



ServiceDigiCulture-opas kulttuurialojen tai luovien alojen osaajille



ServiceDigiCulture



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Euroopan komission tuki tämän julkaisun tuottamiseen ei tarkoita sitä, että sisältö, joka kuvastaa pelkästään tekijöiden näkemyksiä, saa kannatusta, eikä komissiota voida saattaa vastuuseen niiden sisältämien tietojen mahdollisesta käytöstä.

ServiceDigiCulture-opas kulttuurialojen tai luovien alojen osaajille

Projektin nimi

Digital and Sustainable Service Innovation for the Cultural and Creative Sectors

Projektin lyhenne

Julkinen: ServiceDigiCulture
Muodollinen: ServiceDigiCult

Ohjelma

EU ERASMUS + Innovaatioyhteistyö ja hyvien käytäntöjen vaihto – Aikuiskoulutus

Projektinumero

2020-1-FI01-KA227-ADU-092663

Projektin kesto

1.6.2021 – 30.06.2023

Kirjoittajat ja projektinumero

Club 9000 | Bulgaria
ECQ | Bulgaria
FRAME | Puola
Inova Consultancy LTD. | Englanti
Vaasan ammattikorkeakoulu | Suomi
Österbottens hantverk | Suomi

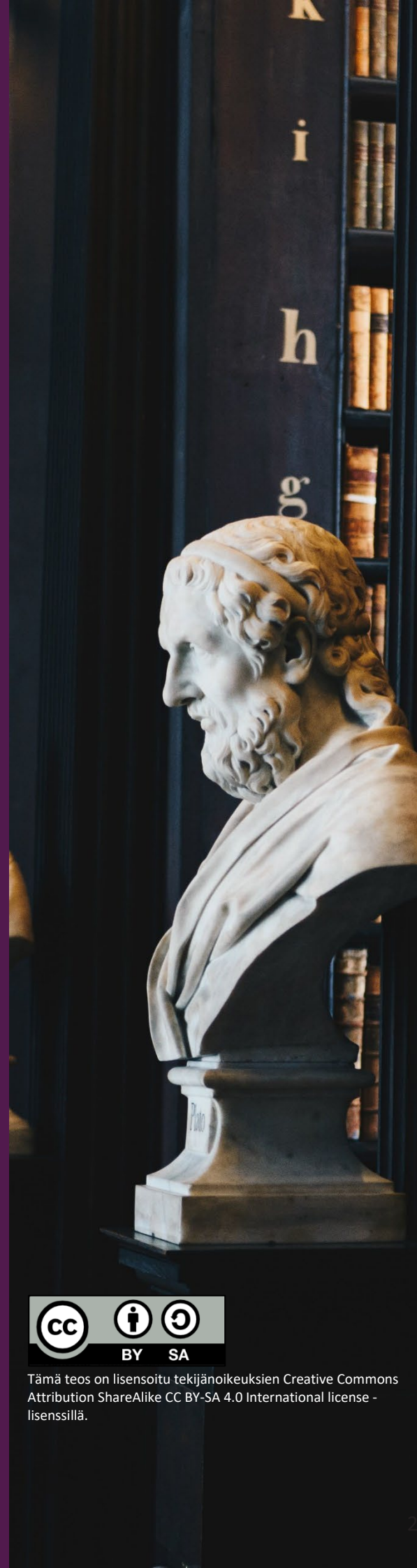
Projektin verkkosivusto

<https://www.servicedigiculture.eu/fi>

© 2023 Kaikki oikeudet suojattu



Tämä teos on lisensoitu tekijänoikeuksien Creative Commons Attribution ShareAlike CC BY-SA 4.0 International license -lisenssillä.





Tämä opas tukee kulttuurialojen
ja luovien alojen osaajia
käyttämään ServiceDigiCulture-
valmennuksen materiaaleja ja
työkalupakkia uusien palvelujen
innovoinnissa ja olemassa
olevien palvelujen uudelleen
tarkastelemisessa. Opasta
voidaan käyttää itseopiskelun tai
valmentajavetoisen opiskelun
tukena.

SISÄLLYSLUETTELO

Johdanto	5
Valmennuksessa käytettävä sanasto	6
Oppimisresurssit	8
ServiceDigiCulture-valmennuksen rakenne	10
CREATE-palvelumuotoiluprosessin malli ja -työkalupakki	12
CREATE-palvelumuotoiluprosessin mallin 6 vaihetta	13
Miten ServiceDigiCulture-valmennusta ja -työkalupakkia käytetään	27
Kokemuksia ServiceDigiCulture-valmennuksesta	36
Hyödyllisiä resursseja ja työkaluja	45
Digitalisaation mahdollisuudet ja resurssit	52
Tietoa ServiceDigiCulturesta	53



Johdanto

Tämä opas tukee kulttuurialojen ja luovien alojen osaajia käyttämään ServiceDigiCulture-valmennuksen materiaaleja ja työkalupakkia uusien palvelujen innovoinnissa ja olemassa olevien palvelujen uudelleen tarkastelemisessa. Opasta voidaan käyttää itseopiskelun tai valmentajavetoisen opiskelun tukena.

Opas tarjoaa:

- Kokonaiskuvan ServiceDigiCulture-valmennuksesta ja sen rakenteesta.
- Tietoa ServiceDigiCulture-valmennuksesta ja sen resurssien ja materiaalien käytöstä.
- Tietoa virtuaalisesta ServiceDigiCulture-oppimisalustasta ja sen rakenteesta.
- Esimerkkejä ja kokemuksia henkilöiltä, jotka ovat käyttäneet ServiceDigiCulture-valmennusta.
- Linkkejä hyödyllisiin materiaaleihin, kuten digitaalisiin alustoihin, jotka mahdollistavat yhteiskehittämisen ja yhteistyön palveluinnovaatioprosessin aikana.

Opas tulee oppimista itsenäisesti ja omaan tahtiin, oppimista yhdessä organisaation sisällä sekä valmentajavetoista oppimista. Valmennuksen aikana on hyödyllistä seurata omaa prosessia esimerkiksi oppimispäiväkirjan avulla.



Valmennuksessa käytettävä sanasto

Tässä osiossa esitellään ServiceDigiCulture-valmennuksessa käytettävää keskeistä sanastoa, kuten:

- Palveluinnovointi
- Palvelujen suunnittelu
- Käyttäjälähtöisyys
- Service Blueprintin kartoitus
- Palvelupolku

Palveluinnovointi

Palveluinnovoinnilla tarkoitetaan täysin uusien, parannettujen tai päivitettyjen palvelujen tai palvelujen osien, esimerkiksi palveluprosessin tai infrastruktuurin, luomista, jotka tuottavat lisäarvoa käyttäjille, ja jotka ovat sovellettavissa. Palveluinnovaatioita voidaan luoda myös osana tuotteita tai niitä täydentävinä osina.

Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu tarkoittaa muotoilun menetelmien soveltamista palvelujen kehittämiseen käyttäjälähtöisten, toteuttamiskelpoisten, elinkelpoisten ja toivottavien palvelujen luomiseksi. Palvelumuotoilu keskittyy käyttäjäkokemukseen, käyttäjän tarpeisiin ja palvelun toiminnallisuuteen sekä pyrkii tekemään niistä haluttuja asiakkaille ja organisaatioille. Palvelumuotoilu auttaa myös säästämään resursseja palvelun laadusta tinkimättä, ja jopa sitä parantamalla.

ServiceDigiCulture käyttää palvelumuotoilua menetelmänä palvelujen innovointiin, sillä se on ihmiskeskeistä, sisältää kulttuurisia ja luovia näkökulmia sekä mahdollistaa palvelujen testaamisen ja kokemisen kehitysvaiheessa.

Seuraava video kertoo, mitä palveluinnovointi ja palvelumuotoilu ovat, ja mitä hyötyä niistä on:



Käyttäjälähtöisyys

Käyttäjä on kehittämisprosessin, ja näin myös palvelumuotoilu- ja innovointiprosessin keskiössä. Kaikki perustuu käyttäjän todellisten tarpeiden, odotusten ja kokemusten selvittämiseen.

Service Blueprintin kartoitus

Service blueprint on yksi palvelumuotoilun keskeisistä työkaluista. Siinä kuvataan palvelu visuaalisesti asiakkaan ja organisaation näkökulmasta palvelun alusta loppuun ja eritellään kaikki sen vaiheet. Siinä esitetään yksityiskohtaisesti kaikki toimet ja vaiheet, jotka ovat asiakkaiden nähtävissä sekä näkymättömissä, kuten tukitoimet ja käytettävät palvelun osat, esimerkiksi verkkosivusto. Siinä voidaan myös visualisoida käyttäjäkokeemukset palvelun kunkin vaiheen aikana. Näin luodaan yleiskuva siitä, miten asiakasnäkökulma ja yrityksen näkökulma kohtaavat, verrataan käyttäjän matkaa ja kokemusta palvelun aikana ja yrityksen/organisaation tehtäviä palvelusuunnitelmassa. Se antaa tietoa siitä, mitä pitäisi parantaa, lisätä, muuttaa tai säilyttää sellaisenaan sekä luo käsityksen siitä, mitä on otettava huomioon palvelua luotaessa ja tuottaessa, mukaan lukien resurssit ja tekniset sovellukset. Sen avulla voidaan löytää mahdollisuuksia palveluinnovaatioihin analysoitaessa yleiskatsausta käyttäjämatkasta ja palvelusuunnitelmasta.

Palvelupolku

Palvelupolku on toinen palvelumuotoilun perustyökalu. Se on visuaalinen esitys vaiheista, jotka asiakas kulkee matkallaan organisaation läpi, ja siinä kuvataan yksityiskohtaisesti koko prosessi asiakkaan ja organisaation vuorovaikutuksesta alusta loppuun saakka. Sen avulla voidaan tutkia kosketuspisteitä (hetkiä, joissa asiakas on vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa), kun asiakas on tekemisissä yrityksen palvelun ja sen eri vaiheiden sekä työntekijöiden kanssa, ja tuoda esiin, mikä toimii hyvin ja mikä vaatii uudelleensuunnittelua.



Oppimisresurssit

ServiceDigiCulture-valmennus on enemmän kuin vain oppimisprosessi ja työkalupakki. Tästä osiosta löydät erilaisia resursseja tukemaan oppimistasi.

1. ServiceDigiCulture-työkalupakki ja valmennus

Täältä löydät ServiceDigiCulture-valmennusmateriaalit ja työkalupakin, sekä tietoa palveluinnovoinnista ja -muotoilusta, esimerkkejä palveluinnovaatioista, harjoituksia muotoilun mentaliteetin omaksumiseksi, pohdintaa ja käytännön harjoituksia palvelujen innovointiin.

2. Opas ServiceDigiCulture-valmennuksen käyttöön

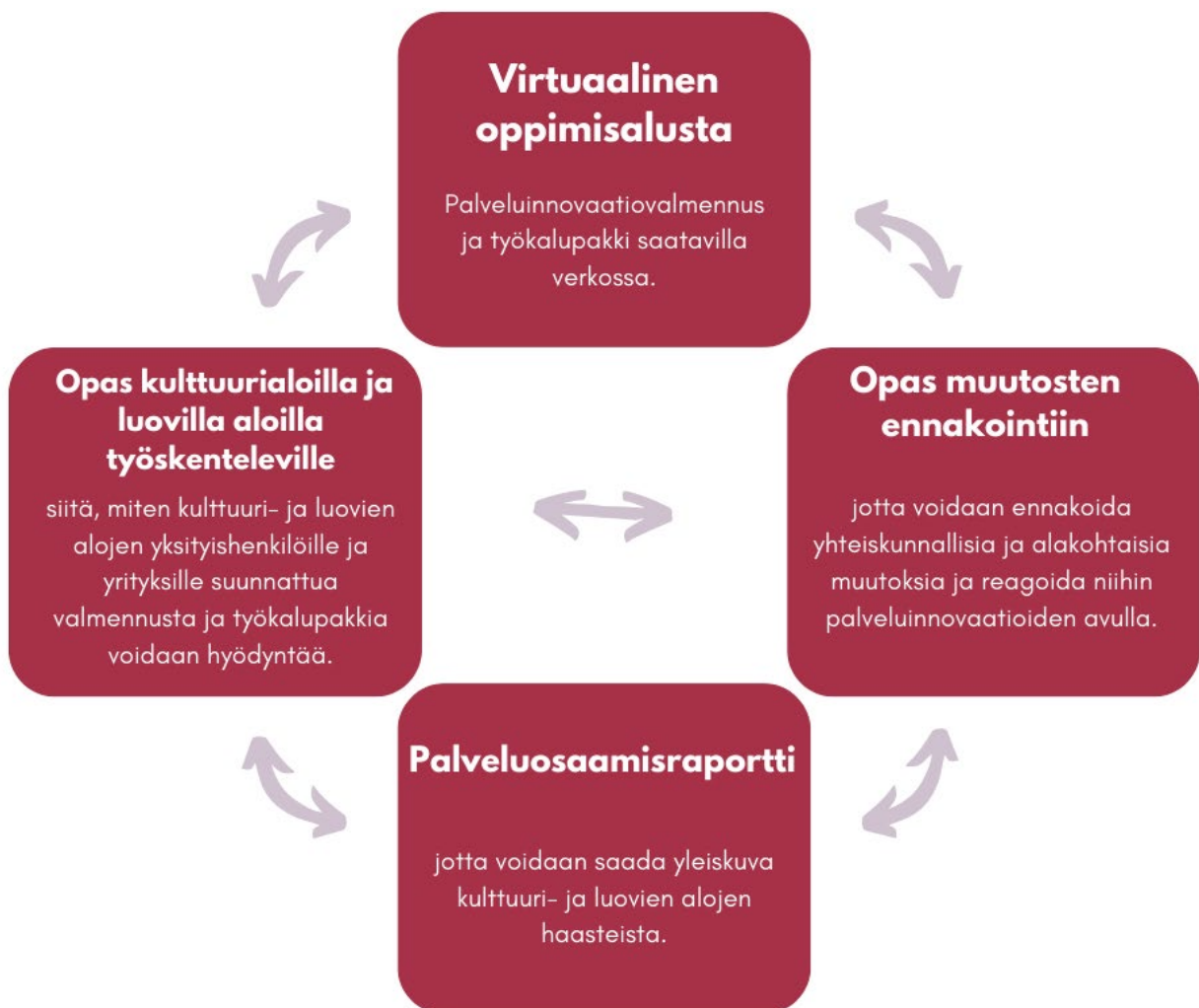
Opas kulttuuri- ja luovilla aloilla työskenteleville ja työtä etsiville henkilöille, tarkoituksena tukea heitä käyttämään ServiceDigiCulture-palveluinnovointivalmennusmateriaaleja ja -työkalupakkaa palveluidensa innovoimiseksi ja uudelleen pohtimiseksi. Opasta voi hyödyntää itsenäisesti milloin tahansa tai valmentajan ohjaamassa valmennuksessa.

3. Opas muutosten ennakointiin

Tämä opas auttaa sinua valmistautumaan ja reagoimaan yhteiskunnassa ja alalla tapahtuviin muutoksiin sekä lähestymään niitä palvelumuotoilun keinoin. Lisäksi se mahdollistaa strategiaan, kestävään kehitykseen ja ennakointiin pohjautuvan palveluinnovoinnin.

4. Raportti palveluosaamisesta

Raportti sisältää mielenkiintoista tietoa ja yleiskatsauksen kulttuuri- ja luovien alojen haasteista.



Nämä resurssit löytyvät ServiceDigiCulture-sivustolta:

<https://www.servicedigiculture.eu/fi>

Oheinen PDF tarjoaa lisätietoa palvelumuotoilusta:

https://www.servicedigiculture.eu/files/ugd/8e7260_d4a17335db5e4319ade0aeb5ad30eead.pdf?index=true

ServiceDigiCulture- valmennuksen rakenne

ServiceDigiCulture-valmennus on saatavilla verkossa osoitteessa

<https://www.servicedigiculture.eu/fi/toolkit-training>

Tässä osiossa esitetään valmennuksen suositeltu valmennuspolku, joka alkaa palveluinnovoinnin ja valmennuksen esittelyllä ja määritelmillä, ja jatkuu esimerkkeihin palveluinnovaatioista, lämmittelyharjoituksilla, jotka valmistavat kohti muotoilun ajattelutapaa, CREATE-palvelumuotoilumalliin ja -työkalupakkiin, joita voidaan käyttää palveluinnovointiin, sekä käytännön palveluinnovointiharjoituksiin.

Oppimispolun tavoitteena on kehittää palveluinnovointi- ja palvelumuotoilutaitoja ja -tietoja asteittain. Kyseessä on suositeltu järjestys, jota voidaan mukauttaa omaan palveluinnovointi- ja palvelumuotoiluosaamisen tämänhetkiseen tasoon.

Jokaisen harjoituksen ja palvelumuotoilutyökalun yhteydessä on ilmoitettu siihen käytettävä aika ja resurssit sekä neuvoja siitä, kannattaako harjoitus tehdä yksin vai yhdessä muiden kanssa, ja miten se voidaan tehdä itsenäisesti ohjatun valmennuksen ulkopuolella.

Suosittelun oppimispolun rakenne pohjautuu ajatukseen, että oppiminen aloitetaan tutustumalla aihepiiriin käsitteisiin. Löydät oppimispolun seuraavalta sivulta.

Johdanto valmennukseen 1.

Osio 1

Valmennuksen ja oppimisalustan esittely

Osio 1 b

Miellekartan luominen itsestä ja omista taidoista

Osio 2

Tietoa palveluinnovoinnista ja palvelumuotoilusta sekä siitä, miten ne toimivat

Osio 3

Lämmittelyharjoituksia palvelumuotoilun eri osa-alueista

Osio 4

Käytännön esimerkkejä palveluinnovaatioista

Osio 4 b - Aika pohdinnalle

Osio 5

Nopeita leikkimielisiä ideointiharjoituksia

Osio 6

CREATE-palvelumuotoiluprosessin malli ja työkalupakki

Osio 7 - Aika pohdinnalle

Opi palveluinnovoinnista ja palvelumuotoilusta

2.



Palveluinnovoinnin ja palvelumuotoilun ajattelutapa

3.

CREATE- palvelumuotoilu- prosessin malli ja työkalupakki

Palveluinnovointi käytännössä 4.

Osio 8

Tapausesimerkit

Osio 9

Opastettu palvelupolkuun ja palvelumallin kuvaukseen liittyvä harjoitus

Osio 10

Käytännön palveluinnovointiharjoitus

CREATE-palvelumuotoiluprosessin malli ja -työkalupakki

ServiceDigiCulture käyttää CREATE-nimistä palvelumuotoiluprosessin mallia ja -työkalupakkia, joka on räätälöity erityisesti kulttuuri- ja luovien alojen tarpeisiin. Siinä on kuusi vaihetta, joissa jokaisessa on omat työkalunsa.

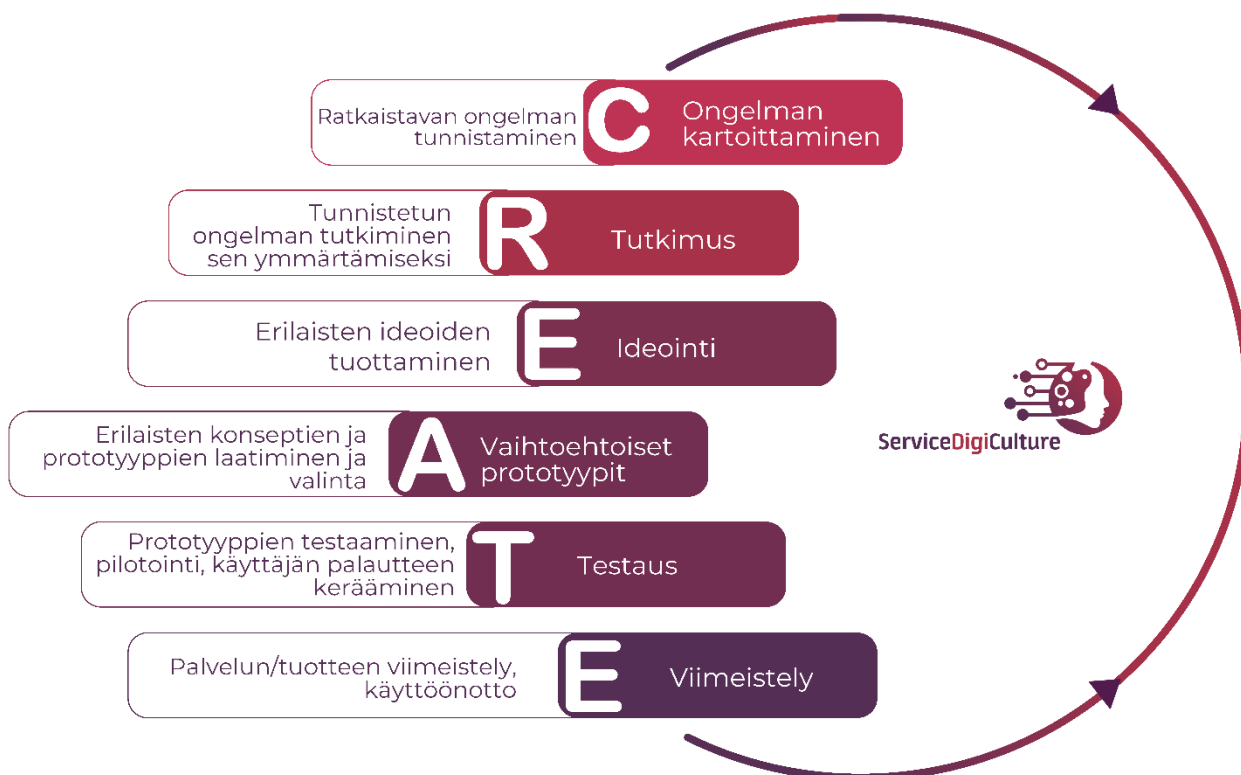
Muotoiluprosessi on kehittämisprosessi, ja siksi se muodostuu peräkkäisistä vaiheista, aloittaen ensimmäisestä vaiheesta, jossa ongelma-alue kartoitetaan, jonka jälkeen siirrytään seuraaviin vaiheisiin.

Palvelumuotoiluprosessi on myös iteratiivinen, mikä tarkoittaa, että tarvittaessa voidaan palata edelliseen vaiheeseen tai edellisiin vaiheisiin.

Lisätietoja CREATE-mallin ja työkalupakin käytöstä on kohdassa "Miten ServiceDigiCulture-valmennusta ja työkalupakkia käytetään".

Alla on kuvattu CREATE-mallin vaiheet ja jokaisen vaiheen työkalut. Samat vaiheet ja työkalut ovat saatavilla oppimisalustalla:

<https://www.servicedigiculture.eu/fi/toolkit-training>



CREATE-palvelumuotoiluprosessin mallin 6 vaihetta



C= Ongelman kartoittaminen

Tämän vaiheen tarkoituksena on ”tunnistaa todellinen ongelma” eli ydinongelma, joka usein hautautuu ongelmailmiön ja selvempien ongelmien alle. Esimerkiksi tuotteen vähäinen myynti ei välttämättä johdu siitä, ettei tuote houkuttelisi asiakkaita, vaan kulttuuriin liittyvistä tai käytännön syistä, kuten siitä, että tuote on väärän kokoinen paikallisia kotitalouksia ajatellen. Siksi on tärkeää löytää todellinen eli pohjalla oleva ongelma. Yhtä tärkeää on määritellä projektin alkutilanne eli nykyinen tila haasteineen, sillä se auttaa suunnittelemaan, mihin suuntaan ongelman määrittelyssä lähdetään.

Lue lisää tästä vaiheesta ja käytä tämän vaiheen työkaluja osoitteessa.

<https://www.servicedigiculture.eu/fi/service-design-model-phase-1>

13

Vaiheen työkalut



Tavoitteiden asettaminen

Työn tarkoituksen ja tavoitteen asettaminen



Palvelusafari

Palvelun kokeminen omakohtaisesti paikan päällä



Palvelupolku

Visuaalinen kuvaus asiakkaan palvelupolusta



Miellekartta

mahdollisuuksista
Visuaalinen yleiskuva mahdollisuuksista



Media-, trendi- ja kirjallisuuskartoitus

Haastealueen kartoittaminen



Asiakaspalautteen kerääminen ja analysointi

Asiakkaiden kuunteleminen ja asiakaspalautteen analysointi.



Toimintasuunnitelma

Lyhyt yleiskuva projektista ja sen tärkeistä elementeistä

Ongelman kartoittaminen -vaiheen videot:

[Cruising Customer Journey Map \(Palvelupolku\)](#)

Let's play and explore some tools

- **Customer journey map**


This is a visual map that identifies and details every step and each action in a customer's experience demonstrating how customers use the service.

It details how a customer interacts with the service including the process touchpoints when the customer interacts with the organisation (such as visiting its website), physical evidence (such as an app), the servicescape (such as the organisation's premises), the customer's service experience.

It's concerned with the pains and gains of the customer at each stage of the service. It can include interaction, for instance face-to-face or virtually, in social media, or on the phone. All these actions and processes are visualised which helps to reveal the relationship between the customer and the service/company.

At this point of the service design process, it can be used to identify different issues, opportunities, and problems in the service delivery to identify the root cause of any problems.

You might also be able to physically observe customers in situ and ask them questions. You should do this and find out what they like, dislike and how they feel about the experience. What do they wish they could have?



For a downloadable template and instructions how to use it see: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-customer-journey>

[Analysing Customer Feedback \(Asiakaspalautteen kerääminen ja analysointi\)](#)

Let's play and explore some tools

- **Collecting and analysing customer feedback**

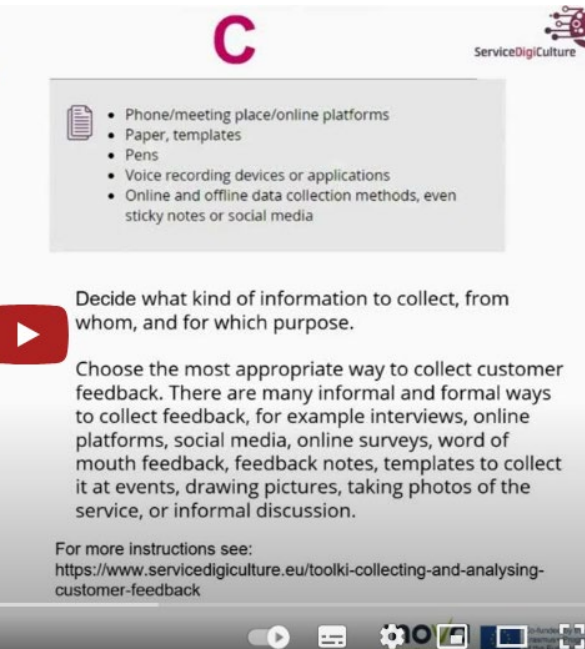
The aim is to ask current customers about their experience using the service and analyse this feedback.

For example, a hotel may ask about customers' experiences staying there. Feedback helps in defining the problem area to solve. It can for instance reveal what customers like, how they feel about services and products, what an organisation is doing right, but it also provides information about needs and modifications required by customers.

Customer feedback can provide valuable information for the problem area and narrow it towards the root cause to be tackled at the Research phase.

When analysing data identify which aspects and issues stand out the most from the data. For example, what are the customers happiest or most disappointed about? For each area of deficiency, analyse the root cause(s) taking into account positive and negative answers. This helps you to define what you need to focus on in research.

- **Likes, dislikes, wishes, wants.**



Decide what kind of information to collect, from whom, and for which purpose.

Choose the most appropriate way to collect customer feedback. There are many informal and formal ways to collect feedback, for example interviews, online platforms, social media, online surveys, word of mouth feedback, feedback notes, templates to collect it at events, drawing pictures, taking photos of the service, or informal discussion.

For more instructions see: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-collecting-and-analysing-customer-feedback>



R=Tutkimus

Tämän vaiheen päätavoitteena on tutkia tunnistettua ongelmaa ja kerätä siitä lisätietoa. Kun ydinongelma on määritelty, tarkempi perehtyminen siihen auttaa tunnistamaan oikeat työkalut ongelman käsittelyyn ratkaisun löytämiseksi.

Tutkimus tarkoittaa myös yhteyden luomista asiakkaisiin ja heidän tarpeidensa selvittämistä. Näin tutkimus tarjoaa mahdollisuuden tunnistaa asiakkaiden toiveet ja tehdä palveluista käyttäjäystävällisempiä, kestävämpiä ja merkityksellisempiä.

Lue lisää tästä vaiheesta ja tutustu tämän vaiheen työkaluihin osoitteessa:

<https://www.servicedigiculture.eu/fi/service-design-model-phase-2>

Vaiheen työkalut



Empatiahaastattelu

Haastattelut syvemmän käsityksen luomiseksi tutkittavasta asiasta



6 kysymystä

6 kysymystä kattavan kuvan luomiseksi asiasta



Service blueprintin kartoitus

Visuaalinen malli palvelusta sen tutkimiseen



Empatiakartta

Visuaalinen kartta asiakkaan ajatuksista ja reaktioista ratkaistavasta ongelmasta



Kuvahaastattelu

Haastattelu kuvia käyttäen välittämien vastausten saamiseksi



Luotainpäiväkirja

Itsedokumentointi- ja pohdintamenetelmä päiväkirjamuodossa



Sidosryhmäkartta

Sidosryhmien visualisointi sisältäen niiden merkitykset ja toistensa väliset suhteet



Havainnointi

Käyttäjäkokemustiedon saaminen havainnoimalla

Tutkimus-vaiheen videot:

[Research Empathy Interviews \(Empatiahaastattelu\)](#)

Let's play and explore some tools

• Empathy interviews

Interviews are a way to delve into an issue and get a better understanding and insight of the identified problem.

In design, the interview approach is usually empathetic with plenty of use of open-ended questions leaving space for the interviewees to talk in their own words about the matter and what is important to them.


They are a way to establish a better connection with customers and stakeholders, and learn about their mindset, needs, emotional and subconscious aspects, reactions, body language, perception on the researched topic and behaviour in situations and environments.

You can also use this technique with staff to explore the differences between the perspectives of the external and internal parties.

For more instructions see:
<https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-empathy-interviews>

Don't make assumptions!

- Start with warm up questions and then go further
- 'I saw you enjoyed the film, you picked the book up in the gift shop, looked at it and put it down again...can you tell me about the thoughts you had?'



ServiceDigiCulture

0:06 / 3:16

[Research observation \(Havainnointi\)](#)

Let's play and explore some tools

• Observation

Observation is used to obtain information of how users interact with a topic of research as a way to understand how it works. It exposes how people behave in a research situation: what they do and say, how they react, what their body language is, what facial expressions or gestures are, and the things they are not doing.


This reveals usability issues, what the user experience is, what is functional, necessary, wished for and non-functional, and from whose perspective.

What are you going to research? Why are you doing your research? What will you do with the findings? How many participants will you need to achieve your objectives?

Write notes. Focus on what participants are doing and not doing, their body language and gestures. Write down some data as well - how many times an action is repeated, how long it takes, steps covered, etc. At the same time, it is important to minimise the possible observer effect. Try to find the balance - be as close as possible to the participants yet influence them as little as possible.

For more instructions see:
<https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-observation>

Example:
Sarah, a potter with a studio and workshop observed customers for an hour. She was curious why she made no sales. She noticed children loved to pick up pots too. She spoke to parents and found her prices were too high. She developed new designs to feature a 'pocket money table' of smaller items and quirky miniatures, and even added faulty items with a big sign 'NOT PERFECT- PLEASE FIND ME A HOME' and she made sales and profit.



ServiceDigiCulture

0:16 / 2:47



E= Ideointi

CREATE-mallin kolmas vaihe keskittyy ideointiin. Tässä vaiheessa luodaan tutkimusvaiheen tulosten pohjalta ideoita tunnistetun ongelman ratkaisemiseksi. Ideointi pohjautuu tutkimusmateriaaliin, joka ohjaa myös sopivimpien ideointityökalujen valintaa. Tämä on divergentti vaihe, eli vaihe, jossa luodaan paljon ideoita. Tässä vaiheessa on tärkeää muistaa, ettei oikeita ja väriä ideoita ole. Kun ideoita syntyy paljon, niiden joukosta on helpompi löytää toimivia, käyttäjälähtöisiä ja toteuttamiskelpoisia vaihtoehtoja.

Lue lisää tästä vaiheesta ja käytä tämän vaiheen työkaluja osoitteessa: <https://www.servicedigiculture.eu/fi/service-design-model-phase-3>



Ideariihi kirjoittaen

Hiljainen ideointi kirjoittaen ja inspiroituminen muiden ideoista

Vaiheen työkalut



Bodystorming

Toiminnallinen tapa ideoida ja havainnoida palvelua



Inspiraatiotaulu

Inspiraatiotaulu tukemaan ideointia



Ideariihi

Ryhmäideointimenetelmä



Analogiat

Yhdenvertaisuudet ja analogiat ideoiden lähteenä



Persoona

Kuvitteellinen kuvaus tyypillisestä asiakkaasta



Yhteiskehittämistyöpaja

Ideointi yhdessä asiakkaiden ja sidosryhmäläisten kanssa



Morfologinen analyysi

Ideointimatriisi palvelun ominaisuuksista



Täytyy, pitäisi ja voisi olla, ei tule olemaan

Mitä palvelussa täytyy, pitäisi ja voisi olla, ei tule olemaan



SCAMPER

Korvaa, yhdistä, mukauta, muokkaa, laita muuhun käyttöön, eliminoi ja järjestä uudelleen palvelun ominaisuuksia



Joukkoistaminen

Joukkovoiman valjastaminen ideointiin



Kilpailukartta

Olemassa olevien ratkaisujen visuaalinen luokittelu



Miellekartta

Visuaalinen ideointityökalu

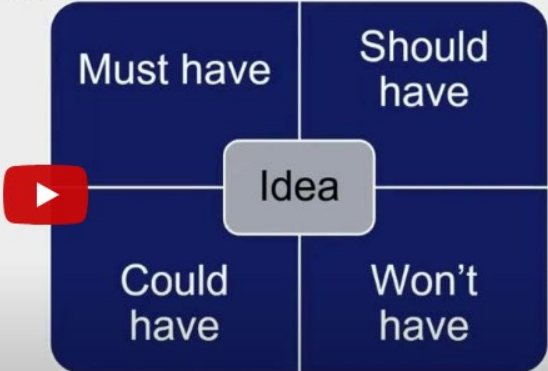
Ideointi-vaiheen videot:

[Must Have, Should Have, Could Have E Exploring \(Täytyy, pitäisi ja voisi olla, ei tule olemaan\)](#)

ServiceDigiCulture

Let's play and explore some tools

- Must have, should have, could have, won't have.
- Use a 4 box model
- A table
- Flip chart
- Named stations around a room-participants write ideas
- Add post its to the headings
- You could then vote
- Most popular
- Least popular



0:00 / 0:29

Erasmus+



A= Vaihtoehtoiset prototyypit

Tämän vaiheen tavoitteena on luoda valituista ideoista erilaisia konsepteja ja prototyyppejä ja antaa niille visuaalinen ja konkreettinen muoto, jota voidaan testata seuraavassa vaiheessa. Ensin valitaan rajoitettu määrä ideoita, yleensä 3–5. Niistä kehitetään konsepteja, jotka ovat lyhyitä visuaalisia esityksiä ideasta ja sisältävät jonkin verran tekstiä. Prototyypit ovat karkeita esityksiä palvelusta, jotka luodaan valitusta konseptista testaus- ja kehitystarkoituksiin.

Lue lisää tästä vaiheesta ja käytä tämän vaiheen työkaluja osoitteessa:

<https://www.servicedigiculture.eu/fi/service-design-model-phase-4>

Vaiheen työkalut



Konseptien visualisointi

Konseptin vieminen helposti ymmärrettävään visuaaliseen muotoon



Roolileikki

Palvelujen prototypointi roolileikin avulla



Service blueprintin prototyyppi

Palvelun prototyypin arviointi



Merkitysten luokittelu

Visuaalinen työkalu ideoiden luokitteluun ja valintaan



Karkeat prototyypit

Nopeita, yksinkertaisia, halpoja ja matalan teknologiatason prototyyppejä



Nopeat kokeilut

Menetelmä nopeiden ja helppojen prototyyppien luomiseen



Visuaalinen äänestys

Ideoiden visuaalinen äänestys

Vaihtoehtoiset prototyypit –vaiheen videot:

[General Alternative Prototypes \(A\)](#)

Alternative prototypes and concepts

The aim of this phase is to create different concepts and prototypes of the selected ideas.


Develop concepts and prototypes, and give them visual and tangible form to be tested at the next phase.

First a limited number of ideas, usually 3-5, are selected and developed into concepts.

These are short visual presentations of the idea that include some text, presenting, explaining and justifying it in a nutshell, and "selling" it to stakeholders. Prototypes are rough presentations of a service that are created from a selected concept for testing and development purposes.

Visual prototypes test their usability and user-orientation.

Can you explore different prototypes and create visual solutions?



ServiceDigiCulture

Photo by Amélie Mousion on Oceansplash

20

[General Alternative Prototypes \(B\)](#)








Suggested exercises to try at stages of the Create model

Alternative prototypes

Suggest trying exercises:

- Role play
- Service blueprint prototype
- Dot voting

Tools of this phase

 Concept visualisation Presenting concepts and try to understand what form	 Roleplay Presenting different service through roleplay	 Service blueprint prototype A detailed visualization of the service and its aspects	 Affinity diagram A method for sorting and relating ideas
 Low-fidelity prototype Quick, simple ideas and low technology prototypes	 Rapid experiments Used to generate and iterate quick and low cost prototypes	 Dot voting Sorting and selecting ideas with stickers	

<https://www.servicedigiculture.eu/service-design-model-phase-4>

ServiceDigiCulture

[Role play from alternative prototypes \(Roolileikki\)](#)

Let's explore some tools

- **Role play**

Roleplay is a prototyping tool that can help quickly elicit and collect user experience of a service prototype. It provides authentic information and helps you understand user requirements and expectations as it encourages participants to act and react naturally in prototyping situations.

Roleplay can be re-played for creating new service prototypes to gather more data on a different user experience and functional service features, and be re-used as many times as needed by simply changing aspects in the scenarios, which enables one to create multiple service prototypes.

You can have many scenarios, each one changing elements that will result in different user experience with the service. So, for example, you could test how customers engage with staff, what happens if there's a digital check in, can they navigate it? You could give them different ways to check in ad se what they like and dislike. You might give them a phone with an app and see how they manage that.

Provide the roleplay script to the participants and ask them to either play it as themselves or take specific roles based on instructions. Encourage them to immerse themselves in the script and play it out in as much detail as possible.

Let the participants roleplay the service prototype. Don't interfere in the process, but observe their actions and reactions and take notes.

After the roleplay, ask the participants to reflect on the service and interaction with and during it.

0:04 / 2:38 <http://www.serviceculture.eu/toolkit-roleplay>

[Service Blueprint from Alternative Prototypes \(Service Blueprintin prototyppi\)](#)

Let's explore some tools

- **Service Blueprint Prototype**

SERVICE BLUEPRINT TEMPLATE
Guided user journey and service blueprint exercise

PHYSICAL EVIDENCE

CUSTOMER ACTIONS

FRONTSTAGE CUSTOMER ACTIONS

LINE OF VISIBILITY

BACKSTAGE CONTACT ACTIONS

SUPPORT ACTIONS

0:00 / 1:12 [Erasmus+](#)



T= Testaus

Kun prototyypit ovat valmiita, on aika testata niitä käyttäjien ja sidosryhmien kanssa. Testauksella selvitetään, miten käyttäjät kokevat palvelut ja tuotteet, ja mitä mieltä he ovat niistä, mitä vikoja niissä on, mikä toimii hyvin, mitä täytyy parantaa tai muuttaa, ovatko palvelut käyttäjälähtöisiä ja intuitiivisia tai liian monimutkaisia. Testauksesta saatujen tietojen avulla palvelun tai tuotteen prototyyppiin tehdään tarvittavat korjaukset, jotta se voidaan viimeistellä. Joskus on tarpeen järjestää useampi kuin yksi testauskierrros.

Lue lisää tästä vaiheesta ja käytä tämän vaiheen työkaluja osoitteessa:

<https://www.servicedigiculture.eu/fi/service-design-model-phase-5>

Vaiheen työkalut



Palvelun tekninen määritelmä

Yksityiskohtainen kirjallinen määritelmä palvelusta



Arviointimatriisi

Matriisi prototyyppien laadun arvioimiseksi prototyyppin lopullista valintaa varten



Usability testing

Prototyyppin käytettävyyden testaaminen



Kontaktipisteiden analyysihaastattelu

Asiakaspalaute palvelun kosketuspisteistä ja sen analysointi



Arviointityöpaja

Sidosryhmät arvioivat prototyyppijä



Pilotointi

Lopullisen prototyyppiversion pilotointi ennen viimeistelyä

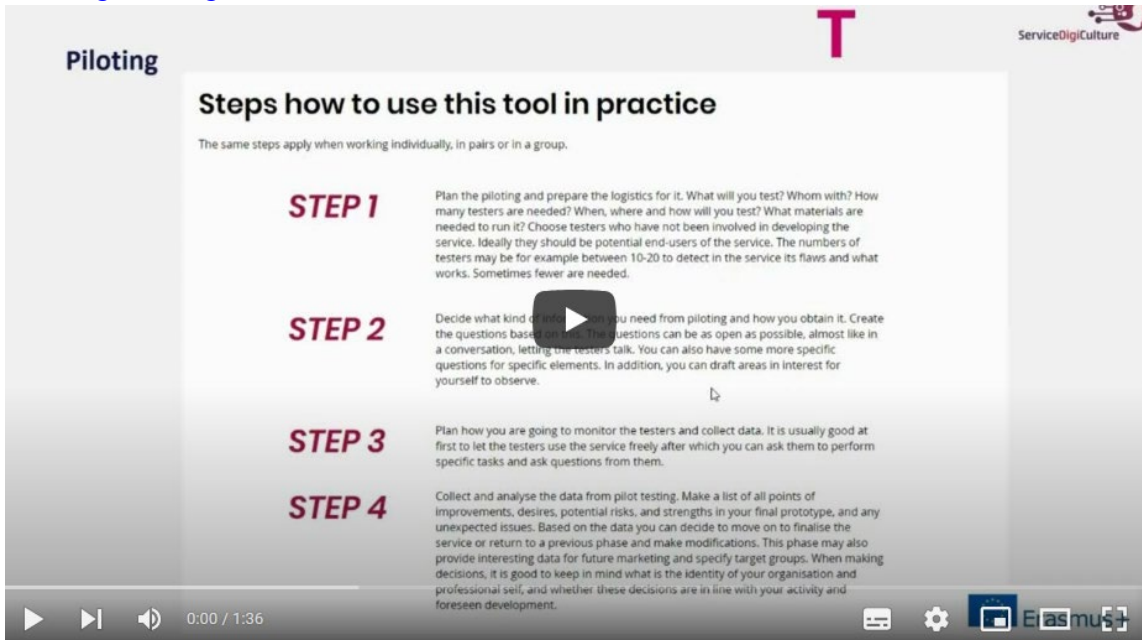


Arvolupauskanvas

Arvolupauksen luominen

Testaus-vaiheen videot:

[Piloting testing \(Pilotointi\)](#)



Piloting

Steps how to use this tool in practice

The same steps apply when working individually, in pairs or in a group.

STEP 1 Plan the piloting and prepare the logistics for it. What will you test? Whom with? How many testers are needed? When, where and how will you test? What materials are needed to run it? Choose testers who have not been involved in developing the service. Ideally they should be potential end-users of the service. The numbers of testers may be for example between 10-20 to detect in the service its flaws and what works. Sometimes fewer are needed.

STEP 2 Decide what kind of information you need from piloting and how you obtain it. Create the questions based on it. The questions can be as open as possible, almost like in a conversation, letting the testers talk. You can also have some more specific questions for specific elements. In addition, you can draft areas in interest for yourself to observe.

STEP 3 Plan how you are going to monitor the testers and collect data. It is usually good at first to let the testers use the service freely after which you can ask them to perform specific tasks and ask questions from them.

STEP 4 Collect and analyse the data from pilot testing. Make a list of all points of improvements, desires, potential risks, and strengths in your final prototype, and any unexpected issues. Based on the data you can decide to move on to finalise the service or return to a previous phase and make modifications. This phase may also provide interesting data for future marketing and specify target groups. When making decisions, it is good to keep in mind what is the identity of your organisation and professional self, and whether these decisions are in line with your activity and foreseen development.

0:00 / 1:36

Etas mus



E= Viimeistely

CREATE-mallin viimeisessä vaiheessa (Exiting eli viimeistely) palvelu viimeistellään tuotavaksi markkinoille asiakkaiden käyttöön. Tämä tarkoittaa palvelun kaikkien ominaisuuksien, vastuiden, toimituksen (kuka palvelua toimittaa, milloin ja miten), materiaalien, laitteiden, resurssien ja seurantatoimien tarkkaa ja yksityiskohtaista suunnittelua. Prosessin tueksi laaditaan toteutussuunnitelma. Tuotteen valmistelu markkinoille voi sisältää myös palveluun liittyvää sisäistä koulutusta yrityksessä tai organisaatiossa.

Lue lisää tästä vaiheesta ja käytä tämän vaiheen työkaluja osoitteessa:

<https://www.servicedigiculture.eu/fi/service-design-model-phase-6>

Vaiheen työkalut



Toteutussuunnitelma
Suunnitelma palvelun
viimeistelemiseksi
markkinoille



Palvelun käyttövisio
Valmiin palvelun
tavoitteen ja vision
määrittely



Palautekartta
Kerätyn
asiakaspalautteen
visualisointi seurantaa
varten



**Kontaktipisteiden
seuranta**
Palvelun
kontaktipisteiden
jatkuva seuranta

Viimeistely-vaiheen videot:

[Exiting E Action](#)

ServiceDigiCulture

What are you going to do next?

Homework plan your next steps.

Where does your attention need to be?

The diagram illustrates the Engineering Design Process (EDP) as a continuous cycle of six steps:

- C Clarity**: Identify the problem to solve. Clarity the problem area.
- R Research**: Investigate to gain insight about the identified problem.
- E Exploring ideas**: Generate multiple possible ideas.
- A Alternative strategies**: Create and select concepts and prototypes.
- T Testing**: Test prototypes, plan, select user feedback.
- E Exiting**: Evaluate the service/product, plan the action.

ServiceDigiCulture

0:00 / 0:33

[Vision E Exiting 1](#)

ServiceDigiCulture

Vision statement

STEP 1 The main result of your process, the service as the title, the goal of your work.

0:00 / 2:48


[Exiting and Action Planning E](#)

Insights

Ideas

Intentions

What are you going to do next?



The image shows a hand holding a black pen, writing on a spiral-bound notebook. The text on the notebook reads 'Every day' in cursive, 'IS A' in small capital letters, 'fresh' in cursive, and 'START' in bold, block capital letters. The notebook is on a dark surface. In the top right corner of the video frame, there is a logo for 'ServiceDigiCulture'. At the bottom of the video frame, there is a playback control bar with a play button, a volume icon, and a timer showing '0:02 / 3:51'. Below the timer, it says 'Photo by Robert...' and there are icons for social media and other sharing options.

Miten ServiceDigiCulture- valmennusta ja -työkalupakkia käytetään

Tämä osa oppaasta tarjoaa käytännön tietoa ServiceDigiCulture-valmennuksen ja -työkalupakin käyttämiseen.

Päästäksesi alkuun:

1. Aloita tutustumalla siihen, mitä palveluinnovointi ja palvelumuotoilu ovat, sillä nämä käsitteet ovat lähtökohta valmennukselle, ja tarvitset tietämystä niistä koko valmennuksen ajan. Saatat huomata, että olet jo tehnyt työssäsi jotain näiden kaltaista, ja että palveluinnovointi sekä palvelumuotoilu ovat yllättävän käytännönläheisiä ja jotain, mitä voit hyödyntää päivittäisessä työssäsi ja toiminnassasi. ServiceDigiCulture-valmennus käyttää palvelumuotoilua palvelujen innovoinnin keinona. Katso video palveluinnovoinnista ja palvelumuotoilusta [valmennusalustalla](#).
2. Tutustu palveluinnovaatioesimerkkeihin [valmennusalustalla](#) saadaksesi ideoita, mitä palveluinnovointi kulttuuri- ja luovilla aloilla voi olla.
3. Harjoittele muotoilijan mentaliteettia ja ajattelutapaa lämmittelyharjoitusten avulla. Muotoilu on sekä työmenetelmä että mentaliteetti. Jokaisen lämmittelyharjoituksen aihe vastaa jotain muotoilun mentaliteetti- tai työmenetelmäaluetta. Löydät nämä [valmennusalustalta](#).
4. Harjoittele ideointia valmennusalustalla olevien [ideointiharjoitusten](#) avulla.
5. Tee miellekartta itsestäsi käyttäen [valmennusalustalla](#) olevaa mallia.
6. Hyödynnä [valmennusalustalla](#) olevia materiaaleja ja työkalupakkia.
7. Hanki haaste työstettäväksi valmennuksen aikana! Työstettävä tapaus tarvitaan, jotta voit työskennellä palveluinnovoinnin parissa. Se voi olla, ja normaalisti on, jokin ongelma tai haastealue, kuten myynnin laskeminen. Aihe voi olla edellisen kaltainen yleinen aihe, jonka syvempi tutkiminen paljastaa oikean heikommin havaittavissa olevan haasteen, mutta joskus varsinainen haaste on jo tiedossa.
8. Ota kuppi kahvia tai teetä tai lasi vettä, ja rentoudu!

Tarvittavat materiaalit

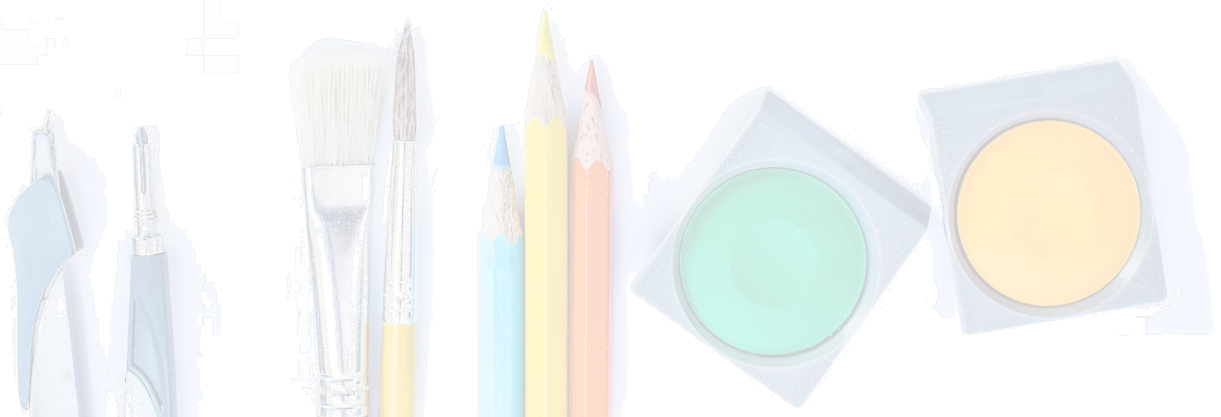
Jokaisen CREATE-työkalun yhteydessä on kerrottu, mitä materiaaleja siinä käytetään. Voit myös soveltaa niitä. Tarvittavia materiaaleja ovat:

- ServiceDigiCulture-valmennusalusta ja työkalupakki:
<https://www.servicedigiculture.eu/fi/toolkit-training>
- Työkalujen tehtäväpohjat, jotka löytyvät kyseisten työkalujen yhteydessä.
- Muu työkalujen yhteydessä ilmoitettu materiaali, kuten:
 - Eri värisiä tusseja ja kyniä.
 - Eri värisiä post-it -lappuja. Voit käyttää näiden sijaan myös eri värisiä paperilappuja, sinitarraa, teippiä ja nastoja.
 - Paperia ja eri kokoisia paperiarkkeja.
 - Muistikirjoja.
 - Valkotaulu tai fläppitaulu. Nämä voidaan korvata isoilla paperiarkkeilla.
 - Teippiä, sakset, vanhoja lehtiä.
 - Kamera, ääninauhuri, tietokone, puhelin, tabletti...

Mitä voit kehittää?

Palveluiden kehittäminen on enemmän kuin peruspalvelujen kehittäminen. Voit kehittää esimerkiksi:

1. Kokonaan uusia erillisiä palveluja.
2. Palveluja tuotteista.
3. Palvelu-tuote -yhdistelmiä.
4. Lisäyksiä muihin palveluihin tai tuotteisiin, jotka tukevat ja täydentävät näitä.
5. Digitaalisia versioita henkilökohtaisista palveluista, kuten Ballet Coach -esimerkissä.
6. Tuotteita tukemaan palvelun toteuttamista, kuten Domino's Pizza -esimerkissä.



Työskentely yksin ja muiden kanssa

ServiceDigiCulture-prosessia ja -työkaluja voidaan käyttää työskennellessä yksin ja muiden kanssa. Joissain lämmittelyharjoituksissa saatetaan tarvita muiden henkilöiden osallistumista, kuten on ilmoitettu harjoituksen yhteydessä. On kuitenkin aina tärkeää saada asiakkaat, käyttäjät ja sidosryhmät mukaan eri kehitysprosessiin ja sen eri vaiheisiin. Keitä he ovat, ja miten he osallistuvat prosessiin, riippuu organisaatioista ja työstettävästä haasteesta/projektista.



Ohessa on vinkkejä itsenäiseen työskentelyyn sekä sidosryhmien osallistamiseen kehitysprosessiin resurssiystävällisesti:

1. Hyödynnä verkostojasi mielipiteiden saamiseksi kollegoiltasi, perheeltäsi ja ystäviltäsi.
2. Voit valjastaa sosiaalisen median saadaksesi mielipiteitä, lähettääksesi kutsuja, arviointiin, äänestämiseen, verkostoitumiseen ja muuhun toimintaan. Asiakkaat voivat esimerkiksi äänestää ideoita Pinterestissä. Voit myös muodostaa ryhmiä samanhenkisten kulttuurin ja luovan alojen toimijoiden kanssa.
3. Käytä omia tai julkisia tiloja (lupa tarvitaan) ihmisten sitouttamiseen.
4. Hyödynnä kilpailuja ja joukkoistamista saadaksesi ideoita, mielipiteitä ja tietoa kokemuksista.
5. Kenties opiskelijat voivat auttaa sinua, koska he tarvitsevat käytännön harjoittelua opintojaan varten.
6. Virtuaalisia työkaluja voidaan käyttää eri tavoin, esimerkiksi tiedon analysointiin resurssiystävällisellä tavalla.
7. Käytä visuaalisuutta (asioiden ja ideoiden esittämistä visuaalisesti) aikaa säästääkseen.

Mitä muuta on hyvä ottaa huomioon?

1

Innovaatio/innovointi

Palveluinnovaatioiden ei tarvitse olla "isoja". Pieni ja ihmislähtöinen riittää. Touching the Prado -esimerkissä innovaation ydin oli luoda näkövammaisille soveltuvia versioita taideteoksista.

2

Digitalisaatio

Digitalisaation ei tarvitse olla palvelun pääelementti, mutta se voi olla sitä tukeva ja mahdollistava, kuten trondheimiläisen Nidaros-katedraalin esimerkissä lasten piirustusten muuttaminen lasimaalauksien näköisiksi.

3

Kestävyys

Kestävyys on usein jo osa kulttuuri- ja luovia aloja. Esimerkiksi vuosisatoja vanhaa musiikkia esitetään yhä tänään, ja näin kulttuuriperintöä pidetään yllä ja elävänä. Vastaavasti käsityö on normaalisti ympäristön kannalta kestävää.

4

Strategia

Miten innovoidut palvelut ovat linjassa strategiasi kanssa? Mitä strategisia toimia ja päätöksiä tarvitaan uusien palvelujen vuoksi? Kuinka valmistautua ennakoiden tuleviin muutoksiin? Lisää tästä strategisessa ennakkointioppaassa.

5

Tuntemus, itsetutkiskelu ja päiväkirjan pitäminen

Palveluinnovointihaastetta työstäessäsi saatat huomata, että moni asia on tutun oloinen, ja että olet jo tehnyt jotain palveluinnovoinnin ja palvelumuotoilun kaltaista. Voit myös pitää päiväkirjaa havainnoistasi ja ideoistasi, mikä on sinulle tuttua, ja mikä on mielestäsi hyödyllisintä.

Palveluinnovointihaasteen työstäminen ja CREATE-työkalujen käyttäminen

Tunnistettuasi työstettävän haasteen, voit aloittaa palveluinnovaatio- ja suunnitteluprosessin. Tärkeimmät materiaalisesti tähän ovat CREATE-palvelumuotoiluprosessimalli ja -työkalupakki, jotka löydät valmennus- ja työkalupakki -sivulta: <https://www.servicedigiculture.eu/fi/toolkit-training>

Kehitysprosessi noudattaa CREATE-palvelumuotoiluprosessia ja käyttää sen jokaisessa haasteesi kannalta sopivimpia työkaluja. Vaikka kehitysprosessi on vaiheittain etenevä, voidaan tarvittaessa palata uudelleen aikaisempiin kehitysvaiheisiin.

Lisää esimerkkejä ja opastusta palveluinnovointihaasteen parissa työskentelyyn löytyy Palveluinnovoinnin käytännön harjoitukset -osiosta:

1. **Palveluinnovoinnin tapausesimerkit-osio** tarjoaa esimerkkejä siitä, miten CREATE-mallia ja -työkaluja on käytetty työstettäessä erilaisia haasteita.
2. **Opastettu palvelupolkuun ja palvelumallin kuvaukseen liittyvä harjoitus -osio** on hyödyllinen vaiheittain etenevä harjoitus palvelupolusta ja service blueprintistä (kaavio palvelusta kokonaisuudessaan sekä asiakkaan että organisaation näkökulmasta).
3. **Palveluinnovointi käytännössä -osio** toimii eräänlaisena verkkovalmentajana, joka opastaa sinua CREATE-vaiheiden läpi työskennellessäsi oman palveluinnovointihaasteesi parissa. Se antaa käytännön ohjeita siitä, mitä kussakin vaiheessa tulee tehdä, ja sisältää pohdintahetkiä.

Kuinka käyttää CREATE-työkaluja?

Jokainen CREATE-vaihe sisältää joukon työkaluja, joiden vaiheet, sekä niissä tarvittavat työkalut ja aika on kerrottu kunkin työkalun yhteydessä. Tässä on viisi käytännön vinkkiä työkalujen käyttöön:

1. **Työkalujen valinta:** Kaikkia työkaluja ei tarvitse käyttää jokaisen CREATE-vaiheen aikana. Kussakin vaiheessa käytettävien työkalujen määrä riippuu käsittelemästäsi haasteesta ja siitä, mitä haluat saavuttaa. Usein jokaisessa vaiheessa käytetään esimerkiksi vähintään kolmea työkalua. Mikäli palaat samaan vaiheeseen työstettyäsi seuraavia työvaiheita, voit joko käyttää samoja tai muita kyseisen vaiheen työkaluja.

2. **Aika:** Työkalukuvaksen yhteydessä mainittu kesto on ohjeellinen ja se voi vaihdella työstettävän haasteen ja työkalun käyttötavan mukaan. Esimerkiksi työkalua, jonka kestoksi on merkitty 1 tunti, voidaan käyttää myös 2 viikkoa.
3. **Materiaalit:** Jokaisen työkalun yhteyteen on kirjattu siinä tarvittavat materiaalit. Joitakin niistä voidaan kuitenkin muokata, kuten on mainittu aikaisemmassa osiossa Tarvittavat materiaalit.
4. **Samojen työkalujen käyttö CREATE-mallin eri vaiheissa:** Joitain työkaluja voidaan käyttää CREATE-mallin eri vaiheissa. Esimerkiksi tässä työkalupakissa roolileikki on sijoitettu Vaihtoehtoiset prototyypit -vaiheeseen prototyyppien valmistusta varten, mutta sitä voidaan käyttää myös tutkimukseen, ideointiin ja testaamiseen vastaavissa CREATE-vaiheissa.
5. **Ihmiset:** Muotoilupohjaisessa kehittämis- ja innovointiprosessissa on aina mukana ulkopuolisia ihmisiä kuten asiakkaita, palvelun käyttäjiä ja sidosryhmiä. Heidän osallistamisensa kehitysprosessiin ei tarvitse olla työläs prosessi, vaan se voi tapahtua vaikka julkisella paikalla, kuten kirjastossa, sosiaalisessa mediassa tai omissa tiloissasi. Olennaista on astua heidän asemaansa ja miettiä, mistä olisi helpoin löytää heidät ja saada heidät osallistumaan prosessiin.



Työkalujen käyttöjärjestys CREATE-prosessin eri vaiheissa

Työkalujen käytölle ei ole muuta erityistä järjestystä kuin CREATE-vaiheet. Työkaluista saadaan kuitenkin eniten irti, mikäli joissakin CREATE-vaiheissa niitä käytetään tietyssä järjestyksessä.

C

Tavoitteiden asettaminen

Mikä tahansa työkalu

Vaiheen päättäminen *Toimintasuunnitelma*-työkalulla, joka ohjaa kohti seuraavaa kehittämisvaihetta ja hahmottelee sitä

R

Vapaa työkalujen käyttöjärjestys

E

Vapaa työkalujen käyttöjärjestys

A

Ideoiden valinta: Visuaalinen äänestys ja Merkitysten luokittelu

Konseptien luominen: Konseptien visualisointi

Konseptien valinta: Visuaalinen äänestys ja Merkitysten luokittelu

Ensimmäiset prototyypit: Roolileikki, Karkeat prototyypit, Service Blueprintin prototyyppi, Nopeat kokeilut

T

Varhaisempien prototyyppien testaus: *Kontaktipisteiden analyysihaastattelu, Käytettävyyden testaus, Arvolupauskanvas*

Lopputestaus: *Pilotointi (pilottitestaus)*

Prototyyppien päivittäminen jokaisen testausvaiheen jälkeen: *Palvelun tekninen määritelmä*

Arviointi: *Arviointimatriisi, Arviointityöpaja, A-vaiheen työkalut, muut arviointityökalut*

E

Palvelun viimeistely markkinoille: *Toteutussuunnitelma, Palvelun käyttövisio*

Palvelun seuranta markkinoilla: *Palautekartta, Kontaktipisteiden seuranta*

Kehitä omia työkaluja

Voit myös kehittää omia työkaluja. Alla on lyhyt vinkkilista tähän tarkoitukseen:

1. Mieti, mitä haluat saada työkalulla aikaan, mikä on sen tarkoitus, ja missä kehitysprosessin vaiheessa siitä voisi olla hyötyä.
2. Pohdi, miten se ottaa käyttäjät huomioon, ja kehittää empatiaa ja ymmärrystä kehitettävästä asiasta ja sen kontekstista.
3. Pidä työkalu avoimena mahdollistaaksesi uudet ja odottamattomat löydöt.
4. Pidä työkalu visuaalisena, kokeellisena, miellyttävänä ja hauskana!
5. Testaa työkalu tietääksesi toimiiko se.

Lopputulokset ja mitä seuraavaksi

CREATE-prosessin lopputuloksena on valmis, markkinoille lanseerattava palvelu. Loppuvaiheessa varsinaisen palvelun kehittämisen lisäksi tulee myös muistaa:

1. Palvelun oheismateriaalien, kuten esitteiden ja käyttöohjeiden, kehittäminen.
2. Huolehtia digitaalisista ja juridisista asioista, sopimuksista ja kolmansien osapuolten roolista.
3. Pohtia, miten viestiä palvelusta ja markkinoida sitä, sekä valmistaa myös nämä toiminnot.
4. Suunnitella, miten mitata tuloksia ja saavutuksia, ja valmistautua näihin.
5. Ajatella kehitysprosessia spiraalina, joka ei pääty viimeistelyvaiheeseen, vaan jatkuu jatkuvan kehittämisen ajatteluna ja palvelun tarkkailuna käytössä, ja tästä saadun tiedon hyödyntämisenä jatkokehityksessä palaamalla alkuun ongelmavaiheeseen.

Lopputulosten mittaaminen

Mitataksesi lopputuloksia:

1. Aloita tavoitteestasi, mitä haluat saavuttaa? Tämän tulisi kattaa myös talouden, myynnin, asiakastyytyväisyyden, sisäiset ja kaikki muut tavoitteet.
2. Aseta tavoitteillesi ja sen jokaiselle osa-alueelle arviointi- ja seurantakriteerit, ja mieti, miten keräät niitä, ja kuinka usein tarvitset tietoa.

3. Suunnittele arviointi- ja seurantatyökalut. Voit luoda omia työkaluja tai käyttää Viimeistely-vaiheen työkaluja. Omat työkalusi voivat olla esimerkiksi Excel-pohjaisia tai CREATE-työkalujen kaltaisia visuaalisia työkaluja. Usein tarvitaan myös kirjallista tietoa. Alla on esimerkki yksinkertaisesta työkalusta asiakastyytyväisyyden seurantaan.
4. Seuraa säännöllisesti tavoitteen saavuttamista, ja päätä ja ryhdy toimenpiteisiin tarvittaessa.



Esimerkki asiakastyytyväisyyttä mittaavasta seurantatyökalusta:

1. Luo Excel-taulukko, jossa voit määrittää asiakastyytyväisyyden nykyisen tason, halutun tason ja sen, milloin haluttu taso pitäisi saavuttaa.
2. Sijoita nämä aikajanan eri päihin ja lisää sitten asiakastyytyväisyyden tarkistuspisteet aikajanalalle.
3. Lisää yhdelle riville asiakastyytyväisyystaso ja sen alapuolella olevalle riville kyseisen tason nousun tai laskun lähtöpisteeseen tai edelliseen tarkistuspisteeseen verrattuna. Voit käyttää tähän eri värejä, esimerkiksi positiivista kehitystä voidaan ilmaista vihreällä, neutraalia keltaisella ja negatiivista punaisella tai oranssilla.

Kokemuksia ServiceDigiCulture- valmennuksesta

Tästä osiosta löydät esimerkkejä ja kokemuksia eri kulttuuri- ja luovien alojen henkilöiltä, jotka ovat käyttäneet ServiceDigiCulture-materiaaleja. Näistä saatat saada ideoita ja tukea siihen, miten voit itse käyttää valmennusmateriaaleja.

Huomaa: joitakin nimiä on saatettu muuttaa henkilöllisyyden suojaamiseksi.

Näyttelijä, Bulgaria

Ala: teatteri

Olen näyttelijä, joka edustaa kuurojen ja kuulovammaisten yhteisöä. Olen osa ammattimaista teatteriryhmää, joka esiintyy useimmiten sekayleisölle (kuuleville ja kuuroille). Haasteena työssäni on saada näytelmän sanoma välittymään niin, että kaikki yleisön jäsenet voivat olla yhtä lailla mukana kokemuksessa. Viittomakielentulkkia ei ole aina mahdollista saada näytelmän ajaksi, joten meidän oli keksittävä keinoja kommunikoida tehokkaammin yleisön kanssa.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

ServiceDigiCulture-valmennuksen aikana opimme kääntymään asiakkaidemme (meidän tapauksessamme yleisön) puoleen saadaksemme palautetta ja ideoita, jotka auttavat meitä parantamaan suoritustamme. Meillä oli mahdollisuus työskennellä yhdessä heidän kanssaan, ja ideoida ja luoda useita prototyyppejä.

Oli todella mukavaa kokeilla ideoitamme juonitiivistelmän jakamisesta oikean esityksen aikana oikean yleisön kanssa. Saatu palaute oli arvokasta ja motivoi meitä näyttelijöitä etsimään keinoja ideamme edelleen kehittämiseksi.

Omat kokemukseni

Pohdin mahdollisia tapoja muuttaa käyttöön ottamamme innovaatio joksikin kestäväksi. Näytelmän tiivistelmä oli ihan hyvä, mutta mietin, voisimmeko tehdä siitä paremman. Tekstin lukeminen pimeässä salissa esityksen aikana oli hieman vaikeaa. Sitten ajattelin, että olisi paljon helpompaa ja kestävämpää luoda QR-koodi, jotta ihmiset voisivat saada tarvittavat tiedot käyttöönsä matkapuhelimillaan. Tällä tavoin digitalisointi voisi auttaa meitä vähentämään paperijätettä ja samalla tarjoamaan paremman kokemuksen yleisölle, joka ei kuule.

Viittomakielentulkki, Bulgaria

Ala: teatteri

Olen viittomakielentulkki ja työskentelen ammattimaisen teatteriryhmän kanssa, joka koostuu kuulevista ja kuuroista näyttelijöistä. Toimin siltana kuurojen ja muiden maailman välillä. ServiceDigiCulture-valmennuksen aikana kohtaamani haaste liittyi kaikkien palvelumuotoiluun ja palveluinnovaatioihin liittyvien käsitteiden ymmärtämiseen. Oli paljon terminologiaa ja työkaluja, joita oli haastavaa tulkita viittomakielellä. Huomasin kuitenkin, että monet niistä voisivat olla hyödyllisiä työssäni.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Luotin siihen, että palvelumuotoilu ja palveluinnovaatiot tarjoavat hyvin visuaalisia työkaluja. Visualisointi on erittäin tärkeää tietyille heikommassa asemassa oleville ryhmille. Se auttaa heitä ymmärtämään käsitteitä ja ajatuksia tiettyjen välineiden takana. Kyky piirtää ja havainnollistaa prosessien ja ideoiden välisiä yhteyksiä auttoi minua todella saamaan viestin perille. Näistä näkökohdista kuurot osallistujat nauttivat eniten.

Omat kokemukseni

Opin kuitenkin, että jokainen haaste voidaan kääntää mahdollisuudeksi oppia jotain uutta. Minun oli oltava luova tavoilla, joita en ole ennen ollut. Se ei ollut aina helppoa, mutta lopulta se onnistui. Olisi mielenkiintoista nähdä palvelumuotoilua ja palveluinnovaatioita koskeva hanke, joka on kehitetty erityisesti heikommassa asemassa oleville ryhmille. Haluaisin nähdä kaikki käsitteet ja työkalut "käännettyinä" yksinkertaisiksi sanoiksi.

Näyttelijä, Bulgaria

Ala: teatteri

Olen kuulovammainen näyttelijä ja kuulun teatteriryhmään. Olin mukana ServiceDigiCulture-valmennuksessa yhdessä kollegojeni kanssa. Työskentelimme yhdessä tapauksen parissa, jonka tavoitteena oli parantaa sekakuuloisen yleisömme ja erityisesti kuulovammaisten kokemusta.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Totuus on, että ServiceDigiCulture-valmennus oli ajoittain haastava, erityisesti kielen osalta. Joitakin käsitteitä ja termejä oli vaikea ymmärtää, mutta visualisointi auttoi paljon. Hankkeen verkkosivut tarjosivat hyvää havainnollistamista, ja tukeuduimme niihin usein työskentelymme aikana.

Omat kokemukseni

Pidin todella paljon viime sessiossa tekemästämme Toteutussuunnitelmasta. Työkalu todella antoi minulle toivoa, ja otin sen ilomielin käyttööni. Se on todella hyödyllinen strategian laatimisessa ja niiden askeleiden visualisoinnissa, jotka on otettava, jotta siitä tulisi todellinen Toteutussuunnitelma. Se auttoi minua näkemään mahdollisuuksia. Olimme käyttäneet samanlaista suunnittelua myös aiemmin, mutta emme näin jäsenellyssä muodossa. Opin, miten hyödyllistä on visualisoida askeleet eteenpäin, sillä se auttaa saavuttamaan tavoitteet.



Museotyöntekijä, mies, Suomi

Ala: Kuntapuoli, museo

Työskentelen pienessä kuntapuolen museossa intendenttinä. Museoyksikköjä on useita, ja eri yleisöryhmien tavoittaminen ja kuntalaisten palveleminen eri palvelujen kautta on tärkeää.

Haasteeksi/tapaukseksi valitsin uusien ja haastavien asiakasryhmien saamisen museon asiakkaaksi. Usein museosisällöt yksinään eivät aukea tai kiinnosta kaikkia kuntalaisia. Erityisesti miehet ja nuoret aikuiset ovat tutkimustiedon ja kokemuksieni mukaan haastava ryhmä saada vierailemaan museoissa.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Valmennus oli kiinnostava kokonaisuus ja herätti pohtimaan perustyötäni palvelumuotoilun kautta. Palvelumuotoilua on tullut työssäni tehtyä paljonkin, vaikka en ole tunnistanut sitä sillä nimellä aikaisemmin.

Työkalut olivat minulle erityisesti ajattelun avaamisen kannalta hyödyllisiä. Miten omaa työtä ja palvelua voi jäsentää eri mallien avulla. Omaan ongelmaani löytyi myös uusia ajatuksia, joita pyrin kokeilemaan työssäni.

Omat kokemukseni

Työkalupakki oli hyvin näppärä ja jaoin sen työtiimini kanssa. Vaikka työkaluja ei alusta loppuun käyttäisi, niin ne ovat helppo apu, kun koittaa saada uudistettua omaa ajattelua siinä, mitä meidän palvelumme ja toimintamallimme ovat.

Palvelumuotoiluvalmennus oli minulle mielekäs kokonaisuus ja aion hyödyntää opittuja työkaluja työssäni. Erityisesti kun uusia palveluja lähtee visioimaan, on hyvä levittää ja sovittaa hahmoteltuja ideoita eri jäsentämismallien päälle.

Käsityö, itsenäinen ammatinharjoittaja, nainen, Suomi

Ala: Neuleiden ja kudonnaisten suunnittelu ja valmistaminen

Koulutukseltani olen koneinsinööri ja kauppatieteiden maisteri. Tällä hetkellä opiskelen taideteollisuusalan erikoisammattitutkintoa, käsityön tekemisen osaamisalaa valmistuen käsityömestariksi vuonna 2024 (73-vuotiaana).

Meidän tehtävämme oli miettiä Kvarken Shopin liiketoimintaa uudelleen ja löytää sille uusia näkökulmia. Keksimme palvelumuotoilun kautta pari uutta ideaa. Ensimmäinen ideamme oli koota paketteja eri tuotteista myytäväksi eri hintaluokissa. Tarjoaisimme niitä myyntiin samaan aikaan, kun matkailijat ostavat matkojaan. Kun he saapuisivat perille, he voisivat noutaa jo maksamansa tuotteet Kvarken Shopin myymälästä. Toinen idea oli järjestää ja suunnitella maksullisia ja toivottuja koru-, huovutus-, keramiikka- ja neulekursseja.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Toteutimme asiakastytyväisyyskyselyn ja keräsimme vieraskirjasta kaikki palautteet. Näiden perusteella saatiin niin positiivista palautetta, että monessa kohdassa voidaan jatkaa samalla tavalla. Tästä jäi kuitenkin pois asiakas- ja sidosryhmien yhteiskehittämisen työkalut. Tein Mind Map -osion ryhmän (Kvarken Shopin) näkökulmasta selkeyttääkseni organisaation näkymättömät palvelut Service Blueprint -ajatuksen tukeutuen. Ajatuksena oli saada palvelumuotoilun käsite istumaan koko ryhmän toimimisen peruspilariksi. Ideariihi pidettiin 26.1. tulevan kesän toimintaa varten. Itse en osallistu Kvarken Shopin myyntiin tänä kesänä, sillä keskityn käsityöprojektiin, jossa tutkin 1920-luvulla käsitöiden kulkeutumista siirtolaisten mukana Minnesotaan Amerikkaan ja niiden säilymistä siellä käsitöinä tai tekemisenä edelleen.

Omat kokemukseni

Parhaan tuloksen olisin saanut, jos olisin keskittynyt enemmän omaan liiketoimintaani, käsitöiden suunnitteluun käyttäen roolipeli-, ketterät kokeilut -malleja sekä hissipuhetta prototyyppien tekemiseen. Näihin kokoaisin tulevaisuudessa luotettavan saman alan idearyhmän arvioimaan palvelumuotoilun konseptiani. Valmennus auttoi minua näkemään toimintatapojeni "taakse" eli asiakkaan näkökulman. Aion käyttää oppimaani sekä yritystoiminnassani ja käsityömestariopintojeni syventämiseksi jatkossa. Kiitän valmennuksen antamasta uudesta näkökulmasta, joka avasi silmiäni näkemään, että asiat eivät tapahdu sattumalta vaan niiden eteen on tehty paljon työtä palvelumuotoilun puitteissa.

Käsityöläinen yksinyrittäjä, Suomi

Ala: Yksinyrittäjä, aloittava yritys, käsityöala

Olen viettänyt suurimman osan työurastani terveydenhoitoalalla (39 vuotta). Olen myös koulutukseltani käsityönopettaja ja käynyt kaksi vuotta KOKEVA-käsityökoulutusta. Olen harrastanut käsityötä nuoresta asti. Nykyään minulla on startup-yritys, joka aloittaa toimintansa toukokuun 2023 alussa. Olen miettinyt paljon yritysmuotoa; yksityinen elinkeinonharjoittaja/kevytyrittäjä, mutta en ole vielä tehnyt lopullista päätöstä.

ServiceDigiCulture ei ollut minulle tuttu, kun aloitin valmennuksen. Tapaukseni käsitteli sitä, miten esittelen ja markkinoin tuotteitani. Aloitin hyvin "yksinkertaisesta" asiasta: suunnittelin lankojen tuotelappuja, mikä oli oikeastaan tuotebrändäystä.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Sain paljon työkaluja erilaisiin tilanteisiin, ja nyt tunnen oloni varmemmaksi kohdata erilaisia ongelmia ja haasteita.

Olin erittäin tyytyväinen valmennukseen. Se on hyvin avoin ja hauska, ja sitä voidaan mukauttaa moniin eri tilanteisiin. Se vaatii kuitenkin paneutumista.

Omat kokemukseni

Pystyin todella päästämään luovuuteni vapaasti valloilleen, mistä Inspiraatiotaulu-työkalu on loistava esimerkki. Sitä voi päivittää jatkuvasti, ja käytän sitä aina, kun minun on mietittävä, miten edetä eteenpäin.

Tiedän ja voin nyt päästää irti (sisäisistä) rajoistani. Joskus jouduin palaamaan takaisin ja miettimään ongelmaa uudelleen. Minusta oli hyvin tärkeää pystyä menemään itseensä ja pohtimaan "ydintunteitani". Aion ehdottomasti käyttää työkaluja tulevaisuudessa. Mielestäni ServiceDigiCulture-valmennus on hyvä tapa pitää "langat" käsissäni.



Kulttuurikeskus, perhe DIY, Puola

Ala: Paikallinen kulttuurikeskus

Järjestimme paikallisessa kulttuurikeskuksessamme ompelutyöpajoja naisille ja heidän lapsilleen. Pohdimme, miten voisimme parantaa palvelua, jotta koko perhe osallistuisi äitien ja ennen kaikkea heidän tyttäriensä lisäksi.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Nähtyäni ServiceDigiCulture-hankkeen materiaalit pilottivalmennuksen aikana minulle kävi selväksi, mitä on tehtävä. Toteutin asiakastarvekyselyn käyttäen pilotoinnin aikana oppimiani työkaluja. Käytin menetelmänä haastattelua. Tämän perusteella kollegani ja minä tulimme siihen tulokseen, että olisi parasta järjestää perheen DIY-työpaja.

Pilottivalmennuksen ansiosta ymmärsin, miten palveluja voidaan suunnitella ottaen huomioon asiakkaiden todelliset tarpeet. Paikallisen kulttuurikeskuksen tehtävänä on tietysti luoda uusia aktiviteettimuotoja asukkaille, mutta se ei estä käyttämästä ServiceDigiCulture-työkaluja keksiessä toimintaa siten, että asukkaat osallistuvat siihen mielellään, sillä se vastaa heidän tarpeitaan ja kiinnostuksen kohteitaan.

Kulttuurikeskus, lasten tarpeet, Puola

Ala: Paikallinen kulttuurikeskus

Nykyisin ei ole väliä, onko palvelu maksullinen vai ilmainen. Paikallisen kulttuurikeskuksen näkökulmasta on vaikeaa ehdottaa tällaista aktiviteettia erityisesti lapsille, jotta he tulisivat keskuksen hoidettuaan koulunsa.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

ServiceDigiCulture-pilottivalmennus sai meidät huomaamaan, että olemme käyttäneet palvelumuotoilumenetelmää jo vuosia, mutta emme tienneet siitä mitään ennen kuin nyt. Hanke ei ainoastaan avannut silmiämme, vaan opetti meille myös, miten rakenteellisesti, jopa strategisesti, lähestyä uusien toimintojen suunnittelua, erityisesti lapsille, jotka ovat hyvin vaativia. Voimme nyt suunnitella toimintaamme paremmin ja ennen kaikkea käyttää valmiita työkaluja, joiden avulla voimme suunnitella, mitä teemme vaihe vaiheelta.

Omat kokemukseni

Meille keskuksessa oli erityisen vaikeaa tunnistaa tarpeita. Emme oikein tienneet, miten toimia. Miten tavoittaa paikallisyhteisö selvittääksemme, mihin aktiviteetteihin asukkaat osallistuisivat. Tämä koski erityisesti lapsia, jotka meidän on tavattava vanhempien tai koulun kautta. Tutkimusvaiheen työkalujen ansiosta voimme nyt tavoittaa helpommin tulevat asiakkaamme. Meillä on myös joitakin ideoita työkalujen muokkaamiseksi paremmin tarpeisiimme sopiviksi.

Taiteilija, yksityisrittäjä, kierrätystaide, Puola

Ala: Taide

Olen tällä hetkellä ihastunut kierrätysmateriaaleista valmistettuihin tavaroihin. Annan toisen elämän vanhoille t-paidoille, laukuille ja huonekaluille. Mutta suuri ongelma on se, etten voi myydä näitä tavaroita. Ajattelin, etten vain ole sopiva kaupalliseen toimintaan.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Tulin valmennukseen peläten suuresti, ymmärtäisinkö todella, mistä tässä kaikessa on kyse. Ja minä ymmärsin. Minulle valkeni, että voisin myydä tuotteitani verkossa. Toteutan verkkosivuprojektin, jonka kehittämisessä ystäväni, IT-asiantuntijat, auttavat minua.

Omat kokemukseni

Pidin työkaluista, joiden avulla on mahdollista visualisoida prosessi, jonka aion toteuttaa. Olen taiteellinen luonne, ja tarvitsen visualisointia ymmärtääkseni. En olisi koskaan uskonut, että se on oikeasti mahdollista oman yrityksen suunnittelussa.

Taiteilija, yksityisrittäjä, Karla, Englanti

Ala: Taide

Minulla on suhteellisen vakiintunut liiketoiminta, mutta etsin aina tapoja kehittää sitä, ansaita enemmän ja tarjota asiakkaille enemmän. Valmennuksen aikana tarkastelin koko prosessia ja päätöksentekopisteitä - minun ja asiakkaan päätöksiä.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Service blueprintin kartoituksesta oli hyötyä, sillä se antoi minulle enemmän varmuutta erityisesti hinnoittelun ja piirustuksiin tehtävien sallittujen muutosten määrän suhteen. Joskus tulee lisätyötä, josta ei aina makseta. Kaikkien näiden erilaisten odotusten tarkastelu sai minut miettimään muutoksia. Pidin valmennuksesta ja otin paljon opittuja asioita käyttöni. Olen tehnyt tähän piirroksen, jossa näkyy ajatukseni ja ajatteluni:



Omat kokemukseni

Yhteistyö muiden osallistujien kanssa oli todella hyödyllistä. He kysyivät kysymyksiä, joita en ollut ajatellut, ja jotkut, jotka olivat jo pidemmälle kehittyneitä liike-elämässä, antoivat minulle itseluottamusta tarkistaa hinnoittelua ja jopa kehittää lisää ideoita kestävästä liikeideoista, tehdä enemmän yhdestä designista, laajentaa palveluita, miettiä muotoilun mahdollisuuksia ja uusia tulovirtoja.

Taiteilija, Helen, Englanti

Ala: Naispuolinen oppisopimusopiskelija, joka harkitsee uraa taiteen alalla

Olen oppisopimuskoulutuksessa, enkä ole varma, millaisessa yrityksessä haluan loppujen lopuksi työskennellä. Minulla on kokemusta hallinnosta ja luovasta työstä. Haasteeni oli ymmärtää joitakin luovien yritysten kohtaamia ongelmia. En ollut tajunnut luovien ja taidealan yritysten määrää ja laajuutta, ja oli inspiroivaa tavata omistajia verkossa ja ymmärtää erilaisia tapoja, joilla ihmiset voivat ansaita elantonsa erilaisista ideoista. Olin käsitellyt joitakin ajatuksia palvelujen parantamisesta aiemmillä kursseilla, mutta palvelumuotoilun käsitteet olivat minulle uusia.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Opin paljon kuunnellessani yritysten omistajia, jotka sovelsivat työkaluja ja konsepteja liiketoimintaansa. Saimme kuulla asioita, joita en ollut aiemmin ajatellut, esimerkiksi liiketoiminnan vuorovaikutustilanteiden tuntemusta ja kokemusta, emotionaalista yhteyttä liiketoimintaan ja kulissien takana tapahtuvia asioita, joilla on merkitystä, ja joita emme aina ajattele. Oli ilahduttavaa, kun he keskustelivat todellisista skenaarioistaan.

Omat kokemukseni

Mielestäni tärkein asia, jonka opin, oli: etsi keinoja saada palautetta jatkuvasti, kysy kysymyksiä, havainnoi, mitä tapahtuu, paljasta asiakkaidesi kätkeyt ajatukset – meillä ei ole tarpeeksi palautetta ja näkemyksiä.



Valokuvauksen harrastaja Mike, Englanti

Ala: Valokuvaamisen harrastaja, joka harkitsee yrittäjäksi ryhtymistä

Minulla on ollut useita yrityksiä, ja olen iloinen voidessani harrastaa valokuvausta. Kiinnostuin vanhan tyylin valokuvauksesta, en digitaalisesta kuvauksesta, vaan palasin takaisin filmikuvien ottamiseen ja filmin kehittämiseen omin käsin. Olen kiinnostunut vanhoista kameroista ja kaikista valokuvauksen muodoista, ja haluan jakaa taitojani muiden kanssa. En ole varma, sanoisinko sitä varsinaisesti haasteeksi - ideani olivat melko uusia, joten en ollut varma, oliko se liikeidea tai jotain, mitä voisin myydä sellaisenaan. En lähinnä ollut varma, missä oli samanhenkisiä ihmisiä (valokuvauksesta kiinnostuneita) tai miten voisin tavoittaa heidät.

Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

Työskentely vertaisten kanssa oli hyödyllistä ideoiden läpikäymisessä, ja persoonaharjoituksessa oli hyvä miettiä, missä ihmiset voisivat sijaita nykyisten harrastustensa ja kiinnostuksen kohteidensa kautta, tarkastella heidän arvojaan, yhteyksiään ja nykyisiä todennäköisiä kiinnostuksen kohteita. Sain ideoita siitä, miten voisin luoda yhteyksiä ihmisiin, joilla voisi olla samanlaisia kiinnostuksen kohteita kuin minulla.

Omat kokemukseni

Yrityksen ulkoasu ja tunnelma ovat yhtä tärkeitä kuin se, mitä "myyt". Aloin miettiä sivuni otsikkoa, joka edustaisi harrastusta valokuvien, vanhojen esineiden ja jopa kirjasintyyppin suunnittelun avulla. Oli tärkeää, että se välittäisi tunnelman ja retronäkökulman... kaikki keinot, joilla voi luoda yhteyden ihmisiin.



Hyödyllisiä resursseja ja työkaluja

Digitaaliset oppimisympäristöt palvelumuotoiluprosessin tukena

Palvelumuotoiluprosessia voidaan tukea useilla digitaalisilla alustoilla. Niitä voidaan käyttää itsenäiseen opiskeluun ja yhteistyöhön. Seuraavat esimerkit havainnollistavat muutamien suosituimpien verkkoalustojen ominaisuuksia, joita kulttuuri- ja luovilla aloilla toimivat henkilöt ja organisaatiot voivat käyttää.

Miro

Miro on hyödyllinen alusta, joka on saatavilla osoitteessa <https://miro.com/>. Alla olevat ohjeet opastavat käyttämään sitä tehokkaasti ja hyödyntämään sen toimintoja parhaalla mahdollisella tavalla:

1. Tutki Miron **ominaisuuksia ja toimintoja** saadaksesi paremman käsityksen ja ymmärryksen siitä, miten sitä voi käyttää itsenäiseen oppimiseen ja yhteistyöhön.
2. **Luo Mirossa taulu**, johon voit järjestää ajatuksesi ja ideasi. Voit käyttää valmiita pohjia tai luoda oman. Voit lisätä tekstiä, kuvia ja muuta sisältöä, joka auttaa järjestämään ajatuksia.
3. Käytä Miroa **muistiinpanojen tekemiseen** järjestääksesi ajatuksiasi ja ideoitasi. Tätä sähköistä alustaa on mahdollista käyttää muistiinpanojen tekemiseen oppimisen tai tutkimuksen aikana.
4. **Kutsu muita alustallesi ja tekemään yhteistyötä kanssasi** reaaliajassa. Tämä on hyödyllistä, työskennellessäsi muiden kanssa projektin parissa.
5. Hyödynnä Miron mahdollisuuksia **ideoiden ja käsitteiden tuottamiseen**. Tähän tarkoitukseen voit käyttää valmiita pohjia tai luoda oman ideariihesi.
6. Käytä Miroa **palvelumuotoiluprosessin kartoittamiseen**. Tämä voi auttaa tunnistamaan huomiota ja resursseja vaativat alueet.
7. Käytä Miroa **luodaksesi prototyyppejä** palvelumuotoiluideoistasi. Tämä auttaa visualisoimaan konsepteja ja testaamaan niitä ennen varsinaista palvelun toteuttamista.
8. **Kerää** Miro-ohjelman avulla **palautetta** muilta palvelumuotoiluideoistasi. Tämä voi auttaa tarkentamaan konseptejasi ja tekemään niihin parannuksia.

Miro voi olla erittäin hyödyllinen väline itsenäiseen oppimiseen ja yhteistyöhön palvelumuotoiluprosessissa. Käyttämällä sitä tehokkaasti voit organisoida ajatuksiasi, tehdä yhteistyötä muiden kanssa ja toteuttaa palvelumuotoiluideitasi.

Vimeo

Tietyt verkkoalustat voivat auttaa hankkimaan tuloja. Esimerkiksi Vimeo (<https://vimeo.com/>) on videoiden julkaisualusta, jota voidaan käyttää luovan sisällön tuottamiseen. Alusta tarjoaa useita ominaisuuksia, jotka voivat tukea tulojen hankkimisessa:

- Voit **myydä pääsyä videoihin**: Vimeo antaa käyttäjille mahdollisuuden myydä pääsyä videoihinsa joko kertaluonteisena ostoksena tai tilausmallilla. Kulttuuri- ja luovien alojen organisaatiot voivat käyttää tätä ominaisuutta sisällön rahaksi muuttamiseen ja tasaisen tulovirran luomiseen.
- **Voit tarjota videoiden tilausvuokrausta**: Vimeon käyttäjillä on mahdollisuus tarjota videoiden tilausvuokrausta. Tämä ominaisuus voi olla erityisen hyödyllinen kulttuuri- ja luovien alojen organisaatioille, jotka tuottavat esimerkiksi dokumentteja tai muunlaista sisältöä, jonka vuokraamisesta ihmiset voivat olla kiinnostuneita.
- **Joukkorahoitus**: Vimeossa on sisäänrakennettu joukkorahoitusominaisuus nimeltä Vimeo Funding. Tämän ominaisuuden avulla voit käynnistää joukkorahoituskampanjoita ja saada tukea yleisöltä.
- **Virtuaalisten tapahtumien järjestäminen**: Vimeo tarjoaa suoratoisto- ja virtuaalisia kokoustyökaluja, joita kulttuuri- ja luovilla aloilla toimivat organisaatiot voivat käyttää virtuaalisten tapahtumien järjestämiseen. Näitä tapahtumia voidaan hyödyntää lippujen myynnillä tai sponsorointimaksuilla.
- **Vimeo On Demand**: Vimeo On Demand on Vimeon sisäinen alusta, jonka avulla luovan alan työntekijät voivat itse levittää ja ansaita rahaa teoksistaan. Kulttuuri- ja luovien alojen yritykset voivat käyttää tätä ominaisuutta myydäkseen sisältöään suoraan yleisölleen ilman ulkopuolisen jakelijan kautta tapahtuvaa jakelua.

Patreon

Toinen alusta, joka voi tukea kulttuuri- ja luovien alojen organisaatioita, on Patreon: <https://www.patreon.com/>.

Patreon on alusta, jonka avulla voit hankkia tuloja työstäsi saamalla jatkuvaa tukea yleisöltä.

Se tarjoaa useita ominaisuuksia, jotka oikein käytettynä voivat vauhdittaa yrityksen/organisaation kasvua. Alla oleva luettelo esittelee ominaisuuksia, jotka voivat auttaa sinua pääsemään alkuun.

- **Voit tarjota yksinoikeudella tuotettua sisältöä** tukijoillesi, kuten vilkaisuja luovan prosessin kulissien taakse, varhaista pääsyä uusiin töihin tai erityisiä tuotteita. Sisältöä voidaan tarjota tukijoille, jotka maksavat erilaisista sisältöpaketeista.
- **Voit luoda jäsenohjelman**, jossa tukijat saavat kuukausimaksua vastaan etuja yksinoikeudella. Tukijat voivat esimerkiksi saada alennuksia tavaroista tai pääsyn yksinoikeudella järjestettäviin tapahtumiin.
- **Voit tarjota yksilöllisiä kokemuksia** tukijoillesi, kuten henkilökohtaisia shoutouteja, räätälöityjä taideteoksia tai henkilökohtaisia konsultaatioita. Näitä kokemuksia voidaan tarjota eri tilauspaketeilla.
- **Voit järjestää kysymys- ja vastaustilaisuuksia** tukijoillesi, joissa vastaat työhösi liittyviin kysymyksiin tai kerrot luovasta prosessistasi. Näitä tilaisuuksia voidaan järjestää säännöllisesti, jotta tukijat voivat sitoutua ja luoda lisäarvoa. Pohdi, miten voit käyttää näitä tilaisuuksia saadaksesi tietoa siitä, mitä asiakkaasi haluavat, ja järjestä pieniä fokusryhmätilaisuuksia.
- **Voit käynnistää joukkorahoituskampanjoita** tiettyjä hankkeita tai aloitteita varten. Kannattajat voivat osallistua kampanjaan ja saada palkintoja Patreon-tilauspakettinsa tason mukaisesti.

Näitä ominaisuuksia käyttämällä voit hyödyntää Patreonia tulojen hankkimiseen ja kannattajayhteisön luomiseen työsi ympärille.

Joukkorahoitus taloudellisen tuen mahdollisuutena

Kulttuurin ja luovien alojen pienyritykset tai yksinyrittäjät voivat hyötyä joukkorahoituksesta keinona tukea toimintaansa taloudellisesti. Joukkorahoitus on menetelmä, jolla kerätään varoja suurelta joukolta ihmisiä, yleensä verkkoalustojen kautta.

Joukkorahoituspalveluita on saatavilla monia, mutta varmista, että ne ovat tunnetuimpia, jotka ovat lueteltu alla:

- **Kickstarter** (<https://www.kickstarter.com/>): Kickstarter on yksi suurimmista joukkorahoituspalveluista, joka tunnetaan luovien hankkeiden, kuten elokuvien, pelien ja taideinstallaatioiden, rahoittamisesta. Se toimii kaikki tai ei mitään - rahoitusmallilla, mikä tarkoittaa, että hankkeen on saavutettava rahoitustavoitteenensa ennen kuin rahoitus myönnetään.
- **Indiegogo** (<https://www.indiegogo.com/>): Indiegogo on toinen suosittu joukkorahoituspalvelu, joka tarjoaa joustavia rahoitusvaihtoehtoja. Hankkeet voivat saada rahoitusta, vaikka ne eivät saavuttaisikaan rahoitustavoitettaan, mutta ne maksavat Indiegogolle siitä korkeamman maksun.
- **GoFundMe** (<https://www.gofundme.com/>): GoFundMe on suosittu joukkorahoituspalvelu henkilökohtaisiin tarkoituksiin, kuten sairauskuluihin tai katastrofiapuun. Sen avulla yksityishenkilöt ja organisaatiot voivat kerätä rahaa erilaisiin tarkoituksiin, ja se tarjoaa joustavia rahoitusvaihtoehtoja.
- **Patreon** (<https://www.patreon.com/>): Patreon on jäsenyyteen perustuva joukkorahoituspalvelu, jonka avulla tekijät voivat saada jatkuvaa tukea yleisöltään. Tilaajat voivat maksaa kuukausittaisen summan, jonka avulla he saavat käyttöönsä yksinoikeudella tuotettua sisältöä ja etuja.
- **Seedrs** (<https://www.seedrs.com/>): Seedrs on joukkorahoituspalvelu, joka keskittyy pääomasijoituksiin ja antaa yksityishenkilöille mahdollisuuden sijoittaa startup-yrityksiin ja pienyrityksiin pääomaa vastaan.
- **Crowdfunder** (<https://www.crowdfunder.co.uk/>): Crowdfunder on Yhdistyneessä kuningaskunnassa toimiva joukkorahoituspalvelu, joka tarjoaa palkkiopohjaista ja osakepohjaista joukkorahoitusta yrityksille ja sosiaalisille yrityksille.
- **Fundable** (<https://www.fundable.com/>): Fundable on joukkorahoituspalvelu, joka keskittyy auttamaan aloittavia yrityksiä ja pienyrityksiä hankkimaan rahaa. Se tarjoaa palkkioihin ja osakkeisiin perustuvia joukkorahoitusvaihtoehtoja.

Nämä ovat vain muutamia monista saatavilla olevista joukkorahoitusaloista, ja jokaisella on omat ainutlaatuiset ominaisuutensa ja vaatimuksensa. On tärkeää tutkia ja vertailla eri aloja, jotta voit löytää parhaiten omiin erityistarpeisiin sopivan vaihtoehdon.

Riippumatta siitä, minkä joukkorahoitusalan valitset toimintasi tueksi, sinun tulisi hyödyntää sen toimintoja käytännössä, sillä aloilla on paljon tarjottavaa.

Esimerkiksi:

- Voit käynnistää joukkorahoituskampanjan tiettyä hanketta varten kerätäkseen rahaa tiettyihin hankkeisiin, kuten elokuvan tuottamiseen tai kirjan julkaisemiseen. Voit tarjota tukijoillesi palkintoja, kuten yksinoikeudella myytäviä tuotteita tai varhaisen pääsyn valmiiseen tuotteeseen.
- Voit järjestää varainkeruutapahtuman ja käyttää joukkorahoitusta lahjoitusten keräämiseen ihmisiltä, jotka eivät voi osallistua henkilökohtaisesti. He voivat mainostaa tapahtumaa sosiaalisessa mediassa ja tarjota lahjoittajille etuja, kuten pääsyn luovaan sisältöön tai tavaroihin.
- Voit käyttää joukkorahoitusta ennakkotilausjärjestelmänä, keinona myydä ennakkoon tuotteitasi, kuten uutta albumia tai taidekirjaa. Voit tarjota kampanjaan osallistuville henkilöille alennuksia tai ainutlaatuisia etuja, mikä luo yksinoikeuden ja omistajuuden tunteen.
- Voit käynnistää toistuvan joukkorahoituskampanjan tai toistuvia joukkorahoituskampanjoita käyttämällä Patreonin tai Kickstarterin kaltaisia aloja, joissa ihmiset voivat tukea käynnissä olevia hankkeita kuukausittain. Tämä voi tarjota sinulle tasaisen tulovirran, ja auttaa pitämään työtäsi taloudellisesti yllä pitkällä aikavälillä.
- Voit käyttää joukkorahoitusta toimintakustannusten, kuten vuokrien, yleiskustannusten ja palkkojen kattamiseen. Voit tarjota lahjoittajille etuisuuksia, kuten pääsyn yksinoikeudella tuotettuun sisältöön tai kulussien takaisin päivityksiin.

WordPress välineenä kulttuurin ja luovien alojen toimintojen tukemisessa

WordPress on työkalu, josta voisi olla hyötyä toiminnassasi. Sillä on paljon tarjottavaa ja monia etuja. WordPress on suunniteltu käyttäjäystävälliseksi ja helppokäyttöiseksi myös aloittelijoille.

Sen intuitiivisen käyttöliittymän ansiosta sisällön luominen ja hallinta on helppoa ilman, että tarvitaan laajoja teknisiä tietoja. Se tarjoaa laajan valikoiman teemoja ja lisäosia, joiden avulla voit mukauttaa verkkosivustosi ulkoasua ja toiminnallisuutta omiin tarpeisiisi. Voit lisätä ominaisuuksia, kuten sosiaalisen median integrointi, yhteydenottolomakkeet ja sähköinen kaupankäynti. Tämä voi auttaa sinua lisäämään palvelujesi näkyvyyttä.

Lisäksi WordPress on optimoitu hakukoneita varten, joten niiden verkkosivuston on helppo sijoittua hyvin hakukoneiden tulossivuilla. Toinen etu on, että WordPress on skaalautuva, mikä tarkoittaa, että sitä voidaan käyttää kaikenkokoisille sivustoille pienistä henkilökohtaisista blogeista suuriin yrityssivustoihin. Jos olet yksinyrittäjä, WordPress saattaa olla juuri oikea työkalu tukemaan yrityksesi kasvua. WordPress on avoimen lähdekoodin ohjelmisto, mikä tarkoittaa, että sitä voi käyttää ja muokata vapaasti.

Vaikka hostingista ja premium-teemoista/plugineista saatetaan joutua maksamaan, WordPress on silti kustannustehokas tapa rakentaa ja hallita verkkosivustoa.



Voit aloittaa WordPressin käytön opettelemalla perusteet. Käytä jonkin verran aikaa sen toimintojen tutkimiseen. Kiinnitä huomiota siihen, että verkossa on saatavilla monia ilmaisia opetusohjelmia, jotka auttavat sinua WordPress-sivuston perustamisessa ja hallinnassa, kuten:

- **WordPress.org:** WordPressin virallisella verkkosivustolla on kattava dokumentaatio-osio, jossa on opetusohjelmia ja oppaita alkeista edistyneempiin aiheisiin, kuten lisäosien kehittämiseen. Voit myös selata tukifoorumeita, joista löytyy vastauksia yleisimpiin kysymyksiin ja ongelmiin.
- **WPBeginner** (<https://www.wpbeginner.com/>): WPBeginner on suosittu verkkosivusto, joka tarjoaa ilmaisia WordPress-oppaita, vinkkejä ja temppuja aloittelijoille. Ne kattavat monenlaisia aiheita WordPressin asentamisesta sivuston optimointiin hakukoneita varten.

- **YouTube:** YouTube on loistava resurssi ilmaisille WordPress-oppaille. WordPressin opettamiseen on olemassa monia kanavia, kuten WP Crafter, WPBeginner ja WPCrafter.com WordPress For Non-Techies.
- **Udemy** (<https://www.udemy.com/>): Udemy on suosittu verkko-oppimisolusta, joka tarjoaa ilmaisia ja maksullisia kursseja WordPressistä. Heillä on kursseja sekä aloittelijoille että edistyneemmille käyttäjille, ja ne kattavat aiheita kuten teemojen kehittämistä, lisäosien kehittämistä ja SEO:ta.
- **LinkedIn Learning:** LinkedIn Learning (entinen Lynda.com) tarjoaa erilaisia WordPress-kursseja, mukaan lukien kursseja aloittelijoille, kehittäjille ja muotoilijoille. Voit kokeilla LinkedIn Learningia ilmaiseksi kuukauden ajan ennen tilaukseen sitoutumista.

Tutustuttuasi WordPressiin, voit hyödyntää sitä liiketoiminnassasi. Alla on esimerkkejä näistä ideoista:

- **Voit myydä tuotteitasi WordPressin avulla** eli käyttää WordPressiä verkkokaupan perustamiseen ja tuotteiden, kuten kirjojen, taideteosten tai tavaroiden, myyntiin. Voit käyttää WooCommercen kaltaista lisäosaa tapahtumien käsittelyyn ja varaston hallintaan.
- **Voit tarjota palvelujasi** eli käyttää WordPressiä edistääksesi ja tarjotaksesi palvelujasi, kuten konsultointia, graafista suunnittelua tai tapahtumien suunnittelua. Voit käyttää tähän Gravity Formsin kaltaista lisäosaa luodaksesi mukautetun yhteydenottolomakkeen, jonka avulla potentiaaliset asiakkaat voivat ottaa yhteyttä.
- **Voit ottaa vastaan lahjoituksia** tukijoiltasi. Voit käyttää GiveWP:n kaltaista lisäosaa luodaksesi mukautettuja lahjoituslomakkeita ja hallinnoidaksesi toistuvia lahjoituksia.
- **Voit julkaista ja hyödyntää sisältöä**, käyttää WordPressiä sisällön, kuten blogikirjoitusten, podcastien, musiikin tai videoiden, julkaisemiseen ja hyödyntämiseen. Voit käyttää AdSensen kaltaista lisäosaa mainosten näyttämiseen sivustollasi ja ansaita tuloja klikkauksista.
- **Voit tarjota jäsenyyksiä** kannattajillesi ja tarjotaksesi yksinoikeuden sisältöön, tapahtumiin tai muihin etuihin. Voit käyttää MemberPressin kaltaista lisäosaa jäsenyystasojen ja sisällön saatavuuden hallintaan.

Qualtrics.com

<https://www.qualtrics.com/free-account>

Verkkosivusto, jossa voit luoda tilin ja tuottaa helppokäyttöisiä kyselylomakkeita asiakaspalautetta varten. Kyselyt voidaan suunnitella toimimaan tietokoneilla, puhelimilla ja tableteilla. Sopii erinomaisesti nopean asiakaspalautteen saamiseen. Ilmainen tili mahdollistaa suunniteltujen mallien käytön ja raporttien luomisen sinulle tuloksista.

DALLE-E2

<https://openai.com/product/dall-e-2>

Käytä DALLE E2 Open AI -ohjelmaa luodaksesi vapaasti käytettäviä, alkuperäisiä, varastossa olevia ilmaisia kuvia eri tyyleillä. Kun annat tekstipohjaisen aineiston, kuvat luodaan tyhjistä, ja niitä voi ladata ja käyttää vapaasti, etkä loukkaa tekijänoikeuksia. Tämä sopii erinomaisesti verkkosivuille, julisteisiin, lentolehtisiin ja esitteisiin.

Digitalisaation mahdollisuudet ja resurssit

- Culture 24: <https://www.culture24.org.uk/>
- Cultural Enterprises Academy: <https://culturalenterprises.org.uk/academy/courses/>
- Tilaa uutiskirje: Digital Culture Network: <https://digitalculturenetwork.org.uk/>
- European Digital Innovation Hubs: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/activities/edihs>
- Ferrovial, digitaalinen keskus: <https://www.ferrovial.com/en-gb/innovation/digital-hub/>
- Mapping Creative Hubs Englannissa: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/resources/Mapping_Creative_Hubs_In_England_.pdf
- The Space: <https://www.thespace.org/>
- StageTEXT: <https://www.stagetext.org/>

Tietoa ServiceDigiCulturesta

ServiceDigiCulture-työkalupakki, valmennus, käyttöoppaat ja strateginen ennakointiopus on kehitetty Euroopan komission Erasmus+-ohjelman rahoittamassa hankkeessa nimeltään Digital and Sustainable Service Innovation for the Cultural and Creative Sector.

Hankkeen tavoitteena oli vastata COVID-19:n ja tulevien kriisien aiheuttamiin haasteisiin kehittämällä työtä hakevien, työllistettyjen ja itsenäisten ammatinharjoittajien sekä kulttuuri- ja luovien alojen mikro- ja pienyritysten taitoja ennakoida muutoksia ja reagoida niihin palveluinnovoinnin ja palvelumuotoilun avulla. Hankkeella pyrittiin näin ollen myös auttamaan heitä pääsemään työmarkkinoille ja parantamaan heidän kykyään työllistää itsensä sekä säilyttämään toimeentulonsa.

ServiceDigiCulture-osaamisalueilla keskitytään palveluiden innovointiin ja uudistamiseen, palveluiden kehittämiseen tuotteista, joita voidaan tarjota asiakkaille uudessa COVID-19:n jälkeisessä yhteiskunnassa, digitalisaation hyödyntämiseen ja strategiseen ennakointiin, jotta voidaan vastata tuleviin haasteisiin ja muutoksiin. Lue lisää valmennuksesta ja hankkeesta osoitteessa <https://www.servicedigiculture.eu/>.

Haluamme kiittää Euroopan komissiota tuesta ja mahdollisuudesta kehittää ServiceDigiCulture-valmennus, työkalupakki ja muut resurssit. Haluamme myös kiittää kaikkia osapuolia, jotka ovat osallistuneet valmennuksen kehittämiseen ja auttaneet meitä parantamaan sitä jakamalla kokemuksiaan ja mielipiteitään.



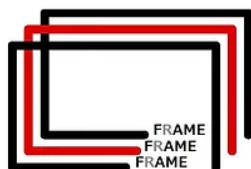
Seuraa meitä!



 YouTube

inova
consultancy

VAMK
VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ServiceDigiCulture
Digital and Sustainable Service Innovation
For the Cultural and Creative Sectors
2020-1-FI01-KA227-ADU-092663
@ Kaikki oikeudet suojattu, ServiceDigiCulture, 2021

Euroopan komission tuki tämän julkaisun tuottamiseen ei tarkoita sitä, että sisältö, joka kuvastaa pelkästään tekijöiden näkemyksiä, saa kannatusta, eikä komissiota voida saattaa vastuuseen niiden sisältämien tietojen mahdollisesta käytöstä.

Tämä teos on lisensoitu tekijänoikeuksien Creative Commons Attribution ShareAlike CC BY-SA 4.0 International license -lisenssillä.

