

Outi Arontie

TYÖHYVINVOINTIA EDISTÄVÄN MOBIILISOVELLUKSEN KÄYTTÄJÄKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN

Mobiilisovellukseen leikkisyyttä palvelumuotoilun avulla

TYÖHYVINVOINTIA EDISTÄVÄN MOBIILISOVELLUKSEN KÄYTTÄJÄKOKEMUKSEN KEHITTÄMINEN

Mobiilisovellukseen leikkisyyttä palvelumuotoilun avulla

Outi Arontie
Opinnäytetyö
Kevät 2017
Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen
Ylempi AMK
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Tradenomi (Ylempi AMK), Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen

Tekijä: Outi Arontie

Opinnäytetyön nimi: Työhyvinvointia edistävän mobiilisovelluksen käyttäjäkokemuksen kehittäminen - Mobiilisovellukseen leikillisyyttä palvelumuotoilun avulla

Työn ohjaaja: Taina Vuorela

Työn valmistuslukukaus ja -vuosi: Kevät 2017

Sivumäärä: 80 + 5

Oman työkokemukseni perusteella olen huomannut, että työpaikkojen huumorin käytön välillä on paljon eroja, ja sillä on vaikutuksensa työhyvinvointiin. Tämän pohjalta siis kiinnostuin projektista, missä toimeksiantajana oli HURMOS-hanke ja yhteistyökumppanina motiMind Oy. Opinnäytetyön tavoitteena on ideoida iMind-sovellukseen käyttäjäkokemusta parantavia, leikillisiä ominaisuuksia. Lähestyn kehittämistehtävää palvelumuotoilun näkökulmasta ja siinä on konstruktiivisen tutkimuksen elementtejä. Tutkimusongelmana oli hyvinvointisovelluksen käyttöönotuksen laantumisen alkuvaiheen jälkeen. Tutkin myös millaisilla leikillisillä ominaisuuksilla käyttäjäkokemusta voisi parantaa, millaisella huumorilla ja leikillisyydellä voisi vaikuttaa työhyvinvointiin ja onko mahdollista, että leikillisuus näkyisi mobiilisovelluksen tuottaman palvelun arvolupauksessa ja jopa yrityksen liiketoimintamallissa?

Ideoiden keräämistä varten järjestettiin palvelumuotoilun työpaja. Siellä luotiin käyttäjäprofiilit sekä profiilien empatiakartat ja palvelupolut. Työpajan jälkeen loin käyttäjäprofiilien mukaiset arvolupaukset käyttämällä työkaluna Value Proposition Canvasia. Tutkin, millaisella arvolupauksella näille erilaisille profiileille kannattaisi viestiä sovelluksen käytön vaikutuksista, ja löytyisikö heille sopivaa huumorinäkökulmaa tai -tapaa viestin läpiviemiseksi. Näitä samoja näkökulmia voisi hyödyntää esimerkiksi sosiaaliseen mediaan ladattavissa videoissa ja muussa viestinnässä. Hahmotelin myös, miten sovelluksen osalta leikillisuus voisi näkyä jopa liiketoimintamallissa. Hyödynsin tässä Business Model Canvasia.

Opinnäytetyön lopputuloksena on paljon kehityskelpoisia ideoita sisältävä Excel-taulukko jatko-suunnittelua ja sovelluskehitystä varten. Lisäksi tutkin, millaisella huumorilla ja leikillisyydellä voisi vaikuttaa työhyvinvointiin. Kirjallisuuden pohjalta selvisi, että positiivisella huumorilla ja erilaisilla leikillisyyden muodoilla voidaan mm. lisätä innostusta ja motivaatiota. Tutkin myös millaisilla leikillisillä ominaisuuksilla sovelluksen käyttäjäkokemusta voisi parantaa. Sopivalla innostamisella ja positiivisuudella voidaan saada myös käyttökokemus paremmaksi. Ihmisen tunteet vaikuttavat siihen, millaisen käyttökokemuksen hän saa. Ammattitaitoisella teknisellä toteutuksella, löytämällä tasapaino suorituskyvyn ja tarpeellisten ominaisuuksien välille, käyttökokemus voidaan saada paremmaksi. Myös arvolupauksessa ja liiketoimintamallissa vaikuttaisi olevan sijansa leikillisyydelle.

Jatkoa ajatellen voisi luoda uudet, yrityksen asiakastietoon perustuvat profiilit, jatkaa liiketoimintamallin kehittämistä Business Model Canvasin avulla leikillisyyden näkökulmasta, jatkaa tarkempaa suunnittelua ja testausta uusien ominaisuuksien osalta. Lisäksi työssä tuli myös ilmi tarve uudenlaisen, huumoria sisältävän markkinointimateriaalin kehittämiseen.

Asiasanat: Työhyvinvointi, palvelumuotoilu, mobiilisovellus, käyttökokemus, leikillisuus

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Master of Business Administration (MBA), Entrepreneurship and Business Competence

Author: Outi Arontie

Title of thesis: Developing a mobile application user experience – Playfulness to mobile application with service design methods to promote wellbeing at work

Supervisor: Taina Vuorela

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2017 Number of pages: 80 + 5

On the basis of my experience I have found that the use of humor varies a lot between work places. I have also noticed, that humor has an impact on well-being at work. Therefore, I became interested in, when I was offered the opportunity to participate in the project with HURMOS and motiMind Oy. In this thesis, I approach the task from angles of constructive development of research and service design thinking.

The research problem was the deceleration of the use of the mobile application after the initial enthusiasm. I wanted to find out, with what kind of playful features the user experience could be improved, and with what kind of humor and playfulness could the well-being of the staff be affected. I also wanted to find out, whether it is possible that playfulness and humor has a place in the value proposition canvas or even in the company's business model?

Service design workshop was held for the purpose of collecting the ideas. There was created the user profiles, as well as empathy maps and service paths. After the workshop, I created value propositions with Value Proposition Canvas. With Business Model Canvas, I wanted to find out what is the value proposition that would be the most meaningful for these different profiles. Aim was also to find out a suitable message through humor. These same aspects could be used for example, in social media, in videos and other communications.

The thesis objectives were achieved and the end result is a lot of evolutionary ideas inside Exceltable for the further development of the design and the application. In addition, it turned out that a positive humor and different forms of playfulness can be used to add enthusiasm and motivation to using the application. The appropriate motivation can be used to get the user experience better. Human emotions have an influence, what kind of user experience he gets. With professional technical implementation, the user experience can get better. In this case, there even seems to be room for the playfulness in the value proposition canvas and in the business model of the application.

New profiles based on proven factual knowledge should be made. Also, the development of the Business Model Canvas should continue. The development of new features of the application, should continue with a more precise planning and testing. In addition, the need for a new kind of marketing materials with the humor and playfulness inside, became clear.

Keywords: Wellbeing at work, mobile application, service design, user experience, adult playfulness

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	KEHITTÄMISTEHTÄVÄN MÄÄRITTELY JA VALITUT MENETELMÄT.....	8
2.1	Tutkimusongelma ja -kysymykset.....	9
2.2	Metodologiset ja ontologiset valinnat.....	10
2.3	Palvelumuotoilu	13
2.4	Rajaukset	15
3	LEIKILLISYYDEN JA HUUMORIN VAIKUTUS TYÖHYVINVOINTIIN	17
4	LEIKILLISYYS JA HUUMORI MOBIILISOVELLUKSEN KÄYTTÄJÄKOKEMUSTA PARANTAVINA TEKIJÖINÄ.....	29
5	LEIKILLISYYTTÄ SOVELLUKSEEN: PALVELUMUOTOILUTYÖPAJA TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISVÄLINEENÄ IMIND-SOVELLUSTA KEHITETTÄESSÄ	34
5.1	Käyttäjäprofiilit – Moodboard	35
5.2	Empatiakartta - Empathy Map	40
5.3	Palvelupolku	44
6	TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	50
6.1	Arvolupaus - The Value Proposition Canvas	51
6.2	Liiketoimintamalli - The Business Model Canvas	57
6.3	Huumoria ja leikillisyyttä iMind-sovellukseen.....	63
6.3.1	Uusia humoristisia ja leikillisiä ideoita sovellukseen.....	63
6.3.2	Parempi käyttäjäkokemus käyttöinnostuksen laantumista hillitsemään	68
6.3.3	Uusia kysymyksiä sovellukseen.....	70
7	POHDINTA.....	73
	LÄHTEET.....	77
	LIITTEET	81

1 JOHDANTO

”Kun työ on nautinto, elämä on ilo. Kun työ on velvollisuus, elämä on orjuutta” (Hyvejohtajuus, viitattu 27.2.2017).

Työkokemukseni perusteella sanoisin, että työpaikkojen huumorin käytön välillä on paljon eroja. Olen työskennellyt sellaisissa yrityksissä, joissa ei paljoa ’huumorin kukka kukkinut’. Toisaalta olen työskennellyt myös sellaisessa yrityksessä, missä naurettiin paljon, laskettiin hyväntahtoista leikkiä ja jopa jotenkin hyväntahtoista, onnistunutta sarkastista huumoriakin siellä ilmeni. Näin jälkikäteen mietittynä havaitsen, että ’totisella’ työpaikalla kahvipöytäkeskustelu ajautui jatkuvasti työpaikan epäkohdista valittamiseen, joten mieliala laski laskemistaan. ’Iloisella’ työpaikalla kahvipöytäkeskustelut eivät liittyneet työhön, vaan vapaa-ajan hauskoihin sattumuksiin, ajankohtaisiin hauskoihin aiheisiin ja tilannekomiikkaan. Tällä ’iloisella’ työpaikalla ei paljoa työn epäkohtia kahvipöytäkeskusteluissa korostettu.

Pohdin, mistä tämä ero johtuu. ’Totisen’ työpaikan johtaja oli etäinen ja asiallinen, eikä häntä näkynyt kahvipöydässä ohjaamassa keskustelua keveisiin aiheisiin. ’Iloisella’ työpaikalla johtaja sen sijaan oli itse aktiivisesti ohjaamassa keskustelua omalla höpötyksellään. Näin työyhteisö oppi tällaisen kahvipöytäkulttuurin. Myös uusille työntekijöille kerrottiin perehdytysvaiheessa, että yhteisön ilmapiiri halutaan säilyttää iloisena ja huumoria viljelevänä, eikä negatiivisia asioita korostavana.

Verratessani työhyvinvointia näiden kahden firman välillä, joudun toteamaan että ’totisessa’ firmassa voitiin huonosti ja ’iloisessa’ firmassa aika hyvin. Työ tässä ’iloisessa’ firmassa oli raskasta ja yksitoikkoista, mutta yhteishenki oli se syy, miksi töihin oli aina aamulla mukava lähteä. Pelkkä huumori ei tietysti riitä, vaan työhyvinvoinnista on huolehdittava myös muilla keinoin. Toisaalta ajattelen myös niin, että huumoriakin voidaan, ja tulisi johtaa, jotta se muodostuisi rakentavaksi ja työyhteisöä yhteen hitsaavaksi voimavaraksi.

Olen toiminut myös ohjelmistoalan rittäjänä muutaman vuoden. Kehitin vuonna 2003 matkapuhelimissa toimivan MobileCalories-painonhallintasovelluksen, jonka avulla oli helpompaa laihtuttaa. Havaitsin, että lähdes poikkeuksetta alkuinnostuksen laannuttua, sovelluksen käyttöaktiivisuus laski. Tähän pyrimme pureutumaan psykiatrian erikoislääkäri Ben Furmanin kanssa hänen kehittä-

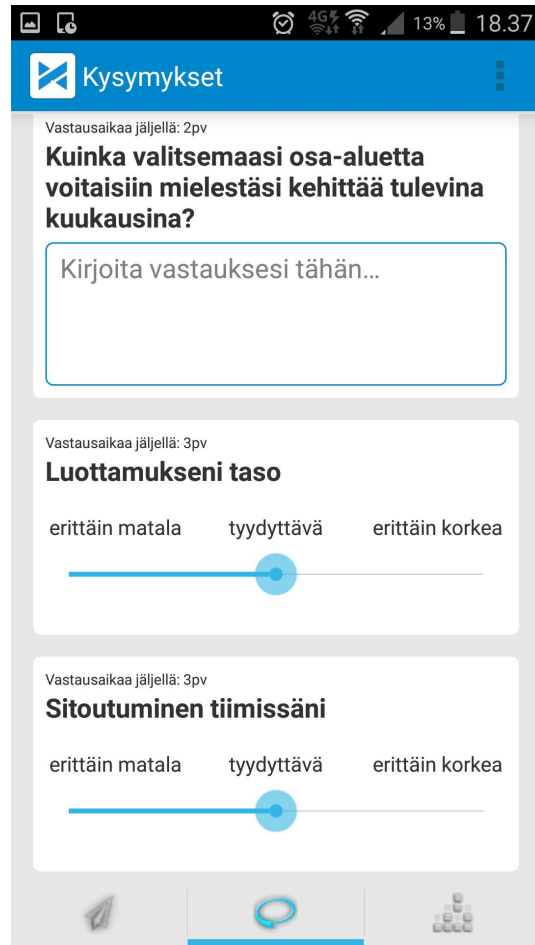
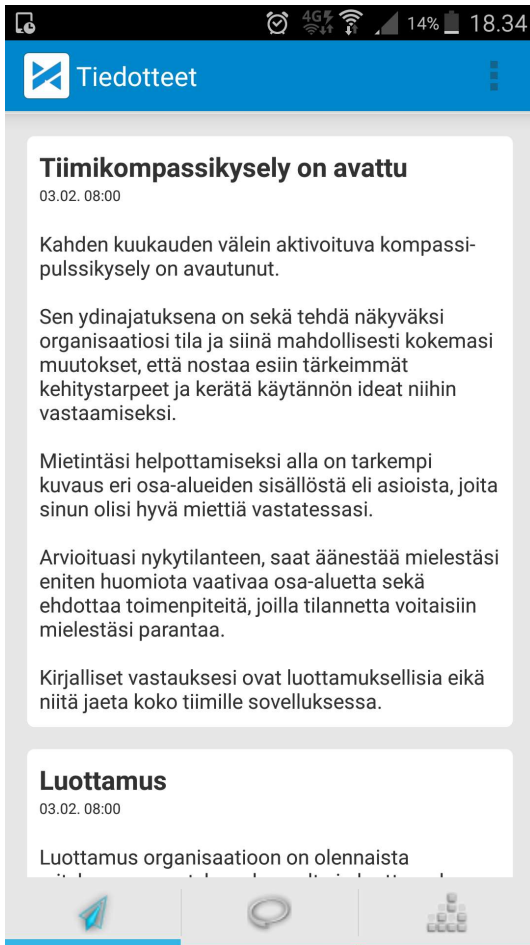
mänsä kannustusjärjestelmän avulla. Sovellus lähetti viikoittain käyttäjän itse valitsemille kannustajille (ystävä, ravitsemusterapeutti tms.) raportin edistymisestä. Ajatuksena tässä oli se, että kannustajat omalla tsemppaamisellaan auttaisivat käyttäjää jatkamaan sovelluksen aktiivista käyttöä pidempään. Näin toivottiin saavutettavan pysyvämpää muutosta ruokailutottumuksissa. Tuolloin, yli 10 vuotta sitten, puhelinten tekniikka asetti vielä paljon rajoitteita käytettävyyden suhteen. Nykytekniikka mahdollistaa paremman käytettävyyden ja sitä kautta koko käyttökokemuksen huomioimisen. Silti uskon, että jokin pitkäjänteiseen käyttöön kannustava elementti tällaisiin palveluihin on hyvä sisällyttää vielä nykyäänkin, parhaassa tapauksessa maustettuna pienellä ripauksella kannustavaa huumoria. Oman työhistoriani pohjalta siis kiinnostuin aiheesta, kun minulle tarjoutui mahdollisuus osallistua HURMOS-hankkeen motiMind-projektiin.

2 KEHITTÄMISTEHTÄVÄN MÄÄRITTELY JA VALITUT MENETELMÄT

Tavoitteena oli motiMind Oy:n kehittämän mobiilisovelluksen käyttökokemuksen kehittäminen ideoimalla sovellukseen leikkillisyyttä lisääviä ominaisuuksia. Tekesillä on käynnissä Fiiliksestä fyrkkaa -ohjelma, joka tavoittelee tunteen ja asiakkaan kokeman arvon nostamista yhdeksi liiketoiminnan keskeiseksi tekijäksi. Tavoitteena on saada yritykset tarkastelemaan liiketoimintaansa asiakkaiden kokemien tunteiden kautta. (Tekes, Fiiliksestä fyrkkaa, viitattu 27.2.2017.) Oulun ammattikorkeakoulun ja Oulun yliopiston yhteinen HURMOS-hanke saa rahoituksensa tästä ohjelmasta. HURMOS-hankkeen tavoitteena puolestaan on ”tutkia ja kehittää suomalaisten yritysten huumoriosaamista liiketoiminnassa”. Huumorin strategisten käyttömahdollisuuksien kartoituksen lisäksi tavoitteena on kehittää ”humoria hyödyntäviä uusia tuotteita, palveluita ja viestintäratkaisuja tukemaan yritysten kasvua sekä kansainvälistymistä.” Myös yritysten ja asiakkaiden yhteisöllisen innostuksen, luovuuden ja innovatiivisuuden toivotaan lisääntyvän. (Oulun ammattikorkeakoulu. Hurmoshanke, viitattu 28.1.2017)

motiMind Oy on vuonna 2012 perustettu oululainen yritys. Se tarjoaa asiakkailleen henkilöstö- ja asiakastutkimuksia. Palveluvalikoimaan kuuluvat perinteiset kyselytutkimukset, sekä erilaiset jatkuvaan tiedonkeruuseen perustuvat ohjelmistoratkaisut. Tutkimuksista saatavan tiedon avulla voidaan antaa asiakkaalle selkeitä toimenpidesuosituksia ja siten helpottaa johtamista. Korjaamalla esiinnoituneet kriittiset epäkohdat, voidaan kasvattaa tuottavuutta, parantaa työilmapiiriä ja pienentää sairaskuluja. (motiMind Oy, viitattu 27.2.2017)

Kehitettävä sovellus iMind (katso kuvio 1) on yksi motiMind Oy:n tarjoamista tiedonkeruuseen perustuvista ohjelmistoratkaisuksista. Tällaisia jatkuvia tiedonkeruun ratkaisuja voidaan hyödyntää esimerkiksi erilaisten muutosprojektien läpiviennissä, uusien toimintamallien käytäntöön viemisessä sekä työilmapiirin kehittämisessä. (motiMind Oy, Palvelut, viitattu 27.2.2017.)



KUVIO 1. iMind-sovelluksen käyttöliittymäkuvia

2.1 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Opinnäytetyön tavoitteena on ideoida iMind-sovellukseen käyttäjäkokemusta parantavia, leikkilisiä ominaisuuksia. Lähestyn kehittämistehtävää palveluutoilun näkökulmasta ja siinä on konstruktivisen tutkimuksen elementtejä.

Tutkimusongelmana on hyvinvointisovelluksen käyttöönnöstyksen laantuminen alkuinnostuksen jälkeen. Tutkimuskysymykset ovat:

- 1 Millaisilla leikkilisillä ominaisuuksilla käyttäjäkokemusta voisi parantaa?
- 2 Millaisella huumorilla ja leikkilisyudellä voisi vaikuttaa työhyvinvointiin?
- 3 Onko mahdollista, että leikkilisyys näkyisi mobiilisovelluksen tuottaman palvelun arvolu-pauksessa ja jopa yrityksen liiketoimintamallissa?

2.2 Metodologiset ja ontologiset valinnat

Metodologiset valinnat ovat kehittämistoiminnan periaatteiden määrittelyä. Ontologinen valinta tarkoittaa sitä, että tehdään valinta, mistä näkökulmasta todellisuutta tarkastellaan. Todellisuus voidaan nähdä faktanäkökulmasta tai tulkinnallisesta näkökulmasta. Toisaalta tarkastelun näkökulmiksi voidaan valita joko realismi tai konstruktionismi. Konstruktionismi on realismin vastakohta, eli todellisuuden rakentumista tarkastellaan sosiaalisen vuorovaikutuksen tuloksena syntyneenä. Realismi näkee todellisuuden objektiivisena, ihmisestä riippumattomana todellisuutena. (Toikko & Rantanen 2009, 35 – 36.) Minun opinnäytetyöni tarkastelu tehdään tulkinnallisesta ja konstruktivistisesta näkökulmasta.

Kehittämistoiminnan tuottama tieto

Yksi tärkeä määriteltävä asia on se, millaista tietoa tutkimuksella tavoitellaan. Tutkimustieto voidaan jakaa näyttöön perustuvaan ja hiljaiseen tietoon. Tutkimukseen perustuva tieto jaetaan hierarkkisesti viiteen eri portaaseen sen mukaan, miten luotettavana tiedonhankintamenetelmiä pidetään. (Toikko & Rantanen 2009, 39 – 40.) Konstruktiivisen tutkimuksen onnistumisen kannalta on hyvin tärkeää tuntea tarkasti tulevien käyttäjien tarpeet. Konstruktiivisen tutkimuksen tuotoksen pitää olla uudenlainen ja parempi kuin aiempi käytäntö (Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti 2010, 66). Tämän kehittämistehtävän kannalta on tärkeää saada esiin ja kerättyä hiljainen tieto. Tämän vuoksi on hyvä järjestää palvelumuotoilun työpaja, jossa saadaan kerättyä mahdollisimman suuri määrä erilaisia ideoita sovelluksen kehittämiseksi.

Kehittämistoiminnan intressit

Kehittämistoiminnassa riippumattomuus ja arvovapaus ovat hieman ongelmallisia, koska oletettavasti tutkijalla on esimerkiksi toimeksiantajan asettamat tavoitteet toiminnan kehittämiseksi (Toikko & Rantanen 2009, 44 – 45). Toimeksiantajan toiveesta on päädytty etsimään huumorin lisäämisen vaihtoehtoja mobiilisovellukseen, joten työni keskittyy ideoiden keräämiseen ja kehittämiseen, eikä niinkään sen tutkimiseen, onko huumorin lisäämiselle sovellukseen todellista tarvetta.

Konstruktiivinen tutkimus

Konstruktiivisen tutkimuksen tuloksena syntyy jokin konkreettinen tuotos. Konstruktiivinen tutkimus on käytännönläheistä ongelmaratkaisua tutkimustiedon pohjalta. On tärkeää, että kehitetty ratkaisu on toimiva ja sitä voitaisiin mahdollisesti hyödyntää muissakin yhteyksissä kuin tässä yhdessä ni-

menomaisessa tapauksessa. Tarkoituksena on kehittää uusi, aikaisempaa ratkaisua parempi ratkaisu johonkin todelliseen ongelmaan. Vaikka kehitetään uutta tuotosta, ei se saa olla vain yhden henkilön mielipide aiheesta. Konstruktivisen tutkimuksen tulee olla puolueeton ja se vaatii myös organisaation johdolta vahvan tuen koska pyritään toimintatutkimuksen tavoin muuttamaan organisaation toimintaa. (Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti 2010, 65 – 66.) Tämän tuotoksen kehittämiseen osallistuu useita henkilöitä työpajan aikana, joten lopputulos on useiden henkilöiden yhteistyön tulos, ja kehitettäviä leikillisyyden muotoja voidaan hyödyntää myös muissa sovelluksissa.

Konstruktivinen tutkimus ei rajaa mitään tutkimusmenetelmiä pois. Päinvastoin monesti on parempi käyttää useita eri menetelmiä, jotta tutkimuksesta tulisi mahdollisimman monipuolinen ja luotettava. Käyttökelpoisia menetelmiä ovat esimerkiksi havainnointi, ryhmäkeskustelut, kysely, haastattelu. (Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti 2010, 66.) Tässä työssä on käytetty useita palvelumuotoilun työkaluja tiedon keräämiseen ja analysointiin.

Konstruktivisessa tutkimuksessa pyritään toimintatutkimuksen tavoin muuttamaan kohdeorganisaation toimintatapoja ja käytäntöjä (Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti 2010, 66.) Pohdin aluksi toimintatutkimuksen soveltuvuutta omaan opinnäytetyöhöni, koska perimmäinen tarkoitus on saada motiMind Oy:n asiakasyritysten työyhteisöjen käyttäytymistä muutettua. Tulin kuitenkin siihen tulokseen, että tämä tavoite on varmasti asiakasyrityksen sisäinen tavoite tai motiMind Oy:n tavoite, mutta se on liian laaja tavoite minun opinnäytetyölleni. Työni tavoitteena on ideoida uusia, mahdollisesti lisättäviä ominaisuuksia mobiilisovellukseen. Ja koska kyseessä on konstruktivinen tutkimus, on tuloksen oltava konkreettinen tuotos. Tässä tapauksessa tuotos konkreettisesti muodossa oleva esitys, millaisia leikillisyyttä lisääviä ominaisuuksia voisi sovellukseen ajatella lisättävän.

Uusi tuotos on innovaatio vasta kun tulokset pystytään kaupallistamaan tai ottamaan käyttöön. Uuden tuotteen, palvelun, prosessin tai toimintamallin tulee tuottaa taloudellista tai jotain muuta hyötyä. Hyöty voi olla esimerkiksi kustannustehokkuus kilpailijoihin nähden tai parannus yrityksen suorituskykyyn lisäämällä kysyntää. (Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti 2010, 71.) Pitkän aikavälin tavoite on, että motiMind Oy hyötyy uudistetusta sovelluksesta, ja saa leikillisyyttä lisäävästä sovelluksesta kilpailuetua muihin vastaaviin palveluihin tarjotaan tahoihin verrattuna.

Kvalitatiivinen tutkimusote kehittämistehtävässä

Laadullista, eli kvalitatiivista aineistoa voivat olla erilaiset haastattelut ja havainnoinnit, kirjallinen ja kuvallinen materiaali, sekä äänimateriaali. Voidaan käyttää aineistoa kirjoista suorajakelumainoksiin saakka. Laadullinen tutkimus aloitetaan mahdollisimman puhtaalta pöydältä ilman ennakkoletuksia. Omat ennako-odotukset on tiedostettava ja otettava huomioon tutkimuksen esioletuksina. Aineiston tehtävänä on vauhdittaa tutkijan ajattelua. Sen avulla tutkija voi löytää uusia näkökulmia aiheeseensa. (Eskola & Suoranta 1998, 11-42.)

Tutkijalla on keskeinen asema laadullisessa tutkimuksessa. Tutkijalta vaaditaan paljon mielikuvitusta menetelmien ja kirjoitustavan valinnassa. Tutkijan tekemät ratkaisut on aina kuvattava lukijalle, jotta hän voi arvioida tutkimuksen luotettavuutta. Tutkija kohtaa miltei väistämättä eettisiä kysymyksiä tutkimuksensa kuluessa. Tärkeintä on tunnistaa tämä eettisten kysymysten problematiikka. Mikäli tämän ongelma tunnistaa, tulee tutkija todennäköisesti tehneeksi eettisesti kestäviä valintoja. Erilaisia eettisiä ongelmia voi tulla vastaan tutkimusluvan kanssa. Saadaanko esimerkiksi tutkimuslupa viranomaisilta ja tutkittavalta. Tutkimusaineiston keruun kanssa voidaan törmätä ongelmiin, sillä esimerkiksi salaa ei saa nauhoittaa. Myös tutkimuskohteen hyväksikäyttö tutkijan oman uran hyödyttämiseen voi luoda eettisiä ongelmia. Lisäksi osallistumisen suhteen ongelmiin voidaan joutua siinä, miten tutkija vaikuttaa tutkimusyhteisöön. Tiedottamisessa eettistä pohdintaa aiheuttaa tieteellisen raportoinnin vastakkainasettelu tutkittavalle tiedottamisen kanssa. (Sama.)

Laadullisia tutkimuksia on kritisoitu luotettavuuskriteerien hämäryydestä. Laadullisessa tutkimuksessa aineiston analyysivaiheen ja luotettavuuden arvioinnin erottaminen toisistaan on vaikeampaa kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Laadullisessa tutkimuksessa on enemmän vapauksia kulkea aineiston analyysin, tehtyjen tulkintojen ja tutkimustekstien välillä. Myös luotettavuuden arviointi tapahtuu eri lailla laadullisen- ja määrällisen tutkimuksen osalta. Laadullisen tutkimuksen tekijä joutuu ottamaan jatkuvasti huomioon tekemiensä valintojen ja ratkaisujen vaikutuksen tutkimuksen luotettavuuteen. Tutkimuksen lukija tulee vakuuttaa tehtyjen ratkaisujen luotettavuudesta erilaisin tutkimustekstissä näkyvien merkkien avulla sekä kielellisin toimenpitein. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan käytännössä pelkästään koko tutkimusprosessin luotettavuuden perusteella. (Eskola & Suoranta 1998, 50-52.) Palvelumuotoilun avulla tehdyn kehittämistehtävän luotettavuutta arvioitaessa, otetaan juuri tämä prosessin luotettavuus erityisen tarkastelun alle. Tästä johtuen olen pyrkinyt kuvaamaan tässä raportissani prosessin mahdollisimman selkeästi ja tarkasti.

2.3 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilussa pyritään tuotokeskeisestä suunnittelusta kokonaisvaltaiseen suunnitteluun, missä suunnitellaan tarkasti asiakkaan kokemat palvelukokemukset, palveluprosessit ja systeemit. Palvelumuotoilua tehdään muotoilulähtöisillä menetelmillä ja käyttäjä on näissä hyvin keskeisessä roolissa. Prosessissa limittyvät päällekkäin eri tieteenalat, kuten esimerkiksi teollinen muotoilu, systeemisuunnittelu, informatiikka, taloustiede ja markkinointi. (Koivisto 2007, 64-65; ks. Miettinen, Koivisto, Hämäläinen, Vilka, Mattelmäki, Vaajakallio, Kalliomäki, Ruuska, Vaahtojärvi & Savolainen 2011.)

Palvelumuotoiluprosessi lähtee liikkeelle asiakkaiden tarpeiden *ymmärtämisestä*. Lisäksi täytyy ymmärtää myös palveluntarjoajan liiketoiminta ja tarpeet. Ymmärtämystä voi kerätä esimerkiksi tekemällä sidosryhmäkuvauksen, missä kuvataan yleisluontoisesti yrityksen ekosysteemi. (Koivisto 2007, 72-75; ks. Service Design Toolkit 2012b, viitattu 12.1.2016.) Palvelumuotoilu on käyttäjälähtöistä innovointia, jossa kehitysprosessiin otetaan käyttäjät mukaan. Tavoitteena on ymmärtää asiakkaan tarpeet, tunteet, motiivit ja inhimillinen toiminta. Palvelumuotoilun tavoitteena on tuottaa uutta arvoa tai kilpailuetua yritykselle. Tavoitteena on saavuttaa suurin mahdollinen etu niillä resursseilla mitkä ovat käytössä. (Miettinen ym. 2011.) Tässä kehittämistehtävässä toimialaymmärtämystä haettiin työhyvinvointiin ja huumoriin liittyvän ennakkotehtävän avulla. Asiakas- ja käyttäjäkokemusta kerättiin tutustumalla sovellukseen jo etukäteen.

Seuraava prosessin vaihe on kerätyn tiedon *analysointi*. Tavoitteena on löytää palvelun ongelmakohtat ja uusia asiakastarpeita. Metodeina voidaan käyttää esimerkiksi käyttäjäpersoonien muodostamista, samankaltaisuuskaaviota tai kokemuskartan laatimista. (Koivisto 2007, 72-75; ks. Service Design Toolkit 2012b, viitattu 12.1.2016; ks. Miettinen ym. 2011.) Tässä työssä asiakasymmärrystä etsittiin työpajassa tekemällä käyttäjäprofiilit, ja jokaiselle profiilille oma empatiakartta.

Kehitysvaiheen tavoitteena on ideoida ja kehittää innovatiivisia ratkaisuja ja palvelukonsepteja. Tässä vaiheessa käyttökelpoisia metodeja ovat aivoriihi, visualisointi, palvelunäytteiden laatiminen ja eläytymismenetelmä. (Koivisto 2007, 72-75; ks. Service Design Toolkit 2012b, viitattu 12.1.2016.) Ideoita kerättiin työpajassa käyttäjäprofiilien näkökulmasta palvelupolun varrelle. Lisäksi työpajan jälkeen tehtiin lopputehtävä, missä kuvattiin työpajassa syntyneitä ideoita kootusti.

Kun uusia ideoita on saatu kehitettyä, alkaa *seulontavaihe* jossa ideoita arvioidaan ja yhdistellään erilaisiksi palvelukonsepteiksi. Näistä seulotaan parhaimmat jatkokehitykseen. Menetelminä voidaan käyttää ryhmähaastattelua tai arviointia aiemmin muodostettujen käyttäjäpersoonien näkökulmasta. Tärkeää olisi saada mukaan loppukäyttäjiä. *Selittämisvaiheessa* on tavoitteena saada selitettyä kehitetyt palvelut mahdollisimman havainnollisesti ja ymmärrettävästi. Tässä voidaan käyttää metodeina esimerkiksi palvelunäytettä, animaatiota, eläytymistä, prototyyppejä tai piirrettyjä skenaarioita. (Koivisto 2007, 72-75; ks. Service Design Toolkit 2012b, viitattu 12.1.2016.) Seulonta- ja selittämisvaiheet muodostavat tämän työn tulos- ja johtopäätösosion. Olen seulonut työpajan tuotoksia ja tehnyt työkalut ideoiden lopullista kehitettävyydenarviointia varten.

Seuraavaksi esittelen lyhyesti tässä työssä käytettyjä palvelumuotoilun menetelmiä. Menetelmiä on esitelty tarkemmin luvussa 5, iMind-sovelluksen kehityksen yhteydessä. *Käyttäjäprofiili*, eli persona, on visuaalinen menetelmä kuvata asiakasprofiilin arkkityyppi. Käyttäjäprofiilin visualisoinnissa voidaan käyttää *Moodboard*-menetelmää. Moodboardissa tavoitteena on luoda iso juliste tai kollaasi, joka kuvaa kulloinkin käsittelyssä olevaa aihetta, eli esimerkiksi käyttäjäprofiilia. *Empatiakartan* ideana on katsoa palvelua asiakkaan, eli edellisessä vaiheessa muodostetun käyttäjäprofiilin, näkökulmasta. Sen jälkeen pyritään kirjaamaan empatiakarttaan asiakkaan kokemukset palvelua käyttäessään. (Palvelumuotoilun ideapakka 2015.) *Palvelupolku* muodostuu kontaktipisteistä ja palvelutuokioista asiakkaan kokemassa aikajärjestyksessä. Jokaiselle asiakkaille muodostuu oma, yksilöllinen reitti, sen mukaan missä järjestyksessä hän kokee palvelun. (Koivisto 2007, 66 – 67.)

Näiden työpajassa käytettyjen menetelmien lisäksi työpajan jälkeen olen työstänyt tuloksia. Olen muodostanut työpajan tuotoksista arvolupauksen iMind-sovelluksen avulla käytettävälle palvelulle, sekä olen pohtinut, voisivatko leikillisuus ja huumori näkyä jopa sovelluksen liiketoimintamallissa. Näitä tuloksia ja johtopäätöksiä kuvaan kuudennessa luvussa hyödyntäen arvolupaus- ja liiketoimintamallityökaluja.

Arvolupauksen avulla pyritään kuvaamaan asiakkaalle millaisen hyödyn hän saavuttaa käyttämällä kyseessä olevaa tuotetta tai palvelua. Pyritään siis kuvaamaan asiakkaan ymmärtämästä näkökulmasta, miten palvelu tai tuote täyttää nimenomaisesti hänen tarpeensa ja toiveensa. Tavoitteena tuotekehityksessä on aina luoda tuotteita tai palveluita, joita asiakkaat haluavat käyttää. Kuitenkin vain osa tuotteista onnistuu tässä tavoitteessa. (Strategyzer 2017, viitattu 24.2.2017.)

Arvolupauksen muodostaminen lähtee liikkeelle asiakkaan ymmärtämisestä. Ensin tutkitaan ja määritellään kohderyhmä, kenelle tuotetta tai palvelua lähdetään kehittämään. Selvitetään, mitkä ovat ne tarpeet, mitkä asiakas haluaisi tuotteella tai palvelulla täyttää. Seuraavaksi tutustutaan heidän kokemuksiinsa ongelmiin ja kipupisteisiin. Lopuksi vielä kuvataan, millaisia hyötyjä asiakas tavoittelee. Tuotetta tai palvelua kuvattaessa ensin kuvataan tuotteen tai palvelun ominaisuudet. Tämän jälkeen kirjataan, miten tuote tai palvelu ratkaisee aiemmin määritellyt asiakkaan kipupisteet ja ongelmat. Samoin kuvataan, miten tuotteen tai palvelun avulla saadaan asiakkaan toivoma hyöty saavutettua. Hyvin laadittu arvolupaus vastaa asiakkaan kokemuksiin ongelmiin ja auttaa tavoiteltavan hyödyn saavuttamisessa. Näin saadaan kuvattua tuote tai palvelu asiakkaan näkökulmasta ymmärrettävällä tavalla. (Strategyzer 2017, viitattu 24.2.2017.)

Liiketoimintamallin avulla puolestaan pyritään kuvamaan yksinkertaisesti se, millaista liiketoimintaa harjoitetaan, kenelle tuotteita ja palveluita tarjotaan, ja miten tämä toteutetaan käytännössä. Kuvaan siis se, miten tietystä liiketoiminnasta on tarkoitus ansaita. Liiketoimintamalli voidaan kuvata yksinkertaisesti yhdellä kuvalla, hyödyntämällä Business Model Canvas -työkalua. Kuvaan kirjataan tärkeimmät asiakassegmentit (Customer Segments), kullekin segmentille annettava arvolupaus (Value Propositions), asiakassuhteet (Customer Relationships), jakelukanavat (Channels), tulojen lähteet (Revenue Streams), tuotantomallin aktiviteetit (Key Activities), tärkeimmät yhteistyökumppanit (Key Partners), tärkeimmät resurssit (Key Resources) sekä kustannusrakenne (Cost Structure). (Service Design Toolkit 2012a, viitattu 24.2.2017; Strategyzer, viitattu 24.2.2017.)

Palvelumuotoilun yksi tärkeimmistä tavoitteista on asiakasarvon ja liiketoiminta-arvon välisen tasapainon löytäminen. Molempien, sekä asiakkaan, että palveluntarjoajan on koettava hyötyvänsä palvelusta. Mikäli palveluntarjoaja ei saa liiketoiminnalleen vastinetta tarjoamalla palveluaan, palvelun tarjoaminen loppuu jossain vaiheessa. Samoin jos asiakas ei koe saavansa hyötyä palvelusta, ei hän osta sitä jatkossa. Tämän vuoksi on tärkeää tunnistaa palveluntarjoajan nykytila, todellisuus ja tavoitetila. Tavoitteena on saada suunniteltua näihin realiteetteihin sopiva palvelu. (Service Design Toolkit 2012b, viitattu 12.1.2016.)

2.4 Rajaukset

Kehitystehtävässä käytetyt palvelumuotoilun työkalut muodostavat eräänlaisen polun ideoiden keksimisestä lähtien niiden jalostamisen liiketoimintamalliin saakka. Viimeinen työkalu tällä polulla

on Business Model Canvas (BMC), jonka avulla on mahdollista esittää yrityksen koko liiketoimintamalli. Päädyin kuitenkin rajaamaan täyteen työstetyn BMC:n tämän työn ulkopuolelle. Esittelen BMC:stä ainoastaan sen osan, mihin liittyy tässä opinnäytetyössä kehitetyt asiat. Tämä rajaus johtuu siitä, että tämän työn tarkoituksena ei ole kehittää tai kuvata motiMind Oy:n liiketoimintamallia, vaan ideoida uusia ominaisuuksia sovellukseen.

Lisäksi työn ulkopuolelle rajattiin työpajassa annettujen ohjeiden mukaisesti ideoiden toteutusmahdollisuuksien ja mahdollisten kustannusten arviointi. Saimme vapaat kädet ideoida uusia ominaisuuksia teknisistä ja taloudellisista rajoitteista välittämättä.

3 LEIKILLISYYDEN JA HUUMORIN VAIKUTUS TYÖHYVINVOINTIIN

Viime vuosina huumorin merkityksestä työpaikoilla on kiinnostuttu, vaikka työtä on aiemmin totuttu pitämään vakavana asiana (Kylmänen 2015). Työtä tehdään, ainakin Tatun ja Patun mukaan (katso kuvio 2), työstä saatavan palkan ja sen mahdollistaman ruoan ja suojan vuoksi (Havukainen & Toivonen 2015).



KUVIO 2. Miksi työtä tehdään? Tatu ja Patu työpajan materiaalista. (Havukainen & Toivonen 2015).

Leikit ja lelut ovat aiemmin kuuluneet lapsille, ja vakavuus ja rationaalisuus aikuisille. Työn tehokkuus- ja uudistusvaatimusten kasvaessa on koko ajan enenevässä määrin, on mm. peleissä käytettyjä dynamiikkaa ja mekaniikkaa alettu soveltaa erilaisissa palveluissa ja organisaatioissa. Tätä ilmiötä kutsutaan pelillistämiseksi. Pelillistämisen vaikutuksia työhyvinvointiin tutkittaessa on kuitenkin todettu, että välttämättä asiaa ei tee mielenkiintoisemmaksi sen muokkaaminen pelin kaltaiseksi käyttämällä pistelaskua tai saavutusten ja tasojen keräämistä. Lisäksi on havaittu yksilöllisiä eroja siinä, millainen pelillisyyys toimii kenellekin. (Iivonen 2015, 13; 30.)

'Positiivinen huumori vapauttaa vakavista arjen kahleista ja tuo hyvää fiilistä päivään!' Sen on havaittu alentavan stressiä, lisäävän tuottavuutta, terveyttä ja onnellisuutta. Huumori ja nauru lisäävät psyykkistä ja fyysistä hyvinvointia. Positiivisen ja leikkimielisen huumorin avulla voidaan kasvattaa työyhteisön yhteishenkeä ja helpottaa sosiaalisten suhteiden rakentamista ja toimivuutta. Samoin stressiä voidaan ennaltaehkäistä ja helpottaa henkisiä paineita. Huumorin avulla voidaan myös kannustaa liikunnallisten harrastusten pariin. Tällaista positiivista huumoria voidaan hyödyntää työhyvinvoinnin parantamisessa. (Kylmänen 2015, 32.)

Yrityksissä ei kuitenkaan kovin yleisesti toteuteta suunnitelmallista henkilöstön kehittämistä ja koulutusta (Larjovuori, Bordi & Heikkilä-Tammi 2015). Tarvitaan tavoitteita, erilaisia mittareita sekä seurantaa, jotta työhyvinvoinnin edistäminen olisi tavoitteellista (Kulju 2015, 19). Työhyvinvointiin liittyvä toimiala on hajanainen ja nopeasti kehittyvä. Varsinkin työhyvinvointiin liittyvää teknologiaa ja ohjelmistoja tarjoavat yritykset edustavat uudempaa ilmiötä toimialalla. Kuitenkin tutkimuksessa todettiin, että palveluiden hankkiminen voi olla pk-yrityksille haastavaa. Palveluntuottajat eivät usko, että pk-yrityksissä pystytään kovinkaan hyvin arvioimaan, millaiset kehittämisspalvelut vastaisivat niiden todellisia tarpeita. (Larjovuori, Bordi & Heikkilä-Tammi 2015.)

Tutkijoilla oli hypoteesi, että leikkisyys yhdistetään ”hyviin tyyppeihin”. Tulokset olivat hypoteesin suuntaisia. Havaittiin, että leikkiliseen aikuiseen mielletään usein hyvä psyykinen toimintakyky. (Proyer 2011, viitattu 3.3.2017.) Tuoreessa artikkelissa kerrottiin aikuisten leikkisyyden (adult playfulness) ilmenemisestä. Tutkimuksissa oli havahduttu aikuisten leikkisyyttä kuvaavan termin puutteeseen ja tutkijat olivat sitä mieltä, että tarvittaisiin kokonaan uusi sana kuvaamaan aikuisten leikkisyyttä, jotta sitä ei sekoitettaisi huumoriin. Leikkisät aikuiset näkevät asiat helposti uudesta näkökulmasta ja he saavat muutettua yksitoikkoiset työtehtävätkin mielenkiintoisiksi. He pystyvät tulkitsemaan vaikeatkin tilanteet siten, että ne tuntuvat viihdyttäviltä tai tuntuvat vähemmän stressaavilta. Leikkisyys on Proyerin mukaan luonteenpiirre. Aiemmin luonteenpiirteitä on kuvattu viiden erilaisen ominaisuuden mukaan. Ihmisten seurallisuus, sopuisuus, tunnollisuus, avoimuus kokemuksille sekä tunteiden vakaus (extraversion, agreeableness, conscientiousness, openness to experience, emotional stability) vaihtelevat erilaisina yhdistelminä eri henkilöillä, heidän oman luonteensa mukaisesti. Proyerin mukaan leikkisyyteen tulisi suhtautua vakavammin, jotta sitä osattaisiin arvostaa nykyistä enemmän. (Psychology 2017, viitattu 26.2.2017.)

Aikuisten leikillisuus ilmenee lasten leikillisyydestä poiketen. Proyer (2012) tunnisti tutkimuksessaan seitsemän aikuisten leikillisyyden muotoa. Iloinen (cheerful-engaged) on avoin ja energinen, sekä hänellä on positiivinen mieliala. Hassu (whimsical) pitää ensisijaisesti oudosta ja groteskista huumorista ja kommentaiteista. Lisäksi hän on utelias ja irstas. Impulsiivinen (impulsive) on pirteä, vaativa ja uhmakas. Älykkäästi hurmaava (intellectual-charming) on hurmaava, henkinen, sujuva-sanainen, hienostunut ja luova. Kekseliäs (imaginative) pitää oveluudesta, on inspiroiva ja nauttii fantasiaista. Kevytmielinen (lighthearted) on huolimaton, ei ole mieteliäs, tiukka eikä tarkka, kriittikön asioita kohtaan, jotka tapahtuvat hänen ympärillään. Rakastava (kind-loving) on kiltti, rakastava, hellä, romanttinen ja hyväntahtoinen. (Proyer 2012, 144, viitattu 3.3.2017.)

Uudemmassa, vuoden 2017 tutkimuksessaan Proyer kuvailee leikillisiä aikuisia puolestaan seuraavasti: Toisiin suuntautuvasti leikillinen (other-directed playful) henkilö höpöttää ja hölmöilee ystävien ja tuttujen kanssa. Kevytmielisesti leikillinen (lightheartedly playful) henkilö kokee koko elämänsä eräänlaisena pelinä. Älykkäästi leikillinen (intellectual playful) henkilö leikittelee ajatusten ja ideoiden kanssa. Hassusti leikillinen (whimsically playful) henkilö on kiinnostunut erikoisista ja epätavallisista asioista ja huvittuu pienistä arkipäivän havainnoista. (Psychology 2017, viitattu 26.2.2017.)

Tällaisten erilaisten leikillisyyden muotojen tukeminen tuntuu perustellulta tavoitteelta työhyvinvoinnin yhteydessä. On tutkittu, kuinka aikuisten leikkisyys liittyy fyysiseen- ja psyykkiseen hyvinvointiin, sekä nautinnollisen toiminnan harjoittamiseen. Havaittiin, että aktiivisella elämäntavalla on vaikutusta leikillisyyteen ja siihen, kuinka tyydyttäväksi henkilö elämänsä kokee. Lisäksi näyttää olevan yhteys myös fyysisen aktiivisuuden ja elinvoiman välillä, sekä yhteys henkilön leikillisyydentason ja elämään tyytyväisyyden välillä. Leikkisyydellä ja subjektiivisella hyvinvoinnin tunteella näyttäisi olevan keskinäinen suhde. Odotusten mukaisesti leikkisyys oli myös yhteydessä nautinnollisen toiminnan harjoittamiseen. Nautinnollisinta oli hauskojen asioiden tekeminen muiden kanssa (doing fun things with others), yhteys luontoon (communing with nature), urheilu, harrastukset sekä muiden luona vierailu. (Proyer 2013, viitattu 3.3.2017.)

Käsittelen seuraavaksi iMind-sovelluksen mukaisia työhyvinvointiin liittyviä teemoja, sekä samalla mahdollista huumorin käyttöä ja leikillisyyttä näiden teemojen mukaisissa yhteyksissä. Jokaisen teeman alussa on suorana lainauksena teeman kuvaus iMind-sovelluksesta Tiedotteet-osiosta. Teemat ovat johtaminen ja esimiestyö, työtehtävät ja rooliodotukset, yhteishenki, vuorovaikutus, luottamus ja sitoutuminen.

Johtaminen ja esimiestyö

Johtamisella on suuri vaikutus kaikkiin edellä kuvattuihin työilmapiirin osatekijöihin. Se jaetaan karkeasti asioiden (management) ja ihmisten (leadership) johtamiseen, joskin viime kädessä organisaatiota johdetaan aina ihmisten kautta.

Johtamista ja esimiestyötä voidaan lähestyä esim. seuraavien kysymysten kautta:

- *Onko johtaminen oikeudenmukaista?*
- *Perustuuko se valtuutukseen ja luottamukseen?*
- *Onko se kuuntelevaa ja valmentavaa vai sanelevaa?*
- *Onko se esimerkiksi yrityksen tavoitteiden osalta selkeää ja läpinäkyvää?*
- *Antaako esimies sopivasti ja oikeanlaista palautetta työstäsi?*
- *Ottaako esimies sopivasti kontaktia?*
- *Tukeeko ja kuunteleeko hän riittävästi?*
- *Puuttuuko esimies tarpeeksi aktiivisesti ongelmiin? (iMind-sovellus, viitattu 3.2.2017.)*

Pentti Sydänmaanlakka on tutkinut laajasti johtajuutta. Hänen mukaansa tehokkuus, oppiminen ja hyvinvointi tulisi pitää tasapainossa. Mitään osa-aluetta ei painoteta liikaa, jotteivat muut osa-alueet kärsisi. Sama koskee jokaista organisaatiota ja tiimiä, mutta myös jokaista yksilöä. Jokaisen tulisi löytää tasapaino tehokkuuden, oppimisen ja hyvinvoinnin välille. Johtamisen Sydänmaanlakka näkee johtajan ja alaisen väliseksi jaetuksi yhteistoiminnalliseksi prosessiksi. Hyvä johtajuus on työntekijöiden ja organisaatioiden energisoimista ja työskentelyn tehokasta järjestämistä. (2006, 100 – 116.)

Hyvä johtajuus vaikuttaa laaja-alaisesti positiiviseen suuntaan. Yksilötasolla se kehittää yksilön itsehallintaa, tiimeissä sosiaalista synergiaa, organisaatioissa uudistuminen nopeutuu ja yhteiskunnissa edistetään sosiaalista vastuuta ja kestäväää kehitystä. Hyvällä johtajuudella voi olla useita kerrannaisvaikutuksia. Johtajuus tulisi ymmärtää organisaatioiden kilpailutekijänä. Hyvällä johtamisella pidetään huolta henkilöstön osaamisesta ja sitoutuneisuudesta. Näin hyvällä johtamisella pidetään yritys kilpailukykyisenä. Älykäs johtajuus on vuoropuhelua ja yhteistyötä esimiesten ja alaisen välillä. (Sydänmaanlakka 2006, 182 - 185.)

Huumorin käytön työyhteisössä on oltava yhteishenkeä rakentavaa, eikä tuhoavaa. Ylin johto luo omalla esimerkillään yrityksen työhyvinvointikulttuurin, joka ikään kuin valuu läpi organisaation. Esi-miehen rooli myös yrityksen huumorikulttuurin luomisessa on merkittävä. Hänen on tärkeää sallia huumorin käyttö, vaikka se ei olisikaan hänelle itselleen mieluinen ilmiö. Muuten huumori jatkuu selän takana puhumisena, ja se on tuhoisaa yrityksen työhyvinvoinnille. (Kylmänen 2015)

Työtehtävät ja rooliodotukset

Työtehtävämme eli varsinaisen palkkatyömme sisältö vaikuttaa luonnollisesti huomattavasti työhön sitoutumiseemme ja työtyytyväisyyteemme.

Miettiessäsi vastaustasi aihetta koskevaan kysymykseen voit pohtia mm. seuraavia näkökohtia:

- *Koetko nykyisen työsi mielekkääksi ja motivoivaksi?*
- *Ovatko työsi vastuut ja odotukset roolissasi selkeät?*
- *Onko työsi haasteellisuus sopivalla tasolla vai kaipaatko lisähaasteita?*
- *Onko sinulla työssäsi sopivasti vaikutusmahdollisuuksia?*
- *Koetko hallitsevasi työsi määrällisesti ja laadullisesti? (iMind-sovellus, viitattu 3.2.2017.)*

Työpaikan tulehtuneiden ihmissuhteiden taustalla on usein työhön liittyviä tekijöitä, kuten esimerkiksi työnjaon epäselvyys, työn liiallinen kuormittavuus (katso kuvio 3) tai työnjohdolliset ongelmat (Kulju 2015, 39).



KUVIO 3. Liiallinen työ uuvuttaa (Havukainen & Toivonen 2015).

Yhteishenki

Me-henki liittyy läheisesti sitoutumiseen, vuorovaikutukseen ja luottamukseen työpaikalla. Se on tunnetta siitä, että pelataan samassa joukkueessa.

Yhteiset tavoitteet, avoimuus, tuiilta saatu apu, vastavuoroisuus ja osallisuus ovat yhteisöllisyyden rakennuspalikoita ja tunnusmerkkejä työelämässä.

Työhön liittyvien yhteisaktiviteettejen lisäksi hyvästä yhteishengestä kertovat esim. yhteiset kahvitunnit, epävirallinen yhdessäolo ja jopa työajan ulkopuolinen yhdessä tekeminen.

Yhteisen tekemisen vastapainoksi tarvitaan myös henkilöstä riippuen enemmän tai vähemmän yksilöllisyyttä. Kaiken ei tarvitse siis olla yhdessä tehtyä, kunhan se tapahtuu hyvässä hengessä.

Vastatessasi kysymykseen kannattaakin keskittyä siihen, kuinka koet me-hengen työpaikkasi omasta näkökulmastasi. Oletko tärkeä osa hyvin yhteen pelaavaa joukkuetta? (iMind-sovellus, viitattu 3.2.2017.)

Yhteishengen rakentaminen on tärkeä osa työhyvinvointia. Asta Rossi tutki Suomen parhaat työpaikat (Great Place to Work) -yrityksiä. Hän löysi 9 eri osa-aluetta, joita kannattaa kehittää, jotta yrityskulttuurista muodostuisi sellainen, missä työntekijät viihtyvät ja yritys menestyy. Kyseiset osa-alueet ovat valitseminen, innostaminen, viestiminen, kuunteleminen, kiittäminen, kehittyminen, välittäminen, juhlistaminen ja jakaminen. (2012.)

Kulttuurin rakentaminen alkaa rekrytointivalinnoista. Parhaat työpaikat *valitsevat* omaan yrityskulttuuriinsa sopivat henkilöt, jotka voivat menestyä siinä ja kehittää sitä eteenpäin. Mikäli yrityksen arvot vastaavat hänen omia arvojaan, hänessä herää itsestään sisältäpäin kumpuava tarve tehdä asioita yli odotusten. *Innostava* kulttuuri takaa, että työntekijä haluaa omasta tahdostaan sitoutua yrityksen missioon, ja tehdä sen eteen parhaansa. Työpaikalla autetaan henkilöstöä ymmärtämään oman työnsä merkitys koko yrityksen menestyksen kannalta, sen sijaan että viestittäisiin ainoastaan tavoitteista. *Viestiminen* on hyvän työpaikan eri teemoista kaikkein tärkein. Se on työkalu, jolla visio herätetään eloon ja prosessit laitetaan toimimaan. Avointa viestintää ei nähdä pelkästään tiedon välittämisenä, vaan sen kautta luodaan ja vahvistetaan luottamusta vuorovaikutussuhteissa. Johto viestii henkilökohtaisesti edistääkseen esimerkillään avoimen viestinnän kulttuuria. Käytännössä tehokas viestintä tehdään kolmella tasolla: puhumalla, kuuntelemalla ja osallistumalla. (Rossi, 2012.)

Kun johtaja luottaa ja arvostaa työntekijöitään, prioriteetiksi nousee järjestää ihmisille todellisia mahdollisuuksia tulla kuulluksi, osallistua, vaikuttaa ja kantaa vastuuta. *Kuunteleminen* on yksi parhaista johtamiskeinoista, koska se on suora kanava yrityksen tuottavuuden nostoon. Parhaissa työpaikoissa johto on helposti lähestyttävä ja henkilöstöä rohkaistaan kysymään kysymyksiä, ilmaisemaan huolenaiheita sekä antamaan palautetta. *Kiitoksen jakaminen* pyritään maksimoimaan. Sekä johto että työntekijät hakevat jatkuvasti kiittämisen paikkoja. Kiittämisen avulla onnistumisesta tehdään toistamisen arvoista ja näin vahvistetaan onnistumisen kulttuuria. Työntekijöiden arvostava kohtelu näkyy myös hyvänä asiakaspalveluna. Työntekijöiden *kehittyminen* alkaa jo perehdytysvaiheessa ja jatkuu koko työsuhteen. Oleellisia ovat henkilökohtaiset haasteet ja tavoitteet, joita tarkastellaan usein henkilökohtaisissa keskusteluissa. Työnantaja luottaa, että jokainen kehittää itseään ja myös kehittyy. (Rossi, 2012.)

On tärkeää, että työssä kommunikoidaan ja jaetaan tietoa sekä henkilökohtaisesti että sähköisesti. Myös vapaa-aikaa vietetään yhdessä, jolloin tutustutaan työyhteisöön paremmin. *Välittäminen* on työn inhimillistämistä, työ on osa arkea eikä hallitse elämää. Onnistumisia *juhlietaan* yhdessä. Juhlat

nostattavat arkea, voimaannuttavat ja lisäävät yhteisöllisyyttä. Toisaalta työntekijöille asetetaan haasteita ja pieniäkin saavutuksia juhlistetaan. Hyvistä suorituksista *jaetaan* huomiota ja palkkioita reilusti. Palkitsemisen täytyy olla johdonmukaista, tasapuolista, läpinäkyvää ja arvoihin perustuvaa. Näin jokaisella on mahdollisuus vaikuttaa palkkioihinsa. Taustalla on ajatus, että jakamalla hyvää työntekijälle, hän antaa parhaan osaamisensa vastalahjana. Jakaminen on myös hyväntekeväisyyttä ja yhteiskuntavastuuta. Yhteistä kaikille näille yhdeksälle osa-alueelle on tiedottamisen tiiviys, tai tunne, että tiedottamista on riittävästi. Käytössä on useita kanavia; sähköpostit, yhteisötiedottaminen, blogit, ilmoitustaulut jne. Tiedottamisessa on ehdottomasti positiivinen lataus. Henkilökohtaisia keskusteluja on usein, ja johto on lähellä työntekijää. (Rossi, 2012.)

Kylmänen (2015, 33 - 54) puolestaan tutki Suomen parhaat työpaikat 2015 -yrityksistä huumorin käyttöä. Hän löysi aineistosta viitteitä siitä, että työhyvinvointia parantaa työpaikan sisäinen huumori. Hän oli tutkinut laajasti huumorin teorioita ja tutkimuksia ja peilasi niihin käyttämäänsä aineistoa. Huumoria on vaikea määritellä yksiselitteisesti, ja siksi sen käyttäminen on jossain määrin varovainenkin. Mikä toista naurattaa, saattaa loukata toista verisesti. Kylmänen toi tutkimuksessaan esille, että varsinkin sarkastisen huumorin käytössä on omat riskinsä. Ivaava pilailu, eli sarkasmi on ryhmässä tuhoisaa. Se ilmentää kritisointia, väheksyntää ja manipulaatiota.

Työyhteisön hyvinvointia rakentavana huumorin muotona Kylmänen (2015, 33) mainitsee toverillisen vitsailun. Se on hyväntahtoista huumoria, jonka avulla lisätään ryhmän yhteenkuuluvuutta ja toveruutta. Tällaista huumoria voi käytännössä olla vitsailu, juttujen kerronta ja nokkela sanailu, joille voidaan turvallisesti nauraa yhdessä muiden kanssa.

Vuorovaikutus

Sosiaalinen vuorovaikutus työtovereiden välillä on yksi keskeisimmistä työpaikan ilmapiiritekkijöistä.

Positiivinen vuorovaikutus arjessa on kohteliaisuutta, auttamista, huomioon ottamista ja hyvää peruskäytöstä, kuten tervehtimistä, kiittämistä pahoittelua jne. Negatiivinen vuorovaikutus näkyy puolestaan kyräilyinä, työtovereiden välisinä ristiriitoina ja pahimmillaan jopa kiusaamisena.

Tiimisi vuorovaikutuksen nykytilaa arvioidessasi voitkin miettiä seuraavia kysymyksiä:

- *Kuuluuko työpaikkasi kulttuuriin työkavereiden tervehtiminen ja hyvä, toiset huomioiva käytös?*
- *Saatko tarpeeksi tukea työtovereiltasi sekä työ, -että henkilökohtaisissa asioissa?*
- *Oletko havainnut tai ollut osallisena kiusaamisessa työpaikalla?*

- Käsitelläänkö konfliktit työpaikallasi luontevasti vai jäävätkö ne pinnan alle hautumaan? (iMind-sovellus, viitattu 3.2.2017.)

Pauli Aalto-Setälä ja Mikael Saarinen kertoivat kirjassaan, miten positiivista vuorovaikutusta lisäämällä voisi innostaa työntekijöitä ja sitä kautta vaikuttaa työssä viihtymiseen. Jotta innostusta saadaan työyhteisössä aikaiseksi ja säilymään, tarvitaan positiivisia tunteita aiheuttavia vuorovaikutussuhteita (katso kuvio 4). Innostuksen on todettu tarttuvan toisiin henkilöihin ja näin innostus valtaa alaa työyhteisössä. Lisäksi on todettu, että innostus tarttuu myös asiakkaisiin. Näin innostus muovaa koko palveluliiketoimintaketjua. Tällainen innostus tarttuu osaksi tiedostamatta. Välittämämme tunteita on kuitenkin vaikeaa ohjata tietoisesti. Toimimme sekä tunteemme että vastaanottamamme ja tulkitsemamme tiedon yhteisvaikutuksen tuloksena, joten toimintaan saadaan muutosta vaikuttamalla tunteisiin. Huumoria voidaan käyttää, mutta heidän mukaansa huumorin käyttäminen on jo hieman edistyneemmän vuorovaikutussuhteen työkalu, jota voidaan käyttää, kunhan vuorovaikutussuhde on kehittynyt riittäväälle tasolle. (Aalto-Setälä & Saarinen 2014, 13 – 16; 69 – 80.)



KUVIO 4. Positiivisen vuorovaikutussuhteen pyramidimalli (Aalto-Setälä & Saarinen 2014, 69).

Vuorovaikutus esimerkiksi kehityskeskusteluissa esimiehen ja alaisen välillä alkaa aina pienen *jännittyneisyyden* ilmapiirissä. On olemassa vaara, että toisen jännittyneisyys tulkitaan väärin esimerkiksi välinpitämättömyydeksi. Tästä johtuen oma hermostuneisuus on hyvä tuoda esille avoimesti kertomalla. *Matala tukeminen* tarkoittaa nyökyttelyä ja hiljaista hyminää, joilla annetaan toiselle viesti, että hän tulee kuulluksi. *Kiinnostusta* osoitetaan tarkentavilla kysymyksillä, yllättyneisyyttä ja iloa puolestaan ”vau”-ilmauksilla ja eleillä. Näiden ilmauksien aitoudella ei ole niinkään merkitystä, kun taas määrällä on. Positiivisia ilmauksia pitäisi olla enemmän kuin negatiivisia, jolloin työtyytyväisyys kasvaa. Yhteisen, tilanteeseen sopivan *huumorin* jakaminen tiivistää yhteisöä ja lisää innostusta. *Emotionaalisesti tukeva* tunteen myötäjakaminen on pyramidin huipulla. Tunnekuohussa olevaa voi auttaa jakamalla tämän tunteen, vaikka ei osaisikaan ratkaista ongelmaa. Riittää, että on läsnä. Näillä pyramidin askeleilla voidaan luoda innostava, positiivinen vuorovaikutussuhde ja lisätä innostusta ja työhyvinvointia työyhteisössä. (Aalto-Setälä & Saarinen 2014, 69 – 80.)

Luottamus

Luottamus organisaatioon on olennaista yrityksen menestyksen kannalta ja luottamuksen ilmapiiri näkyikin esimerkiksi korkeana työhön sitoutumisena.

Luottamus syntyy mm. vastavuoroisuudesta osapuolten välillä, rehellisyydestä ja avoimuudesta sekä vastuiden kantamisesta.

Arvioidessasi luottamuksesi nykytasoa, voit miettiä mm. seuraavia asioita:

- *Luottamuksesi johtoon ja esimieheesi.*
- *Luottamuksesi työtovereihisi ja työyhteisöösi.*
- *Luottamuksesi yritykseen kokonaisuutena eli sen strategiaan, tavoitteisiin ja tulevaisuuteen. (iMind-sovellus, viitattu 3.2.2017.)*

Positiivinen vuorovaikutussuhde alkaa aina edellä mainitun pyramidimallin alimmalta tasolta ja etenee ylöspäin. On syytä muistaa, että pienikin negatiivisuuden ilmaus pilaa mahdollisuuden positiivisen yhteyden kehittymiseen ja sitä kautta innostukseen. Rikkoutuneen yhteyden uudelleen rakentaminen vaatii viisinkertaisen panostuksen, joten kannattaa panostaa yhteyden muodostamiseen heti alusta saakka. (Aalto-Setälä & Saarinen 2014, 69 – 80.) Luottamus perustuu vuorovaikutussuhteisiin.

Huumoria on aina käytetty ilmapiirin kehittämässä. Avoimen vuorovaikutuksen ja myönteisen ilmapiirin saavuttamiseksi huumorin tulee olla hyväntahtoista. Tällaisella huumorilla voidaan luoda, ylläpitää ja vahvistaa työyhteisön ystävyssuhteita. Huumorin käytössä on kuitenkin syytä muistaa

tietty varovaisuus, sillä huumori on harvoin ymmärrettävissä universaalisti, ja lisäksi valtaosa arjen huumorista on ymmärrettävissä vain tuttujen ihmisten kesken. (Aalto-Setälä & Saarinen 2014, 74.)
Luottamuksellisessa ilmapiirissä voidaan luottaa siihen, että huumorin varjolla ei loukata toisia.

Sitoutuminen

Organisaation menestys edellyttää sitoutuneita osajia ja menestyvään organisaatioon on puolestaan helppo sitoutua.

Sitoutuneisuus (engagement) on halua olla osa juuri tätä organisaatiota ja ponnistella yhteisten tavoitteiden ja arvojen eteen. Se on siis enemmän kuin pelkkää tunnollista sitoutumista (commitment) annettujen tehtävien suorittamiseen.

Osalle meistä sitoutuminen on tunneperäistä, esim. halua olla osa ainutlaatuista työyhteisöä. Toisille se puolestaan syntyy omien työtehtävien mielekkyyden, mukaansa tempaavuuden ja merkityksen kautta.

Arvioidessasi omaa ja yhteisösi sitoutumisen nykytasoa, voit miettiä lisäksi esim. seuraavia asioita sekä omakohtaisesti että yleisemmällä tasolla tiimissäsi:

- *Suosittelisitko työpaikkaasi ulkopuolisille?*
- *Innostaako organisaatio sinua huippusuorituksiin?*
- *Ovatko omat, yrityksesi ja työyhteisösi arvot linjassa keskenään? (iMind-sovellus, viitattu 3.2.2017.)*

Myönteisten tunteiden kokemisen (katso kuvio 5) on todettu olevan suorastaan välttämätöntä niin fyysisen, psyykkisen kuin sosiaalisenkin hyvinvointimme kannalta. Ilosta, yhteenkuuluvuuden tunteesta ja arvostuksesta kasvaa innostus, joka puolestaan on onnistumisen ja onnellisuuden kannalta välttämätöntä. Innostuneena ajan- ja paikantaju hämärtyvät. Tätä kutsutaan flow-tilaksi. Työskentely tällaisessa innostavassa ympäristössä ja seurassa tuottaa hyviä tuloksia ja on hauskaa. (Aalto-Setälä & Saarinen 2014, 13 – 16.)

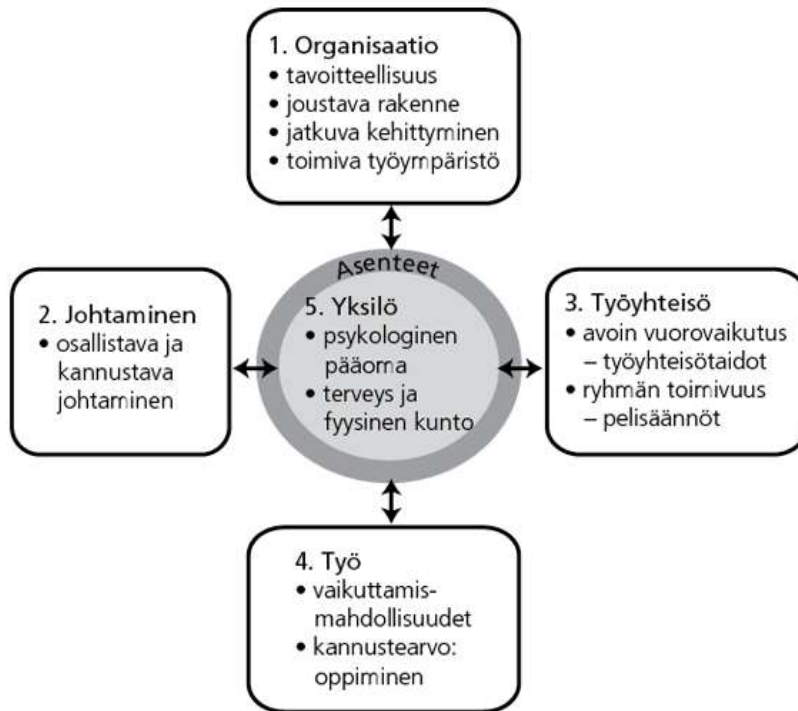


KUVIO 5. Työstä sisältöä elämään (Havukainen & Toivonen 2015.)

Työyhteisötaidot

Työyhteisötaitoja ei iMind-sovelluksessa tällä nimellä mainita, vaan nämä arkiset työyhteisötaidot sisältyvät muihin edellä mainittuihin osa-alueisiin. Kuten Sydänmaanlakka (2006) ja Manka (2012) totesivat omissa tutkimuksissaan, jokaisella yksilöllä on oma vastuunsa työyhteisön hyvinvoinnista. Tästä syystä halusin nostaa nämä taidot tähän erillisen otsikon alle.

Työyhteisötaidot kuuluvat Marja-Liisa Mankan mukaan työniloon vaikuttaviin tekijöihin (katso kuvio 6). Työniloon vaikuttaa paitsi yksilön oma psyykinen ja fyysinen kunto sekä asenteet, myös organisaatio, koko työyhteisö, johtaminen ja oma työ. ”Työnilo syntyy työstä, jossa eri tekijät lokahtavat paikoilleen. Se on yksilön ja yhteisön kokemus, tunne. Kokemus vaihtelee ihmisen mukaan, eli se on yksilöllinen.” (Manka 2012, 58.)



KUVIO 6. Työniloon vaikuttavat tekijät (Manka 2012, 58.)

Hyvä johtajuus on siis yksi työhyvinvoinnin avaintekijöistä, mutta Manka muistuttaa kirjassaan kuitenkin, että hyvinvoiva työyhteisö on jokaisen vastuulla, ei pelkästään johtajien. Hän puhuu työyhteisötaidoista. Työyhteisötaitoihin kuuluvat arkiset taidot, kuten tervehtiminen, kuunteleminen, auttaminen, lupauksen pitäminen ja ihmisiksi olemisen taidot. (Manka 2012, 89.) Huumoria tai leikkisyyttä ei ole tässä kuviossa erikseen mainittu, mutta aiemmin mainittuja lähteitä huomioiden huumorin voinee ajatella olevan paikallaan ainakin johtamisessa ja työyhteisötaidoissa.

4 LEIKILLISYYS JA HUUMORI MOBIILISOVELLUKSEN KÄYTTÄJÄKOKE- MUSTA PARANTAVINA TEKIJÖINÄ

Käyttöliittymä on kuin vitsi – jos se tarvitsee selittää, se on huono. 'Hyvät kokemukset webissä taas voivat olla mitä mahtavin osa kokonaista asiakaskokemusta. On kyseessä mobiili appi, sivusto tai palvelu on kaiken keskiössä kuitenkin ihminen.' (Front, Parempi käyttökokemus. Osa 1, viitattu 25.2.2017.

Käyttäjäkokemuksen suunnittelu tulee sanoista User Experience Design, UX Design, kun taas käyttöliittymäsuunnittelu tulee sanoista User Interface Design, UI design. Molemmat ovat tärkeitä osia alueita sovelluskehityksessä ja liittyvät olennaisesti toisiinsa. Sovelluksen voisi kuvailla vastaavan ihmiskehoa siten, että lähdekoodi vastaa luustoa ja antaa sovellukselle sen rakenteen, käyttäjäkokemus vastaa elimiä, jotka ylläpitävät elämää, ja käyttöliittymä vastaa ihoa, eli sovelluksen ulkonäköä, aisteja ja reaktioita kosketukseen. (The Difference Between UX and UI Design - A Layman's Guide 2017, viitattu 26.2.2017.). Käyttäjäkokemuksen suunnittelussa on kysymys käyttäjän ja palvelua tarjoavan yrityksen välisestä vuorovaikutuksesta. Käyttäjäkokemuksen suunnittelija osallistuu kokonaisvaltaisesti tutkimukseen, testaukseen, tuotekehitykseen ja prototyyppien luomiseen. Kyseessä ei siis ole perinteinen käyttöliittymäsuunnittelu tai graafinen suunnittelu. (The Difference Between UX and UI Design - A Layman's Guide 2017, viitattu 26.2.2017.).

Käytettävyydessä puolestaan on kysymys ihmisen ja koneen välisestä vuorovaikutuksesta. Kun asiakkaita halutaan sitouttaa uuden palvelun käyttäjiksi, ovat avainasemassa ”asiakkaan todelliseen tarpeeseen vastaaminen, hyvä käytettävyys ja oikeanlainen palvelumuotoilu”. Tarjontaa erilaisista palveluista on niin paljon, että käyttäjillä on vara valita ja tällöin ihmisten tunteet palvelujen käyttäjinä voivat ratkaista sen, palataanko palvelun pariin vai ei. Huono kokemus saa käyttäjät siirtymään toisen palvelun käyttäjiksi. Käytettävyys on tutkittavissa ja mitattavissa oleva asia, ei pelkkä mielipidemittaus. Käytettävyydestä onkin aloitettava riittävän varhaisessa vaiheessa, jotta selvittäisiin mahdollisimman vähillä muutoksilla. (Niemelä 2016, viitattu 26.2.2017.)

Mobiilisovelluksen *käytettävyysuunnittelussa* kannattaa noudattaa hyviksi todettuja mobiilikäytäntöjä. Yleensä käyttäjällä on selkeä päämäärä suorittaa jokin tehtävä. Varsinkin tällöin tutut mobiili-

käytännöt helpottavat huomattavasti. Yleisten käytettävyysteesien mukaan kannattaa satsata navigoitavuuteen, tehtäväkeskeisyyteen ja muihin käytettävyyden osa-alueisiin. Myös kaikki perinteinen käytettävyydetietämys ja kognitiivinen oppi pätevät mobiilisovellusten käytettävyyteen. (Karmitsa 2015, viitattu 26.2.2017.)

Alustoilla on tyyliin ja käytettävyyteen vaikuttavia eroja, kuten esimerkiksi iOS-sovelluksissa usein esiintyvä alavalikko, joka Android-alustalla puolestaan siirtyy yläreunaan. Lisäksi Android-puhelimissa on fyysinen Back-nappi, mutta iOS-sovellukseen on luotava jonkin muu keino taaksepäin navigointia varten. On mahdollista myös luoda kokonaan omantyylinen käyttöliittymä, mutta tätä kannattaa harkita tarkkaan, ja tehdä perusteellisempi käytettävyydetutkimus ja -testaus. (Karmitsa 2015, viitattu 26.2.2017.)

Mobiilikehityksessä täytyy huomioida laitteiden suorituskyky ja tilanteet, jolloin joutuu odottamaan datan hakua palvelimelta tai näkymän vaihtumista. Käyttäjälle on tällöin tärkeää antaa tieto lataamisen edistymisestä, tai vaihtoehtoisesti odottamisen voi naamioida viihteeksi transitio-animaatioiden avulla. Testaus on syytä tehdä huolella. On olemassa erilaisia keinoja sovelluksen jakamiseen kehitysvaiheessa. Näitä kannattaa hyödyntää, sillä sovellusta on syytä testata erilaisilla laitteilla ja erilaisissa tilanteissa. Testaus web-palvelimella tai simulaattorilla ei anna todellista kuvaa sovelluksen suorituskyvystä ja käytettävyydestä. Sovelluskaupat tarjoavat mahdollisuuden laajempaan beta-testaukseen. Nämä yleisen tason vinkit on yhdistettävä tarkempaan käytettävyydetietämykseen ja tekniseen osaamiseen, jotta saadaan kehitettyä käyttäjätavallinen sovellus. (Karmitsa 2015, viitattu 26.2.2017.)

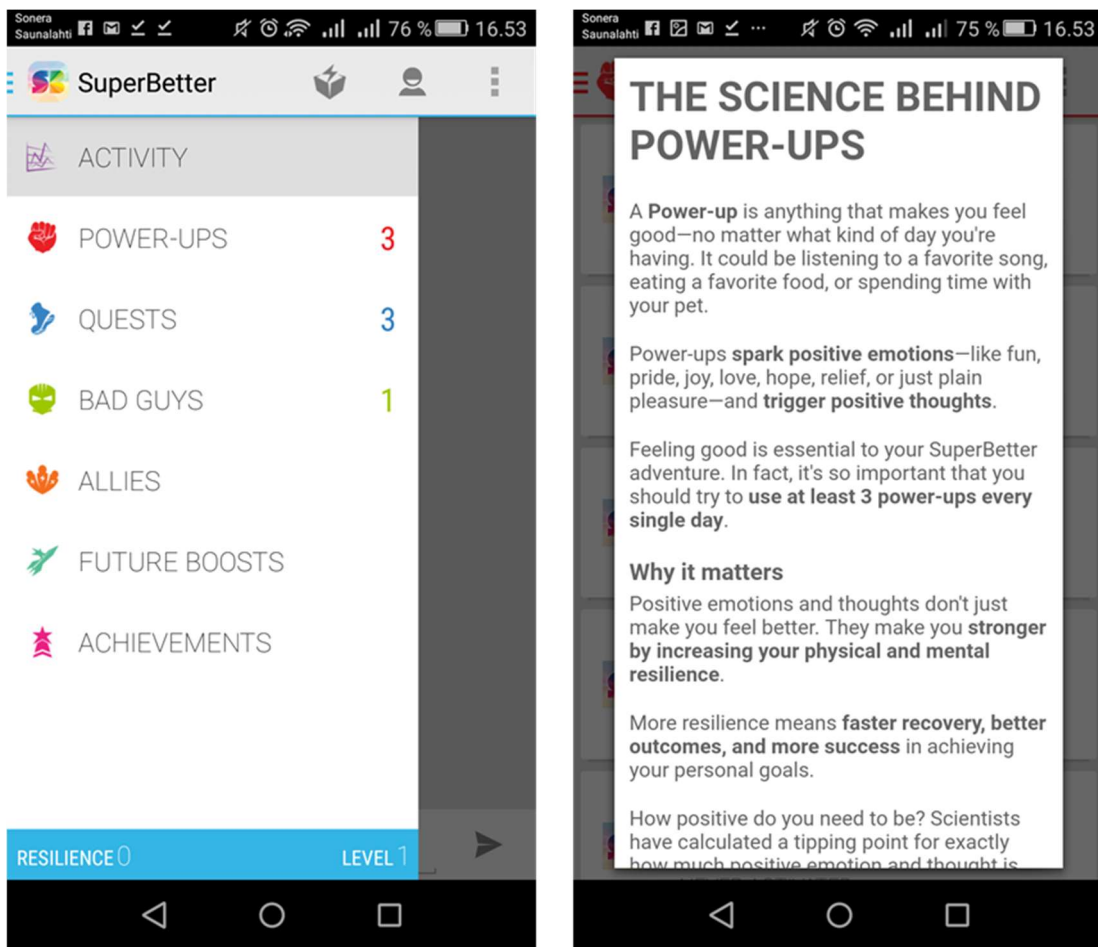
Kuljun tulosten mukaan työhyvinvointiin vaikuttavien sovellusten käyttöönottoa tulisi tukea, jottei niiden käyttö jäisi lyhytaikaiseksi. Sovellusten on oltava kiinnostavia, riittävän yksinkertaisia ja arkielämään sopivia. Sovellusten kehitysprosessissa tulisi huomioida, että paino on käyttäytymisen muuttamisessa, eikä tekniikassa. Sovelluksia kehitettäessä, tulisi nykyisten ja potentiaalisten käyttäjien tarpeet, arvot ja toimintatavat tuntea, ja kehittää sovellukset vastaamaan näihin tarpeisiin. (Kulju 2015, 29.)

Tutkittaessa huumorin roolia asiakkaiden sitoutuneisuuteen sosiaalisessa mediassa, havaittiin viitteitä siitä, että huumorin avulla voidaan lisätä asiakkaan sitoutuneisuutta yritystä kohtaan (Ge & Gretzel 2017). Lisäksi tutkittaessa mobiiliin terveysteknologian käyttöä sitouttavana välineenä ter-

veydenhuollossa, havaittiin, että mobiiliteknologian avulla on mahdollista edistää positiivista terveyskäyttäytymistä. Vaikuttamalla potilaan asenteeseen, voidaan potilaan käyttäytymiseenkin vaikuttaa. (Luomanen 2014.)

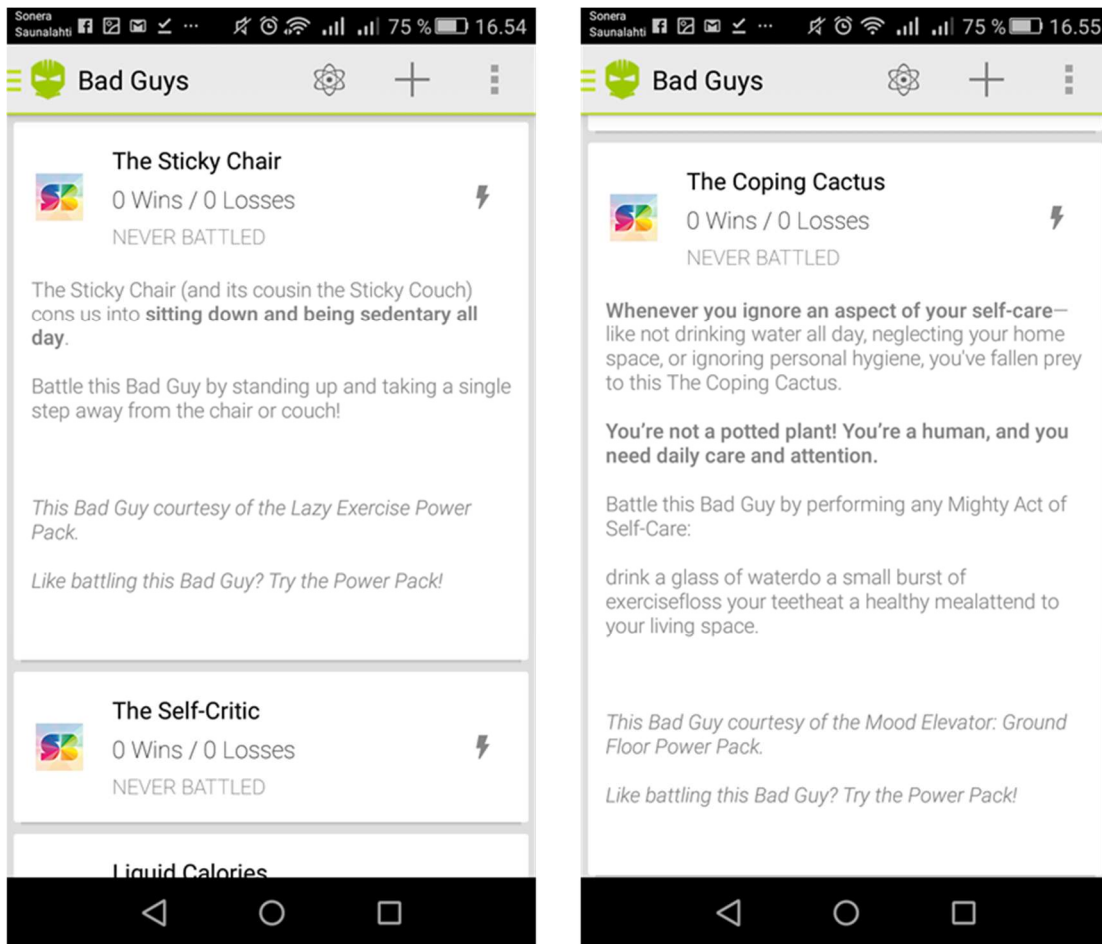
Erilaisia hyvinvointia edistäviä mobiilisovelluksia tutkittaessa toimiviksi keinoiksi on havaittu terveyskäyttäytymistä kuvaavien mallien ja 'teorioiden hyödyntäminen, usein lisätyt päivitykset, räätälöinti, useat eri käyttäytymisen muutosteoriat, sosiaalinen tuki, lyhyehkö kesto sekä kehotukset ja muistutukset'. Kävi myös ilmi, että muun muassa stressinhallintaa ja epäonnistumisen ehkäisyä ei juuri hyödynnetä. (Kallanto 2015.) Huumorin hyödyntämistä ei mainittu tutkimuksessa ollenkaan.

Yhden huumoria hyödyntävän, hyvinvointia edistävän sovelluksen löysin. SuperBetter (katso kuvio 7) auttaa käyttäjää kasvamaan henkisesti ja taklaamaan tosielämän haasteet. Sovelluksen kerrotaan auttaneen jo melkein 500 000 ihmistä. Sovellus on tehty aikuisille hyödyntäen peleistä tuttuja elementtejä. Tarkoituksena on rohkeasti ja avoimin mielin testata erilaisia strategioita, eli tehdä yhteistyötä liittolaisten kanssa ja parantaa sitkeyttä ja saavuttaa suurempia ja suurempia voittoja. Tämä kaikki on toteutettu humoristisella otteella, mutta kuitenkin perustuen tutkittuun tietoon pelitieteestä, positiivisesta psykologiasta ja käyttäytymisen muutoksesta. (SuperBetter 2017, viitattu 3.3.2017.)



KUVIO 7. SuperBetter käyttöliittymäkuvia

Humoristinen ote näkyy muun muassa näissä 'pahiksissa' (katso kuvio 8), jotka yrittävät tehdä elämästä hankalampaa. Vasemmanpuoleisessa kuvassa on 'tarttuva tuoli', joka tarttuu istujaansa kiinni. Tällaista tuolia vastaan taistellaan pysyttelemällä seisaallaan ja astumalla muutama askel kauemmas tuolista. 'Kaktukseksi' muuttumista vastaan voi taistella esimerkiksi juomalla vettä.



KUVIO 8. SuperBetter, 'Pahiksia'

Sovelluksessa on lisäksi hakutehtäviä, liittolaisia sekä tulevaisuuden avittajia (future boosts). Sovelluksessa pääsee etenemään korkeammille tasoille ja sinnikkydestä palkitaan. 'Pahisten' voitosta palkitaan ja ääninä kuuluu hurraamista. Tässä sovelluksessa on hyödynnetty sekä pelillisyyttä, leikillisyyttä että huumoria.

Seuraavaksi siirryn käsittelemään iMind-sovelluksen kehittämistä. Kehittämistyö alkoi palvelumuotoilun työpajassa.

5 LEIKILLISYYTTÄ SOVELLUKSEEN: PALVELUMUOTOILUTYÖPAJA TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISVÄLINEENÄ iMind-SOVELLUSTA KEHITETTÄESSÄ

Työpajaa varten tehtiin ennakkotehtävä. Tavoitteena oli tutustua kahteen aiheeseen liittyvään opinnäytetyöhön ja kirjoittaa pohdiskeleva essee aiheesta. Lisäksi ohjeena oli tutustua iMind-sovelluksen käyttöön etukäteen. Tutkittavat opinnäytetyöt olivat seuraavat:

- 1 Satu Kylmänen: *Työhyvinvointi ja huumori – Case: Suomen parhaat työpaikat 2015*
- 2 Merja Kulju: *Yrittäjän työhyvinvoinnin lähteillä. Verkkopalvelun kehittäminen palvelumuotoilun keinoin.*

(Ahola, Aro & Vuorela 2017a, viitattu 24.2.2017.)

Työpajan tavoitteena (katso kuvio 9) oli ideoida iMind-mobiilisovellukseen työhyvinvointia tukevaa huumoria, leikillisyyttä ja hauskuutta. Työpajan järjesti opinnäytetyöni toimeksiantaja HURMOS-hanke.

KUTSU

- TERVETULOA MOTIMINDIN HUUMORITYÖPAJAAN KESKIVIKKONA 1.2.2017 KLO 12-16! MISSÄ: OAMK, LIIKETALOUS, TEUVO PAKKALAN KATU 19, TILA B335
- MIKSI: TYÖPAJAN TARKOITUKSENA ON IDEOIDA MOBIILISOVELLUKSEEN TYÖHYVINVOINTIA TUKEVAA HUUMORIA, LEIKILLISYYTTÄ JA HAUSKUUTTA.
- TYÖPAJAN JÄRJESTÄÄ TEKES-RAHOTTEINEN HURMOS-HANKE, JOKA TUTKII JA KEHITTÄÄ HUUMORIN ROOLIA YRITYSVIESTINNÄSSÄ JA LIIKETOIMINNASSA.



KUVIO 9. Kutsu työpajaan (Ahola, Aro & Vuorela 2017b, viitattu 24.2.2017.)

Työpajaan osallistui motiMind Oy:n toimitusjohtaja, viisi OAMK:n opettajaa, kaksi ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opiskelijaa sekä kuusi alemman ammattikorkeakoulututkinnon opiskelijaa. Minä olin yksi osallistujista tietojenkäsittelyn koulutustaustastani johtuen. Jakauduimme kolmeen

eri ryhmään. Koska kyseessä on tutkimushanke, työpaja videoitiin ja ryhmien käymät keskustelut äänitettiin. Kaikkia työpajaan osallistuneita pyydettiin tekemään lopputehtävä, jossa kuvattiin työpajan tuotokset asiakasprofiilin näkökulmasta. Tehtävän vastauksia on hyödynnetty työpajan tulosten kuvaamisessa sekä opinnäytetyön tulosten ja johtopäätösten työstämisessä.

Työpajan suunnitteluajurit olivat:

- kiinnostava,
- käyttäjäystävällinen,
- päivittäiseen työelämään sopiva,
- tutkimukseen perustuvaa,
- työhyvinvointiin liittyvää,
- huumoria/leikkisyyttä sisältävä mobiilisovellus.

(Ahola, Aro & Vuorela 2017b, viitattu 24.2.2017.)

Työpaja aloitettiin esittäytymisillä. Ensin esiteltiin HURMOS-hanke ja motiMind Oy. Seuraavaksi jokainen osallistuja esitteli itsensä ja kuvaili omaa tunnelmaansa valitseman ankkakortin avulla. Näin saatiin ilmapiiriä vapautumaan.

5.1 Käyttäjäprofiilit – Moodboard

Käyttäjäprofiili, eli persoona, on visuaalinen menetelmä kuvata asiakasprofiilin arkkityyppi. Menetelmää voidaan hyödyntää esimerkiksi palvelun ja markkinoinnin suunnittelussa. Ideana on, että persoonat perustuvat laadulliseen tutkimukseen ja muuhun kokemuksen mukaiseen asiakasymmärrykseen. Jokaisesta persoonasta luodaan kuvaus, missä kerrotaan esimerkiksi persoonan nimi, ikä, ammatti ja muita palvelun kannalta olennaisia tietoja. (Palvelumuotoilun ideapakka 2015.)

Käyttäjäprofiilin visualisoinnissa voidaan käyttää Moodboard-menetelmää. Moodboardissa tavoitteena on luoda iso juliste tai kollaasi, joka kuvaa kulloinkin käsittelyssä olevaa aihetta, eli esimerkiksi käyttäjäprofiilia. Kollaasi voi koostua erilaisista kuvista, teksteistä, piirroksista tai mistä tahansa, mikä auttaa kuvaamaan ideaa. (Palvelumuotoilun ideapakka 2015.)

Työpajan ensimmäisenä tehtävänäme oli luoda kolme erilaista käyttäjäprofiilia. Jokaiselle ryhmälle annettiin erilainen profiili rakennettavakseen. Ensimmäinen profiili oli noin 30-40v mies, toinen oli yli 50-vuotias ei-teknofriikki nainen ja kolmas oli nuori mobiilisukupolvea edustava 18 – 30-vuotias henkilö. Näin syntyivät 38-vuotias Pekka, 50-vuotias Anna-Liisa ja 21-vuotias Minna. (Ahola, Aro & Vuorela 2017b, viitattu 24.2.2017.)

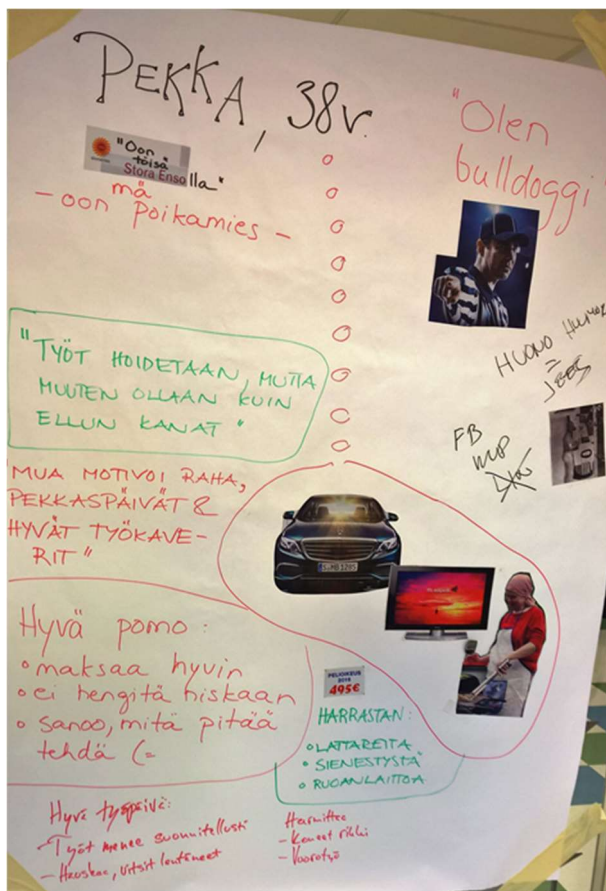
Ryhmissä aloimme kehittää omaa profiiliamme. Piirsimme, kirjoitimme ja leikkasimme lehdistä kuvia. Mietimme profiilin ominaisuuksia mm. seuraavien kysymysten avulla:

- Nimi, ikä, sukupuoli, työtehtävät ja työpaikka?
- Mikä eläin?
- Mitä mobiilisovelluksia käyttää?
- Harrastukset?
- Minä ja työ? Suhteeni työhön?
- Mikä minua motivoi?
- Minä tiiminjäsenenä?
- Millaisesta huumorista pitää/ei pidä?
- Millainen on hyvä pomo?
- Millainen on hyvä työkaveri?
- Millainen on hyvä työpäivä?
- Mikä harmittaa työpäivässä?

(Ahola, Aro & Vuorela 2017b, viitattu 24.2.2017.)

Pekka 38 v.

Pekasta (katso kuvio 10) muotoutui Stora Ensolla työskentelevä poikamies. Perusduunari. Hän hoitaa työnsä hyvin, mutta vapaa-aikaa hän viettää hieman rennommissa tunnelmissa. Työssä häntä motivoi raha, pekkaspäivät ja hyvät työkaverit. Hyvä esimies maksaa Pekan mielestä hyvin, ei vahdi koko aikaa ja ohjaa selkeästi työtehtäviä. Hyvänä työpäivänä työt sujuvat suunnitellusti ja on hauskaa työkavereiden kanssa. Hän arvostaa hyviä vitsejä ja huumoria työkavereiden kanssa. Työnteossa häntä harmittaa rikkinäiset koneet ja vuorotyön rasitukset. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)

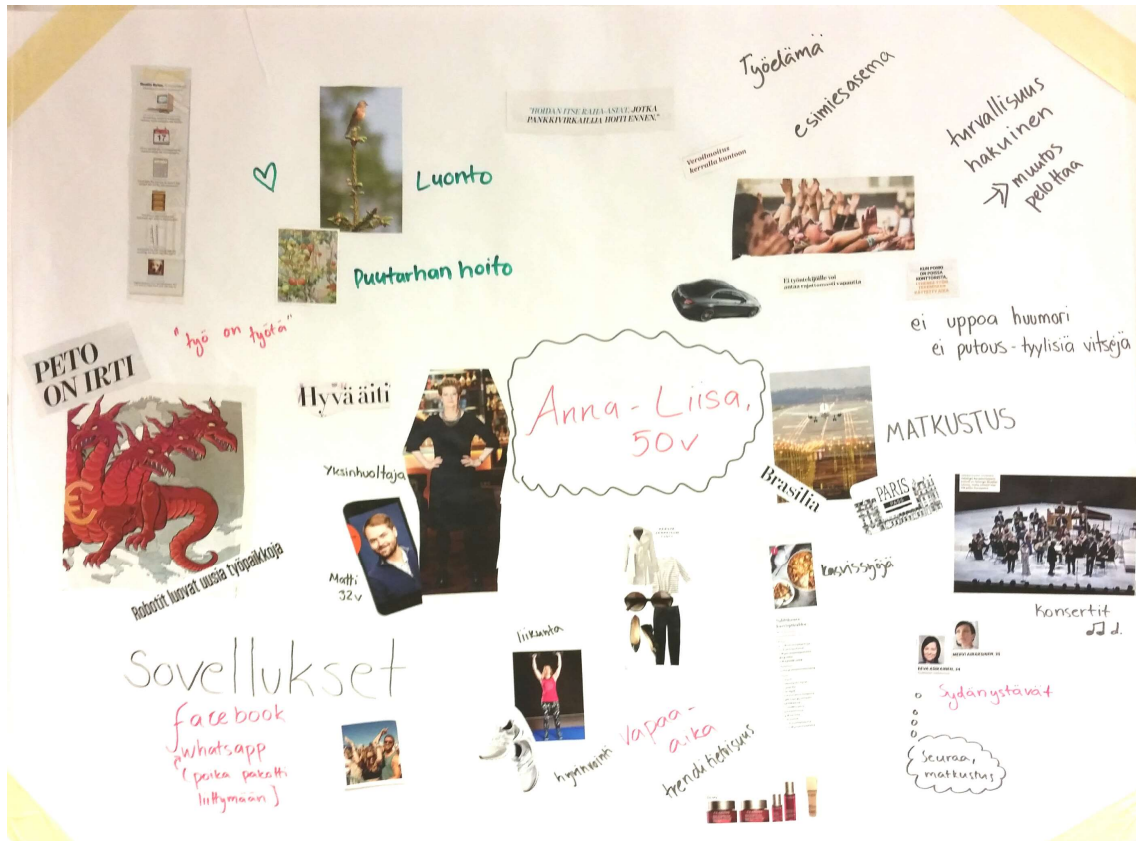


KUVIO 10. Käyttäjäprofiili - Pekka 38 v. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)

Pekka haaveilee hienosta autosta, rikkaasta elämästä ja hyvästä, ruoanlaittotoisesta vaimosta. Pekka harrastaa uhkapelejä, latinalaisia tansseja, sienestystä ja ruoanlaittoa. Hän itse kuvailee olevansa "bulldoggi" ja pitävänsä "huonosta" huumorista. Puhelimellaan hän käyttää Facebookia ja Whatsappia. (Sama.)

Anna-Liisa 50 v.

Anna-Liisa (katso kuvio 11) on tehnyt pitkän uran esimiehenä Verotoimistossa. Hän on turvallisuus-hakuinen ja kaikki muutos pelottaa. Hän on vaativa esimies, joka vahtii alaisiaan tarkasti. Hän ei luota, että muuten työt tulisi tehdyksi kunnolla. Anna-Liisa on yksinhuoltaja. Hänellä on yksi poika; 32-vuotias Matti. Vapaa-ajallaan Anna-Liisa tykkää matkustella parhaiden ystäviensä, Eevan ja Mervin kanssa. Lisäksi Anna-Liisa nauttii konserteista. Hän pukeutuu trenditietoisesti ja innostuipa hän jopa alkamaan trendikkäästi kasvissyöjäksi. Hyvinvoinnistaan hän huolehtii jumppaamalla, hoi-tamalla puutarhaansa ja ulkoilemalla luonnossa. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vas-taukset, viitattu 24.2.2017.)

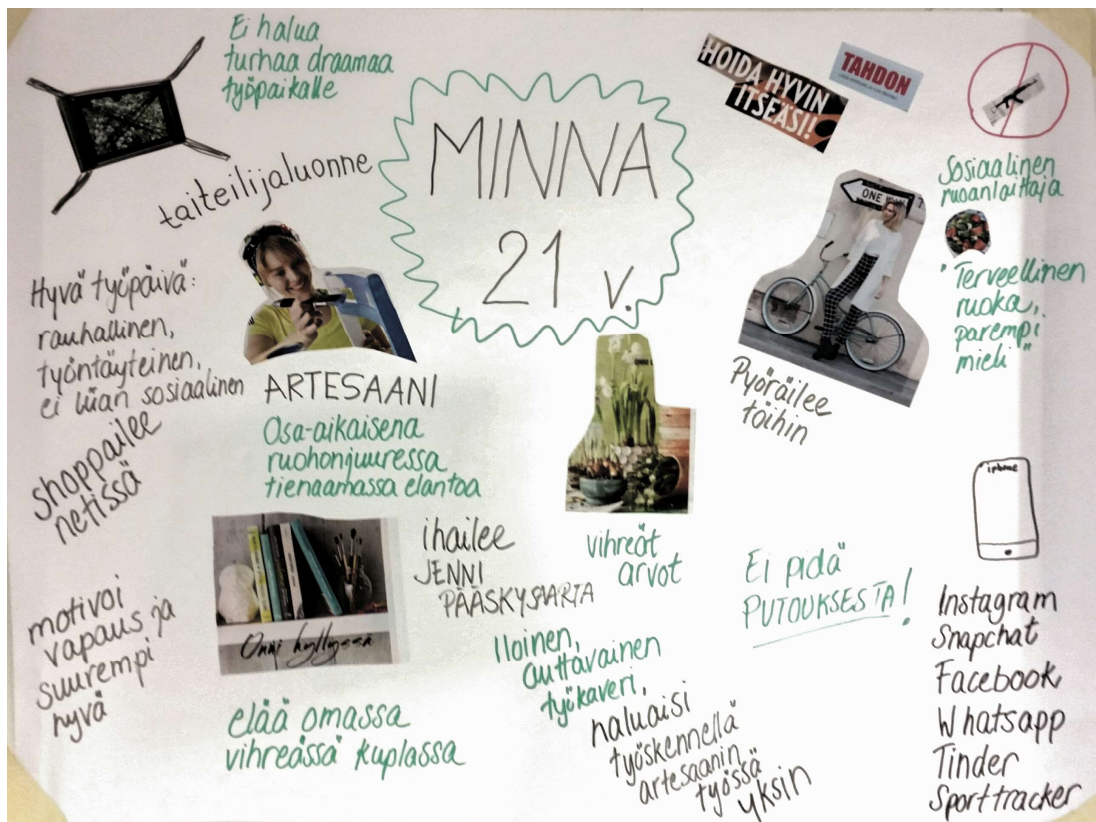


KUVIO 11. Käyttäjäprofiili - Anna-Liisa 50 v. (Sama.)

Anna-Liisa käyttää Facebookia ja Whatsappia. Tosin hänen poikansa pakotti liittymään näihin. Anna-Liisa käyttäisi itse mieluummin vielä puhelinluetteloja ja paperikalenteria. Hän on sitä mieltä, että digitalisaatio on iso peto, jota kannattaa varoa. Kaikkiin uusiin sovelluksiin hän suhtautuu epäilevästi ja pelkää yksityisyytensä puolesta. (Sama.)

Minna 21 v.

Minna (katso kuvio 12) osoittautui taitelijaluonteeksi. Hän on vastikään valmistunut artesaaniksi, mutta ei ole löytänyt oman alansa töitä. Hän työskentelee osa-aikaisesti luontaistuotekauppa Ruohonjuuressa. Minnalla on ”vihreät arvot”, ja hän pyöräilee työmatkat. Hän ei katso televisiota ja vastustaa väkivaltaa kaikissa sen muodoissa. Hän käy töissä Ruohonjuuressa vain elantoaan tienaamassa. Hän työskentelisi mieluummin itsekseen artesaanin töissä. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)

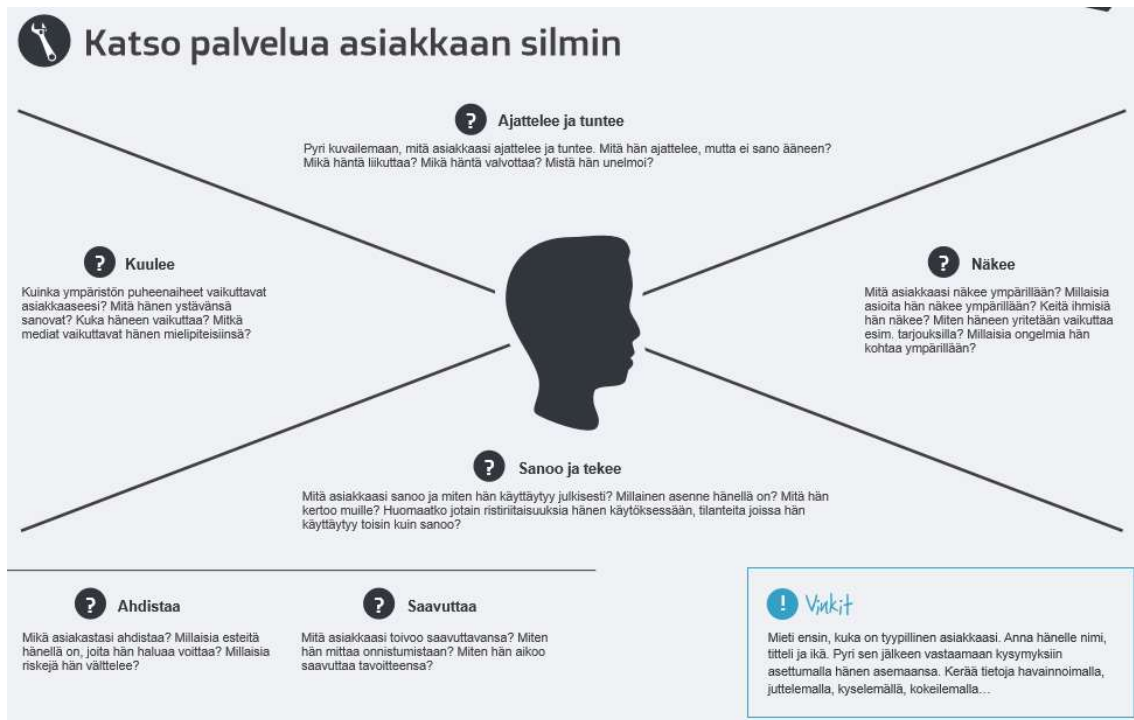


KUVIO 12. Käyttäjäprofiili - Minna 21 v. (Sama.)

Minnaa motivoi vapaus ja ”suurempi hyvä”. Hän on nuori ja kokematon työelämässä, joten hän elää hieman omassa vihreässä kuplassaan. Hän on iloinen ja auttavainen työkaveri. Minna pitää itsestään hyvää huolta syömällä terveellisesti, ja hän lukee paljon itsehoito-oppaita. Hän ei pidä Putous-ohjelman huumorista. Jenni Pääskysaarta Minna ihailee. Puhelimellaan Minna jakaa sosiaaliseen mediaan paljon tietoja itsestään. Hän käyttää Instagramia, Snapchattia, Facebookia, Whatsappia, Tinderiä. Lisäksi hän käyttää Sporttrackeria, johon hänellä on yhteydessä aktiivisuusranneke. (Sama.)

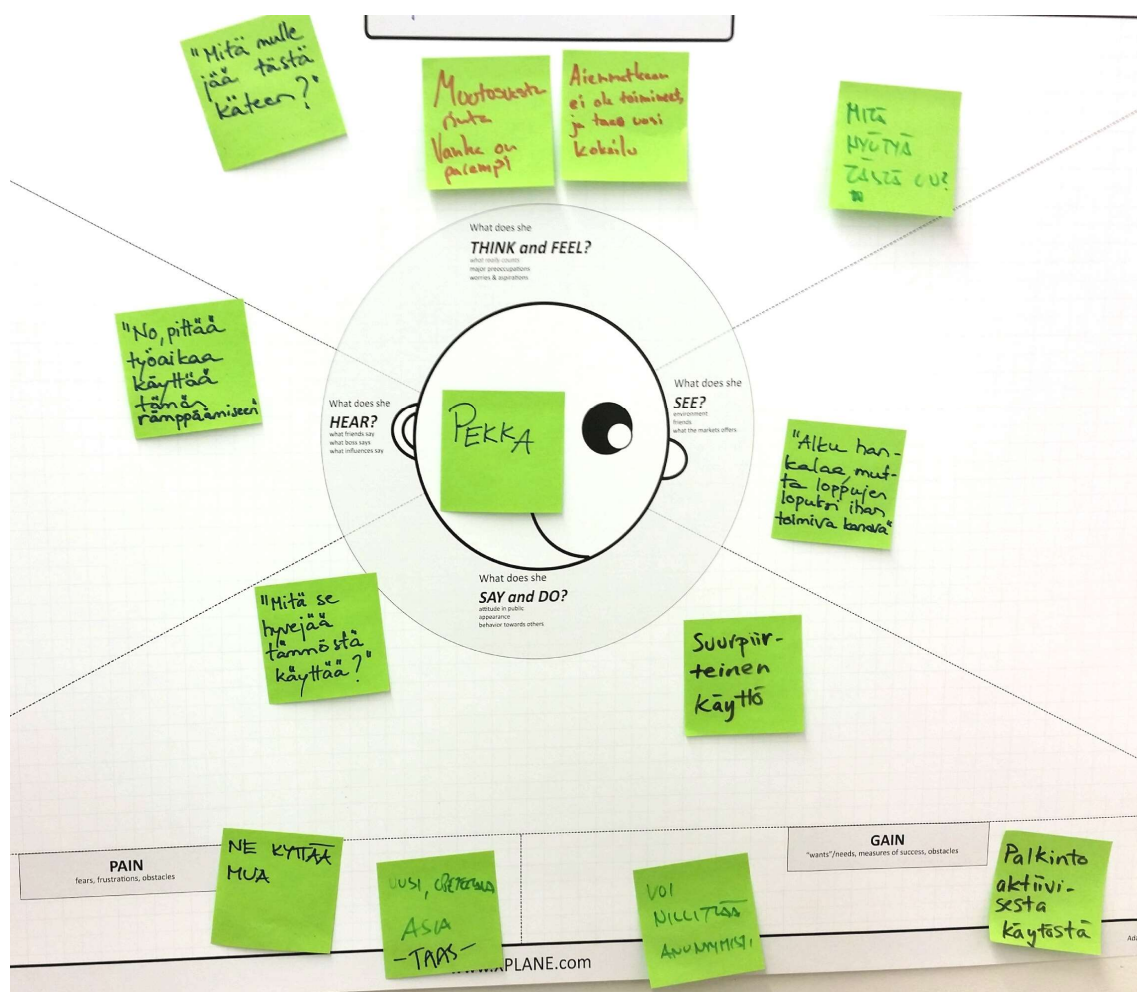
5.2 Empatiakartta - Empathy Map

Empatiakartan (katso kuvio 13) ideana on katsoa palvelua asiakkaan, eli edellisessä vaiheessa muodostetun käyttäjäprofiilin, näkökulmasta. Sen jälkeen pyritään kirjaamaan empatiakarttaan asiakkaan kokemukset palvelua käyttäessään. Tietoa voidaan kerätä esimerkiksi havainnoimalla, juttelemalla, kyselemällä tai kokemalla. Karttaan kirjataan, millaisia asioita tai ihmisiä asiakas näkee ympärillään, mitä hän sanoo ja miten hän käyttäytyy, mitä aiheeseen liittyvää hän kuulee esimerkiksi ystäviltään tai mediasta, mitä hän tuntee ja ajattelee, mutta ei sano ääneen. Lisäksi kirjataan mikä asiakasta ahdistaa ja mitä hän toivoo palvelulla saavuttavansa. (Palvelumuotoilun Työkalupakki, viitattu 24.2.2017; ks. Miettinen ym. 2011.)



KUVIO 13. Empatiakartta (Service Design Toolkit 2012a, viitattu 24.2.2017).

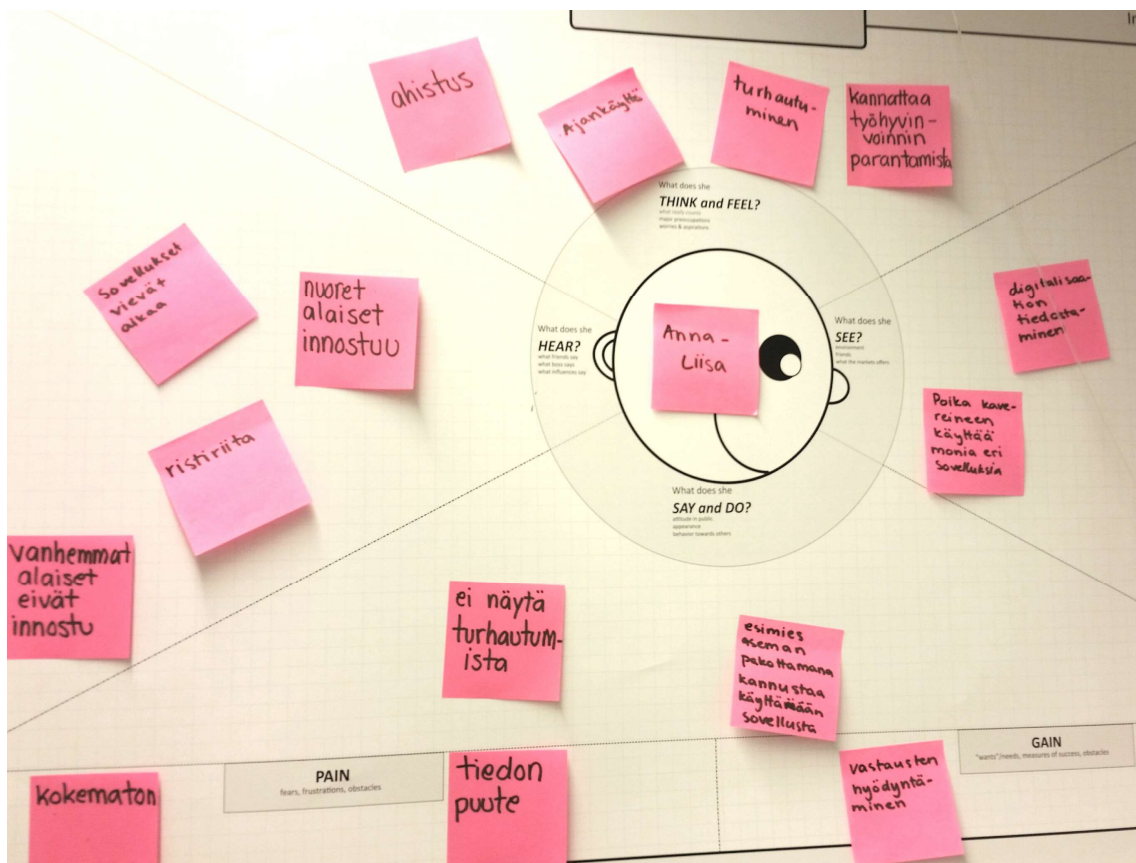
Työpajan profiileista Pekka (katso kuvio 14) ei innostu sovelluksen käytöstä. Hän miettii ensimmäisenä omaa hyötyään. Muutosvastarintaa aiheuttaa jo aiemmin kokeillut työhyvinvointiudistukset, jotka eivät ole tuoneet toivottuja tuloksia. Testatessaan sovellusta, hän toteaa sen toimivan ihan hyvin. Pekka vastailee kysymyksiin suurpiirteisesti ja pohtii ”Mitä se hyvejää tämmöstä käyttää..?” Myös työkaverit valittavat, kun ”työaikaa pitää tällaiseen käyttää”. Lisäksi pelottaa, että sovelluksen avulla kytätään työntekijöitä. Pekka kuitenkin on tyytyväinen siitä, että sovelluksen avulla voi antaa palautetta esimiehelle anonyymisti. Ja palkinnoista Pekka pitää erityisesti. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)



KUVIO 14. Empathy Map - Pekka 38 v. (Sama.)

Anna-Liisa (katso kuvio 15) puolestaan ahdistuu heti sovelluksesta. Hän kannattaa työhyvinvoinnin parantamista, mutta häntä turhauttaa kaikki uudet sovellukset. Uuden opettelu vie häneltä paljon aikaa, joten hän huolestuu ajankäytöstään. Ymmärtää kyllä sen, että digitalisaatio etenee väijäämättä ja hänenkin täytyy siis opetella uusia asioita. Esimiesasemansa vuoksi hän kannustaa alaisiaan käyttämään sovellusta, eikä näytä heille omaa turhautumistaan. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)

Anna-Liisa havaitsee, että nuoret alaiset innostuvat asiasta, kun taas vanhemmat eivät innostu. Tästä aiheutuu hieman ristiriitoja työyhteisöön. Anna-Liisa kokee turhauttavana tiedon puutteen ja kokemattomuutensa tällaisissa asioissa. Sen sijaan hän on hyvillään, kun pystyy hyödyntämään alaisensa antamia vastauksia. (Sama.)



KUVIO 15. Empathy Map - Anna-Liisa 50 v. (Sama.)

Minnalla (katso kuvio 16) ei ole suuria odotuksia eikä pelkoja sovelluksen suhteen. Hän ei oikein kokemattomuuttaan ymmärrä, mihin sovellusta tarvitaan. Hieman hän epäilee, että tähän käytetty aika on turhaa. Onneksi sovellus kuitenkin toimii matkapuhelimessa. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)

Minna on taiteilijaluonne, joten hän arvostaa visuaalisesti näyttäviä sovelluksia. iMind näyttää tylsältä ja insinöörimäiseltä. Minna on kuitenkin tunnollinen työntekijä ja hän käyttää sovellusta kuu-
liaisesti. Koska hän haluaa välttää erimielisyyksiä ja mielipahan aiheuttamista, hän vastaa sovel-
luksen kysymyksiin varovaisin sanakääntein. Jos Minna huomaa, että sovelluksen kautta annetulla
palautteella on merkitystä, hän innostuu sovelluksen mahdollisuuksista. Hän saattaa jopa tehdä-
loitteita Ruohonjuuren sisustuksen uusimisesta hänen artesaanin taitojensa avulla. Tarvittaessa
Minna auttaa työkavereita sovelluksen käytössä. (Sama.)

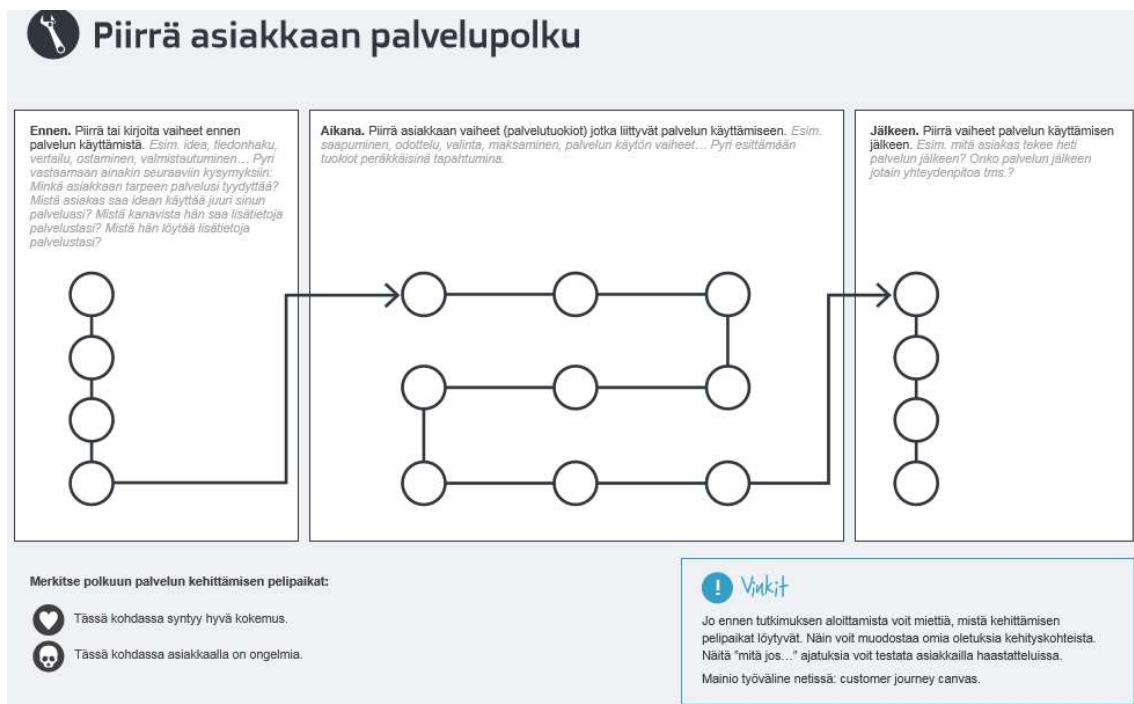
Pomo hehkuttaa sovellusta kovasti, mutta osa työkavereista suhtautuu sovellukseen epäilevästi.
He pelkäävät yksityisyyden menettämistä. Minnaa eivät tällaiset asiat huoleta. Hän on harmiton ja
riskitön sovelluksen käyttäjä. (Sama.)



KUVIO 16. Empathy Map - Minna 21 v. (Sama.)

5.3 Palvelupolku

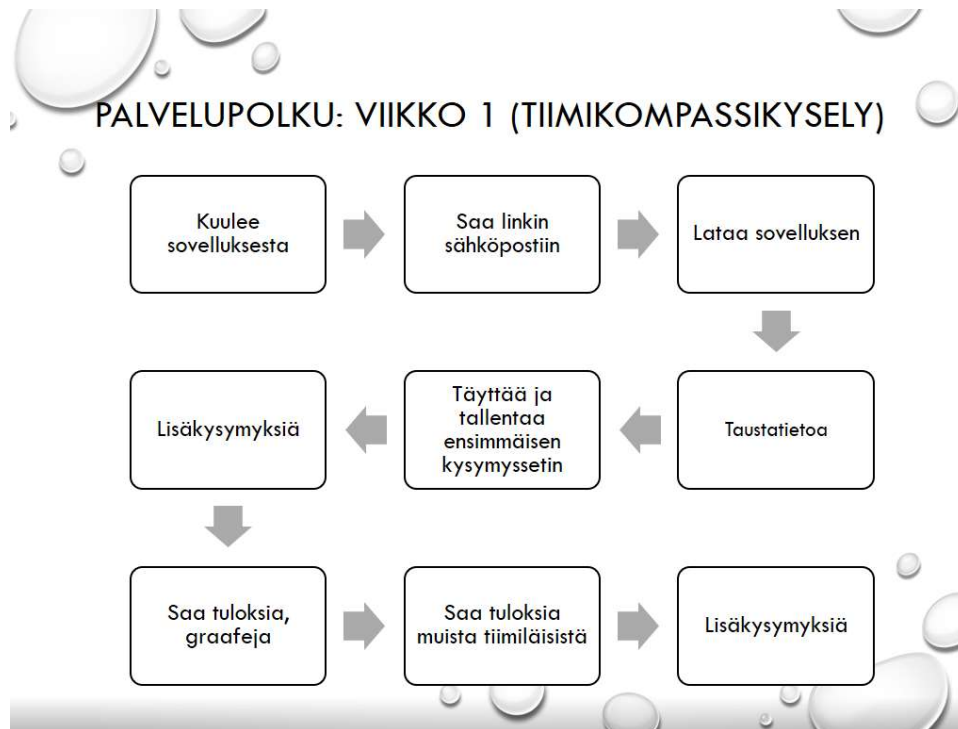
Palvelupolku (katso kuvio 17) muodostuu kontaktipisteistä ja palvelutuokioista asiakkaan koke-
massa aikajärjestyksessä. Polkuun vaikuttaa suunniteltu palveluprosessi ja asiakkaan tekemät va-
linnat. Näin palvelupolku ei ole samanlainen kaikille asiakkaille, vaan asiakkaille muodostuu oma,
yksilöllinen reitti. (Koivisto 2007, 66 – 67; ks. Service Design Toolkit 2012a, viitattu 24.2.2017.)



KUVIO 17. Palvelupolku (Service Design Toolkit 2012a, viitattu 24.2.2017).

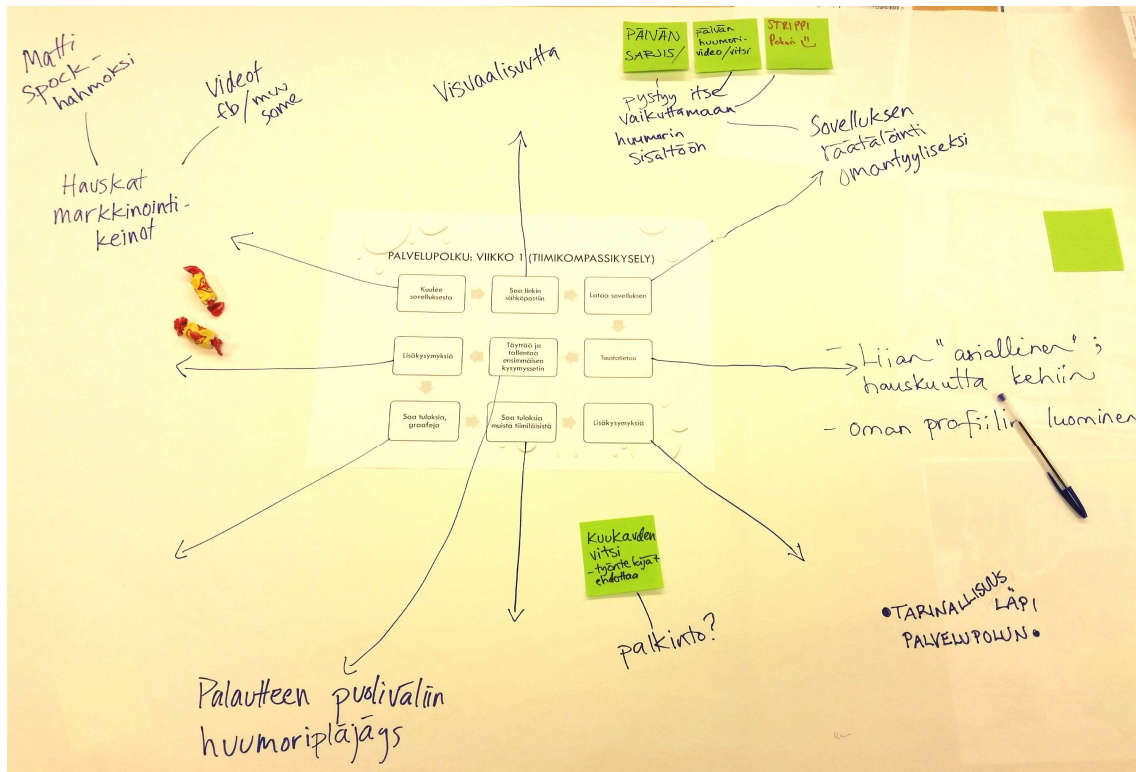
Jokainen palvelu koostuu useista yksittäisistä osapalveluista. Näitä kutsutaan palvelutuokioiksi. Jo-
kaiseen palvelutuokioon liittyy puolestaan useita kontaktipisteitä. Esimerkiksi asiakkaan maksa-
essa palvelua maksaminen on palvelutuokio ja hinnasto, kuitti ja asiakaspalvelijan toiminta ovat
kontaktipisteitä. Kontaktipisteitä ovat ne yksittäiset tilanteet, joiden kautta palvelu koetaan, aistitaan
ja nähdään. Tällaisia kontaktipisteitä ovat esimerkiksi yrityksen fyysiset tilat, verkkosivut, tiloissa
asiakkaalle näkyvät esineet, palvelun prosessien yksityiskohdat sekä asiakaspalvelijan ja asiak-
kaan välinen vuorovaikutus. Kaikkien kontaktipisteiden tulisi viestittää asiakkaalle organisaation
strategian mukaista viestiä. Lisäksi kaikkien kontaktipisteiden tulisi tehdä asiakas tyytyväiseksi.
Kontaktipisteiden avulla voidaan palvelutuokio muotoilla toiveiden mukaiseksi. On kuitenkin muis-
tettava määritellä tarkkaan mitkä kontaktipisteet ovat asiakkaan kannalta tärkeitä ja mitkä tuottavat
paljon arvoa vähin kustannuksin. (Koivisto 2007, 66 – 69; ks. Miettinen ym. 2011)

Saimme iMindin palvelupolkua kuvaavan pohjan (katso kuvio 18). Aloimme lisätä erilaisia humoristisia ominaisuuksia palvelupolun varrelle aiemmin kehittämämme profiilien näkökulmasta.



KUVIO 18. Palvelupolku, jonka varrelle huumoria lisättiin (Ahola, Aro & Vuorela 2017b, viitattu 24.2.2017.)

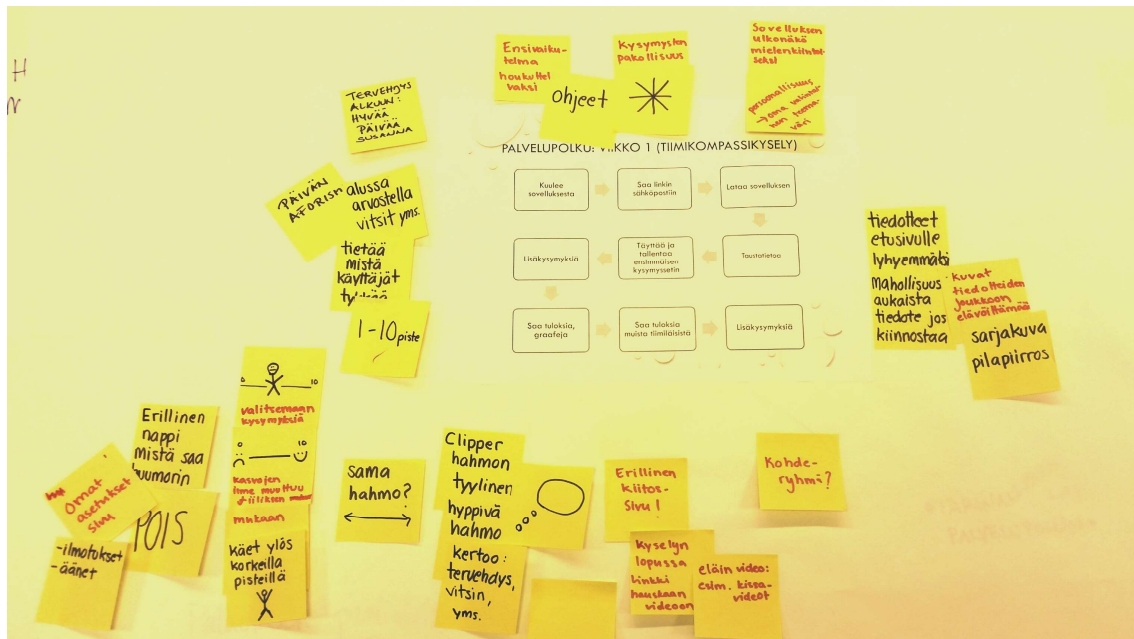
Pekkaa (katso kuvio 19) motivoi parhaiten kilpailullisuus ja palkinnot. Hän toivoisi sovellukseen äänestyksiä ja erilaisia kilpailuja, joista saa palkintoja. Markkinoinnissa voisi hyödyntää humoripitoisia videoita joita jaettaisiin somessa. Myös latausvaiheeseen hän toivoisi visuaalisuutta. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)



KUVIO 19. Palvelupolku - Pekka 38 v. (Sama.)

Sovellusta Pekka pitää liian asiallisena ja toivoisi hauskuutta lisää. Hän ehdottaa, että sovelluksessa olisi päivän sarjakuva- tai päivän video-osio. Toisaalta hän mietti, että voisi olla tarpeen saada räätälöityä huumorin tyyppiä itselle sopivaksi. (Sama.)

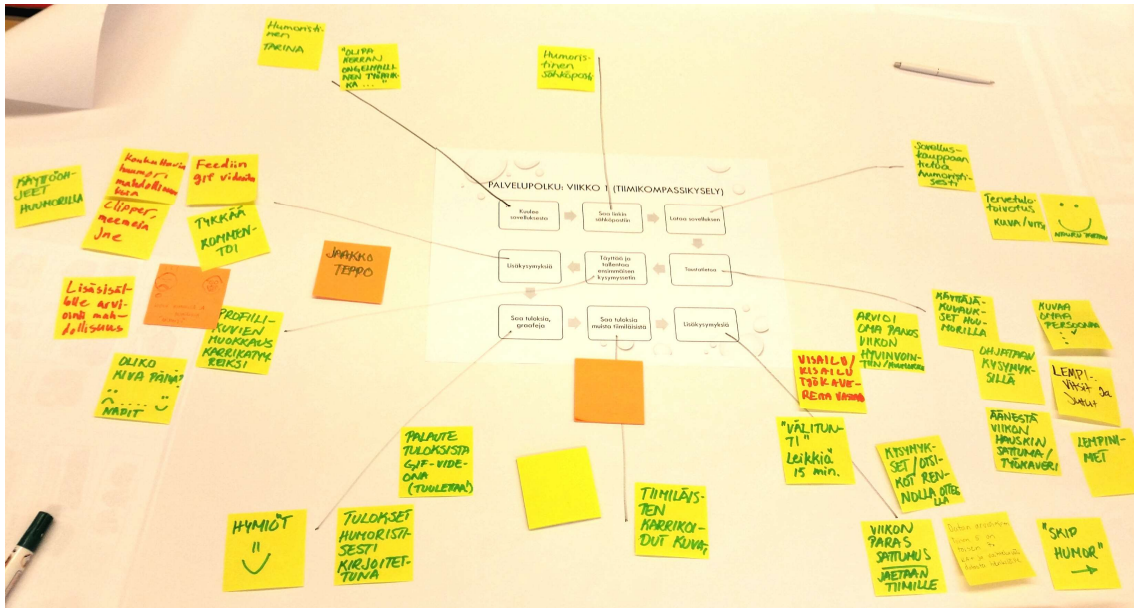
Anna-Liisa (katso kuvio 20) kiinnittäisi huomiota sovelluksen antamaan ensivaikutelmaan. Siihen hän ei ollut iMindin kohdalla kovin tyytyväinen. Lisäksi hän kaipasi sovellukseen käyttöohjeita. Ne voisi olla kirjoitettu hieman humoristisella otteella. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)



KUVIO 20. Palvelupolku - Anna-Liisa 50 v. (Sama.)

Sovelluksessa olevien tiedotteiden pituuteen olisi Anna-Liisan mielestä syytä kiinnittää huomiota. Niitä voisi visualisoida esimerkiksi kuvilla. Ne voisivat olla sarjakuvatyyliisiä tai pilapiirroksia. Kysymyksiin vastaaminen tuntuisi mukavammalta, mikäli ääripäinä ei olisi numerot, vaan esimerkiksi tikku-ukko hahmot tai hymiöt. Lisäksi jokin hahmo voisi ilmaantua välillä näytölle kertomaan esimerkiksi jonkin vitsin. Kyselyyn vastanneet voitaisiin palkita esimerkiksi linkillä johonkin hauskaan videoon. (Sama.)

Minna (katso kuvio 21) lisäisi palvelupolun varrelle paljon huumoria ja pelillisyyttä. Hän kehittäisi markkinointimateriaaliin humoristisen tarinan työpaikasta, jossa voidaan huonosti, ja pistetään asiat kuntoon iMindin avulla. Samaa tarinaa/hahmoa voisi käyttää koko palvelupolun läpi. Sähköpostiin, minkä mukana latauslinkki tulee, Minna kaipaisi visuaalisuutta ja huumoripitoista tekstiä. Sovelluskauppaan voisi niin ikään toimittaa humoristisen kuvauksen sovelluksesta ja panostaa myös visuaaliseen esittelyyn. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)



KUVIO 21. Palvelupolku - Minna 21 v. (Sama.)

iMind-sovelluksen alkuun Minna olisi kaivannut tervehdystä. Se voisi olla jokin hauska kuva, tai vitsi. Iloinen hymiökin auttaisi. Nauru tarttuu, joten iloisen naaman näkeminen saisi käyttäjänkin fiiliksen nousemaan. Käyttäjän profiiliin voisi ladata käyttäjän kuvan. Sovellus voisi muokata kuvasta jonkin karikatyyrin tyyppisen kuvan. Nämä kuvat olisi nähtävissä koko tiimille. Profiiliin voisi lisätä lempinimen ja pyytää käyttäjää vastaamaan muutamaa humoristiseen kysymykseen omasta persoonastaan. (Sama.)

Sovelluksen kysymykset ja otsikot voisi kirjoittaa humoristisesti ja rennolla otteella. Esimerkiksi murretta käyttämälläkin saadaan jo eri fiilis aikaiseksi. Minna toivoisi palautetta vastauksistaan esim. GIF-videoina. Jos Minna vastaisi, että on loistava fiilis, voisi jokin hahmo tuulettaa näytöllä onnellisena. Ja jos on huono fiilis, hahmo olisi lannistunut tai lohduttaisi Minnaa. Kysymysten vastausvaihtoehtoihin Minna toivoisi hymiöitä joko painikkeina tai skaalan ääripäissä kuvakkeina numeroiden sijaan. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)

Käyttäjää voisi kysymyksillä pyytää arvioimaan omaa panostaan työpaikan huumori-ilmastoon ja yhteishengen. Näin jokainen toivottavasti kiinnittäisi omaan panokseensa enemmän huomiota. Lisäksi Minnan mielestä sovellus voisi pyytää jokaista kertomaan viikon hauskimman sattumuksen, ja nämä jaettaisiin koko tiimille. (Sama.) Tätä ideaa tukisi viitekehityksessä esille tulleet Mankan (2012) mainitsevat työyhteisötaidot.

Minna olisi tyytyväinen, mikäli sovelluksessa voisi hyödyntää esim. Facebookista tuttuja tykkää- ja kommentoi-painikkeita. Nämä voisivat olla esim. koko tiimin tuloksissa käytettävissä. Tiimi voisi yhdessä hehkuttaa kun menee hyvin. (Oulun ammattikorkeakoulu, lopputehtävän vastaukset, viitattu 24.2.2017.)

Leikillisyyttä ja pelillisyyttä sovellukseen saataisiin erilaisilla graafisilla ratkaisuilla ja järjestämällä esim. äänestyksiä (äänestä viikon hauskin sattumus/vitsi, äänestä kuukauden mukavin työkaveri tms.). Lisäksi pelillisyyttä saisi palkintojen kautta. Minna ehdottaa, että vastausaktiivisuuden mukaan sovellukseen voisi saada palkintoja. Ne voisivat olla esimerkiksi kolikoita tms. Tarpeeksi monta kolikkoa kerättyään, ne voisi vaihtaa esimerkiksi oikeisiin liikuntaseteleihin. (Sama.)

Lisäksi sovellus voisi kannustaa leikillisyyteen ja työpaikkaliikuntaan kehittämällä esimerkiksi kerran viikossa kaikkia pitämään 15 minuutin ”välitunnin” ja leikkimään yhdessä työkavereiden kanssa. Leikkejä voisivat olla esimerkiksi

- ”Pomo piilossa” (esimies on piilossa ja hänet pitää etsiä),
- ”Pomo käskee” (”kapteeni käskee” säännöillä),
- ”Digiloikka” (pituushyppy ilman vauhdinottoa). (Sama.)

6 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyöni tavoitteena oli ideoida iMind-sovellukseen käyttäjäkokemusta parantavia, leikillisiä ominaisuuksia. Lähestyin kehittämistehtävää palvelumuotoilun näkökulmasta ja siinä on konstruktivisen tutkimuksen elementtejä.

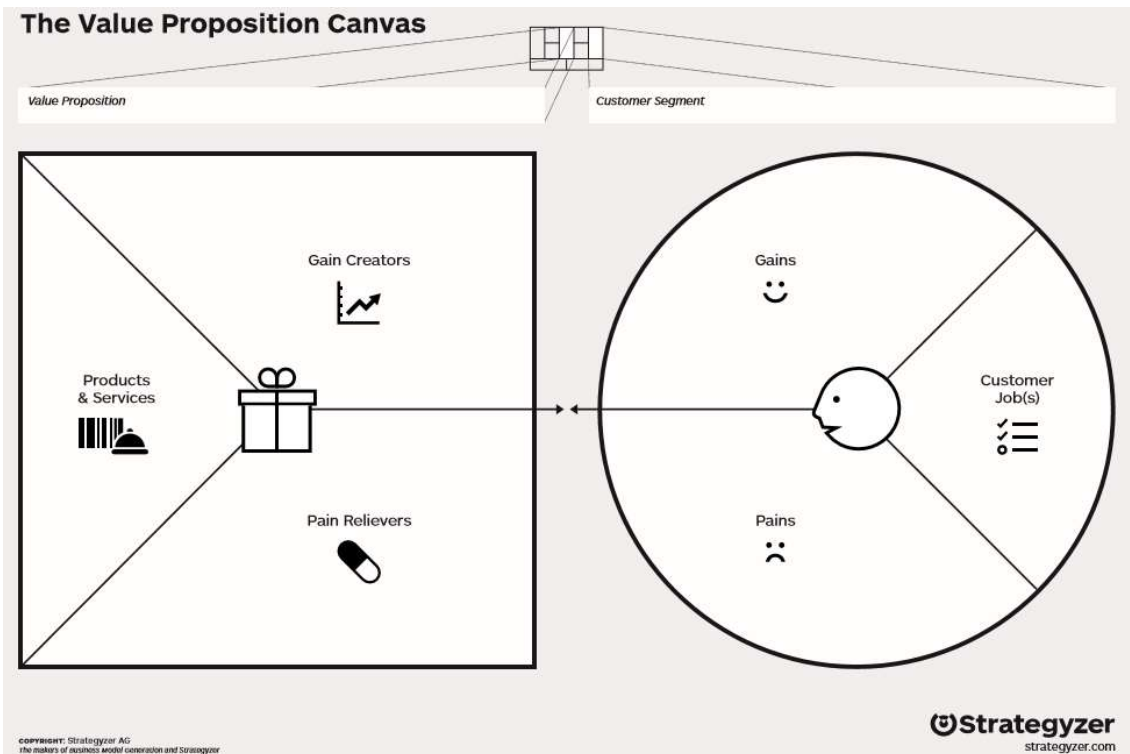
Tutkimusongelmana oli hyvinvointisovelluksen käyttöönnostuksen laantuminen alkunostuksen jälkeen. Tutkimuskysymykset:

- 1 Millaisilla leikillisillä ominaisuuksilla käyttäjäkokemusta voisi parantaa?
- 2 Millaisella huumorilla ja leikillisyydellä voisi vaikuttaa työhyvinvointiin?
- 3 Onko mahdollista, että leikillisuus näkyisi mobiilisovelluksen tuottaman palvelun arvolupauksessa, viestinnässä ja jopa yrityksen liiketoimintamallissa?

Seuraavassa luvussa esittelen tarkemmin konstruktivisen kehittämistehtävän konkreettiset tuotokset. Työn tuotoksina syntyivät asiakasprofiileille laaditut työhyvinvointisovelluksen tuottaman palvelun arvolupaukset, huomioita leikillisyyden ja huumorin mahdollisesta integroinnista liiketoimintamalliin sekä yrityksen viestintään, sekä Excel-taulukko, minkä avulla kehitettyjä ideoiden työstämistä on helppo jatkaa. Nämä tulokset löytyvät myös liitteistä 1 – 5.

6.1 Arvolupaus - The Value Proposition Canvas

Arvolupaustyökalua (katso kuvio 22) käytettäessä on tärkeää kiinnittää huomiota siihen, että jokainen asiakkaan ongelma ja tehtävä tulisi ratkaistuksi, ja että jokaiseen asiakkaan kipupisteeseen löytyisi täsmälääke. Näitä argumentteja voidaan hyödyntää myyntiä, markkinointia ja viestintää suunniteltaessa.



KUVIO 22. The Value Proposition Canvas (Strategyzer, viitattu 24.2.2017)

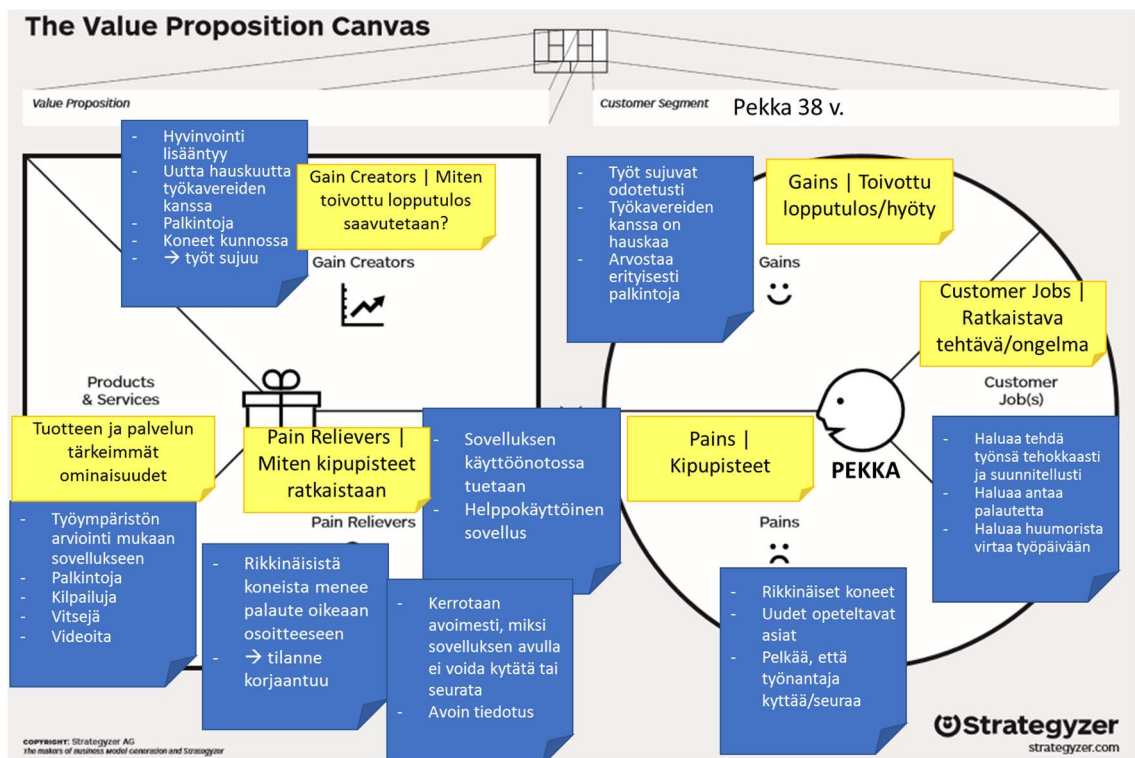
Oikeanpuoleinen ympyrä kuvaa ikään kuin asiakasta ja sen sektoreihin määritellään ensin tarkasti *tehtävät* tai *ongelmat* (Customer Jobs), joita tietty asiakassegmentti yrittää saada ratkaistua. Ne voivat olla myös tarpeita, joita asiakas yrittää täyttää. Asiakkaan *kipupisteet* (Customer Pains) ovat negatiivisia tunteita, yllättäviä kustannuksia tai epämieluisia tilanteita ja riskejä, joita asiakas saattaa kokea yrittäessään saada tehtävän tehtyä tai ongelman ratkottua. Kipupisteet voivat olla myös asioita, jotka estävät tehtävän tekemisen tai ongelman ratkaisemisen. Asiakkaan toivoma lopputulos tai *hyöty* (Customer Gains) voivat olla puolestaan positiivisia tunteita, kustannussäästöjä tai sosiaalisia hyötyjä. Osa on vaatimuksia tai oletettuja hyötyjä, mutta osa voi olla myös positiivisia yllätyksiä. (Strategyzer, viitattu 24.2.2017.)

Vasemmanpuoleinen neliö kuvaa puolestaan tuotetta tai palvelua, jolla halutaan täyttää asiakkaan toivomukset. Asiakkaan kipupisteisiin etsitään täsmälääkkeeksi (Pain Relievers) ratkaisut, joiden avulla asiakkaan kokemat kipupisteet saadaan ratkaistua. Tämän jälkeen kuvataan, miten asiakkaan toivoma lopputulos tai hyöty saavutetaan (Gain Creators). Lopulta tuote ja palvelu (Products & Services) kuvaillaan vasempaan reunaan. Tähän kirjataan, miten asiakkaan kokemat ongelmat saadaan ratkottua ja hänen tarpeensa täytettyä tämän tuotteen tai palvelun avulla. (Strategyzer, viitattu 24.2.2017.)

Seuraavaksi esittelen kehittämäni arvolupaukset jokaiselle työpajassa kehitetylle profiilille. Nämä johtopäätökset perustuvat työpajan tuotoksiin sekä tämän raportin viitekehykseen.

Pekka 38 v.

Pekka (katso kuvio 23) haluaa työpajan tuotosten mukaan tehdä työnsä tehokkaasti ja suunnitelmien mukaan, mutta rikkiäiset koneet häiritsevät tämän tavoitteen saavuttamista. Hän haluaisi kanavan, minkä kautta voisi antaa palautetta esimiehilleen esimerkiksi tästä asiasta. Pekka haluaa huumorista virtaa työpäivään. Hän on Proyerin (2012) leikkilisyystypeistä toisiin suuntautuvasti leikkilinen (other-directed playful) ja 'höpöttää ja hölmöilee' työkavereiden kanssa. Sama kuvio on suurempana liitteissä (Liite 1).



KUVIO 23. Arvolupaus – Pekka 38 v. (ks. myös liite 1.)

Kipupisteinä Pekka kokee siis rikkiäiset koneet, uudet opeteltavat asiat ja lisäksi hän pelkää, että työnantaja käyttää sovellusta seurantaan ja käyttämiseen. Kipupisteistä rikkiäisten koneiden aiheuttama harmitus helpottuisi, kun työnantajalle saisi annettua palautetta työympäristön toimimattomuudesta. Näin saataisiin toivottavasti pidettyä koneet jatkossa paremmin kunnossa esimerkiksi säännöllisen huollon avulla. Uusien asioiden opettelu helpottuisi, kun sovelluksen käyttöönotto tuettaisiin ja sovelluksesta tehtäisiin helpokäyttöinen. Yksityisyydenmenettämisen suhteen pelkoja saataisiin liennytettyä avoimella tiedotuksella ja vuorovaikutuksella työntekijöiden, työnantajan ja sovelluskehittäjän välillä. Pekka toivoisi, että työt sujuisivat suunnitellusti ja hän ehtisi pitää työn-

lomassa hauskaa työkavereiden kanssa. Hän arvostaa erityisesti erilaisia työnantajan antamia palkintoja ja lahjoja. Pekan toivoma lopputulos saavutettaisiin, kun koneet pysyisivät kunnossa. Tällöin työt sujuisivat ja hyvinvointi lisääntyisi. Uutta hauskuutta ja keskusteltavaa Pekka ja työkaverit saivat iMind-sovelluksen uusista ominaisuuksista. Lisäksi erilaisista kilpailuista olisi mahdollista voittaa Pekan arvostamia palkintoja.

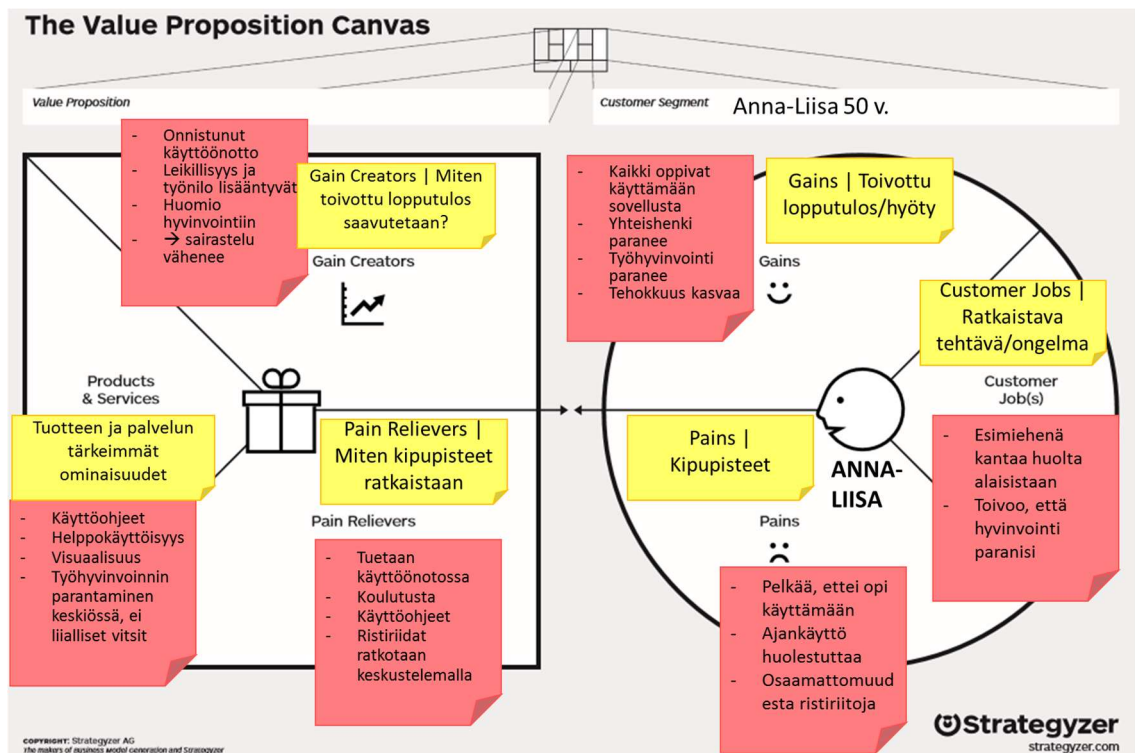
Edellä kuvattuun perustuen Pekalle annettava arvolupaus voisi olla seuraava:

- Käyttämällä helppokäyttöistä iMindia saat työpäivääsi uutta hauskuutta työkavereidesi kanssa jaettavaksi,
- koneet pysyvät kunnossa tiedotuksen avulla ja
- aktiivisella osallistumisella voit saada hyviä palkintoja.

Pekan näkökulmasta edellä esitettyyn arvolupaukseen perustuen tärkeimmät uudet ominaisuudet iMind-sovelluksessa olisivat työympäristön arviointimahdollisuus kysymysten joukossa, kilpailut, palkinnot, erilaiset vitsit ja humoristiset videot.

Anna-Liisa 50 v.

Anna-Liisa (katso kuvio 24) kantaa työpajan tuotosten mukaan esimiehenä huolta alaisten työhyvinvoinnista. Työhyvinvoinnin tasoa pitäisi saada parannettua. Hän on Proyerin (2012) leikillisyyssyyteistä kevytsydämisesti leikillinen (light-heartedly playful) ja kokee koko elämänsä eräänlaisena pelinä, missä hän pelaa oman osuutensa mahdollisimman hyvin ja tunnollisesti. Sama kuvio on suurempana liitteissä (Liite 2).



KUVIO 24. Arvolupaus – Anna-Liisa 50 v. (ks. myös liite 2.)

Anna-Liisan kipupisteitä ovat pelko, ettei hän opi käyttämään sovellusta, eikä hänellä ole tarpeeksi aikaa opetella sitä. Lisäksi hänen ja joidenkin alaisten osaamattomuus sovelluksen käytön suhteen aiheuttaa työyhteisössä ristiriitoja. Nämä kipupisteet saadaan ratkottua käyttöönoton tukemisella, koulutuksen järjestämisellä, käyttöohjeilla ja ratkomalla ristiriidat keskustelemalla. Toivomuksena Anna-Liisalla olisi, että sekä hän ja alaiset oppisivat käyttämään sovellusta, yhteishenki paranisi ja työhyvinvointi lisääntyisi. Toivottavasti myös tehokkuus kasvaisi. Toivottu lopputulos saavutettaisiin onnistuneen käyttöönoton avulla. Lisäksi sovellus toisi työyhteisöön leikillisyyttä ja työniloa, ja koska hyvinvointiin kiinnitettäisiin huomiota, sairaspöissaolot vähenisivät.

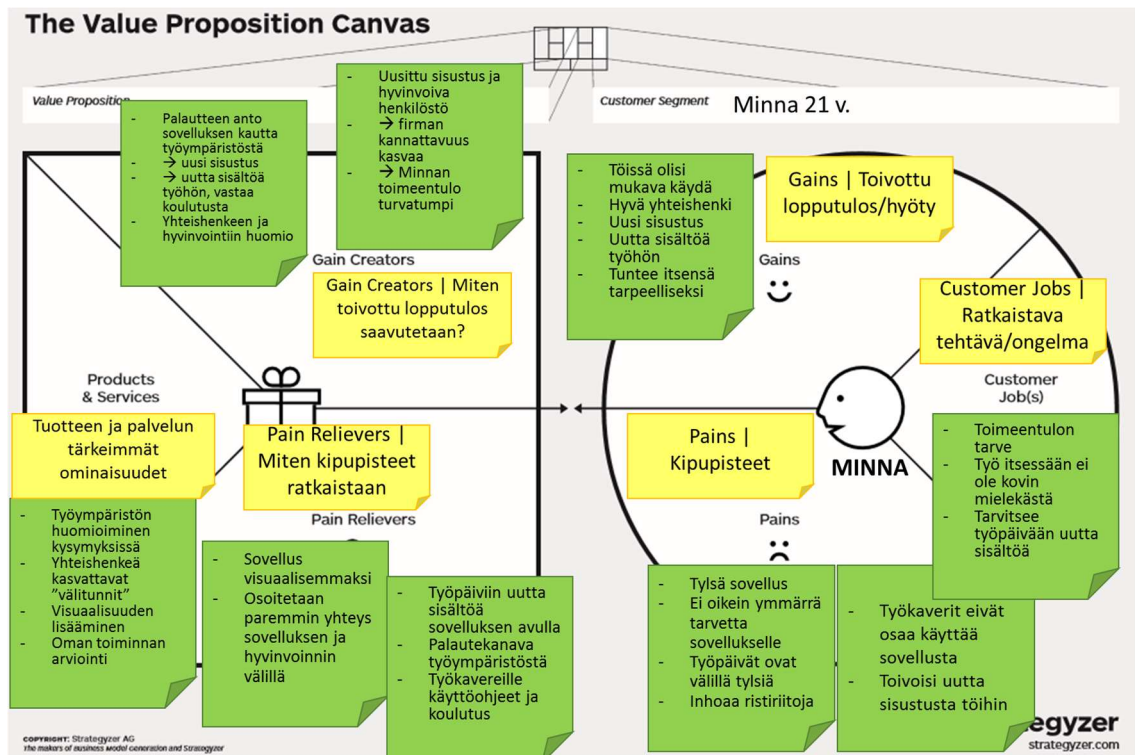
Edellä kuvattuun perustuen Anna-Liisalle annettava arvolupaus voisi olla seuraava:

- Helppokäyttöistä sovellusta käyttämällä työhyvinvointi lisääntyy ja sairastelu vähenee.
- Työyhteisöön uutta energiaa tarvittaessa leikkillisyyden ja huumorin avulla.

Tärkeimmät ominaisuudet sovelluksessa edellä esitettyyn arvolupaukseen perustuen Anna-Liisan kannalta olisivat käyttöohjeet ja helppokäyttöisyys, visuaalisuuden lisääminen ja keskittyminen työhyvinvointia parantaviin ominaisuuksiin eikä niinkään vitseihin. Anna-Liisa arvostaisi, mikäli huumorin voisi suodattaa pois käytöstä tarvittaessa.

Minna 21 v.

Minnalle (katso kuvio 25) työpajan tuotosten mukaan on tärkeintä työssään, että hän saa toimeentulonsa turvattua sen avulla. Työ itsessään ei ole hänelle kovin mielekästä koska se ei vastaa hänen koulutustaan eikä hänen toiveitaan tulevaisuuden työtehtävistä. Minna on Proyerin (2012) leikkilisyystyypeistä älykkäästi leikkilinen (intellectually playful) ja hän leikittelee mielellään erilaisten ajatusten ja ideoiden kanssa. Sama kuvio on suurempana liitteissä (Liite 3).



KUVIO 25. Arvolupaus - Minna 21 v. (ks. myös liite 3)

Minna kokee, ettei työ vastaa hänen toiveitaan eikä hän oikein ymmärrä, miten sovellus auttaisi häntä asiassa. Lisäksi sovellus vaikuttaa tylsältä. Minna myös inhoaa kaikenlaisia ristiriitoja. Työkaverit eivät osaa käyttää sovellusta, joten Minna auttaa heitä sen käyttämisessä. Nämä kipupisteet voidaan ratkaista kehittämällä sovellus visuaalisemmaksi ja mielenkiintoisemmaksi, osoittamalla paremmin yhteys työhyvinvoinnin kehittymisen ja sovelluksen välille. Lisäksi työpäiviin voidaan tuoda uutta sisältöä sovelluksen avulla. Toiveissa Minnalla olisi, että töissä olisi mukava käydä ja siellä olisi hyvä yhteishenki. Lisäksi hän toivoisi, että myymälään saataisiin uusi sisustus. Hän toivoisi, että voisi kokea itsensä tarpeelliseksi töissä, ja että päiviin saataisiin jotain uutta sisältöä. Toivottu lopputulos voidaan saavuttaa kiinnittämällä huomio yhteishenkeen ja hyvinvointia lisääviin ominaisuuksiin, sekä lisäämällä sovellukseen palautteenantomahdollisuus myös työympäristön suhteen. Näin Minnan ajatukset uudesta sisustuksesta tulisivat esimiesten tietoon ja hän pääsisi myös toteuttamaan muutoksen. Näin hän saisi uutta sisältöä työhönsä ja voisi hyödyntää artesaanin koulutustaan nykyisessä työssään.

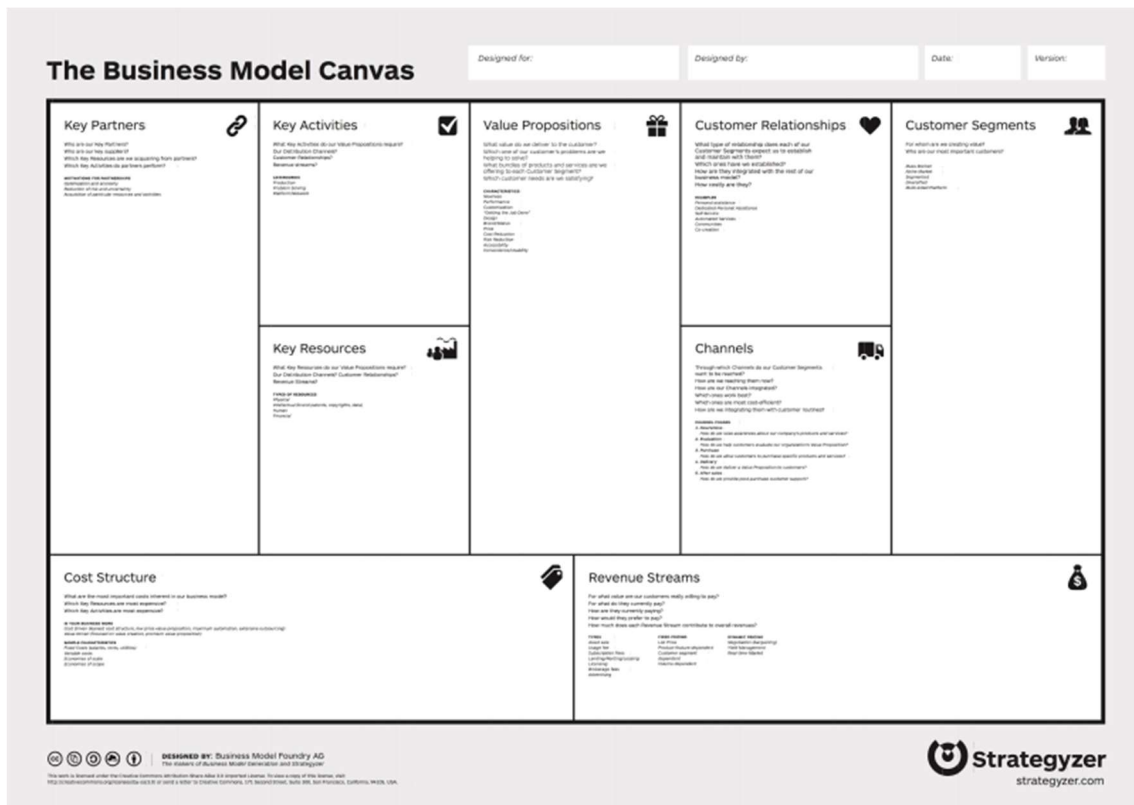
Edellä kuvattuun perustuen Minnalle annettava arvolupaus voisi olla seuraava:

- Uutta, visuaalisesti näyttävää työhyvinvointia lisäävää sovellusta käyttämällä työnilo ja yhteisöllisyys lisääntyvät.
- Lisäksi palautteenanto esimiehille on entistä helpompaa.
- Yrityksen tuottavuus kasvaa, kun henkilöstö voi hyvin.

Minnan näkökulmasta edellä kuvattuun arvolupaukseen perustuen sovelluksen tärkeimmät uudet ominaisuudet olisivat leikillisyyttä, visuaalisuutta ja pelillisyyttä lisäävät graafiset ratkaisut, työympäristön huomioiminen kysymyksissä sekä yhteenkuuluvuuden tunnetta lisäävät ”välitunnit”.

6.2 Liiketoimintamalli - The Business Model Canvas

Business Model Canvasin (katso kuvio 26) avulla voidaan kuvata visuaalisesti ja suhteellisen yksinkertaisesti yrityksen liiketoimintamalli. Samaan malliin voidaan kirjata useita asiakassegmenttejä esimerkiksi käyttämällä eri värejä.



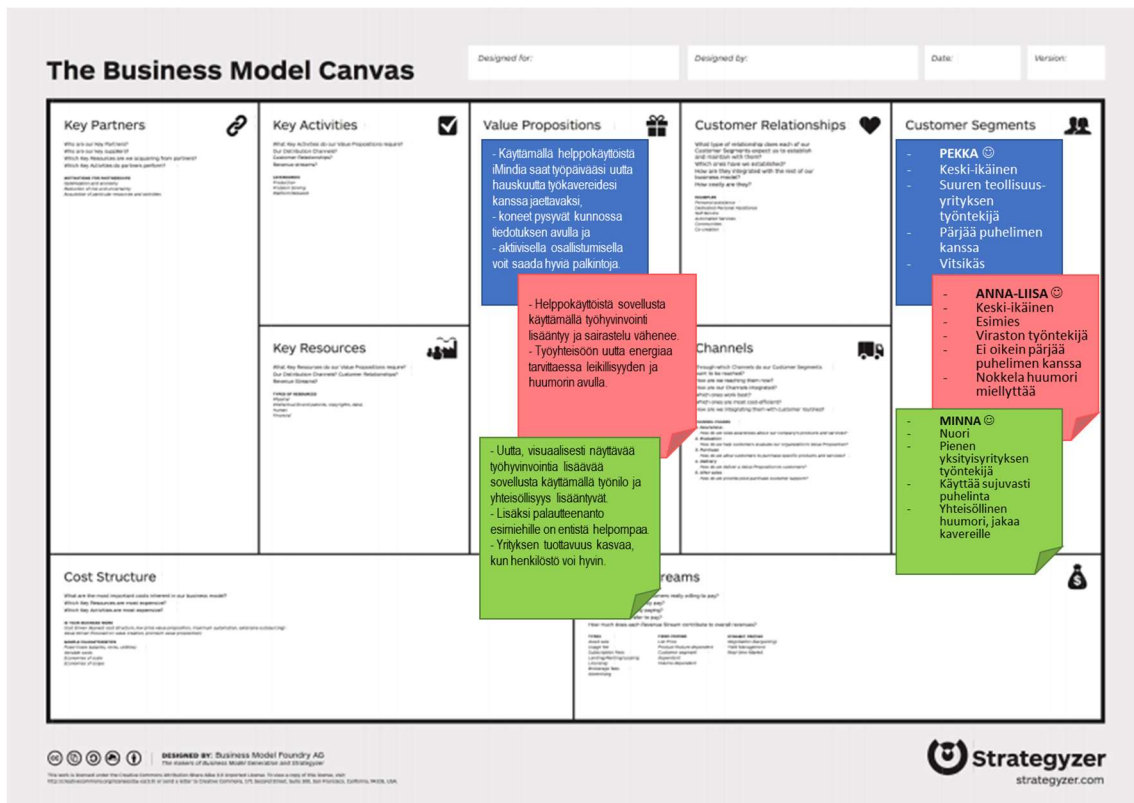
KUVIO 26. The Business Model Canvas (Strategyzer, viitattu 24.2.2017.)

Oikeaan reunaan kirjataan tärkeimmät asiakassegmentit (Customer Segments). Mietitään, ketkä ovat niitä asiakkaita, joille arvoa tuotetaan. Tämän jälkeen mietitään, mikä on kullekin segmentille annettava arv lupaus (Value Propositions). Nämä tiedot löytyvät edellä kuvatusta arv lupapaustyökalusta. Tässä sarakeessa kuvataan, mitä asiakkaan tarpeita täytetään ja mitä asiakkaan ongelmia ratkaistaan. Lisäksi kuvataan, millaisia tuotteiden ja palveluiden yhdistelmiä kullekin segmentille tarjotaan. (Service Design Toolkit 2012a, viitattu 24.2.2017; Strategyzer, viitattu 24.2.2017.)

Liiketoimintamallia kehitettäessä on myös mietittävä asiakassuhteen (Customer Relationships) laatua ja sitä, miten nämä asiakassuhteet sopivat liiketoimintamalliin. Mietitään, minkä tyyppiset suhteet kukin asiakassegmentti haluaa luotavan, ja miten niitä ylläpidetään. Voidaan myös arvioida, onko kaikki toivotut asiakassegmentit jo saatu asiakkaiksi. Asiakassuhteiden kustannustehokkuutta voidaan myös arvioida tässä kohtaa. Kanavat (Channels), mitä kautta asiakkaat löytävät palvelut tällä hetkellä kuuluvat tähän väliin. Arvioidaan, mitkä kanavat toimivat parhaiten ja mitkä ovat kustannustehokkaimpia. On hyvä miettiä myös, haluaisivatko asiakkaat käyttää vielä joitain muita kanavia. (Service Design Toolkit 2012a, viitattu 24.2.2017; Strategyzer, viitattu 24.2.2017.)

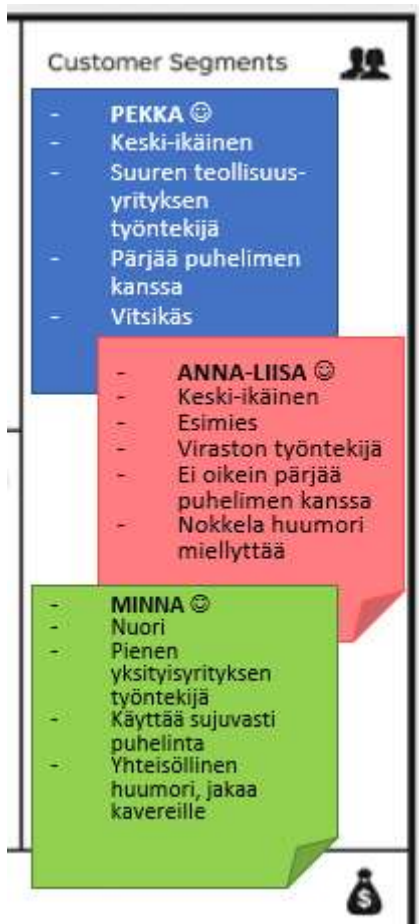
Oikeaan alakulmaan kirjataan tulojen kertymisen lähteet (Revenue Streams). Jokaisen tulonlähteen arvo kirjataan erikseen. Lisäksi mietitään, mistä asiakkaat olisivat todella halukkaita maksamaan ja mistä he tällä hetkellä maksavat. Kuvataan nykyinen maksutapa ja mietitään, haluaisivatko asiakkaat maksaa jollakin toisella tavalla. Tuotantomallin (Key Activities) kohdalle kirjataan keinot, millä tuotetaan asiakkaalle arvoa, eli millaisia toimenpiteitä jakelu vaatii, miten hoidetaan asiakassuhteet ja miten tulovirtoja saadaan aikaiseksi. Vasempaan yläkulmaan kirjataan tärkeimmät yhteistyökumppanit (Key Partners). Mietitään, ketkä ovat tärkeimmät toimittajat ja mitä tärkeitä resursseja hankitaan yhteistyökumppaneilta. Tällaisilla tärkeimmillä resursseilla (Key Resources), tarkoitetaan resursseja, joilla asiakkaille annetut arvolupaukset saadaan toteutettua. Vasempaan alakulmaan kirjataan vielä lopuksi, mistä syntyvät merkittävimmät kulut (Cost Structure). Tähän arvioidaan myös, mitkä resurssit ja toimenpiteet ovat aiheuttavat eniten kustannuksia. (Service Design Toolkit 2012a, viitattu 24.2.2017; Strategyzer, viitattu 24.2.2017.)

Liiketoimintamallin suunnittelu ei kuitenkaan ollut opinnäytetyöni tavoitteena, vaan lähdin hyödyntämään liiketoimintamallityökalua (katso kuvio 27) opinnäytetyön tavoitteen näkökulmasta. Sama kuvio on myös liitteenä 4, jotta sitä voi katsoa suurempana. Tavoitteenani oli tutkia, onko mahdollista, että leikillisuus näkyisi mobiilisovelluksen tuottaman palvelun arvolupauksessa, viestinnässä ja jopa yrityksen liiketoimintamallissa? Mietin, millaisella arvolupauksella näille erilaisille profiileille kannattaisi viestiä sovelluksen käytön vaikutuksista, ja löytyisikö heille sopivaa huumorinäkökulmaa tai -tapaa viestin läpiviemiseksi. Näitä samoja näkökulmia voisi hyödyntää esimerkiksi sosiaaliseen mediaan ladattavissa videoissa ja muussa viestinnässä. Myös asiakasyritysten esimiesten olisi hyvä pitää nämä arvolupaukset ja huumorinäkökulmat mielessään, kun perustelevat työntekijöilleen syitä, miksi sovellusta olisi hyvä käyttää. Näin työntekijät saataisiin parhaiten motivoitumaan ja sitoutumaan sovelluksen käyttöön.



KUVIO 27. Osittain täytetty Business Model Canvas (Liite 4)

Asiakassegmenttien kohdalle (katso kuvio 28) kirjasin työpajassa kehitetyt kolme käyttäjäprofiilia ja arvolupauksen kohdalle (katso kuvio 29) kirjasin edellisessä kappaleessa muodostetut profiili-kohtaiset arvolupaukset. Tämän jälkeen mietin, millaisella huumorilla ja viestillä jokaiselle kannattaisi sovelluksesta viestiä, kun perustellaan sovelluksen käyttötarvetta.

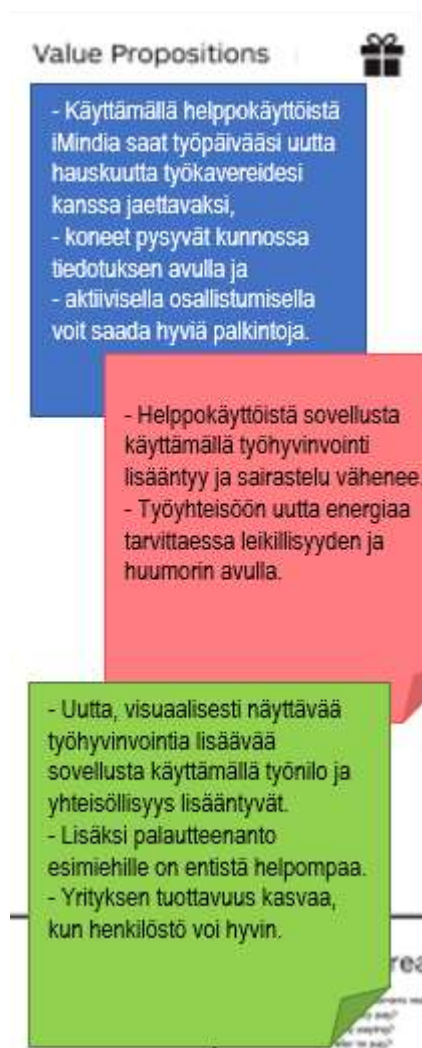


KUVIO 28. Asiakassegmentit - Customer Segments

Pekalle annettava arvolupaus (katso kuvio 29) olisi, että *"Käyttämällä helppokäyttöistä iMindia saat työpäivääsi uutta hauskuutta työkavereidesi kanssa jaettavaksi, koneet pysyvät kunnossa tiedotuksen avulla ja aktiivisella osallistumisella voit saada hyviä palkintoja."* Pekan näkökulmasta positiivista olisi työn sujuvuuden varmistuminen, kun työkoneet ja henkilöstö pysyisivät työkunnossa. Samoin erilaiset uudet hauskat sisällöt sovelluksessa kannattaa esitellä Pekalle. Viestinnässä ylipäätään kannattaa käyttää huumoria. Voisi hyödyntää videoita, vitsejä ja sarjakuvia.

Anna-Liisalle annettava arvolupaus (katso kuvio 29) olisi, että *"Helppokäyttöistä sovellusta käyttämällä työhyvinvointi lisääntyy ja sairastelu vähenee. Työyhteisöön uutta energiaa tarvittaessa leikkisyyden ja huumorin avulla."* Anna-Liisalle kannattaa viestinnässä korostaa helppokäyttöisyyttä, käyttöönoton opastusta ja käyttöohjeita. Tärkeintä Anna-Liisalle kuitenkin on hyvinvoinnin lisääntyminen, ja tämä kannattaa pitää kaikessa viestinnässä päällimmäisenä sanomana. Ylenpalttista vitsejä ei kannata painottaa Anna-Liisalle.

Minnalle annettava arvolupaus (katso kuvio 29) olisi, että *”Uutta, visuaalisesti näyttävää työhyvinvointia lisäävää sovellusta käyttämällä työn ilo ja yhteisöllisyys lisääntyvät. Lisäksi palautteenanto esimiehille on entistä helpompaa. Yrityksen tuottavuus kasvaa, kun henkilöstö voi hyvin.”* Minna on kätevä puhelimen kanssa, joten hänelle ei niinkään helppokäyttöisyyden korostaminen tuota tuloa. Minnalle kannattaa korostaa yhteishengen parantumista ja inhimillisiä arvoja. Myös sitä, että sovelluksen avulla työpäivään on mahdollista saada uutta yhteisöllisyyttä, sisältöä ja hauskuutta, kannattaa tuoda esille. Minnalle kannattaa viestiä myös siitä, että hyvinvoivan henkilöstön avulla yrityksen kannattavuus paranee ja näin hänen luottamuksensa oman toimeentulonsa turvaamisesta kasvaa. Minnaan viesti uppoaa parhaiten nokkelalla huumorilla ja sanailulla. Hän on tottunut jakamaan sisältöä kavereiden kanssa, joten työyhteisön sisällä jaettavat hassut sattumukset tms. ovat hänelle mieluisia.



KUVIO 29. Arvolupaukset - Value Propositions

6.3 Huumoria ja leikillisyyttä iMind-sovellukseen

Seuraavaksi esittelen tarkemmin, millaisia uusia ominaisuuksia sovellukseen voisi kehittää. Ensin esittelen Excel-taulukoon listatut ideat. Tämän jälkeen esittelen, millaisilla ominaisuuksilla voisi pyrkiä hillitsemään käyttöinnostuksen laantumista. Lopuksi esittelen vielä, millaisia uusia kysymyksiä sovellukseen voisi lisätä.

6.3.1 Uusia humoristisia ja leikillisiä ideoita sovellukseen

Prosessin aikana on käytetty luovia ja visuaalisia menetelmiä ideoiden keräämisessä ja työstämisessä, mutta päädyin tekemään tulosten yhteenvedon Excel-taulukoon (Liite 5). Koulun opintojakson kuvauksen mukaisesti opinnäytetyön tulokset tulisi osata esittää ymmärrettävästi erilaisille kohderyhmille (Oulun ammattikorkeakoulu, opinnäytetyön opintojaksokuvaus, viitattu 24.2.2017). Päädyin Exceliin, koska oletan sen olevan tuttu työkalu motiMind Oy:n insinööreille.

Tein taulukon, mihin keräsin prosessin aikana keksityt ideat (katso kuvio 30). Taulukossa ideoita voidaan järjestää ja rajata jokaisen sarakkeen mukaan. Taulukkoon on myös helppo päivittää uusia ideoita. Kuvaan seuraavaksi tekemäni taulukon käyttömahdollisuuksia ja teknistä toteutusta tarkemmin. Taulukon esittelyn jälkeen esittelen vielä uudet ideat ja johtopäätökset tarkemmin.

Idean lyhyt kuvaus	Käyttäjäprofiili (Pekka, Anna-Liisa, Minna)	Palvelupolun palvelupisteet/vaiheet (ennen käyttöä, sovelluksen käytön aikana, käytön jälkeen)
Hauskoja videoita markkinointiin ja someen	Pekka	ennen käyttöä
Äänestyksiä	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Kilpailuja	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Palkintoja	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Visuaalisuus	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Sarjakuva	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Videot palkinnoksi	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Huumorityypin räätälöinti henkilökohtaiseksi	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Työympäristön huomioiminen kysymyksissä	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Humoristinen tarina työpaikasta, missä voidaan huonosti	Minna	ennen käyttöä
Tarina työpaikasta läpi koko palvelupolun	Minna	ennen käyttöä
Sovelluskauppaan ja lataussähköpostiin humoristinen kuvaus sovelluksesta sekä panostusta visuaalisuuteen	Minna	ennen käyttöä

Sovelluksen alkuun tervehdys (hauska kuva, vitsi tai iloinen hymiö)	Minna	sovelluksen käytön aikana
Käyttäjäprofiiliin kuva	Minna	sovelluksen käytön aikana
Käyttäjäprofiilin kuvan muokkaaminen pilapiirrostyyp-piseksi	Minna	sovelluksen käytön aikana
Käyttäjäprofiiliin lempinimi	Minna	sovelluksen käytön aikana
Humoristisia kysymyksiä omasta persoonasta joista esittely käyttäjistä	Minna	sovelluksen käytön aikana
Otsikot ja kysymykset humoristisella kirjoitustyylillä	Minna	sovelluksen käytön aikana
Palaute omista vastauksista GIF-videona (tuulet-taa/lohduttaa...)	Minna	sovelluksen käytön aikana
Kysymysten vastaamiseen hymiöt ääripäiksi numeroi-den sijaan	Minna	sovelluksen käytön aikana
Kysymyksiin arvio omasta panoksesta huumori-ilmas-toon ja yhteishenkeen	Minna	sovelluksen käytön aikana
Facebookista tutut peukutukset käyttöön koko tiimiä koskeviin tuloksiin	Minna	sovelluksen käytön aikana
Leikillisyyttä, visuaalisuutta ja pelillisyyttä lisääviä graafisia ratkaisuja	Minna	sovelluksen käytön aikana
Äänestyksiä (äänestä viikon hauskin sattumus/vitsi tms)	Minna	sovelluksen käytön aikana
Äänestä kuukauden symppis työkaveri	Minna	sovelluksen käytön aikana
Vastausaktiivisuuden mukaan palkintoja	Minna	sovelluksen käytön aikana
Työympäristön huomioiminen kysymyksissä	Minna	sovelluksen käytön aikana
Sovelluksen palkinnot voisi vaihtaa liikunta/kulttuuri-seteleihin	Minna	käytön jälkeen
Kerran viikossa kehoitus "välitunnille": 15 min. leikin-omaista, hauskaa liikkumista työpaikalla	Minna	käytön jälkeen
Juhlat työpaikalla, kun sovellus näyttää hyvinvoinnin li-sääntyvän	Minna	käytön jälkeen
Käyttöohjeet	Anna-Liisa	ennen käyttöä
Tiedotteet visuaalisemmaksi	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Ensivaikutelman parannus	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Kuvia sarjakuvatyyllillä tai pilapiirroksina	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Kysymysten vastaamiseen hymiöt ääripäiksi numeroi-den sijaan	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Hahmo näytölle vitsailemaan	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Kyselyyn vastanneille palkinnoksi linkki hauskaan vi-deoon	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Huumoriominaisuudet pois päältä	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana

KUVIO 30. Ote tulokset sisältävästä Excelistä

Taulukossa on sarakkeet idean kuvaamiselle: Idean lyhyt kuvaus, käyttäjäprofiili, palvelupolun palvelupisteet/vaiheet. Idean lisäksi kirjataan, mihin käyttäjäprofiiliin idea liittyy, ja mihin palvelupolun vaiheeseen idea ajoittuu. Seuraavat kaksi saraketta on varattu idean merkityksen arvioinnille. Ensin arvioidaan, onko asiakkaan kokema lisäarvo kyseessä olevasta ideasta merkittävä, keskinen vai vähäinen (katso kuvio 31). Olen merkinnyt taulukkoon kolme merkittävintä uutta ominaisuutta jokaisen käyttäjäprofiilin näkökulmasta. Nämä valinnat perustuvat kehittämääni arvolupaukseen kappaleessa 6.1.

Idean lyhyt kuvaus	Käyttäjäprofiili (Pekka, Anna-Liisa, Minna)	Asiakkaan kokema lisäarvo (merkittävä/keskinkertainen/vähäinen)
Kilpailuja	Pekka	merkittävä
Palkintoja	Pekka	merkittävä
Työympäristön huomioiminen kysymyksissä	Pekka	merkittävä
Leikillisyyttä, visuaalisuutta ja pelillisyyttä lisääviä graafisia ratkaisuja	Minna	merkittävä
Työympäristön huomioiminen kysymyksissä	Minna	merkittävä
Kerran viikossa kehitys "välitunnille": 15 min. leikinomaista, hauskaa liikkumista työpaikalla	Minna	merkittävä
Käyttöohjeet	Anna-Liisa	merkittävä
Kysymysten vastaamiseen hymiöt ääripäiksi numeroiden sijaan	Anna-Liisa	merkittävä
Huumoriominaisuudet pois päältä	Anna-Liisa	merkittävä

KUVIO 31. Ideoiden arviointi asiakkaan kokeman lisäarvon näkökulmasta.

Seuraavassa sarakkeessa (katso kuvio 32) voidaan samalla tavalla arvioida idean tuoma lisäarvo liiketoiminnan kannalta. Merkitsin taulukkoon oman arvioni mukaan, kolme merkittävintä ideaa motiMind Oy:n liiketoiminnan kannalta. Tämä arviointi ei perustu tutkimukseen, vaan on kirjattu tähän ikään kuin esimerkiksi. motiMind Oy voi tehdä oman arvionsa työkalun avulla.

Idean lyhyt kuvaus	Käyttäjäprofiili (Pekka, Anna-Liisa, Minna)	Lisäarvo liiketoiminnalle (merkittävä/keskinkertainen/vähäinen)
Hauskoja videoita markkinoitiin ja someen	Pekka	merkittävä
Sovelluskauppaan ja lataussähköpostiin humoristinen kuvaus sovelluksesta sekä panostusta visuaalisuuteen	Minna	merkittävä
Ensivaikutelman parannus	Anna-Liisa	merkittävä

KUVIO 32. Ideoiden tuoman lisäarvon arviointia liiketoiminnan näkökulmasta.

Seuraaviin sarakkeisiin motiMind Oy voi arvioida toteutusta (katso kuvio 33). Nämä sarakkeet jätin tyhjiksi, koska toteutusmahdollisuuksien arvioiminen rajattiin tämän työn ulkopuolelle.

Idea lyhyt kuvaus	TOTEUTUKSEN			
	helppous (helppo/keskinkertainen/ vaikea/selvitettävä)	kustannustaso (edullinen/keskinkertainen/ kallis/selvitettävä)	todennäköisyys (toteutetaan/harkitaan/ ei toteuteta)	ajankohta
Hauskoja videoita markkinoitiin ja someen				
Sovelluskauppaan ja lataussähköpostiin				
humoristinen kuvaus sovelluksesta sekä panostusta				
Ensivaikutelman parannus				

KUVIO 33. Toteutuksen arviointia.

Seuraavaksi kuvaan vielä uudet ideat ja johtopäätökset tarkemmin. Kuvaan ideat palvelupolun (kappale 5.3) mukaisessa järjestyksessä, jotta eri käyttäjäprofiilien mukaan muodostetuista ideoista saataisiin muodostettua tuloksiin yhtenäinen kokonaisuus. Ennen sovelluksen käyttöä (katso kuvio 34) voisi huumoria ja leikillisyyttä hyödyntää viestinnässä ja markkinoinnissa. Sosiaaliseen mediaan voisi ladata humoristisia videoita, joissa esiteltäisiin sovelluksen käyttämisen hyötyjä. Voisi esimerkiksi kehittää humoristisen tarinan riitaisesta työpaikasta, jossa yhteisen leikillisen tekemisen avulla saataisiin riidat sovittua ja yhteishenkeä parannettua. Sovelluskaupoissa voisi olla myös humoristinen kuvaus sovelluksesta. Lisäksi sovelluskauppaan olisi hyvä toimittaa kuvat uusitusta sovelluksesta, joissa huumori näkyisi. Käyttöohjeiden tarpeellisuutta ja laajuutta kannattaa miettiä, kunhan selviää, millainen toteutus uusittuun sovellukseen tulee.

Idea lyhyt kuvaus	Käyttäjäprofiili	Palvelupolun palvelupisteet/vaiheet
	(Pekka, Anna-Liisa, Minna)	(ennen käyttöä, sovelluksen käytön aikana, käytön jälkeen)
Hauskoja videoita markkinoitiin ja someen	Pekka	ennen käyttöä
Humoristinen tarina työpaikasta, missä voidaan huonosti	Minna	ennen käyttöä
Tarina työpaikasta läpi koko palvelupolun	Minna	ennen käyttöä
Sovelluskauppaan ja lataussähköpostiin humoristinen kuvaus sovelluksesta sekä panostusta visuaalisuuteen	Minna	ennen käyttöä
Käyttöohjeet	Anna-Liisa	ennen käyttöä

KUVIO 34. Ideoita palvelupolulle ennen sovelluksen käyttöä

Ideoita itse sovellukseen (katso kuvio 35) tuli määrällisesti eniten. Ideoissa on jonkin verran toistoa ja päällekkäisyyksiä, koska eri profiilien työryhmille on tullut samoja ideoita. Yhteenvetona ideoista voisi todeta, että toivottiin visuaalisuutta, kilpailuja, äänestyksiä, huumoripitoisia videoita yms. sisältöä, sekä sosiaalisesta mediasta tuttuja ominaisuuksia, kuten käyttäjäprofiilien luomista, sisällön

jakamis-, kommentointi- sekä tykkäysominaisuuksia. Lisäksi toivottiin, että huumoriominaisuudet voisi saada tarvittaessa pois päältä. Ajateltiin, että on elämäntilanteita tai yksittäisiä päiviä, jolloin ei haluaisi tulla 'häirityksi' huumorilla.

Idean lyhyt kuvaus	Käyttäjäprofiili (Pekka, Anna-Liisa, Minna)	Palvelupolun palvelupisteet/vaiheet (ennen käyttöä, sovelluksen käytön aikana, käytön jälkeen)
Äänestyksiä	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Kilpailuja	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Palkintoja	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Visuaalisuus	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Sarjakuva	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Videot palkinnoksi	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Huumorityypin räätälöinti henkilökohtaiseksi	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Työympäristön huomioiminen kysymyksissä	Pekka	sovelluksen käytön aikana
Sovelluksen alkuun tervehdys (hauska kuva, vitsi tai iloinen hymiö)	Minna	sovelluksen käytön aikana
Käyttäjäprofiiliin kuva	Minna	sovelluksen käytön aikana
pilapiirrostyypiseksi	Minna	sovelluksen käytön aikana
Käyttäjäprofiiliin lempinimi	Minna	sovelluksen käytön aikana
Humoristisia kysymyksiä omasta persoonasta joista esittely käyttäjästä	Minna	sovelluksen käytön aikana
Otsikot ja kysymykset humoristisella kirjoitustyyllillä	Minna	sovelluksen käytön aikana
Palaute omista vastauksista GIF-videona (tuulettaa/lohduttaa...)	Minna	sovelluksen käytön aikana
Kysymysten vastaamiseen hymiöt ääripäiksi numeroiden sijaan	Minna	sovelluksen käytön aikana
Kysymyksiin arvio omasta panoksesta huumori-ilmastoon ja yhteishenkeen	Minna	sovelluksen käytön aikana
Facebookista tutut peukutukset käyttöön koko tiimiä koskeviin tuloksiin	Minna	sovelluksen käytön aikana
Leikillisyyttä, visuaalisuutta ja pelillisyyttä lisääviä graafisia ratkaisuja	Minna	sovelluksen käytön aikana
Äänestyksiä (äänestä viikon hauskin sattumus/vitsi tms)	Minna	sovelluksen käytön aikana
Äänestä kuukauden symppis työkaveri	Minna	sovelluksen käytön aikana
Vastausaktiivisuuden mukaan palkintoja	Minna	sovelluksen käytön aikana
Työympäristön huomioiminen kysymyksissä	Minna	sovelluksen käytön aikana
Tiedotteet visuaalisemmaksi	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Ensivaikutelman parannus	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Kuvia sarjakuvatyyllillä tai pilapiirroksina	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Kysymysten vastaamiseen hymiöt ääripäiksi numeroiden sijaan	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Hahmo näytölle vitsailemaan	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Kyselyyn vastanneille palkinnoksi linkki hauskaan videoon	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana
Huumoriominaisuudet pois päältä	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana

KUVIO 35. Ideoita sovellukseen

Sovelluksen avulla voidaan tuoda leikkisyyttä myös sovelluksen jälkeiselle ajalle, eli käytännössä työyhteisössä oikeasti toteutettavaksi (katso kuvio 36). Mikäli sovelluksessa voi esimerkiksi kerätä palkintoja, kuten kolikoita tms. ne voisi saada vaihdettua työnantajan kanssa esimerkiksi liikunta- tai kulttuuriseteleihin. Näin saataisiin työntekijöitä aktivoitua työhyvinvointia lisäävän toiminnan pariin. Lisäksi sovellus voisi kehottaa välillä työntekijöitä ”välitunnille”, eli tekemään jotain hauskaa leikkilistä toimintaa. Tämä toimisi taukojumppana, mutta tarjoaisi samalla naurun aihetta ja yhteistä hauskuutta. Esimerkkinä tällaisesta tekemisestä voisi olla aiemmin mainitut leikit ”Pomo piilossa” (esimies on piilossa ja hänet pitää etsiä), ”Pomo käskee” (”kapteeni käskee” säännöillä) ja ”Digiloikka” (pituushyppy ilman vauhdinottoa). Asta Rossi (2012) totesi, että parhailla työpaikoilla juhlittiin ahkerasti saavutuksia. Tähän ajatukseen perustuen työpaikoilla voisi järjestää juhlat, kun jokin rajapyykki työhyvinvoinnin kehittämisessä tulee saavutetuksi.

Ideen lyhyt kuvaus	Käyttäjäprofiili (Pekka, Anna-Liisa, Minna)	Palvelupolun palvelupisteet/vaiheet (ennen käyttöä, sovelluksen käytön aikana, käytön jälkeen)
Sovelluksen palkinnot voisi vaihtaa liikunta/kulttuuriseteleihin	Minna	käytön jälkeen
Kerran viikossa kehoitus ”välitunnille”: 15 min. leikinomaista, hauskaa liikkumista työpaikalla	Minna	käytön jälkeen
Juhlat työpaikalla kun sovellus näyttää hyvinvoinnin lisääntyvän	Minna	käytön jälkeen

KUVIO 36. Ideoita sovelluksen jälkeiselle ajalle

Seuraavissa kappaleissa käsittelen Excelin ulkopuolisia kehitysideoita. Ensin esittelen käyttöinnostuksen laantumista hillitsevistä ominaisuuksista ja sen jälkeen ehdotuksiani uusiksi kysymyksiksi iMind-sovellukseen. Ehdotukseni perustuvat tutkimukseni tietoperustaan.

6.3.2 Parempi käyttäjäkokemus käyttöinnostuksen laantumista hillitsemään

Tutkimusongelmanani oli hyvinvointisovellusten käyttöinnostuksen laantuminen alkuinnostuksen jälkeen. Kuljun tulosten mukaan työhyvinvointiin vaikuttavien sovellusten on oltava kiinnostavia, riittävän yksinkertaisia ja arkielämään sopivia. Sovellusten kehitysprosessissa tulisi huomioida, että paino on käyttäytymisen muuttamisessa, eikä tekniikassa. (2015, 29.)

Tutkittaessa puolestaan huumorin roolia asiakkaiden sitoutuneisuuteen sosiaalisessa mediassa, havaittiin viitteitä siitä, että huumorin avulla voidaan lisätä asiakkaan sitoutuneisuutta yritystä kohtaan (Ge & Gretzel 2017). Lisäksi tutkittaessa mobiiliin terveysteknologian käyttöä sitouttavana välineenä terveydenhuollossa, havaittiin, että mobiiliteknologian avulla on mahdollista edistää positiivista terveystyöskäytymistä. Vaikuttamalla potilaan asenteeseen, voidaan potilaan käyttäytymiseenkin vaikuttaa. (Luomanen 2014.) Näitä tutkimustuloksia mukaillen, voisi ajatella huumorilla pystyttävän vaikuttamaan käyttäjän sitoutuneisuuteen myös iMind-sovelluksen käyttämisen suhteen. Huumorilla on mahdollista vaikuttaa työntekijän asenteeseen ja sitä kautta käyttäytymiseen.

Erilaisia hyvinvointia edistäviä mobiilisovelluksia tutkittaessa toimiviksi keinoiksi on havaittu terveystyöskäytymistä kuvaavien mallien ja 'teorioiden hyödyntäminen, usein lisätyt päivitykset, räätälöinti, useat eri käyttäytymisen muutosteoriat, sosiaalinen tuki, lyhyehkö kesto sekä kehotukset ja muistutukset'. Kävi myös ilmi, että muun muassa stressinhallintaa ja epäonnistumisen ehkäisyä ei juuri hyödynnetä. (Kallanto 2015.) iMind-sovelluksessa oli hyvin kuvattu erilaisia teorioita kysymysten taustalla. Niillä voisi olettaa olevan vastaavaa hyötyä kuin edellä mainitussa Kallannon tutkimuksessa. Erilaisilla kehotuksilla ja muistutuksilla saataisiin käyttöinto säilymään pidempään.

Luvussa 4 käsittelin mobiilisovelluksen käyttäjäkokemukseen liittyviä asioita. Tulini siihen johtopäätökseen, että tehtäväkeskeisyys on hyvä muistaa suunnittelussa. Huumori ei saa vaikeuttaa ydintehtävän, eli kysymyksiin vastaamisen, suorittamista. Hieno, peliä visuaalisesti muistuttava käyttöliittymä voi tuntua houkuttavalta ajatukselta, kun tavoitellaan visuaalisesti näyttävää, humoristista ja leikillistä sovellusta. On kuitenkin varottava, ettei mennä liiallisuuteen käytettävyyden näkökulmasta. Suorituskyky ja sovelluksen tiedostokoko on syytä huomioida myös uusien leikillisiä ominaisuuksia suunniteltaessa. Mikäli tasapaino uusien leikillisyyttä lisäävien ominaisuuksien ja positiivisen käyttökokemuksen välillä löytyy, leikillisyyttä lisäämällä saadaan sovelluksen kiinnostavuutta lisättyä. Huumoria ja leikillisyyttä sovellukseen lisättäessä on muistettava kuitenkin ottaa huomioon myös yrityksen arvot ja tavoitteet. Huumori ei saa olla yrityksen arvojen vastaista, vaikka se viihdyttäisikin käyttäjiä. Sopivaa huumoria ja leikillisyyttä kannattaa testata suunnitelmallisesti ja tarpeeksi aikaisessa vaiheessa. Vaikka palvelu olisi muuten asiakkaalle mieluinen, voi epäonnistunut huumori karkottaa asiakkaan.

Lisäksi luvussa 4 esiteltiin SuperBetter-sovellukseen kannattaa tutustua. Sovelluksesta voi löytyä ideoita mm. nökkeliin humoristisiin sanaleikkeihin, joiden avulla saa pienellä vaivalla lisättyä huumoria iMind-sovelluksen nykyiseenkin versioon. Tarttuva tuoli lienee tästä hyvä esimerkki.

6.3.3 Uusia kysymyksiä sovellukseen

Käsittelin luvussa 3 leikillisyyden ja huumorin vaikutusta työhyvinvointiin. Siellä käsittelin aihetta iMind-sovelluksen teemojen kautta. Teemat ovat johtaminen ja esimiestyö, työtehtävät ja rooliodotukset, yhteishenki, vuorovaikutus, luottamus ja sitoutuminen. Sovelluksessa on kysymyksiä, joilla työntekijöitä herätellään pohtimaan ja arvioimaan näitä teemoja. Perustuen tutkimukseni tietoperustaan ja kehittämistehtävän tuotoksiin, ehdottaisin huumorin ja leikillisyyden huomioimista myös näissä kysymyksissä. Näin työpaikoilla kiinnitettäisiin huomiota huumoriin ja leikillisyyteen, joten sovelluksen avulla saataisiin työpaikoille lisää leikillisyyttä. Esittelen seuraavassa tarkemmin, miten ja miksi huumorin ja leikillisyyden voisi huomioida kysymyksissä.

Johtaminen ja esimiestyö

- Onko työpaikallanne huumoria?
- Osallistuuko johtaja leikinlaskuun?
- Suhtautuuko esimiehesi hyväksyvästi huumoriin työpaikalla?

Työpaikan huumori-ilmapiiiriä voidaan, ja tulisi johtaa. Esimies voi omalla esimerkillään johtaa huumoria rakentavaan suuntaan ja toisaalta puuttua tuhoisaan, sarkastiseen huumoriin. Sydänmaanlakan (2006) näkemyksen mukaan hyvä johtajuus on työntekijöiden ja organisaatioiden energisoinnista ja työskentelyn tehokasta järjestämistä. Lisäksi Kylmänen (2015) totesi, että yrityksen ylin johto luo omalla esimerkillään yrityksen työhyvinvointikulttuurin, joka ikään kuin valuu läpi organisaation. Lisäksi esimiehen on tärkeää sallia huumorin käyttö, vaikka se ei olisikaan hänelle itselleen mieluinen ilmiö.

Työtehtävät ja rooliodotukset

- Jääkö sinulle aikaa leikinlaskuun työkavereiden kanssa?
- Onko työpaikkasi ilmapiiiri sellainen, että uskallat laskea leikkiä vaikeista asioista?

Mikäli työ on liian kuormittavaa, tai ilmapiiiri huono, jää leikillisuus ja huumori helposti liian vähälle huomiolle. Kulju (2015) totesi, että työpaikan tulehtuneiden ihmissuhteiden taustalla on usein työhön liittyviä tekijöitä, kuten työnjaon epäselvyys tai työnjaolliset ongelmat. Myös työn liiallinen kuormittavuus saattaa tulehduttaa työpaikan ilmapiiiriä.

Yhteishenki

- Onko työpaikkanne huumori hyvántahtoista leikinlaskua?
- Onko teillä vapaamuotoista yhteistä tekemistä?
- Koetko työpaikkasi huumori-ilmapiirin rakentavaksi vai tuhoavaksi?

Työpaikoilla voi näennäisesti olla paljonkin naurua ja hauskuutta, mutta se voi olla myös ilmapiiriä tuhoavaa huumoria. Sarkastisella huumorilla voidaan loukata toisia, tai voidaan jättää osa työntekijöistä huumorin ulkopuolelle. Kylmänen (2015) tutki Suomen parhaat työpaikat 2015 -yrityksistä huumorin käyttöä. Hänen mukaansa työhyvinvointia parantaa työpaikan sisäinen huumori. Toverillinen vitsailu on hyvántahtoista huumoria, jonka avulla lisätään yhteenkuuluvuutta. Sen sijaan sarkastista huumoria ja ivaavaa pilailua tulisi välttää. Ne ilmentävät kritisointia, väheksyntää ja manipulaatiota.

Vuorovaikutus

- Tuntuuko sinusta, että huumori on luonteva osa vuorovaikutusta työpaikallasi?

Yhteisen, tilanteeseen sopivan huumorin jakaminen tiivistää yhteisöä ja lisää innostusta. Huumoria voidaan käyttää, mutta huumorin käyttäminen on jo hieman edistyneemmän vuorovaikutussuhteen työkalu. Huumoria voidaan käyttää, kunhan vuorovaikutussuhde on kehittynyt riittävälle tasolle. (Aalto-Setälä & Saarinen 2014.) Huumori ja leikinlasku voi olla väkinäistä, mikäli vuorovaikutuksessa on muita ongelmia.

Luottamus

- Luotatko työyhteisösi ilmapiiriin niin paljon, että uskallat heittäytyä leikkiin ja huumoriin mukaan?
- Luotatko siihen, että sinua ei loukata huumorin varjolla?

Huumorin käytössä on syytä muistaa tietty varovaisuus, sillä valtaosa arjen huumorista on ymmärrettävissä vain tuttujen ihmisten kesken (Aalto-Setälä & Saarinen 2014). Luottamuksellisessa ilmapiirissä voidaan luottaa siihen, että huumorin varjolla ei loukata toisia. Lisäksi heittäytyminen leikkiliseen yhteiseen toimintaan vaatii luottamusta työkavereita kohtaan.

Sitoutuminen

- Tunnetko haluavasi sitoutua työyhteisösi?
- Tuntuuko sinusta, että työpaikallasi on tarpeeksi leikkisyyttä ja huumoria työn vastapainoksi?

Myönteisten tunteiden kokemisen on todettu olevan suorastaan välttämätöntä niin fyysisen, psyykkisen kuin sosiaalisenkin hyvinvointimme kannalta. Ilosta, yhteenkuuluvuuden tunteesta ja arvostuksesta kasvaa innostus, joka puolestaan on onnistumisen ja onnellisuuden kannalta välttämätöntä (Aalto-Setälä & Saarinen 2014.) Huumorin avulla luodaan positiivisia tunteita ja sitä kautta sitoutumista. Mikäli työpaikalla on hyvä olla ja tuntee kuuluvansa yhteisöön, jaksaa tehdä yksitoikkoista ja vaikeakin työtä.

Työyhteisötaidot

- Muistatko tervehtiä työkavereitasi?
- Autatko työkavereitasi mahdollisuuksiesi mukaan?
- Pidätkö antamasi lupaukset?
- Huolehditko työpaikallasi yleisestä viihtyvyydestä?
- Huolehditko omalta osaltasi työpaikkasi huumori-ilmapiiristä?
- Osallistutko työpaikkasi yhteisiin leikkilisiin aktiviteetteihin?

Työyhteisötaitoihin kuuluvat arkiset taidot, kuten tervehtiminen, kuunteleminen, auttaminen, lupauksen pitäminen ja ihmisiksi olemisen taidot. (Manka 2012, 89.) Työyhteisötaitoja ei iMind-sovelluksessa tällä nimellä mainita, vaan nämä arkiset työyhteisötaidot sisältyvät muihin edellä mainittuihin osa-alueisiin. Kuten Sydänmaanlakka (2006) ja Manka (2012) totesivat omissa tutkimuksissaan, jokaisella yksilöllä on oma vastuunsa työyhteisön hyvinvoinnista. Tästä syystä halusin nostaa nämä taidot tähän erillisen otsikon alle. Helposti tulee etsineeksi syitä ongelmiin muista, kun pitäisi kuitenkin ensin tarkistaa oma osuus asiaan. Näiden kysymysten tarkoitus on herätellä käyttäjää miettimään omaa osuuttaan ilmapiirin kehittämiseen.

7 POHDINTA

Sanotaan, että leikki on lasten työtä. Onko työ sitten vastaavasti aikuisten leikkiä? Toivottavasti. Lapsen leikki on parhaimmillaan niin innostunutta, että ympäröivä maailma tuntuu häviävän eikä leikin kehittymiselle näytä olevan mitään rajoja. Tällaista innostumista toivoisi myös aikuisen saavan kokea työnsä parissa. Näin minulle kävi tämän työn kanssa.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli ideoida iMind-sovellukseen sellaisia huumoria ja leikillisyyttä hyödyntäviä ominaisuuksia, joiden avulla käyttöinnostusta saataisiin lisättyä ja sovelluksen käyttämistä jatkettaisiin siten mahdollisimman pitkään. Lopputuloksena on paljon kehityskelpoisia ideoita. Lisäksi tutkin, millaisella huumorilla ja leikillisyydellä voisi vaikuttaa työhyvinvointiin. Kirjallisuuden pohjalta selvisi, että positiivisella huumorilla ja erilaisilla leikillisyyden muodoilla voidaan mm. laskea stressitasoa, lisätä yhteenkuuluvuuden tunnetta ja selvittää tukalista tilanteista sekä lisätä luovia ratkaisuja. Tutkin myös millaisilla leikillisillä ominaisuuksilla sovelluksen käyttäjäkokemusta voisi parantaa. Sopivalla innostamisella ja positiivisuudella voidaan saada myös käyttökokemus paremmaksi. Ihmisen tunteet vaikuttavat siihen, millaisen käyttökokemuksen hän saa. Ammattitaitoisella teknisellä toteutuksella, löytämällä tasapaino suorituskyvyn ja tarpeellisten ominaisuuksien välille, käyttökokemus voidaan saada paremmaksi.

Termit huumori tai pelillisuus eivät tuntuneet riittävältä kuvaamaan sitä kokonaisuutta, millaisia ominaisuuksia sovellukseen tavoittelimme. Huumori koetaan hyvin eritavoin henkilöstä riippuen. Lisäksi pelaaminen, ja sitä myöten termin pelillisuus, luo erilaisia mielikuvia henkilöstä riippuen. Osa ihmisistä pelaavat paljon ja ovat kilpailuhenkisiä, kun taas toiset inhoavat kilpailua ja eivät juuri pelaa. Ja näiden ääripäiden välissä on erilaisia pelaajatyyppisiä. Ei siis ole välttämättä viisasta puhua huumorista tai pelillistämisestä työhyvinvointisovelluksen yhteydessä. *Leikillisuus* tuntuisi olevan sopiva termi työhyvinvoinnin yhteyteen. Todella mielenkiintoista oli huomata, että tutkimuksessa (Psychology 2017) oli havaittu sama ongelma ja todettu, että tarvittaisiin kokonaan uusi sana kuvaamaan aikuisten leikillisyyttä.

Baer kuvaili Helsingin Sanomien artikkelissaan älykkäästi leikillistä tyyppiä siten, että hän saa ideoitensa avulla temmattua muut työnimiuun mukaan (2017); arvokas leikillisyyden muoto siis yrityksen tuottavuuden näkökulmasta. Tuntuisi kiehtovalta ajatukselta, jos näitä kaikkia erilaisia leikilli-

syyden muotoja saisi hyödynnettyä työyhteisössä. Työpaikan 'höpöttäjä' parantaa omalla toiminnallaan työpaikan yhteishenkeä, älykkäästi leikillinen leikittelee ajatusten ja ideoiden kanssa, sekä innostaa muutkin mukaan. Yksi Proyerin (Psychology 2017) määrittelemistä tyypeistä kokee koko elämänsä pelinä, kun taas hassusti leikillinen on kiinnostunut erikoisista ja epätavallisista asioista ja huvittuu pienistä arkipäivän havainnoista. Hän tuo ihan varmasti uutta sisältöä työpaikan käytävä- ja kahvipöytäkeskusteluihin.

Leikillisiä ominaisuuksia valittaessa iMind-sovellukseen, parasta tietysti olisi, mikäli siihen saisi sisällytettyä kaikkia näitä leikillisyyden muotoja (Proyer 2012; Psychology 2017) miellyttäviä ominaisuuksia. "Höpöttäjälle" sosiaalisesta mediasta tuttuja jako- ja kommentointimahdollisuuksia, älykkäästi leikilliselle sanaleikkejä ja nokkelia ideoilla leikitteleviä tehtäviä. Henkilö, joka kokee elämänsä pelinä, arvostaa varmasti, mikäli sovelluksessa on pelillisiä piirteitä. Hassusti leikilliselle olisi tarpeen mahdollisuus kertoa muillekin arkipäivän sattumuksia ja jakaa hassuja videoita.

Työhyvinvointi toimialana on hajanainen ja nopeasti kehittyvä. Erityisesti erilaisten teknologisten ratkaisujen kehittäminen on kasvussa. SOTE-uudistus valinnanvapauksineen vaikuttaa myös työhyvinvointitoimialaan ja yritysten yhteistyömahdollisuuksiin julkisen sektorin kanssa. Toisaalta kilpailukykysovimuksen tavoitteena on työllisyyden lisääminen ja yrittämisen helpottaminen. Työurien pidentämisen tarpeesta käydään kovasti keskustelua. Taloudellinen lama vaikuttaa yritysten talouteen. Toisaalta taloudellisen laman aikana yrityksissä saattaa olla kiinnostusta työhyvinvoinnin kehittämiseen siinä toivossa, että työn tekemistä saataisiin tehostettua. Hyvistä työntekijöistä halutaan ehkä pitää kiinni taloudellisista vaikeuksista huolimatta, jolloin vuorovaikutus ja innostavuus nousevat arvoonsa.

Larjovuori ym. totesivat että tällaisten sähköisten työkalujen kehittäminen työhyvinvointitoimialalla on koko ajan kasvava ilmiö. Samassa tutkimuksessa kuitenkin todettiin, että palveluntarjoajat ja niitä tarvitsevat yritykset eivät oikein kohtaa. Ehdotettiin yhteistyötä ja verkostoitumista. (2015.) Varmasti Oulun alueellakin kannattaisi yhteistyömalleja kehittää, sillä täälläkin on useita yrityksiä, jotka kehittävät työhyvinvointia parantavia sovelluksia. Oulun alueella on myös paljon esimerkiksi työnohjaajia, joiden asiakasyritykset voisivat hyötyä tämän tyyppisistä sovelluksista.

Palvelumuotoilun avulla tuotettua kehittämistyön luotettavuutta ei voi mitata tarkasti, kuten perinteisen määrällisen tutkimuksen luotettavuutta. Luotettavuus täytyy osoittaa siten, että eri vaiheet ja tulokset ovat tarkasti dokumentoituja. Tähän on kiinnitetty erityistä huomiota. Kirjoitin heti työpajan

päätteeksi tarkat muistiinpanot. Lisäksi työpaja on videoitu, keskustelut pöydissä äänitetty ja kaikki työpajan tuotokset valokuvattu. Työpajaan osallistuneet ovat myös palauttaneet ennako- ja lopputehtävät. Raportissa olen pyrkinyt kuvaamaan järjestyksessä ja tarkasti, miten prosessi on edennyt. Lisäksi olen pyrkinyt perustelevaan tekemäni valinnat.

Tällaisen työn luotettavuus koostuu vakuuttavuuden ja vaikuttavuuden arvioinnista. Vakuuttavuus syntyy siitä, että menetelmät ja näkökulmat voidaan perustella vakuuttavasti, tutkimus on tarkasti dokumentoitu ja tulokset tarkasteltu kriittisesti. Koen, että olen osannut perustella vakuuttavasti tekemäni valinnat ja lisäksi koen, että tekemäni valinnat perustuvat laajaan tietopohjaan. Käyttäjäkokenuksen suunnittelussa käytettävät menetelmät muistuttavat paljon palvelumuotoilun menetelmiä, joten tästäkin näkökulmasta palvelumuotoilun valitseminen tämän työn menetelmäksi, tuntuu perustellulta. Vaikuttavuutta puolestaan voidaan arvioida sen mukaan, miten hyödylliseksi osalliset kokevat tulokset. Uskon, että motiMind Oy kokee hyödylliseksi tekemäni ehdotuksen sovelluksen kehittämiseksi. Myös HURMOS-hanke saanee omiin tutkimuksiinsa aineistoa näistä tuloksista ja käytetyistä menetelmistä. motiMind Oy:n tavoitteena on parantaa työhyvinvointia, joten hienoin lopputulos pitkällä tähtäimellä tietysti olisi, mikäli työpaikoilla hyvinvointi lisääntyisi käyttämällä uudistettua iMind-sovellusta.

Työni pohjalta löytyy myös jatkotutkimuksille useampia aiheita. Tässä työssä käyttäjäprofiilit eivät perustuneet kovin tarkasti määriteltyyn asiakaskuntaan, joten jatkotutkimuksena voisi luoda tarkemmat profiilit motiMind Oy:n asiakkaita haastatteleamalla. Lisäksi työni pohjalta on hyvä jatkaa mobiilisovelluksen osalta liiketoimintamallin kehittämistä ja kuvata se Business Model Canvasin avulla. Uusien, lisättävien ominaisuuksien osalta on tehtävä käytettävyydestä testauksia. Työssä tuli myös ilmi tarve uudenlaisen, huumoria sisältävän markkinointimateriaalin kehittämiseen. Työtä tehdessäni luin Aalto-Setälän ja Saarisen kirjan ”Innostus” (2014). Tietysti aiheenakin innostus innosti lukemaan, mutta lisäksi kirja oli kirjoitettu näin HURMOS-hankkeen kannalta katsottuna hurmaavan humoristisesti. Samantapaista otetta kirjoittamiseen voisi hyödyntää motiMind Oy:n markkinointimateriaaleissa. Pieni ”pilke silmäkulmassa” asiapitoista tekstiä. Viitekehityksessä mainituista leikillisyyden muodoista tämä lienee älykästä leikillisyyttä.

Kokonaista liiketoimintamallia en kehittänyt, kuten jo työn alussa rajasin. Olisi hienoa, mikäli liiketoimintamalliin jatkossa mietittäisiin huumorin ja leikillisyyden osuutta jokaisen osion kohdalla. Voisi miettiä esimerkiksi yhteistyökumppanien kohdalla, millaista huumoria voisi käyttää viestinnässä

heille päin. Ja tarvittaisiinko esimerkiksi yhteistyökumppaniksi joku sisällöntuottaja, joka auttaisi leikillisen sisällön tuottamisessa. Kanavien kohdalle voisi miettiä sosiaalisen median viestintätyyliä. Siihen voisi hyvinkin sisällyttää huumoria ja leikillisyyttä. Asiakkaiden kohdalla puolestaan voisi pohtia, olisiko jotain leikillisiä keinoja ylläpitää asiakassuhteita. Perinteinen saunailta alkoholitarjoiluineen ei välttämättä ole paras vaihtoehto, mikäli yrityksen arvoissa ja tavoitteissa on hyvinvoinnin parantaminen. Kaikkiin liiketoimintamallin osioihin ei varmasti huumori ja leikillisuus sovellu, mutta kyllä osassa on 'huumorillekin sijaa'.

Tämä opinnäytetyö jossain määrin kokosi kaikki aiemmat opintoni yhteen. Olen koko nykyisten opintojeni ajan pyöritellyt tämántapaista opinnäytetyön aihetta päässäni. Tästä johtuen olen tehnyt eri opintojaksoilla työhyvinvointiin ja palvelumuotoiluun liittyviä harjoitustöitä ja kirjoittanut aiheen ympäriltä lukuisia esseitä. Olen opintojeni aikana osallistunut myös kahden hyvinvointialan yrityksen palveluiden kehittämiseen palvelumuotoilun keinoilla. Ja onhan tämä työ eräänlainen jatkumo myös aiemmalle tietojenkäsittelyn koulutusohjelman tutkinnon opinnäytetyölleni, eli "MobileCalories – Mobiilia painonhallintaa" vuodelta 2004. Silloin kehitin hyvinvointisovelluksen ja sille liiketoimintasuunnitelman.

Prosessi eteni nopeasti, sillä tein tämän kehitystehtävän työpajoineen ja raportteineen noin kuukaudessa. Tiukasta aikataulusta huolimatta halusin tehdä työn mahdollisimman hyvin, enkä koe menneeni 'matalimman aidan' yli. Tämän kuukauden aikana olen prosessoinut aihetta tiiviisti tiedon palasia päässäni yhdistellen. Olen tyytyväinen tuloksiin ja siihen, että jaksoin ja ehdin kiireestä huolimatta rakentaa teoriapohjaa aiheeseen riittävän monipuolisesti. Myös työpaja onnistui mielestäni hyvin. Ennakkotehtävä oli virittänyt meidät kaikki tutustumaan työhyvinvointiin, joten saimme aikaiseksi paljon uusia ideoita. Parasta työpajatyöskentelyssä on selkeiden ideakokonaisuuksien muotoutuminen yhteistyön voimalla erilaisten persoonien, erilaisten työskentelytapojen ja erilaisista taustoista tulevien ihmisten ajatusten sekamelskasta.

LÄHTEET

Aalto-Setälä, P. & Saarinen, M. 2014. Innostus - Myötämanipuloinnin aakkoset. Talentum.

Ahola, H., Aro P. & Vuorela T. 2017a. Yliopettajat, Oulun ammattikorkeakoulu, Työelämälähtöinen projekti, ennakkotehtävän tehtävänanto 17.1.2017.

Ahola, H., Aro P. & Vuorela T. 2017b. Yliopettajat, Oulun ammattikorkeakoulu, Työelämälähtöinen projekti, Työpajan materiaali 1.2.2017.

Baer, K. Helsingin Sanomat. 2017. Otatko työpaikkasi hauskuuttajan vakavasti? Viitattu 26.2.2017, <http://www.hs.fi/ura/art-2000005101261.html>.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Osuuskunta Vastapaino.

Front, P. Konseptisuunnittelija, Parempi käyttökokemus. Osa 1. Viitattu 25.2.2017, <https://w3.fi/parempi-kayttokokemus-osa-1-2/>.

Ge, J. & Gretzel, U. 2017. The Role of Humour in Driving Customer Engagement. Viitattu 3.3.2017, https://www.researchgate.net/publication/312046848_The_Role_of_Humour_in_Driving_Customer_Engagement.

Havukainen, A & Toivonen, S. 2015. Tatu ja Patu työn touhussa. Otavan kirjapaino Oy.

Hyvejohtajuus. Viitattu 27.2.2017, <http://www.hyvejohtajuus.fi/15831/kun-tyo-on-nautinto/>.

Ilvonen, K. 2015. Pelillistämisen vaikutuksia työmotivaatioon ja työilmapiiriin. Savonia-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/106197/Ilvonen_Kaisa.pdf?sequence=1.

iMind-sovellus, viitattu 3.2.2017

Karmitsa, M. 2015. Mobiilisovellukset: Käytettävyys edellä hybridipuuhun. Viitattu 26.2.2017, <http://4dsoftware.fi/mobiilisovellukset-kaytettavyys-edella-hybridipuuhun/>.

Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? – Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taideteollinen korkeakoulu. Taiteen maisterin lopputyö. Viitattu 9.4.2017, http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Lopputyo_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf.

Kulju, M. 2015. Yrittäjän työhyvinvoinnin lähteillä. Verkkopalvelun kehittäminen palvelumuotoilun keinoin. Oulun ammattikorkeakoulu. Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu 9.4.2017, https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/97461/Kulju_Merja.pdf?sequence=1.

Kylmänen, S. 2015. Työhyvinvointi ja huumori – Case: Suomen parhaat työpaikat. Oulun ammattikorkeakoulu. Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu 9.4.2017, http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/97689/Kylmanen_Satu.pdf?sequence=1.

Larjovuori, R-L., Bordi, L. & Heikkilä-Tammi, K. 2015. Tampereen yliopisto. Johtamiskorkeakoulu. Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos. Etelä-Pohjanmaan pk-yritysten työhyvinvoinnin kehittäminen. Viitattu 1.2.2017, <http://www.ely-keskus.fi/documents/10191/7493433/EPO+Ty%C3%B6hyvinvoinnin+palvelutarjonta-selvitys.pdf/d2c88fcd-2d05-4fba-afaa-04b377eb935e>.

Luomanen, L. 2014. Mobiiliteknologia sitouttavana välineenä terveydenhuollossa. Jyväskylän yliopisto. Tietojärjestelmätiede. Kandidaatintutkielma. Viitattu 3.3.2017, <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/43806/Lasse%20Luomanen.pdf?sequence=1>.

Manka, M-L. & Manka, M. 2016. Työhyvinvointi. Talentum.

Manka, M-L. 2012. Työnilo. Sanoma Pro Oy.

Miettinen, S., Koivisto, M., Hämäläinen, K., Vilka, H., Mattelmäki, T., Vaajakallio, K., Kalliomäki, A., Ruuska, J., Vaahtojärvi, K., Savolainen, P. 2011. Palvelumuotoilu: uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teknologiainfo Teknova.

motiMind Oy. Palvelut. Viitattu 27.2.2017, <http://www.motimind.com/fi/palvelu/>.

motiMind Oy. Viitattu 27.2.2017, <http://www.motimind.com/fi/>.

Niemelä, R. 2016. Käytettävyys edellä mobiilisovelluskehitykseen ”Keep it simple, stupid!”. Oulun ammattikorkeakoulu. Teknologialiiketoiminta. Opinnäytetyö. Viitattu 24.2.2017, http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/118854/Niemela_Riikka.pdf?sequence=1.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2010. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Sanoma Pro Oy.

Oulun ammattikorkeakoulu. Työelämälähtöinen projekti, Lopputehtävän vastaukset, 20.2.2017.

Oulun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyön opintojaksokuvaus. Viitattu 24.2.2017, <https://oiva.oamk.fi/opintojaksot/aktiiviset/index.php?sivu=kuvaus>.

Oulun ammattikorkeakoulu. Hurmos-hanke. Viitattu 28.1.2017, <http://www.oamk.fi/fi/tutkimus-ja-kehitys/hankkeet/hurmos/>.

Palvelumuotoilun ideapakka. 2015.

Proyer, R. 2011. The virtuousness of adult playfulness: the relation of playfulness with strengths of character. Viitattu 3.3.2016, <http://www.psywb.com/content/1/1/4>.

Proyer, R. 2012. A Psycho-linguistic Study on Adult Playfulness: Its Hierarchical Structure and Theoretical Considerations.

Proyer, R. 2013. The well-being of playful adults: Adult playfulness, subjective well-being, physical well-being, and the pursuit of enjoyable activities. Viitattu 3.3.2017, <https://www.europeanjournalofhumour.org/index.php/ejhr/article/view/Rene%20Proyer>.

Psychology. 2017. Playful people are at an advantage. Viitattu 26.2.2017, <https://www.sciencedaily.com/releases/2017/01/170111102859.htm>.

Rossi, A. 2012. Kulttuuristrategia: Rakenna yrityskulttuuri, jota työntekijät, asiakkaat ja omistajat rakastavat

Service Design Toolkit. 2012a. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 24.2.2017, www.sdt.fi.

Service Design Toolkit. 2012b. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Mitä on palvelumuotoilu. Viitattu 12.1.2016, http://sdt.fi/mita_palvelumuotoilu.html.

Strategyzer. 2017. Viitattu 24.2.2017, <https://strategyzer.com/>.

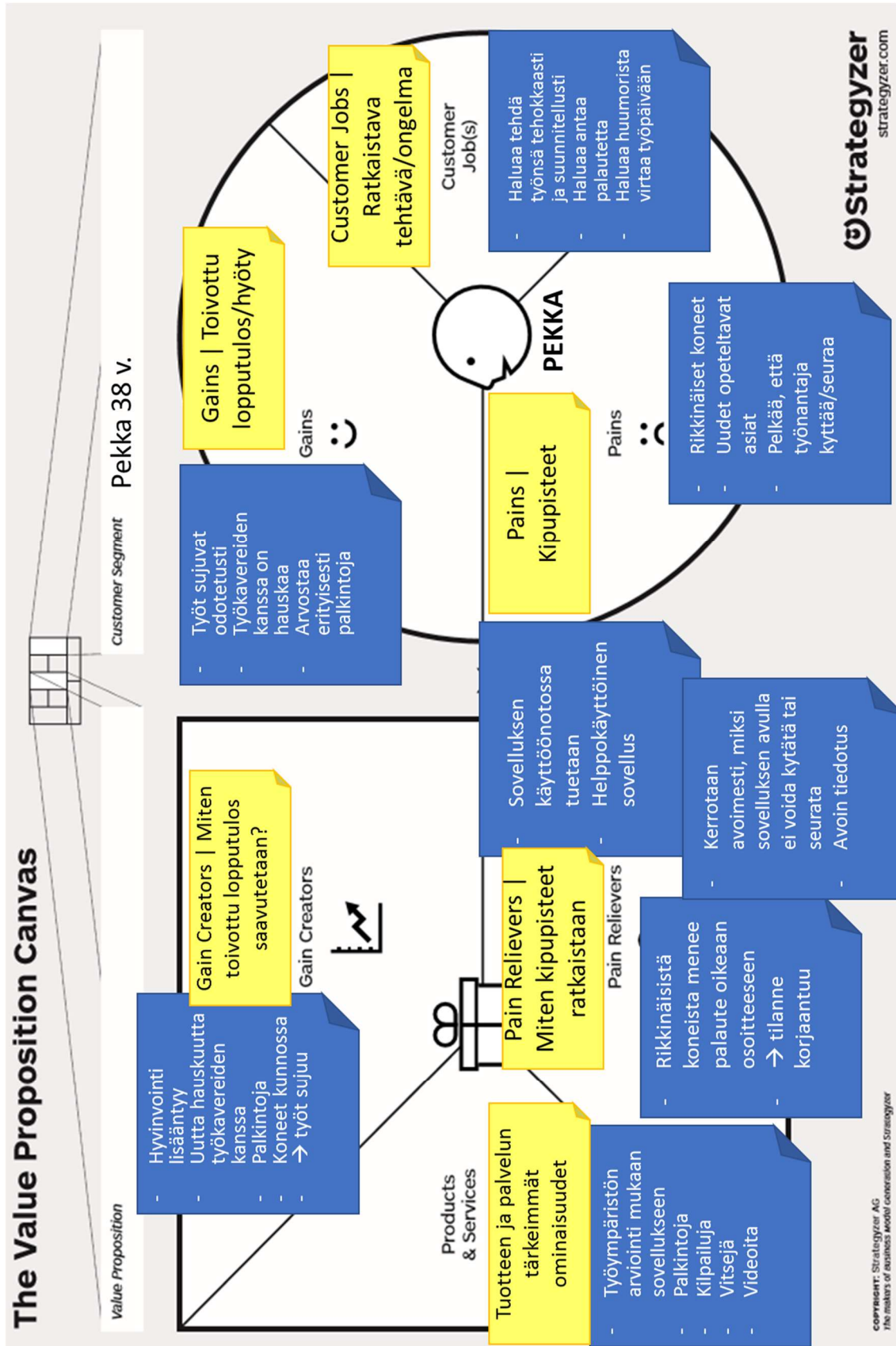
SuperBetter 2017. Viitattu 3.3.2017, <https://www.superbetter.com/>.

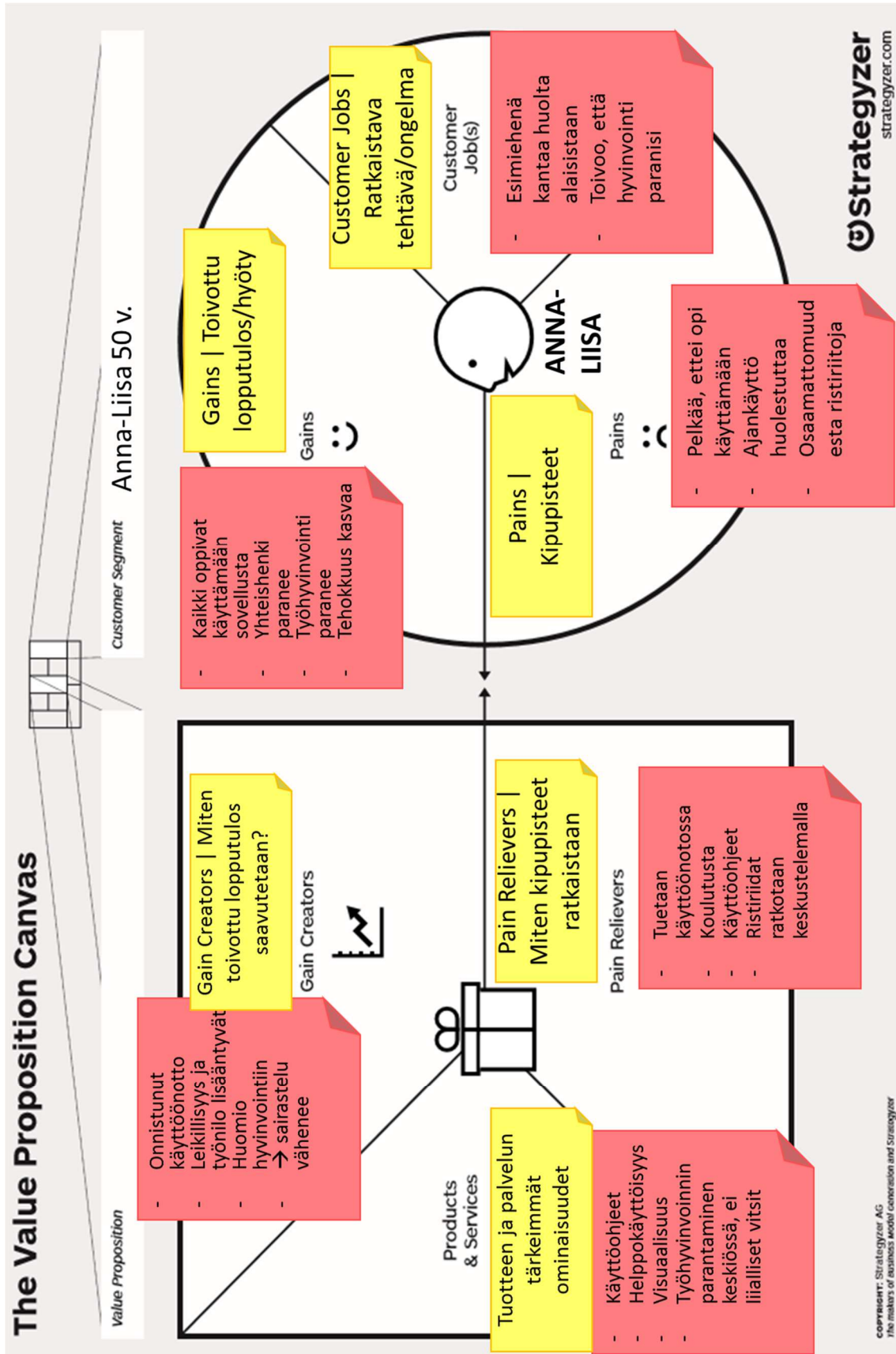
Sydämaanlakka, P. 2006. Älykäs johtajuus.

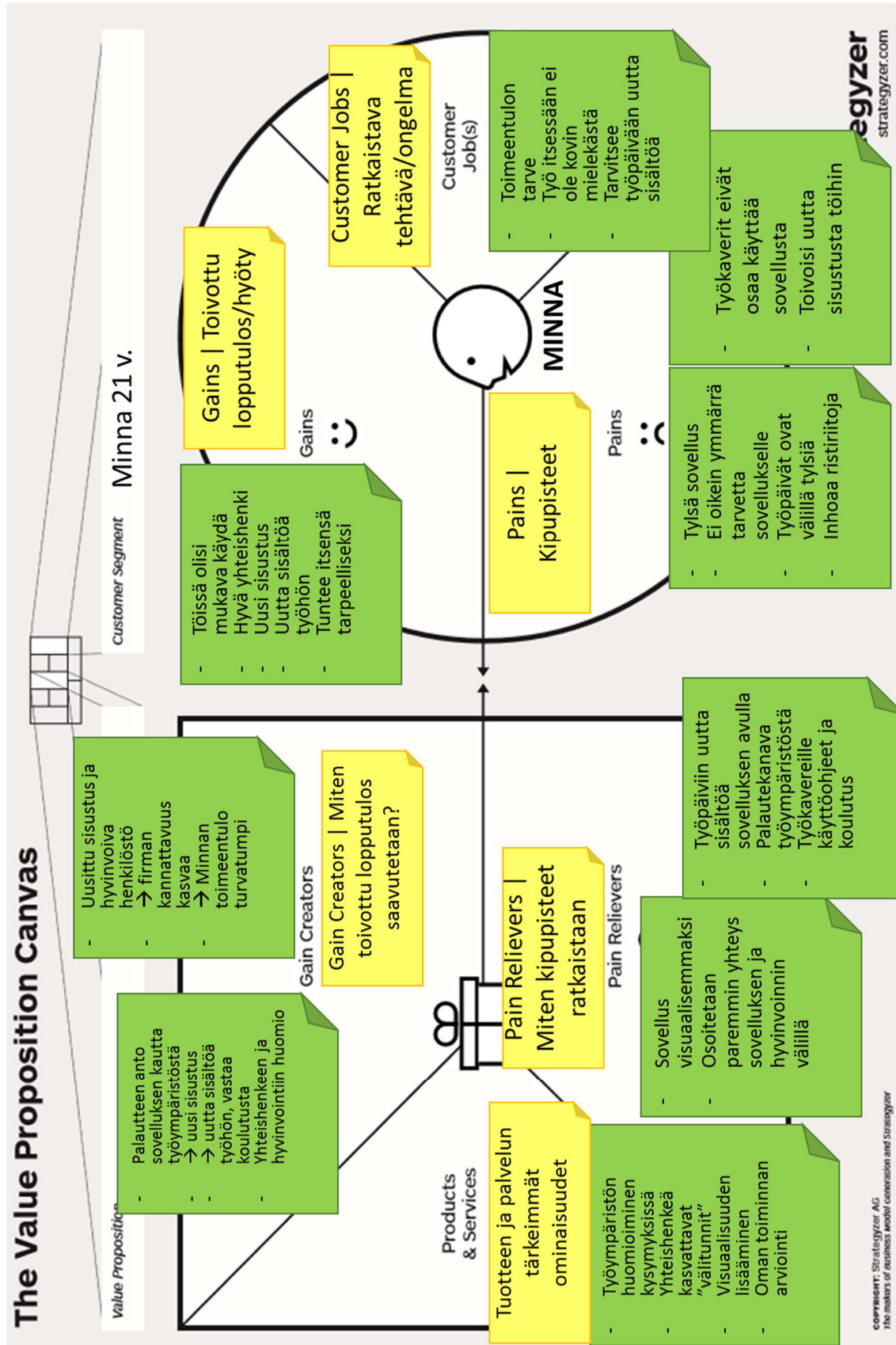
Tekes. Fiiliksestä fyrkkaa. Viitattu 27.2.2017, <https://www.tekes.fi/ohjelmat-ja-palvelut/ohjelmat-ja-verkostot/fiiliksesta-fyrkkaa/>.

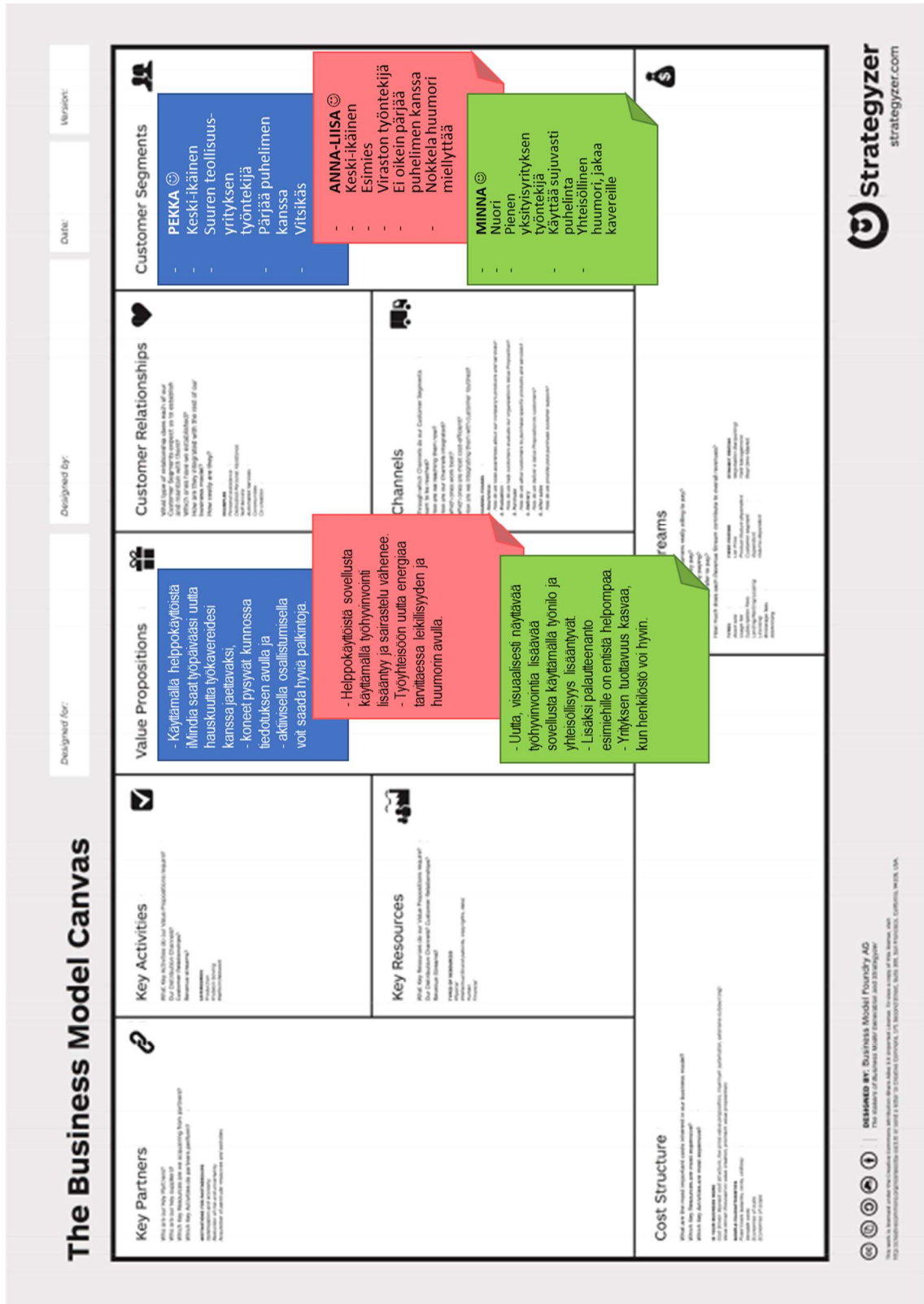
The Difference Between UX and UI Design - A Layman's Guide. 2017. Viitattu 26.2.2017, <http://blog.careerfoundry.com/ui-design/the-difference-between-ux-and-ui-design-a-laymans-guide/>

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta.









Idean lyhyt kuvaus	Käyttäjän profiili (Pekka, Anna-Liisa, Minna)	Palvelutalon palvelustasot (ennen käyttöä, sovelluksen käytön aikana, käytön jälkeen)	Asiakkaan kokema				TOTEUTUKSEN			
			Lisäarvo (merkittävää lisäarvoa tuottava)	Lisäarvo liike-elämässä (merkittävää liike-elämässä tuottava)	helppous (helpotus käyttäjästä)	kustannustaso (edullinen/keskivertoinen/ kallisti/erittäin kallis)	toiminnallisuus (toimiva/erittäin toimiva)	ajankohta		
Haeokijoiden videoita markkinointiin ja someen	Pekka	ennen käyttöä								
Äänestys	Pekka	sovelluksen käytön aikana								
Klipailija	Pekka	sovelluksen käytön aikana	merkittävää							
Palkintoja	Pekka	sovelluksen käytön aikana	merkittävää							
Visuaalisuus	Pekka	sovelluksen käytön aikana								
Sarjakuva	Pekka	sovelluksen käytön aikana								
Video-palikkoksi	Pekka	sovelluksen käytön aikana								
Huomiontyylin räätälöinti henkilökohtaiseksi	Pekka	sovelluksen käytön aikana	merkittävää							
Työympäristön huomiointi kysymyksissä	Pekka	sovelluksen käytön aikana								
Huomion tärkeys työpöydässä, missä voidaan huonosti	Minna	ennen käyttöä								
Tämä työpaikasta läpi koko palvelutalon	Minna	ennen käyttöä								
Sovelluskaappien ja latausohjelmien huomiointi kuvassa	Minna	ennen käyttöä								
Sovelluksen alkuun tervetulo (hauska kuva, visio tai iloinen hymiö)	Minna	ennen käyttöä		merkittävää						
Käyttäjän profiiliin kuva	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Käyttäjän profiilin kuvan muokkaaminen piirustustyökaluilla	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Käyttäjän profiiliin lempinimi	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Huomion tärkeys kysymyksissä omaista persoonasta joista esittely	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Käyttäjän kysymykset huomioida kirjotusyyllä	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Palautteista vastausta GIF-videonäytteenä (tuulettaa/ohduttaa...)	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Kysymysten vastaamiseen hymiöt äänipäiksi numeroiden sijaan	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Kysymyksiin arvio omasta panoksesta huomiointiin ja yhteishenkeen	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Facebookista tulut peukutukset käyttöön koko tiimiä koskeviin tuloksiin	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Leikkisyyttä, visuaalisuutta ja peilillisyyttä lisääviä graafisia raitasuja	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Äänestys (äänestä viikon hauskin sattuus/vitsi/ms)	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Äänestä kuukauden sympis työkaveri	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Vastausaktiivisuuden mukaan paikintoja	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Työympäristön huomiointi kysymyksissä	Minna	sovelluksen käytön aikana								
Sovelluksen pakinnot voisi vaihtaa liikunnallisuuteen	Minna	sovelluksen käytön aikana	merkittävää							
Kerran viikossa keuhotus "välttämättä": 15 min. leikinomasta, hauskaa liikkumista työpaikalla	Minna	sovelluksen käytön jälkeen	merkittävää							
Juhat työpaikalla kun sovellus näyttää hyvinvoinnin lisääntymisen	Minna	sovelluksen käytön jälkeen								
Käyttöohjeet	Anna-Liisa	ennen käyttöä								
Tiedotteet visuaalisemmaksi	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana								
Ensivakuutuksen parannus	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana		merkittävää						
Kuvia serfakuvatyökaluilla tai piirustuksina	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana								
Kysymysten vastaamiseen hymiöt äänipäiksi numeroiden sijaan	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana	merkittävää							
Hälmö näytölle visuaalisuutta	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana								
Kyselyyn vastanneille palkinnoksi linkki hauskaan videoon	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana								
Huomion tärkeys työpöydässä	Anna-Liisa	sovelluksen käytön aikana	merkittävää							