

Palvelumuotoilu ja systeeminäkökulma kuntotestauksessa

Kuntotestauspäivä 2025

Paula Harmokivi-Saloranta, Haaga-Helia amk



Sisältö

Mitä palvelumuotoilu on?

Palvelumuotoiluprosessi

Palvelu monimutkaisena ilmiönä -
palvelupolku

Mitä palvelumuotoilu on?

2.4.2025



Haaga-Helia

Kuntotestaus palveluna

- palvelu on tapahtumien ja prosessien summa, joka **ratkaisee asiakkaan ongelman**
- palvelu on kokemus - koemme palvelun, mutta emme omista sitä
- palvelu on abstrakti tuote, jonka **arvo syntyy** ihmisten välisessä kanssakäymisessä

(Tuulaniemi 2011)



Palvelun tuottajan tehtävänä on tuottaa palvelu, joka synnyttää sen käyttäjille arvoa.

Arvo on jotakin sellaista, mistä asiakkaat haluavat maksaa/tulla. Sellaista, mikä koetaan hyödylliseksi, ratkaisee jonkin ongelman tai auttaa saavuttamaan jotakin tavoiteltua.

Palvelumuotoilu on palvelujen kehittämistä, joka lähtee asiakkaiden ja käyttäjien syvällisestä ymmärtämisestä, ja jonka pohjalta palveluja kehitetään kokeilujen avulla.

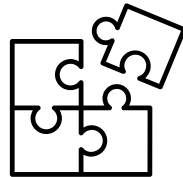
(Hellon)

Palvelumuotoilu (engl. Service Design) tarkoittaa palvelujen ja asiakaskokemusten kehittämistä, jossa korostuu palvelutapahtuman kokeminen yksilön näkökulmasta. Palvelumuotoilu perustuu luovan ja analyyttisen ajattelun yhdistävään sekä käyttäjiä osallistavaan suunnitteluprosessiin, jonka lopputulos parantaa palvelun laatua ja tuo liiketoiminnallista lisäarvoa.

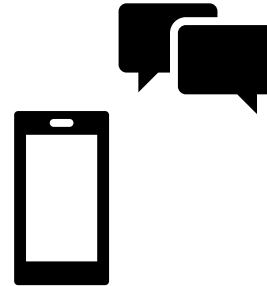
Palvelumuotoilua voidaan hyödyntää esim.



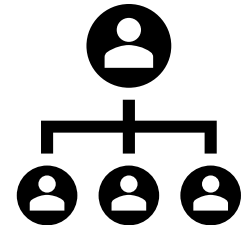
Olemassa olevien palveluiden parantamiseen/asiakaskokemus



Uusien palveluiden innovointiin tai olemassa olevien palveluiden kohdentamiseen uusille asiakasryhmille



Markkinointiviestinnän kehittämiseen



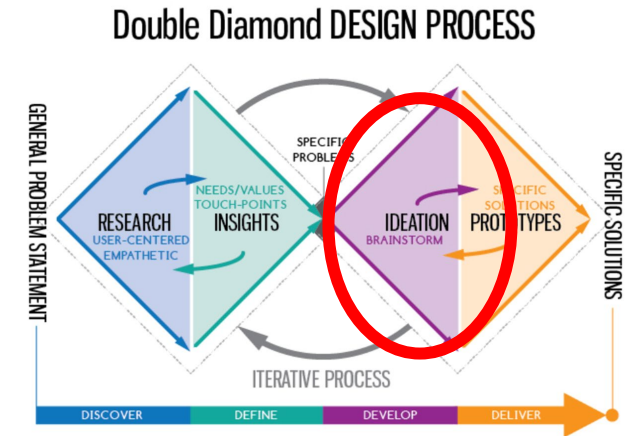
Organisaation sisäisen toiminnan kehittämiseen

Palvelumuotoiluprosessi



Haaga-Helia

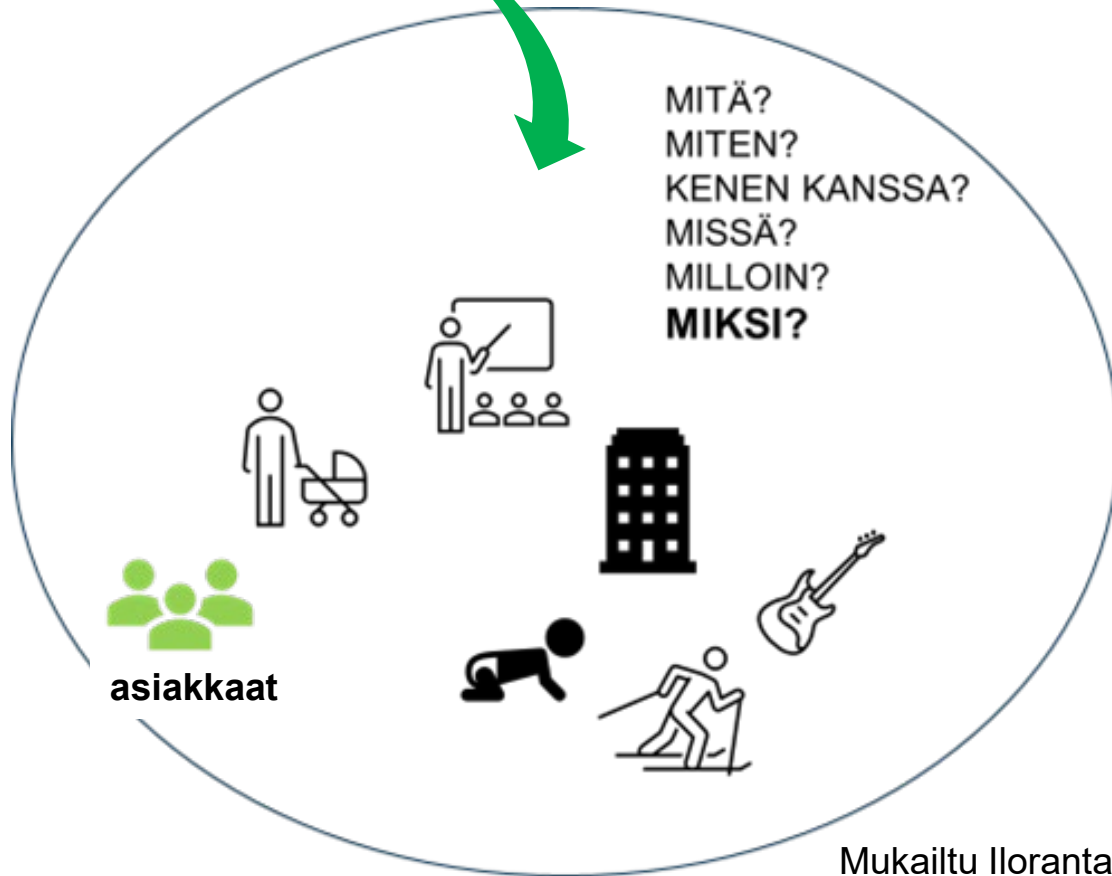
Asiakasymmärrykseen pohjautuva palvelumuotoiluprosessi



(Mukailtu: Moritz, 2005; Moilanen, 2019)



Asiakasymmärrys palvelumuotoilussa



- Palvelun tuottajat tarkastelevat asiakkaan arkea/elämää ja näkevät siitä vain osan.
- Usein yliarvioidaan oma kyky ymmärtää asiakkaan arkea, kiinnostuksen kohteita, motivaatioita, asenteita, arvoja ym., jotka vaikuttavat palvelun käyttämiseen.
- MIKSI SINUN ASIAKKAASI TULEVAT SINUN PALVELUUSI – MIKSI TYÖIKÄINEN HALUAA TEHDÄ KUNTOTESTIN?



Olemassa oleva asiakastieto

- Asiakasrekisteri
- Palautteet
- Kyselyt
- Henkilöstöllä oleva hiljainen tieto
 - SOME-kanavat esim. tykkäykset, millaiset postaukset

Syvällinen asiakastieto

- Haastattelut
- Havainnointi
- Benchmarking
- Olemassa olevat selvitykset

YMMÄRRYKSEN RAKENTAMINEN

TUNNE ASIAKKAASI JA PALVELUSI

NYKYTILANTEEN KUVAUS

Toimialatieto

- Kilpailijat esim.
 - palvelutarjooma
 - markkinointiviestintä
- Trendit, muutosdraiverit

Organisaation tiedot

- Arvot
- Visio
- Strategia
- Nykyinen palvelutarjooma



ASIAKASPERSONA-esimerkki

<https://julkaisut.haaga-helia.fi/helppoa-palvelumuotoilua-liikunta-alan-yrityksille/>



Asiakaspersonan nimi

Anni Aloitteleva

Ikä

55-vuotias

Kuville omin sanoin asiakasta

Työssä käyvä, asuu puolison kanssa kahdestaan. Tykkää liikkua luonnossa ja kulttuurista. On kiinnostunut omasta terveydestään. Käy säännöllisesti kävelemässä, mutta kuntosalilla ei ole käynyt aktiivisesti. Pääasiassa tekee töitä päivisin, mutta joskus töitä on myös iltaisin ja viikonloppuisin. Säännöllinen viikoittainen harrastus on näin haasteellista.

Tavoitteet

Erityisesti kuntosaliharjoittelun tavoitteena näkee toimintakyvyn ja terveyden ylläpitämisen / kehittämisen.

Palvelussa arvostaa

Laadukasta asiakaspalvelua, hyviä vuorovaikutustaitoja ja yksilöllistä kohtaamista esim. palveluiden tarjonnassa, ohjaamisessa. Siistejä tiloja, joissa on tilaa ja rauhallisuutta. Palvelun joustavuutta ja saavutettavuutta. Mahdollisuus sosiaalisuuteen, mutta myös nauttii yksin tekemisestä. Kaverit voisi saada käymään säännöllisesti.

Esteet ja haasteet

Kulkee julkisilla, palvelun saavutettavuus tärkeää. Kuntosalilaitteet tuntuvat vierailta ja osittain kokee pelkoa kuntosaliharjoittelua kohtaan, Voiko siinä loukata itsensä ja miten se vaikuttaa polveen, joka joskus kipuilee. Kokee epävarmuutta ja epämukavuutta uusissa tilanteissa.

Kiinnostuksen kohteet

Voisi aloittaa kuntosaliharjoittelun, on kiinnostunut myös vapaiden painojen käytöstä. Ei ole kokemusta ryhmässä harjoittelusta, mutta voisi joskus harjoitella.

Markkinointiviestintä

Etsii palveluista tietoa pääasiassa netistä esim. googlen avulla. Lukee myös keskustelupalstoja asiakkaiden kokemuksia. Yritysten verkkosivuilla kiinnittää erityisesti huomiota kuviin, ja luo kuvan siitä, kenelle palvelu on suunnattu. Verkkosivuilta toivoo löytävän myös tiedon palvelun hinnasta ja sisällöstä sekä millaisille asiakkaille palvelu sopii. On Instagramissa, mutta käyttää sitä enemmän läheistä postauksien seuraamiseen.

Mitä asiakas sanoo?

"Haluaisin aloittaa kuntosaliharjoittelun viihtyisässä ja siistissä salissa, jossa saisin tukea harjoitteluun alussa ja tarvittaessa. Toivoisin, että sali antaa kuvan, että sinne ovat tervetulleita kaikki ja ohjaajat ymmärtävät tämmöistä aloittelijaa."

Palvelu monimutkaisen ilmiönä - palvelupolku



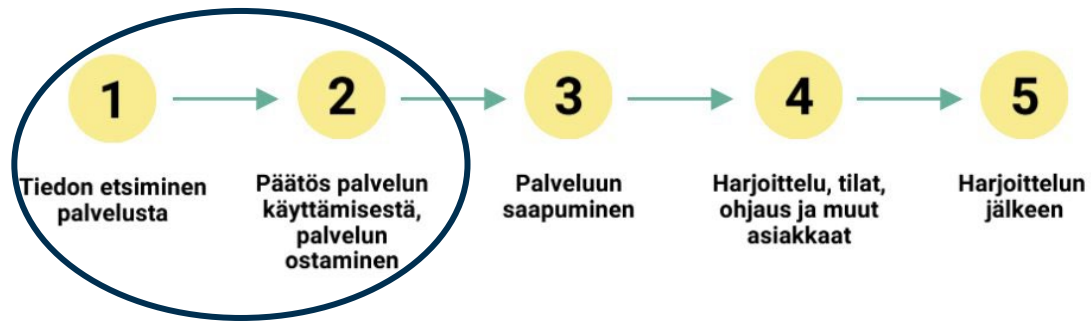
Haaga-Helia

Palvelupolku

- Palvelupolku kuvaa asiakkaan kulkemaa ja kokemaa polkua, eli kaikkia vaiheita ja kontaktipisteitä, jotka asiakas kokee **ennen palvelua, palvelua käyttäessään sekä palvelun käyttämisen jälkeen**.



Ennen palvelun käyttämistä



- Aikaisemmat kokemukset liikunnasta / kuntotestauksesta
- Mielikuvat palvelusta
- Palvelun markkinointiviestintä
- Omat tunteet: esim. häpeä omasta kunnosta
- Ympäristötekijät

Päätös palveluun menemisestä?
Odotukset palvelulle

Palveluun saapuminen ja palvelun käyttäminen

- Asiakkaan näkökulmasta palvelu on usein ennen kaikkea kokemuksellisuutta (2/3 tunnetta).
- Asiakaskokemus on kaikkien kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas muodostaa vuorovaikutuksessa organisaation kanssa – miten nämä vastaavat odotuksia?
 - Työntekijöiden kohtaaminen ja vuorovaikutus
 - Ydinpalvelu esim. kuntotesti
 - Tilat – opasteet
 - Muut asiakkaat





ASIAKKAAN PALVELUPOLKU

<https://julkaisut.haaga-helia.fi/helppoa-palvelumuotoilua-liikunta-alan-yrityksille/>



1
Tiedon etsiminen
palvelusta

2
Päätös palvelun
käyttämisestä,
palvelun ostaminen

3
Palveluun
saapuminen

4
Harjoittelu, tilat,
ohjaus ja muut
asiakkaat

5
Harjoittelun
jälkeen

Asiakkaan teot

Mitä asiakas tekee?
Mitkä ovat asiakkaan
tarpeet?

Onnistumiset

Mitkä palvelussa
toimivat, mitkä
vahvistavat
asiakaskokemusta?

Kriittiset pisteet

Mitä palvelussa pitäisi
vahvistaa/ kehittää?



Tämä julkaisu on lisensoitu Creative Commons Nimeä-EiKaupallinenJaaSamoin 4.0 Kansainvälinen -lisenssillä



Yhteenveto

2.4.2025



Haaga-Helia

Palvelumuotoilu piirteitä

EMPATIA: Kyky asettaa itsensä toisen ihmisen asemaan, ja ymmärtää toisia omien kokemustesi kautta.



Käyttäjälähtöisyys

Empaattisuus
Osallistaminen &
monialaisuus/tieteisyys



Oikean ongelman tunnistaminen

Asiakasymmärrys
Ymmärrys ennen ideointia



Ratkaisujen ideointi

Ideointi & rajaaminen
Ei hypätä ratkaisuihin
Tulevaisuuteen orientoitunut



Iterointi

Jatkuva oppiminen
"Fail fast"
Testaaminen &
Prototypointi



Yhteiskehittäminen

Osallistavat
menetelmät & työkalut
Visuaalisuus



Holistisuus

Asiakkaat kokevat palvelut kokonaisina palvelupolkuina yli yksittäisten kohtaamisten. Palvelumuotoilussa asiakaskokemus pyritään suunnittelemaan saumattomaksi kokemukseksi käytti asiakas palvelua miten, milloin ja missä tahansa.

Lopuksi

Älä oletta – kohtaa
ASIAKKAASI!

Kuka on asiakkaasi
– kuka voisi olla
asikkaasi – missä
kohtaat heidät.

Kuuntele ja **kuule**,
mitä asiakkaasi/
potentiaaliset
asiakkaasi kertovat.

Uskalla irrottautua
omista ajatuksistasi
ja ideoistasi.

Prosessi voi viedä
aikaa ja vaatia
vaivaa, mutta voit
vahvistaa
asiakaskokemus😊



Kiitos!

Paula.harmokivi-saloranta@haaga-helia.fi