

Palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja

Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita PK- ja mikroyrityksissä -hanke

SeAMK
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

SeAMK
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

Sisältö

- **Mihin työkaluja käytetään?**
- **Tuplatimanttimalli**
- **Ongelman tunnistamisen eli tuplatimantin ensimmäisen timantin työkalut**
 - Empatiakartta
 - Asiakaspersoona
 - Palvelupolku
- **Ratkaisun kehittämisen eli tuplatimantin toisen timantin työkalut**
 - Aivoriihi
 - Lootuksenkukka
 - Ideoiden valinta
 - Prototypointi eli testaus
 - Arviointi
- **Saatteeksi**



Mihin työkaluja ja menetelmiä käytetään?

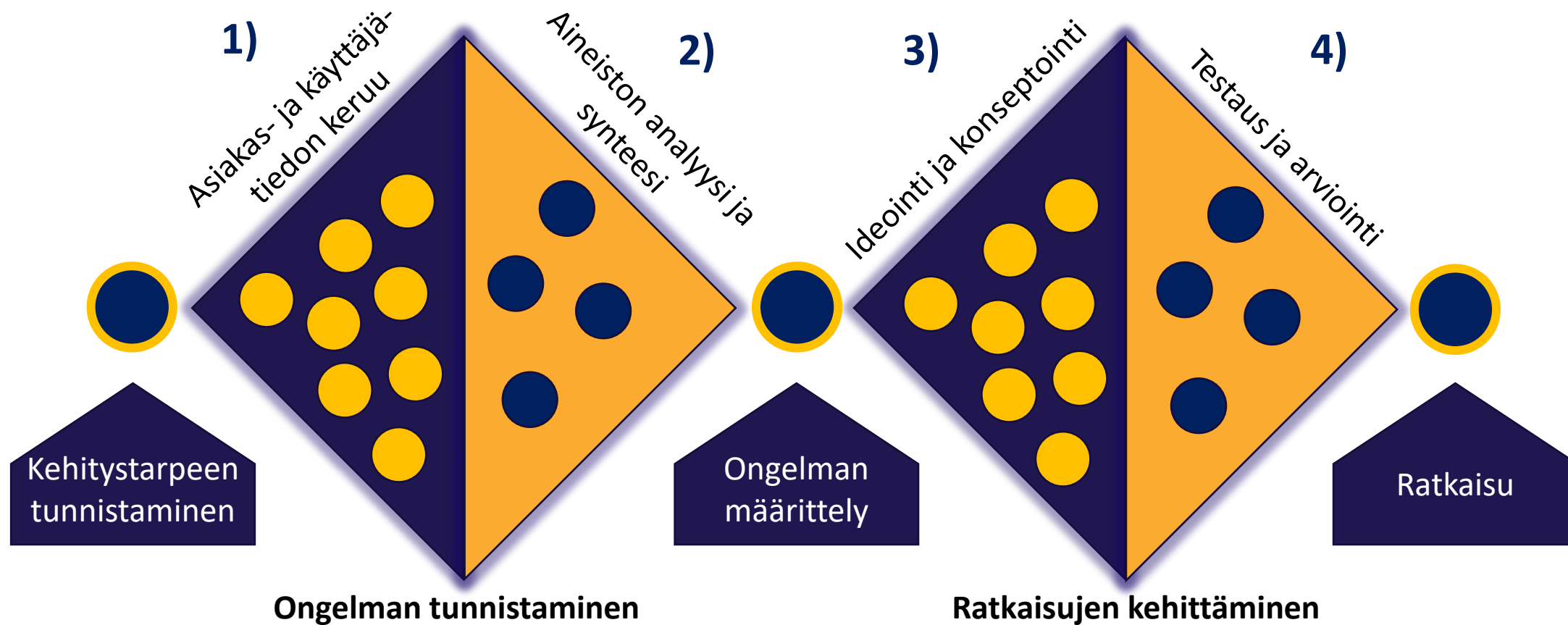
- Työkalut/menetelmät/mallit on ryhmitelty tuplatimanttimallin kahden timantin mukaan.
- Työkalujen avulla voidaan kerätä asiakasymmärrystä ja tietoa siitä, mikä on ratkaistava ongelma.
- Työkalut auttavat myös ideoinnissa, ratkaisuvaihtoehtojen valinnassa ja valitun ratkaisun testauksessa.



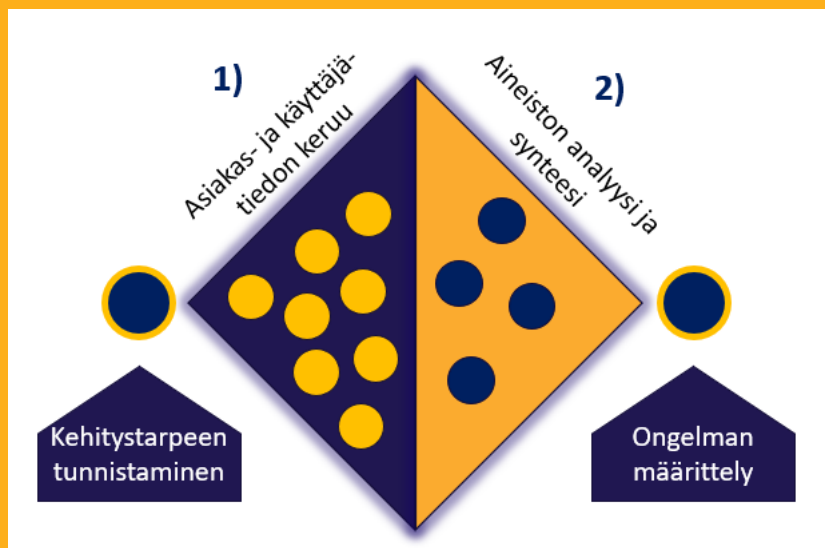
Tuplatimanttimalli

Palvelumuotoilun vaiheet

1) määrittele, 2) tutki ja kiteytä, 3) ideoi, kuvaa ja kokeile, 4) testaa ja toteuta



Ongelman tunnistamisen eli tuplatimantin ensimmäisen timantin työkalut



Empatiakartta

Asetu asiakkaan asemaan



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Empatiakartta

- Empatiakartan kysymyksillä pääset asettumaan asiakkaan asemaan. Sitä voi hyödyntää sekä haastattelukysymysten laadinnassa että vastausten tulkinnassa esimerkiksi asiakaspersoonien luonnehdintoja tehdessä.



Empatiakartan käyttöohjeet

1. Ensin selvitetään, kuka on asiakkaamme? Missä tilanteessa hän on? Mikä on hänen roolinsa tilanteessa? Yritä ajatella mitä hän ajattelee.
2. Mihin hän pyrkii käyttämällä palvelua? Mikä on hänen tarpeensa? Mitä päätöksiä hänen täytyy tehdä käyttäessään palvelua? Mistä hän tietää onnistuneensa?
3. Mitä hän näkee ympärillään? Ketkä ympäristössä vaikuttavat häneen? Ketä hän tapaa? Miltä hänen ympäristössään näyttää?
4. Mitä voimme kuvitella hänen sanovan? Mitä hän sanoo? Miten hän sanoo?
5. Miten henkilö toimii tänään? Mitä voimme havainnoida hänen käytöksestään? Miten voimme kuvitella hänen toimivan?
6. Mitä hän kuulee? Mitä ystävät, perhe, työkaverit sanovat? Mitä he sanovat, joiden sanomilla asioilla on eniten arvoa? Mitä hän kuulee muiden lähteiden kautta?
7. Mitä hän tuntee ja ajattelee? Kipukohdat: Minkä kokee ongelmalliseksi, haasteeksi, riskiksi? Hyödyt: Mistä iloitsee, mitä toivoo ja mistä unelmoi, mikä motivoi?

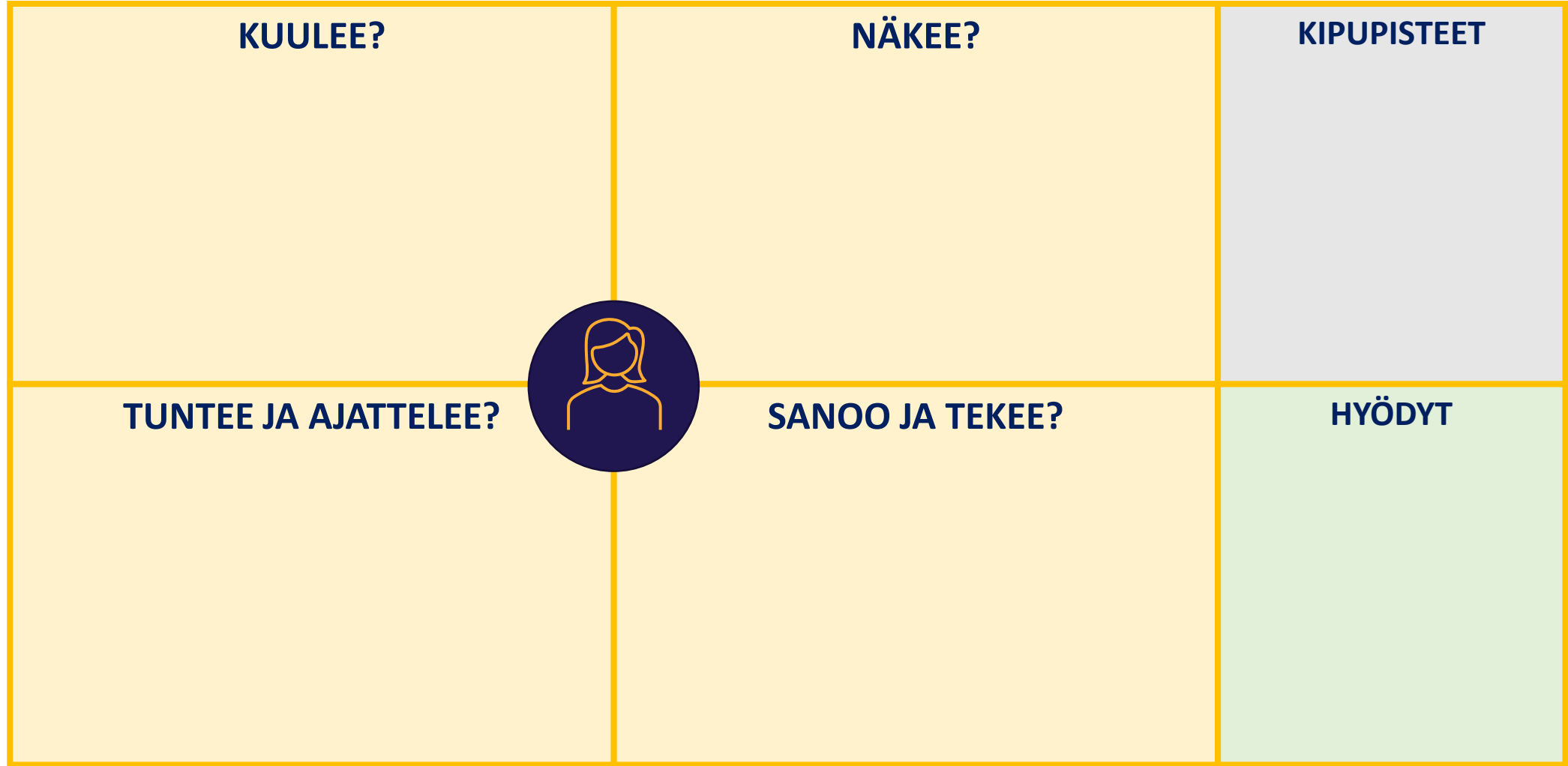
Huomaa, että sinulla voi olla eri tyyppisiä asiakkaita. Joku käyttää palveluasi nopeasti, toinen taas pohjaa palvelusi käytön tarkkaan pohdintaan. Tunnista siis erilaiset asiakkaasi ja työstä heille jokaiselle omat empatiakartat. Yleensä 3-7 asiakastyyppeä kattaa koko organisaation asiakaskunnan.

Lähde: Alhonen, M. & Iloranta R. (2021) Palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja arkeen

Asiakas:

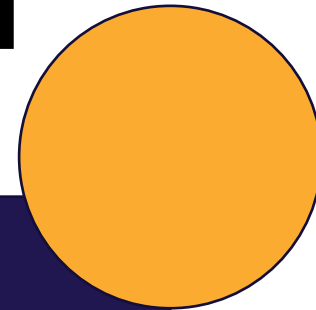
MITÄ HÄN...

Empatiakartta



Asiakaspersoonana

Ymmärrä asiakkaan arvot, tarpeet
ja elämäntyyli



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Asiakaspersoona -malli

- Asiakaspersoonien kuvauksessa mennään perinteistä segmentointia syvemmälle ja pyritään empaattisesti ymmärtämään asiakkaan huolia ja tarpeita. Asiakaspersoona edustaa segmenttinsä keskeisiä arvoja, tarpeita ja elämäntyyliä.
- Asiakaspersoona inhimillistää asiakkaan ja tuo näkyväksi asiakaskokemuksen syntymisessä tärkeän tunnepuolen. Persoonia tulee olla riittävästi mutta ei liikaa. Kolme-viisi asiakaspersoonaa kattaa yleensä hyvin koko asiakaskunnan.



Nimi
Ikä
Asuinpaikka
Siviilisäätty
Koulutus
Työtehtävä
Vuositulot

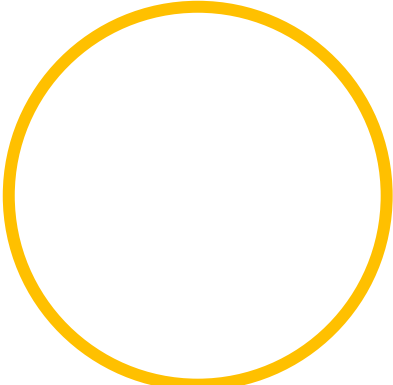
Persoonaa ja arvo

Kiinnostuksen kohteet

**Asiakas-
persoonaa**

Tavoitteet elämässä

Haasteet elämässä



kuva

Motto

Tärkeintä elämässä

Odotukset ja arvostuksen kohteet asiakkaana



Palvelupolku

Kuvaa palveluprosessi asiakkaan ja yrityksen
näkökulmasta



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Palvelupolku

- Palvelupolussa on tärkeää tunnistaa erityisesti asiakkaalle näkyvät ja merkitykselliset tehtävät.
- Sen lisäksi, että tunnistetaan, mitä asiakas missäkin vaiheessa tekee, tulisi tunnistaa myös, mitä hän missäkin vaiheessa näkee, kuulee ja tuntee. On hyvä huomata, että palvelupolku on erilainen kivijalkakaupassa ja verkkokaupassa. Siksi niille tulee tehdä omat palvelupolun kuvaukset.



Palvelupolku

- Asiakas mieltää palvelun kokonaisuutena ja palvelupolun avulla tämä kokonaisuus voidaan visualisoida. Palvelupolun avulla kiteytetään paitsi itse palvelutapahtuma, myös se, mitä tapahtuu ennen ja jälkeen fyysisen kohtaamisen - mistä asiakas tulee meille ja minne menee sen jälkeen?
- Palvelupolku-työkalun käyttöohje:
 - Valitse palvelu, jota lähdet kuvaamaan.
 - Määritä valitun palvelun pääkohdat ja kirjaa ne palveluvaiheisiin.
 - Kuvaa asiakaspalveluprosessin kulku palveluvaiheittain asiakkaan ja yrityksen näkökulmasta. Huom! Yhdestä palvelusta voi tulla monta palvelupolkua riippuen palveluvaiheiden laajuudesta.
 - Ks. vinkkejä esimerkkicasesta.



Yritys:

Asiakas:

Asiakkaan tehtävät / tarpeet

Palvelupolku

Asiakas

--	--	--	--	--	--

Palvelu-
vaihe



Yritys

--	--	--	--	--	--

Vastaako palvelumme asiakkaan tarpeisiin? Mitä pitää ottaa huomioon / muuttaa? Mitä asiakas näkee, kuulee, tuntee ja ajattelee?



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Asiakkaan tehtävät / tarpeet



Vastaako palvelumme asiakkaan tarpeisiin? Mitä pitää ottaa huomioon / muuttaa? Mitä asiakas näkee, kuulee, tuntee ja ajattelee?

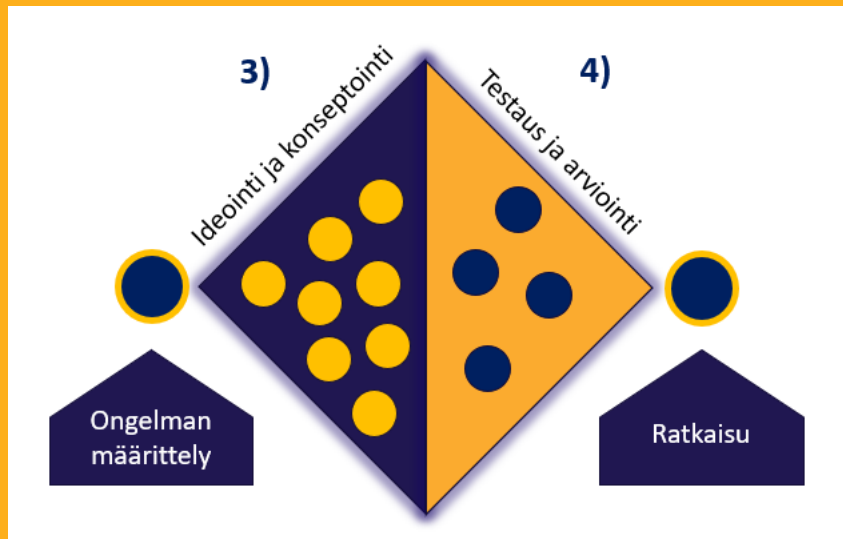


Tuplatimantin ensimmäisen timantin päätteeksi: Asiakasymmärryksen kiteyttäminen eli pääfös, mitä aletaan kehittämään

- Tuplatimantin ensimmäisen timantin tarkoituksena on tunnistaa se palvelun ja asiakaskohtaamisen (ongelma)kohta, jota on syytä kehittää asiakaskokemuksen parantamiseksi.
- Kun edetään tuplatimantin toiseen timanttiin eli ideointiin ja ratkaisun kehittämiseen, pitää selkeästi olla määritettynä, mitä asiaa ollaan ratkaisemassa.
- Ymmärrystä helpottaa, jos ratkaistava haaste kiteytetään virkkeen muotoon
 - Esimerkiksi: *Asiakkaana työssä käyvä perheenäiti, joka tarvitsee keinon tarjota ravitseva ja maukas ateria perheelleen heti työstä kotiin tultuaan, jotta kaikki perheenjäsenet jaksavat harrastaa ja ehtivät illan harrastuksiinsa.*



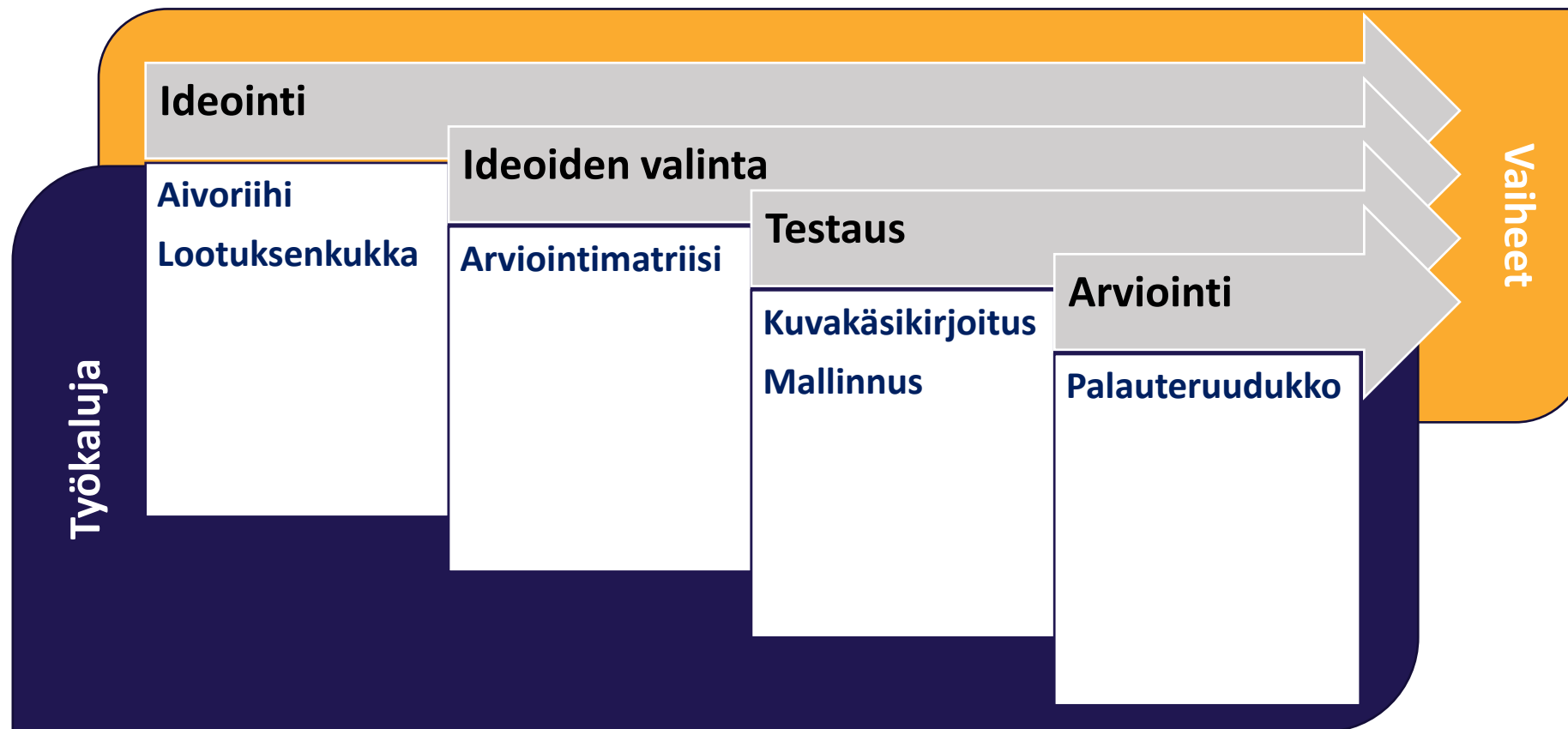
Ratkaisun kehittämisen eli tuplatimantin toisen timantin työkalut



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

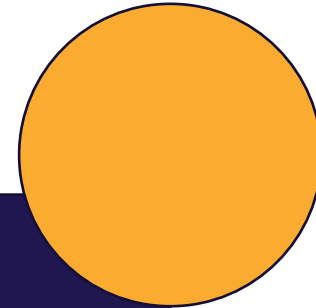
Tuplatimantin toisen timantin eteneminen:

Ratkaisun kehittämisen ja konseptoinnin vaiheet ja työkalut



Aivoriihi

Ideoi, jaa ideasi ja jatkojalosta
muiden ideoita



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Aivoriihi

- 1) Työskentelyn aluksi aivoriihen vetäjä käy selkeästi lävitse, mihin ongelmaan ollaan ideoimassa ratkaisua.
- 2) Tämän jälkeen aloitetaan yksilöideointi, jossa osallistujille annetaan aikaa ideoida erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja ongelmaan
 - Kukin osallistuja kirjoittaa ratkaisuideoitaan muistilapuille, yksi idea per lappu.
 - Tavoitteena vähintään viisi ideaa per henkilö.
- 3) Yksilöideoinnin jälkeen kukin osallistuja jakaa omat ideansa koko ryhmälle. Tässä yhteydessä keskustellaan ja jatkojalostetaan esitettyjä ideoita ryhmässä.
- 4) Kun kaikki osallistujat ovat esittäneet ideansa, ideat voidaan ryhmitellä usean osallistujan ideoissa toistuviin teemoihin, jolloin saadaan esiin ratkaisuvaihtoehtojen isompia kokonaisuuksia.



Lootuksenkukka

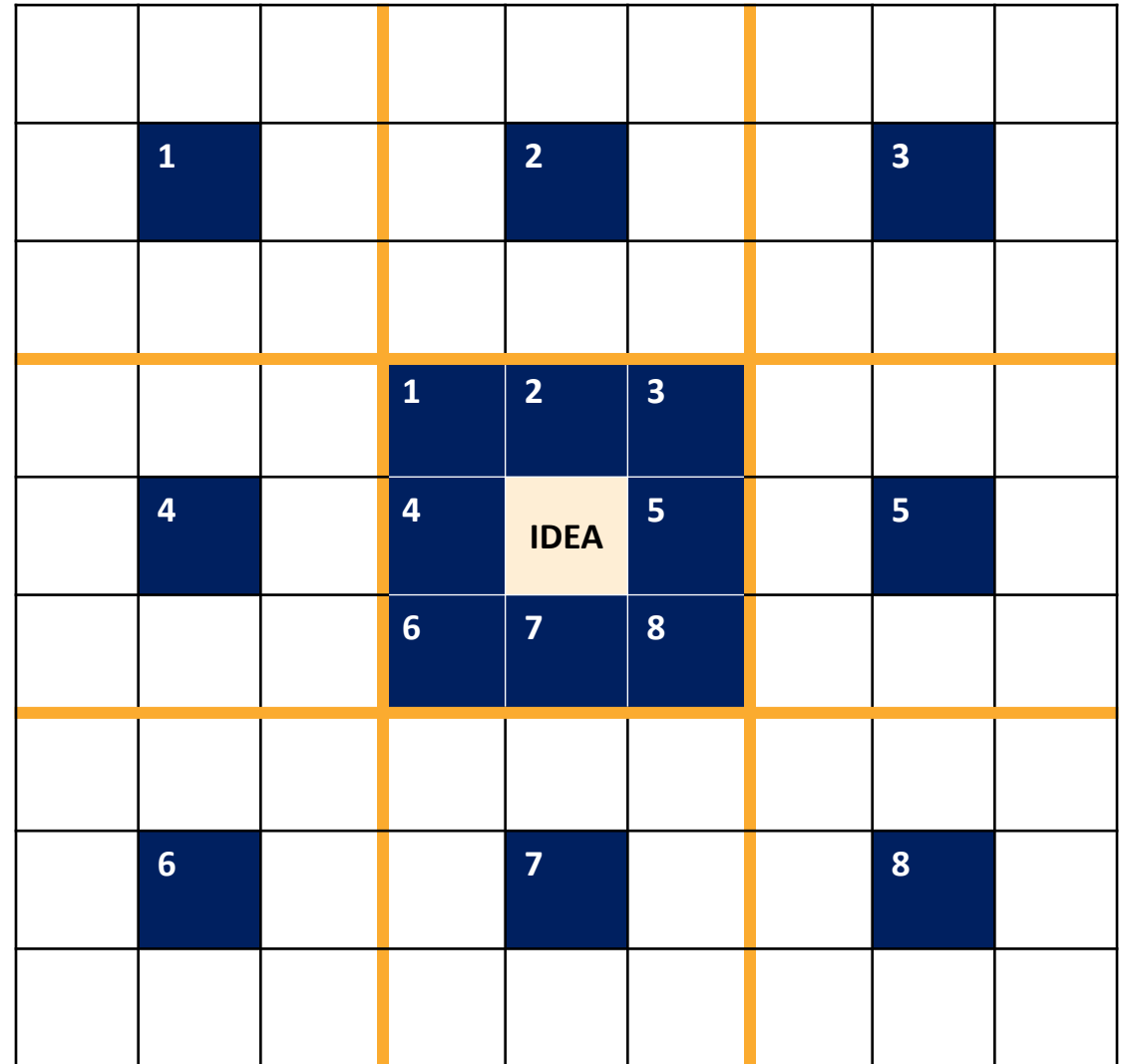
Ideoi ideasta!



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Lootuksenkukka

- Idea kirjoitetaan lootuksenkukan keskelle.
- Ideoidaan ideaan liittyen sen ympärille kahdeksan uutta ideaa.
- Jokaisesta kahdeksasta ideasta muodostetaan uudet lootuksenkukat ja niiden ympärille yritetään luoda edelleen kahdeksan uutta ideaa.
- Ideaalitulanteessa saadaan siis jopa 64 syventävää ideaa!



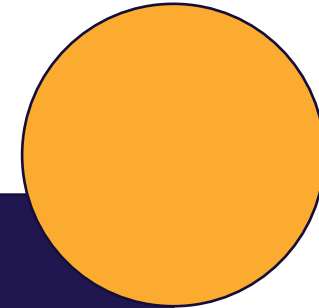
Ideoiden valinta

- Ideointivaiheen jälkeen esiin nousseiden ideoiden joukosta tulee seuraavaksi valita ne, joita lähdetään edistämään ja toteuttamaan.
- Erilaisia ideoita on voinut syntyä runsaastikin, joten on välttämätöntä arvioida ideoiden toteutettavuutta. Luokittelun apuna voi käyttää ideoiden arviointimatriisia.



Ideoiden arviointimatriisi

Arvioi ja luokittele syntyneet ideat



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Arviointimatriisin käyttöohje

- Arviointimatriisissa ideat luokitellaan neljään ryhmään
 - Heti: Idea on hyvä ja helposti toteutettavissa
 - Wow!: Helppo toteuttaa ja lisäksi ainutlaatuinen
 - Ei: Tavanomainen ja lisäksi vaikea toteuttaa
 - Miten? Vaikea toteuttaa, mutta niin ainutlaatuinen, että sen toteuttamista kannattaa selvittää
- Jos ideat on kirjoitettu muistilapuille, niitä on helppo siirrellä esim. A3-kokoon tulostetussa arviointimatriisissa.



Helppo toteuttaa

Idea on hyvä ja helposti toteutettavissa

Helppo toteuttaa ja lisäksi ainutlaatuinen

Normaali idea

HETI

WOW!

Ainutlaatuinen idea

EI

MITEN?

Tavanomainen ja lisäksi vaikea toteuttaa

Vaikea toteuttaa, mutta niin ainutlaatuinen, että sen toteuttamista kannattaa selvittää

Vaikea toteuttaa



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Testausvaiheeseen siirtyminen

- Kun ideat on saatu luokiteltua, on päätettävä, mitä ideoita lähdetään ensimmäisenä testaamaan.
- Kun päätös valituista ideoista on tehty, ideat laitetaan testaukseen.
 - Testaus voidaan suorittaa suoraan käytännön toiminnassa tai siinä voidaan käyttää avustavia työkaluja, kuten kuvakäsikirjoitus tai mallinnus



Kuvakäsikirjoitus

Visualisoi uudet ratkaisumallit



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Kuvakäsikirjoitus (Storyboard)

- Kuvakäsikirjoitus eli storyboard on visuaalinen esitystapa, jossa palvelutilanne kuvataan asiakkaan silmin sarjakuvamaisina ruutuina.
- Kuvakäsikirjoitus on toisin sanoen sarjakuvan muotoon piirretty käsikirjoitus kehittämisen kohteena olevasta palvelusta.
 - Kuvakäsikirjoitus laaditaan asiakkaan näkökulmasta
- Kuvakäsikirjoitus on hyvä työkalu esim. silloin, kun ongelman-määrittämissä vaiheissa on käytetty palvelupolku - työkalua (ks. palvelupolku).
 - Testausvaiheessa ruutuihin piirretään palvelupolun palveluvaiheet, joihin on ideointivaiheessa kehitetty uusia, parempia ratkaisuja (ks. palvelupolku)
 - Laadi kuvakäsikirjoitus asiakkaan näkökulmasta
 - Jokaisen ruudun alla on tilaa, johon voi kirjata tarkennuksia ja myös mahdollista vuoropuhelua asiakkaan kanssa.
- Kuvakäsikirjoituksen avulla voit tarkastella jo ennen käyttäntöön siirtymistä, olisiko uudet, kehitetyt ratkaisut toimivia.



Kuvakäsikirja



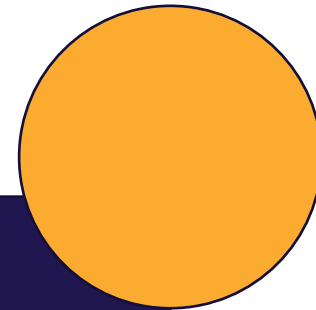
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Ideoiden mallinnus

Mallinna ratkaisu esim. pahville
tai 3D-mallina



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Ideoiden mallinnus

- Tiettyjen ratkaisuvaihtoehtojen testauksessa voi käyttää konkreettista mallinnusta.
- Uuden ratkaisun voi mallintaa esim. piirtämällä se 3D-mallina tai vielä yksinkertaisemmin askartelemalla esim. pahvista mallikappale.
- Tärkeintä on saada visuaalinen kuva uudesta ratkaisusta, jota voi mahdollisesti testata jopa suoraan käyttökohteessa
 - Esim. pahvinen mallikappale on helppo siirtää siihen tilaan, jossa oikeaa kappaletta jatkossa käytettäisiin.
 - Näin saadaan konkreettinen kuva, miltä se ko. tilassa näyttää ja kuinka se soveltuu siihen.



Testauksen tulosten arviointi

- Kun ideoita on testattu valitulla tavalla, on tärkeää arvioida testauksen tulokset.
- Arvioinnissa voi käyttää palauteruudukkoa, johon kirjataan asiat, jotka toimii, mitkä olisi voinut tehdä toisin tai missä oli epäselvää. Lisäksi voidaan kirjata mahdollisia uusia, testauksen aikana syntyneitä ideoita.



Palauteruudukko

Kirjaa testauksen onnistumiset
ja kehittämisen kohteet



Laadulla kilpailukykyisempiä tuotteita ja palveluita pk- ja mikroyrityksissä –hanke

Mikä toimi?



Mitä olisi voinut tehdä toisin?



Mikä oli epäselvää?



Mitä uusia ideoita syntyi?



Kiitos!