

Ainutlaatuinen asiakaskokemus muotoilun keinoin

Sari Eskuri

Metropolian Ammattikorkeakoulu

Muotoilun tutkinto-ohjelma YAMK

Opinnäytetyö 2025



Tiivistelmä

Opinnäytetyöni tavoitteena on kehittää ABA Skol Oy:n sisäistä prosessia osallistavissa käänteisissä projekteissa ja samalla luoda asiakkaille elämyksellinen palvelukokonaisuus. ABA on kotimainen yritys, joka on erikoistunut pedagogisiin oppimisympäristöihin ja tarjoaa kalusteita sekä tarvikkeita päiväkodeille, kouluille ja oppilaitoksille osallistumalla julkisiin kilpailutuksiin.

Opinnäytetyössä kehitetään ratkaisuja hyödyntämällä tuplatimanttiprosessia ja siihen soveltuvia menetelmiä. Ensimmäisessä ja toisessa luvussa esitellään taustatietoa ja keskeiset käsitteet. Kolmannessa luvussa pureudutaan itse

palvelumuotoiluprosessiin. Palvelumuotoiluprosessin neljä vaihetta – tutki, kehitä, ideoi ja toteuta, ohjasivat työn etenemistä ja lopputuloksena syntynyt palvelupolkumalli viimeisteltiin Service Blueprint -muotoon. Opinnäytetyön tulokset osoittavat, että kehitetylle projektisuunnitelmalle on selkeä tarve ABA:n sisäisten prosessien kehittämisessä sekä asiakasyhteistyössä. Opinnäytetyö tarjoaa konkreettisia ratkaisuja ja tuo esiin mahdollisuuksia palveluiden elämyksellisyyden ja toimivuuden vahvistamiseen.

Asiasanat: Palvelumuotoilu, asiakaskokemus ja pedagogisten oppimisympäristöjen suunnittelu

Sari Eskuri

Metropolian Ammattikorkeakoulu
Muotoilun tutkinto-ohjelma, YAMK

Aihe: Ainutlaatuinen palvelukokemus
muotoilun keinoin

Sivut: 63+5

Ohjaaja: Merja Kosonen

Abstract

The aim of my thesis is to develop ABA Skol Oy's internal process in participatory reverse projects and, at the same time, create an experiential service concept for customers. ABA is a Finnish company that specializes in pedagogical learning environments and provides furniture and supplies to daycare centers, schools, and educational institutions by participating in public tenders.

This thesis develops solutions using the double diamond process and methods suitable for it. The first- and second-chapters present background information and key concepts. The third chapter delves into the service design process itself. The

four stages of the service design process – research, develop, ideate, and implement – guided the progress of the work, and the resulting service path model was finalized in the form of a Service Blueprint. The results of the thesis show that there is a clear need for the developed project plan in the development of ABA's internal processes and in customer cooperation. The thesis offers concrete solutions and highlights opportunities for strengthening the experientiality and functionality of services.

Keywords: Service Design, customer experience, and pedagogical learning environment design.

Sari Eskuri
Metropolia University of Applied Sciences
Master of Culture and Arts
Subject: A unique service experience
through design
Number of Pages: 63+5
Instructor: Merja Kosonen

Sisällysluettelo

1. Johdanto	5		
1.1 Toimeksiantaja ABA	6		
1.2 Taustaa	7		
1.3 Tavoite ja muotoilukysymys - Frame Your Desing Challenge	8		
1.4 Rajaus	9		
2. Teoria ja käsitteet	10		
2.1 Teoreettinen viitekehys	11		
2.2 Asiakaskokemus	12		
2.2.1 Asiakaslähtöisyys	13		
2.2.2 Asiakasymmärrys	13		
2.2 Pedagogia päiväkotiympäristön suunnittelun lähtökohtana	14		
2.2.1 Sisustusarkkitehtuurin merkitys päiväkotisuunnittelussa	15		
2.2.2 Käyttäjälähtöinen suunnittelu	16		
2.3 Palvelumuotoilu	17		
2.3.1 Muotoiluajattelu	19		
3. Muotoiluprosessi ja tutkimusmenetelmät	20		
3.1 Tuplatimantti	21		
		3.2 TUTKI	22
		3.2.1 Projektisuunnitelma palvelupoluksi	23
		3.2.2 Ryhmähaastattelu taustatiedon keräämiseen	25
		3.2.3 Havainnointi kahdessa päiväkodissa	25
		3.2.4 Puolistrukturoidut haastattelut tiedon keräämiseen	26
		3.3 KEHITÄ	30
		3.3.1 Affinity Diagram- menetelmällä haastattelujen purku	31
		3.3.2 Sidosryhmäkartta visuaalisena apuna	33
		3.4.3 Palvelunpolun tarkastelu kerättyjen tietojen perusteella	36
		3.4 IDEOI	39
		3.4.1 Kehittämispäivä työpajamenetelmällä	40
		3.4.2 Palvelunpolun jalostuminen	43
		3.5 TOTEUTA	48
		3.5.1 Kehityskohtiin syventyminen	49
		3.5.2 Ratkaisujen kiteyttäminen lopulliseen muotoonsa	56
		3.5.3 Tavoitteiden saavuttaminen	57
		4. Analysointi ja katse tulevaisuuteen	60

LÄHTEET

LIITTEET

1 ●

Johdanto

Tässä kappaleessa kerron opinnäytetyöni taustaa, kenelle ja miksi teen ja mitä tavoitteita opinnäytetyöhöni liittyy. Käsitelen myös muotoilukysymystä ja kerron mitä rajaan opinnäytetyön ulkopuolelle.

1.1 Toimeksiantaja ABA

ABA Skol Oy on kotimainen, pedagogisiin oppimisympäristöihin erikoistunut yritys, joka tarjoaa kalusteita ja tarvikkeita päiväkodeille, kouluille ja oppilaitoksille. ABA:n mallisto kattaa kaikki oppimiseen ja opettamiseen tarvittavat pedagogiset välineet, tarvikkeet, materiaalit ja kalusteet.

ABA toimii asiakaslähtöisesti, ammattitaitoisesti ja vastuullisesti. Asiakaslähtöinen toimintakulttuuri takaa asiakkaille parhaat ja laadukkaat ratkaisut oppimisympäristöihin. Panostamalla sekä kalusteisiin että varusteisiin voidaan luoda laadukkaita ja pedagogisesti korkeatasoisia kasvu-, oppimis- ja työympäristöjä.

ABA toimii itsenäisesti osana suurta eurooppalaista konsernia,

jonka juuret ovat syvällä pedagogisten tuotteiden valmistamisessa. Omilla kalustetehtailla valmistetut kalusteet sekä laaja toimittajaverkosto pohjoismaisten ja kotimaisten yhteistyökumppaneiden valmistamia tuotteita mahdollistaa laajan tuotevalikoiman.

ABA Skol on yhdessä osakkaansa Moje Bambinon kanssa yksi Euroopan johtavista päiväkotien ja koulujen kaluste- ja tarviketoimittajista. Koko konsernissa työskentelee yhteensä noin 1200 henkilöä. Suomen ABA:lla työskentelee, opinnäytetyötä tehdessäni, kahdeksan henkilöä, joista yksi henkilö Ruotsista käsin. Työskentelen ABA:lla sisustusarkkitehtinä.



1.2 Taustaa

ABA tarjoaa kalusteita ja tarvikkeita kouluille ja päiväkodeille osallistumalla julkisiin kilpailutuksiin.

Julkisia kilpailutusmuotoja on useita. Yksi niistä on ns. käänteinen kilpailutus, joka tunnetaan myös nimellä ranskalainen urakka tai kiinteähintainen urakka. Käänteisissä kilpailutuksissa kilpailutetaan vain kalusteet, ei tarvikkeita. Tässä kilpailutusmuodossa hankintayksikkö asettaa projektille kokonaishinnan, jolloin laatutekijät nousevat ratkaisevaksi valintakriteeriksi.

Opinnäytetyöni käsittelee ns. osallistavaa käänteistä kilpailutusmuotoa. Osallistavan käänteisen kilpailutusmuodon tarjouspyynnössä yleensä

vaaditaan osaan päiväkodin tai koulun tiloista kalustesuunnitelmat, 3D visualisointikuvat sekä kaluste- ja hintaluettelot.

Osallistavassa käänteisessä kilpailutusmuodossa ei saa olla yhteydessä asiakkaaseen kilpailutuksen ollessa käynnissä ja yleensä aikataulu kilpailutuksissa on hyvin tiukka. Kilpailutukseen liittyviä kysymyksiä voi jättää kysymysten jätön aikana, mikä on yleensä noin 1-2 viikkoa tarjouspyynnön voimassaoloajasta. Tämä on hyvin haastavaa sisustusarkkitehdin näkökulmasta, koska kysymykset, jotka kalustesuunnitteluun liittyvät, saa tehdä vain rajoitetun ajan ja ne jätetään kirjallisina. Asiakkaaseen ei siis voi olla yhteydessä puhelimitse tai sopia tapaamista, jolloin saisi tarkempaa tietoa

asiakkaiden toiveista ja tarpeista. Jos ja kun kysymyksiä nousee suunnittelun edetessä, kysymysten jätön aikarajan jälkeen, täytyy yrittää parhaansa mukaan tulkita, toisinaan hyvinkin vaillinaisia, tarjouspyyntödokumentteja.

Ensimmäinen varsinainen asiakaskontakti on siis tarjouspyynnön esittelytilaisuudessa, joka hoidetaan joko livenä tai Teamsin välityksellä. Vasta voitetun kilpailutuksen jälkeen varsinainen asiakasyhteistyö alkaa ja kohteen tila- ja kalustesuunnittelu tehdään loppuun yhteistyössä asiakkaan kanssa. Opinnäytetyöni tarkoitus on kehittää asiakaskokemusta juurikin tämän prosessin aikana ja tämän prosessin aikajanan sisällä.

1.3 Tavoite ja muotoilukysymys -

Frame Your Design Challenge

ABA on toiminut Suomessa vuodesta 2022 lähtien ja käänteisiin kilpailutusmuotoihin, olemme pystyneet osallistumaan elokuusta 2024 alkaen. Yrityksen ollessa vielä alkumatkallaan, on suunnitelmallinen, sitoutunut ja jatkuva kehitystyö erityisen tärkeää. Kasvutavoite on yrityksen sisällä suuri ja kysyntä uusista toimijoista markkinoilla on kuultu ja siihen myös vastataan. Tämä opinnäytetyö tulee tukemaan asiakaslähtöistä toimintaa ainutlaatuisen asiakaskokemuksen saavuttamiseen osallistavissa käänteisissä projektikohteissa.

Opinnäytetyön aihetta miettiessäni käytin Frame Your Design Challenge- metodia, joka auttaa kiteyttämään kysymyksen, jota lähteä opinnäytetyössä ratkomaan. Frame Your Design Challenge ohjaa useiden vaiheiden kautta oikeaan suuntaan ongelmassa tai lievemmin pulmassa, jota yrittää ratkaista. Se auttaa antamaan muotoilukysymykselle oikeat raamit sekä johdattaa oikeaan suuntaan. Frame Your Design Challenge auttoi minua saamaan ydinkysymyksen työlleni ja sen pohjalta lähden tätä opinnäytetyötäni rakentamaan.

Opinnäytetyöni tutkimuskysymykseksi muodostui:

Miten saamme luotua ainutlaatuisen asiakaskokemuksen projektiasiakkaillemme hyödyntäen palvelumuotoilun menetelmiä?

1.4 Rajaus

Opinnäytetyöni tarkoitus on kehittää ABA:n osallistavien käännteisten projektien asiakaskokemusta ja näin luoda asiakkaillemme elämyksellinen palvelukokonaisuus. Hyödynnän opinnäytetyössäni ABA:lle jo tehtyä projektisuunnitelmaa sekä tarkoitus on syventyä yksityiskohtaisemmin detaljitasolle sisäisen kehittämisen sekä asiakkaan palvelupolun kirkastamiseksi. Uutena toimijana tämänlainen toimintasuunnitelma on erittäin tärkeä ja ajankohtainen yrityksen sisäisen toiminnan ja myös kasvun kannalta.

Rajaan opinnäytetyöni ulkopuolelle tilaukseen, laskutukseen sekä logistiikkaan liittyvät osiot. En ota myöskään kantaa kustannuksellisiin asioihin.



2.

Teoria ja käsitteet

Tässä kappaleessa avaan käsitteitä ja teoriaa, jotka ovat oleellisia opinnäytetyön kannalta.

Käyn läpi asiakaskokemuksen, päiväkodin suunnittelua pedagogisesta- ja sisustusarkkitehtuurin näkökulmasta sekä palvelumuotoilun käsitteitä yleisellä tasolla. Nämä kolme asiaa tulevat esille myös teoreettisessa viitekehyksessä.

2.1 Teoreettinen viitekehys

Teoreettisen viitekehysten ytimestä löytyvät opinnäytetyölle oleelliset teemat, elämyksellinen asiakaskokemus, pedagogisen oppimisympäristön suunnittelu sekä palvelumuotoilu. Palvelumuotoilun avulla opinnäytetyössä toteutetaan palvelumuotoilun menetelmien ja tuplatimanttimallin mukainen prosessi, jossa pedagogisten oppimisympäristöjen suunnittelu on suurena osana elämyksellistä asiakaskokemusta.



Kuva 3

2.2 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus on asiakkaan yksilöllistä kokemusta. Asiakaskokemus tarkoittaa sitä, miten asiakkaasi kokevat kokonaisvaltaisen vuorovaikutuksen organisaatiosi kanssa (1). Silloin, kun yritykset kilpailevat asiakkaista, ne kilpailevat nimenomaan parhaasta mahdollisesta asiakaskokemuksesta. Koska kokemus syntyy aina asiakkaan tunteissa ja mielessä, ei hyvää kokemusta voida täysin ennalta käsikirjoittaa tai hallita: yritys voi ainoastaan luoda mekanismit sen mahdollistamiseksi (2). Kun yritys sitoutuu asiakaskokemuksen kehittämiseen, ottaa sen osaksi yrityksen strategiaa, luo se pohjan

yrityksen menestymiseen. Sitoutunut ja motivoitunut henkilöstö tuottaa arvoa yritykselle ja vaikuttaa suoraan asiakaskokemukseen. Tarvitaan johtoryhmiä ja johtajia, jotka luovat kannustavaa ja innostavaa yrityskulttuuria ja asiakaslähtöisiä organisaatioita (3). Henkilöstön viihtyvyys vaikuttaa siis suoraan asiakaskokemukseen. Asiakaskokemuksella pystyy erottumaan kilpailijoista, luoda jotain sellaista mitä muilla ei ole ja sillä on mahdollista vaikuttaa myös yrityksen kasvuun. Asiakaskokemus tarjoaa luontevan lähtökohdan yrityksen arvoprosessien kehittämiseen.

Asiakaskokemus syntyy jokaisesta tilanteesta, missä asiakas on kosketuksissa yrityksen kanssa. Asiakaskokemukseen vaikuttaa kaikki organisaation toiminta (4). Useimmat ihmiset tunnistavat hyvän asiakaskokemuksen arvon. Niitä tarjoavat brändit ovat sellaisia, joiden kanssa haluamme olla vuorovaikutuksessa asiakkaina, joille olemme uskollisia ja joita suosittelemme ystävillemme ja perheellemme (5). Asiakaskokemus syntyy asiakkaassa jo ennen kuin varsinainen asiakassuhde on syntynyt. Tässä merkittävässä osassa on mm. yrityksen brändiviestintä ja yrityksestä syntyneet ennako-odotukset.

1, 4 Laura Lerkkanen, opintomateriaali

2, 3, 5 Holma, L., Laasio, K., Ruusuvuori, M., Seppä, A. & Tanner, R. 2021, 29,16, 29, 81

Asiakassuhteen syntymisen jälkeen kokemus konkretisoituu, jolloin on tärkeää, että asiakas kokee olevansa yritykselle tärkeä ja, että yritys on sitoutunut asiakassuhteeseen. Hyvän kokemuksen tuottaminen kerta toisensa jälkeen on asiakkuuden jatkumisen elinehto. Organisaatioiden kannattaa siis luoda tunteita ja kokemuksia, joita asiakkaat haluavat jakaa eteenpäin (1).

2.2.1 Asiakslähtöisyys

Asiakslähtöiseksi kutsutaan sellaista yritystä, jossa koko toiminnan lähtökohtana on asiakas ja tämän

tarpeet: yritys ja liiketoimintamalli, tuotteet ja palvelut on rakennettu tietyn asiakasryhmän tarpeiden mukaisesti (2). Tämän mahdollistamiseksi, yritysten pitää tuntea asiakkaansa, jotta pystyvät toteuttamaan heidän toiveensa ja tarpeensa. Mitä syvällisemmin yritys tuntee asiakkaansa, sitä vankemmalla pohjalla asiakslähtöisen toiminnan pystyy rakentamaan.

2.2.2 Asiakasymmärrys

Asiakasymmärrys on tapa kysyä ja saada vastaus kysymykseen, miksi asiakas toimii niin kuin toimii. Tämä auttaa yritystä kehittämään parempia tuotteita

ja palvelemaan asiakkaita paremmin (3).

Asiakasymmärrys on siis tiedon keräämistä ja analysoimista, ja siitä saatu data auttaa kohdentamaan palvelut, tuotteet ja markkinointitoimenpiteet oikeaan suuntaan. Asiakasymmärrystä kerätään erilaisin keinoin ja metodein. Yleisimpiä ovat asiakastutkimukset, asiakaspalautteet, asiakas- ja käyttäjäpersoonat sekä asiakaspolku. Käyn tässä opinnäytetyössäni osaa näistä menetelmistä läpi.

1 Peter Kriss, August 1, 2014 4.3.2.

2, 3 Holma, L., Laasio, K., Ruusuvaori, M., Seppä, A. & Tanner, R. 2021, 29, 30, 111

2.3 Pedagogia päiväkotiympäristön suunnittelun perustana

Varhaiskasvatuslaissa määritellyt tavoitteet sekä velvoite huomioida lapsen etu varhaiskasvatusta suunniteltaessa ja toteutettaessa ovat koko toiminnan perusta. Varhaiskasvatus on kasvatuksen, opetuksen ja hoidon kokonaisuus, jossa painottuu erityisesti pedagogiikka. Varhaiskasvatus on tavoitteellista ja suunnitelmallista lasten kehitystä, oppimista ja hyvinvointia tukevaa toimintaa, jota arvioidaan ja kehitetään säännöllisesti. Opetushallitus 2025.

Pedagogisten oppimisympäristöjen suunnittelun pitää tukea varhaiskasvatuslaissa määriteltyjä tavoitteita sekä velvoitteita mahdollistamalla lapsen

leikkiminen, liikkuminen, tutkiminen sekä kokeminen yhdessä toisten lasten sekä aikuisten kanssa. Oppimisympäristöt ovat tärkeä suunnitella houkutteleviksi, aktivoiviksi ja motivoiviksi mutta myös rauhoittuminen tulee huomioida erilaisilla vetäytymisen tiloilla. Kun tilat koetaan mielekkäiksi ja innostaviksi, vahvistuu lasten luottamus ja myönteinen vuorovaikutus. Suunnittelussa pitää huomioida esteettömyys, käytettävyys ja leikin sekä tilojen muunneltavuus. Värien käyttö sekä erilaiset tekstuuriset pinnat ja materiaalit runsastuttavat kokemista, tuntemista ja aistimista. Suunnittelussa pitää huomioida myös keskittymistä vaativat

tilanteet, joissa akustiikka ja tilan eri alueiden rajaaminen ovat tärkeässä roolissa. Tiloissa ei saa olla myöskään liikaa aistiärsykeitä. Lapsen sujuvan arjen ohella myös aikuisten työpäivää on hyvä tukea muuntojoustavalla ympäristöllä, jossa tilaa on riittävästi hoivaamiseen, osallistamiseen, opettamiseen ja yhdessä tekemiseen. Lapsen ja aikuisen ergonomia on myös oleellisessa osassa päiväkotiympäristön suunnittelua.

2.3.2. Sisustusarkkitehtuurin merkitys päiväkotisuunnittelussa

Sisustusarkkitehtuuri on rakennetun ympäristön suunnittelulinja, joka pyrkii tarkastelemaan tilakokemusta ihmisen kokoisesta mittakaavasta (1). Sisustusarkkitehtuuri on monen eri toimintaympäristön osa-alueiden hallitsemista ja tuntemusta. Sisustusarkkitehtuurissa mennään pintaa syvemmälle – kyse ei ole pelkästään tilan visuaalisuudesta vaan tilojen, toimintojen ja ympäristöjen luomisesta käyttäjilleen. Lyhyesti sanottuna sisustusarkkitehtuuri on luovaa ongelmanratkaisua. ABA:lla sisustusarkkitehtuurin

merkitys projekteissa on tärkeää. Kun puhutaan päiväkotiympäristön suunnittelusta, on tärkeää huomioida pedagogian lisäksi tilan käyttötarkoitus ihmisen näkökulmasta. Miten tilaa käytetään, miten mittakaava niin kalusteissa, kun tilassa huomioidaan ja ylipäätään minkälainen tilakokemus tilan käyttäjille syntyy. Sisustusarkkitehtuuri yhdistää rakennuksen arkkitehtuurin materiaalit, tilalliset ratkaisut kokonaisuudeksi ja luo viimeistellyn visuaalisen ilmeen tilaan. Sisustusarkkitehtuuri luo tila- ja kalustesuunnitteluun inhimillisen ulottuvuuden. Se varmistaa, että tila ei ole vain rakennus vaan erittäin toimiva ja merkittävä ympäristö.



2.3.3 Käyttäjälähtöinen suunnittelu

Käyttäjälähtöinen suunnittelu on laadullista tutkimusta, jossa tavoitteena on kerätä syvempää ymmärrystä siitä, minkälaisia odotuksia ja toiveita käyttäjillä on koskien suunniteltavaa palvelua, tilaa tai tuotetta (1). Käyttäjälähtöisellä suunnittelulla varmistetaan tilallisten ratkaisujen sopivuus loppukäyttäjälle, eli sillä on tarkoitus luoda kokonaisvaltainen kokemus käyttäjilleen.

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa suunnittelijan

on tärkeää samaistua tilan käyttäjään, eli ymmärtää miten tilassa toimitaan, miten tilaa käytetään, ketkä tilaa käyttävät ja mikä on tilan käyttötarkoitus. Käyttäjälähtöinen suunnittelu kuitenkin edellyttää, että käyttäjien tarpeet kartoitetaan ja heidät osallistetaan suunnitteluun jo varhaisessa vaiheessa. Suunnittelijan oletukset eivät yksin riitä ohjaamaan ratkaisua vaan tilojen on pohjauduttava käyttäjien todellisiin tarpeisiin ja kokemuksiin.

Palvelumuotoilussa ja käyttäjälähtöisessä suunnittelussa on hyvin paljon samoja elementtejä ja ne kävelevät ns. ”käsikädessä”. Molemmissa on vahvasti mukana empatia ja inhimillinen näkökulma. Käyttäjälähtöinen suunnittelu kuitenkin on suppeampi ja keskittyy nimenomaan käyttäjän näkökulmaan, eli miltä käyttäjästä tuntuu, kun taas palvelumuotoilu kattaa laajalaisemman prosessin, eli miltä esimerkiksi koko palveluprosessi tuntuu.

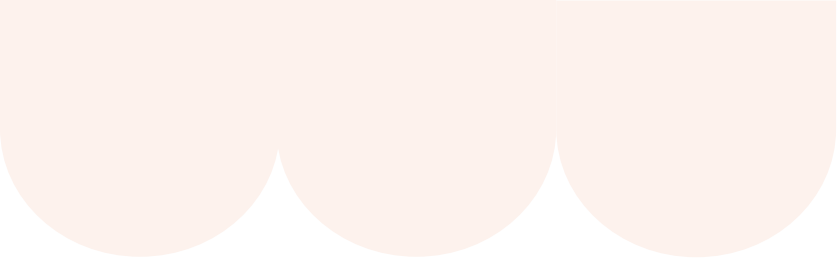
2.4 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on palveluiden ja liiketoiminnan kehittämistä ihmislähtöisesti. Palvelumuotoilu on lähestymistapa, jonka avulla organisaation resursseja, ihmisiä ja prosesseja suunnitellaan ja kehitetään tavoilla, jotka vastaavat käyttäjien tarpeisiin ja tuottavat heille aitoa arvoa (1). Monesti yritykset voivat hypätä suoraan ongelmasta ratkaisuun, jonka oletetaan olevan oikea, eikä silloin saada prosessista muodostuvaa tarpeiden ja toiveiden syvällistä ymmärtämistä palvelun kehittämiseksi. Palvelumuotoilussa hyödynnetään monipuolisesti erilaisia menetelmiä ja työkaluja, jotka tukevat ratkaisujen syntymistä luovasti ja innovoiden. Ne osallistavat ihmisiä palveluiden kehittämisprosessiin ja auttavat visualisoimaan asiakkaan näkökohdan.

Service design is not only useful to create value for the "end users" or customer. It addresses the entire value ecosystem, and might focus on offerings aimed at end users, other businesses, internal partners or colleagues. In other words, service design works for public services, B2C, B2B and internal services (2).

1 Laura Lerkkanen, opintomateriaali

2 K. Stickdorn, M. Hormess, M. Lawrence, A. Schneider, J. 2018. This is Service Design Doing: Applying service Design Thinking in the real world. 15.



Palvelumuotoilun menetelmiä on paljon ja siksi on tärkeää valita sellaisia menetelmiä, joiden avulla saa juuri oikeanlaista tutkimustietoa. Palvelumuotoilu auttaa luomaan palveluprosessin visuaalisesti hahmotettavaan muotoon. Niin kuin Juha Tuulaniemi palvelumuotoilu kirjassaan toteaa, palvelumuotoilu ei ole abstraktia asiakkaiden tunteiden tai kokemusten suunnittelua. Se on konkreettista toimintaa, joka yhdistää sekä käyttäjien tarpeet ja odotukset, että palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimivaksi palveluksi. Palvelun aineettomat osat

saadaan näkyviksi visualisoinneilla ja hahmomalleilla (1).

Palvelumuotoilun lopputulos syntyy eri vaiheiden ja kokeilujen kautta, joten prosessin alkuvaiheilla lopputulemaa ei ennalta pysty näkemään, eli lopputulemaa ei siis voi suunnitella etukäteen. Palvelumuotoiluprosessissa edetään askel kerrallaan ja lopputulema voi olla aivan toista, mitä alun perin mielessään ajatteliin.

Palvelumuotoilua voidaan hyödyntää yrityksessä hyvin erilaisten kehittämishaasteiden ratkomiseen.

Jokaisen projektin kohdalla on kuitenkin hyvin tärkeää miettiä, mitä liiketoiminnallista kehittämishaastetta sillä milloinkin lähdetään ratkaisemaan, sillä yksi yksittäinen palvelumuotoiluprojekti ei voi ratkaista kaikkia yrityksen haasteita samalla kertaa (2). Startup yrityksessä, niin kuin ABA oli, kehitysaihoita olisi paljon mutta opinnäytetyöhöni valitsin selkeän kehityskohdan, joka vaikutti suoraan myös omaan työhöni sisustusarkkitehtina.

1. Tuulaniemi, J., 2011. Palvelumuotoilu. Alma Insights.

2. Koivisto, Mikko, Säynäjäkangas, Johanna & Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.

2.4.1. Muotoiluajattelu

Muotoiluajattelu (design thinking) on tapa tutkia olemassa olevia haasteita, joihin pyritään luomaan käyttäjistä lähteviä ratkaisuja. Muotoiluajattelu on kykyä yhdistää empatia, luovuus ja rationaalisuus (1). Empatia muotoiluajattelussa mahdollistaa mukautua toisen ihmisen ajatuksiin ja kokemuksiin. Ymmärtää aidosti heidän tarpeitaan. Luovuus antaa mahdollisuuden etsiä uusia ratkaisuja, ilman mahdollisia rajoitteita. Rationaalisuus näkyy muotoiluajattelussa prosessien selkeytenä ja johdonmukaisena etenemisenä. Muotoiluajattelussa halutaan tehdä kehittämisen avulla ihmisten arjesta parempaa, sujuvampaa ja elämyksellisempää. Muotoiluajattelu asettaa ihmiset kehittämisen keskiöön ja lähtökohdaksi – ei teknologiaa, organisaatiota tai suunnittelijan henkilökohtaisia mieltymyksiä. Muotoiluajatteluun perustuvassa kehittämisessä halutaan ensin selvittää ja varmistaa, mikä on asiakkaan tai käyttäjän perimmäinen tarve tai ongelma, ja vasta tämän jälkeen kehittää tähän ratkaisu (2).

Our dictionaries distinguish between thinking of, thinking about, and thinking through. They equate the activity of thinking of with imagining, visualizing, dreaming up. In contrast, to think about something is described as an activity during which one considers, reflects, and deliberates. Finally, to think through something is to understand, to grasp, to figure it out. Design thinking seems to encompass all three of these qualities (3).

1 Palvelumuotoilu Palo

2 Koivisto, Mikko, Säynäjäkangas, Johanna & Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.

3. https://www.researchgate.net/publication/230509364_Design_Thinking_and_Design_Management_A_Research_and_Practice_Perspective

3.

Muotoiluprosessi ja tutkimusmenetelmät

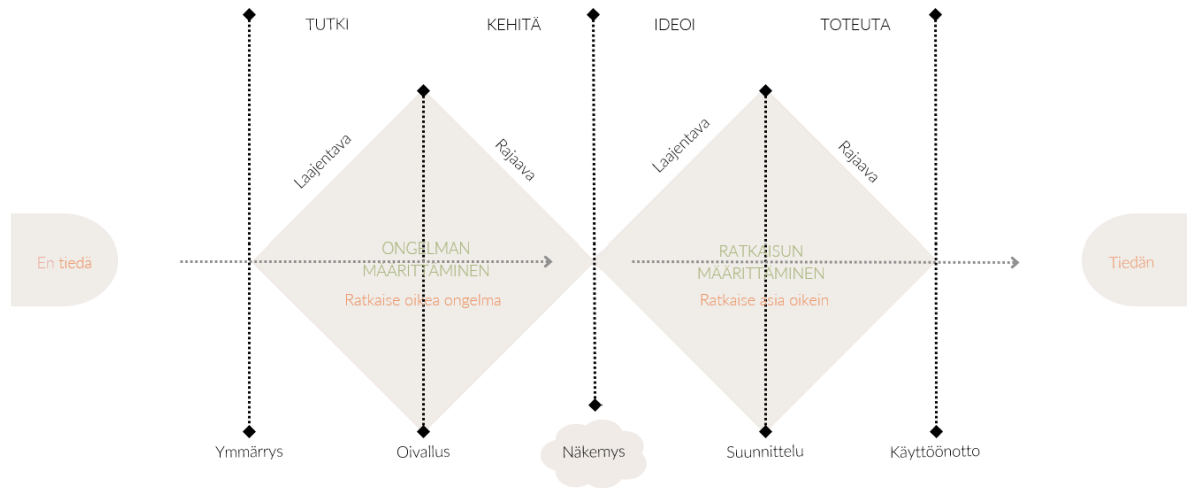
Tässä kappaleessa päästään opinnäytetyön ytimeen. Esittelen käyttämäni tuplatimanttimallia ja sen mukaan etenen muotoiluprosessin ja menetelmien kautta ongelman ratkaisussa eteenpäin lopputulokseen.

3.1 Tuplatimantti

Palvelumuotoilun ja muotoiluajattelun prosessi esitetään usein pohjautuen brittiläisen Design Councilin vuonna 2005 esittelemään Tuplatimanttimaliprosessimalliin (the "Double Diamond" Process) (1).

Tuplatimantissa on neljä päävaihetta: Tutki, Kehitä Ideoi ja Toteuta. Tuplatimantti-prosessissa laajentava (divergentti) ja rajaava (konvergentti) ajattelu vuorottelevat.

Tutki- ja ideoi-vaiheissa pyritään avaamaan näkökulmia mahdollisimman laajasti, etsimään uusia oivalluksia ja tuottamaan runsaasti vaihtoehtoja. Kehitä- ja toteuta-vaiheissa sen sijaan keskitytään valintojen tekemiseen, lupaavimpien ratkaisujen jalostamiseen ja konkretisoimiseen.

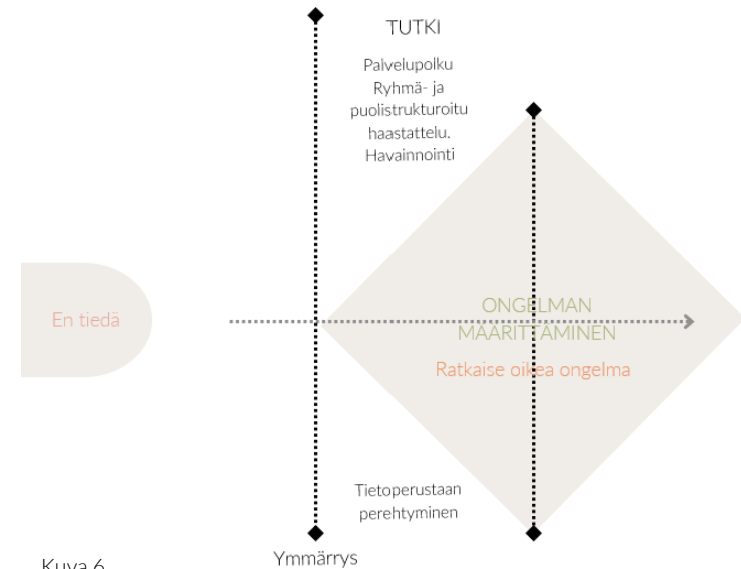


Kuva 5

3.2 Tutki

Tuplatimanttimallin ensimmäisen timantin ensimmäisessä osassa kerään taustatietoa muotoiluprosessia varten. Tulen käyttämään Tutki- osiossa Etnografisia tutkimusmenetelmiä. Etnografinen tutkimus koostuu yleensä aidossa ympäristössä tehtävästä kenttätyöstä, joka sisältää osallistuvaa havainnointia, haastatteluja ja muita tiedonkeruutapoja (1).

Alkuun luon ABA:n projektisuunnitelman palvelupoluksi, jotta saan sen helposti ymmärrettävään visuaaliseen muotoon. Sen jälkeen tulen käyttämään tiedon keruun apuna kahta eri haastattelumuotoa. Haastatteluissa on tarkoitus kerätä kvalitatiivista, eli laadullista tutkimustulosta. Havainnoinnin tarkoitus on tutkia, miten asiakkaan kanssa luotu luottamussuhde vaikuttaa asiakaskokemukseen.

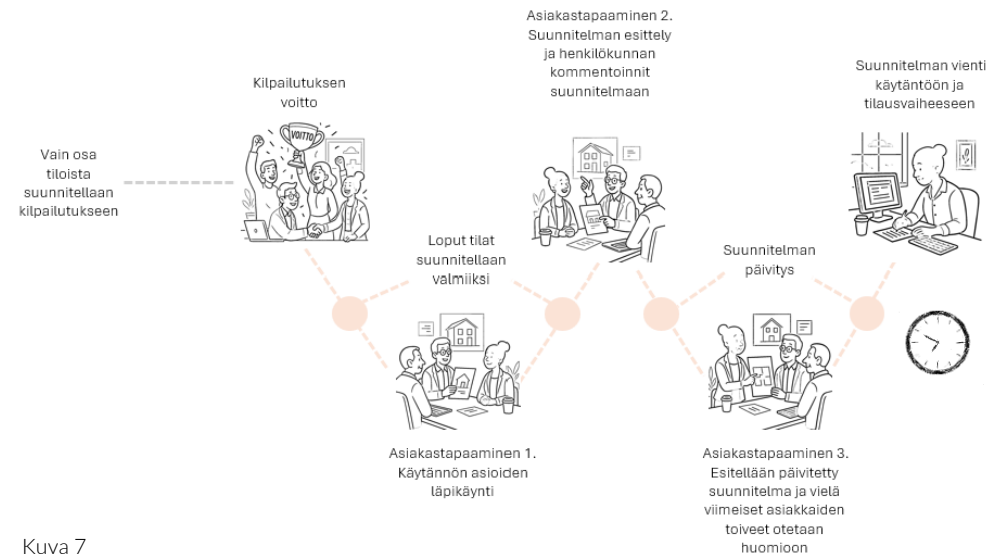


Kuva 6

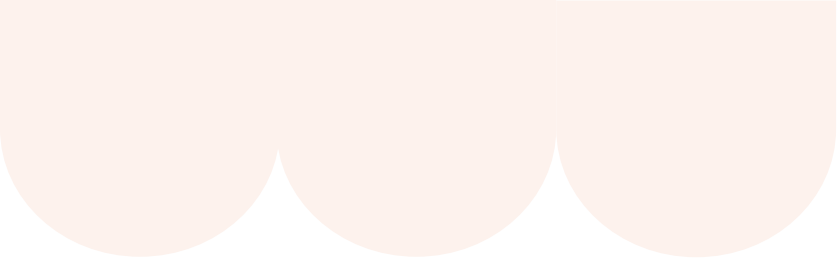
1. Vuorinen, K. (2005) Etnografia. Ovaska, S., Aula, A. & Majaranta, P. (toim.) Käytettävyydetutkimuksen menetelmät, 63-78. Tampereen yliopisto, Tietojenkäsittelytieteiden laitos B-2005-1. Kuva 6 muotoiluprosessin tutki-vaihe

3.2.1 Projektisuunnitelma palvelupoluksi

Hyödynsin ABA:n projektisuunnitelman runkoa alustavan palvelupolkumallin laatimisessa, jotta voisin seurata palvelupolun kehittymistä opinnäytetyön aikana sekä muuntaa projektisuunnitelman visuaaliseen muotoon. Projektisuunnitelmassa oli hahmoteltu alustava runko siitä, miten prosessi etenee kilpailutuksen voittamisesta ja asiakasyhteistyön käynnistymisestä aina tuotteiden tilaamiseen saakka. Projektisuunnitelmassa siis kerrottiin asiakkaille, mitä missäkin projektin vaiheessa tapahtuu, mutta se miten ABA:n sisäinen toiminta tapahtuu, esimerkiksi asiakastapaamisten eri vaiheissa, oli vielä suunnittelematta. Jotta ABA:lla pystytään luomaan ”ainutlaatuinen asiakaskokemus” on tämän prosessin työstäminen erittäin tärkeää. Tavoitteeni opinnäytetyössäni onkin sukeltaa syvemmälle ja selvittää mitä eri vaiheiden tulisi pitää sisällään, eli miten ABA:n sisäistä toimintaa, asiakastapaamisten sisältöä ja asiakasyhteistyötä kannattaisi kehittää. Projekteissa on lähes aina hyvin tiukka aikataulu ja se tulee huomioida prosessissa.



Kuva 7



Avaan tähän hieman projektisuunnitelmasta tehtyä palvelupolkua. Kun kilpailutus on voitettu, sovitaan ensimmäinen tapaaminen, johon osallistui ABA:lta projektipäällikkö sekä tietyt määritellyt henkilöt asiakkaan puolelta. Kilpailutilanteessa osallistavassa käänteisessä projektissa on suunniteltu vain osa tiloista ja loppuosa suunnitellaan voiton jälkeen ennen toista tapaamista. Toinen tapaaminen sisältää voittaneen suunnitelman esittelyn henkilökunnalle ja he voivat kommentoida suunnitelmaa. Palaverissa oli mukana ABA:lta projektipäällikkö, pedagoginen asiantuntija sekä sisustusarkkitehti. Seuraavassa vaiheessa suunnitelma päivitetään asiakaspalautteiden perusteella.

Kolmannessa palaverissa esitetään päivitetty suunnitelma henkilökunnalle ja asiakkaille annetaan vielä mahdollisuus kommentoida suunnitelmaa tietyn aikarajan puitteissa. Tässä palaverissa on mukana samat henkilöt kuin toisessa palaverissa. Lopulta lopullinen oppimisympäristö viimeistellään ja suunnitelma viedään käytäntöön ja tilausvaiheeseen.

Tarkoituksena asiakastapaamisissa on osallistaa asiakkaita, niin että he saavat toiveensa ja äänensä kuuluville. Tämä osallistava tapa on asiakaslähtöistä, vaikka voikin aikataulun suhteen olla haastavaa, jolloin näiden palaverien / työpajojen suunnittelu ennakkoon on erittäin tärkeää.

Palvelumuotoilussa kehittämisen keskiössä on palvelupolku eli käyttäjän läpikäymä prosessi palvelua käytettäessä, prosessin yksittäiset vaiheet eli palvelutuokiot sekä vuorovaikutus esineiden, laitteiden, tilojen ja ihmisten eli kontaktipisteiden kanssa. Kaikki kontaktipisteet palvelupolulla pyritään suunnittelemaan harkitusti niin, että ne muodostavat selkeän, johdonmukaisen ja yhdenmukaisen asiakaskokemuksen, myös asiakkaan kokiessa palvelun monien eri kanavien kautta (1).

Huomasin ensimmäisen palvelupolun kohdalla sen, että ainakin omaan työhön liittyvät osuudet selkeästi kaipaavat tarkempaa tutkiskelua, jotta tiedon ja toiveiden saaminen asiakkaalta varmistuisi.

1. Koivisto, Mikko, Säynäjäkangas, Johanna & Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.

3.2.2. Ryhmähaastattelu taustatiedon keräämiseen

Järjestin ryhmähaastattelun, johon osallistui koko kahdeksan henkinen tiimimme ja myös silloin ABA:lla ollut harjoittelija. Osa meistä oli toimistolla paikan päällä ja osa osallistui Teamsin kautta mukaan. Pyysin meidän harjoittelijaamme kirjaamaan kommentteja ylös värikoodein, jotta tiedän kenen kommentti mikäkin on. Tämä auttoi paljon, kun pystyin keskittymään itse haastatteluun, eikä tarvinnut miettiä kirjaamista samaan aikaan.

Tarkoitus oli kerätä taustatietoa, hahmottaa sisäistä toimintaamme projekteissa ja roolittaa projektin työtehtäviä. Haastatteluun oli varattu aikaa puolitoistatuntia ja juuri se aika siihen meni. Olin

tehnyt ennakkoon 29 kysymystä ja sain pari kysymystä listaan lisää, kun laitoin sen kommentoitavaksi tiimille ennen varsinaista haastattelua. Näin myös tiimin jäsenet pystyivät valmistautumaan kysymyksiin ennakkoon. Sainkin hyvin kommentteja jo etukäteen, ja haastattelun aikana päästiin perehtymään syvällisimmin kysymyksiin.

Ryhmähaastattelun tavoitteet saavutettiin mielestäni hyvin ja saimme tavoitteiden lisäksi ratkaistua myös opinnäytetyön ulkopuolelle jääviä, mutta projektinhallinnan kannalta oleellisia asioita, kuten tehtäväjako projektin eri vaiheissa. Saimme kirkastettua tavoitteita ja luotua myös uusia tapoja sekä ideoita uusiin työkaluihin, jotka edesauttavat

sisäistä projektinhallintaamme.

3.2.3 Havainnointi kahdessa päiväkodissa

Havainnointi kuuluu niin sanottuihin etnografisiin tutkimusmenetelmiin, joilla tarkoitetaan kenttätöyömenetelmiä, joiden avulla pyritään ymmärtämään tutkittavaa kohdetta. Se mahdollistaa pääsyn tapahtumien luonnollisiin ympäristöihin ja kytkee tiedon muita menetelmiä paremmin tutkittavaan kontekstiin ja todellisuuteen (1). Havainnoinnissa tarkastellaan ihmisten ja palvelun toimintaa yleisellä tasolla ilman, että vaikutetaan tapahtumien kulkuun. Sen avulla voidaan tunnistaa käyttäjien piileviä tarpeita ja saada kokonaiskuva palvelun toiminnasta.

Koen havainnoinnin tekemisen opinnäytetyössäni myös tärkeäksi puolistrukturoidun haastattelukysymysten määrittelyn kannalta.

Kävin havainnoimassa kahdessa eri päiväkodissa ja käytin ns. passiivista havainnointia. En tehnyt muistiinpanoja paikanpäällä tai ottanut valokuvia kohteessa, vaan tein muistiinpanot näkemästäni ja kokemastani heti päiväkodeista lähdettyäni.

Havainnoinnissa keskityin asiakaskohtaamiseen ja siihen, miten asiakkaan kanssa luotu luottamussuhde vaikuttaa kanssakäymiseen ja asiakaskokemukseen.

Havainnoinnin perusteella vahvistui se, että on tärkeää tuntea asiakkaansa, puhutaan ns. samaa

kieltä. Pystytään luomaan heidän kanssaan luotettava ja lähestyttävä yhteys, jossa teoillamme näytämme, että arvostamme ja kuuntelemme heitä. Asiakkaan luottamuksen saamisen jälkeen myös mahdollisiin vastoinkäymisiin suhtaudutaan pehmeämmin ja ymmärtäväisemmin. Henkilökohtaisen suhteen luominen asiakkaaseen, lämminhenkinen lähestymistapa ja asiantuntijuus lisää luottamusta ja mahdollistaa pitkä-aikaisen asiakassuhteen.

3.2.4 Puolistrukturoitu haastattelu tiedon keräämiseen

Käytän haastattelumenetelmänä puolistrukturoitua

haastattelua, koska pyrkimykseni on saada laadullista, eli kvalitatiivista tutkimustietoa. Puolistrukturoitu malli antaa myös mahdollisuuden poiketa haastattelurungosta, jolloin haastattelu on mielestäni avoimempi. Puolistrukturoidussa haastattelussa tutkija valmistelee joukon ennalta määrättyjä kysymyksiä tai aiheita, jotka ohjaavat keskustelua osallistujan kanssa, mutta siinä on myös tilaa joustavuudelle ja jatkokysymyksille osallistujan vastausten perusteella. Tämä mahdollistaa keskustelelevamman ja tutkivan lähestymistavan, jolloin tutkija voi syventyä tiettyihin kiinnostuksen kohteisiin ja saada yksityiskohtaista ja vivahteikasta tietoa. (1).

Päätin haastatella neljää tiimimme jäsentä, joilla uskoin olevan niin samanlaisia kuin mahdollisesti myös erilaisia näkemyksiä ja ajatuksia. Pyysin jokaiselta puhelimitse luvan haastatteluun hyvissä ajoin ja varasin haastatteluajat kalentereihin. Nauhoitusluvan pyysin ennen haastattelun alkamista. Toteutin haastattelut jokaisen haastateltavan kanssa erikseen. Tämä siksi, että pystyin itse keskittymään juuri siihen henkilöön, jota haastattelin ja jokainen pystyi tuomaan esille asioita yksilönä.

Toteutin yhden haastattelun livenä ja kolme muuta Teamsilla. Tämä siksi, että haastatteluaikea olisi haastateltaville mahdollisimman joustavaa ja jokaisen aikatauluun sovellettavissa. Nauhoitin jokaisen

haastattelun kännykän ääninauhurilla ja purin vastauksen Wordin sanelijan avulla. Wordin sanelija ei ole täysin luotettava, joten kävin vielä Wordin läpi nauhoituksen kera ja korjasin siihen tulleet kirjoitus /saneluvirheet käsin. Olin laatinut ennakkoon tehtyjä kysymyksiä yhdeksän ja haastattelun kysymyksenrunko eteni yleisestä asiakaskokemuksen tuntemuksista yksityiskohtaisempiin kysymyksiin osallistavan käänteisen kilpailutusmuodon kannalta.

Tämä siksi, että halusin herätellä haastateltavat asiakaskokemuksen ”teeman” sisään ennen kuin lähdin yksityiskohtaisempiin ja myös hieman haastavimpiin kysymyksiin. En lähettänyt kysymyksiä

etukäteen, vaan toivoin saavani haastattelusta luovaa ajatuksen juoksua ja tämän myös mainitsin haastateltaville ennen haastattelun alkua. Se näytti rentouttavan haastattelijoita.

Haastatteluaikea olin varannut 30 minuuttia / haastateltava ja aikaa haastatteluihin meni noin kymmenestä minuutista kahteenkymmeneen minuuttiin. Haastatteluihin varattu aika riitti siis oikein hyvin myös jutusteluun ennen ja jälkeen haastattelun, jolloin haastattelutilanne oli luontevan huoleton.

Haastattelukysymykset (LIITE1) muodostettiin ennakkotietojen, ryhmähaastattelun ja havainnoin perusteella syntyneestä tutkimusdatasta. Eitin kaikille haastateltaville samat kysymykset, samassa järjestyksessä, jotta pääsen vertailemaan vastauksia keskenään.

Osan haastateltavien kanssa pääsin kysymään lisäkysymyksiä aiheeseen liittyen, mutta pääosin vastaukset olivat jo hyvin perusteltuja, joten lisäkysymyksille ei ollut tarvetta. Haastattelussa ei tule esille henkilötietoja. Vieressä haastattelukysymykset.

Voitko kuvailla millainen on mielestäsi hyvä asiakaskokemus?

Voitko kertoa esimerkin, jossa olet onnistunut mielestäsi luomaan asiakkaalle hyvän asiakaskokemuksen?

Minkälaiset asiat tai teot saavat mielestäsi asiakkaan tuntemaan itsensä arvostetuksi?

Minkälaiset asiat toiminnassamme mielestäsi takaisivat asiakkaillemme hyvän asiakaskokemuksen?

Mitä mielestäsi meidän tulisi huomioida osallistuvan käänteisen projektin asiakas yhteistyössä, jotta onnistuisimme hyvän asiakaskokemuksen luomisessa?

Miten mielestäsi pitäisi kehittää asiakaskokemusta osallistuva käänteisen projektin asiakasyhteistyötä?

Millä keinoin saisimme mielestäsi pidättää pidettyä osallistavan käänteisen asiakasyhteistyön joustavana ja osallistavana mutta samalla tehokkaana ja sujuvana?

Miten mielestä se voisimme erottautua kilpailijoista osallistavassa käänteisessä projekteissa?

Mitkä ovat kolme tärkeintä asiaa, jossa meidän pitää onnistua, jotta saisimme asiakkaan palaamaan uudestaan ja suosittelemaan meitä eteenpäin?

Palvelumuotoilijan tärkeimpiä työkaluja on empatia eli kyky astua toisen ihmisen asemaan, ymmärtää heidän tunteitaan ja näkökulmiaan, ja käyttää tätä ymmärrystä oman toiminnan ohjaamiseen (1).

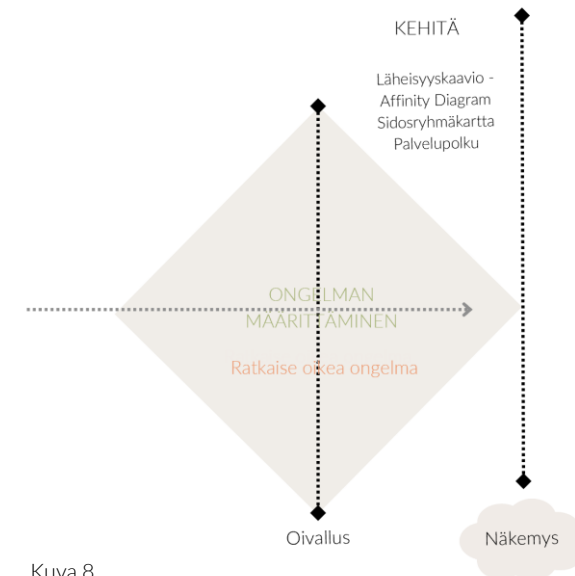
TUTKI- VAIHEEN YHTEENVETO

- ABA:n projektisuunnitelman runko toimi palvelupolkumallin luomisessa. Palvelupolku mahdollistaa projektisuunnitelman tekemisen visuaaliseen ja helpommin hahmotettavaan muotoon
- Ryhmähaastattelusta saatu data auttoi taustatiedon ja tarpeiden kartoittamisessa
- Havainnointi kahdessa päiväkodissa kertoi, miten tärkeää on asiakkaan kanssa luotu luottamussuhde asiakaskokemuksen syntyyn ja sen säilymiseen
- Puolistrukturoidusta yksilöhaastatteluista sai laadullista, eli kvalitatiivista tutkimustietoa opinnäytetyöhön

3.3 Kehitä

Kehitä- vaihe on tuplatimantin, ensimmäisen timantin, toinen vaihe. Vaiheessa analysoidaan ja tulkitaan Tutki-vaiheessa kerätty tieto. Suunnittelun kannalta kerätyn tiedon määrä tai validius eivät vielä määritä sen hyödyllisyyttä suunnitteluprosessissa. Ollakseen hyödyllistä suunnitteluprosessille tiedosta pitää pystyä jalostamaan ymmärrys - näkemys siitä miten jatkaa hedelmällisellä tavalla käyttäjien maailmaan arvoa tuottavan palvelun kehittämistä (1).

Käytän Kehitä-vaiheessa läheisyyskaaviota, eli Affinity Diagrammia, yksilöhaastatteluiden purkuun. Sidosryhmäkartta auttaa jäsentämään sidosryhmät sekä niiden suhteet toisiinsa visuaalisessa muodossa, jolloin kokonaisuuden ymmärtäminen on vaivattomampaa. Tarkastelen myös palvelupolkua lähemmin saamieni tutkimustulosten näkökulmasta.



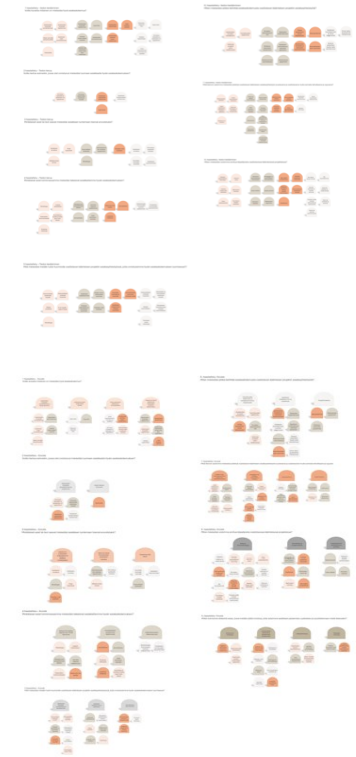
Kuva 8

3.3.1 Affinity Diagram- menetelmällä haastattelujen purku

Lähdin purkamaan yksilöhaastattelun tuloksia Affinity Diagrammin, eli läheisyyskaavion avulla. Läheisyyskaavio (lähisuhdekaavio, samankaltaisuuskaavio) on menetelmä, jolla jäsennetään, esim. haastattelu- ja havainnoinnein kerätty, usein hajanainen aineisto ymmärrettävään muotoon ja asiakokonaisuusiksi (1). Koen, että tällä menetelmällä saan poimittua oleelliset ja yhteneväiset asiat haastatteluista ja pääsen kokoamaan oleellisia ja tärkeitä kehityskohtia seuraaviin vaiheisiin, kuten työpajaa varten. Myös menetelmän visuaalisuus auttaa hahmottamaan datan keräämistä paremmin. Alleviivasin haastateltavien vastauksista Word dokumentissa pääkohdat ja kirjoitin ne erivärilliselle lapuille.

Käytin jokaiselle haastateltavalle oman väristä lappua, jotta ne erottuvat toisistaan. Kokosin haastateltavan laput kysymyksen alle. Näin sain kerättyä kaikkien haastateltavien ydinasiat lapuille vierekkäin kysymysten mukaisesti.

Sen jälkeen lähdin ryhmittelemään lappuja asiasisällön perusteella, eli lähdin tekemään samankaltaisuuskaaviota vastausten mukaan. Värikoodatut laput auttoivat näkemään eri vastaajien vastaukset ja hahmottamaan merkittävät asiasisällöt. Kun olin saanut samankaltaiset vastaukset kerättyä yhteen pystyin luomaan jokaiselle asiasisällölle yläotsikon, joka kiteytti lapuilla olevat vastaukset yhdeksi lauseeksi.



Kuva 9

Koin kuitenkin, että yläotsikkojen määrä oli liian suuri, enkä saanut tästä vielä tarpeeksi tarkkaa dataa, jota pystyisin suoraan hyödyntämään seuraavissa tuplatimantin vaiheissa tai haastattelun analysoinnissa, joten jatkoin samankaltaisuuskaavion työstämistä eteenpäin.

Tätä vaihetta kutsuin ylätason tiedon keräämiseksi. Tässä vaiheessa toin kaikki yläotsikot vierekkäin, jotta sain käsityksen millaisesta datan määrästä tässä on kyse ja niin kuin viereisestä kuvasta (kuva 11) näkyykin, yläotsikoita oli vielä runsaasti ja kiteyttäminen tulisi tarpeeseen. Koodasin yläotsikot eri väreillä, jotta tunnistan, minkä kysymyksen yläotsikko on kyseessä. Seuraavassa vaiheessa, jota kutsuin ylätasojen koosteeksi, lähdin taas tekemään samankaltaisuuskaaviota asiasisällön mukaan.

Kuva 10 ja 11 Affinity Diagram

Yläotsikoista nousi selkeästi viisi kehityskohdetta ja haastattelun tuloksista saatiin kerättyä tärkeimmät asiasisällöt ja pääkysymykset, joita lähdimme jatkotyöstämään ja ideoimaan tarkemmin seuraavissa timantin vaiheissa.

Haastattelujen perusteella voitiin kuitenkin todeta, että ABA on erittäin asiakaslähtöinen yritys ja työtä halutaan tehdä ilon ja aidon kohtaamisen kautta. Hyvän asiakaskokemuksen saavuttaminen ja ylläpitäminen koetaan ensisijaisen tärkeäksi. Haluamme olla aidosti läsnä ja asiakkaat ovat meille tärkeitä. Projektihallintataito ja ammattitaitoinen tiimi meillä on, mutta uudessa yrityksessä toimintatapojen ja työkalujen kehittämistä kaivataan, kuten myös tunnetuksi tulemistä.



Kuva 10



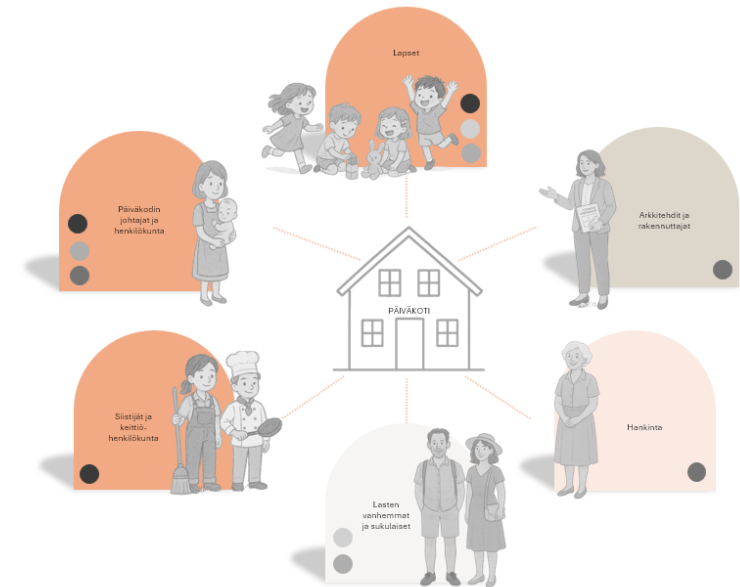
Kuva 11

3.3.2 Sidosryhmäkartta

Sidosryhmät ovat eri osapuolia, jotka liittyvät muotoiltavaan palveluun ja kehityksen kohteena olevaan aihepiiriin. Sidosryhmäkartta (engl. stakeholder map) on kuvaus näistä osapuolista ja kuvaustavasta riippuen myös heidän välisistä vuorovaikutussuhteistaan. Sidosryhmäkartta auttaa hahmottamaan palveluun liittyvää kokonaisuutta ja toimijoita suhteessa toisiinsa sekä ottamaan huomioon eri osapuolet, joiden tulisi olla mukana kehitystyössä (1).

Käytän sidosryhmäkarttaa yhtenä menetelmänä opinnäytetyössäni, koska sen avulla saan luotua visuaalisesti selkeän kartan, jonka avulla pystyn hahmottamaan, mitkä sidosryhmät liittyvät päiväkotiprojekteihin ja mikä heidän osuutensa tulee niissä olemaan.

Monesti kalustekilpailutuksissa on ennalta koottu hankeryhmä, johon voi kuulua hankinnasta vastaava henkilö, päiväkodin johtaja, varhaiskasvatuksen opettaja / opettajia, arkkitehti / sisustusarkkitehti jne. En ota kantaa opinnäytetyössäni tähän hankeryhmän kokoonpanoon, koska se vaihtelee tapauskohtaisesti, emmekä ABA:lla voi vaikuttaa hankeryhmän koontiin.



Kuva 12

1. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-sidosryhmakartta/>
Kuva 12 sidosryhmäkartta

Visualisoimalla järjestelmän kaikki pääkomponentit voidaan analysoida ja suunnitella niiden välistä vuorovaikutusta. Monimutkaiset järjestelmät ovat helpommin ymmärrettävissä, kun ne visualisoidaan, mikä on erityisen hyödyllistä, kun on kyse hankalista muotoilun ongelmista (1). Tein sidosryhmäkartan "mind map" tyylisesti. Sidosryhmäkartan keskiössä on päiväkotit, joka on se ydin, johon projektissa syntyvä kaluste/ tilasuunnitelma toteutetaan. Sen ympärille kokosin varsinaiset sidosryhmät, eli henkilöt / persoonat, joihin suunnitelma vaikuttaa. Vaikka kaikki sidosryhmäkartassa olevat henkilöt eivät pääsekään vaikuttamaan tai osallistumaan suunnitteluun, on tärkeää tiedostaa keneen kaikkiin osapuoliin sillä on vaikutusta.


Tämä sai myös pohtimaan, että keitä henkilöitä olisi tärkeää osallistaa ja millä tavoin heitä pitäisi osallistaa, jotta saamme luotua mahdollisimman onnistuneen lopputuloksen projektin kaluste- ja tilasuunnitelmalle. Käytin hahmottamisen apuna värikoodausta sidosryhmäkartassa, jotta sain eroteltua henkilöt sen mukaan, kuinka paljon he tilaa käyttävät. Se, kuinka paljon tilassa vietetään aikaa nousi punaiseksi langaksi sidosryhmien valinnassa. Laitoin myös edellisen sivun sidosryhmäkartan henkilöille eri sävyisiä palloja, joiden sama väri kuvaa sitä, ketkä ovat toistensa kanssa tekemisissä.

Sidosryhmäkarttaan nousivat esille lapset, päiväkodin johtajat ja henkilökunta sekä siistijät ja

keittiöhenkilökunta. Nämä merkkasin karttaan oranssilla sävyllä. Oranssilla merkityt viettävät paljon aikaa päiväkodissa, jolloin heidän mielipiteen painoarvo on mielestäni korkea. Vaaleanharmaaksi laitoin lasten vanhemmat ja sukulaiset, jotka käyttävät tilaa päivittäin, mutta erittäin lyhyen aikaa.

Rusehtavalla värillä merkkasin arkkitehdit ja rakennuttajat. Tämä ryhmä vastaa rakennuksen toteuttamisesta ennen toiminnan alkamista, mutta eivät käytä tilaa lainkaan. Roosalla merkkasin hankinnan, joka monesti vastaa kilpailutuksesta, he vetävät kilpailutuksen läpi ja huolehtivat, että

1. K. Stickdorn, M. Hormess, M. Lawrence, A. Schneider, J. 2018. This is Service Design Doing: Applying service Design Thinking in the real world. 58



toimitaan sopimuksen mukaisesti mutta myöskään eivät fyysesti vietä aikaa päiväkodeissa. Tämä rajaus oli mielestäni hyvin selkeä ja toi esiin sellaiset sidosryhmät, joiden olisi hyvä olla kaluste- ja tilasuunnittelussa mukana, eli ne henkilöt, jotka viettävät paljon aikaa päiväkodeissa: Lapset ja henkilökunta, mukaan lukien siistijät ja keittiöhenkilökunta.

Lapset ovat aina päiväkotisuunnitelmien ytimessä ja heidän tarpeet huomioidaan jokaisessa tilassa, mutta joudun jättämään lasten osallistamisen opinnäytetyöstäni pois, koska heidän osallistaminen on kokonaan erillinen prosessi. Se vaatisi olemassa olevan päiväkodin uudelleen kalustamisprojektin ja se aihe-alue menee hieman sivuun tästä opinnäytetyöni ytimestä. Päiväkodin henkilökunta,

joka tilaa käyttää päivittäin on tietenkin avainasemassa, jotta he pääsevät vaikuttamaan heidän työympäristöönsä ja se, että heidän tarpeitaan ja toiveitaan kuunnellaan ja ymmärretään. Tilat on oltava toiminnalliset ja käytännölliset sekä niiden pitää tukea päivittäin suoritettavaa pedagogiaa. Aikuisten ergonomia on erityisen tärkeää työssä jaksamisen kannalta.

Puhtaanapito ja helppohoitoisuus on oleellisen tärkeää päiväkotiympäristössä, jossa jyllää paljon tauteja, joten siistijöiden työ pitää ottaa myös huomioon. Helppohoitoisuuden lisäksi pitää huomioida, että laitteet, joita siivoukseen käytetään mahtuvat liikkumaan tiloissa sekä kalusteiden pinnat ovat helposti pyyhittävissä ja kestävätkä kulutusta.

Keittiöhenkilökunnan tarpeet riippuvat myös tilallisten näkökulmien lisäksi siitä ruokailevatko lapset ryhmätiloissa vai erillisissä ruoka / monitoimitiloissa ja onko päiväkodissa lämmityskeittiö vai tehdäänkö ruoka paikanpäällä. Tarjoillaanko ruoka lapsille suoraan pöytiin vai haetaanko ruoat linjastoista. Nämä asiat voivat vaihdella päiväkodista riippuen, joten siksi tämäkin on tärkeä tiedostaa ja huomioida.

Vaikka sidosryhmäkartta selvensi keitä olisi hyvä osallistaa kalustesuunnitteluun mukaan ABA:n näkökulmasta, tähän ei pysty aina vaikuttamaan, vaan jokainen projekti on tapauskohtainen. Nyt sain kuitenkin rajattua sidosryhmät, joiden olisi tärkeää osallistua suunnitteluun, joten sitä kautta etenen seuraavaan vaiheeseen.

3.3.3 Palvelupolun tarkastelu kerättyjen tietojen perusteella

Tähän mennessä saatujen tietojen perusteella on syytä tarkastella ensimmäistä, eli projektisuunnitelmasta tehtyä palvelupolkua ja pohtia onko siihen tarvetta tehdä muutoksia. Palvelupolku osoittaa meille palvelun merkitykselliset hetket. Nämä hetket osoittavat tietä asiakaskokemuksen syntymiselle. Asiakaskokemus syntyy pienistä hetkistä pitkin palvelun käyttöä, joten asiakkaan polun ymmärtäminen on enemmän kuin välttämätöntä voidaksemme muotoilla tulevaisuuden vaikuttavia asiakaskokemuksia (1).

Haastatteluista saatujen tietojen mukaan ABA:n

yrityskulttuuri tukee asiakaslähtöistä toimintaa ja haluamme, että asiakkaat saavat äänensä ja toiveensa kuuluville. Haluamme aidosti tehdä oppimisympäristöjä, jotka tukevat päiväkodin arjen toimintaa ja jossa huomioidaan lasten oppiminen, tilojen toiminnallisuus ja kalusteiden sekä palvelun korkea laatu. Haluamme toimia luotettavina, helposti lähestyttävänä, avoimina asiakkaitamme kohtaan ja aidosti kuunnella mitä asiakkaat toivovat. On siis erittäin tärkeää ymmärtää päiväkodin arkea, jotta pystymme luomaan tiloja, jotka tukevat heidän päivittäistä toimintaa, toiminnankuvausta sekä varhaiskasvatussuunnitelmaa.

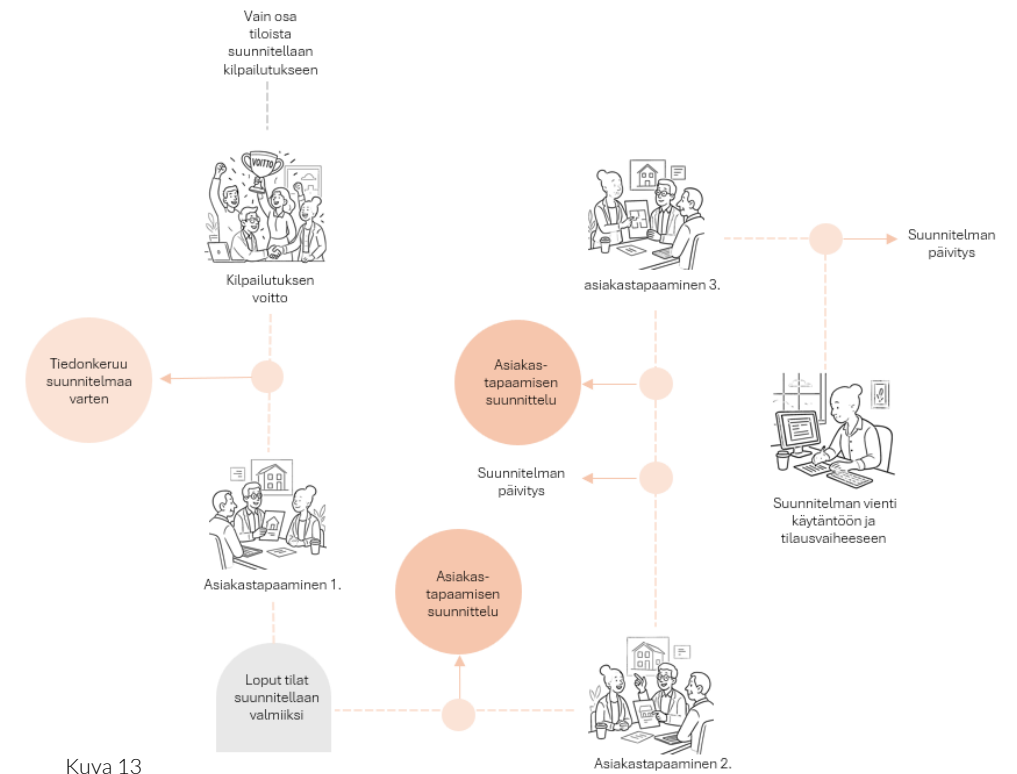
Ensimmäinen kehityskohta mielestäni onkin, miten

sisäisimme asiakkaiden äänen kuuluville, ennen kuin suunnitelman työstöä jatketaan eteenpäin? Voitettu kilpailutus toki kertoo, että olemme oikealla jäljillä, kuitenkin suunnitelma on tehty täysin tarjousmateriaalin sekä tietenkin meidän projektitiimin ammattitaidolla, mutta se ei mielestäni ole riittävää. Meidän pitäisi saada asiakkailta tietoa heidän toiveistaan ja tarpeistaan jo palvelupolun alkupuoliskolla, jotta pystymme toimimaan niin kuin lupaamme, eli kuuntelemme asiakasta. Eli tässä vaiheessa on selvää, että ensimmäistä palvelupolkua on syytä tarkastella tarkemmin siitä näkökulmasta, että mihin kohtaan palvelutuokiot palvelupolkuun sijoittuvat ja mitä ne pitää sisällään.

1. <https://ideapakka.fi/blogi/palvelupolku-palvelumuotoilu/>

Palvelupolku jakautuu vaiheisiin, joita kutsutaan palvelutuokioiksi. Jokainen palvelutuokio koostuu lukemattomista kontaktipisteistä. Niiden kautta asiakas on kontaktissa palveluun kaikilla aisteilla (1).

Toinen kehityskohta on ABA:n sisäistä kehitystä, eli asiakastapaamisten suunnittelu ja toteutus. Meillä ei ole selkeää kaavaa tai suunnitelmaa, millä tavoin asiakastapaamiset olisi hyvä hoitaa. Tarvitsisimme siihen selkeät toimintatavat ja roolitukset, joilla voimme taata asiakkaille loistavan asiakaskokemuksen sekä saada itse tietoa siitä, mitä tarpeita asiakkailta on, jotta pääsemme edistämään suunnitelmaa ja saamaan se kunnialla maaliin. Viereisessä kuvassa näkyy palvelupolku, johon olen lisännyt kuvaamiani ja havaitsemiani puutteita. Merkkasin palvelupolkuun vaalean lohenpunaisella pallon ”tiedonkeruu suunnitelmaa varten”. Tämä sijoittuu kilpailutuksen voiton ja ensimmäisen asiakastapaamisen väliin ja tässä olemme kontaktissa asiakkaan kanssa. Tummemmalla lohenpunaisella ympyrällä merkkasin kohdat asiakastapaamisen suunnittelua, joka on ABA:n sisäistä kehitystyötä ja nämä asiakastapaamisten sisällöt vaativat tarkkaa suunnittelua. Nämä kaksi selkeää kehityskohtaa nousi tässä vaiheessa esille.



Kuva 13

KEHITÄ- VAIHEEN YHTEENVETO

- Affinity Diagrammilla tehdystä yksilöhaastattelujen datasta nousi selkeästi esiin viisi kehityskohdetta
- Sidosryhmäkartta selvensi keitä asiakkaita olisi tärkeä ottaa mukaan osallistaviin käänteisiin kilpailutuksiin. Esille nousi henkilöt, jotka työskentelevät päiväkodissa päivittäin
- Palvelupolun tarkastelu osoitti, että ensimmäistä palvelupolkua on syytä tarkastella tarkemmin siitä näkökulmasta, että mihin kohtaan palvelutuokiot palvelupolkuun sijoittuvat ja mitä ne pitää sisällään

Millä keinoin varmistamme, että asiakkaan tarpeet otetaan huomioon ja asiakas pääsee vaikuttamaan käänteisen projektin suunnitteluun?

Miten meidän pitäisi tuoda esiin asiakkaillemme ammatillista osaamistamme ja miten lisäämme tunnettuuttamme?

Miten varmistamme, että projektinhallintamme toimii ja mitä sen suunnittelussa pitää huomioida?

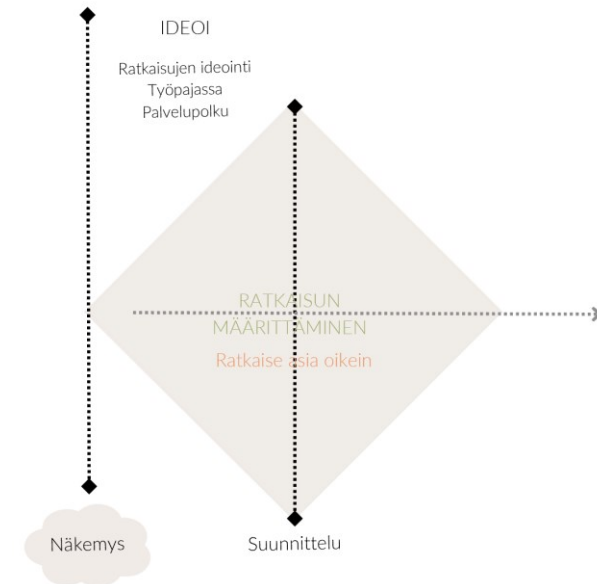
Miten saamme lisättyä asiakkaiden luottamusta ja mitä asioita meidän pitää kehittää / parantaa?

Millä keinoin varmistamme, että aitous, hyvä fiilis ja lämminhenkisyyttä näkyy asiakasyhteistyössämme?

3.4 Ideoi

Ideoi- vaihe on tuplatimantin, toisen timantin, ensimmäinen vaihe. Tässä vaiheessa keskityn kehittämään ratkaisuihideoita tunnistettuun kehityskohtaan. Ideoinnin apuna hyödynnetään syntynyttä ymmärrystä asiakastarpeista ja mahdollisesti eri *ideointimenetelmiä*. Ratkaisuja myös yhteiskehitetään työpajoissa asiakkaiden, henkilökunnan ja muiden sidosryhmien kanssa hyödyntämällä osallistujien esittämää kritiikkiä ja luovia parannusehdotuksia (1).

Ideoi- vaiheessa käytin työpajamenetelmää. Työpaja järjestettiin ABA:n kehityspäivillä ja siihen osallistui koko ABA:n henkilökunta. Tämän jälkeen aloin jalostamaan palvelupolkua yksityiskohtaisemmalle tasolle.



Kuva 14

3.4.1 Kehittämispäivä työpajamenetelmällä

Pidin koko tiimille työpajan ABA:n kehittämispäivillä, jonka tarkoitus oli pureutua syvemmälle kehittä-vaiheen haastatteluista saatujen ja Affinity Diagrammin kautta purettujen viiden kehityskohteen syövereihin. Pidin työpajan livenä toimistollamme mutta viimehetken sairastumisen myötä yksi tiimiläisistä tuli Teamsin kautta mukaan. Tiesin jo työpajaa suunnitellessani, että työpaja tulee olemaan kunnianhimoinen ja tiivis sekä aikataulullisesti tiukka. Kuitenkin kaikkien työkiireiden vuoksi päätin, että pidän kiinni tekemästäni aikataulusta, enkä lähtenyt jakamaan työpajaa osiin. Olin suunnitellut työpajan rungon niin, että kaikki olemme livenä paikanpäällä, koska koin, että näin saamme tiimistämme


kaiken irti ja vuorovaikutus on helpompaa. Sairaana oleva henkilö kuitenkin halusi osallistua kehityspäivään, joten kirjasin hänen, Teamsin kautta, tulleita ajatuksia ylös post-it-lapuille ja näin kaikki tiimistämme pääsi osallistumaan työpajaan mukaan.

Työpajamenetelmänä käytin Affinity Diagrammia, joka oli selkeä valinta menetelmäksi, koska siinä jokainen pääsee vaikuttamaan ja kertomaan myös ääneen omia ajatuksia muille. Aikaa työpajaan oli varattu noin 4,5 tuntia pois lukien tauot. Päivän aluksi pyysin, että työpajan aikana ei katsottaisi kännyköitä, eikä tietokoneita. Sen jälkeen kerroin mitä olemme tekemässä ja miksi. Kerroin, mistä nämä viisi kehityskohdetta, joihin tänään etsitään ratkaisuja, ovat tulleet. Sitten päästiin itse asiaan.

KEHITTÄMISPÄIVÄN AIKATAULU

Klo 9.30- 9.40	Päivän agenda – Fasilitoija
IDEOI	
Klo 9.40- 9.50	Kehittämiskysymysparityönä
Klo 9.50- 10.00	Kehittämiskysymyksestä keskustelua
Klo 10.00- 10.20	Kehityskohde 1
Klo 10.20- 10.40	Kehityskohde 2
Klo 10.40- 11.00	Kehityskohde 3
Klo 11.00- 11.10	Tauko
Klo 11.10- 11.30	Kehityskohde 4
Klo 11.30- 11.50	Kehityskohde 5
Klo 11.50- 12.10	Samankaltaiset ideat lähekkäin
Klo 12.10- 12.40	Lounastauko
RATKAISE	
Klo 12.40- 13.00	Ideoinen kokoaminen & tärkeimpien ideoiden merkitseminen
Klo 13.00- 13.30	Ideoista konkreettiseksi ratkaisuksi
Klo 13.30- 13.55	Ratkaisujen yhteenveto ja jatkotyöstö

Kuva 15



Aloitin päivän ns. lämmittelyllä, eli halusin, että tiimiläiset fokusoivat ajatuksensa päivän agendaan. Työpaja lähti liikkeelle parikeskustelulla, jonka jälkeen jokainen pari kertoi kaikille mitä ajatuksia tämä toi mieleen.

Tämä jälkeen pääsimme käsiksi viiteen kehityskohteeseen, jotka yksilöhaastatteluista oli noussut esiin. Pyysin tiimiläisiä ideoimaan ratkaisuja jokaiseen viiteen kysymykseen niin, että jokainen ajatus kirjataan yksittäiselle post-it-lapuille ja niin, että ne ilmaistaan kokonaisilla lauserakenteilla. Aina yhden kehityskohteen kysymyksen jälkeen pyysin, että jokainen vie yksitellen kirjaamansa post-it-laput ilmoitustaululle ja kertovat ääneen lappujen sisällön

sekä avaavat parilla sanalla miksi haluaa nostaa tämän idean esiin. Tämä sama toistui jokaisen viiden kehityskohteen kysymyksen kohdalla.

Kun kaikki olivat vieneet post-it-laput ilmoitustaululle pyysin, että tiimiläiset ryhmittelevät post-it-laput samankaltaisuuksien mukaisesti, sekoittamatta kuitenkaan kehityskohteen ideoita keskenään. Tätä tapaa sanotaan ns. osallistavaksi analyysiksi, eli ryhmät ryhmittelevät itse post-it-laput, ei fasilitoija. Kannustin myös tiimiläisiä keskustelemaan siitä, miksi heidän mielestä mikäkin lappu kuuluu mihinkin ryhmään. Tämä vaihe onnistui mielestäni erinomaisesti niin aikataulullisesti kuin siksi, että yhteinen keskustelu selkeästi toi uusia oivalluksia.

Lounaan jälkeen jatkettiin työpajaa ratkaisu- vaiheeseen, eli pyysin tiimiläisiä laatimaan syntyneille samankaltaisuus ryhmille niitä kuvaavan yläotsikon sekä merkitsemään heidän mielestä kolme tärkeämpää ideaa tukkimiehen kirjanpidolla. Tämän jälkeen pyysin, että tiimiläiset käyvät läpi ja keskustelevat syntyneistä tuloksista. Pyysin heitä miettimään, yhdistämään ja jalostamaan niistä konkreettisia ratkaisuja ja kirjaamaan ratkaisut paperille.

Lopuksi käytiin läpi ratkaisujen yhteenveto ja jatkotyöstösuunnitelmat, eli mitä saatiin aikaan ja mitä lähdemme viemään eteenpäin.

Työpaja oli mielestäni onnistunut, vaikka aikataulu olikin tiukka ja päivän aikana tulleet muuttuvat tekijät, jota avaan tarkemmin opinnäytetyöni lopussa, vaikuttivat myös työpajan kulkuun. Kaiken kaikkiaan työpajasta nousi kolme todella tärkeää kehitysaihiota, joita lähdemme jatkotyöstämään ja yksi lähti työstön alle jo heti samantien työpajan seurauksena. Työpajan anti vahvisti myös, että opinnäytetyön aihe on erittäin ajankohtainen ja tärkeä ABA:n toiminnan ja asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Vieressä kolme asiaa, jotka työpajasta nousi esille.

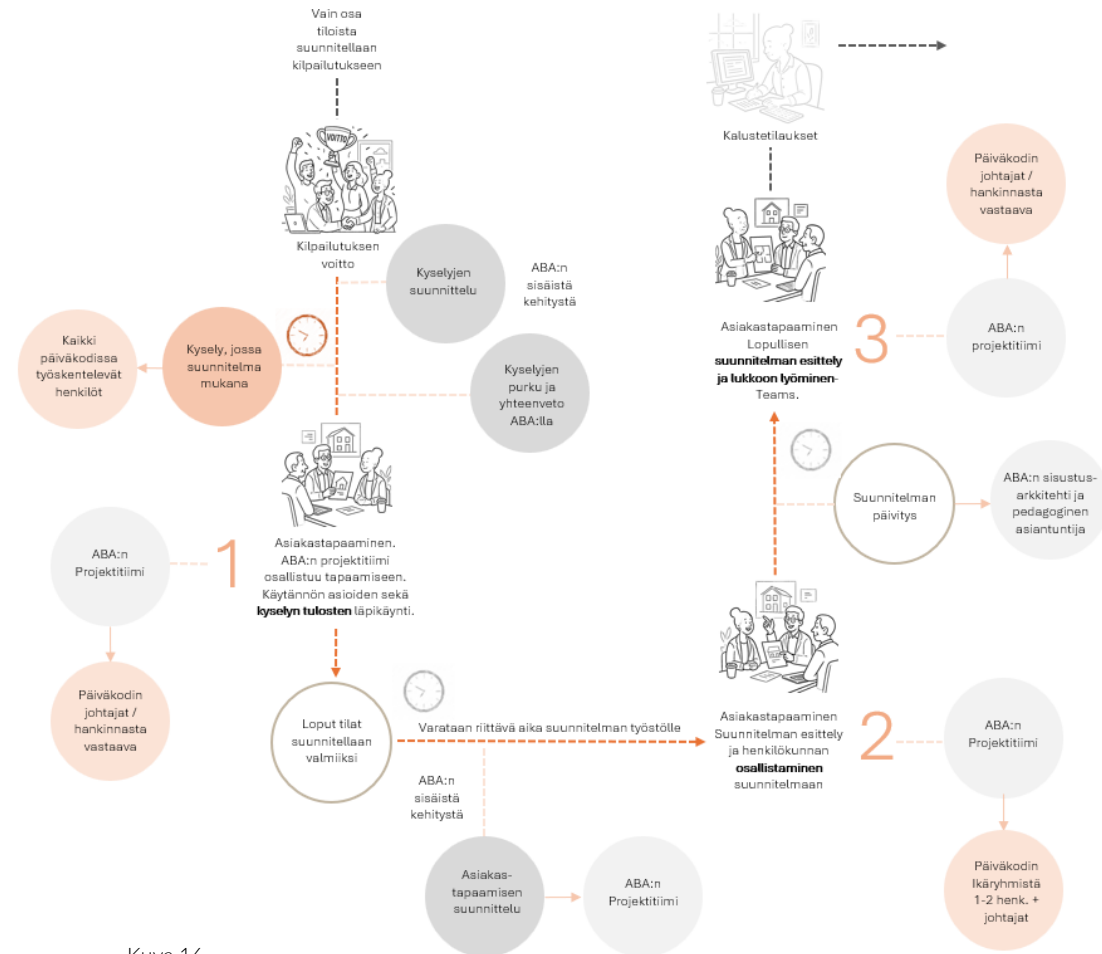
Verkkokaupan uudistaminen

Aikajanallisen projektisuunnitelman teko ja kehittäminen

Markkinointiin ja myyntiin panostaminen

3.4.2 Palvelupolun jalostuminen

Työpajan tulos vahvistaa, että ABA:lle on tärkeää saada aikataulutettu ja juuri tähän prosessiin tehty projektisuunnitelma ja tämä tieto tukee palvelupolun jatkamista yhä syvemmälle ja yksityiskohtaisemmalle tasolle. Palvelupolkua voidaan täydentää kaikissa palvelun kehittämisen vaiheissa. Kun ideoidaan uusia palveluita, lähdetään usein ideointivaiheessa hahmottelemaan uuden ratkaisun palvelupolkua eli sitä, millaisesta palvelutuokioiden ketjusta ideassa on kyse (1). Jotta palvelupolulla voidaan edetä, on ratkaistava asioita pala kerrallaan. Palvelupolku jaetaan eripituisiin osiin käytännön kannalta tarkoituksen mukaisesti.



Kuva 16

1. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelupolulla-kehitetaan-parempia-palveluita/>
Kuva 16 palvelupolun jalostuminen

Näitä osia ovat palvelutuokiot ja palvelun kontaktipisteet. Palvelupolku jakautuu siis palvelutuokioihin, jotka sisältävät useita palvelun kontaktipisteitä (1).

Lähden ensin liikkeelle siitä, mitä tapahtuu kilpailutuksen voiton ja ensimmäisen asiakastapaamisen välissä. Jotta saisimme mahdollisimman paljon tietoa ennen suunnittelun jatkamista, olisi erittäin tärkeätä päästä kuulemaan sidosryhmäkartasta nousseiden henkilöiden ajatuksia ennen suunnitelman jatkamista. Yhteiskehittäminen on palvelumuotoilua. Palvelumuotoilu on yhteiskehittämistä. Palvelumuotoilun yksi keskeinen ajatus on palvelun

eri osapuolten osallistaminen palvelun kehittämiseen. Yhteiskehittämisen tavoitteena on, että kaikki palveluun liittyvät asiat ja näkökannat tulevat mahdollisimman laaja-alaisesti huomioiduksi tiedon keräämis- ja analysointivaiheessa (2). Tässä tilanteessa tulee kuitenkin esiin juuri se vaikeus, mistä aikaisemminkin mainitsin, eli projektin aikataulu sekä tiedon, eli toiveiden ja ajatusten kerääminen. Osallistavan prosessin pitää olla asiakkaille vaivatonta, nopeaa ja heidän aikatauluun sopivaa. Päiväkodissa on hyvin hektinen aikataulutettu päivärytmi, eikä ylimääräisiin asioihin yleensä ole päivän aikana aikaa.

Paras, vaivattomin ja nopein menetelmä tähän olisi

hyvin ennalta valmisteltu kysely päiväkodissa työskenteleville. Kyselyyn voisi sisältää kalustesuunnitelman, joita ei välttämättä kaikki ole päässeet vielä näkemään. Hankaluutena voi olla, ettei henkilökuntaa ole vielä palkattu tässä vaiheessa projektia, joten tätä pitäisi sitten varioida tilanteen, mahdollisuuden sekä silloisen henkilökunnan mukaan. Kyselyn tarkoitus on kerätä määrällistä tutkimustulosta. Kysely eli survey on kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, jossa tietoa kerätään isolta vastaajajoukolta (3). Määrällinen tutkimus mahdollistaisi sen, että kaikki päiväkodissa työskentelevät voisivat vaikuttaa päiväkodin tiloihin ryhmä-, ikärajoista tai työtehtävästä riippumatta.

1. Tuulaniemi, J., 2011. Palvelumuotoilu. Alma Insights. 78

2. Koivisto, Mikko, Säynäjäkangas, Johanna & Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent. 116

3. https://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/menetelmat/kyselytutkimus/?utm_source

Näin pystytään tutkimusprosessissa hyödyntämään kvantitatiivista tutkimusmenetelmää yhdessä kvalitatiivisten tulosten ja oppimisympäristöjen suunnittelun asiantuntemuksen kanssa. Sinikka Ruohonen muotoilu.info:n artikkelissaan toteaa, että muotoilijan opinnäyte ei koskaan muodostu pelkästä kyselystä, koska kysely tehdään oman suunnittelun tueksi. Tutkija joutuu tulostensa perusteella tekemään paljon kompromisseja ja päätöksiä, koska kysely ei voi antaa suoraan vastausta siihen, millaisia suunnitelmien pitää olla. Kun suunnitellaan isolle ryhmälle, on monenlaisia mielipiteitä ja odotuksia ja silti pitää saada aikaiseksi kaikkia tyydyttävä lopputulos (1). Kysymysten muotoilussa on siis tärkeää miettiä tarkkaan, miten saamme

vastauksista eniten tietoa suunnittelun tueksi. Kysely pitäisi laatia niin, ettei niitä kohdisteta minkään työnkuvan tai tehtävän mukaisesti vaan nimenomaan koskemaan päiväkodin tilojen pedagogista toimivuutta. Kysymykset eivät saa olla liian työläitä vastaajille tai kysymykset kohdennetaan niin, etteivät toiveet ole sellaisia, joita emme voisi toteuttaa, esimerkiksi budjetillisista syistä. Myös vastaamiseen pitää olla tietty aikaraja, jotta ABA:n päässä ehditään ne purkaa ja vetää yhteen ennen ensimmäistä asiakastapaamista.

Seuraavaksi selvitän, mitä asioita pitäisi kehittää siinä vaiheessa, kun loppujen tilojen suunnittelu alkaa siihen, kun toinen asiakastapaaminen koittaa. Tämä vaihe on ABA:n sisäisen toiminnan kehittämistä.

Niin kuin Palvelumuotoilun Bisneskirjassa todetaan, palvelumuotoilulla on myös paikkansa yrityksen sisäisen toiminnan ja palvelutuotannon tukiprosessien kehittämisessä. Palvelumuotoilulla voidaan parantaa asiakaskokemusta kehittämällä yrityksen palvelukulttuuria sekä sisäisiä rakenteita ja toimintamalleja, joilla on suora tai välillinen vaikutus asiakkaaseen (2).

Päiväkodin vielä suunnittelemattomien tilojen työstölle pitää varata, mahdollisuuksien mukaan, riittävästi aikaa. Ajan tarve tietenkin riippuu monesta asiasta, esimerkiksi kuinka iso päiväkotitoiminta on kyseessä ja kuinka paljon tiloista oli jo suunniteltu ennakkoon ja koska päiväkodin toiminta alkaa.

1. https://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/menetelmat/kyselytutkimus/?utm_source

2. Koivisto, Mikko, Säynäjäkangas, Johanna & Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.60

Suunnittelulle aikaa tarvitsee ABA:n sisustusarkkitehti sekä pedagoginen asiantuntija, jotka työstävät suunnitelmaa yhteistyössä eteenpäin. Aikaa pitää jäädä myös seuraavan asiakastapaamiseen suunniteluun. Tässä projektitiimin kaikilla osapuolilla on tärkeä osa ja työnjako pitää olla selkeä, jotta jokainen tietää oman tehtävänsä.

Toisessa asiakastapaamisessa on tarkoitus kartoittaa vielä syvemmin asiakkaiden tarpeita ja toiveita ja siksi muutin palvelupolun asiakastapaamisen 2 kohdan otsikon ”suunnitelman esittely ja henkilökunnan osallistaminen suunnitelmaan”. Tässä tapaamisessa olisi hyvä saada kvalitatiivista, eli laadullista tutkimustulosta kyselystä tulevan kvantitatiivisen, eli

määrällisen tutkimustuloksen tueksi. Osallistava henkilömäärä on pidettävä hallittavassa koossa, myös aikataulullisista syistä, joten siksi on myös perusteltua tässä vaiheessa supistaa suunnitelmaan osallistavan henkilökunnan määrää. Osallistaisin asiakkaista asiakastapaamiseen mukaan päiväkodin johtajan ja varajohtajan lisäksi jokaisesta ikäryhmästä mielellään 2 henkilöä. Jos päiväkodissa työskentelee varhaiskasvatuksen sosionomi tai varhaiskasvatuksen erityisopettajia, kuuluvat he osaksi päiväkodin henkilökunnan ryhmää. Tällä tavoin huomioidaan myös se, että jos päiväkotiin tuleva henkilökunta työskentelee toisessa päiväkodissa, niin sen päiväkodin toiminnan pyörittäminen häiriintyisi

mahdollisemman vähän ja, että asiakastapaamisen voisi pitää kuitenkin arkityöajan puitteissa. On erityisen tärkeää, että koko ABA:n projektitiimi osallistuu asiakastapaamiseen, jotta kaikki saavat yhteneväisesti työpajassa syntyneet tiedot ja tapaamisen roolit voidaan jakaa koko tiimin kesken.

Toisen asiakastapaamisen jälkeen tulisi mahdollinen suunnitelman päivitys niiden tulosten perusteella, joita olemme asiakkaiden osallistamisesta saaneet. Aikataulullisesti suunnitelman päivitys pitää olla ripeää ja siinä taas sisustusarkkitehdilla ja pedagogisella asiantuntijalla on merkittävä rooli.

Heidän pitää katsoa suunnitelmaa ja asiakkaiden toiveita kokonaisuutena, ei pelkästään yksittäisten toiveiden perusteella. Suunnitelman loppuun saattaminen tässä vaiheessa on oleellista koko prosessin kannalta.

Kolmanteen asiakastapaamiseen osallistuisi ABA:lta koko projektitiimi ja päiväkodin johtajat ja hankinnasta vastaava / vastaavat henkilöt. Tässä tapaamisessa käydään vielä kertaalleen suunnitelma läpi sisustusarkkitehdin ja pedagogisen asiantuntijan toimesta, niiltä osin, joihin mahdollisia muutoksia on tullut. Tässä palaverissa projektipäälliköllä on tärkeä rooli koko tapaamisen läpiviennissä sekä siinä, että pääsemme etenemään kalusteiden tilausvaiheeseen, eli saamme ns. lyötyä lukkoon suunnitelman ja tilattavat kalusteet.

Tämän tapaamisen jälkeen laitetaan kalusteet tilaukseen ja prosessi etenee opinnäytetyöaiheeni ulkopuolelle, enkä ota siihen kantaa tästä eteenpäin.

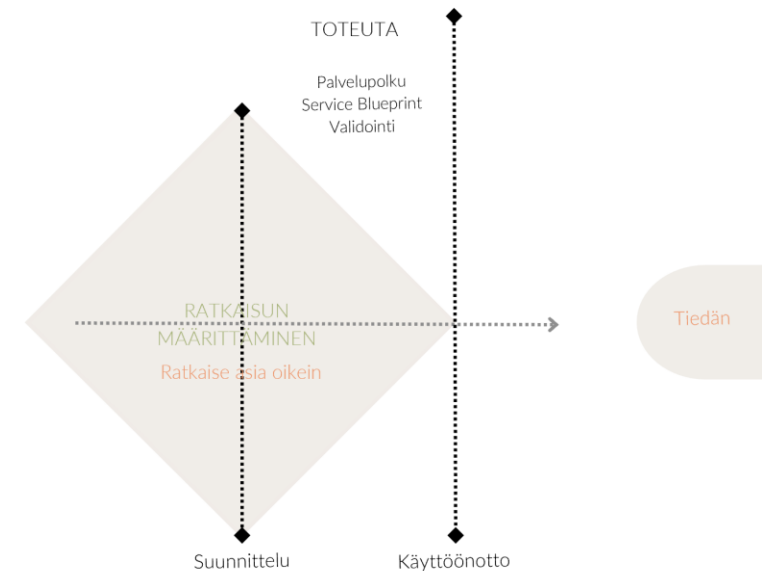
IDEOINTI- VAIHEEN YHTEENVETO

- ABA:lla on tarve aikataulutetulle projektisuunnitelmalle
- ABA:n sisäiset- ja ulkoiset prosessit projekteissa pitää suunnitella ja selkeästi kohdentaa vastuujaoit projektitiimin kesken
- Osallistavaa asiakasyhteistyötä ja suunnitelmaa tukevaa tiedon keruuta on syytä aikaistaa, jotta suunnittelun tueksi saadaan asiakkaiden toiveita jo ennen kuin loppusuunnitelmaa aletaan työstämään
- Toisen asiakastapaamisen osallistava työpaja on suunniteltava niin, että saadaan kvalitatiivista tutkimustulosta kvantitatiivisen tutkimustuloksen tueksi
- Asiakkaan osallistamisen tai suunnitelman vaikuttamisen määrä ei ole vähentynyt alkuperäisestä projektisuunnitelmasta mutta niiden aikajanallista kohtaa on muutettu, joka tulee auttamaan koko projektin hallintaa.

3.5 Toteuta

Toteuta- vaihe on tuplatimantin, toisen timantin, toinen eli viimeinen vaihe. Prosessin tässä vaiheessa korostuu toteutuskelpoisten ja tavoitteita parhaiten tukevien ideoiden valinta. Vaiheen lopuksi on tavoitteena tuottaa palvelusta määritelty idea tai konsepti, jonka pohjalta voidaan tehdä päätös, viedäänkö kehitetty ratkaisu toteutukseen vai ei (1).

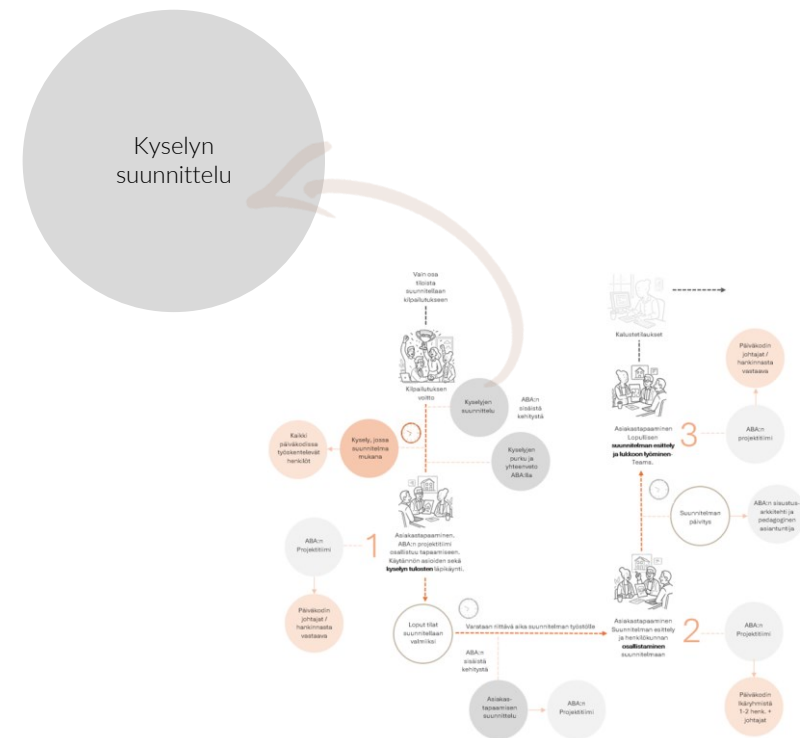
Toteuta vaiheessa lähdin syvemmälle Ideointi- vaiheen palvelupolun palvelutuokioihin, jotta prosessin toteutuskelpoisuus pystytään todentamaan. Tein myös Service Blueprint- palvelumallikuvauksen kokonaisuuden hahmottamiseksi. Prosessin päätteeksi testasin ja varmistin sen toimivuuden.



Kuva 17

3.5.1 Kehityskohtiin syventyminen

Seuraavaksi syvennyn tarkemmin siihen, miten kysely pitäisi suunnitella ja toteuttaa, miten saadaan pidettyä kysely tehokkaana ja helposti ymmärrettävä, mutta kuitenkin niin, että saamme tietoa suunnittelun tueksi. Sinikka Ruohonen muotoilu.info:n artikkelissaan mainitsee näin: muotoilijan kannattaa kysyä joitain asioita mieluiten kuvan avulla. Mistä tunnelmakuvasta tai tuotekuvasta vastaaja pitää eniten antaa enemmän informaatiota kuin se, että yrittäisi kysyä asiaa sanallisesti. Samoin mieltymyksiä eri väriyhdistelmistä kannattaa kysyä kuvan avulla. Valmiissa kyselyohjelmissa on yleensä mahdollisuus kuvakysymyksille (1). Käänteisissä kilpailutuksissa arkkitehti on tehnyt jo sisävärisuunnitelman, joka pitää huomioida tila- ja kalustesuunnitelmaa tehdessä, siksi koen, että värien kysely asiakkailta ei tuo meille lisäarvoa, koska niihin ei pääse juurikaan vaikuttamaan. Myöskin tunnelman kysyminen tässä kontekstissa ei ole pääasiallinen asia, vaikka se onkin suuressa osassa lopputulemaa.



Kuva 18

1. https://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/menetelmat/kyselytutkimus/?utm_source
Kuva 18 palvelupolun kontaktipiste - kyselyn suunnittelu

Näin ollen kysymysten pitäisi liittyä päiväkotiarjen toimivuuteen, tilojen käytettävyyteen ja siihen, että suunnittelu tukee pedagogian toteuttamista. Siitä olen täysin samaa mieltä, että kuvien käyttö kyselyssä auttaa hahmottamaan tilankäyttöä paremmin, joten kyselyyn pitää saada pohjakuvat suunnitelluista tiloista sekä niihin liittyvät visualisointikuvat.

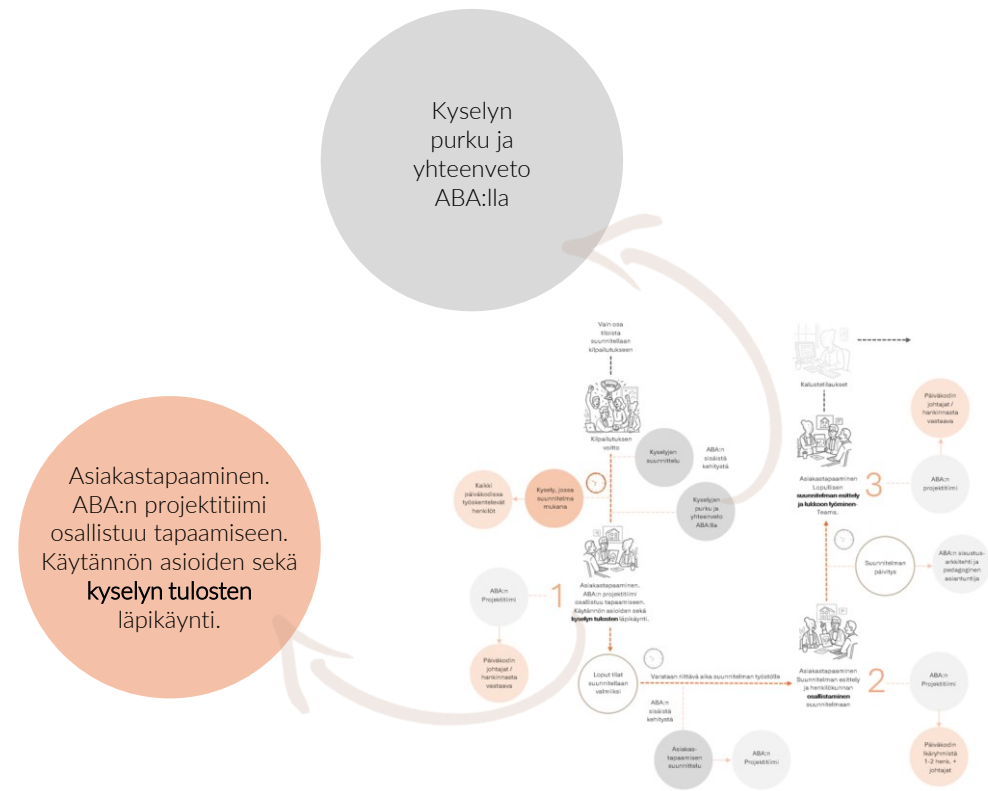
Vieressä kysymyksiä kyselyyn. Suurin osa kysymyksistä olisi numeraalisia vastauksia. Asteikko olisi 4–10 (4 = erittäin huono / ei lainkaan toimiva, 10 = erinomainen / täysin toimiva). Tämä siksi, että vastaus oli nopea ja tehokas eikä vaadi sanallista selostusta asiasta. Mielestäni kuitenkin mukana pitää olla myös avoimia sanallisia vastauksia, joka antaa mahdollisuuden tuoda syvemmin mielipidettä esille.

1. Miltä tilat vaikuttavat kokonaisuutena pedagogisesta näkökulmasta? Vastaus 4-10 asteikolla
2. Vastaavatko tilaratkaisut mielestäsi toiminnankuvausta? Vastaus 4-10 asteikolla
3. Tukevatko tilat päiväkodin arjen tarpeita ja toimintoja? Vastaus 4-10 asteikolla
4. Onko tiloissa mielestäsi riittävästi ns. vapaata tilaa? Vastaus 4-10 asteikolla
5. Tukevatko tiloissa käytetyt kalusteet pedagogista tarkoitusta? Vastaus 4-10 asteikolla
6. Tukevatko tiloissa käytetyt leikkikalusteet pedagogista tarkoitusta? Vastaus 4-10 asteikolla
7. Onko mielestäsi tiloissa riittävästi säilytystilaa? Vastaus 4-10 asteikolla
8. Miten mielestäsi ergonomia on huomioitu kalustevalinnoissa? Vastaus 4-10 asteikolla
9. Miten mielestäsi akustiikka on huomioitu kalustevalinnoissa? Vastaus 4-10 asteikolla
10. Ovatko mielestäsi valitut kalusteet ja kankaat helppohoitoisia? Vastaus 4-10 asteikolla
11. Mikä on mielestäsi tilojen vahvuus ja parhaiten onnistunut alue pedagogisesta näkökulmasta? Sanallinen vastaus
12. Mikä on mielestäsi tilojen mahdollinen haaste ja heikoimmin onnistunut alue pedagogisesta näkökulmasta? Sanallinen vastaus
13. Sana on vapaa. Sanallinen vastaus

Kyselyn tulosten saamisen jälkeen on tärkeää analysoida kyselyn tuloksia ja verrata niitä tehtyihin suunnitelmiin, eli tässä vaiheessa on syytä tarkastella ABA:n projektitiimin kesken se, mitkä asiat olivat asiakkaiden mielestä toimivat ja mihin voimme kiinnittää enemmän huomiota jatkosuunnitelmassa.

On myös hyvä sopia, miten ensimmäisessä asiakastapaamisessa käymme läpi kyselyn tulokset. On tärkeää myös kartoittaa asiakkaiden mielipiteet siitä, miltä kysely tuntui ja oliko se selkeä ja helposti ymmärrettävä. Tämä auttaa ABA:n sisäistä jatkokehitystä asiakaskokemuksen näkökulmasta. Tiedon saannin kannalta on erityisen tärkeää, että koko projektitiimi osallistuu tähän asiakastapaamiseen mukaan. Ensimmäisen asiakastapaamisen vetovastuu on ABA:n projektipäälliköllä ja muu projektitiimi toimii taustatukena sekä palaverimuistion kirjurina.

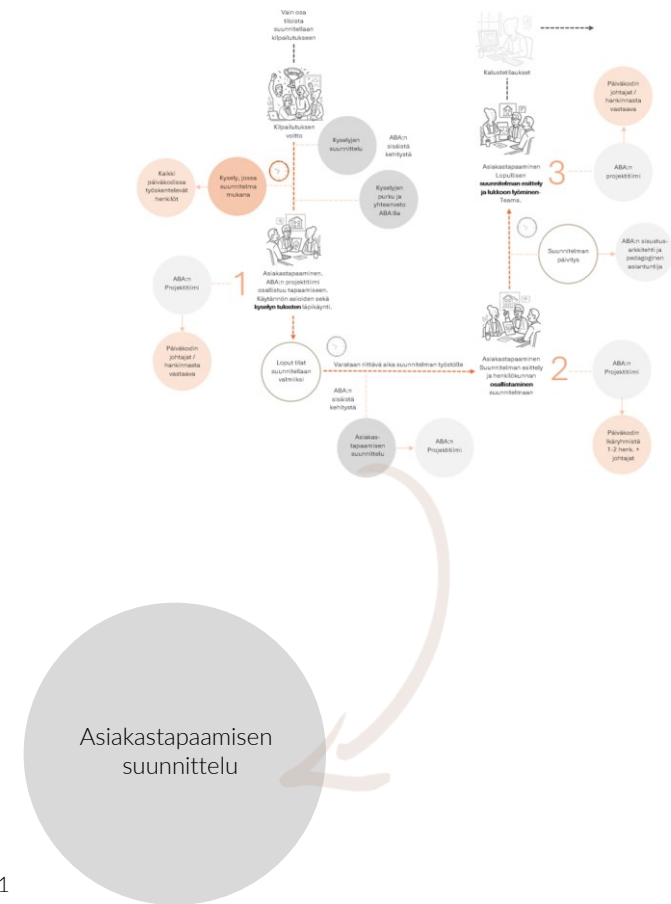
Asiakastapaamisen jälkeen sisustusarkkitehti ja pedagoginen asiantuntija pääsevät suunnittelemaan loput tilat pohjautuen toiminnankuvaukseen sekä kyselyistä että asiakastapaamisesta saatuihin tietoihin.



Kuva 20


Suunnitelman työstön ohella pitää alkaa suunnittelemaan ja toteuttamaan seuraavaa vaihetta, eli toista asiakastapaamista, joka on tarkoitus suorittaa työpaja- menetelmällä. Työpaja mahdollistaa työskentelyn yhdessä muiden kanssa sovitun tavoitteen eteen ja työn lopputulos syntyy ryhmän yhteisestä ponnistelusta. Sen lisäksi, että työpaja antaa mahdollisuuden vaikuttaa ja osallistua, yhteistyö usein lisää myös ymmärrystä toiminnan laajemmasta kokonaisuudesta (1). Siinä vaiheessa, kun työpaja pidetään, on loputkin päiväkodin tiloista suunniteltu, joten työpajassa käydään asiakkaiden kanssa kaikki päiväkodin tilat läpi. Jotta työpaja saataisiin pidettyä maltillisessa mittakaavassa on se syytä suunnitella huolella.

Työpajassa olisi tärkeää olla mukana päiväkodin johtajan ja varajohtajan lisäksi jokaisesta ikäryhmästä mielellään 2 henkilöä. Näin saamme jaettua päiväkodin tiloja ikäryhmien mukaan pienempiin osa-alueisiin ja silloin kyseisessä ikäryhmässä työskentelevät pääsevät vaikuttamaan omaan työskentelyalueeseen. Johtajat voisivat vaikuttaa yhteisiin tiloihin sekä henkilökunnan tiloihin. Näin saamme jaettua päiväkodin alueet kolmeen eri osaan.



Kuva 21

1. <https://teamlaamanen.fi/tyopaja-ja-fasilitointi-oivalluttamisen-keinoja-tyoyhteisoon/>
 Kuva 21 palvelupolun kontaktipiste – asiakastapaamisen suunnittelu



Ikäryhmät jakautuvat yleensä 0-3 vuotiaiden ryhmiin ja 4-6 vuotiaiden ryhmiin. Molempia ryhmiä voi olla useampi päiväkodin sisällä ja isompien ikäryhmien sisällä voi olla myös yksi esiopetus ryhmä. Ja vaikka saman ikäluokan mutta eri ryhmätilan teemoituksissa voi olla eroja tai pedagogisia painotuksia, mm. liikunta, ilmaisu, taide ja niin edelleen, niin työpajan hallinnan vuoksi valitaan osallistuvaksi kaksi henkilöä /ikäryhmä. Työpajan osallistujamäärä olisi asiakkaan puolelta noin kuusi henkeä, jolloin työpaja saadaan pidettyä tiiviinä ja tehokkaana.

ABA:n puolelta työpajaan osallistuu koko projektitiimi ja työpajan vetäminen, eli fasilitointi on sisustusarkkitehdin päävastuulla. Projektipäällikkö

huolehtii yleisesti tapaamisesta ja siitä, että työpaja pysyy aikataulussa. Pedagoginen asiantuntija toimii työpajan avustajana.

Työpajaan olisi hyvä varata aikaa yhden työpäivän verran, jotta työpajassa ei tule kiireen tunnetta ja kaikki tarvittavat tauot ehditään myös pitää. Työpaja alkaa esittelykierroksella ja jokainen saa kertoa itsestään ja missä ikäryhmässä työskentelee. Sen jälkeen sisustusarkkitehti ja pedagoginen asiantuntija esittelevät suunnitelman kokonaisuudessaan asiakkaille.

Suunnitelman esittelyn jälkeen siirrytään itse työpajatekemiseen, jossa tarkoituksena olisi tehdä suunnitelmasta selkeä visuaalinen kartta, joka

paljastaisi lopputulemana tilojen vahvuudet sekä niiden mahdolliset kipupisteet. Työpajaa varten on tulostettu kaikki kolme suunnitelman osa-alueita isolle A2 paperille. Osa-alueita olisivat siis: pienten ryhmät, isojen ryhmät sekä yleiset / toimistotilat. Suunnitelman pohjapiirustus esitetään värillisenä 3D-mallina, ja jokaisen tilan yhteydessä on erillinen visualisointikuva, joka helpottaa tilan hahmottamista.

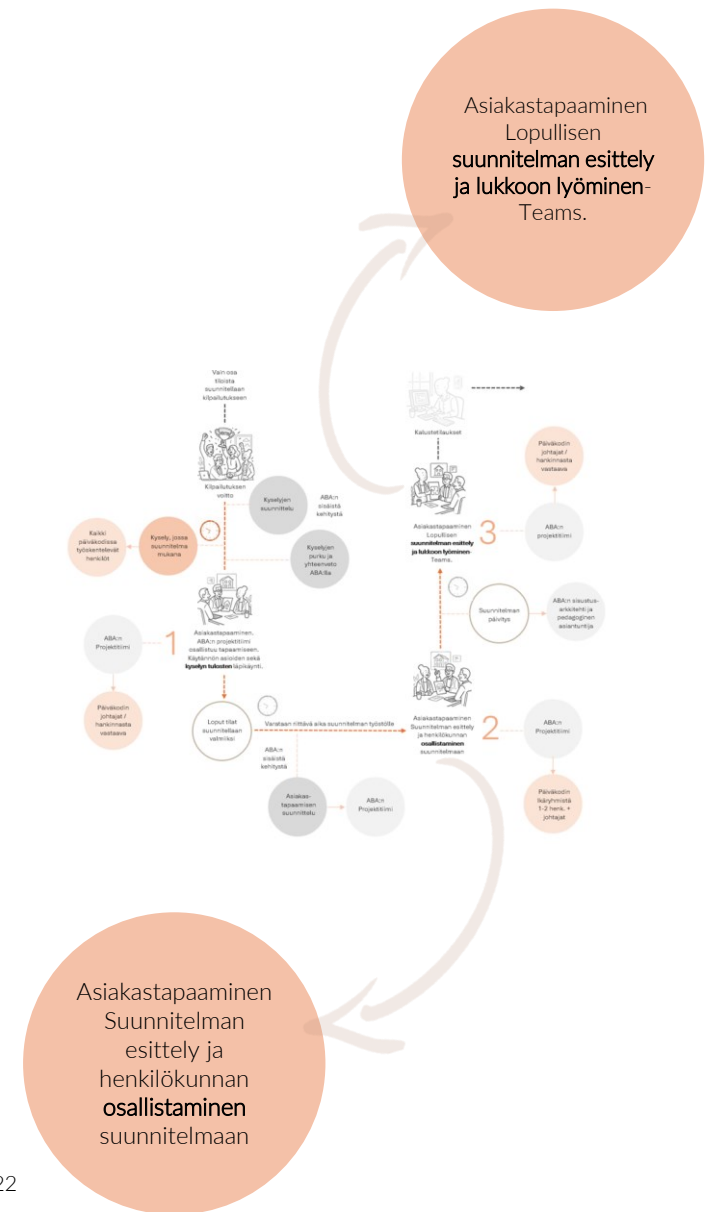
Osallistujat jaetaan omaan ikäryhmään ja johtajat omaan ryhmään. Osallistujalle annetaan värillisiä tarroja. Vihreä tarra osoittaa, että suunnitelma toimii, keltainen osoittaa, että suunnitelmassa on potentiaalia ja punainen osoittaa, että suunnitelma ei toimi.

Ryhmän henkilöt alkavat asettamaan tarroja heille kuuluvaan suunnitelman osa-alueeseen. Tarkoitus on samalla keskustella ja kirjata ylös post-it lapuille tilan viereen, miksi heidän mielestään mikäkin tarra kuuluisi mihinkin kohtaan. Ja mitä mahdollisia kehityskohtia heille siitä nousee mieleen tai mistä pidetään. Kun tämä työpajan osuus on valmis, esittelee jokainen ryhmä oman tuloksensa perustellen ajatuksensa. Jokaisen esityksen jälkeen voidaan pitää lyhyt yhteiskeskustelu siihen suunnitelman osa-alueeseen liittyen ja näin myös muut pääsevät vaikuttamaan osa-alueisiin yli ryhmien. Jos kehityskohtia tulisi paljon, olisi hyvä vielä nostaa eniten kehittämistä tarvitsevat aihiot esiin ja valita sieltä suurimmat ”ongelmat”, jotka pitää ratkaista viimeiseen suunnitelmaan, ennen kuin kalusteet laitetaan tilaukseen.

Näiden tutkimustulosten perusteella ja sen mukaan koskeeko kehitystoiveet tilallista suunnittelua vai joitain tiettyjä yksittäisiä kalusteita, edetään seuraavaan vaiheeseen, eli tehdään lopullinen kalustelistaus sekä tarvittaessa päivitetään suunnitelma. Viimeisessä eli kolmannessa asiakastapaamisessa esitellään tehdyt muutokset ja lyödään suunnitelma lukkoon, jotta kalusteet saadaan tilaukseen.

Asiakastapaaminen voidaan järjestää joko livenä tai Teamsin välityksellä. ABA:lta osallistuu koko projektitiimi ja asiakkaalta johtajat ja mahdollisesti hankintapäätöksistä vastaava henkilö.

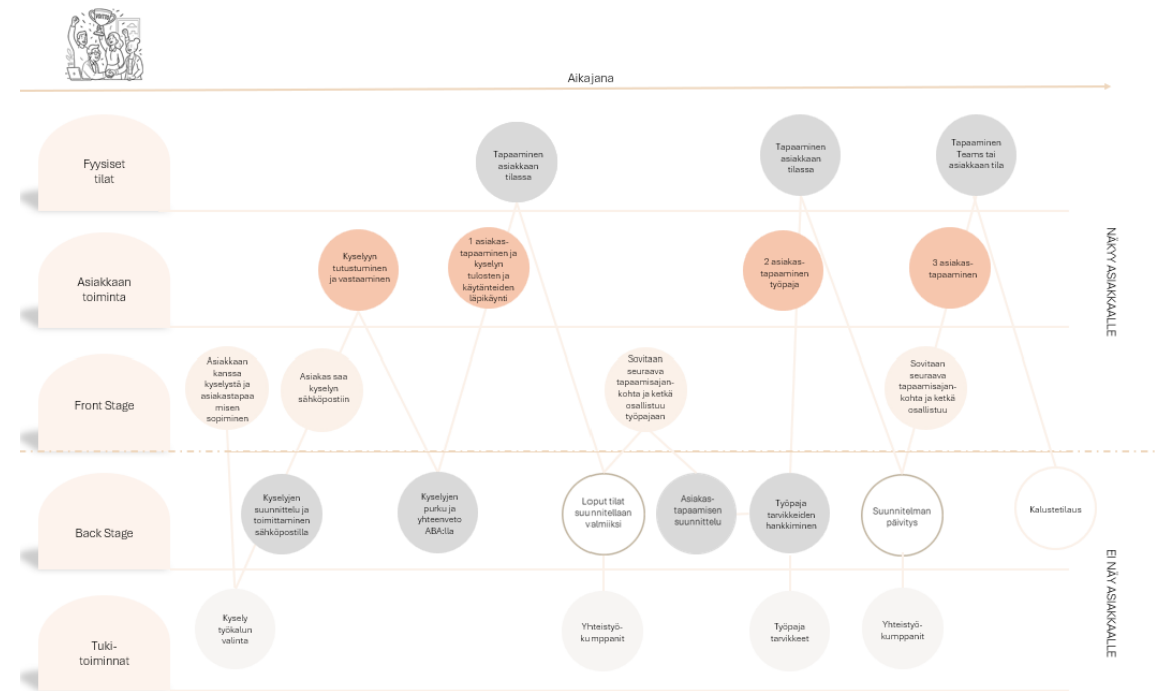
Kuva 22 palvelupolun kontaktipisteet – Asiakastapaamiset 2 ja 3



Kuva 22

3.5.2 Ratkaisujen kiteyttäminen lopulliseen muotoonsa

Uuden ratkaisun palvelupolkua voidaan kehittämissprojektin loppuvaiheessa täydentää palvelutuotannon toiminnoilla ja tällöin siitä muodostuu palvelumallikuvaus (service blueprint). Usein palvelumallikuvauksia käytetään palvelu-uudistuksen viimeistelyssä kuvaamaan henkilökunnan roolit ja vastuut sekä varmistamaan, että kaikki tieto ja toiminnot kulkevat sujuvasti ns. kulissien takana ja jokainen henkilökunnan jäsen tuntee oman roolinsa asiakaskokemuksen tuottamisessa (1). Tekemäni palvelupolku oli jo hieman kuin Service Blueprint, koska se otti asiakkaan palvelupolun lisäksi kantaa myös ABA:n sisäiseen kehitystoimintaan. Päätin kuitenkin tehdä palvelupolun yhteenvedon perinteisen Service Blueprint mallin mukaisesti, vaikka Service Blueprint ole varsinaisesti tiettyä visuaalista mallia olekaan.



Kuva 23

1. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelupolulla-kehitetaan-parempia-palveluita/>
 Kuva 23 Service Blueprint

Huomasin Service Blueprint menetelmää tehdessäni, että sieltä kuitenkin nousi asioita esille, joita en ollut osannut huomioida vaikka tutkin palvelupolun eri vaiheita tarkasti läpi. Nämä seikat voivat olla ABA:n tiimin kesken itsestään selvyiksiä mutta silti koen, että on syytä sopia kuka ottaa vastuun mistäkin. Helposti tämänlaisissa tilanteissa käy niin, että oletetaan jonkun toisen tekevän ne ja tämä toinen olettaa taas jonkun toisen tekevän ne jne. Siksi on tärkeää prosessin kannalta huolehtia ja sopia sisäisesti selkeät vastuujaot.

Vaiheita, joihin olisi hyvä kiinnittää huomiota on vastuujaot seuraavanlaisissa tilanteissa. Asiakkaan kanssa tapaamisajankohdista sopiminen ja se, että

missä vaiheessa asiakasta kontaktoidaan prosessin eri vaiheita koskien. Nämä kaikki kontaktipisteet ovat asiakaskokemuksen kannalta tärkeässä roolissa. Tukitoimintojen listaaminen oli myös hyvin kiinnostavaa, kuten suunnitelmaa tehdessä yhteistyökumppanien yhteistyö tai ihan vaan työpajatarvikkeiden hankkiminen etukäteen.


3.5.3 Tavoitteiden saavuttaminen

Opinnäytetyöni loppupuoliskolla sain tietooni todella ikävän uutisen. Pääomistajan käskystä ABA Oy haettiin yllättäen konkurssiin. Tämän vuoksi en pysty tekemään validointi-vaihetta, niin kuin alun perin se olisi ollut tarkoitus tehdä, eli todeta tämän

palvelupolukmallin toimivuus käytännössä asiakasyhteistyössä. Olin kuitenkin jo niin pitkällä opinnäytetyöni tekemisessä, että ohjaajani kanssa sovimme, millä keinoin saisin validoinnin tehtyä.

Näin ollen, olen todella kiitollinen ABA:n projektitiimimme henkilöille, jotka halusivat auttaa tämän opinnäytetyön loppuun saattamisessa. He suostuivat antamaan arvion tämän prosessin toimivuudesta, jotta pystyn tekemään validoinnin tästä ABA:n sisäisen prosessin näkökulmasta.

Esittelin palvelupolkuprosessin ensin pedagogisella asiantuntijalle livenä ja kirjasin hänen antamat kommentit ylös. Hän piti palvelupolkuprosessia



erittäin onnistuneena. Hän toi ilmi, että juurikin tämänlainen yksityiskohtaisesti mietitty palvelupolku, eli projektisuunnitelma olisi tullut tarpeeseen osallistaviin käänteisiin kilpailutuksiin ja harmitteli myös, ettei päästä sitä testaamaan asiakkailla. Hän nosti muutaman asian esille, jotka olivat hänen mielestään erityisen onnistuneita. Ensimmäinen oli ajankäyttö. Kuten olen opinnäytetyössäni useamman kerran tuonut esille, aikataulu projekteissa on hyvin tiukka ja hänen mukaan se oli huomioitu palvelupolussa erinomaisesti. Hän piti myös siitä, että asiakkaita kuullaan jo ennen suunnitelman työstön jatkamista, koska niin kuin tutkimustulokset osoittivat, niin ABA halusi

kuunnella asiakkaita ja aidosti osallistaa heitä suunniteluun mukaan. Myös selkeät tehtävän jaot nousivat keskustelussa esille hyvin positiivisena asiana. Hän toi myös esiin, hyvin visuaalisena ihmisenä, että palvelupolkumalli oli helposti ymmärrettävä ja pystyi hahmottamaan visuaalisen kuvauksen kautta prosessin eri vaiheet helposti ja vaivattomasti. Pohdittiin yhdessä myös sitä, miten tätä mallia olisi helppo varioida ja yksinkertaistaa myös käänteisiin projekteihin. Eli projekteihin, joihin jo kilpailutusvaiheessa suunnitellaan kaikki päiväkodin tilat valmiiksi.

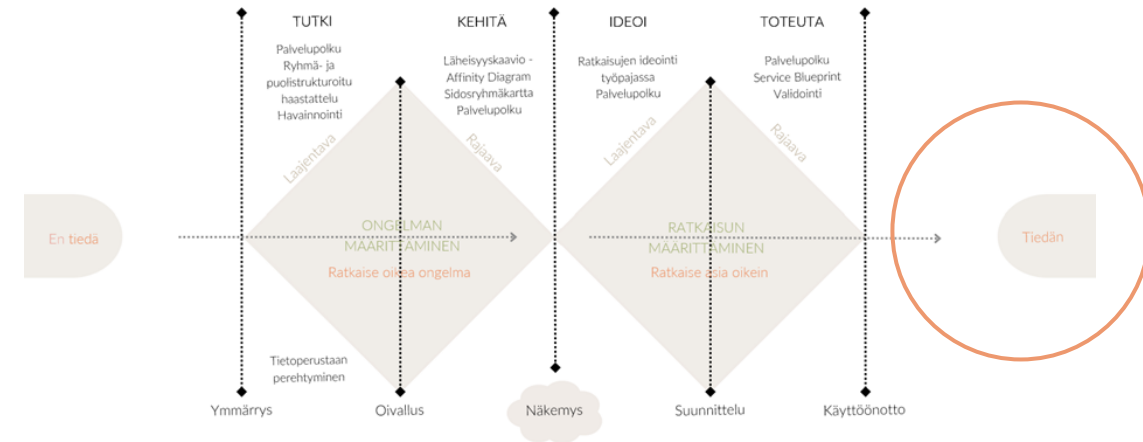
Seuraavaksi esittelin palvelupolkuprosessin

projektipäällikölle Teamsin välityksellä. Hän oli myös erittäin otettu palvelupolun laadusta ja siitä miten tarkkaan yksityiskohdat on tutkittu, nimenomaan tähän alaan ja prosessiin liittyen. Palvelupolkumalli on kuulemma paras, minkä hän on nähnyt ja hän on kuitenkin ollut alalla jo todella pitkään sellaisissa työpaikoissa, joissa palvelumuotoilua hyödynnetään. Palaute näin kovalta alan ammattilaiselta tuntui aivan mielettömän hyvälle.

Kehitystoiveita ei siis tullut vaan kokonaisuus on sekä aikajanallisesti että käytettyjen menetelmien osalta onnistunut ja sitä varioiden pystyisi hyödyntämään erilaisissa projekteissa.

TOTEUTA- VAIHEEN YHTEENVETO


- Sukelsin syvemmälle palvelupolun kontaktipisteisiin, jotta sain toteutuskelpoista tutkimusdataa
- Palvelupisteiden hiominen liittyivät ABA:n sisäisen prosessin sekä asiakasyhteistyön kehittämiseen
- Service Blueprint avasi uusia näkemyksiä, joita pelkkä palvelupolku ei tuonut esiin
- Validoinnin tulokset vahvistivat prosessin toteutuskelpoisuuden vaikka sitä ei päästykään todentamaan osallistavassa käänteisessä projektissa yrityksen tilanteen vuoksi



Kuva 24 Lopullinen tuplatimanttimalli

4.

Analysointi ja katse tulevaisuuteen



Tämän kehitystyön tarkoitus oli tuottaa osallistavien käänteiden projekteissa ABA:n asiakkaille parasta mahdollista asiakaskokemusta tuova prosessimalli ja samalla kehittää ABA:n sisäistä toimintaa. Kehitystyön tuloksena syntyi palvelupolkumalli, joka validoinnista saadun palautteen perusteella oli erittäin toimiva ja juuri ABA:n tarpeisiin räätälöity. Palvelupolkumalli olisi otettu käyttöön ABA:lla, ilman valitettavaa konkurssia.

Halusin myös kehittää opinnäytetyössä itselleni, sisustusarkkitehtina, työkaluja käyttäjälähtöiseen suunnitteluun. Eli keinoja, millä tavoin saisimme huomioitua asiakkaiden tarpeet ja toiveet sekä tuotua ne suunnitelmiin huomioiden projekteihin liittyvät aikataulupaineet. Uskon, että näillä

menetelmillä, joita opinnäytetyössäni käytin, olisimme onnistuneet ja ne olisivat olleet juuri tähän hetkeen ja yrityksen voimavaroihin oikein suunnatut.

Mielestäni tutkimuskysymykseen ”miten saamme luotua ainutlaatuisen asiakaskokemuksen projektiasiakkaillemme hyödyntäen palvelumuotoilun menetelmiä?” saatiin vastaus ja olisi ollut mahtava päästä tuomaan tämä osaksi ABA:n toimintatapaa ja myös kehittää sitä kokeillen eteenpäin. Uskon vahvasti, että palvelumuotoilun prosessin käyttö yrityksen kehittämässä ja asiakaskokemuksen parantamisessa kannattaa ja sillä päästään aidosti kuulemaan asiakasta, eikä vain arvailla, mitä mieltä he ovat. Palvelumuotoilu osaaminen yrityksen sisällä tuo myös lisä-arvoa asiakkaille sekä kilpailu-etua, eli

sillä erottaudutaan markkinoilla. Se myös tehostaa yrityksen toimintaa ja luo innovatiivisia ratkaisuja.

Aina kuitenkin voi ja kannattaa kehittää toimintaa eteenpäin ja jäin pohtimaan työpajan menetelmiä. Tänä päivänä monet yritykset hyödyntävät erilaista teknologiaa, kuten virtuaalimaailmoja tilan esittämiseen, koska se havainnollistaa tilaa ihan eri tavoin, kuin esimerkiksi pohjapiirustuksen esittäminen. VR-laseilla asiakas pääsisi sisään virtuaalitilaan ja pystyisi kokemaan tilan ihan uudessa ulottuvuudessa. Tämä ei olisi ollut kuitenkaan tähän hetkeen ABA:lla mahdollinen, enkä sen vuoksi tuonut sitä työpajan sisällöksi mutta se olisi voinut olla mahdollisuus tulevaisuudessa.

Keskustelin esihenkilöni kanssa konkurssin tultua voimaan opinnäytetyöni jatkamisesta varmistaakseni, että sen tekeminen on tässä tilanteessa mahdollista. Jos ABA:n toiminta olisi jatkunut, osa opinnäytetyöstäni olisi silloin todennäköisesti ollut salaista tietoa. Kuitenkin ottaen huomioon yrityksen nykytilanteen, julkaisin opinnäytetyöni kokonaisuudessaan, jotta työni sisältö ja kehitykseni tulee avoimesti esiin.

Opinnäytetyöni tutkimustulokset tarjoavat lisäarvoa myös muille oppimisympäristöjen suunnittelua- ja julkisia kilpailutusmuotoa tekeville yrityksille, jotka haluavat hyödyntää palvelumuotoilua heidän

asiakaskokemuksen kehittämisessä. Jokainen projekti, yrityksen toimintakulttuuri ja kehittämiseen liittyvä tutkimuskysymys on kuitenkin omanlainen ja palveltu asiakaskokemus on usein vaikeammin kopioitavissa, kuin esimerkiksi tuote tai hinta.

Kouluttautuminen työn ohella ei ole koskaan helppoa ja oma kasvaminen muotoilijana on noussut valtavasti näiden YAMK- opintojen myötä.

Opinnäytetyöprossin läpivieminen auttoi ymmärtämään niitäkin osa-alueita, jotka luennoilla menivät hieman ”yli hilseen”. Opettajani Sauli Laitisen sanojen mukaan ”luottakaa prosessiin” on kulkenut vahvasti mukana koko opinnäytetyöni ajan ja luonut

uskoa prosessin etenemiseen.

Sisustusarkkitehtinä olen tottunut siihen, että lopputulos voi olla nähtävissä jo hyvinkin varhaisessa vaiheessa. Palvelumuotoiluprosessissa on kuitenkin ollut yllättävän haastavaa hyväksyä, että lopputulema rakentuu prosessin edetessä, eikä sen tuotosta voi tietää ennen kuin koko prosessi on käyty läpi. Sen ymmärtäminen ja siihen liittyvän epätietoisuuden salliminen on ollut yksi suuri kasvutekijä itselleni tämän prosessin aikana.

Päätän opinnäytetyöni opettajani Heikki Rajasalon sanoin: *”Muotoilu on vähän vaikea asia”*.

Haluan kiittää koko ABA:n tiimiä opinnäytetyöni mahdollistamisesta. Olette aivan huikeita ammattilaisia ja oli ilo saada tehdä teidän kanssa yhdessä töitä!

KIITOS!

Haluan kiittää myös perhettäni tukemisestani näiden opintojen aikana!

KIITOS!

Haluan kiittää myös ohjaajani, opiskelutovereita ja opettajia tästä yhteisestä matkasta!

KIITOS!



Lähteet:

Holma, L., Laasio, K., Ruusuvuori, M., Seppä, A. & Tanner, R. 2021. Menestys syntyy asiakaskokemuksesta. B2B-johtajan opas. Helsinki: Alma Talent.

Saarijärvi, H., Puustinen, P., 2020. Strategiana asiakaskokemus. Miksi, mitä, miten? Docendo. (Hannu Saarijärvi, Pekka Puustinen, bookbeat)

Laura Lerkkanen, opintomateriaali

Stickdorn, M. Hormess, M. Lawrence, A. Schneider, J. 2018. This is Service Design Doing: Applying service Design Thinking in the real world. Englanti.

Koivisto, Mikko, Säynäjäkangas, Johanna & Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.

Tuulaniemi, J., 2011. Palvelumuotoilu. Alma Insights.

Vuorinen, K. (2005) Etnografia. Ovaska, S., Aula, A. & Majaranta, P. (toim.) Käytettävyytutkimuksen menetelmät, 63-78. Tampereen yliopisto, Tietojenkäsittelytieteiden laitos B-2005-1.

<https://hbr.org/2014/08/the-value-of-customer-experience-quantified>. Peter Kriss, August 1, 2014, luettu 5.3.2025

<https://www.oph.fi/fi/koulutus-ja-tutkinnot/varhaiskasvatussuunnitelman-perusteet-pahkinankuossa>. Opetushallitus 2025. Luettu 10.3.2025

<https://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/metodit/havainnointi-aineistonkeruumenetelmana/>. Leena Muotio FT, yliopettaja Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu – XAMK 27.1.2022. Luettu 7.3.2025

<https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-sidosryhmakartta/> luettu 27.5.2025

<https://www.aalto.fi/fi/koulutustarjonta/sisustusarkkitehtuuri-arkkitehtuuri-maisema-arkkitehtuuri-ja-sisustusarkkitehtuuri-taiteen>. Luettu 12.3.2025

<https://laitila.com/ajankohtaista/ajatuksia/kayttajalahtoinen-suunnittelu-ja-tiedonhankinta/>. Luettu 13.3.2025

<https://www.palvelumuotoilupalo.fi/palvelumuotoilu/>. Luettu 13.3.2025

<https://mindthegraph.com/blog/fi/polustrukturirovani-intervyuta-v-kachestveno-izsledvane/>. Luettu 20.3.2025

<https://ideapakka.fi/blogi/palvelupolku-palvelumuotoilu/>. Luettu 11.8.2025

https://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/menetelmat/kyselytutkimus/?utm_source. Luettu 20.8.2025

<https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelupolulla-kehitetaan-parempia-palveluita/>. Luettu 22.8.2025

https://fi.wikipedia.org/wiki/Google_Forms. Luettu 29.8.2025

<https://teamlaamanen.fi/tyopaja-ja-fasilitointi-oivalluttamisen-keinoja-tyoyhteisoon/>. Luettu 29.8.2025

https://www.researchgate.net/publication/230509364_Design_Thinking_and_Design_Management_A_Research_and_Practice_Perspective. Luettu 3.9.2025

Käytetty tekoäly:

Käytin tekoälyä, ChatGPT:tä, opinnäytetyöni kuvitusten hahmojen luomiseen sidosryhmäkartassa sekä palvelupolussa. Käytin tekoälyä myös itse tuotetun tekstin kieliasun muokkaamiseen.

LIITE 1. Yksilöhaastattelukysymykset:

Voitko kuvailla millainen on mielestäsi hyvä asiakaskokemus?

Voitko kertoa esimerkin, jossa olet onnistunut mielestäsi luomaan asiakkaalle hyvän asiakaskokemuksen?

Minkälaiset asiat tai teot saavat mielestäsi asiakkaan tuntemaan itsensä arvostetuksi?

Minkälaiset asiat toiminnassamme mielestäsi takaisivat asiakkaillemme hyvän asiakaskokemuksen?

Mitä mielestäsi meidän tulisi huomioida osallistuvan käänteisen projektin asiakas yhteistyössä, jotta onnistuisimme hyvän asiakaskokemuksen luomisessa?

Miten mielestäsi pitäisi kehittää asiakaskokemusta osallistuva käänteisen projektin asiakasyhteistyötä?

Millä keinoin saisimme mielestäsi pidättää pidettyä osallistavan käänteisen asiakasyhteistyön joustavana ja osallistavana mutta samalla tehokkaana ja sujuvana?

Miten mielestä se voisimme erottautua kilpailijoista osallistavassa käänteisessä projekteissa?

Mitkä ovat kolme tärkeintä asiaa, jossa meidän pitää onnistua, jotta saisimme asiakkaan palaamaan uudestaan ja suosittelemaan meitä eteenpäin?

LIITE 2. Ryhmähaastattelukysymykset:

1. Kuka on vastuussa ja miten asiakasyhteistyötä hoidetaan projektin aikana?
2. Kuka on tarvittaessa yhteydessä rakennuttajaan? Arkkitehtiin? Hankintatoimeen/ tilaajaan?
3. Kuka ja miten hoidetaan mahdolliset kalustetestaukset /kalusteiden hankinta ja toimitus asiakkaalle / pois vienti?
4. Kuka ja miten hoidetaan mahdolliset työpajat. Työpajojen vastuu jaot (itse työtyöpajan kulku erikseen)
5. Kuka ja miten hoidetaan mahdolliset muutokset tilauslistalle?
6. Kuka lähettää asiakastiedot uuden asiakkaan avaamiseksi?
7. Kuka lähettää Ruotsiin tiedon avattavista uusista toimittajista ja tuotteista?
8. Kuka lähettää asiakastiedot uuden asiakkaan avaamiseksi?
9. Kenen vastuulla on tilauslistan toimittaminen Ruotsiin?
10. Kenen vastuulla on välittää tieto ja briiffata asiakaspalvelija projektiin?
11. Mitä asiakaspalvelijan pitää tietää, jotta saa tehtyä näin suuren tilauksen?
12. Miten ja kuka huolehtii, että tilaukset lähtevät ajoissa eteenpäin?
13. Miten ja kuka huolehtii, että kalusteiden toimitus on aikataulussa?
14. Kuka huolehtii yhteydenpidosta yhteyskumppaneihin, Mojeen?
15. Miten ja kuka huolehtii logistiikan?

16. Miten ja kuka hoitaa kalusteiden varastoinnin?
17. Miten ja kuka huolehtii suojauksista paikanpäällä?
18. Laadun varmistus? Kuka huolehtii, että tuotteet ovat ehjät?
19. Kuka hoitaa kalusteiden asentajien hankinnan?
20. Kuinka paljon asentajia tarvitaan?
21. Kuinka kauan asennukseen / kalusteiden kokoamiseen pitäisi varata aikaa?
22. Kuka hoitaa ja huolehtii, että asennukset hoidetaan kunnolla?
23. Kuka huolehtii, että oikeat tuotteet ovat oikeissa paikoissa?
24. Kuka huolehtii siitä, että pysytään budjetissa?
25. Kuka huolehtii siitä, että projekti pysyy aikataulussa?
26. Mitä ongelmia voi matkan aikana tulla?
27. Miten varaudutaan mahdollisiin ongelmiin?
28. Miten varmistetaan, että mahdollisimman hyvä asiakaskokemus säilyy koko projektin ajan?
29. Kuka huolehtii referenssi kuvien oton?
30. Kuka hoitaa referenssi tiedot ja kuvat sosiaaliseen mediaan? Mihin kanaviin? Mihin muualle?
31. Mitä muuta tulee mieleen, johon pitäisi varautua etukäteen?