Tunne asiakkaasi – palvele kilpailu-kykyisemmin

MALLI VUOROVAIKUTTEISESTA ASIAKAS- JA PALVELUJENKEHITTÄMISPROSESSISTA

MANU RANTANEN, SUVI KORHONEN JA KIRSI LAPPALAINEN

29.11.2017

maaseuturahasto

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

PRO Agria

MAA- JA KOTITALOUSNAISET

ESEDU

HELSINGIN YLIOPISTO
RURALIA-INSTITUUTTI

Tunne asiakkaasi – palvele kilpailukykyisemmin –hanke

- Aika: 1.10.2015 – 31.12.2017
- Toimijat: ProAgria Etelä-Savo, Etelä-Savon Maa- ja kotitalousnaiset, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti ja Etelä-Savon ammattiopisto
- Rahoitus: Maaseuturahasto ja ELY-keskus

maaseuturahasto

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

PRO Agria

MAA- JA KOTITALOUSNAISET

esedu

HELSINGIN YLIOPISTO
RURALIA-INSTITUUTTI

Sisältö

Tausta
- Palvelumuotoilu maaseudun olosuhteissa

Tavoitteet
- Asiakasprosessin tavoitteet
- Yrityskehitysprosessin tavoitteet
- Vuorovaikutusprosessin tavoitteet

Prosessien eri vaiheet ja niiden keskinäinen vuorovaikutus

A. Asiakasprosessin vaiheet

B. Yritysprosessin vaiheet

C. Vuorovaikutusprosessin vaiheet

Maaseutuolosuhteisiin sovellettu palvelumuotoilun malli kotityöpalveluihin

Arviointia

Kuvat: Manu Rantanen, Suvi Korhonen ja Kirsi Lappalainen

Tausta

- Palvelut maaseutuyrityksille, vapaa-ajanasukkaille ja yksityistalouksille ovat mahdollisuus lisätä maaseudun yritysten kannattavuutta ja yrityskirjoa sekä asumisen laatua asukkaille.
  - Kotityöpalvelut ovat yksityisten kotityöpalveluyritysten omana tai usean eri yrityksen monialaisena yhteistyönä tuottamia asiakaslähtöisiä kotiin tuotettavia palveluja.
  - Useimmat vanhukset haluavat asua kotona mahdollisimman pitkään. Suurinta avuntarvetta heillä on kodinhoidollisissa töissä ja asiointiavussa.
- Kotityöpalveluiden käyttäjät voidaan jakaa maaseudun vakituisiin asukkaisiin, vapaa-ajanasukkaisiin sekä lisätyövoimaa tarvitseviin maaseutuyrityksiin.
  - Erityisesti uudet vapaa-ajan asuntojen omistajat kaipaavat paikallisia palveluja, mutta usein ongelmana on niiden löytyminen.
- Jotta palveluja voidaan kehittää palvelutarpeita paremmin vastaaviksi ja samalla kannattavammiksi, tarvitaan kehittämistyössä nykyistä enemmän mökkiläisten, muiden asiakasryhmien sekä yrittäjien yhteistyötä.

Palvelumuotoilu maaseudun olosuhteissa

- Palvelumuotoilu on yhteiskehittämistä, johon osallistetaan palvelun eri osapuolet (Tuulaniemi 2011)
- Palvelumuotoiluprosessit maaseudun olosuhteissa vaativat erityistä panostusta:
  - välimatkat ovat pitkiä ja julkisten kulkuvälineiden käyttömahdollisuudet ovat suppeat, mikä lisää kuljetuspalvelujen tarvetta
  - Internet-yhteyksien laatu vaihtelee
  - mikroyritykset ovat yleinen yritysmuoto
  - asiakaskunta on heterogeenista, joten palvelutarpeet ovat hyvin eriytyneitä
  - vapaa-ajanasukkaat viettävät ajastaan vain osan, mikä johtaa kysynnän kausittaisuuteen, heillä ei yleensä ole kiinteää postilaatikkoa eivätkä he välttämättä tunne hyvin paikallisia olosuhteita.

Mahdollisuudeksi, mutta samalla myös haasteeksi mm. osaamisen näkökulmasta tulee etäyhteyksien nykyistä laajempi hyödyntäminen palvelumuotoilussa. Tarvitaan myös uusia malleja, joilla voidaan tukea palvelujen kysyntä- ja tarjontaosapuolten vuorovaikutteisia ja pitkäjänteisiä kehittämisprosesseja.

Seuraavaksi esitetään yksi tällainen malli, joka kehitettiin vuosina 2015-2017 Tunne asiakkaasi – palvele kilpailukykyisemmin –hankkeessa.

Asiakasprosessin tavoitteet

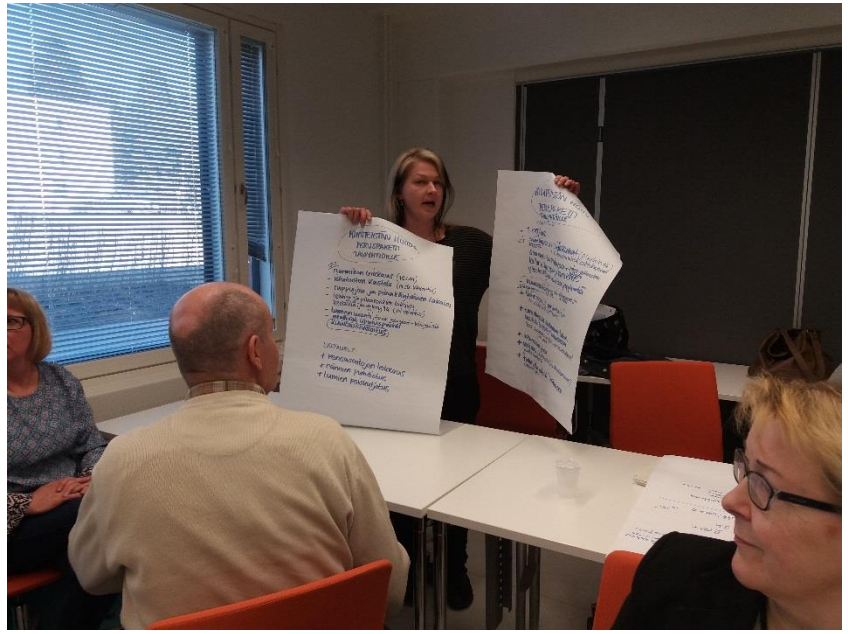
- Asiakkaiden aktivoiminen mukaan prosessiin, jossa annetaan palautetta suoraan yrityksille heidän palvelukehitysprosessiinsa
  - Sähköisesti (kirjallisesti)
  - Yhteisissä tilaisuuksissa
- Ajankohtaisen tiedon saaminen asiakkaiden omista näkemyksistä ja kokemuksista palveluihin liittyen:
  - Erilaiset asumis- ja mökkeilytyylit ja niiden vaikutus palvelutarpeisiin
  - Halukkuus, jaksaminen ja osaaminen tehdä esim. huoltopalveluja itse tai vastaavasti hankkia niitä palveluntuottajilta
  - Kokemus palvelujen löytämisen ja hankkimisen helppoudesta maaseutuolosuhteissa
  - Asiakaskokemukset hankituista palveluista
  - Arvio palvelujen käytöstä tulevaisuudessa

Yrityskehitysprosessin tavoitteet

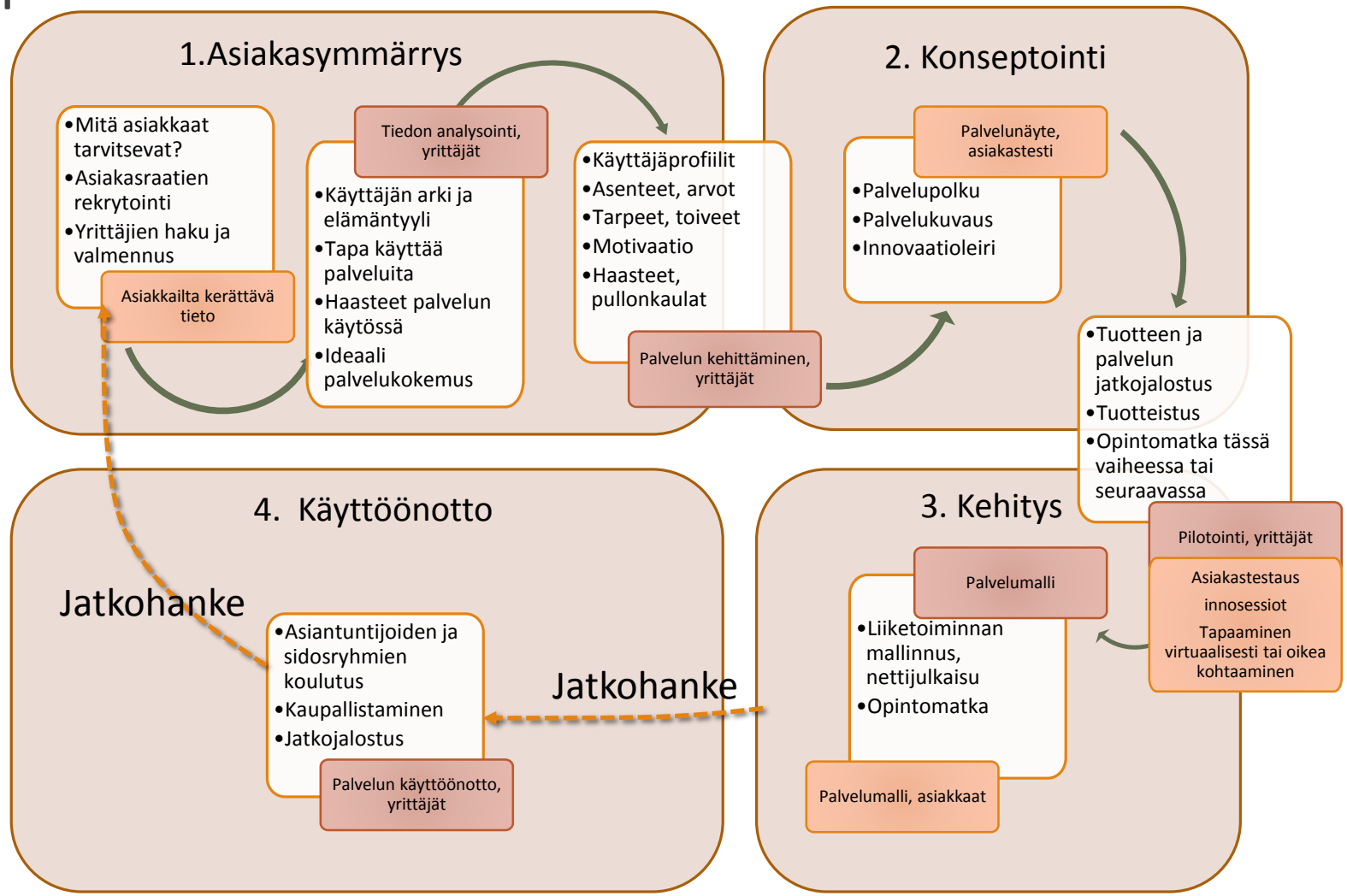
- Asiakkailta saadun tiedon hyödyntäminen palvelujen konseptointiin
  - Erilaisten asiakkaiden tarpeiden, toiveiden, arvojen ja asenteiden vaikutus palvelutarpeisiin, palvelujen sisältöön, palvelujen toteuttamistapoihin ja markkinointiin
- Yritysten osaamisen lisääminen
  - Palvelutuotannon laajentaminen ja uudistaminen tuotteistuksen avulla
  - Palvelujen tuottaminen yksilöllisinä palvelukokonaisuuksina ja palvelupolkuja hyödyntämällä
  - Palvelukuvausten tekeminen uusien palvelujen tuottamiseksi tai uudistamiseksi
- Yritysten tiedon lisääminen valmennuksella
  - Osaamistarvehaastattelujen toteuttaminen yritysten vahvuuksien konkretisointiin sekä kehittämistarpeiden löytämiseksi
  - Ajankohtaisen, maaseudun kotipalveluyrityksiä hyödyttävän tiedon välittäminen
- Palvelujen saatavuuden varmistaminen yritysten keskinäisen verkostoitumisella

Vuorovaikutusprosessin tavoitteet

- Vuorovaikutuksellisuuden tukeminen
  - Tiedon välittäminen yrittäjille asiakkaiden ajankohtaisista näkemyksistä ja tulevaisuusarvioista liittyen heidän palvelutarpeisiinsa sekä potentiaalisen asiakaskunnan rakenteesta ja sen muuttumisesta
  - Yrittäjien ja asiakkaiden aktivoiminen yhteisiin tapaamisiin, jossa palvelutuotteita kehitetään ja asiakkaat antavat niistä palautetta yrittäjille
  - Asiakasymmärryksen lisääntyminen yrityksissä, mutta samalla asiakkaiden ymmärryksen lisääntyminen yritysten reaalitodellisuudesta ja mahdollisuuksista vastata asiakkaiden toiveisiin
  - Uusien asiakassuhteiden syntyminen, joissa kumpikin osapuoli kokee voittavansa



Tunne asiakkaasi-palvele kilpailukykyisemmin hankeprosessi



Prosessien eri vaiheet ja niiden keskinäinen vuorovaikutus

- Seuraavassa esitetään ensin erikseen asiakas-, yritys- ja vuorovaikutusprosessit. Prosessit kuitenkin limittyvät toisiinsa, mikä vuorovaikutuksellisuuden näkökulmasta onkin keskeistä.
- Lopuksi esitetään toimenpiteiden keskinäinen suhde kuvana.

A. Asiakasprosessin vaiheet (I)

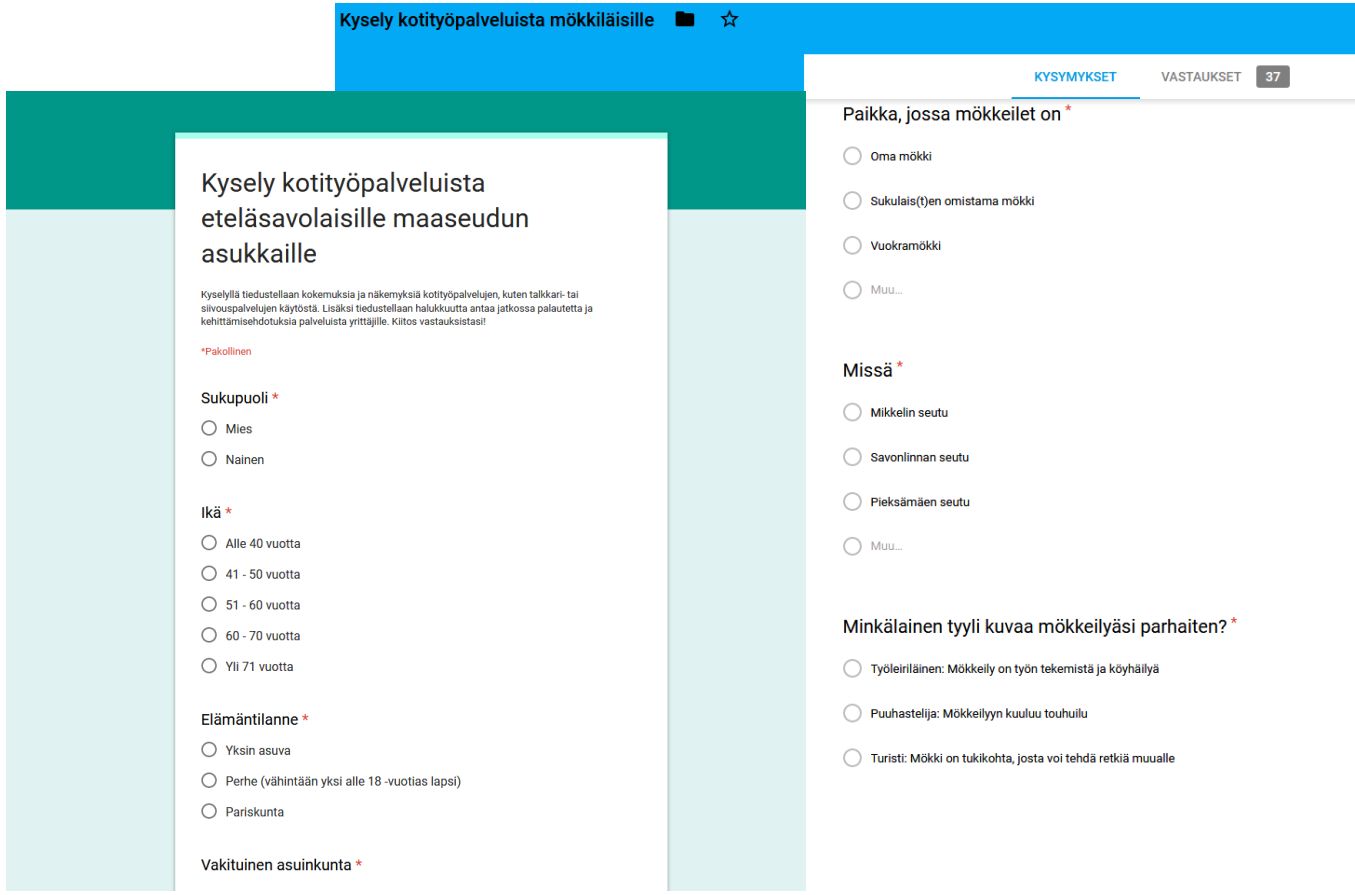
1. Kirjallisen taustatiedon kokoaminen
   - Hankittiin kirjallisista lähteistä mahdollisimman ajankohtainen kuva asumiseen liittyvistä palvelutarpeista ja niiden lähitulevaisuuden muutostrendeistä

2. Asiakasraadin kokoaminen
   - Hankittiin yhteystietoja mökkiläisistä sekä maaseudun asukkaista
     - Hyödynnettiin hankkeen organisaatioiden omia verkostoja
     - Järjestettiin aktivointitapahtuma kauppakeskuksen aulassa
     - Osallistuttiin Helsingin kevätmessuille (merkittävä osa Etelä-Savon mökkiläisistä asuu pääkaupunkiseudulla)
   - Kysyttiin asukkaiden ja mökkiläisten halukkuutta lähteä mukaan prosessiin eri rooleilla
     - Halukas vastaamaan sähköisiin kyselyihin
     - Halukas osallistumaan edellisen lisäksi myös Facebook –sivulla käytävään keskusteluun suoraan yrittäjien kanssa
     - Halukas osallistumaan tapaamisiin, joissa yhdessä yrittäjien ja fasilitaattoreiden kanssa käydään läpi yritysten palvelujen konseptointia
   - Tiedotettiin mahdollisuudesta lähteä mukaan eri lehdissä, kylätapahtumissa sekä hankeorganisaatioiden nettisivuilla

A. Asiakasprosessin vaiheet (II)
Asiakasraadin hankintatapahtumia

A. Asiakasprosessin vaiheet (III)

3. Kyselyjen toteuttaminen verkossa
   - Toteutettiin erilliset sähköiset kyselyt maaseudun asukkaille ja mökkiläisille, jossa tiedusteltiin asumiseen ja palvelujen käyttöön liittyviä asioita.
   - Kyselyssä käytettiin Google Forms –työkalua, jonka linkkiä markkinoitiin eri tapahtumissa ja lehdissä sekä lähetettiin sitä sähköpostitse.
   - Kyselylinkit tallennettiin QR-koodeiksi, jotka olivat esillä/ jaossa aktivointitapahtumissa sekä matkailijoiden palvelupisteissä maaseudulla.
   - Kyselyn vastaajien kesken arvottiin tuotepalkintoja.
   - Samalla kerättiin osallistujia asiakasraatiin.
   - Tuloksista tehtiin kooste, jota hyödynnettiin hankkeen toimenpiteiden suuntaamisessa.



A. Asiakasprosessin vaiheet (IV)

4. Asiakashaastattelujen toteuttaminen ja tallentaminen videoiksi
   - Aiemmin kerättyä aineistoa hyödyntämällä toteutettiin Kevätmessujen osastolla pääasiassa erityyppisten mökkeilijöiden haastatteluja. Haastattelijoina toimivat aikuisopiskelijat, jotka ohjeistettiin tehtävään.
   - Haastattelut videoitiin ja editoitiin edelleen käytettäväksi palvelumuotoiluprosessin seuraavissa vaiheissa.
   - Haastattelujen teemoina olivat:
     - Mökin sijainti
     - Mökkeilytyyli
     - Palvelujen käytön esteet
     - Arvioitu palvelujen käyttö tulevaisuudessa
     - Terveiset oman alueen yrittäjille

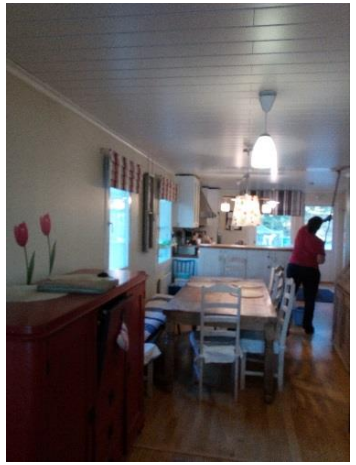
A. Asiakasprosessin vaiheet (V)
Esimerkkejä haastatteluvideoista

B. Yritysprosessin vaiheet (I)

1. Yritysten hakeminen ja rekrytointi mukaan
   - Tiedottaminen hankeorganisaatioiden verkostoissa oleville yrityksille
   - Esitteet, media, sähköposti, puhelin ja erilaiset tilaisuudet (mm. yrittäjien aamukahvitilaisuudet)
   - Kuntien ostopalveluista vastaavien henkilöiden haastattelu
   - Yrittäjiksi aikovien informointi
2. Kotityöpalveluyrittäjien osaamiskartoitukset
   - Yrittäjien osaamistarvehaastattelut, joiden tuloksena yrittäjälle syntyi kuva osaamisen vahvuuksista ja tieto osaamisen kehittämistarpeista
   - Kehittämiskohteiden pohjalta yrittäjille tarjottiin valmennusta ja ohjausta

B. Yritysprosessin vaiheet (II)

3. Ajankohtaisen tiedon lisääminen valmennuksella ja ohjauksella tuote- ja palvelusuunnittelussa
   - Tuote- ja palvelusuunnitteluvalmennus
   - Kotiin tuotettavien palvelujen uudet verotus- ja kotitalousvähennysmahdollisuudet
   - Arviointi kotiin tuotettavissa palveluissa, omavalvonnan merkitys palvelun ostajalle ja tarjoajalle
   - Hankintalain muutokset ja pienten yritysten mahdollisuudet
   - Tuotekortti työkaluksi ja hinnoittelu haltuun
   - Teknologia avuksi viljelijöille ja urakoitsijoille
   - Kotityöpalvelupäivät



4. Palvelunäytteiden toteuttaminen kehitetystä palvelusta
   - palvelujen pilotointi asiakkaille
   - asiakas- ja asiantuntija-arviontien antaminen lomakkeella ja suullisesti
     - Yritykset saavat arvioinnit palveluista, jonka pohjalta ne voivat tehdä tarvittavia muutoksia palvelun sisältöön tai hankia lisää osaamista palvelun laadun parantamiseksi

C. Vuorovaikutusprosessin vaiheet (I)

1. Ensimmäinen asiakasraadin ja yrittäjien yhteinen teemapäivä

- Johdateltiin aiheeseen katsomalla mökkimessuilla tehtyjä haastatteluvideoita
- Esitettiin yhteenveto kerätystä tutkimuskirjallisuudesta taustatiedoksi palvelutarpeiden muuttumisesta sekä palvelukysynnän ja –tarjonnan toteutumisesta vapaa-ajanasumisessa (ks. A1).
- Kerrottiin hankkeessa toteutetun mökkiläisten palvelukyselyn tulokset (ks. A3).
- Esiteltiin asiakaslähtöisen palvelumuotoilun periaatteet.
- Yritykset pohtivat yhdessä asiakasraatilaisten kanssa palveluprosessiaan ennen palvelua, sen aikana ja sen jälkeen.

C. Vuorovaikutusprosessin vaiheet (II)

2. Yrittäjät muovailivat kysymyksiä asiakasraadille liittyen palvelutarpeisiin, palvelujen löytymiseen, yritysten aiempien referenssien merkitykseen valintatilanteessa sekä keskeisiin kipupisteisiin palvelujen käytössä.
3. Yrittäjien kysymykset välitettiin asiakasraadille sähköpostitse ja jäsenet vastasivat niihin.
4. Perustettiin suljettu Facebook -sivu, johon kutsuttiin sekä asiakasraatiin lupautuneita että mukaan lähteneitä yrittäjiä. Esitettiin siellä yritysten palvelutuotteisiin liittyviä keskustelunavauksia ja tallennettiin teemapäivien aineistoja.
5. Järjestettiin yrittäjien ja asiakasraatilaisten yhteiset Innosessiot (2 kpl)
   - Esitettiin osanottajille kooste asiakasraadin vastauksista (ks. C3)
   - Työstettiin yritysten palvelutuoteaihioita ryhmissä, jossa yrittäjät saivat suoraa palautetta niihin asiantuntijoilta ja asiakasraatilaisilta.

C. Vuorovaikutusprosessin vaiheet (III) Innosessiotyöskentely

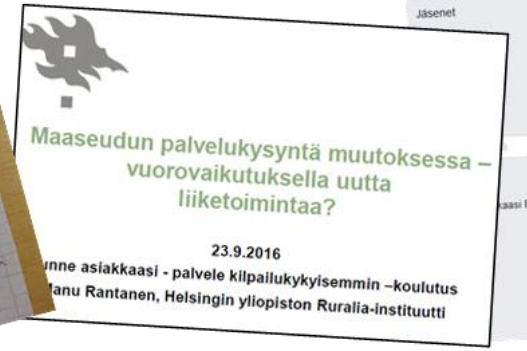
C. Vuorovaikutusprosessin vaiheet (III)

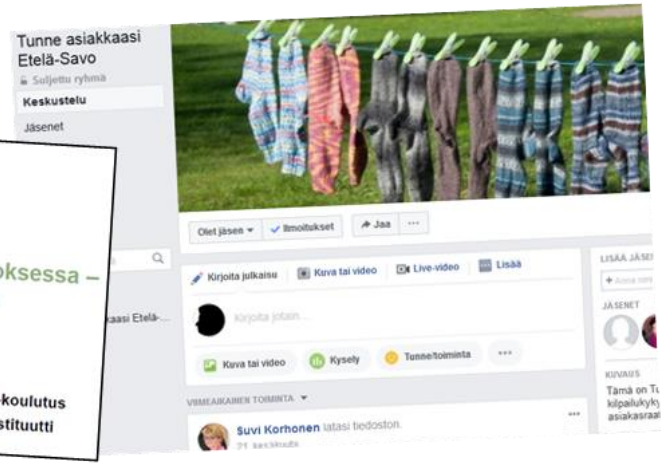
6. Asiakasraati kommentoi yrityksen valmisteilla olevia palveluesitteitä ja hinnoittelua sähköisesti.

7. Mukana olevat yritykset järjestivät prosessissa kehitellyistä palveluistaan palvelunäytteet. Niitä olivat kommentoimassa fasilitaattoreita asiantuntijanäkökulmasta sekä asukkaita asiakasnäkökulmasta.

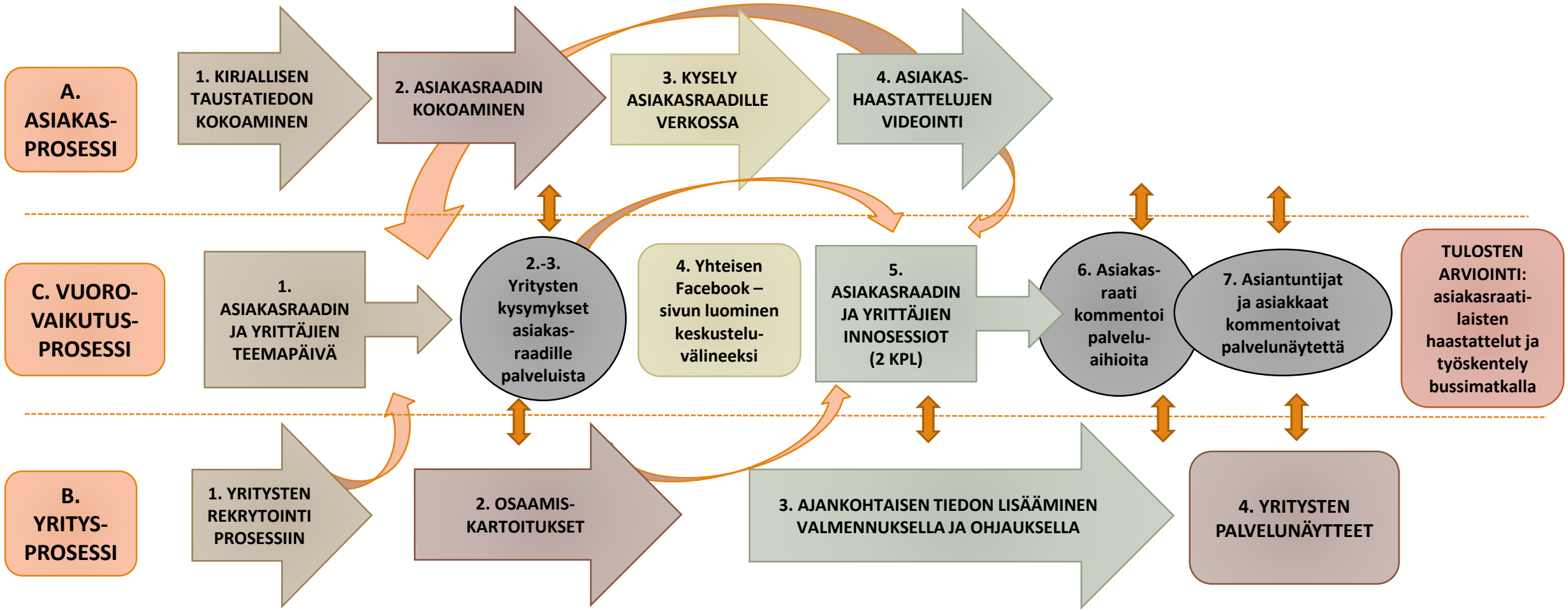
8. Arvioitiin prosessia ja sen tuloksia yhdessä asiakkaiden ja muiden toimijoiden kanssa
   - haastattelemalla asiakasraatiin osallistuneita puhelimitse sekä
   - esittelemällä mallia ja keskustelemalla siitä yhdessä messubussimatkan aikana

C. Vuorovaikutusprosessin vaiheet (IV) Monimuotoiset työskentelytavat palvelujen parhaaksi





Maaseutuolosuhteisiin sovellettu palvelumuotoilun malli kotityöpalveluihin

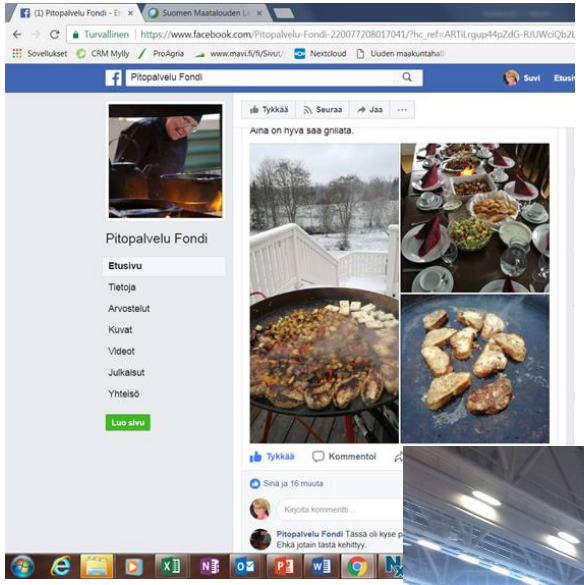


Yhteenveto ja arviointia

- Suurin haaste oli yrittäjien saaminen mukaan prosessiin. Uusia yrittäjiä pyrittiin saamaan mukaan vielä prosessin aloituksen jälkeen, mutta joko koulutuksen hinta oli heidän näkökulmastaan liian kova tai sitten yrittäjät eivät kokeneet voivansa investoida kehittämiseen aikaansa. Yksi syy voi olla yksinkertaisesti ongelmat jaksamisessa, jotka ovat aiemman kyselyn perusteella suurin haaste erityisesti maaseudun alle 10 hengen mikroyrityksissä (Kuuva ym. 2015).
- Toisaalta joillekin aktiivisesti mukana olleille yrityksille avautui jo prosessin aikana uusia markkinoita kehittämilleen palvelutuotteille.
- Prosessin aktiiviajan pituus oli noin 1,5 vuotta, mutta vapaaehtoispohjalta toimivan asiakasraadin aktiivisena pitäminen ei onnistunut parhaalla mahdollisella tavalla lukuun ottamatta muutamaa ”aktivistia”.

…Yhteenvetoa ja arviointia

- Hankkeessa kokeiltiin mm. FaceBookin käyttöä yrittäjien ja asiakkaiden yhteisenä kehittämisen työkaluna. Useimmat eivät kuitenkaan olleet keskustelussa aktiivisia, mikä olisi luultavasti vaatinut enemmän aktivointia. Viestejä kuitenkin seurattiin.
- Asiakas- ja yritys- sekä vuorovaikutusprosessien limittäisyys sekä eri roolilla toimivien asiakasraatilaisten käyttö palautteen antajana prosessin eri vaiheissa antoi palvelunkehitykseen oman, konkreettisen ja merkittävän lisänsä.
- Urakoitsijoita koskevat toimenpiteet (mm. pelto- ja teemapäivät) jäivät erillisiksi asiakasprosessista, koska niihin ei saatu houkuteltua asiakkaita mukaan.
- Pienten yritysten verkostoitumista ei ollut helppoa saada aikaan. Ne ovat itsenäisiä toimijoita, ja verkostoitumiseen tarvitaan aikaa, yhteinen tavoitetila ja koettu tarve, jotta päästään aitoon yhteistyöhön.


Pitopalvelu Fondi
Etusivu
Tietoja
Arvostelut
Kuvat
Videot
Julkaisut
Yhteisö
Luo sivu
Tykkää
Seuraa
Jaa
Aina on hyvä saa grillata.
Tykkää
Kommentoi
Sinä ja 16 muuta
Kirjoita kommentti ...
Pitopalvelu Fondi Tässä oli kyse p
Ehkä jotain tästä kehittyy.

HURMAAVAT
PUUTARHAT