

Kuvan kaupunkilaisprofiilit

Työkirja

**Kuinka hyödynnät Kuvan kaupunkilaisprofileja
ihmislähtöisen kehittämisen tukena**

Helsinki

Päivitys 1 15.1.2019

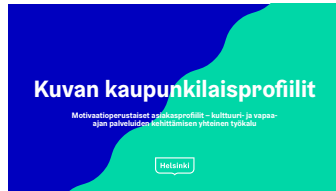
Kaupunkilaisprofiilit–työkirja

- Tämä työkirja on tarkoitettu Kuvan kaupunkilaisprofiilien soveltamiseen erilaisissa käyttötilanteissa, isoissa ja pienissä, sekä palveluissa että tukiyksiköissä, niin tiimien arkityössä kuin laajemmissa hankkeissa
- Työkirja muodostaa Kaupunkilaisprofiilit-esityksen kanssa työvälineen Kuvan palveluiden kaupunkilaislähtöiseen kehittämiseen
- Työkirjan käytännölliset ohjeet, vinkkilistat ja työpohjat on tarkoitettu tekemään menetelmien käytöstä helppoa ja nopeaa
- Työkirjan lopusta löytyy linkkejä, joiden kautta voit syventää tietoja kaupunkilaislähtöisestä kehittämisestä ja palvelumuotoilun menetelmistä

Työkirjan teemat:



Kaupunkilaisprofiilimateriaalit



Profiilit

- Motiiveihin perustuva profilointi kaupunkilaisista



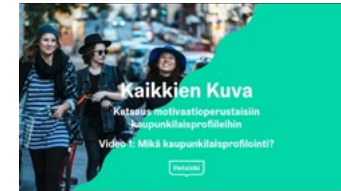
Työkirja

- Palvelumuotoilun menetelmien työkirja, joka mm. tukee profiilien hyödyntämistä ja käyttöönottoa



Ladattavat materiaalit

- Profiliesitys, työkirja, työpohjat, taustamateriaalit jne. kaikki samasta osoitteesta digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit



Profiilivideot

- Tiivit introvideot profiilien perusteista
- 1: <https://vimeo.com/270663954>
- 2: <https://vimeo.com/270664035>
- Salasana: KaikkienKuva



FB-ryhmä

- [Helsinki Kuva Asiakasprofiilit](#)
- Keskustelua, kokemuksia ja vertaistukea Facebook-ryhmässä

Sisällys

1	Työkirjan esittely	1
	1.1 Ihmislähtöinen kehittäminen	3
	1.2 Käytännöllinen työväline	5
	1.3 Yhdessä tehty ja testattu	6
2	Työkirjan käyttö ja soveltamisalueet	8
	2.1 8 askelta profiilien käyttöönottoon	9
	2.2 Sanasto	10
	2.3 Työkirjan käyttö	12
	2.4 Valitut menetelmät	13
	2.5 Käyttöesimerkit	14
	2.6 Profiilit	15
3	Ymmärrä kaupunkilaista	18
	3.1 Yleiset fasilitointi ohjeet	19
	3.2 Persoona	21
	3.3 Kaupunkilaiskohtaaminen	26
4	Kehitä kaupunkilaislähtöisesti	32
	4.1 Asiakasarvokartta (Value proposition canvas)	33
	4.2 Palvelupolku	36
	4.3 Palvelumallin kuvaus (Service blueprint)	41

5	Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta	44
	5.1 Empatiakartta	45
	5.2 Palvelusafari	48
6	Jaa ja opi	53
	6.1 Jaa kokemuksia	54
	6.2 Mittaa toimivuutta	55
7	Lisämateriaalit	57
	7.1 Ladattavat ja tulostettavat materiaalit	58
	7.2 Linkkejä aiheeseen syventymiseen	59

1

Työkirjan esittely

Helsinki

1.1

Ihmislähtöinen
kehittäminen

1.2

Käytännöllinen
työväline

1.3

Yhdessä tehty ja
testattu

”Profiilit haastavat ohittamaan helpon vastauksen, että meidän palvelut ovat kaikille kaupunkilaisille. Ihmisillä on tosi monipuolisia syitä käyttää tai olla käyttämättä palveluita. -- Ja sitten se tärkein: kun oivallamme tämän, niin mitä se tarkoittaa meidän tekemisenä? ”

Kommentti profiilien tekemiseen osallistuneelta kuvalaiselta



1

Työkirjan esittely

1.1

Ihmislähtöinen kehittäminen

Ihmislähtöinen kehittäminen ja palvelumuotoilun menetelmät toimivat työkirjan punaisena lankana

Ihmislähtöisyys on yksi palvelumuotoilun kulmakivistä

Palvelumuotoilun keskeinen ajatus on omaksua palvelun käyttäjän, Kuvan tapauksessa kaupunkilaisen, näkökulma. Eläytymällä kaupunkilaisen arkeen, selvittämällä miksi hän tekee tiettyjä valintoja tietyissä tilanteissa ja minkälaiset motiivit ohjaavat näitä valintoja, voidaan suunnitella paremmin erilaisten ihmisten tarpeita vastaavia kokonaisuuksia. Empatia, aito kiinnostus näistä taustoista antaa palvelukehittäjille paremmat mahdollisuudet onnistua työssään.

Kaupunkilaisten osallistaminen osana palveluiden kehittämistä

Nykyisten palveluiden parantaminen onnistuu esimerkiksi kysymällä erilaisilta kaupunkilaisilta kehityskohteita, pullonkauloja tai havainnoimalla palvelun kulkua kaupunkilaisen näkökulmasta. Jos tiedät vähän kaupunkilaisista, joita haluaisit tavoittaa, voit kutsua heitä mukaan suunnitteluprosessiin.

Älä oleta, vaan ota selvää, mene paikan päälle, vaihda näkökulmaa! Kaupunkilaiset ovat usein hyvin otettuja, jos heiltä kysytään ja heidät otetaan mukaan palvelukehitykseen.

Käytännölliset menetelmät profiilien hyödyntämiseen

Työkirjaan valitut palvelumuotoilun menetelmät ovat käytössä hyväksi havaittuja, arkijärjen mukaisia tekniikoita, joilla kaupunkilaisen näkökulma saadaan läpikäytyä ja hyödynnettyä palveluiden kehittämisessä. Osa niistä vaatii hieman enemmän aikaa, mutta panostettu aika maksaa itsensä tyypillisesti takaisin. Menetelmien soveltaminen johtaa tarpeelliseen ja hyvään keskusteluun osallistujien kesken, joka osaltaan selkeyttää ajattelua ja ruokkii ideointia.

Hyväkin palvelua on syytä kehittää, eli palveluiden kehittämiseen tulisi suhtautua enemmän jatkuvana prosessina kuin kertaluonteisena harjoituksena.

1

Työkirjan esittely

1.1

Ihmislähtöinen kehittäminen

Kaupunkilaislähtöisen suunnitteluprosessin eteneminen

1) Määritä tehtävänanto



2) Lähde kehittämään

Miksi tehdään?

Mikä tekee kyseisestä palvelusta merkityksellisen kaupunkilaisille? Tunnista motiivit palvelun kehittämisen takana ja linkitä ne kaupungin strategiaan.

Mitä tehdään?

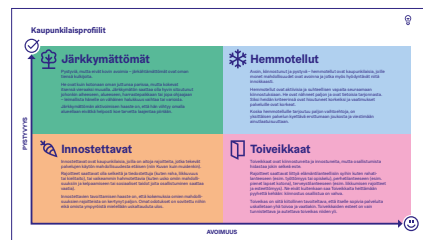
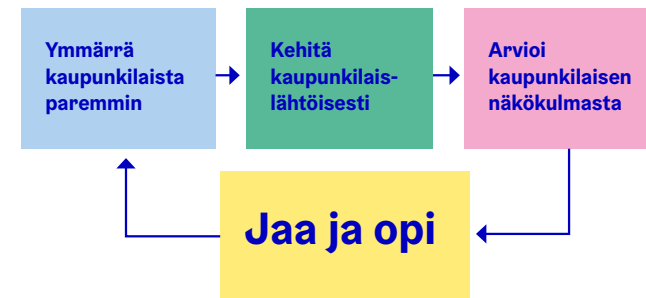
Määritä projektin fokus ja onnistumisen mittarit. Tarkastele olemassa olevaa tietoa aiheeseen liittyen ja kartoita henkilökunnan näkemystä suunniteltavasta asiasta.

Kenelle tehdään?

Hyödynnä olemassa olevaa asiakastutkimusta ja -tietoa ja käytä profiilieta apuna määrittämään mille kohderyhmälle palvelua suunnitellaan ja mihin ymmärryksen lisääminen tulisi seuraavassa vaiheessa kohdentaa.

Miten tehdään?

Valitse kyseiseen kehityskohteeseen parhaiten sopivat menetelmät. Käytä apuna työkirjan valmiita menetelmiä.



1

Työkirjan esittely

1.2

Käytännöllinen työväline

Työkirjan helpottaa kaupunkilaisen näkökulman tuomista mukaan käytännön kehittämistyöhön. Sen tarkoitus on...

Innostaa kuvalaisia ihmislähtöiseen kehittämiseen

Profiilit ja työkirja yhdessä muodostavat kaupunkilaislähtöiseen kehittämisen työkalupakin Kuvalle.

Työkirjan menetelmät ovat myös hyvä tapa aktivoida, ottaa käyttöön sekä hankkia täydentävää asiakasymmärrystä palveluiden kehittämiseen. Hiljaista kaupunkilaisymmärrystä on esimerkiksi kaupunkilaisten kanssa päivittäin kohtaavilla kuvalaisilla.

Tarjota inspiroivia työvälineitä käytännön työtä helpottamaan

Työkirja tarjoaa konkreettista apua profiilien käyttöönottoon menetelmien kuvausten, fasilijojien ohjeiden ja ladattavien ja tulostettavien työpohjien muodossa.

Työkalujen avulla voit ymmärtää kaupunkilaista paremmin, kehittää uusia palveluita, sisältöjä ja palveluympäristöjä kaupunkilaisen näkökulmasta ja arvioida olemassa olevien ratkaisuiden toimivuutta.

Olla helppokäyttöinen ja konkreettinen apuväline

Tavoitteena on, että sisältö avautuu myös niille joille palvelumuotoilun menetelmät ovat uusia.

Menetelmät ovat räätälöitävissä eri palveluiden tarpeisiin, niissä voidaan keskittyä valitun palvelukokonaisuuden sisältöön tai laajentaa ajattelua Kuva-tasolle. Näkökulman vaihtaminen usein rikastuttaa lopputulosta.

1

Työkirjan esittely

1.3

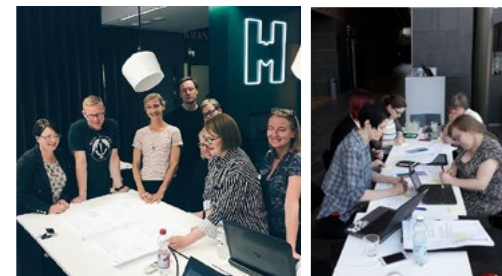
Yhdessä tehty ja testattu

Tarpeiden määrittely yhdessä

- Kuvalaisten kanssa tunnistettiin erilaisia kehittämiskohteita, joissa profiilit ja työkirja voisivat olla avuksi
- Nämä ryhmiteltiin ja tehtiin alustava lista menetelmistä, jotka tulisivat mukaan työkirjaan
- Yhdessä todettiin, että työkirjassa olisi mieluummin vähän ja varmasti toimivia kuin suuri määrä menetelmiä

Pilotointi ja testaus

- Valitut menetelmät haluttiin testata Kuvan käytössä, jotta tiedettiin kuinka ne soveltuvat erilaisiin käyttötarpeisiin
- Pilotointivaiheessa Kuvasta haettiin sekä lähitestauspilotteja (joissa suunnittelutiimi oli mukana) että etätestauspilotteja, joissa Kuvan työntekijät vetivät harjoitukset osana kehitystyötä annetuilla ohjeilla ja materiaalilla
- Työkirjan sisältöä muokattiin kokemusten ja palautteen perusteella



**Etä-
testauksia**

5

työpajaa

**Lähi-
testauksia**

7

työpajaa

**Osallistujina
lähes**

100

Kuvalaista

”On ollut hämmentävää huomata, kuinka yksinkertainen nelikenttä saa niin paljon ajattelua ja oivalluksia aikaiseksi. Olemme aiemminkin tunnistaneeet heikon ns. ”vakiasiakas” ongelman. Henkilökunta sanoo: ”kyllä me asiakkaamme tunnemme ja sen, mitä he haluavat”. On ollut vaikeaa tuoda esille sitä, minkä kuitenkin tiedämme: paljon on porukkaa, joita ei tunneta.

Kommentti profiilien tekemiseen osallistuneelta kuvalaiselta

Helsinki



2

Työkirjan käyttö

2.1

Sanasto

2.2

Kaupunkilaislähtöinen
suunnitteluprosessi

2.3

Työkirjan käyttö

2.4

Käyttöön valitut
menetelmät

2.5

Käyttöesimerkit

2.6

Profiilit

2

Työkirjan käyttö

2.1

Profiilien käyttöönotto

8 askelta profiilien käyttöönottoon

1

Aloita tutustumalla profileihin ja niiden taustoihin profiiliesityksen kautta.

2

Mieti miten voisit hyödyntää niitä työssäsi. Katso profiilien käyttöesimerkit työkirjasta.

3

Kun tiedät haluatko ymmärtää, kehittää vai arvioida profiilien avulla valitse työkirjasta tavoitteeseesi sopiva menetelmä.

4

Tutustu menetelmän kuvaukseen ja ohjeisiin. Kerää tarvittavat taustaineistot kasaan.

5

Järjestä työ-paja. Lähde haastattelemaan asiakkaita. Arvioi palveluja. Hyödynnä ohjeita ja muistilistoja.

6

Huolehdi valitsemasi menetelmän dokumentoinista ja purusta. Tee johtopäätökset. Kehitä ja valitse jatkotoimenpiteet.

7

Jaaj kokemuksesi profiilien ja työkirjan käytöstä, kerro hyvät ja huonot puolet rohkeasti muille.

8

Pidä profiilit mukana työssäsi ja jatka rohkeasti kaupunkilaislähtöisen kehittämisen tiellä.

2

Työkirjan käyttö

2.2

Sanasto

Palvelumuotoilu

→ Palveluiden ja asiakaskokemuksen kehittämistä, joka lähtee asiakkaiden tarpeiden sekä juurisyyn ymmärtämisestä ja ratkaisemisesta. Palvelu suunnitellaan yhdessä käyttäjän, työntekijöiden ja mahdollisten kumppanien kanssa. Palvelumuotoilua luonnehtii kokeileva ja iteratiivinen prosessi – kehityksen suuntaa voidaan muuttaa nopeasti saavutetun uuden tiedon ja näkemyksen mukaan. Tavoitteena on, että palvelun eri osa-alueista ja kanavista muodostuu yhtenäinen kokonaisuus, joka asiakkaan näkökulmasta haluttava ja helppokäyttöinen sekä organisaation näkökulmasta fiksua ja tehokas. Palvelumuotoilun hyödyt eivät rajoitu ainoastaan muotoiltavaan palveluun, vaan siihen sisältyvä osallistava prosessi synnyttää uutta osaamista sekä kehittää toimintakulttuuria asiakaslähtöisemmäksi.

Palvelun laatu

→ Asiakas muodostaa käsityksensä palvelun laadusta vertaamalla odottamaansa laatua havaintoihinsa kokemastaan laadusta. Odotuksiin ja kokemuksiin vaikuttavat tekijät vaihtelevat yksilöstä ja tilanteesta toiseen. Palvelun laatu voi siis oikeastaan olla mitä tahansa, mitä asiakkaat sanovat sen olevan.

Asiakastieto

→ Asiakastieto on toimijan käytössä olevaa tietoa asiakkaista ja tietoa asiakkailta. Tällainen jo olemassa olevia tai potentiaalisia asiakkaita kuvaava, yksilöity tai yksilöimätön tieto on eri lähteistä ja eri keinoin kerättyä jalostamatonta informaatiota, jonka avulla on mahdollista tehdä parempia palveluita ja laadukkaampia päätöksiä.

Asiakasymmärrys

→ Tavallisesti yrityksillä ja toimijoilla on käytössä paljon tietoa asiakkaistaan, mutta asiakastiedon jalostuminen asiakasymmärrykseksi on usein puutteellista. Asiakasymmärrystä syntyy, kun eri lähteistä saatavaa määrällistä ja laadullista asiakastietoa yhdistellään ja analysoidaan sekä kiinnitetään käyttötilanteeseen, sovelletaan päätöksenteossa ja palvelukehityksessä. Palvelun laadun ja asiakaskokemuksen arvioinnissa asiakkaiden omiin havaintoihin perustuvat ja reaaliaikaiset arviot ovat monesti hyödyllisempiä kuin vaikkapa perinteisten asiakastyytyväisyyskyselyjen tulokset. Asiakasymmärryksen tuottamisessa käytetään usein muotoilun menetelmiä, yhteiskehittämistä sekä asiakkaiden osallistamista. Asiakasymmärryksen avulla on mahdollista kehittää palveluja asiakaslähtöisesti ja vastata entistä paremmin asiakkaiden nykyisiin ja tuleviin tarpeisiin.

Asiakasarvo

→ Asiakasarvo on yksinkertaisimmillaan sitä, mitä asiakas haluaa ja uskoo saavansa käyttäessään palveluita ja sisältöjä. Palvelukokemuksen jälkeen asiakasarvo perustuu asiakkaan havaintoihin ja arvioon siitä, mitä hän on saanut ja mistä hän on luopunut. Jos asiakas on tyytyväinen saamiensa hyötyjen ja tekemiensä uhrausten suhteeseen, kokee hän saaneensa asiakasarvoa.

Asiakaspersoona

→ Asiakaspersoonat kuvataan fiktiivisinä aidonkaltaisina henkilötarinoina, storyboardeina, empatiakarttoina jne. Asiakaspersoonien kautta profiileja voidaan syventää ja soveltaa vastaaman erilaisia käyttötarpeita. Soveltuvat käytettäväksi tilapäisesti / tilannekohtaisesti tuottamaan asiakasymmärrystä esim. hankkeiden, uudistusten tai kampanjoiden yhteydessä, joilla on selkeä alku ja loppu.

2

Työkirjan käyttö

2.2

Sanasto

Kaupunkilainen

→ Kuvan palveluiden nykyiset asiakkaat ja potentiaaliset asiakkaat eli kaikki kaupunkilaiset

Asiakas

→ Kuvan palveluiden nykyinen käyttäjä

Potentiaalinen asiakas

→ Tämän hetkinen Kuvan palveluiden ei-käyttäjä tietyn palvelukokonaisuuden alueella

Profiili

→ Kaupunkilaisprofiili-sana lyhentyä työkirjassa välillä muotoon profiili. Näillä kummallakin termillä tarkoitetaan Kuvan neljää kaupunkilaisprofiilia (=järkkymättömät, hemmotellut, innostettavat ja toiveikkaat)

Asiakaskokemus

→ Asiakkaan ja palvelun välinen kohtaaminen, jossa asiakkaalle muodostuu sisäinen ja omakohtainen kokemus palvelusta. Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa.

Fasilitoija

→ Työpajojen vetäjänä ja organisoijana toimiva kuvalainen

Työpaja

→ Etukäteen strukturoitu ryhmätöitä sisältävä tapaaminen, jossa usein keskitytään kehittämiseen ja uuden ideointiin erilaisia menetelmiä soveltaen

Kaupunkilaiskohtaaminen

→ Tapa tehdä haastatteluja kaupunkilaisten parissa aidossa ympäristössä eri teemoihin liittyen

Palvelupolku

→ Asiakkaan palvelukokemuksen visualisointi ajallisesti etenevänä polkuna, joka auttaa hahmottamaan erilaisista osista koostuvia ja toisiinsa linkittyviä palvelukokonaisuuksia asiakkaan näkökulmasta palvelua ennen, palvelun aikana ja palvelun jälkeen

Kontaktipiste

→ Palvelupolun varrella olevia kohtia, joiden kautta asiakas on yhteydessä palvelun eri osa-alueisiin, esimerkiksi tilat, opasteet, nettisivusto tai ihmisten välinen vuorovaikutus

Palvelumallin kuvaus (Service blueprint)

→ Palveluntarjoajan näkökulmasta tuotettu kaavio, joka purkaa palvelun osiot ja niiden väliset suhteet yhteen lineaariseen näkymään

Asiakasarvokartta (Value proposition canvas)

→ Menetelmä, joka auttaa tunnistamaan ja priorisoimaan asiakkaan tarpeita sekä määrittelemään, kuinka palvelu konkreettisesti vastaa näihin tarpeisiin ja tuottaa sitä kautta asiakkaalle arvoa

Juurisyys

→ Asiakkaan näkökulmasta se ydinongelma, johon palvelun avulla pyritään luomaan ratkaisua

Empatiakartta

→ Työkalu jonka avulla eläydytään kaupunkilaisen tunteisiin, toiveisiin ja pelkoihin suhteessa esimerkiksi tarkasteltavaan palveluun

Palvelusafari

→ Palvelun havainnoimista ja käyttämistä omakohtaisesti asettumalla kaupunkilaisen rooliin aidossa palveluympäristössä.

Mitä haluat profiilien avulla saavuttaa?



Eri käyttötilanteisiin valitut menetelmät

Ymmärrä kaupunkilaisista paremmin

Persoonat

- Luo asiakasymmärrykseen perustuvat persoonat kehittämistyön tueksi

Kaupunkilaiskohtaaminen

- Tee teemahaastattelu kaupunkilaisten parissa aidossa ympäristössä

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

Asiakasarvokartta

(Value proposition canvas)

- Pyri tuottamaan arvoa kaupunkilaiselle ja ymmärtämään palveluiden käytön kipupisteitä sekä niiden taustalla olevia juurisyitä

Palvelupolku

- Ymmärrä palvelu kokonaisuutena kaupunkilaisen näkökulmasta ja pohdi miten sitä voi parantaa

Palvelumallin kuvaus

(Service blueprint)

- Hahmota palveluntarjoajan näkökulma palvelun tuottamiseen palvelupolun rinnalle

Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta

Empatiakartta

- Eläydy kaupunkilaisen tunteisiin, mielikuviin, ajatuksiin, elämäntilanteeseen tiettyyn palveluun liittyen

Palvelusafari

- Lähte tutustumaan kaupunkilaisen elämään paikan päälle palveluympäristöön

2

Työkirjan käyttö

2.5

Käyttöesimerkit

3 x profiilien käyttöesimerkki

1 Kaupunkilaisille avattu uusi tila ei löytänyt käyttäjiä – mistä ratkaisu?

Eräessä Kuvan palvelussa päätetään avata uusi tila kaupunkilaisten käyttöön – se toimii niin etätoimistona kuin luovana verstastilana. Pian uuden tilan avaamisen jälkeen selviää, että asiakkaat eivät ole ottaneet sitä toivotusti käyttöön. Uutta tilaa on markkinoitu verkossa ja somessa paljon. Yksikön esimies päättää lähteä yhdessä tiimin kanssa selvittämään käyttämättömyyden syitä.

Tiimiläiset arvioivat tilaa asiakasnäkökulmasta työkirjan palvelusafarin avulla. Tiimin yhteisessä purkutyöpajassa he täydentävät havaintojaan tekemällä palvelupolun muutaman potentiaalisen käyttäjän näkökulmasta. Havainnointi ja eläytyminen auttavat heitä oivaltamaan, että palvelun näkyvyys ja uuteen tilaan johdattavat opasteet on toteutettu puutteellisesti. Markkinointia ei ole myöskään kohdennettu sellaisille potentiaalisille ryhmille kuin alueen harrastajayhteisöille ja freelancer-yrittäjille. He tekevät tarvittavat korjausliikkeet ja tila tuplaa kävijämäärät.

2 Viestinnän positiivinen kierre: esitteeseen löydetään puuttunut kärki

Kuvan viestintä- ja markkinointipalvelut ovat saaneet paljon risuja erään palvelukokonaisuuden kausi-esitteestä. Se ei ole tavoittanut riittävä määrää kaupunkilaisia ja toisaalta, ne jotka ovat löytäneet sen, pitävät esitteen sisältöjä sekavina. Velma Viestijä päättää lähteä kehittämään uutta esitettä hyvissä ajoin profiilit-ajattelun avulla.

Hän kutsuu avainhenkilöt viestinnästä ja palvelukokonaisuudesta kokoon työpajaan. Tiimi syventää ja soveltaa yhdessä työskennellen empatiakartta ja persoona-harjoitusten avulla profiileja. He löytävät niiden kautta kolme keskeisintä esitteen kohderyhmää ja päättävät, että tällä kertaa esitteeseen tehdään osioita, jotka on suunnattu näille kohderyhmille.

Kun kohderyhmät ovat selvillä, on helppo löytää myös kohderyhmiä puhutteleva äänensävy ja sopivat jakelukanavat. **Painotuore, uusi esite löytää potentiaalisten asiakkaiden käsiin, ja palvelu tavoittaa uusia kohderyhmiä.**

3 Yhteistyöllä asiakkaan näkökulmaan ja irti jäykistä rakenteista

Kuva suunnittelee uutta kulttuuripalvelua ja sen lanseerausta. Tietohallinto vastaa taustajärjestelmästä, markkinointi verkkosivusta ja lanseerauskampanjasta, kulttuuripalveluiden kokonaisuus itse palvelusta ja sen sisällöistä. Jo projektin alkuvaiheessa huomataan, että palvelun kokonaisuutta on vaikea hahmottaa, koska eri yksiköt vastaavat sen eri puolista.

Tähän haasteeseen tartutaan ja tuodaan yksiköt yhteisen pöydän ääreen konkretisoimaan käsillä olevaa kehitystyötä asiakasnäkökulmasta. Jotta palvelu voitaisiin tuottaa kannattavasti, selvitetään työkirjaan sisältyvän arvolupauskartan (value proposition canvas) ja palvelumallin kuvauksen (service blueprint) avulla useamman työpajan sarjassa, mitkä palvelun osa-alueet ovat käyttäjän kannalta kriittisiä ja milloin taas voidaan keskittyä taustaprosessin sujuvuuteen. Lisäksi osa tiimistä jalkautuu kaupunkilaisten pariin haastattelemaan ja keräämään heiltä lisää asiakasymmärrystä kaupunkilaiskohtaamisen avulla.

Näin jo suunnittelutyön alkuvaiheessa pystytään luomaan aihio houkuttelevasta palvelukonseptista, jossa kaupunkilaisen saama arvo ja kaupunkilaiselta vaadittu aika & energia palvelun käytössä pysyvät sopivassa suhteessa.



Löydät kaupunkilaisprofiilien esittelyn ladattavista materiaaleista osoitteesta digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit

Asiakasprofiilit auttavat meidät ohi asiakasymmärryksen tavallisten ”sudenkuoppien”, kuten...



”Se, että emme ole pyörineet vain kirjaston palveluja miettien on tuonut raikkautta suunnitteluun. Olemme niin sisällä omissa palveluissa, ettemme millään tunnista omaa toimintaamme. Nyt on ollut mahdollisuus asettua itsekin kaupunkilaisen ja palvelujen käyttäjän asemaan. Ja kas vain – omakin tontti näyttäytyi ihan erilaiselta.

Kaiken kaikkiaan koko projekti on ollut paljon antoisampi kuin olin kuvitellut. Tätä en sano kohteliaisuudesta tai mielistelläkseni.”

Kommentti profiilien tekemiseen osallistuneelta kavalaiselta

Helsinki



3

Ymmärrä kaupunkilaista

Helsinki

Tässä osiossa kerrotaan, miten voit lisätä ymmärrystä Kuvan asiakkaista ja potentiaalisista asiakkaista. Tavoitteena on ymmärtää aidosti kaupunkilaisten arkea ja elämää sekä Kuvan tarjoamia palveluita suhteessa siihen.

Profiilien avulla voit kohdentaa asiakasymmärrystä toivottuihin asiakasryhmiin. Niiden avulla voit myös ymmärtää paremmin Kuvan potentiaalisia käyttäjiä ja sitä, miten heidät voi houkuttaa palveluiden pariin ja mitä esteitä heidän osallistumisella mahdollisesti on.

3.1

Yleiset fasilitointiohjeet

3.2

Persoona

- Luo asiakasymmärrykseen perustuvat esimerkkipersonat kehittämistyön tueksi

3.3

Kaupunkilaiskohtaaminen

- Tee teemahaastattelu kaupunkilaisten parissa aidossa ympäristössä

3

Ymmärrä kaupunkilaista

3.1

Yleiset fasilitointi-ohjeet

Näin fasilitoit työpajan

Ennen työpajaa

Määrittele aluksi mitä haluat tutkia tai kehittää

Kartoita ja kerää taustatietoa, jota aiheeseen liittyen löytyy

Määritä ketkä osallistuvat työpajaan. Ideaali osallistujamäärä riippuu työpajan sisällöstä. Usein 4-10 henkilöä on hyvä määrä, vähintään 4 osallistujaa tarvitaan jotta voidaan muodostaa ainakin kaksi paria.

Hoida käytännön asiat: lähteä kutsut ja laadi aikataulu. Tarkista muistilistasta oletko huomionnut kaiken oleellisen.

Työpajan muistilista

- Lähetä hyvissä ajoin kutsu työpajaan ja kerro mitä siellä tullaan tekemään**
- Järjestä tilat ja tarjoilut valmiiksi, varmista että myös tekniikka toimii**
- Aikatauluta työpaja realistisesti – liian tiukka aikataulu aiheuttaa turhaa kiireentuntua ja työvaiheita jää tekemättä**
- Varaa työpajaan tarvittavat välineet kuten tussit ja post it –lappuja, tulosta tarvittavat materiaalit valmiiksi**
- Lähetä edellisenä päivänä muistutus työpajasta osallistujille**

Työpajan aikana

Aloita työpaja kertomalla **miksi olette kokoontuneet**, mikä työpajalla on tavoitteena ja miten se etenee

Jos profiilit eivät ole yleisölle jo entuudestaan tuttuja **kannattaa aloittaa katsomalla yhdessä Profiilien introvideo**. Käykää videon jälkeen lyhyt keskustelu profileista ja miten profiilit istuvat käsiteltävään aiheeseen.

Profiilien intron jälkeen siirrytkää tehtävään. **Käy tehtävänanto läpi** ja varmista, että kaikki on selvää

Muodosta osallistujista ryhmät. Ryhmissä on hyvä olla mahdollisimman laajalla kirjolla osallistujia.

Jaa välineet ja taustamateriaalit ja ohjeista ryhmiä aloittamaan tehtävien tekeminen

Kierrä ryhmissä, kysy miten homma etenee, voitko auttaa jossain jne.

Pidä huoli työpajan aikataulusta, ja anna väliaikatietoja siitä missä mennään suhteessa käytettävissä olevaan aikaan.

Kun tehtävä-aika on loppunut, pitäkää **koko ryhmän kanssa yhteinen purku**, jossa jokainen ryhmä esittelee omat tehtävänsä.

Purulle on hyvä varata reilusti aikaa, sillä sen aikana syntyvä keskustelu on yleensä erittäin antoisaa. Muista kysyä mielipidettä myös niiltä, jotka eivät ole äänessä.

Keskustelkaa myös profiilien toimivuudesta ja niiden mahdollisesti tuomasta avusta.

Työpajan jälkeen

Pura työpajojen tuotokset digitaaliseen muotoon työpohjia hyödyntäen.

Jaa tulokset kaikkien työpajan osallistujien kanssa

Sovi työryhmän kesken miten työpajassa syntyneitä ideoita edistetään.

Jaa kokemuksesi muiden kuvalaisten kanssa HKI Kuva asiakasprofiilien FB-sivuilla.

→ Näitä ohjeita voit sovellettaa myös muiden työpajojen pitämiseen

→ Eri menetelmien työpohjat ja ohjeet ladattavissa osoitteesta digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit

3

Ymmärrä
kaupunkilaista

3.1

Yleiset fasilitointi ohjeet

Vinkkejä fasilitoijalle:

1

Yhden fasilitoijan vetämässä työpajassa sopiva ryhmäkoko on maksimissaan 10 henkilöä. Jos osallistujia on enemmän, ota toinen fasilitoija avuksi.

4

Järjestä tila ja tarvikkeet etukäteen valmiiksi. Ryhmien mukaan jaotellut pienet pöydät toimivat paremmin työpajatyöskentelyssä kuin yksi iso pöytäryhmä.

2

Fasilitoijan tehtävänä on pitää huoli aikataulusta ja siitä, että aika ei lopu kesken tehtävien purusta, joka on usein työpajojen kaikkein hedelmällisin osa. Muista myös varata aika tauolle.

5

Dokumentoi työpajan lopputuotokset sekä työskentelyvaiheet valokuvaamalla. Muistathan pyytää osallistujilta etukäteen luvan kuvien ottoon ja julkaisuun.

3

Ajantaju katoaa helposti työn touhussa. Kerro osallistujille väliaikatietoja, missä mennään suhteessa aikatauluun ja tehtävänantoon, esim. 15 min päästä pitäisi olla valmista, siirtykää tehtävän viimeiseen vaiheeseen jne.

6

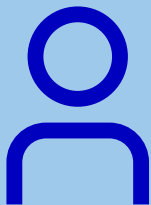
Kun tehtävien tekeminen on käynnissä, kiertele ryhmissä sekä kysele ja kuulostele tarvitaanko ohjausta. Jos jonkun ryhmän keskustelu harhautuu sivuraiteille, ohjaa sitä hienovaraisesti aiheeseen.

3

Ymmärrä kaupunkilaista

3.2

Persoona



Mistä on kyse?

Persoonat ovat profiilien alle rakentuvia kuvitteellisia esimerkkipersoonia, joiden kautta asiakasymmärrys herää henkiin. Ne toimivat apuna kehittämisessä tuomalla kaupunkilaisen näkökulman elävästi mukaan uusien palveluiden ja sisältöjen ideointiin ja arviointiin.

Persoonat pohjautuvat oikeaan asiakasymmärrykseen, mutta ovat kehittämistyötä varten luotuja kuvitteellisia hahmoja, jotka nostavat asiakkaiden tarpeita ja motivaatioita esille. Persoonien on hyvä olla puhuttelevia ja tarttuvia, mutta niistä ei pidä tehdä liian stereotyyppisiä. Tavoitteena on luoda aidonolaisia hahmoja, joihin on helppo samaistua.

Persoonien luomisessa kannattaa hyödyntää asiakasrajapinnassa työskenteleviä kavalaisia. Heillä on usein näköalapaikka asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin. Persoonaharjoitus voi myös hyvin aktivoida heitä pohtimaan kaupunkilaisten tarpeita uudella tavalla työssään.

Miten hyödynnät profiilien kanssa?

Persoonat ovat hyvä tapa aloittaa profiilien kanssa työskentely. Profiilit toimivat lähtökohtana persoonien luomiselle. Profiilien alle luodaan palvelukohtaisia esimerkkipersoonia, joiden valikoimaa on tarkoitus täydentää sitä mukaa, kun niitä luodaan eri projekteissa lisää.

Persoonien avulla voit esimerkiksi määritellä kohderyhmiä, edesauttaa empaattista suunnittelua ja helpottaa kaupunkilaisen saappaisiin asettautumista. Nykyisten ja tuttujen asiakastyyppeiden lisäksi persoonien kautta voidaan kuvata potentiaalisia asiakkaita ja heidän tarpeitaan.

Persoonat ovat hyvä työväline muiden menetelmien kanssa yhdessä käytettynä, hyvinä esimerkkeinä [palvelupolku](#) tai [empatiakartta](#).

Persoona-työpaja käytännössä:

- **Kesto:** varaa vähintään 2 h aikaa
- **Taustamateriaalit:** muu mahdollinen asiakasymmärrys- ja taustamateriaali käsiteltävästä aiheesta
- **Osallistujien määrä ja ryhmät:** 4-10 (jos osallistujia on enemmän ota mukaan toinen fasilitoija avuksi) Jaa osallistujat ryhmiin työpajan osallistujamäärän sekä esimerkkipersoonien määrän mukaan. Yksi ryhmä voi työstää yhtä tai kahta esimerkkipersoonaa. Yhdessä ryhmässä on hyvä olla 2-5 osallistujaa.
- **Tulostettavat materiaalit:** taustamateriaalit, tehtävänato ja työpohjat

”Selkeä työkalu, joka toimii tietenkin paremmin, jos on aikaa räätälöidä sitä omiin käyttötarpeisiin – mutta myös nopeissa tilanteissa. Jo yhden profiilin kautta voi nähdä erilaisia mahdollisuuksia kehittämistyössä.”

Persoona-työpajassa mukana ollut kuvalainen.

Helsinki

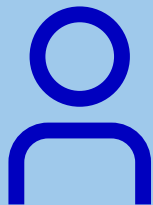


3

Ymmärrä kaupunkilaista

3.2

Persoona



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista.](#)

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.

Persoona – tehtävänanto

Elävöittäkää profiileita luomalla niiden pohjalta asiakaspersoonia ja pohtimalla keinoja näiden persoonien houkutteluun ja heidän osallistumisen esteiden poistamiseen.

Tehtävän kesto: 1 h + purku 1/2 h

1

- Kukin ryhmä syvennyy annettuun profiiliin (tai profiileihin) ja ideoi profiiliin pohjautuen 3-4 erilaista asiakaspersoona
- Hyödyntäkää ideoinnissa palvelukokonaisuuskohtaista taustamateriaalia REAL-tutkimuksesta sekä olemassa olevaa ymmärrystä asiakkaista ja omaa asiantuntijuutta
- Aloittakaa ideointi 5 min pituisella henkilökohtaisella ideoinnilla, jossa jokainen osallistuja kirjoittaa post it -lapuille omat ajatuksensa mahdollisista persoonista. Ideoikaa nykyisten asiakkaiden lisäksi keitä potentiaaliset asiakkaat voisivat olla
- Käykää ideat läpi ryhmässä, valitkaa parhaat, yhdistelkää ja rikastakaa niitä. Muistakaa olkaa tarkkoina, että persoonista ei tule liian stereotyyppisiä
- Täyttäkää jokaisesta persoonasta kuvaus työpohjaa hyödyntäen

2

- Tarkastelkaa persoonia, jotka olette luoneet ja pohtikaa:
 - Miten näitä persoonia voitaisiin houkuttella palvelun pariin?
 - Mitä esteitä näillä persoonilla voi olla suhteessa palveluun?
- Kirjatkaa ideanne työpohjaan

PERSONIEN MUISTILISTA:

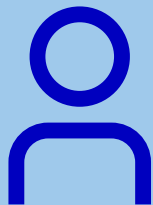
- Pyrkikää tekemään mahdollisimman aidonolaisia hahmoja, kertokaa heistä yksityiskohtia, jotka herättävät hahmot eloon
- Pysytelkää pois stereotyyppioista. Jos persoona alkaa vaikuttaa liian yksipuoliselta tai ennalta arvattavalta, miettikää jonkun ominaisuuden muuttamista päinvastaiseksi (esim. ikä, sukupuoli, perhetilanne)
- Miettikää nykyisten asiakkaiden lisäksi vähintään yhtä monta potentiaalista asiakasta (sellaisia persoonia, jotka syystä tai toisesta eivät tällä hetkellä käytä Kuvan palveluita)
- Varmistakaa, että luomanne persoonat muodostavat yhdessä monipuolisen joukon

3

Ymmärrä kaupunkilaista

3.2

Persoona



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista](#).

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.

Persoona 1/2

Palvelukokonaisuus:
Profiili (Innostettavat jne):

Persoonan motto:

Nimi:

Elämäntilanne:

Arvot

Työt, mielenkiinnonkohteet, harrastukset:

Kerro, mikä on viimeksi yllättänyt persoonan iloisesti:

Kehitettävä kokonaisuus:
Asiakas / potentiaalinen asiakas (ympyröi)

Luonnehdi muutamalla sanalla miten persoona käyttää muita palveluita (Kuvan tai ei)

Kirjoita lyhyt kuvaus persoonasta ja hänen suhteestaan kehitettävään palveluun:

Liikunta

Kulttuuri

Kirjasto

Nuoriso

Ympyröi sopivat motivaatiotekijät suhteessa kehitettävään palveluun:

<input type="checkbox"/> Pitkäaikaisuus	<input type="checkbox"/> Ajankohtaisuus
<input type="checkbox"/> Pysyvyys	<input type="checkbox"/> Uutuus
<input type="checkbox"/> Paikkasidonnainen	<input type="checkbox"/> Koko kaupunki
<input type="checkbox"/> Spontaani	<input type="checkbox"/> Suunnitelmallinen
<input type="checkbox"/> Omaehtoinen	<input type="checkbox"/> Ohjattu
<input type="checkbox"/> Ajanviete	<input type="checkbox"/> Tavoitteellinen
<input type="checkbox"/> Yhdessäolo keskiössä	<input type="checkbox"/> Sisällöt keskiössä

Kuvan kaupunkilaisprofiilit - Työpohjat

3

Ymmärrä kaupunkilaista

3.2

Persoonaa



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista.](#)

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.

Persoonaa 2/2

Ideoikaa, miten voisi **mahdollistaa** kyseisten persoonien palveluiden käyttöä, mitä esteitä heillä on ja miten niitä voitaisiin poistaa?

1.

2.

3.

Kuvan kaupunkilaisprofiilit - Työpohjat

Ideoikaa, miten persoonia voisi **houkutella** Kuvan palvelun käyttäjiksi, mikä heitä kiinnostaisi ja innostaisi?

1.

2.

3.

Helsinki

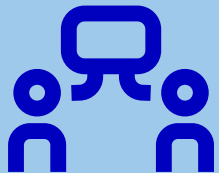
Helsinki

3

Ymmärrä kaupunkilaista

3.3

Kaupunkilaiskohtaaminen



Mistä on kyse?

Kaupunkilaiskohtaaminen on tapa tehdä haastatteluja kaupunkilaisten parissa eri teemoihin liittyen. Tavoitteena on kohdata kaupunkilaisia heidän arkipäiväisessä ympäristössään, lisätä ymmärrystä heidän elämästään, käytännöistään sekä motivaatioista, jotka ohjaavat heidän toimintaansa.

Kaupunkilaiskohtaamisten avulla voidaan hahmottaa myös Kuvan potentiaalisten käyttäjien tarpeita. Jalkautumalla Kuvan omien palveluiden ulkopuolelle löydetään myös niitä kaupunkilaisia, joille Kuvan palvelut eivät välttämättä ole tuttuja. Toiveena olisi kuulla täydentäviä näkökulmia palveluita jo aktiivisesti käyttäviin asiakkaisiin verrattuna.

Miten hyödynnät profiilien kanssa?

Tämä menetelmä soveltuu hyvin siihen, kun haluat paneutua potentiaalisten käyttäjien tarpeisiin ja kun haluat saada tietoa suoraan kaupunkilaisilta.

Kaupunkilaiskohtaamisen kautta voit esimerkiksi kartoittaa miksi kaupunkilaiset valitsevat muut kuin Kuvan palvelut, miten eri palvelut suhteutuvat heidän vapaa-aikaansa ja miten Kuva voisi paremmin palvella heidän tarpeitaan ja toiveitaan.

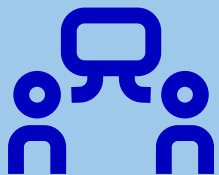
Kohtaamisten tuloksia voidaan jäsentää profiilien kautta pohtimalla esimerkiksi mihin profiiliin kyseinen haastateltava kuuluu ja jäsentämällä miten häntä voisi houkutella palvelun pariin ja toisaalta poistaa esteitä hänen osallistumisen tieltä. Tällä tavalla kartutetaan myös kyseiseen profiiliin liittyvää asiakasymmärrystä.

3

Ymmärrä kaupunkilaista

3.3

Kaupunkilaiskohtaaminen



Kaupunkilaiskohtaaminen - fasilitoijan sivu

ENNEN KAUPUNKILAISKOHTAAMISTA

- **Määrittele** aluksi mihin kysymykseen haluat kaupunkilaiskohtaamisen kautta saada tietoa
- **Kartoita ja kerää asiakastietoa**, jota aiheeseen liittyen löytyy ja tarkenna mihin haluat kaupunkilaiskohtaamisen avulla keskittyä
- **Mieti missä kohtaamiset tapahtuvat**, paikat täytyy tietysti valita käsiteltävän aiheen mukaan. Esimerkiksi jos mietit liikuntapalvelujen kehittämistä, voi olla kiinnostava mennä muiden liikunnantarjoajien paikkoihin jututtamaan niitä kaupunkilaisia, jotka eivät käytä aktiivisesti Kuvan palveluita
- **Mieti ketkä työyhteisöstäsi kaupunkilaiskohtamisiin osallistuvat**. Olisi hyvä, että hankkeeseen liittyvä tiimi kokonaisuudessaan jalkautuisi kaupunkilaisten pariin. Joskus osallistujaporukaa voidaan laajentaa myös ydintiimin ulkopuolelle – näin saadaan lisättyä haastattelujen kattavuutta ja madallettua kuvalaisten kynnystä kohdata kaupunkilaiset
- **Valmistele kysymysrunko** haastatteluihin, voit käyttää apuna työpohjaa sen laatimiseen
- Löydät **ladattavista materiaaleista tehtävänannon** kaupunkilaiskohtamisiin, **haastatteluvinkit** osallistujille sekä valmiit **sähköpostipohjat**.

KAUPUNKILAISKOHTAAMISEN AIKANA

- **Kaupunkilaishaastattelut suoritetaan pareittain**. Listaa osallistujat ja jaa heidät pareihin. Luo aikataulu ja lista haastattelupaikoista esimerkiksi Google Docsin avulla.
- Vaikka haastattelut tehtäisiinkin julkisella paikalla, on **osallistujien kohteliasta ilmoittaa tulostaan etukäteen** ja kertoa mitä varten he haastatteluja tekevät. Voit käyttää **työpohjaa** apuna ja muokata sen omiin tarpeisiisi sopivaksi.
- Jos haluatte haastatella **alle 18-vuotiaita**, jaa osallistujille mukaan **huoltajalle tulostettava kirje**
- On huomaavaista antaa osallistujille joku **pieni palkkio osallistumisesta**, esimerkiksi kaupungin kangaskassit ovat kiva tapa kiittää osallistumisesta.
- Kannusta kaupunkikohtamisiin osallistuvia **jakamaan kokemuksiaan** kohtaamisista **HKI Kuva asiakasprofiilit** -FB-sivulla.

KAUPUNKILAISKOHTAAMISEN JÄLKEEN

- Pyydä kaupunkilaiskohtamisiin osallistuneita **purkamaan haastattelut sähköiseen muotoon** suoraan haastattelukaavakkeeseen ja palauttamaan ne sinulle sähköpostilla
- Kun kohtaamiset on suoritettu, **kokoontukaa työryhmän kanssa yhteen** ja käykää läpi kokemuksenne ja löydöksenne
- **Jatkakaa hankettanne** kaupunkilaiskohtamisista saadun ymmärryksen pohjalta. Voitte esimerkiksi tarkentaa, keitä potentiaaliset käyttäjät ovat, luoda heistä **esimerkkipersoonia** kehittämistyö tueksi tai jatkaa esim. **palvelupolku**-harjoitukseen miettimään miten voisitte parantaa Kuvan palveluita haastatteluista saadun tiedon varassa.

→ Ladattavat materiaalit saatavilla osoitteesta digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit

”Kaupunkilaiskohtaamisissa oli aluksi vähän jännittynyt olo – oltiin kuitenkin liikkeellä ’oman turva-alueen’ eli Kuvan palveluiden ulkopuolella. Alkukankeuden jälkeen onnistuimme työparini kanssa pääsemään puheisiin kaupunkilaisten kanssa. Jännä kokemus kaiken kaikkiaan, omasta normityöstä poikkeava. Yksi haastattelu voi näköjään opettaa enemmän kuin toistuvat asiakaspalvelutilanteet tai läjä raportteja.”

Kaupunkilaiskohtaamisten pilotissa mukana ollut kuvalainen.

Helsinki

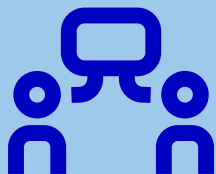


3

Ymmärrä kaupunkilaista

3.3

Kaupunkilaiskohtaaminen



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista.](#)

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.



Kaupunkilaiskohtaaminen – tehtävänanto

Olet osallistumassa Kaupunkilaiskohtamisiin pariisi kanssa. Hienoa, että olet mukana jututtamassa helsinkiläisiä ja selvittämässä miten Kuva voi vielä paremmin olla osa heidän elämäänsä.

Tehtävän kesto: haastatteluille varataan n. 2 h, purulle n. ½ tuntia ja yhteenvetokeskustelulle n. 1 h

Vaihe 1. Pehdy ohjeisiin

Saat ohjeet ja työpohjat kaupunkilaiskohtamista varten. Pehdy materiaaleihin huolella. Muista, että aina voit kysyä organisoijalta, jos joku asia jäi epäselväksi.

Vaihe 2. Sovi käytännön järjestelyistä

Kaupunkilaiskohtaaminen tehdään parin kanssa yhdessä. Tarkista kuka pariisi on, minne kohteeseen olette menossa ja milloin. Muistakaa olla kohteeseenne yhteydessä ennakkoon ja kerro tulostanne. Valmistaudu kaupunkilaiskohtamisiin kokoamalla tarvittavat materiaalit ja tulostamalla tarvittavat työpohjat mukaan. Muista ottaa mukaan pienen palkkiot (esim. Helsinki-avaimenperät tai -kassit osallistujia varten xxxxxxxxxx tarkenna tarpeen mukaan)

Vaihe 3. Kohtaa kaupunkilaiset rohkeasti

Tee haastattelut annettujen työpohjien avulla. Muista, että haastattelu-runko on apuväline, sitä ei tarvitse noudattaa kirjaimellisesti, voit aina muokata sanamuotoja omaan suuhusi. Tärkeintä olisi, että kohtaaminen on antoisa kaikille osapuolille.

Dokumentoikaa haastattelut mahdollisimman tarkoin. Sopikaa ennen jokaista haastattelua, kumpi jututtaa ja kumpi kirjaa ja vaihtakaa rooleja välillä. Kiinnittäkää huomiota käsialaan, jotta tutkijat saavat selvää muistiinpanoista.

Pyrkikää löytämään mahdollisimman erilaiset haastateltavat (ikä, sukupuoli, tausta yms.)

Katsokaa läpi vinkit haastatteluihin.

Vaihe 4. Palautekeskustelu ja purku

Kun olette saaneet sovituksen määrän haastatteluja tehtyä (tai siihen varattu aika on tullut täyteen), käykää nopea palautekeskustelu parin kanssa siitä, mitkä ovat päällimmäiset ajatukset jne.

Sopikaa kumpi purkaa haastattelut sähköiseen muotoon. Tämä kannattaa tehdä mahdollisimman pian haastatteluun jälkeen niin, että asiat ovat tuoreena mielessä. Palauttakaa työpohjat sähköpostiosoitteeseen xxxxxxxxxx

Vaihe 5. Osallistu yhteenvetokeskusteluun

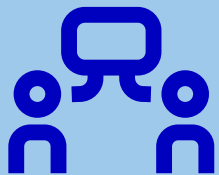
Kaupunkilaiskohtamisten fasilitoija kutsuu sinut yhteenvetokeskusteluun, jonka tarkoituksena on vertailla kaupunkilaiskohtamisten löydöksiä ja mahdollisesti jatkaa ideointia yhdessä eteenpäin.

3

Ymmärrä kaupunkilaista

3.3

Kaupunkilaiskohtaaminen



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista](#).

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.

Kaupunkilaiskohtaaminen – työpohja

KOHDE		
HAASTATELTAVAN TIEDOT		
VAPAA-AJAN MÄÄRÄ		
VAPAA-AJAN MERKITYS		

AKTIVITEETIT

Kuvan kaupunkilaisprofiilit - Työpohjat

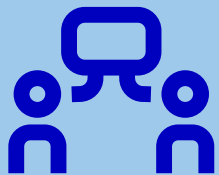
Helsinki

3

Ymmärrä
kaupunkilaista

3.3

Kaupunkilais- kohtaaminen



Vinkkejä haastatteluun:

1

Tervehdi. Katso silmiin. Hymyile. Esittäyty.

2

Kerro asiasi ja miksi se on tärkeä. Ole kiinnostunut ja innostunut – asenne tarttuu!

3

Kerro, miten haastattelu dokumentoidaan. Kerro, että vastaukset käsitellään anonymisti.

4

Luo rentoa, lämmintä tunnelmaa – laita itsesi peliin ja kohtaa ihminen ihmisenä.

5

Käytä haastattelurunkoa pohjana, mutta keksi itse keskustelevia lisäkysymyksiä: ”miksi?” ”miten?”

6

Pyri ymmärtämään.

7

Haastattelurungosta voi poiketa – tärkeintä on, että haastattelu etenee luontevasti ja huomioit sen, minkä asiakas kokee tärkeäksi kertoa.

8

Kuuntele, kuuntele, kuuntele. Mutta...

9

...Pidä ohjat kässissä. Voit tarvittaessa keskeyttää haastateltavan, mutta tee se hymyillen, kiinnostuksen kautta.

10

Kiitä ja kerro, miten hyödyllistä asiaa haastattelusta saatiin – ja muista taas hymyillä!

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

Helsinki

Kehitä palveluita, palveluympäristöjä ja sisältöjä. Ideoi kuinka voit kehittää olemassa olevia palveluita ja luoda uusia palveluita profiilien avulla.

Profiilien avulla luotujen esimerkkipersoonien kautta kaupunkilaisnäkökulma tuodaan konkreettisesti ja elävästi mukaan palveluiden kehittämiseen.

4.1



Asiakasarvokartta (Value proposition canvas)

- Pyri tuottamaan arvoa kaupunkilaiselle ja ymmärtämään palveluiden käytön kipupisteitä sekä niiden taustalla olevia juurisyitä

4.3



Palvelumallin kuvaus (Service blueprint)

- Hahmota palveluntarjoajan näkökulma palvelun tuottamiseen palvelupolun rinnalle

4.2



Palvelupolku

- Ymmärrä palvelu kokonaisuutena kaupunkilaisen näkökulmasta ja pohdi miten sitä voi parantaa

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.1

Asiakasrvo-kartta (Value proposition canvas)



Mistä on kyse?

Asiakasrvo-kartta on työkalu, joka tunnetaan laajemmin englanninkielisellä nimellä ”Value proposition canvas”. Se auttaa tunnistamaan ja priorisoimaan asiakkaan tarpeita sekä määrittelemään, kuinka palvelu vastaa näihin tarpeisiin ja tuottaa asiakkaalle arvoa. Työkalun avulla pyritään kristallisoimaan arvolupa.

Asiakasrvo-kartta jakautuu kahteen osioon: asiakasprofiiliin ja arvokarttaan. Asiakasprofiili-osioon määritellään asiakkaan näkökulmasta palvelun vaatimat tehtävät ja toiminnot. Tämän jälkeen listataan tärkeysjärjestyksessä, millaisia murheita asiakkaalla saattaa olla palvelun suhteen, ja toisaalta mitä hyötyjä hän odottaa saavansa palvelulta.

Arvokartta-osiossa listataan, millä palveluilla ja tuotteilla tarpeisiin vastataan, sekä millaisilla asioilla pyritään lievittämään asiakkaan kokemia murheita ja toisaalta tuottamaan asiakkaalle hyötyä. Lopuksi sanallistetaan kristallisoitu arvolupa asiakkaalle.

→ **Katso tarkemmat fasilitointiohjeet ja vinkit** [kohdasta 3.1](#)

Miten hyödynnät profiilien kanssa?

Koska eri asiakkailla on erilaisia tarpeita ja sama palvelu voi tuottaa erilaisia hyötyjä eri asiakkaille, on tärkeää tarkastella arvolupaustaulukkoa aina kerrallaan yhden, ennalta määritellyn profiilin näkökulmasta.

Asiakasprofiili-osiossa voidaan hyödyntää kaupunkilaisprofiileihin perustuvia persoonia. Asettamalla persoonaan saappaisiin voidaan listata ja priorisoida erilaisia tarpeita ja toiveita, joita kullakin persoonalla on palveluun liittyen. Voit hyödyntää valmiita esimerkkipersoonia tai luoda omiin tarpeisiisi sopivat uudet kuvaukset [persoona](#)-tehtävän avulla.

Asiakasrvo-kartta-työpaja käytännössä:

- **Kesto:** varaa vähintään 2 h aikaa, 3 h jos teette myös persoona-harjoituksen työpajan yhteydessä
- **Tarvittavat taustamateriaalit:** esimerkkipersoonat ja muu mahdollinen asiakasymmärrys- ja taustamateriaali käsiteltävästä aiheesta
- **Osallistujien määrä ja ryhmät:** 4-10 (jos osallistujia on enemmän ota mukaan toinen fasilitoija avuksi) Jaa osallistujat ryhmiin työpajan osallistujamäärän mukaan. Yksi ryhmä voi työstää yhtä arvokarttaa. Yhdessä ryhmässä on hyvä olla 2-5 osallistujaa.
- **Tulostettavat materiaalit:** esimerkkipersoonat, taustamateriaalit ja työpohjat

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.1

Asiakasarvokartta (Value proposition canvas)



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista](#).

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.



Asiakasarvokartta (Value proposition canvas) – tehtävänanto

Kiteyttäkää palvelun tuottama arvo asiakkaalle arvolutauksen muodossa pohtimalla niitä konkreettisia keinoja, joilla palvelu vastaa asiakkaan tarpeisiin.

Tehtävän kesto: 1 h + purku 1/2 h

1 Asiakasprofiili, 30 min

- Kukin ryhmä syvenny annettuun esimerkkipersoonaan (tai persooniin) sekä muuhun syventävään taustamateriaaliin
- Aloittakaa asettamalla itsenne esimerkkipersoonan saappaisiin keskustelemalla asiakkaasta, hänen odotuksistaan ja haasteista palvelun käyttöön liittyen yleisellä tasolla.
- Täyttäkää tavoitteet ensin post-it -lapuille: Millaisia tavoitteita persoonalla on palveluun liittyen? Listakkaa tavoitteet taulukkoon tärkeysjärjestyksessä ylhäältä alas.
- Miettikää, millaisia murheita ja haasteita asiakkaalla saattaa olla palveluun liittyen. Listakkaa murheet kriittisyyden mukaan taulukkoon Murheet-osioon
- Pohtikaa hyötyjä, joita asiakas toivoo ja odottaa saavansa palvelun avulla. Listakkaa tärkeysjärjestyksessä taulukkoon Hyödyt-osioon

2 Arvokartta, 30min

- Täyttäkää asiakasprofiilin pohjalta seuraavaksi Arvokartta-osio. Aloittakaa ideoimalla, mitkä ovat asiakkaalle relevantteja tuotteita ja palveluita.
- Miettikää, mitkä asiat voisivat lievittää asiakkaan kokemia murheita täyttämällä Murheiden poistajat -osio.
- Listakkaa Hyödyn tuottajat -osioon, millaisilla asioilla asiakkaalle voidaan luoda konkreettista hyötyä ja miten hänen tavoitteisiinsa voitaisiin vastata.
- Kiteyttäkää lopuksi sanalliseksi arvolutaus.

ASIAKASARVOKARTAN MUISTILISTA:

- Haastakaa olemassa olevat ratkaisut ja ideoikaa rohkeasti täysin uusia palveluja, tuotteita ja ratkaisuja
- Kannattaa ideoida ensin post-it -lapuille, jolloin voitte vaihtaa järjestystä ja lisätä ratkaisuideita, ja vasta sitten kirjoittaa ideanne puhtaaksi taulukkoon

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.1

Asiakasarvokartta (Value proposition canvas)



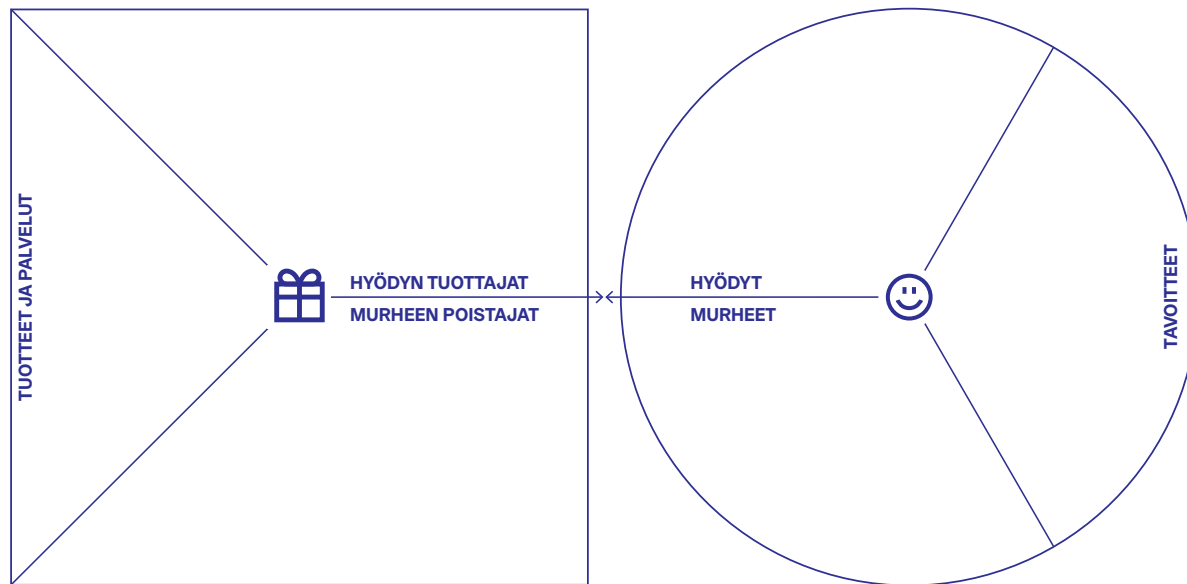
Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista](#).

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.

Asiakasarvokartta (Value proposition canvas) – tehtävänanto

Kehitettävä kokonaisuus:

Persoona (kenen näkökulmasta kokonaisuutta tarkastellaan):



Arvolupaus kiteytettynä:

Kuvan kaupunkilaisprofiilit - Työpohjat

Helsinki

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.2

Palvelupolku



Mistä on kyse?

Palvelupolku visualisoi asiakkaan palvelukokemuksen ajallisesti etenevänä polkuna. Se on tapa hahmottaa erilaisista osasista koostuvia ja toisiinsa linkittyviä palvelukokonaisuuksia asiakkaan näkökulmasta.

Palvelupolku jaetaan asiakkaan kannalta olennaisiin vaiheisiin (esimerkiksi tiedon hankinta, saapuminen, asioiminen, päätöksenteko jne.). Jokainen vaihe sisältää kontaktipisteitä, joiden kautta asiakas on yhteydessä palvelun eri osa-alueisiin. Kontaktipisteitä ovat esimerkiksi tilat, nettisivusto tai ihmisten välinen vuorovaikutus.

Palvelupolku on aina henkilökohtainen, se vaihtelee käyttäjästä ja tilanteesta riippuen. Palvelupolun kautta pyritään hahmottamaan, mikä erilaisille asiakkaille on yhteistä, mitkä vaiheet ovat tärkeimpiä ja mihin kannattaa satsata palvelun kehittämisessä.

→ **Katso tarkemmat fasilitointiohjeet ja vinkit kohdasta 3.1**

Miten hyödynnät profiilien kanssa?

Palvelupolku hyödyntämällä voidaan kehittää ja visioida kokonaan uusia palveluita tai sen osia. Sen avulla voidaan myös parantaa olemassa olevia palveluita pohtimalla, mitkä ovat mahdollisia katvealueita ja parantamisen paikkoja sen varrella.

Palvelupolku tulisi miettiä aina tietyn asiakkaan näkökulmasta. **Persoonana** on hyvä menetelmä palvelupolun kanssa käytettynä, se antaa näkökulman palvelupolun hahmottamiseen ja auttaa samaistumaan kyseisen asiakkaan tarpeisiin.

Kun olet tehnyt palvelupolut eri asiakkaiden näkökulmasta, siirry kuvamaan palvelua tarkemmin **palvelumallin kuvauksen** eli service blueprintin avulla.

Palvelupolku-työpaja käytännössä:

- **Kesto:** varaa vähintään 2 h aikaa
- **Taustamateriaalit:** muu mahdollinen asiakasymmärrys- ja taustamateriaali käsiteltävästä aiheesta, esimerkkipersoonat
- **Osallistujien määrä ja ryhmät:** 4-10 (jos osallistujia on enemmän ota mukaan toinen fasilitoija avuksi) Jaa osallistujat ryhmiin työpajan osallistujamäärän Yksi ryhmä voi työstiä yhtä polkua. Yhdessä ryhmässä on hyvä olla 2-5 osallistujaa.
- **Tulostettavat materiaalit:** taustamateriaalit, tehtävänanto ja työpohjat

”Tällaiset arkeen kytkeytyvät konkreettiset harjoitukset auttavat ottamaan profiilit haltuun myös siinä tapauksessa, että oma ennakoasenne profiileja kohtaan olisi ollut negatiivinen.”

Palvelupolku-työpajassa mukana ollut kuvalainen.

Helsinki



4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.2 Palvelupolku



Pohja löytyy ladattavista materiaaleista.

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.



Palvelupolku – tehtävänanto

Hahmottaa asiakkaan kokemus palvelun käyttämisestä esimerkkipersonoien avulla.

Tehtävän kesto: 1 h + purku 1/2 h

1

- Pohtikaa hetki teille annettua esimerkkipersonoaa ja asettautukaa tämän saappaisiin - kuka hän on, mikä häntä kiinnostaa, mikä on hänen suhteensa kehitettävään palveluun
- Miettikää annetun persoonan näkökulmasta palvelupolun eri vaiheita ja niiden ajallista järjestystä – mitä tapahtuu ennen palvelua, sen aikana ja sen jälkeen
- Hahmotelkaa polkua aluksi post-it -lappujen avulla, jotta järjestystä ja määrää voi helposti vaihdella
- Kun polku alkaa selkeytyä, sijoittakaa sen eri vaiheet työpohjan pallojen sisälle ja kertokaa lyhyesti, mitä kussakin vaiheessa tapahtuu
- Määrittäkää, mitkä ovat palvelupolun varrella kriittiset kohdat (eli hyvän kokemuksen kannalta kaikkein merkityksellisimmät kohdat) ja merkitkää ne tähdellä
- Kirjatkaa mitä kontaktipisteitä persoona missäkin vaiheessa käyttää. Kontaktipisteitä palveluun voivat olla esim. nettisivusto, mobiilisovellus, julisteet, esitteet, palvelupiste, arvostelu lehdessä, kaverin suositelut jne.

2

- Kuvatkaa, minkälainen on persoonan kokemus eri vaiheissa ja mitä haasteita niissä mahdollisesti on (esim. saako hän tarvitsemansa tiedon, tuntee ko olonsa tervetulleeksi, tietääkö mitä tehdä seuraavaksi)
- Ideoikaa jokaiseen kohtaan, miten kyseistä vaihetta voisi parantaa ja miten asiakkaan voisi yllättää positiivisesti. Kiinnittäkää erityisesti huomiota kriittisiksi merkittyihin kohtiin eli niihin jotka olette merkinneet tähdellä.

PALVELUPOLUN MUISTILISTA:

- Pysykää roolihahmossa - asettukaa teille annetun persoonan rooliin ja eläytykää juuri hänen tarpeisiin ja kokemukseen
- Miettikää suurien ja ilmiselvien vaiheiden lisäksi niiden pienempiä yksityiskohtia (esim. sanavalinnat, tarjoilut, opasteet), sillä myös ne vaikuttavat olennaisesti palvelupolkuun
- Kun mietitte miten parantaa eri vaiheita, voitte miettiä esimerkiksi miten täysin erilaisella toimialalla toimittaisiin; miten palvelu järjestettäisiin jos kyseessä olisi hienostohotelli, McDonalds tai autokauppa?

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.2

Palvelupolku



Pohja löytyy ladattavista materiaaleista.

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.

Palvelupolku 1/2

Kehitettävä kokonaisuus:

Profiili (Innostettavat jne) tai persoona jonka näkökulmasta kokonaisuutta katsotaan:

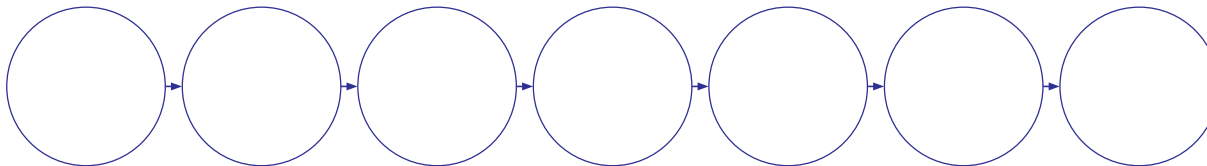
Kirjoita ympyröiden sisälle mitä eri vaiheissa palvelupolun varrella tapahtuu. Alla muutamia esimerkkejä eri vaiheisiin ideoinnin tueksi.

☆ Merkitse kaikkein kriittisimmät kohdat tähdellä.

ENNEN PALVELUA: Mistä alkusysäys tulee, mistä asiakas saa inspiraatiota ja tietoa palveluun liittyen jne.

PALVELUN AIKANA: Miten palvelun ääreen saavutaan, miten siellä otetaan vastaan ja orientoidutaan, miten palvelutilanne etenee, missä vaiheissa tehdään päätöksiä, miten palvelutilanne päättyy jne.

PALVELUN ÄLKEEN: Miten asiakasta muistetaan käynnin jälkeen, miten hän jakaa kokemuksiaan, millaista tukea hän saa jne.



Kontaktipisteitä ovat esim. nettisivusto, mobiilapplikaatio, julisteet, esitteet, palvelupiste, arvostelu lehdessä, kaverin suosittelut jne.

Kontaktipisteet: Kontaktipisteet: Kontaktipisteet: Kontaktipisteet: Kontaktipisteet: Kontaktipisteet: Kontaktipisteet:

Vaiheita olisi hyvä olla vähintään 5-7 ja ylärajaa ei ole. Voit jatkaa polkua lisäämällä toisen työpohjan tämän viereen.

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.2

Palvelupolku



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista](#).

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.



Palvelupolku 2/2

Palvelupolun vaihe:

Käyttäjän kokemus +/-, mikä toimii, mikä ei:

Mahdollisuudet ja parannusideat:

Palvelupolun vaihe:

Käyttäjän kokemus +/-, mikä toimii, mikä ei:

Mahdollisuudet ja parannusideat:

Palvelupolun vaihe:

Käyttäjän kokemus +/-, mikä toimii, mikä ei:

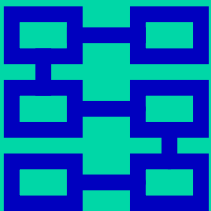
Mahdollisuudet ja parannusideat:

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.3

Palvelumallin kuvaus (Service Blueprint)



Mistä on kyse?

Palvelumallin kuvaus eli 'service blueprint' on palveluntarjoajan näkökulmasta tuotettu kaavio, joka luo kokonaiskuvaa palveluun rakenteesta. Työkalun avulla hahmotetaan palvelun toteutuksen vaatimat sisäiset prosessit ja resurssit, sekä tunnistetaan palveluketjun kriittiset kohdat ja päällekkäisyydet.

Palvelumallin kuvaus rakennetaan palvelupolon pohjalta. Työkalun lopputulos on visuaalinen, lineaarinen kaavio palvelun kulusta, jossa palvelupolusta tuttujen asiakkaan toimintojen ja kontaktipisteiden rinnalle on lisätty palveluntarjoajan toimintoja ja prosesseja kuvaavat tasot.

Kaaviossa prosessit on jaoteltu eri tasoille sen mukaan, ovatko ne asiakkaalle näkyviä vai näkymättömiä. Näkyvät prosessit ovat niitä kontaktipisteitä ja toimintoja, jotka asiakas kokee palvelun aikana. Näkymättömiin prosesseihin lukeutuvat puolestaan nesisäiset prosessit ja tukitoiminnot, jotka eivät ole suoraan näkyviä asiakkaalle, mutta mahdollistavat palvelun eri vaiheiden toteutuksen.

→ **Katso tarkemmat fasilitointiohjeet ja vinkit** [kohdasta 3.1](#)

Miten hyödynnät profiilien kanssa?

Työkalun lopputuloksena on visuaalinen kaavio palvelun rakenteesta, joka listaa kokonaisuudessaan kaikki ne kontaktipisteet ja prosessit, joita tarvitaan palvelun toteuttamiseksi. Tuloksia voidaan hyödyntää sekä palvelusuunnitelman laatimisessa että toteuttamisessa.

Palvelupolut toimivat pohjana työkalulle, jolloin asiakkaan näkökulmasta kuvattuun palveluketjuun lisätään palveluntarjoajan prosessien tasot. Ne auttavat osallistujia eläytymään asiakkaan rooliin ja palvelutilanteeseen.

Työkalua on hedelmällisintä käyttää monialaisissa ryhmissä, jolloin eri näkökulmat tulevat kuulluksi palveluprosessin suunnittelussa.

Palvelumalli-työpaja käytännössä:

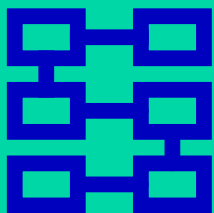
- **Kesto:** varaa vähintään 2 h aikaa
- **Taustamateriaalit:** muu mahdollinen asiakasymmärrys- ja taustamateriaali käsiteltävästä aiheesta, esimerkkipersoonat, palvelupolut
- **Osallistujien määrä ja ryhmät:** 4-10 (jos osallistujia on enemmän ota mukaan toinen fasilitoija avuksi) Jaa osallistujat ryhmiin työpajan osallistujamäärän Yksi ryhmä voi työstää yhtä mallia. Yhdessä ryhmässä on hyvä olla 2-5 osallistujaa.
- **Tulostettavat materiaalit:** taustamateriaalit, tehtävänanto ja työpohjat

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.3

Palvelumallin kuvaus (Service Blueprint)



Pohja löytyy ladattavista materiaaleista.

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.



Palvelumallin kuvaus (Service Blueprint) – tehtävänanto

Luokaa palvelupolun pohjalta palvelumallin kuvaus, jossa on listattuna kaikki ne prosessit ja toiminnot, joita palvelun tuottaminen vaatii palveluntarjoajan näkökulmasta.

Tehtävän kesto: 1 h + purku 1/2 h

1

- Tutustukaa esimerkkipersonaan ja palvelupolkuun. Keskustelkaa määrittelystä palvelupolusta – tuntuvatko vaiheet ja niiden järjestysoogiselta? Voitte tehdä muutoksia polkuun halutessanne post-it – lapujen avulla.
- Katsokaa läpi kullekin vaiheelle määritellyt kontaktipisteet. Tehkää muutoksia ja lisäyksiä tarvittaessa.
- Aloittakaa miettimään asiakkaalle näkyviä, palvelupolun kunkin vaiheen vaatimia prosesseja. Millaisia vuorovaikutuskanavia ja muita asiakkaalle näkyviä prosesseja, toimintoja ja resursseja tarvitaan palveluntarjoajan puolelta, jotta kukin palvelupolun vaihe toteutuu? Näkyviin prosesseihin lukeutuvat esim. asiakaspalvelutilanteet sekä sähköiset kanavat ja alustat.
- Kiinnittäkää erityistä huomiota kriittisiksi määriteltyihin palvelupolun vaiheisiin

2

- Seuraavaksi siirtykää pohtimaan ja listaamaan asiakkaalle näkymättömiä prosesseja sekä tukitoimintoja, joita tarvitaan kussakin palvelupolun vaiheessa.
- Näkymättömät prosessit: Millaisia sisäisiä prosesseja ja toimintoja organisoijan puolelta tarvitaan?
- Tukitoiminnot: Millaisia tukevia prosesseja, resursseja ja toimintoja tarvitaan, sekä sisäisiä että ulkoistettuja?

TEHTÄVÄN MUISTILISTA:

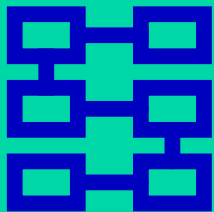
- Kyseenalaistakaa olemassa oleva palvelupolku – voitte muuttaa tarvittaessa palvelupolun vaiheiden järjestystä, tai lisätä vaiheita
- Keskittykää etenkin kriittisiksi kokemiinne palvelupolun vaiheisiin miettimällä, millaisilla sisäisillä prosesseilla ja tukitoiminnoilla luodaan onnistunut asiakaskokemus. Huomioikaa, että kaikkiin vaiheisiin ei välttämättä kuulu sisäisiä prosesseja tai tukitoimintoja.

4

Kehitä kaupunkilaislähtöisesti

4.3

Palvelumallin kuvaus (Service Blueprint)



Pohja löytyy ladattavista materiaaleista.

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.

Palvelumallin kuvaus (Service Blueprint)

Kehitettävä kokonaisuus:

Kontaktipisteet									
Asiakkaan toiminta									
<i>Vuorovaikutuksen raja</i>									
Asiakkaalle näkyvät prosessit									
<i>Näkyvyyden raja</i>									
Asiakkaalle näkymättömät prosessit									
<i>Sisäisen vuorovaikutuksen raja</i>									
Tukitoiminnot									

Kuvan kaupunkilaisprofiilit - Työpohjat

Helsinki

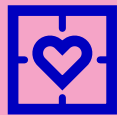
5

Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta

Helsinki

Arviointimenetelmien avulla tarkastellaan olemassa olevia palveluita, sisältöjä ja palveluympäristöjä profiilien kautta erilaisten kaupunkilaisten näkökulmasta. Arvioinnin tavoitteena on löytää kehityskohteita palveluista asiakkaan näkökulmasta.

5.1



Empatiakartta

- Eläydy kaupunkilaisen tunteisiin, mielikuviin, ajatuksiin, elämäntilanteeseen tiettyyn palveluun liittyen

5.2



Palvelusafari

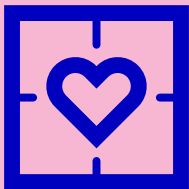
- Lähde tutustumaan kaupunkilaisen elämään paikan päälle palveluympäristöön

5

Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta

5.1

Empatiakartta



Mistä on kyse?

Empatiakartta on työkalu, jonka avulla voidaan arvioida nykyisiä palveluita ja tunnistaa kehittämisen kohteita eläytymällä kaupunkilaisen maailmaan.

Työkalun avulla syvennetään ensin asiakasymmärrystä eläytymällä niihin odotuksiin, tunteisiin ja reaktioihin, joita palvelun käyttö asiakkaassa herättää. Esimerkkipersonan maailmaan eläytymällä voidaan tunnistaa palvelukokemuksen kipukohtia asiakkaan näkökulmasta. Tämän jälkeen pohditaan ja ideoidaan konkreettisia keinoja, joilla asiakkaan palvelukokemusta voitaisiin parantaa.

Olemassa olevien palvelujen kipukohtia ja haasteita tunnistamalla sekä asiakasymmärrystä syventämällä luodaan hedelmällisemmät lähtökohdat sekä vanhojen että uusien palvelujen kehittämiseen.

→ **Katso tarkemmat fasilitointiohjeet ja vinkit kohdasta 3.1**

Miten hyödynnät profiilien kanssa?

Tätä työkalua käytetään yhdessä profiilien pohjalta luotujen esimerkipersonien kanssa. Empatiakartta-työpajan tuloksia voidaan käyttää tulevissa työpajoissa lähtökohtana palvelujen kehittämiseksi sekä taustamateriaalina rikastuttamaan esimerkipersonia. Esimerkiksi asiakasarvo-työpajassa empatiakartat toimivat erinomaisena taustamateriaalina palvelujen kehittämiseksi.

Erilaiset asiakkaat reagoivat ja kokevat palvelutilanteet eri tavoin, mistä syystä empatiakartta luodaan aina tietyn esimerkipersonan näkökulmasta. Tästä syystä empatiakartta olisi hyvä luoda mahdollisimman monen esimerkipersonan pohjalta. Näin voidaan tunnistaa toistuvia ja kriittisiä kipukohtia sekä kehittää tulevaisuudessa palvelukokemuksia eri profiilien tarpeet paremmin huomioiden.

Empatiakartta-työpaja käytännössä:

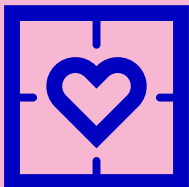
- **Kesto:** varaa vähintään 2 h aikaa
- **Taustamateriaalit:** muu mahdollinen asiakasymmärrys- ja taustamateriaali käsiteltävästä aiheesta, esimerkipersonat,
- **Osallistujien määrä ja ryhmät:** 4-10 (jos osallistujia on enemmän ota mukaan toinen fasilitoija avuksi) Jaa osallistujat ryhmiin työpajan osallistujamäärän Yksi ryhmä voi työstää yhtä mallia. Yhdessä ryhmässä on hyvä olla 2-5 osallistujaa.
- **Tulostettavat materiaalit:** taustamateriaalit, tehtävänanto ja työpohjat

5

Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta

5.1

Empatiakartta



Pohja löytyy ladattavista materiaaleista.

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.



Empatiakartta – tehtävänanto

Arvioikaa nykyistä palvelua asiakkaan näkökulmasta pohtimalla persoonan arvomaailmaa ja kokemuksia palvelun käytön suhteen.

Tehtävän kesto: 1 h + purku 1/2 h

1

- Tutustukaa persoonaan, palvelutilanteeseen sekä annettuun taustamateriaaliin.
- Pohtikaa hetki teille annettua esimerkkipersoonaa ja asettautukaa tämän saappaisiin - kuka hän on, mikä häntä kiinnostaa, millainen on hänen arvomaailmansa, mikä on hänen suhteensa kehitettävään palveluun
- Miettikää annetun persoonan näkökulmasta annettua palvelutilannetta. Mitä hän...
 - **Sanoo ja tekee?** Miten asiakas reagoi ja toimii palvelutilanteessa? Millainen hänen asenteensa on palvelua kohtaan?
 - **Näkee?** Kuvailkaa palvelutilannetta ja ympäristöä, jossa palvelutilanne tapahtuu. Millainen suhtautuminen asiakkaalla on palveluympäristöön? Mitä haasteita ympäristö asettaa hänelle?
 - **Tuntee ja ajattelee?** Mitkä asiat ovat asiakkaalle tärkeitä? Mitä hän tuntee palvelutilanteesta? Millaiset ajatukset ja sisäiset motiivit ohjaavat hänen käytöstään palvelutilanteesta?
 - **Kuulee?** Millaiset ulkopuoliset asiat vaikuttavat hänen toimintaansa ja asenteeseensa?

2

- Listatkaa keskustelunne perusteella, mitä asiakas...
 - **Pelkää?** Mitkä ovat asiakkaalle palvelun kipupisteitä? Mitkä asiat palvelutilanteesta tuottavat asiakkaalle murheita?
 - **Toivoo?** Millaisia onnistumisia asiakas toivoo saavansa palvelulta? Mitkä asiat palvelussa tuottavat hänelle iloa?
- Listatkaa kipukohdat, jotka tunnistitte empatiakarttaa täyttäessänne. Merkitkää kriittisimmät kipukohdat tähdellä.
- Lopuksi ideoikaa ja listatkaa konkreettisia keinoja, joilla nykyinen palvelukokemus olisi asiakkaalle mieluisampi ja onnistuneempi

EMPATIAKARTAN MUISTILISTA:

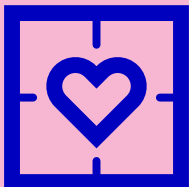
- Pysykää roolihahmossa - asettukaa teille annetun persoonan rooliin ja eläytykää juuri hänen tarpeisiin ja kokemukseensa
- Miettikää konkreettista palvelukokemusta ja -ympäristöä: Millaisessa tilassa palvelu tapahtuu? Miten asiakas reagoi tilanteeseen? Millaiset ulkoiset ja sisäiset tekijät vaikuttavat kokemukseen?
- Miettikää annettua palvelutilannetta kriittisesti asiakkaan näkökulmasta kipupisteiden tunnistamiseksi.

5

Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta

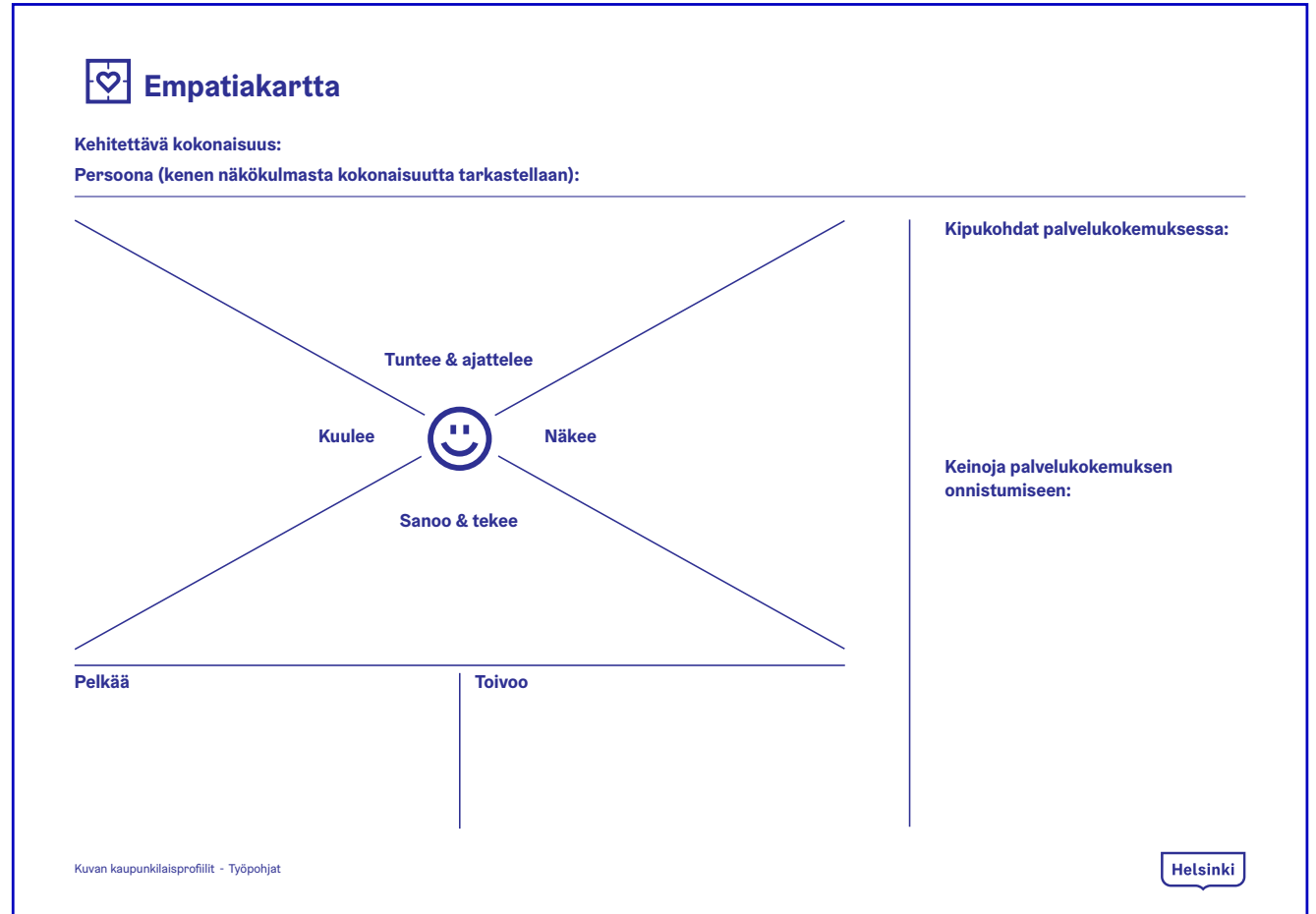
5.1

Empatiakartta



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista](#).

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.

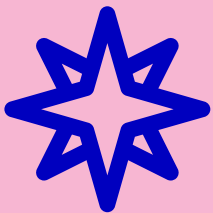


5

Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta

5.2

Palvelusafari



Mistä on kyse?

Palvelusafari on menetelmä, jossa havainnoidaan palvelun käyttämistä omakohtaisesti asettumalla itse kaupunkilaisen rooliin aidossa palveluympäristössä. Safarin tavoitteena on laajentaa omaa ymmärrystä palveluun mahdollisesti liittyvistä haasteista ja kehityskohdista.

Safarilla voidaan asettua palveluja käyttävien kaupunkilaisten asemaan kahdella tavalla: toisaalta tarkastella ja testata itse kaupunkilaisen silmin palvelun toimivuutta ja toisaalta kysymällä paikan päällä palveluiden asiakkailta miten palvelut toimivat ja miten niitä heidän mielestä voisi kehittää.

Miten hyödynnät profiilien kanssa?

Palvelusafarilla havainnoidaan ympäristöä, tarkaillaan asiakaskokemuksen muodostumiseen liittyviä eri osa-alueita ja havainnoidaan miten ihmiset erilaisissa tilanteissa toimivat.

Sopivia aiheita safarille selvitettäväksi ovat esimerkiksi palveluiden löydettävyys, tilojen toimivuus, kaupunkilaisten tavat toimia palveluissa jne. Voit yhdistää safariin myös [kaupunkilaiskohtaamisen](#) ja haastatella palveluiden käyttäjiä samalla kun olet kohteessa.

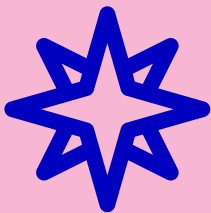
Kerätyn tiedon ja havaintojen avulla tunnistetaan miten kaupunkilaisten näkökulmasta palveluita voidaan parantaa. Safarin jälkeen voidaan esimerkiksi jatkaa tekemällä omien havaintojen pohjalta [palvelupolku](#), ja ideoida mitä sen varrella voitaisiin parantaa.

5

Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta

5.2

Palvelusafari



Palvelusafari - fasilitoijan sivu

ENNEN PALVELUSAFARIA

- **Määrittele** aluksi mihin kysymyksiin haluat palvelusafarin kautta saada tietoa.
- **Kartoita ja kerää asiakastietoa**, jota aiheeseen liittyen löytyy ja tarkenna mihin osa-alueisiin haluat palvelusafarin avulla keskittyä.
- **Mieti missä palvelusafarit tapahtuvat**, paikat täytyy tietysti valita käsiteltävän aiheen mukaan. Kuvan omien palveluiden lisäksi voi olla silmiä avaavaa mennä katsomaan mistä elementeistä asiakaskokemus muiden tarjoajien kohteissa rakentuu.
- **Mieti ketkä työyhteisöstäsi palvelusafarille osallistuvat**. Olisi hyvä, että hankkeeseen liittyvä tiimi kokonaisuudessaan jalkautuisi havainnoimaan palveluita.
- Löydät **ladattavista materiaaleista tehtävänannon** palvelusafarille sekä **työpohjat**.
- **Täydennä materiaaleja lisäkysymyksillä** ja omalle projektillesi olennaisilla näkökulmilla.

PALVELUSAFARIN AIKANA

- **Palvelusafari on antoisampi kun sinne mennään pareittain**. Listaa osallistujat ja jaa heidät pareihin. Luo aikataulu ja lista haastattelupaikoista esim. riksi Google Docsin avulla.
- Vaikka safari tehdäänkin Kuvan omissa palveluissa on **osallistujien kohteliasta ilmoittaa tulostaan etukäteen** ja kertoa he tulevat tekemään.
- Kannusta palvelusafarille osallistuvia **jakamaan kokemuksiaan** kohtaamisista HKI Kuva asiakasprofiilit -FB-sivulla.

PALVELUSAFARIN JÄLKEEN

- Pyydä kaupunkilaiskohtaamisiin osallistuneita **purkamaan haastattelut sähköiseen muotoon** suoraan haastattelukaavakkeeseen ja palauttamaan ne sinulle sähköpostilla
- Kun kohtaamiset on suoritettu, **kokoontukaa työryhmän kanssa yhteen** ja käykää läpi kokemuksenne ja löydöksenne
- **Jatkakaa hankettanne** safarilta saadun ymmärryksen pohjalta. Voitte jatkaa esim. tekemällä **palvelupolku**-harjoitukseen eri asiakkaiden näkökulmasta ja miettimään miten voisitte parantaa Kuvan palveluita saadun tiedon varassa.

”Nämä asiakasprofiilit ja koko tämä muotoilupuhe on aika vierasta mulle. Mutta päätin silti lähteä mukaan, kun tilaisuus tarjoutui. Teimme yhdessä mulle entuudestaan tuntemattoman työparin kanssa asiakashaastatteluja Palvelusafarilla. Haastattelu oli uudenlainen kokemus, aika paljon tietoa lyhyessä ajassa. En vielä tiedä, miten profiilit tullaan ottamaan yksikössäni vastaan, mutta silti on jo voittaja-olo, koska uskalsin laittaa ainakin itseni likoon.”

Palvelusafarilla mukana ollut kuvalainen.

Helsinki

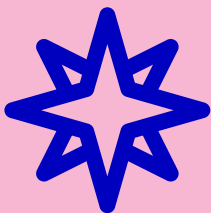


5

Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta

5.2

Palvelusafari



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista](#).

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.



Palvelusafari – tehtävänanto

Asiakaskokemuksen kartoitus ja tarkastelu paikan päällä

Tehtävän kesto 1 h + purku 1/2 h

1

- Tarkastelkaa palvelua ja sen ympäristöä eläytymällä siihen sellaisen kaupunkilaisen silmin, joka käyttää palvelua ensimmäistä kertaa.
- Pyrkikää löytämään mahdollisia ongelmakohtia ja toisaalta myös toimivia yksityiskohtia.
- Aloittakaa tarkastelu jo ennen kohteeseen saapumista; onko paikalle helppo löytää, miten kaupunkilainen tunnistaa olevansa oikeassa paikassa, mistä mennään sisälle, onko palveluhenkilökuntaa ja miten he toimivat jne.
- Käyttäkää työpohjaa apuna asiakaskokemuksen eri osa-alueiden tarkastelussa
- Havainnoikaa miten käyttäjät toimivat palvelun parissa ja kirjoittakaa huomionne ylös.
- Ottakaa valokuvia havaintojanne kuvittamaan.
- Huomiothan, että on kohteliasta ilmoittaa etukäteen havainnoinnin kohteena olevan paikan henkilökunnalle mitä olette tekemässä.

PALVELUSAFARIN MUISTILISTA:

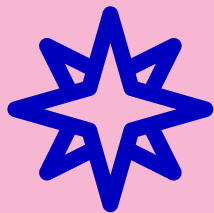
- Lähesty kohteena olevan paikan henkilökuntaa etukäteen esim. soittamalla tai sähköpostilla. Kerro, mitä olette tekemässä ja pyydä lupa havainnointiin sekä mahdollisiin haastatteluihin ja dokumentointiin (esim. valokuvaukseen)
- Voit tulostaa mukaan palvelusafari-työpohjan lisäksi myös palvelupolku-työpohjan, jotta voit tehdä muistiinpanoja palvelun eri kontaktipisteistä, vaiheiden järjestyksestä ja havainnoistasi nykyiseen palvelupolkuun liittyen

5

Arvioi kaupunkilaisen näkökulmasta

5.2

Palvelusafari



Pohja löytyy [ladattavista materiaaleista.](#)

Voit muokata pohjaa tarpeen mukaan Acrobatin avulla ja tehdä myös purun suoraan siihen.

Palvelusafari

Kehitettävä kokonaisuus:

Henkilökunta

Onko henkilökunta saatavilla? Tervehdittiinkö sisään astuttaessa? Kirjatkaa alle huomioitanne hyvistä ja huonoista asioista:

+

-

Palvelut

Mitä palveluita kohteessa tarjotaan? Onko tiloissa oheispalveluita kuten kahvilaa tms?

+

-

**ASIAKAS-
KOKEMUS**

Tilat ja fyysiset elementit

Onko tiloihin helppo saapua? Toimiiko opastus? Miten luonnehtisit tilojen tunnelmaa?

+

-

Kommunikaatio

Tunnistatko helposti oikean paikan? Miten tarjottavista palveluista viestitään tiloissa?

+

-

Kuvan kaupunkilaisprofiilit - Työpohjat

Helsinki

6

Jaa ja opi

Helsinki

Jakamis- ja oppimisosion ideana on, että kuvalaiset yli yksiköiden rajojen jakavat profiilien kautta syntynyttä ymmärrystään, vaihtavat kokemuksia ja oppivat toisiltaan kaupunkilaisista.

Profiilien ja työkirjan toimivuutta myös mitataan ja niiden toimivuutta ja käytettävyyttä kehitetään.

6.1

Jaa kokemuksia

6.2

Mittaa toimivuutta

Jaa lopputulokset ja kerro onnistumisista kolleegoille

Helpoin tapa jakaa kokemuksesi profiilien ja työkirjan käytöstä on [HKI Kuva Asiakasprofiilit -facebook-ryhmässä](#)

Kerro siellä esimerkiksi:

- Missä onnistuttiin
- Missä epäonnistuttiin
- Mitkä olivat kiinnostavimmat oivallukset
- Laita mukaan muutama kuva

Innostuitko? Kirjoita blogi!

- Halutessasi voit jakaa omat oppisi ja ajatuksesi Digitaalinen Helsinki-sivustolla blogin muodossa osoitteessa digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit
- Ole yhteydessä Vimpaan Anne Euramaa / Virve Hyysalo (anne.euramaa@hel.fi, virve.hyysalo@hel.fi)

Kysy kollegalta!

- Miten kollegat ovat omassa työyksikössä käyttäneet kaupunkilaisprofileja ja työkirjaa?
- Millaisia kokemuksia naapuriyksikössä on?
- Jaatteko samankaltaisia kehittämishaasteita?

Kutsu naapuriyksikkö kylään!

- Järjestäkää tapaaminen, missä käytätte yhdessä työkirjan menetelmiä
- Tai kokemuskoulu, jonka tarkoituksena on jakaa oppeja menetelmien käytöstä
- Ideoikaa ja tuokaa voimia yhteen
- Lainatkaa taitoja toinen toisiltanne
- Ratkaiskaa ongelmia yhteistuumin.

Kysy profiililähettiläältä ja Vimpasta!

- Jokaisessa palvelukokonaisuudessa on profiililähettiläitä, jotka ovat olleet mukana profiilien kehitystyössä ja osaavat vastata kysymyksiin ja opastavat eteenpäin
- Kaikissa kysymyksissä voit olla yhteydessä Vimpaan Anne Euramaa / Virve Hyysalo (anne.euramaa@hel.fi, virve.hyysalo@hel.fi)
- Profiililähettiläinä eri yksiköissä toimivat: Jussi Kaisjoki, Anne Euramaa ja Virve Hyysalo (Vimpa), Antti Pakarinen (ICT), Marja- Liisa Komulainen & Pirjo Mattila (kehittäminen), Kaisa Laine & Hannele Haverinen (liikunta), Tuuli Tokkola (kulttuuri), Nanne Raivio (HAM), Saara Ihamäki (kirjasto), Sauli Seppälä (kaupunginmuseo), Sini Perho & Johanna Laukkanen (nuoriso)

6.2

Mittaa toimivuutta

Mittaa profiilien toimivuutta käytäntöjen kautta

Mittaamisesta muodostuu käytäntö, kun teet sen mahdollisimman nopeasti kehittämisrupeaman (profiilien + valittujen työkirjan menetelmien käytön) jälkeen.

Mittaaminen ei ole yksinkertaista, mutta jo pienellä panoksella voit saada osuvaa tietoa siitä, ovatko kaupunkilaisprofiilien ja työkirjan käyttö muuttaneet toimintaa asiakaslähtöisemmäksi ja parantaneet asiakaskokemusta. Samalla pystyt arvioimaan profiilien käytettävyyttä ja hyödyllisyyttä oman työsi kannalta.

Muista, että muutokset eivät tapahdu hetkessä, vaan vaikuttavuus kasvaa, kun kehität toimintaa pitkäjänteisesti ja mittaat sen vaikuttavuutta ”pulssiluonteisesti” & toistuvasti.

Toimiala tulee viestintä- ja markkinointipalvelujen johdolla mittaamaan kaupunkilaisprofiilien käytön vaikutuksia kauden syys 2018 – kesä 2019 aikana.

Jos pystyt arvioimaan ja mittaamaan profiilien ja työkirjan avulla aikaansaatuja tuloksia itsenäisesti, olet valmiimpi vastaamaan ja ottamaan koppia myös toimialakohtaisesta vaikuttavuuden mittaamisesta.

ARVIOINNIN JA MITTAAMISEN NÄKÖKULMIA:

- Onko asiakasymmärrys kasvanut kaupunkilaisprofiilien avulla?
- Ovatko kaupunkilaisprofiilit muodostuneet työkaluksi ja auttaneet palveluiden kehittämisessä?
- Ovatko kaupunkilaisprofiilit muuttaneet myös toimintakulttuuria ihmislähtöisemmäksi?
- Onko asiakaskokemus parantunut ja jos on niin miten?

Profiilien arvioinnin ja mittaamisen työkaluja:

Haastattelut, fokusryhmät, verkkokyselyt, ryhmäkeskustelut tai itsedokumentointiin tarkoitettut lyhyet tehtäväpaketit (nk. luotaimet)

- Näitä voit kohdentaa sekä osallistuneille työntekijöille että asiakkaille tarpeen mukaan, haastatteluja voit järjestää myös ryhmälle
- Selkeät ja lyhyet kysymykset, jätä sijaa avovastauksille, älä kysy mitään turhaa

Asiakaskokemuksen mittaaminen

- Asiakaskokemus on kokonaisvaltainen käsite ja siksi myös sen mittaaminen on laaja-alainen kokonaisuus. Asiakaskokemusta mitattaessa on olennaista ymmärtää, että sitä kannattaa mitata usealla eri tavalla ja valita keinoja, jotka kytkeytyvät käynnissä oleviin kehittämistöimiin.
- Palvelupolkuun perustuva mittaaminen ja arviointi (mielikuva, palvelukokemus ja käynnin jälkeinen kokemus)
- Vuorovaikutuksen ja asiakaskohtaamisten mittaaminen
- Palvelun helppouden ja sujuvuuden mittaaminen
- Palvelun yhtenäisyyden ja eri kanavien yhteentoimivuuden mittaaminen

Pitkänajan seuranta

- Toistuva mittaaminen esim. edellä mainituilla menetelmillä
- Vaikuttavuuden ja mittareiden tekeminen näkyväksi esim. tiimin ja yksikön tiloissa (fläpit, posterit, visualisoinnit jne.)
- Jatkuvat ”muutospulssi”-keskustelut tiimin kanssa, esim. kahdesti kuukaudessa 30 min

7

Lisämateriaalit

7.1

Ladattavat ja
tulostettavat
materiaalit

7.2

Linkkejä aiheen
syventämiseen

7

Lisämateriaalit

7.1

Ladattavat ja tulostettavat materiaalit

Kaikki ladattavat ja tulostettavat materiaalit löytyvät osoiteesta digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit

Sieltä voit ladata ja tulostaa tarpeen mukaan seuraavat materiaalit:

- Kaupunkilaisprofiilien esittely
- Työkirja
- Ohjeet ja tehtävänannot
- Työpohjat
- Profiileihin linkittyvät kaupunkilaisymmärrysmateriaalit persoonien rakentamisen tueksi
- Esimerkkipersoonat

Profilivideot löytävät alla olevien linkkien kautta

- Video 1: <https://vimeo.com/270663954>
- Video 2: <https://vimeo.com/270664035>
- Salasana: KaikkienKuva

7

Lisämateriaalit

7.1

Linkkejä aiheeseen syventymiseen

Palvelumuotoilun perusteet suomeksi Mikko

Koiviston lpputyössä:

→ <http://docplayer.fi/1431725-Mita-on-palvelumuotoilu.html>

Palvelumuotoilun perusteet Stefan Moritzin avaamana:

→ https://issuu.com/st_moritz/docs/pa2servicedesign/4

Nestan ja IDEO:n jäsentämät työvälineet muotoilun hyödyntämisessä julkisten palveluiden kehittämisessä

→ https://media.nesta.org.uk/documents/nesta_ideo_guide_jan2017.pdf

Design Councilin perusteellinen kuvaus muotoiluprosessin soveltamisesta julkisten palveluiden kehittämisessä

→ <https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design%20for%20Public%20Good.pdf>

Ihmislähtöisen kehittämisen työvälineitä IDEO:n toimesta

→ <http://www.designkit.org/>

Valmiita palvelumuotoilun menetelmiä ja työpohjia

→ <http://www.servicedesigntoolkit.org/index.html>

Julkisen tahon digitaalisten palveluiden kehittämisen 18 kriteeriä. UK Gov.uk –esimerkki.

→ <https://www.gov.uk/service-manual/service-standard>

Helsinki