkimuksessa löytyneisiin ongelmiin.

7 Johtopäätökset

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin raideliikenteen yöjunakonseptin asiakkaita ja heidän odotuksiaan ja kokemuksiaan yöjunakonseptista. Tutkimuksen lähtökohtana oli toimeksiantajan tarve saada yöjunakonseptin erilaisiin kehitystoimenpiteiden taustalle asiakasymmärrystä. Tutkimuksen pohjana käytettiin olemassa olevaa tietoa yöjunakokemuksista sekä kerättiin uutta asiakasymmärrystä sekä henkilökunnalta että asiakkailta. Tutkimuksen tavoitteena oli saada asiakasymmärryksen kautta laaditut suunnitteluajurit, joiden kautta konseptiin liittyviä tulevaisuuden toimintamalleja voi edelleen kehittää. Tutkimus toteutettiin Design Councilin (Design Council, 2019) määrittämää tuplatimanttimalia mukailten ja sen eri vaiheisiin käytettiin palvelumuotoilun menetelmiä. Asiakasymmärrystä laajennettiin tuplatimantin ensimmäisessä vaiheessa palvelupolun, henkilökunnan fokusryhmähaastattelun sekä design-luotainten kautta ja saadusta ymmärryksestä tiivistettiin timantin toisessa vaiheessa suunnitteluajurit (kuvio 3).

Yöjunan toimintaympäristön osalta opinnäytetyssä selvitettiin myös raideliikenteen markkina-tilannetta Suomessa sekä matkailun trendejä. Matkailijoiden tulevaisuuden trendien mukaisesti ekologisuus ja lähimatkailu ovat nousemassa yhä tärkeämmäksi matkailun saralla, sekä kotimaisten että ulkomaisten matkailijoiden osalta. Raideliikenteen asema Suomen matkailussa on erittäin kiinnostavassa vaiheessa suhteessa tähän matkailun trendiin. Digitalisaation megatrendi on huomioitava kaikkien palveluiden kehityksessä, ja kuten tässäkin tutkimuksessa kävi ilmi, myös yöjunakonseptin osalta itsepalvelukanavien merkitys kasvaa tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessin myötä saatujen suunnitteluajureiden avulla toimeksiantaja saa huomioitua asiakasnäkökulman yöjunakonseptin kehityksessä. Tutkimuksesta saadut suunnitteluajurit muodostuivat asiakkaiden tärkeimmistä kipupisteistä seuraavasti: oikeanlaisten mielikuvien luonti, hinnoittelun tarkentaminen, ostoprosessin informatiivisuuden selkeyttäminen, matkatavarasäilytyksen kehittäminen, kommunikaation parantaminen junamatkan aikana sekä siivousprosessien tehostaminen. Toimeksiantaja käyttää opinnäytetyön tutkimusaineistosta saatuja tietoja erilaisten yöjunaan liittyvien elementtien kehittämisessä. Suunnitteluajureiden avulla toimeksiantaja kehittää junassa olevia palveluita ja henkilökunnan toimintamallia asiakkaiden tarpeet huomioiden. Toimeksiantaja siirtyy tuplatimantin toiseen osaan ja työstää sen myötä palvelumuotoiluprosessin loppuun tämän tutkimuksen myötä syntyneiden suunnitteluajureiden pohjalta. Digitaalisten palveluiden kehitys yöjunan osalta on kohdeyrityksessä alkamassa ja suunnitteluajureita hyödynnetään myös uusien ostokanavien sekä sisältösivujen kehityksessä. Toimeksiantaja koki tutkimuksen tuotokset käyttökelpoiseksi.

Tämän opinnäytetyön palvelumuotoilumenetelmän avulla saatiin toimeksiantajalle myös luotua palvelumuotoiluprosessi, jota voidaan hyödyntää myös tulevaisuudessa, muiden konseptien kehitysprojekteissa. On poikkeuksellista, että toimeksiantajalla on käytettävissään jo tutkimuksen alussa paljon asiakkailta saatua tietoa. Opinnäytetyössä käytetyssä palvelupolkumenetelmässä tätä olemassa olevaa dataa saatiin hyödynnettyä systemaattisesti ja menetelmä on monistetavissa muihin kehitysprojekteihin. Opinnäytetyön myötä toimeksiantajan organisaatioon saatiin myös muodostettua tiiviimpää yhteistyötä eri tiimien välille ja havaittiin yhdessä tekemisen tärkeys erityisesti tiedon lisäämisen kautta.

8 Lähteet

Painetut

Eskola, J. & Suoranta, J. 2003. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 6. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kimbell, L. 2014. The service innovation handbook. Action-oriented creative thinking toolkit for service organisations. 2nd printing 2016. Amsterdam: BIS Publishers.

Koivisto, M., Säynäjäkangas J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. 2. painos. Liettua: Alma Talent.

Mattelmäki, T. 2006. Muotoiluluotaimet. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Miettinen, S. (toim.) 2011. Palvelumuotoilu. Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos. Teknologiainfo Teknova Oy. Tammerprint.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.-4. painos. Helsinki: Sanoma Pro.

Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A. & Schenider, J. 2018. This is service design doing. Second release. Kanada: O'Reilly Media Inc.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Tammi.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. 2. tarkistettu painos. Liettua: Balto print.

Sähköiset

Design Council. 2019. <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond#.Xe-rmc2P9dw.email> Viitattu 25.1.2020

Kreapal. Opas palvelumuotoiluun. <https://www.kreapal.fi/wp-content/uploads/Palvelumuotoiluopas-v004.pdf> Viitattu 22.9.2019.

Lapland above ordinary. http://www.lappi.fi/lappi/tule/nain_paaset Viitattu 25.1.2020.

Moritz, S. 2005. Service design. Practical access to an evolving field. London. <http://www.stefan-moritz.com/>

Rantala, T., Haapamäki, R., Harvio, S., Huhta, R. & Rantala, J. 2019. Matkailun saavutettavuus ja matkaketjut - kehittämisspolku. Väyläviraston julkaisu 8/2019. https://julkaisut.vayla.fi/pdf12/vj_2019-08_matkailun_saavutettavuus_web.pdf

TEM. 3/2019. Matkailun toimialaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriö. http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf

Valve. Blogi: Ratkaise oikea ongelma. 2017. <https://www.valve.fi/double-diamond-ratkaise-oikea-ongelma/> Viitattu 7.12.2019.

Visit Finland 2017. <https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2017/2017-segmentation-cross-country-summary.pdf>

VR-Yhtymä. 2019. <https://www.vr.fi/cs/vr/fi/juna-aikataulut-yोजना-autojuna> Viitattu 4.10.2019.

VR-Yhtymä. 2018a. <https://2018.vrgroupraportti.fi/fi/vrgroup/vr-group-yrityksena/> Viitattu 21.9.2019.

VR-Yhtymä. 2018b. <https://2018.vrgroupraportti.fi/fi/vrgroup/vr-group-yrityksena/liiketoiminnot/vr/>. Viitattu 21.9.2019.

VR-Yhtymä Oy. 2018c. <https://2018.vrgroupraportti.fi/fi/vrgroup/toimintaymparisto/>. Viitattu 21.9.2019.

Julkaisemattomat

VR koulutusmateriaali 2019. Konduktöörin palveluopas.

9 Kuviot

| | |
|--|----|
| Kuvio 1: Yöjunien reittikartta, autojuna-asetat merkitty (VR-Yhtymä, 2019). | 8 |
| Kuvio 2: Palvelumuotoilun Tuplatimantti (Kreapal 2019, 20)..... | 14 |
| Kuvio 3: Tässä opinnäytetyössä käytetyt tuplatimantin menetelmät ”löydä” ja ”määritä” - vaiheissa..... | 17 |
| Kuvio 4: Asiakkaan palvelupolku (VR koulutusmateriaali 2019) | 20 |
| Kuvio 5: Sisällönanalyysin ja teemoittelun perusteella syntynyt palvelupolku yöjunan asiakaskokemuksesta..... | 22 |
| Kuvio 6: Palvelupolun kautta löydetty asiakkaan odotukset ja matkan aikaiset kriittiset pisteet | 23 |
| Kuvio 7: Fokusryhmähaastattelun lopputuloksena täydentynyt palvelupolku | 26 |

10 Taulukot

| | |
|---|----|
| Taulukko 1: Teoriaohjaavan sisällönanalyysin yläkäsitteet | 18 |
|---|----|

11 Liitteet

| | |
|---|----|
| Liite 1: Esimerkkejä laadullisesta aineistosta poimituista palautteista pelkistettyihin muotoihin teemoittain | 38 |
| Liite 2: Design-luotain..... | 40 |
| Liite 3: Taulukot junassa suoritetusta alkuhaastattelusta ja design-luotaimen havainnot..... | 44 |

Liite 1: Esimerkkejä laadullisesta aineistosta poimituista palautteista pelkistettyihin muotoihin teemoittain

ENNEN MATKAA

- *”Varasin jouluksi makuupaikat itselleni ja 5-v lapselleni, mutta nettisivut ei huomioi sitä, että alle 11-vuotiaalle ei tarvitse ostaa lippua, jos hän matkustaa samassa vuoteessa aikuisen kanssa. Tästä en tiennyt silloin, kun lippuja varasin, joten ostin turhaan kaksi lippua vaikka olisimme päässeet matkustamaan yhdellä lipulla ja makuupaikalla.”*
→ Alle 10-vuotiaan lapsen maksuttomasta paikasta ei selvästi tietoa netissä.
- *”Miksi ette ilmoita ostohetkellä sitä, että varaamamme vaunu on valmistettu 1980-luvulla? Tämä tieto olisi vaikuttanut matkamme suunnitteluun. Tympäisee maksaa 112€/hlö lentokentältä Ouluun. Tämä vaunu on todella vanha ja kulunut vitsi. Tänne vaunuun ei edes kuulu kuulutukset, toivottavasti konduktöörit huolehtivat, että he räämme siten, että pystymme jäämään junasta pois Oulussa, sillä matkapuhelimen akku on todella vähissä ja tässä vaunussahan ei voi ladata. Törkeää asiakkaan aliarviointia.”*
→ Ei ole kerrottu etukäteen, että kalustona oli vanha sininen vaunu
→ Hytin peruspalveluista ei löydy tietoa netistä

MATKAN AIKANA

- *”Oli aivan mahdoton matkata, kun humalaiset möykkäsi koko matkan. Humalainen miesporukka sorhasi puolen tusinan kertaa korttiaan hytin lukkooni, töni ja potki käytävällä. Huusi humalassa monta tuntia.”*
→ Muut matkustajat häiriköivät yöllä

”Junan ajaessa maksiminopeudella vaunu tärisi niin, ettei nukkumisesta tullut mitään.”

→ Sänky tärisi, ei voinut nukkua

”Jouduimme ikivanhaan makuuvaunuun, jossa ei VR:n junawifi toimi? Jos avaat oven edessä olevaan modernimpaan vaunuun, niin sitten heikko signaali. Osastossa vain yksi pistorasia eli puhelimiin, tabletin ja kuulokkeiden lataamiseen ei riittävästi? Vaunu jatkuva natina, rutina ja pauke häiritsee kovin? Tälle vuodelle taitaa olla seitsemäs yöjunamatka pohjoisen ja etelän välillä, ensimmäinen pettymys! Kuitenkin hinta on sama kuin hyvin varustelluissa uusissa vaunuissa.”

→ Ei ole kerrottu etukäteen, että kalustona oli vanha sininen vaunu

→ Sänky tärisi, ei voinut nukkua

→ Hytin peruspalveluista ei löydy tietoa netistä

→ Vaunun meteli

”Rovaniemeltä Helsinkiin yläkerran makuuhytissä jätti todella ikävän matkakokemuksen. Hytti oli puhtaita petivaatteita lukuunottamatta siivottomassa kunnossa, lattialla hiekkaa, yläsängyn porrasaskelmissa muutakin roskaa, pölyt pyyhkimättä. Konduktööri ei käynyt lippuja tarkastamassa, emmekä lähteneet häntä pitkästä junasta etsiskelemään.”

→ Hyttiä ei oltu siivottu

→ Konnaria vaikea tavoittaa matkan alussa

”Lähdimme autojunalla Rovaniemeltä Tampereelle. Olimme ostaneet erikoishytit, jotta lasten kanssa matkustaminen sujuu hyvin, meitä oli 3 aikuista ja 2 lasta. Meillä oli varattu 2 hyttiä. Asemalla meille sanottiin, että vaunumme vesijärjestelmä ei toimi ja vessoja ei saa käyttää. Vessassa piti käydä edellisessä vaunussa. Matka oli täysi katastrofi, lasten kanssa ravattiin ympäri junaa koko yö. Me olimme maksaneet ylimääräistä siitä, että matka sujuisi lasten kanssa mutkattomasti. Käytämme paljon autojunaa.”



→ Yläkerran oman hytin wc ei toiminut matkan aikana

MATKAN JÄLKEEN

”Ostin etukäteen bussilipun Rovaniemeltä Inariin, koska juna oli jo melko paljon myöhässä ja konduktööri sanoi, että minulla pitäisi olla jatkolippu valmiiksi ostettuna, jotta jatkoyhteyteni toteutumisesta huolehditaan. Ostin lipun, mutta sillä ei ollut mitään vaikutusta: bussi meni ja seuraava olisi lähtenyt niin myöhään, että olisin myöhästynyt määränpäästäni viisi tuntia ja työtehtäväni olisi jäänyt tekemättä. Onneksi onnistuin saamaan autokyydin Inariin.”

→ Juna oli myöhässä, myöhästyi jatkoyhteydestä

Liite 2: Design-luotain


| | |
|--|--|
|  <p>Hyvät juna-agentit,</p> <p>Tästä pakkauksesta löydätte tehtävänne junamatkanne tutkimiseen. Olkaa tarkkana, pitäkää silmät ja korvat auki, ottakaa valokuvia ja ideoikaa uutta.</p> <p>Mikäli ette ymmärrä jotain tehtävää, ei haittaa! Jatkaa vain eteenpäin. Kansiossa on myös tyhjiä sivuja, joilla voitte kertoa meille kaiken sen, mitä tehtävissä ei ole kysytty. Voitte käyttää hyväksenne piirroksia, tekstejä - mitä tahansa keinoa joka teille sopii parhaiten. Pakkauksessa on mukana esimerkiksi kyniä ja tarroja.</p> <p>Voitte pyytää junan konduktööriltä apua tarvittaessa, hän auttaa agenteja mielellään - myös agenttihelpin löytää tämän junan ravintolavaunusta illan ja aamun aikana.</p> <p>Hauskaa agenttimatkaa, kiitos että olette mukana!</p> <p>Onnea toivottaen, VR:n juna-agenttitiimi</p> <p>ps. Palauttakaa tehtävä aamulla tämän junan ravintolavaunussa olevalle agenttihelpille. Oteut valokuvat voitte toimittaa sähköpostiosoitteeseen vragentit@vr.fi.</p> <p>Kiitos!</p> |  <p>Tulevaisuuden yöjuna</p> <p>Me VR:llä olemme kehittämässä yöjunan palveluita ja tarvitsemme juna-agenttien apua!</p> <p>Piirtäkää unelmien yöjunavaunu niille varatuille sivuille. Jokainen agentti voi tehdä myös oman piirustuksensa. Mitä haluaisitte säilyttää nykyisestä ja mitä uutta tuoda vaunuun?</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>Voitte kirjoittaa tähän vapaasti palautetta ja kehitysideita meille piirosten lisäksi:</p> </div> |
|--|--|

| | |
|---|---|
|  <p>Kohokohdat ja mahalaskut</p> <p>Dokumentoi kokemuksia matkan aikana esimerkiksi puhelimen kameralla.</p> <p>A) Mitkä olivat matkanne Top 3 kohokohdat?</p> <p>B) Mitkä olivat matkanne pahimmat Low 3 mahalaskut tai ongelmallisimmat kohdat?</p> <p>Jaathan dokumentaatiiosi kuvana tai videona sähköpostilla vragentit@vr.fi.</p> <p>Käytämme meille jaettua todistusaineistoa vain tutkimustarkoitukseen.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>A) Mitkä olivat matkanne kohokohdat (TOP 3)?</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>B) Mitkä olivat matkanne pahimmat mahalaskut tai ongelmallisimmat kohdat?</p> </div> | <div style="border: 2px solid green; padding: 10px; margin-bottom: 20px;"> <p>Kuka olet?</p> <p>Piirrä kuva teistä juna-agenteista:</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Missä ja miksi matkustatte?</p> <p>Kertokaa tässä taustatietoja, jotta saamme todistusaineistoon kylmää faktaa. (esim. hytin ja vaunun nro, ikä, matkaseura, miksi valitsitte juuri junan, matkan syy...)</p> </div> |
|---|---|

| | |
|---|--|
| <p>Postikortti junasta</p> <p>Jos lähettäisitte junamatkalta postikortin, mitä postikortti näyttäisi? Mitä piirtäisitte ja kirjoittaisitte siihen? Kenelle lähettäisitte kortin?</p>    | <p>Muistiinpanoille ja piirroksille</p>  |
|---|--|

Matkan kulku 1/2

Miten eri kohdat matkallanne sujuivat? Piirrä jokaista kohta kuvaava hymy-/surunaama. Kerro miksi valitsitte juuri tämän naaman.



1. Mistä ostitte liput? → 2. Mistä lähditte asemalle? → 3. Miten menitte asemalle? → 4. Miltä asemalta juna lähti? → 5. Mitä palveluita asemalla oli? → 6. Miten löysitte junaan?

Lipun ostaminen Asemalle siirtyminen Asemalla

| | | |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Miksi juuri tämä naama? | Miksi juuri tämä naama? | Miksi juuri tämä naama? |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------|

Matkan kulku 2/2

Miten eri kohdat matkallanne sujuivat? Piirrä jokaista kohta kuvaava hymy-/surunaama. Kerro miksi valitsitte juuri tämän.



7. Löytyikö oma hytti helposti?

9. Toimiko junassa kaikki hyvin?

11. Miten suunnittelitte jatkavanne matkaa asemalta eteenpäin?

8. Millaista palvelua saitte?

10. Mille asemalle saavutte?

Junaan nousu



Junamatkan aikana

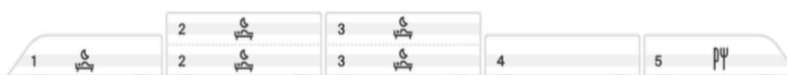


Miksi juuri tämä naama?

Miksi juuri tämä naama?

Junan parhaat ja hankalimmat paikat

Kun kuljette junassa kiinnittäkää huomiota siihen, mitkä ovat teidän mielestänne parhaita paikkoja, tai toisaalta hankalia paikkoja, junassa. Merkitkää tarroilla, mitkä kohdat ovat mielestänne parhaita, ja piirtämällä mustalla pallolla mitkä huonoimpia?



1-kerroksinen makuuvaunu

2-kerroksiset makuuvaunut

Istunapaikkavaunu
(konduktöörin piste)

Ravintolavaunu

Miksi tarrat tulivat juuri näihin kohtiin? Miten niitä voisi mielestänne parantaa?

Piirrä unelmien makuuvaunu



Piirrä unelmien yöjunahytti



Liite 3: Taulukot junassa suoritetusta alkuhaastattelusta ja design-luotaimen havainnot

Alkuhaastattelu & design-luotain Helsinki-Kolari 28.1.2020
1/2

| Kuka? | Matkan tarkoitus? | Kuinka usein matkustat yöjunalla? | Minkälaisella hyttipaikalla? | Missä seurueessa? | Miksi valitsi junan? | Millaiset odotukset oli matkaan? | Onko tällä hetkellä hyttävien kaluston palveluihin? | Onko jotain palvelua, mitä ei saa, mutta haluaisi sen olevan? | Muuta? |
|-------------------------------------|--|-----------------------------------|---|---|---|---|---|--|--|
| Helsinki-Kolari luotaimen havainnot | lomalle, autouunamatkalla matkustanut | 3 krt/30 vuoden aikana | Yläkerran suihkuhyyt | matkassa mukana oma perhe + sovanhemmat | Tarvitsee autoa perillä, kokemusta ajamisestaikin, mutta tällä kerralla päättävät kokeilla junaa | Ei kummallissikaan, odottaa perille pääsyä | Pasilan asemalle oli valkeaa löytää, muuton hyttävissä | Leikkivauva kaippaa, lapsoille tilaa liikkua. Puhupuusi "lapsi veressä"-paikoille. | |
| Helsinki-Kolari luotaimen havainnot | lomalla (Oulu) | n. kerran vuodessa | istumapaikalla | Yksin | Haluaa kokea "pikojunan", jossa on tunnistamattomia ravintolavälineitä | Ei odotuksia, kunhan perille pääsee | Kyllä | Ei laajaa mitään ihmeellistä | Arvosana 9 Yr:llä yksi parhaista yöjunakalustoista maailmassa. Hyvä, että on eri palveluita: allergiset, invalidit, kerrmit |
| Helsinki-Kolari luotaimen havainnot | Kuvimäen autouunamatkalla (Jumenuontin lomalle mökille) | 1-2 krt / v | Ollis toivonut omat suihkuhyyt hyyt, mutta nyt piti ottaa yhteinen alakerran hyyt, koska juna niin täynnä | kahdestaan | Pitkä alomatka, välillä sitä ajaa, nyt otti junan. Auto junassa. | Odotuksena oli omat wc:lliset hyyt, pieni peittymys, että juna ei jätäkään välillä, että juna ei jätäkään hyyt. | On tyhjäväinen. Paikka on hyyt, pieni peittymys, että juna ei jätäkään välillä, että juna ei jätäkään hyyt. | Kaikki tarvittava on. Usää väkeä voisi olla, vietteyksää. | |
| Helsinki-Kolari luotaimen havainnot | Lomamatka, nyt ei liikeläispariskunta, yleensä matkalla Pellon on. | Monta kertaa vuodessa | Alakerran hyyt, olisi toivonut suihkuhyyt, mutta juna täynnä | kahdestaan | Helppoa ja turvallista. Pystyy nukkumaan. | että pystyy nukkumaan, juna kulkee tasaisesti. Turvallisuus, helppous, rentous, säästää aikaa kun nukkuaan, pääsee perille. | Hyvin kehittynyt ihmisten kelloalikaan enemmän, esim. jarpesin. Väillä hinnat ovat kalliita. | Voisi olla parempaa ruokaa, monipuolisempaa. Rääjälähy on kelloalikaan enemmän, esim. jarpesin. Väillä hinnat ovat kalliita. | |
| Helsinki-Kolari luotaimen havainnot | lomamatka Tampereelta. | 3 krt / talvikausi | Koko hyyt, jos kulkee yksin, ottaa yksittäispalkan eikä silloin ole autoa mukana. | kahdestaan | Junan on helpompi kolariin kuin ajaminen, välillä ajaa. | Nukkuminen. Saa nukkua hyvin. Hinnalla on suurempi merkitys kuin palvelulla. | Hytt ovat vähän pieniä, muuton tyttävissä. | Kaippaa lehtiä ostettavaksi ravintolavälineitä. Leikkivauvat fyysinen tila, jossa lapset voisi muuten tyttävissä. | |
| Helsinki-Kolari luotaimen havainnot | lomamatkalla. Hienossa virossa lähtemään. | monta kertaa vuodessa. | Ensimmäisesti valitsee suihkuhyyt, mutta nyt on wc:llinen. Nyt sai alakerran hyyt, koska juna täynnä | kahdestaan | Alajuminen on hunkalaa ruokatuokaudella. Tyhyet reissut on pöytä ajaa. Junassa saa nukkua edes jonnek verran. | Paluunmatkalle perinteensä on ihailut ja muut. Tyhyt kerran pöytä ajaa. Junassa saa nukkua edes jonnek verran. | Seoskyläjen alkaulout (Kolariin ja väleisiin) ovat paremmat kuin normijunien. | | |

Alkuhaastattelu & design-luotain Helsinki-Kolari 28.1.2020

2/2

| Kohokohdat (luotain) | Mahalaskut (luotain) | Lipun osto (luotain) | Asemalle/Asemalla (luotain) | Junaan nousu (luotain) | Junamatkan aikana (luotain) | Parhaat/hankalimmat paikat (luotain) | Ravintolavaunu (luotain) | Postikortti (luotain) | Uinelmien makuuvaunu (luotain) | Avolimet ehdotukset (luotain) |
|---|---|---|--|---|--|---|---|--|--|----------------------------------|
| se, että näki oamulla lunta, itäpää ravintolavaunussa | ei ollut | Autolunapaketin osto netistä oli mahdollista | Pasilan auton juna laustauslaiturin löytyminen oli vaikeaa Pasilan asemalla oli siistää ja viihtyisää | Hytti löytyi helposti Kaikki meni hyvin | Kaikki meni hyvin | Parhaat: Yöjunan hytti ja ravintolavaunu | Hyvät ruuat, puuro mustikoilla oli hana Odottaa eniten iltoalut | Tää on kivaa! | | |
| Ravintolavaunu Kisko-olut Ensimmäinen matka tässä junassa | ei ollut | Matkalla sovelluksen käyttö sujuaa Tikkurilan asemalla hyvät apasteet, helppo kulkea | | Hytti löytyi helposti Junaa oli ajallaan ja kaikki sujui hyvin | Kaikki toimii hyvin, matka oli mukava | Vaunusta toiseen siirtymisen hankalaa (vanhat vaunut) ja meteli kovempaa | Tunnelma Kisko-olut Odottaa viihtyisyyttä, hyvää ruokaa, olutta ja kahvia | Matka läpi kauniiden maisemien, matka sujui maisemilla katsellen ja ravintolavaunun palveluita hyödyntäen. | 120 cm leveä sänky, oma wc+sulku, pöytä ja tuoli | |
| Tampereen asemaravintolan palvelu oli hyvää | ei vielä tiedossa | | Triplan palvelut | | Siisteydessä toimivien väreä Tampereella pitäisi tupakalle | Vanhon vaunun hytt olivat väljemmät Väsiängistä vaikeaa palasta alas | Olotilaa WC kaipaisi tulkittuja Seuraa | | | |
| hyvä tunnelma ravintolavaunussa hyvä uni | | | Asemalle taksilla Tikkurilan palvelut olivat ok | Hytti löytyi helposti | Junaa oli ajoissa rauhallinen ja leppoisa matka | Omalta wc:llä olevat hytt hyvät miehuiten alapeti Pitkä matka: ravintolavaunun palvelut tärkeitä | Mies tekee istisanaahtävää, itse lukee italehtä, molemmilla oluttilit edessä. Tunnelma "relax" | Tasainen lämpötila. Pehmeät peitot, tähtitaivas näkyviin, tasainen kyyti mahdollistaisi unet, hyvä äänieristys | Hinnoitteluperusteet avoimemmiksi Veturilaisille enemmän tarjouksia Senioreille parempi alennus kuin -20% Autovaunuja lisää perhe-/ryhämätkustajalle etuja | |
| hyvä uni gamiainen luna ei liian täynnä | hytin ohuet seinät hytin ahtaus wc:n höly | Liput ostettiin puhelimitse, hirteen pitkä jono | Asemalle sujuvasti omalla autolla lonottamatta auto junaan ja asemaravintolan kautta junaan - helppoa | Hytti löytyi omatoimisesti | Sujuva matka | Hytyt etäisyys ravintolavaunuun | Ystävällinen henkilökunta Parannusta kaipaa hinta-laatusuhde Sesonkaikaan ravintolavaunu ei toimi: liian vähän henkilökuntaa ja odotusaika pitkä | Parivuode, kaappi, tuolit, pöytä ja oma wc | | |
| luna aikataulussa rukkuminen | voisi olla pehmeämmät tyynyt | Netistä, kohtalaisesti | Tampere: Noutoparkki | Hytti löytyi: "tunneimme numerot" Hytin ovi oli löykä | | Oli tilaa P. Jona | | | | Lipunvarausohjelma sujuvammaksi! |

Alkuhaastattelu & design-luotain Helsinki 29.1.2020

1/2

| Kuka? | Matkan tarkoitus? | Kuinka usein matkustat yöjunalla? | Minkälaisella hytityypillä? | Missä seurueessa? | Miksi valitsi junan? | Millaiset odotukset oli matkaan? | Onko tällä hetkellä tyytyväinen kaluston palveluihin? | Onko jotain palvelua, mitä ei saa, mutta haluaisi sen olevan? Muuta? |
|--------------------------------------|--|---|---|---|---|---|--|--|
| Kolari-Helsinki luotain havainnot | lomamatka Tampere-Levi-Tampere, auto mukana | Samallaan matka jo 3. kertaa | Alakerran hytti | Äiti, isä, 2 lasta (12 ja 8) + lasten serkkujen perhe lomamatka. | Kukaan ei jaksu istua autossa lomamatka. | | | |
| Kolari-Helsinki luotain havainnot | lomamatka, kotipaluu, auto mukana | 2-3 krt / v | suihkullinen hytti | usein mukana myös muutamia vanhempien perheitä (lapset jne), nyt kahdestaan | Autoa tarvitsee kohteessa. Erikoislinjat. Voi hyödyntää aikaa lyhyissä lomissa ja ehti hyvin suoraan töistä ja taas takaisin töihin paluussa. | Asiainen hytti. Rauhallisuutta. Siisä, että alkataulu pätee. | jos on wifi, niin kaikki hyvin. Hytti liian pieniä. Voisi olla kaikkimallia isompia. Miksi Kolariin matka kestää nykyään niin pitkään? | |
| Kolari-Helsinki luotain havainnot | loma-ikäsiompolossa, remontin valvonta, kotimatka | 10-12 edestakaista matkaa / v, yleensä auto mukana, nyt ei ole | | kahdestaan | Miellyttävien tapa matkustaa, saa auton mukaan, voi lukea, juoda viiniä | Sujuvuutta, että menee niin kuin pitää. Hytti ok. Täsmällisyyttä | Uudet makuuvaunut mahtavia. Eryisesti yläkerran, joissa oma wc. Äänieristys on huono, kuuluu läpi puheet | Ei keksi mitään |
| Kolari-Helsinki luotain havainnot | menomatka lomalle | 2-3 krt / v | vanhan vauunun hytti, hinta ohjaa edullisimpaan | kahdestaan | Kätevä, autolla kestää niin pitkään. Helppompaa näin. | Ei ihmeellisiä. Toivottavasti sujuvat unet | Tyytyväinen, uudemmat vauunut mukavat. 3-hengen vauunissa ahdaista istua alapeillä | Leikkivaunua ja leikkittilaa |
| Kolari-Helsinki luotain havainnot | paluumatka lomalta | 1. matka yöjunalla. Pohjoiseen matkustaa 4-5 krt/v autolla, nyt eka junamatka | suihkullinen hytti | kahdestaan | Markustus sujuu helposti nukkessa | kokemuksia, helpouutta | Hytti voisi olla leveämpi. Muuten ok, palvelu ok | Joskus ollut keikkajuna Ylläs blue&jazz-tapahtumaan, olisi kiva jos olisi vieläkin |
| Kolari-Helsinki luotain havainnot | luotain 6 - äiti ja 2 poikaa (12- ja 7-v) paluumatka lomalta | muutamaan kerran vuodessa | suihkullinen hytti | kolmistaan, joskus kahdestaan toisen pojan kanssa | Junaa kätevin tapa Tampereelta. Kaverit lentää Helsingistä, mutta junalla olisi hölmöä ensi mennä väärän suuntaan kentälle | Ilmaista kaakaota. Joku pieni eväspussi voisi olla valmiina hytissä vesipullon lisäksi. | Wc:llinen hytti tosi kiva | |

Alkuhaastattelu & design-luotain Kolarin-Helsinki 29.1.2020

2/2

| Kohokohdat (luotain) | Mahalaskut (luotain) | Lipun ostot (luotain) | Asemalla/Asemalla (luotain) | Junaan nousu (luotain) | Junamatkan aikana (luotain) | Parhaat/hankalimmat paikat (luotain) | Ravintolavaunu (luotain) | Postikortti (luotain) | Uunein makuuvaunu (luotain) | Avoimet ehdotukset (luotain) |
|---|---|--|--|--|--|---|--|-----------------------------------|--|---|
| | WC:n vieressä nukkuminen, haju ja äänihaitta | Netistä. Vaikeaa oli ostaa samassa sängyssä nukkuville lapsille liput | Kauniit maisemat, uusi auto kahvio, lämmin odotustila ja wc kohtuullisen siisti, mukavia ihmisiä, kaikki tarvittava löytyi | Konduktööri oli mukava. Hytti löytyi helposti. Vaivatonta ja helppoa, almaa lähtevä juna | | | | Hei mummi, täällä on ollut kivaa! | | |
| Hyvässä paikassa, jakamiesluotain myöhässä olo | | | | | | | | | | |
| | suihkutila liian pieni saippua puuttuu oven lukitus ei toiminut äänieristys huono liian pitkä matka-aikea auton istauksen ja junan välillä välinen aika liian pitkä | Peristä, päivämäärän vaihto piti tehdä asemalla, lipun ostot hädästä ja vaihtaminen hankalaa | Pasilan autoluna-osemalle huonot paistat Tripissa oli kaikki palvelut hyvin opastettu | ei hankaluuksia, hytti löytyi | saippua puuttui pimeinä/tulen | hytti suuremmiksi, jotta suihkutila voisi olla suurempi, samoin sängyn ja seinän välillä varustelu oltaisiin kunnossa ja erillisen istuimen ja pöydän käyttö on hankalaa yösätkyn | maistuva ruoka sängyissä | | 80 cm sängyt, 120 cm lattiatilaa, wc tilava, pöytä ja seinälle taletettavien sähkösäköit penkki ilmastointi. Hyvä äänieristys ja tv/radio. Luotaiden välillä korkeampi tila, että mahtuu istumaan (arvitsen korkeamman vaunun) | lisää tilaa hyttiin seinälle taletettavien sähkösäköit vaatteille ei ole tarpeeksi ripustimia hytteihin konduktöörin puhelinnumero hätätilanteita varten lukolliset kynänsäilykskoipit omia eväitä varten vaunuihin |
| ravintolavaunutarjoilu hytti yläkerrassa keskellä vaunua wessa toimii | | kerrankin omistui heti netin kautta | bussi aikataulussa, kahvilla oli pauki, junaan pabssi heti | kaikki hyvin | kaikki hyvin | | rauha, ruoka saa sekä litopalaa että saunupalaa | | | Olisi hyvä mahtua istumaan vuoteiden välissä. Äänieristys paremmaksi, peili (?) suuremmaksi, pesuallas suuremmaksi, ylävuoteeseen on vaikeaa päästä |
| hyvät eväät | Junan lähti viivästyi n. 30 min makuuhuonin sähköpistoke rikki | nettikaupasta helppoa & vaivatonta | omalla autolla helppoa, koti lähellä asemaa Kolarin asema pieni, ei vai etsyä | | sähköpistoke rikki, puhelin piti kädä lataamassa muualla | ravintolavaunussa mukavaa käydä kahvilla vierähtämässä aikaa | ystävällinen palvelu, myös 2-vuotias huomiointi mukavasti lämpötila liian lämmin | | | |
| sopiva aikataulu helpoitus henkilökuunta | dieselin haju hyttissä ja ravintolavaunussa suihkun lattialaiva ei vedä kunnolla saippua loppu | peristä, oli helppoa | linja-autoyhteys, sujui hyvin | helppoa, juna oli poistamassa | hytti ja ravintolavaunu ok. Portaat ohitaa yläkertaan saippua loppu ja suihkun saippuakotelo huonoo dieselin haju, matkalla kaikki valitsemaksettainen | hytti ja ravintolavaunu ok. Portaat ohitaa yläkertaan saippua loppu ja suihkun saippuakotelo huonoo dieselin haju, matkalla kaikki valitsemaksettainen | hyvä palvelu pormestarijollu Toimi hyvin | | | Hytti liian kapea, isot matkalaukut eivät mahdu mihinikään, sängynalusta täynnä villokaina |
| ruokailu, käynti ravintolavaunussa, markkin syönti | hytti tosi pieni, sviitti tai deluxe-hytti olisi hieno uudistus (myös moni istäväperhe toivonut tätä) peristä, helppoa | | asemalla meno sujui hyvin | | toimi kuin junan wessa. Kaikki hyvin | mukavat sohvat istua, henkilökuunta ylönnissa ystävällisempää kuin palveluissa, hyttissä voisi olla mmbaari | | | voisi olla edelleen kerrossänky, mutta alempi vuode voisi olla parivuode- Myös peikkä parivuoteita, myös junissa? Hyttissä on paljon valoja, joita ei saa deluuxe-hyttejä | Hyteistä isommat ja tasokkaammat, moni toivoo tätä. Luvallakin erilaisia hyttivaihtoehtoja, miksi ei deluuxe-hyttejä? Hyttissä on paljon valoja, joita ei saa yksksi pois, hahritsevat |