

# ServiceDigiCulture-opas valmentajille



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



ServiceDigiCulture

*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 valmentajille

## 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

01.6.2021 – 30.06.2023

## Kirjoittajat ja projektipartnerit

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 on tarkoitettu valmentajille ja kouluttajille sekä kaikille niille henkilöille, jotka tukevat kulttuuri- ja luovien alojen toimijoita käyttämään ServiceDigiCulture-valmennusta ja -materiaaleja palveluidensa innovoimiseksi ja uudelleen pohtimiseksi.

## Sisällysluettelo

Johdanto.....	5
Valmennuksessa käytettävä sanasto.....	6
Oppimisresurssit.....	8
ServiceDigiCulture-valmennuksen rakenne.....	10
CREATE-palvelumuotoiluprosessin malli ja -työkalupakki.....	12
Miten tukea ServiceDigiCulture-valmennusta?.....	27
Ideoita ja suosituksia valmennuksen järjestämiseen.....	29
Esimerkkejä, miten valmennus on järjestetty aikaisemmin.....	33
Vinkkejä valmennuksen järjestämiseen.....	39
Valmennettavien kokemuksia.....	44
Hyödyllisiä resursseja ja työkaluja .....	56

# Johdanto

Tämä opas on tarkoitettu henkilöille ja organisaatioille, jotka tarjoavat tukea, mentorointia, fasilitointia, valmennusta ja koulutusta sekä työpajoja palveluinnovoinnista ja palvelumuotoilusta kulttuuri- ja luoville aloille, kuten valmentajat, kouluttajat, kulttuurialan toimijat, promoottorit ja edistäjät, kuten kunnat ja kulttuuriorganisaatiot ja -yhdistykset, palvelumuotoilun ja innovoinnin ammattilaiset, yritysorganisaatiot ja kehittäjät.

Opas tarjoaa kokonaiskuvan ja tapoja, joilla ServiceDigiCulture-materiaaleja voidaan käyttää valmennettavien kanssa palvelujen innovoinnissa ja kehittämisessä. Materiaaleja voidaan sisällyttää muuhun valmennukseen ja koulutukseen, käyttää itsenäisesti oman toiminnan kehittämiseen tai hyödyntää esimerkiksi kulttuuri- ja luovien alojen organisaatioiden ja yritysten kanssa työskentelevien valmentajien käytössä. Mikäli tuet itsenäisiä ammatinharjoittajia missä tahansa vaiheessa prosessia, joka ulottuu alkuvaiheen ideoista organisaatioiden tai yritysten kasvattamiseen, tai jos tuet kulttuuri- tai luovien alojen organisaatioiden, yksityishenkilöiden tai yritysten toimintaa, tässä oppaassa esitetyt ideat voivat auttaa valmennettaviasi ajattelemaan luovasti asiakkaita, tarjontaa ja identiteettiä.

Tämä opas sisältää tietoa, menetelmiä ja työkaluja, joita kulttuuri- ja luovien alojen yrityksiä ja organisaatioita tukevat tahot voivat hyödyntää valmentajinaan liiketoiminnan kehittämisessä palvelumuotoilua hyödyntäen.

## Opas tarjoaa:

- Kokonaiskuvan ServiceDigiCulture-valmennuksesta ja sen rakenteesta.
- Tietoa ServiceDigiCulture-valmennuksesta ja sen resurssien ja materiaalien käytöstä.
- Tietoa virtuaalisesta ServiceDigiCulture-oppimisalustasta ja sen rakenteesta.
- Tietoa siitä, miten kulttuurialan ja luovien alojen ihmisiä, yrityksiä ja organisaatioita voidaan tukea oppimaan palveluinnovointia, ja miten palveluja voidaan innovoida palvelumuotoilun avulla.
- Vinkkejä palvelumuotoiluvalmennuksen järjestämiseen: vinkkejä ja oivalluksia sekä kokemuksia aikaisemmista valmennuksista.
- Esimerkkejä ja kokemuksia henkilöiltä, jotka ovat käyttäneet ServiceDigiCulture-valmennusta.
- Linkkejä hyödyllisiin materiaaleihin, kuten digitaalisiin alustoihin, jotka mahdollistavat yhteiskehittämisen ja yhteistyön palveluinnovaatioprosessin aikana.

Tutustu verkkosivustoon ja sen materiaaleihin osoitteessa

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

# 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: [ServiceDigiCulture](#)





## 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 käyttäjäkokemukset 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 tuotettaessa, 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 aiheiden oppimisen tueksi sekä opetus- ja valmennuksen suunnitteluun.

ServiceDigiCulture-resursseja ovat:

## 1. ServiceDigiCulture-valmennus ja työkalupakki

Täältä löydät ServiceDigiCulture-valmennusmateriaalit ja työkalupakin, sekä tietoa palveluinnovoinnista ja -muotoilusta, esimerkkejä palveluinnovaatioista, harjoituksia muotoilun mentaliteetin omaksumiseksi, pohdintaa ja käytännön harjoituksia palvelujen innovointiin. Valmennusmateriaalit ja työkalupakki ovat saatavilla täällä: <https://www.servicedigiculture.eu/fi/toolkit-training>

## 2. ServiceDigiCulture-opas valmentajille (tämä opas)

Opas tarjoaa tukea ServiceDigiCulture-valmennuksen järjestämiseen kulttuuri- ja luovien alojen yksilöille, yrityksille ja organisaatioille, sekä heidän tukemiseensa valmennuksen aikana.

## 3. Opas ServiceDigiCulture-valmennuksen käyttöön

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

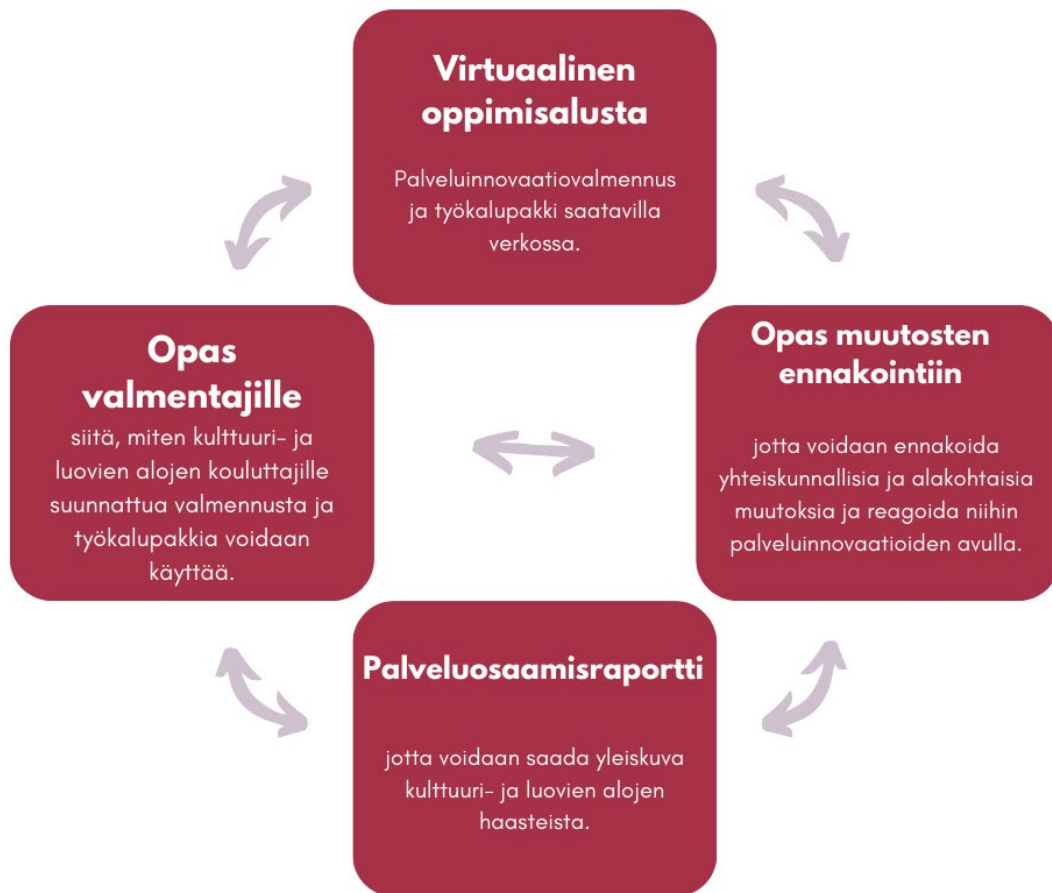
## 4. Opas muutosten ennakointiin

Tämä opas auttaa kulttuuri- ja luovilla aloilla työskenteleviä ja työtä hakevia valmistautumaan ja reagoimaan yhteiskunnassa ja alalla tapahtuviin muutoksiin sekä lähestymään niitä palvelumuotoilun keinoin. Lisäksi se mahdollistaa strategiaan, kestävään kehitykseen ja ennakointiin pohjautuvan palveluinnovoinnin. Se on myös oiva lisä valmennukseen, josta voi muodostua itsenäinen kurssi.

## 5. Raportti palveluosaamisesta

Raportti sisältää mielenkiintoista tietoa ja yleiskatsauksen kulttuuri- ja luovien alojen haasteista sekä niiden valmiudesta käyttää palveluinnovointia ja palvelumuotoilua. Se voi tarjota ideoita valmennuksen suunnitteluun ja valmennuksen järjestämisen pohtimiseen.





Nämä resurssit löytyvät [ServiceDigiCulture-sivustolta](#).

Valmennuksessa voi käyttää myös seuraavaa PDF-esitystä palvelumuotoilusta:

[https://www.servicedigiculture.eu/files/ugd/8e7260\\_d4a17335db5e4319ade0aeb5ad30eead.pdf?index=true](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 rakenne, 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 palveluinnovointivalmennuksessa, sekä käytännön palveluinnovointiharjoituksiin. Tämän oppimispolun tavoitteena on kehittää palveluinnovointi- ja palvelumuotoilutaitoja ja -tietoja asteittain. Kyseessä on suositeltu järjestys, jota voidaan mukauttaa valmennuksessa esimerkiksi valmennettavien luonteeseen, taustaan ja palveluinnovoinnin ja palvelumuotoilun osaamisen tason perusteella.

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. Suositeltu oppimispolku löytyy 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



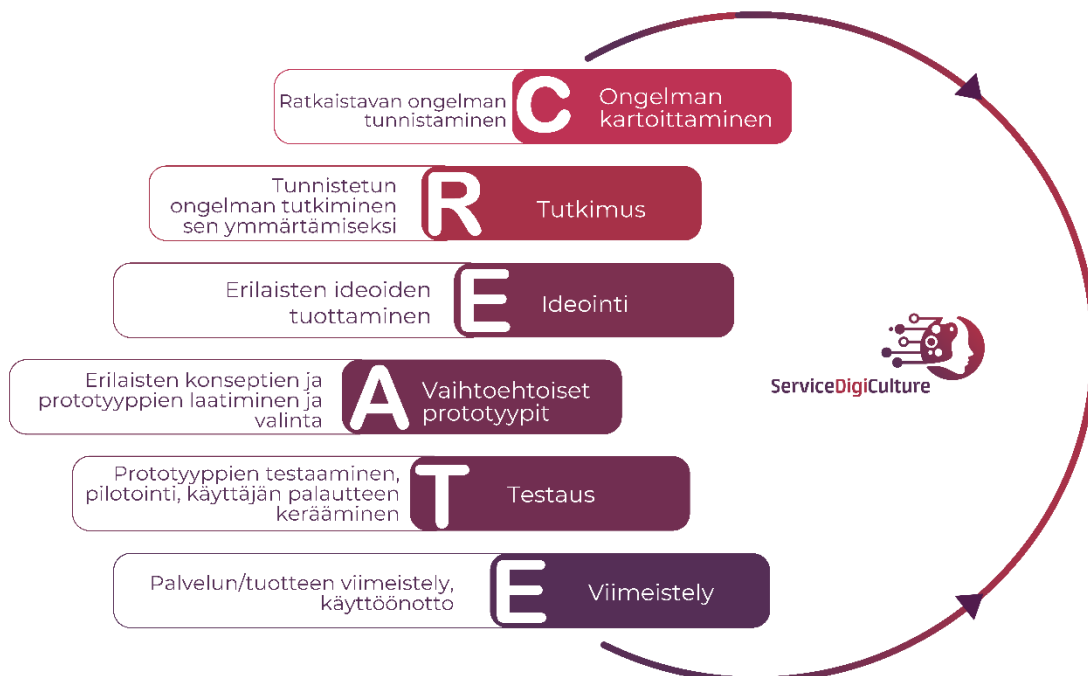
# CREATE-palvelumuotoiluprosessin malli ja -työkalupakki

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 malli muodostuu 6 vaiheesta

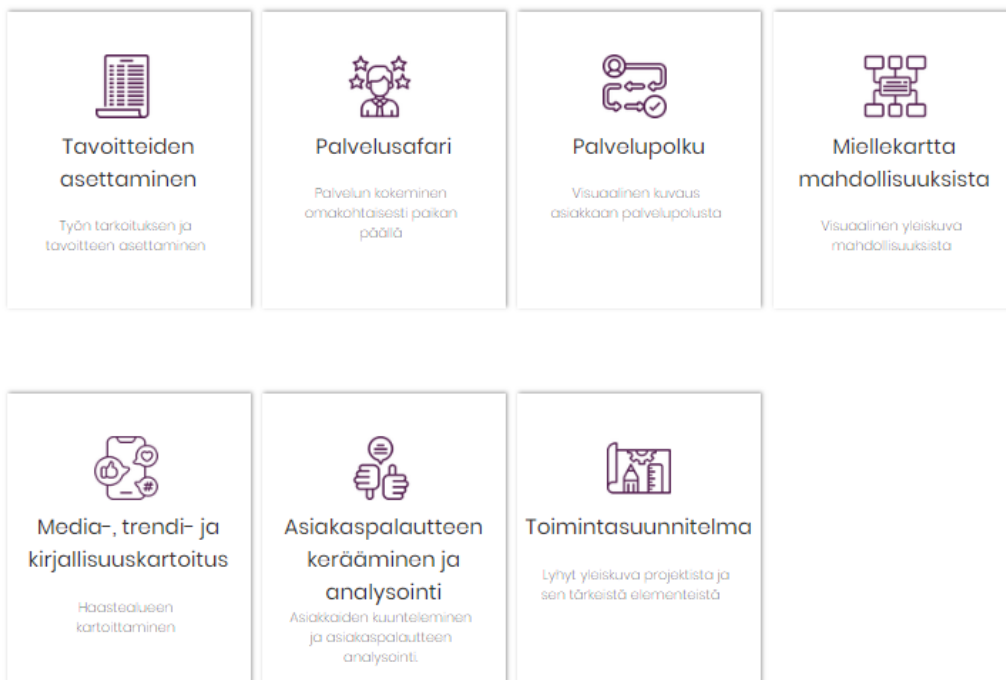


## C= Ongelman kartoittaminen

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>

## Vaiheen työkalut



## Ongelman kartoittaminen -vaiheen videot:

### [Cruising Customer Journey Map \(Asiakkaan matka\)](#)

**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?



**CUSTOMER JOURNEY MAP TEMPLATE**  
Cruising the problem area - tool

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**

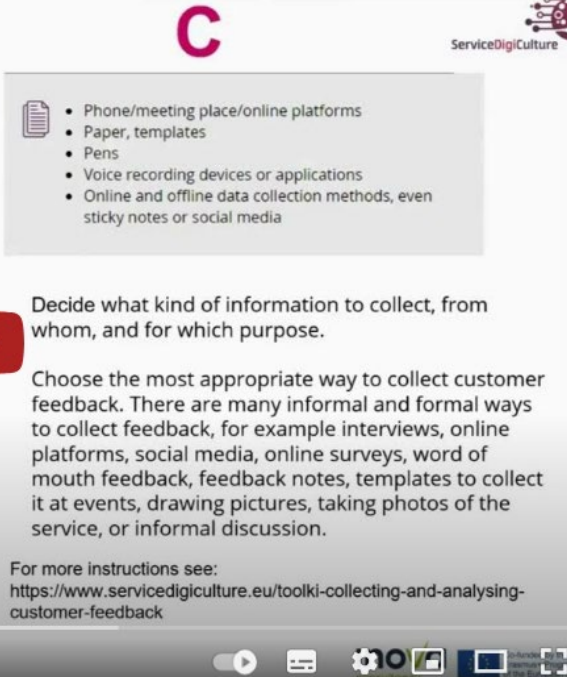
The aim is to ask current customers about their experience using the service and analyse this feedback.

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**



• Phone/meeting place/online platforms

• Paper, templates

• Pens

• Voice recording devices or applications

• Online and offline data collection methods, even sticky notes or social media

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/toolki-collecting-and-analysing-customer-feedback>





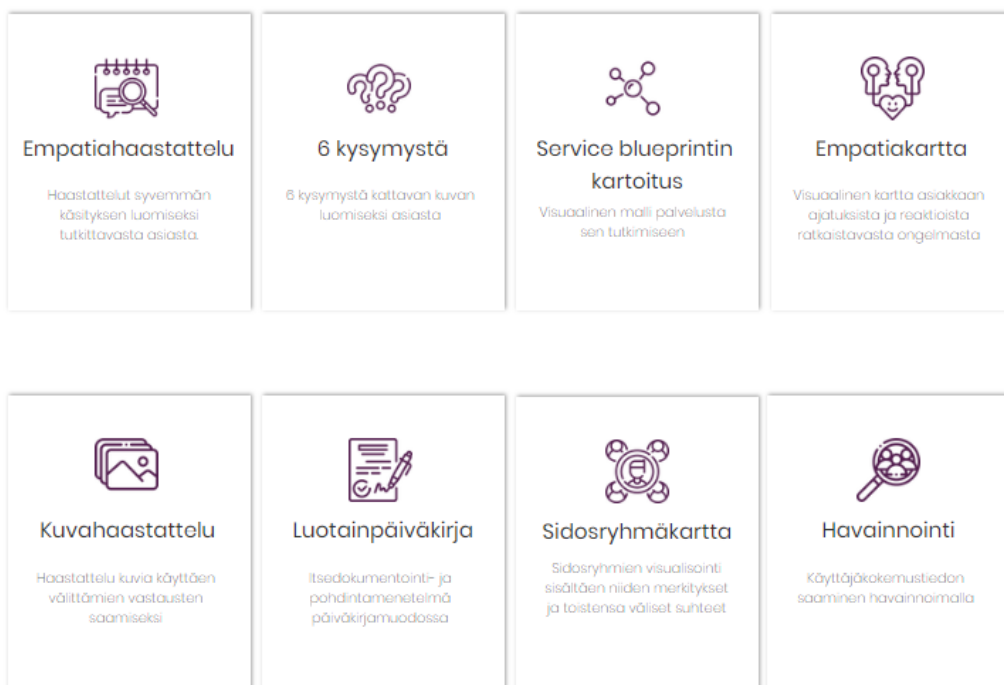
## R=Tutkimus

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



## Tutkimus-vaiheen videot:

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

# R



## 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.

- **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?'**




**Don't make assumptions!**

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

0:06 / 3:16

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

# R



## 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.

Make a summary of your observations including your key findings.

**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.



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

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 vääriä 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>

## Vaiheen työkalut

 <b>Bodystorming</b> Tolmiva tapa ideoida ja havainnoida palvelua	 <b>Inspiraatiotaulu</b> Inspiraatiotaulu tukemaan ideointia	 <b>Ideariihi</b> Ryhmissideointimenetelmä	 <b>Analogiat</b> Yhdenvertaisuudet ja analogiat ideoiden lähteenä
 <b>Persoona</b> Käyttömallin kuvaus tyypillisestä asiakkaasta	 <b>Yhteiskehittämisyöpäjä</b> Ideointi yhdessä asiakkaiden ja asiantuntijaryhmästäns kanssa.	 <b>Morfologinen analyysi</b> Ideointimatriisi palvelun ominaisuuksista	 <b>Täytyy, pitäisi ja voisi olla, ei tule olemaan</b> Mitä palvelussa täytyy, pitäisi ja voisi olla, ei tule olemaan.
 <b>SCAMPER</b> Korvaa, yhdistä, muokkaa, muokkaa, lataa muuhun käyttöön, elimiä ja järjestä uudelleen palvelun ominaisuuksia	 <b>Joukoistaminen</b> Joukkojärjestämisen vaikutus ideointiin	 <b>Kilpailukartta</b> Olemassa olevien ratkaisujen visuaalinen luottelu	 <b>Miellekartta</b> Visuaalinen ideointityökalu
 <b>Ideariihi kirjoittaen</b> Hiljainen ideointi kirjoittaen ja inspiroituminen muiden ideoista			



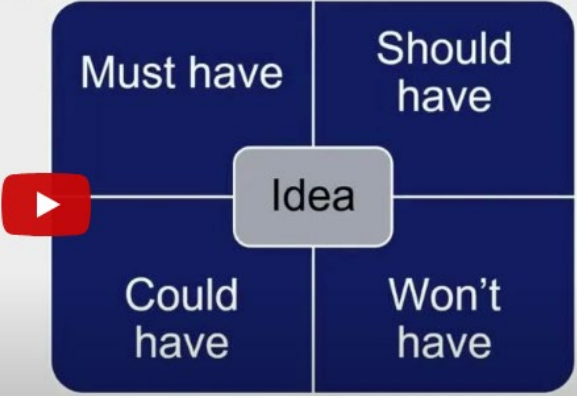
## Ideointi-vaiheen videot:

[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+



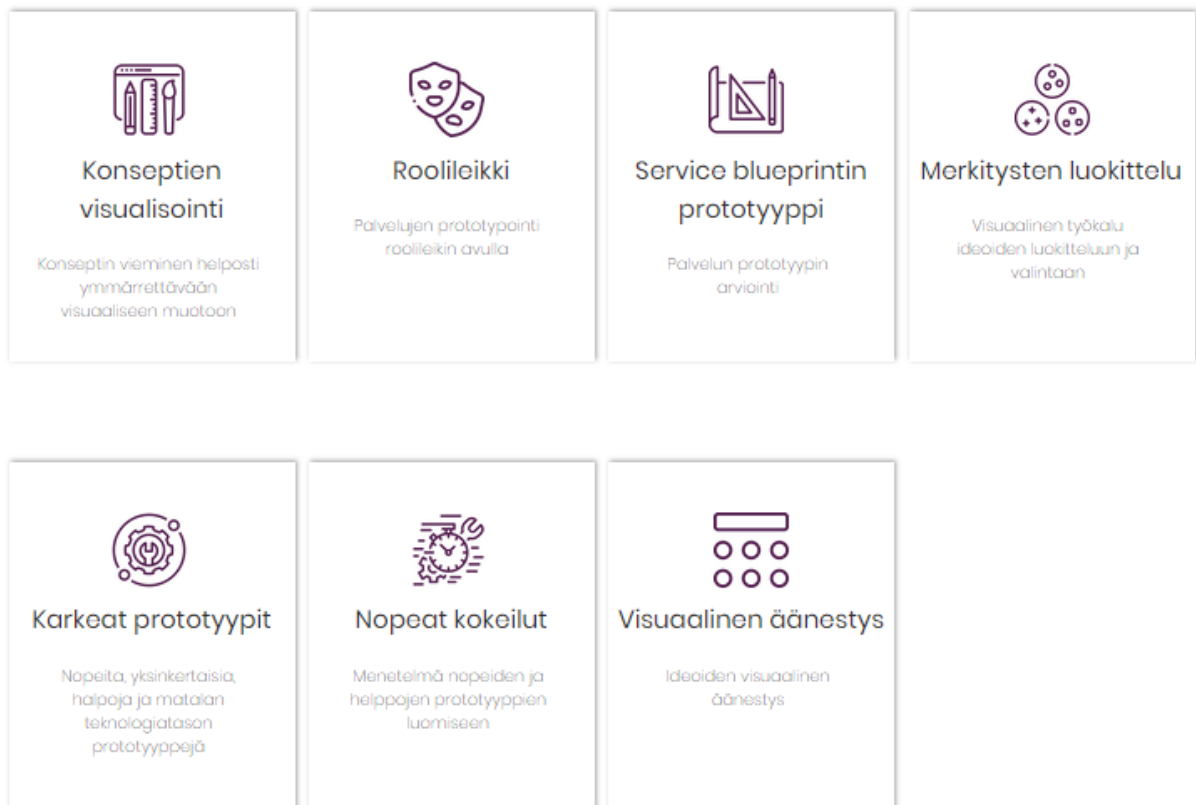
## A= Vaihtoehtoiset prototyypit

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



## Vaihtoehtoiset prototyypit -vaiheen videot:

### [General Alternative Prototypes \(A\) \(Vaihtoehtoiset prototyypit ja konseptit yleisesti\)](#)

**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?

Photo by Amélie Mousion on [unsplash](#)

ServiceDigiCulture

### [General Alternative Prototypes \(B\) \(Vaihtoehtoiset prototyypit ja konseptit yleisesti\)](#)

**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**

 <b>Concept visualisation</b> Collecting concepts into a visualised shape	 <b>Roleplay</b> Roleplaying different services through roleplay	 <b>Service blueprint prototype</b> A detailed evaluation of the service and its aspects	 <b>Affinity diagram</b> A useful tool for sorting and selecting ideas
 <b>Low-fidelity prototype</b> Quick simple cheap and low technology prototypes	 <b>Rapid experiments</b> Used to generate and learn quick and cheap prototypes	 <b>Dot voting</b> Using non-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 and see 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.

ServiceDigiCulture

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 CONTACT ACTIONS

LINE OF VISIBILITY

BACKSTAGE CONTACT ACTIONS

SUPPORT ACTIONS

Digital and Innovative Service Innovation for the Cultural and Creative Sectors  
2020-1-FW3-KA227-ADU-00063

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

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

ServiceDigiCulture

0:00 / 1:12

Erasmus+





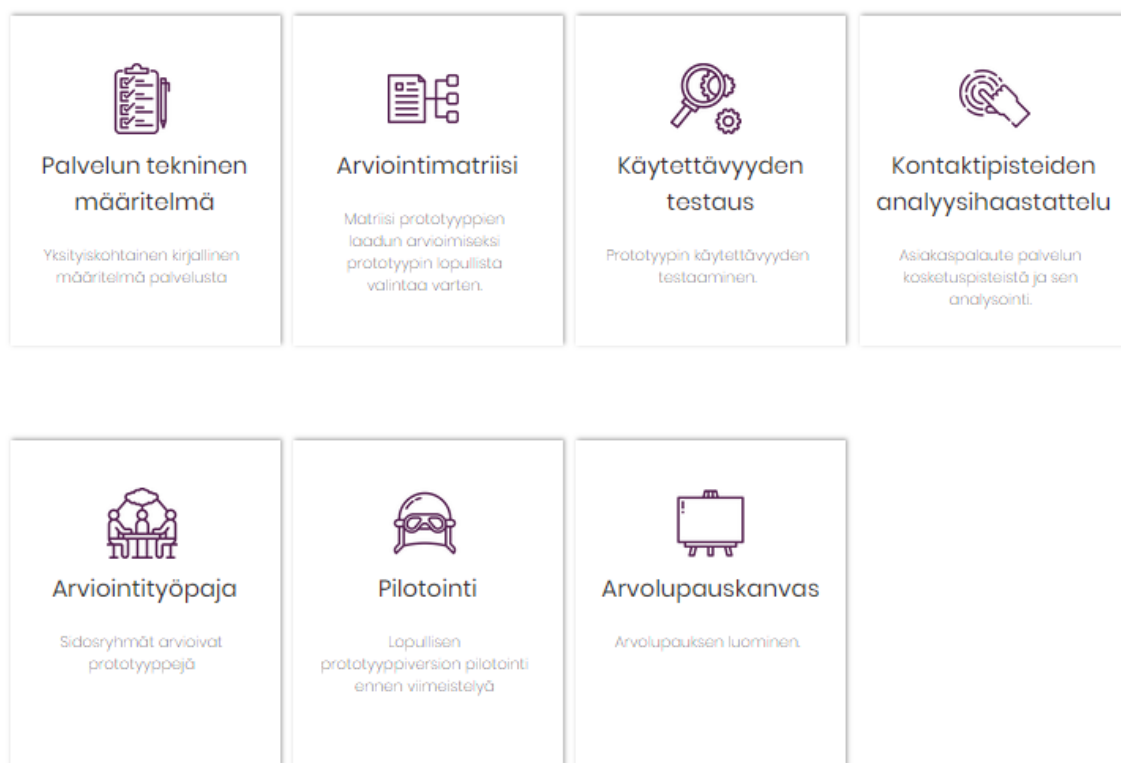
## T= Testaus

Kun prototyypit ovat valmiita, on aika testata niitä käyttäjien ja sidosryhmien kanssa. Testauksella selvitetään, kuinka 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 testauskierrös.

Lue lisää tästä vaiheesta ja käytä tämän vaiheen työkaluja osoitteessa:

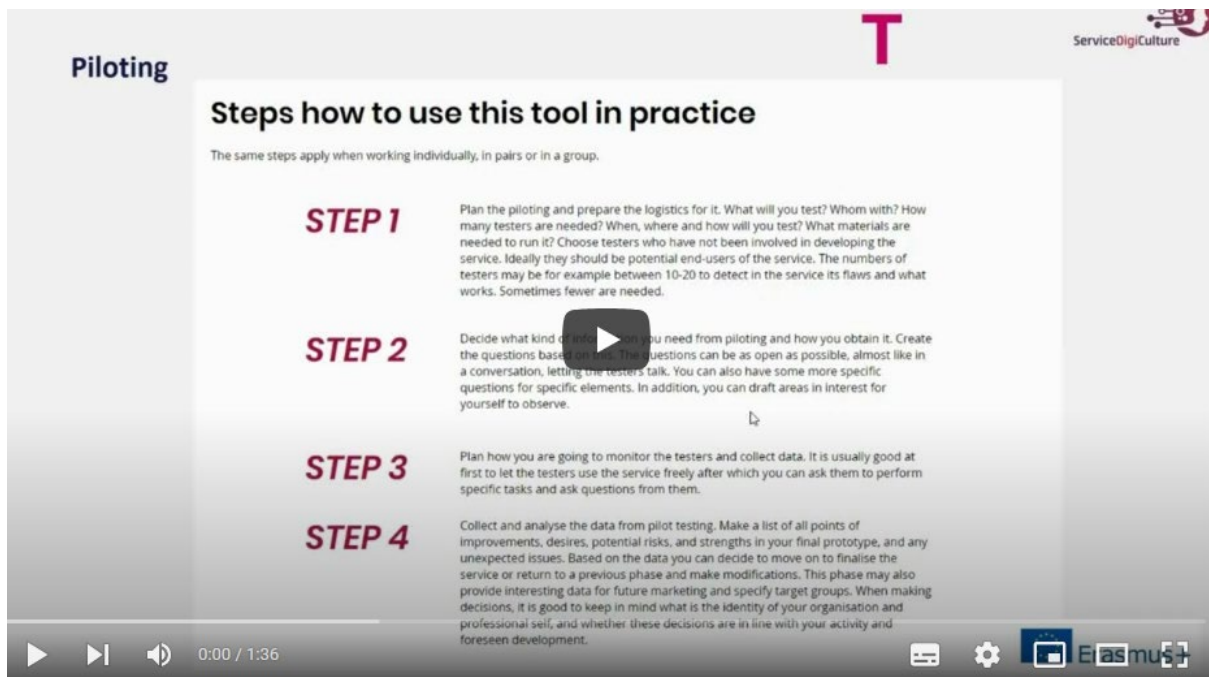
<https://www.servicedigiculture.eu/fi/service-design-model-phase-5>

## Vaiheen työkalut



## 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 data 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

Elasmus



## 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



## Testaus-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** Choosing the problem area: Identify the problem to solve.
- R** Research: Investigate to gain insight about the identified problem.
- E** Exploring ideas: Generate multiple possible ideas.
- A** Alternative prototypes: Create and select concepts and prototypes.
- T** Testing: Test prototypes, pick, select user feedback.
- E** Exiting: Finalize the service/product and take action.

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?**



ServiceDigiCulture

0:02 / 3:51

Photo by Robert Casperson

Display Settings

Erasmus

The image shows a video player interface. On the left, there are four red text prompts: 'Insights', 'Ideas', 'Intentions', and 'What are you going to do next?'. To the right is a video frame showing a hand writing in a spiral notebook. The text in the notebook reads 'Every day is a fresh START'. The video player controls at the bottom include a play button, a progress bar showing 0:02 / 3:51, and various icons for photo, display, settings, and a logo for Erasmus.

# Miten tukea ServiceDigiCulture-valmennusta?

Tässä osiossa on tietoa, esimerkkejä ja vinkkejä ServiceDigiCulture-valmennuksen järjestämiseen. Valmennusta voivat käyttää valmentajat tai kouluttajat, jotka tukevat kulttuuri- ja luovien alojen ihmisiä, organisaatioita ja yrityksiä osana valmennusta tai täydentämään henkilökohtaista neuvontaa- tai valmennusta. Oppijat voivat käydä materiaalit läpi omaan tahtiin itsenäisesti tai osana ohjattua valmennusta. Niitä voidaan myös käyttää kotitehtävinä.

Reflektointia suositellaan käytettäväksi oppimisprosessin aikana. Työn pohtimisen lisäksi sen avulla voidaan saada palautetta ja ideoita siihen, miten muita ihmisiä voidaan osallistaa palvelun kehitysprosessiin. Oppijat voivat käyttää apunaan ystäviä, vertaisryhmiä, asiakkaita, opiskelijoita paikallisista korkeakouluista tai yliopistoista. Yksilötyöskentelyssä oppijoita voidaan rohkaista löytämään luovia tapoja saada palautetta ideoistaan, esimerkiksi testaamalla ideoitaan ja keräämällä niistä palautetta sosiaalisessa mediassa. He voivat myös seurata työstämänsä tapauksensa liittyvien ideoiden kehittymistä tekemällä muistiinpanoja tai pitämällä päiväkirjaa.

## **ServiceDigiCulture-valmennus voidaan toteuttaa eri tavoin, esimerkiksi:**

- Itsenäisenä kurssina
- Osana jotain toista valmennusta
- Oppijoiden omaan tahtiin etenevänä opiskeluna, johon voi sisältyä myös mentorointia.
- Valmennus voidaan jakaa eri kursseihin
- Lisäksi koulutustarveraportin tietoja voidaan käyttää valmistaamalla päätöksentekijöitä aihepiiriin.

## **Valmennuksen järjestämisessä keskeistä on:**

- Oppijoiden luonne, valmennuksen tavoite ja valmennuksen järjestämispaikka määrittelevät valmennuksen keston ja rakenteen, sisältäen sessioiden määrän ja tiheyden. Tämän vuoksi oppaassa ei ehdoteta valmennuksen vakiokestoa.

- Valmentajat voivat valita, mitä tehdä lähitapaamisten aikana ja mitä oppijat tekevät itsenäisesti. Esimerkiksi usein kehittämistyö tehdään ryhmätyönä ja teoriaa opiskellaan itsenäisesti.
- Valmennussessiot voidaan jakaa teoria- ja työskentelysessioihin, joissa työestetään käsillä olevaa palvelua.
- Valmennettaville, joilla on enemmän muotoilutaustaa, saattaa opiskelu olla helpointa. Jos heillä on aiempaa tietoa ja kokemusta, voit tarjota heille haastavampia tapauksia käsiteltäväksi.
- Valmistele materiaalit ja mahdollinen virtuaalinen alusta ajoissa. Materiaalit voivat perustua siihen, minkä tyyppisiä valmennettavat ovat tai kohderyhmiin, joiden kanssa he työskentelevät asioissaan. Tämän oppaan viimeisessä osassa annetaan tietoa erilaisista virtuaalisista välineistä, alustoista ja materiaaleista, joista voi olla hyötyä valmennuksen aikana.
- Jokaisessa kehitysprojektissa on yleensä mukana ulkopuolisia henkilöitä, sidosryhmiä. Tämä on hyvä ottaa huomioon sessioiden ajankohtaa, kestoa ja ajoitusta suunniteltaessa.
- Valmennus on käytännönläheistä ja sosiaalista, ja se edellyttää työskentelyä epävarmuuden kanssa.
- Luottamuksellisuuteen ja lupiin liittyvät seikat: Oppijoiden työstämiin kehitysprojekteihin liittyy usein luottamuksellisuuteen ja lupiin liittyviä kysymyksiä, ja niihin voi liittyä myös muita oikeudellisia asioita.

# Ideoita ja suosituksia valmennuksen järjestämiseen

Seuraava taulukko tarjoaa ideoita ja suosituksia valmennuksen tueksi valmennuspolun eri vaiheissa, jotka löytyvät valmennusalustalta:

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

Valmennuksen vaihe	Ideat ja suositukset
Johdanto valmennukseen	Varmista, että jokainen osallistuja tietää, mistä valmennuksessa on kyse. Miellekartta minusta: - Osallistujat voivat jakaa miellekarttoja keskenään ja antaa niistä palautetta toisilleen. - On hyvä säilyttää miellekartta, ja mahdollisesti tehdä uusi miellekartta koulutuksen lopussa, jotta nähdään, mikä on muuttunut valmennuksen aikana. - Miellekartta voi olla oman työn lähtökohta.
Mitä palveluinnovointi ja palvelumuotoilu ovat?	Keskustele valmennettavien kanssa, palveluinnovoinnista ja palvelumuotoilusta ja yritä selventää heille näitä käsitteitä. Luo yhteyksiä todelliseen elämään. On tärkeää, että osallistujat ymmärtävät, mitä palveluinnovointi ja palvelumuotoilu ovat. Varmista myös, että he ymmärtävät, mitä ne voivat tarkoittaa heidän alallaan.
Harjoittele palvelumuotoilun eri osa-alueita harjoitusten avulla	Valitse harjoitukset valmennettavien ja heidän taustansa mukaan. Voit myös päättää, mitä harjoituksia teetät nähtyäsi, mikä palvelumuotoilun ajattelutavan alue vaatii huomiota. Voit testata osallistujien ajattelutapoja.



	Näitä harjoituksia voidaan käyttää myös tunnelman keventämiseen.
Esimerkkejä palvelumuotoilusta ja palveluinnovaatioista	Keskustele osallistujien kanssa esimerkeistä ja yritä keksiä uusia esimerkkejä. On tärkeää, että he ymmärtävät, miten pienelläkin innovaatiolla voi olla suuri merkitys, ja että kaiken ei tarvitse olla teknistä.  Voit myös antaa tämän osan kotitehtäväksi ja käydä sen läpi myöhemmin yhdessä heidän kanssaan, ja kehitellä nopeasti ideoita organisaatioita varten. Pidä harjoitus kevyenä ja hyväntuulisena!
Pohdinnan aika: Olenko jo käyttänyt sitä?	On todennäköistä, että osallistujat ovat tehneet jotain vastaavaa aiemmin. Tämän pohtiminen ja ymmärtäminen voi luoda oppimista edistäviä ajatuskytköksiä. Lisäksi he oppivat, että palveluinnovaatio ja palvelumuotoilu ovat yksinkertaisempia ja lähempänä jokapäiväistä toimintaa kuin aluksi voisi luulla.
Ideointiharjoitukset	Kyky tuottaa ideoita vapaasti on tärkeä osa palveluinnovaatio- ja suunnitteluprosessia. Ideointi voi kuitenkin olla joillekin aluksi hankalaa. Siksi tässä valmennuksen osassa keskitytään ideoiden tuottamisen harjoitteluun.
Palvelumuotoiluprosessin malli ja työkalupakki	On hyvä varmistaa, että oppijat ymmärtävät palvelumuotoiluprosessin, miten se etenee, ja sen aikana tapahtuvan iteroinnin. Katso halutessasi esimerkkiä palvelumuotoilusta materiaaleissa olevasta <a href="#">PDF-tiedostosta</a> .  Työkalut: Jokaisella kehitettävällä palvelulla on oma luonteensa ja omat työkalunsa. Pohdi yhdessä valmennettavien kanssa,

	mitkä työkalut sopisivat heidän tapaukseensa. Lisätietoja työkalujen käytöstä löytyy oppijan oppaasta.
Reflektoinnin aika: Mitä olet käyttänyt aiemmin?	Palvelumuotoiluprosessi ja työkalut ovat loogisia, ja ne saattavat olla lähellä jotakin sellaista, jota valmennettavat jo tekevät työssään, tai he ovat oppineet käyttämään työkaluja eri nimillä. Luomalla yhteyden siihen, mitä työkaluja ja menetelmiä he ovat saattaneet jo käyttää tai tehdä, pyritään edistämään ja helpottamaan työkalujen käyttämistä sekä luomaan yhteyksiä siihen, mitä on aikaisemmin tehty.
Käytännön harjoituksia palveluinnovoinnista: Tapausesimerkkejä palveluinnovaatioista	Tässä osassa valmennettavat aloittavat työskentelyn palveluinnovoinnin parissa. Ensimmäisenä esitellään palveluinnovaatiotapauksia, joissa on käytetty muotoiluajattelun työkaluja. Voitte keskustella niistä yhdessä, ja käydä läpi jonkin niistä miettien, mitä työkaluja, miten ja milloin käyttäisitte siinä. Tämän tarkoitus on valmistaa osallistujia/valmennettavia käyttämään työkaluja itsenäisesti.
Käytännön harjoituksia palveluinnovoinnista: ohjatut palvelupolun ja palvelumallin harjoitukset.	Tässä osiossa valmennettavilla on mahdollisuus harjoitella palvelupolkua ja palvelumallia (user journey ja service blueprint). Voit valita tapauksen, jota analysoitte ja puratte yhdessä palvelupolkua ja palvelumallia apuna käyttäen.
Käytännön harjoituksia palveluinnovoinnista: Innovatiiviset palvelut käytännössä	Tämä on käytännön tehtävä, jossa käydään läpi ja työstetään palveluinnovaatiota. Varmista, että valmennettavat ovat ymmärtäneet prosessin jokaisen vaiheen, ja

että he tuntevat olonsa mukavaksi edetä ja työstää palveluinnovaatiotaan.

# Esimerkkejä, miten valmennus on järjestetty aikaisemmin

Alla olevat Esimerkit aikaisemmin järjestetyistä valmennuksista tarjoavat ideoita valmennuksen suunnittelua varten:

## **Bulgaria**

Paikan päällä toteutetuissa sessioissa käytiin läpi CREATE-palvelumuotoiluprosessin mallin vaiheet 1, 5 ja 6. Virtuaalitapaamisissa käytiin läpi CREATE-mallin vaiheet 2, 3 ja 4. Osallistujia oli yhteensä 12.

Osallistujat osallistuivat aktiivisesti ja järjestelmällisesti prosessiin, joka kesti 7 viikkoa. He kokivat erittäin hyödylliseksi jäsentää (mallin vaiheiden avulla) innovatiivisia ideoitaan.

Palveluinnovointityökalut, joita olivat:

- vaihe 1: PALVELUPOLKU;
- vaihe 2: SERVICE BLUEPRINTIN KARTOITUS;
- vaihe 3: INSPIRAATIOTAULU;
- vaihe 4: VISUAALINEN ÄÄNESTYS (vaihtoehtoisista prototyypeistä äänestäminen);
- vaihe 5: Teatteriesitys, joka koostui taiteilijoista ja yleisöstä, joista osa oli kuulevia ja osa kuuroja sekä "ARVIINTITYÖPAJA" ja sidosryhmien osallistuminen prototyyppien arvioimiseen.
- vaihe 6 - "TOTEUTUSSUUNNITELMA".

Palveluinnovoinnin ja palvelumuotoilun opetuksessa käytimme ServiceDigiCulture-työkalupakkia ja koulutusmateriaalia. Käytimme valmiita tehtäväpohjia, jotka ovat saatavilla [ServiceDigiCulture-sivustolta](#).

Muotoiluajattelua (CREATE-palvelumuotoilumallia) soveltamalla onnistuttiin luomaan innovatiivinen palvelu: Teatteriesitys kaksikielisten näyttelijöiden kanssa kaksikieliselle yleisölle.



Muotoiluajattelun menetelmä on hyvin edustettuna CREATE-mallissa, jossa keskitytään kulttuuri- ja luoviin aloihin. Sitä voidaan mukauttaa menestyksekkäästi näiden alojen ulkopuolelle käyttämällä kehitettyä ServiceDigiCulture-työkalupakkia ja valmennusmateriaalia.

## **Englanti**

Inova järjesti pilottivalmennuksia helmikuusta 2023 maaliskuuhun 2023. Valmennussessioita oli yhteensä neljä. Näistä kolme järjestettiin verkossa ja yksi kasvotusten. Osallistujilla oli jonkin verran tietoa liiketoiminnan kehittämisestä, mutta palvelumuotoilun käsite vaikutti melko uudelta ja tarjosi mielenkiintoisen näkökulman ja tarkemman tarkastelun mahdollisuuden. Käytimme paljon aikaa palvelumuotoilun ja -innovoinnin peruskäsitteistä ja ajattelutavasta keskustelemiseen.

## **Osallistuminen sekä työkalujen ja teknikoiden hyödyntäminen**

Oppijat pitivät hyödyllisimpänä sitä, että pystyimme keskustelemaan heidän yritystensä kohtaamista haasteista ja mahdollisuuksista. Käytimme Jamboardia, jotta pystyimme käydä kaiken läpi visuaalisesti, kartoittaessamme ideoita ja tutkiessamme esiin nousevia asioita. Työkalupakista löytyi hyödyllisiä työkaluja, kuten persoonatyökalu. Se auttoi osallistujia pohtimaan asiakkaiden sitoutumisen taustalla olevia motiiveja ja sai heidät myös miettimään, mistä uusia asiakkaita voitaisiin löytää käyttämällä apuna heidän arvojansa, kiinnostuksen kohteitansa, intohimojaan ja tunteitaan.

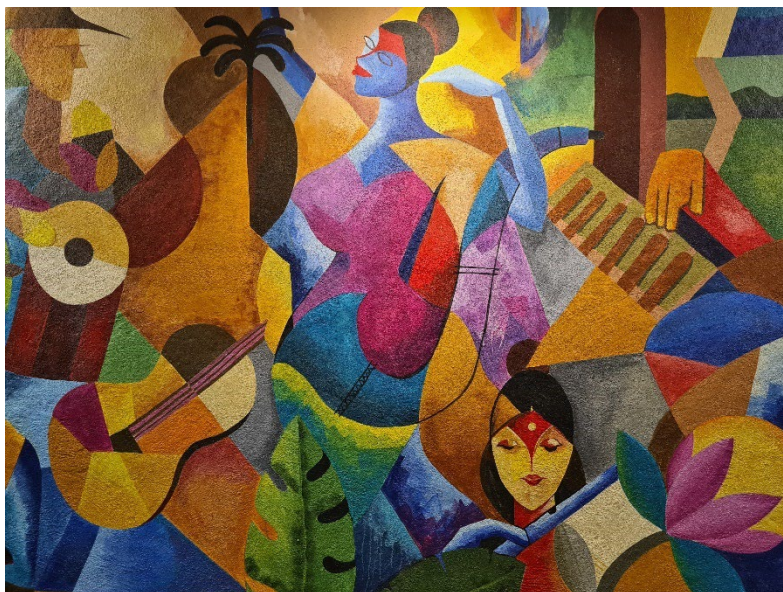


Valmennus onnistui hyvin, ja arviointit olivat myönteisiä. Vaikka teorian ymmärtäminen voi olla melko vaikeaa, oppijat pystyivät soveltamaan sitä omaan yritykseensä ja kehittämään oivalluksia ja toimintasuunnitelmia.

## Suomi

**VAMK** pilotoi ServiceDigiCulturea 11 henkilön kanssa. Heidän tietämyksensä palvelumuotoilusta ja palveluinnovoinnista oli hieman keskimääräistä korkeammalla tasolla, mikä loi mielenkiintoisen lähtökohdan valmennukselle. Kaikilla oppijoilla oli jonkinlainen käsitys siitä, mitä nämä olivat, ja osa heistä oli muotoilijoita, mikä sekkin houkutteli heitä osallistumaan valmennukseen. Siksi palvelumuotoilun ja -innovaatioiden peruskäsitteiden ja ajattelutavan kuvaamiseen tarvittiin vähemmän aikaa, vaikka keskustelimmekin niistä ja niihin liittyvistä mahdollisista vääristä käsityksistä yhdessä. Lisäksi lämmittelyharjoituksia tehtiin yhdessä.

Sessioissa keskityttiin enemmän "teoriaan" ja mentorointiin, ja osallistujille jäi aikaa työskennellä tapaustensa parissa ohjattujen tapaamisten ulkopuolella. Kaikki osallistujat työskentelivät omien



yrittäjänsä tai organisaatioidensa parissa, ja heidän oli tehtävä tutkimustyötä kentällä, esimerkiksi haastateltava asiakkaita. Sessioiden aikana keskusteltiin yhdessä jokaisesta CREATE-vaiheesta ja niiden työkaluista. Valmennusten rakenne oli linjassa aiempien palvelumuotoiluvaiheiden kanssa, joita VAMKin Länsi-Suomen muotoilukeskus Muovan yksikkö on tarjonnut muille aloille teorian ja käytännön yhdistelmänä.

Erona on se, että tässä osallistujat toivat omia tapauksiaan ServiceDigiCulture-valmennukseen, jossa yleisö ja sidosryhmät otettiin mukaan kehittämisprosessiin, kun taas usein valmennusten työpajoissa ryhmät työstävät annettua tai valittua tapausta menetelmän oppimiseksi. Ydinrakenteesta ja runsaista keskusteluista huolimatta joitakin työkaluja oli mahdollista kokeilla yhdessä kevyemmin, jotta niistä saataisiin syvempi ymmärrys.

**Österbottens hantverk rf** (Loftet) järjesti Suomessa maaliskuussa 2023 pienen opintopiirin, johon osallistui yksi ohjaaja ja kolme osallistujaa (kaksi ulkopuolista ja yksi organisaatiosta). ServiceDigiCulture-sivusto työkalupakkeineen oli tärkein valmennusmateriaali, ja osallistujat opiskelivat pääasiassa itsenäisesti. Työpajoja oli neljä. Ne olivat kahden tunnin mittaista kasvokkain tapahtuvia sessioita. Kolme ensimmäistä sessiota pidettiin kerran viikossa. Neljäs ja viimeinen sessio pidettiin kahden viikon tauon jälkeen.

Opintopiirin vetäjänä annoin ohjeita siitä, mitä verkkosivuilta tulisi lukea ja mihin perehtyä ennen jokaista sessiota ja niiden välillä. Ennen ensimmäistä tapaamista osallistujat lukivat palveluinnovaatioista ja palvelumuotoilusta. Heitä kannustettiin myös tutustumaan itse verkkosivustoon ja sen työkaluihin ja pohtimaan, millaista tapausta he haluaisivat kehittää ja työstää. Ensimmäisen session aikana pidettiin lyhyt johdanto palveluinnovointiin ja palvelumuotoiluun, ja katsoimme yhdessä videon palveluinnovoinnista ja palvelumuotoilusta ja keskustelimme siitä.

Kysymyksistä, havainnoista ja palautteesta keskusteltiin jokaisessa tapaamisessa, ja lisäksi teimme harjoituksia ryhmissä osallistujien omien tapausten kanssa. Jokainen työpaja päättyi lyhyeen katsaukseen seuraavasta askeleesta CREATE-prosessissa.

Sessioiden rakenne oli toisin sanoen hyvin helppo:

- avauskierros, jossa pohditaan edellisen kerran aiheita ja ajankohtaisia kysymyksiä.
- keskustelua ja lyhyet esitykset
- työkalujen testaus (lähinnä CREATE-prosessin työkalut).
- suuntaviivat seuraavaa kertaa varten
- session päättäminen

Osallistujat kokivat sessiot erittäin tärkeiksi ja hyödyllisiksi omien tapaustensa ja ymmärryksensä kannalta. Oli myös helpompaa tutkia ja opiskella itsenäisesti, kun heillä oli suuntaviivoja seuraavaa vaihetta varten ja kun he tiesivät, että tapaamme pian uudelleen. He odottivat innolla tapaamisiamme ja erityisesti sitä, että pääsimme tekemään ryhmätöitä yhdessä ja testaamaan eri työkaluja. Tärkeintä oli kokoontua yhteen, jakaa ajatuksia, kysymyksiä ja tuloksia. Oli myös hyvä, että meillä oli ohjaaja, joka johti jokaista sessiota, ja joka pystyi myös antamaan tukea ja ohjeita jatkotyöskentelyä varten.

## Ajatuksia

- Valmennus sujui pääosin hyvin, ja varsinkin sen jälkeen, kun kaikki olivat löytäneet tapauksen, jonka parissa työskennellä, ja kun heillä oli ollut aikaa perehtyä verkkosivustoon kaikkine materiaaleineen ja työkaluineen.
- Neljän viikon valmennusjakso tuntui prosessin kannalta vähimmäismäärältä. Viikoittaiset sessiot olivat hyviä, sillä ne pitivät prosessia yllä. Viisi sessiota yhteensä, kerran viikossa, olisi ehkä ollut paras, mutta se riippuu tapauksista, joita osallistujat haluavat käsitellä.
- Oli hyvä, että ryhmässä oli ohjaaja, joka johti ryhmän työskentelyä istuntojen välillä ja niiden aikana.

## **Puola**

Pilotointivalmennuksesta opittiin seuraavaa:

- 1) Osallistujat tekevät usein oletuksia asiakkaiden tarpeista ja vaatimuksista testaamatta niitä. Monet mahdollisuudet saada arvokasta palautetta palveluista jäivät käyttämättä.
- 2) Vaikutti siltä, että asiakkaita käsiteltiin yhtenäisenä massana, vaikka keskusteluissa tunnistettiin potentiaalisesti erilaisia tarpeita ja viestintäkanavia.
- 3) Asiakkaiden tuntemuksia ja heidän kokemuksiaan ei ollut otettu huomioon palveluja suunniteltaessa.
- 4) Monipuolistamisen yhteydessä osallistujilla oli taipumus keksiä ideoita testaamatta niiden elinkelpoisuutta, käyttäjien kiinnostavuutta tai muotoilua, jolloin he hukkasivat mahdollisuuden räätälöidä tarjontaansa paremmin asiakkaiden tarpeita vastaavaksi.
- 5) Osallistujat tunsivat usein ärsytystä ja turhautumista asiakkaitaan kohtaan, joita voitiin tutkia palvelumuotoilun avulla.
- 6) Prosessit eivät aina olleet ihanteellisia kaikille asiakkaille.
- 7) Oli mahdollista, että asiakkaita, joilla oli erilaisia tarpeita, oli useita eri luokkia, esimerkiksi lapsia, jotka olivat palvelun ja tavaroiden kuluttajia, mutta myös aikuisia, joilla oli ostovoimaa, ja tämä monimutkaisuus voitiin ottaa huomioon palveluja suunniteltaessa, jos asiakas oli kehittämisen lähtökohtana.

- 8) Keskustelu identiteetistä oli hyödyllinen lähtökohta, jonka avulla osallistujat pystyivät tutkimaan nykyistä liiketoimintaa ja miettimään mielikuvituksen avulla tulevaisuuden suuntaa ja potentiaalisia mahdollisuuksia.

Myöhemmissä istunnoissa käytimme osallistujien yrityksiä tapauksina ja kävimme läpi asiakkaan matkan yrityksen läpi tutkiaksemme mahdollisuuksia ja pohtiaksemme asiakkaiden sitoutumista, kokemuksia ja motiiveja. Toisinaan huomasimme, ettemme tienneet tarpeeksi asiakaskokemuksista, ja että lisätutkimuksia oli tehtävä ServiceDigiCulture-työkalujen avulla.





# Vinkkejä valmennuksen järjestämiseen

## *Vinkkejä valmennuksen ja valmennussessioiden järjestämiseen*

1. Ohjaajavetoisessa valmennuksessa palvelumuotoiluun ja palveluinnovaatioihin perehdyttämisen tulisi kestää pidempään kuin yhden istunnon ajan. Teoriaa voi lukea myös verkosta, mutta ajattelutavan harjoittelu on eri asia, ja se onkin usein muotoiluajattelun ja palvelumuotoilukoulutuksen akilleenkantapäätä. Jos ajattelutapaa ei opita, menetelmän ydin jää pois, ja ihmiset saattavat päätyä käyttämään menetelmää väärin tai osittain. Kummassakin tapauksessa sen hyöty menetetään. Tämä on alue, jolla osallistujat tarvitsevat eniten tukea. Joskus tarvitaan enemmän aikaa käsitteiden tutkimiseen ja oikean ajattelutavan kehittämiseen.
2. Pidä opetus yksinkertaisena, käytännöllisenä ja valmennettavien tasolla. Valmennettavat edustavat yleensä muita aloja kuin muotoilualoja, joten he eivät tunne muotoiluslangia. Myös muotoilutaustaiset osallistujat, vaikka he ovat muotoiluajattelun ja palvelumuotoilun ajatustavan synnynnäisiä omaksujia, saattavat tarvita jonkin verran aikaa uuden muotoilun soveltamistavan ja terminologian omaksumiseen.
3. Valmennusta ja valmennustilaisuuksia suunniteltaessa on hyvä tietää valmennettavien lähtötaso ja se, onko heillä taustatietoa tai kokemusta palveluinnovoinnista ja palvelumuotoilusta.
4. Suosittelemme, että valmennus räätälöidään erikseen kutakin toteutusta ja kohderyhmää varten pitäen mielessä oppijoiden tarpeet ja valmennuksen tavoitteen, mukaan lukien tavoiteltu oppimisen syvyys.

## *Vinkkejä valmennuksen järjestämiseen*

1. Keskity prosessiin yhtä paljon kuin sisältöön.
2. Kehota valmennettavia käyttämään oman elämänsä ja yritystoimintansa ongelmia ja haasteita hyödyksi ja soveltamaan käsitteitä henkilökohtaisiin tilanteisiinsa.
3. Esimerkit palveluinnovoinnista ovat mieltä avartavia!

4. Tuo valmennus ja sisältö lähelle osallistujia ja yhdistä se siihen, mitä he jo tekevät.
5. Palvelumuotoilun ja palveluinnovoinnin oppiminen voi hyötyä kulttuurialojen ja luovien alojen projektipohjaisuudesta sekä työskentelystä tuntemattoman ja epävarmuuden kanssa.
6. Teoriaa ja käytäntö on hyvä järjestää eri sessioiden aikana, jotta osallistujille jää aikaa pohtia oppimaansa ja työskennellä palveluinnovointitapaustensa parissa, ellei valmennusta järjestetä koko päivän kestäviä sessioina.
7. Jätä tilaa kokeilemiselle, leikille ja naurulle.
8. Mukauta sessiot valmennettavien energiatasojen mukaan.
9. Tuo mukaan visuaalisia ja leikkisiä elementtejä.
10. Kaikille niille oppijoille, etenkin niille, jotka haluavat käyttää materiaalia ensimmäisen session jälkeen ja työstää sen jälkeen ideoitaan, on tärkeää, että he ymmärtävät valmennuksessa käytettävät käsitteet, etenkin palveluinnovoinnin ja palvelumuotoilun välinen ero. Käytä tähän aikaa ensimmäisen session aikana. Hyödyllinen lähestymistapa on myös muotoilla ajattelua kysymyksen "Mikä on asiakkaan tavoite?" ympärille, ja antaa tästä yksityiskohtaisia esimerkkejä. Esimerkit voivat olla aluksi mistä tahansa yrityksestä, minkä jälkeen aiheita voidaan tarkentaa kulttuuri- ja luovien alojen esimerkkien avulla. Korosta eroja ajatustavoissa: pohtiessamme näitä kysymyksiä, huomaamme usein, että asiakkaalla on mielessään aineettomia ja ilmaisemattomia tarpeita. Menestyvä yritys näkee paljon vaivaa tunnistaakseen nämä odotukset.
11. Luo konkreettisia yhteyksiä yritysten/organisaatioiden kohtaamien haasteiden ja sopivien työkalujen välillä. Ehdota hyödyllisiä työkaluja eri haasteisiin.
12. Valitse sellainen lähtökohta, joka sopii kaikille riippumatta siitä, minkä tyyppisestä yrityksestä tai liiketoiminnan kehitysvaiheesta on kyse. Hyvä aloitusasetelma voisi olla asiakkaan matka, jotta ymmärretään, miten asiakas etenee palvelun kaikkien eri kosketuspisteiden kautta. Laajenna näkökulmaa kattamaan myös henkilöstön ja tavarantoimittajat, sillä kaikki näkemykset voivat olla tärkeitä, kun kokemuksesta halutaan tehdä hyödyllisempi ja helpommin asiakkaan ulottuvilla oleva. Kartoittakaa asiakkaan matka käyttämällä asiakaspolun tehtäväpohjaa. Olkaa tietoisia siitä, että joillakin yrityksillä voi olla lineaarisia palvelupolkuja, joillakin

taas epälineaarisia tai jopa ympyränmuotoisia tai iteratiivisia palvelupolkuja, joissa on välivaiheita ja paluupisteitä. Valmistautukaa keskustelemaan niistä yksityiskohtaisesti. Aloittakaa sellaisen yrityksen asiakaspolun kartoituksella, johon kaikki voivat samaistua, kuten kahvilan. Kehota osallistujia tutkimaan esimerkkejä kulttuuri- ja luovilta aloilta.

### ***Vinkkejä palveluinnovointiprojektien parissa työskentelyyn***

1. Kannusta itseohjautuvuuteen ja henkilökohtaiseen vastuuseen päätöksenteossa.
2. Kannusta kokeilevaan ja testausystävälliseen ilmapiiriin. Pieniä muutoksia voidaan tarkastella, mukauttaa tai perua palvelumuotoilun hengessä.
3. Palveluinnovointiprojektien työstäminen virtuaalisesti voi olla vähemmän tuottavaa ja luovaa, ja ne saattavat kärsiä siitä verrattuna kasvokkain tapahtuvaan työskentelyyn. Jos valmennus toteutetaan monimuoto-opetuksena, suosittelimme teoriasessioiden järjestämistä virtuaalisesti ja työpajasessioiden järjestämistä paikan päällä kasvokkain., suosittelimme teorian tekemistä verkossa ja työpajan järjestämistä kasvokkain.
4. Palveluinnovointiprojekteista keskusteleminen muiden osallistujien kanssa voi olla erittäin hyödyllistä.
5. Jos kaikilla osallistujilla ei ole yritystä, pyydä niitä, joilla on yritys- tai muuta toimintaa, toimimaan tapausesimerkkeinä, minkä yhteydessä kaikki voivat tuoda panoksensa ja antaa ehdotuksia ja testata ideoita.
6. Varmista heti valmennuksen alussa, että osallistujilla on riittävästi aikaa (yli 1 kuukausi) oppimisprosessia varten.
7. Pidä osallistujien mielenkiinto yllä koko valmennusprosessin ajan ja viesti riittävästi heidän kanssaan.

### ***Itsenäisesti etenevien oppijoiden tukeminen***

Jos osallistujat haluavat työskennellä itsenäisesti ServideDigiCulture-valmennusalustan ja työkalujen avulla, voi olla hyödyllistä laatia heille lista kysymyksiä, joka auttaa heitä pohtimaan palvelumuotoilua omassa yrityksessään. Ne auttavat ratkaisujen etsimisessä ja käsitteiden tutkimisessa. Kysymykset auttavat pitämään mielen avoimena ja omaksumaan tutkivan otteen.

Voit aloittaa laatimalla kysymyksiä "Kuka minä olen?" -kartan ympärille, mikä auttaa tutkimaan heidän identiteettiään ja sen suhdetta toimintaan, ennen kuin toimintaa ja ideoita tutkitaan yksityiskohtaisesti.



Löydät *Kuka minä olen-miellekartta minusta* -harjoituksen verkkosivulta osoitteesta: <https://www.servicedigiculture.eu/fi/toolkit-training>

Esitä *Miellekartta minusta* -harjoitukseen liittyviä kysymyksiä, jotka voivat johtaa keskusteluun palvelumuotoilusta.

- Mitkä ovat tärkeimmät vahvuutesi ja kiinnostuksen kohteesi, joita käytät tai haluat käyttää yrityksessäsi?
- Kun tarkastelet miellekarttaasi kirjattua identiteettiäsi, mitä tällä hetkellä ilmaiset ja ilmaiset liiketoimintasi kautta?
- Onko taitoja tai mahdollisuuksia, joita voisit hyödyntää enemmän?
- Mitä muuta voisit tuoda yrityksesi?
- Miten se, mitä voit tarjota, liittyy asiakkaiden nykyisiin tarpeisiin?



# Valmennettavien kokemuksia

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

*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. Saatua palautetta 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

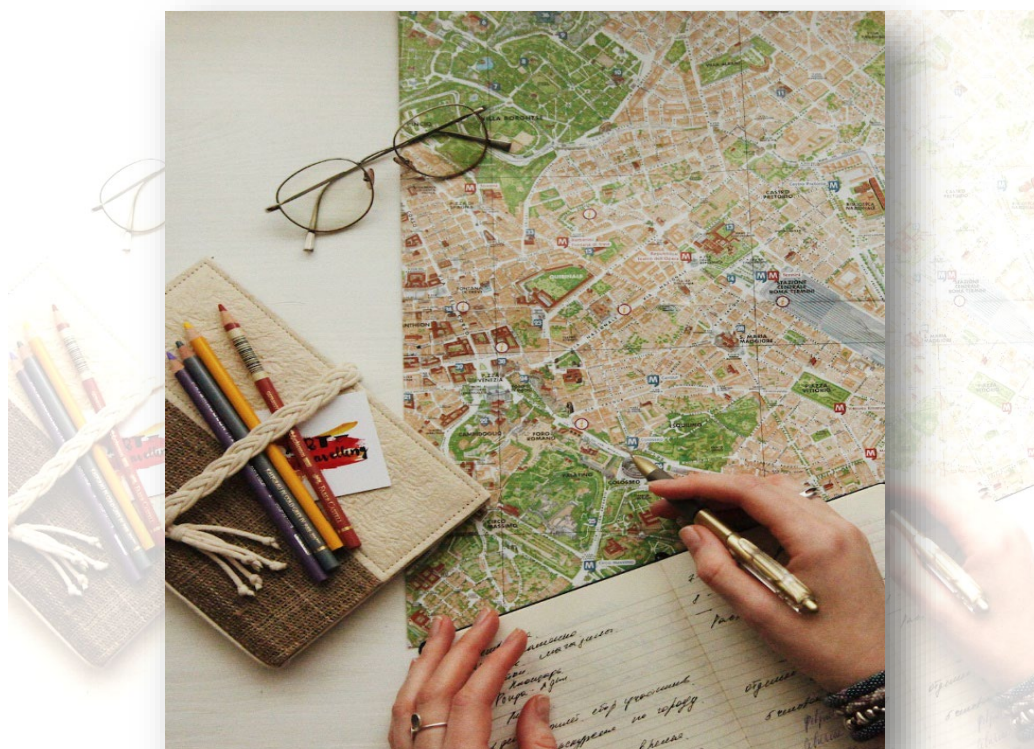
Olen kuulovammainen näyttelijä ja kuulun teatteriryhmään. Olin mukana ServiceDigiCulture-valmennuksessa yhdessä kollegojeni kanssa. Työskentelimme yhdessä tapauksen parissa, jonka tavoitteena oli parantaa sekakuuloisen yleisömme ja erityisesti kuulovammaisten kokemusta.

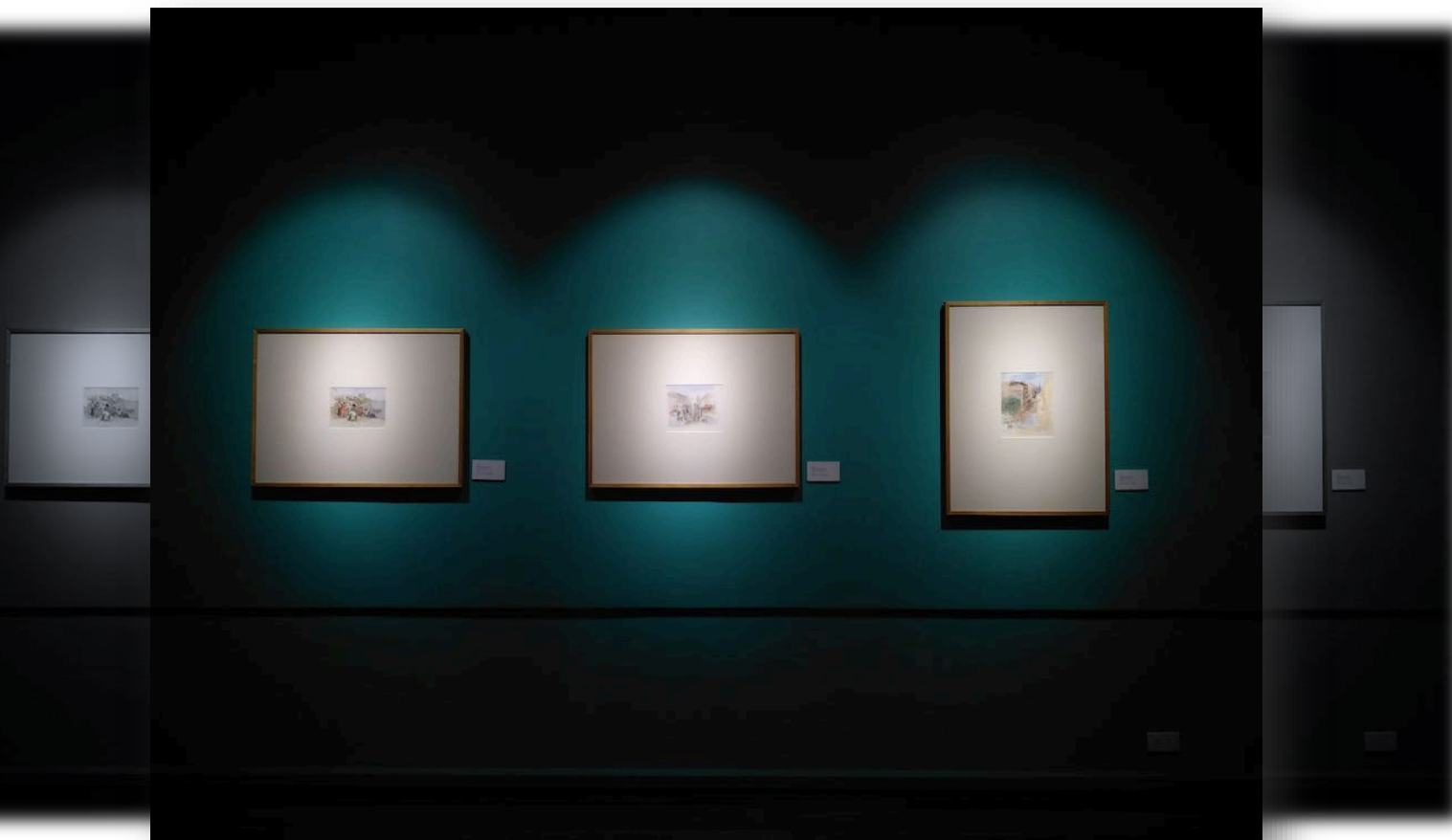
### Miten käytin ServiceDigiCulturea ja mitä kokemuksia minulla on siitä?

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 käyttöni. 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 jäsennellyssä 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 asiakastyytyväisyyskyselyn 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 kulkeutumisesta siirtolaisten mukana Minnesotaan Amerikkaan ja niiden säilymistä siellä käsitöinä tai tekemisenä edelleen.

### **Omat kokemukseni**

Parhaan tuloksen olisin saanut, jos olisin keskittynyt enemmän omaan liiketoimintaan, 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 käsityöopettaja 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 tiedäneet 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 tiedäneet, 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, yksityisyrittäjä, 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, yksinyrittäjä, 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?

The service blueprint was useful to give me more certainty especially with pricing and the number of allowable changes to be made to drawings. Sometimes extra work is involved, not always paid for. Examining all these different expectations made me think about changes. I loved the training and I put a lot of things into practice. I've done a drawing here showing my ideas and thinking:

### 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 kätkeytyt ajatukset – meillä ei ole tarpeeksi palautetta ja näkemyksiä.

### **Valokuvauksen harrastaja Mike, Englanti**

**Ala:** Valokuvaamisen harrastaja, joka harkitsee yrittäjäksi ryhtymistä

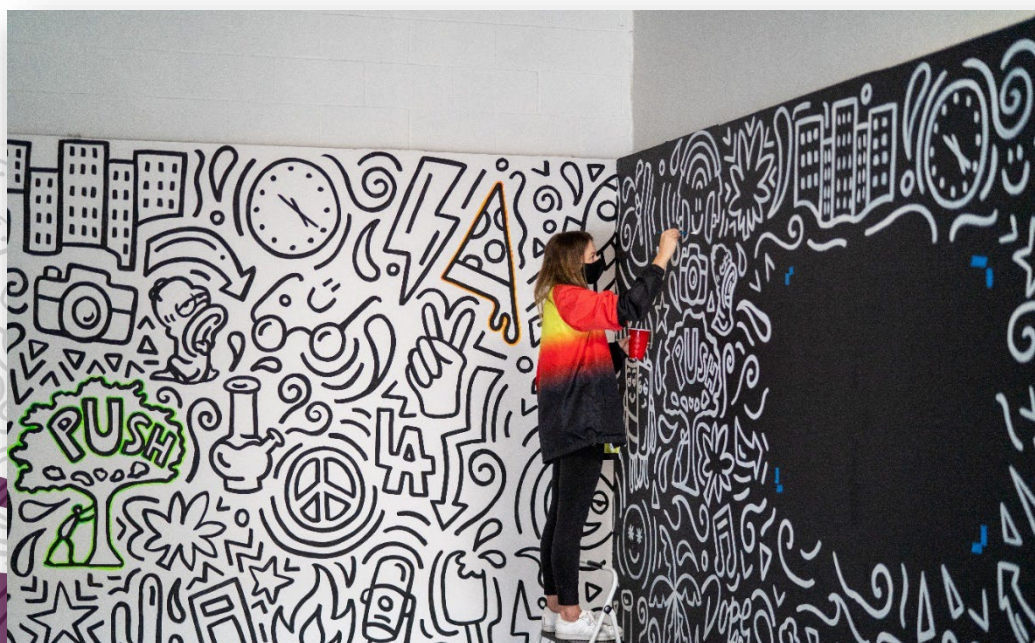
Minulla on ollut useita yrityksiä, ja olen iloinen voidessani harrastaa valokuvausta. Kiinnostuin vanhan tyylin valokuvauksesta, en digitaalisesta kuvauksesta, vaan palasin takaisin filmikuvien ottamiseen ja filmin kehittämiseen omin käsin. Olen kiinnostunut vanhoista kameroista ja kaikista valokuvauksen 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 palvelumuotoilu- prosessin 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 on esitetty vinkkejä, joiden avulla voit rohkaista kulttuuri- ja luovien alojen yksityishenkilöitä ja yrityksiä/organisaatioita käyttämään sitä tehokkaasti ja hyödyntämään sen toimintoja parhaalla mahdollisella tavalla:

1. Kannusta heitä ensin käyttämään aikaa Miron **ominaisuuksien ja toimintojen tutkimiseen**. Näin he saavat paremman käsityksen ja ymmärryksen siitä, miten sitä voi käyttää itsenäiseen oppimiseen ja yhteistyöhön.
2. **Kehota heitä luomaan Mirossa taulu**, johon he voivat järjestää ajatuksiaan ja ideoitaan. Korosta, että he voivat käyttää valmiita pohjia tai luoda oman. He voivat lisätä tekstiä, kuvia ja muuta sisältöä, joka auttaa heitä järjestämään ajatuksiaan.
3. Kerro, että Miroa voi käyttää **muistiinpanojen tekemiseen** oppimisen tai tutkimuksen aikana. Tämä auttaa järjestämään ajatuksia ja ideoita.
4. **Kannusta heitä kutsumaan muita alustalleen ja tekemään yhteistyötä** reaaliajassa. Tämä on hyödyllistä, kun työskennellään projektin parissa muiden kanssa.
5. Kerro, että he voivat hyödyntää Miron mahdollisuuksia **ideoiden ja käsitteiden ideointiin**. Tähän tarkoitukseen he voivat käyttää valmiita pohjia tai luoda oman ideariihensä.

6. Kannusta heitä käyttämään Miroa **palvelumuotoiluprosessin kartoittamiseen**. Tämä voi auttaa heitä tunnistamaan huomiota ja resursseja vaativat alueet.
7. Ehdota, että he käyttävät Miroa **luodakseen prototyyppisiä** palvelumuotoiluideoistaan. Tämä auttaa heitä visualisoimaan konseptejaan ja testaamaan niitä ennen varsinaista palvelun toteuttamista.
8. Pyydä heitä **keräämään** Miro-ohjelman avulla **palautetta** muilta heidän palvelumuotoiluideoistaan. Tämä voi auttaa heitä tarkentamaan konseptejaan ja tekemään niihin parannuksia.

Miro voi olla erittäin hyödyllinen väline itsenäiseen oppimiseen ja yhteistyöhön palvelumuotoiluprosessissa. Käyttämällä sitä tehokkaasti voidaan organisoida ajatuksia, tehdä yhteistyötä muiden kanssa ja toteuttaa palvelumuotoiluideoita.

## Vimeo

Kun työskentelet kulttuuri- ja luovien alojen yksilöiden ja yritysten/organisaatioiden kanssa, varmista, että he tulevat tietoisemmiksi olemassa olevista verkkoalustoista, jotka voivat auttaa heitä hankkimaan tuloja.

[Vimeo](#) on videoiden julkaisualusta, jota voidaan käyttää luovan sisällön tuottamiseen. Alusta tarjoaa useita ominaisuuksia, jotka voivat tukea tulojen hankkimisessa:

- Kulttuuri- ja luovien alojen yksityishenkilöt ja yritykset/organisaatiot voivat **myydä pääsyä videoihin**: Vimeo antaa käyttäjille mahdollisuuden myydä pääsyä videoihinsa joko kertaluonteisena ostoksena tai tilausmallilla. Korostathan, että kulttuuri- ja luovien alojen organisaatiot voivat käyttää tätä ominaisuutta sisällön rahaksi muuttamiseen ja tasaisen tulovirran luomiseen.
- Kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot voivat **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 kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot voivat käynnistää joukkorahoituskampanjoita ja saada tukea yleisöltä.
- **Virtuaalisten tapahtumien järjestäminen:** Vimeo tarjoaa suoratoisto- ja virtuaalisia kokoustyökaluja, joita kulttuuri- ja luovilla aloilla toimivat yksilöt, yritykset ja 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 yksityishenkilöt ja yritykset/organisaatiot voivat itse levittää ja ansaita rahaa teoksistaan. Kulttuuri- ja luovien alojen organisaatiot, yritykset ja yksilöt voivat käyttää tätä ominaisuutta myydäkseen sisältöään suoraan yleisölleen ilman jakelijan kautta tapahtuvaa jakelua.

## Patreon

Toinen alusta, joka voi tukea kulttuuri- ja luovien alojen organisaatioita, yrityksiä ja yksilöitä, on [Patreon](#). Se on alusta, jonka avulla luovan alan työntekijät ja yksilöt voivat saada tuloja työstään saamalla jatkuvaa tukea yleisöltä. Se tarjoaa useita ominaisuuksia, jotka oikein käytettynä voivat vauhdittaa yrityksen/organisaation kasvua. Alla oleva luettelo esittelee ominaisuuksia, jotka voivat auttaa pääsemään alkuun:

- Kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot voivat **tarjota yksinoikeudella tuotettua sisältöä** tukijoilleen, kuten vilkaisuja luovan prosessin kulussien taakse, varhaista pääsyä uusiin töihin tai erityisiä tuotteita. Sisältöä voidaan tarjota tukijoille, jotka maksavat erilaisista sisältöpaketeista.
- Kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot voivat **luoda jäsenohjelman** Patreoniin, jossa tukijat saavat kuukausimaksua vastaan yksinoikeudellisia etuja. Tukijat voivat esimerkiksi saada alennuksia tavaroista tai pääsyn yksinoikeudella järjestettäviin tapahtumiin.



- Kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot **voivat tarjota tukijoilleen yksilöllisiä kokemuksia** Patreonissa, kuten henkilökohtaisia shoutouteja, räätälöityjä taideteoksia tai henkilökohtaisia konsultaatioita. Näitä kokemuksia voidaan tarjota erilaisina sisältöpaketteina.
- Kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot **voivat järjestää kysymys- ja vastaustilaisuuksia** tukijoilleen Patreonissa, joissa he voivat vastata työhönsä liittyviin kysymyksiin tai kertoa luovasta prosessistaan. Näitä tilaisuuksia voidaan järjestää säännöllisesti, jotta tukijat voivat sitoutua ja tuoda lisäarvoa. Niissä voidaan saada tietoa siitä, mitä asiakkaat haluavat. Tätä kautta voidaan järjestää myös pieniä fokusryhmätilaisuuksia.
- Kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot **voivat käynnistää joukkorahoituskampanjoita** Patreonissa tiettyjä hankkeita tai aloitteita varten. Kannattajat voivat osallistua kampanjaan ja saada palkintoja Patreon-tilauspaketkinsa tason mukaisesti.

Näitä ominaisuuksia käyttämällä kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot voivat hyödyntää Patreonia tulojen hankkimiseen ja kannattajayhteisön luomiseen työnsä 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. Joukkorahoituslustoja on saatavilla monia, mutta varmista, että ne ovat tunnetuimpia, jotka ovat lueteltu alla:

- **Kickstarter** (<https://www.kickstarter.com/>): Kickstarter on yksi suurimmista joukkorahoituslustoista, joka tunnetaan luovien hankkeiden, kuten elokuvien, pelien ja taideinstallaatioiden, rahoittamisesta. Se toimii kaikki tai ei mitään -rahoitusmallilla, mikä tarkoittaa, että hankkeen on saavutettava rahoitustavoitteensa ennen kuin rahoitus myönnetään.
- **Indiegogo** (<https://www.indiegogo.com/>): Indiegogo on toinen suosittu joukkorahoituslusta, 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 joukkorahoituslataus 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 joukkorahoituslataus, jonka avulla tekijät voivat saada jatkuvaa tukea yleisöltään. Tilaaajat voivat maksaa kuukausittaisen summan, jonka avulla he saavat käyttöönsä yksinoikeudella tuotettua sisältöä ja etuja.
- **Seedrs** (<https://www.seedrs.com/>): Seedrs on joukkorahoituslataus, 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 joukkorahoituslataus, joka tarjoaa palkkiopohjaista ja osakepohjaista joukkorahoitusta yrityksille ja sosiaalisille yrityksille.
- **Fundable** (<https://www.fundable.com/>): Fundable on joukkorahoituslataus, joka keskittyy auttamaan aloittavia yrityksiä ja pienyrityksiä hankkimaan rahaa. Se tarjoaa palkkioihin ja osakkeisiin perustuvia joukkorahoitusvaihtoehtoja.



Nämä ovat vain muutamia monista saatavilla olevista joukkorahoitusaloista, joista jokaisella on omat ainutlaatuiset ominaisuutensa ja vaatimuksensa. Kun työskentelet kulttuuri- ja luovien alojen yksilöiden, yritysten ja organisaatioiden kanssa, varmista, että he ymmärtävät, että on tärkeää tutkia ja vertailla eri aloja, jotta he löytävät parhaiten heidän erityistarpeisiinsa sopivan vaihtoehdon.

Korostathan, että riippumatta siitä, minkä joukkorahoitusaloitan he valitsevat toimintansa tueksi, heidän olisi hyödynnettävä sen toimintoja, sillä niillä on paljon tarjottavaa.

Esimerkiksi:

- **He voivat käynnistää joukkorahoituskampanjan tiettyä hanketta varten** kerätäkseen rahaa tiettyihin hankkeisiin, kuten elokuvan tuottamiseen tai kirjan julkaisemiseen. He voivat tarjota tukijoilleen palkintoja, kuten yksinoikeudella myytäviä tuotteita tai varhaisen pääsyn valmiiseen tuotteeseen.
- **He voivat 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.
- **He voivat käyttää joukkorahoitusta ennakkotilausjärjestelmänä**, myydä ennakkoon tuotteitaan, kuten uutta albumia tai taidekirjaa. He voivat tarjota kampanjaan osallistuville henkilöille alennuksia tai ainutlaatuisia etuja, mikä luo yksinoikeuden ja omistajuuden tunteen.
- **He voivat käynnistää toistuvan joukkorahoituskampanjan** tai toistuvia joukkorahoituskampanjoita käyttämällä Patreonin tai Kickstarterin kaltaisia alustoja, joissa ihmiset voivat tukea käynnissä olevia hankkeita kuukausittain. Tämä voi tarjota organisaatioille tasaisen tulovirran ja auttaa niitä pitämään työtään yllä taloudellisesti pitkällä aikavälillä.
- **He voivat käyttää joukkorahoitusta toimintakustannusten**, kuten vuokrien, yleiskustannusten ja palkkojen, kattamiseen. He voivat tarjota lahjoittajille etuisuuksia, kuten pääsyn yksinoikeudella tuotettuun sisältöön tai kulussien takaisin päivityksiin.

## WordPress välineenä kulttuurialojen ja luovien alojen toimintojen tukemisessa

WordPress on työkalu, josta voisi olla hyötyä kulttuuri- ja luovilla aloilla toimivien organisaatioiden, yritysten ja yksilöiden toiminnassa. 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 yritykset/organisaatiot ja yksilöt voivat mukauttaa verkkosivustonsa ulkoasua ja toiminnallisuutta, sekä ominaisuuksia, kuten



sosiaalisen median integrointi, yhteydenottolomakkeet ja sähköinen kaupankäynti, omiin tarpeisiinsa.

Tämä voi auttaa heitä lisäämään palvelujensa näkyvyyttä. Lisäksi WordPress on optimoitu hakukoneita varten, joten 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. WordPress saattaa olla juuri oikea työkalu yksityisyrittäjien kasvuun. 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.

Mikäli kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot ovat epävarmoja WordPressin käytössä, voit rohkaista heitä aloittamaan opettelemalla perusteet. Neuvo heitä investoimaan jonkin verran aikaa WordPressin toimintojen tutkimiseen. Kiinnitä heidän huomionsa siihen, että



verkossa on saatavilla monia ilmaisia opetusohjelmia, jotka auttavat heitä 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. Tukifoorumeilta löytyy vastauksia yleisimpiin kysymyksiin ja ongelmiin.
- **WPBeginner** (<https://www.wpbeginner.com/>): WPBeginner on suosittu verkkosivusto, joka tarjoaa ilmaisia WordPress-oppaita, vinkkejä ja temppejuja 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-oppimisympäristö, 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. LinkedIn Learningia voi kokeilla ilmaiseksi kuukauden ajan ennen tilaukseen sitoutumista.

Kun kulttuuri- ja luovien alojen yksilöt, yritykset ja organisaatiot tutustuvat WordPressiin, voidaan sitä hyödyntää liiketoiminnassa. Alla on esimerkkejä näistä ideoista:

- Yritykset, organisaatiot ja yksilöt **voivat myydä tuotteitaan WordPressin avulla** eli käyttää WordPressiä verkkokaupan perustamiseen ja tuotteiden, kuten kirjojen, taideteosten tai tavaroiden, myyntiin. He voivat käyttää WooCommercen kaltaista lisäosaa tapahtumien käsittelyyn ja varaston hallintaan.
- **He voivat tarjota palvelujaan** eli käyttää WordPressiä edistääkseen ja tarjotakseen palvelujaan, kuten konsultointia, graafista suunnittelua tai tapahtumien suunnittelua. He voivat käyttää Gravity Formsin



kaltaista lisäosaa luodakseen mukautetun yhteydenottolomakkeen, jonka avulla potentiaaliset asiakkaat voivat ottaa yhteyttä.

- **He voivat ottaa vastaan lahjoituksia** tukijoiltaan. GiveWP:n kaltaista lisäosaa voidaan käyttää mukautettujen lahjoituslomakkeiden luomiseen ja toistuvien lahjoitusten hallintaan.
- **He voivat julkaista ja hyödyntää sisältöä**, käyttää WordPressiä sisällön, kuten blogikirjoitusten, podcastien, musiikin tai videoiden, julkaisemiseen ja hyödyntämiseen. AdSensen kaltaista lisäosaa voidaan käyttää mainosten näyttämiseen sivustolla ja tuloja ansaintaan klikkauksista.
- **He voivat tarjota jäsenyyksiä** kannattajilleen ja tarjotakseen yksinoikeuden sisältöön, tapahtumiin tai muihin etuihin. MemberPressin kaltaista lisäosaa voidaan käyttää jäsenyystasojen ja sisällön saatavuuden hallintaan.

### **Qualtrics.com**

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

Verkkosivusto, jossa voi 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 tuloksista.

### **DALLE-E2**

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

DALLE E2 Open AI -ohjelmaa käytetään luodessa vapaasti käytettäviä, alkuperäisiä, varastossa olevia ilmaisia kuvia eri tyyliillä. Kun annetaan tekstipohjainen aineisto, kuvat luodaan tyhjästä, ja niitä voi ladata ja käyttää vapaasti tekijänoikeuksia loukkaamatta. Tämä sopii erinomaisesti verkkosivuille, julkisteisiin, 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, a digital hub: <https://www.ferrovial.com/en-gb/innovation/digital-hub/>

Mapping Creative Hubs in England:  
[https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/resources/Mapping\\_Creative\\_Hubs\\_In\\_England\\_.pdf](https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/resources/Mapping_Creative_Hubs_In_England_.pdf)

The Space: <https://www.thespace.org/>

StageTEXT: <https://www.stagetext.org/>

## Tietoa ServiceDigiCulturesta

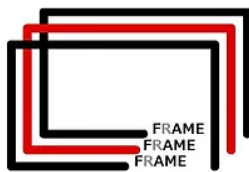
ServiceDigiCulture-työkalupakki, valmennus, käyttöoppaat ja strateginen ennakointiopas on kehitetty Euroopan komission Erasmus+-ohjelman rahoittamassa hankkeessa nimeltään Digital and Sustainable Service Innovation for the Cultural and Creative Sector.

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/fi>.

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!



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

@All rights reserved, ServiceDigiCulture, 2021

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

This work is licenced under Copyright Creative Commons Attribution ShareAlike CC BY-SA 4.0 International license.

