

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous, Mediatuotanto

2021

Tiia Tamminen

KUINKA HYÖDYNTÄÄ DESIGN- AJATTELUA UX/UI- SUUNNITTELUSSA

– Opas toimivaan UX/UI-suunnitteluprosessiin

Tiia Tamminen

KUINKA HYÖDYNTÄÄ DESIGN-AJATTELUA UX/UI-SUUNNITTELUSSA

- Opas toimivaan UX / UI-suunnitteluprosessiin

Tämän opinnäytetyön aiheena oli design-ajattelun hyödyntäminen UX/UI-designprosessissa. Tarkoituksena oli löytää ne sopivimmat prosessit ja tehdä niistä toimiva opas asiakasorganisaation käyttöön. Mitään yksittäistä *sopii kaikille* tyyppistä ratkaisua ei alalla ole. Tavoitteena oli määrittää työn tilaajalle uusi UX/UI-designprosessi käyttöön. Tutkimuskysymyksenä oli se, kuinka design-ajattelu muovautuu UX-designprosessin muotoon.

Opinnäytetyön teoriaosassa käsitellään design-ajattelun ja erilaisten suunnitteluprosessien pääpiirteitä, historiaa, tehtäviä ja tavoitteita. Tutkimus aloitettiin lähtötilanteen selvittämiseksi kyselynä ja itse tutkimusmenetelmänä toimi designprosessin luomisvaiheessa teemahaastattelut.

Tämän opinnäytetyön perusteella löydettiin UX/UI-suunnittelijan työhön sopiva designprosessi ja opas, joka jaettiin asiakasorganisaation käyttöön. Tässä opinnäytetyössä on näytteitä oppaasta ja käymme läpi ne vaiheet mitkä päätyivät lopulliseen designprosessiin.

ASIASANAT:

UX-suunnittelu, UI-suunnittelu, design-ajattelu, muotoiluajattelu, digitaalinen suunnittelu

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business Administration, Media Production

Spring 2021 | 41 pages

Tiia Tamminen

HOW TO UTILISE DESIGN THINKING IN UX/UI DESIGN WORK

- A guide to a functional UX/UI Design process

The subject of this thesis was how to utilise design thinking in the UX/UI design process. The aim was to find the most fitting processes and make a guide for the client organisation to use. There is no *one-size-fits-all* type of a solution in the industry. The new UX/UI design process was defined for the client organisation to use in the future. In the core of this research was the question: How does design thinking fit into the UX/UI design process?

In the theory part of this thesis the research looked into design thinking and different design processes, histories, purposes and goals.

The empirical research part of this thesis focused on interviewing experts of the client organisation's different departments. The research started with a questionnaire to ascertain the starting point for this project. The main research method that was used was theme interviews. The aim was to determine a usable, functional, and easily understood design process for the use of the whole organisation.

This thesis determines the final UX/UI design process and provided a guidebook that was handed over to the client organisation. In this thesis there are samples from the guidebook outlining all the phases that were part of the final design process.

KEYWORDS:

UX Design, UI Design, Design Thinking, Design process, Digital Design

SISÄLTÖ

SANASTO	6
1 JOHDANTO	7
2 TUTKIMUSKYSYMYS, MENETELMÄT JA TAVOITTEET SEKÄ ASIAKASORGANISAATION ESITTELY	9
2.1 Tutkimuskysymys	9
2.2 Menetelmät ja tavoitteet	10
2.3 Asiakasorganisaation lyhyt esittely	11
3 DESIGN AJATTELUN HISTORIAA, DESIGNEREIDEN AJATUKSIA JA DESIGNLÄHTÖISYYS ORGANISAATIOSSA	12
3.1 Miksi siis Design-ajattelu?	12
3.2 Suunnittelijoiden ajatuksia designprosessista	13
3.3 Designlähtöisyys organisaatiossa	14
4 DESIGNPROSESSIN MÄÄRITTELEMINEN	16
4.1 Design-ajattelu prosessina	16
4.2 Designprosessin ensimmäinen vaihe	18
4.3 Designprosessin toinen vaihe	20
4.4 Designprosessin kolmas vaihe	22
4.5 Designprosessin neljäs vaihe	24
4.6 Designprosessin viides vaihe	26
4.7 Viimeiset vaiheet eli kuudes ja seitsemäs vaihe	27
4.8 Designprosessin määrittelemine	33
5 HAASTATTELUIDEN RAKENNE JA KYSYMYKSET	35
5.1 Suunnittelijoiden haastattelutilanteet ja kyselylomakkeen kysymykset	35
5.2 Sovelluskehittäjien ajatukset designprosessista ja kyselylomakkeen kysymykset	36
6 YHTEENVETO DESIGNPROSESSEISTA JA DESIGN-AJATTELUSTA	38
6.1 Design-ajattelu UX designprosessissa	38
7 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT	39
8 LOPUKSI	40

SANASTO

Design	Muotoilulla eli designilla tarkoitetaan esineen tai jonkun muun kohteen käytettävyyden ja muodon suunnittelua tai valmistusta. Muotoilua kutsutaan myös kaksiulotteisten graafisten suunnitelmien sekä käyttöliittymien suunnitteluksi. (Wikipedia, 2020)
UI-Suunnittelu	Käyttöliittymäsuunnittelu. UI lyhenne tulee sanoista User Interface. UI keskittyy siihen, miten digitaalisen palvelun tai tuotteen käyttämisestä tehdään helppoa käyttäjille. (Muranen & Harmainen)
UX-Suunnittelu	Käyttökokemussuunnittelu. UX lyhenne tulee sanoista User Experience. Se keskittyy siihen, miten voidaan parantaa ja kehittää digitaalisten tuotteiden ja palveluiden käyttäjien käyttökokemusta (Muranen & Harmainen)

1 JOHDANTO

Opinnäytetyö tehtiin tilauksesta ohjelmistoalan yritykselle. Yritys halusi kirkastaa ja parantaa designprosessejaan. Tämä kaikki lähti kysymyksestä: ”*Miten mittaisit designin tuloksia?*”. Itse vastaisin kysymykseen, että asiakastytyvyydellä ja sillä että työn jälki on tietysti laadukasta sekä toimivaa. Ajatus siitä, että suunnittelutyön ei pitäisi koskaan perustua kenenkään olettamuksiin vaan tutkittuun tietoon. Yhtenä tärkeänä seikkana pidin designprosesseja ja niiden roolia projekteissa.

Yleisesti ottaen suunnittelun tarkoituksena on luoda jotain toimivaa ja ihmislähtöistä. Itse UX-suunnittelijana vertaan välillä ammattiani arkkitehdin ammattiin. Vaikka se ei ole aivan sama asia, mutta kummastakin löytyy yhtäläisyyksiä. Arkkitehti tekee päätöksiä asiakkaiden näkökulmasta esimerkiksi lentokentän suunnitteluprosessissa, kuitenkin unohtamatta lainalaisuuksia ja laskelmia rakennuksen kestävydestä. Saman tekee UX-suunnittelija, joka suunnittelee mahdollisimman kitkattoman käyttökokemuksen. Tämä mahdollistaa digitaaliseen muotoon ongelmattoman toteutuksen, aivan kuten rakennusinsinöörit lähtevät luomaan uutta arkkitehdin ideoiden avulla. Kuten Kevin P Nichols ja Donald Chestnut kertovat kirjassaan: ”*UX-suunnittelun rooli on tärkeä ja kriittinen fyysisten ja digitaalisten elämämme tekemisestä nautinnolliseksi ja kitkattomaksi*” (Nichols & Chestnut, Donald, 2014). Samalla tavalla, kun kuljet lentokentän läpi mutkattomasti ja kitkattomasti. Luo myös UX-suunnittelija samalla tavalla miellyttäviä ja käytettäviä virtuaalisia palveluita, tuotteita, tapahtumia tai elämyksiä.

Itse olen jo toistakymmentä vuotta toiminut eri alojen suunnittelijana. Olen kokenut printtimaailmasta siirtymisen digitaaliseen maailmaan. Olen ollut mukana monenlaisissa projekteissa, niin isoissa kuin pienissäkin ja kokenut niiden mukana tulevia haasteita. Nykypäivänä toimin kuvittajana, graafikkona sekä viimeisen vuosikymmenen olen toiminut UX/UI-suunnittelijana. Näinä kaikkina vuosina olen työssäni usein törmännyt ymmärtämättömyyteen designin rooliin projekteissa. Olen joskus kuullut kommentteja siitä, että suunnittelijat vain yrittävät tehdä kaikesta hankalampaa. Todellisuus on kuitenkin aivan päinvastainen. Työmme avulla me haluamme tehdä tuotteista ja palveluista parempia olivatpa ne sitten digitaalisia tai fyysisiä.

Tarkoitukseni on ymmärtää paremmin, miten voimme parantaa UX/UI-suunnittelun työvaiheita ja kommunikaatiota sovelluskehittäjien sekä projektin omistajien

kanssa. Tämä toimeksianto lähti liikkeelle mahdollisten designprosessien rajaamisesta ja niiden kehittämisestä työn tilaajalle eli asiakasorganisaatiolle. Tarkoitus oli saada toimiva, helposti ymmärrettävä sekä design-ajatteluun ja yleisiin alan käytäntöihin perustuva UX/UI-designprosessi.

2 TUTKIMUSKYSYMYKSIÄ, MENETELMÄT JA TAVOITTEET SEKÄ ASIAKASORGANISAATION ESITTELY

Opinnäytetyöni lähti liikkeelle loppuvuodesta 2020. Aloitan työni syventymällä erilaisiin designprosesseihin ja alan parhaimpiin käytäntöihin. Niiden jälkeen minun on helpompi muodostaa kysymyksiä niin suunnittelijoille kuin sovelluskehittäjillekin. Toimeksianto lähtee liikkeelle kehittämistehtävästä: Kuinka parantaa designprosesseja asiakasorganisaatioissa? Miten design-ajattelua hyödynnetään designprosessissa?

Sovimme yhteyshenkilöni kanssa siitä, että toimitan heille tämän työn valmistuessa:

1. *Asiakasorganisaation tarpeisiin räätälöidyt designprosessit*
2. *Sisäiset ohjeet ja oppaan prosessista*

Opinnäytetyön ensimmäinen osa koostuu designprosessien historiasta ja perusperiaatteista. Siinä samalla se toimii viitekehyksenä käsitteiden avaamiselle. Tämän jälkeen lähdän selvittämään asiakasorganisaation lähtökohdat. Näistä luon päätelmät ja teen heille sopimamme työkalut ja prosessin perustuen design-ajattelun pääpiirteisiin.

2.1 Tutkimuskysymys

Elvis Canziban mielestä itse suunnittelutyö taisi ennen olla yksinkertaisempaa, koska suunnittelijat sekä tuoteomistajat loivat usein oman mielensä mukaan palveluita ja tuotteita. He myös toivoivat, että asiakkaat pitäisivät niistä.

Hän myös kertoo siitä, että ajatus designista ei enää pidä paikkaansa, vaikka tietenkin sitäkin tapahtuu vieläkin. Ennen kilpailu ei ollut kuitenkaan niin kovaa kuin tänä päivänä. Palveluita ja tuotteita ei löytynyt verkosta ja niitä ei voinut vertailla keskenään niin helposti kuin nykypäivänä. Vaikka asiakas ei pitänyt tuotteesta tai palvelusta saattoi se olla ainoa, joka oli silloin saatavilla. (Elvis, 2018)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on löytää ne sopivimmat prosessit ja tehdä niistä toimiva opas asiakasorganisaation käyttöön. Mitään yksittäistä *sopii kaikille* tyyppistä

ratkaisua ei alalla ole. Jokainen yritys tai suunnittelija määrittelee ne omien tarpeidensa mukaisesti.

Aiheeni jalostui UX/UI-designprosesseista heti alkumetreillä laajemmaksi kysymykseksi sovelluskehittäjien ja suunnittelijoiden kommunikaation parantamiseksi. Tästä nousi esiin enemmän kysymyksiä, joihin lähdin etsimään vastauksia.

Opinnäytetyön rajaamiseksi päätin lähteä etsimään vastausta seuraavaan kysymykseen:

Miten design-ajattelu muovautuu designprosessiksi UX/UI-suunnittelijalle?
Miten se jalkautetaan jokapäiväiseen työhön?

2.2 Menetelmät ja tavoitteet

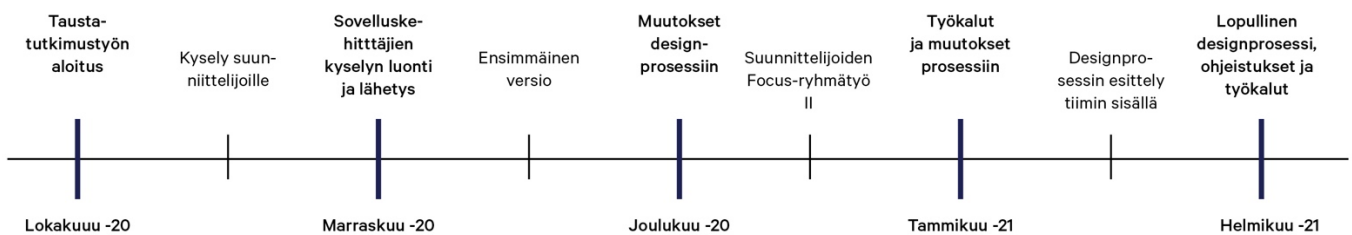
Opinnäytetyön teoriaosassa käsittelen design-ajattelun ja erilaisten suunnitteluprosessien pääpiirteitä, historiaa, tehtäviä ja tavoitteita. Opinnäytetyön empiirisessä osassa haastattelen asiakasorganisaation eri osastojen työntekijöitä. Tiedustelen haastatteluisani heiltä, miten he kokevat ko. organisaatiossa tiedonkulun ja prosessien merkityksen. Teen teemahaastattelujen muodossa ja ennakkoon selvitetyn aineiston avustamana lopulliset designprosessit asiakasorganisaatiolle. Tulen vertailemaan haastatteluista saamiini vastauksia, ennakkoaineistosta saamaani tietoa ja omia ajatuksiani keskenään. Näistä teen päätelmät, joista saan kokonaiskuvan ja tiedon. Saan myös vastaukseen siihen, kuinka löytää paras mahdollinen designprosessi asiakasorganisaatioon.

Lähtötilanteen selvittämiseksi lähdän haastattelemaan asiakasorganisaation UX/UI-suunnittelijoita sekä sovelluskehittäjiä. Teen molemmille osastoille omat kysymykset lähtötilanteen selvittämiseksi, joista toivon saavani selville asiakasyrityksen tilanteen asiantuntijoiden näkökulmasta. Kyselyn jälkeen jatkan teemahaastatteluilla suunnittelijoiden kanssa.

Koska itse designprosessi ei ole lineaarinen eikä kvantitatiivisesti mitattavissa, niin koen paremmaksi tavaksi tehdä tutkimusta teemahaastatteluilla suunnittelijoiden kanssa. Käytän teemahaastatteluja, koska haluan säilyttää mahdollisuuden esittää täydentäviä

kysymyksiä haastateltavien vastausten perusteella. Sovelluskehittäjien kysymykset luomme yhdessä suunnitteluosaston tekijöiden kanssa avoimessa haastattelutilanteessa. Aikajanan työvaiheistani löydät kuvasta 1. Päämääränäni on parantaa kommunikaatiota eri osastojen välillä ja luoda designprosessit, joista muodostuu yhtenäinen tapa toimia koko organisaation sisällä.

Aloitan suunnittelijoiden lähtötilanteen ymmärtämisellä. He ovat se ryhmä kenelle tätä designprosessia lähtökohtaisesti tehtiin. Teen lähtötilanteen selvittämiseksi kyselylomakkeen suunnittelijoille, josta jatkamme ensimmäisen designprosessin aihioilla teema-haastatteluihin. Niissä yhdessä määrittelemme eri designprosessin eri vaiheet. Sovelluskehittäjille esitän kysymykset ainoastaan kyselynä. Tarkoituksena on selvittää kuinka he kokevat yhteistyön toimivan eri osastojen välillä ja näkevätkö he omassa työssään min-kälaisia ongelmia tai haasteita, kun on kyse designista. Yhteinen konsensus työn tilaa-jalta oli se, että kommunikaation pitää toimia läpinäkyvästi sekä toimivasti.



Kuva 1. Aikajana työvaiheista

2.3 Asiakasorganisaation lyhyt esittely

Asiakasorganisaatio on keskisuuri ohjelmistoalan yritys, joka on vahvasti teknologiapainotteinen. Yrityksen designosasto on kasvuvaiheessa, joka loi myös tämän tarpeen yhtenäisille prosesseille ja tavoille toimia.

3 DESIGN AJATTELUN HISTORIAA, DESIGNEREIDEN AJATUKSIA JA DESIGNLÄHTÖISYYS ORGANISAATIOSSA

Idris Mootee kiteyttää aiheen design-ajattelu seuraavasti. Jos kysytään eri ihmisiltä design-ajattelusta niin voi saada aina erilaisia vastauksia. Ei ole olemassa yhtä ja samaa design-ajattelun kaavaa tai ideologiaa. Monille asiaan perehtyneille idea design-ajattelusta voidaan yhdistää Herbert Simonin kirjaan vuodelta 1969, *The Sciences of the Artificial*. Hän oli amerikkalainen valtiotieteilijä, ekonomi, sosiologi, psykologi ja professori Carnegie Mellon Yliopistossa. Design-ajattelun hänen mukaansa voi kiteyttää näin: ”Design-ajattelun ytimessä on kriittisen ja designiin keskittyneen ajattelumallien erittely. Kriittinen ajattelu on analyttinen prosessi, jolla ”pilkkotaan palasiksi” ideoita, kun taas designiin keskittyneellä ajattelumallilla ”rakennetaan” ideoista”. (Mootee, 2018)

Kriittinen ajattelu on luonnollisesti tärkeää, mutta jos keskitymme aina olemaan vain kriittisiä ja analysoimaan ideoita voi silloin jäädä hyviä ideoita käyttämättä. Ei ole olemassa mitään yhteistä määritelmää design-ajattelulle tai designprosesseille. Se onkin se haaste, joka designerin päivittäisessä työssä on. Ei ole olemassa erilaisia työkalupakkeja, joita voidaan jo koulusta asti opettaa. Jokainen suunnittelija määrittelee itselleen parhaimmat työprosessit. Suunnittelijan vastuulla on myös päivittää tietoaan ja opiskella uusimmat mahdolliset työkalut, joita designprosessissa voidaan käyttää. Mitään yhteistä tai konkreettista määritelmää ei design-ajattelulle ole olemassa. Sille ei myöskään ole olemassa yhtä lähdeä, vaan sen sanotaan muodostuneen vuosien saatossa erilaisten kirjailijoiden, suunnittelijoiden ja ajattelijoiden tuloksena.

3.1 Miksi siis Design-ajattelu?

Design-ajattelua välillä suomen kielellä kutsutaan myös muotoiluajatteluksi sekä myös sanasta design käytetään sanaa muotoilu. Käytän kuitenkin tässä työssäni termiä design, koska ammattinimikkeessä UX-suunnittelija ei koskaan käytetä suomen kielessä sanaa ’muotoilija’ vaan joko ’designer’ tai ’suunnittelija’. Kuitenkin on hyvä tuoda tässä

vaiheessa poikkeava terminologia esiin, koska termit muuttuvat riippuen kirjoittajasta. Miettinen kiteyttää design-ajattelusta kirjassaan *Muotoilua jättäen kysymyksen, miksi muotoilu? ”Muotoilemme, jotta yksinkertaistaisimme monimutkaisia ja moniulotteisia tuotteita, palveluita ja ratkaisuja ihmisen käyttöön ja hallittavaksi”* (Miettinen, 2014) Hanna ja Jesse Maula jatkavat samasta ajatuksesta: muotoilemme tai suunnittelemme palveluita, jotta voimme yksinkertaistaa niitä. Emme voi olettaa, että palvelumuotoilija, teollinen muotoilija tai UX-suunnittelija puhuisi samaa kieltä konkreettisesta osuudesta heidän työssään. Kuitenkin näissä kaikissa design-ajattelun periaatteet ja teoriat yleensä ymmärretään samana. Design-ajattelun avulla suunnittelijan työ muuttuu systemaattisemmaksi. Silloin kun suunnittelua tehdään systemaattisesti eri työkalujen avulla, avaa se designerin maailmaa myös ulkopuolisille. (Maula & Maula, 2019)

He alkavat silloin ymmärtämään miten suunnittelijan työprosessi toimii. Tämä on myös tämän opinnäytetyön tarkoituksena. Tuoda designiin systemaattisempi lähestymistapa ja samalla istuttaa ajatus asiakasorganisaatioon siitä, että erilaisella tavalla tehdä designia voi saada aikaan parempia tuloksia. Samalla toiveena on myös se, että kaikki suunnittelijat tulevaisuudessa puhuvat samaa kieltä. Halutaan pitää työprosessit samankaltaisina, jolloin sekä dokumentointi että kommunikointi asiakkaan ja muiden osastojen suuntaan paranisi.

Michael G Luchs, Scott Swan ja Abbie Griffin ovat kirjoittaneet ymmärrettävästi design-ajattelusta prosessina kirjassaan *Design Thinking: New Product Development Essentials from the PDMA*. Heidän mukaansa yritysmaailmassa design-ajattelu on ollut käytössä onnistuneesti jo monin eri tavoin. Sitä on käytetty uusien hankkeiden luomisessa, liiketoimintamallien suunnittelussa ja prosessien parantamisessa onnistuneesti. (Luchs;Swan;& Griffin, 2015) Design-ajattelua voidaan kuitenkin käyttää helpolla tavalla myös jo olemassa olevien tuotteiden, palveluiden ja yritysten designhaasteiden ratkaisemisessa.

3.2 Suunnittelijoiden ajatuksia designprosessista

Lähden selvittämään yhdessä suunnittelijoiden kanssa, kuinka designprosessi toimii asiakasyrityksessä. Selvitän lähtötilannetta kyselylomakkeen avulla suunnittelijoilta. Kysyn muun muassa heidän omista prosesseistaan ja toiveistaan parantaa niitä. Avoimissa haastatteluissa keskustelen syvemmin suunnittelijoiden kanssa design-prosessien

tarpeesta ja tarvittavista työkaluista. Esitän ensimmäisessä teemahaastattelutilanteessa perinteisen design-ajattelua sivuavan designprosessin. Käyn läpi myös erilaisia vaihtoehtoja siihen, minkälaisia työkaluja asiakasorganisaatiossa tarvitaan päivittäisessä työssä ja kuinka nämä työkalut sekä designprosessi sisällytetään jokapäiväiseen työhön. Lähtökohtaisesti suunnittelijoiden henkilökohtaiset suunnitteluprosessit eivät kovinkaan paljon poikenneet vaikkapa design-ajattelussa käytettävistä keinoista. Kuitenkaan tätä ei viestitty asiakasorganisaatiossa muulla tasolla kuin suunnittelijoiden kesken. Tämän seurauksena ei aina projekteissa noudatettu myöskään designprosessia, koska sen noudattaminen jäi ainoastaan vain suunnittelijan päänaivaksi. Tämän työn tarkoituksena on auttaa ymmärtämään sitä, että design on sovelluskehityksen ohella mitattava työtapaa, jota voidaan myös määrittää.

Lähden kartoittamaan mitä mahdollisia etappeja tarvitsemme asiakasorganisaation omassa designprosessissa. Suunnittelijat jo käyttävät työssään design-ajattelua ja sitä sivuavia prosesseja, niin systemaattisesti sen tuominen organisaatiotasolle voi tuoda helpotusta siihen, että ymmärretään kokonaisuudessaan organisaatiotasolla design-ajattelun ja designprosessien tuomat mahdollisuudet.

3.3 Designlähtöisyys organisaatiossa

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena ei ollut lähteä muuttamaan koko organisaatiomallia vaan luomaan designereille strukturoituja prosesseja, joita noudatetaan sekä asiakasprojekteissa että sisäisissä projekteissa. Jesse ja Hanna Maulan mukaan Design-lähtöisyys tarkoittaa myös tekemistä, vaikka puhummekin design-ajattelusta, niin on siinä myös kyse konkreettisista toimenpiteistä. (Maula & Maula, 2019) Vaikka termit design-ajattelu tai designprosessi saattavatkin kuulostaa välillä vaikeasti ymmärrettävältä, on niiden tarkoitus kuitenkin luoda mahdollisia työkaluja konkreettisiin toimenpiteisiin.

Kyselylomakkeen avulla saamieni tietojen mukaan asiakasorganisaatio on vahvasti eri teknologioihin nojaava. Sovelluskehityksessä yleisesti käytetyt ja ymmärretyt työprosessit ovat käytössä. Kuitenkin designissa käytetyt työkalut olivat enimmäkseen tuttuja suunnittelijoille. Haasteet mihin törmäsimme organisaatiotasolla olivat hyvinkin mahdollisia myös suunnittelijoille.

Jesse ja Hanna Maula kirjoittavat samasta aiheesta. Usein kun tulee muutoksia totuttuihin työtapoihin, voi se luoda kiireen keskellä ongelmia uusien ajattelutapojen sisäistämiseen. Uusien tai poikkeavien työprosessien implementointi vie aikaa ja aika on myös rahaa. Uusien konsulttien tai tekijöiden palkkaaminen maksaa ja henkilöstön koulutus on myös aikaa vievää työtä. Jos katsomme tulevaisuuteen design-ajattelun ja designprosessin hyötyjä ei voi kiistää. (Maula & Maula, 2019) Tässä tapauksessa meillä ei ollut tätä luksusta, kuten esimerkiksi paljon ylimääräistä aikaa tai ulkopuolisia konsultteja. Yhdessä tiimin kanssa lähdimme luomaan ohjeistusta siitä, kuinka saada designprosessi projektijohtotasolle ja myyntiin mukaan.

Onneksi asiakasorganisaation johdossa ymmärrettiin designprosessin hyödyt ja sen tarpeet.

Kuitenkaan oletuksena ei ole, että mitään tapahtuisi yhdessä yössä vaan tarkoituksena on luoda uudet prosessit. Nämä prosessit tulevat kannattelemaan projekteja tulevaisuudessa. Uusien rutiinien ja käytäntöjen luominen vie luonnollisesti aikaa. Totuttujen toimintatapojen muokkaaminen on hidas prosessi, mutta voi olla potentiaalisesti kannattavaa.

4 DESIGNPROSESSIN MÄÄRITTELEMINEN

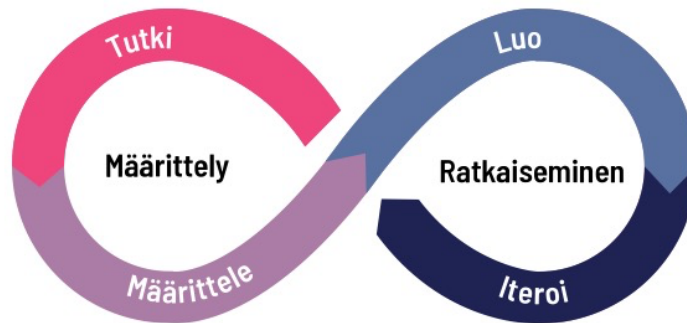
Suunnittelijoilta lähtökohtaisesti saamani vastaukset olivat positiivisia. Mitään suuria ongelmia ei ilmennyt, vaan monet ongelmat ja asiat mitkä nousivat esiin olivat enemmänkin hyvin spesifejä sekä helposti korjattavissa. Toiveena oli yleisesti kommunikaation ja yhteistyön parantaminen eri osastojen välillä. Suunnittelijat halusivat tarkempia ohjeistuksia organisaatitasolle ja projektijohdolle. Lähdin siitä ajatuksesta, että design-ajattelu toimii jo itsessään designprosessina. Ensimmäisessä teemahaastattelussa esittelen suunnittelijoille design-ajatteluun nojautuvan designprosessin, josta lähdän rakentamaan heidän tarpeisiinsa muokkautuvaa prosessia.

Sovelluskehittäjien kysymykset luodaan yhdessä suunnittelijoiden kanssa. Sovelluskehittäjät haluavat varsinkin alkuvaiheissa olla tiiviimmin mukana projekteissa. He toivovat alusta alkaen saavansa olla mukana designprosessia teknisenä neuvonantajana. Myös toivovat saavansa enemmän tukea suunnittelijoilta ongelmatilanteissa ja parantavan tiedonkulkua. Yleinen ymmärrys tässä kaikessa nousi esiin oli se, että ”jatkakaa samaan malliin” muutamia ongelmakohtia lukuun ottamatta. Tästä kaikesta päätelin, että tämä designprosessi auttaa kommunikaation parantamisessa, sillä tavalla, että sovelluskehittäjien ymmärrys suunnittelijoiden tavasta toimia kasvaa.

4.1 Design-ajattelu prosessina

Vaikka design-ajattelu muovautuu prosessin muotoon, mikään näistä niin kutsutuista prosesseista ei koskaan ole lineaarinen, vaan asioita voi tapahtua missä tahansa prosessin vaiheissa. Kuvassa 2 esitellään miten designprosessi ei ole lineaarinen, vaan niin sanotusti pyörii ympyrää itsensä ympärillä. Ympyrä sulkeutuu sitten kun oikeat vastaukset ja ratkaisut ovat löydetty. Kirjassaan *Design Thinking: New Product Development Essentials From the PDMA*, Michael G. Luchs, Scott Swan, Abbie Griffin kertovat kuinka design-ajattelu muovautuu prosessiksi seuraavalla tavalla: On olemassa monia erilaisia design-ajattelua sivuavia metodeja saatavilla. Tämä keino ratkaista ongelmia sisältää kaksi merkittävää vaihetta: ongelmien tunnistaminen ja ratkaiseminen. Kummatkin vaiheista ovat kriittisiä, mutta usein monet yritykset, tiimit sekä tekijät ovat keskittyneet siitä

jälkimmäiseen eli ongelmien ratkaisuun. Design-ajattelun ytimessä on ymmärrys siitä, että ratkaisemme oikeat ongelmat emme vain oletettuja. Kun olemme tunnistaneet ongelman vasta sitten voimme määrittellä ja aloittaa designprosessin lopulliset vaiheet tuotteen tai palvelun julkaisuun asti. (Luchs;Swan;& Griffin, 2015)



Kuva: Design Thinking: New Product Development Essentials from the PDMA 1st Edition
Michael G. Luchs, Scott Swan & Abbie Griffin

Kuva 2. Kaavio siitä miten design-ajattelu muovautuu prosessiksi. (Luchs;Swan;& Griffin, 2015)

Design-ajattelun ensimmäinen vaihe on *Discover* eli *Löytäminen*. Luchs, Swan ja Griffin kirjoittavat tästä vaiheesta seuraavasti. Tämän vaiheen tarkoituksena on oivaltaa uusia asioita ja ajatuksia asiakkaasta, tuotteesta tai palvelusta. Yksi haaste mikä voi tulla vastaan uusien tuotteiden tai palveluiden luomisessa on se, että monesti tekijät voivat olla liiankin syvällä omien tuotteiden tai teknologioiden maailmassa. Tämä ymmärrys on luonnollisesti myös tärkeää, mutta se voi rajoittaa kokonaiskuvan näkemistä. Hyvää tarkoittaen tehty tutkimus voi johtaa puolueellisiin tuloksiin. Nämä tulokset voivat johtaa vain pieniin ja tarpeettomiin muutoksiin. Etsiessämme läpimurtoon vievää ideaa voivat parhaat ideat ja tärkeimmät tarpeet olla vaikea pukea sanoiksi. Tätä kaikkea kutsutaan asiakkaan intressien ja brändin vuorovaikutukseksi tai kuten englanniksi sanotaan *Customer Insights*. Kuinka siis löydämme ne asiakkaan intressit, joista voi tulla mahdollinen läpimurto yritykselle. On olemassa lukemattomia tapoja syventää asiakkaiden ymmärrystä ja monet näistä tavoista ovat kvalitatiivisia luonteeltaan. Niiden keinojen tarkoitus on auttaa suunnittelijoita sisäistämään asiakkaan intressit. Tätä prosessia kutsutaan tyyppillisesti empatiaksi. (Luchs;Swan;& Griffin, 2015)

4.2 Designprosessin ensimmäinen vaihe

Keskustelin suunnittelijoiden kanssa siitä mitä on tarkoitus tulla ensimmäiseen vaiheeseen. Sovelluskehittäjien ajatukset projektien alussa tiedonkeräämisestä selvitin yhdessä suunnittelijoiden kanssa. Saamieni vastausten mukaan molemmat osastot kokivat erittäin tärkeäksi sen, että määritellään alusta alkaen ne oikeat ongelmat, joita on tarkoitus lähteä ratkomaan. Määrittelin tarpeen sille, että keräämme tarpeeksi tietoa projektin alussa tuoteomistajilta sekä teemme taustatutkimusta erilaisilla tavoilla. Tietenkin näitä aiheita ja tapoja jo luonnollisesti käsiteltiin nykyisissä asiakasprojekteissa. Tein suunnittelijoiden kanssa yhdessä ohjeistuksen, joiden avulla tämä tiedonkeruu helpottuu tulevaisuudessa ja pysyy yhtenäisenä projektista toiseen.

Luchsin, Swanin ja Scottin mukaan ensimmäisen vaiheen tarkoitus on kerätä mahdollisimman paljon tietoa. Tämä ajatus myös nojautuu siihen, että mikään suunniteltu tuote tai palvelu ei tällöin nojaa intuition tulokseen. Se pohjautuu siihen ajatukseen, että suunnittelijat suunnittelevat ainoastaan perustuen dataan, faktoihin ja parhaaseen ymmärrykseen liiketoiminnasta sekä käyttäjistä. (Luchs;Swan;& Griffin, 2015)

Yhdessä loin suunnittelijoiden kanssa teemahaastattelujen sekä sovelluskehittäjiltä kyselylomakkeella saamieni vastausten avulla ensimmäiset vaiheet prosessissa nojautuen *Discovery* -vaiheeseen. Kuitenkin design-ajattelusta poiketen yhdessä suunnittelijoiden kanssa lisäsimme ennen ensimmäistä vaihetta yhden vaiheen.

Tämän vaiheen ainoa tarkoitus on lisätä ymmärrystä liiketoiminnasta ja projektin päämääristä. Yksi vaihe ei riitä vaan tarkoitus on jakaa *Discovery* -vaiheen kahteen osaan. Tässä osassa tutkimusta suunnittelijat painottivat sitä, että projektin alkaessa on erittäin tarpeellista ymmärtää projektin tarpeet sekä määritellä ne tärkeimmät henkilöt, joiden pitää olla projektissa vahvasti mukana alusta loppuun saakka. Myös liiketoiminnan ymmärrys tuli vahvasti esiin. Nämä olivat jo käytössä osassa projekteja, mutta oli kuitenkin on parempi, että luotiin oma prosessivaihe näistä kahdesta aiheesta ennen käyttäjätutkimukseen siirtymistä. Lähdimme kutsumaan tätä *Liiketoiminnan päämäärät* -vaiheeksi. Kuvissa 2 ja 3 havainnollistetaan tämä ensimmäinen prosessivaihe ja mahdolliset käytettävät työkalut. Tämän vaiheen tarkoituksena on ymmärtää enemmän projektista ja liiketoiminnasta, ennen kuin lähdemme tekemään käyttäjätutkimusta. Kun tämä vaihe on tehty ja tarvittavat dokumentit on tallennettu, on aika siirtyä seuraavaan vaiheeseen.

1. Ensimmäinen vaihe: Liiketoiminnan ja projektin päämäärät

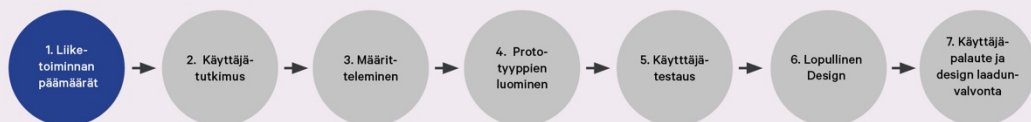
Projektin validointi ja liiketoiminnan ymmärrys

Se että ymmärrämme mitä olemme tekemässä on oleellista jokaisen projektin alussa. Ennen kun voimme iteroida, testata tai tehdä parhaita mahdollisia tuotteita ja palveluita, on parasta kysyä miksi.

Miksi me olemme tässä? Kuinka me teemme tätä?
Mihin me olemme menossa?

Ensimmäisessä vaiheessa määrittelemme mm. projektin päämäärän, tiimin ja MVP (minimum viable product) määritteet.

Tarkoituksena on ymmärtää asiakkaan liiketoiminnasta tarpeelliset ja olennaiset asiat jotka auttavat tuotteen tai palvelun suunnittelemisessa.



Kuva 3. Ensimmäisen vaiheen esittely.

1. Ensimmäinen vaihe: Liiketoiminnan ja projektin päämäärät

Projektin validointi ja liiketoiminnan ymmärrys

Tämän vaiheen jälkeen on dokumentoitu sekä ymmärretty projektin päämäärät, keskeiset henkilöt ja liiketoiminnan päämäärät.

Tässä vaiheessa yleisesti käytettyjä työkaluja:

- Project Journey Map
- Business Map



Kuva 4. Ensimmäisen vaiheen mahdollisia työkaluja.

4.3 Designprosessin toinen vaihe

Sen jälkeen, kun olemme jo määritelleet liiketoiminnan päämäärät ja projektin näkökulmat, niin on hyvä siirtyä prosessin seuraavaan vaiheeseen. Toiseksi vaiheeksi designprosessissa määritelimme design-ajattelua sivuavan vaiheen nimeltä *Discovery*. Tätä kutsuimme nimellä *Käyttäjätutkimus*. Määritelimme yhdessä ne tavat kerätä tietoa tässä vaiheessa. Haastatteluissa saamieni vastausten perusteella loin työkaluja ja dokumentaatio-ohjeistuksen suunnittelutiimille. Kuvat 4 ja 5 havainnollistavat tämän vaiheen osia ja mahdollisia työkaluja.

Luchsin, Swanin ja Scottin mukaan tämän *Käyttäjätutkimusvaiheen* tarkoituksena on hypätä mahdollisten asiakkaiden saappaisiin. Tässä prosessin kohdassa emme nojaudu numeeriseen dataan ja statistiikkoihin. Tiimien pitää pystyä kääntämään kvalitatiivinen

tieto spesifiksi asiakkaan intressien ja brändien vuorovaikutukseksi. Tähän on olemassa lukemattomia työkaluja kuten empatiakartat ja käyttäjäpersoonien kirjoitus. Kuitenkin tärkein tapa *löytämisessä* on iteroida datan keräämisen ja sen syntetisoinnin välillä. Tämä siis tarkoittaa sitä, että ennen kuin kaikki mahdollinen data on kerätty, niin jo kerättyä tietoa käytetään suunnittelutyön apuna. Tämä vaatii joustavuutta sekä kärsivällisyyttä, mutta auttaa varmistamaan sen, että oleellisia metodeja käytetään projektin aikana. Eikä pidetä vain kiinni siitä, kuinka tutkimusta toteutettiin projektin alussa. Kunhan tiimi on varma siitä, että he ovat identifioineet ne tarpeeksi tärkeät *Customer Insight* eli asiakkaan intressien ja brändin vuorovaikutukset, niin he ovat valmiita siirtymään *Define* eli *Määrittelyvaiheeseen*. (Luchs;Swan;& Griffin, 2015)

Tämä vaihe otettiin hyvin vastaan sekä sovelluskehittäjien että suunnittelijoiden puolesta asiakasorganisaatiossa.

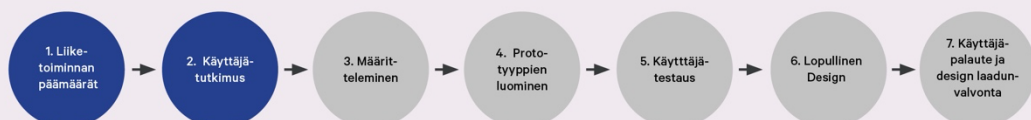
2. Toinen vaihe: Käyttäjätutkimus

Käyttäjien ymmärtäminen

UX / UI designissa meidän pitäisi aina tehdä päätöksiä perustuen tutkittuun tietoon. Luonnollisesti se ei aina toteudu tai aina ole mahdollista. Silloin kun aloitamme uuden projektin, meillä ei usein ole tutkimusdataa saatavilla. Kuitenkin usein on joku jolla ajatus tai tietoa miten käyttäjät ajattelevat ja käyttäytyvät.

Tässä vaiheessa me koemme tuotteet tai palvelut asiakkaan kokemuksen kautta.

Toisessa vaiheessa alamme ymmärtämään enemmän käyttäjien käyttäytymisestä, tarpeista ja motiiveista.



Kuva 5. Toisen vaiheen esittely.

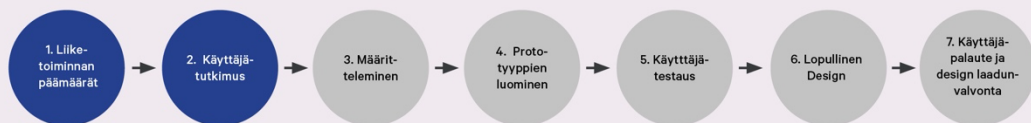
2. Toinen vaihe: Käyttäjätutkimus

Käyttäjien ymmärtäminen

Olemme keränneet tarpeeksi tietoa projektista, liiketoiminnasta ja loppukäyttäjistä, jotta voimme siirtyä seuraavaan vaiheeseen.

Tässä vaiheessa yleisesti käytettyjä työkaluja:

- User Personas
- Customer Survey
- Customer Demographics



Kuva 6. Toisen vaiheen mahdolliset työkalut.

4.4 Designprosessin kolmas vaihe

Löytäminen eli Discovery tarkoitti sitä, että laajasti ymmärsimme asiakasta, heidän tunteitaan, ajatuksiaan, kokemuksiaan ja tarpeitaan. *Define eli Määrittelyvaihe* on siitä seuraava. *Design Thinking: New Product Development Essentials from the PDMA* kirjassa avataan seuraava vaihe seuraavalla tavalla: Määrittelyvaiheessa tarkoitus on tuoda mukaan tarkkaan määriteltäviä ongelmia ratkaistavaksi. Tässä vaiheessa prosessia suunnittelijoilla pitäisi olla tarpeeksi tietoa heidän asiakkaistaan ja projektin kontekstista. Haaste on identifioida ne tarpeet ja intressit, jotka ovat tavoittelemisen arvoisia. Tämän vaiheen lopuksi nämä tarpeet ja intressit ovat yleensä määriteltäviä niin sanotuiksi 'problem statementsiksi'. (Luchs;Swan;& Griffin, 2015) Suomeksi tämä voidaan vapaasti kääntää ongelman määrittelemiseksi.

Suunnittelijoiden haastatteluissa ja sovelluskehittäjien kyselyssä tuli esiin tarve sille, että määrittellään tarkkaan ongelmat ja mahdolliset ratkaisut. Tämä koettiin myös olevan hyväksi kommunikaation parantamiseksi projekteissa eri osastojen ja asiakkaan välillä. Tarkoitus on parantaa taustatutkimusta, dokumentaatiota ja ymmärrystä projekteissa. Aikataulut ja sisältöjen laajuudet riippuvat aina projektin sekä asiakkaiden tarpeista. Tätä varten on jo olemassa työkaluja tai työtapoja, joita voi käyttää hyväkseen projektissa kuin projektissa.

Tätä kutsuttiin *Define* vaihetta *Määrittelemiseksi*. Loin tähän ohjeistuksen sekä mahdollisia työkaluja, jotka löytyvät kuvista 7 ja 8. Tässä vaiheessa määrittellään designin ongelma informaatioarkkitehtuurin, navigaatiohierarkian ja sisältökartoituksen avulla. On mahdollista tehdä ensimmäisiä versioita tuotteen mahdollisista toiminnoista.

3. Kolmas vaihe: Määritteleminen

Projektin määrittelyvaihe

Ideat ovat ideoita kunnes teemme niistä todellisia. Kolmannessa vaiheessa meidän pitää tunnistaa ne tarpeet ja intressit jotka ovat tavoittelemisen arvoisia.

Me määrittelemme designin ongelman informaatio arkkitehtuurin kautta, teemme navigaatiohierarkiaa ja suunnittelemme sisältöä. Teemme ensimmäisiä luonnoksia rautalankamalleista sekä flow charteja. Tässä vaiheessa myös viimeistään määrittelemme projektin koon ja kirjoitamme designsuunnitelman.



Kuva 7. Kolmannen vaiheen esittely.

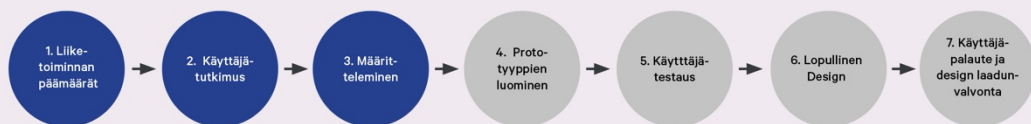
3. Kolmas vaihe: Määritteleminen

Projektin määrittelyvaihe

Tämän vaiheen lopussa olemme tunnistaneet tarpeet ja määritelleet projektin koon ja aikataulun.

Tässä vaiheessa yleisesti käytettyjä työkaluja:

- Problem Statement. How / Why laddering?
- Structured Brainstorming Session



Kuva 8. Kolmannen vaiheen mahdolliset työkalut.

4.5 Designprosessin neljäs vaihe

Luchs, Swan ja Griffin jatkavat prosessissa eteenpäin. Näiden vaiheiden jälkeen tulee vaihe *Create* eli *Luominen*. Tämän vaiheen tarkoituksena on luoda konsepti tai setti konsepteja, jotka voidaan julkaista kohdemarkkinoille palautteen saamiseksi. Palautteen avulla ja sen jälkeen iteroimalla voidaan parantaa tätä konseptia tai konsepteja. Yleensä tätä kaikkea kutsutaan prototyyppiä. (Luchs;Swan;& Griffin, 2015)

Prototyyppien luonti tapahtuu suunnittelussa usein ihan itsestään. Kuitenkaan emme voi väheksyä sen roolia projekteissa. Ilman prototyyppiä emme voi testata, ilman testausta emme voi epäonnistua ja parantaa ideoitamme. Prototyyppiä on luotu taiteessa ja designissa aikojen alusta lähtien. Printtien maailmassa, tulostimme paperille ja leikkelimme erilaisia fyysisiä prototyyppiä. Digitaalisten tuotteiden ja palveluiden maailmassa tämä tapahtuu joko perinteisesti paperille piirtäen tai tekemällä monimutkaisemmat, lopputuotetta lähellä olevat prototyyppiä. Tähän osaan ei oikeastaan kummallakaan osastolla ollut

mitään kommentoitavaa, koska tämä oli jo niin olennainen osa designtyötä. Nämä löytyvät kuvista 9 ja 10.

Kaikki tapahtuu erehdysten ja kokeilujen kautta, harvempi saa mitään ensimmäisellä kerralla täysin oikein. Tätä vaihetta kutsutaan nimeltä *Prototyping* eli *Prototyyppien luominen*. Tässä vaiheessa käytetään erilaisia ketteriä prototyyppien luomismetodeja sekä työkaluja. Luodaan prototyyppisiä testaukseen ja tuoteomistajien sekä asiakkaan palautteen saamiseksi. Prototyyppien luominen tapahtuu asiakasorganisaation valitsemilla työkaluilla.

4. Neljäs vaihe: Prototyyppien luominen

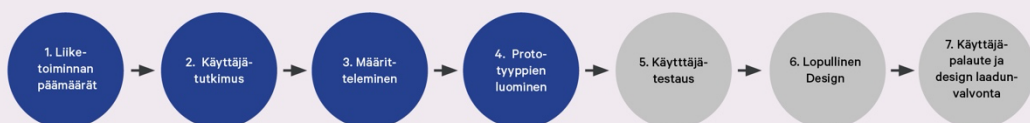
Prototyyppien rakentamisvaihe

Tässä vaiheessa designprosessia me olemme valmiita rakentamaan ensimmäistä versiota prototyyppistä.

Rakennamme prototyyppisiä, jotta voimme saada palautetta seuraavassa vaiheessa loppukäyttäjiltä, asiakkaan edustajilta tai muilta testaajilta.

On olemassa kolme erilaista prototyyppiä. Ensimmäinen versio on *low fidelity*, joka tarkoittaa hyvinkin pelkistettyjä rautalankamalleja, jotka voivat olla jopa paperille piirrettyjä. Seuraavaksi on olemassa *medium fidelity*, joka taas on monimutkaisempi versio kuin aiemmasta ja sitten lopuksi on olemassa *high fidelity*, joka siis tarkoittaa, että teemme mahdollisimman lähellä lopullista designia olevat prototyyppit.

Kokonaisuudessaan kaikki riippuu siitä mitkä ovat projektin tarpeet, mitä asiakas toivoo ja minkälainen on budjetti sekä aikataulu. Ei ole olemassa yhtä ja ainoata tapaa luoda prototyyppisiä.



Kuva 9. Neljännen vaiheen esittely.



Kuva 10. Neljännen vaiheen mahdolliset työkalut.

4.6 Designprosessin viides vaihe

Luchs, Swan ja Griffin viimeistelevät design-ajattelun prosessina seuraavalla tavalla. Viimeinen vaihe tässä design-ajatteluun nojautuvassa prosessissa on *Evaluate* eli *Evaluointi*. Tämän vaiheen tarkoitus on saada palautetta prototyypeistä ja ideoista sekä niistä olettamuksista, jotka tulevat niiden mukana. Tämä ei ole viimeinen vaihe vaan tämän vaiheen avulla saadaan tarpeeksi tietoa ja palautetta, jotta voidaan muokata tuotetta tai palvelua eteenpäin. Sen avulla saadaan lisää tietoa, kuinka luoda kaikista lupaavimmat elementit tai ratkaisut lopputuotantoon. Tietenkin perimmäinen tarkoitus koko design-

ajattelussa on se, että me liikumme pois prototyypeistä ja alamme luomaan lopullista tuotetta tai palvelua julkaisua varten. Vaikka nämä prosessit esitellään monesti lineaarisena prosessina, ne eivät kuitenkaan sitä ole. (Luchs;Swan;& Griffin, 2015) Viidettä vaihetta kutsutaan nimellä *User Testing* eli *Käyttäjätestaus* vaiheeksi, katso kuva 11. Tässä vaiheessa validoidaan designit käyttäjätestauksen avulla. Tämän vaiheen jälkeen, jos mitään ongelmia tai muutostarpeita ilmenee, niin palataan aikaisempiin vaiheisiin tarpeiden mukaan.

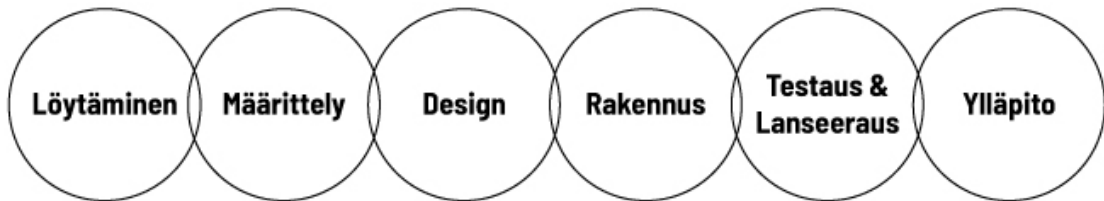


Kuva 11. Viidennen vaiheen esittely.

4.7 Viimeiset vaiheet eli kuudes ja seitsemäs vaihe

Se miksi design-ajattelu ei yksistään mukaudu lopputuotteen julkaisua varten on se, että se liikkuu vahvasti konseptitasolla. Kun perimmäinen tarkoitus on onnistuneesti luoda

tuotteita ja palveluita julkaisuun saakka, niin tästä design-ajattelun prosessista jää muutama etappi välistä. Oheisessa kuvassa 12 havainnoidaan sitä, miten UX-suunnittelu-prosessi voidaan ymmärtää. Tämän kaavion ajatuksiin nojautuen ja suunnittelijoiden kokemuksen perusteella luodaan lopulliset etapit designprosessiin.



Kuva 12. UX Designprosessi (Nichols & Chestnut, Donald, 2014)

Suunnittelijat tekevät työtä digitaalisessa maailmassa, jonka päämääränä on julkaista tuotteita tai palveluita. UX/UI-suunnittelijoiden tarpeet ovat laajemmat kuin ne mitä design-ajattelulla voidaan ratkoa. Tarvitsemme työkaluja prosessiin myös tuotteen tai palvelun julkaisuun saakka.

Nichols ja Chestnut käyvät kirjassaan läpi UX-designprosessia. He kertovat, että vuosien mittaan on luotu erilaisia työtapoja UX- eli käyttöliittymäsuunnitteluun. Joskus projektit voivat olla erittäin monimutkaisia, toisinaan ne voivat olla niin yksinkertaisia, että designin ongelmat ratkaistavissa viikoissa vuosien sijaan. Kuitenkin näiden kaikkien erilaisten tapojen alla on valikoima yleisiä tapoja, jotka ovat standardeja laajassa valikoimassa UX-projekteja. Tällaista ajatustapaa voidaan skaalata eri suuntiin riippuen projektin tai hankkeen laajuudesta. Kukin prosessin vaiheista voi kestää tunteja, päiviä yksinkertaisimmissa hankkeissa. Mitä monimutkaisempi hanke, voi prosessin vaiheet kestää kuukausia tai jopa vuosia (Nichols & Chestnut, Donald, 2014)

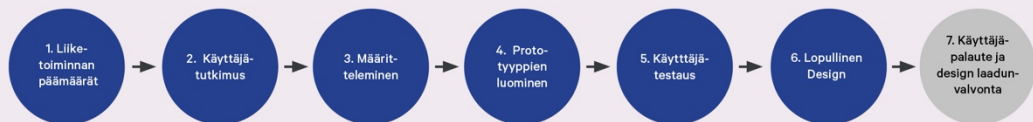
Viimeiset prosessin etapit ovat kohdat kuusi *Detailed Design* eli *Lopullinen Design*, jonka tarkoituksena on luoda valmis design, joka lähetetään tuotantoon. Määrittelimme yhdessä suunnittelijoiden kanssa kirjastot ja työkalut mitä käytämme tässä vaiheessa. Tämä löytyy kuvasta 13.

6. Kuudes vaihe: Lopullinen Design

Viimeinen vaihe ennen tuotantoon lähettämistä

Olemme validoineet, tehneet tutkimusta, rakentaneet ja testanneet.

Nyt olemme valmiita lopulliseen designin luomisvaiheeseen. Se mitä olemme määritelleet projektin alkuvaiheessa lopullisen tuotteen määrittelyksi, vaihtelee luonnollisesti projekteittain.



Kuva 13. Kuudennen vaiheen esittely.

Viimeinen kohta on *User Feedback and Design QA* eli suomeksi *Käyttäjät-palautte sekä designin laadunvalvonta*, joka siis tarkoittaa sitä, että kehityksessä olevaa designin laatua valvoo suunnittelija koko projektin ajan. Kuvasta 14 näkyy seitsemännen eli viimeisen vaiheen esittely.

Käyttäjät-palautte ja designin laadunvalvonta olivat tietenkin tärkeitä ja jo käytettyjä etappeja suunnittelijoiden keskuudessa. Ne otetaan myös luonnollisesti lopulliseenkin designprosessiin mukaan. Näitä ei sen tarkemmin edes tarvittu määritellä, koska ne kuuluivat jo olennaisesti tekijöiden päivittäiseen työhön.

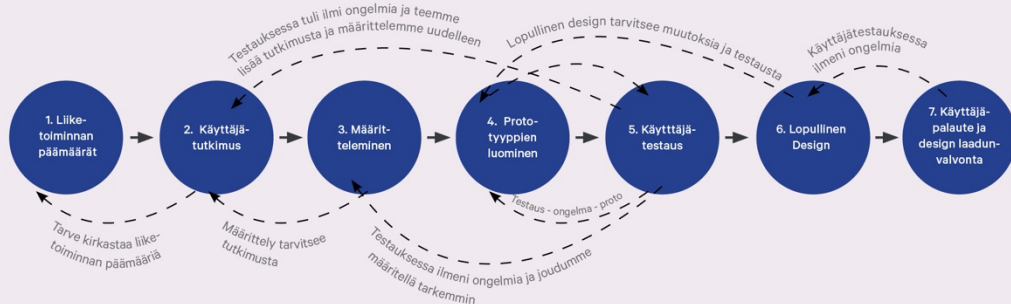
Nyt olen määritellyt designprosessin eri vaiheet mukauttaen design-ajattelun perusperiaatteita. On tärkeää pitää mielessä, että tämä prosessi ei ole koskaan täysin lineaarinen ja se on hyvinkin muokattavissa projektin tarpeiden mukaan.

7. Seitsemäs vaihe:

Käyttäjäpalaute ja designin laadunvalvonta

Tuotteen tai palvelun testaus loppukäyttäjillä

Design on lähetetty tuotantoon ja tuote tai palvelu on julkaistu. Tuotannossa olevaa designia luonnollisesti valvotaan designerin johdolla, että lopullinen tuote muistuttaa designia. Jo julkaistua tuotetta tai ennen julkaisua voidaan kerätä käyttäjiltä palautetta ja tehdä korjauksia tai muita tarpeellisia muutoksia.



Muistamme aina, että tämä prosessi ei ole lineaarinen. Joskus meidän pitää palata aikaisempiin vaiheisiin ja tehdä muutoksia, määritellä, tutkia tai kirkastaa liiketoiminnan päämääriä uudestaan.

Kuva 14. Viimeisen vaiheen esittely.

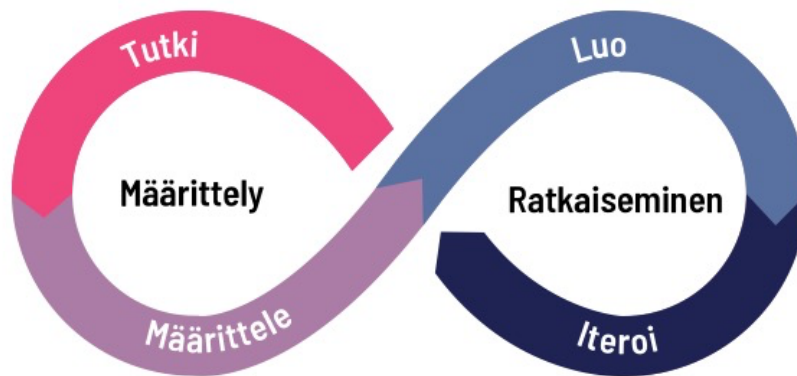
Designprosessi on käyty loppuun ja tuote julkaisussa. Tuotannossa olevaa tuotetta tai palvelua voidaan parantaa vielä laadunvalvonnan tai käyttäjätalutteen avulla. Asiakkaan kanssa kommunikointi toivottavasti paranee sekä muu työyhteisö alkaa ymmärtämään enemmän designia kvalitatiivisena prosessina, joka myös nojautuu tutkittuun tietoon. Lopuksi määriteltiin ne tärkeimmät seikat mitkä pitää ottaa huomioon projekteissa sekä Best Practices -ohjeistuksen koko asiakasorganisaation käyttöön. Kuvassa 15 on designprosessiohjeistuksen ensimmäinen sivu.

Designprosessi

Aina kun suunnittelemme käyttäjäkeskeisiä palveluita ja tuotteita, pitää meidän ratkaista ongelmat niiden alkuvaiheessa. Meidän pitää tunnistaa ne mahdolliset riskit ja tehdä oikeita asioita alusta alkaen näiden riskien minimoimiseksi. Tämä on designprosessimme ytimessä.

Aina projektien alussa meidän tulisi tehdä tutkimusta, etsiä ja oppia niin paljon kuin voimme yritykseltä tai heidän käyttäjiltään. Tämän jälkeen voimme alkaa tehdä johtopäätöksiä siitä mitkä ovat parhaat ratkaisut juuri tälle projektille.

Tavoitteenamme on enemmänkin rakentaa ideoista kuin analysoida niitä kriittisesti ja pilkkoa hyvät ideat palasiksi. Tätä varten on tehty ei-lineaarinen prosessi nimeltä design-ajattelu ja se menee näin:



Kuva: Design Thinking: New Product Development Essentials from the PDMA 1st Edition
Michael G. Luchs, Scott Swan & Abbie Griffin

Figure 15. Designprosessiohjeistuksen ensimmäinen sivu. Kuva: (Luchs;Swan;& Griffin, 2015)

Teimme yhdessä suunnittelijoiden kanssa ohjeistukseen muistilistan, jotta myös projektipäälliköt sekä sovelluskehittäjät voivat helposti seurata ohjeistusta. Katso kuva 16.

Hyvä muistaa -lista

Jokaisessa projektissa:

- Projektin ja liiketoiminnan ymmärrys
- Saanut tarpeeksi infoa ja dataa projektista
- Määritellyt projektin koon ja päämäärät
- Rakentanut prototyypin joka noudattaa ohjeistuksia ja kirjastoja
- Testannut tiimin sisällä/käyttäjillä/asiakkaalla

Ei jokaisessa projektissa

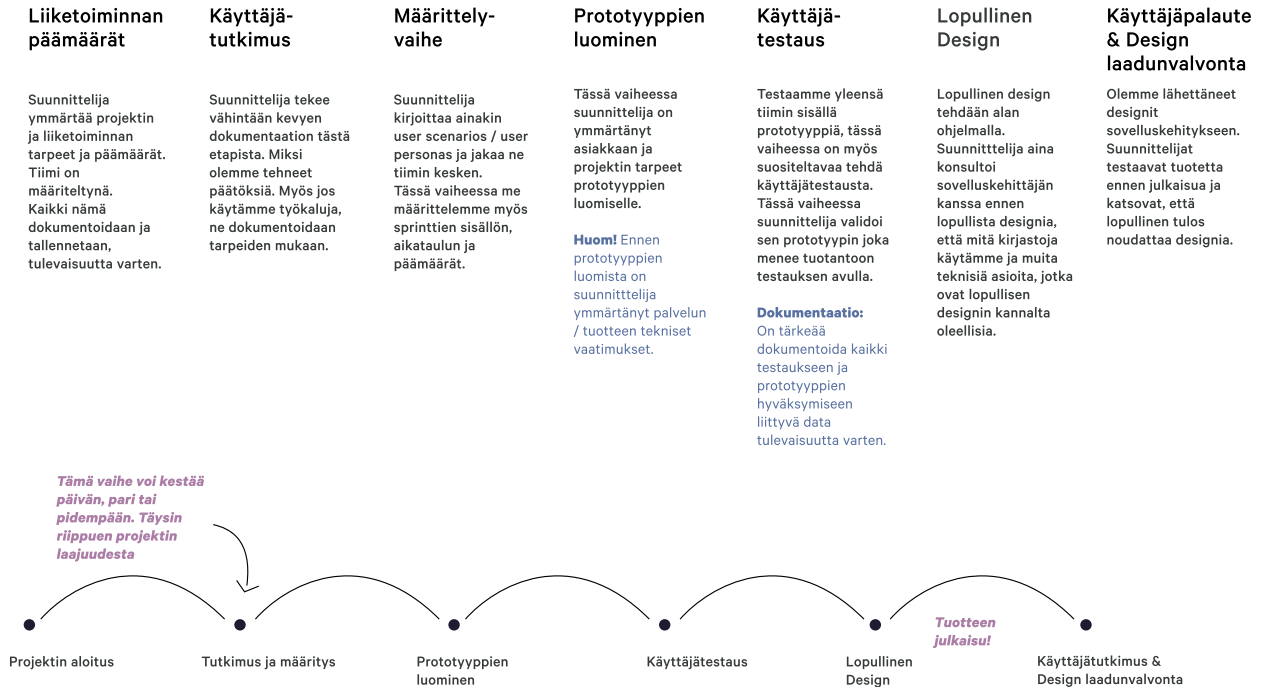
- Tehnyt finaalidesignin, joka noudattaa ohjeistuksia ja kirjastoja. Design on validoitu testauksella.
- Designin laadunvalvontaa, joka pitää huolen, että sovelluskehityksessä ei tule ongelmia

Huomio: Emme tee tätä, jos työskentelemme ainoastaan wireframe -tasolla.

- Suunnitellut design systemin

Kuva 16. Muistettavat asiat projekteissa.

Best practices



Kuva 17. Best Practices

Määrittelin myös parhaat toimintatavat suunnitteluosastolle, jotka myös jaetaan asiakasorganisaation sisällä. Tällöin esimerkiksi sovelluskehittäjät tai projektipäälliköt tietävät mitä he voivat odottaa suunnittelijoilta. Katso kuva 17.

4.8 Designprosessin määrittäminen

Designprosessin määrittely ja julkaisu tapahtui keskustelemalla mahdollisista prosesseista niiden henkilöiden kanssa, joiden työhön nämä tulevat vaikuttamaan. Jaoin ensimmäisen version designprosessista tiimin sisällä, johon kuului suunnittelija ja sovelluskehittäjä. He testasivat kuinka tämä designprosessi ja sen työkalut toimivat käytännössä. Kävimme yhdessä avoimia haastatteluja aiheesta ja pallottelimme mahdollisia vaihtoehtoja prosessiin. Valitsimme yhdessä asiakasorganisaation tarpeisiin muokatun version design-ajattelun prosessista sekä UX-prosessimallista. Määrittelin työkaluja, joita tarvitaan projektin eri vaiheissa sekä loin myös jaettavat ohjeet koko organisaatiolle. Lisäsin suunnittelijoiden tarpeiden ja näkemysten mukaan design-ajattelun prosessimalliin

lisäosioita, joiden avulla työn määrittäminen ja laatu toivottavasti paranevat. Tämä määrittelemäni designprosessi on ensimmäinen versio, joka varmasti tulee vielä elämään ja paranee muokkauksen ja kokemuksen avulla.

Yksikään projekti ei koskaan ole luonnollisesti samanlainen, jolloin myöskin tämä designprosessi elää tarpeen mukaisesti. Designprosessisuunnitelma luotiin lopulliseksi yhdessä suunnittelijoiden kanssa avoimissa haastattelutilanteissa. Halusin tuoda tekijät lähelle tätä prosessia, jotta me olisimme luomassa käytettäviä ja käytännönläheisiä prosesseja, joista on oikeasti hyötyä näiden prosessien käyttäjille.

5 HAASTATTELUIDEN RAKENNE JA KYSYMYKSET

5.1 Suunnittelijoiden haastattelutilanteet ja kyselylomakkeen kysymykset

Ensimmäisessä kysymyksessä selvitetään suunnittelijoiden taustaa ja mitä he tekevät yrityksessä. Kysymyksissä 2-3 selvitetään heidän omia käyttämiään designprosesseja ja minkälaisia ongelmia he yleensä ratkovat työssään. Kysymyksissä 4–5 selvitetään eri osastojen välistä kommunikaatioita. Kysymyksissä 6–8 selvitetään kuinka toimivaksi suunnittelijat kokevat omat työkalunsa ja kuinka he ovat selvinneet esiin nousseista ongelmatilanteista.

Avoimissa haastatteluissa keskustelin syvemmin suunnittelijoiden kanssa prosessien tarpeesta ja tarvittavista työkaluista. Kyselylomakkeessa saamieni vastausten perusteella loin ensimmäistä teemahaastatteluamme varten perinteisen design-ajattelua sivuavan designprosessin. Kävin läpi myös erilaisia vaihtoehtoja siihen, minkälaisia työkaluja asiakasorganisaatiossa tarvitaan päivittäisessä työssä. Lähtötilanteen avulla jalostin asiakasorganisaation suunnittelijoiden kanssa design-ajattelua sivuavan designprosessin, johon lisäsin heidän tarpeiden ja näkökulmien avulla lisäosioita. Valitut työkalut olivat heidän tarpeidensa ja toiveidensa mukaiset. Työkalut olivat yleisesti design-ajattelussa ja prosesseissa käytettyjä suunnitteluun ja asiakkaan ymmärtämiseen tarkoitettuja työkaluja. Määrittelin myös uudet työkalut designin tekemistä varten yhdessä suunnittelijoiden kanssa.

Suunnittelijoiden kysymykset:

- Minkälaista design työtä teet? UI, UX? Verkkosivuja, työkaluja, tuotteita vai palveluita?
- Minkälaisia ongelmia ratkaiset yleensä työssäsi?
- Minkälainen on sinun henkilökohtainen design prosessisi? Ideoista toteutukseen?
- Jos työskentelet tiimissä. Kuinka jaat tiedostoja muille kuin suunnittelijoille?
- Kuinka monta on yleensä mukana projekteissa? Mitä he tekevät?

- Auttavatko käyttämäsi työkalut työssäsi? Tarvitsetko uusia tai parempia työkaluja luomaan parempia prosesseja ja tapoja?
- Onko sinulla resursseja tai apua saatavilla, jos jäät jumiin työssäsi?
- Jos olet tarvinnut tukea työssäsi lähiaikoina, mitä se on ollut?
- Kommentteja tai toiveita liittyen työtapojesi parantamiseen.

5.2 Sovelluskehittäjien ajatukset designprosessista ja kyselylomakkeen kysymykset

Sovelluskehittäjiltä kysyin käytännönläheisempiä kysymyksiä, koska en voinut olettaa heidän olevan niin selvillä designin omista prosesseista. Kysymyksissä 1–2 selvitin projektien alun lähtötilanteita sovelluskehittäjien näkökulmasta. Kysymyksissä 3–4 kysyin minkälaisiin ongelmatilanteisiin he ovat törmänneet ja tarvitsevatko he enemmän tukea suunnittelijoilta. Seuraavissa kysymyksissä selvitin käytännönläheisesti siitä, kuinka he haluavat saada materiaalit ja informaation suunnittelijoilta. Lopuissa kysymyksissä selvitin mitä ohjelmia he haluavat käytettävän silloin kun on kyse datan ja designin siirtämisestä heidän käyttöönsä. Halusin myös tietää kokevatko he kommunikaation pelaavan eri osastojen välillä. Kartoitin minkälaisena he kokevat designin ja sovelluskehittäjien välisen yhteistyön, tarvitsevatko he enemmän tukea designosastolta omassa työssään. Mitä työkaluja he haluavat meidän käyttävän, kun kyse on materiaalien toimittamisesta heidän työstettäväksi. Selvitin myös minkälaisiin ongelmiin he törmäävät työssään, ja mitä muuta he toivovat design-osaston tekijöiden muuttavan toimintatavoissaan. Kysymykset laadittiin yhdessä suunnitteluosaston suunnittelijoiden kanssa avoimessa haastattelutilanteessa.

Sovelluskehittäjien kysymykset:

- Koetko tarvetta olla mukana aikaisessa vaiheessa designprosessia?
- Mitä suunnittelijoiden pitäisi kysyä / tietää / olla tietoinen sovelluskehittäjien mielestä?
- Jos kohtaat mahdollisia esteitä designissa ongelmia sovelluskehityksen puolelta. Miten hoidat ongelmanratkaisemisen?

- Jos on ongelma projektissa tunnetko, että saat tarpeeksi tukea suunnittelijoilta?
- Mikä on mielestäsi tärkein asia mitä suunnittelijoiden pitäisi pitää mielessä, kun luot materiaaleja kehitykseen?
- Koetko, että kommunikaatio on ollut selkeää suunnittelijoiden ja sovelluskehittäjän puolelta.

6 YHTEENVETO DESIGNPROSESSEISTA JA DESIGN-AJATTELUSTA

Design-ajattelumallilla voimme kuitenkin tuoda työntekoon epäonnistumisen mahdollisuuden. Aikainen testaus projektin kuluissa mahdollistaa vikojen löytämisen ajoissa, joka taas mahdollistaa tulevaisuuden paremman menestyksen. Tämä kuitenkin vaatii organisaatioilta epäonnistumisen hyväksymistä. Toivonkin tämän työni avulla myös ujuttaa ajatuksen siemenen organisaatioon epäonnistumisien mahdollisuuksista.

Kuten David ja Tom Kelley kertovat kirjassaan *Creative Confidence*, että aikaisessa vaiheessa altistuminen epäonnistumisille saattaa olla elintärkeää menestymiselle. Se mitä nopeammin löydät heikkouksia tuotteen tai palvelun alkuvaiheiden innovaatiocyklissä sitä helpompi niitä on korjailta tai parannella tulevaisuutta varten. (Kelley & Kelley, 2014)

Samasta epäonnistumisen sallimisen ilmapiiristä kirjoittaa Satu Miettinen kirjassaan *Muotoiluajattelu*. Muotoiluajattelu on kuin ulkoistaisi sisäisen ajattelutapansa. Tätä voi kuka tahansa soveltaa kehittämistyössä. Tämän ajattelumallin tarkoituksena on etsiä paljon erilaisia vaihtoehtoja sekä iteroida nopealla syklillä, oikean ongelman tai ongelmakentän kriittinen tutkiminen sekä epäonnistumisien salliminen. (Miettinen, 2014)

6.1 Design-ajattelu UX designprosessissa

Design alkaa tutkimalla, määrittelemällä, suunnittelemalla, rakentamisella ja testaamisella. Design-ajattelu, jonka juuret ovat hyvin kaukana digitaalisesta suunnittelusta on silti ollut esikuvana UX-designprosessille. UX-designprosessi ei eroa paljon tästä jo 1900-luvulla, ennen minkäänlaisia digitaalisia unelmia luodusta design-ajattelun mallista. Näiden prosessien ytimessä on se ajatus, että kysymällä oikeat kysymykset projektin alussa, ymmärtämällä käyttäjiä, validoimalla designin ongelman, prototyyppien luomisella ja testaamisella voi saada aikaan parempia tuloksia.

7 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Hienot ohjeistukset, tarkat suunnitelmat ja prosessit eivät kuitenkaan koskaan varmasti vastaa sataprosenttisesti todellisuutta. Kuitenkin jostain on hyvä aloittaa ja näiden avulla luodaankin designille organisaatiossa runko. Iterointi, epäonnistuminen ja muovautuvuus tilanteen ja tarpeen mukaan tulee olemaan myös tämän designprosessin onnistumisen takana. Kuten vanha sanonta kuuluu: kukaan ei ole seppä syntyessään. Myöskään yksikään prosessi ei ole täydellinen luomistilanteessa, vaan se aivan varmasti kehittyy ja paranee iän myötä.

Kuitenkin toiveena ja tarkoituksena on saada tämä designprosessi mahdollisimman laajalti pian käyttöön. Tässä tulevat apuun ohjeistukset, kaaviot sekä designprosessin jalkauttaminen sisäisen tiedottamisen kautta.

8 LOPUKSI

Kuinka muuttaa jo totuttuja työtapoja? Mikään ei tule muuttumaan yhdessä yössä ja kaikki isot ja uudet muutokset vievät aikaa. Jos joku ei määrittelemästani prosessista toimi, niin sitä voi hyvinkin muuttaa ja parantaa. Itse suunnitteluprosessia voidaan siis käyttää myös tässä opinnäytetyössä luomiini työkaluihin ja prosesseihin.

Toivon, että tekemästani työstä hyötyy koko organisaatio, asiakkaat ja itse asiantuntijat. Myös toivon sitä, että mahdollisimman monet suunnittelijat, organisaatiot, oppilaitokset sekä johtoryhmät alkavat ymmärtää tulevaisuudessa strukturoidun designin tärkeyttä. Maailma muuttuu nopeammin kuin koskaan aiemmin ja tulevaisuus näyttää epävarmemmalta. Toivon myös, että näiden prosessien avulla design ei näyttäydy ulkopuolisille jonnain mysteerisenä suunnittelijan intuition tulokselta, vaan, että sitä aletaan ymmärtää kvalitatiivisena tutkimukseen nojautuvana prosessina.

Kuten Sir Ken Robinson sanoi TED Talk -puheessaan: *”Lukutaito ja luovuus ovat nykypäivänä koulutuksessa yhtä tärkeitä. Meidän myös pitäisi kohdella luovuutta samalla arvostuksella. Se, että olet väärässä ei tarkoita sitä, että olisit luova. Kuitenkin sen me tiedämme, että jos et koskaan anna itsellesi mahdollisuutta olla väärässä, et voi koskaan luoda mitään uutta. Siihen päivään mennessä, kun tulemme aikuiseksi, monet lapsista ovat menettäneet jo tämän kapasiteettinsa olla luova. He pelkäävät olla väärässä. Me johdamme yrityksiämme samalla tavalla. Me stigmatisoimme virheitä. Johdamme myös koulutuslaitoksiamme samalla tavalla, missä virheet ovat pahimpia asioita mitä voit tehdä. Tämän kaiken lopputuloksena on se, että koulutamme lapsia pois heidän synnynäisistä taidoistaan olla luova. Picasso on joskus sanonut: ”Kaikki lapset ovat synnynäisiä taiteilijoita, ongelma piilee siinä, kuinka pysyä sellaisena, kun kasvaa aikuiseksi.” Uskon siihen vahvasti, että emme kasva luovaksi vaan meidät koulutetaan pois siitä.”* (Robinson, 2006)

Tämä on asia mistä olen itsekkin joutunut opettelemaan pois. Uskon siihen, että pelko virheistä johtaa useimmiten huonompaan lopputulokseen. Ajatus siitä, että me uskaltaisimme tulla poteroistamme ulos, tehdä yhteistyötä ja tehdä suunnittelua systemaattisemmin. Se, että uskaltaisimme ottaa kritiikkiä vastaan ja antaa sitä. Uskaltaisimme nähdä tämän kaiken yhteisenä hyvänä, jonka lopputulemana olisi parhaimmassa tapauksessa erittäin onnistunut projekti, tuote tai palvelu. Uskon, että näiden työkalujen avulla tehty suunnittelutyö avaa suunnittelijoiden maailmaa ja ottaa suunnitteluprojektiin muitakin tekijöitä mukaan. Se on jopa helpottavaa ymmärtää, että mikään vastaus ei yksinään loju

suunnittelijan harteilla vaan, että siihen löydetään vastaukset yhdessä ja tutkimuksen avulla. Silloin myös kritiikin antaminen ja vastaanottaminen helpottuu, joka taas parantaa lopputulosta. Uskoisin, että melkein kaikki meistä haluavat saavuttaa parhaan mahdollisen lopputuloksen jokapäiväisessä työssämme.

9 LÄHTEET

- Elvis, C. (2018). *Hands-On UX Design for Developers: Design, Prototype and Implement Compelling User Experiences from Scratch*. Packt Publishing.
- Kelley, D.;& Kelley, T. (2014). *Creative Confidence*. New York: Penguin Random House LLC.
- Luchs, M. G.;Swan, S.;& Griffin, A. (2015). *Design Thinking: New Product Development Essentials from the PDMA*. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons Inc.
- Maula, H.;& Maula, J. (2019). *Design ja johtaminen*. Suomi: Alma Talent Oy.
- Miettinen, S. (2014). *Muotoiluajattelu*. Teknologiatieto Teknova Oy.
- Muranen, A.;& Harmainen, L. (ei pvm). *Ite Wiki, Käyttöliittymä- & käyttäjäkokemussunnittelu (UI & UX Design)*. Haettu 04. Toukokuu 2021 osoitteesta Ite Wiki: <https://www.itewiki.fi/opas/kayttoliittymasuunnittelu-ux-user-experience-design-eli-kayttajakokemus/>
- Mootee, I. (2018). *Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School*. John Wiley & Sons, Inc.
- Nichols, K. P.;& Chestnut, Donald. (2014). *UX For Dummies*. John Wiley & Sons, Inc.
- Robinson, S. K. (February 2006). *Do Schools Kill Creativity, TED Talks*. Noudettu osoitteesta TED Talks: https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity?language=en#t-364562
- Wikipedia. (05. Marraskuu 2020). *Wikipedia* . Noudettu osoitteesta Wikipedia: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Muotoilu>