



Luotain Consulting Oy
Palvelumuotoilukoulutus ja workshop: asiakkaiden
ymmärtäminen ja ohjaaminen

Kiitos, että olette. Teidän työ on merkityksellistä.

Te autatte ihmisiä luomaan itselleen tulevaisuutta ja merkitystä.

Lämmittely: joo – ja, mutta

- Katson usein 3 vuotiaita lapsiani ja ihmettelen sitä luovuuden määrää. Mihin se katosi?
- Aikuisten maailmassa luovuutta voi harjoitella.
- Uuden ideoimisessa ja tulevaisuuden suunnittelemisessa hyväksyntä on kaikki kaikessa.
- Harjoitus
 - Puhutaan 1 min annetusta aiheesta parin kanssa. Jokainen lause alkaa sanalla MUTTA...
 - Puhutaan 1 min annetusta aiheesta parin kanssa. Jokainen lause alkaa sanoilla JOO JA...

Palvelumuotoilu: mistä se tuli?

- Epäsuosittu mielipide: palvelumuotoilussa ei ole juurikaan mitään uutta työkalujen osalta. Ihminen on muotoillut aina.
 - Aikojen saatossa fokus on siirtynyt luolamaalauksista, esineisiin, käyttöliittymiin ja laitteisiin, lopulta muutokseen ja organisointiin.
- Ainoa uusi asia on perspektiivi: katsotaan asioita asiakkaan silmistä.
 - Ymmärrys: KOHTAAMISEN LAATU MERKITSEE, että se tapahtuu oikeassa paikassa oikeaan aikaan, ja että asiakasta oikeasta KUUNNELLAAN.

Palvelumuotoilu: miksi nyt?

- Muutoksen nopeus
 - Mieti mitä meillä oli 2000? Mitä meillä on nyt? Mieti kuinka monta laitetta älypuhelimien toimintoihin ennen tarvittiin?
 - Muutos tapahtuu niin nopeasti, ettei yksittäinen ihminen enää pysy mukana.
- Ongelmien monimutkaistuminen
 - Montako sidosryhmää tarvittiin vankkureiden tekemiseen?
 - Entä Teslan?
- Maailma on kaikkialla
 - Housujen hankkiminen Kiinasta helpompaa kuin kivijalasta

Palvelumuotoilu: mitä se on?

- Sidosryhmät osallistava
- Ihmiskeskeinen
- Liiketoimintalähtöinen
- Kokonaisvaltainen
- Tapa organisoida ja johtaa
- Siiloja rikkova

Palvelumuotoilu on selkeä prosessi, joka parhaassa tapauksessa on jatkuvaa. Se on ajattelumalli ongelmanratkaisuun ja kehityksen eteenpäin viemiseen.

MUOTOILUN TUPLATIMANTTI



Systemiajattelu

- Luodaan hankkeista systeemikartta tai –canvas.
 - Mikä on hankkeen tavoite?
 - Millä hankkeilla on lähellä olevia tavoitteita?
 - Kenelle hanke on suunnattu?
 - Mielenterveyden tila, päihteet, työttömyyden kesto, koulutus jne.
 - Onko muita hankkeita, jotka suunnattu samankaltaisille henkilöille?
 - Onko hankkeella erityisiä reunaehtoja?
 - Onko muilla samankaltaisia?
- Samankaltainen kartta-ajatteluun on siirtynyt mm. Pirkanmaan liitto, ja se on koettu melko selkeäksi tavaksi jäsentää kokonaisuutta.

Systemiajattelu

Pöytäryhmittäin:

1. Luokaa kategoriat hankkeille.
2. Pudottakaa tietämänne hankkeet kategorioihin.

Koko porukalla:

- Nopea keskustelu havainnoista.

JATKO:

Koostakaa kaikki tehdyt kartat: yhdistelkää kategorioita, jäsentäkää ja järjestäkää hankkeet omiin selkeisiin kategorioihin.

Työkalun tarkoitus on auttaa teitä, mutta myös asiakasta, nopeaan hahmottamiseen tarjolla olevista kokonaisuuksista.

Persoonaa: kuka on asiakas?

- Luotaimen kokemuksen mukaan seuraavia ongelmia on havaittu:
 - Asiakas ohjataan väärään paikkaan väärään aikaan
 - Laadukkaalle kohtaamiselle ei ole aikaa
 - Alussa tehdyt virheet kertautuvat jatkossa, asiakkaan motivaatio pienenee, eikä koe apua merkitykselliseksi
 - Asiakas on taitava esim. kirjallisesti, mutta ei osaa myydä itseään töihin ns. ylikriittinen itseään kohtaan.
 - Kaipaa valmennusta, mutta ei välttämättä ole saanut sitä, koska persoonaa/profiilia ei ole tunnistettu.

Persoonat: kuka on asiakas?

- Jotta voimme kehittää palveluita on meidän ymmärrettävä kuka asiakas on.
 - On erilaisia asiakasryhmiä tai tyypillisiä asiakkuuksia, esim. pitkäaikaistyötön, juuri työelämästä tippunut, syrjäytymisvaarassa oleva, välityössä, elämän hallinta kadoksissa jne...
 - Mitä nämä ryhmät kertovat henkilöstä? Jos sanon jääkiekkoilija, niin ovat kaikki kiekkoilijat samanlaisia?
 - Persoonien tarkoitus on luoda asiakasryhmistä inhimillisiä henkilöitä. Se auttaa meitä KOHTAAMAAN asiakkaan paremmin hänen omalla kielellään, kanavissaan, tavoillaan jne.
 - Case: Kuntalääkärit – alussa kustannukset nousevat, ja lopulta pienenevät merkittävästi

Persoonat: kuka on asiakas?

- Tavoitteena persoonista on löytää:
 - Erottavia tekijöitä
 - Tyypillisiä esteitä
 - Onnistumisen avaimia
- Workshop: luodaan omista tyypillisistä asiakkaista persoonat.



PERSONA CANVAS

Persona type _____

Author _____

Date _____



<p>Priority <input type="checkbox"/> PRIMARY <input type="checkbox"/> SECONDARY</p>  <p>“ Statement/behaviour</p> <p>”</p> <p>Name _____</p> <p>Age _____</p> <p>Occupation _____</p> <p>Location _____</p> <p>Status _____</p>	<p>Personality</p> <p>EXTROVERT _____ INTROVERT _____</p> <p>SENSING _____ INTUITION _____</p> <p>THINKING _____ FEELING _____</p> <p>JUDGING _____ PERCEIVING _____</p> <p>PASSIVE _____ ACTIVE _____</p>	<p>Technology expertise</p> <p>IT & INTERNET _____</p> <p>SOFTWARES _____</p> <p>MOBILE APPS _____</p> <p>SOCIAL NETWORKS _____</p> <p>INTERNET OF THINGS & VIRTUAL REALITY _____</p>	<p>Where to reach me</p> <p>TRADITIONAL ADS & DIRECT MAIL _____</p> <p>ONLINE ADS & EMAIL _____</p> <p>BLOGS & SOCIAL MEDIA _____</p> <p>REFERRALS _____</p> <p>PHYSICAL LOCATION/EVENTS _____</p>
	<p>Bio</p>	<p>What makes me get involved</p> <p>INCENTIVE _____</p> <p>FEAR _____</p> <p>ACHIEVEMENT _____</p> <p>GROWTH _____</p> <p>POWER _____</p> <p>SOCIAL _____</p>	<p>Goals</p>
	<p>Fave brands/apps/influencers</p>	<p>Top reason to use your product/service (USP)</p>	<p>Relationship with your product/service</p> 
	<p>Devices and platforms</p>	<p>Dealbreaker</p>	

Asiakaspolku

- Asiakkaan polku palvelu ennen – aikana – jälkeen.
 - Asiakaspolkuajattelun avulla visualisoimme prosessin asiakkaan näkökulmasta, ja voimme pohtia mitkä asiat ovat merkityksellisiä ja mitkä eivät.
 - Toisaalta voimme yhtenäistää ja selkeyttää toimintaa
- WORKSHOP: luodaan asiakaspolku ryhmissä valitulle hankkeelle.
- JATKO: kootkaa kaikki polut yhteen. Katsokaa kehityskohdat ja synkronoikaa polut. Lisäksi miettikää erityisesti ne kohtaamiset, joissa OIKEA AIKAISTA ohjaamista voidaan tehdä, ja mihin laadukkaita KOHTAAMISIA tehdään.

Sisäinen prosessi

Kosketuspisteet

Sisällöntuotanto

Odotukset

Toteutunut

Tunne

Kehityskohdat

KPI

Koonti ja jatkojalostustehtävät

- Jatkojalostukset kuten edellä mainittu.
- Lisäksi:
 - Luokaa asiakaskysely. Kysykää asiakkailta mikä toimii ja mikä ei? Peilatkaa omiin lyödöksiin. Pyrkikää löytämään juuri syyt – EI OIREIDEN HOITOA!
 - Nimetkää vastuullinen/vastuulliset hoitamaan projektia jatkossa.
- Tuloksena saatte selkeät asiakaspolut, joiden avulla sekä teidän työ helpottuu, että asiakkaat ovat tyytyväisempiä – vaikuttavuus nousee.
- TEIDÄN TYÖ ON MERKITYKSELLISTÄ NIIN YKSITTÄISEN HENKILÖN KANNALTA KUIN SUOMENKIN!



Luotain Consulting Oy

Klingendahl

Pyhäjärvenkatu 5 A, 5. kerros
33100 Tampere

Juho Liljeroos / 040 741 8498

Juho.liljeroos@luotain.net

www.luotain.net