



Palvelumuotoilu ja asiakaslähtöisyys

11.6.2024
Maiju Haltia-Nurmi
Motiva Services





Koulutuksen sisältö

- Muotoiluajattelu ja palvelumuotoilu
- Palvelumuotoilun prosessi
- Menetelmiä ja työkaluja
- Palvelumuotoilun hyödyt
- Asiakslähtöisyys ja asiakasarvo
- Materiaaleja

Maiju Haltia-Nurmi

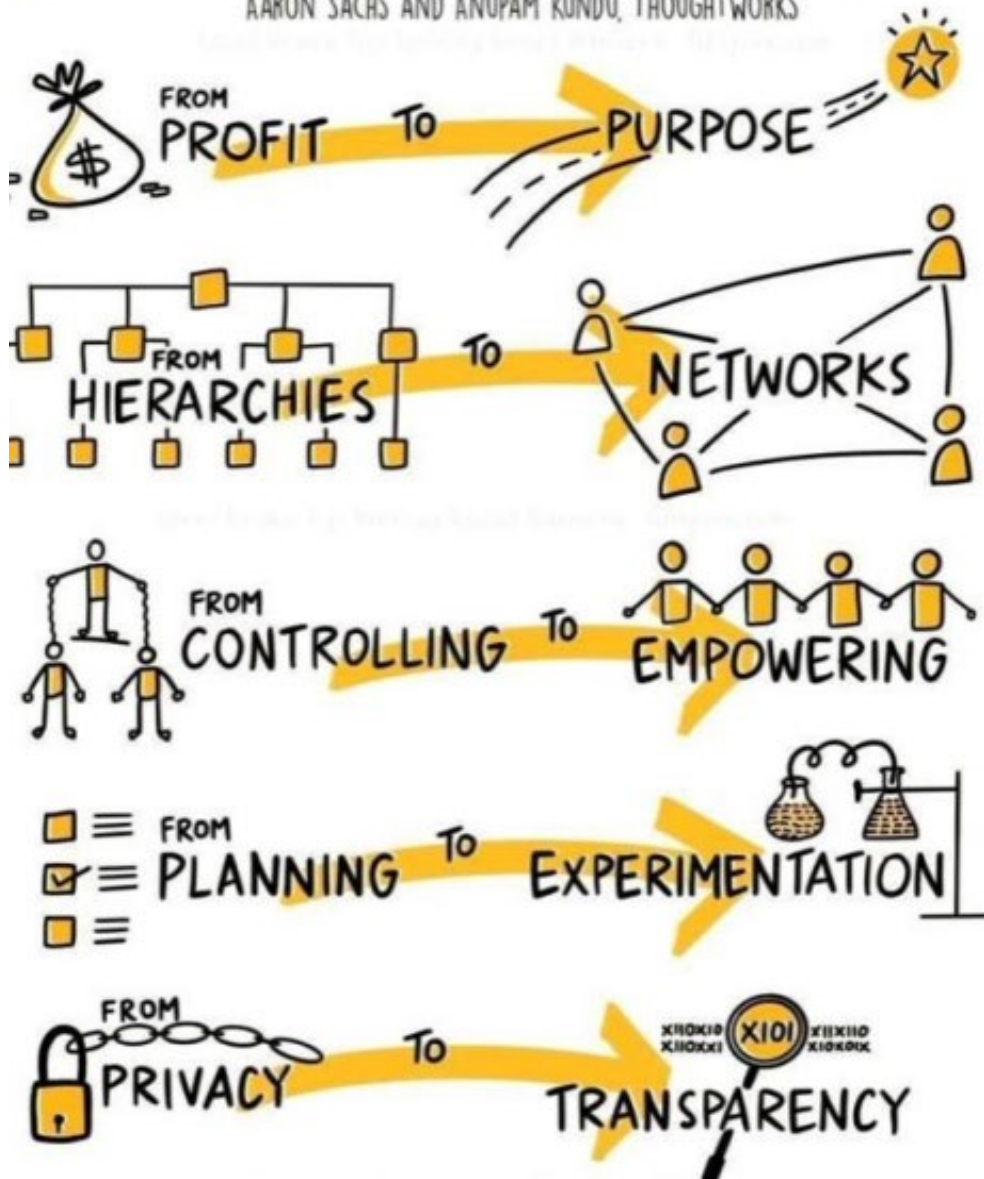


- VTM (sosiologia) + MBA (palvelumuotoilu)
- Yhteiskehittämisen ja palvelumuotoilun asiantuntija, Motiva (2022-)
- Tutkimus- ja kehittämishankkeita kunta- ja järjestösektorilla sekä akateemisessa maailmassa
- Projektityö, kvalitatiivinen tutkimus, palvelumuotoilun menetelmät, fasilitointi, yhteiskunnallinen muotoilu

MINDSET SHIFTS

for organization transformation

AARON SACHS AND ANUPAM KUNDU, THOUGHTWORKS



**Palvelumuotoilemalla
muutosta!**



Mitä sinulle tulee mieleen palvelumuotoilusta?



Design Thinking is not just sticking yellow post-its on a wall. It's...

So true! There can be blue, green, pink and orange too!



Muotoiluajattelu & palvelumuotoilu

Muotoiluajattelun ja palvelumuotoilun suhde

PALVELUMUOTOILU

ihmislähtöinen palveluiden
kehittäminen

MUOTOILUAJATTELU

Strateginen, luova ja
holistinen ajattelutapa



➤ Prosessi, menetelmät, työkalut

➤ Ohjaavat periaatteet

➤ Tavoitteet: kannattavuus,
toteutettavuus ja haluttavuus

Muotoiluajattelun määritelmiä

”**Ihmislähtöinen** ongelmanratkaisuun kytkeytyvä **innovaatioprosessi**, jossa pyritään ymmärtämään ja yhdistämään ihmisten todelliset tarpeet, yrityksen liiketoiminnalliset tarpeet ja niiden teknologinen toteutettavuus.”

Palvelumuotoilun bisneskirja
(Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2018)

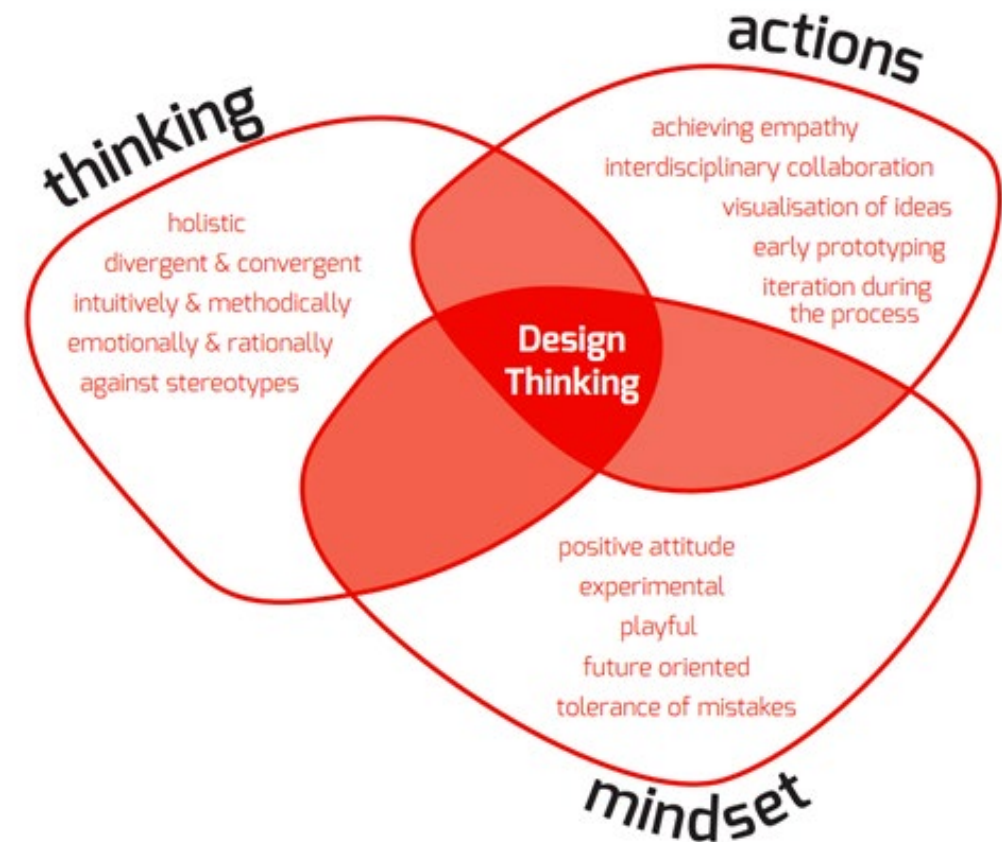
“Design thinking is a **non-linear, iterative process** that teams use to understand users, challenge assumptions, redefine problems and create innovative solutions to prototype and test. It is most useful to tackle ill-defined or unknown problems and involves five phases: Empathize, Define, Ideate, Prototype and Test.”

Interaction Design Foundation

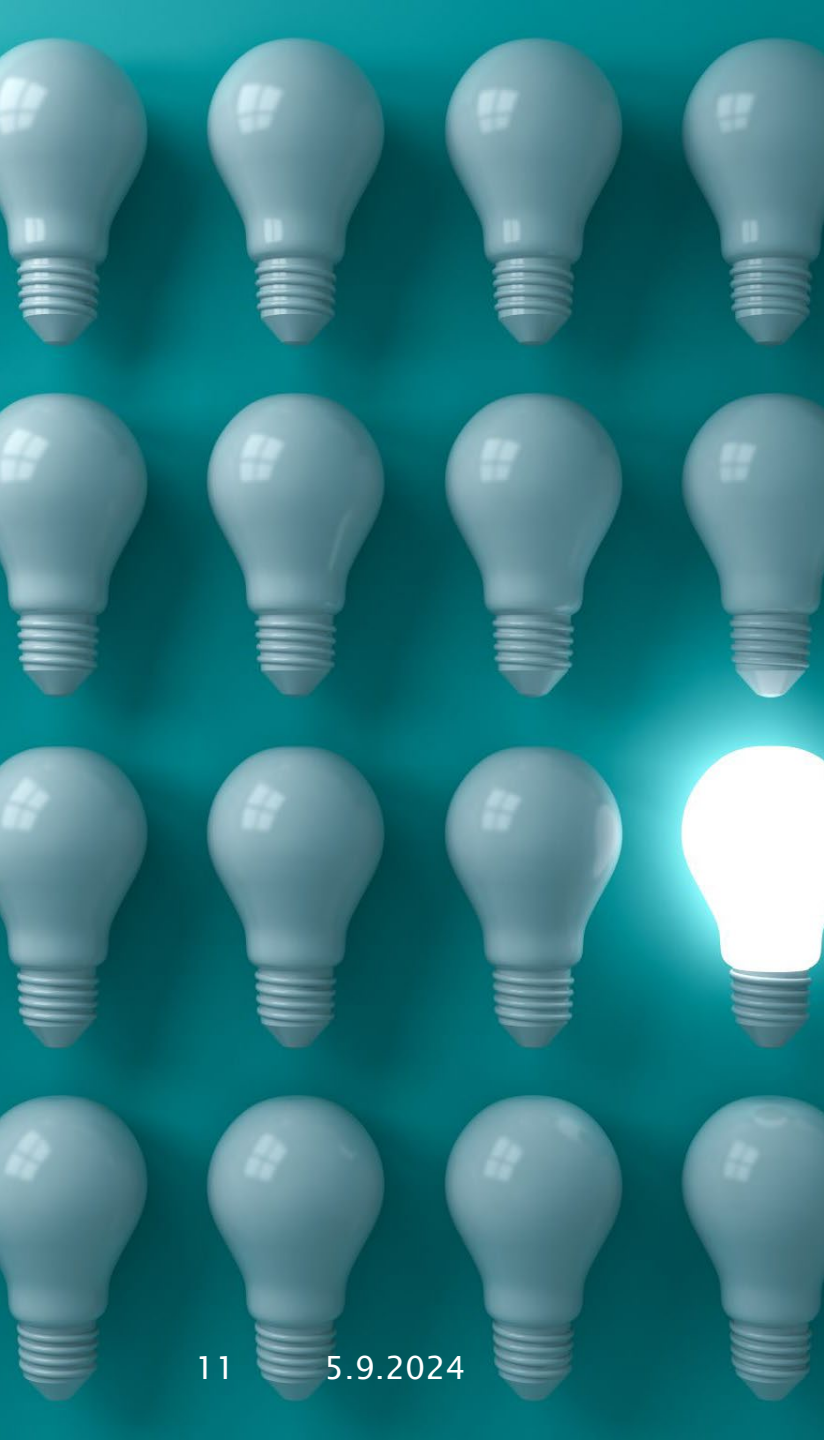
Muotoiluajattelun periaatteet

Periaatteista on löydettävissä hieman erilaisia listauksia, mutta useimmiten listat sisältävät joitakin näistä:

- **Ihmis-/asiakaskeskeisyys**
- Empatia
- Osallisuus
- Yhteiskehittäminen
- Moniammatillisuus & -tieteisyys
- Kokeileminen/iteratiivisuus
- Visuaalisuus
- Kokonaisvaltaisuus/holistisuus



MIND
SHAKE
2011



Palvelumuotoilun määritelmä

”Palvelumuotoilu (service design) on muotoiluajatteluun (design thinking) perustuva muotoilun osaamisala, joka on erikoistunut palvelujen asiakas- ja työntekijäkokemusten sekä palveluliiketoiminnan ihmislähtöiseen kehittämiseen.”

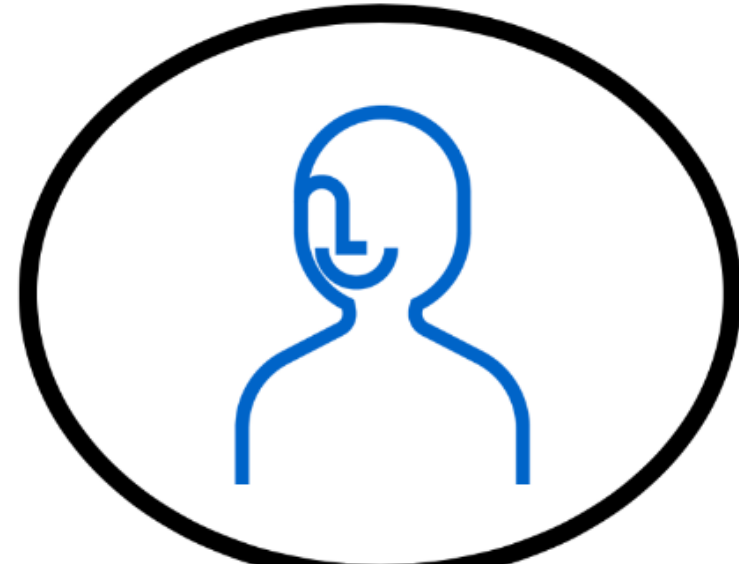
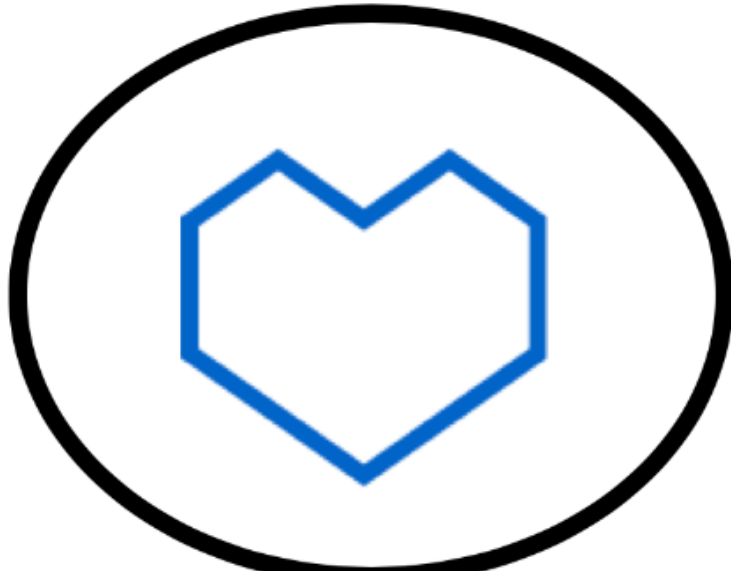
**Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg (2019):
Palvelumuotoilun bisneskirja**

” It is a human-centered, collaborative, interdisciplinary, iterative approach, which uses research, prototyping, and a set of easily understood activities and visualization tools to create and orchestrate experiences that meet the need of the business, the user, and other stakeholders.”

Stickdorn ym. (2010): This is Service Design Doing

EMPATIA = Syvälinen
ymmärrys ihmisten tarpeista.

NÄKEMYS = Strateginen
näkemys siitä, miten ihmisten tarpeet täytetään.

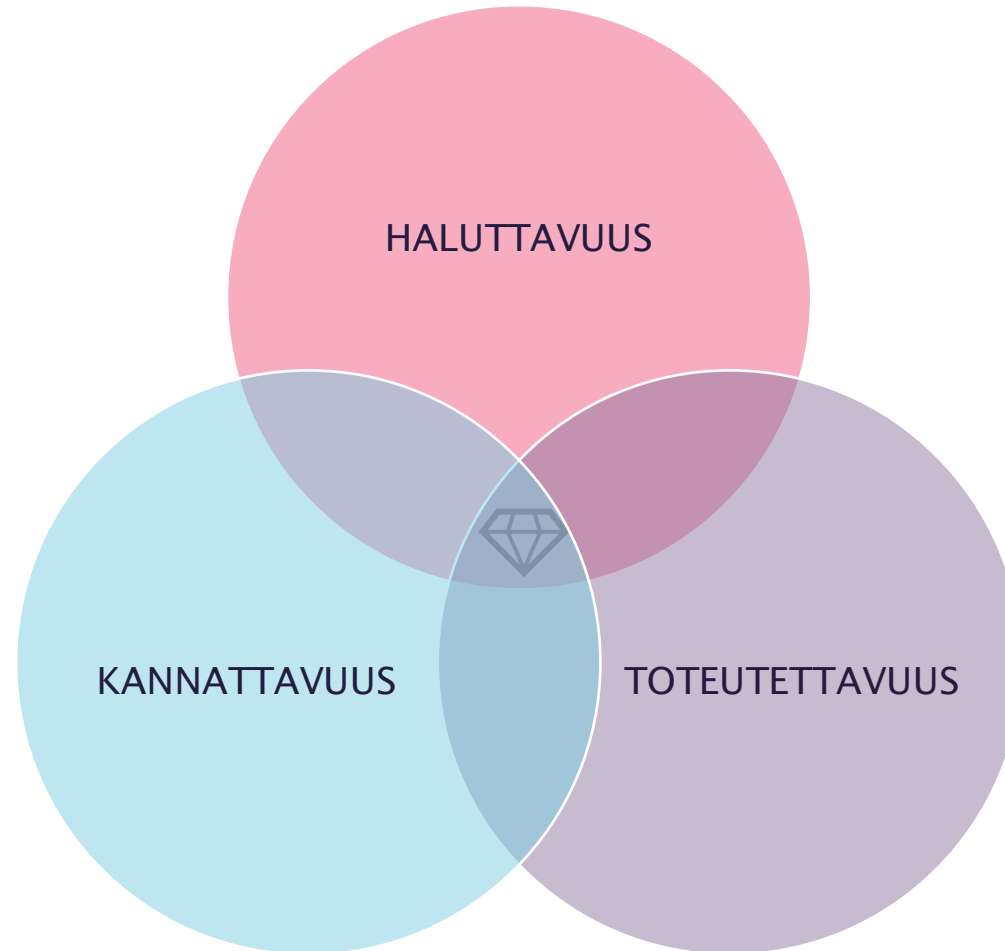


Veikko Törrönen | [KREAPAL](https://www.kreapal.fi) | www.kreapal.fi

**PALVELUMUOTOILU &
LIIKETOIMINTAMUOTOILU**



Hyvän ratkaisun tasapaino



- **Palvelumuotoilua voi hyödyntää sekä nykyisten palveluiden/tuotteiden/konseptien/ratkaisujen kehittämiseen että uusien innovaatioiden luomiseen**



Isännöintiä parannetaan palvelumuotoilun avulla



TEKSTI MERVI ALA-PRINNKILÄ

Asiakas otetaan entistä enemmän huomioon kun palveluita kehitetään. Isännöintiverkko uudistaa isännöintipalveluitaan yhteistyössä asiakkaidensa kanssa USCO-hankkeen avulla.

Isännöintiverkko osallistuu kolmivuotiseen USCO-hankkeeseen (Using Digital Co – Creation for Business Development), jota vetävät Laurea ammattikorkeakoulu ja Tampereen yliopiston johtamiskorkeakoulu. Hanketta rahoittaa Tekes. Tänä vuonna päättyvään projektiin osallistuu kahdeksan yrityskumppania (Isännöintiverkko Oy, Danske Bank Oy, Silta Oy, Humap Oy, Keva, Kesko Oy, Fennia ja Verohallinto).

”Aiemmin kehittäminen on usein mennyt teknologia edellä, jolloin asiakkaan tarpeet ovat unohtuneet. Palvelumuotoilun avulla pyritäänkin kehittämään palveluita, joiden avulla asiakkaan arki helpottuu. Tulevaisuudessa Isännöintiverkon tarkoituksena on tarjota kaikki asumisen palvelut yhden luukun periaatteella.”

Tulevaisuuspäivien spekulatiiviset tulevaisuusprototyypit



Motiva – Tukkutorin visiotyö

Tulevaisuusprototyypit avasivat keskusteluhanat Helsingin Tukkutorilla



Elli Saari
Sustainability & participation



May 30, 2024

Esittelimme viime viikolla Kaupunkitutkimuksen päivillä Helsingin Tukkutorin visiotyön osallisuuden menetelmää, jossa hyödynsimme mieltä kutkuttavia tulevaisuusprototyyppejä. Tämän kokemuksen perusteella väitän, että tulevaisuuteen suuntaavaa ja rakentavaa keskustelua syntyy parhaiten silloin kun voimme nähdä, kokea ja tuntea, mitä jokin tulevaisuuden kulku tarkoittaisi. Virittäytyä ikään kuin tulevaisuustajuudelle – lue lisää niin kerron miten se tehdään



Motiva – valtion kestävän kehityksen yhtiö
7,822 followers
7mo • Edited •

Hyödynsimme palvelumuotoilua digitaalustan konseptoinnissa Kaustisen seutukunnalle Kaustisen seutukunnan KIERTH2ON 2.0 -hankkeessa selvitetiin edellytyksiä biokaasun tuotantoa tukevalle digitaaliselle alustalle, johon kootaisiin dataa muun muassa uusiutuvan energian kulutuksesta, tuotannosta, raaka-aineista, sivuvirroista, kysynnästä ja päästöistä.

Tätä me teimme:

- ✓ Kartoitimme digitaalisten työkalujen roolia biokaasuntuotannossa tällä hetkellä muun muassa asiantuntijahaastattelujen avulla.
- ✓ Selvitimme edellytyksiä uusiutuvan energian kysynnän ja tarjonnan digitaaliselle kohtaamispaikalle.
- ✓ Loimme palvelumuotoilun keinoin konseptin biokaasuekosysteemiä palvelevasta ja sille arvoa tuovasta digitaalustasta.

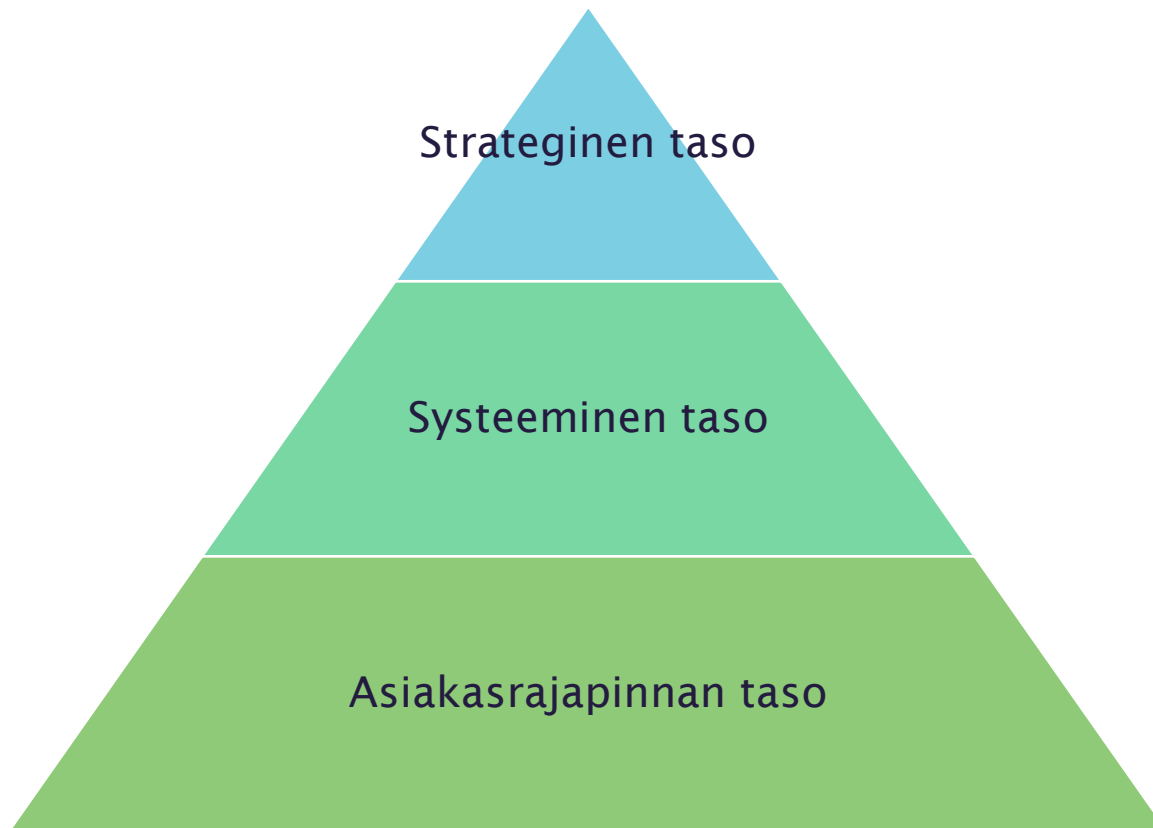
Palvelumuotoilu on oiva apu konseptoinnissa silloin, kun toimintaa uudistetaan ja halutaan luoda ratkaisuja, joilla on arvoa eri toimijoille. [Pirjo Jantunen](#) ja [Kajsa Hasselström-Pere](#)

[#palvelumuotoilu](#) [#konseptointi](#) [#biokaasuekosysteemi](#) [#kiertotalous](#)

Lisää meistä: <https://lnkd.in/dBm5cGsh>



Palvelumuotoilun hyödyntämisen tasot



→ Liiketoiminnan, asiakaskokemuksen & palveluvalikoiman visio ja tavoitteet

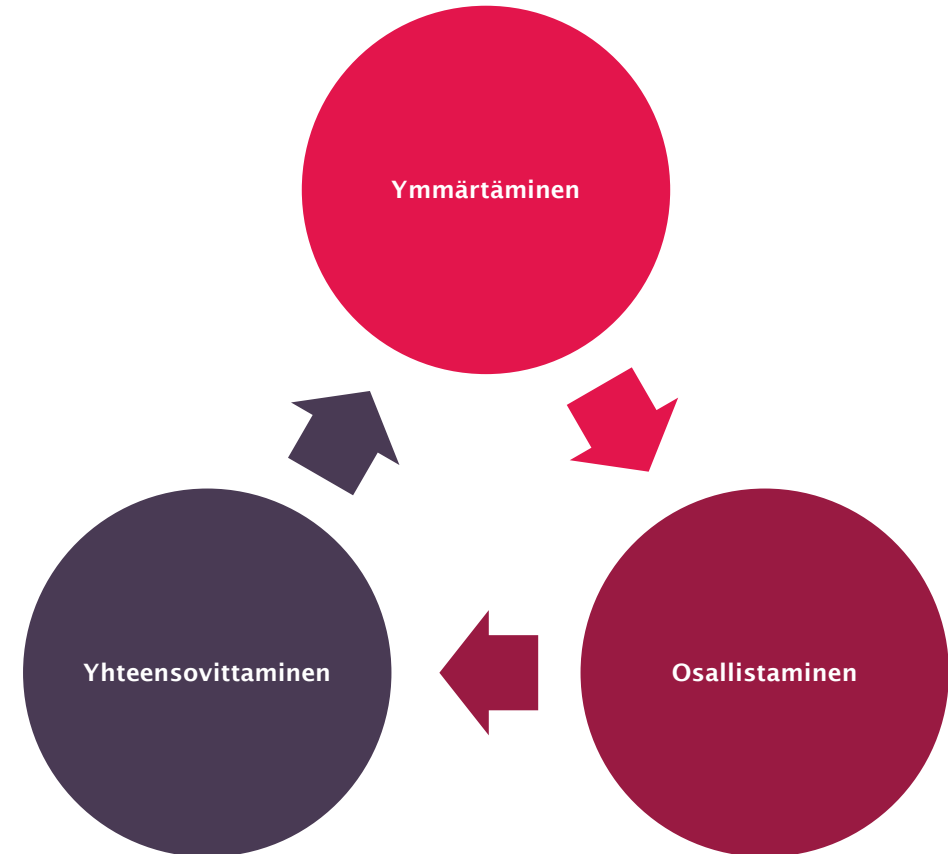
→ Palveluiden ja asiakaskokemuksen kehittämisen ohjeistukset ja työkalut

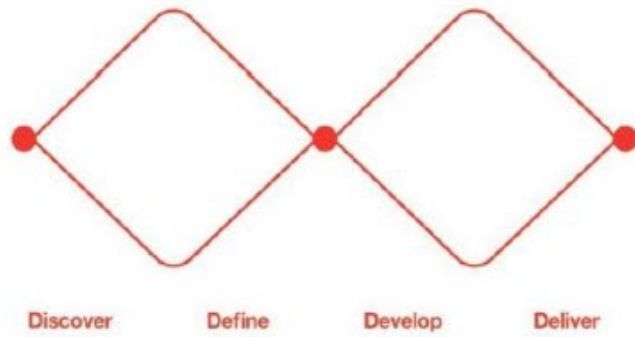
→ Yksittäiset palvelut ja niiden yksityiskohdat sekä asiakkaan ja palveluntarjoajan välinen vuorovaikutus



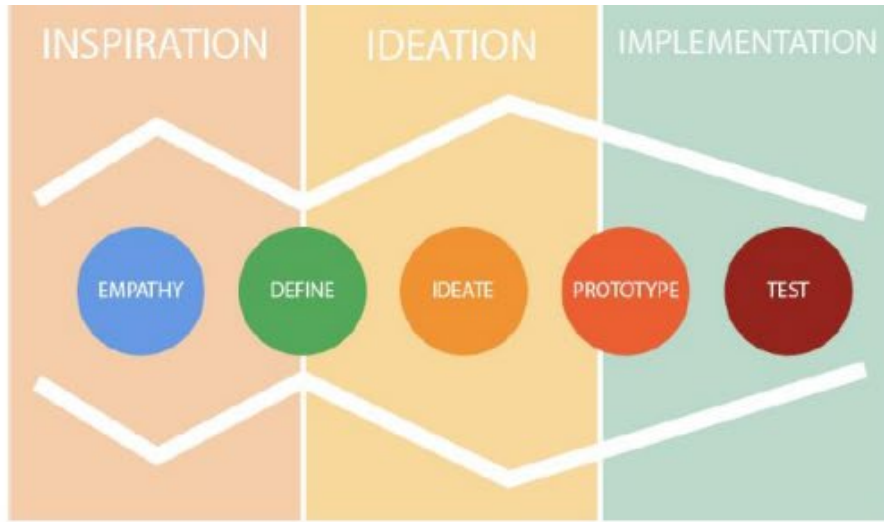
Palvelumuotoilun prosessi

Perinteinen kehittäminen vs. palvelumuotoilu



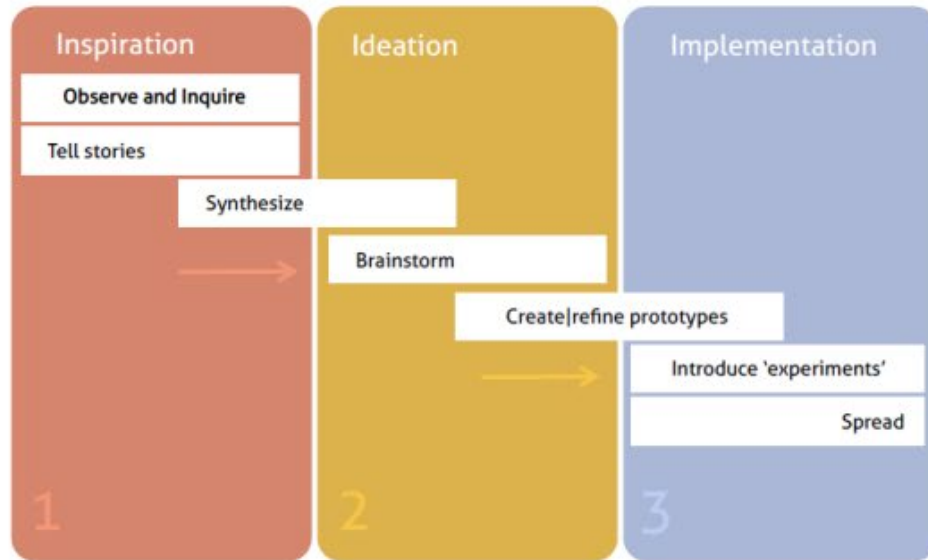


Double Diamond, British Design Council, 2005

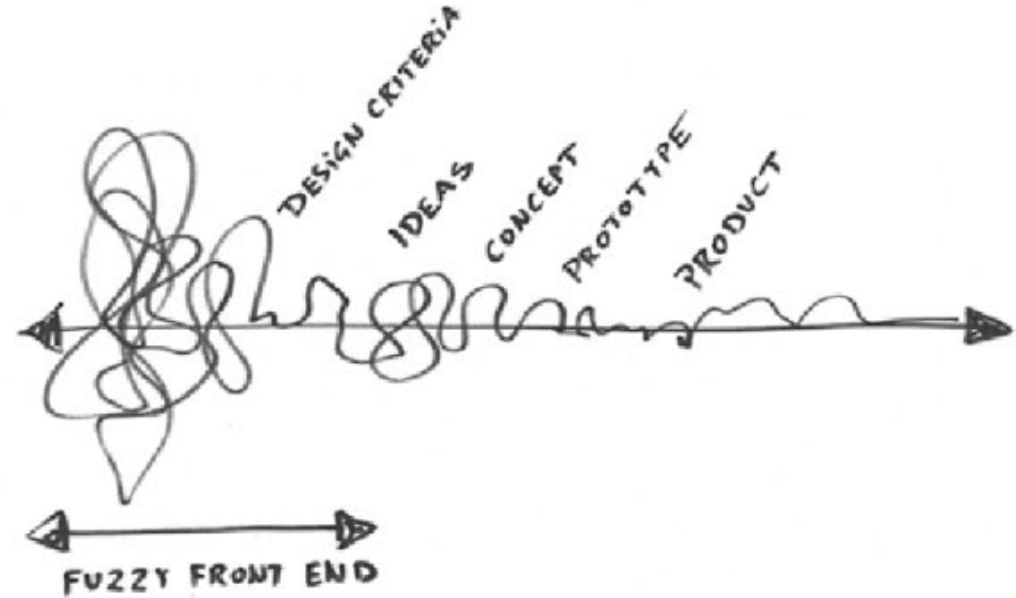


- INSPIRATION**
 In this phase, you'll learn how to better understand people. You'll observe their lives, hear their hopes and desires, and get smart on your challenge.
- IDEATION**
 Here you'll make sense of everything that you've heard, generate tons of ideas, identify opportunities for design, and test and refine your solutions.
- IMPLEMENTATION**
 Now is your chance to bring your solution to life. You'll figure out how to get your idea to market and how to maximize its impact in the world.

Human Centred Design, IDEO, 2015



3 I model. IDEO. 2008

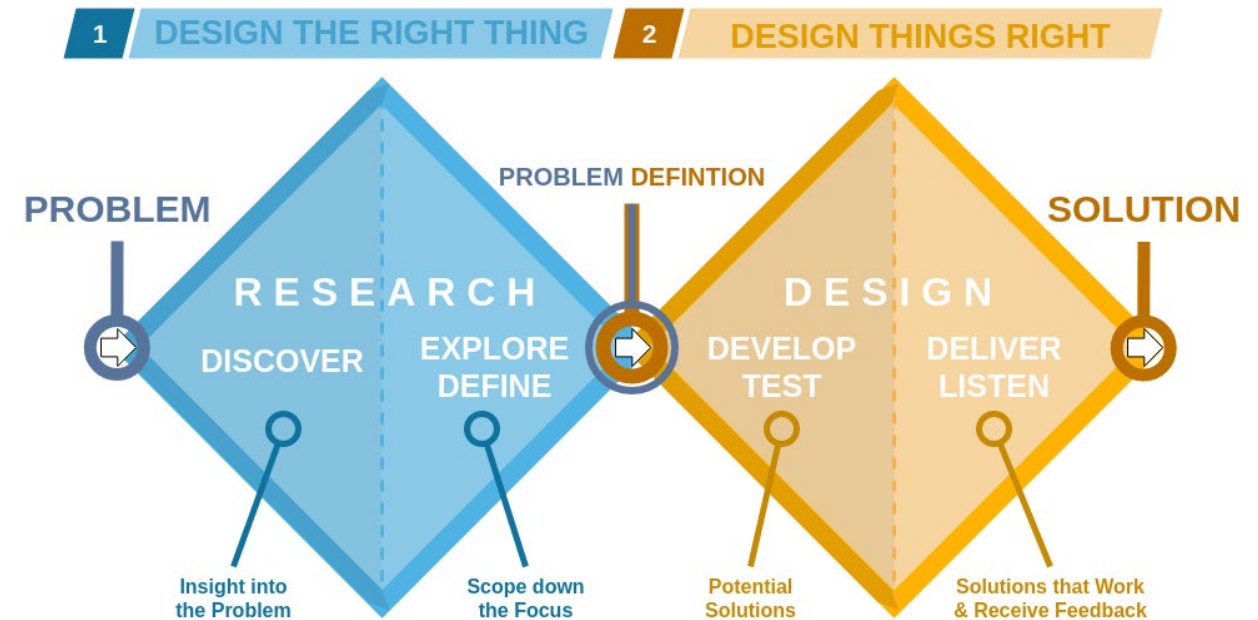


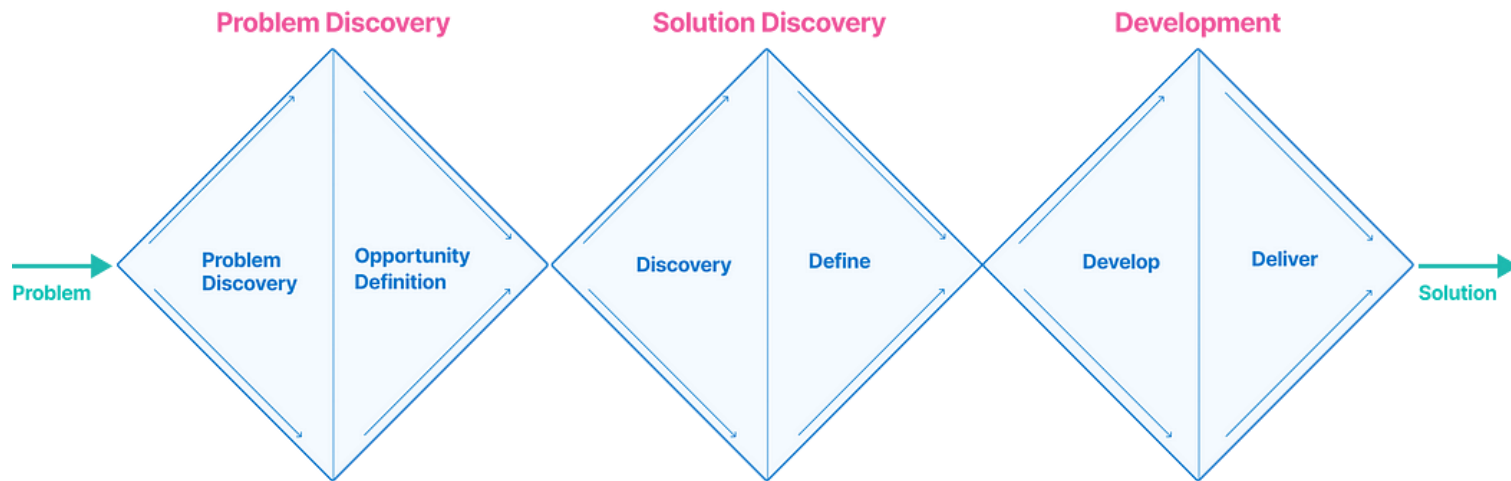
(Sanders, Stappers 2008)

18.2.2021

Tuplatimantti-prosessi

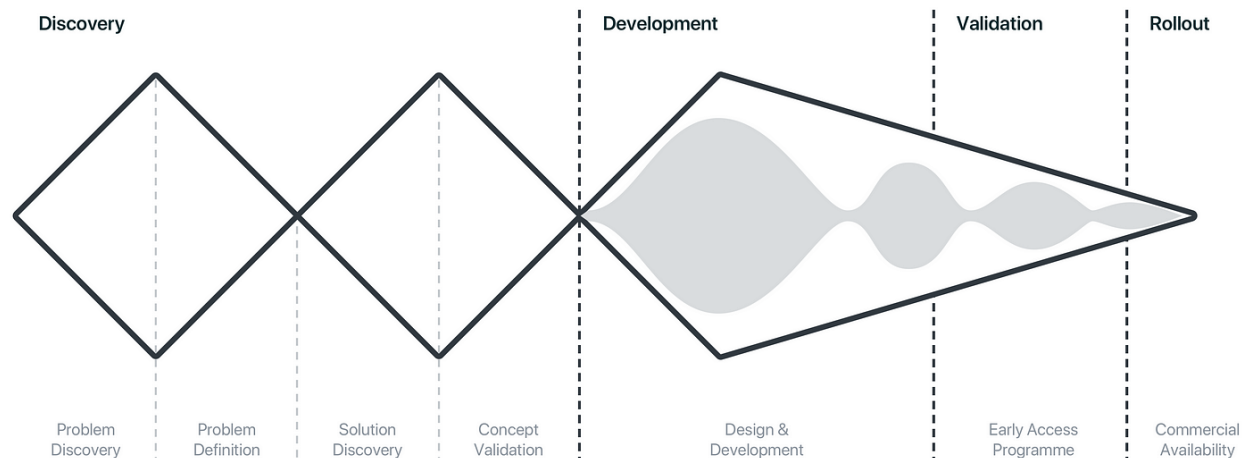
1. Ratkaistavan haasteen / ilmiön hahmottaminen sekä (asiakas)tarpeen ymmärtäminen ja nykytilanteen tunnistaminen
2. Yhteinen määrittely & haasteen täsmentäminen
3. Ratkaisujen ideointi & kehittäminen
4. Ratkaisun toteuttaminen





Nightingale 2023

OLENNAISINTA ONGELMAN
MÄÄRITTELY, TÄSMENTÄMINEN,
KOKKEILEMINEN JA ITERAATIO!

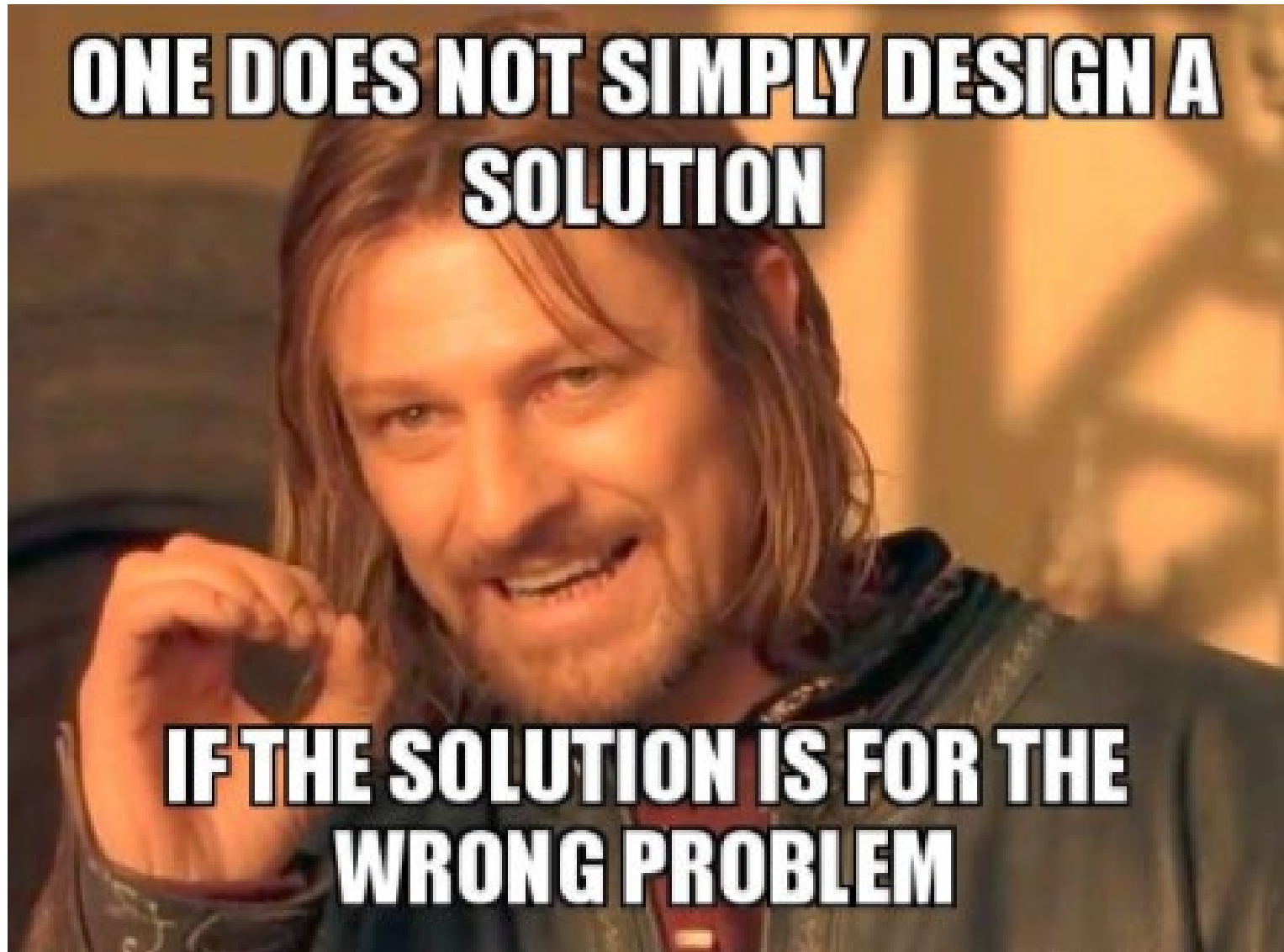


 **Zendesk Triple Diamond**
By Mike Chen, Kim Lenox & Jennifer Chang



**“People don’t want service design,
they want their problems solved.”**

- Marc Stickdorn -



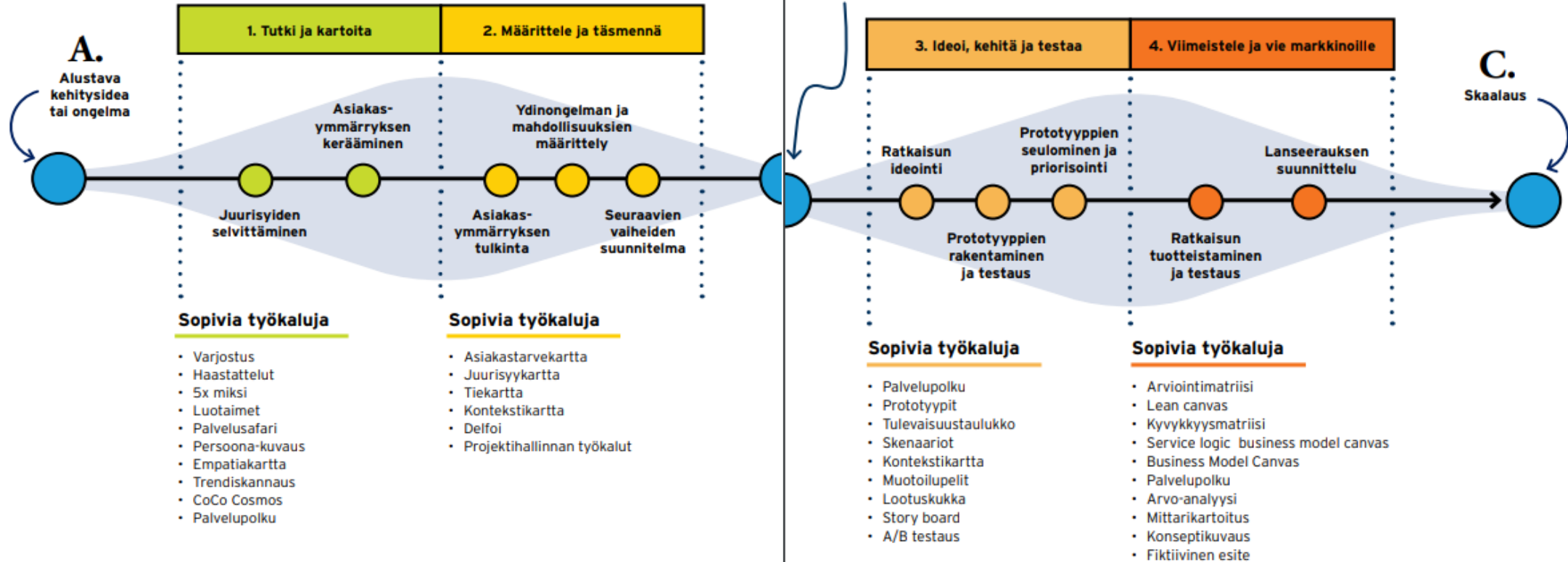


Menetelmiä ja työkaluja

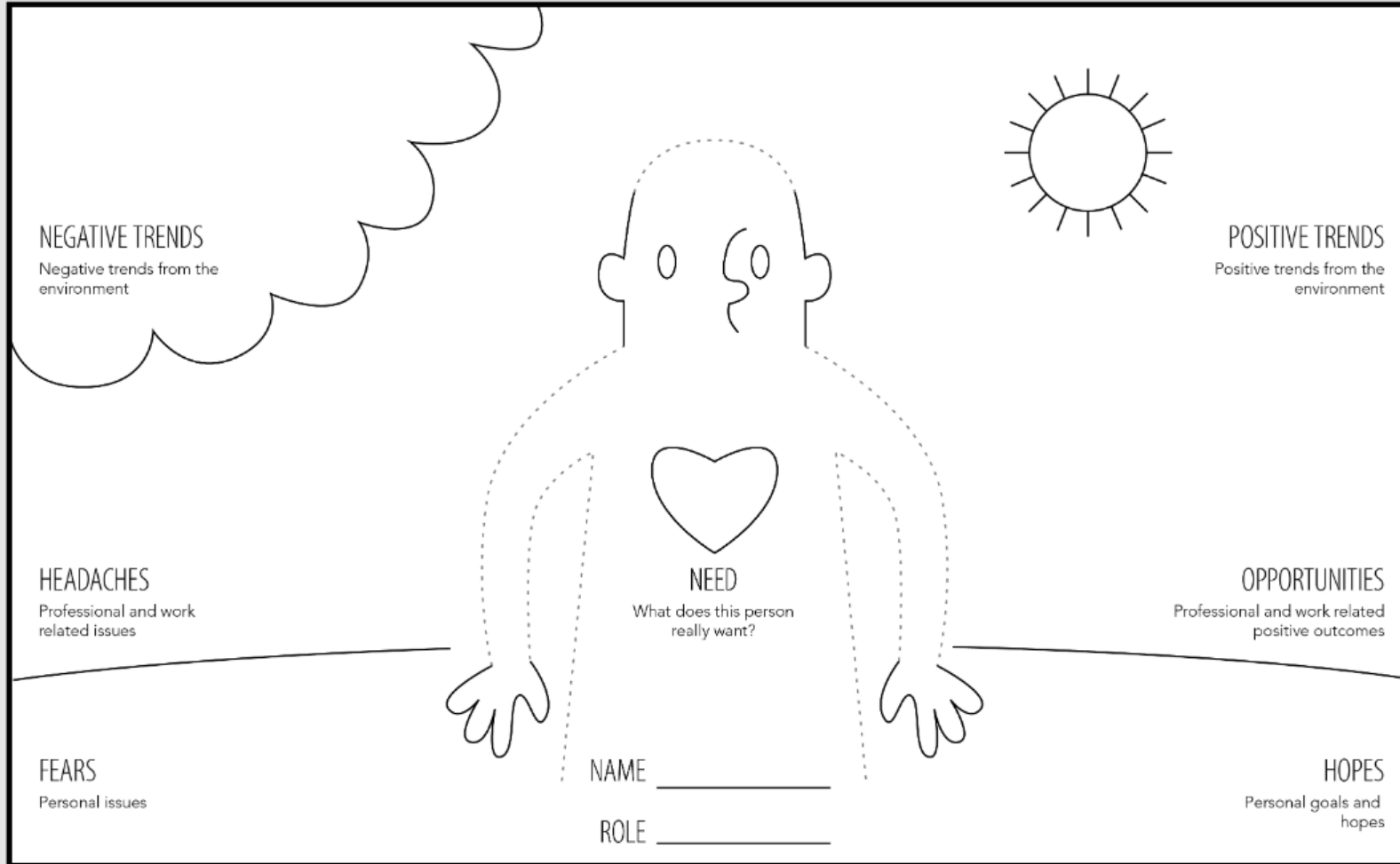
Palvelumuotoiluun sopivia menetelmiä/työkaluja

- Ei ole valmista sapluunaa; menetelmät ja työkalut pitää valita tarpeen mukaan. Ei menetelmä/työkalu edellä!
- Eri vaiheisiin sopii erilaiset työkalut, mutta ei ehdottomia ”rajanvetoja”.
- Palvelumuotoilutyökaluja voi ja kannattaa muokata omaan tarkoitukseen sopiviksi.
- Ensin kannattaa harjoitella valmiilla pohjilla, ja kun kokemusta karttuu, ryhtyä muokkaamaan.

Palvelumuotoiluprosessi ja työkalukartta



PERSONA CANVAS



CC BY DESIGNABETTERBUSINESS.COM

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Asiakaspersoona



PERSONA 5: Online optimizer

“ I buy things that I won't need when I go to grocery store. So much easier to get just what I need from online store. ”

MOTIVATIONS

- Save time and money
- Offers are easier to see online

PAINPOINTS

- Run out of milk
- Adhoc shopping

STRATEGY

- Order weekly delivery and find the best deals

“ I like to look for new things that store has to offer. Also, I try new recipes and browse my feeds to find interesting foods. ”

MOTIVATIONS

- New food items
- Offers and promotions

PAINPOINTS

- What to prepare for dinner
- Lack of new recipes

STRATEGY

- The best plan is no plan: doesn't have a shopping list, however remembers some items to purchase. Wanders around the grocery store for the inspiration



PERSONA 4: Inspiration seeker

Empatiakartta



Benchmarking

VAPAAMUOTOINEN KUVAUS

ASIAKASRYHMÄT

KUMPPANIT

ARVOLUPAUS

ANSAINTA

ASIAKASSUHTEET JA KANAVAT

KULURAKENNE

TÄRKEÄT TEHTÄVÄT JA YDINRESURSSIT

RISKIT



Tesla Motors

VAPAAMUOTOINEN KUVAUS

Tesla on lähtenyt rakentamaan uutta autoa enemmän elektroniikka/startup -yritysten hengessä kuin perinteisen autoteollisuuden lainalaisuuksien mukaan.

Tärkeimmät tuotteen innovaatiot ovat merkittävästi kilpailijoita parempi akusto ja voimansiirto sekä auton käyttökokemus (iso hallintascreeeni ja äänijärjestelmä mainitaan usein). Tesla on vastaavasti jättänyt autostaan pois monia esim. turvallisuuteen liittyviä ominaisuuksia, joita perinteisen autonvalmistajat käyttävät.

Auton lisäksi Teslan strategiaan kuuluu oman showroom- ja latausverkoston rakentaminen. Latausverkostolla on tarkoitus kattaa 98% USA:n väestöstä 2015 mennessä.



Every car needs to be exactly right, and I am literally personally looking at every car at this point.
-Elon Musk, CEO

ASIAKASRYHMÄT

Tesla on lähtenyt liikenteeseen high-end asiakkaista, joilla on kykyä maksaa (Perustajien kommentti: televisiot, kännykät yms. olivat nekin aluksi high-end tuotteita.)

ARVOLUPAUS

'Incredible performance without destroying the environment'

ASIAKASSUHTEET JA KANAVAT

Pyrkivät ohittamaan kaikki nykyiset autokaupan kanavat ja hoitamaan asiat suoraan asiakkaiden kanssa digitaalisia kanavia hyödyntäen. Rakentavat kuitenkin tueksi omaa showroom-verkostoa.

TÄRKEÄT TEHTÄVÄT JA YDINRESURSSIT

Autosta 98% on uusia komponentteja, joten alihankintaverkoston rakentaminen ja skaalaaminen. Suoramyynti. Latausverkoston rakentaminen.

KUMPPANIT

Alihankintaverkosto

ANSAINTA

Auto, vuosittainen huoltomaksu, erilaisia malleja latausverkostolle (esim. sähkötkö kuuluu auton hintaan)

KULURAKENNE

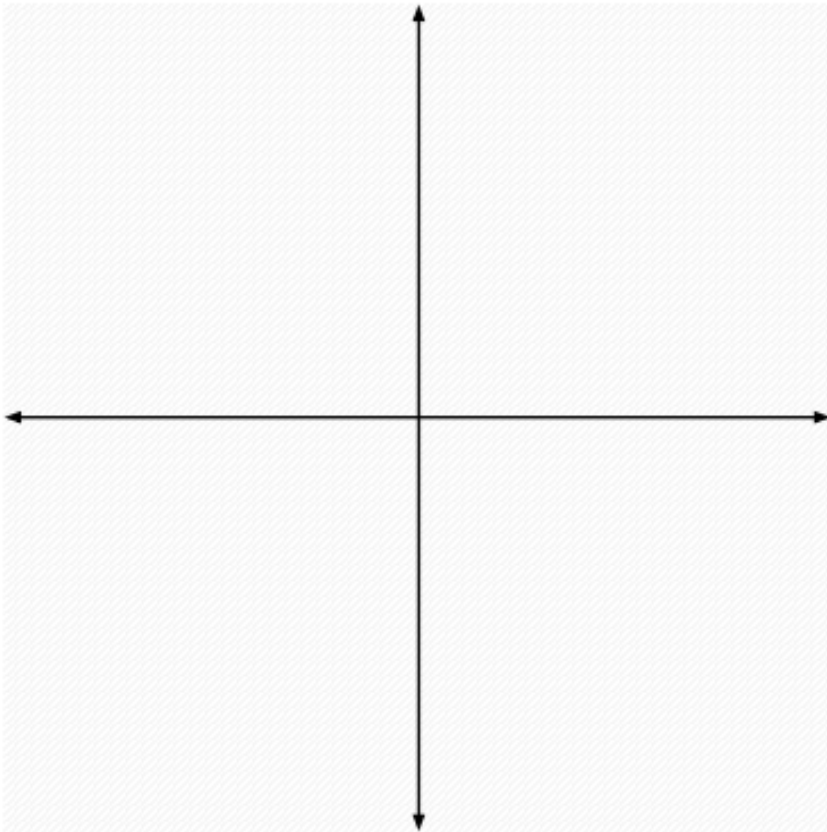
Merkittävät investoinnit tehtaisiin, latausverkoston rakentamiseen yms. Yrityksen ei odoteta olevan kannattava ennen vuotta 2020.

RISKIT JA SIVUVAIKUTUKSET

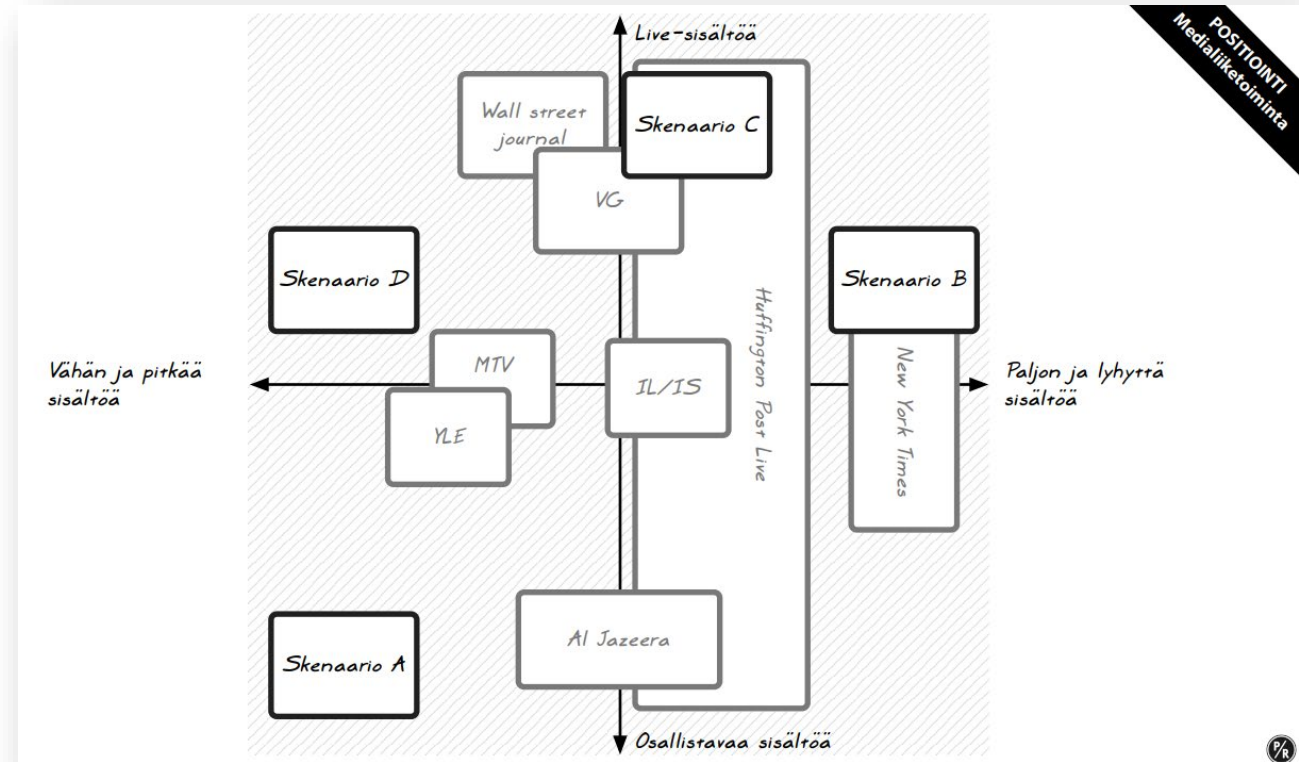
Valtavien investointien lisäksi Teslan vuosikertomus tunnistaa riskeiksi latausverkoston rakentamisen, auton akkujen kulumisen sekä perustaja Elon Muskiin liittyvän henkilöriskin.

BENCHMARK

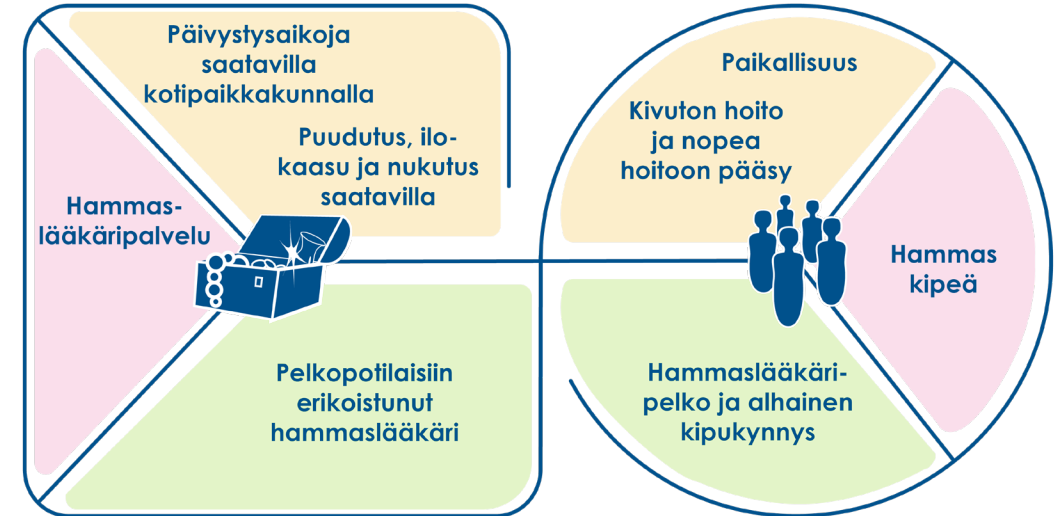
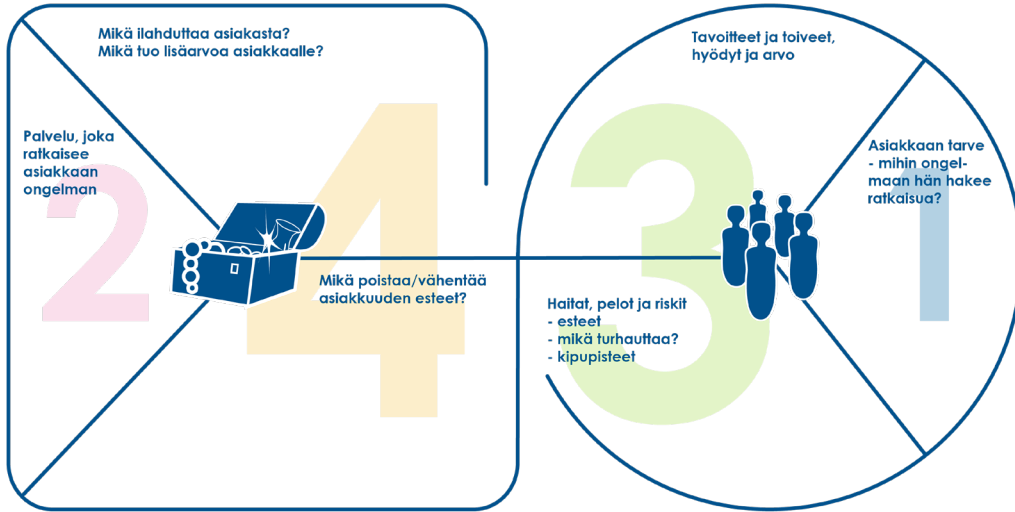
Positiointi



Määrittele akselit ja sijoita oma konsepti sekä kilpailijat nelikenttään. Voit tehdä saman useammasta näkökulmasta.



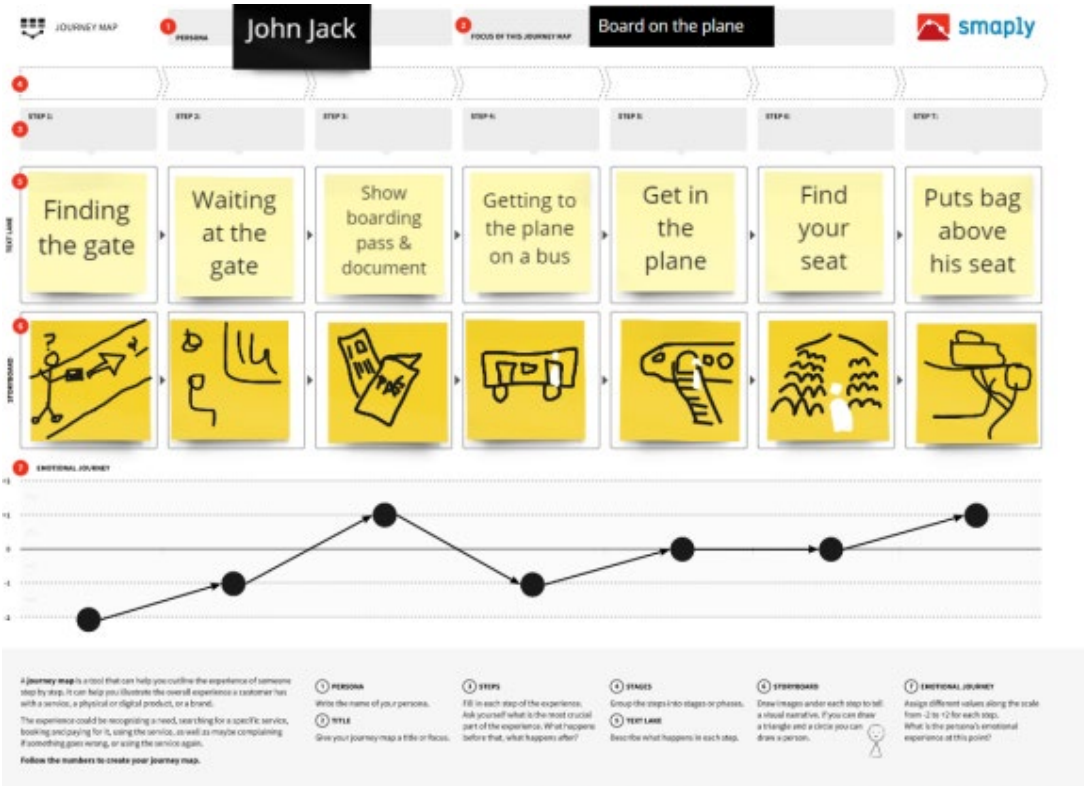
Arvolupaus



- ▶ **Emotionaalinen arvo:** miten asiakas kokee saamansa palvelun miellyttävyyden, helppouden, kiinnostavuuden, tunnelman ja tyylin.
- ▶ **Toiminnallinen arvo:** palvelun kyky vastata asiakkaan tarpeisiin. Proessin sujuvuus, saavutettavuus, tehokkuus ja monipuolisuus.
- ▶ **Taloudellinen arvo:** hinta ja palvelun käytön kustannukset.
- ▶ **Symbolinen arvo** kertoo, miten hyväksyttävänä asiakas kokee palvelun käyttämisen

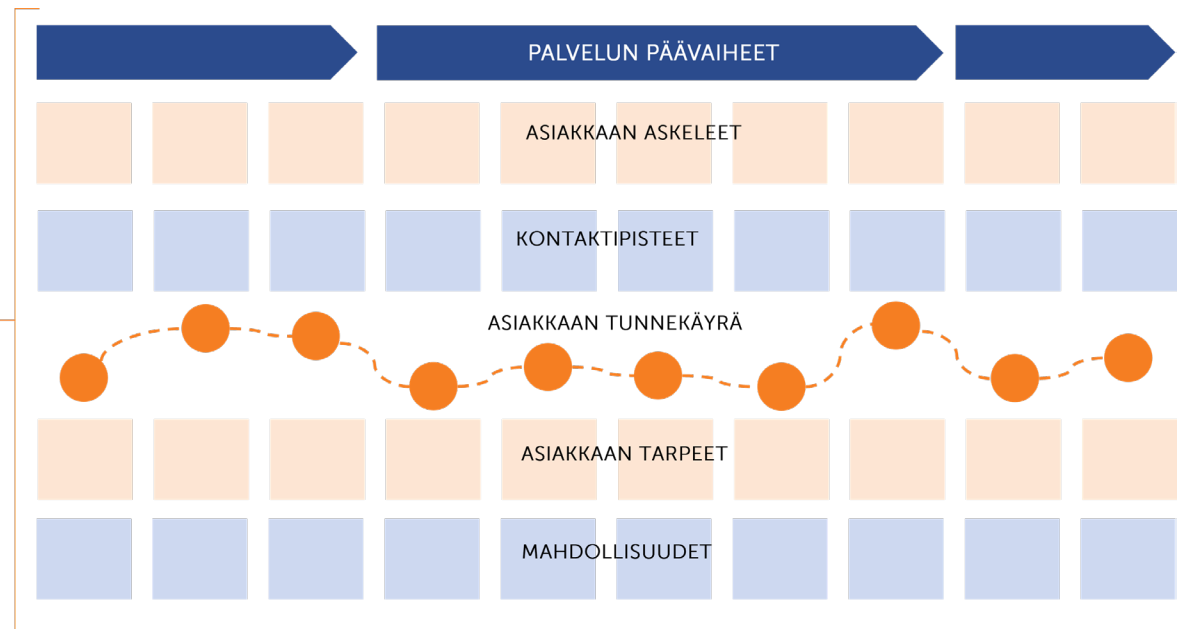
Palvelupolku

Kosketuspisteet, ”totuudenhetket”, riman alitukset ja huippuhetket!



Palvelupolun kuvaus smaply-työkalulla + Mirolla

PALVELUPOLKUKUVAUKSEN RAKENNE



Kuvakäsikirjoitus

Kuvakäsikirjoitus

Kehityskohde ▾ Projektiryhmä ▾ Päivämäärä ▾

Aloittakaa miettimällä ketä käyttäjän lisäksi on päärooleissa, mihin tarina sijoittuu, mikä haaste ratkaistaan ja millaisia vaiheita matkalla on. Kohtausten tulisi esitellä hahmot, ratkaistava ongelma, käyttäjä soveltamassa uutta ideaa ja lopputulos palvelun käytön jälkeen.

Luonnostelkaa tarina aluksi Post-it -lapuille, jotta sitä on helpompi muokata. Käyttäkää yksi lappu kuvaa varten ja toinen tekstille. Kohtausta tulee olla muutama. Piirustustaidoilla ei ole väliä, kunhan asiat tulevat ilmi.

▶

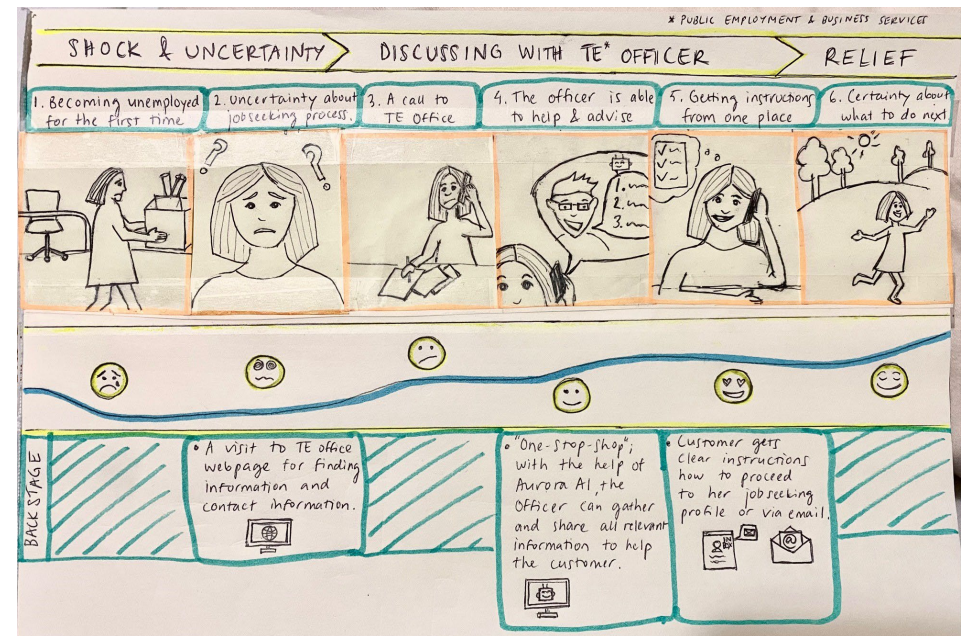
▶

▶

▶

Takaisin ▾

Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun



Inspiroiva vanhempainilta - onko sellaista?

Anssi Aktiivinen ja Vieno Vaatimaton tapaavat sattumoisin lähipuistossa lastensa kanssa.

Alkaako Vieno lämmetä ajatukselle...?

Anssi kertoo vienolle, että vanhempainilaisuudessa voi oikeasti olla hauskaa ja päästä vaikuttamaan asioihin.

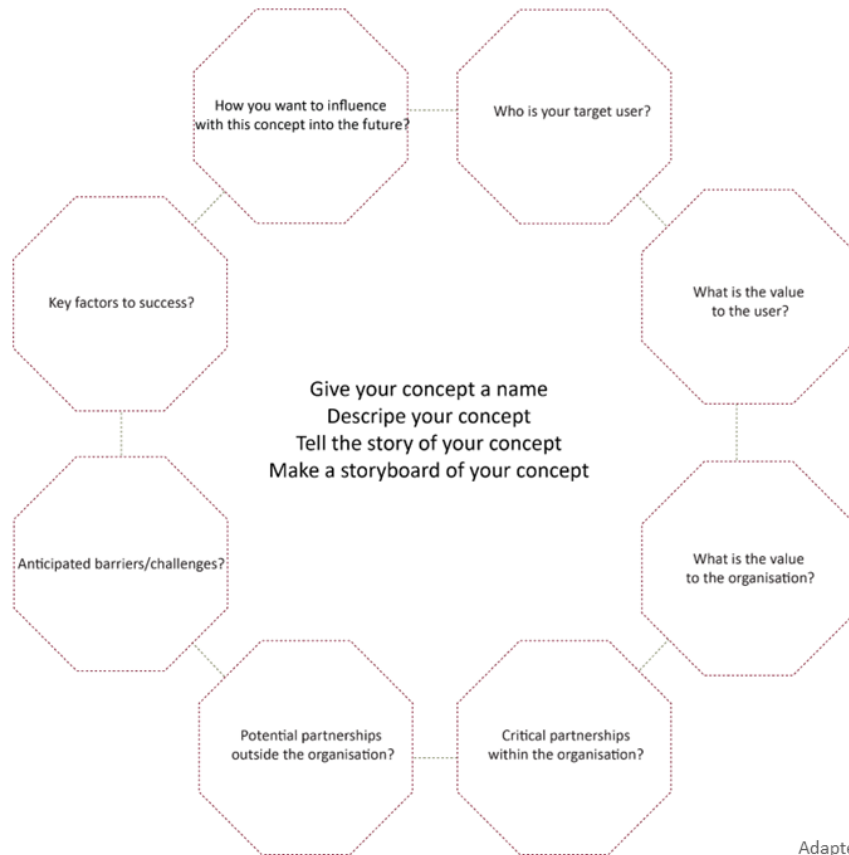
Päiväkodissä pääsee äänestämään, mistä aiheesta mieluiten haluaisi keskustella vanhempainilaisuudessa.

Tiistaina anssi ja vieno tapaavat lapsineen päiväkodillä ja odottavat innolla pian alkavaa vanhempainilaisuutta!

Kuten Anssilla ja Vienolla, sinullakin on mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa!

Tule mukaan luomaan unelmien päiväkotia!

Konsepticanvas



Adapted from Nesta & Ideo. Design for Europe

CONCEPT CAPTURE WORKSHEET

KUVATKAA KONSEPTINNE (JOKAISALLE TARINALLE YKSI KONSEPTIKANVAASI)

- Mikä on konseptinne nimi? Antakaa konseptille kuvaava ja jännittävä nimi.
- Kuinka konsepti toimii?
- Kuka on kohdekäyttäjä?
- Mitä arvoa konsepti tuo organisaatiolle/asiakkaalle?
- Ovatko konseptille ennakoitavia esteitä/haasteita?
- Mitkä ovat avaintekijät menestykseen?
- Kuinka haluatte vaikuttaa tulevaisuuteen tällä konseptilla?



Palvelumuotoilun hyödyt

Miksi palvelumuotoilu kannattaa?

- Taloudellisia hyötyjä
- Vahvempi asiakaskokemus ja brändi
- Sisäisen toiminnan kehittyminen
- Työntekijöiden työntekemisen ja motivaation paraneminen
- Asiakashyödyt

Muotoilukypsyyden portaikko

Muotoilukypsyys= kuinka laajasti organisaatio hyödyntää muotoilua toiminnassaan

4. PORRAS: Muotoilu strategiana

Muotoilun menetelmiä hyödynnetään strategiatyössä asti. Muotoilijan tehtäväkenttään kuuluu myös nykyisen liiketoiminnan uudistamista tai kokonaan uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamista.

3. PORRAS: Muotoilu prosessina

Muotoilu on lähestymistapa, joka on integroitu osaksi kehitysprosessia. Käyttäjän näkökulma ohjaa kehittämistä ratkaistavan ongelman määrittelystä toteutukseen asti.

2. PORRAS: Muotoilu viimeistelynä

Muotoilu nähdään loppuvaiheessa tapahtuvana viimeistelynä, jonka pääpaino on estetiikassa, tyylissä ja ergonomiassa.

1. PORRAS: Ei muotoilua

Yrityksessä ei puhuta muotoilusta eikä sitä tunnisteta osaksi yrityksen toimintaa. Käyttäjien näkökulmia ei juurikaan hyödynnetä.



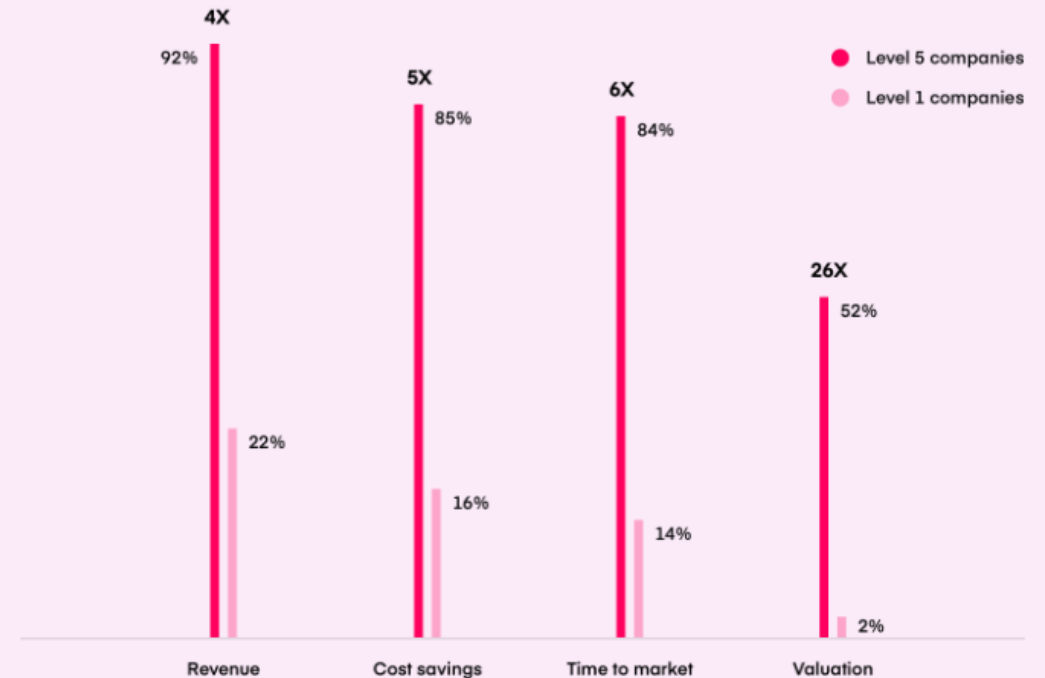
Millä portaalla oma organisaatiosi on?

Muotoilusta kilpailuetu

- InVisionin (2019) tutkimus osoittaa, että muotoilulla vaikutetaan positiivisesti neljään ulottuvuuteen: **tuotteiden laatuun, prosessien tehokkuuteen, liiketoiminnan tulokseen sekä yrityksen markkinaposition.**
- Korkeimman muotoilukypsyyden yrityksissä koettiin 4 x korkeampi vaikutus liikevaihtoon, 5 x korkeampi vaikutus kustannussäästöihin, 6 x korkeampi vaikutus markkinoilletuontiaikaan sekä 26 x korkeamman vaikutuksen yrityksen valuaatioon.

Maturity is reflected in stellar results

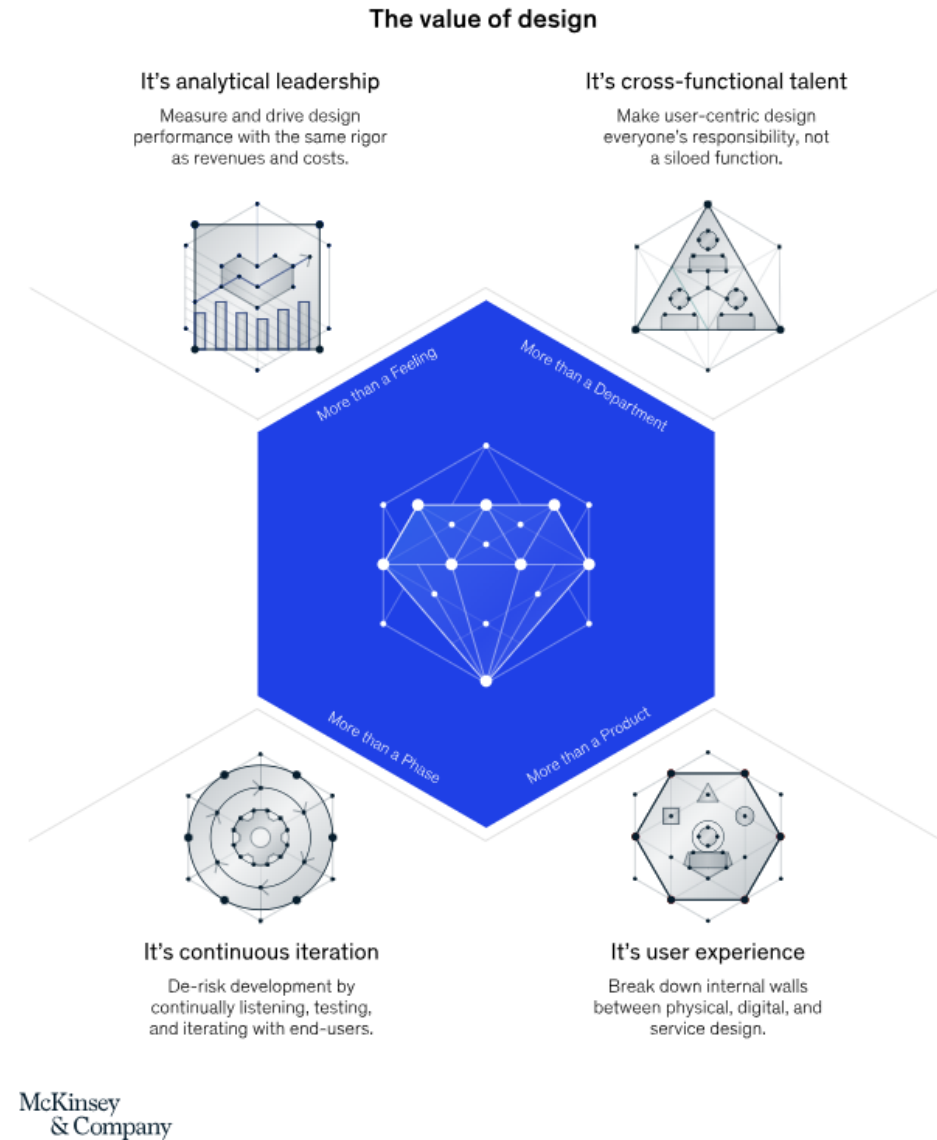
"Our design team has had proven impact on:"



*Based on 2,229 respondents

The New Design Frontier Study 

- McKinseyn (2018) raportin mukaan korkeimman kvartiilin MDI (McKinsey Design Index)-tuloksen saaneet yritykset kasvattivat tulojaan ja osakkeenomistajien kokonaistuottoa huomattavasti nopeammin kuin vastaavat alan toimijat 5 vuoden ajanjaksolla
→ **32 % suurempi liikevaihdon kasvu ja 56 % korkeampi osakkeenomistajien kokonaistuoton kasvu** koko ajanjaksolla.





Asiakaslähtöisyys ja asiakasarvo

**100% of customers
are people. 100% of
employees are people.
If you don't understand
people, you don't
understand business.**

Simon Sinek



Empatia

- Empatia palvelumuotoilussa tarkoittaa asiakkaan kenkiin astumista ja hänen kokemustensa ymmärtämistä.
- Kysy, kuuntele, tarkkaile
- Huom. sanotun ja tehdyn ero!

“Fail early, fail safely, fail cheap”



“If you think good design is expensive, you should look at the cost of bad design.”

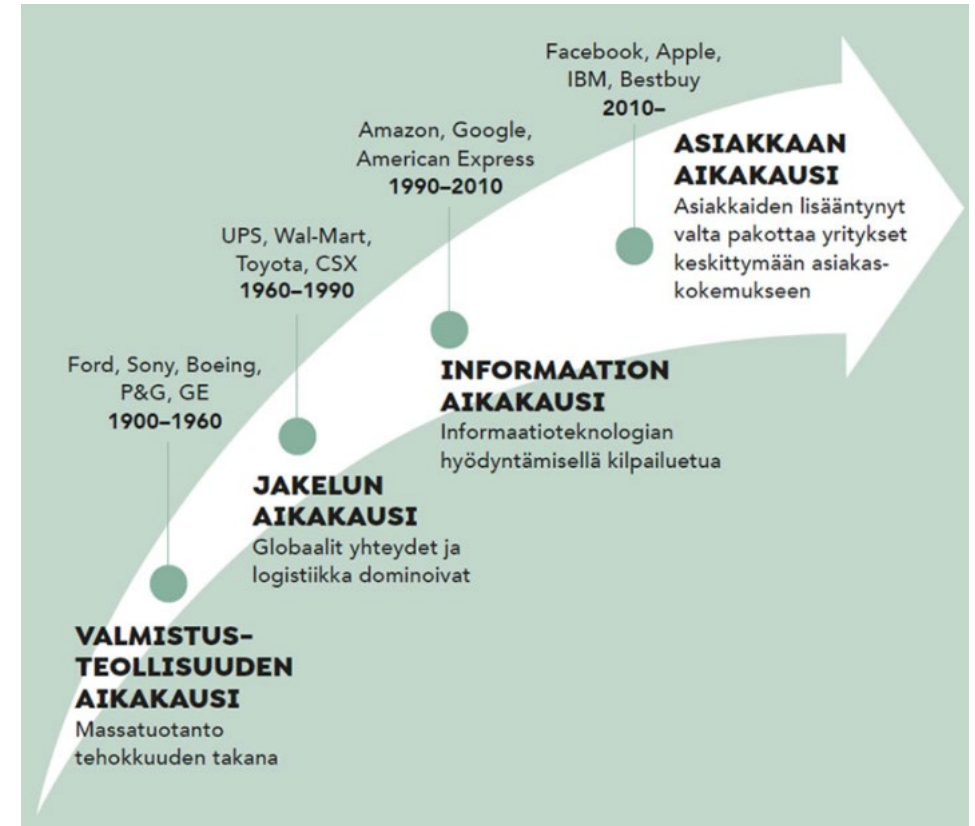
- Ralf Speth, CEO of Jaguar -



**Miten teillä kerätään
asiakasymmärrystä/asiakaspalautetta?**

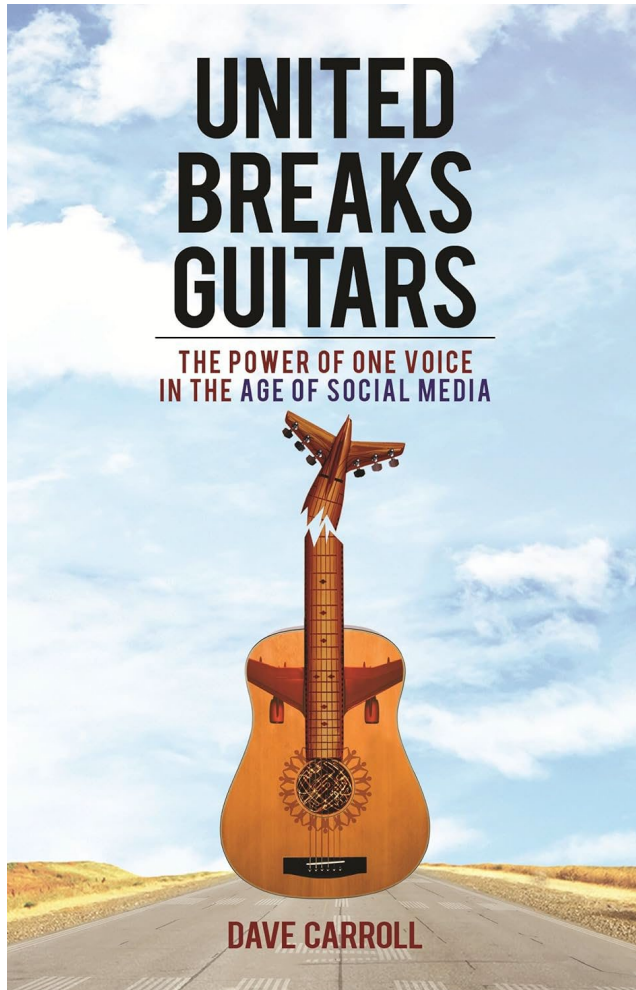
Asiakkaan aikakausi

- Tuotokeskeisyydestä asiakaskeskeisyyteen
→ “Mitä tällä tuotteella/teknologialla voi tehdä”
vs. “Mitkä ovat asiakkaiden tarpeet”
- ”Asiakas ostaa harvoin sitä mitä yritys luulee
hänelle myyvänsä” (Peter Drucker)
- Asiakasymmärrys → ymmärrys siitä, mitä asiakas
pitää tärkeänä → asiakaskokemus → asiakasarvo



Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg (2019): Palvelumuotoilun bisneskirja

Asiakaskokemuksen merkitys liiketoiminnalle



- Kanadalaisen muusikon Dave Carrollin kokemus United Airlinesin kanssa johti lentoyhtiölle merkittäviin liiketoiminnan menetyksiin, ja laulun arvioitiin maksaneen lentoyhtiölle 180 miljoonaa dollaria menetettyjä tuloja.
- Talouselämän mukaan
 - 80% yrityksistä sanoo tuottavansa hyvän tai odotukset ylittävän asiakaskokemuksen, todellisuudessa siinä onnistuu vain 8% yrityksistä.
 - 90% huonon asiakaskokemuksen kohdanneista ei osta samalta palveluntarjoajalta enää uudestaan.

Asiakaskokemus ja asiakasarvo

- Asiakaskokemus ja asiakasarvo ovat toisiinsa liittyviä käsitteitä, jotka vaikuttavat suuresti yrityksen menestykseen.
- Hyvä asiakaskokemus voi olla kilpailuetu, joka erottaa yrityksen kilpailijoistaan.
- Hyvä asiakaskokemus → positiivinen asiakasarvo → liiketoiminnan kasvu

[Mikä on asiakasarvo - valoa.io](#)

Asiakasarvosta kilpailuetua

Asiakasarvo = kokemus siitä, miten asiakkaan käyttämän tuotteen tai palvelun ominaisuudet ja käyttökokemukset sekä hänen saamansa palvelu vastaavat hänen tavoitteitaan, tarpeitaan ja ennakko-odotuksiaan

Symbolinen



Symbolinen arvo korostaa merkityksellisyyttä: Kyseessä ei ole vain tunne, vaan asiakkaan oman identiteetin kautta peilattu merkitys. Symbolinen arvo voi ilmetä monin eri tavoin.

Emotionaalinen arvo syntyy tunneperusteisesti kilpailijoita miellyttävämpänä käyttäjäkokemuksena, sekä kykynä minimoida stressi ja muut negatiiviset tunteet.

Toiminnallinen arvo kuvaa asiakkaan näkökulmasta kilpailijoita parempaa ratkaisua, joka voi ilmetä esimerkiksi vaivattomuutena, helppoutena, laatuna, tai ajan ja vaivan säästönä.

Taloudellinen arvo perustuu hintaan. Kilpailijoita edullisempi hintamielikuva luo taloudellista arvoa. Edullisiin hintoihin panostettaessa pyritään pienentämään asiakkaan taloudellista uhrausta.

Taloudellinen

[Lähde: Asiakasarvosta kilpailuetua – taloustutkimus.fi](https://www.taloustutkimus.fi)

Asiakasarvon mittaaminen

- Hyödyt asiakkaalle?
- Asiakkaalle aiheutuvat kustannukset?

Hyödyt liittyä mm. seuraaviin:

- Tuotteen tai palvelun laatu
- Julkisuuskuva ja yrityksen arvot
- Kyky tarjota kilpailijoita parempaa tarjontaa
- Asiakaskokemus
- Asiakaspalvelun laatu

Aineellisia kustannuksia voivat olla mm.

- Tuotteen tai palvelun käyttökustannukset
- Ennakkokustannukset, kuten asennus- tai käyttöönottomaksut
- Ylläpitokustannukset
- Uusimis- tai takaisinostokustannukset

Kustannuksia, joita on vaikea määrittää määrällisesti, ovat:

- Huono asiakaspalvelu
- Aikakustannukset (tuotteen hankkiminen, käytön opettelu)
- Tunne- ja sosiaaliset kustannukset, jotka aiheutuvat sitoutumisesta tiettyyn yritykseen/brändiin

[Customer value: definition, measurement and strategy - Qualtrics.com](https://www.qualtrics.com/customer-value/)

Asiakasarvon ja -kokemuksen johtaminen



Tavoite/kohde →

Mittarit



Tulokset



Toimenpiteet

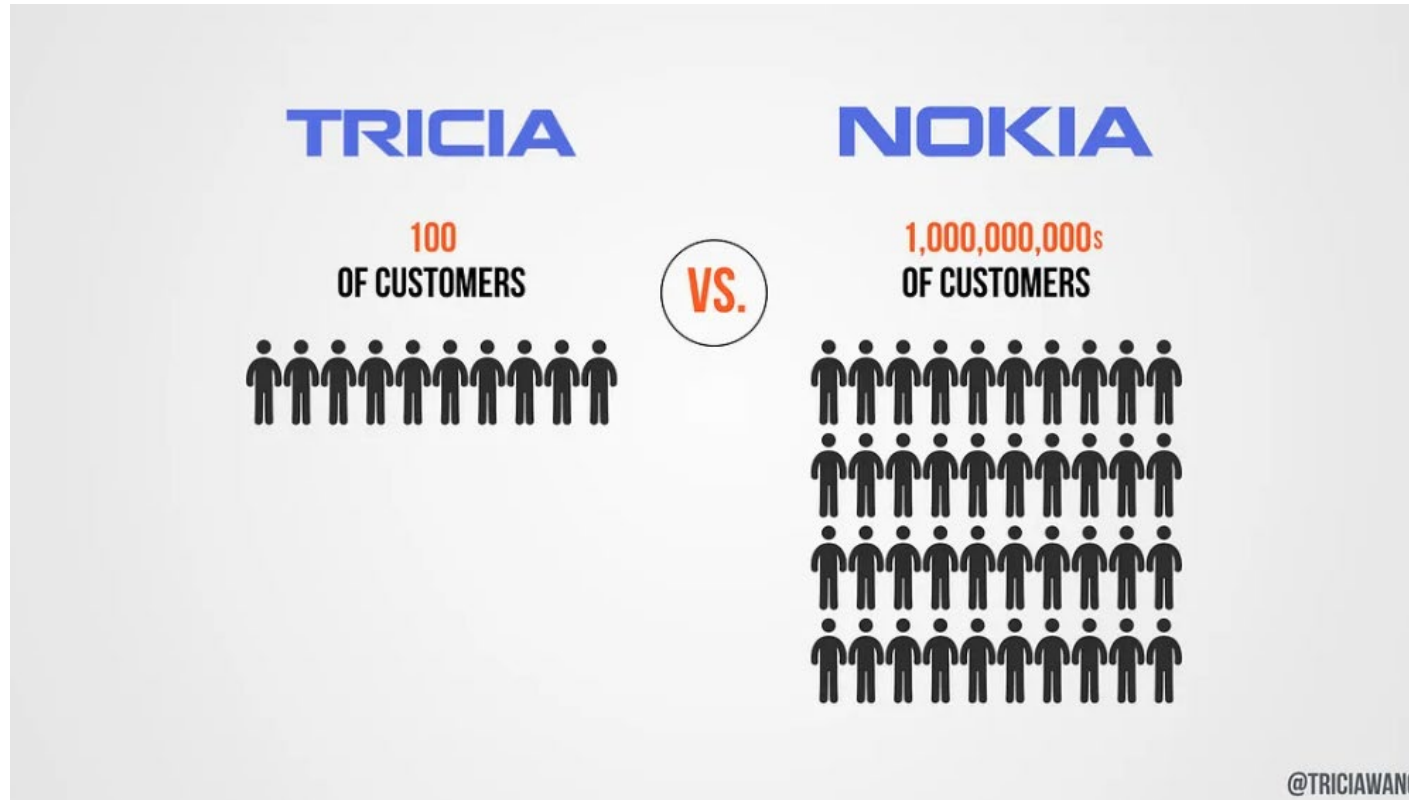


Seuranta

- NPS (Asiakkaan suositteluasteen mittari)
- CES (Asiakkaan kokeman vaivattomuuden mittari)
- CSAT (Asiakastyytyväisyyden mittari)
- CRR (Asiakkaan pysyvyyden mittari)
- Customer Referral Rate
- Customer Churn Rate (Asiakaspoistuma)

[Asiakaskokemus - 10 tärkeintä mittaria - jkaksi.fi](https://www.jkaksi.fi)

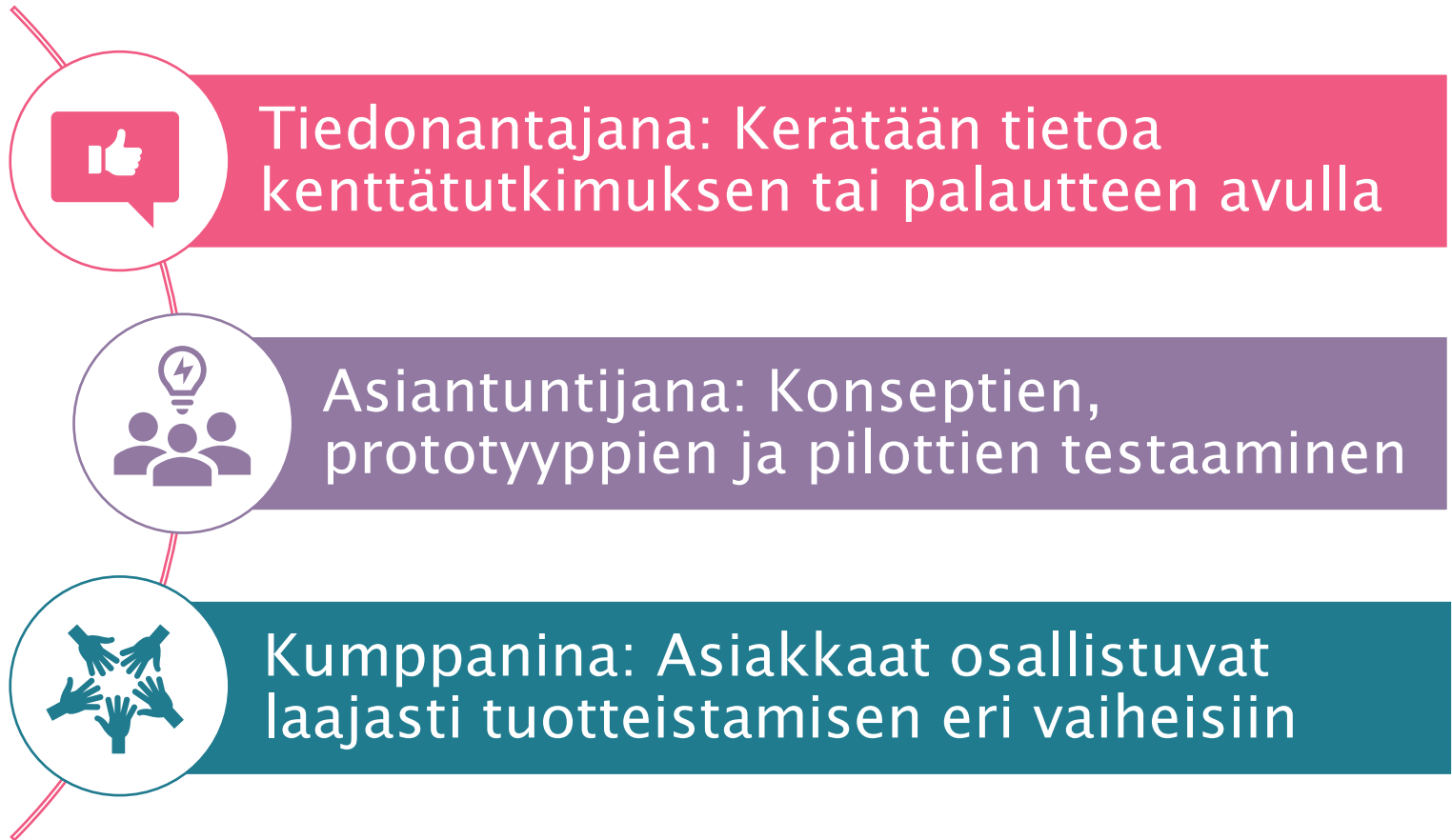
Laadullinen vs. määrällinen data



[Why Big Data Needs Thick Data - medium.com](https://medium.com)



Asiakkaiden rooleja



Materiaaleja

- [Kokeilusta skaalaan -pelikirja](#)
- [Kreapal palvelumuotoiluopas](#)
- [Passi ja Ripatti P/R book](#)
- [Espoon sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun](#)
- [SDT - Palvelumuotoilun Työkalupakki, Jyväskylän ammattikorkeakoulu](#)
- [Tools for better thinking - untools.co](#)
- [Innokylä on kaikille avoin yhteisen kehittämisen ja tiedon jakamisen ympäristö - innokyla.fi](#)
- [Ideapakka - ideapakka.fi](#) (HUOM! Maksullisia materiaaleja)



Jälkitehtävä: Kerro, mikä on luennoilta saamasi tärkein oivallus? Miten voit soveltaa sitä omassa työssäsi?

+ Extra: Valitse itseäsi kiinnostava palvelumuotoilun kasvutarina podcast osoitteessa [Palvelumuotoilun kasvutarinoita - qaswua.fi](https://qaswua.fi)



Kiitos



@MotivaOy



www.motiva.fi