

ASIAKAS YHTEIS-
YMMÄRYS SUUN

SERVICE
DESIGN

Kohti parempaa asiakaskokemusta palvelumuotoilun keinoin

Piia Innanen, Palvelumuotoilu Palo Oy



@PalvelumPalo



palvelumuotoilupalo

Luo sytyttäviä palvelukokemuksia!

PALO



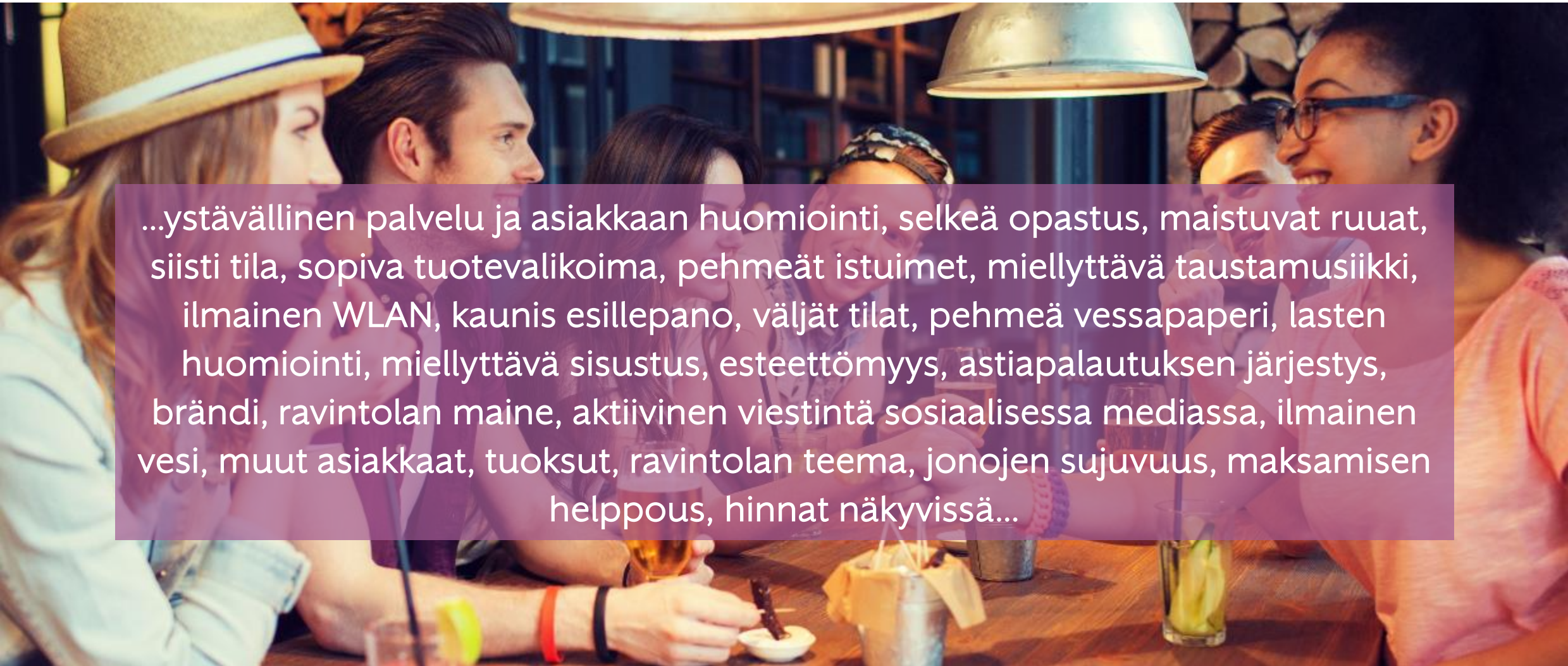
Autamme palveluntuottajaa onnistumaan palvelunsa muotoilussa osallistaen ja innostaen sekä asiakkaat että henkilökunnan mukaan palvelun kehittämistyöhön.

Vahvuutemme on palvelumuotoiluun ja muotoiluajatteluun koulutettu henkilökunta, jolla on kokemusta erilaisista luovista ja osallistavista palveluiden kehittämismenetelmistä.

Teemme suunnittelu-, ideointi- ja muotoilutyötä aina tiimissä, joten saat usean muotoilijan ajatukset tukemaan kehittämistyötäsi, vaikka kontaktihenkilösi olisikin yksi meistä.



Asiakaskokemus on yksilöllinen.
Se muodostuu kaikista **tunteista**, **kohtaamisista** ja **mielikuvista**, joita asiakkaalle on kertynyt ja ohjaa voimakkaasti käyttäytymistä.



...ystävällinen palvelu ja asiakkaan huomiointi, selkeä opastus, maistuvat ruuat, siisti tila, sopiva tuotevalikoima, pehmeät istuimet, miellyttävä taustamusiikki, ilmainen WLAN, kaunis esillepano, väljät tilat, pehmeä vessapaperi, lasten huomiointi, miellyttävä sisustus, esteettömyys, astiapalautuksen järjestys, brändi, ravintolan maine, aktiivinen viestintä sosiaalisessa mediassa, ilmainen vesi, muut asiakkaat, tuoksut, ravintolan teema, jonojen sujuvuus, maksamisen helppous, hinnat näkyvissä...

The background of the slide is a blurred photograph of a busy shopping mall. In the foreground, a curved escalator is visible, with people moving up and down. The background shows a crowded walkway with many people, some carrying shopping bags. The overall atmosphere is one of a busy, modern retail environment.

PALVELU/TUOTE

Vuorovaikutus

Palvelun tai tuotteen toiminta

Palvelun tai tuotteen
elementit/kontaktipisteet

KÄYTTÖTILANTEET

Tapahtumat, tunteet, arki,
stressi

Motivaatio käyttää palvelua

Käyttötarkoitus

Muut asiakkaat

ASIAKKAAN ARVOMAILMA

Omat arvot, elämäkatsomus,
tavoitteet, tottumukset,
kulttuuri, odotukset, aiemmat
kokemukset

PALVELU/TUOTE

Vuorovaikutus
Palvelun tai tuotteen toiminta
Palvelun tai tuotteen
elementit/kontaktipisteet

KÄYTTÖTILANTEET

Tapahtumat, tunteet, arki,
stressi
Motivaatio käyttää palvelua
Käyttötarkoitus
Muut asiakkaat

ASIAKKAAN ARVOMAAILMA

Omat arvot, elämäkatsomus,
tavoitteet, tottumukset,
kulttuuri, odotukset, aiemmat
kokemukset

96%

tyytymättömistä
ei anna palautetta

91%

tyytymättömistä
ei tule uudestaan

6-7x

kalliimpaa hankkia
uusi asiakas

9/10

maksaisi enemmän yli-
vertaisesta palvelusta

10x

uskollinen asiakas on
keskimäärin 10 kertaa
ensiostoksensa arvoinen

3x

asiakaskokemukseen
panostavat yrityksen kasvavat
3x muita nopeammin

5-20%

todennäköisyys myydä
uudelle asiakkaalle


60-70%

todennäköisyys myydä
vanhalle asiakkaalle

70%

ostokokemuksesta tulee
tunteesta miten asiakasta
kohdellaan

*Kaikki julistavat olevansa
asiakaslähtöisiä. Miten se
näköy palveluissa?*

A photograph of a diverse business team of five people (three men and two women) in professional attire, smiling and standing in an office environment. They are holding folders and documents. The background is a blurred office space with blue lighting.

95%
organisaatioista
ilmoittaa olevansa
asiakslähtöisiä

Vain 8% heidän
asiakkaistaan on
kokenut erinomaisen
asiakaskokemuksen

*Perinteinen ”asiakaslähtöinen”
kehittämismalli*



Kysytään asiakkaalta
asiakaskyselyt ja -palautteet



Oletetaan ongelma
oletetaan että asiasta tiedetään
tarpeeksi



Valitaan ratkaisu
aloitetaan kehittämisprojekti



Suunnittelijat suunnittelevat
yleensä keskenään

Tuodaan valmis ratkaisu
asiakkaan arvioitavaksi



Palvelumuotoilun ajatusmalli

Mitä asiakaslähtöisyys oikeasti on?

Lähestymistapa	Suunnittelija	Käyttäjät	Yhteenveto
Asiantuntijälähtöinen suunnittelu	Kehittää ratkaisuja omaan näkemykseensä pohjautuen.	Validoivat ratkaisun tuotteen lanseerauksen jälkeen.	Asiantuntija edustaa käyttäjää. Luotetaan asiantuntijan ammattitaitoon ja kokemukseen suunnitteluratkaisun luonnissa.
Käyttäjäkeskeinen suunnittelu (user-centric)	Tutkii käyttäjien tarpeita ja toimintaa. Muuntaa käyttäjien tarpeet ja päämäärät suunnitteluratkaisuiksi.	Toimivat suunnittelussa passiivisina tutkimuksen kohteina.	Käyttäjä on tutkimuksen kohde (objekti), jonka tarpeista, käyttäytymisestä ja toiminnasta ollaan kiinnostuneita.
Käyttäjälähtöinen suunnittelu (user-driven)	Osallistaa käyttäjiä mukaan suunnitteluun. Muuntaa käyttäjien tarpeet ja päämäärät sekä ideat suunnitteluratkaisuiksi.	Toimivat suunnittelussa tasaveroisina proaktiivisina jäseninä.	Käyttäjä osallistetaan ja osallistuu suunnitteluun tasaveroisena jäsenenä, jolloin käyttäjän rooli muuttuu objektista subjektiksi.





PALVELUMUOTOILU

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palveluiden **ihmislähtöistä** kehittämistä, johon palvelun **käyttäjä otetaan aktiivisesti mukaan**.

Palvelumuotoilu viitekehys, joka antaa työlle kokonaisvaltaisen **lähestymistavan, prosessin, menetelmät ja työkalut**.

Palvelumuotoilussa hyödynnetään muun muassa **yhteiskehittämistä, luovia menetelmiä, erilaisia visualisointi- ja konkretisointitapoja sekä nopeita kokeiluja**.

Palvelumuotoilu on toimialariippumatonta. Lähestymistapaa voi soveltaa minne tahansa, missä palvelu ja ihminen ovat vuorovaikutuksessa joko fyysisessä tai digitaalisessa ympäristössä.

Palvelumuotoilun ominaispiirteet



Ihmislähtöistä, osallistavaa ja toiminnallista – käyttäjät eivät ole suunnittelun kohde vaan aktiivinen osallistuja suunnittelutyön eri vaiheisiin



Pohjalla muotoiluajattelu – menetelmissä suositaan luovia, havainnoivia ja laadullisia lähestymistapoja



Haetaan empatiaa eri kohderyhmiä kohtaan, halutaan nähdä ja kokea palvelu heidän näkökulmastaan



Otetaan kokonaisvaltainen näkökulma, asiakaskokemus on kaikkien kohtaamisten summa



Kokeileva ja konkretisoiva ote – hyödynnetään visualisointeja ja erilaisten nopeiden mallien luomista

*Miten asiakaskokemusta
parannetaan palvelumuotoilun
avulla?*



Ymmärretään asiakkaan kokemus – paikannetaan palvelun kipupisteet, jotta voidaan ratkaista niitä ongelmia, joilla on merkitystä asiakaskokemukselle



Ymmärretään asiakkaan ”tuska” – jotta voidaan lisätä arvoa asiakkaalle

PERSOONA

ANNI AMMATTIKOULULAINEN



“Asun vielä vanhempien luona, enkä joudu itse tekemään valintoja, jotka liittyvät vähäpääsyyteen. Rahaakin on niin vähän käytössä, että sitä ostaa vain mitä tarvitsee, eikä mielestäni sen kummempin.”

- 16-vuotias
- Perheessä vanhemmat, isoisisko ja pikkuveli; vanhemmat töissä lissä ja Kemissä
- Asuu lissä ja opiskelee lähihoitajaksi Oulussa
- Kulkee koulumatkan päivittäin bussilla, joten omistaa bussikortin. Bussimatkat kestävät reilut 3 h päivittäin, joten koulupäivät matkoineen saattavat joskus kestää jopa 12 tuntia.
- Lähin bussipysäkki on 6 km päässä kotoa. Kulkee pysäkillä kesäisin pyörällä ja talvella vanhemmat vie, joskus pääsee naapurin kyydissä.

Harrastukset ja vapaa-aika



... koulunkäynniltään ehtii. Anni kokeili harrastaa Oulussa kuorolaulua, mutta hän ... liian vaikeaa. Vapaa-aikaa on muutenkin vähän, koska koulumat- ... tekemistä Annin ikäisille nuorille - siis nuoris-

PERSOONA

Suunnitteluohjaimet

Ajankäyttö

“Toivoisin, että bussissa käytetty aika olisi lyhyempi. Päivät ovat pitkiä, joten ei ole aikaa harrastaa ja koulutehtäviinkin pitäisi aikaa olla.”

Aikataulujen kattavuus

“Jos myöhästyin bussista, niin joudun odottamaan vähintään tunnin toista bussia ja sitä aikaa en osaa käyttää järkevästi. Kun mulla täytyy olla se bussikortti, niin sen pitäisi olla hyödyllinen myös vapaa-ajan viettoon. Viimeinen bussi kuitenkin lähtee niin aikaisin, ettei elokuvissa pysty käymään.”

Reittien kattavuus

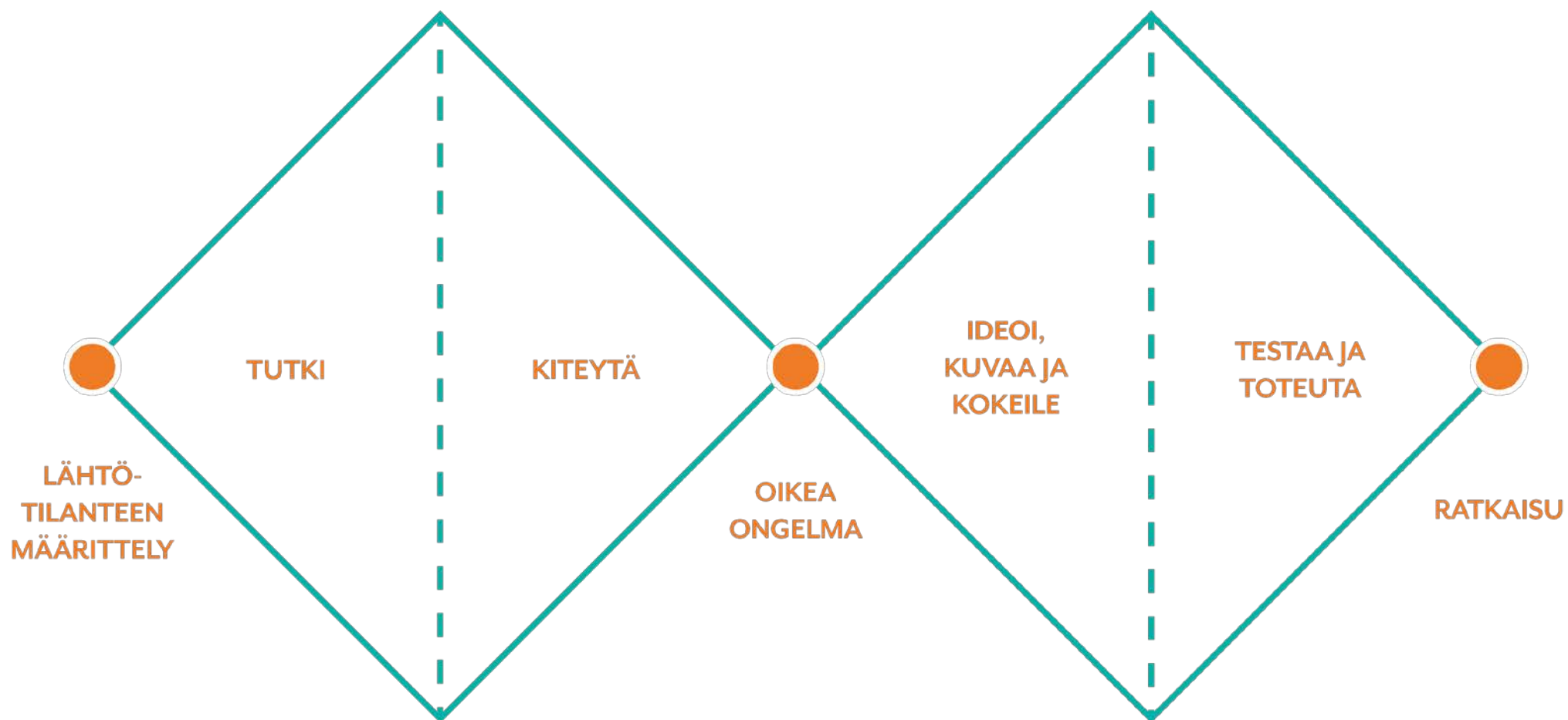
“Mun elämää helpottaisi valtavasti, jos bussi menisi tuosta läheltä. Ei tarvitsisi miettiä, että onkohan mun pyörä varastettu tai millainen kävely- tai pyöräilykehi tuolla pihalla on. Talvipakkasella on kamalaa kulkea tuo 6 kilsaa bussipysäkillä.”

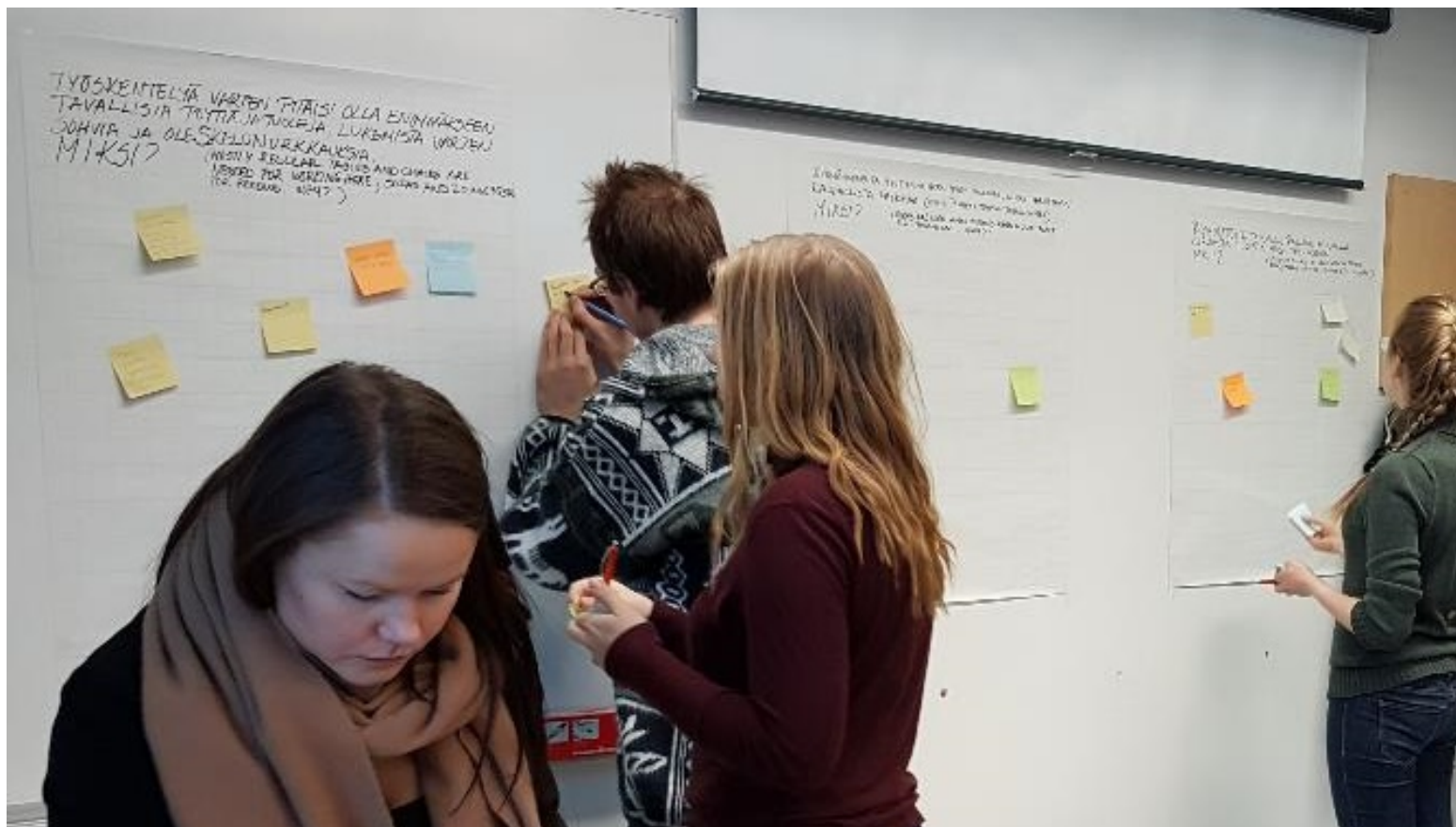
ojjen ongelmia ja huolia

ei pääse liikkumaan silloin kun haluaa
aikatauluihin ei voi luottaa

Tuodaan palveluiden kehittämiseen työvälineitä, jotka ohjaavat sitä asiakaslähtöisesti ja tuovat empatiaa

Palvelumuotoilu perustuu kahteen timanttiin





Osallistaminen ei ole sanahelinää, sitä tulee tehdä kaikissa vaiheissa

Osallistamisen tyypilliset ”sudenkuopat”

1. Haetaan määrällisellä osallistamisella laadullista tietoa
2. Avataan toiveiden tynnyri
3. Ollaan enemmän kiinnostuneita omasta tekemisestäsi ja sen esittelystä kuin osallistujien arjesta
4. Vieritetään osallistumisen epäonnistumisia osallistujien syyksi
5. Vaaditaan käyttäjiä muuttamaan asennettaan tai käyttäytymistään

Muista, että osallistamisen tavoite on inspiraation hakeminen suunnittelutyöhön. Kerro rehellisesti, että kaikki ideat ja ajatukset eivät tule toteutettaviksi. Muista myös, että piilevien ja hiljaisten tarpeiden esiin tuominen vaatii luovia menetelmiä.



Kokeile, kokeile, kokeile – epäonnistunut kokeilu opettaa enemmän kuin kokeilematta jättäminen



Kiitos!

Piia Innanen

Palvelumuotoilu Palo Oy

puh. 040 541 0274

piia@palvelumuotoilupalo.fi

@PalvelumPalo