



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Jenna Kansanoja

Palvelumuotoilu hinnoittelun tukena

Case Arcana Magica: Tatuointirituaali – uuden palvelun lanseeraus

Opinnäytetyö
Kevät 2023
Kulttuurituottaja AMK



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Tutkinto-ohjelma: Kulttuurituottaja AMK

Tekijä: Jenna Kansanoja

Työn nimi alaotsikoineen: Palvelumuotoilu hinnoittelun tukena, Case Arcana Magica:
Tatuointirituaali – uuden palvelun lanseeraus

Ohjaaja: Juhani Haarala

Vuosi: 2023

Sivumäärä: 40

Liitteiden lukumäärä: 6

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tarkastella palvelumuotoilun merkitystä palvelun hinnoittelussa ja toteuttaa konkreettinen palvelumuotoiluprosessi toimeksiantajalleni Arcana Magicalle, joka lanseeraa vuonna 2023 uuden Tatuointirituaali-nimisen palvelun.

Palvelumuotoiluprosessin työkaluina käytin ensisijaisesti Lootuskukka-taulukkoa, sekä palvelupolun visualisointia eli service blueprintiä. Näiden työkalujen käytön lisäksi kävin useita keskusteluita toimeksiantajan kanssa ja laadimme SWOT-analyysin lanseerattavasta palvelusta. Palvelumuotoiluprosessista syntyneen materiaalin perusteella tuotin toimeksiantajalle myös visuaalista pohjamateriaalia sosiaalisen median markkinointia varten. Prosessin onnistumista arvioin haastatteleamalla toimeksiantajaa.

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Degree programme: Cultural management

Author/s: Jenna Kansanoja

Title of thesis: Service design to support pricing

Supervisor(s): Juhani Haarala

Year: 2023

Number of pages: 40

Number of appendices: 6

The goal of this thesis is to examine the importance of service design in service pricing and to implement a concrete service design process to my client Arcana Magica, which will launch a new service called Tattoo Ritual in 2023.

As tools for the service design process, I primarily used the Lotus flower table and the visualization of the service path, i.e. the service blueprint. In addition to using these tools, I had several conversations with the client and we prepared a SWOT analysis to the service to be launched. Based on the material created of the service design process, I also produced visual material for the basis of social media marketing. I evaluated the success of the process by interviewing the client.

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkuuettelo	6
1 AIHEEN ESITTELY	7
1.1 Opinnäytetyön alustus.....	7
1.2 Arcana Magica – toimeksiantajan esittely	7
1.3 Tatuointirituaali – lanseerattavan palvelun esittely	8
1.4 Palvelun kohderyhmä.....	9
2 PALVELUMUOTOILU JA HINNOITTELU	10
2.1 Aineettoman palvelun muotoileminen	10
2.2 Palvelumuotoilu hinnoittelun tukena.....	11
2.3 Aineettoman palvelun hinnoittelu	11
2.4 Visualisoinnin merkitys aineettoman palvelun markkinoinnissa	13
3 TATUOINTIRITUAALI -PALVELUN MUOTOILUPROSESSI	14
3.1 Toimeksiantajan toiveet palvelun lanseeraamisessa	14
3.2 Käytettävät menetelmät	14
3.3 SWOT -analyysi	15
3.3.1 Lootuskukka -menetelmä.....	17
3.3.2 Palvelupolun visualisointi – Service Blueprint.....	18
3.4 Ajankäytön suunnittelu palvelupolun visualisoinnin avulla	20
3.5 Tatuointirituaali – palvelun hinnoittelun perusteet	20
4 TUOTETTU VISUAALINEN MATERIAALI	23
4.1 Visuaalisen materiaalin suunnittelu	23
4.2 Visuaalisen materiaalin ja markkinointikanavien esittely.....	23
5 TOIMEKSIANTAJAN KOKEMUKSET PALVELUMUOTOILUPROSESSISTA	26
5.1 Palvelumuotoilun merkitys palvelun kehittämisessä, ajankäytön suunnittelussa ja hinnoittelussa	26
5.2 Tatuointirituaali-palvelun visualisointi	27

5.3 Muut toimeksiantajan kommentit palvelumuotoiluprosessista	27
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	28
7 POHDINTA.....	30
LÄHTEET	32
LIITTEET.....	34

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1 – SWOT-analyysitaulukko

Kuva 2 – Tatuointirituaali-palvelun kuvapohja, 1080 px x 1080 px

Kuva 3 - Tatuointirituaali-palvelun kuvapohja, 1080 px x 1920 px

1 AIHEEN ESITTELY

1.1 Opinnäytetyön alustus

Aloittaessani opinnäytetyöprosessia minulla oli toimeksiantaja ja toimeksianto valmiina. Toimeksiantaja Johanna Pääkkönen toimii yrittäjänä yhden hengen yrityksessä nimeltä Arcana Magica. Pääkkönen on lanseeraamassa vuoden 2023 aikana palvelun, jossa hän yhdistelee palvelupaletiltaan konkreettista ja aineetonta palvelua yhdeksi konseptiksi. Minun roolini tässä prosessissa oli olla mukana muotoilemassa tätä uutta palvelua. Muotoiluprosessin tulosten perusteella tehtäväni oli myös tuottaa palvelulle visuaalista materiaalia ensisijaisesti sosiaalisen median markkinointia varten.

Haasteeksi uhkasi muodostua opinnäytetyön kiteyttäminen ja rajaaminen järkeväksi ja realistisesti toteuttamiskelpoiseksi, sillä prosessi kokonaisuudessaan kätki sisäänsä niin monia eri osa-alueita. Tästä syystä työ rajattiin käsittelemään palvelumuotoilun merkitystä hinnoittelussa. Palvelumuotoiluprosessi tarjosi myös toimeksiantajalle työkaluja esimerkiksi ajankäytön suunnitteluun. Prosessi antoi minulle itselleni monipuolisesti eväitä lähteä tuottamaan palvelua kuvaavaa visuaalista materiaalia, sekä luomaan palvelukuvausta.

1.2 Arcana Magica – toimeksiantajan esittely

Arcana Magica on yrittäjä Johanna Pääkkösen toiminimiyritys, joka sijaitsee Kauhajoella ja jonka toimiala on muualla luokittelemattomat henkilökohtaiset palvelut (henkilökohtainen tiedonanto, 22.10.2022). Arcana Magica tarjoaa naisille monipuolisesti erilaisia palveluita, jotka on esitelty Arcana Magican verkkosivuilla (Arcana Magica, i.a.). Näitä ovat tatuointipalvelut, erilaiset henkiset ja vaihtoehtoiset valmennukset ja kurssit, eläinkommunikaatio, sekä tilauksesta valmistettavat shamaanirummut ja rumpupajat. Näiden lisäksi Arcana Magicalla on oma verkkokauppa, jossa myydään enimmäkseen käsin valmistettuja magia- ja rituaalituotteita käytettäväksi modernin noituuden harjoittamiseen.

Arcana Magican melko vakiintunut asiakaskunta koostuu enimmäkseen keski-ikäisistä naisista (J. Pääkkönen, henkilökohtainen tiedonanto, 14.9.2022), jotka harjoittavat magiaa tai ovat kiinnostuneita vaihtoehtoisista ja henkisisistä asioista ja palveluista.

Arcana Magica on ollut toiminnassa yli kymmenen vuoden ajan. Näiden vuosien aikana yrittäjä on jatkuvasti lisäkouluttautunut ja laajentanut palvelutarjontaansa ahkerasti. Nyt yrittäjä tahtoi yhdistää tatuointitaitteen ja henkisen palvelun yhdeksi kokonaiseksi palveluksi ja tarjota näin uutta palvelukonseptia asiakkailleen.

1.3 Tatuointirituaali – lanseerattavan palvelun esittely

Arcana Magican vuonna 2023 lanseerattava uusi palvelukonsepti on nimeltään Tatuointirituaali (henkilökohtainen tiedonanto, 14.9.2022). Nimensä mukaisesti se koostuu tatuointipalvelusta sekä henkisestä, aineettomasta palvelusta. Naisille suunnatun palvelun alustava idea oli tarjota Arcana Magican asiakkaalle kokonaisen työpäivän, eli noin 6–8 tuntia kestävä elämyspalvelu, jonka aikana tarkastellaan asiakkaalle tehtyä Sielun luentaa, ruokaillaan ja tehdään asiakkaalle valikoitu tatuointi.

Sielun luenta on Arcana Magican tarjoama henkinen palvelu (Arcana Magica, i.a.). Tämän luennan avulla voidaan saada selville tietoa asiakkaan sielun alkuperästä, elämäntehtävästä ja karmasta. Näiden tietojen avulla asiakkaan on mahdollista tehdä enemmän positiivisia elämänvalintoja, ymmärtää häntä rajoittavia ja hidastavia tekijöitä ja saada syventävää ymmärrystä omasta itsestään.

Sielun luennan avulla myös valikoidaan asiakkaalle henkilökohtainen kuva, joka ilmentää asiakkaan toiveiden mukaisesti joko hänen sieluaan tai niitä asioita, joista asiakas tahtoo päästää elämässään irti tai niitä asioita, joita hän toivoo elämänsä lisää. Palvelupäivän päätteeksi tämä kuva tatuoidaan asiakkaalle.

Palvelumuotoiluprosessin aikana palvelun idea tarkentui merkittävästi. Prosessin aikana kävi lisäksi ilmi, että Tatuointirituaali-palvelulle oli hyvä määrittää myös erillisiä lisäpalveluita ja jälkipalveluita, joista kerron tarkemmin luvussa 3.

1.4 Palvelun kohderyhmä

Arcana Magica tarjoaa lanseerattavaa palvelua omalle, jo vakiintuneelle asiakaskunnalleen.

Toimeksiantaja kuvaa tyypillistä asiakaskuntansa edustajaa seuraavasti:

- nainen
- 30–50-vuotias
- työssä käyvä
- kiinnostunut henkisistä ja vaihtoehtoisista elämäntavoista
- voi olla elämässään jossain solmukohdassa (esimerkiksi haasteet ihmissuhteissa, työelämässä tai terveydessä)

Toimeksiantaja pitää todennäköisenä, että ensimmäiset asiakkaat, jotka ostavat uuden palvelun, asuvat Etelä-Pohjanmaan alueella (J. Pääkkönen, henkilökohtainen tiedonanto, 14.9.2023) . Myöhemmässä vaiheessa asiakkaita voi tulla myös kauempaa. Tämä arvio perustuu toimeksiantajan aiempiin kokemuksiin yritystoiminnassaan.

Toimeksiantaja toivoo, että palvelun ostava asiakas on valmis työskentelemään aktiivisesti oman tilanteensa edistämiseksi ja uskaltaa luottaa palvelun tuottajaan ja hänen ammattitaitoonsa. Haasteellisia tilanteita asiakkaan kanssa hän kuvaa sellaisiksi, joissa asiakkaalla on liian isot tai epärealistiset odotukset ostetun palvelun suhteen, tai asiakkaalta puuttuu heittäytymiskykyä ja/tai asiakas kokee sellaista epävarmuutta, jolloin päätöksen tekeminen vie aikaa tai on asiakkaalle jopa mahdotonta.

Palvelumuotoilun keinoin voidaan pyrkiä tunnistamaan sellaisia palvelun osia tai vaiheita, joissa asiakkaalla voi olla edellä kuvattuja haasteita. Tunnistamisen jälkeen näitä haasteita voidaan poistaa tai pienentää.

2 PALVELUMUOTOILU JA HINNOITTELU

2.1 Aineettoman palvelun muotoileminen

Palvelu on ei-fyysinen, siis aineeton, käsite (Market Business News, 2023). Palvelun ostamisen toteutuessa omistajuuden muutosta ei tapahdu, toisin kuin konkreettisen tuotteen ostamisen kohdalla.

Kulttuurialalle ominaista on aineettomuus siinä mielessä, että kulttuuri yhdistetään useissa tapauksissa kokemuksiin, elämyksiin ja aineettomaan arvoon. Kulttuuripalveluihin toki liittyy usein myös fyysisiä elementtejä, kuten teatteriesityksissä asiakkaalle luovutettavat pääsyliput, tai maalaustaiteessa itse maalaus. Vaikka maalaus on erittäin konkreettinen tuote, sen käyttäjä on katsoja, joka siis katsoo teosta. Maalauksen käyttötarkoitus on siis olla visuaalinen ärsyke, jonka seurauksena katsoja kokee jonkin elämyksen tai tunteen.

Koska Tatuointirituaali-palvelu on osittain aineetonta, sen tarkoitus on siltä osin tuottaa asiakkaalleen jotain tunnekokemus ja/tai elämys. Toisin sanoen asiakkaalle halutaan tuottaa arvoa.

Somervuori (2018, s. 67) määrittelee arvon käsitteenä ostajan mielikuvaksi tuotteen tai palvelun hyödyistä suhteessa siihen, mistä luovutaan tai mitä uhrataan.

Tuulaniemi jakaa Somervuoren näkemyksen arvosta käsitteenä. Tuulaniemi toteaa Palvelumuotoilu-kirjassaan (2011, s. 30) arvon olevan aina suhteessa ihmisen aikaisempiin kokemuksiin ja siihen, mitä yksilö arvostaa. Hän lisää, että absoluuttista arvoa ei näin ole olemassa.

Taloustutkimus (2022) toteaa artikkelissaan asiakasarvon muodostuvan asiakkaan kokemuksen uhrauksen ja hyödyn suhteesta, ja että tämä arvo voi olla taloudellista, toiminnallista, emotionaalista tai symbolista.

Tatuointirituaalin osalta olennaisimmiksi asiakasarvoa muodostavaksi tekijöiksi nousevat selkeimmin emotionaalinen ja symbolinen arvo. Keskiöön nousevat siis tunne ja kokemus omannäköisensä elämän elämisestä. Palvelun tuottajalle, eli toimeksiantajalle on selvää se,

millaista arvoa hän palvelunsa avulla voi asiakkaalleen tuottaa. Arvoa on kuitenkin vaikea perustella asiakkaalle pelkkänä arvona, sillä asiakas itse lopulta määrittelee palvelun arvon.

Palvelumuotoiluprosessin avulla näitä mahdollisia asiakkaalle syntyviä arvoja voidaan lanseerattavasta palvelusta tarkemmin tunnistaa. Näin mahdollisesta arvosta voidaan myös kertoa asiakkaalle tarkemmin. Visuaalisen materiaalin avulla asiakasta voidaan ohjata edelleen kohti tietynlaisia mielikuvia palvelusta ja sen arvosta.

2.2 Palvelumuotoilu hinnoittelun tukena

Arcana Magica tarjoaa monipuolisesti erilaisia palveluita, joiden hinnat vaihtelevat aina 50,00 euron ja 299,00:n euron välillä. Tatuointien hinnat ovat alkaen 100,00 euroa ja niiden lopullinen hinta määräytyy kuvan koon ja yksityiskohtaisuuden mukaan. Uusi palvelu tulee hinnaltaan olemaan 600,00 euroa, joka on selkeästi korkeampi hinta, kuin parhaillaan tarjolla olevien palvelujen. Toimeksiantaja on määrittänyt hinnan omien kannattavuuslaskelmiensa mukaisesti ja siksi hinta onkin sikäli täysin perusteltavissa. Palvelun arvoa on kuitenkin vaikea perustella asiakkaalle esimerkiksi yksin yrittäjän kulurakenteella, joka ei oikeastaan ole edes asiakkaan ongelma.

Asiakkaalle hinta on siis hyvä perustella vielä laajemmin siitä näkökulmasta, millaista vastinetta hän rahalleen saa ostaessaan palvelun. Tätä vastinetta, eli Tatuointirituaali-palvelun arvoa ja palvelun tarjoamaa merkitystä asiakkaalle oli mielestäni mahdollista lähteä selvittämään ja konkretisoimaan palvelumuotoilun keinoin.

2.3 Aineettoman palvelun hinnoittelu

Somervuoren (2018, s. 67) mukaan asiakas on aina ensisijaisesti kiinnostunut palvelun arvosta, eli siitä, mitä hyötyä asiakas saa maksamastaan hinnasta palvelusta vastineeksi. Tästä voidaan päätellä, että hinta ei suoranaisesti ole asiakkaalle se tärkein tekijä palvelua

ostettaessa. Hintaa voidaan ajatella yksinkertaisesti numeroina, mutta hintaan voi suhtautua myös mielikuvana. Mielikuvien syntyyn voivat vaikuttaa monet eri tekijät.

Somervuori (2018, s. 26) kirjoittaa myös tunteiden vaikutuksesta ostopäätöksen tekemiseen. Tunteilla on rooli kaikessa päätöksenteossa eikä tunteita voi sulkea kokonaan ulkopuolelle. Palvelumuotoiluprosessin aikana olisi siis hyvä pyrkiä tunnistamaan niitä palvelun osia, jotka voisivat herättää asiakkaassa tunteita.

Rokio Matias (2020, s.4) on tutkinut tekniikan ja luonnontieteiden kandidaatintyössään intuition vaikutusta päätöksentekoon. Työssään hän kuvaa inhimillisen päätöksenteon perustuvan yleensä sellaisiin tiedostamattomiin prosesseihin, joihin vaikuttavat tunteet, kiintymykset, muistot sekä tavat. Rokion tekemät löydökset tukevat sitä johtopäätöstä, jossa palvelun markkinoinnin avulla on hyvä pyrkiä vaikuttamaan ja on myös mahdollista vaikuttaa asiakkaan mielikuviin myytävästä palvelusta.

Ymmärryksen mukaan asiakkaan kokemus arvosta on siis subjektiivinen asia ja se perustuu asiakkaan aiempiin kokemuksiin ja mielikuviin jostain arvosta tai asiasta. Tarkastellessani arvoa käsitteenä pohdin, että asiakkaan mielikuviin on mahdollista vaikuttaa. Se on mielestäni mahdollista tehdä palvelun muotoilemisella, palvelun kattavalla sanallisella kuvauksella, sekä visuaalisin keinoin. Asiakasta voisi siis ohjata näiden tekijöiden avulla kohti tietynlaista ajattelua ja mielikuvaa palvelun arvosta.

Kun vielä pohditaan palvelun konkreettista hintaa, joka esimerkkitapauksessa on 600,00 euroa, voidaan sitäkin käsitellä subjektiivisena asiana. Riippuen asiakkaan omasta taloudellisesta tilanteesta kyseinen esimerkkihinta voi olla asiakkaan mielestä edullinen, kohtuullinen tai kallis. Samalla asiakkaan arvopohja ja mielikuva palvelun arvosta ja laadusta vaikuttaa hintakäsitykseen. Myös konkreettisen hinnan asettamisella voidaan vaikuttaa palvelun arvosta ja laadusta syntyviin mielikuviin. Somervuori (2018, s. 26) kirjoittaa, että hinnan pitää tukea tuotteelle tai palvelulle valittua positiota. Se tarkoittaa käytännössä sitä, että jos halutaan synnyttää mielikuvia korkealaatuisesta palvelusta tai tuotteesta, tulee palvelulle tai tuotteelle myös asettaa korkea hinta.

2.4 Visualisoinnin merkitys aineettoman palvelun markkinoinnissa

Rokio (2020, s. 23) sivuaa kandidaatintyössään Sadler-Smithin ja Shefyn vuonna 2004 tekemän tutkimuksen tuloksia ja kertoo, että mitä paremmin yksilö kykenee ajattelemaan visuaalisesti, sitä todennäköisemmin tämä hyödyntää intuitiivisia prosesseja.

Koska Tatuointirituaali on osittain aineeton palvelu, on asiakkaan mielikuvilla ja tunteilla suuri merkitys ostopäätöksen ja palvelukokemuksen suhteen. Visuaalisella materiaalilla voidaan sanallisen palvelukuvauksen lisäksi vaikuttaa voimakkaasti asiakkaan mielikuviin itse palvelusta ja palvelun tuottajasta.

Markkinointipäällikkönä työskennellyt Marja Moilanen (2021) toteaa visuaalisuuden olevan ”osa tunteisiin vetoavaa markkinointia, jossa voidaan hyödyntää visuaalisuuden herättämiä tunteita ja kokemuksia”. Hänen mielestään visuaalisin keinoin on mahdollista kiteyttää monimutkainen informaatio selkeään ja ymmärrettävään muotoon.

Koska asiakas on ostotilanteessa ensisijaisesti kiinnostunut tuotteen tai palvelun arvosta ja ihmisen tunteet vaikuttavat aina ostopäätökseen, on visuaalisen materiaalin käyttö palvelun markkinoinnissa mielestäni enemmän välttämättömyys, kuin vaihtoehto.

3 TATUOINTIRITUAALI -PALVELUN MUOTOILUPROSESSI

3.1 Toimeksiantajan toiveet palvelun lanseeraamisessa

Toimeksiantajan visio lanseerattavasta palvelusta oli melko selkeä muotoiluprosessin alkuvaiheessa. Lisäksi hänellä oli kirkas ajatus siitä, miten hän käytännön tasolla toteuttaa palvelun ja millaisen hinnan hän palvelulle aikoo asettaa. Toimeksiantaja toivoi saavansa opinnäytetyöprosessin tuloksena visuaalista materiaalia palvelun markkinointia varten sekä tukea ajankäytön suunnitteluun. Koska toimeksiantajan tavoite oli lanseerata palvelu keväällä tai kesällä 2023, oli materiaalin oltava valmiina tuohon mennessä.

3.2 Käytettävät menetelmät

Minulle oli alusta asti selvää, millaisia menetelmiä haluaisin muotoiluprosessissa käyttää. Seinäjoen ammattikorkeakoulun Kulttuurituottaja-tutkinnon opetussuunnitelmaan kuuluva palvelumuotoilun kurssi (Seinäjoen ammattikorkeakoulu, i.a.) oli tutustuttanut minut Lootuskukka-menetelmään ja tällä samaisella kurssilla olin harjoitellut myös palvelupolon visualisointia. Nämä kaksi menetelmää mielsin tähän muotoiluprosessiin juuri sopivaksi.

Tutustuin verkossa myös muihin erilaisiin muotoilun menetelmiin ja työkaluihin, mutta en löytänyt omasta mielestäni sellaista menetelmää, joita olisin näiden kahden lisäksi halunnut käyttää ja josta olisi ollut merkittävää lisäarvoa muotoiluprosessissa. Lisäksi toimeksiantajan kanssa laadittu SWOT-analyysi vahvisti päätökseni siitä, että juuri Lootuskukka-työkalu ja palvelupolon visualisoiminen auttaisivat pureutumaan palvelun sisältöön, arvoon ja haasteisiin.

Palvelumuotoilussa yleensä osallistetaan asiakasta tai palvelun käyttäjää. Tässä muotoiluprosessissa ei nähty tarpeelliseksi osallistaa toimeksiantajan asiakaskuntaa, sillä palvelua ei ollut tarkoitus lanseerata ratkaisemaan mitään Arcana Magican asiakaskunnan tiettyä ongelmaa. Sen sijaan lanseerattava palvelu vastaa toimeksiantajan tarpeeseen kehittää omaa yritystoimintaansa sellaiseksi, että se on yrittäjälle mahdollisimman tehokasta ajankäytöllisesti

ja taloudellisesti, mutta että yritystoiminta myös olisi yrittäjälle itselleen mahdollisimman mielekästä ja motivoivaa.

3.3 SWOT -analyysi

SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on yleisesti tunnettu riskianalyysin työkalu.

Vuorinen (2013, s. 88) kertoo SWOT-analyysillä tarkasteltavan yrityksen strategista asemaa vertailemalla eri yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia sellaisiin uhkiin ja mahdollisuuksiin, joita kilpailuympäristö niille luo. Kirjoittaja valottaa myös työkalun käyttötarkoitusta, joka on tuottaa selkeä kokonaiskuva yrityksen tilanteesta strategisten valintojen tueksi.

Tatuointirituaali-palvelulle laadittiin SWOT-analyysi toimeksiantajan kanssa yhteistyössä. Haastoin toimeksiantajaa pohtimaan lanseerattavan palvelun vahvuuksia ja erityispiirteitä, sen heikkouksia, vahvuuksia ja myös palveluun kohdistuvia uhkia. Vahvuuksien ja mahdollisuuksien pohtimisen kautta pyrin edelleen tunnistamaan asiakkaalle muodostuvaa arvoa. Analyysin kautta haluttiin myös tunnistaa riskejä ja pohtia, miten riskit olisivat vältettävissä tai niiden vaikutus minimoitavissa.

Koska toimeksiantaja oli jo pohtinut näitä asioita jo palvelun suunnitteluvaiheessa, hänen näkemyksensä näistä aiheista olivat melko selkeät.

VAHVUUDET • Ainutlaatuinen • Henkilökohtainen • Yrittäjää inspiroiva • Aito tahto inspiroida muita • Merkityksellisyys	UHAT • Ajanhallinta • Asiakkaan päättämättömyys • Asiakkaan tyytymättömyys
MAHDOLLISUUDET • Elämyksellisyys • Käänteentekevyys • Vaikuttavuus • Tehostaa ajankäyttöä • Taloudellinen kannattavuus	HEIKKOUEDET • Ajanhallinnan haastavuus (esim. asiakkaan vaikea tehdä päätöksiä)

Kuva 1: Tatuointirituaalin SWOT-analyysi.

Analyysin avulla voitiin todeta, että Tatuointirituaali-palvelu tarjoaa asiakkaalleen jotain ainutlaatuista. Toimeksiantaja oli tutkinut kilpailutilannetta ja todennut, ettei vastaavan kaltaista palvelua ole vielä tarjolla Suomessa. Toimeksiantaja kokee erityisiksi mahdollisuuksiksi myös lanseerattavan palvelun vaikuttavuuden ja merkityksen asiakkaalle. Muotoiluprosessin aikana nämä tekijät tulisi siis kiteyttää ja muotoilla niin, että palvelun merkityksen ja arvon tunnistaminen on mahdollista ja helppoa myös asiakkaalle.

Sekä uhkia että heikkouksia pohdittaessa toimeksiantajan suurin huolenaihe oli ajankäyttö ja -hallinta. Tästä syystä palvelupolun visualisointiin haluttiin erityisesti panostaa, jotta mahdolliset kompastuskivet voitaisiin tunnistaa ja yrittäjän ajankäytön ja hallinnan suunnittelu olisi näin mahdollisimman tehokasta.

3.3.1 Lootuskukka -menetelmä

Liukkonen (2022) kuvaa Lootuskukkaa systemaattiseksi menetelmäksi, jonka avulla voidaan kattavasti kartoittaa palveluun liittyvät osatekijät ja -elementit.

Georgina Guthrie (2022) täsmentää artikkelissaan Lotus Blossom Techniquen eli Lootuskukka-työkalun olevan menetelmä, jossa kirjataan ylös ideoita jotka liittyvät keskeiseen teemaan, ja jossa ideoita pilkotaan edelleen pienemmiksi alateemoiksi.

Olin kokeillut Lootuskukka-menetelmää palvelumuotoilun kurssilla ja todennut menetelmän erittäin tehokkaaksi työkaluksi palvelumuotoilussa. Se haastoi tehokkaasti pilkkomaan palvelun selkeisiin osiin, jonka lisäksi menetelmä auttoi tunnistamaan palvelun mahdollisuuksia, heikkouksia ja toisaalta myös sellaisia palvelun osia, jotka saattaisivat olla tarpeettomia. Siksi olin varma, että kyseinen menetelmä auttaisi nyt lanseerattavan palvelun muotoilemisessa ja siitä syntyvän arvon tunnistamisessa. Tästä syystä valitsin Lootuskukka-työkalun.

Lootuskukka-työkaluun kertynyt informaatio olisi mahdollista viedä edelleen Morfologiseen taulukkuun. Liukkonen (2022) kuvaa Morfologista taulukkoa systemaattiseksi ideageneraattoriksi, jonka avulla on mahdollista luoda erilaisia konsepteja samasta aineistosta. Morfologisen taulukon hyödyntäminen onkin kokemukseni mukaan hyödyllistä sellaisessa tilanteessa, kun luodaan kokonaan uutta palvelukonseptia. Koska toimeksiantajallani oli jo selkeä käsitys siitä, millainen Tatuointirituaalin konsepti tulisi olemaan, en katsonut tarpeelliseksi hyödyntää palvelumuotoiluprosessissa Morfologista taulukkoa.

Lootuskukkaa varten loin Excelissä 9 x 9 ruudun taulukon, joten taulukkuun oli mahdollista kirjata yhteensä 64 elementtiä. Asetimme toimeksiantajan kanssa taulukkuun yhdeksän Tatuointirituaalin pääelementtiä, joille oli mahdollista asettaa vielä 8 osatekijää. Taulukkoa täytettiin niin, että minä esitin toimeksiantajalle sekä yleisiä että tarkentavia kysymyksiä ja toimeksiantajan vastaukset kirjattiin taulukkuun. Jokaista ruutua emme saaneet täytettyä, mutta valmis taulukko ohjasi toimintaa erittäin kattavasti eteenpäin. Taulukko on löydettävissä liitteistä (liite 1).

Lootuskukkaan kirjatut asiat valottivat ja korostivat niitä palvelukokonaisuuden osia, joista todennäköisimmin syntyy asiakkaalle suurinta arvoa. Samalla taulukosta oli löydettävissä niitä tekijöitä, jotka tekisivät palvelusta ainutlaatuisen. Taulukon täyttäminen ohjasi minua

haastattelemaan toimeksiantajaa ja tekemään taustatutkimusta vielä entistä tarkemmin. Loo-
tustaulukon laatimisen ja tutkimisen avulla oma ymmärrykseni ja visuaalinen visioni lansee-
rattavasta palvelusta kirkastui.

3.3.2 Palvelupolun visualisointi – Service Blueprint

Australialainen Nathania Gibson (2020) kuvaa Miro-nimisen organisaation verkkosivuilla Ser-
vice Blueprintin tarkoitusta lyhyesti ja osuvasti siten, että se auttaa sekä tunnistamaan ope-
raatioihin liittyviä ongelmia, että ratkaisemaan niitä.

Käytännössä palvelupolun visualisoinnissa lopputuotteena syntyy suunnitelma, asiakirja. Sen
tyypillistä sisältöä kuvaa kattavasti Arizonan osavaltion yliopisto, Arizona University (2008).
Verkkosivuillaan yliopisto valottaa Service Blueprintin kattavan yleensä viisi osaa, joita ovat:

- Asiakkaan toimet eli asiakkaan suorittamat vaiheet
- Asiakkaalle näkyvät toimet
- Asiakkaalle näkymättömät toimet
- Tukiprosessit, eli asiakkaalle näkymättömät toimet jotka ovat ratkaisevia palvelupro-
sessien toteuttamiseksi
- Fyysiset todisteet, eli asiakkaalle konkreettiset asiat, kuten vaikka pääsyliput tapah-
tumiin.

Liukkonen (2022) esittelee opetusmateriaalissaan kaksi vaihtoehtoa palvelupolun visualisoin-
nille. Yksi tapa olisi luoda nykyhetken Service Blueprint, jossa kuvattaisiin tarkasta nykyhet-
ken palvelun tuottamisen malli. Toinen vaihtoehto olisi kuvata tulevaisuuden Service Blue-
print, joka kuvaisi kehitettyä palvelun tuottamisen mallia. Koska Tatuointirituaali on täysin
uusi palvelu, sille laadittiin tulevaisuuden Service Blueprint.

Informaation kerääminen palvelupolun visualisointia varten tapahtui yhteistyössä toimeksian-
tajan kanssa, samalla tavoin kuin Lootuskukka-tilin täyttäminen. Haastattelin siis toimek-
siantajaa, esitin kysymyksiä ja edelleen tarkentavia kysymyksiä liittyen Tatuointirituaali-palve-
lun toteuttamiseen. Kirjasin kaikki muistiinpanot ylös ja kirjoitin ne puhtaaksi.

Muistiinpanoja tutkiessani totesin lanseerattavan palvelun olevan ehkä liian laaja kuvattavaksi yhdessä Service Blueprintissä siten, että sen luettavuus olisi selkeää ja johdonmukaista. Tästä syystä päädyin pilkkomaan palvelupolkukokonaisuuden neljään osaan.

Nämä erilliset Service Blueprintit olivat teemoiltaan seuraavat:

- Asiakkaalle näkyvä palvelupolku, liite 2
- Asiakkaalle näkymätön palvelupolku, ennen palvelupäivää, liite 3
- Yrittäjän palvelupäivä, joka on asiakkaalle osittain näkymätön ja osittain näkyvä, liite 4
- Lisäpalvelut, jossa kuvataan sekä asiakkaalle näkyvää että asiakkaalle näkymätöntä osaa, liite 5

Asiakkaalle näkyvän palvelupolun Service Blueprintiin kokosin melko suurpiirteisesti palvelupolun aina palvelun löytämisestä palvelupäivän päättymiseen. Tähän visualisointiin on kuvattu myös sellaisia palvelupolun vaiheita, joita toimeksiantajan asiakkaat hänen kokemuksensa mukaan käyvät läpi ennen ostopäätöksen tekemistä. Koska Tatuointirituaali-palvelun ensisijainen kohderyhmä on Arcana Magican vakiintunut asiakaskunta, oli mielestäni relevanttia lisätä näitä kohtia tähän Service Blueprintiin.

Asiakkaalle näkymättömän palvelun Service Blueprint käsittää sellaiset palvelupolun vaiheet, jotka tapahtuvat ennen palvelupäivää. Se kattaa siis kaikki palvelupäivän valmisteluun tarvittavat vaiheet. Tähän palvelupolun visualisointiin sisällytin myös kertaluontoiset toimeksiantajan työtehtävät, jotka toimeksiantaja suorittaa ennen palvelun lanseeraamista.

Yrittäjän palvelupäivää kuvaavaan Service blueprintiin kirjasin kaikki palvelupäivän vaiheet yrittäjän näkökulmasta. Tämä palvelupolun visualisointi on ikään kuin palvelupäivän lukujärjestys.

Viimeiseen, eli Tatuointirituaali-palveluun liittyvien lisäpalveluiden Service Blueprintiin kuvasin karkeasti kaksi lisäpalvelua. Kun haastattelin toimeksiantajaa kerätäkseni informaatiota palvelupolkujen visualisointeja varten, kävi ilmi että nämä kaksi lisäpalvelua olisi hyvä kokonaisuudessaan irrottaa varsinaisesta pääpalvelusta ja niitä olisi hyvä myydä täysin erillisinä palvelukokonaisuuksina asiakkaalle. Tällä tavoin itse pääpalvelu, eli Tatuointirituaali, pysyy

selkeänä kokonaisuutena ja ajankäytön sekä hinnoittelun suunnittelu ja määrittely on yrittäjälle selkeämpää. Kuten Yrittäjän palvelupäivä – Service blueprintistä käy ilmi, näiden lisäpalveluiden markkinointi asiakkaalle tapahtuisi ensisijaisesti itse palvelupäivänä, loppuohjeistuksen yhteydessä.

3.4 Ajankäytön suunnittelu palvelupolun visualisoinnin avulla

Yksi toimeksiantajan tavoite palvelumuotoiluprosessin alkuvaiheessa oli saada tukea ajankäytön suunnitteluun. Laadittaessa Tatuointirituaali-palvelulle SWOT-analyysiä toimeksiantaja määritteli ajanhallinnan haasteet palveluun liittyväksi uhaksi ja heikkoudeksi.

Tatuointirituaali-palvelu koostuu monesta eri osatekijästä. Vaikka visio palvelusta oli toimeksiantajalle melko selkeä ennen palvelumuotoiluprosessia, ajanhallinnan suunnittelu tuntui jokseenkin haastavalta, kun tarkasteltiin tätä palvelua kokonaisuutena.

Katsoin ajanhallinnan tehostamisen olevan mahdollista palvelupolun visualisointien avulla. Koska näistä dokumenteista olisi konkreettisesti nähtävillä kaikki palvelun toteuttamiseen liittyvät vaiheet omina osa-alueinaan kronologisessa järjestyksessä, olisi toimeksiantajan mahdollista suunnitella ja vaikkapa kirjata näihin dokumentteihin eri toimenpiteisiin tarvittava aika. Tästä tavoitteesta johtuen päädyin myös laatimaan lanseerattavasta palvelusta useamman Service Blueprintin yhden sijaan, jotta palvelun eri vaiheiden hahmottaminen olisi mahdollisimman selkeää toimeksiantajalle ja näin myös ajankäytön suunnittelu helpompaa ja kattavampaa.

3.5 Tatuointirituaali – palvelun hinnoittelun perusteet

Asiakkaalle syntyvä mahdollinen arvo oli löydettävissä laaditusta Lootuskukka-taulukosta. Koska taulukkoon lisätty informaatio oli kirjoitettu avainsanoina, päädyin luonnostelemaan toimeksiantajalle luonnoksen mahdollisesta palvelukuvauksesta, josta asiakkaan olisi mahdollista ymmärtää palvelun arvo selkeämmin. Palvelukuvauksen luonnos on luettavissa liitteistä, Liite 6.

Osa palvelun hinnasta muodostuu tatuoitavan kuvan mukaan yrittäjän ajantasaisesta ja asiakkaan nähtävillä olevasta tatuointipalveluhinnastosta. Jos ajatellaan Tatuointirituaali-palvelun hinnaksi asetettavan 600,00 euroa, tatuoinnin osuus tästä tullee olemaan tatuoitavasta kuvasta riippuen noin 150,00 euroa.

Lisäarvoa asiakkaalle syntyy todennäköisesti palvelupäivän rituaalinomaisesta ruokailusta, jonka on tarkoitus olla kokijalleen elämyksellinen tapahtuma. Samoin palvelupäivän päätteeksi nostettavat Tarot- tai Oraakkelikortit ja niiden tulkitseminen todennäköisesti tuottavat asiakkaalle lisäarvoa. Ruokailun ja korttien tulkinnan yhteisarvoksi voisi karkeasti määritellä yleisten hintatasojen mukaisesti noin 50,00 euroa. Tällöin lanseerattavan palvelun aineettoman osan hinnaksi jää 350,00 euroa.

Tatuointirituaalin aineettoman osan arvo kiteytyy todennäköisimmin kahteen teemaan: asiakkaan itsetuntemuksen lisääntymisen mahdollisuuteen, sekä asiakkaan mahdollisen ongelman, eli tässä tapauksessa asiakkaan elämän solmukohdan, kirkastamiseen. Näiden kahden teeman todellista tai rahallista arvoa on mahdotonta määrittää, sillä kuten kappaleessa 2.1. jo kirjoitin J. Tuulaniemen todenneen, että arvo on aina suhteessa yksilön kokemuksiin ja siihen, mitä yksilö arvostaa eikä absoluuttista arvoa ole olemassa (Tuulaniemi, 2011).

Koska vastaavaa palvelua ei ole vielä markkinoilla, päätin tutkia hieman tunnetumman aineettoman palvelun hinnoittelua. Valitsin verrokiksi elämäntaitoalvalmennuksen, eli tunnetummin Life Coachingin, tyypillisen hintatason.

Vertailin kolmen eri elämäntaitoalvalmennuspalveluita tarjoavan toimijan hinnastoa.

Lohjalla sijaitseva Muutoksen Aika-niminen yritys ja yritystoiminnan harjoittaja Jenni Öhman tarjoaa verkkosivuillaan elämäntaitoalvalmennusta hintaan 55,00 euroa tunti (Öhman, i.a.). Neljän valmennustunnin hinnaksi on määritelty 260,00 euroa.

Mikkelin alueella elämäntaitoalvalmennusta tarjoaa Eeva Ojalehto, Unelma Elämä-nimisen yrityksen kautta ja siellä valmennuksen tuntihinnaksi on verkkosivuilla asetettu 85,00 euroa (Ojalehto, i.a.). Neljän valmennustunnin varaaminen tarjoaa asiakkaalle pienen alennuksen ja näiden yhteishinnaksi muodostuu 319,00 euroa.

Etävalmennuksena toteutettavaa elämäntaitovalmennusta tarjoaa Martta Jemina -niminen yritys. Yritys esittelee palveluidensa hinnaston verkkosivuillaan (Martta Jemina, i.a.). Tämän valmennuksen tuntihinta on 299,00 euroa ja neljän tunnin valmennuspaketin voi lunastaa hintaan 799,00 euroa.

Tehdyn vertailun perusteella voidaan päätellä aineettomien palveluiden hinnoittelumarkkinoilla olevan hajontaa. Vaikka Tatuointirituaalin markkinointiin ei tulla sisällyttämään markkinakilpailua tai hintavertailua, asiakkaan on halutessaan mahdollista löytää vertailupohjaa Tatuointirituaali-palvelun hinnalle.

Jos palvelukuvauksessa ja Tatuointirituaali-palvelun markkinoinnissa onnistutaan luomaan vahvoja ja myönteisiä mielikuvia palvelun tarjoamasta arvosta asiakkaalle, on myös palvelulle asetettavalle hinnalle näin todettavissa olevan monipuoliset perusteet.

4 TUOTETTU VISUAALINEN MATERIAALI

4.1 Visuaalisen materiaalin suunnittelu

Tavoitteeni oli tuottaa Tatuointirituaali-palvelulle visuaalista materiaalia markkinointitarkoituksiin. Halusin huomioida ja noudattaa Arcana Magican visuaalista ilmettä niin pitkälle kuin mahdollista – kuitenkin niin, että uudella palvelulla olisi tunnistettava, oma ilme.

Selvitin toimeksiantajalta, olisiko hänellä käytössään graafista ohjeistoa tai esimerkiksi vakiintuneita fontteja, joita hän käyttää markkinoidessaan palveluitaan. Graafista ohjeistoa ei ollut käytössä, mutta vakiintuneesti toimeksiantaja käyttää muutamaa tiettyä fonttia. Kävi kuitenkin ilmi, että jos esimerkiksi verkkosivuille haluttaisiin jotain erityistä fonttia käytettäväksi, ne pitäisi ladata verkkosivuille kuvatiedostoina. Tästä syystä päätin luoda ainoastaan visuaaliset kuvapohjat ilman tekstielementtejä käytettäväksi sosiaaliseen mediaan. Näin toimeksiantaja voisi käyttää tekstiä parhaaksi katsomallaan tavalla.

Arcana Magican verkkosivuilla (Arcana Magica, i.a.) on nähtävillä selkeää, yritystoimintaan sopivaa tematiikkaa. Samoin Arcana Magican Instagram-tili on visuaalisesti yhtenäinen. Halusin siis käyttää visuaalisessa materiaalissa vastaavaa pakanallista symboliikkaa ja tunnelmaa, joka noudattelee Arcana Magican jo olemassa olevaa brändiä. Miten viitteet merkitään?

4.2 Visuaalisen materiaalin ja markkinointikanavien esittely

Valitsin käyttää visuaalisessa materiaalissa viisisakaraista tähteä, eli pentagramia, jonka kärki olisi suunnattuna ylöspäin. Toimeksiantaja käyttää symbolia usein osana yritystoimintansa visuaalista ilmettä sen merkityksen vuoksi. Pääkkönen (henkilökohtainen tiedonanto, 28.3.2023) kertoo viisisakaraisen tähden eli pentagrammin olevan ikiaikainen suojeluksen symboli; maailmankaikkeuden vertauskuva, kaiken pahan karkottaja. Se symboloi henkeä ja neljää alkuainetta eli ilman, tulen, veden ja maan elementtiä. Pakanuudessa käytetty pentagrammi kärki ylöspäin kuvaa henkeä ylimpänä ja ympyrä pentagrammin ympärillä edustaa ikuisuutta ja elämänkiertoa. Katsoin pentagrammin symboliikan soveltuvan mainiosti myös lanseerattavan palvelun visuaaliseen ilmeeseen.

Värimaailman valitsin sekä Arcana Magican jo olemassa olevasta sinivihreältä paletilta. Halusin sisällyttää kuvaan myös jotain universaalia ja tekstuurista, sillä minulle muotoiluprosessin aikana muodostunut mielikuva Tatuointirituaali-palvelusta oli sekä maanläheinen että universaali.

Toimitin visuaaliset tuotokset toimeksiantajalle nähtäväksi ja kommentoitavaksi. Hän antoi muutamia kehitysehdotuksia, joista yksi oli tähden sijainnin ja asennon uudelleen määrittäminen, jotta tämä monikerroksinen tähtikuvio näyttäytyisi Arcana Magican toimintaan soveltuvassa asennossa. Tein näihin tuotoksiin toivotut muutokset, jonka jälkeen loin niistä eri kokoisia tiedostoja toimeksiantajan käytettäväksi.

Lopulliset kuvapohjat ovat esiteltyinä alla:



Kuva 2: Tatuointirituaali-palvelun kuvapohja, 1080 px x 1080 px.



Kuva 3: Tatuointirituaali-palvelun kuvapohja, 1080 px x 1920 px.

Arcana Magican ensisijaisia markkinointikanavia ovat yrityksen verkkosivut, Facebook sekä Instagram. Toimeksiantaja on huomannut uusien asiakkaiden ohjautuvan ensisijaisesti Instagramin kautta, kun taas vanhat eli palaavat asiakkaat ohjautuvat palveluiden piiriin yleensä Facebookin kautta. Verkkosivuille asiakas päätyy yleensä etsiessään jotain tiettyä informaatiota. Samalla hän löytää myös muut tarjolla olevat palvelut ja päätyy kysymään lisätietoa, useissa tapauksissa myös ostamaan jonkin Arcana Magican tarjoamista palveluista.

Näistä syistä ensisijaisiksi markkinointikanaviksi asetettiin myös Tatuointirituaali-palvelun tapauksessa nämä kolme edellä mainittua kanavaa.

5 TOIMEKSIANTAJAN KOKEMUKSET PALVELUMUOTOILUPROSESSISTA

Halusin mitata palvelumuotoiluprosessin onnistumista haastattelemalla toimeksiantajaa. Haastattelu toteutettiin Zoom-palvelussa. Koska toimeksiantaja on harjoittanut yritystoimintaa jo useita vuosia ja lanseerannut sekä myynyt tuona aikana erilaisia palveluitaan ilman erillistä palvelumuotoiluprosessia, hän saattoi subjektiivisesti arvioida prosessin vaikuttavuutta uuden palvelun lanseeraamistilanteessa.

5.1 Palvelumuotoilun merkitys palvelun kehittämisessä, ajankäytön suunnittelussa ja hinnoittelussa

Toimeksiantaja Johanna Pääkkönen (2023) kertoo aloittaneensa monia uusia projekteja yritysjäuransa aikana ja toimineensa näissä tilanteissa useimmiten niin, ettei hän suunnittele uuden projektin yksityiskohtia kovin tarkasti vaan muuttaa toimintaansa tarvittaessa projektin edetessä. Toimeksiantaja kokee, että palvelumuotoiluprosessi auttoi jäsentelemään Tatuointirituaalin perusideaa ja konkretisoimaan laajaa kokonaisuutta.

Pääkkösen mukaan (2023) erityisesti Lootus-tilin täyttäminen ja sen hyödyntäminen vähensi palvelun abstraktiutta ja auttoi hahmottamaan palvelun kokonaiskuvaa. Taulukon täyttäminen auttoi myös tunnistamaan palvelun erityispiirteitä, myös sen, miten palvelun eri osat kiinnittyvät toisiinsa ja miten ne voi asettaa tukemaan toinen toistaan. Toimeksiantaja kuvaa tätä prosessin vaihetta sellaiseksi, että Tatuointirituaali-palvelun punainen lanka konkretisoitui.

Palvelupolun visualisointi tuotti toimeksiantajalle arvoa siten, että palvelun kannattavuus oli paremmin tunnistettavissa ja ajankäytön suunnittelu jäsennellympää, kuin ilman palvelupolun visualisointia (2023). Palvelupolun visualisoinnin aikana tunnistettiin palvelusta sellaiset osat, jotka oli hyödyllistä irrottaa kokonaan erillisiksi lisäpalveluiksi. Tämä päätös edistää kannattavuuden ja ajankäytön tehostamista. Lisäksi toimeksiantaja kokee voivansa valmistautua palvelun tuottamiseen tehokkaammin ja uskoo voivansa välttää todennäköisemmin sellaista hätiköintiä, joka johtuisi ajankäytön puutteellisesta suunnittelusta.

5.2 Tatuointirituaali-palvelun visualisointi

Toimeksiantajan mielestä palvelun visuaalisiin tuotoksiin oli hyvin onnistuttu poimimaan yrittäjälle itselleen mieluinen värimaailma, sekä yhdistelemään maanläheisyyttä ja universaaliutta. Lopullinen visuaalinen ilme valmistui lopulta hyvin pienillä muutoksilla. Sosiaalisen median markkinoinnissa käytettävät visuaaliset pohjat soveltuvat Tatuointirituaali-palvelun mielikuvamarkkinointiin.

Toimeksiantaja kokee erittäin tärkeäksi sen, että graafisen tai visuaalisen materiaalin tuottaja kuuntelee ja konkreettisesti ymmärtää yrittäjän omat näkemykset, mieltymykset ja toiveet lopputuotoksen suhteen. Koska toimeksiantajan palvelut perustuvat suurelta osin myös visuaalisiin elementteihin, onnistunut visuaalinen ilme oli siltäkin osin ratkaisevan tärkeää.

5.3 Muut toimeksiantajan kommentit palvelumuotoiluprosessista

Tiedustelin toimeksiantajan kokemusta palvelumuotoiluprosessista kokonaisuudessaan ja kartoitin mahdollisia kehityskohtia tai muutosehdotuksia. Hän kuvaa prosessin olleen kokonaisuudessaan todella hyödyllinen. Toimeksiantaja kokee saaneensa omaan suunnittelutyöskentelyynsä uusia näkökulmia ja työkaluja. Hän kokee alkavan palvelun toteutusvaiheen tuntuvan nyt helpommalta, kuin ilman palvelumuotoilua. Toimeksiantaja kertoo pitäneensä visuaalisesta näkemyksestäni, työskentelyotteestani sekä eteenpäinpyrkivistä ehdotuksistani palvelumuotoiluprosessin aikana. Nämä ehdotukset hän koki hyödyllisinä.

Toimeksiantaja ei osannut nimetä sellaisia asioita palvelumuotoiluprosessista, joita hän toivoisi muutettavan tai kehitettävän.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tarkasteltuani arvo-käsitteen määritelmää voin todeta, että absoluuttista arvoa eri asioille on mahdotonta määrittää, koska arvokokemus on aina subjektiivinen asia. Palvelumuotoilun avulla voidaan kuitenkin tunnistaa palvelun erilaisia aineetonta arvoa tuottavia tekijöitä ja niistä kertomalla voidaan perustella myös palvelun rahallista arvoa, eli hintaa. Palvelumuotoiluprosessin seurauksena löydettyjen arvotekijöiden perusteella myös hinnan muodostaminen voi merkittävästi helpottua ja selkeytyä.

Visuaalisin keinoin voidaan myös pyrkiä ohjaamaan palvelusta syntyvien mielikuvien muodostumista haluttuun suuntaan. Visuaaliset elementit, kuten kuvat, muodot, värit ja fonttivalinnat, voivat vaikuttaa katsojaansa tunnetasolla. Tämä vaikutus voi olla intuitiivista ja koska ihminen hyödyntää intuitiotaan kaikessa päätöksenteossa, visuaaliset keinot ovat merkittävässä roolissa palvelun markkinointia ajatellen. Siksi palvelumuotoilun tulisi koskettaa myös palvelun visuaalisia elementtejä. Palvelupolun visualisointi osoittautui erinomaiseksi työkaluksi yrittäjän ajankäytön suunnittelussa, joka taas on olennainen osa palvelun hinnoittelua.

Toimeksiantajalta saadun palautteen perusteella voin todeta, että palvelumuotoiluprosessi voi todennäköisesti auttaa hinnoittelun lisäksi myös palvelun jalostustyössä, yrittäjän ajanhallinnassa ja palvelun markkinoimisessa. Palvelumuotoiluprosessi voi mahdollisesti auttaa kiteyttämään sekä tavoiteltua että todennäköistä palvelun asiakaskohderyhmää.

Mielestäni erityisesti sellaisissa tapauksissa, kun tuotettava palvelu on suurimmaksi osaksi aineetonta, voi olla erittäin hedelmällistä ja siksi kannattavaa käyttää palvelumuotoilun erilaisia keinoja tukemaan hinnoittelua, konseptointia ja suunnittelutyötä. Tatuointirituaali-palvelun kohdalla muotoiluprosessin aikana tunnistettiin sellaisia palvelun osia, jotka oli hyvä irrottaa kokonaan erillisiksi lisäpalveluiksi. Sen lisäksi että lisäpalvelut mahdollistavat asiakkaan hyvän etenemisen ja palaamisen myös varsinaisen palvelun päätyttyä, se voi kiteyttää pääpalvelun sisältöä siten, että palvelukokemus on sisällöltään todennäköisemmin tasavertainen eri asiakkaiden välillä. Samalla yrittäjän ajanhallinta tehostuu ja näiden lisäpalveluiden tuottaminen on kannattavaa myös taloudellisesta näkökulmasta.

Myös sellaisissa tapauksissa, kun palvelu on vasta suunnitteluvaiheessa ja hyvienkin ideoiden käytäntöön saattaminen tuntuu ehkä haasteelliselta, voi palvelumuotoilu siivittää hyvän idean jalostumista erinomaiseksi ja myös käytännön tasolla toimivaksi ideaksi.

7 POHDINTA

Kun etsin itselleni opinnäytetyön aihetta, Arcana Magican yrittäjä Johanna Pääkkönen ehdotti minulle Tatuointirituaali-palvelun lanseeraamiseen liittyvää työtä. Koska yrittäjän tarve oli todellinen ja minulla oli opintoihin liittyvää palvelumuotoilun kokemusta, opinnäytetyön aihe muotoutui melko nopeasti. Erityisesti hinnoitteluun liittyvä asia koskettaa minua itseäni pienyrittäjänä henkilökohtaisesti, sillä palvelun hinnoittelu ei ole aina kovin selkeää, yksinkertaista tai helppoa – etenkin, jos kysymys on aineettomasta, elämyksellisestä palvelusta.

Samalla halusin myös tutkia omia vahvuuksiani ja kehityskohtiani tulevana kulttuurituotannon ammattilaisena. Olen opiskeluni ja nyt opinnäytetyöprosessin aikana oppinut, että vahvuuteni sijaitsee erityisesti eri asioiden ja ideoiden tuotanto- eli jalostusvaiheessa. Pystyn tuottajana tuottamaan täysin uusia ideoita ja konsepteja täysin alusta alkaen, mutta tällaisessa työskentelyssä en ole yhtä vahva, kuin ideoiden ja asioiden kiteyttämisen vaiheessa. Tästä syystä erityisesti palvelumuotoilu kiinnostaa minua ja on ajan mittaan näyttäytynyt juuri minulle soveltuvaksi tavaksi harjoittaa omia ammatillisia vahvuuksiani.

Opinnäytetyöprosessin aikana koin jonkin verran huolestuneisuutta tekemäni työn vaikuttavuudesta. Tämä saattoi johtua siitä, että yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui erittäin mutkattomasti ja sain tehtäväni tehtyä varsin tehokkaasti ja ilman suurempia ongelmia. Tässä jouduin tarkastelemaan omia asenteitani koskien omaa tuottajuuttani. Kyseenalaistin siis työni vaikuttavuuden, koska en joutunut kamppailemaan erilaisten ongelmien parissa. Nyt tarkastellessani asiaa uudelleen toimeksiantajan kanssa käydyn palautekeskustelun jälkeen, voin todeta, että tässä tapauksessa palvelumuotoiluprosessille oli olemassa todellinen tarve, se toteutettiin oikea-aikaisesti ja käytetyt menetelmät olivat kyseiseen tilanteeseen sopivat. Näin suurempia ongelmia ei siis syntynyt, vaan kuten alkuperäinen prosessin tavoitekin oli, palvelumuotoilu tarjosi ratkaisuja uuden palvelun lanseeraamiseen liittyviin haasteisiin.

Oma tapani tuottaa visuaalista materiaalia kiteytyi entisestään sitten opintojeni aloituksen. Tässä tapauksessa yrittäjällä oli jo olemassa oleva visuaalinen ilme, joka vastaa omia visuaalisia mieltymyksiäni. Tästä syystä koin visuaalisen ilmeen luonnostelun ja muodostamisen melko mutkattomaksi. Visuaalisessa työskentelyssä minulle kuitenkin on edelleen harjoiteltavaa yksityiskohtien osalta. Tarkastelen luonnostani suuria kokonaisuuksia ja minulta jää usein huomaamatta pieniä yksityiskohtia, kuten tässäkin tapauksessa (vrt. tähden asennon määrittely).

Opinnäytetyöprosessin aikana opin valtavasti erilaisia asioita. Ymmärryksen lisääntyminen erityisesti arvon käsitettä koskien näyttäytyi erityisen hyödyllisenä asiana sekä kulttuurituottajan näkökulmasta että pienyrittäjän näkökulmasta. Hahmotan myös rahallisen arvon käsitteen laajemmin. Sain paljon varmuutta ja jämäkkyyttä asenteeseeni ja oman ammatillisen toimintani tueksi. Koen, että SeAMK:n kulttuurituottajan opetussuunnitelmaan kuuluvien palvelumuotoiluun liittyvien opintojen ja tämän opinnäytetyöprosessin avulla olen kerryttänyt sellaista ammatillista osaamista ja ymmärrystä, joita vaille olisin jäänyt ilman tätä koulutusta.

LÄHTEET

- Arcana Maciga. (i.a.). *Koti*. [Instagram-tili]. Haettu 6.2.2023 <https://www.instagram.com/witch-oflynxriver/>
- Arcana Magica. (i.a.). *Palvelut*. <https://www.sielunsilmin.fi/palvelut/>
- Arizona University. (30.1.2008). *A key to service innovation: Service blueprinting*. <https://news.wpcarey.asu.edu/20080130-key-service-innovation-services-blueprinting>
- Gibson, N. (2020). *How to make effective service blueprints*. Miro. <https://miro.com/guides/service-blueprints/>
- Guthrie, G. (15.1.2022). *The lotus blossom technique: a creativity hack you need to know*. Nulab. <https://nulab.com/learn/design-and-ux/the-lotus-blossom-technique-creativity-hack-you-need-to-know/>
- Liukkonen, J. (2022). Asiakasarvo k22 – asiakasarvoa muodostavat tekijät. [PowePointesitys]. SeAMK Moodle. <https://moodle.seamk.fi/login/index.php>
- Market Business News. (2023). *What are services? Definition and meaning*. <https://market-businessnews.com/financial-glossary/services/>
- Martta Jemina. (i.a.) *Palvelut*. <https://www.marttajemina.com/lifecoachpalvelut>
- Moilanen, M. (21.4.2021). *Visuaalisuuden merkitys markkinoinnissa*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/visuaalisuuden-merkitys-markkinoinnissa-marja-moilanen>
- Ojalehto, E. (i.a.). *Unelmaelämä*. <https://www.unelmaelama.fi/elaumlmaumlntaidon-valmennus-life-coaching.html>
- Parantainen, J. (2017). *Hinnoittelu on helppoa ja hauskaa*. Alma Talent.
- Pääkkönen, J. (yrittäjä, Arcana Magica). (27.2.2023). Haastattelu, kokemuksia palvelumuotoiluprosessista [asiantuntijahaastattelu].
- Rokio, M. (2020). *Intuitio päätöksenteossa*. [Kandidaatintyö, Tampereen yliopisto]. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:tuni-202005044925>
- Seinäjoen ammattikorkeakoulu (i.a.) *Kulttuurituottaja (AMK), Päivätoteutus: KUTU20*. <https://opinto-opas.seamk.fi/21/fi/44/52/634>
- Somervuori, O. (2018). *Mitä Maksaa? Hinnoittelun psykologiaa*. Docendo.

Taloustutkimus. (2022). *Asiakasarvosta kilpailuetua*. <https://www.taloustutkimus.fi/ajankoh-taista/uutisia/asiakas-arvosta-kilpailuetua.html>

Tuulaniemi, J. (2011). *Palvelumuotoilu*. Talentum Media.

Vuorinen, T. (2013). *Strategiakirja – 20 työkalua*. Talentum.

Öhman, J. (i.a.). Muutoksen aika. <https://muutoksen aika.fi/lohja-etavalmennus/>

LIITTEET

Liite 1. Lootuskukka-tilaus

Liite 2. Service Blueprint – Asiakkaalle näkyvä osa

Liite 3. Service Blueprint – Asiakkaalle näkymätön osa (ennen palvelupäivää)

Liite 4. Service Blueprint – Yrittäjän palvelupäivä

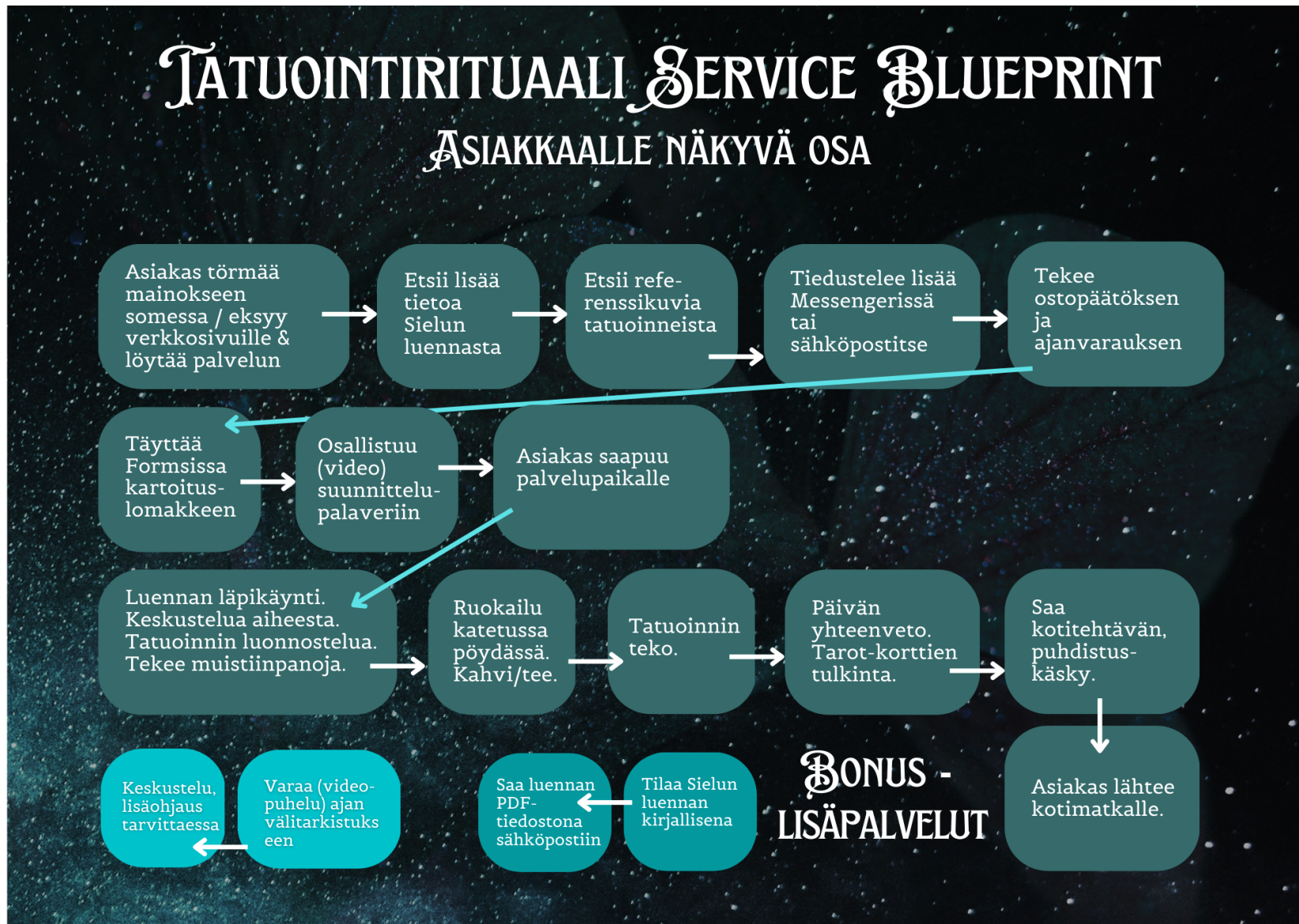
Liite 5. Service Blueprint – Lisäpalvelut

Liite 6. Palvelukuvauksen luonnos

Liite 1. Lootuskukka-taulukko

Suunnittelu-työ	Valmis kuva		Vahvistukset	"Pippuri ranskalaisiin"			Syntymäpäivä	Aika itselle, lapset kasvaneet
Raamit asetettu	Tatuointi		Lisäarvo	Tarot/ Oraakkelikortit		Selkeys/ kompassi	Elämänvaiheet /riitit	Erotilanteet
Taiteilijan kädenjälki	Uniikki	Käsityö				Tatuointien historia, syvempi merkitys	Kuin loitsuja, tuo rohkeutta, suojelua tms	Healing-ajattelu
Koonti asiakkaalle keskustellen	Lisää itsevarmuutta	Itsensä hyväksyminen, lupa olla	Työ, ammatti, ura	Rakkaus, parisuhde	Asuminen	Risteyskohta, suunta	Henkiset asiat, herääminen	Luopuminen
Voi asettaa intention	Sielun luenta	Vastauksia kysymyksiin, jotka liittyvät omaan itseen	Elämäntavat	Solmukohta	Päätöksen teko	Selkeys/kompassi	Transformaatio (HENKISYYS)	
Tehdään etukäteen	Ohjaus toiminnan muutokseen	TUNNISTUS rajoitteet/ haasteet/ esteet	Selkeys/ kompassi					
Lämmin ruoka	Yrttipuoli	Rituaali	Tehdään etukäteen	Haastattelu	Sielun luenta	hintaa esim. 600e	3 erää	Etumaksu ja loput paikan päällä
Kasvisruoka	Välipala	Elämys		Alkukartoitus	Tatuointi-luonnos		Hinta	Lisäpalvelu, tarkistus max 3 kk sisällä
				Lomake	Etänä			

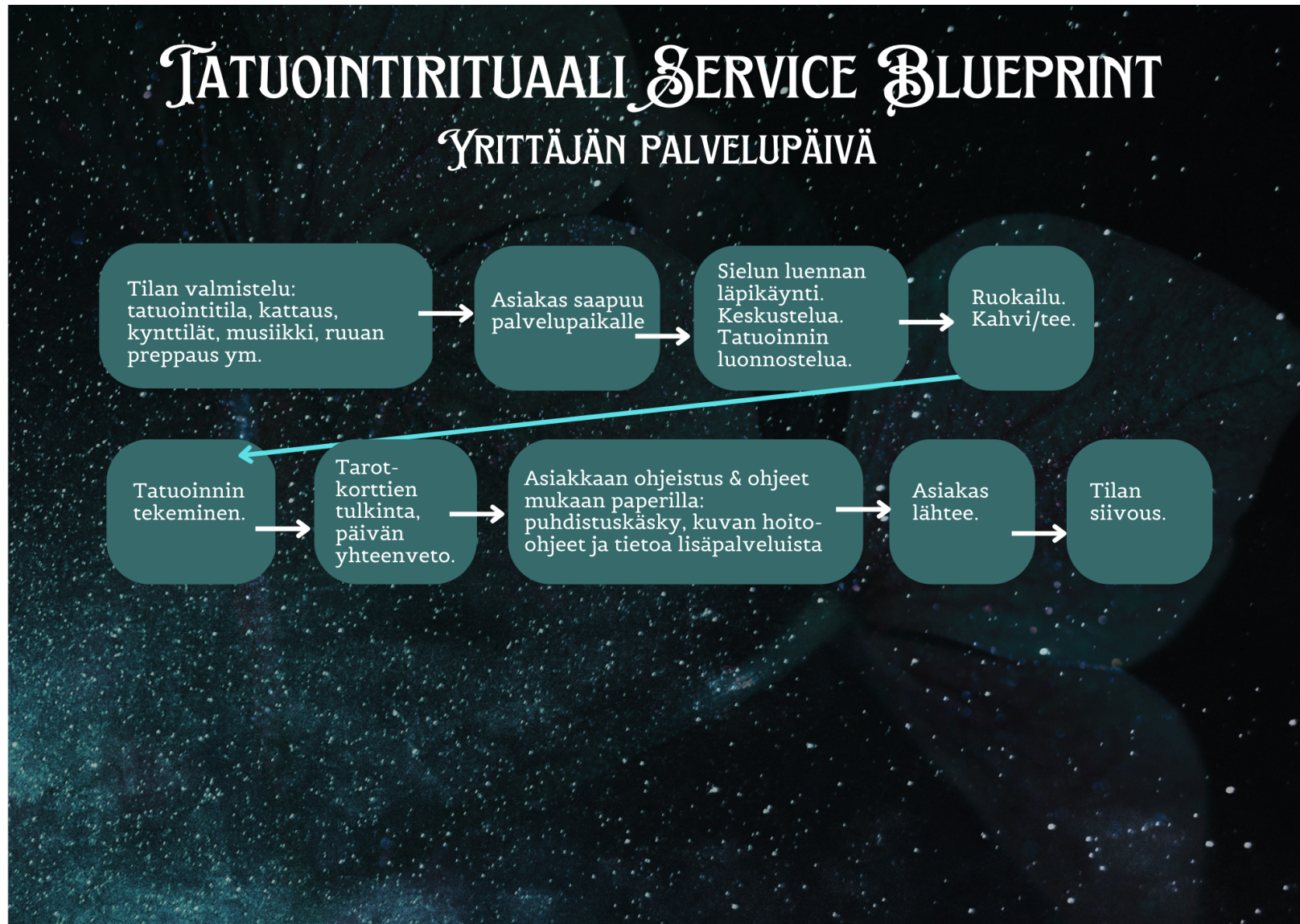
Liite 2. Service Blueprint – Asiakkaalle näkyvä osa näkyvä osa



Liite 3. Service Blueprint – Asiakkaalle näkymätön osa (ennen palvelupäivää)



Liite 4. Service Blueprint – Yrittäjän palvelupäivä



Liite 5. Service Blueprint – Lisäpalvelut

TATUOINTIRITUAALI SERVICE BLUEPRINT

LISÄPALVELUT / YRITTÄJÄN NÄKÖKULMASTA

SIELUN LUENTA KIRJALLISENA



VÄLITARKISTUS



Liite 6. Palvelukuvauksen luonnos

(Voimaisen) Tatuointirituaali

Millainen tatuointi kuvastaisi juuri Sinun sieluasi? Millaisia asioita haluaisit tuoda omaan elämääsi?

Tässä rituaalissa teemme sinulle Sielusi luennan, jonka avulla saamme selville sieluasi kuvastavaa symboliikkaa.

Luennan perusteella valitsemme kuvan, jonka tatuoin sinulle.

Elämämme on täynnä erilaisia solmukohtia. Rituaalista syntynyt tatuointi toimii kuin loitsu: elämäsi kompassina, magneettina, parannuksen tuojana ja rohkeuden valajana.

Niin, ettet koskaan unohtaisi, kuka todella olet.

Päivän kulku:

Aloitamme Sielun luennalla, jonka valmistelen sinulle etukäteen. Mikäli meillä on jo vihiä tatuoitavasta kuvasta, teen siitä intuitiivisen luonnoksen.

Käymme läpi Sielusi luennan. Se sivuaa elämäntehtävääsi, entisten elämien karmaa ja sielusi lahjoja. Teemme lopullisen päätöksen siitä, millainen tatuointi valikoituu tehtävään.

Murramme leipää. Elämykselliseen pöytään katetaan lämmin ruoka, sekä rituaalia tukevia yrttejä.

Rituaali täydentyy, kuva tatuoidaan.

Päivän päätteeksi nostamme Tarot-kortteja vahvistamaan rituaalia ja sen sisäänsä kätkeviä viestejä.