



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

# Moniaistisuus suunnittelupelin lähtökohtana - Mmp-hanke

---

Kollin, Jan; Poiasnik, Maria

2012 Leppävaara

**Laurea-ammattikorkeakoulu**  
Laurea Leppävaara

## Moniaistisuus suunnittelupelin lähtökohtana

Kollin, Jan  
Poiasnik, Maria  
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeen-  
johdon koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Toukokuu, 2012

Kollin, Jan; Poiasnik, Maria

### **Moniaistisuus suunnittelupelin lähtökohtana**

Vuosi 2012 Sivumäärä 76

---

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa suunnittelupeli, jolla voidaan kehittää asiakkaiden moniaistista palvelukokemusta. Tavoitteena oli selvittää onko edellä mainitun mukainen peli mahdollista toteuttaa ja miten se oikeassa suunnittelutilanteessa toimii. Menetelminä tutkimuksessa käytimme havainnointia, ideointia sekä kehittämistilaisuutta. Kehittämistilaisuus antoi meille mahdollisuuden kokeilla prototyyppiä suunnittelupelistä, jolloin saamme käyttäjäkeskeistä palautetta analysoitavaksi pelin kehittämistä varten.

Yhteistyökumppaneina hankkeessa toimivat Matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hankkeen työryhmän jäseniä sekä VTT:n tutkijoita. Tuottamiamme tuloksia on tarkoitus hyödyntää hankkeen kokonaistavoitteen saavuttamiseksi. Hankkeen kokonaistavoite on alusta asti ollut löytää erilaisia keinoja kehittää asiakkaan palvelukokemusta hyödyntäen moniaistisuutta samanaikaisesti.

Moniaistisuudella tarkoitetaan useamman kuin yhden aistin samanaikaista käyttöä. Se miten asiakas palvelukokemuksen kokee, määräytyy usein sen mukaan kuinka monta aistia on samanaikaisesti käytössä. Mitä useampi aisti on palvelukokemuksen käytössä aktivoituna, sitä voimakkaampi kokemus usein syntyy. Palvelukokemukset ovat yksilöllisiä ja ne määrittyvät esimerkiksi muistojen, odotusten sekä arvojen kautta. Palvelumuotoilulla pyritään muovamaan palvelukokemuksista kaikkia asiakkaita miellyttäviä kokonaisuuksia luomalla asiakaslähäinen palveluympäristö. Tutkimuksessa pyrittiin tuomaan esiin se, miten suunnittelupelit toimivat tämänkaltaisen palveluympäristön suunnittelussa ja voidaanko niillä kehittää palvelukokemusta moniaistisuuden kannalta myös. Aistit ovat pelissä otettu huomioon sen visuaalissa ilmeessä sekä pelaajien korteissa. Palvelumuotoilun työkalut pelissä on huomioitu tuomalla siihen asiakaspolku- sekä blueprint menetelmistä valikoituja ominaisuuksia. Luomamme suunnittelupelin uskomme auttavan suunnitteluryhmiä erilaisten palveluhaasteiden kanssa, sillä se on muodostettu vahvasti erilaisten palvelumuotoiluun olennaisesti liittyvien työkalujen ja tulosten pohjalta.

Asiasanat: suunnittelupeli, moniaistisuus, Service Design, palvelukokemus

Kollin, Jan; Poiasnik, Maria

**Multisensory Aspectives as the Starting point for Designing a Game**

Year	2012	Pages	76
------	------	-------	----

---

The objective of this functional thesis report was to create a design game that can develop and improve a customer's multisensory service experience. The purpose was to solve whether such a game could be created and how it functions in a real design situation. The methods used were observation, brainstorming and a development session. The development session provided a chance to test out the prototype of the game and get vital user feedback to improve it.

This study was collaborated with the Travelers' multisensory service experience- workgroup and researchers from VTT. The purpose of the results was to meet the overall goal of the project. The overall goal of the project was to discover different methods to enhance a customer's service experience using multisensory inputs.

Multisensory means using more than two senses simultaneously. How a customer experiences a service is usually determined by how many senses are in use at the same time. All service situations are multisensory and how the used senses are activated is important. Service experiences are more impactful when more senses are activated at the same time. Service experiences are all unique and they are determined by the customer's memories, expectations and values. Service Design aims to mold service experiences to please all customer segments by creating a customer -orientated service environment.

The study sought to highlight how design games work in creating these customer orientated service environments and whether they can develop the multisensory aspect as well. Senses are taken into account in the game in the overall visual look and player cards. Service Design tools are implemented in the game by using functional parts from the customer journey and blueprint methods. The design game drawn up can help design teams with different challenges in services because the game itself is strongly based on different Service Design tools, methods and studies.

Keywords: design game, multiple senses, Service Design, service experience

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Opinnäytetyön tavoite.....	7
1.2	Työn rakenne.....	7
2	Matkailijan moniaistinen palvelukokemus.....	8
3	Moniaistisuus osana palvelumuotilua.....	9
3.1	Moniaistisuus.....	9
3.1.1	Kaukoaisti.....	10
3.1.2	Iho- ja kehoasti.....	12
3.2	Service Design.....	15
3.3	Palvelukokemus.....	19
3.4	Service Design -työkalu.....	24
4	Pelisuunnittelu ja pelin rakenne.....	27
5	Moniaistisen suunnittelupelin suunnittelu ja toteutus.....	31
5.1	Moniaistisen suunnittelupelin ideointi.....	33
5.2	Pelin kehittäminen ja kokeilu.....	34
5.3	Prototyypin kokeiluvaihe.....	35
5.4	Suunnittelupelin prototyypin kehittämistilaisuus.....	38
6	Valmis moniaistinen suunnittelupeli.....	42
7	Hankkeen arviointi.....	47
8	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	49
	Lähteet.....	51
	Liitteet.....	56

## 1 Johdanto

”Palvelumuotoilun prosessi alkaa asiakkaan tarpeiden, unelmien ja toiveiden ymmärtämisestä. Asiakkaan ymmärtäminen ja käyttäjätiedon hankinta auttaa löytämään uusia kaupallistamisen mahdollisuuksia.” (Miettinen 2011, 14.) Tuotekehityksen prosessi on muovautunut vuosien saatossa entistä enemmän uusien ideoiden muovaamiseen asiakkaiden kanssa. Palvelumuotoilu on osa tätä uutta suuntausta, jossa uusia palveluideoita kehitetään käyttäjien kanssa ja yritetään löytää toimivimmat ratkaisut asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Käyttäjien kanssa kehitetty palvelu voi olla niin yksilöllinen ja ainutlaatuinen, että sitä ei voida monistaa, jolloin se tarjoaa myös kilpailuedun.

Service Design eli palvelumuotoilu on uudenlainen menetelmä kehittää ja ratkaista asiakastai palvelukokemukseen liittyviä haasteita. Sen erilaisia työkaluja voidaan hyödyntää monin eri keinoin, mutta uudenaikaisena tapana kehittää ovat esiin nousseet suunnittelupelit. Niiden avulla voidaan saada erilaisista ihmisistä koostuvat työ- ja kehittämissryhmät toimimaan yhdessä erilaisen metodin avulla. Pelin avulla haasteiden kehittäminen on uudenlainen lähestymistapa, joka saa osallistujat laskemaan sosiaalisen suojakilpensä ja heittäytymään pelitilanteeseen, jolloin saadaan oikeasti hyödyllisiä ideoita. Ideat ovat kehitetty innovatiivisen menetelmän avulla, mikä tekee kehittämistyöstä miellyttävän kokemuksen sen sijaan, että asiakaskokemusta pohdittaisiin vanhaan tapaan. Suunnittelupelit tarjoavat mahdollisuuden osallistujille astua esimerkiksi asiakkaan rooliin, jolloin palvelun kehittämisestä tulee autenttisuutta mukaileva tilanne. Uutena näkökulmana palvelukokemusten kehittämisessä on otettu moniaistisuuden huomioiminen. (Lindstrom 2005, 82; Miettinen 2011, 21-22.)

Usein ainoastaan yhden aistin käyttäminen ei yksinään riitä parhaan mahdollisen kokemuksen saamiseen. Kaikkien aistien huomioiminen palvelukokemuksen kehittämisessä on haasteellinen tehtävä ja tavoitteena kunnianhimoinen. Moniaistisuuden käyttöönotto osaksi suunnittelupeliä, jolla voidaan kehittää ja parantaa asiakkaiden palvelukokemuksia ovat opinnäytetyömme tavoite ja se on osa Matkailijan moniaistista palvelukokemus-hanketta. Yhteistyökumppanina hankkeessa toimivat VTT ja Mmp- projektiryhmän jäsenet, jotka ovat aiemmin toimineet Matkailun moniaistinen markkinointiviestintä - hankkeessa ja opinnäytetyössä: Service Design -menetelmien toimivuus moniaistisesta näkökulmasta: Linnanmäki case 2011. (Järvinen & Walther 2011, 7.)

## 1.1 Opinnäytetyön tavoite

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoitus on tutkia palvelumuotoilua ja erityisesti palvelumuotoiluun vahvasti liittyviä innovatiivisia suunnittelupelejä ja luoda tämän avulla oma toimiva suunnittelupeli, jolla on mahdollista ratkaista palveluongelmia korostaen moniaistisuutta. Uuden pelin luomiseksi on olennaista perehtyä pelien luomiseen liittyvään teoriaan ja pyrkiä löytämään looginen malli pelin rakentamiseksi. Kun pelin rakenne on selvillä, täytyy siihen toteuttaa se miten palvelua voidaan arvioida ja kehittää sen avulla. Tämä on kriittinen vaihe pelin toimivuuden kannalta. Tavoitteena on saada valmis ja toimiva peli aikaiseksi, jota voidaan hyödyntää matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hankkeen kokonaistavoitteen saavuttamiseksi. Peli, jolla voidaan kehittää asiakkaan palvelukokemusta moniaistisuutta hyödyntämällä. Onnistunut Service Design-työkalu olisi toimiva, potentiaalinen ja hyötyä sekä arvoa antava väline. Toiminnallisella opinnäytetyöllä haluamme kasvattaa asiantuntijuutta, saada erilaisia näkökulmia, löytää uusia ilmiöitä ja etsiä selityksiä sekä ratkaisuja mahdollisiin ongelmiin.

Käytettävän tiedon on oltava monipuolista, tuoretta ja laadukasta. Meidän on hankittava laaja ja luotettava teoreettinen näkemys aiheestamme, sekä esittää se perusteltuna kokonaisuutena. Aiheemme on melko laaja ja paljon vaihtoehtoja antava, joten haluamme käyttää teoriatietoa sekä aiemmin opittuja taitoja ja tietoja taitavasti omien ratkaisujen valintaan sekä niiden perusteluun. Haluamme opinnäytetyön ohella kehittyä alan työskentelytavoissa sekä tulevaisuudessa soveltaa niitä uudessa ja haastavassa tilanteessa.

Peli on muodoltaan suunnittelupeli, jota esimerkiksi matkailuyritykset voivat käyttää kehittämiseen omaa toimintaansa palvelumuotoilun näkökulmasta. Muotoilupelit tai suunnittelupelit ovat terminä laaja käsite. Peli-sana tulee mukaan siinä merkityksessä, että ideana on järjestää jotain yhteistä tekemistä, jolla tarpeelliset materiaalit saadaan järjestettyä innovatiivisen toiminnan parissa. Mahdollisia pelin lähtökohtia ovat erilaiset lautapelit sekä roolipelit, jolla luotaisiin ja kehitettäisiin palveluita. Aistien mukaan tuominen peliin olisi mahdollista esimerkiksi lautapelissä pelikorttien avulla, jossa käyttäjiä ohjattaisiin käyttämään aistejaan nostamansa kortin neuvojen mukaan. Pelillä tulisi saavuttaa asiakkaalle hyvä palvelukokemus miettimällä miten eri palvelun vaiheissa aistien käyttöä voidaan korostaa ja miten ne vaikuttavat koettuun asiakaskokemukseen. (Luojaus 2011.)

## 1.2 Työn rakenne

Työmme alussa esittelemme työmme taustoja, tavoitteita ja menetelmiä, joita aiomme käyttää. Opinnäytetyömme keskittyy aiemmin tutkittuun tietoon moniaistisuudesta, palvelumuotoilusta, palvelukokemuksesta ja suunnittelupeleistä, jonka pohjalta teemme johtopäätöksiä

ja ratkaisuja oman suunnittelupelimme suhteen. Kaikkiin näihin käsitteisiin on ensin tutustuttava, jotta voimme edetä suunnittelupelin suunnitteluun. Kaikki nämä viitekehykseen lukeutuvat aiheet ovat suuressa roolissa suunnittelupelin kannalta.

Pyrimme pitämään työtä johdonmukaisena ja aikavaiheisena. Näin ollen viitekehyksen jälkeen siirrymme tutkimaan itse suunnittelupelin rakentumista ja muovautumista. Kerromme kuinka peli on edennyt vaihe vaiheelta. Ensimmäisen pelin luomisesta kerrotaan lyhyesti, sillä se oli erittäin keskeneräinen tuotos. Tämän jälkeen perehdytään kuinka suunnittelemme Mmp-hankkeen jäsenen avustuksella ensimmäisen prototyypin. Suunnittelutilaisuuden jälkeen järjestetään kehittämistilaisuus peliä varten. Kyseinen kehittämistilaisuus oli tärkeä meidän suunnittelupelin kannalta, sillä pelin luonne ja rakenne muuttuu radikaalisesti. Harkinnan jälkeen päätämme viimeisimmät pelin muutokset. Tulokset osiossa kerrotaan lopullisesta versiosta, samalla tutustuen pelin sääntöihin ja pelin tarvikkeisiin. Hankkeen arvioinnissa kerromme myös VTT:n tutkijan ja Mmp-hankkeen projektipäällikön näkökulmia pelin viimeisestä versiosta.

## 2 Matkailijan moniaistinen palvelukokemus

Opinnäytetyömme on osa Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hanketta (Mmp), joka on puolestaan jatkoa aikaisemmin toteutuneelle Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä -hanketta (Mmm). Hanke kesti vuodesta 2008 ja kesti 2012 vuoteen asti. Työn tarkoitus oli löytää matkailuyrityksille sopivin/luontevin tapa aistimarkkinointiin. (Alakoski, Bäck & Isacson 2008, 9.) Mmp-hanke sai alkuunsa elokuussa 2010 ja sen arvioitu päättymisaika on 2012 syyskuu. Koko hankkeen tavoite on pystyä kehittämään Service Designin avulla asiakkaan saama palvelukokemusta aistien avulla. Tarkoitus on tuottaa kokemuksia, joita asiakkaat muistavat pitkään. (Tekes 2011.)

Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hankkeen tiimoilta on tehty jo yksi laajempi tutkimus yhteistyössä Liiketoiminnan kehittäminen palveluverkostossa ja Linnanmäen huvipuiston kanssa. Service Design -menetelmien toimivuus moniaistisuuden näkökulmasta Case: Linnanmäki, on Järvisen ja Walther tekemä. Hankkeen päätavoitteena on ollut kokeilla palvelumuotoilun menetelmiä sekä mitata palvelukokemusta moniaistisesta näkökulmasta. Tekijöiden tehtävänä on ollut analysoida Service Design Luotain -menetelmillä kerättyä aineistoa. Opinnäytetyössä Järvinen ja Walther selvittelevät kuinka eri aistit vaikuttavat kuluttajan ostokäyttäytymiseen ja palvelukokemuksen muodostumiseen. Kaikkia näitä kokeiluja suoritettiin Linnanmäen Valokarnevaaleilla. (Järvinen & Walther 2011, 7.)

Valitsimme opinnäytetyöksi Laurean lehtorin ja Laurean tutkijan avustamana MMP-projektiin liittyvän aiheen. Aiheesta saatavilla olevat tiedot olivat melko rajalliset, mutta keskusteltu-



amme Laurean tutkijan kanssa saimme selville, että tarkoituksena olisi kehittää Service Design-työkalu, jolla pystytään suunnittelemaan palvelun moniaistisuuden huomioimista - pelin muodossa. Aihe kuulosti niin mielenkiintoiselta ja haastavalta, sillä täsät aiheesta ei ole juurikaan erilaisia tutkimuksia tehty. Opinnäytetyön alussa koimme, että valmis ja onnistunut työ on potentiaalisesti todella hyödyllinen käyntikortti omaa tulevaisuutta ja työuraa ajatellen. Koko projektin aikana meidän tukena ovat olleet ohjaajat ja toimeksiantajat. Laurean lehtorin kanssa keskityimme suunnittelupelin kehittämiseen suunnittelupalaverissa ja kehittämistilaisuudessa.

Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hankkeen yhteistyökumppaneina toimivat Lasten Päivän Säätiö, De Blindas Vänner, Sokeain Ystävät ry, Eckerö Line, Culminatum Oy, Cosy Finland, Keravan kaupunki, sirkusmarkkinat, Nuuksion Taika Oy, Go Experience Oy, VTT. Tässä tutkimuksessa yhteistyökumppanien rooleista suurimmassa toimii Valtion teknillinen tutkimuskeskus(VTT), jonka kanssa on tarkoituksena saada peli ideointi- ja paperitasolta fyysiseksi objektiksi. VTT on Pohjois-Euroopan suurin soveltavaa tutkimusta harjoittava yritys ja se tuottaa monipuolisia teknologia- ja tutkimuspalveluja monen eri alan yrityksille. (Valtion teknillinen tutkimuslaitos- VTT 2011;Matkailijan moniaistinen palvelukokemus 2012.)

### 3 Moniaistisuus osana palvelumuotilua

Tarkoituksemme opinnäytetyössämme on tutustua moniaistisuuteen sekä tuoda se esiin Service design -työkalussa suunnittelupelin muodossa. Seuraavissa kappaleissa tutustumme aisteihin, Service Designiin ja palvelukokemukseen. Aistit ovat ihmisille elintärkeitä työkaluja ja niiden toiminta vaikuttaa elämiseen ja toimintaan. Moniaistisuus on ihmisen näkökulmasta usean aistin vastaanottamaa viestintää. (Huotilainen 2006, 141-143.)

#### 3.1 Moniaistisuus

Pääaistialueet voidaan jakaa kolmeen eri alueeseen: kauko-, iho- ja kehon aisteihin. Näkö- ja kuuloaisti kuuluvat kaukoastiin kategoriaan, kun taas ihoaisteihin lukeutuvat maku-, haju- ja kosketusaisti. Viimeiseksi mainittu aisti jakaantuu vielä lämpö-, kylmä- ja kipuaisteihin. Kineettinen aisti eli lihasten ja nivelten asemasta ja liikkeestä tietoa antava aisti sekä vestibulaarinen aisti tarkoittavat tasapainoaistia, nämä molemmat lukeutuvat kehon aistien kategoriaan. Kehon aisteihin voidaan myös lisätä sisäelinten aistit. Aistit toimivat aistielimien kautta tarkoittaen, että elin tuottaa aistille elämyksen sen reagoidessa ärsykkeeseen. On kuitenkin mahdollista aktivoida aisteja ja aistikokemuksia erilaisilla teknologisilla laitteilla ja ratkaisuilla. (Hochberg 1964, 17-18.) Aistitoiminta on hyvin yksilöllistä, jokainen ihminen kokee ja näkee omalla tavalla, tämä johtuu siitä, että aivot käsittelevät tiedon oman kokemusmaailman mukaisesti (Nurminen & Saar 2000, 6).

Maailman pystyy ymmärtämään aistiemme tutkaverkoston avulla. Aistiemme ulottuvuutta pystyy laajentamaan erilaisten apuvälineiden avulla, kuten mikroskooppi ja silmälasit, mutta sitä, mitä on aistiemme takana, emme voi tietää. Aistit pystyvät määrittämään tietoisuutemme rajat, ne eivät muutu vaan yhdistävät meidät menneisyyteen. Ackermanin (1991, 17) kirjassa kerrotaan, että järki ei sijaitse päässä, vaan koko kehossa erilaisten hormonien ja entsyymien muodostamina karavaaneina, joista käytämme nimitystä kosketus, maku, haju, kuulo ja näkö. (Ackerman 1991, 13-17.) Näin ollen useimmiten pelkkä yksi aisti ei riitä saamaan parasta mahdollista kokemusta. (Lindstrom 2005, 82.)

Suunnittelupelissämme pyrimme ottamaan huomioon kaikkia aisteja. Tämä tapahtuu luomalla aisti -kortteja, joita pelaajat käyttävät pelin aikana. Aistikuvaukset tulevat myös näkyviin visuaalisesti pelilaudalle ja korttien väritykseen. Tarkoituksemme on ilmaista visuaalisesti moniaistisuus ja muistuttaa pelaajia sen olemassa olost. Lainaten edellisiä teoreettisia kappaleita, jokainen pelaaja pääsee kokemaan ja näkemään peliämme omalta näkökulmalta, mikä rikastuttaa kokemusmaailmaa. Toivomme myös, että pelissämme pätee sama kun mitä Hammond (2008,90) kirjoittaa, eli pelaajat näkisivät sen, mikä herättäisi muistoja ja tunteita.

### 3.1.1 Kaukoaisti

Lindstrom (2005,82) kirjoittaa, että näkö on voimakkain kaikista viidestä aististamme. Näköaistin avulla pystytään havaitsemaan esineen/asian ominaisuudet: väri, muoto, koko, rakenne, kiilto ja läpikuultavuus. Havainto syntyy valon ja tuotteen vuorovaikutuksesta. Väriin vaikuttaa kemiallinen ja fysikaalinen koostumus, valaistus ja näköaistin herkkyyys. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 18-19.) Näköaistin aistinelin on silmä. Näköä voidaan pitää ihmisen tärkeämpänä aistina. Se välittää ympäristöstämme kaikista eniten tietoa verrattuna muihin aisteihin. Näköaistisolusta lähtee impulsseja näköhermoa pitkin aivoihin, missä tapahtuu kuvan tulkitseminen. Aivoissa tutkitut viestit pohjautuvat aikaisempiin kokemuksiin. Tutut asiat tunnustetaan ulkonäöstä, jonka perusteella voidaan odottaa tietynlaista hajua, makua ja rakennetta. Esimerkiksi voimakkaista mielikuvista johtuen sokeakin voi "nähdä" ruoan. Muut aistit pyrkivät herkistymään ja korvaamaan puuttuvan aistin. Ulkonäkö on tärkeä arvioinnin kohde, sen perusteella päätetään onko esimerkiksi ruoka syötävä vai ei. Ruokahalun herättää houkutteleva ruoka-annoksen ulkonäkö. Ruoan ulkonäköön vaikuttavat seuraavat asiat: pakkaus, astiat, tarjoiluvälineet sekä ruokailuympäristö. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 18-19.) Näkömme avulla pystymme kohdistamaan katseemme kiinnostavaan kohteeseen, seuraamaan liikkuvaa kohdetta, näkemään erikokoisia ja eri etäisyyksillä olevia asioita, erottamaan pieniä yksityiskohtia taustastaan, havaitsemaan värejä ja näkemään pimeässä/hämärässä. (Näköaisti 2011.) Pidämme silmiämme viisaina näkijöinä, mutta todellisuudessa se ei tee

muuta kuin kerää valoa. Silmän värikalvo on lihas, joka muuttaa pupillin kokoa, jonka kautta valo tulee silmämunaan. Silmämunan takaseinässä on ohut verkkokalvo, retina, siellä sijaitsee kahdenlaisia valoherkkiä soluja, sauvoja ja tappeja. Ihminen tarvitsee molempia, sillä elämme valoisassa että pimeässä maailmassa. Tappeja on yhteensä kolme lajia, ne erikoistuvat siniseen, punaiseen ja vihreään. Verkkokalvon keskellä on pieni kraatteri, joka on täynnä tappeja, käytämme niitä näön tarkentamiseen kirkkaassa valossa. (Ackerman 1991, 265-269.)

Värillä on kolme ulottuvuutta: värisävy, kirkkaus ja kyllästymisaste. Värin aistimiseen vaikuttavat silmän herkkyys, valaistuksen taso ja tyyppi. Useimmissa tuotteissa on toivottuja ja ei-toivottuja värillisiä yhdisteitä. Hyvänä esimerkkinä toimii pullan väri, parhaimmalta se näyttää sekä maistuu kullan- tai mustanruskeana. Värin perusteella ihmiset pystyvät arvioimaan tuotteiden kehitysastetta, tuoreutta, kypsyyssastetta ja ruoanvalmistuksen onnistumista. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 20-22.) Kun valo osuu esineeseen, väri heijastuu silmiimme. Pimeässä arvioimme, vertaamme ja korjaamme käsitystämme ajankohdan, valolähteen ja muistimme mukaan. Väri ei synny maailmassa vaan mielessä. (Ackerman 1991, 292.)

Meidän suunnittelupelissämme on kaksi pelilautaa, joista toinen on täynnä värejä ja kontrasteja. Kun taas toinen pelilauta on rauhallisempi, hillitympi, helpompi ja mukavampi silmille ja näölle. Olemme valinneet kaksi erityyppistä pelilautaa, sillä molemmat tuovat hyviä puolia pelaajissa ja pelaajien aisteissa esiin. Värikkäällä pelilaudalla saamme pelaajat innostumaan ja kiinnostumaan pelistä koko pelin aikana. Kun taas toinen pelilauta on helposti seurattavissa pelikulun aikana, sillä se on yksinkertaisempi, virallisempi ja helpolukuisempi. Kahden pelilaudan avulla saamme säilytettyä pelissä hauskuutta ja innostavuutta, sekä luotua konkreettisia tuloksia.

Elintarvikkeiden muoto ja koko määrittävät laatua. On paljon erilaisia tuotteita, joiden koko ja muoto ovat vakiintuneita. Näköaistin avulla tehdään havaintoja tuotteiden hienorakenteesta. Pinnan rakenne ja kiilto ovat ulkonäkökysymyksiä, esimerkiksi pullassa ja suklaassa kiiltävyys on tavoiteltavaa. Kiillottomuus ja harmaus antavat kuvan tuotteen laatuvirheestä. Näköaistilla pystytään tekemään havaintoja ruoan lämpötilasta, höyryäminen ilmaisee ruoan kuumuutta kun taas huurtuminen kertoo kylmyydestä. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 24.)

Solomonin (2004,50) mukaan visualisiin tekijöihin luetaan tuotteen väri, koko ja tyyli. Olemme pyrkineet ottamaan visuaalisia tekijöitä huomioon pelilaudassamme. Tarkoituksemme on saada siitä iloinen, positiivinen ja huomiota herättävä. Mitä hauskempi ja värikkäämpi se on, sitä enemmän se miellyttää pelaajia. Pelilaudamme koko on A3 paperin kokoinen ja tyyliimme on hyvin satumainen ja ajatuksia herättävä. Toisen pelilaudan koko voi vaihdella pelin aikana, sillä se riippuu pelin etenemisestä.

Kuulon avulla ihmiset saavat tietoa ympärillään tapahtuvista tapahtumista. Kuuloaisti pystyy rekisteröimään erilaisia ääniä, äänten voimakkuuksia ja korkeuksia. Kuuloaistin avulla ihmiset pystyvät paikallistamaan ääniä ja ennakoimaan tulevia tapahtumia. Kuulolla on tärkeä rooli kommunikoinnissa ja vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa. Täytyy ottaa myös huomioon, että kuulemisella ja kuuntelemisella on eroa, sillä kuuleminen on passiivista ja kuunteleminen aktiivista (Lindström 2005, 72). Kommunikointi tapahtuu pääsääntöisesti äänen välityksellä. Äänensävyllä saa saman viestin välitettävä erisävyillä - vihaisesti, iloisesti, jännittyneesti ja niin edelleen. Äänensävy auttaa tulkitsemaan viestiä, vaikkei ihan koko puheetta ymmärtäisikään. Heikon tai kokonaan kuuloaistimusten puuttuminen vaikuttaa ihmisten väliseen kommunikointiin että vuorovaikutukseen. Eleiden, ilmeiden, osoittamisen, ja viittomisen avulla ihmiset pystyvät ilmaisemaan itseään. Vuorovaikutuksessa kannattaa hyödyntää mahdollisimman paljon muita toimivia aisteja. Korvan tärkein tehtävä on pitää meidät tasapainossa. (Kuuloaisti 2011.)

Ääni etenee kolmivaiheisena. Se on mekaanista aaltoliikettä, se on päälle syöksähtävä, kasvava ja loittoneva ilmamolekyylien aalto. Ääniaalto etenee väliaineessa, mikä saa tärykalvon värähtelemään. Värähtelemisen ansiosta se liikuttaa kolmea luuta: vasara, alasin ja jalustin. Nämä kolme pientä luuta painavat sisäkorvassa olevaa nestettä kalvoja vasten, jotka koskettavat pieniä karvoja. Karvat viestittävät läheisten hermosolujen kautta aivoille kuulemiamme asioita. Kaikista meidän ihmisten aisteista kuulo muistuttaa eniten laitetta. Me kaikki olemme tottuneet ympärillämme tapahtuvaan meluun, mutta iltasin kun olet yksin niin tuttu ääni voi hyökätä kimppuusi. Äänet ovat hallusinaatioiden aiheena useammin kuin näyt. (Ackerman 1991, 207-213.)

Suunnittelupelissämme pelaajat kommunikoivat pelin aikana keskenään hyvin paljon. Näin ollen jo pelin alkuvaiheessa tämäkin aisti on jo mukana. Kommunikointi on yksi tärkeimmistä osa-alueista tässä pelissä. On tärkeää, että jokainen pystyy kuuntelemaan muita kanssapelaajia. Pelin ohjaajilla on tärkeä rooli pelin kirjaamisen kannalta, sillä heidän täytyy koko pelin aikana olla tarkkana siitä mitä kanssapelaajat puhuvat ja tuovat pelissä esiin. Pelin avulla voidaan myös saada tietää, että kuinka tärkeä kuuloaisti on hyvässä palvelukokemuksessa ja miten se pystyy parantamaan/kohentamaan erilaisia tilanteita.

### 3.1.2 Iho- ja kehoaisti

Seuraavassa kappaleessa tutustutaan makuaistiin, sillä se on sosiaalinen osatekijä. Ruoasta nauttiminen tapahtuu useimmiten sosiaalisessa ympäristössä. Maku tarkoittaa kielen makusilmuissa sijaitsevien makureseptorisolujen välityksellä syntyvää aistimusta. Makuaisti ja hajuaisti ovat läheisiä aisteja keskenään, sillä ilman niitä ihminen ei pysty erottamaan tarkasti makuja ilman yhteistoimintaa. Myös Hammondin (2008, 155) mukaan maku tarvitsee nenän

osallistumista mukaan. Ihminen tunnistaa viisi eri makua: makea, suolainen, hapan, karvas ja umami. Verrattuna hajuihin, makujen kirjo on hyvin suppea. Tyypillisten maun aiheuttajien avulla erotetaan makuja. Sokeri maistuu makealta, suola suolaiselta, sitruunahappo happamalta, kofeiini karvaalta ja natriumglutamaatti umamilta. Näitä yhdisteitä käytetään malliaineina ihmisten makujen tunnistamiseen. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 38-39.)

Makuaistimukset välittyvät kielen makunystyjen kautta, mistä löytyykin makusilmuja. Kun makusilmuun yhdistynyt hermo aktivoituu, kulkeutuu tieto hermoimpulsseina aivoihin. Jos ihminen maistaa tai haistaa heikosti, nauttiminen makuelämyksistä heikentyy. Vanhenemisen myötä makuaistimukset muuttuvat laimeammiksi. Tämän saman ilmiön pystyy kokemaan myös nuhan yhteydessä. On ollut pitkään käsitys siitä, että kielen eri osat ovat erikoistuneet aistiin eri makuja, tulokset ovat kuitenkin osoittaneet, ettei tämä pidä paikkaansa. Kielen eri osilla voi olla maistamisherkkyyden merkityksettömiä eroja. Makua antavan yhdisteen on oltava liuenneena veteen, jotta se työntyy makusilmujen makuhuokosiin. Kiinteä muoto taas liukenee sylkeen ennen kuin saa makuärsytyksen. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 40-43.)

Hajuaisti on kemiallinen kaukoaisti. Se on ärsykkeen ominaisuus ja hajuaistin välittämä aistimus. Tuoksut voivat olla odottamattomia, hetkellisiä ja äkkiä haihtuvia, ne tuovat mieleen muistikuvia. Ihmiset pystyvät havaitsemaan yli kymmenentuhatta erilaista tuoksua. Vaikka hajuaistimme onkin tarkka, niin sen kuvaileminen on haastavaa, varsinkin sellaiselle henkilölle, joka ei ole haistanut sitä aikaisemmin. Tästä syystä hajuaistia voidaankin kutsua myräksi aistiksi. (Ackerman 1991, 23-24.) Kokemukset hajujen miellyttävyydestä ja epämiellyttävyydestä voivat vaihdella kulttuureittain. Miellyttävät tuoksut ovat yleensä marjaisia ja hedelmäisiä. Pilaantumiseen ja ulosteisiin liittyvät hajut ovatkin epämiellyttäviä ja hajuaistia häiritseviä. Hajuaisti mukautuu nopeasti, sillä samassa paikassa viiden minuutin oleskelu johtaa siihen, ettei ympäristön ominaishajua enää huomaa tai välttämättä tunnista. Tämä johtuu siitä, että aivoihin lähtevät hajuiimpulssit vähenevät, tästä syntyykin mukautuminen ympäristöön. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 27-28.) Hammondin (2008, 137) mukaan hajuaisti on ainoa aisti, joka on suorassa kontaktissa emotionaalisen kontrollikeskuksen kanssa. Tuoksut tuovat meille esiin kuvia, tunteita ja muistoja.

Hajuaistilla on kaksi vaihetta. Ortonaalinen haju on se kun hengitämme hengitysilmaa, suun kautta pureskeltaessa ja nieltäessä hajuaistimus on retronaalinen haju. Hajuepitaalimme eli hajureseptorimme sijaitsevat nenäonteloiden ylätaikosassa. Nuuhkiminen ja hengittämien nenän kautta aiheuttaa ilmavirtaa sekä tuo samalla mukanaan haihtuvia kemiallisia yhdisteitä hajuepitaalille. Tämä aktivoi hajuhermoa ja vie tiedon hajusta aivoihin. Aivoissa tapahtuu hajun tulkinta miellyttävyydestä, samalla rekisteröidään hajun voimakkuus, laatu ja miellyttävyys. Toisessa vaiheessa kun pureskellaan ja nielläään ruokaa, irtoaa siitä haihtuvia yhdisteitä.

Haihtuvat yhdisteet nousevat nielemisen aikana hajuepiteelille eli samaan paikkaan kun ensimmäisessäkin vaiheessa. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 29-30.)

Lindstrom (2005, 92) mukaan maailmassa on noin 100 000 eri tuoksua, ja noin 100 on primäärituoksua ja loput kombinaatioita näistä. Primäärituoksu pystyy vaikuttamaan mielialaan ja käyttäytymiseen. Tuoksun tunnistaminen ja nimeäminen on vaikeaa. Ne saattavat tuntua tutuilta, niin että niiden yhdistäminen lähteeseen on hankalaa. Esimerkiksi hajun voi tunnistaa hedelmäksi, mutta tarkan hedelmän määrittäminen saattaa tuottaa ongelmia. Hajuja pystyy nimeämään harjoittelemalla erilaisilla ja monipuolisemmilla näytteillä. Hajuaistin herkkyys vaihtelee yksilöittäin, on hyvin herkkiä ja epäherkkiä yksilöitä. Osa ihmisistä pystyy havaitsemaan ja tunnistamaan hajun kun sitä on pieni määrä. Hyvän haistamiskyvyn voi saada syntyesään, mutta se on myös opeteltavissaan. Kuten muissakin aisteissa myös hajuaistissa voi olla häiriöitä, esimerkiksi heikentynyt hajuaisti. Nuhan aikana koemme tilapäistä heikentynyttä hajuaistia. Säännöllinen ja pitkäaikainen tupakointi heikentää aistiamme, tupakan lopettaminen kuitenkin voi palauttaa haistamiskyvyn. Anosmia eli kyvyttömyys haistaa on harvinainen häiriö, se syntyy hajuepiteelin vaurioitumisesta infektiotaudissa tai hajushermon vaurioitumisesta. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 31-33.)

Maku- ja hajuaistit eivät tule suunnittelupelin alussa samalla lailla esiin kuin muut aistit. Tämä johtuu siitä, että nämä aistit tarvitsevat ärsykkeen, jotta maku- tai hajuaistimus voitaisiin aktivoida. Nämä aistit otetaan pelissä huomioon vain pelikortteina. Kun pelaajat saavat tai nostavat kyseiset pelikortit, täytyy heidän käyttää mielikuvia, mahdollisia muistoja ja kokemuksia maku- ja hajuaisteista. Tämä tapahtuu niin, että pelaajille esitetään kysymys, mihin he vastaavat mieltymyksiensä ja kokemuksiansa perusteella.

Tuntoaistin avulla aistitaan kosketusta, terävyyttä, pehmeyttä, lämpötilaa, painetta, kipua ja kehon aistia. Tämän avulla saamme signaalin kehon asennosta ja liikkeistä sekä esineistä ja niiden ominaisuuksista. Painaminen, venytys ja värinä on kosketustuntoa. Nämä aistimukset ovat herkkiä sormenpäissä ja kasvojen alueella. Niitä löytyy myös suuontelosta ja ruoansulatuskanavan alueelta. Lihastunto välittää tietoa kehon asennoista ja liikkeistä, näin ollen hahmotamme kehomme ääriviivoja, koemme lihasten ja luuston olemassaolon ja toiminnan. Tämän aistin avulla pystymme myös erottamaan esineiden muotoja sekä kykenemme sorminäppäryyttä vaativiin toimintoihin. Tuntoaisti sijaitsee pääosin ihossa, se edustaa suurinta aistijärjestelmää, yhdessä asento- ja liikeaistin kanssa. (Tolonen, Tuorila & Parkkinen 2008, 54-57.) Tuntoaistin tehtävä on suojata ihmisiä vaaroilta, esimerkiksi liian kuumalta tai kylmältä (HUS 2012). Hammond (2008, 165) kertoo, että kosketus tulee toisena näköaistin jälkeen, sillä esimerkiksi tuotteiden kosketus ja pinta vaikuttavat tuntemuksimme ja kokemuksimme.

Haitallisilta säteiltä ja mikrobien hyökkäyksiltä meidät suojaa ihomme. Se on elävä, hengittävä ja erittävä kerros. Iho erittää D-vitamiinia, eristää kuumalta ja kylmältä, korjaa itsensä, säännöstelee verenkiertoa ja niin edelleen. Meillä kaikilla ei ole pelkästään ainutlaatuinen sormenjälki vaan myös huokoskuvio. Iho on myös kiinnostava myös siltä osin, että se pystyy muuttumaan eri muotoihin, kuten: kynsiksi, piikeiksi, kavioksi, höyheniksi, suomuiksi ja hiukiksi. Se on myös vedenpitävää, pesunkestävää ja joustavaa. Vaikka iän myötä iho muuttuukin, se kestää kuitenkin hämmästyttävän pitkään. Iho sisältää kosketusaistin ja tuntoaisti sijaitsee toisessa ihon ulkokerroksessa. Kosketus on vanhin ja tärkein aisti. Jokainen kosketus vie aivoihin tiedon. Ensimmäinen kosketus aktivoi kosketusreseptorit, monen saman kosketuksen jälkeen reseptorit lakkaavat toimimasta. Sormenpäissämme olevien juovien ansiosta meidän on helpompi tarttua erilaisiin esineisiin. (Ackerman 1991, 89-91.)

Asentoaistin avulla ihmiset pystyvät hahmottamaan kehoaan, hallitsemaan asentoja ja liikuttamaan eri kehon osia. Asento- ja liiketuntoaistijärjestelmän keskeisimmät aistisolut sijaitsevat iholla, lihaksissa ja nivelissä. (HUS 2012.) Silmien ollessa kiinni pystymme arvioimaan misssä asennossa kätemme tai jalkamme on. Aistinsolumme reagoivat asentojen tiedostamiseen, liikkeiden ajoitukseen sekä nopeuden ja lihasvoiman säätelyyn. Tasapainoaistimuksen avulla pystymme selvittämään liikkeemme suuntaa ja nopeutta. Nämä aistinsolut sijaitsevat sisäkorvassamme ja kehittyvät jo varhaisessa vuorovaikutustilanteessa. Jokainen lihas tarvitsee ohjausta tasapainoaistiltamme, riippumatta siitä liikkumme vai emme. (Asento-, liike- ja tasapainoaisti 2011.)

Pelin alussa tätäkin aistia jokainen pelaaja pääsee kokemaan, ennen kuin varsinainen peli edes aloitetaan. Sillä pelilaudan ja erilaisten pelivälineiden, kuten pelikorttien tai pelinappuloiden pinnan kosketus herättää jo pelaajissa kyseistä aistia. Kuten muutkin aistit, myös tuntoaisti on yhtenä pelikorttina mukana. Kun pelaaja saa kortin, jossa pyydetään ottamaan kyseistä aistia huomioon, täytyy hänen ottaa kyseinen aisti tarkasteltavaksi.

### 3.2 Service Design

Tämä osio koostuu Service Design eli palvelumuotoilu- käsitteen avaamisesta, seuraavissa kappaleissa kerrotaan Service Design tehtävistä ja prosesseista. Seuraava osio keskittyy tarkemmin menetelmiin, työkaluihin sekä suunnittelupeleihin. Ilman ymmärrystä suunnittelupeleistä ei ole mahdollista luoda uutta toimivaa peliä. Käyttämälläme teoriolla ja käsitteillä ei opinnäytetyössä ole vain yhtä tehtävää. Käsitteitä ja viitekehystä voidaan Vilkan(2005, 27) mukaan hyödyntää monellakin eri tavalla. Ensimmäisesti ne toimivat yhtenä näkökulmana, tarkastella kerättyä tutkimusaineistoa, mutta olennaisempaan voidaan pitää niiden tehtävää

luoda tutkimukselle kehys. Lisäksi ne tukevat hanketta, koska ne antavat suunnittelupelillemme uskottavuutta. Mitä Service Design on ja mikä sen merkitys on?

Mitä palvelumuotoilu eli Service Design on? Se on palvelujen innovointia ja suunnittelua muotoilulähtöisesti ja sen keskeinen tavoite on palvelukokemusten käyttäjälähtöinen suunnittelu. Palvelumuotoilun tehtäviin kuuluu uusien palvelujen innovointi eli miten uudet palvelut voidaan aluksi ideoida, konseptoida ja lopuksi lanseerata valmiina. Palvelumuotoilu soveltuu myös olemassa olevien palvelujen kehittämiseen ja uuden palvelustrategian luomiseen. (Koivisto 2008.)

Service Design- menetelmiä hyödyntämällä palveluntarjoajat pyrkivät muotoilemaan asiakkaiden palvelukokemusta. Jokainen palvelukokemus on henkilökohtainen ja sitä ohjaavat aiemmat kokemukset, asiakkaan taustat, arvot ja odotukset. Palvelun kokemus muodostuu asiakkaalle valitusta palvelupolusta, kontaktipisteistä sekä palvelutuokioista. Service Designin avulla on tarkoitus luoda asiakaslähtöinen, miellyttävä ja johdonmukainen palveluympäristö, jossa asiakkaan on helppo toimia. Sen tarkoitus on muokata ja suunnitella hyödyllisiä sekä tehokkaita palvelukokemuksia asiakkaalle. Service Design auttaa ymmärtämään asiakasta, markkinoita ja käytössä olevia resursseja. (Koivisto 2007, 63.; Moritz 2005, 40.)

Jokaisen yrityksen täytyy uusiutua ja innovaatio on tässä suuressa roolissa. Se on väline, jolla uusiutuminen mahdollistetaan. Innovaatiotoimintaan ryhtyminen ei kuitenkaan takaa millään tavalla menestystä vaan olennaiseksi tekijäksi nousee se minkälaiseen innovaatiotoimintaan - ja uusiutumiseen ryhdytään. Monesti uuden kehittäminen rajoittuu vahvasti vain uuden teknologian kehittämiseen. Ainoastaan teknologisten kehitysaskelien ottaminen ei takaa arvon nousua ja liiketoiminnan kasvua. Teknologian lisäksi täytyy tarjota lisäksi jonkinlaista uutta sisältöä, joka antaa tuotteelle tai palvelulle jotain kilpailijoista poikkeavaa. Olennaiseksi kysymykseksi menestyville yrityksille muodostuukin se miten tämä edellä mainittu arvonluonti mahdollistetaan? (Miettinen 2011, 9.)

Käyttäjälähtöinen innovaatiotoiminta on ollut esillä erilaisissa yhteyksissä yritysmaailmassa ja jopa politiikassa. Palvelujen ja tuotteiden käyttäjät halutaan osaksi kehitysprosessia. Käyttäjät toimivat tapauskohtaisesti hyvinkin erilaisissa rooleissa kehitysprosessin kannalta. Joissain tapauksissa käyttäjät ovat hyvinkin aktiivisia ja vuorovaikuttavia osapuolia kehityksessä mutta joskus heidän toimintojaan tarkkaillaan sekä analysoidaan erilaisin menetelmin. Tavoitteena on kuitenkin tuottaa arvoa, jolla erottaudutaan kilpailijoista. Esimerkiksi julkiselle sektorille käyttäjälähtöinen innovaatiotoiminta tarjoaa monia mahdollisuuksia. Rissanen(2006, 22) selvittää, että kuluttajaan vedotaan usein luomalla ja vahvistamalla mielikuvia esimerkiksi brandin tai laadun suhteen. Tietyillä tekijöillä on erilaiset vaikutukset erilaisiin käyttäjiin ja tunnetason kautta niillä voi olla suurikin merkitys käyttäjälle perustarpeen tyydyttämisen kannal-



ta, joka tapahtuu ydintuotteen kautta. Muodollisen tuotteen tai palvelun ominaisuudet kuitenkin ratkaisevat lopputuloksen. Tähän näkökulmaan peilaten on ymmärrettävää, että monien julkisten palveluiden maine on huono. Tässä palvelumuotoilu voisi nousta suureen rooliin. Käyttäjien kanssa kehitetty palvelu voi tuottaa suurimman mahdollisen arvon kaikille osapuolille. Tässäkin roolissa suunnittelupeli voisi olla ratkaisevana toimijana palvelun kehittämisen kannalta. Ne ovat käyttäjäystävällisiä ja niiden helppokäyttöisyys tekevät niistä toimivan tavan kehittää palveluita.

Suunnitteluprosessi on sosiaalinen tapahtuma ja muun muassa Brandt (2006, 58) mainitsee tämän tutkimuksessaan. Kaikilla osallistujilla on erilaiset taustat ja mieltymykset, jotka he tuovat kehitysprosessiin mukaan joka taas lisää valmiin palvelun käytettävyyttä. Peleissä käytettävät pelialustat ja pelinappulat ovat abstrakteja eivätkä ne viittaa mihinkään tosimaailman esineisiin. Kaikki on tyylieltyä ja abstraktia, jonka tarkoituksena on eliminoida pelaajien ennakkokäsityksiä ja kokemuksia liittyen esineisiin, joita he saattaisivat muuten tuoda suunnittelutilanteeseen. Suunnittelupelit ovat kansainvälisiä siinä mielessä, että ne ovat pelejä, jonka vuoksi osallistumiskynnys on matala, minkä uskoisi olevan hyvinkin vaikuttava tekijä erityisesti julkisen sektorin puolella. Palvelumuotoilu on uusi käyttäjälähtöinen näkökulma sekä työkalu kehittävät palveluita innovatiivisesti. (Miettinen 2011, 10.)

Käyttäjien näkökulmat ovat keskeisiä asioita palvelumuotoilussa. Perinteisesti palveluita on kehitetty markkinatutkimusten ja asiakaspalautteiden avulla. Käyttäjäkokeusta ei voida kuitenkaan arvioida tämän tapaisen tiedon avulla. Keskeisiä käsitteitä palvelumuotoilun kannalta ovat asiakkaat, asiakasymmärrys, käyttäjät sekä käyttäjätieto. Muuttuneet palveluliiketoiminnan mallit ovat muovanneet asiakkaan roolia. Asiakas on aiemmin miellytty vain palvelun vastaanottajana kun nykypäivänä asiakas mielletään aktiivisena käyttäjänä. Ihmisten toiminta, tarpeet, tunteet ja motiivit sekä niiden kokonaisvaltainen ymmärtäminen ovat palvelumuotoilun lähtökohtia. Kun näiden käsitteiden ymmärrys kasvaa, voidaan tuottaa uusia palveluinnovaatioita. (Miettinen 2011, 13. )

Aiemmin mainitut hyödyt liiketoiminnalle on syytä avata tarkemmin, sillä palvelumuotoilu tarjoaa sitä julkisella ja yksityisellä sektorilla. Liiketaloudellinen hyöty palvelumuotoilun avulla on esitetty kolmivaiheisessa mallissa: Ensimmäinen. Asiakastarpeet sekä mahdollisuudet täytyy muuttaa kehitysprojekteissa mitattaviksi palvelutavoitteiksi. Tämän lisäksi liiketoimintasuunnitelmaa on kehitettävä palvelun konseptoinnin kanssa. Tällöin voidaan nähdä konseptoinnin tuoma etu liiketoiminnan kannalta. Toinen. Palvelun tuottaminen tulee Miettisen(2011, 15) mukaan optimoida siten, että ennalta asetetut tavoitteet saavutetaan. Tähän toimivana ratkaisuna on iteratiivinen toimintatapa, joka perustuu siihen, että palvelun kriittiset kohdat löydetään suunnittelun ja testaamisen avulla. Tällöin voidaan suunnitella ihanteelliset ratkaisut palvelun tuottamisen kannalta. Kolmas. Palvelua tulee arvioida jatkuvasti, jot-

ta nähdään palvelun tuottamistapaan tehdyt muutokset ja niitä voidaan lisäksi arvioida. Palvelumuotoilun arvon mittaamiseksi on tärkeää määrittää suorituskykyilmaisimet. Niiden määrittämisen avulla palvelumuotoilijat ymmärtävät myös paremmin työnsä tavoitteet. Tavoitteiden määrittäminen on olennaista suunnittelu- ja kehittämisprosesseissa, koska ilman tavoitteita prosessilla ei ole tarpeellisia kehyksiä sekä rajoitteita. Tällöin prosessi jää hajanaiseksi ja siitä saadut hyödyt epäselviksi. (Brandt 2006, 60.)

Siinä on siis kyse erilaisten käyttäjälähtöisten tutkimusmenetelmien hyödyntämisestä ja perimmäisenä tarkoituksena on luoda asiakkaalle parempi ja syvempi palvelukokemus. Koiviston (2007, 63) mukaan tällä tavoin pyritään edistämään myös asiakastytyväisyyttä. Service Design on aiheena vielä melko tuore, jonka vuoksi sitä ei ole vielä paljon tutkittu. Service Design ei ole lyhyen tähtäimen projekti, vaan se on jatkuva prosessi, joka paljastaa mahdollisuuksia, luo ideoita, ratkaisee ongelmia ja kehittää käytettäviä ratkaisuja. Yrityksille Service Design tarjoaa mahdollisuuden luoda lisäarvoa palveluilleen sekä mahdollisuuden erottua kilpailijoistaan. Yksinkertaisesti sanottuna sen tavoite on yhdistää asiakkaan toiveet yrityksen toiveisiin.

Palvelumuotoilulle ominaista on se, että uudet palveluideat ja palvelukonseptit saadaan asiakkaiden tiedostamattomista tarpeista, jotka saadaan esiin tutkimalla asiakkaiden toimintaa erilaisin keinoin. Näitä keinoja ovat muun muassa asiakaspolku ja havainnointi. Seuraavassa osiossa syvennytään näihin palvelumuotoilun keinoihin tarkemmin. (Koivisto 2008, 18-19.)

Palvelua tutkittaessa on oleellista muistaa, että asiakas kokee palvelun eräänlaisena polkuna ja se koostuu erinäisistä toisiaan seuraavista palvelutuokioista. Palvelutuokioksi voidaan nimittää esimerkiksi matkailutoimistossa vierailevan asiakkaan matkan varaus hetkeä. Palvelupolku koostuu erinäisistä palvelutuokioista, jotka taas koostuvat kontaktipisteistä. Näiden pisteiden avulla asiakas kokee, aistii ja näkee palvelun. Esimerkiksi matkayhtiön palvelussa kontaktipisteitä voivat olla muun muassa mainokset televisiossa ja lehdissä, Internet- sivusto tai matkatoimiston haju. Nämä erilaiset kontaktipisteet voidaan jakaa neljään ryhmään: ympäristöihin, esineisiin, ihmisiin sekä toimintamalleihin. (Koivisto 2008, 18-19.) Ympäristöt edustavat Koiviston(2008, 23) mukaan erilaisia palvelukanavia ja kontaktipisteinä ne voivat olla fyysisiä paikkoja kuten ravintolat, aulat tai virtuaalisia kuten puhelinpalvelu ja Internet-sivustot. Kontaktipisteinä ympäristöt ovat monipuolisia ja ympäristöissä vaikuttavat erilaiset tekijät, kuten hajut, sisustus valaistus ja äänet.

Esineet toimivat usein viestinnän eri välineinä mutta niitä voidaan käyttää myös aineettoman palvelun konkretisointiin. Kanta-asiakaskortti, lentolippu ja hintalappu ovat muutamia esimerkkejä esineistä kontaktipisteinä. Toimintamallit ja palvelueleet ovat Koiviston(2008, 25) mukaan määritteleviä tekijöitä siihen millaisena palvelu koetaan ja miten palvelu yksittäisissä palvelutuokioissa on tuotettu. Esimerkiksi verkkopalvelun käyttöliittymä, kanta-asiakasedut ja

henkilökunnan tapa tervehtiä asiakkaita ovat kaikki kontaktipisteitä toimintamalleissa sekä palvelueleissä. Palvelun tuottamiseen osallistuu usein ihmisiä ja palvelumuotoilun mahdollisuudet piilevät siinä miten voidaan ohjata palvelun käyttäjiä ja tuottajia. Kontaktipisteet, jotka liittyvät ihmisiin ovat esimerkiksi palveluhalukkuus, puhetaidot, sosiaaliset taidot, asiakkaan ohjaaminen sekä oma-aloitteisuus. (Stickdorn & Schneider 2010, 158.)

Erilaisten persoonien kehittäminen on hyödyllinen metodi palvelumuotoilussa. Persoonat kuvailevat jotain valittua kohderyhmää, joka on valitun palvelun käyttäjä tai mahdollinen käyttäjä. Persoonat muodostetaan fiktiivisistä henkilöistä, mutta heille luodaan täydet identiteetit ja taustatarinat, jotta niistä tulisi käytettävämpiä. Jotta tietylle palvelulle voitaisiin luoda sille tyypillisten käyttäjien persoonia, on tehtävä tutkimusta asiakaskunnasta. Mitä aidompia persoonista onnistutaan luomaan sitä enemmän se auttaa palveluntarjoajaa ymmärtämään asiakkaiden tarpeita ja huomaamaan mahdollisia kehityskohteita. (Tamm, M. 2011.) Persoonien luonti kuuluu myös suunnittelupeliimme, sillä pelaajien on hyvä eläytyä siihen asiakasryhmään joka käyttää yrittäjän palveluja. Näin ollen pelaajat pyrkivät viestittämään mielipiteensä persoonien avulla ja näkökulmalta.

Jos asiakkaiden tarpeita palvelun eri osatekijöitä halutaan ymmärtää asiakkaita sekä heidän käyttäytymistään tulee tarkkailla ja tämä voidaan toteuttaa videokameroiden tai asiaan yksinomaan määritetyn henkilön toimesta. Videokameroiden tuomana etuna ihmissilmään verrattuna on se, että kaikki voidaan tallentaa ja tätä hyvin runsasta materiaalia voidaan jälkeenpäin analysoida hyvin tarkasti. Esimerkiksi monet pienet yksityiskohdat voivat henkilöltä yhdellä katselukerralla jäädä huomaamatta, mikä taas voi olla tutkimukselle merkityksellistä. Näitä yksityiskohtia voivat olla kasvojen ilmeet tai jokin muu tärkeä asia. Tätä Service Design menetelmää kutsutaan Observation- menetelmäksi. Moritz(2005, 98) kirjoittaa, että observation- menetelmää voidaan käyttää kun halutaan selvittää miten asiakas käyttää valittua palvelua. Tämä voi Moritzin mukaan paljastaa mitkä tietyt tekijät saavat esimerkiksi aikaan pidemmät odotusajat.

Asiakkaita ja heidän käyttäytymistään tarkkailemalla saadaan paljon ideoita siitä miten palveluita voitaisiin kehittää. On hyödyllistä jos tarkkailulla on jokin erityinen kohde tai sillä yritetään vastata johonkin tietynlaiseen kysymykseen liittyen kyseiseen palveluun. Moritzin (2005, 98) mukaan tarkkailua voidaan myös hyvin käyttää tunnistamaan ja arvioimaan erilaisia riskejä palveluprototyypeissä mutta sen alkuperäinen tarkoitus on kuitenkin opettaa asiakkaiden palvelukäyttäytymisestä sekä siitä miten palvelu oikeasti toimii.

### 3.3 Palvelukokemus

Seuraavissa kappaleissa syvennetään vielä hieman enemmän itse palvelukokemukseen, sillä koemme, että se on tärkeä osa meidän työtä. Palvelu on teko, toiminta tai suoritus. Palvelujen käyttäminen on meille arkipäivästä puuhaa. Palvelun piirteet vaikuttavat markkinointiin, mikä edesauttaa pitämään asiakkaat tyytyväisinä. Vaikka se onkin aineetonta, niin palvelun tuottaminen voi olla sidoksissa tavaraan. Paremmalla palvelulla pyritään erottumaan kilpailijoista, tarjoamalla asiakkaalle houkuttelevaa ja laadukasta palvelua. Palvelun painoarvo riippuu organisaation toimialasta. Keskeisin hyöty palvelussa on tehdä asiakkaan puolesta jokin, esimerkiksi pesula, tämän palvelun tehtävänä on pestä asiakkaan pyykit. Asiakkaan kokemus palvelu ilmenee palvelua käytettäessä tai vasta palvelun tapahduttua. Se syntyy vasta silloin kun se tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, esimerkiksi korjaus- ja huoltopalvelut. Asiakas odottaa palvelulta muun muassa lopputulosta, palveluprosessin laatua, hintaa ja palveluympäristöä. (Ylikoski 2001, 17-20.) Tuulaniemi (2011, 16) kirjoittaa, että jo muutaman sukupolven ajan ihmiset ovat eläneet tavarakylläisessä maailmassa. Tästä voikin päätellä, että tavaroiden omistamisella ei ole enää niin suurta merkitystä vaan palvelun tarjoaja haluaa keksittyä itse palveluun ja hyötyyn. Kun asiakkaat käyttävät palveluja, niin he haluavat saada vastikkeeksi elämäänsä helpottavia ratkaisuja. Tänä päivänä ihmiset haluavat päästä resurssien luokse, omistamatta kaikkia tavaroita, joita koetaan välillä tarvitseviksi. Palvelulla on etuja tavaraan verrattuna, sillä resurssien kuluttamisesta on siirretty resurssien jakamiseen. Tarkoittaen sitä, että tavaroiden valmistaminen tai niiden hävittäminen kuluttavat enemmän energiaa kuin itse palvelu ja sen etu.

Ihminen on keskeisin osa palvelua, sillä palvelumuotoilun yhteydessä puhutaan aina asiakkaan palvelukokemuksesta. Palvelutapahtuma koostuu asiakkaasta ja sen saamasta palvelun kokemuksesta. Palvelukokemus on subjektiivista ja kaikki mitä asiakas kokee, tapahtuu asiakkaan pään sisällä, johon kaikki eivät pääse. Jokainen henkilö kokee saamansa palvelua eri lailla, toki mielipiteet voivat olla samoja, mutta kokemus silti erilainen. Palvelumuotoilun tavoitteena on optimoida asiakkaan saama palvelukokemus. (Tuulaniemi 2011, 26.) Edellisessä kappaleessa Ylikoski viittasi siihen, että palvelun tarkoitus on ratkaista asiakkaan ongelma. Tuulaniemi (2011, 59) myös kirjoittaa samasta aiheesta ja hänen kirjassaan tulee myös esiin se, että: palvelu on prosessi, koemme palvelun mutta emme omista sitä ja ihmisten välinen vuorovaikutus on merkittävää. Tästä voidaankin todeta, että mitään palvelua ei ole olemassa, jos asiakas ei ole siinä läsnä kuluttamassa. Asiakkaat ja asiakaspalvelijat muodostavat yhdessä saaman palvelukokemuksen. Palvelutuottajan ja asiakkaan vuorovaikutus on suuressa roolissa palvelukokemuksen rakentumisessa. (Tuulaniemi 2011, 71.)

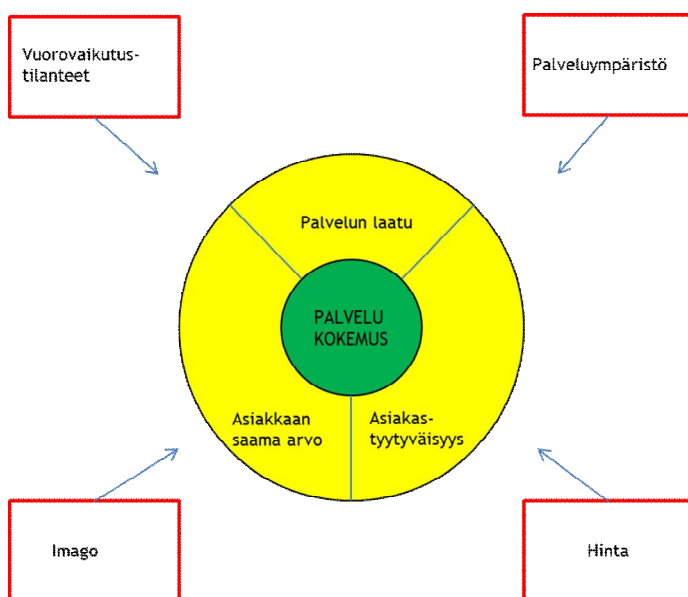
Palvelun ominaispiirteisiin kuuluu aineettomuus, tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus, heterogeisuus ja katoavuus. Ominaispiirteet tuovat haasteellisuutta markkinointiin, ja tähän tarvitaan keinoja, joiden avulla haasteisiin vastataan. Aineetonta palvelua ei voida varastoida, patentoida ja esitellä sellaisenaan. Vaikeuksia tuottaa myös palvelun arviointi ja hin-

noittelu. Tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuudessa asiakkaat pystyvät osallistumaan tuottamiseen sekä vaikuttamaan lopputulokseen. Heterogeenisuudessa palvelujen tuottaminen ja asiakkaan tyytyväisyys riippuvat henkilöstön toiminnasta. Katoavuudessa kysynnän ja tarjonnan yhteensovittaminen on ongelmallista ja palvelun palauttaminen on mahdotonta. (Ylikoski 2001, 23.) Palvelulla on myös hyviä ja tärkeitä puolia, sillä ne ovat ekologisia, kuluttajalle hyödyllisiä ja tuottajalle hyvän katteen tuottavaa liiketoimintaa (Tuulasniemi 2011, 20).

Ennen kuin lähdetään tutustumaan tarkemmin palvelukokemukseen, haluamme tarkastella, mitä tarkoittaa jälkimmäinen sana eli kokemus. Kokemus tarkoittaa erilaisia tietoja, taitoja ja kykyjä, joita ei ole hankittu teoreettisesti vaan vuorovaikutuksessa todellisuuteen. Aivoissa syntyvää prosessia voidaan luokitella myös kokemukseksi, sillä aivot tulkitsevat ärsykkeet erilaisina kokemuksina. Kokemus voi olla fyysinen, psykologinen, hengellinen tai emotionaalinen. Se myös kuvaa ihmisen kasvamisen, kulttuurin ja oppimisen sosiaalistumisen prosesseja. Meidän ihmisten elämä on täynnä erilaisia kokemuksia ja niiden virtoja, jolla ymmärretään elämyksiä, tunnelmia, tunteita, aistimuksia ja tunteja. (Kokemus ja käsitys 2012.)

Ylikoski (2001, 149) kertoo kirjassaan, että palvelun käytön jälkeen asiakas kokee palvelun positiivisena tai negatiivisena kokemuksena. Asiakaskeskeinen organisaatio keskittyykin säästämään tavoitteitaan asiakastyytyväisyyden avulla. Vaikuttaakseen siihen, tarvitaan tarkkaa tietoa siitä, mitkä asiat tekevät asiakasta tyytyväiseksi. Paras mahdollinen tieto ja palaute tulevat suoraan asiakkaalta. Kaikki palvelut ovat keskenään erilaisia, joten tarvitaan toimialakohtaisia tutkimuksia. Tutkimusten avulla selvitetään heikkouksia ja vahvuuksia. (Ylikoski 2001, 149.) Tuulasniemin (2011, 19) näkemys tukee myös tässä kappaleessa olevaa tietoa, sillä hän kirjoittaa, että palveluiden avulla yritys voi erottua kilpailijoistaan ja sillä tavoin se pystyy sitouttamaan asiakkaitaan tiukemmin itseensä.

Palvelumuotoilun tavoitteena ovat palvelutuotteet, jotka ovat taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestäviä (Tuulasniemi 2011, 25). Asiakas käyttää palvelua, jotta tyydyttäisi tarpeensa. Tyytyväisyyteen vaikuttavat myös palveluun liittyvien tavaroiden laatu, edullinen hinta ja yksilölliset ominaisuudet. Palvelukokemukseen vaikuttaa myös se, kuinka paljon asiakas on joutunut itse panostamaan palveluun, eli asiakkaan saama arvo. Palvelua valitessaan asiakas pohtii, mikä organisaatio tuottaa eniten arvoa. Palvelukokemus koostuu asiakkaan saamasta arvosta, palvelun laadusta ja asiakastyytyväisyydestä. Näihin kolmeen tekijään pystytään vaikuttamaan markkinoinnin toimenpitein. Asiakas voi olla tyytyväinen organisaation toimintaan, mutta tyytymätön johonkin palvelutapahtumaan. Tämä siis tarkoittaa, että asiakkaan tyytyväisyyttä voidaan tarkastella yksittäisen palvelutapahtuman tasolla että kokonaisytytyväisyytenä. (Ylikoski 2001, 151-153.) Seuraavaksi tutustutaan palvelukokemuksen kolmeen tekijään (Kuvio1).



Kuvio 1: Palvelukokemus (Ylikoski 2001, 154).

Seuraavissa kappaleissa avaamme palvelukokemuksen tekijöitä. Ensimmäinen tekijä on palvelun laatu, joka on merkittävä kilpailukeino. Hyvällä laadulla pystytään erottumaan kilpailijoista ja houkuttelemaan uusia asiakkaita mukaan. Jokaisella henkilöllä on oma mielikuva hyvästä laadusta. Organisaation tehtävänä onkin selvittää, mitä asioita kukin asiakasryhmä arvostaa. Tällä tavoin kaksi saman alan yritystä pystyy tarjoamaan asiakkailleen eritasoista palvelua. Laadua on vaikea määrittellä, mutta se voidaan määrittellä miten hyvin tuote vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia. Laadun tulkitsijana toimii aina asiakas, joten uusien palveluiden kohdalla kannattaa tarkastella palveluja asiakkaan näkökulmasta. Asiakkaat saattavat kokea palvelun suoritusvaiheen tärkeämpänä kuin sen lopputulosta. Asiakas kokee hyvän palvelun ja sen laadun silloin kun se ylittää kaikki odotukset. Hyvän palvelukokemuksen luomisessa tärkeimpänä työkaluna toimii vuorovaikutus asiakkaan ja henkilöstön välillä. Organisaation imago antaa asiakkaalle alkuvaiheessa jo laatukokemuksen. Hyvän imagon kanssa, virheistä huolimatta asiakas pystyy kokemaan palvelun laadun tyydyttäväksi, kun taas huonolla imagolla voidaan huonontaa kokemuksia entisestään. Teknisen laadun on vastattava asiakkaan tarpeisiin kun taas toiminnallinen laatu sijoittuu palveluprosessiin. (Ylikoski 2001, 117-118.) Ylikoski (2001, 123-125) mainitsee kirjassaan seitsemän tekijää jotka vaikuttavat palvelun laatuun: asiakkaan tarpeet, palvelun hinta, asiakkaan aikaisemmat kokemukset, asiakkaan kokemukset kilpailevista organisaatioista, mainonnassa annetut lupaukset, muiden ihmisten suositukset ja moitteet, asiakkaan oma panostus palveluun ja viimeiseksi tilannetekijät. Palvelun laatu syntyy odotusten ja kokemusten vertailuna, niinpä Ylikoski (2001, 126) kertoo myös kymmenen arvioinnin kriteeriä: luotettavuus, reagointialttius, pätevyys, saavutettavuus, kohteliaisuus, viestintä, uskottavuus, turvallisuus, asiakkaan ymmärtäminen/tunteminen, palveluympäristö.

Luottamus syntyy ja vahvistuu kun asiakkaan ja yrityksen välillä tapahtuu asiakaskohtaamisia. Kohtaamisen tarkoitus on oppia uutta ja parantaa asiakaspalvelun laatua. Yritys oppii tuntemaan asiakkaansa, silloin kun se selvittää mahdollisimman tarkasti asiakkaan prosesseja kyseisessä yrityksessä. Yrityksen on selvitettävä, mikä on ollut kaikista tärkeintä asiakkaalle prosesseissa, eli mistä hän kokee saavansa lisäarvoa. Asiakas voi saada itselleen myönteisiä elämyksiä ja kokemuksia, silloin kun yritys reagoi nopeasti asiakkaan tarpeisiin. Kokemukset ja elämykset jaetaan viiteen eri osaa, jotka muodostavat asiakkaan saaman arvon. Nämä viisi osaa ovat: aistit, tunne, ajattelu, toiminta ja merkitys. Aisteihin vaikuttaminen tapahtuu erilaistumisella, eli asiakas aistii erilaisen tavan tehdä jokin asia. Kun asiakkaalla on myönteinen tunnetila, tekee hän myös myönteisiä päätöksiä. Saamalla asiakas oikeaan tunnetilaan paranee myös palvelun käyttö. (Selin & Selin 2005, 121-124.) Aistien avulla palvelukokemus pystytään rikastuttamaan ja parantamaan. Mitä enemmän aisteja on käytössä palvelussa, sitä enemmän asiakas on tyytyväisempi.

Kotler (2005, 21) mainitsee, että nykyisin ratkaisevat asiat asiakkaan tyytyväisyydelle ovat laatu, palvelu ja arvo. Eli kaikki kolme tekijää, jotka vaikuttavat hyvään palvelukokemukseen. Hän kertoo myös sen, että tuotteen design, ulkoasu, toimitusnopeus ja sen asiakkaalle soveltaminen ovat kriittisempiä tekijöitä asiakkaiden palvelun valintapäätöksissä. Storbacka ja Lehtinen (1998, 104-105) kirjoittavat, että asiakastyytyväisyydellä voidaan vaikuttaa asiakkuuden lujuuteen. Asiakastyytyväisyys on riippuvainen arvosta, jonka hän tuntee saavansa asiakkuudesta. Kun asiakas on tyytyväinen hän käyttää samoja palveluja yhä uudelleen ja hänestä voi tulla ostouskollisempi. Ostouskolliset asiakkaat lisäävät myyntiä ja kannattavuutta. Tyytymätön asiakas voi olla yritykselle riski. Hän voi lähteä kilpailijan luokse tai sitten hän voi puhua suunsa puhtaaksi, jolloin tilanne voidaan vielä korjata. Kun on tutustuttu asiakkaiden tarpeisiin ja odotuksiin, voidaan olemassa olevaa palvelua kehittää vastaamaan asiakkaiden ja palvelutuottavan organisaation tarpeita (Tuulaniemi 2011, 99).

Elämys on moniaistinen, emotionaalinen ja yksilöllinen kokemus, jolla on positiivinen ja mieltä parantava vaikutus. Elämykset ovat henkilökohtaisia, jotka koostuvat historiasta ja taustasta. Elämyksen kokemisessa peruslähtökohtana ovat aistihavainnot. Ruoan maku, ympäristön vaikutus tai auringon valo koetaan eri lailla elämyksen aikana. (Borg, Kivi & Partti 2002, 25.) Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus LEO, on luonut elämyskolmiomallin (kuvio 2.) Siinä esitellään elämyksen rakentumista, sen ulottuvuuksia ja elementtejä.



Kuvio 2: Elämyskolmi - malli (Elämyskolmio 2009).

Tämä kolmio kuvaa hyvin meidänkin tulevaa työtä, sillä motivaation tasolla asiakkaalle täytyy herätä halu ja into kokeilla suunnittelupeliämme. Fyysisellä tasolla asiakas aistimusten avulla aistii paikan ja ympärillä tapahtuvan tapahtuman. Sen avulla mitataan tuotteen toimivuus ja toteutus. Se miten se kokee suunnittelupelin, on aistimusten varaista. Fyysisellä tasolla asiakas päättää taas kerran aistimusten avulla, mitä mieltä hän on tuotteesta. Älyllisellä tasolla koetellaan aistiärsyksiä, sen avulla muodostetaan mielipiteitä ja käsitellään tietoa. Emotionaalisella tasolla kokemus muuttuu elämykseksi. Onnistunut tuote ja palvelu voivat saada asiakkaassa positiivisen tunnereaktion. Hyvän tuotteen tulisi tarjota asiakkaan kaikille aisteille jotakin. Yhdistämällä eri aisteja kokemukseen saadaan luotua elämyksiä. On myös mahdollista, että kokija saa elämyksen kautta muutoksia aikaiseksi omassa henkilökohtaisessa elämässä. (LEO 2009.) Haluamme, että suunnittelupelimme avulla pelaajat ja yrittäjät saavat vastauksia kysymyksiinsä. Yrittäjä on pelissämme se tärkein pelaaja, joka yrittää tämän suunnittelupelin ja muiden pelaajien avulla saada ja kehittää parempia palveluja. Pelaajat jakavat pelissä kokemuksiaan ja elämyksiään, sillä tavoin pystytään hahmottamaan palvelukokemuksia. Seuraava osio keskittyy erityisesti Service Design työkaluihin. Nämä työkalut koimme tärkeiksi tutkimuksen kannalta, sillä suunnittelupelikin on eräänlainen työkalu, jolla palveluita ja asiakasprosesseja kehitetään ja luodaan

### 3.4 Service Design -työkalu

Uuden Service Design -työkalun kehittäminen ei olisi mahdollista tutkimatta palvelumuotoilun historiaa ja erilaisia aiheeseen liittyviä tutkimuksia. Miten voidaan luoda työkalu, joka pystyy mittaamaan ja arvioimaan palvelun eri tekijöitä sekä ottamaan huomioon myös moniaistisuuden ja multimodaalisuuden. Matkailijan moniaistinen palvelukokemus- hankkeen tiimoilta on



tehty jo yksi laajempi tutkimus yhteistyössä Liiketoiminnan kehittäminen palveluverkostossa ja Linnanmäen huvipuiston kanssa. (Järvinen & Walther 2011, 7.)

Moritz(2005, 186) kirjoittaa erilaisista työkaluista hyvin laajasti ja mainitsee muun muassa benchmarkingin, asiakas-segmentoinnin, sisällönanalyysin, lego serious playn, kontaktipisteet, roolipelit ja visuaalinen ajattelu. Kaikki edellä mainitut ovat työkaluja, joilla palveluita pyritään parantamaan kokeilemalla erilaisia ideoita ja harjoittamalla esimerkiksi roolileikkejä. Seuraavassa osiossa perehdytään muutamiin työkaluihin syvällisemmin. Suunnittelupelit ovat siis työkalu, jota voidaan hyödyntää erilaisissa suunnittelu- ja kehitystilanteissa, jossa halutaan synnyttää ideoita uudella tavalla.

Aiemmista Service Design tutkimuksista esiin nousee erilaiset työkalut ja pelit, joita on kehitetty erilaisten palvelukokonaisuuksien tutkimiseen. Esimerkiksi Lego Serious Play on Service Design työkalu, jonka tarkoituksena on parantaa innovatiivisten ratkaisuiden syntymistä. Prosessi perustuu siihen, että tavallinen LEGO- palikoilla rakentelu saa uuden merkityksen koska se synnyttää keskustelua mahdollisesta tutkimusongelmasta ryhmässä. (Lego serious play 2009.)

Rakentamalla erilaisia rakennelmia ja keskustelemalla ryhmän kesken luodaan puitteet luovalle ajattelulle. Menetelmän taustalla on idea siitä, että luot käsilläsi jotain uutta, jolloin innovointia tapahtuu myös mielessä. Tämän tyyppinen "rakenteluajattelu" antaa osallistujille luovempia ideoita maailman tarjoamista mahdollisuuksista ja parantaa reflektointi prosessia sekä keskusteluja. Tämän tapainen työkalu antaa monta lähtökohtaa oman suunnittelupelin kehittämiseen. Miten aktivoida pelin käyttäjät ja millaista arvoa se luo? (Lego serious play 2009; Meroni & Sangiorgi 2011, 84.)

Mikä suunnittelupeli on? Se on mukavaa tekemistä pienessä ryhmässä, jonka seurauksena syntyy ratkaisuja suunnitteluongelmiin. Suunnittelupeli voidaan nähdä runkona tai puitteina järjestellä osallistuminen suunnitteluprojektissa. Yleisenä käsitteenä pelit mielletään todennäköisyyksillä pelaamiseksi tietynlaisia sääntöjä noudattamalla, johon liittyy kilpailua osallistujien kesken ja ne ratkeavat usein voiman, taidon tai sattuman johdosta sekä mahdollisesti näiden yhdistelmänä. Pelit ovat siis laaja käsite ja monissa peleissä on erilaisia taitoja, jotka ovat hyödyllisiä voittamisen kannalta. Suunnittelupelissä harvoin kilpaillaan voitosta tai palkinnoista. Osallistujat ovat usein hyvinkin erilaisia henkilöitä yksilöllisten taitojen kera, mutta niiden hyödyntämisen sijasta kilpailemalla voitosta keskenään suunnittelupelin tavoitteena on hyödyntää osallistujien erilaisia taitoja sekä näkemyksiä ja tutkia mahdollisia ratkaisuja suunnitteluongelmiin. Suunnittelupelissä voivat olla mukana esimerkiksi tietyn tuotteen käyttäjät, pienet projektiryhmät, sidosryhmät tai jopa esimiehet. Tärkein ominaisuus ennen kaikkea olisi se, että suunnittelupelin pelaaminen on hauskaa. Pelaaminen on sisällytetty niihin juuri

tämän takia. Ilman peli aspektia ne olisivat vain tylsä tapa järjestellä aineistoa ja ideoida sen pohjalta ratkaisuja. (Spencer 2009, 4; Brandt 2006, 1-2.)

Suunnittelupelit pohjautuvat myös käytännön lähestymistapaan siinä mielessä, että ne eivät koostu ainoastaan ideoista keskustelemiseen vaan toimivat foorumina niiden luomista varten myös ja tällaisenaan ideamme sekä oppiminen tapahtuu peliä pelaamalla keskustelun sijaan. Suunnittelupelin tulee tarjota aina jotain hyödyllistä ja käytettävää esimerkiksi projektia varten. Ne ovat tarkoin jäsenneltäviä ja suunniteltuja kokonaisuuksia, sillä niiden tarkoitus ei ole vain saada ryhmää koolle keskustelemaan tietystä suunnitelmasta vaan niillä on aina jokin tavoite. (Spencer 2009, 6.)

Suunnittelupelit ovat myös erinomainen kommunikointiväline. Monet peleistä pitävät sisällään piirtämistä, kirjoittamista ja luonnostelua, jotka kaikki antavat selkeämmän kuvan käsiteltävästä asiasta kuin siitä ainoastaan puhuminen. Suunnittelupelit voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: käyttäjien kanssa pelattaviin peleihin ja suunnitteluryhmien peleihin. Käyttäjien kanssa pelattavia pelejä ovat muun muassa design the box, design the homepage, metasnap, card sorting sekä freelisting. Suunnitteluryhmille on myös olemassa monia erilaisia pelejä kuten idea cards, design slam, reframing, reversal, role play sekä Freaky Friday. (Spencer 2009, 8.)

Suunnittelupelin pelaaminen vaatii tarkkaa valmistelua. Yksittäinen brainstorming sessio, käyttäjäpalaute tai jokin muu vähemmän luova keino eivät tiedonkeruun kannalta riitä tähän. Suunnittelun tärkein osa on määrittellä mitä sessiolla halutaan saavuttaa ja tämä tulee tehdä ennen kuin valitaan tilanteeseen sopiva peli. Tämän jälkeen voidaan valita peli, jonka avulla voidaan saavuttaa parhaiten määritellyt tavoitteet. Muita ennen pelin aloittamista mietittäviä asioita ovat: Miten odotat pelin etenevän alusta loppuun? Mitä sääntöjä on? Miten varmistat että kaikki osallistuvat? Miten varmistetaan siitä, että pelin pelaaminen ei tunnu ajanhaaskukselta? (Spencer 2009, 46-48.)

Brandt (2006, 60) tarkentaa, että oman suunnittelupelin luominen on täysin mahdollista. Mahdollisuuksien kirjo on runsas ja hänen mukaansa ei ole yhtä yleistä käsitystä suunnittelupelistä, joka sopii jokaiseen suunnittelutilanteeseen. Sen sijaan prosessipelin suunnittelun taustalla on jo itsessään palkitsevaa ja tämän vuoksi palvelumuotoilijoiden ei tulisi käyttää samoja pelejä uudestaan ja uudestaan. Tämä on hyvin merkittävä asia myös palvelumuotoilun kannalta, sillä jos palvelumuotoilun avulla ratkaistavia suunnitteluongelmia ratkotaan aina samoin menetelmin alkavat ratkaisut toistamaan itseään. Siksi myös muotoiluprosessin on kyettävä uudistumaan. Suunnittelupelit ovat siis innovoivaa ja kehittävää tekemistä, jolla on kuitenkin selkeä päämäärä. Seuraavassa osiossa on keskitytty tarkemmin innovointiin, koska se on olennainen osa uusien ideoiden ja ratkaisujen luomisprosessia, mikä taas liittyy vahvasti

suunnittelupelitalanteisiin, jossa ideoita syntyy ryhmässä runsaasti. Osasy on myös se, että suunnittelupelin luomisprosessiin liittyy olennaisesti ideointi sekä innovointi.

#### 4 Pelisuunnittelu ja pelin rakenne

Työ on muodoltaan toiminnallinen, mutta luodaksemme jotain konkreettista kuten Service Design -työkalu tulee meidän tutkia tarkasti mitä asiat vaikuttavat koetun palvelun laatuun ja miten koettua palvelua voidaan mitata. Tämä merkitsee työn kannalta sitä, että teoreettisen viitekehyksen valinta ja analyysi ovat merkittävässä roolissa onnistumisen kannalta. Olennaisena osana prosessiin kuuluu myös innovointi, joka auttaa saamaan mahdollisimman paljon käyttökelpoisia ideoita peliä varten.

Menetelmässä on otettava huomioon, perustuuko se kokemuksiin, käsityksiin vai molempiin. Kokemusten ja käsitysten suhde voi olla ongelmallinen, sillä niiden kahden välillä ei ole välttämättä yhteyttä. Kokemus on jokaisen henkilön omakohtainen, kun taas käsitykset kertovat yhteisön perinteellisistä ja tyypillisistä tavoista ajatella yhteisössä. Valitut menetelmät perustuvat jo saatuihin tietoihin projektista ja analysoituun teoriaan. (Vilkkä 2005, 97.)

Tähän nojaten aikaisempien tutkimusten hyödyntäminen pelin suunnittelussa on kriittisen tärkeää ja pelin koekäyttö tulosten kannalta hyvin olennainen osa tutkimusta. Aikaisempi teorian tarkastelu yhdistettynä mahdollisen workshopin jälkeiseen tulosten tarkasteluun teoriaan viitaten tekee tutkimuksestamme hyödyllisen usealla eri tavalla. Tästä workshopista saisimme aineistoa, jota voisimme analysoida sekä tehdä johtopäätöksiä viitaten aiemmin tutkimaamme aineistoon. Keräämämme aineiston ja aiemmin tehtyjen johtopäätösten avulla voimme saada vastauksen meidän kysymyksiimme, jotka edesauttavat meitä työssämme eteenpäin. Lopullisena tavoitteena olisi luoda toimiva peli, josta olisi oikeasti hyötyä erilaisten palvelukokemusten kehittämisessä.

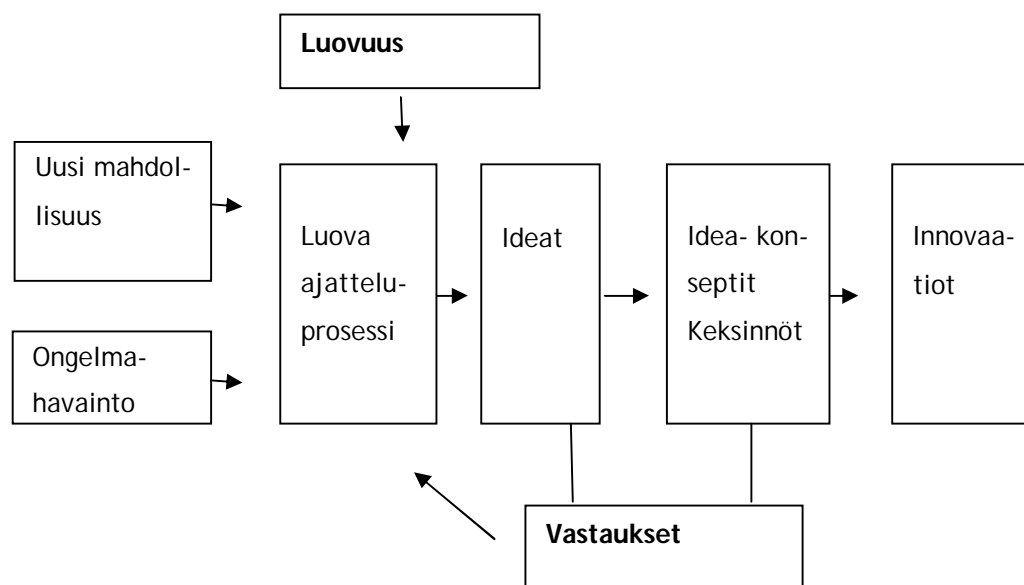
Seuraavissa kappaleissa tutustumme innovaatioteoriaan ja sitä kautta edetään eteenpäin itse suunnittelupeliin ja sen tuotantovaiheisiin. Innovaation avulla on pystytty muokkaamaan ihmiskunnan monipuolista, taloudellista, sosiaalista, kulttuurista ja poliittista kehitystä. Uusien ajattelumuotojen, menetelmien ja johtamistapojen kehittäminen edesauttaa tekemään ideoista innovaatioita. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 15-17.) Innovaation syntymiselle tarvitaan toimiva järjestelmä sekä lahjakkaita ja luovia ihmisiä. Tämän kaiken avulla ajattelu laajentuu tavallisuuden ulkopuolelle. On huomioitava ihmisten/asiakkaiden tulevia tarpeita ja kykyä nähdä asioiden taakse. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 79-80.)

Ajattelun on oltava luovaa, joten on luotava mahdolliseen ongelmaan mahdollisimman paljon erilaisia ratkaisuja ja niistä kymmenistä vaihtoehdoista on valittava se paras. Se voi olla myös

kyky osata yhdistellä tuttuja asioita toisiinsa erilaisella ja poikkeavalla tavalla. Ollakseen luova riittää, että asia avaa uuden näkökulman, mahdollisuuden ja tavan toimia. Luovuus vaatii rohkeutta ja hyvää itsetuntoa. Luovaksi ihmiseksi ei tarvitse syntyä, vaan sitä voi oppia myös harjoittelemalla. Sen oppiminen vaatii aikaa ja työtä, ja pelkkä harjoittelu vanhaa kaavaa toistaen ei riitä. Onnistuminen vaatii epäonnistumista. Hyvä itsetunto ei myöskään synny pelkästään onnistumisesta, vaan se vaatii myös epäonnistumista. Erilaisista kokeiluista opitaan koko ajan jotakin uutta. Tavallisesti erilaisia ideoita heitellään ilmaan ja arvioidaan niitä saman tien. Jotta idea voisi kasvaa innovaatioksi, on sille antava mahdollisuus. Arviointi on jätettävä myöhemmäksi, jotta se ei tapa uusia hassuja tai outoja ideoita. (Mäkeläinen & Solatie 2009, 81-86.)

Innovaatiolla tarkoitetaan myös uuden idean konkreettista toteuttamista käytännössä, idean käyttöönottoa ja sen soveltamista organisaatiossa. Se voi koskea tuotetta, prosessia, palvelua tai metodologiaa. Uusilla ja kehitetyillä innovaatioilla pyritään ratkaisemaan asiakkaittensa ongelmia. Tällä kaikella tavoitellaan parempaa kilpailukykyä, markkinaosuutta, kasvua, laatua, tuottavuutta ja parempaa kannattavuutta. Sosiaalisella innovaatiolla pyritään ylläpitämään ja edistämään ihmisten ja yhteiskunnan hyvinvointia. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 19.)

Innovaatiotoiminnassa on kolme ajattelukoodia: rutiiniajattelu, logiikkakoodi sekä luovan ajattelun koodi. Innovaation alussa juuri tarvitaankin kaikista eniten luovaa ajattelua, mielikuvitusajattelua, samalla siinä taustalla auttaa looginen ajattelu. Ruutiuniajattelun avulla jokapäiväinen toiminta toimii organisaatiossa. Logiikkajaattelun avulla pystytään pohtimaan erilaisten asioiden ja kohteiden mahdollisia etuja ja haittoja sekä muita ilmeneviä ominaispiirteitä. Ihmisten ajattelu on akateemista ja järjestelmällistä, joten päätösten aikana käytetään omaa järkeä ja kokemuksia. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 19-20.) Seuraavaksi perehdytään innovaatioprosessiin ja prosesseihin (kuvio 3).



Kuvio 3: Innovaatioprosessi (Lampikoski & Lampikoski 2004, 21).

Innovaatiotoiminta sisältää sarjan prosesseja. Innovaatioprosessi koostuu kehitysvaiheesta ja toteutusvaiheesta. Seuraavaksi kuvataan innovaatiotoimintaa kokonaisuutena. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 22.) **Starttivaiheessa** asiakaspotentiaali, ennakoitaan mahdolliset riskit, asetetaan innovaatiolle tavoitteet ja määritellään kriteerit. Strategisena ytimenä toimii tavoitteenasettelu. Uuden ja luovan innovaation lähtökohtana on tarpeen, uuden mahdollisuuden tai ongelman havainto. **Kohdevalinnassa** valitaan innovoitava kohde, se voi olla palvelu tai prosessi. Tulevassa vaiheessa perustetaan innovointitiimi. Tausta-aineisto ja resurssit auttavat ymmärtämään kohdetta paremmin **valmisteluvaiheessa**. **Ideointijaksossa** ideoidaan, valitaan ja karsitaan ideat. **Kehitysjaksossa** suoritetaan tutkimuksia, kehitellään valittu idea ja muokataan konsepti innovaatioksi. Seuraavaksi luodaan **toimeenpanosuunnitelma** sekä varmistetaan edellytykset ja tuodaan uusi palvelu/tuote markkinoille. Palautejaksossa tapahtuu saavutettujen tulosten arviointi, tämän jälkeen tehdään mahdolliset muutokset ja palkitaan innovaattorit. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 22-23.)

Tämän kaltaisen prosessin mukaan voisimme toimia meidänkin tiimissä. Meidän täytyy hankkia tarvittava informaatio siitä mitä olemme suunnittelemassa ja miten se suunnittelu toimii. Seuraavaksi voimme organisoida ideatuotantoa, keksimistöimintaa ja testata ideamme workshopin avulla. Seuraava osio koostuu pelin kehittämiseen liittyvästä teoriasta ja siitä mistä lähtökohdista peliä tulisi aina lähteä kehittämään. Suunnittelupelin kannalta kaikki peliin liittyvä teoria koetaan lisäarvoa antavaksi kokonaisuudeksi, koska pelin ideologia perustuu suunnittelupelistä julkaistuihin tutkimuksiin. Peliteoria antaa pelin luomiselle selkeät raamit

ja helpottaa tekijöitä hahmottamaan myös sen miten peli luodaan yleisellä tasolla ja poikkeavaako se suunnittelupeliin liittyvistä väitteistä.

Kokemuksien luominen on jokaisen pelisuunnittelun lähtökohta. Schell (2008, 54) kirjoittaa, että pelisuunnittelija ei voi kuitenkaan muokata käyttäjän kokemuksia, mutta suunnittelija voi kontrolloida peliä. Peli on suunnittelijan muovailuvahaa ja hän voi muokata siitä monimuotoisia erilaisia kokemuksia tarjoavan käsitteen. Kaikenlaiset lautapelit, puzzle pelit ja videopelit perustuvat tietynlaisiin ehtoihin, jotka niiden suunnittelussa on taustalla. Kaikissa peleissä on eroavaisuuksia, mutta siitä huolimatta ne mielletään samaan kategoriaan: pelit. Mitä kaikilla näillä peleillä on sitten yhteistä ja miten ne voidaan luokitella peleiksi. Kaikilla on erilaiset käsitykset siitä mikä peli on ja tämä on monien tutkijoidenkin mielestä ongelma.

Ymmärtääksemme miten pelejä luodaan ja mitä niillä voidaan saavuttaa, täytyy ensin määrittellä, mikä peli on? Eräs määritelmä peleistä listaa tärkeitä asioita, joita pelin tulee sisältää: Peli on jotain jota pelataan ja se on esimerkiksi monimutkaisempi kuin lelu. Peliin osallistutaan vapaaehtoisesti ja pelillä on tavoite. Siinä on sääntöjä ja se voidaan voittaa tai hävitä. Tämä määrittely ei toimi täysin esimerkiksi suunnittelupelien kohdalla ainakaan Brandtin(2006, 2) mukaan, sillä suunnittelupelissä eivät osallistujat kovinkaan usein kilpaile keskenään voitosta vaan käyttävät omia vahvuuksiaan ongelmien ratkaisuun ryhmänä. Eräs toinen määritelmä peleistä määrittelee pelit vuorovaikutusta ja haasteita sisältävinä kokonaisuuksina, joiden tarkoitus on tuottaa omaa sisäistä arvoa. Suunnittelupelissämme vuorovaikutus tulee erityisesti esiin pelikorttien ja pelaajien rooleista. (Schell 2008, 30-32.)

Jokainen peli rakentuu tietyistä osista ja on monia eri tapoja luokitella pelin osa-alueita. Schell(2008, 41) jakaa pelin neljään eri osa-alueeseen: mekaniikat, tarina, estetiikka ja teknologia. Seuraavissa kappaleissa kerrotaan hieman tarkemmin näistä neljästä kategoriasta. Mekaniikat ovat Schellin(2008, 41) mukaan säännöt ja menettelyt pelille. Menettelyt ovat tapa määrittellä pelin tavoite ja se miten pelaajat voivat sen pelaamalla saavuttaa. Pelejä verratessa muihin lineaarisiin viihdekokemuksiin kuten elokuviin ja kirjoihin on helppo huomata, että lineaariset kokemukset joihin sisältyy teknologiaa, tarina ja estetiikkaa eivät sisällä mekaniikkaa.

Mekaniikka on yksinään se tekijä, joka tekee pelistä pelin. Valitsemalla tietyt mekaniikat olennaiseksi osaksi peliä täytyy valita myös teknologiaa, joka voi tukea valittua mekaniikkaa sekä estetiikkaa ja joka tähdentää ne pelaajille. Lisäksi pelissä tulisi olla Schellin (2008,41) mukaan olla tarina, joka auttaa pelaajia ymmärtämään peliin valittuja sääntöjä ja muita menettelyjä. Mekaniikan lisäksi pelin tulee sisältää tarinan. Tarina on se tapahtumasarja, joka avautuu pelin kulun aikana. Se voi olla lineaarinen ja ennalta määritelty tai tapahtumien edetessä haarautuva sekä kehittyvä tarina. Jos pelissä on tarina, joka halutaan kertoa pelin kulun

läpi, täytyy mekaniikoita valittaessa ottaa huomioon, että ne vahvistavat tarinaa ja antavat sen kehittyä.

Pelin estetiikka on myös olennainen osa peliä suunniteltaessa. Tämä käsittää sen miltä peli näyttää, kuulostaa, maistuu ja tuntuu. Estetiikka on hyvin olennainen osa pelien suunnittelua, koska sillä on suora yhteys pelin käyttäjien kokemukseen. Kun pelillä on tietynlainen ulkoasu tai tuntuma joka pelaajan halutaan kokevan, on tärkeää valita teknologiaa, joka tukee ja vahvistaa näitä tuntemuksia. Valitun mekaniikan tulee tukea estetiikkaa siten, että pelaaja tuntee olevansa osa maailmaa, jonka pelin estetiikka on määritellyt. Suunnittelupelien kohdalla tämä tulisi ilmi erityisesti pelin tavoitteiden määrittelyssä, joka muokkaa pelaajan tietynlaiseen mielentilaan jo pelin lähtökohdassa siinä mielessä, että pelin tavoite tehdään hyvin selväksi kaikille. Suunnittelupelin estetiikka on mahdollisimman neutraalia, mutta olisiko toimivaa määritellä kuitenkin mahdolliseen palveluongelmaan liittyvät esteettiset seikat. Esimerkiksi ravintolan palvelukokemuksen parantaminen suunnittelupelin avulla voisi toimia paremmin, jos ravintolan ilmapiiriä ja muuta tunnelmaan liittyvää kartoitettaisiin. Tällä tavoin pelaaja voisi syventyä kokemuksen parantamiseen helpommin, sillä hän olisi jo aiemmin mainitussa pelin omassa maailmassa. Brandt (2006, 65) mainitsee, että tyylieltyjen materiaalien käyttö suunnittelupelissä voi selventää osallistujan aikomuksia ja kiinnostuksen kohteita. Tämän lisäksi tietyt säännöt kuten pelivuorot, tekevät kaikista osallistujista tasapuolisia.

Pelissä käytettävä teknologia voi käsittää mitkä tahansa materiaalit lyijykynistä lasereihin. Valittu teknologia mahdollistaa ja rajoittaa pelissä tapahtuvia asioita. Teknologia on se väline, jossa valittu estetiikka toteutuu ja mekaniikat tulevat ilmi. Ja sen avulla kerrotaan myös pelin tarina. Mikään näistä neljästä kategoriasta ei ole Schellin (2008, 43) mukaan toistaan tärkeämpi pelin suunnittelussa. Kaikki osat tukevat toisiaan ja tarvitsevat toisiaan menestyäkseen. Tärkeitä kysymyksiä pelin suunnittelun äärellä kysyä ovat: Käyttääkö oma pelisuunnitelma kaikkia neljää edellä mainittua elementtiä? Voisiko oma suunnitelma parantua kohentamalla yhtä tai useampaa elementtiä? Toimivatko kaikki neljä elementtiä hyvin keskenään?

## 5 Moniaistisen suunnittelupelin suunnittelu ja toteutus

Jokainen peli alkaa ideasta. Idea voi syntyä missä tahansa ja inspiraation voimalla voi saada aikaan huikaisevia luomuksia. Kolme yksinkertaista askelta pelin luontiin ovat: 1. Keksi hyvä idea. 2. Kokeile sitä. 3. Kokeile ja muuta alkuperäistä idea niin kauan, että se toimii. Nämä kolme askelta ovat yksinkertaisin tapa aloittaa pelin luominen. Suunnittelun tarkoitus on ratkaista ongelmia ja pelien suunnittelu ei ole tässäkään poikkeus. Ennen ideoiden luontia on hyvä tehdä ongelma ja tavoite selväksi. Esimerkiksi miten luoda suunnittelupeli, jolla voidaan ratkaista palveluongelmia ja samalla kehittää palvelukokemusta aistien kannalta? Tällä tavoin

saadaan selville tavoite ja peliä rajoittavat tekijät, jotka tässä tapauksessa ovat moniaistisuus ja siihen liittyvät tekijät palvelukokemuksen mittaamisessa. (Schell 2008, 58-59.)

Toimivan pelin taustalla toimii Schellin (2008, 60) mukaan aina inspiraatio, mutta miten se voidaan muuttaa hyväksi pelisuunnitelmaksi? Suunnittelun tarkoituksena on aina ratkaista ongelmia ja pelisuunnittelu ei ole poikkeus, sillä ennen ideointia on tärkeää varmistaa miksi niin tehdään. Ei ideoida siis vain ideoimisen vuoksi vaan nostetaan esiin selkeä ongelma tai kysymys, johon tarvitaan ratkaisu. Luomalla selkeän ongelman ennen suunnittelua, voi luoda samalla tavoitteen sekä rajoitteet pelin ideoimiselle. Esimerkiksi miten luon suunnittelupelin, jolla voidaan kehittää palveluita moniaistisesta näkökulmasta. Tämän tapainen esiselvitys selkiyttää tavoitteet (Suunnittelupeli, jolla voidaan kehittää palveluita) sekä rajoitteet (moniaistisuus). Tärkeintä on kuitenkin selvittää mahdollisimman alussa mikä ongelma tai tavoite on, sillä jos tässä vaiheessa ei rajaa aihetta riittävän selkeästi, saattavat syntyneet ratkaisut olla tavoitteista poikkeavia. Ongelman ilmaisemiseen voidaan käyttää tietynlaisia tukikysymyksiä:

1. Mitä ongelmaa tai ongelmia yritetään ratkaista?
2. Onko pelin luonnissa syntynyt oletuksia, joilla ei ole mitään tekemistä todellisen tarkoituksen kanssa?
3. Onko suunnittelupeli oikeasti paras ratkaisu kehittää palvelukokemuksia moniaistisesta näkökulmasta?
4. Mistä voidaan päätellä, että ongelma on ratkaistu? (Schell 2008, 61-62.)

Kuten aiemmin mainittua ongelmana on palvelukokemusten kehittäminen suunnittelupelin avulla moniaistisesta näkökulmasta katsottuna. Tämän tapaista peliä ei ole aiemmin luotu, joka sinällään asettaa muutamia rajoituksia, mutta toisaalta se ei anna myöskään erityisen hyvää tapaa rajata peliä. Brandtin(2006, 65) tutkimuksessa todettiin, että suunnittelupelin estetiikka on usein hyvin neutraalia, mutta rajoittaako se ehkä jopa liikaa pelin suunnittelua. Palvelukokemuksen kehittäminen moniaistisesta näkökulmasta on tutkimusaiheena tuore ja aistien aktivoimiseen tarvitaan tietynlaisia esteettisiä ratkaisuja. Tietysti on oleellista pitää mielessä, että suunnittelupelin tarkoitus on kehittää palvelua ja aktivoida mahdollisen asiakkaan aisteja, mutta suunnittelutilanteen tulisi myös jollain tavalla kuvastaa palvelukokemusta. Pelin luonti on haastavaa ja uutena tutkimuskohteena se herättää paljon oletuksia, joita voidaan kumota avustavien tutkimusten avulla. Heijastaen teoriaan, palvelun kehittäminen suunnittelupelin avulla on mahdollista, mutta onko palvelun kehittäminen moniaistisen näkökulman kannalta mahdollista selviää vasta pilottiversiota kokeilemalla ja tutkimustuloksia analysoimalla? (Brandt 2004, 122.)



## 5.1 Moniaistisen suunnittelupelin ideointi

Seuraava osio pelin kehityksessä on ideointi. Tärkein tekijä tässä vaiheessa on Schellin(2008,73) mukaan saada mahdollisimman paljon ideoita. Ideoiden laatua voidaan jalostaa ja saada niistä toimivimmat käyttökelpoisiksi. Seuraavissa kappaleissa mainituista ideointimenetelmistä oli hyötyä suunnittelupelin ideoinnissa. Menetelmät antoivat tekijöille innovatiivisia ajatuksia ja toivat projektiin erilaisia näkemyksiä. Pelin kannalta tärkeimmiksi ideointimenetelmiksi muodostuivat brainwriting, runttaus (two words) sekä 8x8. Nämä kolme menetelmää antoivat suurimman määrän uusia ja käyttökelpoisia ideoita, jotka saivat projektin etenemään. Näiden ideointimenetelmien lisäksi apuna on toiminut Satu Luojus ja ryhmä muita kokeneita henkilöitä, tästä kuitenkin kerromme tarkemmin myöhemmässä vaiheessa.

Brainwriting on variaatio brainstorming ideointimenetelmästä ja se on nopea tapa saada kaikkien ideat esille. Brainwriting- menetelmää voi hyödyntää yksilö tai ryhmä ja tarkoituksena on saada hyvät ideat ajatuksen tasolta paperille. Jokainen yksilö ryhmästä kirjoittaa muutaman idean paperille jonka jälkeen paperi annetaan vieressä olevalle henkilölle, joka jatkaa kyseisiä ideoita omillaan ja tämä prosessi toistetaan ryhmän kesken muutaman kerran kunnes ideat konkretisoituvat. Tuloksena on runsas määrä ideoita joita ryhmä voi hyödyntää omien tarpeiden mukaan. Brainwriting toimii hyvin tekijöiden ajatusten koontina ja lisäksi se oli toimiva tapa suodattaa hyödylliset ideat käyttökeltottomista. Toisen ajatusten jatkaminen omilla kehitysideoilla oli mielekästä ja toi projektille paljon innovatiivisia ideoita. Tämän tapainen ideoiden "jatkojalostus" on todella luonnollinen tapa työskennellä. Suunnittelupelin kannalta ideointimenetelmä toimi koska työ on hyvin luovaa ja ideoita täytyy syntyä runsaasti. (Proctor 2005, 127.) Kyseisessä ideointimenetelmässä kirjoitimme paperille erilaisia pelejä, joita olemme joskus pelanneet. Kaikki lähti siitä, että aloitimme kortti- ja noppapeleistä, minkä jälkeen päädyimme lautapeleihin. Tämä menetelmä oli hyvin nopea ja yksinkertainen.

Runttaus menetelmä eli two words ideointimenetelmä työstää pakolla luoduista suhteista ja ongelmaan liittyvistä ärsykeistä ideoita. Ärsykeitä saadaan miettimällä tutkimusongelmaa ja keksimällä siihen liittyviä sanoja. Nämä sanat kirjataan ylös ja laitetaan ne hetkeksi sivuun. Seuraavaksi mietitään kaikenlaisia sanoja, jotka eivät välttämättä liity ongelmaan ja kirjataan ne ylös. Näistä kahdesta listasta voidaan luoda nyt yksi lista, johon yhdistetään molempien listojen sanat, jolloin luodaan uusia kombinaatioita. Idea tämän metodin takana on se, että tutkimusongelman tarkastelu ja ideointi on usein rajoittunutta, joka johtaa rajoittuneisiin ideoihin. Tämän ideointimenetelmän avulla tutkimusongelmaa voidaan tarkastella uudesta perspektiivistä, joka synnyttää taas uusia ideoita. Tekijöille ideointimenetelmä toimi alkupeleistä tarkoituksesta poiketen, sillä sanoja kirjattaessa heräsi idea siitä, että pelitilanteen aikana yhden henkilön on kirjattava ylös syntyneitä ideoita sekä ratkaisuja. Tämä idea kuitenkin jäi pois prototyypistä. (Proctor 2005, 195.)

8x8 ideointimenetelmä on tehokas ja hyvin yksinkertainen käyttää. Menetelmän tarkoituksena on aloittaa keskeisestä teemasta tai ongelmasta ja edetä ulospäin listaamalla siihen liittyviä ideoita kahdeksan kappaletta. Nämä kahdeksan ideaa tai teemaa ovat nyt myös keskeisiä teemoja joiden ympärille rakennetaan lisää ideoita. Menetelmä on hyvä tapa saada pienestäkin ideasta mahdollisimman paljon irti koska se pakottaa ajattelemaan teemaa laaja alaisesti. Kyseinen menetelmä toimii hyvin idean rajaamisen kanssa. Tekijöiden oli helppo nähdä mihin suuntaan projektia pitäisi viedä ja millaisia asioita ideaan voidaan sitouttaa. Menetelmä auttoi muun muassa siihen, millaisilla asioilla haluamme pelissä korostaa moniaistisuutta. Schellin(2008, 74) näkemys on samanlainen, sillä hän kirjoittaa, että tärkeä osa ideointia on oppia rajaamaan hyvät ideat ja muuttaa ne käyttökelpoisiksi. (Proctor 2005, 203.)

Valitsimme peli-ideaksi ideointimenetelmien avulla lautapelin. Valinta johtui siitä että, se tuntui helpoimmalta toteuttaa käyttämällä myös meidän omia kokemuksia. Peli luonnosteltiin ensin paperille, josta sitä alettiin kehittää eteenpäin. Näin ollen syntyi kaksi samantapaista, mutta hieman erilaista Afrikan-tähti-tyyppistä lautapeliä (liite 1), jossa jokainen pelaaja liikuttaa yhtä pelinappulaa ja siirtyy korostettua reittiä pitkin pelilaudalla. Pelaajien liikkuminen tapahtuu noppaa pyöräyttämällä ja saadun silmäluvun mukaan edetään. Korostetulla reitillä on tietyissä pisteissä pelaajille ns. sattuma-pisteitä, joihin osuttuaan pelaajan on nostettava kortti. Kortit kertovat pelaajalle aina mitä aistia tulisi käyttää ja miten. Lopulta teos siirrettiin sähköiseen helpommin liikuteltavaan muotoon. Teos on hyvin varhaisessa vaiheessa, mutta tärkeintä siinä on sen toimivuus. Ideana tämän version uskottiin toimivan, mutta sen dynamiikka ja avoimet kysymykset tekivät siitä toteuttamiskelvottoman.

## 5.2 Pelin kehittäminen ja kokeilu

Ideoiden jatkokehittäminen on vaativaa, mutta samalla palkitsevaa. Tietyn idean valitseminen ja sen eteenpäin vieminen on osa pelien kehitysprosessia ja sitä seuraa idean kokeileminen tietyissä skenaarioissa. Schell(2008, 76) kirjoittaa, että valitun idean on läpäistävä tietyt suodattimet ja joka kerta kun suunniteltu peli ei läpäise jotain testiä, on suunnitelmaa muokattava. Salen & Zimmerman (2004, 12) ovat samoilla linjoilla tämän suhteen ja tarkentavat vielä, että pilottivaiheessa pelin ei tule olla visuaalisesti miellyttävä tai muutenkaan kaunis. Sen on tarkoitus auttaa suunnittelijoita kokeilemaan peliä ja löytämään mahdolliset viat suunnitelmassa. Tässä kohtaa perinteinen peliteoria poikkeaa suunnittelupelistämme, sillä koimme, että tietynlainen visualisuus helpottaa aistien esiin tuomista pelitilanteesta.

Pelin tulisi tuntua hyvin suunnitellulta ja toimivalta kokonaisuudelta. Sen tulisi lisäksi olla innovoiva ja siinä tulisi olla jotain uutta. Tässä tapauksessa suunnitelmamme läpäisee suodat-timen, sillä se on täysin uudenlainen peli ja sen tarkoitus on innovoida sen käyttäjiä. Monet

muut Schellin(2008, 77) tarjoamista suodattimista suunnitelman kokeilemiseen toimivat paremmin kaupallisen pelin suunnitelmaan, mutta seuraava osio on tutkimuksen kannalta oleellinen. Prototyyppien kokeilu on monivaiheinen prosessi, joka tulee toistaa mahdollisimman monta kertaa. Prototyypin ei tarvitse olla laadukas, mutta sen tulee vastata kysymyksiin siitä onko peli toimiva ja mitä voisi muuttaa. Tietynlaisiin ratkaisuihin ei tule kiintyä liikaa ja suunnitelmaa täytyy olla valmis muokkaamaan, jopa radikaalisti. (Schell 2008, 86-76; Salen & Zimmerman 2004, 12.)

Peli tehdään aina pelaajia varten. Suunnittelupeliä käyttävät usein työryhmät, mutta ne eivät eroa tavallisista pelaajista mitenkään. Pelikäyttäjät erotellaan usein vain kahden tekijän avulla: sukupuoli ja ikä. Eri-ikäiset ihmiset haluavat peleiltä eri asioita ja sama erottelu pätee myös miehiin ja naisiin. Miehet haluavat usein peleiltä kilpailutilanteita, hallintaa, tuhoa sekä kokeilu ja erehdys tyyppisiä kokemuksia. Naisilla taas ovat omanlaiset mieltymykset pelien suhteen: tunteet ja esimerkkien avulla oppiminen ovat tärkeässä osassa pelikokemuksissa. Tämän tapaiset eroavaisuudet on hyvä muistaa peliä suunniteltaessa, mutta suunnittelupeliä ne eivät suoranaisesti koske. (Schell 2008, 100-103.)

Seuraavissa kappaleissa kerromme suunnittelupelin siirtymisestä prototyyppivaiheeseen. Suunnittelupelin prototyyppivaiheessa tärkeimpinä tekijöinä ovat pelin kokeilu, analysointi ja kehittäminen. Tulosten analysoinnin avulla saadut kehittämissideat on helppo muokata haluttuun suuntaan, koska ideoissa on otettu huomioon pelaajien toiveet. Näin voidaan luoda käyttäjäkeskeisestä kehittämisilaisuudesta oikeasti arvoa tuottava kokonaisuus.

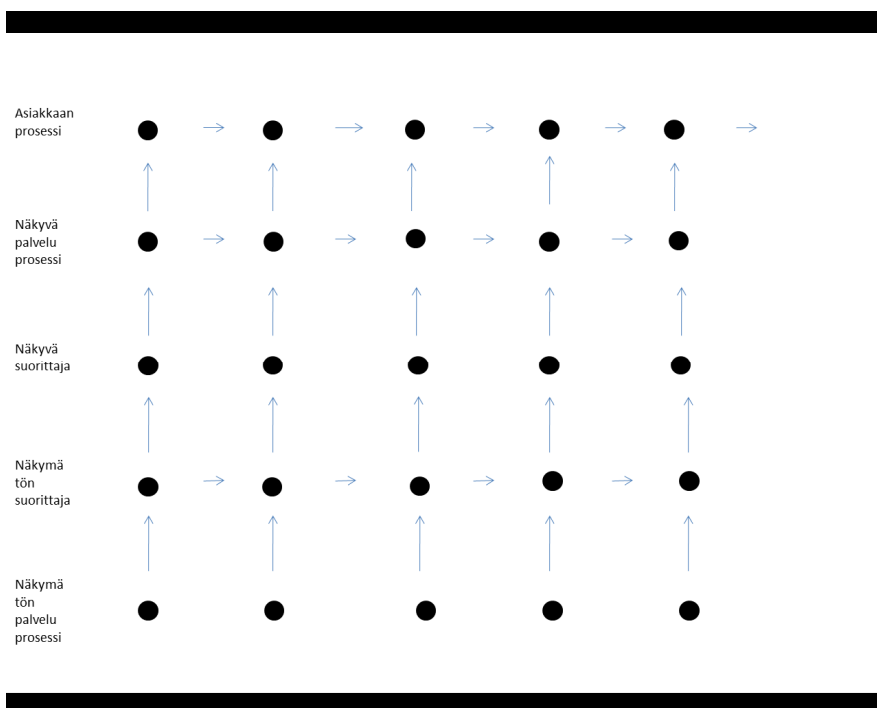
### 5.3 Prototyypin kokeiluvaihe

Päätimme nauhoittaa kehittämisilaisuuden haastattelun, jotta pystyimme hyödyntämään kaikki peliämme koskevat kommentit. Se oli tietynlaista havainnointia, mutta enemmän ohjaavaa osallistumista, mikä piti meidät erillään kehittämiseen osallistuneista henkilöistä. Tästä eteenpäin kerrommekin suunnittelupelimme ensimmäisestä prototyyppi vaiheesta. Se koostuu prototyypin rakenteesta, ohjeesta, säännöistä ja suunnittelusta. Miten eri ideointimenetelmien ja uurastuksen tuote muodostuu valmiiksi tuotteeksi? Prosessi on monivaiheinen ja haastava, mutta samalla myös palkitseva. Suunnittelutyö on jo itsessään monia haasteita esittävä kokonaisuus mutta havainnollistavan tuotteen valmistaminen kokeiltavaksi esineeksi on pilottivaiheen suurin urakka. Ilman havainnollistavaa tuotetta on sen toimivuutta mahdoton kokeilla ja kehittää. Suunnittelupelissä tämä tulee erityisen vahvasti esiin, sillä sen toimivuus voidaan esittää teoriatasolla ja viitata vahvasti aiempiin tutkimuksiin mutta takuita sen toimivuudesta ei voi saada ilman havainnollistavaa tuotetta. Alkuvaiheessa prototyyppien kehitysuunnitelmat ovat usein sanallisesti dokumentoituja selityksiä, kuvauksia kehitteillä olevasta asiasta. Tutkimuksen edetessä prototyypistä on kuitenkin tärkeä muodostaa myös jonkinlainen

fyysinen objekti, jota tutkimuksemme edustaa suunnittelupelin lauta, kortit ja säännöt. Ne pohjautuvat aiemmin tutkittuun teoriaan mutta niiden ei ole tarkoitus olla kaupallisesti valmiita tuotteita. Niiden suurin tarkoitus on toimia suuntaviitoina pelin rakenteelle.

Tämän vuoksi tutkimukseemme liittyi alusta lähtien suunnitelma toteuttaa suunnittelupelistä prototyyppi, jota voidaan yhdessä valitun työryhmän kanssa kokeilla ja kehittää. Koimme, että tutkimuksemme ei olisi valmiina ilman kehittämistilannetta, sillä sen arvo voi olla arvaamattoman suuri pelin toimivuuden kannalta.

Peliä voidaan pelata riippumatta henkilömäärästä, mutta jotta pelin tulokset olisivat hyödyllisiä, olisi siihen hyvä osallistua vähintään neljä pelaajaa. Peliin osallistuvan yrittäjän on hyvä pohtia jo etukäteen asiakaspolkua ja mahdollisia kehityskohteita, jotta pelisessiosta saadaan mahdollisimman paljon irti. Suunnittelupelin kaavio pohjautuu blueprint-kaavioon (kuva 1), koska se on toimiva tapa kuvata valitun palvelun aloitus, toteutus sekä lopetus. Blueprint-kaavioita käytetään lisäksi tapahtumien suunnittelussa, toimintojen jatkuvaan parannukseen sekä kokonaisvaltaiseen tarkasteluun. Palveluprosessi käsitetään palvelutapahtumien kokonaisuutena ja blueprint-kaavion avulla eri toimintojen väliset suhteet on helppo kuvata. Kaaviossa näkyy myös miten ja missä kohdin palveluprosessia asiakas on organisaation kanssa tekemisissä ja mitkä ovat mahdolliset kriittiset pisteet. Tämän vuoksi ensimmäinen prototyyppi pohjautui blueprint-kaavion avulla rakennettavaan palveluprosessi kuvaukseen, jonka yrittäjä rakentaa. Ajatuksena oli myös nähdä suoraan vaikutuksessa olevien prosessien suhteet, jolloin ongelmakohtia olisi ollut helppo kehittää. (Juntunen 2009.)



### Kuva 1: Ensimmäisessä Workshopissa käytetty pelilauta

Kaaviossa edetään vasemmalta oikealle asiakkaan prosessin mukaan ja siitä näkyy myös eri tehtävien suorittajat. Prosessit on jaettu neljään eri tasoon, joista ylimpänä on asiakkaan näkyvä palveluprosessi, seuraavaksi asiakkaalle näkyvät suorittajat ja näkymätön suorittaja. Alimmaisena on näkymätön suorittaja, joka saattaa vaikuttaa kaikkiin ylempiin prosesseihin. Nuolet eri prosessien välillä kuvaavat vuorovaikutuksia eri prosessien ja suorittajien välillä. (Sorvoja 2004, 13-14.)

Pelissä tarvittavat välineet ovat pelilauta, post-it laput, kahdenlaiset pelikortit. Pelilauta on aluksi tyhjä, siinä näkyy vain asiakkaan prosessi, näkyvä palveluprosessi, näkyvä suorittaja, näkymätön suorittaja ja näkymätön palveluprosessi. Pelilaudalla on myös muutamia pisteitä/paikkoja mihin voi jättää post-it lappuja. Pelialustalle post-it lappujen avulla on tarkoitus tarkoin kuvata jo olemassa oleva palveluprosessi. Post-it lapuille merkitään kriittiset pisteet ja kosketuspisteet.

Peliä pelaavat yrittäjä sekä muut palvelun kehittämiseen valitut henkilöt. Nämä henkilöt saavat yrittäjältä tietyn asiakaspersonan. Tämä tapahtuu niin, että yrittäjä kertoo pelin alussa muille pelaajille, että millainen on yrityksen yleisin asiakassegmentti. Yrittäjällä ja asiakaspersonalla on yhtenäiset kysymyskortit (liite 2). Korteissa on paljon erilaisia kysymyksiä, jotka auttavat pohtimaan ja parantamaan kehitysideoita. Aina kun vastaa kysymykseen saa siirtyä ruudussa eteenpäin. Kun asiakaspersonat on jaettu osallistujien kesken, yrittäjä rakentaa palveluprosessin tapahtuman etenemisen alusta loppuun saakka. Peliin kuuluu kolme eri prosessia, jotka ovat asiakkaan käymä prosessi, näkyvä palveluprosessi sekä näkymätön palveluprosessi. Lisäksi siihen kuuluu kaksi eri suorittajaa: näkymätön ja näkyvä. Tämän lisäksi yrittäjä valitsee itselleen konkreettiset elementit. Peli lähtee siitä, että kaikki pelaajat tutustuvat yrittäjän luomaan palvelupolkuun. Tämän jälkeen ruvetaan jokaisessa kohdassa nostamaan kysymyskortteja, joissa otetaan moniaistisuutta huomioon.

Kun yrittäjä vastaa kysymykseen niin, että vastaukseen ollaan tyytyväisiä niin hän saa jatkaa matkaa eteenpäin seuraavaan prosessiin. Myös asiakaspersonat vastaavat kysymyskortteissa oleviin kysymyksiin, kuunnellen heidän mielipiteitään. Yrittäjän ja asiakaspersonien ideoista kootaan paras kokonaisuus. Sama kaava jatkuu myös siinä vaiheessa, kun siirrytään esimerkiksi näkyvään prosessiin ja näkyvään suorittajaan. Pelissä tulee olemaan myös näkymätön suorittaja, joka tekee näkymättömiä palveluprosesseja, tähän prosessiin pystyy vaikuttamaan kaikista eniten itse yrittäjä, sillä näkymätön palveluprosessi on usein asiakkailta piilossa. Näkymättömät suorittajat varmistavat näkymättömällä palveluprosessilla sen, että mahdollisten uusien asiakkaiden ensivaikutelma organisaatiosta on mahdollisimman hyvä.

#### 5.4 Suunnittelupelin prototyypin kehittämistilaisuus

Tutkimuksen edettyä pelin prototyyppivaiheeseen tekijät kokivat, että peliä tulisi kokeilla asiantuntijaryhmän kanssa kehittämisen merkeissä. Seuraavissa kappaleissa kerrotaan miten suunnittelupeli eteni ensimmäisestä prototyyppistä sen nykyiseen muotoon ja miten sitä mahdollisesti kehitetään jatkossa. Saadaksemme kehittävää sekä avustavaa palautetta pelistä, päätimme järjestää kehittämistilaisuuden, johon osallistuisi MMP -hankeryhmän jäseniä sekä suunnittelupeleistä kokemusta omaavia henkilöitä. Ennen kehittämistilaisuutta tekijät kokeilivat kuitenkin myös keskenään pelin toimivuutta, jotta osaisimme ohjata kehitystilaisuutta toivottuun suuntaan. Keskinäinen kokeilukerta paljasti heikkouksia pelin ohjeissa sekä sen dynamiikassa. Ohjeet olivat hieman sekavat ja pelissä eteneminen oli jokseenkin epäselvää.

Peli oli luotu ensimmäistä testikertaa varten hyvin pelkistetyksi ja kehittämisryhmän avulla oli merkityksellisempää tutkia toimiiko pelin dynamiikka isomman ryhmän kanssa, ovatko säännöt sekavat. Ovatko ohjeet käytössä toimivat ja jos eivät, niin miten niitä voisi kehittää. Lisäksi halusimme kokemusta omaavilta osallistujilta palautetta pelin ulkomuotoon liittyen. Tutkimuksen tekijöiden lisäksi kehittämistilaisuuteen osallistui ohjaajamme, Laurean tutkija, lehtori, yliopettaja sekä VTT:n tutkija.

Kehittämistilaisuus järjestettiin Leppävaarassa Laurean ammattikorkeakoulun tiloissa 13.4.2012. Tilaisuudella oli tutkimuksen kannalta jokseenkin merkittävä osuus, jonka vuoksi kaikki siitä saatava aineisto tulisi hyödyntää mahdollisimman monipuolisesti. Tilaisuus alkoi tutkimuksen yleisellä esittelyllä ja tilaisuuden tavoitteiden asettamisella. Kaikille osallistujille jaettiin pelin ohjeet. Peliohjeistuksen jakamisen jälkeen kehittämisryhmässä heräsi todella paljon kysymyksiä koskien yrittäjän roolia pelissä ja sitä miten hänen tulisi valmistella pelille ominainen asiakkaan palveluprosessi. Lisäksi pelillä tulisi olla vähintään yksi peliohjaaja, joka ohjaa peliä ja auttaa yrittäjää maksimoimaan suunnittelutilanteen hyödyn. Valtaosan kehittämistilaisuuteen osallistuneiden mielestä peliohjaajan ja yrittäjän tulisi yhdessä rakentaa asiakas- tai palveluprosessi etukäteen. Tämän lisäksi yrittäjän tulisi saada alustavat ohjeet myös huomattavasti ennen itse tilaisuutta. Eli yrittäjälle lähetetään eräänlainen valmisteluohje, koska valmistelu on kehittämistilaisuuden tärkeimpiä osioita ja luovassa tilaisuudessa on paljon muuttuvia tekijöitä. Tämän vuoksi mahdollisiin yllätyksiin voidaan varautua harjoittelemalla ja tutustumalla ohjeisiin huolellisesti. Ohjeiden lähettämässä etukäteen välttyään myös itse pelitilaisuudessa turhalta ohjeiden selaamiselta ja päästään mahdollisimman nopeasti innostavaan suunnittelutilanteeseen. Ehdotus ohjeiden kuvittamisesta nousi esiin, mutta teknisen toteutustavan uupumisen vuoksi se päätettiin hylätä vaihtoehtona, tässä vaiheessa. Ideana se on kehittämiskelpoinen, sillä ohjeiden konkretisoiminen kuviksi saattaisi helpottaa suunnittelutilanteisiin tottumattomia ihmisiä omaksumaan uuden kehittämiskeinon paremmin.

Pelin roolit nousivat esiin siinä mielessä, että se loisi pelaajille paremmin tunteen pelaamistilanteesta, joka helpottaisi peliin eläytymistä. Eriäviä mielipiteitä herätti se miten rooleja tulisi pelitilanteessa jakaa ja miksi. Esiin nousi muun muassa ehdotus hattujen jakamisesta osallistujille, mikä tekisi tilanteesta hieman leikkisämmän ja täten myös vähemmän muodollisen. Tutkimuksen tekijät kokivat, että hatuilla roolien jakaminen voisi toimia tietyissä kehittämistilaisuuksissa, mutta pelivälineistön kuljettamisen ja yksinkertaistamisen vuoksi hatut koettiin toimivuudeltaan peliin sopimattomaksi osaksi.

Peliohjeista keskusteltaessa niiden pituudesta tuli paljon puhetta, joka taas nostaa esiin niiden lähettämisen yrittäjälle etukäteen. Ohjeiden sisältö koostuu peliin tarvittavista välineistä, pelin kulusta: mikä on lähtötilanne ja mihin pyritään, mitkä ovat pelaajien roolit jne. Yrittäjälle tulee tehdä myös selväksi, että hän ei saa puolustella kehittämisen kohteena olevaa prosessia, koska se vaikeuttaa kehittämistä. Peliohjaaja valvoo edellä mainittua asiaa itse tilaisuudessa, mutta muistuttaa yrittäjää siitä myös ennen tilaisuutta sanallisesti. Pelin ohjeet olivat osallistujien mielestä sekavat ja jo aiemmin mainittu yrittäjän aktivointi ennen itse tilaisuutta koettiin todella tärkeäksi osaksi pelitilanteen onnistumisen kannalta. Pelitilanteen alun tulee olla innostava sen sijaan, että perehdytään ohjeisiin ensimmäiset 20 minuuttia. Lisäksi peliprototyyppiin vahvasti liittyneet blueprint-osat: näkyvä suorittaja, näkymätön suorittaja, näkymätön palveluprosessi, sekä näkyvä palveluprosessi koettiin liian ohjaavina sanoina, jonka vuoksi ne tulisi naamioida pelaajilta jollain keinolla. Toimivaksi ratkaisuksi koettiin, se että pelaajille ei näkyisi muuta kuin asiakkaan oma prosessi. Muut osiot kaaviosta peitettäisiin ja pelin edetessä päästäisiin syvemmälle palveluprosessin sisään.

Pienten muutosten jälkeen kehitysryhmä pääsi itse pelitilanteeseen sisälle. Pelin aloittamiseksi yrittäjäksi valittua henkilöä pyydettiin kuvailemaan mahdollinen palveluprosessi, jota hän haluaisi kehittää. Yrittäjäksi valittiin Pirjo Näkki joka valitsi tilaisuutta varten yritykseksi liikemiesmatkailija hotellin, jossa asiakas-segmentti koostuu suurimmaksi osaksi liikemiehistä sekä pariskunnista. Tässä vaiheessa tehtiin päätös myös siitä, että asiakkaat koostuisivat erilaisista segmenteistä, jolla saataisiin peliin lisää yllättävyyttä ja näkemyksiä. Palveluhaasteen asettaminen oli aluksi vaikeaa koska ohjeisiin ei ollut tutustuttu etukäteen ja yrittäjälle ei ollut tehty selväksi sitä, että pelin tavoitteet tulee myös määritellä tarkasti ennen pelitilannetta. Tärkeimpänä asiana tässä vaiheessa nousi esiin, se että pelin yleinen päämäärä olisi asiakaskokemuksen parantaminen. Tällä tavoin voidaan mahdollisesti naamioida halutut asiat mutta kehittää kuitenkin ennalta sovittua palveluhaastetta. Tämä ei pakota yrittäjää kertomaan peliin osallistuville suoraan mikä on hänen suurin palveluhaasteensa, mutta saa kuitenkin arvokkaita kehitysideoita pelaajilta, koska ne nousevat esiin pelitilanteessa. Tässä kohdin kehitystilaisuutta nousi esiin idea siitä, miten asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät, jotka yrittäjä kokee tärkeäksi, saataisiin nousemaan pelitilanteessa esiin paremmin. Ratkaisuksi keksittiin yrittäjän "vakikortti", joka kysyy mitkä olivat suurimmat onnistumiset tässä vai-

heessa asiakkaan mielestä. Korttia yrittäjä voisi käyttää vain muutaman kerran pelin aikana, joka tekisi siitä merkityksellisemmän ja toisi peliin lisää dynamiikkaa. Peliohjaajan tehtäväksi jäisi valvoa, että yrittäjä ei käytä korttia sallittua määrää enempää.

Osallistujien mielestä prototyypin ohjeistuksen vastaisesti keksittiin kokeilla pitää esillä ainoastaan yrittäjän luoma asiakasprosessi. Muut prosessit peitettiin ja monet kokivat, että silloin huomio pysyy paremmin käsiteltävässä vaiheessa. Yrittäjän roolin merkitys korostui erityisen paljon myös siinä mielessä, että osallistujien mielestä työryhmän valinta on hyvin kriittinen piste suunnittelutilanteen onnistumisen kannalta, mikä taas heijastaa hyvin jo aiemmin tehtyjä tutkimuksia suunnittelupeleistä. Yrittäjän valitsevat henkilöt määrittelevät todella paljon miten tilaisuus onnistuu ja onko siitä jotain konkreettista hyötyä. Yhtä mieltä kaikki olivat siitä, että pelitilanteen ei tarvitse edetä ei edes täysin ohjeiden mukaisesti. Tärkeämpää on se, että tilanne herättää keskustelua ja ideoita.

Yrittäjän rooli tulisi olla pelitilanteessa enemmän tarkkaileva osapuoli, joka ei puutu ideointiin keskeyttämällä osallistujia. Hänen ei tulisi siis puolustella omaa palveluaan vaan ottaa ideat ja mahdolliset kehitysideat avoimesti vastaan. Tällaisissa tilanteissa peliohjaajan on hyvä tarkkailla tilannetta ja ohjeistaa tarvittaessa yrittäjää. Peli eteni vaiheittain siihen, että pelaajat alkoivat kertoa mitä kokivat tietyissä palvelukohdissa. Eri rooleissa olevat pelaajat kokivat erilaiset asiat tärkeiksi oman asiakaskokemuksensa kannalta. Tässä vaiheessa heräsi kysymyksiä siitä miten kysymyskorttien muotoilu toimii pelin kannalta. Lisäksi ideoinnin kannalta heräsi ajatus kierroskortista: jos yrittäjä kokee, että jokin kysymyskortti herättää hyviä kehitysideoita voi hän kierrättää sitä kaikilla osallistujilla. Kierroskortti on tietyllä tavalla muunnos aiemmasta vakikortista, mikä tuo halutusta kehityskohteesta runsaan määrän ideoita, jotka peliohjaaja kirjaa ylös. Tämän jälkeen olennaisena muutoksena heräsi tarve muuttaa blueprint -kaaviota ja lisätä kaavioon mahdollisesti ympäristö. Se on tietyllä tavalla vakio kaikissa asiakaskokemuksissa, koska ne tapahtuvat aina jossain ympäristössä. Seuraava kehitysidea joka nousi esiin, oli "miksi -kortti", jonka tarkoituksena on udella asiakkaan teon motiiveja. Tämä taas voi helpottaa palvelumuotoilua yrittäjän kannalta, kun tiedetään tarkemmin esimerkiksi miksi asiakas haluaa vettä tietyssä kohdassa asiakasprosessia.

Peliin haluttiin lisäksi yllätyksellisyyttä, jonka vuoksi päätettiin, että pelaajan tulee jokaisella kierroksella nostaa sattumakortti sekä aistikortti. Sattumakortit ja aistikortit tuovat peliin hauskuutta ja yllätyksellisyyttä, jotta pelaaminen ei ole liian vakavaa. Yllättävät tilanteet eivät kuitenkaan saa olla sellaisia, että peli menettää uskottavuutensa. Kehittämisideoiden herättämiseksi tuli ajatus myös "mitä sitten tapahtuu?-kortista", jota peliohjaaja käyttäisi pelitilanteen lopuksi, jolloin säilytettäisiin tietyllä tavalla pelin sujuvuus. Pelitilanne ei keskeytyisi pohdintaan vaan "mitä sitten tapahtuu?-korttia" pohdittaisiin tilaisuuden lopussa jolloin saataisiin synnytettyä keskustelua keksityistä ideoista. Lopuksi keskustelu siirtyi uudes-



taan pelin tavoitteeseen ja siihen miten pelitilannetta hyödynnetään. Pelin tavoite on löytää palvelusta hyvä asiakaskokemus ja erilaisten kysymysten avulla mietitään mitä eri elementtejä eri tilanteissa on sekä miten niitä voidaan kehittää. Kaikki tilanteet ovat jo itsessään moniaistisia ja aistit auttavat miettimään eri elementtejä palvelutilanteissa. Seuraavissa kuvissa (2) esitetään kehittämistilaisuuden jälkeä.



Kuva 2: Kehittämistilaisuus kuvina

Tekijät kokivat, että kehittämistilaisuudesta saatu hyöty oli mittaamattoman arvokasta ja ainutlaatuista. Pelidynamiikka koki todennäköisesti suurimman muutoksen ainakin yrittäjän roolista katsottuna, sillä hänen valmistautumisensa pelitilanteeseen yhdessä peliohjaajan kanssa vaatii todellista omistautumista. Seuraavissa kappaleissa pureudutaan tarkemmin kehittämistilaisuudesta ammennettuihin tuloksiin, tuotoksiin ja johtopäätöksiin. Osiot pitävät sisällään uudistuneet säännöt ja ohjeet suunnittelupelille sekä fyysiset muutokset peliohjelmille.

## 6 Valmis moniaistinen suunnittelupeli

Nauhoittamalla tilanteen varmistimme sen, että mikään idea ei jää huomioimatta, lisäksi keräsimme kehittämisideoita kirjaamalla muistiinpanoja. Kehittämistilaisuuden jälkeen siitä saatuja tuloksia käytiin läpi ja koottiin yhtenäiseksi dokumentiksi. Tilaisuuden aikana esiin nousseet kehittämisen tarpeessa olleet asiat otettiin käsittelyyn ja niiden pohjalta tehtiin tarvittavia muutoksia. Suunnittelupelin säännöt uudistettiin loogisemmiksi ja selkeämmiksi, jokaisen osallistujan kehittämis ehdotusten pohjalta. Sääntöjen lisäksi pelilaudan sekä pelikorttien uudelleenmuotoilu koettiin tärkeäksi, jonka vuoksi niitäkin muokattiin.

Suunnittelupelin säännöt eriytettiin kehittämistilaisuuden johdosta, koska osallistujat kokivat, että erityisesti yrittäjän täytyy tutustua niihin ennen suunnittelu- tai kehittämistilannetta. Lisäksi pelaajille on erilliset säännöt ja ohjeistus mutta ne eivät eroa yrittäjän ohjeistuksesta erityisen paljon. Yrittäjän ohjeistus sisältää kaikki ohjeet, jota pelitilanteeseen valmistautuminen vaatii, kun taas pelaajille riittää pelin etenemisohjeen ja sääntöjen lukeminen. Seuraavissa osioissa tutustutaan tarkemmin suunnittelupelin ohjeistukseen sekä sääntöihin.

### Pelivälineet

Pelissä tarvittavia välineitä ovat yrittäjän ja pelaajien ohjeet. Yrittäjän ohjeet lähetetään etukäteen yrittäjälle ja ne poikkeavat hieman pelaajien ohjeista. Lisäksi tarvitaan videotykki, taulu jolle voi kirjata ideoita, tusseja, pöydälle asetettava pelilauta ja taululle heijastettava pelilauta. Muita tarvittavia välineitä ovat pelikortit, post-it laput ja sekuntikello. Ohessa ovat tarvittavat välineet vielä eroteltuna.

- yrittäjän ohjeet (lähetetään etukäteen)
- ohjeet pelaajille (lähetetään etukäteen ja peliohjaaja jakaa kirjallisena tilaisuudessa)
- Pelikortit (Yrittäjällä on kierroskortteja 5kpl ja miksi -kortteja 10 kpl, mitä sitten tapahtuu?-kortteja 2 kpl, pelaajien aistikortit, sekä sattumakortit)
- Pelilauta, (Videotykillä kankaalle/taululle heijastettava palvelupolku+ pöydälle asetettava pelilauta)
- Post-it laput, kynä, tussi
- 2 peliohjaajaa
- sekuntikello
- Pelinappulat(tarvittaessa/haluttaessa)

### **Pelin eteneminen (Pelin valmistelu)**

Peli lähtee liikkeelle siitä, että peliohjaajat lähettävät valmistelevalle ohjeen kehittämistilaisuutta järjestävälle yrittäjälle. Pelin tavoite on löytää palvelusta hyvä asiakaskokemus. Eri-laisten kysymysten avulla mietitään mitä eri elementtejä eri tilanteissa on ja miten niitä voidaan kehittää. Yrittäjän ohjeissa kerrotaan yrittäjälle mitä valmisteluja hänen tulee tehdä ennen pelitilannetta ja mitä rajoituksia hänellä kehittämistilaisuudessa on.

Peliin osallistuvan yrittäjän tulee rakentaa eräänlainen blueprint -kaavio kehittämisen tai uudistamisen tarpeesta asiakkaan palvelupolusta. Yrittäjä rakentaa prosessin yhdessä peliohjaajan kanssa, sillä näin vältetään liian monimutkaisilta ratkaisuilta. Kaavio on tyyllitään hyvin pelkistetty, koska pelaajien tulee omaksua se helposti. Tietyllä tavalla liian yksityiskohtainen prosessikaavio saattaa lisäksi sekoittaa ja rajoittaa pelaajien ideointia. Yrittäjä kuvailee siis hyvin pelkistetyksi kehitettävän palveluprosessin asiakkaan näkökulmasta ja muodostaa siitä kuvion peliohjaajan kanssa. Palveluprosessi lähetetään etukäteen kaikille tilaisuuteen osallistuville pelaajille, jotta itse pelitilanteen aloittaminen sujuisi mahdollisimman jouheasti. Rakennettua kuviota täydennetään pelitilanteessa post-it lapuille syntyvillä ideoilla, joiden kirjaamisesta vastaavat peliohjaajat.

Ennen pelin alkua peliohjaaja kertoo pelin säännöt yhteisesti kaikille kehittämistilaisuuteen osallistujille. Ohjaaja myös jakaa kirjalliset ohjeet pelaajille sekaannusten välttämiseksi ja pelitilanteen sujuvuuden takaamiseksi. Pelaajien on hyvä asettua pyöreään muotoon, jotta näkyvyys on kaikille hyvä ja kaikkien ideat tulevat esiin.

### **Pelitulaisuus (Pelaajille)**

Pelilauta asetetaan pöydän keskelle, jotta pelin eteneminen näkyy kaikille pelaajille selkeästi. Pelaajien pelikortit asetetaan pöydälle kuvapuoli alaspäin. (Sattumakortit sekoitetaan ennen kuin ne asetellaan pöydälle) Pelin aloittaa aina yrittäjän vasemmalla puolella istuva pelaaja. Hän aloittaa pelin ottamalla sattumakortin ja aistikortin pöydälle asetetuista pinoista. Jos pelissä halutaan käyttää pelinappuloita, niin pelivuorossa oleva pelaaja siirtää nappulan ensimmäiseen palvelupolku ruutuun. (tassuun) Tässä vaiheessa pelaajan tulee miettiä tilannetta aistikortin ja sattumakortin näkökulmasta, jonka jälkeen hänellä 60 sekuntia aikaa kertoa mitä ajatuksia heräsi.

Yksi peliohjaaja kirjaa syntyneet ideat taululle heijastettuun pelilautaan tussilla ja toinen peliohjaaja kirjaa ideat muistiin post-it lapuille pöydän pelilautaan. Jos yrittäjä kokee nostet-

tujen sattuma- ja aistikorttien tarjoavan hyviä ideoita palvelun kehittämisen kannalta voi hän halutessaan käyttää kierroskorttia, jolloin nämä kaksi korttia kiertävät kaikilla pelaajilla, jolloin yrittäjä saa mahdollisimman paljon ideoita haluamastaan kohdasta palveluprosessia. Tätä korttia yrittäjä voi käyttää vain viisi kertaa yhden pelikerran aikana, jonka vuoksi sen arvo on yrittäjälle merkittävä. Lisäksi yrittäjällä on Miksi?-kortti, jota hän voi käyttää kymmenen kertaa pelin aikana. Miksi?-kortilla yrittäjä voi kysyä haluamaltaan pelaajalta miksi hän tahtoo jotain tietyssä tilanteessa.

Jokainen pelaaja siis vuorollaan nostaa kaksi korttia ja peliohjaajan avustuksella kertoo määräjassa mitä ideoita kortit herättävät sekä mahdollisesti vastaavat yrittäjän korttien kysymyksiin. Peli etenee niin kauan kunnes kaikki kohdat palveluprosessissa on käyty läpi ja peliohjaaja kokee, että ideoita on syntynyt tarpeeksi. Lopuksi yrittäjä käyttää viimeisen korttinsa (mitä sitten tapahtuu?-korttinsa) ja tilaisuus etenee vapaaseen keskusteluun jossa ideoista voidaan keskustella lisää. On hyvä pitää mielessä, että peliä ei voi väärinkäyttää.

### **Säännöt (kaikille)**

1. Pelaajat ottavat vuorollaan, joka kierroksella yhden aistikortin ja yhden sattumakortin.
2. Yrittäjä ei saa puolustella omaa palveluaan!(peliohjaaja valvoo)
3. Jos pelaajan ottama sattumakortti ei sovi käsiteltävään osioon voi peliohjaaja mitätöidä kortin ja antaa pelaajalle luvan ottaa uusi sattumakortti.
4. Yrittäjällä on lupa käyttää kierroskorttia 5 kertaa pelin aikana ja miksi-korttia 10 kertaa pelin aikana.
5. Jokaisella pelaajalla on vuorollaan aikaa 60 sekuntia aikaa ideoiden kertomiseen.
6. Kenenkään ideoita ei tule arvostella negatiivisesti!
7. Peliohjaaja ilmoittaa milloin kierros on päättynyt ja uusi alkaa.
8. Peliohjaaja ilmoittaa milloin jokainen osio palveluprosessissa on käyty läpi ja on aika siirtyä eteenpäin

9. Pelin lopuksi yrittäjä esittää Mitä sitten tapahtuu? -kortin, jolloin kaikki pelaajat voivat keskustella ideoista vapaasti ja erityisesti keskittyä siihen mitä nyt olisi tärkeätä tehdä, että asiakaskokemuksesta muodostuisi ideaali. Ideaalutilanne on jos yrittäjä ja pelaajat ohjaajien kanssa voivat keskustella kehitettävistä asioista, jotka kokevat tärkeiksi.

10. Peli ei ole kilpailutilanne!

11. Pelin kuuluu olla hauska!

12. Peliä ei voi väärinkäyttää!

### **Yrittäjän valmisteleva ohje**

Muodosta palveluprosessista kaavio, jonka koet tarvitsevan kehittämistä. Tee kaaviosta mahdollisimman yksinkertainen, josta näkyy vain asiakkaan palvelupolku. Esimerkiksi, jos olet ravintola-alalla ja sinun tarvitsee kehittää asiakkaiden viihtyvyyttä ravintolassa, kuvaile asiakkaan normaali palvelupolku. Kun olet saanut palvelupolusta muodostettua kaavion ota yhteys peliohjaajaan, joka auttaa sinua viimeistelemään sen valmiiksi pelitilannetta varten. Valitse kehittämistilaisuuteen henkilöitä, jotka tuntevat kehityksen kohteena olevan palveluprosessin sekä toimintaympäristön. Näin saat suurimman hyödyn kehittämistilaisuudesta.

Mieti valmiiksi prosessin kannalta hyödyllisiä asiakas-segmenttejä joihin haluat tilaisuuteen osallistuvat henkilöt roolittaa. Tämä takaa sen, että saat erilaisia näkemyksiä ja ideoita palveluprosessin kehittämiseen liittyen. Kuuntele pelaajien ideoita ja anna pelaajien keskittyä ongelmakohtiin sekä ratkaista niitä avoimesti. Lue säännöt ja tämä ohjeistus vielä huolellisesti läpi ennen pelitilaisuutta niin kehittäminen sujuu mallikkaasti.

Seuraavissa kappaleissa tutustumme suunnittelupelin kahteen erilaiseen pelilautaan ja pelikortteihin. Sääntöjen lisäksi pelilaudan sekä pelikorttien uudelleenmuotoilu koettiin tärkeäksi kehittämistilaisuuden johdosta, jonka vuoksi niitäkin muokattiin. Kehittämistilaisuudessa ideoitiin myös millainen pelilaudan ulkomuodon tulisi olla. Osallistujien kanssa muodostimme

yhteisen käsityksen siitä, että pelilaudan täytyy olla yksinkertainen, selkä ja hauska. Hauskuus koettiin tärkeänä elementtinä pelin toiminnallisuudessa, sillä pelin tarkoitus on saada osallistujia olemaan avoimia, rohkeita ja innovatiivisia. Kehittämistilaisuudessa muodostui idea siitä, että pelilaudan ympärille olisi kannattavaa luoda oma visuaalinen maailma, joka tukisi pelin rakennetta. Tilaisuuden jälkeen päädyimme myös siihen, että haluamme luoda kaksi eri pelilautaa, jotka tukevat ja täydentävät toinen toisensa.

Liitteestä 3 näkyy millainen pääpelilauta on, sillä se muodostui erilaisten kehittämisideoiden pohjalta. Halusimme tehdä pelistä omannäköisen, joka myös vaikutti pelin visuaaliseen ilmeeseen. Liitteestä näkyvä pelilauta on tarkoitettu pöydän ääressä istuville osallistujille. Halusimme tuoda pelilautaan aisteja mukaan erilaisilla kuvilla, jotka kuvaavat kutakin aistia. Pelilaudan aistimaailmaan lisäsimme läpikulkevan polun, jossa tulee esiin yrittäjän palveluprosessi. Näin ollen osallistujien edessä oleva pelilauta pitää kaikki pelaajat pelilaudassa kiinni sekä muistuttaa moniaistisuudesta ja sen tärkeydestä. Peliin osallistujat kulkevat pelilaudalla omilla pelimerkeillään. Tällä tavoin kaikki kanssapelaajat tietävät, mihin suuntaan edetä.

Suunnittelupelissämme on myös toinen pelilauta, joka heijastuu valkokankaalle tai valkoiselle taululle videotykin avulla. Tämä pelilauta on tehty peliohjaajaa ja pelin koontia varten. Pelilauta heijastetaan videotykin avulla valkokankaalle tai valkoiselle taululle. Jos osallistujien käytössä on vain valkokangas, niin pelin ohjaaja kirjaa post-it lapuille palveluprosessin sekä pelin aikana tapahtuvat tapahtumat. Jos on käytössä toinen vaihtoehto eli valkoinen taulu, niin peliohjaaja kirjaa tussilla taululle samat asiat kun mitä kirjaisi post-it lapuille. Liitteessä 4 näkyy, että pelilauta koostuu samasta polusta eli yrittäjän palveluprosessista, joka löytyy myös pelaajien edessä olevalta pelilaudalta. Toinen pelilauta, jota kutsumme poluksi, on yksinkertaisempi ja selkeämpi, mutta silti kokonaisuutta tukeva. Näin ollen tämän pelilaudan polun avulla pystytään seuraamaan peliä ja näkemään kokonaisuudessa miten on edetty.

Molemmat pelilaudat on luotu käsin piirtäen, sillä monien yritysten jälkeen tulimme siihen tulokseen, että emme saisi tietokoneella luotua ja tuotua ideaamme yhtä hyvin esiin. Olemme pyrkineet tuomaan pelilautaan visuaalisuutta ja mieltä piristävää värimaailmaa. Visuaalinen lopputulos vaikuttaa kaikkien osallistujien innokkuuteen ja kiinnostavuuteen.

Suunnittelupelimme kehitystilaisuudessa myös pelikorttimme uudistuivat. Kyseisessä tilaisuudessa käytössämme oli vain yhden pelikortit, jotka osoittautuivat hyvin yksipuolisiksi. Kortit olivat kuitenkin kehityskelpoiset ja niiden pohjalta osallistujat keksivät niistä uusia ja toimivia ideoita. Tämän seurauksena loimme uudet ja erilaiset pelikortit. Kortteilla on myös pyritty piristämään peliä visuaalisesti. Kaikki pelikortit on pyritty visualisoimaan toistensa tueksi, jotta syntyisi hyvä ja yhtenäinen kokonaisuus. Halusimme luoda yhtenäisen teemaan, jotta

pelaajien on helppo heittäytyä pelihetkeen ja unohtaa muut roolit. Pelikortteja voidaan jakaa seuraaviin ryhmiin: miksi-kortti, kierros-kortti, mitä sitten tapahtuu-kortti, aistikortti sekä sattumakortti. Miksi ja kierros-kortteja löytyy vain yrittäjältä, sillä hänellä on valtaa käyttää niitä, silloin kun haluaa saada tarkennusta ja lisää tietoja jostakin asiasta mikä ilmenee pelin aikana. Näitä kortteja ei ole luotu hirveän paljon, vaan määrä on pysynyt hyvin matala, jotta yrittäjä pohtisi sopivinta käyttöaikaa kyseisille korteille. Mitä sitten tapahtuu -kortteja, on luotu peliin vain kaksi kappaletta. Tämä on ainoa kortti, jota ei käytetä pelin aikana vaan pelin jälkeen, missä pohditaan saatuja tuloksia. Kaikki edellä mainitut kortit on luotu pelin tukemiseksi, näiden avulla pystytään syventymään johonkin tietynlaiseen prosessiin. Näin ollen pystytään analysoimaan ideoita muutenkin kuin vain pintapuoleisesti.

Sattumakortit voidaan jakaa neljään eri osaan: jokeri, henkilöihin, sää olosuhteisiin sekä tapahtuma ja ongelma - kortteihin. Jokerikortti tarkoittaa sitä, että sieltä tulee yllättävä tilanne pelin kulkuun. Sattumakortit ovat esillä pääpelilaudalla käännettyinä. Kaikki nämä neljä korttityyppiä ovat sekaisin. Nämä kortit on erotettu toisistaan kuvilla ja kortin väreillä. Kuvat kertoo jo aika paljon, siitä minkälainen kysymys on tulossa. Viimeisimmät kortit, jotka ovat kaikilla pelin osallistujilla käytössä, ovat aistikortit. Aistikortteja on yhteensä viisi: kuulo, näkö, haju, maku ja tunto. Näistä aistikorteista tehdään pelilaudalle myös oma pino. Korteissa on sama värisävy, mutta kuva kuvaa kortissa olevaa aistia. Näin ollen pääpelilaudan ympärillä pelaajilla on käytössä yhteensä kaksi korttipinkkaa, jotka tuovat lisää värejä ja mielenkiintoisuutta suunnittelupeliin. Liitteestä 5 näkyy kaikki meidän suunnittelupelin käytössä olevat pelikortit

## 7 Hankkeen arviointi

Pyrimme tekemään opinnäytetyötä mahdollisimman syvällisesti ja laajasti, mutta kuitenkin työn rajojen puitteissa. Ammattikorkeakoulun opinnäytetyön on oltava kehittävä ja näyttävä, että opiskelijat pystyvät soveltamaan opittuja tietoja ja taitoja. Tästä voidaankin sanoa, että opinnäytetyö on ammatillisen kasvun prosessi ja työn ohella pystymme kehittymään yleisten kompetenssien mukaisesti. (Laurea 2011c, 3-4.)

Olemme hyvin tyytyväisiä suunnittelupelimme lopputulokseen, sillä saimme luotua oikean lautapelin, jota voidaan pelata ryhmissä. Totta kai aina pelejä voi lähteä muokkaamaan ja ideoimaan vielä enemmän, mutta näin ensimmäiseksi moniaistiseksi suunnittelupeliksi teimme mielestämme hyvää työtä. Työmme on hauska, luova ja yksinkertainen, kaikesta tärkeimpänä pidämme sen, että pelimme avulla peliä pelaavat pelaajat saavat hyvää kommunikointia aikaiseksi. Pelissä jokaisella pelaajalla on roolinsa ja näin ollen kukaan ei jää huomioimatta. On tärkeätä, että kaikkia osapuolia kuunnellaan ja heidän mielipiteitään kirjataan ylös. Tällä tavoin pystytään parantamaan palvelukokemusta. Tähän kohtaan voisikin sopia seuraava sa-

nanlasku: "Pienistä puroista, voi syntyä suuri joki." Tämä todistaa sen, että pelissä täytyy kuunnella pelaajia, ja pelin jälkeen yrittäjä poimii itsellensä ne tärkeimmät asiat.

Suunnittelupelimme työvälineitä voi muokata, esimerkiksi tekemällä uusia ja erilaisia kysymyskortteja. Suunnittelupelimme on myös helposti muokattavissa itse pelin aikana, sillä valvovat ohjaajat voivat soveltaa pelin aikana. Kuitenkin uusien kysymyskorttien myötä pelin rakenne ja tavoite pysyy samanlaisena. Kaikista tärkeimpänä pidetään se, että yrittäjää saa hyödyn itse pelistä ja pelitilanteessa syntyvistä ideoista.

Hanketta arvioitaessa on hyvä muistaa, että sen onnistumisesta ei ollut minkäänlaisia takeita. Suunniteltu peli on käyttökelpoinen ja toimiva työkalu. Hankkeen onnistumisen mittareina meille oli kehittämistilaisuudesta ja Satu Luojukselta saatu palaute. Palaute pelistä oli kehittämistilaisuuden yhteydessä rakentavaa, jonka johdosta toteutimme peliin vaaditut muutokset.

Pelin toteutus oli alusta alkaen haastavaa koska kummallakaan meistä ei ollut kokemusta pelien suunnittelusta tai Service Design työkalujen suunnittelusta. Se myös tietyllä tavalla antoi hankkeelle lähtökohdat. Kokemuksen puute näistä edellä mainituista asioista antoi yksinkertaiset raamit työn suunnittelulle ja teoreettisen viitekehyksen valitsemiselle. Pelin ideointi ja suunnittelu oli monivaiheinen ja haastava toteutus mutta ensimmäisen prototyypin valmistuminen helpotti pelin tuotteistamista ja kehittämistä suuresti. Toisen prototyypin kehittämistilaisuuden avulla kehitetty peli on onnistunut kokonaisuus, jolla uskomme oikeasti olevan potentiaalia palvelukokemusten kehittämiseen.

Järjestimme tapaamisen tiistaina 22.5. VTT:n tutkijan ja Mmp- hankkeen projektipäällikön kanssa. Motiivina tapaamiselle oli saada palautetta henkilökohtaisesti hankkeesta ja sen onnistumisesta. Projektipäällikön palaute hankkeesta ja luodusta pelistä oli positiivista. Hän koki, että hanke oli onnistunut ja haasteellisesta tehtävästä olimme suoriutuneet erinomaisesti. Päätimme kokeilla peliä yhdessä muutaman kierroksen ajan, jotta osallistujille tulisi varmasti selkeä kuva siitä mitä olemme luoneet.

Pelitilanne tarjosi yllätyksiä pelikänteiden muodossa mutta myös konkreettisia kehittämissuhteita. Osallistajat kokivat, että yrittäjän ohjeissa tulee olla esimerkkejä erilaisista kehittämisen tarpeesta olevista palveluista, jotta yrittäjä voi hahmottaa voiko hän kehittää omaa palveluaan tämän pelin avulla. Lisäksi pelilautojen nimeäminen auttaisi tulevaisuudessa pelin käyttäjiä: Pöydälle asetettavalle pelilaudalle oma nimi ja samoin taululle heijastettavalle pelilaudalle. Pelikorttien nimeäminen helpottaisi uusia käyttäjiä hahmottamaan mitä kortteja kukin osallistuja käyttää ja vähentäisi omalla tavallaan pelin aloittamisen vaikeutta. Tärkeänä ominaisuutena pelaamiseen liittyen osallistajat kokivat sen, että peliä voidaan muokata



pelin aikana jokaiseen tilanteeseen sopivana. Projektipäällikkö oli hankkeeseen kokonaisuutena tyytyväinen, sillä onnistuimme luomaan jotain fyysistä ja käyttökelpoista, jota voidaan jatkossa kehittää entistä toimivammaksi kokonaisuudeksi esimerkiksi opiskelijoiden avulla. Toivomme, että peliä tullaan jatkossa käyttämään opiskelijoiden keskuudessa, sillä se tosiaan tarjoaa erilaisen tavan kehittää.

## 8 Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyöprosessimme on alkanut syksyllä vuonna 2011 ja on kestänyt kaiken kaikkiaan vuoden toukokuun 2012 asti. Syksyn aikana pyrimme perehtymään teoriaan sekä rajaamaan aihealueita. Työmme tuntui aluksi hyvin laajalta ja työn yhtenäisenä pitäminen tuntui haasteelliselta, sillä se antoi meille niin paljon erilaisia vaihtoehtoja. Talven aikana saimme kuitenkin teorian kirjoitettua ja työmme vietyä eteenpäin. Maaliskuun aikana siirryimme itse ideointivaiheeseen ja suunnittelupelin kehittämiseen. Voidaankin todeta, että seuraavat pari kuukautta keskityimme suunnittelupelin työstämiseen. Varsinkin huhtikuun ja toukokuun päivät ja illat olimme viettäneet työn parissa, omiimme töidemme ohella. Tavoitteeseen pääsimme toukokuun puolivälissä ja voimmekin todeta, että työmme on valmis juuri ennen kesäkuun valmistujaisia.

Aikataulussa pysyminen oli aluksi vaikeata, sillä kahdella opinnäytetekijällä on ollut hyvin erilaiset aikataulut. Voimme kuitenkin tässä vaiheessa todeta, että paremmin tämä ei olisi voinut mennä. Sovituista asioista pidimme kiinni ja yhteiset tapaamiset saatiin aina järjestettyä. Teimme opinnäytetyötä aika paljon kotonamme ja kommunikointi onnistui loistavasti sähköpostien, puheluiden ja viestien kautta. Kaikissa ohjauksissa ja tärkeissä tapaamisissa olemme aina olleet mukana yhdessä. Tämä työ osoittautui juuri sopivaksi meille, sillä mielenkiinto työtä kohti ei laantunut missään vaiheessa. Opinnäytetyömme teon myötä ymmärrämme ideointia, luovuutta ja meidän alamme haasteita entistä paremmin.

Opinnäytetyömme tarkoituksena sekä tavoitteena oli tutkia ja kehittää uudenlainen suunnittelupeli, jolla voidaan kehittää ja parantaa asiakkaiden palvelukokemuksia moniaistisuuden avulla. Luomamme peli antaa suunnitteluryhmille uuden työkalun, jolla ratkoa erilaisia palveluhaasteita innovatiivisella tavalla. Yritysten keinot kehittää palveluita ovat hiljalleen siirtymässä entistä enemmän palvelumuotoilun tarjoamiin menetelmiin. Asiakaskeskeisyys on nousut suurimmaksi osaksi palveluiden kehittämisessä tuotteen sijaan.

Asiakasymmärrykseen palvelumuotoilu tarjoaa erilaisia innovatiivisia keinoja, joiden hyödyntäminen palveluiden suunnittelu- ja kehittämistilaisuuksissa nousee vahvasti esille. Asiakasta ymmärtämällä yritykset voivat tarjota elämyksellisiä palveluita, jotka ovat niin poikkeuksellisi-

sia ja yksilöllisiä, että niitä on mahdoton kopioida. Tämä antaa tällaista palvelua tarjoavalle yritykselle merkityksellisen kilpailuedun, joka on mittaamattoman arvokasta.

Kynnys joidenkin palvelumuotoilumenetelmien käytössä asiakkaiden kanssa suunnittelutilanteissa on korkea, sillä ne vaativat tietynlaista asiantuntijuutta ja ymmärrystä käytettävistä termeistä sekä asiakaspalvelusta. Palvelukokemusten rikastaminen aistien aktivoimisella on noussut merkittäväksi osaksi niiden kehittämisessä. Moniaistisuuden merkitystä ymmärretään aiempaa paremmin ja aistien huomiointia pidetään suunnittelun kannalta tärkeänä tekijänä. Aistien käyttöönotto eri kontaktipisteissä palvelu-tilanteessa on merkittävä keino tehdä asiakkaalle pysyvä jälki palvelukokemuksen laadusta. Hyvän tuoksuinen aulatilat hotellissa miellyttävillä väreillä sisustettuna ja heleän taustamusiikin säestämänä saattaa tuntua itsestään selvältä mutta sen vaikutuksia asiakkaaseen ei ole aiemmin täysin ymmärretty.

Asiakkaiden hyödyntäminen palveluiden suunnittelutilanteissa tarjoaa arvokasta hyötyä. Toimivana ratkaisuna asiakkaiden osallistuttamiseen suunnittelutilanteeseen ovat suunnittelupeilit. Niiden tarjoama väylä tarjoaa rennon ja helposti lähestyttävän tilanteen, jossa yritys saa selkeää hyödynnettävää tietoa suoraan asiakkaalta, joka on osa suunnitteluryhmää sillä hetkellä. Tämä on asiakasyymmärrystä, jota ei palautekyselyistä ja tutkimuksista saa. Asiakas kertoo pelitilanteessa konkreettista tietoa siitä, miten hän kokee palvelun ja miten sitä tulee kehittää. Luomalla pelin, jolla yritykset voivat kehittää palvelukokemuksia moniaistisuuden avulla koimme luovamme merkityksellisen välineen, jolla kuilu asiakkaiden ja yritysten välillä palveluiden kehittämisessä pienenee merkittävästi.

Kehittämistilaisuus tarjosi eniten vastauksia kysymyksiimme pelin prototyypistä ja se auttoi pelin valmistumista suuresti. Se vahvisti myös uskomuksemme siitä, että pelillä voi kehittää palveluita moniaistisuuden kannalta. Tutkimuksemme tuloksia voidaan jatkossa hyödyntää Matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hankkeessa ja uskomme, että luodun pelin avulla myös yritykset voivat kehittää palveluitaan asiakaskeskeisempään suuntaan. Opinnäytetyömme on varmasti jatkossa hyödyksi Service Designiin ja moniaistisuuteen liittyvissä tutkimuksissa, sillä se keskittyy aiemmista tutkimuksista poiketen hieman eri aihepiiriin suunnittelupeleissä.

## Lähteet

- Ackerman, D. 1991. Aistien historia. Helsinki: WSOY.
- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WSOY.
- Brandt, E. 2006. Designing Exploratory Design Games a framework for participation in participatory design? PDF- tiedosto. Viitattu. 18.11. 2011.
- Hammond, J. 2008. Branding Your Business: Promoting your business, attracting customers and standing out in the market place. London: Kogan Page Limited.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15., osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Hochberg, J.E. 1964. Havaitseminen. Jyväskylä: Gummerus.
- Huotilainen, M. 2006. Hermoston kehitys ennen syntymää. Teoksessa Mieli ja aivot. Kognitiivisen neurotieteen oppikirja. Toim. Hämäläinen, H., Laine, M., Aaltonen, O., & Revonsuo, A. Turun yliopisto, Kognitiivisen neurotieteen tutkimuskeskus. Jyväskylä: Gummerus.
- Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Koivisto, M. & Miettinen, S. 2009. Designing services with innovative methods. Helsinki: Otava.
- Kotler, P. 2005. Kotlerin kanta, markkinoinnin maailmanauktoriteetti vastaa kysymyksiin. Helsinki: Rastor.
- Lampikoski, K. & Lampikoski, T. 2004. Kehitä ideasi innovaatioksi. Porvoo: WSOY.
- Laurea-ammattikorkeakoulu. 2011c. Opinnäytetyöohje.
- Lindstrom, M. 2005. Brand sense: How to build powerful brands through touch, taste, smell, sight & sound. London: Kogan Page Limited.
- Meroni, A. & Sangiorgi, D. 2011. Design for Services. Burlington: Gower.
- Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu- uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Tampere: Tammerprint.
- Mäkeläinen, M. & Solatie, J. 2009. Ideasta innovaatioksi: Luovuus hyötykäyttöön. Helsinki: Talentum.
- Nurminen, S. & Saar, V. 2000. Aistit väylänä vuorovaikutukseen ja kommunikaatioon. Helsinki: Kuuloshuoltoliitto.
- Parkkinen, K., Tolonen, K. & Tuorila, H. 2008. Aistit ammattikäyttöön. Helsinki: WSOY.
- Proctor, T. 2005. Creative problem solving for managers - Developing skills for decision making and innovation. 2<sup>nd</sup> edition. New York: Routledge.
- Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti Po-  
lestar Ltd
- Salen, K. & Zimmerman, E. 2004. Rules of play: game design fundamentals. USA: Massachusetts Institute of technology.

Selin, E. & Selin, J. 2005. Kaikki on kiinni asiakkaasta, Avaimia asiakasrajapintojen hallintaan. Pieksämäki: RT-Print.

Solomon, M. 2004. Consumer Behavior. Buying, having and being. Kuudes painos. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Spencer, D. 2009. Design games for gathering customer insights. Slideshare. Viitattu 18.11.2011. <http://www.slideshare.net/donnam/design-games-presentation>

Stickdorn, M. & Schneider, J. 2010. This is service design thinking. Basics - tools - cases. Amsterdam: BIS publishers.

Storbacka, K., Lehtinen, J. 1998. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. Porvoo: WSOY.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Vilkkä, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Otava.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko Asiakas? Keuruu: Otava.

#### Sähköiset lähteet

Alakoski, L., Bäck, A. & Isacson, A. 2008. Viitattu 11.5.2012 Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä.  
[http://www.tekes.fi/fi/gateway/PTARGS\\_0\\_201\\_403\\_994\\_2095\\_43/http%3B/tekes-ali1%3B7087/publishedcontent/publish/programmes/vapari/documents/projektien\\_tuloksia/mmm\\_tutkimusraportti.pdf](http://www.tekes.fi/fi/gateway/PTARGS_0_201_403_994_2095_43/http%3B/tekes-ali1%3B7087/publishedcontent/publish/programmes/vapari/documents/projektien_tuloksia/mmm_tutkimusraportti.pdf)

Asento-, liike- ja tasapainoasti. Tietoa-sivut. 2011. Päivitetty 21.10.2011.  
<http://papunet.net/tietoa/vuorovaikutus/aistit-ja-vuorovaikutus/asento-liike-tasapaino.html>

Brandt, E. & Messeter, J. 2004. Facilitating collaboration through design games. Viitattu 28.1.2012. [http://www.ida.liu.se/~HKGC10/timetable/art\\_pd/design\\_games.pdf](http://www.ida.liu.se/~HKGC10/timetable/art_pd/design_games.pdf)

Elämys. LEO elämyksistä kilpailukykyä. Päivitetty 24.07.2009.  
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=166>  
Elämyskolmio. LEO elämyksistä kilpailukykyä. Päivitetty 9.12.2009.  
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

HUS. Helsingin ja uudenmaan sairaanhoitopiiri. 2012. Päivitetty 28.07.2009  
<http://www.hus.fi/default.asp?path=1;31;33>

Juntunen, J. 2009. Palveluprosessin kehittäminen Case: Asiakasohjauksen tehostaminen Helsingin OP Kiinteistökeskuksessa. Viitattu 25.5.2010.  
[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/5787/Juntunen\\_Jussi.pdf?sequence=2](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/5787/Juntunen_Jussi.pdf?sequence=2)

Koivisto, M. 2008. Palvelumuotoilu ja sen potentiaali DfA -näkökulman edistäjänä. DfA-tiistai, Stakes. Viitattu 12.2.2012. [http://dfasuomi.stakes.fi/NR/rdonlyres/F930EC0C-0209-487B-97D9-D75577BE2485/0/DfA\\_yritykset\\_MikkoKoivisto.pdf](http://dfasuomi.stakes.fi/NR/rdonlyres/F930EC0C-0209-487B-97D9-D75577BE2485/0/DfA_yritykset_MikkoKoivisto.pdf)

Kuuloasti. Tietoa-sivut. 2011. Päivitetty 21.10.2011.  
<http://papunet.net/tietoa/vuorovaikutus/aistit-ja-vuorovaikutus/kuulo.html>

Laurea sid- Hankkeet. Mmp. 2011. Viitattu 9.10.2011.  
[http://www.laureasid.com/hankkeet/mmp\\_matkailijan\\_moniaistinen\\_palvelukokemus.96.xht](http://www.laureasid.com/hankkeet/mmp_matkailijan_moniaistinen_palvelukokemus.96.xht)  
xh

Matkailijan moniaistinen palvelukokemus. 2012. Viitattu 9.4.2012.  
<http://www.multisensorisuus.fi/>

Moritz, S. 2005. Service Design -Practical access to an evolving field. Viitattu 12.10. 2011.  
[http://stefan-moritz.com/welcome/Service\\_Design\\_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf](http://stefan-moritz.com/welcome/Service_Design_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf)

Näköaisti. Tietoa-sivut. 2011. Päivitetty 21.10.2011.  
<http://papunet.net/tietoa/vuorovaikutus/aistit-ja-vuorovaikutus/nako.html>

Schell, J. 2008. The art of game design: A book of lenses. USA: Elsevier Inc. Viitattu 28.1.2012.  
<http://redwood.colorado.edu/jkb/atls5519/Docs/The-Art-of-Game-Design---A-Book-of-Lenses.pdf>

Lego serious play. Service design tools - representation games. 2009. Viitattu 8.10.2011.  
<http://www.servicedesigntools.org/taxonomy/term/11>

Spencer, D. 2009. Design games for gathering customer insights. Slideshare. Viitattu 18.11. 2011.  
<http://www.slideshare.net/donnam/design-games-presentation>

Tamm, M. 2011. Personas -PowerPoint esitys. Leicester.

Tekes. 2011. Matkailijan moniaistinen palvelukokemus. Viitattu 11.5.2012  
<http://www.tekes.fi/ohjelmat/Vapaa-aika/Projektit?id=10133994>

Valtion teknillinen tutkimuskeskus. 2011. VTT. Viitattu. 17.11. 2011.  
<http://www.vtt.fi/vtt/index.jsp>

#### Julkaisemattomat lähteet

Järvinen, J. & Walther, M. Service Design -menetelmien toimivuus moniaistisuuden näkökulmasta  
Case: Linnanmäki. 2011. Laurea Leppävaara. Espoo. Opinnäytetyö.

Kokemus ja käsitys. Kajaanin ammattikorkeakoulun verkkosivut. Viitattu 6.3.2012.  
<http://193.167.122.14/Opari/ontTukiKokemus.aspx>

Luojaus, S. 2011. Teemahaastattelu. Espoo. Viitattu. 24.10.2011.

## Kuvat

Kuva 1: Ensimmäisessä Workshopissa käytetty pelilauta.....	37
Kuva 2: Kehittämistilaisuus kuvina.....	41

## Kuviot

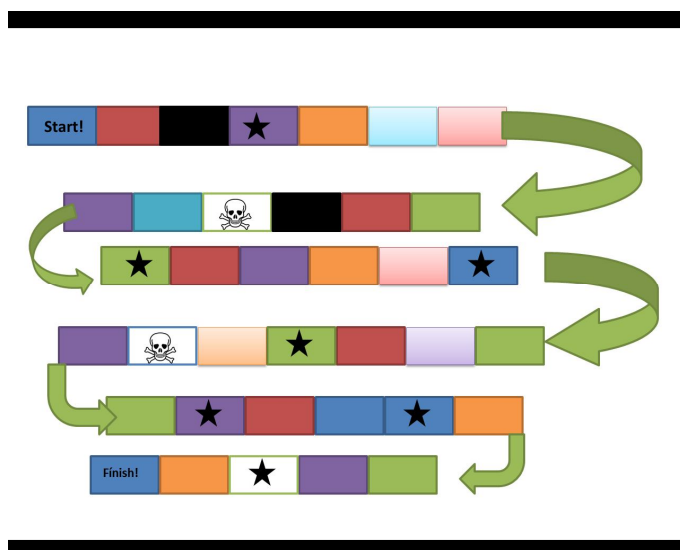
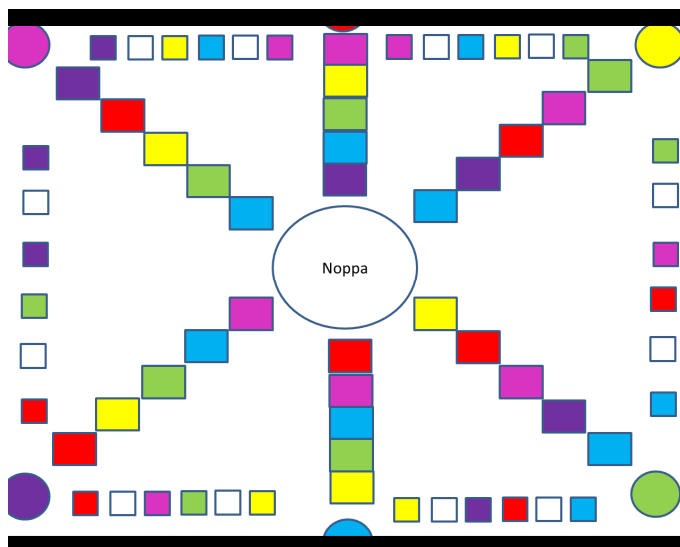
Kuvio 1: Palvelukokemus (Ylikoski 2001, 154). .....	22
Kuvio 2: Elämyskolmi - malli (Elämyskolmio 2009).....	24
Kuvio 3: Innovaatioprosessi (Lampikoski & Lampikoski 2004, 21). .....	29

## Liitteet

Liite 1 Pelilaudan ensimmäinen versio .....	57
Liite 2 Lopullinen pelilauta.....	58
Liite 3 Pääpelilauta.....	60
Liite 4 Polku-pelilauta.....	60
Liite 5 Pelikortit.....	61



Liite 1 Pelilaudan ensimmäinen versio

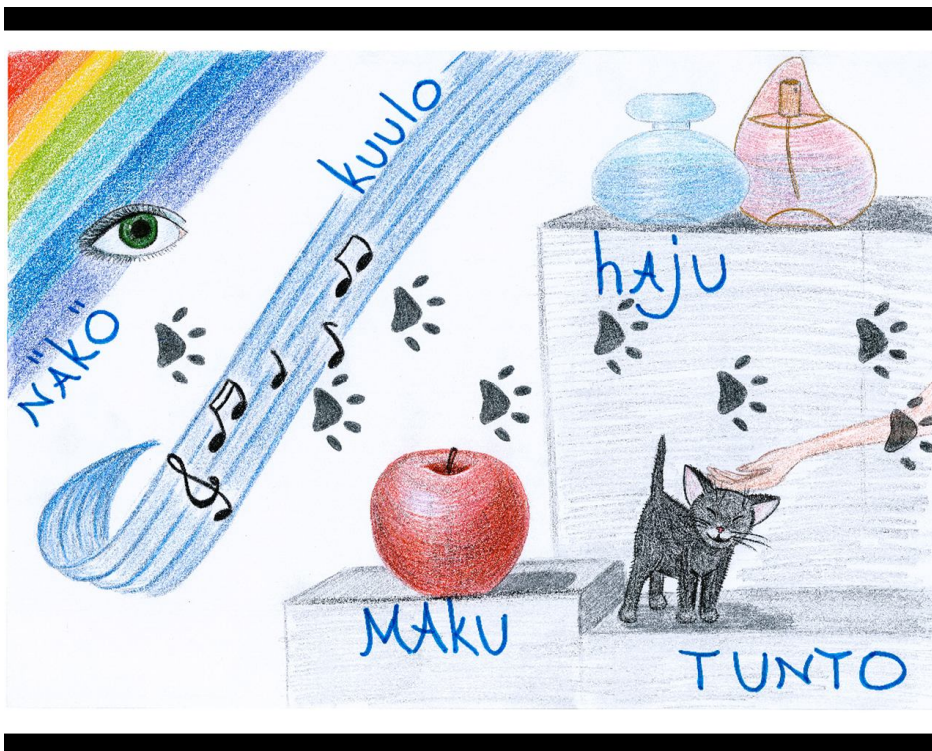


## Liite 2 Lopullinen pelilauta

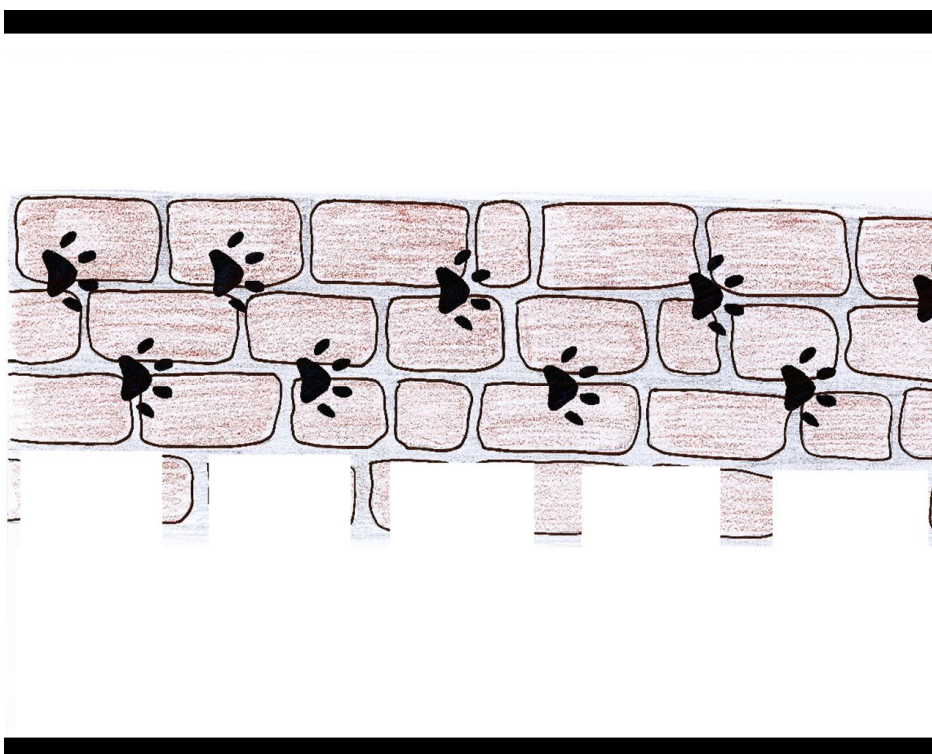
1. Miten näkövammaiset asiakkaat on huomioitu?
2. Miten kuulovammaiset asiakkaat on huomioitu?
3. Miten heikkohajuiset asiakkaat on huomioitu?
4. Miten heikkomakuiset asiakkaat on huomioitu?
5. Miten heikkotuntoiset asiakkaat on huomioitu?
6. Miten liikuntaesteiset asiakkaat on huomioitu?
7. Miten värejä, kuvia ja muotoja on käytetty hyödyksi?
8. Miten ääniä on käytetty hyödyksi?
9. Miten tuoksua ja hajua on käytetty hyödyksi?
10. Miten makuja on käytetty hyödyksi?
11. Miten lämpötilaa ja kosketuspintaa on käytetty hyödyksi?
12. Miten omien rajojen hahmottamista ja hyödyntämistä on käytetty hyödyksi?
13. Miten lapsiasiakkaita on otettu huomioon?
14. Miten lapsiperheitä on otettu huomioon?
15. Miten nuoret asiakkaat on otettu huomioon?
16. Miten ikääntyneet asiakkaat on otettu huomioon?
17. On juhlavuosi, miten tuot erilaisia makuja mukaan?
18. On juhlavuosi, miten tuot erilaisia tuoksua mukaan?
19. On juhlavuosi, miten tuot erilaisia ääniä mukaan?
20. Vapaudut sattumakortista, tässä vaiheessa käytät kaikki aisteja
21. Olet saanut palkkion/bonuksen, miten lisää värejä, kuvia ja muotoja? Millaisen teeman otat käyttöön?
22. Olet saanut palkkion/bonuksen, miten parannat erilaisten äänien käyttöä?
23. Olet saanut palkkion/bonuksen, miten parannat tuoksujen käyttöä?
24. Olet saanut palkkion/bonuksen, miten parannat makujen käyttöä?
25. Olet saanut palkkion/bonuksen, miten parannat kosketuspinnan käyttöä?
26. Olet saanut palkkion/bonuksen, miten parannat liikuntaesteisten liikkumista?
27. Millaisen musiikin pitää olla tässä vaiheessa? Kokeile eri vaihtoehtoja
28. Asiakas irvistelee ja tuhisee nenänsä kautta tässä kohtaa, miksi?
29. Asiakkaan intonaatio nousee jokaisen lauseen lopussa, miten toimit?
30. Asiakkaan ääni vaihtelee koko ajan kimeästä möreään, miten toimit?
31. Asiakas selittää sinulle asioita pantomiimilla, miten toimit?
32. Olet keskellä villin lännen musikaalia. Tapahtumaan liittyy tietenkin revolverien pyörittelyä, intiaaneja, kapakkatappeluja, leirinuotioita ja niin edelleen, miten toimit? Miten hyödynnät asiakkaan aisteja tässä?
33. Miten olet pystynyt käyttämään näköaistiasi tässä kohtaa? Mitä muita aisteja kaipaisit mukaan?

34. Miten olet pystynyt käyttämään kuuloaistiasi tässä kohtaa? Mitä muita aisteja kaipaisit mukaan?
35. Miten olet pystynyt käyttämään hajuaistiasi tässä kohtaa? Mitä muita aisteja kaipaisit mukaan?
36. Miten olet pystynyt käyttämään makuaistiasi tässä kohtaa? Mitä muita aisteja kaipaisit mukaan?
37. Miten olet pystynyt käyttämään tuntoaistiasi tässä kohtaa? Mitä muita aisteja kaipaisit mukaan?
38. Miten olet pystynyt käyttämään asentoaistiasi tässä kohtaa? Mitä muita aisteja kaipaisit mukaan?
39. Mitä aisteja haluaisit käyttää kohdassa 3, mikä on tärkein aisti?
40. Sinulla on heikko näkö, miten käyttäydyt? Peitä silmät.
41. Sinulla on heikko kuulo miten käyttäydyt? Peitä korvat.
42. Sinulla on heikko hajuaisti miten käyttäydyt? Peitä nenä.
43. Sinulla on heikko tuntoaisti miten käyttäydyt?
44. Sinulla on heikko asentoaisti miten käyttäydyt? et tunne mitään ja heilut hieman
45. Kuljeskele tilassa ympyrää ottaen aina kaksi askelta eteenpäin ja yhden taakse huojunen samalla oudosti. Mitkä asiat tulevat tielle, jäävät jalkojen alle? Mitä mietit, mitä haluaisit parantaa, jotta olisi mukavampaa ja helpompaa?
46. Koetko haluavasi käyttää muita aisteja kuin näköaistin tässä kohtaa?
47. Haluaisitko koskettaa erimuotoisia esineitä? Mitä ne herättävät sinussa?
48. Minkälainen kosketuspinta huonekaluissa miellyttää?
49. Minkälainen kosketuspinta tavarassa miellyttää?
50. Minkälainen värimaailma miellyttää?
51. Mitä värisävyjä toivoisit näkeväsi?

Liite 3 Pääpelilauta



Liite 4 Polku-pelilauta



## Liite 5 Pelikortit



KUULO



NÄKÖ



MAKU



TUNTO



HAJU



MIKSI



Pidät lounastauon, et  
saa vastata kysymyksiin  
seuraavalla kierroksella



Pidät lounastauon, et  
saa vastata kysymyksiin  
seuraavalla kierroksella



Pidät lounastauon, et  
saa vastata kysymyksiin  
seuraavalla kierroksella



VAIHDA AISTIKORTTIA



VAIHDA AISTIKORTTIA



VAIHDA AISTIKORTTIA



Huomaat että hävitit lompakkosi



Huomaat että puhelimesi akku on loppunut



Päätit piipahtaa WC:ssä, mutta huomaat että vessan ovi ei aukea



Ota seuraava sattumakortti



Ota seuraava sattumakortti



Ota seuraava sattumakortti





Huomaat että poliisi on  
pysäyttämässä sinua



Huomaat että vieressäsi oleva  
henkilö on pysäyttämässä sinua



Huomaat että viereinen henkilö  
pyörtyy



Huomaat että olet tiputtanut  
puhelimesi vessaanpönttöön



Huomaat että tilaan on  
ilmestynyt humalainen



Päätit piipahtaa WC:ssä, mutta  
huomaat että vessanpaperi on  
loppu



Huomaat että sinulla on kiire  
bussiisi



Huomaat että sinulla on kiire  
junaasi



Huomaat että sinulla on kiire  
lentokentällesi



Huomaat että sinulla on kiire  
teatteriin



Huomaat että sinulla on kiire  
konserttiin



Huomaat että sinulla on kiire  
taksiisi



Huomaat että sait tekstiviestin  
puhelimeesi



Huomaat että olet saamassa  
allergia-kohtauksen



Huomaat että sait parkkisakon



Huomaat ikunnasta että sinulle  
kirjoitetaan parkkisakko



Huomaat että edessäsi on idolisi



Huomaat että olet  
myöhästymässä tapaamiseltasi



Huomaat että seuralaisesi  
puhelin soi



Huomaat että silmääsi lensi  
ötökkä



Huomaat että sait silmääsi  
roskan



Huomaat että olet hengästynyt



Huomaat että paitasi on  
likaantunut



Raaputat arvan ja huomaat että  
voitat



Törmäät edessäsi olevaan  
vastaantulijaan



Törmäät edessäsi olevaan  
pöytään



Törmäät edessäsi olevaan  
sohvaan



Törmäät edessäsi olevaan  
tuoliin



Huomaat että sait kasvoillesi  
kynän mustetta



Huomaat että puhelimesi soi



Päätät istua alas: huomaat että  
tuolisi istuimella on purkkaa



Huomaat että housusi repesivät  
kun nousit ylös



Päätät istua alas: huomaat että  
housusi repesivät kun nousit  
ylös



Huomaat että vieressäsi oleva  
vesilasi kaatuu



Huomaat että vieressäsi oleva  
kukkamaljakko kaatuu



Törmäät edessäsi olevaan  
lasiseinään



Huomaat että edessäsi oleva  
ovenkahva ei toimi



Päätät piipahtaa vessassa:  
Huomaat että vessan ovenkahva  
ei toimi



Huomaat että vieressäsi olevan  
oven lasi-ikkuna on särkynyt



Huomaat että tuolisi jalka on  
irronnut



Päätät istua alas: huomaat että  
tuolisi jalka on irronnut



Huomaat että tuolisi istuimella  
on purkkaa



Huomaat että  
ulkona on  
myrsky



Huomaat että  
ulkona on  
kuuma



Huomaat että  
ulkona tuulee  
niin kovaa,  
etteet **kuule**  
mitä sinulle  
kerrotaan



Huomaat että edessäsi oleva  
ikkuna on mennyt rikki



Huomaat että edessäsi oleva  
ovenkahva on limainen



Päätät piipahtaa vessassa:  
Huomaat että vessan ovenkahva  
on limainen







Huomaat edessäsi lattialla  
olevan soivan kännykän



Huomaat edessäsi lattialla  
olevan henkilökortin



Huomaat edessäsi lattialla  
olevan rahasetelin



Huomaat edessäsi lattialla  
olevan lasinsirun



Huomaat vieressäsi vapaalla  
olevan koiran





Huomaat vieressäsi itkevän  
lapsen



Huomaat vieressäsi tyhjät  
lastenvaunut



Huomaat edessäsi lattialla  
olevan laukun



Huomaat edessäsi lattialla  
olevan lompakon



Huomaat edessäsi lattialla  
olevat kotiavaimet



Huomaat edessäsi lattialla  
olevan puhelimen



Huomaat että vieressäsi oleva ihminen on tiputtanut tavaransa eteesi



Huomaat että vieressäsi oleva henkilö haisee pahalta



Huomaat että vieressäsi oleva henkilö puhuu äänekkäästi puhelimeen



Huomaat että seuralaisesi puhuu äänekkäästi puhelimeen



Huomaat että vieressäsi oleva rouva on satuttanut nilkkaansa



Huomaat että seuralaisesi on satuttanut nilkkaansa



Huomaat että seuralaisesi  
puhuu kieltä jota et ymmärrä



Huomaat että seuralaisesi on  
heikkokuuloinen



Huomaat että puhut väärälle  
henkilölle



Huomaat että edessäsi oleva  
henkilö pyörtyy



Huomaat että seuralaisesi on  
heikkonäköinen



Huomaat että seuralaisellasi on  
heikko tuntoaisti