



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Janne Nurmi

Verenluovutuksen palvelukokonaisuus

Veripalvelun verenluovutustoiminta palvelumuotoilun näkökulmasta

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

24.4.2020

Tekijä(t) Otsikko	Janne Nurmi Verenluovutuksen palvelukokonaisuus
Sivumäärä Aika	42 sivua + 2 liitettä 24.4.2020
Tutkinto	Medianomi
Tutkinto-ohjelma	Viestintä
Suuntautumisvaihtoehto	Digitaalinen viestintä
Ohjaaja(t)	Teija Voudinmäki, Lehtori Markus Norrena, Lehtori
<p>Tämä opinnäytetyö on verenluovutuksen palvelukokonaisuutta käsittelevä tutkimustyö. Työn tavoitteena on kartoittaa Suomen Punaisen Ristin Veripalvelun verenluovutustoiminnan palvelurakennetta ja löytää keskeiset kehittämiskohteet. Tutkimusmenetelmänä käytetään teemahaastatteluja ja oman työkokemuksen reflektointia. Haastattelut sisälsivät myös osallistavia elementtejä. Haastatteluaineiston analysointiin käytetään palvelumuotoilulle tyypillisiä metodeita laajojen palvelukokonaisuuksien ymmärtämiseksi.</p> <p>Haastattelujen aikana keskeisiksi teemoiksi nousivat tarinoiden merkityksellisyys ja luovuttajan kokemus osallistumisesta. Haastatteluissa nousi esille myös toisen luovuttajan kannustamiseen liittyvät mahdollisuudet.</p> <p>Työn lopputuloksia ovat verenluovutuksen palvelukokonaisuuden visuaalinen mallinnus ja ideat keskeisten teemojen hyödyntämisestä uudessa mobiilisovelluksessa. Mallinnus kuvaa verenluovutuksen palvelupolun etenemistä, jonka mahdollistavat kokemusten ja tiedon myötä kasvavat odotukset. Mobiilisovelluksen lisäominaisuudet on suunniteltu tukemaan luovuttajan veriryhmäkohtaista ohjaamista. Sovelluksen lisäominaisuus sisältää visuaalisen luovuttajapolun, josta löytyy muun muassa edellisten luovutuskertojen tiedot ja suunnitelman mukainen seuraava luovutuskerta. Ominaisuuksien tavoitteena on myös korostaa luovuttajalle juuri hänen tekemänsä verenluovutusten merkitystä potilaiden auttamisessa.</p>	
Avainsanat	Palvelumuotoilu, Veripalvelu, verenluovutus

Author(s) Title	Janne Nurmi Service environment of blood donation
Number of Pages Date	42 pages + 2 appendices 24 april 2020
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Digital Media
Instructor(s)	Teija Voudinmäki, Senior Lecturer Markus Norrena, Senior Lecturer
<p>This thesis is a study focused on the service environment of blood donation in Finland. The main goal is to chart the service environment of blood donation organized by the Finnish Red Cross Blood Service and to find the main areas for further development. The research methods in this study were theme interviews and self-evaluation of work experience in the Blood Service. The interview also included a participatory task to get out more detailed information about the service path. The gathered information was analyzed with methods typical to service design, which aims to deepen the understanding of large scale services.</p> <p>Based on qualitative data from the interviews, the main areas to develop are the effects of meaningful stories and the experience of participation for blood donors. In addition to these, another possibility for further development was recommendation or encouragement from another blood donor.</p> <p>The main outcome of this study is a visual model of the blood donation service environment and ideas for additional features for the new blood donor application. The visual model includes the blood donor service path and steps for expectations and the moments of the experience which lead to motivation. Motivation determines if the customer will continue on the service path or not. The main feature of the new application is a visual interface for the personal donor path, which donors can use to check the next possible donation date and browse through previous donations. The visual path also makes the donors efforts for helping patients more tangible.</p>	
Keywords	Service Design, Blood Service, blood donation

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Palvelut ja tuotteet	1
3	Palvelun suunnittelu ja palvelumuotoilu	5
3.1	Palvelumuotoilun teoriaa	5
3.2	Palvelumuotoilun käytäntöjä	8
4	Tutkimusmenetelmät ja keskeiset käsitteet	11
5	Verenluovutus Suomessa	12
6	Verenluovutuksen palvelukartoitus	15
6.1	Veripalvelun asiakaspalvelukonsepti	15
6.2	Viestintä ja markkinointi	17
6.3	Messut ja muut tapahtumat	20
6.4	Luovuttajaryhmät ja muut kannustavat tekijät	20
6.5	Sähköiset palvelut	21
6.5.1	Verkkosivusto	21
6.5.2	Terveyskysely ja ajanvaraus	22
6.5.3	Mobiilisovellus	24
6.6	Verenluovutus	24
6.7	Kiittäminen	26
6.8	Kontaktointi ja jälkimarkkinointi	27
7	Palvelun kehittämisen työkalut Veripalvelussa	29
7.1	Asiakastiedon kerääminen ja hyödyntäminen	29
7.2	Työpajatoiminta: jälkimarkkinoinnin kehittäminen	31
7.3	Osallistaminen: asiakasraati	33
8	Analyysi	35
8.1	Palvelun nykytilanteen mallinnus	35
8.2	Keskeiset teemat	38
8.3	Luovuttajan oma tarina mobiilisovelluksessa	40
9	Pohdinta	41
	Lähteet	43

Liitteet

Liite 1. Teemahaastattelukysymykset

Liite 2. Teemahaastattelun lisädokumentit

1 Johdanto

Suomen Punaisen Ristin (SPR) Veripalvelun järjestämä verenluovutustoiminta on tärkeä osa kansallista terveydenhoitoa. Potilaat tarvitsevat verivalmisteinfuusioita päivittäin. Veripalvelu järjestää verenluovutustoimintaa, joka mahdollistaa verivalmisteiden saatavuuden Suomessa. Verenluovutuksen nykyinen muoto on pitkän kehityksen tulos, joka pyrkii mahdollistamaan tasaisen luovuttajamäärän veriryhmäkohtaisen ohjaamisen avulla.

Palvelumuotoilu on ollut nouseva trendi suunnittelukentällä jo 2010-luvun alusta alkaen. Asenteet palvelumuotoilua kohtaan vaihtelevat suuresti. Palvelumuotoilua puolustavat toimivat kuvailevat sitä uniikiksi näkökulmaksi ja monialaiseksi metodologiakokonaisuudeksi. Termiä kohtaan esitetään paljon kritiikkiä ja sitä kuvaillaan perinteisten suunnittelyökalujen uudelleen brändäykseksi. Termin loppuosa *muotoilu* voidaan nähdä mielenkiintoisempana versiona sanalle *suunnittelu*. En ota tässä opinnäytetyössä kantaa palvelumuotoilun puolesta tai vastaan. Sen sijaan hyödynnän palvelumuotoilun käytäntöjä ja periaatteita tutkimusaineiston analysoinnissa ja haastattelujen suunnittelussa. Käytän perinteisen puolistrukturoidun mallin lisäksi osallistavia elementtejä haastattelutiedon keräämisessä.

Maksuttomuuteen perustuvan verenluovutuksen ymmärtäminen on haastavaa palvelumuotoilulle tyypillisten käsitteiden ja metodien avulla. Kaupallisen palvelun kokemuksia on helpompi ymmärtää hinta-laatusuhteen arvioinnin avulla. Pyrin tässä opinnäytetyössä mallintamaan verenluovutustoiminnan nykytilanteen luovuttajan näkökulmasta ja esittämään ideoita sen kehittämiseksi. Sovellan palvelumuotoilulle tyypillisiä käsitteitä ja metodeja sopimaan paremmin vapaaehtoisuuteen perustuvan palvelun arviontiin.

2 Palvelut ja tuotteet

Käsittelen tässä luvussa palveluiden ja tuotteiden käsitteellistä eroa sekä niiden merkitystä onnistuneen palvelukokonaisuuden aikaansaamiseksi. Palvelumuotoilu ja yhteis- sekä osallistava suunnittelu ovat nousseet suuriksi trendeiksi kasvavan palveluntarpeen ja palveluiden kehittämisen myötä, joten tutkielman aiheen kannalta on tärkeää ymmärtää palveluiden ja tuotteiden käsitteellinen ero ja monitulkintaisuus.

Tuotteena pidetään perinteisesti hyödykettä, joka tuottaa lisäarvoa asiakkaalle. Tuotteen arvoa on suhteellisen helppo arvioida asiakkaan näkökulmasta: tuote tuo kuluttajalle lisäarvoa, mikäli sen rahallinen hinta koetaan pienemmäksi tai saman suuruiseksi kuin ennako-oletus ennen ostopäätöstä. Perinteiseen tuotteen tuomaan lisäarvoon kuitenkin vaikuttavat muutkin asiat. Mikäli asiakas joutuu näkemään paljon vaivaa tuotteen hankkimiseksi tai joutuu odottamaan kauan tuotteen saapumista, vaikuttaa se arvoon negatiivisesti. Toisaalta, mikäli tuotetta on saatavilla helposti ja varmasti, nostaa se tuotteen arvoa. Tuotekehitykseen liittyvässä arvoanalyysissä otetaan huomioon myös siitä mahdollisesti saatava voitto (Jokinen 2010).

Tuotteen hankkimiseen tai etsimiseen käytettävää aikaa voidaan käsitellä myös palveluna. Esimerkiksi elektroniikkamyymälä tarjoaa asiakkaalleen palveluna tuotteita. Asiakastyytyväisyys, ja sitä kautta lisäarvo, syntyy tuotteiden hinta-laatusuhteen lisäksi muun muassa varmasta saatavuudesta, asiakaspalvelusta ja myymälän helppokäyttöisyydestä. Koko palveluketju on kuitenkin huomattavasti laajempi, jos sitä ajatellaan valmistajan näkökulmasta, joka tarjoaa tuotettaan kaupalle tai kauppaketjulle.

Painopisteen siirtymistä tuotteista palveluihin voidaan tarkastella teollisen ja tuotemuotoilun näkökulmasta. Tuotteita ei enää suunnitella vain toimintojen, muodon, materiaalin ja tuotannon ehdoilla. Näiden aineellisten ja laskennallisten realiteettien sijaan keskitytään laajempaan vuorovaikutukseen ihmisen ja teknologian välillä. Tuote on enemmänkin alusta, joka mahdollistaa yrityksen palvelulupauksen mukaisen kokemuksen ja toiminnallisuuden. Viime vuosikymmeninä tuotemuotoilu on siirtynyt enenevässä määrin vastaamaan ihmisten kehittyviin tarpeisiin, ratkaisemaan ilmenneitä ongelmia tai muutuneeseen taloudelliseen, teknologiseen tai sosiaaliseen ympäristöön. (Miettinen 2011, 56–67.)

Matkailu- ja ravintola-alan tuotteen ja palvelun erot voidaan kuvailla palveluesimerkin avulla. Varatessaan ravintolasta illallispyödan asiakas ostaa palvelun, jonka oletettu lisäarvo riippuu ravintolan markkinoinnista ja mahdollisesta aiemmasta palvelukokemuksesta. Yksinkertaistetussa palveluketjussa on palveluita ja tuotteita. Tärkeimmät palvelut illallisen aikana ovat: asiakaspalvelu ennen illallista, asiakaspalvelu illallisen aikana sekä tuotteiden valmistaminen ja tarjoilu. Oletettuja tuotteita ovat ruoka-annokset ja tarjoillut juomat. Yksinkertaisessa mallissa tuotteiden arvoa on helppo mitata rahassa: mikäli tarjoillut ruoka-annokset ja juomat ovat asiakkaan mielestä hinta-laatusuhteelta positiivisia,

tuottavat ne lisäarvoa asiakkaalle. Illallisen palveluiden mahdollista lisäarvoa on huomattavasti vaikeampi arvioida. Esimerkiksi palvelun hitaus voidaan kokea niin negatiiviseksi, että asiakas ei tule enää uudestaan, vaikka itse tuotteet ovat olleet arvoltaan positiivisia.

Yleinen tapa arvioida ravintolapalvelun onnistumista on verrata asiakkaan odotusta laadusta koettuun palveluun ja muodostaa näin yhteenveto asiakkaan kokemasta palvelusta (Lämsä & Uusitalo 2009, 49–57). Palvelukokonaisuuteen vaikuttavat myös huomattavasti abstraktimmat asiakokonaisuudet, joiden hahmottamiseen ei riitä esimerkiksi palautelomakkeella kerätty asiakasymmärrys.

Suomessa yksi menestyneimmistä palvelu- ja tuotekokonaisuuden tarjoajista on KONE oyj, joka on onnistunut viestimään palvelulupauksen asiakkailleen ja täyttämään lupauksen tavoitteet pitkällä aikajänteellä. KONE toimii business to business -markkinoilla, mutta on tunnettu myös loppukäyttäjien keskuudessa. Yritys ei myy asiakkailleen pelkästään hissiä vaan palvelua loppukäyttäjien vaivattomasta liikkumisesta rakennuksen sisällä. (Miettinen 2011.)

Anna Meroni ja Daniela Sangiorgi (2011) kuvailevat palvelun olevan jotain aineetonta, jota ei ole olemassa ilman palvelua käyttävää asiakasta. Tällä tavoin kuvattuna voidaan palvelu käsittää myös palveluntarjoajan, tuotteen ja käyttäjän välisenä vuorovaikutuksena tai rajapintana.

Palvelukokonaisuudet tai kokonaisratkaisut ovat usein monen tahon ketjuja, jotka tuottavat asiakkaalle käyttöarvoa. Palvelulupaus on palveluntarjoajan asiakkaalle viestittämä ennakkotieto käyttöarvosta, jota voidaan korostaa muun muassa asiakassuhdemarkkinoinnin tai hinnan avulla (Hyvönen 2014). Kokonaisuudet ovat usein vaikeasti hahmotettavia, ja niiden onnistunut suunnittelu vaatii pitkällistä vuorovaikutusta käyttäjän ja palveluntuottajan välillä, jotta syvällinen asiakasymmärrys saadaan aikaiseksi.

Palvelun ja tuotteen määritelmistä on siis lukemattomia eri teorioita ja versioita. Oleellista on, että ne ovat aina tapauskohtaisia. Määritelmä saattaa usein riippua palvelua tai tuotetta tarjoavan tahon suunnittelufilosofiasta. Opinnäytetyöni seuraavat luvut perustuvat käsiterakenteelle, jossa tuote on aina alisteinen palvelulle ja yksittäinen osa isompaa palveluketjua.

Suomen Punaisen Ristin Veripalvelun – lyhemmin Veripalvelun – tuotteina voidaan pitää verivalmisteita: punasolu- ja trombosyyttivalmisteet sekä verineste, joka toimitetaan lääkkeiden raaka-aineeksi. Veripalvelu huolehtii muun muassa monimutkaisista verivalmisteiden tuotantoprosesseista, varastoinnista, tutkimuksesta, kuljetuksesta, turvallisuudesta ja riittävästä valmisteiden riittävydestä myös kriisitilanteissa. Tämä monimutkainen palveluketju muodostaa pääasiallisen palvelun, joka takaa verivalmisteiden saatavuuden Suomessa. Verivalmisteita tuottavan palvelun asiakkaina ja käyttäjinä ovat sairaalat ja lopulta potilaat.

Toinen puoli Veripalvelun palveluketjussa on verenluovutustoiminta, joka mahdollistaa valmisteiden tuotantoprosessin. Verenluovuttajat ja luovutettu veri ovat siis pitkän palveluketjun ensimmäiset prosessit. Toisesta näkökulmasta Veripalvelu järjestää toimintaa veripalvelutoimistoissa tai verenluovutustilaisuuksissa, joissa yksilö luopuu suhteellisen pienestä määrästä vertaan ja lopputuloksena saadaan tuotteita, jotka todennäköisesti auttavat säilyttämään yhden tai useamman ihmisen hengen. Veripalvelu siis toimii nimensä mukaisesti palveluna, joka mahdollistaa tuotteiden eli verivalmisteiden saatavuuden. Toisaalta verenluovutustoimintaa voidaan pitää itsessään palveluna, jonka käyttäjä on luovuttaja. Verenluovutuksesta ei makseta Suomessa, mutta luovutuksen vastalahjana voidaan pitää aineetonta omaisuutta, joka on tyypillistä vapaaehtoistoiminnalle. Palvelun tarjoajan ja käyttäjän välille rakentuu erityinen luottamus, joka mahdollistaa aineetoman omaisuuden kertymisen.

Anne Luankoski (2012) tutki opinnäytetyössään säännöllisen verenluovutuksen motivaatiotekijöitä ja päätyi samansuuntaisiin lopputuloksiin kuin monet aiheesta aiemmin tehdyt tutkimukset: verenluovutuksen pääsääntöinen motivaatiotekijä vaikuttaa olevan yleinen auttamisenhalu ja yleisen hyvän tuottaminen ikäryhmistä tai muista muuttujista riippumatta. Tekemieni Veripalvelun asiantuntijahaastattelujen pohjalta nousi esille muun muassa seuraavia havaintoja, joita he ovat tehneet vuosien varrella eri lähteiden perusteella: auttamisen halu, perinne suvussa tai muussa yhteisössä, ryhmäluovutustoiminta ja läheinen tai itse saanut verivalmistesiiirron sekä mahdollinen ryhmäpaine varuskuntaluovutustilaisuuksissa (Lind, haastattelu 6.3.2020; Lahtela, haastattelu 6.3.2020; Romo, haastattelu 17.3.2020.) Luankoski (2012, 32–33) kuitenkin mainitsee säännöllisesti verta luovuttavien motivaatiotekijän olevan lähtöisin heistä itsestään.

Verenluovutustoiminnan lisäksi Veripalvelu järjestää monia muita palveluita: kantasolurekisteri, laboratoriopalvelut, Veripalvelun Biopankki sekä Hematologinen biopankki,

jonka Veripalvelu omistaa yhdessä Suomen Hematologiyhdistyksen ja Helsingin yliopiston kanssa. Veripalvelu toimii asiantuntijaorganisaationa verensiirtoon liittyvissä asioissa ja järjestää laajaa tutkimus- ja koulutustoimintaa. (Veripalvelu, 2020.)

Käsittelen tässä opinnäytetyössä vain verenluovutusta. Veripalvelun järjestämänä vapaaehtoinen verenluovutustoiminta on palvelu, jolla on omat erityispiirteensä ja ongelmansa, jotka poikkeavat suuresti markkinaehtoisista tuotteista tai palveluista tarjoavista toimijoista. Käytän yleistä auttamisen halua pääsääntöisenä motivaatiotekijänä ja sen kautta kertyvää aineetonta omaisuutta palvelun arvioinnin verrokkina suhteessa verenluovuttamisen palvelutapahtumaan.

3 Palvelun suunnittelu ja palvelumuotoilu

3.1 Palvelumuotoilun teoriaa

Tässä luvussa käsittelen yleisesti palvelun suunnittelua ja palvelumuotoilua yhtenä työkalukokonaisuutena. Palvelumuotoilua voidaan pitää tämän hetken isoimpana trendinä suunnittelualalla, ja sen käsitteet ja metodit kehittyvät ja jakaantuvat parhaillaan eri suuntauksiin. Tuon esille yleisiä palvelumuotoilun ominaispiirteitä ja metodeita, jotka antavat yleiskuvan palvelumuotoilun lähestymistavasta asiakasymmärryksen kartuttamisessa ja ongelmanratkaisussa.

Kate Andrews (2011) mukaan suunnittelu on yleisesti systemaattinen prosessi, jota voidaan soveltaa eri aloille: ongelmien löytäminen, tutkimus, tekeminen, testaaminen ja toteuttaminen. Andrews kuvailee myös muotoiluajattelun kehittymistä sosiaalisiksi ratkaisumalliksi, jota voidaan hyödyntää strategisena prosessina sosiaalisten ongelmien päihittämiseksi. Aihe on noussut pinnalle Suomessa erityisesti sote-uudistuksen yhteydessä. Juha Sipilän johtaman hallituksen (2015–2019) ajama malli, joka olisi avannut lähes koko sosiaali- ja terveydenhoitojärjestelmän eli sote-järjestelmän yksityisille yrityksille ja tätä kautta luonut suuren markkinan palvelumuotoilulle, kuitenkin kariutui ensin perustuslakivaliokunnassa, eikä lopullinen ehdotettu malli mennyt läpi eduskunnassa.

Onnistunut palvelun suunnitteluprojekti vaatii tarvittavat resurssit ja koko palvelua tarjoavan työyhteisön riittävän osallistumisen. Projektista ja käytetyistä metodeista riippuen myös käyttäjät otetaan mukaan suunnitteluun.

Palvelumuotoilu on poikkitieteellinen ja jatkuvasti kehittyvä lähestymistapa, jolla pyritään muodostamaan ymmärrys palveluntarjoajan ja palvelun käyttäjän välille. Palvelumuotoilun metodologia on yhdistelmä menetelmiä, joilla pyritään saavuttamaan riittävä asiakasymmärrys, jotta sen perusteella pystytään suunnittelemaan onnistunut palvelukokemus. Koska palvelumuotoilu on lähtökohtaisesti poikkitieteellistä ja monialaista, on siitä vaikeaa muodostaa yhtä paikkansapitävää tietopankkia. Päinvastoin palvelumuotoilun metodeja ja teoriaa tulee soveltaa tapauskohtaisesti, koska eri toimialojen ja asiakaskuntien ongelmat ja intressit poikkeavat hyvin paljon toisistaan. Eri toimintatapoja yhdistävä tekijä on käyttäjäkeskeisen suunnittelun periaate, mutta siihen liittyvä asiakkaan osallistamisen määrä ja tavat vaihtelevat. (Stickdorn 2011.)

Yksi tapa hahmottaa palvelumuotoilua on Lovelockin ja Gummersonin (2004) luoman palveluiden ominaispiirteiden käsitteistön kautta (ks. Taulukko 1). Meroni ja Sangiorgi (2011) täydensivät taulukkoon lisäksi palvelumuotoilun vastaavat ominaispiirteet. Taulukko antaa yleisen käsityksen palvelumuotoilun työkalujen hyödyistä tuotetta abstraktimpaa palvelua suunnitellessa.

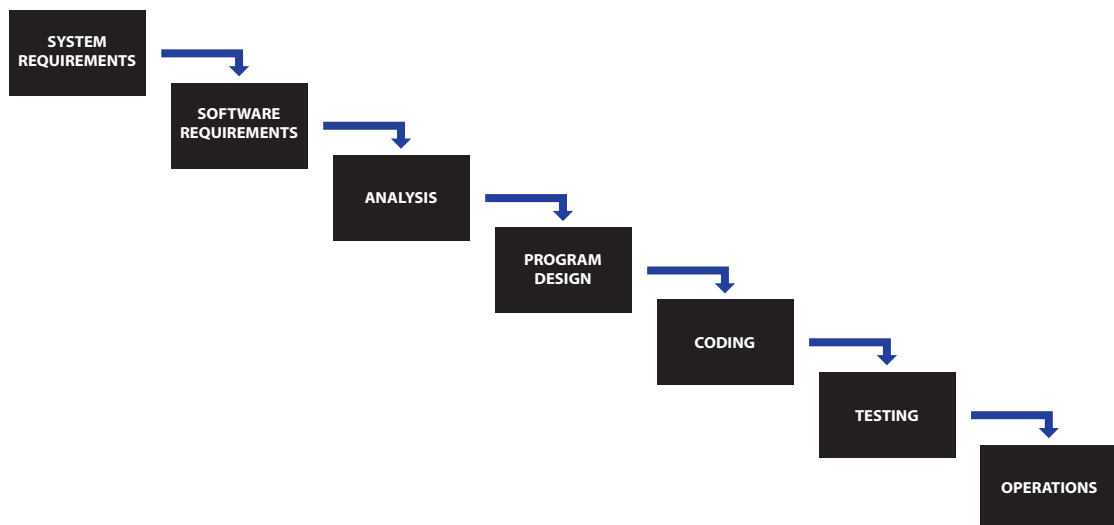
Taulukko 1. Palveluiden ja palvelumuotoilun ominaispiirteiden kuvaus. (Meroni & Sangiorgi 2011, suomennos Vienamo 2014)

PALVELUN OMINAISPIIRRE	OMIN AISPIIRTEEN KUVAUS	PALVELUMUOTOILUN LÄHESTYMISTAPA
Palvelun aineettomuus	Palvelua ei voida nähdä, tuntea, maistaa tai koskea samaan tapaan kuin fyysisistä esineistä	<ul style="list-style-type: none"> • Palvelukokemus ja –tarjoaman visualisointi ja todentaminen • Aineettoman muuttaminen aineelliseksi • 'Empaattinet muotoilu • 'demokratisaatio' innovaation lähtökohtana
Käyttäjä mukana palvelun tuotannossa	Useimpien palveluiden tuottamisen vaatii käyttäjän läsnäoloa	<ul style="list-style-type: none"> • Käyttäjä nähdään inspiraation ähteenä, ei ongelmana • Yhteissuunnittelu: palvelun sidosryhmät mukana suunnittelussa • Yhteisöllisten palveluiden suunnittelu
Palvelun yksilöllisyys	Palvelun laatu saattaa vaihdella tilanteesta ja palveluun osallistuvista henkilöistä riippuen	<ul style="list-style-type: none"> • Palvelu nähdään sarjana tapahtumia: palvelun jaksottaminen • Halutunlaista vuorovaikutusta ja kokemusta tukevien olosuhteiden suunnittelu • Systeemiajattelu ja -suunnittelu • Räättälöinti ja modulaarinen palveluarkkitehtuuri
Palvelun varastoinnin vaikeus	Useimpia palveluita ei voida varastoida ja siksi niiden tuotannossa ollaan riippuvaisia kyvystä tasoittaa kysynnän ja tarjonnan suhdetta	<ul style="list-style-type: none"> • Palvelun toistettavuus suunnittelustrategiana • Jaetut ja yhtenäiset palveluratkaisut • Uudenlaisten palvelufoorumien ja alustojen tarjoaminen

Jakob Schneiderin (2011) mukaan myös graafisilla suunnittelijoilla on keskeinen rooli onnistuneessa palvelumuotoiluprojektissa. Graafisen suunnittelijan kyky luoda mielikuva

lopullisesta palvelusta ja yksityiskohdista auttaa havaitsemaan mahdolliset suunnitteluvirheet projektin alkuvaiheessa. Schneiderin mukaan yksilöiden käsitys ympäröivästä maailmasta on nykyisin riippuvaisempi visuaalisista ärsykkeistä kuin koskaan ennen. Visuaaliset opasteet ohjaavat niin kulutuskäyttäytymistä kuin liikkumista julkisilla paikoilla. Graafiselle suunnittelijalle ominaiset kyvyt havainnoida visuaalista maailmaa ja sen kulttuurillisia eroja auttavat tuottamaan onnistuneen suunnitteluehdotuksen. (Schneider 2011.)

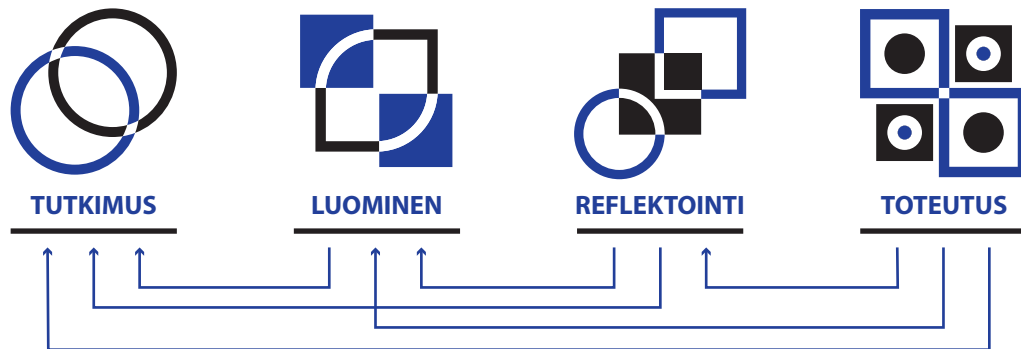
Tyypillistä palvelun suunnitteluprojektille on iteratiivinen etenemismalli. Malli poikkeaa vanhanaikaisena pidetystä vesiputousmallista, jossa edetään lineaarisesti projektin vaiheesta toiseen. Prosessimalli esiteltiin ensimmäistä kertaa Winston Roycen artikkelissa: ”Managing The development of large software systems” (1970). Vesiputousmallia pidetään ensimmäisenä varsinaisena ohjelmistokehityksen prosessimallina, vaikka Royce jo samassa artikkelissa kritisoi sen käyttöä ohjelmistokehityksessä. Kuvion 1 mukainen prosessimalli levisi nopeasti vertailu- ja lähtökohdaksi ohjelmistokehityksen malliksi, vaikka Royce itse esitteli sen malliesimerkkinä toimimattomasta prosessista.



Kuvio 1. Winston Roycen (1970, 328) projektikuvauksen mukainen prosessimalli.

Marc Stickdorn (2011, 126) jakaa iteratiivisen prosessin neljään päävaiheeseen: ”Exploration, creation, reflection and implementation.” Suomeksi termejä voidaan käyttää muodossa tutkimus, luominen, reflektointi ja toteutus. Iterointi tapahtuu palaamalla takaisin edelliseen työvaiheeseen, mikäli kehitetty ratkaisu koetaan vialliseksi kyseessä olevaan

ongelmaan. Tyypillisesti iteraatio toteutetaan kierroksina, jolloin prosessin etenemistä on helpompi hallita.



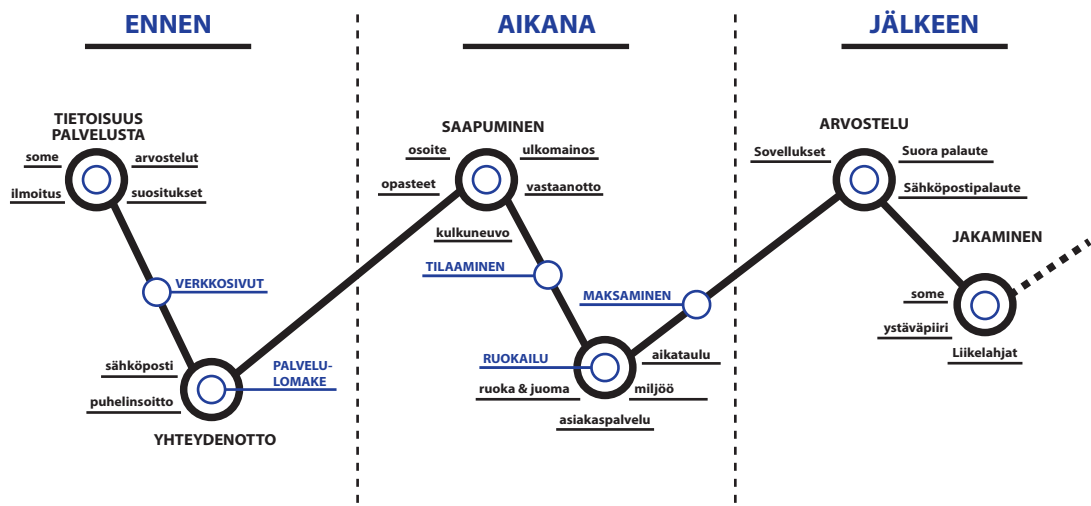
Kuvio 2. Iteratiivinen suunnitteluprosessi (alun perin Stickdorn 2011, 122–123)

Tutkimusvaiheen ensimmäinen työtehtävä on tutustua yrityksen tai yhteisön työkuultuuriin, valmiuteen sekä sitoutuneisuuteen edessä olevaan suunnittelutyöhön. Seuraavaksi tutustutaan palveluun asiakkaan näkökulmasta ja pyritään löytämään oikeat ongelmat. Luominen ja reflektointi ovat sidoksissa toisiinsa, ja niiden tarkoitus on kehittää mahdollisimman ennakkoluulottomia ratkaisumalleja ja testata niitä mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, muun muassa prototyyppien avulla. Tyypillisessä projektissa iteraatiokierroksia toteutetaan eniten näissä kahdessa vaiheessa. Kolmen ensimmäisen vaiheen huolellinen toteuttaminen ovat tärkein osan toteutuksen onnistumista. Myös työntekijöiden onnistunut osallistuminen on tärkeää, jotta toteutettavat muutokset ovat heille tuttuja.

3.2 Palvelumuotoilun käytäntöjä

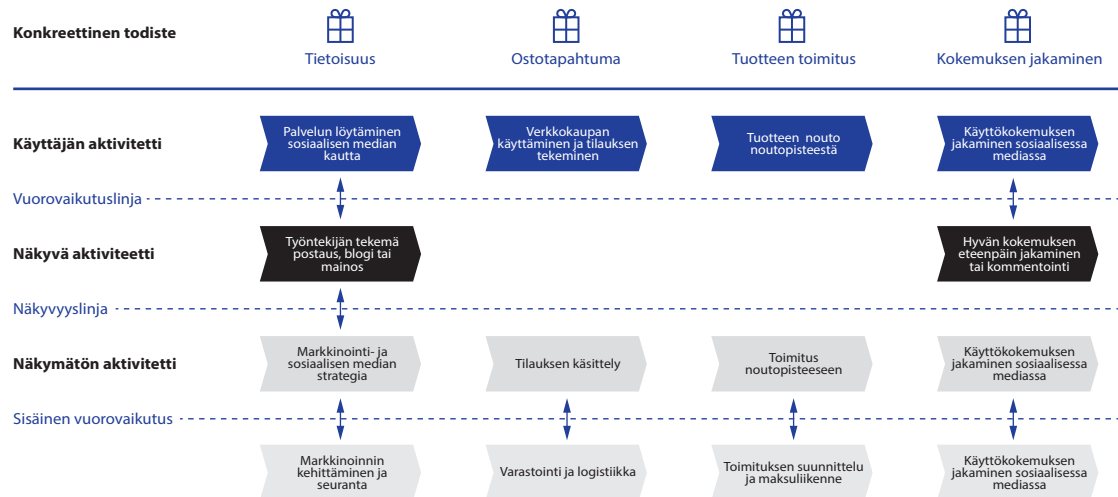
Palvelumuotoilun keskiössä on asiakasymmärryksen kartuttaminen ja mahdollisimman hyvän palvelukokemuksen suunnittelu ja suunnitelman toteuttaminen toimivaksi kokonaisuudeksi. Tyypillisiä käytäntöjä ovat yleiset käyttäjälähtöisessä suunnittelussa käytetyt menetelmät, joiden tarkoitus on kerätä ja ymmärtää käyttäjän tai asiakkaan odotuksia ja tunteita sekä tuottaa mahdollisimman toimiva tuote niiden pohjalta. Palvelumuotoilun erona käyttäjälähtöiseen suunnitteluun, voidaan pitää kokonaisvaltaista (holistic) suunnittelumallia, jossa asiakasymmärryksen lisäksi otetaan huomioon ympäristön, kulttuurin ja palvelua tuottavan tahon eri aspektit. Palvelumuotoilu tähtää mahdollisimman arvokkaaseen palvelukokonaisuuteen, jossa on pyritty ottamaan mahdollisimman pikkutarkasti selvää eri yksityiskohdista. Esittelen lyhyesti tyypillisimmät työkalut ja toteutuksen esimerkkeinä ja omaan kokemukseen perustuvina havaintoina.

Palvelupolku on palvelumuotoilun tunnetuin työkalu, ja sen todellisuutta edes osin vastaava toteuttaminen vaatii huomattavaa ennakkovalmistelua, tiedonhakua ja iterointia. Polun tarkoitus on kuvata yhden tai useamman asiakasryhmän edustajan etenemistä palvelussa kronologisessa järjestyksessä. Tyypillisessä palvelupolussa on kuvattu eri kontaktipisteitä ja kokonaisuuksia asiakkaan edetessä palvelun vaiheesta seuraavaan. Tyypillisesti kokonaisuuksia kutsutaan palvelutuokioksi. Kuvio 3 mallintaa yksinkertaista palvelupolkua, jossa palvelutuokioiden on jaettu kolmeen kokonaisuuteen: ennen, aikana ja jälkeen. Palvelutuokioiden sisältävät kontaktipisteitä, joissa asiakas on vuorovaikutuksessa palvelun kanssa. Vuorovaikutus voi tapahtua ihmisen ja toisen ihmisen tai ihmisen ja koneen välillä. Joissakin verkkoaplikaatioissa osa kontaktipisteistä tapahtuu myös koneen ja koneen välillä.



Kuvio 3. Yksinkertainen palvelupolun esimerkimallinnus, joka käsittelee ravintolaillallista.

Palvelukartta on asiakaspolun tapainen mallinnus, jossa otetaan huomioon myös palvelua tuottavan tahon aktiviteetit ja vuorovaikutuksen tuottamat konkreettiset vastineet asiakkaalle. Teoksessa *This is Service Design Thinking*, jonka metodeja käsittelevä osuus on kirjoitettu verkkoyhteisön avulla, jaetaan aktiviteetit kolmeen osaan: “User Action, Frontstage, Backstage” (Stickdorn ym. 2011, 204–207). Termeistä voidaan käyttää suomenoksia käyttäjän aktiviteetti, näkyvä aktiviteetti ja näkymätön aktiviteetti. Kuviossa 4 eri aktiviteetin tasot jaetaan sen mukaan, minkä toisen toimijan kanssa vuorovaikutus tapahtuu. Palvelukartta etenee kronologisesti vaiheesta toiseen ja jokaisen vaiheen seurauksena asiakkaalle pyritään esittämään konkreettinen todiste palvelun etenemisestä.



Kuvio 4. Yksinkertainen esimerkki palvelukartan rakenteesta verkkokauppapalvelussa.

Palvelusafari on yksi havainnoinnin metodeista, joilla pyritään keräämään kokemuspohjaista tietoa. Tyypilliseen safariin osallistuvat palvelua tuottavan tahon työntekijä tai palveluprojektiin osallistuvat suunnittelijat. Tyypillinen kohde on samalla alalla toimivien yritysten palvelut. Palvelusafarin tarkoitus on etsiä hyviä ja huonoja kokemuksia, joita muilla käyttäjätiedon keräämisen keinoilla ei välttämättä saada esille. (Stickdorn ym. 2011, 154–155.)

Haastattelut ovat tyypillinen tapa kerätä käyttäjätietoa. Koska palvelumuotoilun tärkein käyttäjätiedon osuus on odotuksiin ja kokemusten liittyvä tieto, tuottaa haastattelutilanne usein ison haasteen. Haastatteluun osallistujilla on usein tapana pyrkiä vastaamaan oikein eli mitä he kuvittelevat haastattelijan haluavan vastaukseksi. Haastateltaville on myös tyypillistä pyrkiä valmistautumaan tai jännittämään tulevaa tilannetta. Stickdorn ja muut kirjoittajat (2011, 162–165) esittelevät yhdeksi haastattelutyypiksi kontekstuaalihaastatteluja eli kokemustilanteessa tai palveluympäristössä tapahtuvaa, usein vapaamuotoista haastattelutyylä. Paikan päällä tapahtuva keskustelu auttaa yleensä osallistua rentoutumaan ja samalla haastattelijalla voi havainnoida kyseisen ympäristön vaikutusta haastateltavaan (Stickdorn ym. 2011, 154–155).

Käytin opinnäytetyössäni puolistrukturoitua haastattelutekniikkaa verenluovutuksen palvelurakenteen ja kehittämistyön aineistonkeruumenetelmänä. Kerron käyttämästäni haastattelumallista tarkemmin seuraavassa luvussa.

Erityyppiset luotainmetodit ovat yleisesti käytössä käyttäjäkeskeisessä suunnittelussa. Luotaimet ovat kehittyneempi ja hallitumpi versio itsedokumentoinnista, jonka tarkoituksena on, että käyttäjä dokumentoi omia huomioitaan tai tunteitaan palveluun tai tuotteeseen liittyvällä testausjaksolla. Luotaimen ja itse dokumentoinnin erona voidaan pitää, että luotain on paketti ohjeita, tehtäviä, työkaluja ja mahdollisesti laitteita, joita testaaja käyttää tietyn ajanjakson aikana. Luotaimen testaaja siis havainnoi ja dokumentoi itseään annettujen ohjeiden ja työkalujen avulla. Luotaimeen voi myös liittyä tapaamisia testaavan tahon kanssa tai jakson etenemiseen voidaan sisällyttää säännöllistä viestinvaihtoa. Lisäämällä luotaimeen esimerkiksi tapaamiset, videopuhelut tai -tallenteet, saadaan itsehavainnointiin lisättyä myös testaajan tekemää havainnointia.

Odotuskartat ovat tapa mallintaa käyttäjän tai käyttäjäryhmän odotuksia kehitettävää palvelua kohtaan (Stickdorn ym. 2011, 176–177). Palvelupolun ja palvelukartan tapaan, kattavan odotuskartan laatiminen vaatii huolellista taustatyötä. Palvelun suunnitteluprosessin alussa voidaan kuitenkin käyttää suuntaa antavaa odotuskarttaa, jonka lähdeaineisto voidaan kerätä esimerkiksi mediakatsauksen avulla (Stickdorn ym. 2011, 176–177). Odotuskartta voidaan laatia joko ajatuskarttamaisena kokoelmana tai strukturoituna, tarkemmin lähteistettynä suunnitteludokumenttina.

4 Tutkimusmenetelmät ja keskeiset käsitteet

Tutkimusaineisto rakentuu kolmelle Veripalvelun asiantuntijalle suoritetusta teemahaastattelusta ja omasta työkokemuksestani Veripalvelun viestinnän harjoittelijana. Lisäksi hyödynsin syksyllä 2019 työsuhteeni aikana järjestettyjä jälkimarkkinoinnin kehittämistyöpajojen lopputuloksia ja käytettyjä metodeita. Analysoin tutkimusaineistoani palvelumuotoilulle tyypillisillä keinoilla, joilla pyritään palvelun kokonaiskuvan ymmärtämiseen. Analyysin lopputuloksena mallinnan ensimmäistä kertaa verta luovuttavan asiakkaan palvelukokonaisuuden.

Veripalvelussa on pitkään tehty kattavaa palvelunkehitystä. Valitsin haastateltavat edustamaan mahdollisimman laajasti Veriluovutuksen palvelukokonaisuuden osa-alueita ja niiden pitkäaikaiseen kehittämiseen liittyvää tietoutta. Haasteltaviksi valikoituivat asiakaspäällikkö Liisa Romo, markkinointipäällikkö Anne Lind ja palveluyksikön esimies Nina Lahtela. Opinnäytetyöni laajuudessa ei ollut järkevää toteuttaa riittävän laajaa käyttäjä-tutkimusta, joten korostin haastattelun teemoissa eri ongelmien ilmenemistapoja, kuten palaute, kyselytutkimus tai tilastodata.

Kaksi haastattelua suoritettiin Veripalvelun tiloissa ja yksi etähaastatteluna Skype-palvelua käyttäen, koska kevään 2020 koronaviruspandemia aiheutti rajoituksia liikkumiseen. Etänä suoritetulle haastattelulle varattu noin tunnin aika ei riittänyt, ja päädyimme pitämään sen kahdessa osassa saman päivän aikana, mutta muutoin etäyhteyden käyttäminen ei aiheuttanut havaittavia muutoksia haastatteluprosessissa.

Pääteemoja suunnittelemani haastattelussa oli kolme: palvelun kehittyminen 2000-luvulla, palvelukartoitus ja palvelun kehittäminen. Teemat sisälsivät useita alakategorioita ja apukysymyksiä. Sovelsin Hirsjärven ja Hurmeen yleisesti käytettyä Teemahaastattelu-teosta (1993) apuna haastattelupohjan laatimisessa. Tämän lisäksi hyödynsin palvelumuotoilun haastattelutekniikkaan liittyvää tietoa teoksesta *This is Service Design Thinking* (Stickdorn ym. 2011).

Perinteisen teemakohtaisen haastattelutekniikan lisäksi hyödynsin osallistavia metodeja haastattelun osassa 2.1, jossa listattiin ja sijoitettiin ensimmäistä kertaa vertaluovuttavan asiakkaan palvelupolun osia yksinkertaiseen pohjaan, joka rakentui ennalta määrittelemistäni alueista: ennen, aikana ja jälkeen. Käytännössä haastattelijana merkitsin palvelupolun osia tulostettuun pohjaan ja keskustelimme yhdessä niiden eri merkityksistä haastateltavan kannalta. Kerroin seuraaville haastateltaville edellisen haastattelun pohjalta merkittäviä kohtia ja näin saimme strukturoitua monipuolisen kokonaisuuden eri näkökulmista. Kohdassa 2.2 kävimme tarkemmin läpi palvelupolun ongelmia ja niiden ilmenemistapoja. Tarkemmassa tarkastelussa korostuivat eri näkökulmien erot ja kokemukset. Lisäksi sain tarkennettua tietoa 2000-luvulla tehdyistä muutoksista ja niiden taustoista sekä vaikutuksista.

5 Verenluovutus Suomessa

Kuten monessa muussakin maassa, hoitaa Suomessa Punaisen Ristin Veripalvelu verenluovutustoimintaa ja verivalmisteiden tuotantoa sekä siihen liittyviä toimintoja. Verenluovutustoiminta Suomessa alkoi vuonna 1935 partiolaisten Veriliiton ja SPR:n sairaalan yhteistyönä. Toiminta alkoi partiolaisten omina verenluovutuksina ja muuttui myöhemmin laajemmaksi palveluksi, jossa partiolaiset huolehtivat rekrytoinnista ja SPR:n sairaala vastasi luovuttajien tutkimuksista ja muista käytännön asioista. Toisen maailmansodan aikaan verenluovutustoimintaa hoiti Puolustusvoimien Veripalvelu. Sodan jälkeen Veripalvelu ajettiin alas osana aselevon ehtoja sotilashallinnan muutoksista. (Toiviainen 2017, 9.)

Vuonna 1948 perustettiin Suomen Punaisen Ristin Veripalvelu. Toiminta käynnistettiin nykyisen Töölön sairaalan tiloissa, joissa toimi SPR:n sairaalana. Verenluovutus ja verivalmisteiden käyttö kehittyi nopeasti 1950- ja 1960-luvun aikana. 1972 otettiin käyttöön Kivihaan veripalvelukeskus ja samoihin aikoihin aloitettiin myös plasman jalostus eli fraktointi, joka jatkui Veripalvelun omana toimintana 2000-luvun puoliväliin. (Toiviainen 2017, 26.)

1980- ja 1990-luvun suurimmat muutokset liittyivät veriturvallisuuteen. Vuonna 1985 Veripalvelu aloitti HIV-testauksen, joka ehti ennen kuin HIV levisi laajemmin Suomen väestöön. Tätä ennen vakavin veren avulla tarttuva tauti oli ollut Syfilis. Vuonna 1990 aloitettiin myös hepatiitti C:n testaus kaikesta luovutetusta verestä. (Toiviainen 2017, 31.)

Vuonna 1985 verenluovutuspisteitä oli 33 ympäri suomea ja tuotantolaitoksia 5 (Syrjälä, 2019). Luovutetun veren tarve on laskenut 1990-luvun puolivälistä asti samaa tahtia hoitomenetelmien kehittymisen kanssa (Toiviainen 2017, 49).

Vuonna 1998 perustettiin Euroopan veripalveluliitto (EBA), joka edustaa kansallisia veripalveluita, jotka järjestävät verenluovutusta samoilla toimintaperiaatteilla kuin Veripalvelu Suomessa. EBA toimii edelleen tärkeänä vaikuttajana verenluovutuksen kehittäjänä Euroopassa ja se toimii kaupallisten toimijoiden vastapainona. (Toiviainen 2017, 43.)

Vapaaehtoisuus ja auttamisen halu ovat alusta asti olleet verenluovutuksen lähtökohdana Suomessa, eikä luovutuksesta ole saanut maksaa korvausta tai palkkiota. Luovuttajat ovat kuitenkin saaneet vuosien varrella erilaisia lahjoja luovutuksen yhteydessä. Säännöstelyn aikana erikoisuus oli kuppi oikeaa kahvia, jonka maahantuontiin veripalvelulla oli erityislupa ja konjakin tarjoilu 1960-luvulle asti (Toiviainen 2017, 19–20). Veripalvelulain kolmas pykälä määrittää vapaaehtoisuuden ja maksuttomuuden:

Veren ja sen osien luovutuksen on oltava vapaaehtoista. Luovuttajalle ei saa antaa luovutuksesta rahallista korvausta eikä muuta siihen rinnastettavaa etuutta.

Sen estämättä, mitä 1 momentissa säädetään, voidaan luovutuksesta aiheutuvat matkakulut korvata luovuttajalle. Luovutuksen yhteydessä voidaan antaa myös arvoltaan vähäistä tarjoilua ja vähäisiä lahjaesineitä (Veripalvelulaki 197/2005, 3.)

Luovuttajalahjat ovat pieniä kiitoksia ja niiden rahallinen niin vähäinen, että ne täyttävät lain vaatimat maksuttomuuden kriteerit. Ne ovat lähinnä symbolisia kiitoksia ja muistuttavat verenluovutuksesta (Lind, haastattelu 6.3.2020). Lahja on nykyisin vaihtuva esine

kuten keittiöpyyhe, kahvimitta, lasta, tulitikkurasia tai heijastin, jonka luovuttaja saa verenluovutuksen yhteydessä. Veripalvelu jakaa myös huomionosoituksia ansioituneille verenluovuttajille, luovutusten järjestäjille, VeriRyhmille ja kantasolujen luovuttajille (Lind, sähköpostitiedonanto 17.4.2020).

Veripalvelu otti vuonna 2002 käyttöön tekstiviestit tapana kutsua luovuttajia verenluovutukseen ensimmäisenä maailmassa (Toiviainen 2017, 43). SMS-kutsut ovat edelleen tehokkain tapa kutsua luovuttajia ja ne vaikuttavat luovutusmääriin jo samana päivänä (Lahtela, haastattelu 6.3.2020). Verenluovutuksen viestintä, markkinointi ja kontaktointi on kehittynyt suurin harppauksin 2000-luvun aikana. Kerron kehityksestä tarkemmin opinnäytetyöni seuraavassa luvussa.

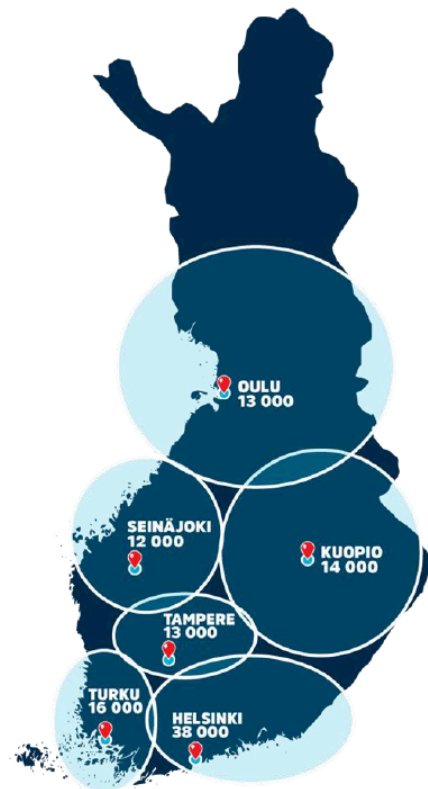
Vuonna 2005 astui voimaan niin sanottu Euroopan veridirektiivi, joka säätelee EU-maiden veripalvelutoimintaa (Toiviainen 2017, 43). Direktiivin keskeisimpiä sisältöjä ovat vaatimus verivalmisteiden jäljitettävyydestä verenluovuttajaan ja ilmoitusvelvollisuus vakavien haittavaikutusten tai tilanteiden osalta (Komission direktiivi 2005/61/EC.).

Verivalmisteiden määrällisen tarpeen väheneminen on jatkunut 2000-luvulla. Vuonna 2013 Veripalvelussa aloitettiin mittava muutos, jonka tarkoituksena oli tiivistää verenluovutusverkostoa ja suhteuttaa se veren tarpeeseen (Toiviainen 2017, 49). Muutoksen jälkeen verta voi luovuttaa kymmenessä veripalvelutoimistossa ja liikkuvissa verenluovutustilaisuuksissa, joita järjestää kuusi alueellista yksikköä. Kuviossa viisi on esillä veripalvelutoimistojen ja liikkuvien veripalveluyksiköiden vuosittaiset luovutuskerrat (Syrjälä, 2019.)

Donor Centres



Mobile Teams



Kuvio 5. Veripalvelutoimistojen sijainnit, liikkuvien veripalveluyksiköiden alueet ja vuosittaiset luovutuskerrat (Syrjälä, Martti, esitys 24.6.2019.)

Veripalvelu aloitti luovuttajan veriryhmäkohtaisen ohjaamisen asiakaspalvelukonseptin 2010-luvun alussa. Asiakaspalvelukonsepti on tärkeässä osassa opinnäytetyöni tutkimusaineistossa. Kerron siitä ja monesta muusta palvelunkehittämisen yksityiskohdasta lisää opinnäytetyöni seuraavassa luvussa.

6 Verenluovutuksen palvelukartoitus

6.1 Veripalvelun asiakaspalvelukonsepti

Verenluovutuksen palvelukokonaisuutta ohjaa asiakaspalvelukonsepti. Konseptin ytimessä on asiakkaan veriryhmäkohtainen ohjaaminen, jota tehdään kolmella osa-alueella: asiakaspalvelu, henkilökohtainen kontaktointi sekä yleinen viestintä ja markkinointi. Veriryhmäkohtaisuudella pyritään ylläpitämään eri veriryhmien tarpeen mukaista

luovuttajamäärää, joka mahdollistaa verivalmisteiden tasaisen varastotilanteen. Veriryhmäkohtainen luovuttajatarve vaihtelee päivästä toiseen, joten myös ohjaustoimenpiteet muuttuvan tarpeen myötä. Ohjaamisen mahdollistaa Veripalvelun strategiset tavoitteet:

”Vereluovuttajan palvelukokemus on erinomaisella tasolla ja asiakaspalvelu ohjaa sekä sitouttaa luovuttajaa.” ja ”Verenluovutusten määrä on ennakoitavissa, ta-
saista ja jatkuvasti tarpeen mukaista.” (Lahtela, Lind & Romo, 2019.)

Veripalvelu kehitti palvelulupauksensa vuonna 2012. Asiakaspäällikkö Liisa Romon mukaan lupauksen kehitettiin alun perin valistuneen arvauksen perusteella: ”Näitä lupauksia ei ole silloin aikanaan eikä sittemminkään viestitty luovuttajille” (haastattelu, 17.3.2020). Romo tarkoittaa, että palvelulupaukset ovat asiakaspalvelun laadun kriteerejä. Lupauksien toteutumista arvioidaan kyseilyiden ja palautteen avulla prosessikohtaisesti eri vaiheessa palvelua. (Romo, haastattelu 17.3.2020.)

Nykyisiä palvelulupauksia on seitsemän kappaletta. Niistä ensimmäinen käsittelee asiakkaan saapumista verenluovutuspaikalle: ”koet olevasi odotettu”. Toinen koskee rekisteröytymistä eli ilmoittautumista: ”palvelemme sujuvasti ja ohjaten”. Neljäs palvelupaus pureutuu hoitajan kanssa käytävään arviointikeskusteluun: ”kuuntelemme ja annamme vastauksia ja merkityksiä”. Verenluovutusta koskeva viides palvelupaus korostaa yksilöllistä kokemusta: ”huolehdimme yksilöllisesti ja osaavasti”. Kuudes palvelupaus käsittelee palautumista ja kiittämistä: ”Kiitokseksi tarjoamme palauttavan kahvihetken”. Kotiin lähtöä koskeva seitsemäs palvelupaus korostaa kokemusta koko palvelutilanteesta, kiittämistä ja toivomusta uudesta luovutuskerrasta: ”Olemme kiinnostuneita kokemuksestasi, kiitämme ja toivotamme uudelleen tervetuulleeksi”. (Lahtela, Lind & Romo, 2019.)

Ohjaavaa asiakaspalvelua tehdään koko verenluovutuksen palvelupolun aikana. Romo korostaa pidetyssä haastattelussa kolmen eri osa-alueen välittämän viestin yhtenäisyyden merkitystä. Asiakkaan motivaatio verenluovuttamiseen voi alkaa esimerkiksi tapahtumassa käydyn keskustelun pohjalta tai Youtubessa nähdyn innostavan markkinointivideon ansiosta. Välitetyn viestin perusteella asiakkaalle syntyy odotuksia. Mikäli syntyneet odotukset eivät vastaa kokemusta luovutustilanteesta, syntyy pettymyksen tunteita. Verenluovutuksen fyysisten tekijöiden vuoksi yllätyksiä voi syntyä esimerkiksi piikkikammon, huonovointisuuden tai palautumisen keston osalta. Romo kuvailee lopullista verenluovutuksen palvelutilannetta totuuden hetkeksi, jolloin lunastetaan ennakkoon viestit

lupaukset. Yhtenäistä viestiä ja kerrontaa pyritään jatkamaan myös ensimmäisen luovutamiskerran jälkeen. Romo toivoo, että jokainen luovuttaja kokee olevansa osa suurempaa tarinaa. (Romo, haastattelu 17.3.2020.)

6.2 Viestintä ja markkinointi

Veripalvelun viestintä rakentuu kahdesta kokonaisuudesta: viestintä ja markkinointi. Viestinnän ja markkinoinnin toimet ovat osittain päällekkäisiä ja siksi niitä toteuttaa sama yksikkö. Viestinnän ja markkinoinnin keskeiset osa-alueet ovat: Kantasolurekisteri, työyhteisöviestintä, tiedeviestintä, messut ja tapahtumat, digitaaliset palvelut, asiakasviestintä ja muu viestintä ja markkinointi (Lind, sähköpostitiedonanto 2.4.2020).

Veripalvelu julkaisee lehti-ilmoituksen lähes jokaisesta verenluovutustilaisuudesta. Lisäksi, poikkeusaukioloajoista, kuten pääsiäisestä, julkaistaan veripalvelutoimistojen yleisessä ilmoituksessa. Ilmoitukset ovat yksinkertaisia ja niissä julkaistaan vain luovutustilaisuuden kannalta pakolliset tiedot. Jokainen ilmoitus sisältää myös pisaratunnuksen, joka auttaa lukijoita tunnistamaan verenluovutukseen liittyvän ilmoituksen. Veripalvelun markkinointipäällikkö Anne Lind (haastattelu 6.3.2020) mainitsee, että lehti-ilmoitukset ovat mainonnan suurin yksittäinen kuluerä. Lind jatkaa kertomalla, että markkinointitutkimusten mukaan lehti-ilmoitusten huomioarvo vaihtelee paikkakuntaakohtaisesti, mutta se on yleisesti hyvä. Huomioarvoa tarkastellaan vertaamalla lehti-ilmoituksen nähneitä suhteessa vertaluovuttaneiden määrään. Lind korostaa tämän tiedon kertovan, että tietty määrä luovuttajia on nähnyt ilmoituksen, mutta se ei välttämättä ole todellinen syy luovuttamiselle. Ilmoitus toimii kuitenkin muistutuksena. Osa mediataloista tekee myös huomioarvotutkimuksia. (Lind, haastattelu 6.3.2020).

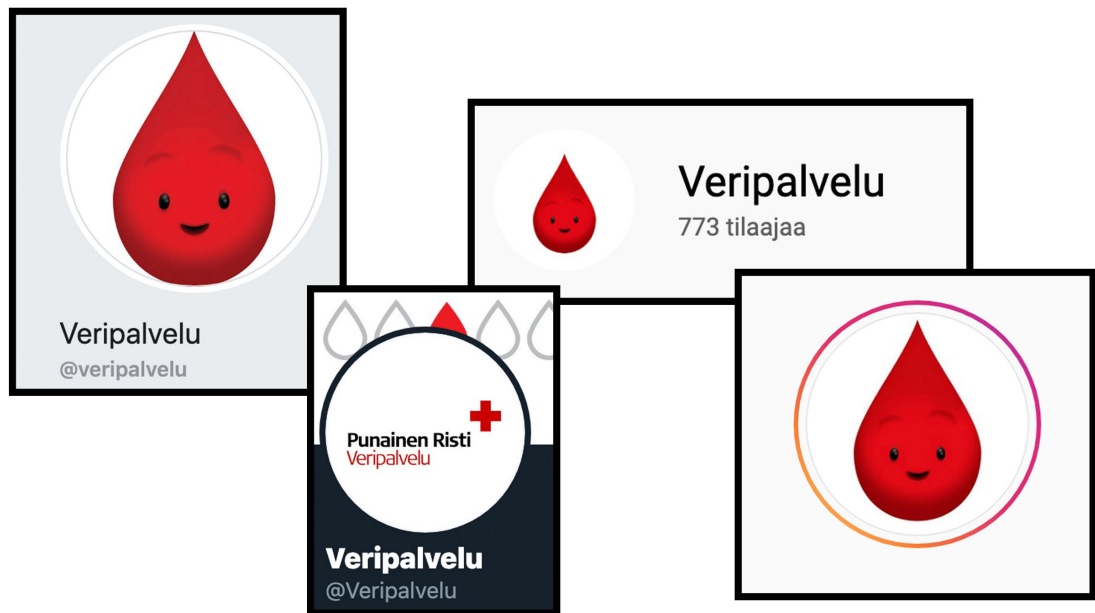
Veripalvelu panosti aiemmin laajasti ulkomainontaan. Lind (haastattelu 6.3.2020) kertoo, että nykyisin ulkomainospaikkoja ostetaan vain satunnaisesti veripalvelutoimistojen läheisyydestä. Osa toimistoista ja verenluovutustilaisuuksista ovat kauppakeskusten yhteydessä, joten myös niissä saattaa törmätä verenluovutuksen mainoksiin.

Lind nostaa esille erityisesti viestinnän pääpainon siirtymisen sosiaaliseen mediaan 2010-luvulla. Lind kertoo, että Veripalvelulle perustettiin oma yhteisösivu Facebookiin vuonna 2009. Facebookista kehittyi pian nopein ja tehokkain tapa tiedottaa verenluovutukseen liittyvissä asioissa: ”Me huomasimme Facebookin mahdollisuudet tiedottami-

sessä, on kyseessä veritilanne tai luovutussoveltuvuuteen liittyvä viestintä tai mikä tahansa ajankohtainen asia. Veripalvelulla on Facebookissa lähes 120 000 seuraajaa.” (Lind, haastattelu 6.3.2020).

Lind (haastattelu 6.3.2020) kertoo, että Veripalvelu on laajentanut vuosikymmenen edessä myös muihin sosiaalisen median kanaviin kuten Instagramiin, Twitteriin ja YouTubeen. Nykyään videot ovat mainonnassa isossa roolissa. Lind mainitsee myös markkinointibudjetin pienentyneen viime vuosien aikana. Kalliit ulkomainonta ja radiomainonta on lopetettu lähes kokonaan, ja tilalle on tullut mainontaa sosiaalisessa mediassa. ”Isossa kuvassa olemme siirtyneet yhä enemmän oman tai ansaitun median hyödyntämiseen” (Lind, haastattelu 6.3.2020.) Veripalvelu käyttää rahaa Facebookissa kohdennettuun mainontaan, joita ovat esimerkiksi verenluovutustilaisuuksien aluekohtaiset mainokset. Kohdennetun mainonnan ja sosiaalisen median kehittyminen on Lindin mukaan yksi suurimpia viestinnän ja markkinoinnin muutoksia. Veripalvelu on voinut ennen kohdentaa markkinointia yleisellä tasolla esimerkiksi valitsemalla tietyn alueen lehden, radiokanavan tai aikakausilehden, joka on suunnattu miehille. Lindin mukaan segmentointi on nykyään paljon tarkempaa, koska viestin kohderyhmä voidaan määrittää useista eri tekijöistä (Lind, haastattelu 6.3.2020.)

Käyttäjän vieraillessa Veripalvelun sivuilla sosiaalisen median kanavissa näyttäytyy hänelle varsin yhtenäinen kokonaisuus. Värimaailma on yhtenäisen punainen ja valkoinen. Profiilikuvana käytetään pääsääntöisesti hymyilevää pisaratunnusta, mutta Twitterissä pääosassa on Veripalvelun virallinen logo. Myös tekstipainotteisen sisällön kannalta Twitter on poikkeus, kun muissa kanavissa huomion pääpaino on kuvissa ja videoissa. Lind (haastattelu 6.3.2020) mainitsee Twitterin toimivan pääasiassa uutis- ja ajankohtaiskanavana sekä ajankohtaistiedotuksen, vuoropuhelun ja tarinoiden merkitystä muissa kanavissa. Facebook on tehokkain kanava saada viesti leviämään nopeasti. Se on nykyään myös yksi Veripalvelun tärkeimmistä asiakaspalvelukanavista. Lind nostaa esille erityisesti videoiden käytön ja Youtube-videoalustan mahdollisuudet uusien luovuttajien rekrytoinnissa tarinallisten videoiden avulla. Myös Romo (haastattelu 17.3.2020) korostaa luovuttajatarinoiden merkityksestä Veripalvelulle ja kertoo sosiaalisen median mahdollistavan luovuttajien osallistamisen.



Kuvio 5. Veripalvelun profiilikuvakkeet oikealta: Facebook, Twitter, Youtube ja instagram.

Tarinoiden merkitystä voidaan arvioida myös Facebookin seurantatyökaluilla. Lind mainitsee esimerkkinä kolumnitarinan, jonka oli kirjoittanut kaksi kantasolusiirtoa saaneen ja edelleen syöpää sairastavan tytön isä. ”Sitä jaettiin facebookissa siten, että sen kattavuus oli yli puoli miljoonaa ja se on tähän asti meidän paras sitoutuvuus” (Lind, haastattelu 6.3.2020). Kattavuudella tarkoitetaan arviota Facebook-sivun yksittäisen julkaisun nähneiden ihmisten määrästä ja sitoutuneisuudella kuinka monta käyttäjää on tykännyt julkaisustasi, kommentoinut sitä tai jakanut sen. tarinat voivat toimia myös Veripalvelun viestinnästä riippumattomana markkinointina. Lind nostaa esille erään kantasolurekisteriin liittyvän tapauksen, jossa syöpää sairastava potilas julkaisi koskettavan tarinansa ja vetosi ihmisiä liittymään kantasolurekisteriin. Julkaisun seurauksena kantasolurekisteriin liittyi saman verran ihmisiä kuin keskimääräisenä vuotena yhteensä. (Lind, haastattelu 6.3.2020.)

Myös verenluovutuksen toimipisteet tekevät omaa viestintää. Useilla toimipisteillä on omia tilejä sosiaalisen median alustoilla. Romo (haastattelu 17.3.2020) mainitsee veripalvelutoimistojen ja liikkuvan verenluovutuksen yksiköiden tekemän viestinnän ja kertoo sen mahdollistavan paikallisten kohderyhmien saavuttamisen.

6.3 Messut ja muut tapahtumat

Veripalvelussa aloitettiin messuille osallistuminen 2000-kymmenluvun puolivälissä. Messutoiminta oli aluksi hyvin vaatimatonta ja käytännössä kahden ihmisen vastuulla eikä kovin organisoitua. Romo (haastattelu 17.16.2020) kertoo messutoiminnan alkaneen kokeiluna helpottamaan silloisten pienten veripalvelutoimistojen pääsemistä verenluovutustavoitteeseen. Messut todettiin onnistuneeksi tavaksi uusien luovuttajien rekrytoinnissa ja toimintaa alettiin jatkokehittämään. Romo tarkentaa, että muutaman vuoden kokeilun jälkeen palkattiin messu- ja tapahtumakoordinaattori, joka osallistui pääasiassa pääkaupunkiseudun messutapahtumiin. Veripalvelun messutoiminta on kehittynyt huomattavasti alkuajoista ja myös onnistumisia arvioidaan huomattavasti tarkemmin. Romo mainitsee myös, että Messu- ja tapahtumakoordinaattori toimi siirrettiin syksyllä 2019 osaksi viestinnän ja markkinoinnin tiimiä, kun aiemmin koordinaattori toimi verenluovutuksen tiimissä. (Romo, haastattelu 17.3.2020.)

Veripalvelu järjestää verenluovutustilaisuuksia myös varuskunnissa. Tilaisuuksien yhteydessä järjestetään infoluentoja, jotka toimivat verenluovutuksen ennakkomarkkinointina. Lind (haastattelu 6.3.2020) painottaa infotilaisuuksien ja messuilla tapahtuvan face-to-face-kontaktin merkitystä uusien luovuttajien rekrytoinnissa. Varuskuntaluovutuksien välillä on kuitenkin suuria eroja luovuttajamäärissä. Romo (haastattelu 17.3.2020) mainitsee yhdeksi merkittäväksi syyksi, että flunssat ja influenssat leviävät helposti kaikkiin alokkaisiin. Flunssaisen olo ja yleinen huonovointisuus on verenluovutuksen este.

Veripalvelu kokeili vuonna 2019 uudenlaista tapahtumamallia. Blood Tattoo -tapahtuma järjestettiin Helsingissä Sanomatalon Mediatorilla 2.2.2019 yhdessä Legacy Tattoon mainostoimisto TBWA:n ja tapahtumatoimisto-MTKG:n kanssa. Tapahtumassa verenluovuttajat saivat kiitoksena oman veriryhmänsä mukaisen tatuoinnin (veripalvelu.fi). Tapahtuma sai paljon mediahuomiota, suuren somesuosion ja kumosi oletusta jatkuvasta verenluovutuskiellosta tatuoinnin takia. (Lind, haastattelu 6.3.2020.)

6.4 Luovuttajaryhmät ja muut kannustavat tekijät

Verenluovuttamisen pääsääntöinen motivaatiotekijä vaikuttaa olevan lähtöisin luovuttajan omasta auttamisen halusta (Luankoski 2012). Kannustavilla tekijöillä on kuitenkin suuri merkitys Veripalvelun toteuttaman viestinnän ja markkinoinnin lisäksi. Romo mainitsee toisen verenluovuttajan suosituksen ja puolesta puhumisen tärkeiksi tekijöiksi

sekä tiivistää kannustamisen tapoja: ”Toinen verenluovuttaja pyytää, käskee, kehottaa tai kannustaa luovuttamaan” (Romo, haastattelu 17.3.2020). Romo jatkaa kertomalla kannustamisen olevan merkittävä taustavoima verenluovuttamiselle. Toisen luovuttajan tekemä kannustaminen on ensiluovuttajan kyselyssä ja muissa kyselytutkimuksissa toistuva syy luovuttamiselle. Veripalvelulla ei ole suoraa keinoa vaikuttaa kannustamiseen, mutta sen hyödyntäminen koetaan tärkeäksi. (Romo, haastattelu 17.3.2020.)

Luovuttajaporukat eli VeriRyhmät ovat säännöllisesti luovuttamassa käyviä ryhmiä. Tyyppillisiä ryhmiä ovat muun maussa kaveri-, työ, tai harrastusporukat. Oman VeriRyhmän voi rekisteröidä netissä ja aktiivisimmat ryhmät palkitaan vuosittain (veripalvelu.fi.) Romo mainitsee luovuttajaporukoiden luoman positiivisen ryhmäpaineen verenluovutuksen motivaatitekijänä. Kaikki porukalla luovuttajat eivät välttämättä perusta omaa ryhmää, kun käyvät luovuttamassa opiskelu- tai varusmiesporukalla. (Romo, haastattelu 17.3.2020.)

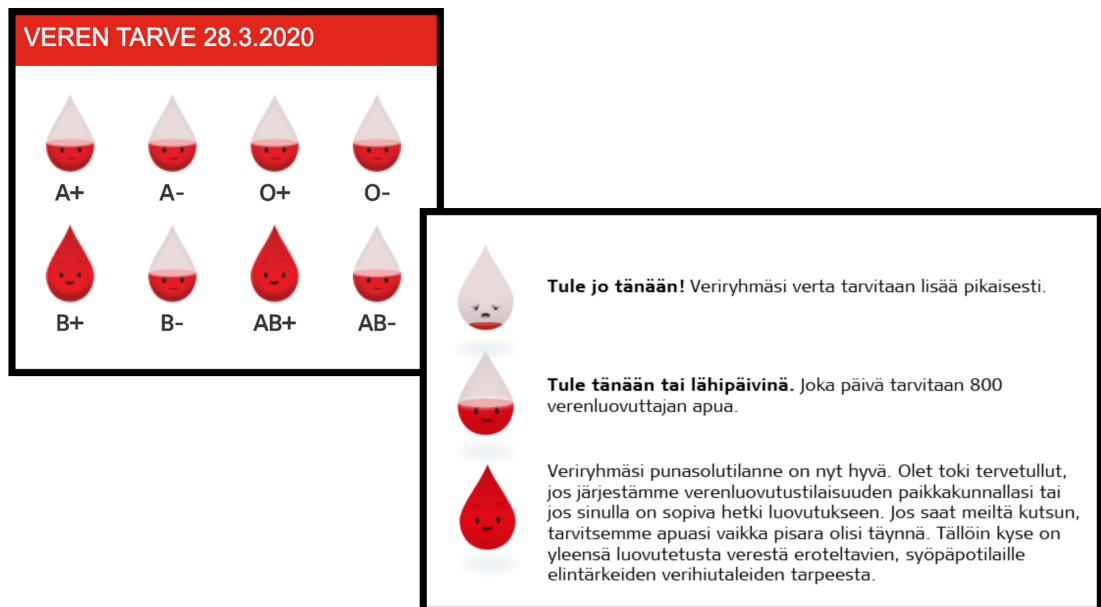
6.5 Sähköiset palvelut

6.5.1 Verkkosivusto

Veripalvelun verkkosivustolta löytyy laajasti tietoa verenluovutukseen liittyvistä asioista ja muista Veripalvelun palveluista. Lindin mukaan (haastattelu, 6.3.2020) tavoitteena on, että verenluovuttamista harkitseva henkilö siirtyy verkkosivulle etsimään lisätieto ja ohjeita luovuttamisesta, kun kiinnostus on saatu heräämään. Tärkeimpiä luovuttamiseen liittyviä palveluita ovat: Sovinko luovuttajaksi -testi, verenluovutusedellytykset ja veripalvelutoimistojen sekä verenluovutustilaisuuksien sijainnit, ajankohdat ja ajanvaraus. Verkossa voi myös laskea seuraavan mahdollisen luovutusajan ja seurata Veripalvelun ajankohtaisia uutisia. Myöhemmin tänä vuonna Veripalvelu ottaa käyttöön sähköisen terveystarkastuksen.

Veripalvelun verkkosivuilta löytyvät myös veritilannebarometri, jota voidaan pitää tärkeimpänä yksittäisenä informaationa veriryhmäkohtaisesta verenluovutustarpeesta. Veribarometri ei kuvaa Veripalvelun tai sairaaloiden verivarastojen reaaliaikaista riittävyyttä, vaan sen tarkoitus on ohjata luovuttajia. Veritilannebarometri on päivittyvä kuvake, jota hyödynnetään myös sosiaalisessa mediassa ja verenluovutuspaikkojen infonäyttöillä. Lind (haastattelu 6.3.2020) mainitsee, että veribarometriä käytetään äärimmäisen harkitusti sosiaalisessa mediassa. Tyhjän tai tyhjiä pisaroiden esittäminen voi

saada liiankin suuren luovuttajajoukon saapumaan lyhyen ajan sisällä, mikä tarkoittaa ruuhkaa ja pienempää luovuttajamäärää seuraavien kuukausien aikana. Verenluovutuksessa tasaisuus on tärkeää, koska osa verivalmisteista säilyy vain viisi päivää luovutuksesta.



Kuvio 6. Veritilannebarometri ja pisaroiden selitteen (Veripalvelu, 2020).

Verenluovutuksen palvelumallinnuksessa verkkosivut ovat aktiivinen välietappi passiivisen tiedonhaun ja ensimmäisen luovuttamiskerran välillä. Koska verkkosivuilta löytyvät veripalvelutoimistojen sijainnit ja aukioloajat, verenluovutustilaisuuksien kalenteri sekä veritilannebarometri ovat ne myös mahdollinen osa seuraavien luovuttamiskertojen palvelupolkua. Aktiivinen luovuttaja saattaa etsiä tietoa matkustusrajoitteista ja muista luovutusedellytykseen liittyvästä asioista sekä tarkastaa oman veriryhmänsä verentarpeen.

6.5.2 Terveyskysely ja ajanvaraus

Veripalvelulla on käytössä sähköinen ajanvarausjärjestelmä. Luovutusajan voi varata kaikkiin veripalvelutoimistoihin ja verenluovutustilaisuuksiin. Käynnissä olevan V2V-kehityshankkeen takia, en käsittele tässä opinnäytetyössä ajanvarausta tarkemmin, koska käynnissä oleva uudistus vaikuttaa suuresti ajanvarausjärjestelmän kehittämiseen.

Opinnäytetyöni kirjoittamisen aikana käytössä oleva verenluovuttajan terveystarkastuslomake on paikan päällä täytettävä paperinen lomake, johon vastataan jokaisen luovutuskerran yhteydessä. Terveystarkastuksen tarkoitus on kartoittaa luovuttajan terveydentila, ja se käydään läpi hoitajan kanssa. Keskustelu käydään jokaisen luovutuskerran yhteydessä. Kyselyvastausten läpikäynnissä saattaa tulla esille selviä esteitä luovuttamiselle, joita verenluovuttaja ei ole tiennyt ennen verenluovutuspaikalle saapumista.

Veripalvelu on siirtymässä sähköiseen terveystarkastukseen V2V-tietojärjestelmämuutoksen yhteydessä. Lind (haastattelu 6.3.2020) kertoo, että sähköinen luovuttajan terveystarkastus eli esitietolomake on tulossa käyttöön vuoden 2020 aikana. Lahtela (haastattelu 6.2.2020) täsmentää, että lomakkeen täyttäminen sähköisesti ei vielä tule nopeuttamaan itse verenluovutusta, mutta sen voi täyttää jo edellispäivänä ennen luovutusta. Luovutuskelpoisuuden tulee jatkossakin myöntämään hoitaja, luovuttajan kanssa käydyn keskustelun perusteella ja kysely toimii keskustelua sujuvoittavana dokumenttina.

Romo (haastattelu 17.3.2020) painottaa sähköisen terveystarkastuksen ensimmäisen version vaikutusta turhien käyntien välttämiseksi, koska lomakejärjestelmä ilmoittaa käyttäjälle selvistä luovutusesteistä. Toisaalta Romo myös painottaa, että asiakkaan kokema harmin tunne voi olla jopa suurempi, jos hän on ennakoon täytettävän lomakkeen perusteella luovutuskelpoinen, mutta paikan päällä käytävässä keskustelussa tulee ilmi jokin muu este verenluovutukselle. Myös sähköisen lomakkeen uudelleen täyttäminen jokaisena luovutuskertana saattaa aiheuttaa turhautumista. Myöhemmin tietojärjestelmämuutoksen toisessa vaiheessa tavoitteena on, että pysyvät vastaukset tallentuvat järjestelmään eikä niitä tarvitse täyttää uudelleen jokaisella luovutuskerralla. (Romo, haastattelu 17.3.2020.) Selviä esimerkkejä ovat muuan muassa Isossa-Britanniassa tiettyinä vuosina asumiseen ja malaria-alueella syntymiseen liittyvät pysyvät luovutusesteet (Lind, haastattelu 6.3.2020). Käyttäjän täyttämien tietojen siirtyminen terveystarkastuksesta veripalvelun järjestelmään vaatii vahvan tunnistuksen teknologian käyttöönoton (Romo, haastattelu 17.3.2020).

Romo (haastattelu 17.3.2020) kertoo sähköisen terveystarkastuksen olevan ensimmäinen osa isoa kokonaisuudistusta, jonka V2V-tietojärjestelmä mahdollistaa. Yksi lopullisen järjestelmän tavoitteista on mahdollistaa henkilökohtaisempi palvelukokemus, jossa luovuttaja kokee oman panoksensa mahdollisimman merkitykselliseksi osana suurempaa tarinaa.

6.5.3 Mobiilisovellus

Veripalvelu julkaisi uuden Suomen Punaisen Ristin kanssa yhteisen mobiilisovelluksen kesällä 2019. Mobiilisovellus on suunniteltu väliaikaiseksi kevytversioksi lopullisesta sovelluksesta, joka julkaistaan V2V-tietojärjestelmän toisen vaiheen yhteydessä. Sovelluksen Veripalvelu-osion ominaisuudet ovat veribarometri, ohjaus sovinko luovuttajaksi testiin ja toiminnallisuudet lähimmän veripalvelutoimiston tai verenluovutustilaisuuden etsimiseen. Lopullinen sovellus tulee olemaan paljon laajempi. Lind (haastattelu 6.3.2020) mainitsee muun muassa vision älykkäästä, veriryhmäkohtaisesti ohjautuvasta kalenterista ja räätälöidystä kutsuohjelmasta. Tulevaisuudessa sovelluksen kautta on mahdollista nähdä omat tutkimustulokset ja esimerkiksi luovutusten yhteydessä mitatut hemoglobiiniarvot. Lind kuitenkin painottaa, että tulevaisuuden sovelluksen lisäominaisuudet eivät saa vaikuttaa verenluovutuksen motiiveihin. Verenluovutus tulee jatkossakin olemaan vapaaehtoista, korvauksetonta ja sen tulee lähteä luovuttajan halusta auttaa potilaita. (Lind, haastattelu 6.3.2020.)

6.6 Verenluovutus

Verenluovutus on monimutkainen palvelutilanne. Tilanteeseen liittyy paljon tekijöitä, joita ei ole mahdollista tämän opinnäytetyön työn laajuudessa tutkia. Käsittelen palvelutilannetta osana koko verenluovutuksen palvelupolkua ja sen vaiheet läpi yleisellä tasolla. Koska sähköistä terveystarkastusta ollaan parhaillaan ottamassa käyttöön, kuvailen palvelutilanteen ilman paperista kyselyä. Lisäksi tarkastelen haastattelun aikana ilmenneitä odotuksiin ja pettymyksiin liittyviä tekijöitä.

Verenluovutus tapahtuu Veripalvelutoimistossa tai verenluovutustilaisuudessa. Tyypillisiä tiloja verenluovutustilaisuudelle ovat: koulut, kirkot, liiketilat tai erilaiset seura- ja työväentalot. Tilojen erot luovat rajoitteita järjestelyille, mutta tavoitteena on, että luovuttamistilanteeseen liittyvät elementit ovat samat kuin veripalvelutoimistossa. Veripalvelun palvelukonseptin mukainen yhtenäinen viesti pyritään välittämään paikasta riippumatta.

Verenluovutus alkaa ilmoittautumisesta, jolloin tarkastetaan luovuttajan henkilöllisyys. Romo (haastattelu 17.3.2020) mainitsee luovuttajakortin toimineen aiemmin isossa roolissa verenluovutuksen palvelutilanteessa. Luovuttajan varma tunnistaminen on kuitenkin äärimmäisen tärkeää ja siksi jokainen luovuttaja tunnistetaan nykyään henkilötodis-

tuksen avulla. Niin kutsutun veridirektiivin mukaan Veripalvelun on voitava jäljittää jokainen luovutettu veripussi ja siitä tuotetut verivalmisteet seuraavan 30 vuoden ajan (veripalvelu, 2020). Romo (haastattelu 17.3.2020) kertoo kortilla olleen suuri symbolinen arvo luovuttajille ja nyt se on jäänyt käytännössä turhaksi.

Ilmoittautumisen jälkeen luovuttaja siirtyy keskustelemaan sairaanhoitajan kanssa. Hoitaja tekee terveystarkastuksen, keskustelun ja hemoglobiinimittauksen perusteella luovutussoveltuvuuden arvioinnin. Sähköisen lomakkeen vastauksia käytetään avustavana dokumenttina. Hoitaja voi vastausten perusteella tehdä täsmentäviä kysymyksiä (Romo, haastattelu 17.3.2020). Henkilötodistus tarkastetaan uudelleen vielä ennen varsinaista verenluovutusta.

Kyselyissä ja muissa palautteissa toistuva harmituksen aihe on luovuttajan hylkääminen luovutusesteen vuoksi. Lind (haastattelu 6.3.2020) mainitsee yleisimmiksi syiksi iän, hemoglobiinin tason, matkailun, flunssan ja selvittelyssä olevan sairauden. Hylkäämisen syyt liittyvät joko luovuttajan omaan terveyteen tai veren turvallisuuteen potilaalle. Veripalvelussa kehitetään viestinnän ja asiakaspalvelun keinoja, joilla pyritään minimoimaan hylkäämisen aiheuttamia harmituksen tunteita. Esimerkiksi ennen luovutusta suositellaan aina testaamaan verkkosivuilla, voitko luovuttaa juuri nyt. Myöhemmin sähköinen terveystarkastus antaa alustavan arvion luovutussoveltuvuudesta. Omaa sopivuuttaan verenluovuttajaksi voi tiedustella myös verenluovuttajien maksuttomasta infopuhelimesta. Luovutuskelpoisuuden määritteitä kiristetään ajoittain (Lind, haastattelu 6.3.2020). Esimerkiksi opinnäytetyöni kirjoittamishetkellä meneillään oleva koronaviruspandemia on lisännyt verenluovutuksen matkustusrajoitteita ja tiukentanut verenluovutuspaikkojen käytänteitä.

Mikäli luovuttamissoveltuvuuden kanssa ei ole ongelmia, on seuraava vaihe itse verenluovutus. Varsinaisen veripussin täytyminen kestää keskimäärin 5–10 minuuttia. Luovutuksen jälkeen on hyvä levätä luovutuspaikalla jonkin aikaa.

Luovutuksen jälkeisen palautumisen kesto on yksilökohtaista. Romo mainitsee, että joillekin epä mukavuuden ja huonon olon tunteet aiheuttavat pysyvää mielihäiriötä. Ammattitaitoisella huolehtimisella pyritään saamaan aikaiseksi aito tunne huolenpidosta ja näin lievittää mahdollisia verenluovutuksen haittoja. (Romo, haastattelu 17.2.2020.)

Kaikille luovuttajille on varsinaisen verenluovutuksen jälkeen tarjolla teetä, kahvia, mehua sekä suolaista ja makeaa purtavaa. Tarjoilu on osa luovuttajan kiittämistä, mutta se nopeuttaa myös verenluovutuksen jälkeistä palautumista. Alle 50-vuotiaat ja kaikki säännöllisesti luovuttavat saavat myös kuurillisen rautatabletteja (Veripalvelu, 2020). Luovuttaja saa myös vaihtuvan luovuttajalahjan ja ensiluovuttaja hengenpelastajakassin, johon hän saa itse valita tarvitsemansa infomateriaalit.

Verenluovutuksen henkilökunta pyrkii noudattamaan asiakaspalvelukonseptin mukaista asiakaspalvelua. Verenluovuttajan ei siis tulisi huomata eroa palvelutilanteen etenemisessä, riippumatta luovuttaako hän eri toimistolla tai tilaisuudessa kuin aiemmin. Jokainen Veripalvelun asiakaspalvelutehtävissä työskentelevä osallistuu vuosittain vähintään yhteen koulutuspäivään. Koulutuspäivillä järjestetään myös työpajoja, joissa kehitetään käytännön asiakaspalvelutyötä verrattuna suurempien linjojen muutoksiin. (Romo, haastattelu 17.3.2020.)

Palautumisen jälkeen luovuttaja voi vastata ovensyykyselyyn. Romo (haastattelu 17.3.2020) mainitsee ovensuukyselyihin tulevan noin 65 000 vastausta vuodesta, joista ylivoimaisesti suurin osa positiivisia ja vain noin 5 promillea erittäin kielteisiä. Romo nostaa myös esille, että tulevaisuudessa voitaisiin lisäksi kysyä palautetta puhelimitse noin kaksi tuntia luovuttamisen jälkeen, mikä mahdollistaisi rauhoittumista ja pohdiskelua tilanteen jälkeen. Veripalvelun nykyiset järjestelmät eivät mahdollista automaattista kyselyä jokaiselle luovuttamassa käyneelle. Palautteen tarkempi kohdistaminen ja välitön kiittäminen ovat myös V2V-tietojärjestelmän toisen vaiheen mahdollisuuksia. (Romo, haastattelu 17.3.2020).

6.7 Kiittäminen

Kiittäminen on tärkeä osa Veripalvelun palvelukokonaisuutta. Romo (haastattelu 17.3.2020) korostaa hoitajan henkilökohtaista kiitosta luovuttajalla ja kertoo konkreettisen kiitoksen olevan luovuttajien arvostama kyselyiden perusteella. Muita yleisiä kiittämisen muotoja ovat luovuttajalahjat ja tarjoilut, joista kumpaakin kehitetään muun muassa meneillään olevan luovuttajaraadin avulla. Romo (sähköpostitiedonanto 17.3.2020) kertoo, että asiakasraati piti tarjoilua tärkeämpänä kuin luovuttajalahjoja. Raati myös toivoi tarjoiluun runsautta ja laadun parantamista sekä pidempiaikaisia teematarjoiluja. Luovuttajalahjojen tilalle ideoitiin aineetonta lahjaa ja mahdollisuutta siirtää lahjan arvo

luovuttajan valitsemaan kohteeseen. Aineeton lahja voisi olla esimerkiksi leffalippu. Asiakasraati myös toivoi, että lahjat ovat laadukkaita, eettisesti tuotettuja ja mahdollisuuksien mukaan kotimaisia. Henkilökohtaisen kiittämisen merkitys nousi esille myös asiakasraadissa. Raati korosti myös kiittämisen oikea-aikaisuuden merkitystä. Oikea-aikaisuudella viitataan jälkikiitokseen, joka voi olla esimerkiksi tekstiviesti tai postikortti (Romo, sähköpostitiedonanto 17.3.2020.)

Ansioituneet verenluovuttajat, luovutusten järjestävät, VeriRyhmät ja kantasoluluovuttajat saavat myös erillisiä huomionosoituksia. Huomionosoitukset ovat verenluovutuskerroista riippuen esimerkiksi: verenluovuttajamerkki- tai -riipus, hopeinen kunnialaatta ja kunniakirja sekä ansiomitali. (Lind, sähköpostitiedonanto 17.4.2020).

V2V-tietojärjestelmä tulee mahdollistaan tarkemman verivalmisteiden seurannan. Veripalvelun tilauskeskus pystyy tulevaisuudessa seuraamaan koko ketjua verenluovuttajasta potilaaseen Veripalvelun ja sairaaloiden verikeskusten järjestelmäintegraation avulla. Lind (haastattelu 6.2.2020) kertoo tämän myös käytännössä mahdollistavan verenluovuttajan konkreettisemmän kiittämisen. Luovuttajalle voidaan ilmoittaa kiitosviestinä, kun hänen luovuttamastaan verestä tuotettu valmiste on toimitettu sairaalaan.

6.8 Kontaktointi ja jälkimarkkinointi

Ensimmäisen verenluovutuskerran jälkeen luovuttajaan ollaan yhteydessä puhelimitse, mikäli hän on antanut soittoluvan. Palveluyksikön esimies Nina Lahtela kuvailee ensiluovuttajan soittoa seuraavasti: ”Sen tarkoitus on asiakassuhteen hoitaminen, sitouttaminen, ohjaaminen, varmistaa miten hän on voinut, kaikki mennyt hyvin ja annetaan se veriryhmätieto, jotta päästään sitten siihen aspa-konseptin mukaiseen veriryhmäkohtaiseen ohjaamiseen, varmistetaan kutsuluvat, yhteystiedot ynnä muut” (Lahtela, haastattelu 6.3.2020). Ensimmäistä kertaa luovuttaneelle lähetetään myös ensiluovuttajan kysely. Ensiluovuttajan soitto pyritään suorittamaan kahden viikon sisällä ja kysely kuukauden sisällä ensimmäisestä luovutuskerrasta.

Kontaktoinnin osalta tärkeimmät konkreettiset tekijät ovat luovutusväli ja luovuttajan veriryhmä. Kontaktointi on tärkeä osa veriryhmäkohtaista ohjaamista ja aktivointia, joka mahdollista veripalvelun strategian mukaisen toimintavarmuuden. Lahtela tiivistää kutsujen tarkoituksen kolmeen pääasiaan: ”Oikeaan aikaan, oikeassa paikassa ja oikeasta

veriryhmästä” (Lahtela, haastattelu 6.3.2020). Veripalvelu kutsuu luovuttajia kolmella tavalla: sms-viesteillä, sähköposteilla ja painetuilla korteilla. Kutsujen tehokkuutta tarkasteltaessa ilmenee, että SMS-kutsut vaikuttavan nopeasti, jopa samana päivänä ja sähköpostit pidemmällä aikajänteellä. Tehokkuus määräytyy suoraan siitä, että tuleeko kutsuttu henkilö luovuttamaan verta. Lisäksi tarkastellaan kutsun ja luovutuksen välistä aikaa. (Lahtela, haastattelu 6.3.2020.) Toimipisteet kutsuvat luovuttajia myös puhelimitse. Soittojen tehokkuutta ei voi vielä arvioida tarkemmin. V2V-tietojärjestelmä tulee mahdollistaan myös soitettujen kutsujen tehokkuuden arvioinnin. (Lahtela, sähköpostitiedonanto 20.4.2020.)

Lahtela mainitsee kontaktoinnin myös tärkeäksi osaksi luovuttajasta huolehtimista, jolla varmistetaan aktiivinen kumppanuussuhde Veripalvelun ja verenluovuttajan välillä. Kontaktoinnilla halutaan varmistaa myös, että luovuttaminen on viihtyisää eikä luovuttajalle tule hukkakäyntejä, eli luovuttajaa ei kutsuja, jos kyseisen veriryhmän varastotilanne on tarpeeksi hyvä tai, mikäli luovuttajan luovutusväli ei ole täyttynyt. (Lahtela, haastattelu, 6.3.2020.) Lahtela kertoo kutsuja olevan eri tasoja ” --- hyvin vetoava taso ja yleistiedottava viesti” (Lahtela, haastattelu 6.3.2020).

Veripalvelun markkinointitutkimusten (Lind, haastattelu 6.3.2020) ja luovuttajastatistiikan (Lahtela, haastattelu 6.3.2020) mukaan noin puolta verta luovuttaneista henkilöistä on kontaktoitu veripalvelun toimesta. Kontaktoinnin onnistumisprosentti on noin 9, eli keskimäärin 9 prosenttia kutsun saaneista tulee luovuttamaan verta kolmen päivän sisällä kutsusta (Lahtela, haastattelu 6.3.2020). Kontaktointi on siis selvästi tehokkain tapa saada yksi verenluovutuksen palvelutapahtuma aikaiseksi. Luovuttajaan voidaan kuitenkin ottaa yhteyttä vasta ensimmäisen luovutuskerran jälkeen ja, mikäli hän on antanut kontaktointiin tarvittavan luvan.

Veripalvelun jälkimarkkinointiohjelma alkaa ensimmäisen luovutuskerran jälkeen. Jälkimarkkinointiohjelma sisältää painettuja materiaaleja, aktivointikirjeitä ja sähköisiä uutiskirjeitä sekä kyselyitä, jotka lähetetään luovuttajalle tietyn kaavan mukaan. Lahtelan mukaan jälkimarkkinoinnilla pyritään opastamaan luovuttajia sekä luomaan syvempiä merkityksiä ja tarkoituksia verenluovuttamiselle. Kyselyt ovat tärkeä osa Veripalvelun palvelunkehittämisessä, mutta Lahtela nostaa esille myös niiden aktivoivat ja osallistavat merkitykset. (Lahtela, haastattelu 6.3.2020).

V2V-tietojärjestelmä ja yleinen kontaktoinnin kohdentamisen kehitys tulee vaikuttamaan myös jälkimarkkinointiohjelmaan. Lind (haastattelu 6.3.2020) nostaa esille uutiskirjeiden sisällön. Veripalvelun nykyinen järjestelmä mahdollistaa vastaanottajaryhmien segmentoinnin mm. veriryhmän, paikkakunnan, iän ja sukupuolen mukaan. Poiminnat on kuitenkin tehtävä käsin, joten uutiskirjeitä ei juurikaan räätälöidä segmenteittain. Kaikki luvan antaneet saavat siis yleensä saman uutiskirjeen. Poikkeuksena on esimerkiksi O negatiivisten luovuttajien ryhmä. Heille on lähetetty omia uutiskirjeitään veritilanteen mukaan. Lind (haastattelu 6.3.2020) mainitsee tarpeen ainakin eri ikäryhmille ja sukupuolelle kohdennetuille kirjeille, jolloin erityyppinen sisältö mahdollistaisi itselle merkityksellisemmän ja räätälöidymmän sisällön.

Viimeisimmät muutokset jälkimarkkinointiohjelman kokonaisuuteen tehtiin syksyllä 2019 pidetyn työpajan pohjalta. Osallistuin itse työpajaan ja kerron laajemmin sen sisällöstä opinnäytetyön seuraavassa luvussa.

7 Palvelun kehittämisen työkalut Veripalvelussa

7.1 Asiakastiedon kerääminen ja hyödyntäminen

Lahtela (haastattelu, 6.3.2020) kertoo asiakkaanpalautteen olevan keskeisessä roolissa Veripalvelun palvelu kehittämisen jatkuvaa prosessia. Palautetta pyritään keräämään kaikista mahdollisista lähteistä. Veripalvelussa on tehty 2000-luvulla useita panostuksia asiakas- eli luovuttajatiedon keräämiseen ja analysointiin. Romo (haastattelu 17.3.2020) nostaa esille ensiluovuttajan ja kvartaalikyselyt sekä viestintäyksikön toteuttamat markkinoinnin vaikuttavuutta arvioivat kyselyt. Kvartaalikyselyiden ensisijainen tarkoitus on vuonna 2014 päivitetyn strategian mukaisen luovuttajan ohjaamisen toteutuminen asiakkaan näkökulmasta. Ohjaavan asiakaspalvelukonseptin mukaisen veriryhmäkohtaisen kontaktoinnin vaikuttavuutta voidaan arvioida kutsutehokkuutta seuraamalla. Lahtelan (haastattelu 6.3.2020) mukaan yksittäisen veriryhmän kohdalla ei ole tullut esiin ilmeisiä ongelmia. O Rh D -negatiivinen eli O- -veriryhmän omaaville kuitenkin kohdistetaan erilaista kontaktointia ja markkinointia kuin muille. O- -punasoluvalmisteita voidaan käyttää niin sanottuna hätäverenä, eli niitä voidaan antaa kaikille jo ennen potilaan veriryhmätestausta. Tämän vuoksi kyseisen veriryhmän luovuttajia tarvitaan suhteessa enemmän. O- -veriryhmän luovuttajista on pulaa myös maailmanlaajuisesti (Lahtela, haastattelu 6.3.2020).

Aikaisemmin Veripalvelu toteutti vuosittaisen strategian mukaiset kyselyn kahdesta eri teemasta: asiakaslupausten toteutuminen ja ohjaava asiakaspalvelu. Kummastakin teemasta toteutettiin kaksi kyselyä, eli yhteensä neljä eri kyselyä. Romo (haastattelu 17.3.2020) kertoo, että tällä kyselymenetelmällä tulokset eivät juurikaan muuttuneet vuosien saatossa. Tämän seurauksena veripalvelussa päädyttiin nykyiseen kvartaalikyseleyn, jossa kysytään vuosittain neljää eri teemaa, eli joka kvartaalissa eri teemaa. (Romo, haastattelu 17.3.2020.)

Käyttäjätietoa ja kokemuksia voidaan kerätä myös käytännön asiakaspalvelun ohessa. Sanalliselle palautteelle, joka kuunnellaan muun työn ohessa, on tyypillistä että sitä ei kirjata ylös ja näin palautteen sisältö unohtuu. Ilmenneitä ongelmia voidaan ajan saatossa jättää täysin huomiotta, kun toistuvaan palautteeseen totutaan. Suullinen palaute on kuitenkin ensiarvoisen tärkeää palvelukokemuksen kehittämisessä ja sen avulla on mahdollista löytää ongelmia, joita on muuten haastavaa huomata. Veripalvelu on kehittänyt työkaluja myös tämän tyyppisen palautteen hyödyntämiseen. Lahtela (haastattelu 6.3.2020) mainitsee Veripalvelun käyttämät jatkuvan parantamisen aloitteet, joilla henkilökunnan jäsen voi esittää muutosta esimerkiksi oman työn kehittämiseen tai luovuttajapalveluihin liittyvään kokonaisuuteen. Kaikkia asiakaspalvelussa toimivia veripalvelulaisia on ohjeistettu viemään jokainen pienikin palaute eteenpäin. Aloite käsitellään tiimin viikko- tai päiväpalaverissa, ja niiden pohjalta voidaan aloittaa pilotointi. Mikäli pilotti onnistuu, voidaan käytäntö monistaa muihin tiimeihin ja yksiköihin. Lahtela mainitsee luovuttajatarjoilun kehittymisen, luovutuspetien järjestyksen ja tilojen yleiseen viihtyvyyteen liittyvät pienetkin asiat, hyvinä esimerkkeinä aloitteista alkaneista käytännöistä. (Lahtela, haastattelu 6.3.2020.)

Romo (haastattelu 17.2.2020) mainitsee myös sosiaalisen median kautta tulleet palautteet. Työskennellessäni Veripalvelun viestintäyksikössä olin tekemisissä myös Facebook-palautteen kanssa, vaikka en sitä itse käsitellytkään. Facebookissa palautetta annetaan viestien ja kommenttien muodossa. Veripalvelun henkilökunta ei voi tietosuojalainsäädönkään takia, käsitellä verenluovuttajan terveydentilaa tai muita henkilön luovuttamiskelpoisuuteen liittyviä asioita Facebook-messengerissä. Tämän tyyppiset henkilökohtaiset kysymykset ohjataan palveluyksikön puhelinnumeroon. Kommentteina tulleet palautteet ovat pääsääntöisesti positiivisia. Suuri osa on lyhyitä kommentteja Veripalvelun julkaisuihin, joissa verenluovuttaja haluaa jakaa, että on käynyt juuri luovuttamassa tai, että hän on menossa luovuttamaan lähiaikoina. Tämän tyyppistä kommentointia voi-

daan pitää luovuttajien haluna jakaa oma tarinansa ja kuulua osaksi suurempaa yhteisöä. Myös potilaat kiittävät kanavassa verenluovuttajia. Osa kommenteista on suoria kysymyksiä aukioloajoista tai asiakkaalle sopivan paikkakunnan seuraavasta luovutusajankohdasta. Pettymyksistä kertovia kommentteja esiintyy myös. Yleisiä aiheita ovat luovutuspaikkojen saavutettavuuteen liittyvät ongelmat, kuten veripalvelutoimistojen aukioloajat ja seuraavan verenluovutustilaisuuden epäsoviva ajankohta. Asiakkaan haluat jakaa myös omaan luovutuskelpoisuuteen liittyviä pettymyksen tunteita. Yleisimpiä jaettuja pettymyksiä ovat ikään ja terveydentilaan liittyvät luovutuskelpoisyyden hylkääminen. Verenluovuttajilla on suuri halu ja tarve jakaa omia kokemuksiaan, olivat ne sitten positiivisia tai negatiivisia.

7.2 Työpajatoiminta: jälkimarkkinoinnin kehittäminen

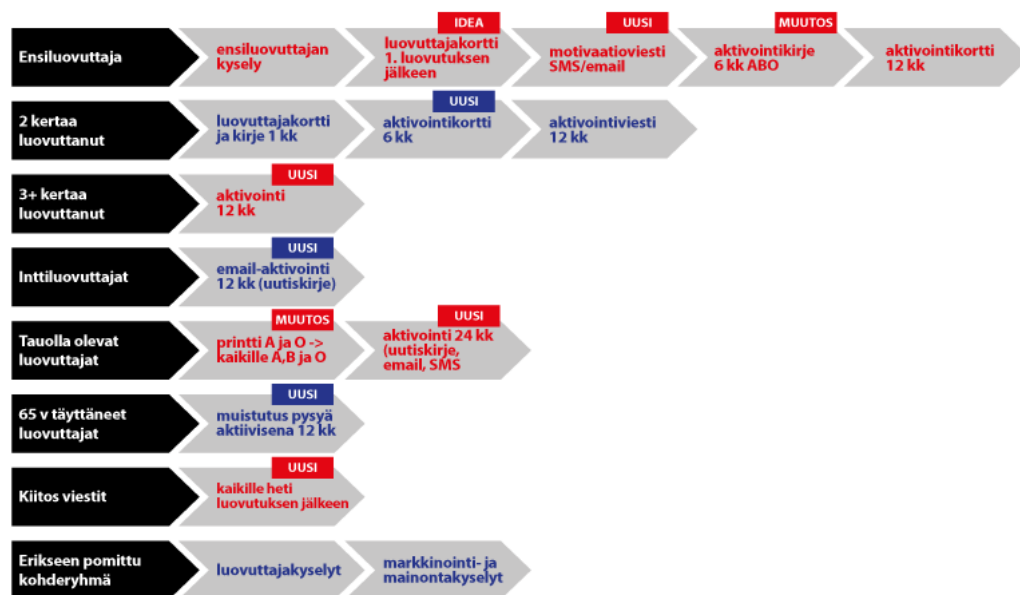
Osallistuin työsuhteeni aikana jälkimarkkinoinnin kehittämisen työpajaan syksyllä 2019. Lahtela (haastattelu 6.3.2020.) kertoo, että veripalvelussa käytetään työpajoja kehittämistoiminnassa, mutta yleensä ne ovat yhden yksikön tai tiimin sisäisiä. Työpajoja voidaan käyttää esimerkiksi jatkuvan parantamisen aloitteiden hyödyntämiseen. Jälkimarkkinoinnin työpajaan osallistui työntekijöitä palveluyksiköstä ja viestintäyksiköstä sekä Liisa Romo asiakaspalvelun edustajana. Varsinaista työpajapäivää ennen pidettiin kaksi lyhyempää kokoustyyppistä työpajaa, joista itse osallistuin jälkimmäiseen. Työpajoissa esitettiin ideoita ja pyrittiin saavuttamaan syvempi yhteinen ymmärrys ongelmista ja kehittämisen kohteista. Työpajat suunnitteli ja fasilitoi Nina Lahtela.

Toisessa työpajassa käsiteltiin silloista jälkimarkkinointikokonaisuutta. Olin tässä vaiheessa työskennellyt Veripalvelun viestintäyksikössä noin neljä kuukautta, mutta kokonaisuus oli itselleni pääosin tuntematon. Omassa työssäni oli tullut vastaan vain kutsukortteihin ja uutiskirjeisiin liittyviä työtehtäviä. Työpajan päätavoitteena oli ideoida parannuksia silloisen tiedon pohjalta. Sen aikana myös paneuduttiin tarkemmin tiettyihin markkinointituotteisiin ja tapoihin, analysoitiin niiden ongelmat ja päätettiin, mitä niistä voidaan alkaa uudistamaan heti. Yksi heti aloitetuista muutoksista oli liikkuvien verenluovutustilaisuuksien kutsukortit. Työpajassa päätettiin laajentaa korttipohjien visuaalista valikoimaan vuodenaikateemoittain. Tässä työpajassa nousi myös esille selviä ongelmakohde-ryhmiä ja ei-toimineita markkinointikokeiluja.

Viimeinen laajempi työpaja järjestettiin lokakuussa 2019, ja sen päätavoitteena oli saada jälkimarkkinointiohjelman runko valmiiksi. Ohjelmarungon lisäksi paneuduttiin tarkemmin

aiemmissa työpajoissa esille tullesiin ideoihin ja ongelmiin. Käsiteltäviä teemoja olivat muun muassa: varuskunnassa luovuttaneiden jatkaminen verenluovuttajina sekä mahdollinen oma kampanja varuskunnassa paikan päällä, korttikutsujen visuaalinen uusiminen, visuaalisten sähköpostipohjien korjailu ja kehittäminen. Työpaja sisälsi myös ryhmätehtävän, jossa osallistujat kiersivät kolmella eri aihetta käsittelevällä työpisteellä ja lisäsivät omat ideansa fläppitaululle. Jokaisella työpisteellä oli oma tukihenkilö, joka kertoi tarvittaessa lisätietoa aiheesta ja muistutti aiemmista huomioista, jotka koskettivat kyseistä teemaa. Ryhmätyön teemoja olivat: varuskunnassa luovuttaneet, tauolla olevat ja ideoita ohjelman kokonaisuuteen. Ryhmätyön lopuksi ryhmäläiset esittelivät omat fläppitaulunsa ja muut ryhmät täydensivät omia merkintöjään niillä.

Työryhmätyöskentely oli sujuvaa ja sen aikana kehitettiin useita uusia tapoja tavoittaa niin kutsuttuja ongelmaryhmiä, jotka eri syistä eivät jatka verenluovutusta. Työpajojen pohjalta viimeisteltiin uusi jälkimarkkinointiohjelma, joka on tarkoitus ottaa porrastetusti käyttöön vuoden 2020 aikana. Ohjelma sisältää muutoksia olemassa oleviin toimiin ja kokonaan uusia lisätoimia, joilla pyritään aktivoimaan ongelmallisia kohderyhmiä.



Kuvio 6. Uudistettu jälkimarkkinointiohjelma. (Lahtela, sähköpostitiedonanto 2.3.2020)

7.3 Osallistaminen: asiakasraati

Veripalvelulla on käynnissä asiakasraadin pilottiohjelma. Raadin järjestämiseen päädyttiin, vuoden 2019 keväällä tehdyn asiakkaan osallistamisen esiselvityksen perusteella. Pilotti sisältää kolme tapaamiskertaa, joiden keskipituus on kaksi tuntia. Asiakasraati kokoontuu Tampereella ja kokoontumiset ovat Veripalvelun fasilitoimia. (Romo, Haastattelu 17.3.2020.) Opinnäytetyöni kirjoittamisajankohtana asiakasraati on ehtinyt kokoontumaan yhden kerran. Loput kokoontumiset todennäköisesti siirtyvät syksyyn koronavirusepidemian takia.

Romo kertoo ensimmäisen tapaamiskerran teemana olleen luovuttajan kiittäminen. Tapaaminen alkoi alustuksella, jonka pääpaino oli verenluovutuksen maksuttomuudessa. Verenluovutuksesta ei saa Suomessa maksaa korvausta. Luovuttajalle saadaan kuitenkin tarjota kohtuulliseksi katsottu tarjoilu ja pienimuotoinen lahja. Alustus esitettiin mahdollisimman neutraalisti ilman ennakkosenteita ja muiden asiakkaiden palautteita. Tapaaminen järjestettiin world cafe -metodia käyttäen. (Romo, haastattelu 17.3.2020.)

World cafe on strukturoitu joukkokeskustelumenetelmä, jossa ryhmät tai käyttäjät käsittelevät kysymystä tai ongelmaa yhdessä pöydässä. Pöytää vaihdetaan, kun sen teema on käsitelty tai vaihdos tehdään työpajan aikataulun mukaan. World cafe -metodi voi toimia yleisenä joukkotiedon jakamisen välineenä. Suunnittelumetodina se vaatii kuitenkin runsaasti ennakkotyötä, fasilitointia, selkeän aikataulun ja dokumentoinnin sekä suunnitelman ideoiden jatkokehittämiselle.

Romo kertoo ensimmäisen työpajan kysymyksiä olleen muun muassa: ”miten toivoisit sinua kiitettävän” ja ”miten kiittäminen onnistuu parhaiten lahjan tai tarjoilun avulla” (Romo, haastattelu 17.3.2020). Osallistaville työpajametoille tyypillisiä haasteita ovat aikataulussa pysyminen ja käsiteltävän asiakokonaisuuden pilkkominen riittävän pieniksi teemoiksi. Fasilitoijan on myös kyettävä ohjaamaan etenemistä, mutta varottava liiallista ohjailua omien mielipiteittensä mukaan. Kerätyt ideat, kokemukset ja data on myös pysyttävä hyödyntämään. Romo arvioi ensimmäinen asiakasraadin onnistuneen hyvin ja myös aikataulun toteutuneen suunnitelman mukaan. Työpajan päämääränä oli esittää verenluovutuksen johtotiimille suosituksen jatkotoimenpiteitä varten. Osallistava työpaja tuotti kuitenkin jo nopeamman aikataulun tuloksia: ”Verenluovuttajat kokivat tosi arvokkaana, että he saavat tietoa, että he saavat vip-tietoa” (Romo, haastattelu 17.3.2020). Romo kertoo osallistujien ideoineen tapoja jakaa niin sanottua sisäpiiritietoa myös muille

verenluovuttajille. Esiinnousseita ideoita olivat esimerkiksi Tampereen verenluovuttajakilta ja erilaiset luovuttajatapahtumat. Kolmas verenluovuttajien syvempään tietoon liittyvä idea koski Veripalvelun vuosikertomuksia. Työpajan aikana selvisi, että verenluovuttajat eivät yleisesti lue vuosikertomuksia, vaikka ne sisältävät oleellista tietoa koko palvelua koskevista muutoksista. Romo kertoo osallistujien ideoineen vuosittaiset videotervehdykset vuosikertomusten rinnalle. (Romo, haastattelu 17.2.2020.)

Veripalvelun järjestämässä ensimmäisestä asiakasraadista voidaan nostaa esille kaksi osallistavuuden selkeää hyötyä. Ensimmäinen hyöty on yksittäisissä asioissa, joita palvelun tuottajan on vaikea tai mahdotonta havaita. Asiat voivat olla pieniä ja yksityiskohdaisia tai koko palvelun kattavia kokemuksia. Kokemuksista Romo mainitsee erityisesti kyselytutkimuksiin ja palautteisiin liittyvän ongelman: ”Meidän palaute on suureksi osaksi positiivista. Sitten ne, joilla on jotain sanottavaa, niin mä pahoin pelkään, että ne ei meille sitä kerro” (Romo, haastattelu 17.2.2020). Romon mukaan helpoista ja selkeästi kuvailtavista asioista on helpompi antaa palautetta. Verenluovuttamiseen liittyvistä henkilökohtaisista pettymyksen tunteista on kuitenkin vaikeampaa kerätä kirjoitettua palautetta. Romo nostaa esille erityisesti pelkoon, verenluovushaittaan ja luovutuskelpoisyyden hylkäämiseen liittyvät pettymyksen kokemukset, joiden ennakkoinnin kehittämiseen liittyvää syvällistä ymmärrystä on vaikea kerryttää kirjoitetun palautteen pohjalta (Romo, haastattelu 17.2.2020.)

Toinen hyöty piilee itse osallistumisessa ja selkeästä vaikutuskanavasta. Osallistujat kokevat olevansa merkityksellisemmässä asemassa, kun he saavat yksityiskohtaista tietoa verenluovutuksesta ja voivat itse osallistua palvelun kehittämiseen. Osallistujan voidaan olettaa kokevan oman panoksensa ja oman osansa isommassa tarinassa merkityksellisemmäksi. Merkityksen myötä verenluovuttajan palvelusta saama aineeton hyöty lisääntyy ja hän kokee palvelukokonaisuuden paremmaksi. Hyödyn kasvaessa asiakas todennäköisesti jatkaa luovuttamista.

Tulevaisuuden asiakasraateja suunnitellessa, Romo korostaa kolmea asiaa: tarkasti rajattu tutkimuskysymys, sopiva osallistamisen tapa ja tutkimuskysymykseen sopiva osallistujakunta. Esimerkiksi, kun käsitellään verenluovuttamiseen liittyviä pelkoja, otetaan peloista kärsineitä osallistujiksi. Romo painottaa, että työpajoja ei kannata järjestää joka kaupungissa vain osallistamisen takia, vaan niiden tarkoitus on ratkoa tiettyjä hyvin rajattuja ongelmia. (Romo, haastattelu 17.2.2020.)

8 Analyysi

8.1 Palvelun nykytilanteen mallinnus

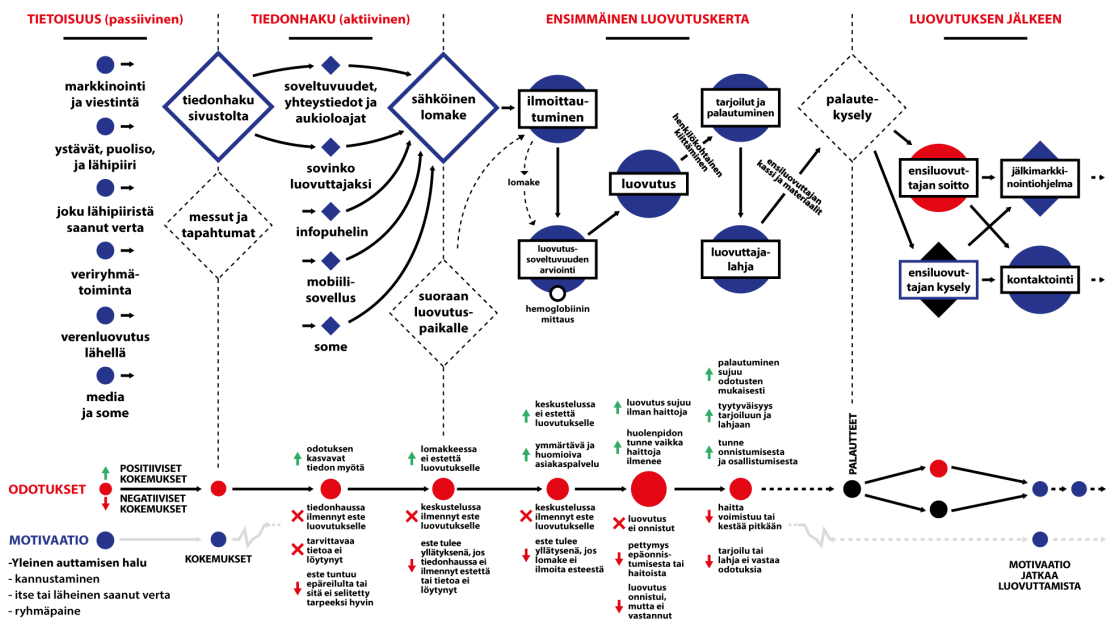
Verenluovutus on monimutkainen palvelukokonaisuus, jossa yhdistyvät vapaaehtoistyön auttamisen halu, terveydenhoitoalan ja verenluovutuksen omat säädökset sekä tarve ohjata asiakasta tasaisen veriryhmäkohtaisen verivalmisteiden saatavuuden takaamiseksi. Kokonaisuus eroaa suuresti kaupalliselle toiminnalle tehtävästä palvelumallinnuksesta. Tuotteen tai palvelun suhdetta siitä maksettuun hintaan ei voida arvioida palvelumuotoilulle tyypillisin keinoin. Maksuttoman verenluovutuksen hintana voidaan yksinkertaistettuna käsitellä siihen käytettyä aikaa, luovutettua verta ja siihen liittyvää fyysistä kuormitusta sekä mahdollista verenluovutushaittaa. Vastalahjana saatu tuote taas on aineeton omaisuus, joka koostuu pääasiassa auttamisen mielihyvästä, mutta vaihtelee yksilökohtaisesti. Aineettomasta omaisuudesta muodostuu verenluovutuksen motivaatio. Palveluna voidaan pitää näiden kahden suhdetta mahdollistava kokonaisuutta, jota Suomessa hoitaa Suomen Punaisen Ristin Veripalvelu.

Ensimmäisen luovutuskerran kokonaisuutta voidaan käsitellä kuvio 7. avulla, joka kuvaa ensiluovuttajan palvelupolkua, odotuksia, kokemuksia ja motivaatiota. Mallinnus havainnollistaa kronologisesti etevää palvelua, jossa kokemukset synnyttävät odotuksia, jotka mahdollistavat motivaation jatkaa palvelupolun seuraavaan etappiin. Malli on yhdistelmä palvelumuotoilulle tyypillisiä metodeja, joista kerroin tämän opinnäytetyön toisessa luvussa. Ensimmäinen vaihe on tietoisuus verenluovutuksesta. Tietoisuus herää yleisesti passiivisesti, eli ulkoisten ärsykkeiden pohjalta. Mahdollinen uusi luovuttaja tulee tietoiseksi omasta mahdollisuudestaan luovuttaa verta. Haastatteluissa ilmenneitä yleisiä tapoja olivat: Veripalvelun markkinointi ja viestintä, media ja sosiaalinen media ystävät, puoliso tai lähipiiri, joku läheinen saanut verensiirron, verenluovutustilaisuus lähellä sekä Veriryhmätoiminta.

Samalla kun mahdollinen uusi luovuttaja tulee tietoiseksi verenluovuttamisen mahdollisuudesta, alkaa myös motivaatio omalle verenluovutustoiminnalle. Motivaation lähtökohdina on yleinen auttamisen halu, mutta siihen voivat vaikuttaa myös kannustaminen tai ryhmäpaine sekä, jos itse tai läheinen on saanut verensiirron. Motivaatio on aineetonta omaisuutta, joka määrittää tuleeko yksilö luovuttamaan ja jatkaako hän luovutusta ensimmäisen kerran jälkeen. Motivaatio riittävyttä arvioidaan suhteessa odotuksiin, jotka

määräytyvät tiedon sekä hyvien ja huonojen kokemusten perusteella. Odotuksen mahdollistavat motivaation kasvun, mutta mikäli kokemus ei negatiivisessa mielessä vastaa odotusta, aiheuttaa se harmistusta tai jopa pysyvää mielipahaa.

Tietoisuuden jälkeen seuraa aktiivinen tiedonhaku. Passiivisen ja aktiivisen osan välissä voidaan käsittää sijaitsevan myös Veripalvelun verkkosivut sekä messut ja muut tapahtumat, joilla vaikuttaminen on ensin passiivista, mutta muuttuu aktiiviseksi vuorovaikutukseksi tai tiedonhauksi. Veripalvelun tekemä tiedotus ja markkinointi ohjaa uuden luovuttajan pääasiassa verkkosivuille. Verkkosivuilta löytyy yleistä tietoa verenluovutuksesta ja luovutusedellytyksistä, veripalvelutoimistojen yhteystiedot ja verenluovutustilaisuuksien ajankohdat sekä luovutussoveltuvuutta arvioiva testi ja ajanvaraus. Sosiaalisessa mediassa ja tapahtumissa esitetyt terveydentilaan liittyvät kysymykset ohjataan infopuhelimeen, jossa voidaan tehdä alustava luovutussoveltuvuuden arviointi. Yksi mahdollinen kanava tiedonhakuun on myös mobiilisovellus, josta on tällä hetkellä käytössä kevytversio. Tiedon myötä motivaatio luovuttamiselle kasvaa, mikäli auttaminen vaikuttaa konkreettisemmalla ja verenluovutuksen vaiva pienemmältä kuin sen hyöty potilaalle.



Kuvio 7. Mallinnus ensiluovuttajan palvelukokonaisuudesta

Aktiivisen tiedonhaun jälkeen mahdollinen luovuttaja ohjataan sähköiseen terveystietolomakkeeseen. Sähköinen lomake on tulossa käyttöön pian opinnäytetyöni valmistumisen jälkeen, joten en käsitellyt nykyistä paperista lomaketta osana palvelupolkua. Lomakejärjestelmä ilmoittaa selvien luovutusesteiden ilmetessä ja tallentaa täytetyn tiedon tulee verenluovutuksen palvelutilannetta varten. Lomakkeen ilmoittama luovutuseste voi aiheuttaa pettymyksen tunteen, mutta mahdollistaa odotusten kasvamisen, mikäli esteitä ei ilmene. Luovuttaja voi tulla myös suoraan luovutuspaikalle, milloin hän täyttää sähköisen lomakkeen ilmoittautumisen jälkeen.

Verenluovutuksen palvelutilanteen ensimmäinen vaihe on ilmoittautuminen, jonka aikana luovuttajan henkilöllisyys tarkistetaan henkilötodisteuksesta. Ilmoittautumisen jälkeen luovuttaja siirtyy arviointikeskusteluun hoitajan kanssa. Hoitaja päättää lopullisen luovutussoveltuvuuden käyttäen apuna terveystietolomakkeen vastauksia. Keskustelua seuraa varsinainen verenluovutus. Ensimmäisen luovutuskerran vahvimman odotuksen liittyvät itse luovutustilanteeseen. Kokemus voi olla positiivinen tai negatiivinen. Verenluovutuksen motivaation kannalta tärkein tekijä on odotukset suhteessa kokemukseen. Ensimmäiseen luovutukseen voi liittyä ennakkoon pelkoa ja toiselle yksilölle pelko, kipu tai muut epämiellyttävät tuntemukset voi tulla yllätyksenä itse tilanteessa. Veripalvelun palvelukonseptin mukaisella asiakaspalvelulla pyritään reagoimaan tilanteisiin yksilökohtaisella ja ammattimaisella hoivalla ja näin tasaamaan yllätyksenä tulleita yksilöllisiä kokemuksia.

Verenluovutuksen hoitanut sairaanhoitaja kiittää luovuttajaa henkilökohtaisesti, joka kyselytietoon pohjautuen on yksi tärkeimmistä kiitoksen muodoista. Verenluovutuksen jälkeen on tarjolla kylmää ja kuumaa juotavaa sekä suolaista ja makeaa purtavaa. Tarjoilut ovat osa luovuttajan kiittämistä, mutta myös nopeuttavat luovuttajan palautumista. Luovuttaja saa kiitokseksi myös luovuttajalahjan. Kuvio 7:ssä palvelupolun suoraviivaisesta mallista poiketen, luovuttaja voi ottaa lahjan yleensä jo ilmoittautumisen yhteydessä. Lahja on tärkeä osa kiittämistä ja on siksi sijoitettu verenluovutuksen jälkeen palvelupolussa. Veripalvelun pilottiohjelman luovuttajaraati nosti laadukkaana tarjoilun luovuttajalahjaa tärkeämmäksi kiittämisen muodoksi. Kokeneille luovuttajille tarjoilu herättää enemmän odotuksia kuin varsinainen verenluovutus. Tarjoiluja kehitetään tällä hetkellä muun muassa luovuttajaraadin avulla.

Heti verenluovutuksen palvelutilanteen jälkeen luovuttaja on mahdollisuus jättää palautetta ovensuukyselyyn. Haastatteluissa nousi huomio, että kysely voitaisiin jatkossa

tehdä pari tuntia verenluovutuksen jälkeen sähköisesti, kun luovuttaja on rauhoittunut tilanteen jälkeen.

Ensiluovuttajan kysely pyritään suorittamaan kahden viikon ja soitto kuukauden sisällä ensimmäisestä luovutuskerrasta. Soitto on tärkeä tekijä asiakassuhteen hoitamisessa ja sen tarkoitus on myös antaa luovuttajan veriryhmätieto, joka mahdollistaa veriryhmäkohtaisen ohjaamisen aloittamisen ja asiakkaan sitouttamisen verenluovutukseen. Soiton aikana myös varmistetaan ensiluovuttajan antamat yhteystiedot. Ensiluovuttajan kysely on tärkeä osa Veripalvelun palvelulupausten arviointia ja se antaa tärkeää tietoa palvelun kehittämisen tarpeista.

Ensimmäisen luovutuskerran jälkeen alkaa Veripalvelun veriryhmäkohtainen jälkimarkkinointiohjelma ja kontaktointi, mikäli luovuttaja on antanut tarvittavat luvat niitä varten. Käsittelin jälkimarkkinointia ja kontaktointia laajemmin opinnäytetyöni aiemmassa luvussa.

8.2 Keskeiset teemat

Tutkimusaineiston työstämisen aikana nousi esille kaksi keskeistä teemaa, jotka toistui-
vat kaikissa kolmessa haastatteluissa: tarinoiden merkitys ja kokemus osallistumisesta. Myös kannustamista pidettiin merkittävänä mahdollisuutena uusien luovuttajien rekrytoinnissa. Näiden lisäksi merkittävä ja huomioon otettava seikka on V2V-tietojärjestelmän mukanaan tuomat mahdollisuudet. V2V tulee mahdollistamaan muun muassa: oikea-aikaisen kiittämisen, vaikuttavamman kohdentamisen sekä uusien ja nykyisten sähköisten järjestelmien kehittämisen.

Kaikki haastateltavat korostivat tarinoiden merkitystä markkinoinnissa. Veripalvelu käyttää markkinoinnissaan koskettavia tarinoita, joissa potilaat ja luovuttajat kertovat kokemuksistaan. Tarinallista markkinointia hyödynnetään myös videoiden muodossa. Lisäksi potilaiden tai heidän läheistensä oma-aloitteisesti sosiaalisessa mediassa jakamat selviytymistarinat ovat tärkeitä uusien luovuttajien rekrytoinnissa. Tarinoilla on merkittävä vaikutus tutkimusten mukaan ja niiden vaikuttavuutta voidaan mitata myös sosiaalisen median seurantatyökalujen avulla.

Tarinallinen kerronta avaa vastaanottajalle helpommin käsitettävän rajapinnan kuin perinteinen markkinointi. Myös jo mukana olevien luovuttajien on helpompi ymmärtää oman

panoksensa merkitys henkilökohtaisten selviytymistarinoiden avulla. Tarinat ovatkin tärkeä osa auttamisen konkretisoitumisessa ja sitä kautta osallistumisen kokemuksessa. Luovuttajille on erityisen tärkeää, että he kokevat olevansa osa suurempaa auttamisen ketjua ja heillä on suuri halu sekä tarve jakaa omia kokemuksiaan. Tämä näkyy erityisen selvästi Veripalvelun Facebook-sivun kommenttikenttiä tarkastellessa. Yksittäiset luovuttajat kokevat tarvetta muun muassa ilmoittaa tulostaan luovuttamaan, monettako kertaa on luovuttanut tai harmistustaan, kun esimerkiksi imettäminen tai flunssa estävät verenluovutuksen väliaikaisesti. Myös ensimmäisestä asiakasraadista kerätty tieto korostaa osallistumisen kokemuksen merkitystä. Raadin osallistujat kokivat myös olevansa erityisasemassa, koska heille tarjottiin tarkempaa tietoa muun muassa verenluovutuksen tarjoiluihin ja luovuttajalahjaan liittyvistä asioista. Tarkemman tiedon välitys luovuttajille on myös oleellinen osa verenluovutusesteiden aiheuttamien harmituksentunteiden minimoinnissa. Niin kutsutuille hyllyille löytyy aina syy ja selitys, mutta niiden välittäminen luovuttajalle on välillä haastavaa ja erityisesti yllätyksenä tullut luovutuseste aiheuttaa harmitusta.

Kannustaminen nousi ensisijaisesti esille ystävän, puolison tai lähipiirin suosituksena. Myös Veriryhmätoiminta ja muut luovuttajaporukat ovat tärkeä osa verenluovutuksen kokonaisuutta. Haastatteluissa ei tullut esille, että Veripalvelulla olisi ainakaan meneillään olevaa kampanjaa, jolla kannustetaan luovuttajaa aktiivisesti suosittelemaan lähipiirilleen luovuttamista. Kannustavassa kampanjoinnissa on myös riskinsä, jotka saattavat olla syynä, että Veripalvelussa ei ole aloitettu kyseistä toimintaa. Yksi merkittävimmistä Veripalvelun verenluovutukseen liittyvistä tehtävistä on ylläpitää vakaata ja tarkoituksenmukaista varastotilannetta. Markkinointi, viestintä ja kontaktointi tähtäävät tähän samaan päämäärään veriryhmäkohtaisella ohjaamisella. Käytännössä tämä tarkoittaa mahdollisimman tasaista veriryhmäkohtaista luovuttajamäärää ympäri vuoden, jota ohjataan edellä mainituilla keinoilla. Ohjaamista ei siis välttämättä haluta luovuttaa eteenpäin, mikä saattaa olla näkyvän suosittelukampanjan ongelmana.

Veripalvelun mobiilisovellus tullaan uusimaan V2V-tietojärjestelmä uudistuksen valmistuttua. Uusi järjestelmä tulee verenluovuttajan näkökulmasta mahdollistamaan sujuvamman sähköisen asioinnin ja luovuttajatietojen keräämisen vahvan tunnistuksen taakse. Mobiilisovellus itsessään mahdollistaa uuden kanavan kontaktoinnille ja viestinnälle, joka vahvistaa veriryhmäkohtaista ohjaamista. Uusi sovellus myös mahdollistaa osaltaan keskeisten teemojen hyödyntämisen sähköisessä ympäristössä.

8.3 Luovuttajan oma tarina mobiilisovelluksessa

Esitän tässä alaluvussa ideoita uuden mobiilisovelluksen lisäominaisuudeksi. Ideat pohjautuvat ammattilaishaastatteluista kerättyihin teemoihin. Esittämäni ratkaisun ei ole tarkoitus olla uuden sovelluksen pääominaisuus, vaan teemojen vahvuuksia tukeva yhdistelmä ideoita. Tarinallinen sovellus pohjautuu olettamukseen, että V2V-tietojärjestelmä tulee toteutumaan koko laajuudessaan käyttäjärajapintaan asti.

Tarinallista kerrontaa on mahdollista jatkaa uuden luovuttajan markkinoinnista, hänen omaksi luovuttajatarinakseen sovelluksessa toimivan aikajanana avulla. Henkilökohtainen tarina voidaan esittää visuaalisena aikajanana, joka ohjaa luovuttajaa ja esittää hänen luovuttajahistoriansa. Aikajanana historiasta voidaan selata esimerkiksi luovutuskerroja ja arviota autettujen potilaiden määrästä sekä luovuttajan hemoglobiinimittausten muutoksista. Aikajanana pääominaisuus on päivälaskuri seuraavaan mahdolliseen luovutuskertaa sekä mahdollisuus varata aika kyseiselle päivälle tai muuttaa ajankohtaa itselle sopivaksi. Laskuri näyttää henkilökohtaisen ohjelman mukaisen luovutusvälin. Laskurin yhteyteen voidaan myös lisätä huomiokenttä esimerkiksi luovuttajan veriryhmän mukaan, mikäli veriryhmäkohtaisen ohjaamisen kannalta on parempi, että luovuttaja ei tule säännöllisesti vaan vain kutsuttaessa.



Kuvio 8. Yksinkertainen luonnos tulevan mobiilisovelluksen verenluovuttajaa ohjaavasta tarinallisesta aikajanasta.

Aikajanalla voidaan ohjata tai muistuttaa luovuttaa myös muihin toimintoihin, kuten vastaamaan kyselyyn tai kertomaan oma tarinansa. Yksi mahdollisuus on sisällyttää suositteluun kannustavia etappeja aikajanelle. Mahdollinen toteutus voisi olla esimerkiksi keran vuodessa ilmaantuva kerro kaverille -etappi, jonka luovuttaja voisi halutessaan jättää huomiotta, merkata suoritetuksi tai ilmoittaa, että ei halua jatkossa osallistua kannustamiseen. Myös kannustamiseen osallistumisesta voidaan kiittää erillisenä ilmoituksena. Suosittelemun suhteen tarvitsee kuitenkin tehdä erillistä taustatyötä tai pilotoida ominaisuutta pienemmällä otannalla. Luovuttajan liiallinen osallistaminen voi aiheuttaa vasta-reaktion tai uupumista itse tärkeän verenluovutuksen lisäksi. Toinen kannustamiseen liittyvän ominaisuus on sovelluksen mahdollisuus varata aika oman luovuttajaporukan kanssa.

Aikajanaa ja muistutuksia tulee olla mahdollisuus myös muuttaa omatoimisesti. Luovuttajilla on tärkeää olla mahdollisuus jäädä tauolle haluamalleen ajalle. Aikajanan reagoinnin lisäksi on tärkeää, että tieto tauosta kulkee myös jälkimarkkinointiohjelmaan, eikä luovuttajalle lähetetä muuta markkinointimateriaalia tauon aikana. Aikajanaa tulee myös hyödyntää laajemmin osana jälkimarkkinointiohjelmaa. Yksi mahdollisuus on korvata osa materiaaleista etapilla, mikäli luovuttaja klikkaa materiaalin korvaavan ilmoituksen luetuksi. SMS-viestit ovat tutkitusti erittäin tehokas muoto kutsua asiakas luovuttamaan. Tekstiviestejä ei välttämättä kannata korvata aikajanailmoituksena. Luovuttajalle voidaan kuitenkin merkata tapahtuma lähetetystä viestistä hänen aikajanelleen.

Sovelluksen aikajanaan on mahdollista lisätä paljon ominaisuuksia ja luovuttajan oman panoksen merkitystä korostavia etappeja. Tärkeintä kuitenkin on, että aikajana pysyy tarpeeksi yksinkertaisena, toimii veriryhmäkohtaisen ohjaamisen apukeinoja sekä konkreettisesti kiittämistä ja luovuttajan omaa tarinaa. Kaikkien aikajanan ominaisuuksien on kuitenkin löydettävä myös sovelluksen päänäköymästä. Aikajana toimii eräänlaisena ohjaavana navigaatiovaihtoehtona.

9 Pohdinta

Opinnäytetyöni aihe muuttui huomattavasti haastattelujen ja tutkimusaineiston työstämisen aikana. Alun perin aiheeni piti liittyä Veripalvelun palvelunkehittämisen työkaluihin ja niiden kehittämiseen. Haastatteluja oli tarkoitus järjestää vain kahdelle ammattilaiselle, mutta jo ensimmäisessä haastattelussa tuli ilmi, että aineistoa tulee täydentää luovuttajien kokemuksiin tarkemmin paneutuneen ammattilaisen tiedoilla.

Myös kevään 2020 koronaviruspandemian aiheuttamat rajoitukset muuttivat tutkimukseni suuntaa. Päädyin analysoimaan haastatteluaineistoa laajemmin ja keskittymään erityisesti kokemuksiin liittyvään ammattilaistietoon, koska kaikkea kirjallisuutta ei ollut saatavilla sähköisessä muodossa. Aineistoa olisi voinut täydentää myös luovuttajien haastatteluilla. Haastatteluja olisi kuitenkin tarvinnut tehdä huomattava määrä, jotta yksittäiset kokemukset eivät korostu liikaa. Opinnäytetyön laajuuteen ei mahtunut montaa erillistä asiakashaastattelua, joten päädyin keskittymään Veripalvelulaisten jo analysoimaan asiakastietoon ja tiedon perusteella tehtyihin päätelmiin sekä vaikutuksiin palvelun kehittämisesä.

Yksi opinnäytetyöni päätavoitteista oli mallintaa ensiluovuttajan palvelupolku ja etsiä siitä oleellisimmat ongelmat eli kohdat, joissa asiakas päätyy herkästi lopettamaan palvelun käytön. Tarkoituksena oli suunnitella kolme erillistä mallinnusta, joista selviää tarkemmin palvelupolun kolme yleistä päävaihetta: ennen, aikana ja jälkeen. Haastatteluja analysoidessa nousi kuitenkin esille monia tilanteita ja mahdollisuuksia, joita ei ollut järkevää yleistää selviksi ongelmakohtiksi. Päädyin ensin vertaamaan kokemuksia palvelupolun tilanteisiin, mutta mallinnus tuntui vieläkin liian yleistävältä. Lopulta päädyin malliin, jossa odotukset kasvavat kokemusten ja tiedon myötä. Mallinnuksessa odotusten suhde kokemuksiin mahdollistavat motivaation, joka joko riittää palvelun käytön jatkamiseen tai aiheuttaa palvelunpolun keskeytymisen. Mallin kehittäminen lähti palvelumuotoilun perinteisten työkalujen riittämättömyydestä vapaaehtoistoiminnan jatkuvuuden arvioinnissa. Toivon että mallista on hyötyä Veripalvelun palvelunkehittämisen metodina ja mahdollisesti laajemmin vapaaehtoisuuteen perustuvien toimijoiden kehittämistyökaluna.

Tarpeellinen jatkotutkimuksen aihe on haastatteluina toteutettu, kokemuksiin keskittyvä käyttäjätutkimus. Mallintamani palvelupolku antaa pohjan teemahaastattelujen suunnittelulle. Kokemuspisteitä ja niitä edeltäviä odotuksia voidaan tutkia valitsemalla haastateltavat, jotka ovat eri vaiheissa ensiluovuttajan palvelupolkua. Yksittäiset haastattelut on näin mahdollista toteuttaa suhteellisen kevyesti, koska yhden haastateltavan kanssa ei kannata muistella tarkasti paljon aiemmin koettuja odotuksia, onnistumisia ja pettymyksiä. Toinen jatko tutkimustyölle liittyy esittämiini ideoihin tarinallisuuden, osallistamisen ja kannustamisen hyödyntämisessä mobiilisovelluksessa. Ideoiden toteutus vaatii kattavaa tietojärjestelmää, joka keskustelee sujuvasti käyttäjän ja Veripalvelun tekemän veriryhmäkohtaisen ohjaamisen välillä.

Lähteet

Andrews, Kate. 2011. Social design: Delivering positive impact. Teoksessa: Stickdorn, Marc & Schneider, Jakob. This Is Service Design Thinking, 88–93. 2. painos. Amsterdam: Bis Publishers.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena. 1993. Teemahaastattelu. 6. Painos. Helsinki: yliopistopaino.

Hyvönen, Anna-Sofia. 2014. Julkisten palveluiden yhteissuunnittelu. Pro gradu -tutkielma. Filosofian tiedekunta. Vaasa: Vaasan yliopisto. <https://www.tritonia.fi/fi/e-opin-naytteet/tiivistelma/6173/Julisten+palveluiden+yhteissuunnittelu%3A+Yhteissuunnittelu+soveltaminen+Liikenneviraston+joukkoliikenneteht%C3%A4viin>. Haettu 03.04.2018.

Jokinen, Tapani. 2010. Tuotekehittely. Raportti. Helsinki: Aalto-yliopisto, 93–95. <http://lib.tkk.fi/Reports/2010/isbn9789526033204.pdf>. Haettu 20.4.2018.

Komission direktiivi. Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2002/98/EY täytäntöönpanosta jäljitettävyyksivaatimusten ja vakavista epätoivotuista vaikutuksista ja vaaratilanteista ilmoittamisen osalta. Saatavissa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32005L0061>.

Luankoski, Anne. 2012. Säännöllisen verenluovutuksen motivaatiotekijät. Opinnäytetyö. Hoitotyö. Otaniemi: Laurea-ammattikorkeakoulu. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51940/Luonuankoski_Anne.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Haettu 25.3.2020.

Lahtela, Lind & Romo, 2019. Verenluovuttajasta kumppani. Veripalvelun strategiapäivien diaesitys 8.11.2029. Luovutettu taustamateriaaliksi, kirjoittajan hallussa.

Lämsä, Anna-Maija & Outi Uusitalo. 2009. Palveluiden markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Publishing. 49–57.

Meroni, Anna & Sangiorgi, Daniela. 2011. Design for Services. Surrey: Gower Publishing Limited.

Miettinen, Satu. 2011. Product design developing product with service application. Teoksessa: Stickdorn, Marc & Jakob Schneider, This Is Service Design Thinking, 56–67. 2. painos. Amsterdam: Bis Publishers.

Winston, Royce. 1970. Managing the development of large software systems. IEEE WESCON.

Stickdorn, Marc & Jakob Schneider. 2011. This Is Service Design Thinking. 2. painos. Amsterdam: Bis Publishers.

Syrjälä, Martti. 2019. Management of blood supply in country with long distances. Esitys 24.6.2019. Luovutettu taustamateriaaliksi, kirjoittajan hallussa.

Veripalvelulaki 197/2005. 3 § Verenluovutuksen vapaaehtoisuus ja maksuttomuus. Saatavissa: <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2005/20050197#Pidp446505808>.

Veripalvelu, 2020. Veripalvelu.fi/verenluovutus. Haettu:15.4.2020

Vienamo, Tatu. 2014. Palvelumuotoilu ja organisaatio – kohti strategista tasoa. Pro gradu -tutkielma. Muotoilu. Helsinki: Aalto-yliopisto. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201409182662>. Haettu 21.4.2018.

Toiviainen, Willy. 2017. Sydänhetkiä – Auttamisen ketjussa vuodesta 1948. Helsinki: Suomen punaisen ristin Veripalvelu.

Haastattelut

Lahtela, Nina, palveluyksikön esimies. Suomen Punaisen Ristin Veripalvelu, Helsinki. Haastattelu 6.3.2020.

Lahtela, Nina, palveluyksikön esimies. Suomen Punaisen Ristin Veripalvelu, Helsinki. sähköpostitiedonanto 2.3.2020.

Lind, Anne, markkinointipäällikkö. Suomen Punaisen Ristin Veripalvelu, Helsinki. Haastattelu 6.3.2020.

Lind, Anne, markkinointipäällikkö. Suomen Punaisen Ristin Veripalvelu, Helsinki. Sähköposti-tiedonanto 2.4.2020.

Lind, Anne, markkinointipäällikkö. Suomen Punaisen Ristin Veripalvelu, Helsinki. Sähköposti-tiedonanto 17.4.2020.

Romo, Liisa, asiakaspäällikkö. Suomen Punaisen Ristin Veripalvelu, Helsinki. Etäyhteyshaastattelu 16.3.2020.

Romo, Liisa, asiakaspäällikkö. Suomen Punaisen Ristin Veripalvelu, Helsinki. Sähköpostitiedonanto 9.4.2020.

Teemahaastattelukysymykset

Haastateltavan tiedot (0):

1. Nimi
2. Titteli - työnimike/ammattinimike
3. Minä vuonna olet aloittanut työssä Veripalvelussa?
4. Oletko työskennellyt muissa tehtävissä Veripalvelussa? - |

Teema 1: Palvelun kehittyminen 2000-luvulla

Huomioita: Esitän haastateltavalle listana olevat suurimmat verenuovertajalle näkyvät konkreettiset muutokset 2000-luvulla, jotka minulla on tiedossa.

Muun muassa:

- Osan veripalvelutoimistojen lakkautukset ja siirtyminen liikkuviin verenuovertustilaisuuksiin
- Ajanvarausmahdollisuus osaan toimistoissa ja tilaisuuksissa
- Pakollinen ajanvarauskokeilu kesällä 2019
- VZV-palvelunohjausjärjestelmä on tulossa lähitulevaisuudessa.

1.1. Tehtävä: Mitä muita konkreettisia verenuovertukseen ~~uutuuksia~~ muutoksia on tapahtunut 2000-luvulla (lisätään listaa)

1.2. Kysymys/keskustelu: VZV

- VZV-palvelunohjausjärjestelmä on tulossa lähitulevaisuudessa. Oman käsitykseni mukaan kyseinen tietojärjestelmä mahdollistaa sairaaloiden verikeskusten ja verikeskusten sujuvamman kommunikaation ja järjestelmien integraation. Luovertajien suhteen järjestelmä mahdollistaa sähköisten palvelujen lisäämisen
 - Kerrotko sen vaikutuksesta luovertajalle lähitulevaisuudessa ja pidemmällä aikavälillä?
- Kysymys: Miten markkinointi ja viestintä on muuttunut 2000-luvulla
- Kysymys: Mitkä ovat Veripalvelun tärkeimmät markkinointikanavat verenuovertustoitintaan liittyen?
- Onko eri markkinointikanavilla toisistaan eroavat tehtävät?
- Laita ne mieleiseesi tärkeysjärjestykseen
- Miten markkinointitoimien vaikuttavuutta arvioidaan?

Teema 2: Palvelukartoitus

Huomioita: Tämä osa sisältää osallistavan tehtävän, jota käytän apunetenemänä tutkimuksessani. Tavoitteeni tässä on saada tietoa myöhemmä, Veripalvelun verenuovertamisprosessin palvelukartan laatimista varten. Toteutan tämän [puhelinhaastateltavalle](#) jälkikäteen sähköpostilla.

2.1. Yhteistehtävä: Verenuovertajan palvelupolun osien listaaminen ja sijoittaminen yksinkertaiseen pohjaan.

2.2. Kysymys: Sisältääkö nykyinen palvelupolku ongelmakohtia veripalvelulle?

- Kysymys:** Mitä ongelmia tai esteitä polku sisältää luovertajalle?
- Miten ongelmat ovat tulleet esille? (palautte, ~~soitt~~ luovertajamäärät yms.)
 - Miten ongelmaan ~~on~~ reagoitu?
 - Miksi ongelmaan ~~on~~ ei ole löydetty ratkaisua?

Mahdollisesti lisäksi:

2.4. Kysymys/tehtävä: Käydään palvelukontaktien toiminta läpi kokonaisuudessaan veripalvelun osalta.

Teema 3: Palvelun kehittäminen

3.2. Kysymys: Osallistuimme ~~lääkemarkkinointiväestöön~~ syksyllä 2019. Mitä muita työkaluja veripalvelun käyttöä palvelun kehittämiseen?

3.3. Kysymys: Onko veripalvelu käyttänyt ulkopuolista toimijaa palvelun kehittämisen osana?
- Mitä nostettiin esille?

3.4. Kysymys: Miksi ihmiset luovertajat verta? (kysy muuta lähdettä)

3.5. Kysymys: Onko veripalvelu käyttänyt osallistavia menetelmiä verenuovertustoiminnan kehittämiseen vai perustuuko tieto palautteisiin ja tutkimukseen?

3.6. Kysymys: Tuleeko mieleen jotain ongelmaa, johon tarvitaan enemmän kokemuksellista tietoa?

Teemahaastattelun lisädokumentit

Markkinointikanavat mieleisessä järjestyksessä

1. _____	_____

2. _____	_____

3. _____	_____

4. _____	_____

5. _____	_____

6. _____	_____

7. _____	_____

ENNEN	AIKANA ensimmäinen luovutuskerta	JÄLKEEN