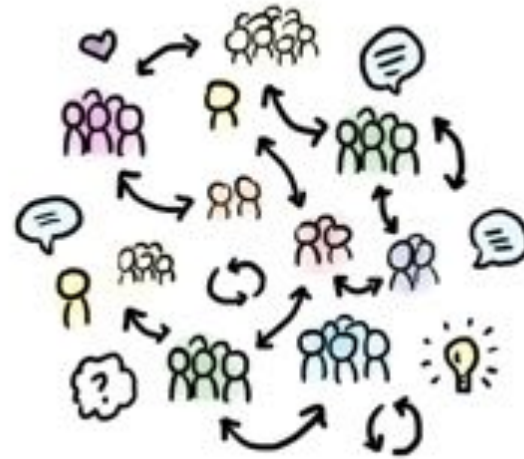




Kirkkopalvelut

Palvelumuotoilu järjestötoiminnassa

Futurelab Finland 26.11.2019



Palvelumuotoilu - mitä se on?

- Palvelukokemuksen käyttäjälähtöistä suunnittelua.
- Palvelujen innovointia, kehittämistä ja suunnittelua luovien menetelmin.
- Visuaalisuuteen, kokeiluihin ja iteraatioon perustuva työskentelyfilosofia ja työkaluja, joita sovelletaan palvelunkehittämiseen

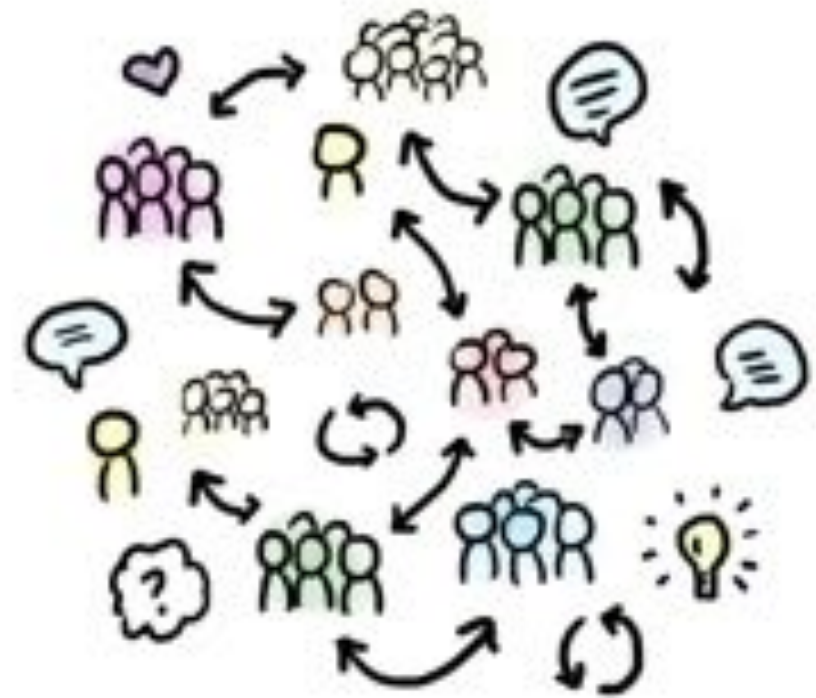
Palvelumuotoilun keskeisenä tavoitteena on palvelukokemuksen käyttäjälähtöinen suunnittelu siten, että palvelu vastaa sekä käyttäjien tarpeita että palvelun tarjoajan liiketoiminnallisia tavoitteita.

Asiakkaan palvelukokemuksen rakennuspalikoita ovat palvelun kosketuspisteet, palvelutuokiot ja palvelupolku.

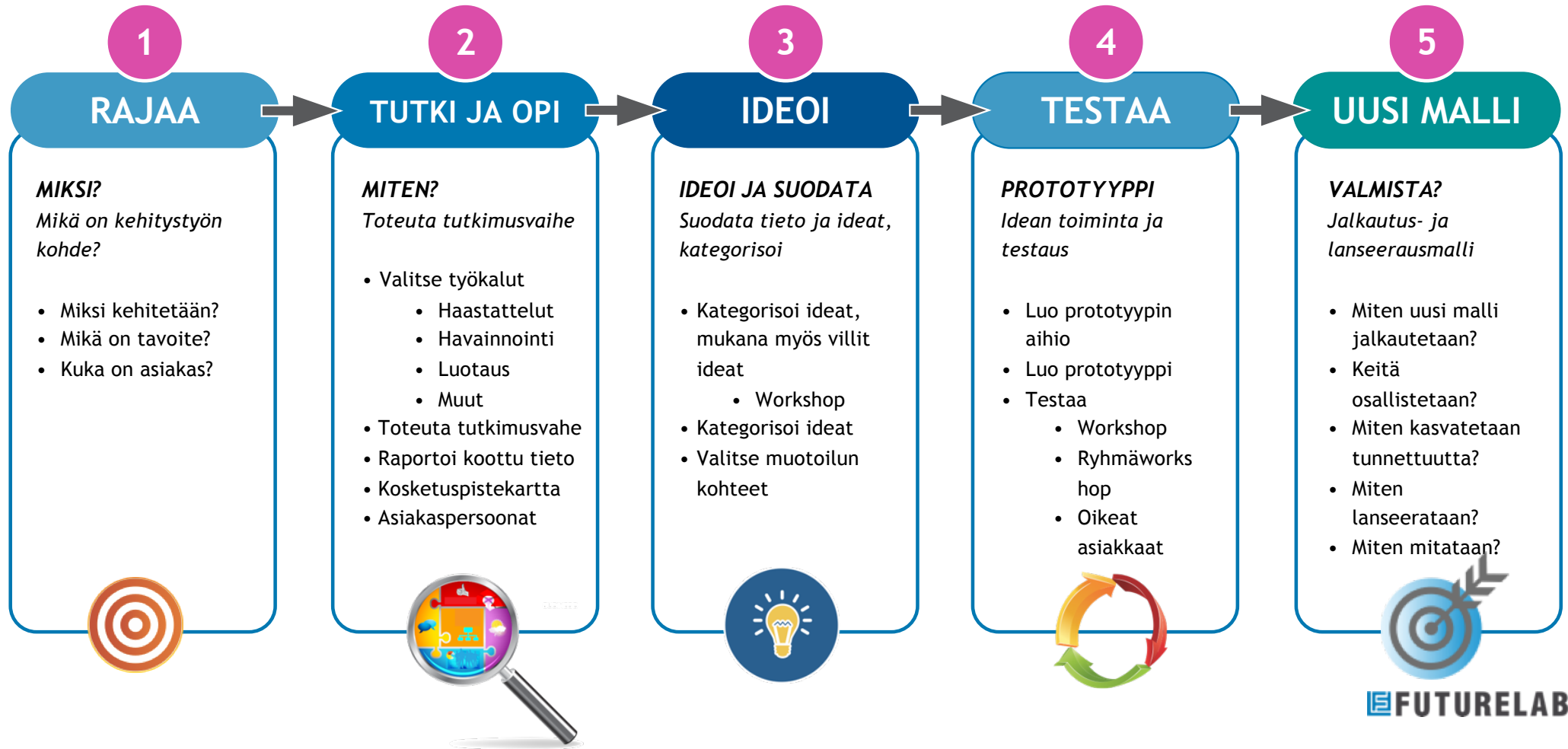


Palvelumuotoiluprosessi

- Palvelumuotoiluprosessi ei etene lineaarisesti, vaan perustuu oppimiseen kokeilujen kautta. Kokeilujen lopputulosta ei aina tiedetä etukäteen, joten seuraavaa askelta ei myöskään voi aina ennakoida varmuudella. Prosessi pidetäänkin avoimena ja muokataan sitä jatkuvasti tiedon karttuessa.
- Palvelumuotoilu on jatkuvaa palvelunkehittämistä. Palvelut saatetaan käyttöön, minkä jälkeen niiden toimintaa tarkkaillaan, mitataan ja kehitetään edelleen samaa työkalupakkia hyödyntäen.
- Koska ei olemassa tarkkaa määritelmää sille mikä on tai ei ole palvelumuotoilun menetelmä, palvelumuotoilijan menetelmäpakki on rajaton!



Palvelumuotoiluprosessi





Vaihe 1: RAJAA

1

RAJAA

MIKSI?

Mikä on kehitystyön kohde?

- Miksi kehitetään?
- Mikä on tavoite?
- Kuka on asiakas?



TYÖKALUT

Valitse projektiin sopivat työkalut

- Brainstorming
- Workshop
- Pari-ryhmäideointi
- Mitä tietoa tarvitaan?
- Miten asiakas tavoitetaan?
- Mitä seuraavassa vaiheessa tavoitellaan?



VAIHEET

Tunnista ja määrittele vaiheet

- Kuka on asiakas?
- Asiakkaan tunnistus olemassa olevan tiedon pohjalta
- Mitä tietoa tarvitaan, jotta asiakas tunnistetaan?
- Halutaanko tunnistaa myös asiakasprofiilit tai asiakasryhmät?
- Miten asiakas tavoitetaan?
- Mitä seuraavassa vaiheessa tavoitellaan?



TULOS

Tunnistetut tutkimusvaiheen askelmerkit

- Tiedetään mitä tietoa tarvitaan
- Tiedetään pääpiirteittäin keitä asiakasryhmät ovat
- Tiedetään miten heidät tavoitetaan



Vaihe 2 - TUTKI JA OPI

2

TUTKI JA OPI

MITEN?

Toteuta tutkimusvaihe

- Valitse työkalut
 - Haastattelut
 - Havainnointi
 - Luotaus
 - Muut
- Toteuta tutkimusvaihe
- Raportoi koottu tieto
- Kosketuspistekartta
- Asiakaspersonat



TYÖKALUT

Valitse tutkimukseen sopivat työkalut / metodit

- Havainnointi
- Haastattelut
- Luotain
- Safari

HAVAINNOINTI

- Havainnointi on työkalu, joka perustuu käyttäjän toiminnan tarkkailuun
- Auttaa havaitsemaan ongelmia ja mahdollisia parannusmahdollisuuksia
- Soveltuu erityisesti olemassa olevan käyttäjäkokemuksen parantamiseen
- Tarkkailtuasi palvelua sen alkuperäisessä muodossa voit käyttää samaa metodia uudistusten vaikutusten havainnointiin

*Etäältä
Tilanteeseen puuttumatta
Kaikkia palvelutilanteen osa-
alueita tarkkaillen*

HAASTATTELUT

- Asiantuntijahaastattelut
- Henkilökunnan/organisaation haastattelut
- Keskusteleva syvähaastattelumetodi
- Strukturoitu nopea haastattelumetodi
- Ryhmähaastattelut

*Kaikissa haastattelumuodoissa
tulee huomioida asiakkaan
kokemukseen liittyvät
tunnemotiivit (ajankohta,
kiire, kylmä, loma, perhe....)*

LUOTAIMET

- Luotaimet perustuvat yleensä itsedokumentointiin ja niiden muoto määritellään sopivaksi asiakasryhmään
- Luotain voi olla videopäiväkirja, nauhoitepäiväkirja, palveluhetken liittyvä arviointitapa - vain mielikuvitus on rajana
- Luotainta suunniteltaessa tulee muistaa, että sen kautta asiakkaan dokumentoitu tieto tulee myös saada takaisin analysoitavaksi

*Kaikissa luotausmuodoissa
tulee huomioida asiakkaan
kokemukseen liittyvät
tunnemotiivit (ajankohta,
kiire, kylmä, loma, perhe....)*

SAFARI

- Palvelumuotoilija tekee itse asiakkaan matkan ja kokee palvelun tai tuotteen hankinta/käyttötilanteet omakohtaisesti

*Palvelumuotoilija asiakkaan
kengissä paljastamatta
palvelun tuottajalle kuka on ja
miksi haluaa palvelun
varmistakseen
palvelutilanteen
autenttisuuden*



Vaihe 2: TUTKI | Asiakaspersoonat

Asiakaspersoonat

Persoonat auttavat hahmottamaan kehitettävän tuotteen tai palvelun yksityiskohdat monesta eri näkökulmasta.

Asiakaspersoonat ovat tiivistelmiä

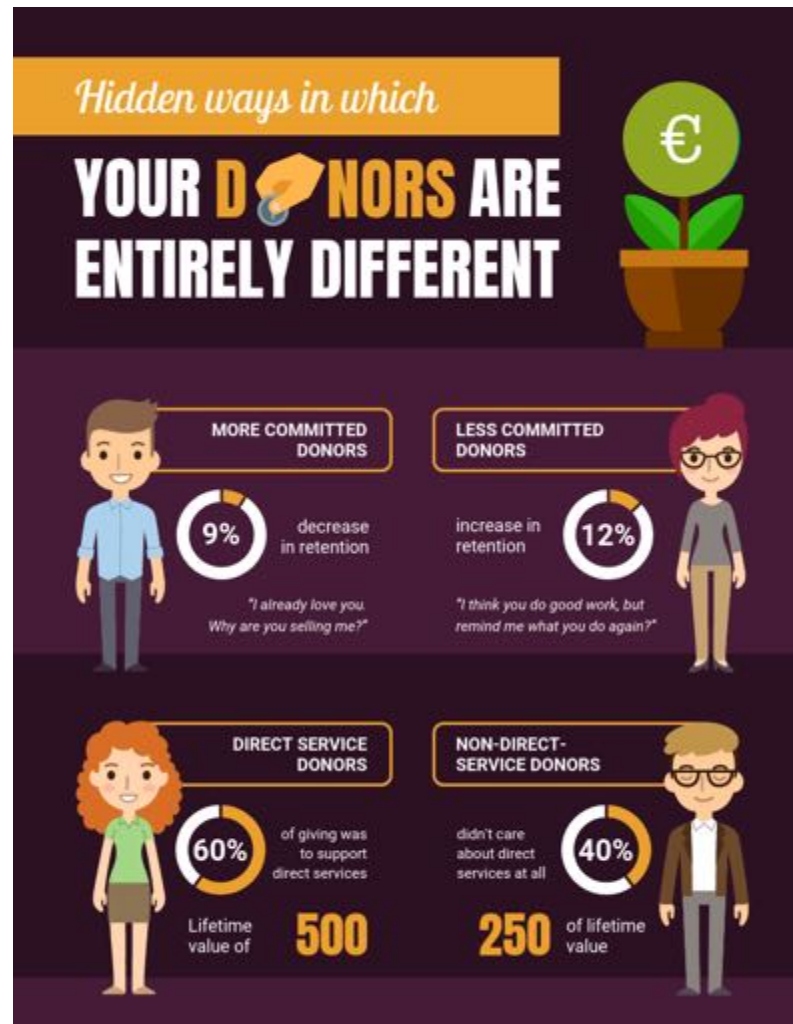
Mitä ovat olennaiset ominaisuudet?

Riippuu mitä halutaan selvittää. Joskus lopputuloksen kannalta on oleellista tietää millaista teknologiaa

esimerkkihenkilö käyttää, toisinaan taas hänen rakastamansa brändit ovat keskeisiä.

Yhteistä kaikille persoonille ovat perustiedot (nimi, ammatti, perhe, harrastukset), tavoitteet ja haasteet.

Tärkeintä on hahmottaa mitä esimerkkihenkilöltä halutaan ja jättää epäolennaiset piirteet pois, jotta persoonasta ei tule liian spesifinen.





Vaihe 2: TUTKI | Luotaimet

Asiakkaiden luotaus

Luotainten avulla pyydetään asiakasta / kohderyhmää havainnoimaan ja dokumentoimaan omaa tekemistään ja ympäristöään. Luotaimet ovat laadullisen tutkimuksen menetelmä, jossa käyttäjä itse dokumentoi ympäristöään, toimintaansa ja palvelukokemuksiaan. Luotaimen muoto voi olla päiväkirja, videopäiväkirja, kuvapäiväkirja tai muu esim. palvelun käyttötilanteeseen liittyvä tapa dokumentoida tilannetta.

Luotaimien avulla voit kerätä sellaista tietoa, jonka saaminen olisi muuten vaikeaa, kallista ja aikaavievää.

Palvelumuotoilija analysoi haastatteluilla ja luotaimella kerätyn ymmärryksen, kokemukset ja tarpeet selkeään suunnittelutyössä hyödynnettävään muotoon. Tarpeiden priorisointi on myös tärkeää, jotta oikeat asiat otetaan ideoinnin ja suunnittelun kohteeksi. Palvelumuotoilijalla on siis sekä tulkitsejan, että palvelun kehittäjän rooli ja vastuu.





Vaihe 3: IDEOI JA KATEGORISOI

Kerätyn tiedon ja tunnistettujen kehitysaihioiden sekä kosketuspisteiden kategorisointi on tärkeää. Osa kosketuspisteistä liittyy toisiinsa, joten yhden kosketuspisteen kehitys ei välttämättä riitä.

HUOM! Kriittisen tärkeitä kosketuspisteet ja asiakkaiden tunnistamat kehitysaihiot suodatetaan AINA asiakkaan näkökulmasta.

Kriittisen tärkeitä, jo onnistuneita kosketuspisteitä

Kehitettäviä kosketuspisteitä ja kehitysaihioita

HYVIN ONNISTUNUT	MELKO ONNISTUNUT	NEUTRAALI	TARVITSEE KEHITYSTÄ	KRIITTINEN TARVITSEE KEHITYSTÄ HETI



Vaihe 4: TESTAA | PROTOTYPOINTI

Prototyypointi ja testaus kulkevat käsi kädessä: ensin prototypoidaan, sitten testataan. Saadun palautteen perusteella muokataan prototyyppiä eteenpäin. Tästä syklistä voi ymmärryksen kartuttua siirtyä pidemmälle ja pidemmälle vietyihin prototyypeihin.

Parasta ovat nopeat ja kevyet prototyypit, koska niitä on helppo testata ja saadun palautteen perusteella ideaa voi muokata vähällä työllä. Hienot loppuun asti visualisoidut prototyypit ovat työläitä ja usein ensimmäisessä testissä selviääkin jokin perustavanlaatuisen ongelma, jonka muokkaaminen valmiimmasta prototyyppistä on työlästä ja aiemmin tehty työ valuu hukkaan.





Vaihe 5: UUDEN MALLIN JALKAUTUS

Jalkautus- ja lanseerausmallille ei ole olemassa yhtä tai kahta oikeata tapaa, malli on täysin riippuvainen asiakkaista ja organisaatiosta. Tässä vaiheessa tulee kuitenkin löytää vastaus seuraaviin kysymyksiin:

- Miten uusi malli jalkautetaan?
- Keitä osallistetaan?
- Miten kasvatetaan tunnettuutta organisaation sisällä / asiakkaiden keskuudessa?
- Miten lanseerataan?
- Miten mitataan?



HARJOITUS 1: Kirkkopalvelujen asiakaspolku

Tunnistetaan kirkkopalvelujen asiakaspolun kosketuspisteitä ja luokitellaan kosketuspisteet (onnistuneet ja kehitystä kaipaavat)

Työskentelyaika: 15min ryhmissä, 20min yhdessä

Lopputulos: näkymä kirkkopalvelun kosketuspisteistä ja niiden kategorisoinnista

Harjoitus 1 | Tukimateriaali

Asiakaspolkukartta (customer journey map) on asiakkaan näkökulmasta laadittu visuaalinen tiivistys asiakaskokemuksesta:

Mietittävä:

- Mitkä ovat asiakkaan kosketuspisteet Kirkkopalvelujen asiakaspolulla?
- Mitkä kosketuspisteet on onnistuneita jo nyt ja mitkä vaativat kehitystä?
- Jääkö polkuun aukkoja, joiden aikana asiakas on altis hylkäämään polkunsa tai joiden aikana asiakkaan on vaikea ymmärtää palvelun käyttöä?

Positiiviset, jo onnistuneet kosketuspisteet

ASIAKKAAN POLKU

Kehitystä kaipaavat kosketuspisteet

Tehtävän 1 purku

HARJOITUS:

Kirkkopalvelujen asiakaspolku



HARJOITUS 2:

Digitalisaation mahdollisuudet varainhankinnassa omassa organisaatiossa

Ideoita digitalisaation mahdollisuuksista varainhankinnassa jäsenjärjestöissä

Työskentelyaika: 15min ryhmissä, 20min yhdessä

Lopputulokset: useita erilaisia ideoita digitalisaation mahdollisuuksista varainhankinnassa. Jäsenjärjestöt voivat poimia itselleen sopivia ideoita ja lähteä kehittämään niitä.

Harjoitus 2 | Tukimateriaali

Digitalisaatio mahdollistaa uudenlaiset varainhankintatavat - internet, joukkorahoitukset, vastikkeellinen lahjoitus... mikä sopii sinun organisaatiollesi?

Mietittävää:

- Millaiset lahjoittamisen muodot sopivat sinun organisaatiollesi? Olisiko esim. vastikkeellinen lahjoittaminen tai joukkorahoitukset organisaatiollesi sopivia lahjoitusmuotoja?
- Mikä kanava on paras kohderyhmäsi saavuttamiseksi? Voisiko muut kanavat olla tukevassa roolissa?
- Miten varainhankintakampanja rakennetaan?



RAHOITETTU

Lähikouluja etäyhteistyöllä

Eskolan kylä ja Lapinjärven kunta ylittävät sektorit ja maantieteelliset etäisyydet etsiessään ratkaisuja lähikoulujen ja muiden lähipalveluiden...

Minimi 1000 EUR

TAVOITE
25000 €

KOLOSSA
3790 €

PÄÄTTY
07.08.2017



HELSINKI, FINLAND

She Lives Her Dream - Drama Sch...

At six years old, this little girl. Full of joy, a small wind whirl, Started s...

Last donation 1w ago

€1,283 raised of €10,000

Tue tulevaisuutta - Osta pala yliopiston sydäntä

Varainhankintakampanja infoa

Miten voin lahjoittaa?

Yhteystiedot

Lahjoittajat 2014-2017

Haastekampanja

Varainhankinnan uutisia

KLIKKAA TÄSTÄ
Lahjoita verkossa



facebook.com/donate/782835168822574/

Jumpers on, people!

Friday 13 December

Matt's Birthday Fundraiser for Save the Children UK

8 donated, 1.4K invited, 66 shared

Invite Friends

Created by Matt Cotterill

1 week left

Matt reached his birthday goal! You can still donate to show your support.

€1,283 raised of €10,000

Tehtävän 2 purku

HARJOITUS:

Digitalisaation mahdollisuudet varainhankinnassa omassa organisaatiossa



Kiitos!

Kari Korkiakoski
Toimitusjohtaja
050 5169551
Kari.korkiakoski@futurelab.fi

Tuija Rötö
Palvelumuotoilukonsultti
tuija.rotko@futurelab.fi

Futurelab Finland
www.futurelab.fi



Photo by [Gaelle Marcel](#) on [Unsplash](#)