

Mirva Vainio

HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut-yksikön konseptointi

Opinnäytetyö

Muotoilija (YAMK)

Palvelumuotoilu

2022



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Muotoilija (Ylempi AMK)
Tekijä/Tekijät	Mirva Vainio
Työn nimi	HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut-yksikön konseptointi
Toimeksiantaja	HUS Diagnostiikkakeskus, Digipalvelut
Vuosi	2022
Sivut	85 sivua, liitteitä 21 sivua
Työn ohjaaja(t)	Sanna Haapanen Jukka Kovanen (HUS Diagnostiikkakeskus)

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, miten HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut-yksikön tunnistettavuutta ja palveluita voidaan selkeyttää palvelumuotoilua hyödyntäen: Miten tuetaan käyttäjää tunnistamaan palvelu, tekninen ympäristö sekä tuki ja asiakaspalvelurajapinta, sekä kuinka palvelumuotoilun keinoja voidaan organisaatiossa hyödyntää palveluiden ja prosessien vastuun sekä omistajuuden viestinnässä.

Organisaatiossa aiemmin tehtyjen sidosryhmähaastatteluiden perusteella oli käynyt ilmi, että Diagnostiikkakeskuksen sisällä eri vastualueilla ja sidosryhmissä ei ole selkeää Digipalvelut-yksikön toiminta. Käyttäjät eivät tiedä perus IT-infrastruktuurin tarjoavan HUS Tietohallinnon ja Digipalvelut-yksikön vastuunjakoja. Digipalveluilla oli tarve ”brändinsä” kirkastamiseen, jolloin sen tarjoamien palveluiden, henkilöstön ja omistajuuden tunnettavuus kasvaa sidosryhmissä.

Opinnäytetyö on kvalitatiivinen ja sen painotus on produktiivinen. Opinnäytetyössä käytettiin palvelumuotoilun menetelmistä ekosysteemikarttaa, ekosysteemikehiä, yhteiskehittämisen työpajoja, unelmakarttaa, future backcastingia, lootuskukkaa, konseptikävelyä, ideoiden arviointitaulukkoa ja roadmap työkaluja.

Opinnäytetyössä ideoidaan konsepteja, jotka ottavat kantaa tukikanavissa (ATK-avun verkkopalvelu) palveluiden ilmaisemiseen sekä aktiiviseen ja passiiviseen viestintään (sähköposti ja intratiedotus, sekä organisaation näkyvyys). Digipalvelut-yksikön tunnistettavuutta voidaan lisätä yhtenäistämällä kaksijakoinen yksikkö ja määrittelemällä, sekä tuomalla näkyväksi, keitä Digipalvelut-yksikön työntekijät ovat ja mitä konkreettisesti Digipalveluissa tehdään. Hyödyntämällä yhteiskehittämistä yksikössä, sekä lisäämällä visuaalisia ohjureita ja tietoa palvelukanaviin, palvelukanavia ja lomakkeita voidaan kehittää asiakaslähtöisemmiksi ja toimivammiksi.

Asiasanat: palvelumuotoilu, yhteiskehittäminen, brändi

Degree title	Master of Culture and Arts
Author (authors)	Mirva Vainio
Thesis title	Concepts for Digital services unit of HUS Diagnostic Centre
Commissioned by	HUS Diagnostic Centre, Digital Services
Time	2022
Pages	85 pages, 21 pages of appendices
Supervisor	Sanna Haapanen Jukka Kovanen (HUS Diagnostic Centre)

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to study how the recognizability and services of HUS Diagnostic centres Digital services unit could clarify using service design: How to support the user to recognize the service, technical environment, support, and customer service interface, and how to use service design tools in the organizational process to communicate services and processes and ownership of the services.

Based on stakeholder interviews previously conducted in the organization, it was discovered that within the Diagnostic Centre, in the different units and organizational branches, the purpose and function of the Digital Services unit is not clear. Users did not know the difference between the Digital services unit and HUS ICT department which provides the basic IT infrastructure. Digital services unit has a need to brighten their brand, so awareness of the services, personnel and ownership increases in the stakeholder group.

The thesis is qualitative, and its emphasis is productive. In the thesis, the following service design methods are used: ecosystem map, ecosystem loops, co-development workshops, dream map, future backcasting, lotus flower, concept walks, ideas evaluation table and roadmap tools.

In this thesis, concepts have been generated, where it is depicted how in the support channels (ICT-help online service) services and in the active and passive communication (e-mail and intranet information, as well as visibility of the organization) should be expressed. The recognizability of Digital services can be increased by uniting the split unit and defining and making visible who works in the Digital services unit and what they substantially do. Utilizing joint development, adding visual guides and information, service channels and forms can be developed to be more customer oriented and more functional.

Keywords: service design, joint development, brand

SISÄLLYS

KÄSITELUETTELO	7
1 JOHDANTO	9
2 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT	10
2.1 Toimeksiantaja ja toiminnan konteksti	10
2.2 Tutkimusasetelma.....	11
2.3 Käsitekartta ja teoreettinen viitekehys	12
2.4 Tutkimuskysymykset.....	14
3 PALVELUMUOTOILU.....	15
3.1 Ongelman määrittely.....	15
3.2 Digitaalisten palveluiden muotoilu ja saavutettavuus.....	16
3.3 Palvelumuotoilu osana julkisen toimijan liiketoimintaa.....	17
3.4 Asiakaskokemus.....	18
3.5 Yhteiskehittäminen	19
4 BRÄNDI JA PALVELULUPAUS.....	20
4.1 Palvelumuotoilu ja brändi.....	20
4.2 Organisaation identiteetin ja brändin johtaminen	21
4.3 Visuaalinen brändi	22
5 VISIO JA ARVOLUPAUS	23
5.1 Organisaation arvolupaus ja visio	24
5.2 Digipalvelut-yksikön visio ja arvot	24
6 MUUTOSJOHTAMINEN JA VIESTINTÄ	25
7 TUTKIMUSMENETELMÄT	26
7.1 Puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu.....	28
7.2 Laadullinen sisällönanalyysi	28
7.3 Ekosysteemikehä ja ekosysteemikartta	28
7.4 Yhteiskehittämisen työpajat	29
8 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS.....	30

8.1	Löydä-vaihe toteutus	30
8.2	Määritä-vaihe toteutus	31
8.2.1	Sidosryhmähaastattelut	31
8.2.2	Diagnostiikkakeskuksen ekosysteemi.....	33
8.2.3	Digipalvelut-yksikkö intranetissä.....	35
8.2.4	Nykyisten palvelukanavien palvelupolut.....	36
8.3	Kehitä-vaihe toteutus	40
8.3.1	Unelmien Digipalvelut-yksikkö (organisaatio)	41
8.3.2	Unelmien Digipalvelut-yksikön palvelulupaus	43
8.3.3	Unelmien Digipalvelut-yksikön tukikanava	43
8.3.4	Unelmien Digipalvelut-yksikön viestintä.....	46
8.3.5	Unelmien Digipalvelut-yksikön kehittäminen.....	47
8.3.6	Yhteenveto.....	48
8.4	Tuota-vaihe toteutus	49
8.4.1	Digipalvelut-yksikön intranet-sivu.....	50
8.4.2	ATK-avun verkkoportaali.....	52
8.4.3	Viestinnästä	57
8.4.4	Testaustyöpaja 1	61
8.4.5	Konseptien jatkokehitys	64
8.4.6	Testaustyöpaja 2	69
8.4.7	Roadmap	71
9	TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS JA EETTISYYS.....	74
10	JOHTOPÄÄTÖKSET	75
11	POHDINTA	77
	LÄHTEET.....	80
	KUVALUETTELO	
	TAULUKKOLUETTELO	
	LIITTEET	

Liite 1. Haastattelukysymykset sidosryhmän ja Digipalvelut-yksikön asiantuntijoille

Liite 2. Tutkimusaineiston abstrahointi

Liite 3. Digipalvelut-yksikön omien tai ydintoimintaan liittyvien lomakkeiden analyysi ATK-avun verkkoportaalissa

Liite 4. Arviointilomake

Liite 5. Arviointilomake, testaus 1 ja 2

Liite 6. Roadmap

KÄSITELUETTELO

Asiakaskokemus rakentuu asiakkaan ja organisaation välisissä vuorovaikutuspisteissä (Saarijärvi & Puustinen 2020, 20).

Asiakaslähtöisyys on organisaation kyky ennakoida asiakkaiden muuttuvia tarpeita, oppia ja reagoida niihin luomalla ylivertaista arvoa luovia tuotteita ja palveluita (Saarijärvi & Puustinen 2020, 21).

Asiakasymmärrys koostuu asiakkaan tarpeiden, unelmien ja toiveiden ymmärtämisestä (Miettinen 2016, 18).

Brändi palvelumuotoilussa muodostuu ihmisen ja palvelun vuorovaikutuksena. Palvelumuotoilussa suunnitellaan ja tulkitaan palveluun liittyviä tila-, esi- neympäristöä ja vuorovaikutusta eri jakelukanavissa ja asiakkaiden kokemissa kontaktipisteissä. (Tuulaniemi 2011, 99.)

HIS (Hospital information system) on potilastieto- ja toiminnanohjausjärjestelmä (Perreault & Ohno-Machado 2003, 788).

Käyttöliittymä on ohjelmiston näkyvä osa. Käyttöliittymän käytettävyys vaikuttaa käyttökokemukseen. (Hurja 2021.)

LIS (Laboratory information system) on laboratorion toiminnanohjausjärjestelmä, jonka avulla käsitellään, tallennetaan ja hallinnoidaan laboratoriotutkimuksiin liittyviä potilastietoja (DeVecchio 2015).

Lisäarvo. Arvo on hyödyn ja hinnan välinen suhde. Lisäarvo syntyy, kun asiakkaan saama ja kokemaa hyötyä lisäantyy. (Tuulaniemi 2011, 38.)

Palveluelementit tai **kontaktipisteet** ovat konkreettisia asioita, joiden kautta palvelu koetaan, esimerkiksi palvelun käyttöliittymä, asiakaspalvelija, tila tai vuorovaikutusprosessi. Kun kontaktipisteet on suunniteltu taitavasti, asiakkaalle muodostuu johdonmukainen ja selkeä asiakaskokemus. (Koivisto 2016, 56.)

Palvelulupaus on yrityksen tahdonilmaisu siitä, millaista palvelua yritys tarjoaa. Palvelutilanteessa palvelulupaus välittyy asiakkaille henkilökunnan välityksellä, jonka takia henkilökunnan sitoutuminen palvelulupauksen suunnitteluun ja palvelulupauksen sisäistäminen on tärkeää. (Turpeinen 2020.)

PACS (Picture archiving and communication systems) on lääketieteellisten kuvien kuva-arkisto. PACS järjestelmää käytetään kuvien arkistointiin ja kuvien katseluun. (Charles 2018.)

Palvelupolku on kuvaus palvelukokonaisuudesta. Palvelupolulla kuvataan aika-akselilla, miten asiakas kulkee ja kokee tietyn palvelun. Palvelupolku usein jaetaan palvelutuokioihin, jotka sisältävät useita kontaktipisteitä tai ne jaetaan esi-, ydin- ja jälkipalvelu vaiheisiin. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Pirullinen ongelma on kaikenkattava termi ongelmille, jotka ovat poikkeuksellisen vaikeita ratkaista ja joille selkeä määrittely on vaikeaa. Pirullisissa ongelmissa esimerkiksi sidosryhmien tavoitteet ovat ristiriidassa keskenään ja ne voivat olla suunnitteluun tai järjestelmän parantamiseen liittyviä ongelmia. (Ulrich 2011, 17–18.)

RIS (Radiology information system) on radiologinen toiminnanohjausjärjestelmä, jolla voi esimerkiksi tilata, ajoittaa, kirjata ja raportoida kuvantamistutkimuksia (Sutner 2015).

1 JOHDANTO

HUS Diagnostiikkakeskus perustettiin 2019, kun HUSLAB ja HUS Kuvantaminen siirtyivät Diagnostiikkakeskukseen HYKS-sairaanhoidoalueelta. Diagnostiikkakeskuksen yhteisiin palveluihin kuuluvan tietohallinnon yksikön nimi muuttui Tietohallinto ja teknologiasta Digipalveluiksi 2021. Digipalvelut-yksikkö on vastuussa HUS Diagnostiikkakeskuksen käyttämien tietojärjestelmien hallinnasta ja tietojärjestelmätuen järjestämisestä. Digipalvelut-yksikön henkilökunta työskentelee monipaikkaisesti ja osittain etänä.

Organisaatiossa aiemmin tehtyjen sidosryhmähaastatteluiden perusteella on käynyt ilmi, että Diagnostiikkakeskuksen sisällä eri vastuualueilla ja sidosryhmissä ei ole selkeää Digipalvelut-yksikön toiminta. Käyttäjät eivät tiedä perus IT-infrastruktuurin tarjoavan HUS Tietohallinnon ja Digipalvelut-yksikön vastuunjakoja; mitä palveluita Digipalvelut-yksikkö tarjoaa, keitä siellä on töissä ja mitkä ovat oikeita yhteydenottokanavia. Digipalvelut-yksiköllä on tarve ”brändinsä” kirkastamiseen, jolloin sen tarjoamien palveluiden, henkilöstön ja ”omistajuuden” tunnettavuus kasvaa sidosryhmissä.

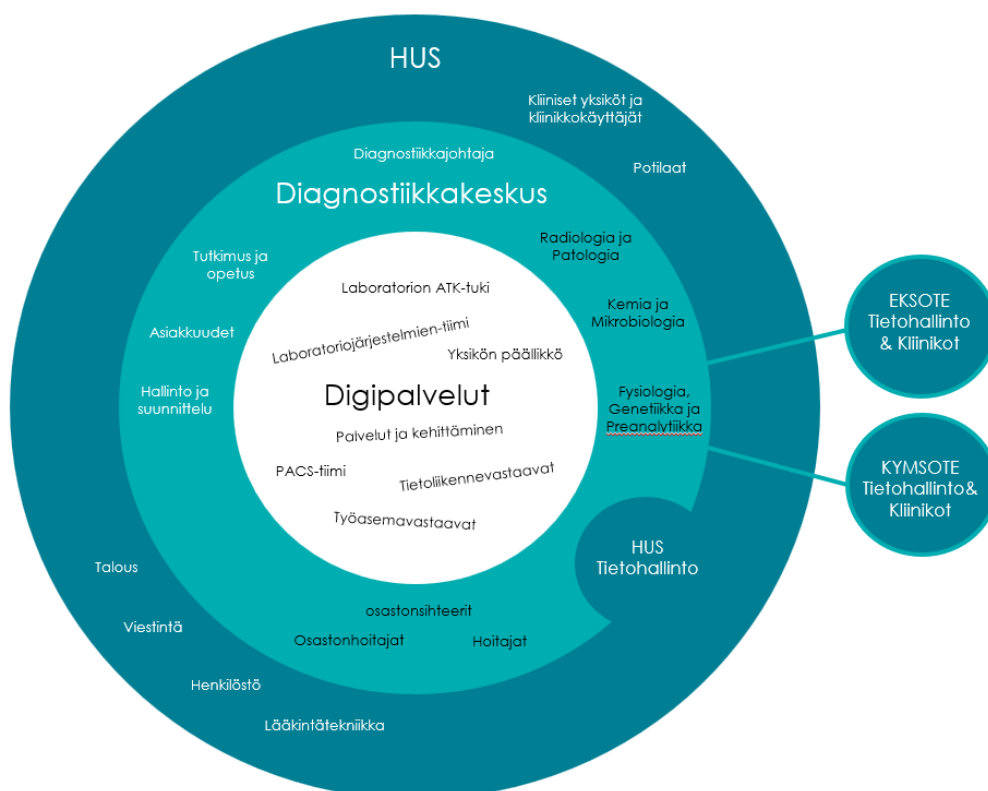
Opinnäytetyön tekijällä on ammatillinen tausta Radiologian ja patologian vastuualueelta ja muutaman vuoden työkokemus Digipalvelut-yksiköstä hallinnolliselta puolelta. Tekijällä on vahva sisäinen tarve kehittää työpaikkaansa - sen vetovoimaisuutta organisaationa, ja myös selkeyttää monimutkaisia palveluprosesseja koko työyhteisössä. Opinnäytetyöstä hyötyvät toimeksiantaja ja sidosryhmät. Opinnäytetyössä tutkitaan, miten isossa organisaatiossa samantyyppiset tukipalveluyksiköt voivat erottautua toisistaan ja vahvistaa omaa identiteettiään palvelumuotoilun työkaluja hyödyntäen.

Organisaatiossa on tehty käyttäjäymmärryksen keräämistä sidosryhmähaastatteluilla ja tätä syvennetään sekä täydennetään opinnäytetyöprosessissa käyttäjäymmärryksen lisäämiseksi ja aiemman tiedon varmistukseksi. Opinnäytetyön tuloksena on yhteiskehittämisen työpajoissa testattuja konsepteja, joiden avulla käyttäjät ja sidosryhmät tunnistaisivat Digipalvelut-yksikön tarjoaman palvelun, teknisen ympäristön ja tuen sekä asiakaspalvelurajapinnan paremmin. Opinnäytetyö sisältää roadmapin jatkokehittämisestä ja tuotantoon saattamisesta, sekä yleisohjeita palveluista ja brändistä viestimiseen.

2 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Toimeksiantaja ja toiminnan konteksti

Opinnäytetyön yhteistyökumppani on HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut vastuuyksikkö, jonka tehtävänä on tukea HUS Diagnostiikkakeskuksen tiedon hallinnan ja tietojärjestelmien kehittämistä. Muihin yksikön tehtäviin kuuluu HUS Diagnostiikkakeskuksen käyttämien tietojärjestelmien käyttöönotot, muutoshallinta sekä toimittaja- ja sopimushallinta ja laboratorion ATK-tuen toiminta. Perustietotekniikan ja IT-infrastruktuurin osalta Digipalvelut-yksikkö tukeutuu HUS Tietohallinnon palveluihin. Digipalvelut-yksikön sisällä vastuu jakaantuu palveluiden ja kehittämisen osa-alueeseen, PACS-tiimiin, työasema- ja tietoliikennevastaaviin, laboratorion järjestelmävastaaviin ja laboratorion ATK-tukeen. (Lehtonen 2022.) Kuvassa 1 on esitetty Digipalvelut-yksikön sidosryhmäkartta.



Kuva 1 Sidosryhmäkartta

HUS Diagnostiikkakeskuksen sisällä tärkeimmät sidosryhmät ovat HUS Diagnostiikkakeskuksen tulosityksiköt: Radiologia ja patologia, Fysiologia, geneetiikka ja preanalytiikka sekä Kemia ja mikrobiologian tulosityksikkö sekä HUS

Diagnostiikkakeskuksen yhteisistä palveluista asiakkuuksien, hallinnon ja suunnittelun ja tutkimuksen ja opetuksen vastuuyksiköt. (Lehtonen 2022.) Muita sidosryhmiä ovat HUS tietohallinto, sekä muiden sairaanhoitopiirien tietohallinnon yksiköt ja tuet, jotka hankkivat diagnostiset palvelut HUS Diagnostiikkakeskukselta.

2.2 Tutkimusasetelma

HUS Diagnostiikkakeskuksen tulosityksiköiden sisällä olevilta vastuualueilta saadun palautteen perusteella Digipalvelut-yksikön roolia, palveluita, henkilöstöä ja yhteydenottokeinoja ei tunneta tarpeeksi. Vastuualueilla ja sidosryhmissä ei tunneta järjestelmätoimittajan ja Digipalvelut-yksikön vastuunjakoa sekä Digipalvelut-yksikkö sekoittuu HUS Tietohallinnon kanssa. (Saarela 2022.)

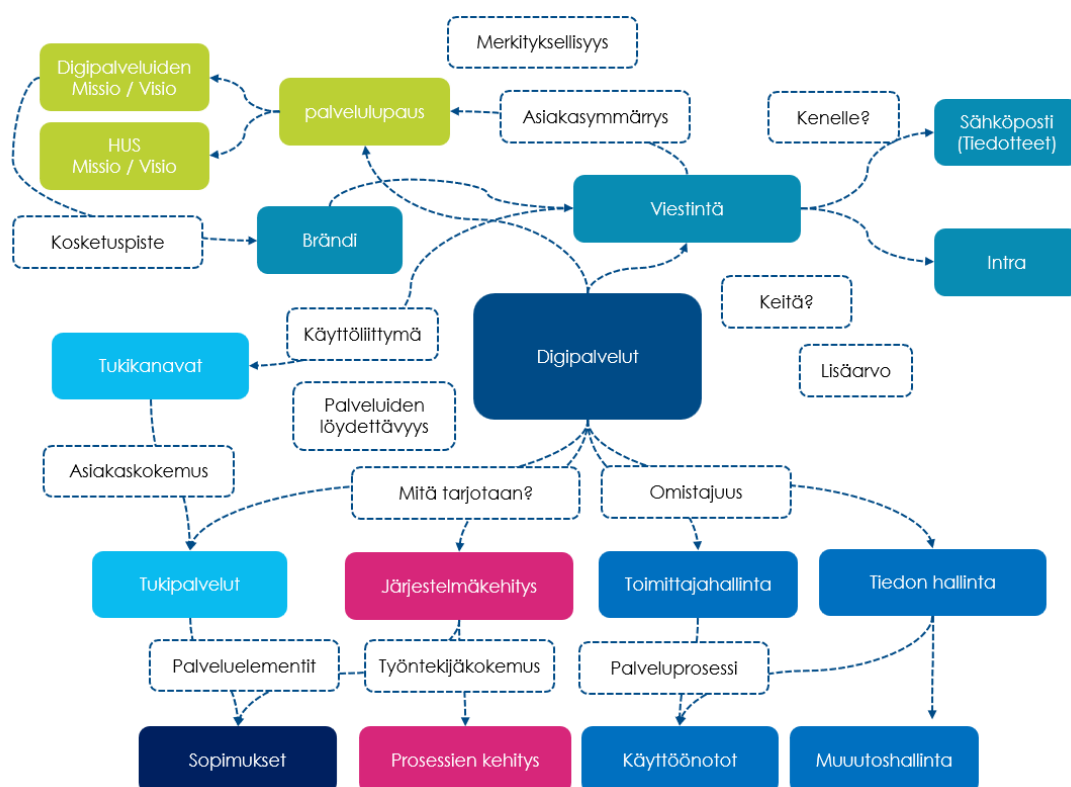
Opinnäytetyön tavoite on parantaa Digipalvelut-yksikön tunnistettavuutta, selkeyttää brändiä ja palveluita ensisijaisesti HUS Diagnostiikkakeskuksen vastuualueiden näkökulmasta ja toissijaisesti tärkeimpien sidosryhmien näkökulmasta, palvelumuotoilua hyödyntäen. Digipalvelut-yksikössä halutaan viestiä vahvemmin omistajuutta omista palveluistaan sekä tukea käyttäjiä tunnistamaan palvelu, tekninen ympäristö sekä tuki ja asiakaspalvelurajapinta.

Opinnäytetyö on kvalitatiivinen ja sen painotus on produktiivinen. Opinnäytetyön tuloksina tuotetaan palvelukonseptien mallinnuksia, joita testataan sidosryhmien edustajilla yhteiskehittämisen työpajoissa, sekä roadmap, konseptien jatkokehityksestä ja tuotantoon viemisestä.

Opinnäytetyössä ideoidaan konsepteja, jotka ottavat kantaa tukikanavissa (ATK-avun verkkopalvelu) palveluiden ilmaisemiseen sekä aktiiviseen ja passiiviseen viestintään (sähköposti ja intratiedotus, sekä organisaation näkyvyys). Konsepteissa käytetään apuna brändin muodostumisen perinteisiä tekijöitä, kuten visuaalisuutta, tunnistettavuutta ja erottuvuutta. Konsepteissa otetaan kantaa myös palvelupolkujen parantamiseen.

2.3 Käsitekartta ja teoreettinen viitekehys

HUS Diagnostiikkakeskuksen tavoitteena on olla alansa paras asiantuntija ja tuottaa potilasasiakkaille hyvä asiakaskokemus (HUS Diagnostiikkakeskus s.a). Digipalvelut-yksikön toiminta on määritelty HUS Diagnostiikkakeskuksen toimintaohjeessa ja tiivistetty kuvassa 2. olevaan käsitekarttaan.



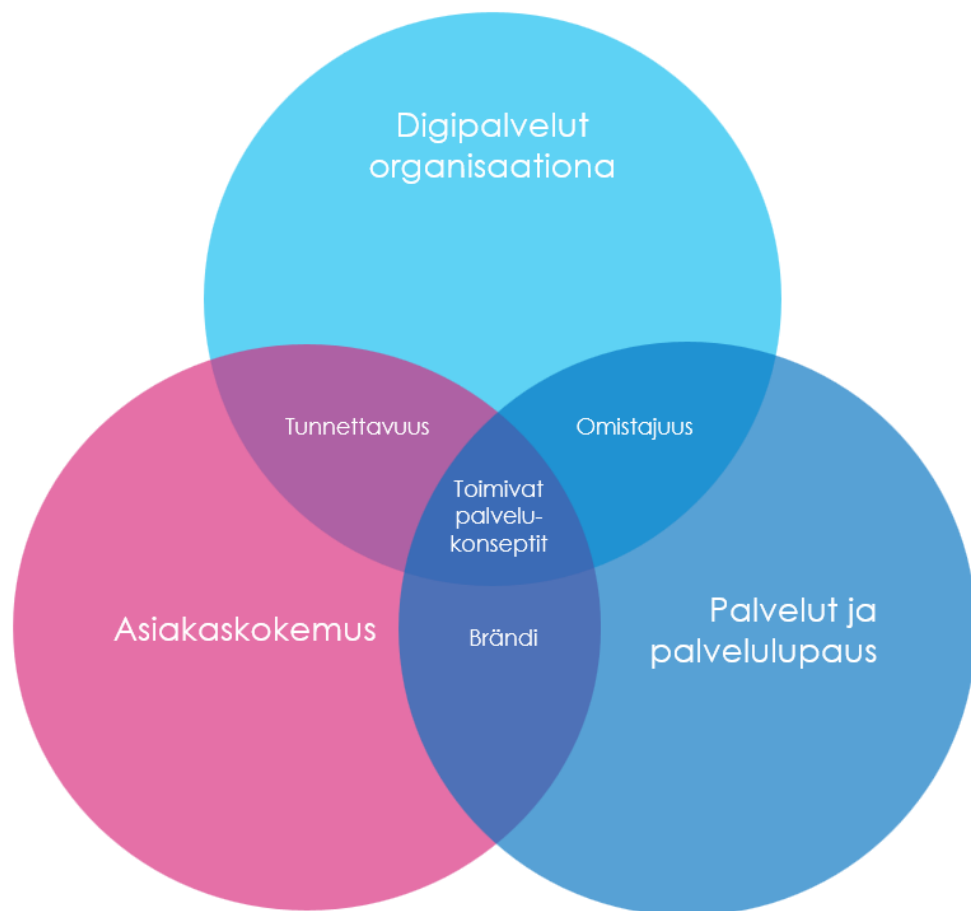
Kuva 2 Käsitekartta

Digipalvelut-yksikön toiminnan osa-alueita kuvaavat värillisillä laatikoilla merkityt asiat. Digipalvelut-yksikkö tekee taustalla järjestelmä- ja prosessien kehitystä, tietojärjestelmien käyttöönottoja, muutoshallintaa, sopimus-, toimittaja- ja tiedonhallintaa. Digipalvelut-yksikkö vastaa myös laboratorio- ja kuvantamisjärjestelmien häiriö ja korjaustiedotuksesta (Koskenvuo 2022, 3).

Tämän opinnäytetyön yhtenä tärkeimpänä teemana on asiakaskokemus, joka rakentuu asiakkaan ja organisaation välisissä vuorovaikutuspisteissä (Saarijärvi & Puustinen 2020, 20). Digipalvelut-yksikkö on vastuussa tukipalveluiden järjestämisestä ja yksikön toiminta näkyy peruskäyttäjille tuen toimintana sekä

HUS Tietohallinnon ATK-avun verkkopalvelussa, häiriö- ja muutoshallintavies-
tinnässä.

Teoreettiseen viitekehykseen kuvassa 3 tiivistyy aiheen rajaus organisaation tunnettavuuteen sidosryhmien keskuudessa. Palveluiden omistajuuteen ja si-
dosryhmille näkyvään ja kokemaan palvelulupaukseen sekä brändiin. Nämä
kiteytyvät toimivina palvelukonsepteina, jotka parantavat Digipalvelut-yksikön
asiakkaiden asiakaskokemusta.



Kuva 3 Teoreettinen viitekehys

Aikaisemmin tehtyjen sidosryhmähaastatteluin perusteella Digipalvelut-yksi-
kön toimintaa ei tunneta tarpeeksi sidosryhmissä (Saarela 2022). Jotta asia-
kaskokemusta voidaan parantaa ja johtaa, asiakkaan pitää tunnistaa, minkä
tahon kanssa hän asioi. Vahvistamalla Digipalvelut-yksikön brändiä ja tuo-
malla palveluissa vahvemmin esiin yksikön omistajuutta, voidaan asiakasta
auttaa tunnistamaan palveluntarjoajat ja -järjestäjät. Jotta palveluita voidaan

kehittää, asiakkaiden ja palvelua tuottavan organisaation tarpeet ja odotukset pitää ymmärtää (Tuulaniemen 2011, 99).

2.4 Tutkimuskysymykset

Digipalveluilla on kolme kanavaa palveluidensa tarjoamiseen ja tiedottamiseen: ATK-avun verkkoportaali, jossa sijaitsee myös Tietohallinnon tukikanavat, sekä intranet ja sähköposti. Verkkoportaalaa käytetään myös suoraan yhteydenottoon 3-osapuolen tukeen tai järjestelmätoimittajiin. Verkkoportaalissa Digipalvelut-yksikön palvelut eivät ole tunnistettavissa yksikön palveluiksi, ja intranetissä Digipalvelut-yksikön intrasivu on vaikeasti löydettävä ja jakaantunut pääsivun lisäksi kahteen alasuviin Digipalvelut (Kuvantaminen) ja Digipalvelut (Laboratorio).

Tutkimuskysymykset:

- Miten HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut-yksikön tunnistettavuutta ja palveluita voidaan selkeyttää palvelumuotoilua hyödyntäen?
- Miten tuetaan käyttäjää tunnistamaan palvelu, tekninen ympäristö sekä tuki ja asiakaspalvelurajapinta?
- Kuinka palvelumuotoilun keinoja voidaan hyödyntää organisaatiossa palveluiden ja prosessien vastuun sekä omistajuuden viestinnässä?

Tämän opinnäytetyön pääkysymys on se, miten HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut-yksikön tunnistettavuutta ja palveluita voidaan selkeyttää palvelumuotoilua hyödyntäen ja opinnäytetyön alakysymyksiä ovat: Miten tuetaan käyttäjää tunnistamaan palvelu, tekninen ympäristö sekä tuki ja asiakaspalvelurajapinta? sekä kuinka palvelumuotoilun keinoja voidaan hyödyntää organisaatiossa palveluiden ja prosessien vastuun sekä omistajuuden viestinnässä?

Brändi on asiakkaan ja yrityksen yhteisluomus (Vierula 2021, 178). Jos asiakas ei tunnista palvelusta palveluntarjoajaa, organisaation brändiä ei voi muodostua. Brändi-viestintää voidaan toteuttaa asiakkaiden kokemissa kontaktipisteissä (Tuulaniemi 2011, 99), jolloin löytämällä tapa viestiä palveluiden

omistajuus ja lisäämällä organisaation tunnistettavuutta, voidaan auttaa asiakasta tunnistamaan palvelu ja palvelun tarjoava organisaatio.

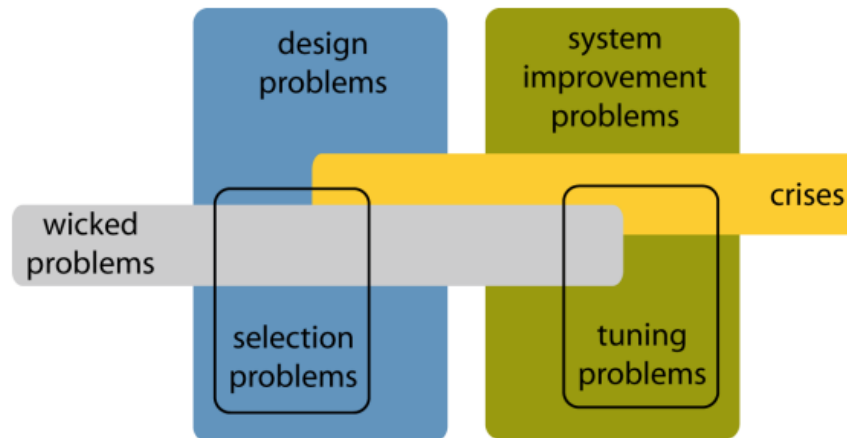
3 PALVELUMUOTOILU

Tuulaniemen (2011, 25–27) mukaan palvelumuotoilussa lähestytään kokonaisvaltaisesti kehitettävää palvelua, jossa yhdistyy käyttäjien tarpeet, odotukset ja palvelun tuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimivaksi palveluksi. Jungingerin (2013, 1) mukaan on yhä tärkeämpää ymmärtää menettelytapojen luomista, niiden implementointia ja suunnittelua, jotta voidaan innovoida ja muuttaa hallintamalleja.

Brownin (IDEO 2019) mukaan muotoiluajattelu on ihmiskeskeinen lähestymistapa innovaatioihin, joka muodostuu palvelumuotoilijan työkaluista yhdistäen ihmisten tarpeet, teknologiset mahdollisuudet ja menestyksekkään liiketoiminnan vaatimukset. Muotoiluajatteluun liitetään yleensä aikaisen vaiheen kokeilut, joissa ideat konkretisoidaan prototyypeiksi, ja näistä oppiminen (Maula & Maula 2019, 20).

3.1 Ongelman määrittely

Ulrichin (2011, 16) mukaan kaikki ongelmat voidaan jakaa kahteen kategoriaan, suunnitteluongelmiin ja järjestelmän parantamiseen liittyviin ongelmiin, muut kategoriat joko ovat päällekkäisiä tai sisältyvät näihin kahteen jakoon. Kuvassa 4 on esitetty Ulrichin (2011, 16) jako kuudentyyppisiin ongelmiin: Suunnitteluongelmat liittyvät uusien tuotteiden tai palveluiden tuottamiseen puutteeseen ja valintaan liittyvät ongelmat liittyvät haasteeseen vaihtoehtojen valinnasta.



Kuva 4 Kuusi ongelmatyyppiä (Ulrich 2011)

Toisin kuin suunnitteluongelmat, järjestelmien ongelmat liittyvät olemassa olevien esineiden tai järjestelmien muokkaamiseen, jotka usein liittyvät olemassa olevan suorituksen vertaamiseen ideaaliin tilanteeseen. Ongelman ratkaisija keskittyy vaihtoehtoisin lähestymistapoihin suorituskyvyn parantamiseksi tai virheiden vähentämiseen järjestelmässä. Hienosäätöön liittyvät ongelmat on rajoitettu olemassa olevan asian asteittaiseen parantamiseen. Kriisit ovat ongelmia, jotka pitää ratkaista nopeasti. Kriisit voivat syntyä suunnitteluongelmista tai järjestelmän parannusongelmista, tai molemmista. Pirullinen on kaikenkattava termi ongelmille, jotka ovat poikkeuksellisen vaikeita ratkaista ja joille selkeä määrittely on vaikeaa. Pirullisissa ongelmissa esimerkiksi sidosryhmien tavoitteet ovat ristiriidassa keskenään. Kriisien tapaan pirulliset ongelmat voivat olla suunnitteluun tai järjestelmän parantamiseen liittyviä ongelmia. (Ulrich 2011, 16–18.)

3.2 Digitaalisten palveluiden muotoilu ja saavutettavuus

Digitaalinen murros on muuttanut muotoilijoiden työtä, sillä muutoksia pystytään tekemään nopeasti ja tuote tai palvelu ei välttämättä ole ikinä valmis, vaan näitä hiotaan jatkuvasti. Maailman monimutkaistuminen ja lisääntynyt datan määrä tuo uusia haasteita tiedon hankkimiseen, sen optimaalinen hyödyntämiseen, ja olennaisen tiedon erottamiseen epäolennaisesta on yhä tärkeämpää. (Maula & Maula 2019, 108.)

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta (15.3.2019/306, 3 §) ohjaa julkisoidellisten laitosten ja viranomaisten digitaalisten palveluiden suunnittelua ja

23.9.2019 jälkeen kokonaan uudistettuja intranet- ja ekstranet-sivustoja. Saavutettavuus on ihmisten moninaisuuden huomiointia verkkosivujen ja sovellusten suunnittelussa ja toteutuksessa. Palveluntarjoajan on varmistettava palveluidensa sisältöjen havaittavuus, ymmärrettävyys, käyttöliittymien ja navigoinnin hallittavuus ja toimintavarmuus saavutettavuusvaatimusten mukaisesti. Saavutettavan digipalvelun suunnittelussa ja toteutuksessa huomioidaan tekninen toteutus eli tekninen saavutettavuus (toiminta eri päätelaitteilla ja avustavilla teknologioille, kuten puheohjauksella tai ruudunlukuohjelmilla), helppokäyttöisyys (palvelun helppo hahmotettavuus, sivujen nimien selkeys ja kuvaavuus, navigaation ja halutun suorituksen vaivattomuus) ja sisältöjen selkeys ja ymmärrettävyys (selkeys, luettavuus ja sisällön tarjoaminen monikanavaisena). (Aluehallintovirasto s.a.; Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 15.3.2019/306, 7 §.)

3.3 Palvelumuotoilu osana julkisen toimijan liiketoimintaa

Sirendin ja Taveterin (2016, 1) mukaan on tärkeää huomioida, kun suunnitellaan ja kehitetään julkisen sektorin palveluita ja näitä tukevia hallinnollisia prosesseja, ja että palvelun sidosryhmissä on ainakin kahta erityyppistä käyttäjää: palvelun käyttäjiä ja palvelun tarjoajia. Eri sidosryhmien erilaisuus lisää palveluiden ja prosessien monimutkaisuutta. Lisäämällä sidosryhmien mallinnuksia, joissa kuvataan rooleja, tavoitteita, sidonnaisuuksia ja tietoa, voidaan suunnitella parempia julkisia palveluita ja nostaa julkisten palveluiden tuottavuutta. (Sirendi & Taveter 2016, 1.)

Julkisten palveluiden menettelytapojen suunnittelu on historiallisesti perustunut siihen, että muotoilun osuutta on pidetty oleellisena vain menettelytapojen implementoinnissa, eikä niinkään muotoiluajattelun ja muotoilun metodien käyttämisessä jo menettelytapojen luomisprosessissa (Junginger 2013, 3). Miettisen (2014, 7) mukaan julkisten palveluiden ongelmia ratkojaan hyvillä tarkoituksella aiheutettujen säädösten ja normien viidakossa. Vakkurin ym. (2012, 139) mukaan valtion, kuntien ja muiden toimijoiden on sovittava rajalliset toimintaresurssit näihin poliittisesti määriteltyihin tehtäviin ja palveluntarpeisiin. Sovittamisessa eri toimijat onnistuvat eri tavoin, jonka takia toiminnassa on tuottavuuseroja. Tuottavuuserot voivat perustua käytännön toimijoiden kokemuksiin tai todennetun ja idealisoidun maailman välillä. Haasteena

julkisen organisaation vaikuttavuuden määrittelyssä on se, miten määritellään toiminnan relevantit alueet. Mekaaninen tuottavuuden tarkastelu ei pysty huomioimaan palvelutarpeen ja vaikuttavuuden näkökulmia, sillä verorahoitteen toiminnan tarkoitus on vastata tarpeeseen, joka voi myös tarkoittaa tarpeen vähentämistä ennaltaehkäisevällä toiminnalla. (Vakkuri ym. 2012 138, 143–144, 150.)

3.4 Asiakaskokemus

Jokainen organisaatio tuottaa asiakaskokemusta toiminnallaan. Asiakaskokemus syntyy, kun asiakas on analogisessa tai digitaalisessa vuorovaikutuksessa organisaation brändin, tuotteiden, mainonnan ja/tai palveluntarjoajan kanssa. Asiakkaan kokema arvo, kilpailukeinot ja arv lupaus muodostuvat organisaation valinnoista. Strategiassa on ensin määriteltävä tavoitettava asiakaskokemus ja tämän jälkeen pohtia sen teknistä toteuttamista. Asiakas arvo muodostuu asiakaskokemuksen kautta ja arvoa voidaan luoda kilpailukeinoilla, esimerkiksi hinnalla, sijainnilla tai aukioloajoilla. (Maula & Maula 2019, 64; Saarijärvi & Puustinen 2020, 45–46.)

Saarijärven ja Puustisen (2020, 45–46) mukaan strategisessa näkökulmassa määritellään kenelle, miten ja millaista asiakaskokemusta organisaatio tavoittelee. Tuulaniemen (2011, 74) mukaan asiakaskokemus voidaan jakaa toiminnan, tunteiden ja merkitysten tasoihin: Toiminnan taso kuvaa palvelun kykyä vastata asiakkaan funktionaaliseen tarpeeseen, tunnetaso kuvaa asiakkaalle syntyviä tuntemuksia sekä kokemuksia ja merkityksen taso kuvaa kokemukseen liittyviä oivalluksia, suhdetta asiakkaan elämäntapaan ja identiteettiin sekä kokemuksen henkilökohtaisuutta. Asiakastarpeet ovat sitä, mitä asiakas tarvitsee tai haluaa, joihin yritys tai organisaatio pyrkii vastaamaan. Asiakastarpeet ovat monitasoisia ja yritysten on tärkeää nähdä ja ymmärtää myös asiakkaan sanallistamattomia tarpeita. Asiakasodotukset kohdistuvat johonkin tuotteeseen tai palveluntarjoajaan. Jos asiakkaalla ei ole aikaisempaa kokemusta palvelusta, odotustaso muodostuu ympäristöstä havainnoimalla, läheisten suosittelusta, organisaation brändistä, markkinointiviestinnän antamista lupauksista ja muusta saatavilla olevasta tiedosta. Tämän takia on tärkeää pohtia palvelua suunnitellessa, millaisilla visuaalisilla tekijöillä asiakkaan odotustason voidaan vaikuttaa. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 93–94.)

Saarijärven ja Puustisen (2020, 95) mukaan yleisiä asiakasodotuksia, jotka ovat muodostuneet tai muodostumassa asioiksi, jotka asiakkaat odottavat olevan kunnossa, ovat: personoitu asiakaskokemus, monikanavainen asiointi, läsnäolo ja reagointi yhteydenottoihin, helppo ja vaivaton asiointi, yhdenmukainen viestintä, nopeus, asiakkaan mahdollisuus tehdä itse päätöksiä, osaava ja ammattitaitoinen asiakaspalvelu ja reklamaatioiden nopea ja asianmukainen käsittely. Yleisten asiakasodotusten lisäksi asiakkaille muodostuu erityisiä odotuksia monen tekijän yhteisvaikutuksena, joita ovat: mielikuva toimialan normista, aiemmat asiakaskokemukset, brändi, aineettomat laatuvihi-jeet, markkinointi ja muu viestintä ja myönteinen tai kielteinen suosittelu. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 95–98.)

Saarijärven ja Puustisen (2020, 107) mukaan on tärkeää, että organisaatio pystyy kääntämään pettymykset positiivisiksi asiakaskokemuksiksi, sillä onnistunut reklamaation käsittely nostaa asiakastytyvyyttä korkeammalle kuin missä se oli ennen epäonnistumista. Tuulaniemen (2011, 99) mukaan palvelua voidaan kehittää entistä paremmin vastaamaan asiakkaiden ja palvelua tuottajan organisaation tarpeita ajatellen, kun asiakkaiden tarpeet ja odotukset on ymmärretty. Jotta asiakaskokemusta voi johtaa, organisaatiossa pitää olla ymmärrys siitä, millaisia odotuksia asiakkailta on, sillä asiakkaan odotukset vaihtelevat palvelusta ja tilanteesta riippuen. Huonoja asiakaskokemuksia voidaan vähentää ohjeilla, normeilla ja standardoimalla toimintaa, mutta samalla ne voivat vähentää erityisen hyviä asiakaskokemuksia, sillä virheiden välttely vähentää luovuutta ja asiakaskokemus keskinkertaistuu. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 100–104.)

3.5 Yhteiskehittäminen

Tämä lähestymistapa suunnitteluun korostaa muotoilun menetelmien hyödyntämistä monimutkaisten palveluprosessien suunnittelussa. Suunnittelyyhteistyötä tehdään eri alojen asiantuntijoiden ja palvelun loppukäyttäjän kanssa. Yhteissuunnittelun vahvuus on asian käsittely eri näkökulmista ja näiden näkökulmien tuominen yhteen, joka paljastaa uusia suunnittelumahdollisuuksia, ratkaisuja ja ongelmia, jotka eivät muuten olisi tulleet esille. (Vaajakallio & Mattelmäki, 77, 80.)

Yhteiskehittämisellä tuetaan osallistuvuutta, yhteisöllisyyttä ja luodaan mahdollisuuksia vaikuttaa ja antaa valtaa toimijoille. Julkisten palveluiden yhteiskehittämistä perustellaan laatuargumentilla eli kansalaisten tarpeiden huomioimisella, demokratia-argumentilla eli kansalaisten osallistamisella, tuottavuusargumentilla eli resurssien tehokkaalla hyödyntämisellä ja innovaatioargumentilla eli uusilla ja luovilla ideoilla sekä legitimitiargumentilla eli palveluiden yleisellä hyväksyttävyydellä. (Jalonen 2019, 305.)

4 BRÄNDI JA PALVELULUPAUS

4.1 Palvelumuotoilu ja brändi

Brändi on yrityksen identiteetti, jonka tehtävä on tuottaa arvoa asiakkailleen, brändi on asiakkaan ja yrityksen yhteisluomus (Vierula 2021, 178). Palvelumuotoilussa luodaan brändisuhdetta asiakkaan palveluntuottajan välillä. Palvelumuotoilussa suunnitellaan palveluun liittyvää tila- ja esineympäristöä sekä kaksisuuntaista vuorovaikutusta ja tulkitaan palveluntuottajan brändiviestintää eri jakelukanavissa ja asiakkaiden kokemissa kontaktipisteissä (Tuulaniemi 2011, 99).

Brändin tehtävä on tiivistää olennainen ja puhutella kohderyhmää. Brändi sisältää yrityksen arvot, se ohjaa johtamista, palvelumuotoilua, myyntiä, kehittämistä ja asiakaskokemusta. Kun kilpailuetu on määritelty yritykselle, brändin toiminnallinen, sisällöllinen ja visuaalinen sisältö suunnitellaan. Jos toimiva yritys on jo luonut mielikuvaa, niin brändiuudistuksessa on tärkeää ottaa vanhaan mielikuvaan liittyvien käsitysten rikkomisen osaksi tavoitteellista toimintaa brändäyksellä ja viestinnällä. Brändin määrittelyssä on hyvä välttää ”kevytbrändäykseksi” liitettävää määrittelyä esimerkiksi ”ketterä”, ”vastuullinen” tai ”helposti lähestyttävä”, sillä näistä puuttuu identiteetti, erottuvuus ja persoonallisuus, ja nämä ovat vain perusedellytyksiä yritykselle. (Vierula 2021, 179, 181–182.)

4.2 Organisaation identiteetin ja brändin johtaminen

Yrityksen brändi-identiteetti muotoutuu yrityksen kasvun ja muutoksen mukana ja yrityksen brändi-identiteetin tulisi olla rekrytoinnin pohjana, jotta yhteisöön liittyy saman arvomaailman jakavia työntekijöitä. Organisaatiokulttuuri ja rituaalit linkittyvät arvoihin ja ideoihin, ja auttavat muodostamaan yhteisöä. Hajautetussa ympäristössä yhteisö tarvitsee välineen, jonka kautta yhteydenpito tapahtuu. Monipaikkaisuus heikentää koko organisaatiossa vallitsevaa yhteisöllisyyttä, sillä yhteisö rakentuu oman toimipisteen ympärille ja yhteisen tekemisen ja yhteydenpidon kautta. Virtuaaliset kommunikointialustat tarjoavat mahdollisuuden brändiyhteisön syntyyn ja kulttuurin sekä yhteishengen muodostamiseen. Sitoutuminen yhteisiin tuloksiin ja tavoitteisiin edesauttaa yhteisön syntymistä. Hajautetun organisaation sisäistä brändiyhteisöä voidaan vahvistaa myös palkitsemalla ja huolehtimalla henkilöstön hyvinvoinnista esimerkiksi järjestämällä vapaa-ajan tapahtumia. (Nurkkala 2021, 55–57.)

Marinin väitöskirjassa (2021, 4) organisaation identiteetin teoretisoinnin rinnalle tuodaan ilmiön affektiivisuus ja yhteys tunteisiin. Organisaatioidentiteetti ja jäsenten tulkinta siitä ”keitä me olemme organisaationa”, vaikuttaa keskeisesti muutoksien onnistumiseen. Organisaation identiteetti ja tunteet ovat keskeisiä tekijöitä suunniteltujen muutosten epäonnistumisessa, jos organisaatiossa ollaan muutosprosessin aikana eri mieltä muutosten tarpeellisuudesta ja jäsenet menettävät tunteensa siitä keitä ”me olemme” ja ”mitä meistä tulee”. Jos kokemus ja tunne ”meistä” häviää, muutoshankkeet epäonnistuvat ja monet yrityksen avainhenkilöt voivat jättää organisaation ilman, että yritysjohto sitä kykenee estämään. Tämän takia yrityskaupoissa on tärkeää olla tietoinen tunnedimension merkityksestä. Yrityskaupoissa usein korostetaan, mitä ollaan ostamassa, eikä ketä. (Marin 2021, 8–9.)

Kokemukset sosiaalisesta yhteenkuuluvuudesta, työhyvinvoinnista, yhteishengestä ja yhteisestä ”tekemisen meaningistä” rakentavat affektiivisen tason yhteisöllisyyttä. Organisaation identiteettiin liittyy myös kokemus yhteisötason kyvykkyydestä suhteessa tunteisiin. Organisaation jäsenen tulee osaltaan toteuttaa yksilö- ja yhteisötasolla osaansa tunnekyvykkäänä organisaationa esi-

merkiksi huumorin, hauskuuden, välittämisen ja avuliaisuuden keinoin. Organisaatioidentiteettiin liittyvät myös sidosryhmien tulkinnat ja kokemukset sekä asiakkaan tunteet. (Marin 2021, 136, 147, 161.)

4.3 Visuaalinen brändi

HUSin brändikäsikirjassa (HUS 2022a, 5) määritellään brändin eli mielikuvan muodostuvaan teosta, sanoista ja ilmeestä. HUSin graafisessa ohjeessa linjataan HUSin ilmeen peruselementit. Kuvassa 6 esitetään HUSin brändikäsikirjassa esitetyt brändivärit, huomiovärit ja tukivärit. Brändiväreiksi on valittu sininen, turkoosi ja yleisilmeessä suositeltava valkoinen. Brändivärejä elävöitetään huomioväreillä ja raikkailla tukiväreillä. Värejä suositellaan käytettävän pääasiassa 100-prosenttisina väreinä, mutta monipuolisen käytön helpottamiseksi esimerkiksi verkkoympäristössä, väreistä on määritelty myös vaalemmat sävyt. (HUS 2022a, 19; HUS 2022b, 8–9.)



Kuva 5 HUS brändivärit (HUS 2022a, 19)

Värien käytössä ohjeistetaan käyttämään malttia ja pitämään pääväreinä brändivärit, turkoosi/ ja tai sininen. Tukivärejä ohjeistetaan käyttämään graafiseen kuvitukseen, infografiikkaan ja kaavioiden väreihin. Näiden värien isäksi HUSilla on kuusi saavutettavaa väriä väripaletissa, jotka on esitetty kuvassa 6.



Kuva 6 Saavutettavat värit (HUS 2022b, 19)

Näiden saavutettavien värien kontrasti on tarpeeksi suuri valkoisen kanssa tai näiden värien vaaleampia sävyjä käyttämällä erilaisissa väriyhdistelmissä päästään riittävään kontrastiin. Tumman vihreää ja punaista on ohjeistettu käyttämään funktionaalisina väreinä digitaalisissa toiminnoissa. Punaista käytetään huomiovärinä ilmoittamaan virheestä tai poikkeustilanteesta ja vihreää käytetään onnistumisten viestintään. (HUS 2022b, 9, 12.)

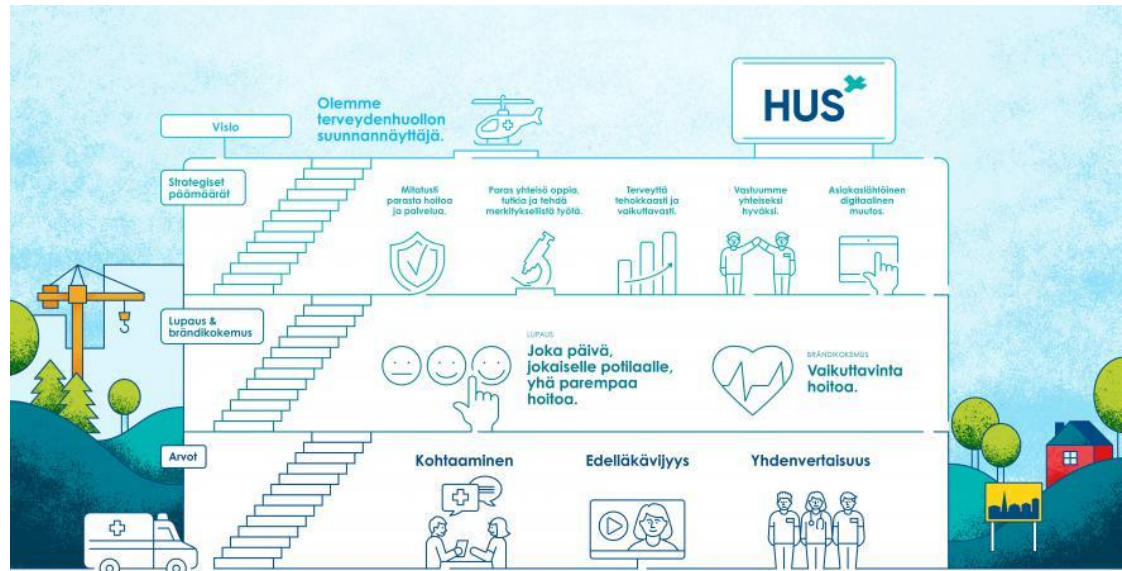
5 VISIO JA ARVOLUPAUS

Asiakasarvo, kilpailukeinot ja arvolupaus määrittävät, millaisella asiakaskokemuksella organisaatio haluaa menestyä (Saarijärvi & Puustinen 2020, 47). Arvolupaus määrittää ja tiivistää sen, mitä yritys tarjoaa asiakkailleen. Arvolupauksessa määritellään, kenelle tuote tai palvelu on tarkoitettu, mikä on asiakkaan saama hyöty ja tuotteen tai palvelun ainutlaatuisuus. (Tuulaniemi 2011, 33.)

Maulan & Maulan (2019, 72) mukaan onnistuneen asiakaskokemuksen taustalla on hyvä työpaikkakokemus, sitoutunut ja tyytyväinen työntekijä suoriutuu hyvin ja sietää kiirettä, painetta ja hankalia tilanteita paremmin. Sisäinen brändäys lisää työntekijöiden työtyytyväisyyttä ja sitoutuneisuutta. Sisäisen brändäyksen tavoitteena on saada yrityksen toiminta yhdenmukaisesti strategiaksi, ja tämä vaatii koko organisaation tuen ja sitoutumisen. Brändillä luodaan työntekijöihin emotionaalinen side. (Nurkkala 2021, 2, 20–21.)

5.1 Organisaation arvolupaus ja visio

Kuvassa 7 on esitetty HUSin arvot, lupaus ja brändikokemus ja strategiset päämäärät, jotka muodostavat HUSin vision. HUSin visio on olla terveydenhuollon suunnannäyttäjä, jonka lupaus on tarjota joka päivä, jokaiselle potilaalle yhä parempaa hoitoa. (Arvot ja strategia s.a.)



Kuva 7 HUS strategia (Arvot ja strategia s.a.)

HUSin strategisia päämääriä (kuva 7) on tuottaa mitatusti parasta hoitoa ja palvelua, olla paras yhteisö oppia, tutkia ja tehdä merkityksellistä työtä, terveyden edistäminen ja vaikuttavasti. HUSin vastuulla on toimia yhteiseksi hyväksi ja tehdä digitaalinen muutos asiakaslähtöiseksi.

HUS Diagnostiikkakeskuksen viestintä pohjautuu HUSin arvoihin, joita ovat kohtaaminen, edelläkävijäisyys ja yhdenvertaisuus. HUS Diagnostiikkakeskuksen pääviesti on, että tarjoamme parhaat palvelukokonaisuudet kliinikkoasiakkaalle ja takaamme potilasasiakkaalle sujuvan asioinnin, tuotamme terveyttä koko väestölle ja samalla kokoamme parhaat osaajat hyvään työpaikkaan. (Koskenvuo 2022, 1–2.)

5.2 Digipalvelut-yksikön visio ja arvot

Digipalvelut-yksikön visio ja arvot perustuvat HUSin ja HUS Diagnostiikkakeskuksen strategiaan. Digipalvelut-yksikkö on tämän lisäksi määritellyt omalla in-

tranetin alasuullaan olevansa terveydenhuollon diagnostisten järjestelmien asiantuntija, joiden visio on olla valtakunnallinen edelläkävijä, palveleva ja asiakaslähtöinen digiosaaja. Strategisessa näkökulmassa määritellään kenelle, miten ja millaista asiakaskokemusta tavoitellaan (Saarijärvi & Puustinen 2020, 45–46). Digipalvelut-yksikön strateginen näkökulma kiteytyy palvelulu-paukseen, joka on tuottaa asiakaskeskeisiä HUSin arvojen mukaisia palveluja asiakkaillemme päivittäisen työn sujuvuuden varmistamiseksi (Digipalvelut s.a.).

6 MUUTOSJOHTAMINEN JA VIESTINTÄ

Menettelytapa on suunnittelutermein ohjenuora tai viitekehys, joka rajaa palveluiden ja tuotteiden tyyppiä, suhteita ja millä tavoin vuorovaikutukset ovat mahdollisia, millaiseen käyttötapaan rohkaistaan tai millaista yritetään välttää. Menettelytapa on myös tulos suunnittelukäytännöistä, joissa käytetään tiettyä suunnittelukonseptia tai metodia. Menettelytapojen implementoinnissa ja suunnittelussa on tunnistettavissa neljä osa-aluetta: Olemassa olevien tapojen viestiminen sopivilla keinoilla, olemassa olevien tapojen implementointi palveluiden ja tuotteiden kautta, uusien ja olemassa olevien tapojen tiedottaminen kehitysprosessissa kerätyn näkemyksen avulla ja tulevien menettelytapojen visiointi, jotka perustuvat inhimillisiin lähestymistapoihin. (Junginger 2013, 3–4.)

Muutostilanteessa epätietoisuuden ja negatiivisten vaikutusten minimoimiseen koettiin oikea-aikainen, sisältöinen, ja luottamusta rakentava muutosviestintä. Organisaation jäsenille on tärkeää saada välittömästi tietoa muutoksen tapahduttua ja sen mahdollisista vaikutuksista organisaatioon ja sen jäseniin. Muutoksessa organisaatio saa turvaa organisaatio identiteetin sisäistäneestä johtajasta. (Marin 2021, 132–133, 135.)

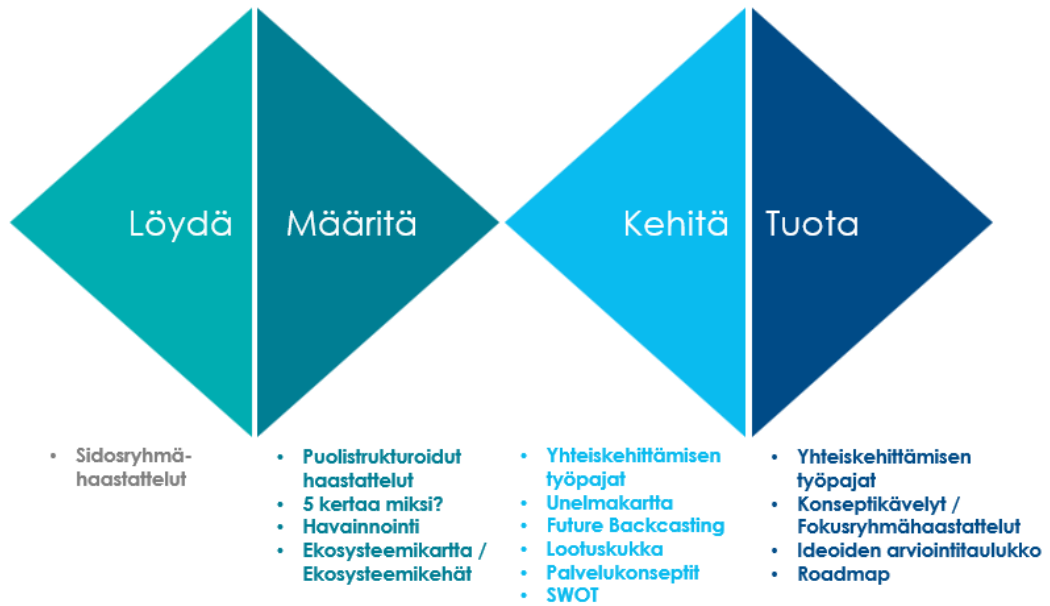
Brändimuutoksen johtamisessa huomattiin, että organisaation kulttuuri, identiteetti ja imago muodostavat merkitysjärjestelmän, joka on tärkeä osa brändi-identiteettiä. Brändin pitää olla harmoniassa identiteetin kanssa, jotta viestinnässä onnistuminen on parempaa. Kestävässä brändissä johdon ja työntekijöiden on samaistuttava organisaatioihin arvoihin. Usein brändinrakennus voi

epäonnistua johtuen vakuuttavan viestinnän puutteesta. Voimakkaille brändeille on ominaista innostuneet johtajat, jotka puhuvat ja elävät arvojen mukaisesti – aitous auttaa työntekijöitä sitoutumaan arvoihin paremmin. (Karjalainen 2009, 59–61.)

7 TUTKIMUSMENETELMÄT

Opinnäytetyön tutkimusprosessin eteneminen on kuvattu British Design Councilin tuplatimantti-prosessimallilla. Kaksi timanttia kuvaa prosessissa aiheen tutkimista laajemmin tai syvemmin (divergentti ajattelu) ja tämän jälkeen toiminnan oikeaa kohdistamista (konvergentti ajattelu). Ensimmäinen timantti (*löydä ja määritä*) auttaa ymmärtämään olettamisen sijaan, mikä ongelma on. Tähän kuuluu haastattelua ja havainnointia. *Löydä*-vaiheessa kerätty näkemys auttaa ongelman määrittelyssä. Toisen timantin *kehitä*-vaiheessa rohkaistaan ihmisiä ideoimaan erilaisia vastauksia valittuun ongelmaan, etsitään inspiraatiota muualta ja suunnitellaan yhteiskehittämisen keinoin. *Tuota*-vaiheessa eri vaihtoehtoja testataan pienessä mittakaavassa, kehittäen niitä vaihtoehtoja, jotka toimivat ja hylkäämällä toimimattomat. (Stickdorn 2011, 127; Design Council 2019.)

Opinnäytetyön painotus on tuplatimantin *kehitä* ja *tuota* puolella. Opinnäytetyössä käytettävät tutkimusmenetelmät ja tulosten käsittely on havainnollistettu kuvattu kuvassa 8.



Kuva 8 Menetelmät tuplatimanttimallissa, mukaillen Design Council 2019

Ongelman määrittelyä on tehty Diagnostiikkakeskuksen puolella kehityspäällikön toimesta 2021 sidosryhmähaastatteluissa, joissa opinnäytetyön aiheen teemat nousivat esiin. Ongelman määrittelyn rikastamiseksi haastatellaan puolistrukturoidulla haastattelulla sidosryhmien edustajia. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset on laadittu ennakkoon ja ne esitetään samassa muodossa, mutta vastaamisen tapa on vapaa (Hyvärinen ym. S.a.). Haastatteluissa käytetään 5 kertaa miksi-työkalua mahdollisten ydinongelmien esiintuomiseksi. Menetelmässä kysytään havaitun selkeän ongelman kohdalla viisi kertaa haastateltavalta: ”miksi”, jotta päästään kiinni pintaongelman sijaan taustalla vaikuttavaan ydinongelmaan. (Stickdorn & Schneider 2011, 166.)

Haastatteluiden muistiinpanojen ja / tai videoitujen tallenteiden perusteella tulokset käsitellään ja luokitellaan teemoittain laadullisen sisällönanalyysin keinoin ja tiivistelmä liitetään opinnäytetyöhön. Laadullisessa sisällönanalyysissä tutkija tunnistaa ja nimeää aineistosta sisällöllisiä elementtejä, jotka kertovat tutkittavasta asiasta. Sisällönanalyysin tavoitteena on luoda selkeä sanallinen kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. (Vuori s.a.)

7.1 Puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu

Puolistrukturoidulla haastattelulla, eli teemahaastattelulla, pyritään tutkimaan erilaisia ilmiöitä ja hakemaan vastauksia ongelmiin. Teemahaastattelussa on etukäteen valitut teemat ja niihin liittyviä tarkentavia kysymyksiä, jotka perustuvat viitekehykseen eli tutkittavasta ilmiöstä jo tiedettyyn. Teemahaastattelussa voidaan tarkentaa ja syventää kysymyksiä saatujen vastausten perusteella, jotta saadaan tutkimuskysymyksiin liittyviä merkityksellisiä vastauksia. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.1.1.)

Havainnoinnin ja haastattelun yhdistäminen on monesti hedelmällistä ja havainnoinnilla voidaan monipuolistaa haluttua tietoa ilmiöstä tai selventää käytäytymistä (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.2.). Haastattelut suoritetaan Teams-haastatteluina, jolloin haastateltavaa voidaan pyytää demonstroimaan käsiteltävään asiaan liittyviä seikkoja jakamalla työpöytänsä.

7.2 Laadullinen sisällönanalyysi

Aineistolähtöinen sisällönanalyysi perustuu tulkintaan ja päättelyyn, jossa rakennetaan kuva tutkittavasta ilmiöstä. Prosessi aineistolähtöisessä lähestymistavassa kuvaan kolmivaiheiseksi. Ensin aineisto pelkistetään, eli poistetaan tutkimukseen epäolennaisesti liittyvät asiat. Tämän jälkeen aineisto ryhmitellään, jolloin samaa ilmiötä kuvaavat käsitteet ryhmitellään ja luokitellaan eri luokiksi ja alaluokiksi. Alaluokkien ja yläluokkien yhdistelmistä muodostuu pääluokka, joka on yhteydessä tutkimustehtävään. Abstrahoinnissa eli käsitteellisyydessä edetään teoreettisiin käsitteisiin ja johtopäätöksiin, yhdistelmällä luokituksia niin kauan kuin se sisällön näkökulmasta on mahdollista. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.4.3.)

7.3 Ekosysteemikehä ja ekosysteemikartta

Palveluekosysteemi muodostuu palveluun liittyvistä toimijoista, organisaatioista, ympäristöistä ja kontaktipisteistä. Palveluekosysteemin mallinnukseen avulla voidaan havaita asiakkaille arvoa tuottamattomat tai puuttuvat elementit. (Tuulaniemi 2011, 99.)

Toimintaympäristön tarkempaan selvittämiseen käytetään palvelumuotoilun työkaluista *ekosysteemikehä* ja *ekosysteemikartta*-työkaluja. *Ekosysteemikehillä* kuvataan toimintaympäristön monimutkaisuutta visualisoimalla vuorovaikutussuhteet niin käyttäjän, sidosryhmän kuin esineiden ja ympäristön tasolla. *Ekosysteemikartassa* kuvataan kaikkia kokonaisuuksia, niiden vuorovaikutusta ja suhteita, jotka vaikuttavat toimintaympäristöön. *Ekosysteemikartta* sisältää kaikki avaintekijät, joilla on vaikutusta käyttäjään, organisaatioon ja palveluympäristöön. (Ecosystem Map s.a.; Ecosystem Loops s.a.)

7.4 Yhteiskehittämisen työpajat

Määritä-vaiheessa saatujen tietojen perusteella kehittämissä vaiheissa järjestetään yhteiskehittämisen työpajoja. Yhteissuunnittelua toteutetaan erilaisilla luovilla tekniikoilla, tavoitteena tuottaa yhdessä tietoa ja ratkaisuja. Yhteissuunnittelussa korostetaan muotoilun menetelmien hyödyntämistä monimutkaisten palveluprosessien suunnittelussa. Suunnitteluyhteistyöhön osallistuvat asiantuntijat ja palveluiden loppukäyttäjät. (Vaajakallio & Mattelmäki 2016, 77.)

Ensimmäinen työpaja on suunnattu Digipalvelut-yksikön asiantuntijoille. Työpajassa käytetään *unelmakartta* ja *future backcasting*-menetelmiä soveltaen. Työpajassa ideoidaan Digipalvelut-yksikön palvelulupaukseen liittyviä tekijöitä ja ratkaisuja aikaisemmissa vaiheissa esiin tulleisiin kehityskohteisiin. Unelmointivaiheessa osallistujien on tarkoitus ilmaista ihannekuva käsiteltävästi asiasta ja unelmointi päätetään muotoilemalla tulevan toiminnan tavoiteltu asiointi konkreettiseksi tavoitteeksi (Summa & Tuominen 2009, 33). *Future backcasting*-menetelmässä pohditaan ja ideoidaan, miten haluttuun tulevaisuuskuvaan päästään (future backcasting s.a.). Työpajassa käytettiin myös *lootuksenkukka*-menetelmää ATK-avun verkkopalvelun kehittämisen tarkempaan ideointiin. *Lootuksenkukka*-työkalussa keskelle sijoitetaan keskeinen idea ja sen ympärille ideoidaan 8 uutta ideaa. 8 uuden idean ympärille ideoidaan 8 uutta ideaa, jolloin saadaan 64 syventävää ajatusta nopeasti. (Alhonen & Iloranta 2021, 20.)

Työpajan jälkeen opinnäytetyön tekijä tekee ideoista vaihtoehtoisia palvelukonsepteja, joista tehdään *SWOT*-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). *SWOT*-analyysin avulla konsepteja iteroidaan, jotta saadaan tuotettua konseptit, joissa uhat ja heikkoudet on huomioitu mahdollisimman hyvin. (Hollensen 2006, 70.)

Tehtyjä konsepteja testataan *yhteiskehittämisen työpajoissa* sidosryhmien edustajien kanssa. Testaamisessa käytetään *fokusryhmähaastattelua* ja *konseptikävely*-metodia. Fokusryhmähaastattelussa kootaan ryhmä pohtimaan aihetta (Hyvärinen ym. S.a.). Konseptikävelyssä ryhmähaastatteluun osallistujat kävelytetään kuvitteellisen palvelupolun läpi. Tällä tavoin saadaan palautetta palvelun ideasta ja halutun kokemuksen toiminnasta. (Concept Walkthrough s.a.)

Ideoiden arviointitaulukkoa käytetään (Jaakola ym. 2021) ideoiden testaamiseen, jotta päätöksiä kehitystyön etenemisestä voidaan tarkastella. Työkalulla arvioideaan ideoita neljästä eri näkökulmasta ja tunnistetaan ideoiden vahvimmat osat ja mietityttävät asiat. Ideoiden arviointitaulukon perusteella muodostetaan *roadmap*, joka kertoo, missä järjestyksessä toimenpiteet kannattaa suorittaa, ketkä ovat oleellisia henkilöitä toteuttamisen kannalta ja kenen vastuulla toteutus on. (Jaakola ym. 2021, 53; Passi & Ripatti 2016, 67.)

8 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

8.1 Löydä-vaihe toteutus

Ongelman määrittelyä on tehty Diagnostiikkakeskuksen puolella kehityspäällikön toimesta 2021 sidosryhmähaastatteluissa, joissa opinnäytetyön aiheen teemat nousivat esiin. Haastatteluita tehtiin toimialajohtajan ja vastuualuejohtajien kanssa. Saadun palautteen yhteenvedona havaittiin, että Digipalvelut-yksikköä ja yksikön tuottamaa palvelua ei tunneta tarpeeksi: Miten sisäinen vastuunjako toimii, keitä yksikössä on töissä, mitkä asiat kuuluvat Digipalvelut-yksikölle ja mitkä HUS Tietohallinnolle tai toimittajalle. On epäselvyyttä, mihin taan ja mihin osoitteeseen otetaan yhteyttä. Palautetta saatiin myös viestinnän kehittämisestä liittyen versiopäivityksiin ja kiireelliseen häiriöviestintään. (Saarela 2022.)

8.2 Määritä-vaihe toteutus

Ongelman määrittelyn rikastamiseksi suoritettiin sidosryhmähaastatteluita, joiden sisältö analysoitiin. Tutkimuksen kohteena olleesta toimeksiantajan toimintaympäristöstä tehtiin ekosysteemikartta toimintaympäristön tarkemmaksi kuvaamiseksi ja palvelukanavien kuvauksiin sekä palvelupolkuihin kuvattiin nykyisten palveluiden toiminta.

8.2.1 Sidosryhmähaastattelut

Ongelman määrittelyn rikastamiseksi ja varmentamiseksi, haastateltiin 10 sidosryhmien edustajaa *puolistrukturoidulla haastattelulla*. Haastateltavat edustivat eri HUS Diagnostiikkakeskuksen tulosyksiköiden eri rooleissa toimivia henkilöitä, jotka käyttävät Digipalvelut-yksikön palveluita sekä yhteisten palveluiden ja tietohallinnon asiantuntijoita, jotka toimivat yhteistyössä Digipalvelut-yksikön kanssa. Haastateltavat valittiin Digipalvelut-yksikön päällikön ehdotusten ja Radiologian vastuualueen ylihoitajien ja ylilääkärien ehdotusten perusteella. Haastattelut toteutettiin Teams-haastatteluina kesäkuussa 2022.

Haastattelun kysymykset on esitetty liitteessä 1. Kysymykset oli jaoteltu kolmen teeman alle: Miten haastateltava tunnistaa palvelun, teknisen ympäristön sekä tuen ja asiakaspalvelurajapinnan? Haastatteluissa käytettiin *5 kertaa miksi*-työkalua mahdollisten ydinasioiden esiintuomiseksi. Haastateltavia pyydettiin esittelemään tiedonhakupojaan HUS intranetissä ja ATK-avun verkkopalvelussa, jossa havainnoitiin eri tapoja löytää haluttu tieto. Tietoa etsiessään osallistujat käyttivät intranetin hakutoimintoa tai etenivät organisaatiopuuston mukaan. Atk-avun verkkopalvelussa oikean lomakkeen löytäminen osoittautui haastavaksi ja intranet-sivulla oli vanhentunutta tietoa, sitä puuttui tai se oli ristiriitaisista eri kanavien välillä.

Liitteessä 2 on esitetty tutkimusaineiston abstrahointi. Haastatteluiden perusteella on havaittavissa, että Digipalvelut-yksikön tunnettavuus oli vaihtelevaa sidosryhmissä. Jos henkilön työnkuvaan kuului yhteistyö Digipalvelut-yksikön kanssa tai jos henkilö oli usein yhteydessä ylläpitotoimien takia Digipalvelut-yksikön järjestämään tukeen, yksikkö oli tuttu. Toisinaan perehdytys oli jäänyt

puutteelliseksi ja varsinkin Kuvantamisen puolella asiantuntijoiden kotiyksikköä tai palveluita ei osattu liittää Digipalvelut-yksikköön, vaan ne sekoittuivat toimittajan (PACS) tai HUS Tietohallinnon palveluiksi.

Tutkimusaineiston abstrahoinnissa (Liite 2) löytyvät pääteemat ovat organisaation brändi, joka muodostuu tunnistettavuudesta ja vuorovaikutuksesta ja palveluelementeistä. Tätä ilmentää asiakaskokemuksesta muodostuva palvelulupaus ja vahvistaa tiedolla johtaminen, joka näkyy esimerkiksi yhteydenottojen ohjaamisessa ja viestinnän haasteiden ratkaisemisessa monikanavaisessa viestinnässä. Digipalvelut-yksikön oma viestintäsuunnitelma, jossa keskitytään jatkuvuuden sekä sovittujen toimintatapojen tasalaatuisuuteen, on onnistuneen viestinnän taustalla. Digipalvelut-yksikön toimintaympäristön toiminta on monimutkaista ja yksikön toiminta ei ole näkyvää. Visuaalisella brändillä ja kosketuspisteiden määrittelyllä päästään selkeään palvelupolkuun. Kehittämissuunnitelman ytimessä taas ovat rinnakkaisten tai päällekkäisten kehittämissuunnitelmien tiedostaminen ja kehittämissuunnitelman jalkauttaminen sidosryhmille.

Tietojärjestelmien käyttöönotossa ja muutostarpeissa toimittajien kanssa projektien näkyvyys Digipalvelut-yksiköltä ulospäin ja organisaatioiden välinen yhteistoiminta nousevat teemoiksi. Tukimalleissa yksiköllä pitäisi olla brändistrategia, joka tukisi asiakkaiden organisaatiotuntemista, viestisi sisäistä brändiä ja asiakaslähtöisesti toteuttaisi Digipalvelut-yksikön visiota.

Haastateltavien mielestä Digipalvelut-yksikön henkilöstö on helposti lähestyttäviä, asiakaslähtöisiä ja oman aihealueen syväosaajia. Yleisesti ottaen hallintamalli ja organisaatio ei ollut kaikille haastateltaville selkeää, mikä aiheuttaa yhteydenottojen henkilöitymistä yksikön päälliköihin tai asiantuntijoihin, kun haastatellut tietävät yksittäisiä henkilöitä yksiköstä. Yksikössä myös edelleen näkyy kaksijakoisuus laboratorion ja kuvantamisen toimintatavoissa.

Käytettävät tukikanavat olivat selkeimpiä Diagnostiikkakeskuksen henkilöstölle, kun taas kliiniset käyttäjät kokivat ne haasteellisiksi, jolloin tukipyyntöjä ohjautuu väärin kanaviin. Haastateltavilla oli ATK-avun verkkopalvelussa haasteita tunnistaa ja löytää tarvittavia lomakkeita. Kun oikeaa lomaketta tai

palvelua ei löydetä, se aiheuttaa myös yhteydenottojen henkilöitymistä. Laboratorion ATK ja Digipalvelut-yksikkö tunnistettiin kuuluvan yhteen yksikössä, mutta PACS-tiimin sähköpostiosoitetta ei tunnettu, eikä osattu yhdistää Digipalveluihin.

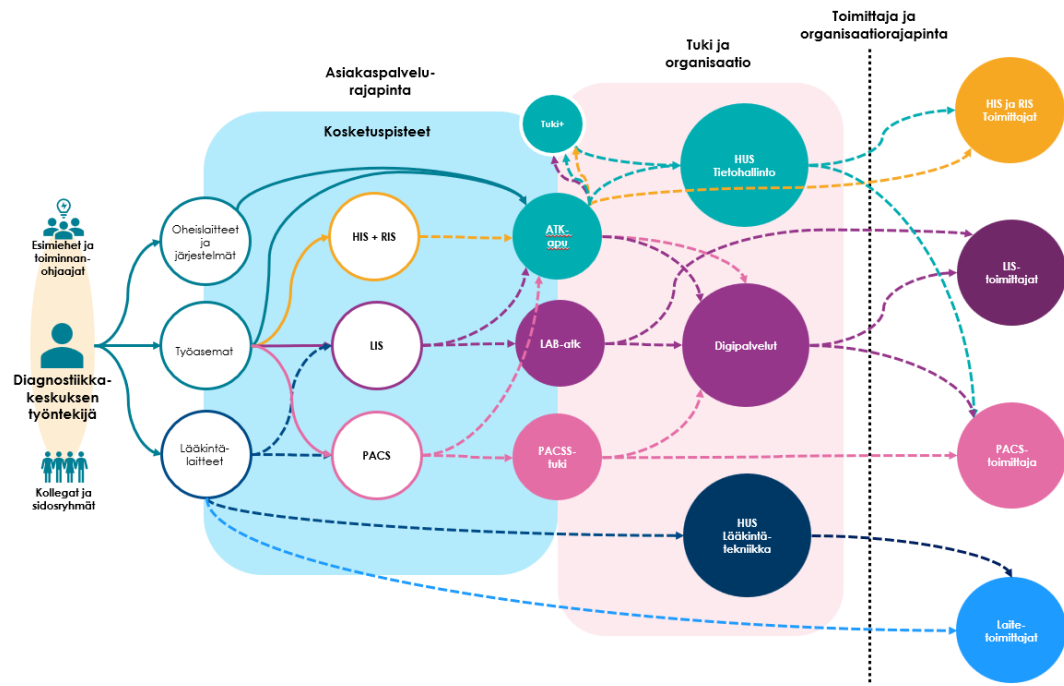
Viestinnän haasteiksi todettiin hoitoyksiköiden ja potilaan tutkimuksiin lähettävien klinikoiden jakelulistat sekä, että monet Diagnostiikkakeskuksen oman henkilöstön sähköpostijakelulistat perustuvat viestien edelleen lähetykseen. Sopivien viestintäkanavien valitseminen ei ole helppoa, sillä sähköposti ei tavoita kaikkia, intraa ei seurata aktiivisesti ja vain osittain työasemalle tai puhelimeen tulevat viestit ovat käytössä, sekä opinnäytetyön tekemisen aikaan vain HUS Tietohallinnon käytössä. Intrassa on myös paljon vanhentunutta tietoa ja tilannetiedotus ei ole aina onnistunut olemaan johdonmukaista häiriötilanteissa.

Diagnostiikkakeskuksen kehityspyyntöjen hallintamallia ei ole jalkautettu kunnon ja rinnakkaisia tai päällekkäisiä kehittämisprosesseja vastuualueilla on suoraan toimittajien kanssa. Intrasivuilta puuttuu myös palaute ja kehittämismakkeet. Haastateltavat toivoivat vastuumatriisia yksiköstä, lisää läpinäkyvyyttä toimintaan, Digipalvelut-yksikön huomioimista perehdytysprosesseissa, viestinnän aukkojen paikkaamista ja työkuultuurin muutosta viestinnässä. Osa haastateltavista toivoi myös perehdytysapua LIS-järjestelmien toimintaan ja yhtenäistä ohjeistusta versiopäivityksiin.

8.2.2 Diagnostiikkakeskuksen ekosysteemi

Ekosysteemikartan luominen aloitetaan tunnistamalla kaikki tekijät, jotka vaikuttavat palvelukokemukseen. Kuvassa 9. on esitetty kuvan vasemmassa reunassa tyypillinen Diagnostiikkakeskuksen työntekijä. Tämän ympärille on kuvattu tärkeimmät tekijät, jotka vaikuttavat työhön (esimiehet ja toiminnanohjaajat, sekä kollegat ja muut sidosryhmät esimerkiksi klinikot) ja kosketuspisteinä toimivat työkalut (työasemat, lääkintälaitteet ja oheislaitteet sekä varsinaiset ja muut järjestelmät). Ekosysteemissä on kuvattu lähinnä käyttäjää työntekijälle merkityksellisemmät asiat, esimerkiksi työasemilla käytettävät tietojärjestelmät ja niiden tuet, ja kauemmas taustatekijät, joihin kuuluvat tuen järjestävät yksiköt ja järjestelmätoimittajat. Eri toimijoiden yhteys on visualisoitu eri värisillä

katkoviivoilla. Sinisen ekosysteemikehän ympärille ja sisään on kuvattu suunniteltu asiakaspalvelurajapinta, eli mikä näkyy perustyöntekijälle. Vaaleanpunaisella kehällä on kuvattu tuen, järjestävän organisaation välinen yhteys. Katkoviivalla on merkitty toimittaja ja organisaatorajapinta. (Ecosystem Loops s.a.; Ecosystem map s.a.)



Kuva 9 Diagnostiikkakeskuksen ekosysteemi

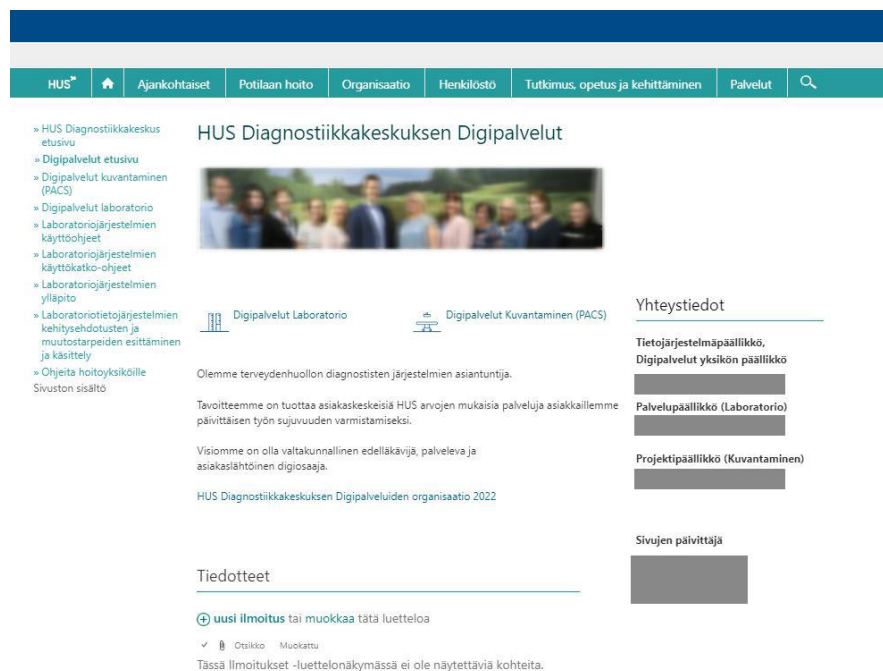
Ekosysteemissä on kuvattu, että teoriassa diagnostiikkakeskuksen työntekijöiden tarvitsisi aina olla ongelmatilanteissa suoraan vain eri tukitahoihin yhteydessä, jotka taustalla ovat yhteydessä järjestäviin asiantuntijatahoihin, kuten Digipalvelut-yksikön tai HUS Tietohallinnon asiantuntijoihin tai järjestelmätuottajiin. Ekosysteemin monimutkaisuutta lisää se, että tikitöntijärjestelmän kautta voi olla yhteydessä kaikkiin kolmeen tukeen, mutta käyttäjä voi olla myös suoraan yhteydessä tukeen esimerkiksi sähköpostitse. Koko PACS-tuki on ulkoistettu toimittajalle, ja vaikkakin laboratorion tuki järjestetään Digipalvelut-yksikön toimesta, opinnäytetyön tekemisen aikana laboratorion tuen puhelinpalvelu ulkoistettiin HUS Tietohallinnon tukitoimijalle (kuvassa 9, merkitty Tuki+), joka hoitaa niin sanottujen ylivuototikettien käsittelyä virka-aikana ja kaikkien tikettien käsittelyä päivystysaikana.

Vaaleanpunaisen kehän sisällä tuet siirtävät tikettejä toisilleen ja eri organisaatioiden asiantuntijoille tarpeen mukaan. Pääsääntöisesti tukipalvelun jär-

jestävä organisaatio on yhteydessä suoraan omaan toimittajaan, mutta esimerkiksi PACS-toimittaja tarjoaa palveluita myös HUS Diagnostiikkakeskuksen lisäksi HUS Tietohallinnolle ja näitä prosesseja hallinnoidaan eri yksiköiden toimesta.

8.2.3 Digipalvelut-yksikkö intranetissä

Digipalvelut-yksikön oma sivu HUS-intranetissä sijaitsee Diagnostiikkakeskuksen alla. Sivulle pystyy navigoimaan vasemmalla olevasta navigaatiopalkista. Kuvassa 10 on esitetty kuvakaappaus Digipalvelut-yksikön etusivusta.

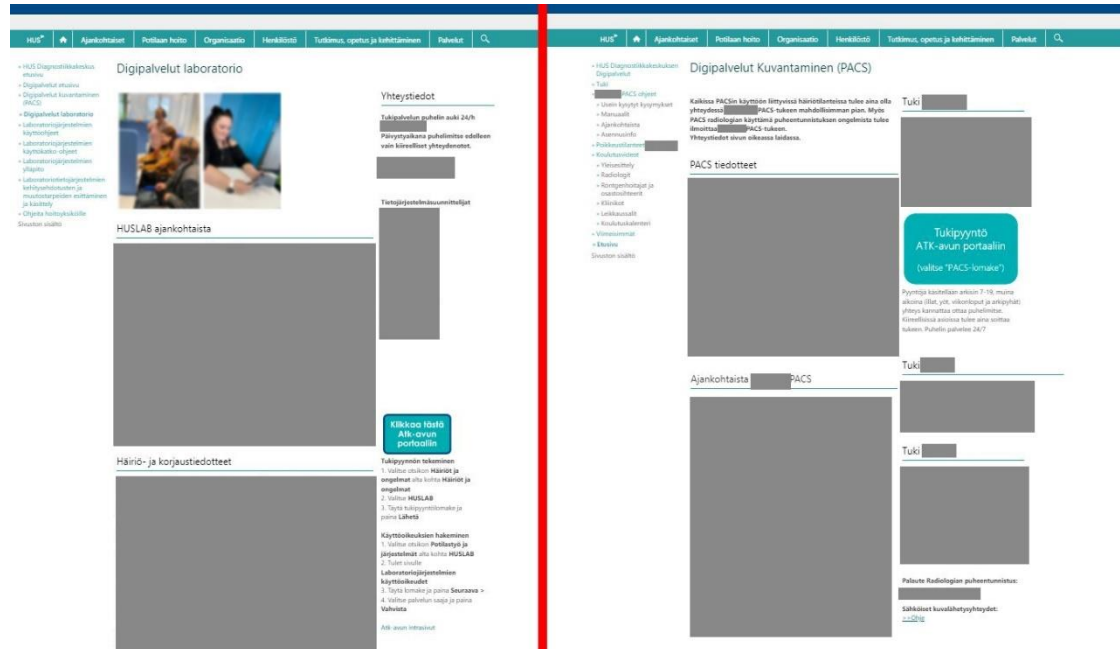


Kuva 10 Kuvakaappaus Digipalvelut-yksikön intranet sivusta (HUS 2022)

Digipalvelut-yksikön pääsivulla on vanha kuva yksikön työntekijöistä, joista osa on jo siirtynyt pois yksiköstä. Kuvan alle on kiteytetty yksikön tavoite ja visio, sekä organisaatiokaavio Digipalvelut-yksiköstä. Vasemmalla sivunavigaattorissa on linkkejä laboratoriojärjestelmien käyttöohjeisiin, käyttökatko-ohjeisiin, ylläpito ja kehittämis ehdotusten esittämisestä ja käsittelystä. Listan lopussa on myös ohjeita hoitoyksiköille.

Digipalvelut-yksikön sivuilla on linkit laboratorion ja kuvantamisen (PACS) alisivuille, jotka kuvassa 11 on esitetty vierekkäin. Sivulle on linkitetty toimintaoh-

jeessa oleva organisaatiokaavio, jossa on henkilöt nimettyinä organisaatiokaaviossa ammattinimikkeittäin. Oikeassa reunassa ovat yhteystiedot yksikön päällikölle sekä laboratorion puolen palvelupäällikölle ja kuvantamisen puolen projektipäällikölle.



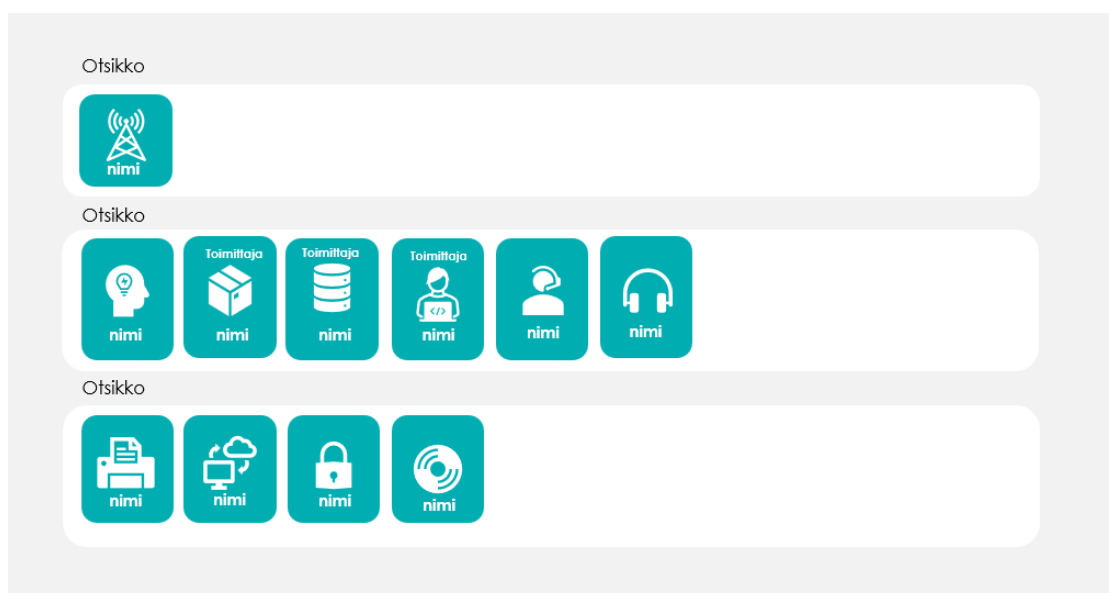
Kuva 11 Kuvakaappaus Digipalvelut-yksikön laboratorion ja kuvantamisen intranet sivuista (HUS 2022)

Digipalvelut-yksikön tausta ja historia näkyy konkreettisesti yksikön kahtiajakoisena intranetissä. Kuvantamisella ja laboratoriolle on omat sivunsa, jotka ovat rakenteellisesti ja sisällöllisesti hyvin erilaisia. Laboratorion sivuilla on esimerkiksi viestitty, mistä tukikanavien lomakkeet löytyvät ja Kuvantamisen sivulla taas kerrottu tukipalveluiden toiminta-aika. Molemmilla sivuille painotetaan ja viestitään asioita eri tavoin, käyttäen eri ilmaisutapoja esimerkiksi termiä ja eri toimintatapoja tiedon välittämiseen.

8.2.4 Nykyisten palvelukanavien palvelupolut

Digipalvelut-yksikön palvelukanavat ovat ATK-avun verkkopalvelu sekä toimitajan (PACS) ja laboratorion tuen sähköposti ja puhelinnumerot. ATK-avun verkkopalveluun on keskitetty häiriöilmoituslomakkeet PACS ja LIS järjestelmistä sekä muista palveluista, joissa Digipalvelut-yksikkö tukeutuu HUS tietohallintoon, kuten käyttäjätunnusten, käyttöoikeuksien tai sovellusasennusten hallinnassa.

ATK-avun verkkopalvelu on hyvä esimerkki digitaalisen murroksen tuomasta palvelusta, joka ei ikinä ole valmis vaan uusia lomakkeita rakennetaan palveluun toimittajien tarpeiden mukaan usein nopealla tahdilla. Verkkopalvelulla pyritään vastamaan HUS-käyttäjien erilaisiin asiakastarpeisiin liittyen ohjelmistoihin, perusinfraan, tietojärjestelmiin ja oheislaitteisiin. Palveluita käyttävät niin peruskäyttäjät kuin eri tulosyksiköiden asiantuntijat. Verkkopalvelun käyttäjillä asiakasodotukset muodostuvat havainnoimalla palveluympäristöä tai aikaisemmin koetun palvelun perusteella. Kuvassa 12 on esitetty ATK-avun verkkoportaalin rakenteen visualisointi, sillä kuvakaappausta palvelusta ei saanut jakaa tässä opinnäytetyössä.



Kuva 12 ATK-avun verkkopalvelun rakenne, mukailten HUS tiketöinti-järjestelmää

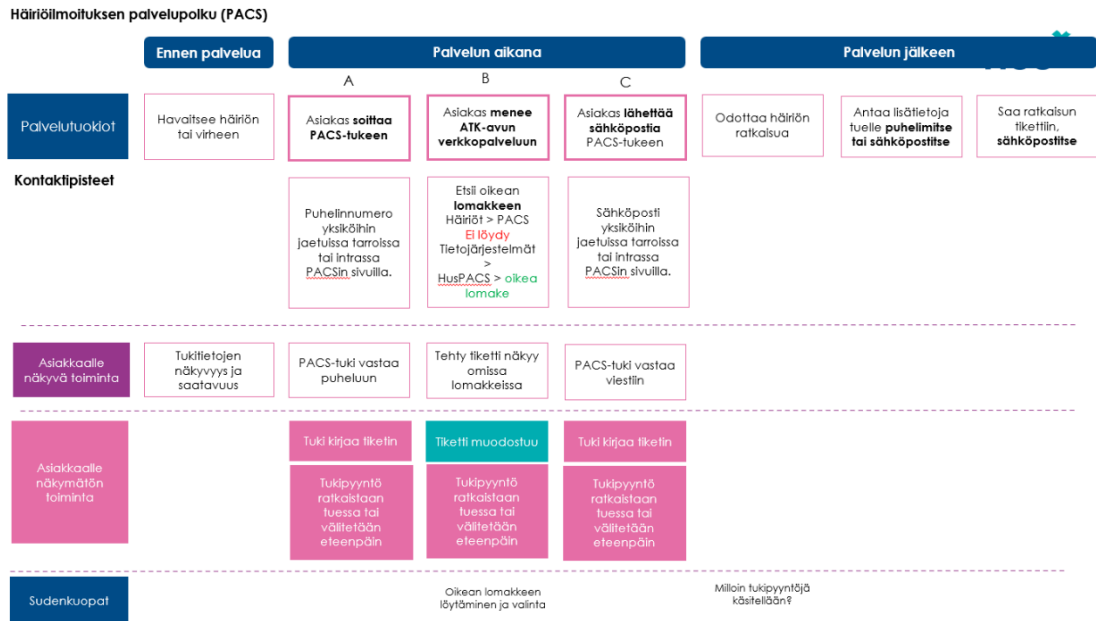
Portaali koostuu allekkain olevista pääotsikoista. Alla on listattu pääotsikot ja suluissa nimen perään on merkitty ylätasolla olevien painikkeiden lukumäärä pääotsikon alla: Tiedotteet (ATK-avun verkkopalvelua koskevat tiedotteet), viimeisimmät pyynnöt (Omat tiketit), Häiriöt ja ongelmat (1), HIS järjestelmätoimittaja (6), Käyttäjätunnusten hakeminen (4), Erillisluvitetut palvelupyynnöt (3), Potilastyö ja järjestelmät (14), Muut palvelut (15), ATK-laitteiden muutto ja asennus/poistopyyntö (2) ja ATK-laitteiden hankinta (16). Turkoosit painikkeet ovat nimetty tiketöintilomakkeen nimellä ja pienellä asiaan liittyvällä kuvalla. Yhteensä portaalissa on noin 60 eri päälomaketta, joiden alta aukeaa alalomakkeet. Luku ei ole kaikilla sama, sillä erillisluvitettuja lomakkeita on eri käyttäjillä eri määrä riippuen työroolista.

Liitteessä 3 on kuvattu Digipalvelut-yksikön ”omat” tai ydintoimintaan liittyvät lomakkeet ja niiden sijainti portaalissa, sekä analyysi siitä, tunnistaako lomakkeesta palvelun, teknisen ympäristön ja tuen ja asiakaspalvelurajapinnan sekä muita huomioita. Järjestelmätoimittajien tuotenimet on korvattu niitä kuvaavalla termeillä ja merkitty punaisella.

Suurin osa ATK-avun verkkopalveluissa olevista painikkeista eli tikettilomakkeista, selittää itsensä nimellään tai sijainnillaan, mutta jotkin lomakkeet pitää avata, jotta niiden funktio selviää. Osassa tekninen ympäristö oli ymmärrettävissä kontekstista, osassa lomakkeita sitä ei nimetty, mikä jättää tulkinnanvara ja mahdollistaa tikettien ohjautumista väriin paikkoihin. Lähes mikään Digipalvelut-yksikön lomakkeista ei kertonut ohjautuuko lomake johonkin tukeen vai suoraan toimittajalle.

Muita huomioita oli, että kaikkia perustyössä käyttäjien tarvitsemia käyttöoikeusrooleja ei ole haettavissa näiden lomakkeiden kautta, mutta tietoa siitä, mikä poikkeava tapa on, ei ole viety lomakkeelle. Verkkoportaalissa on myös vanhentunutta termistöä esimerkiksi HUSPACS, joka voi sekoittaa käyttäjiä, sillä Digipalvelut-yksikön koordinoima PACS-järjestelmä ei ole ainoa kuvaarkisto HUSissa. Lomakkeiden sijainneissa on myös parannettavaa, PACS-tukeen suoraan reitittyvät häiriölomakkeet eivät ole muiden häiriölomakkeiden joukossa ja laboratorion käyttöoikeuslomake ei ole tunnuslomakkeiden joukossa. Kehitysideoille ei ole omaa lomaketta, tai siihen ei viitata, tai pyydetään lähettämään sähköpostia. Joskus päälomake ei kerro, että kyse on juuri Diagnostiikkakeskukselle spesifistä toiminnasta esimerkiksi ”Tutkimus ja hintamuuтокset” päälomake.

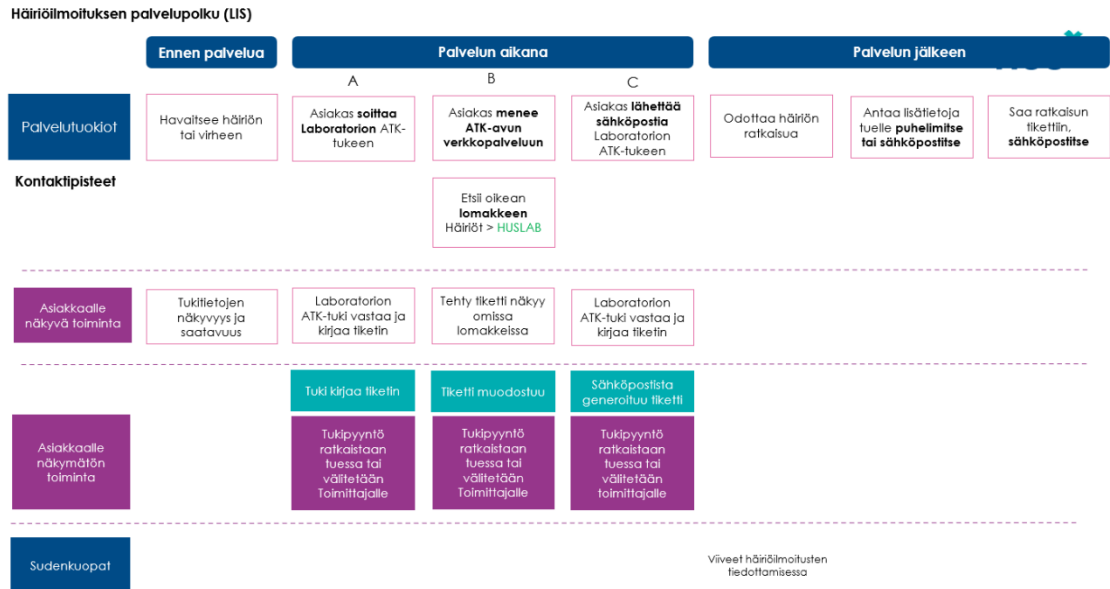
Kuvassa 13 on kuvattu PACS-häiriöilmoituksen palvelupolku. Kun käyttäjä on havainnut virheen tai häiriön, hän voi ottaa yhteyttä tukeen soittamalla, sähköpostitse tai ATK-avun verkkopalvelussa.



Kuva 13 PACS-häiriöilmoituksen palvelupolku

PACS-tuen yhteistietoja on toimitettu myös tarroina kuvantamisen yksiköihin, soittaminen tukipalveluun on helppoa, mutta haasteina tukipalvelun käyttäjillä on löytää oikea lomake verkkopalvelusta. Kuvantamisen häiriölomakkeet eivät löydy häiriöiden alta, vaan käyttäjän pitää osata löytää ne, *Potilastyö ja järjestelmät*, kohdan alta. Verkkopalvelussa ei myöskään ole ilmaistu, että portaalin kautta tehtyjä tikettejä käsitellään vai arkisin, suomenkielisen tuen toiminta-aikoina ja että osa tiketeistä menee suoraan toimittajan toisen asteen tukeen.

Kuvassa 14 on kuvattu LIS-järjestelmän häiriöilmoituksen palvelupolku. Palvelupolussa on samat tukikanavavaihtoehdot: Puhelu, sähköposti tai ATK-avun verkkopalvelun lomake. LIS-järjestelmien häiriöilmoituslomakkeet löytyvät ”Häiriöt”-pääotsikon alta. Laboratorion häiriöilmoituksille on vain yksi lomake, joka tuo helppoutta käyttäjän näkökulmasta.



Kuva 14 LIS-häiriöilmoituksen palvelupolku

LIS-järjestelmään liittyvän häiriöilmoituksen teko on suoraviivaisempaa käyttäjän näkökulmasta, kuin PACS-tukeen tehtävän ilmoituksen. Selkein haaste laboratorion tuen puolella on loppukäyttäjien kokema viive häiriöilmoitusten tiedottamisessa.

8.3 Kehitä-vaihe toteutus

Elokuussa järjestettiin yhteiskehittämisen työpaja Digipalvelut-yksikön henkilöstön kesken Teamsin välityksellä. Työpajassa oli 5 kpl osallistujaa, jotka koostuivat Digipalvelut-yksikön työntekijöistä, päälliköistä asiantuntijoihin ja tuen edustajiin niin laboratorion kuin kuvantamisen puolelta. Työpajan alussa käytiin läpi kooste sidosryhmähaastatteluissa esiin tulleista teemoista ja viritäydtyttiin työpajan teemaan muodostamalla sanapilvi (kuva 15) aiheesta, mikä on parasta Digipalveluissa.



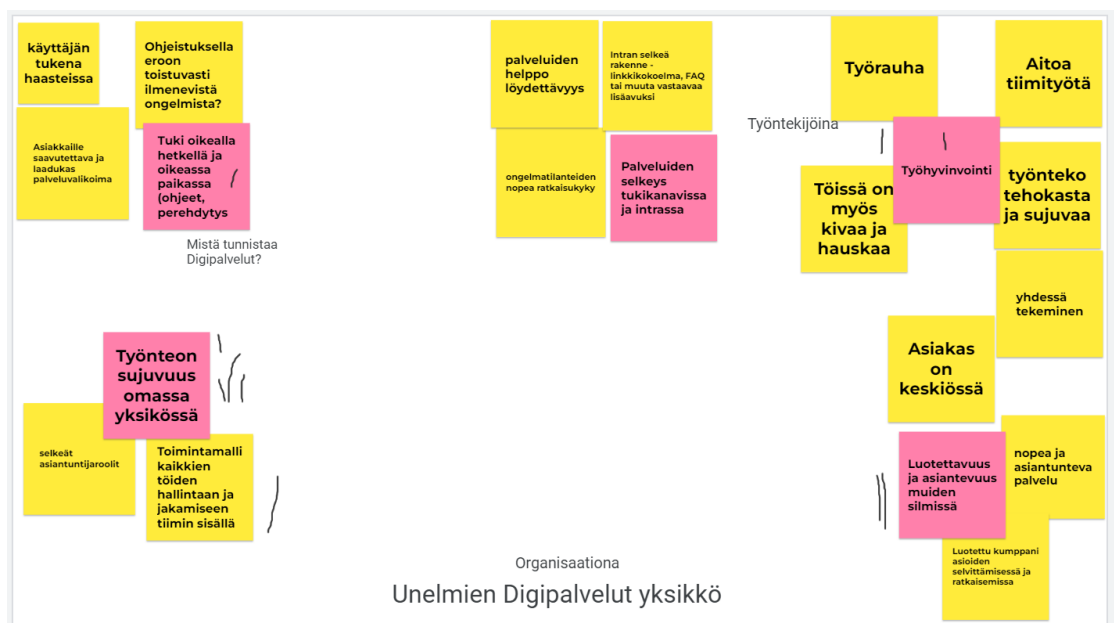
Kuva 15 Kuvakaappaus sanapilvestä (AnswerGarden 2022)

Työpajaan osallistuneiden mielestä Digipalveluissa tehdään vastuullista ja tärkeää työtä. Digipalvelut-yksikkö koettiin hyväksi työpaikaksi, sillä Digipalveluissa on hyvä työilmapiiri, avuliaat ja parhaat työkaverit ja itse työ koettiin merkitykselliseksi. Antoisaksi työssä koettiin tyytyväiset asiakkaat, mahdollisuus itsenäiseen työhön ja asioiden saaminen valmiiksi ajallaan.

Varsinaisessa työpajassa käytettiin Jamboard-työkalua, jossa viiteen eri työskentelyalustaan oli jaettu pohja *unelmakartalle*: unelmien Digipalvelut-yksikkö (organisaatio), unelmien Digipalvelut-yksikön palvelulupaus, unelmien Digipalvelut-yksikön tukikanavat, unelmien Digipalvelut-yksikön viestintä ja unelmien Digipalvelut-yksikön kehittäminen. Jokaiselle sivulle visioitiin ensin teemaan liittyviä ajatuksia, jonka jälkeen sivut käytiin yksitellen läpi ja jokaiselta sivulta nostettiin pikaäänestyksellä muutamia suosikkeja, jotka vietiin seuraavalle työskentelyalustalle *future backcasting*-jatkotyöskentelyä varten. Työpajaa jatkettiin ensimmäisen työpajan jälkeen lyhyellä jatkopalaverilla, jossa käytiin läpi kehittämissaihiota ja tehtiin *lootuksenkukka*-harjoite päätukikanavan (ATK-avun verkkopalvelu) parantamisesta.

8.3.1 Unelmien Digipalvelut-yksikkö (organisaatio)

Kuvassa 16 on esitetty kuvakaappaus työskentelypohjasta unelmien Digipalvelut-yksikön yksikölle. Keltaisilla lapuilla on esitetty työpajaan osallistuneiden ideat.



Kuva 16 Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikkö, unelmakartta (Jamboard 2022)

Ideat olivat jaoteltavissa viiteen teemaan, jotka on nostettu esiin pinkeillä la-
puilla: Sujuvaan työntekoon omassa yksikössä, oikea-aikaiseen ja oikeassa
paikassa olevaan tukeen, selkeisiin palveluihin eri tukikanavissa ja intra-
netissä, työhyvinvointiin ja luotettavuuteen sekä asiantuntevuuteen muiden sil-
missä. Äänestämällä kolmea tärkeimmäksi koettua teemaa, vietiin *future
backcasting*-alustalle kuvassa 17 esitetyt teemat.



Kuva 17 Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikkö, future backcasting (Jamboard 2022)

Tärkeimmiksi tavoiksi lisätä työnteon sujuvuutta yksikössä koettiin työtapojen kehittäminen, vastuun jakaminen, roolien selkeyttäminen ja tiedon sekä ohjeiden ajantasaisuus. Luotettavuuden ja asiantuntevuuden lisäämiseksi muiden silmissä Digipalvelut-yksikön kannattaisi tuoda paremmin esille eri projektien onnistumisia, loppuun viemistä tai ylipäättänsä tehdä Digipalvelut-yksikön teemää työtä näkyvämmäksi.

Työhyvinvoinnin lisäämiseksi avoimuus ja kunnioitus yksilön taitoina nostettiin tärkeäksi teemaksi. Roolien selkeytys oli tärkeä teema kaikissa jatkotyöstettävissä asioissa.

8.3.2 Unelmien Digipalvelut-yksikön palvelulupaus

Digipalvelut-yksikön nykyinen palvelulupaus on tuottaa asiakaskeskeisiä HUS arvojen mukaisia palveluja asiakkaillemme päivittäisen työn sujumuuden varmistamiseksi (Digipalvelut s.a.). Työpajassa käytettiin hetki sen ideoimiseen, mitä oikeasti voi luvata asiakkaallemme. Kuvassa 18 nousseet samanhenkiset ajatukset on ryhmitelty allekkain.



Kuva 18 Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Palvelulupaus, unelmakartta (Jamboard 2022)

Ideoinnissa nousi teemoina asiantuntijuus, ongelmanratkaisukyky, ystävällisin asiakaspalvelu, palvelun oikea-aikaisuus ja kokonaisuusien hallinta sekä käyttäjien kanssa tehtävä kehitystyö.

8.3.3 Unelmien Digipalvelut-yksikön tukikanava

Kuvassa 19 on esitetty tukikanaviin liittyvää ideointia, jossa nousi uusia ideoita esimerkiksi nopeiden asioiden chatti, sekä konkreettisia teknisiä parannusehdotuksia, joita toivottaisiin tiktöinti järjestelmältä, esimerkiksi lähtötietojen automaattinen täydentäminen.



Kuva 19 Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön tukikanava, unelmakartta (Jamboard 2022)

Ideat olivat jaoteltavissa viiteen pääteemaan: Yhden luokun periaatteeseen, ATK-avun verkkopalvelun uudistamisen tärkeyteen, uusien tukikanavien pohdinta, tiedon siirtymisen parantamiseen ja koko toiminnan tiiviiseen kuvaamiseen. Näistä tärkeimmiksi koettiin ATK-avun verkkopalvelun kehittäminen ja tiedon siirtymisen parantaminen. Kuvassa 20 on esitetty ideointia siitä, mitä ATK-avun verkkopalvelun ja tiedon siirtymisen parantamiseen voisi liittyä.



Kuva 20 Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön tukikanava, future backcasting (Jamboard 2022)

Lomakkeisiin ideoitiin parempia ohjaavia kysymyksiä, sen tarpeen tunnistamista, että HUSin ulkopuolisille asiakkaille saataisiin asiointiportaali, tukikanavien uudistaminen yhdessä asiakkaiden kanssa ja se, että voisiko Diagnostiikkakeskuksen lomakkeet eriyttää omaan osioonsa palvelussa. Itse tiketöinti-järjestelmään toivottiin myös ohjautuvampaa sähköistä lomaketta, joka sisältäisi myös ohjaavia kysymyksiä.

Kuvaan 21 on nostettu työalustasta ATK-avun verkkopalvelun uudistamiseen liittyneet ideat. Ideaa jatko työstettiin *lootuksenkukka*-harjoitteen avulla, jossa osittain esiintyivät samat ratkaisuehdotukset kuin *future backcasting*-harjoitteessa.



Kuva 21 Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. ATK-avun verkkopalvelu, lootuksenkukka (Jamboard 2022)

Digipalveluissa olisi tunnistettava paremmin asiakasorganisaatioiden tarpeet omissa ja muiden tarjoamissa palveluissa ja koota ne selkeämmin samaan tukikanavaan riippumatta palveluntarjoajasta, jaoteltuina toiminnan mukaan.

Ajan rajallisuuden takia lootuksenkukkarajoitetta ei pystytty jatkamaan pidemmälle, mutta tässäkin nousi tarve tehdä yhteiskehittämistä suoraan loppukäyttäjien kanssa.

8.3.4 Unelmien Digipalvelut-yksikön viestintä

Kuvassa 22 on esitetty viestintään liittyvää unelmointia siitä, millaista täydellinen viestintä asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa olisi.



Kuva 22 Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön viestintä, unelma-kartta (Jamboard 2022)

Ajatukset on jaoteltu ryhmiin ja näistä nousi neljä selkeää teemaa viestinnästä: Oikeaan aikaan, selkeästi, oikean asian viestiminen inhimillisesti ja ystävällisesti. Kuvassa 23 on esitetty ideointia liittyen siihen, miten Digipalvelut-yksikön viestintää voisi viedä selkeämpään suuntaan silti säilyttäen ammattimaisuuden, inhimillisyyden ja ystävällisyyden.



Kuva 23 Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön viestintä, future Backcasting (Jamboard 2022)

Näistä nousi ideana viestipohjien vakioiminen. Tässä keskusteltiin myös siitä, että henkilökohtaisessa asioimisessa sävy ja ystävällisyys on tärkeämpää kuin esimerkiksi häiriötiedotteissa, joissa tärkeämpää on viestin selkeys ja kompaktius.

8.3.5 Unelmien Digipalvelut-yksikön kehittäminen

Kuvassa 24 on esitetty kehittämiseen liittyviä ajatuksia. Kehittämisen koettiin kuuluvan kaikille.



Kuva 24 Kuvakaappaus unelmien Digipalvelut-yksikön kehittäminen, unelmakartta (Jamboard 2022)

Neljä, selkeää teemaa oli nostettavissa. Se, että toiminnan kehittäminen kuuluu kaikille, palautteen ja kehittämisen näkyväksi tekeminen, kehittämisen suunnitelmallisuus ja sisäisen kehittämisprosessin selkeyttäminen. Näistä suunnitelmallisuutta kehittämiseen aiheen käsittely oli tärkein ja se nostettiin jatkokäsittelyyn kuvassa 25.



Kuva 25 Kuvakaappaus unelmien Digipalvelut-yksikön kehittäminen, future backcasting (Jamboard 2022)

Tämän aiheen käsittely osoittautui haastavaksi, sillä tämä sisältää niin sisäisen kuin toimittajan kanssa tehtävän kehitystyön. Toimittajahallintaan liittyy kiinteästi vaatimustenhallinta ja tasapainottelu sen kanssa, mitä on sovittu toimittajan kanssa hankintavaiheessa. Toimittajien kanssa yleensä on sovittu tietty määrä järjestelmänkehitystä, joka liittyy sopimukseen. Tietojärjestelmien kehittämistä ohjaa sopimuskumppanin kehittämistoiveet, mutta myös muut toiveet, jotka tulevat muilta toimittajan asiakkailta.

8.3.6 Yhteenveto

Yhteenvetona Digipalvelut-yksikön työpajoista löytyy yhtäläisyyksiä sidosryhmien jäsenten kanssa tehtyihin alkuhaastatteluihin. Digipalvelujen sisällä rooleja olisi selkeytettävä ja tehtävä Digipalvelut-yksikön tekemää työtä näkyvämmäksi. Toiminnan kehittäminen kuuluu kaikille, saatu palaute ja kehittäminen pitäisi tehdä näkyvämmäksi. Kehittämisen suunnitelmallisuutta ja sisäistä kehittämisprosessia pitäisi selkeyttää.

Pohjana tähän kuitenkin pitää olla Digipalvelut-yksikön yksikön toimintatapojen kehitys. Työpajoissa nousi esiin tarve omien työtapojen kehittämiseen, resursoinnin ja varamiesjärjestelmän kehittäminen, roolien ja vastuiden selkey-

tys sekä töiden priorisointi ja karsiminen tarvittaessa. Jotta Digipalvelut-yksikö voi tuottaa onnistunutta asiakaskokemusta, Digipalvelut-yksikön omilla työntekijöillä pitää olla taustalla hyvä työpaikkakokemus. Sitoutunut ja tyytyväinen työntekijä suoriutuu paremmin ja sietää kiirettä sekä hankalia tilanteita paremmin. Digipalvelut-yksikön olisi tärkeää saada oman yksikkönsä toiminta yhdenmukaiseksi strategiaksi, joka onnistuu vain koko oman yksikön tuella ja sitoutumisella. (Maula & Maula 2019, 72.)

Digipalvelut-yksikön olisi tunnistettava paremmin asiakasorganisaation tarpeet omissa ja muiden tarjoamissa palveluissa ja koota ne selkeämmin samaan tukikanavaan riippumatta palveluntarjoajasta, jaoteltuina toiminnan mukaan tai eriyttämällä Diagnostiikkakeskuksen lomakkeet omaan osioonsa palvelussa. Tukikanavien uudistaminen olisi tehtävä yhdessä eri Diagnostiikkakeskuksen käyttäjien kanssa, jotta löydetään asiakkaan näkökulmasta tarpeelliset asiat. Olisi hyvä myös luoda viestintäsuunnitelma yksikölle, joka vahvistaisi viestimistä oikeaan aikaan, selkeästi sekä oikean asian viestimistä inhimillisesti ja ystävällisesti, tässä voitaisiin hyödyntää esimerkiksi viestipohjien vakioimista.

Digipalvelut-yksikön brändin pitää olla harmoniassa, jotta onnistutaan viestimään paremmin. Karjalaisen mukaan (2009, 59–61) kestävässä brändissä johdon ja työntekijöiden on samaistuttava organisaatioihin arvoihin ja aitous auttaa työntekijöitä sitoutumaan arvoihin paremmin.

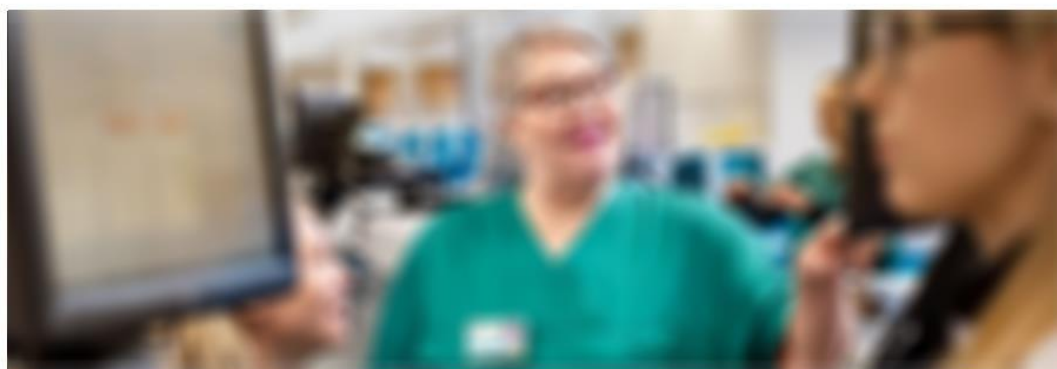
8.4 Tuota-vaihe toteutus

Suunniteltavat konseptit on jaettu kolmeen eri osa-alueeseen. ATK-avun verkkoportaaliin (päätukikanava), viestintään ja Digipalvelut-yksikön oman intranet sivuihin. Konsepteissa palveluiden ja Digipalvelut-yksikön tunnistettavuutta, sekä palvelun, teknisen ympäristön ja asiakaspalvelurajapinnan selkeyttä on lisätty eri keinoin. Konsepteissa on käytetty visuaalisena keinona yhdistää Digipalvelut-yksikkö HUSin brändiohjeistuksessa määriteltyyn siniseen. Kehittämistä ja häiriöviestintää käsitellään suppeammin, koska yksikössä on opinnäytetyön tekemisen aikaan menossa viestinnän ja kehittämistyöhön liittyviä kehittämistä ja muutoksia.

Palveluiden konsepteissa on otettu myös huomioon yleisiä asiakasodotuksia: Personoitu asiakaskokemus, monikanavainen asiointi, asiointin helppous ja vaivattomuus ja yhdenmukainen viestintä (Saarijärvi & Puustinen 2020, 95.)

8.4.1 Digipalvelut-yksikön intranet-sivu

Linkki Digipalveluihin rakennetaan Diagnostiikkakeskuksen etusivulle, hakemistopalkin sijaan (kuva 26).



Radiologia ja patologia

Kemia ja mikrobiologia

Fysiologia, genetiikka ja preanalytiikka

Digipalvelut

Kuva 26 HUS Diagnostiikkakeskus etusivu, kuvamuokkaus kuvakaappauksesta

Digipalvelut-yksikkö palvelee kaikkia HUS Diagnostiikkakeskuksen vastuualueita ja tällä tavoin Digipalveluitten sivujen löydettävyyttä voidaan parantaa niiden käyttäjien näkökulmasta, jotka käyttävät organisaatiopuustoa liikkuessaan intranetissä.

Konsepti 1: Yksi Digipalvelut-yksikkö (intra)

Tämän konseptin (kuva 27) perustana on se, että luovutaan mahdollisimman paljon Digipalvelut-yksikön kaksijakoisuudesta. Sivun alkuun kiteytetään Digipalvelut-yksikön toiminta sanallisesti ja vastuumatriisin avulla. Kuvauksessa avataan tarkemmin yksikön toimintaa ja tehdään näkyväksi, mitä se tarkoittaa konkreettisesti. Käyttöohjeet, käyttökatko- ja poikkeustilanneohjeet sekä kehittämiseen ja palautteeseen liittyvät alasivut niputetaan yhteen ja näille luodaan omat pikanapit. Kehittämisen ja palauttamisen sivuilla selkeytetään prosessia

ja jaetaan onnistumisia sekä projektien loppuun viemisiä ja esitellään paremmin sitä näkymätöntä työtä, mitä Digipalvelut-yksikkö tekee.

Kuva 27 Konsepti 1: Yksi Digipalvelut-yksikkö(intra)

Tämän sivun tarkoitus on konkreettisesti tuoda Digipalvelut-yksikön tekemä työ näkyväksi. Sivulle voidaan projektien etenemistä visualisoida esimerkiksi aikajanalla. Oikean reunan valikkoon sijoitetaan myös yhteinen koulutuskalenteri.

Alas syötteeseen kerätään HUS Diagnostiikkakeskukselle merkityt tiedotteet. Oikeaan reunaan sijoitetaan tukitiedot. Intrasivussa on pyritty sisältöjen parempaan havaittavuuteen pikapainikkeiden avulla, väreissä on huomioitu saavutettavuusvaatimukset ja yksinkertaistamalla käyttöliittymää saavutetaan parempi navigoinnin hallittavuus ja toimintavarmuus.

Taulukossa 1 on esitetty konseptin 1 SWOT-analyysi. Tämän konseptin vahvuus on se, että yhdistämällä Digipalvelua sisältä päin ja tuomalla näkyväksi taustalla tapahtuvan työn, Digipalvelut-yksikön tunnettavuus kasvaa ja palvelut tulevat tutummiksi eri sidosryhmille. Vastuumatriisin työstämisen kautta myös yksikön sisällä oma toiminta selkeytyy, jonka jälkeen sitä on helpompi selkeyttää myös ulospäin.

	+	-
Sisäinen ympäristö	Vahvuudet <ul style="list-style-type: none"> • Yhdistämällä Digipalvelut sisäisesti, vahvistaa yksikköä • Tunnistettava yksikkö • Palvelut tunnistettavampia • Palautteenantokanava • Kehitys tehdään näkyväksi 	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none"> • Vaikka sivu itsessään olisi hyvä, löytääkö käyttäjät sinne • Sitoutuminen ylläpitoon ja päivittämiseen • Toiminnan limittyneisyys laatudokumenttien kanssa • Arkistointivelvollisuus • Monen eri tulosityksikön toimintatapojen koostaminen ja yhdistäminen
Ulkoinen ympäristö	Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none"> • Luoda mahdollisuuksia tuoda näkyväksi näkyväksi • Parantaa toimintakulttuuria • Positiivinen työnantajakuva 	Uhat <ul style="list-style-type: none"> • Henkilövaihdokset • Vastuunjaon haasteet • Ei ole mahdollista koota kattavasti kaikkea tietoa • Ajoitus, intrauudistus tulossa

Taulukko 1 Konsepti 1: SWOT analyysi

Heikkoutena ja haasteena on tämänhetkinen Digipalvelut-yksikön sisäinen tilanne, henkilöitä on siirtynyt pois yksiköstä tai eri tehtäviin. Tiedossa ei ole, kuinka resursseja riittää kehittämiseen ja uudistamiseen. Jotta Digipalvelut-yksikkö voi viestiä ulospäin vahvasti omaa toimintaansa, roolien selkeytys pitää tehdä ensin.

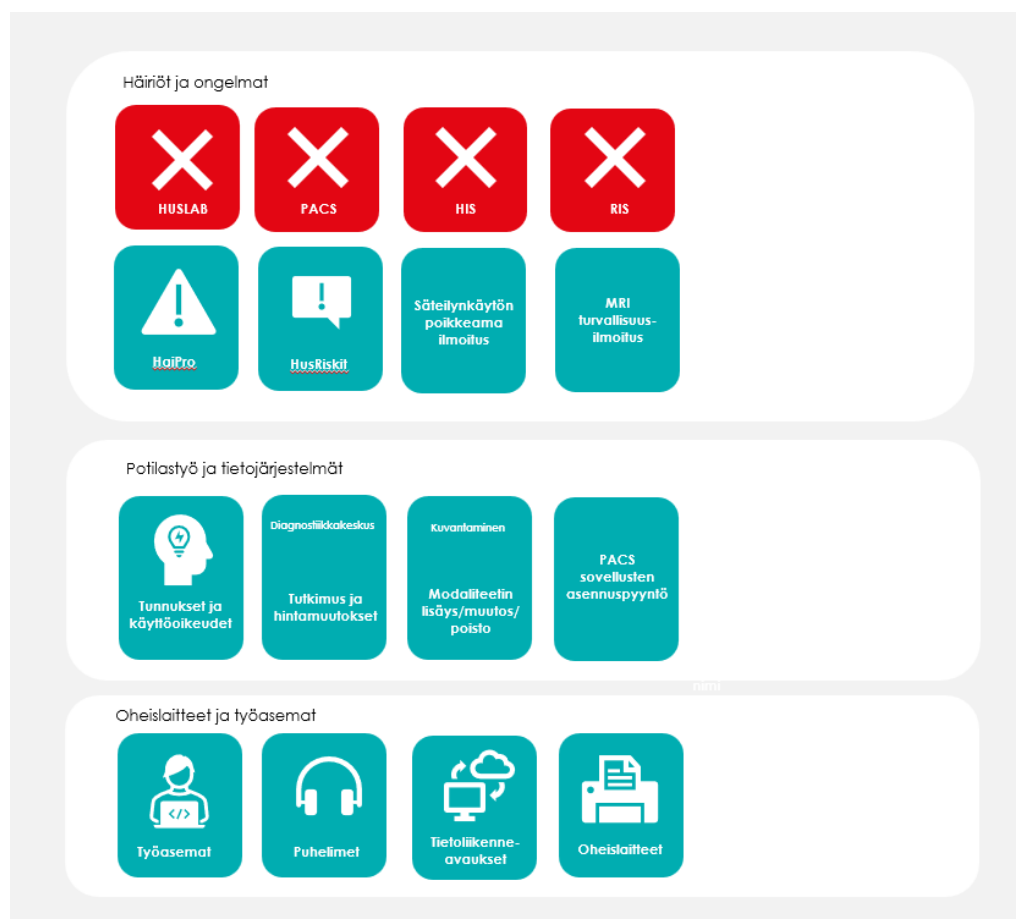
8.4.2 ATK-avun verkkoportaali

ATK-avun verkkoportaalin konsepteissa on tutkittu asiakaskokemuksen personointia kahdella eri tapaa. Kirkastamalla kokonaan HUS Diagnostiikkakeskuksen työntekijöiden tarvitsemat palvelut eri palveluympäristöön, jossa ne on jaoteltu eri alaotsikoiden alle tarpeen ja kokonaisuuden mukaan. Tässä voitaisiin esimerkiksi hyödyntää työntekijän tekemän työn elinkaariajattelua, missä vaiheessa työpäivää tai uraa työntekijä tarvitsee tiettyjä palveluita. Näissä konsepteissa on pohjattu sille, että nykyinen tiketointijärjestelmä säilyy pohjana sille mille palvelut rakennetaan.

Opinnäytetyön tekijä selvitti myös CRM-portaalin mahdollisuuksia, mutta joh-
tuen organisaation talouden tilasta ja siitä, miten tukitickettien reititykset on ra-
kennettu, tällä hetkellä ei ole taloudellisesti eikä toiminnallisesti kannattavaa
suunnitella aivan uuden järjestelmän hankintaa ja palvelun siirtämistä sinne.
Nykyisessä tukikanavassa on etunsa koko HUS yhdistävänä palvelukanavana
ja sen mahdollisuuden säilyminen, jossa tikettejä voidaan reitittää laborato-
rion, HUS Tietohallinnon sekä HIS-toimittajan tukien välillä.

Konsepti 2: Diagnostiikkakeskus ensin (ATK-apu)

Konseptissa 2 (kuva 28) ATK-avun verkkoportaalin Diagnostiikkakeskuksen
/ Digipalvelut-yksikön palvelut on eriytetty omaan osioonsa. Sivulle on koottu
HUS Diagnostiikkakeskuksen työntekijöiden tarvitsemat lomakkeet ja niistä on
karsittu pois kliinisten yksiköiden tarvitsemat lomakkeet. Lomakkeet on ja-
oteltu toiminnan ja kontaktipisteiden mukaan. Ajatellen myös työntekijän ja
työn elinkaarta. Missä vaiheessa käyttäjä tarvitsee mitään palvelua ja millä
prioriteetilla, sekä mitkä lomakkeet ovat eniten käytössä.



Kuva 28 Konsepti 2: Diagnostiikkakeskus ensin (ATK-apu)

Konseptissa 2 (kuva 28) pitäydytään HUSin brändiväreissä ja brändiohjeistuksen mukaan punaista on käytetty funktionaalisenä värinä digitaalisessa toiminnossa. Tämän konseptin tavoitteena on tuottaa oikea-aikaista, sisältöistä ja luottamusta rakentavaa viestintää Digipalvelut-yksikön asiakkaille Digipalveluista.

Lomakkeet on jaoteltu häiriöihin ja ongelmiin: Häiriöilmoitusprosessi on tärkeä olla ensisijainen, sen ydintyötä haittaavien ominaisuuksien takia. Näiden lomakkeiden alle tuotaisiin myös linkit tarvittaviin laatudokumentteihin esimerkiksi poikkeamailmoituslomakkeisiin. Tähän on koottu myös HUS Tietohallinnon tietojärjestelmien häiriöilmoituslomakkeet tietojärjestelmistä, joita HUS Diagnostiikkakeskus käyttää. Häiriölomakkeet on merkitty myös HUS brändiohjeistuksessa olevalla huomiovärillä.

Potilastyö ja tietojärjestelmät: Se mitä Diagnostiikkatyöntekijä tarvitsee töidensä tekemiseen eli tunnukset, sovellukset ja muut.

Oheislaitteet ja työasemat ja muut asiat: Tähän koottu pääotsikoiden alle HUS Tietohallinnon infraan liittyvät lomakkeet, joita Diagnostiikkakeskuksen työntekijät tarvitsevat.

Rakenteellisesti PACS:n lomakkeiden osalta tehtäisiin muutos, jossa pääsivu aukeaa häiriösivulle, jossa pyydetään ilmoittamaan tuotantohäiriöistä puhelimitse, jonka jälkeen käyttäjä voi valita spesifimmät lomakkeet eri tarpeisiinsa, sillä PACS häiriöilmoituslomakkeista puuttuu kokonaan yleinen häiriöilmoitus-sivu ja lomake, joka menisi PACS toimittajalle. Opinnäytetyön tekemisen aikaan HUS Tietohallinto on lisännyt portaaliin Kuvantamisen häiriöilmoituslomakkeen, joka reitittää tukipyynnön HUS Tietohallinnon ATK-apuun, josta se ongelmatyypin mukaan reititetään joko HIS tai RIS toimittajalle, tai PACS-tukeen. Digipalvelut-yksikön PACS-lomakkeiden ja HUS Tietohallinnon PACSiin liittyvien lomakkeiden olisi tärkeä olla samassa paikassa ja viestinnältään synkronoituja.

Taulukossa 2 on esitetty tämän konseptin SWOT-analyysi. Tämän konseptin vahvuus ja heikkous on sen Diagnostiikkakeskuslähtöisyys.

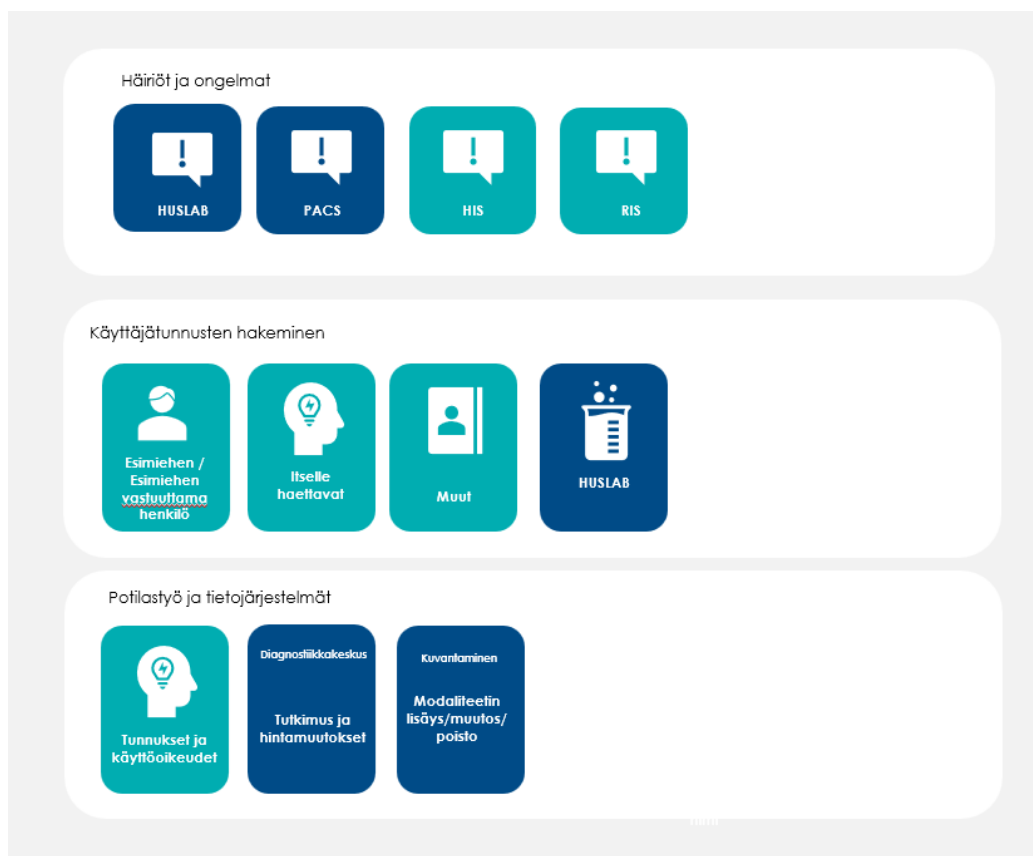
	+	-
Sisäinen ympäristö	Vahvuudet <ul style="list-style-type: none"> • Palvella asiakasläh- töisesti ja perso- noidusti juuri Diag- nostiikkakeskuksen työntekijöitä. • Selkeyttää • mahdollisuudet aloit- taa puhtaalta pöy- dältä • Lisätarpeiden kartoi- tus • Kokonaisuuden suunnittelu tarve edellä 	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none"> • Ei käsittele klinikko- käyttäjiä. • Ei ulkoisille asiak- kaille • Vaatii kattavaa ja monipuolista analyys- sia kaikkien tulosityk- siköiden kanssa • Digipalvelut ei voi suoraan korjata itse, vaan pitää tehdä yh- teistyössä HUS Tie- tohallinnon kanssa.
Ulkoinen ympäristö	Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none"> • Benchmarkattavaa koko palveluun • Tuodaan laatu osaksi häiriöilmoi- tusprosessia 	Uhat <ul style="list-style-type: none"> • Ei tietoa tiketöintjär- jestelmän teknisistä rajoitteista • Tikettien reitittymi- sen varmistaminen

Taulukko 2 Konsepti 2: SWOT-analyysi

Tarjoamalla personoitua asiakaskokemusta Diagnostiikkakeskuksen työnteki- jöille palveluportaalissa voidaan päästä hyviin tuloksiin asiakaskokemuksessa, mutta tässä konseptissa ei huomioida myös Diagnostiikkakeskuksen ulkoisia käyttäjiä esimerkiksi Kliinikkoryhmiä tai HUS ulkopuolisia sidosryhmiä. Tois- taiseksi ei myös ole tiedossa, millaisia teknisiä rajoitteita tiketöinti järjestel- mässä on.

Konsepti 3: Palvelua kaikille (ATK-apu)

Konseptissa 3 (kuva 29), keskitytään siihen, miten Digipalvelut-yksikön omis- tajuutta omista palveluistaan voitaisiin lisätä ATK-avun verkkopalvelussa. Digi- palveluihin liittyvät tai heidän toimintaansa kuuluvat, mutta HUS Tietohallinnon reitittämät lomakkeet merkitään yhteisesti sovitulla värillä.



Kuva 29 Konsepti 3: Palvelua kaikille (ATK-apu)

Tässä visualisoinnissa (kuva 29) on käytetty HUS brändiohjeistuksessa käytettyä sinistä väriä. Yksittäiset lomakkeet formuloidaan symmetrisiksi laboratorion ja PACS:n osalta sekä lomakkeiden ohjausteksti formuloidaan kertomaan, kenelle lomake menee. Lomakkeiden epälooginen sijainti korjataan myös vastaamaan nykyistä verkkopalvelun jaottelua. Kuvakkeisiin myös lisätään yläreunaan tarkenne, ketä lomake koskee. Koskeeko se koko Diagnostiikkakeskusta vai pelkästään esimerkiksi Kuvantamisen toimintoja.

Taulukossa 3 on esitetty tämän konseptin vahvuudet ja heikkoudet. Tässä konseptissa yritetään yhtenäisessä HUS:n viitekehysessä vahvistaa Digipalvelut-yksikön ja Diagnostiikkakeskuksen asemaa verkkopalvelussa.

	+	-
Sisäinen ympäristö	Vahvuudet <ul style="list-style-type: none"> Selkeyttää kenelle instanssille palvelu kuuluu Kohdistaa lomakkeen jo oikealle asiakasryhmälle 	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none"> Onko Diagnostiikkakeskus tarpeeksi suuri saadakseen oman osion tai brändiväriin Ei huomioitu ulkoisia käyttäjiä. Digipalvelut ei voi suoraan korjata itse, vaan pitää tehdä yhteistyössä HUS Tietohallinnon kanssa.
Ulkoinen ympäristö	Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none"> Mahdollisuus korjata ajan kuluessa rakennettua järjestelmää toimimaan parempien kaikkien kannalta. 	Uhat <ul style="list-style-type: none"> Tiketöintijärjestelmän tekniset rajoitteet. Brändivärit kuuluvat kaikille, mutta onko sallittua sitoutua käyttämään tiettyä väriä

Taulukko 3 Konsepti 3: SWOT-analyysi.

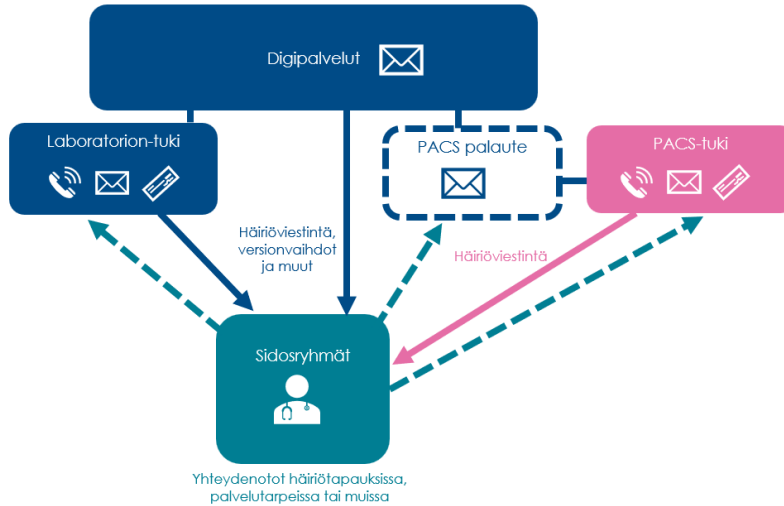
Tämän konseptin heikkous on se, että onko Diagnostiikkakeskus tarpeeksi suuri saadakseen oman osion tai brändiväriin ja miten tämänkaltainen ehdotus otetaan vastaan HUS Tietohallinnossa, sillä se muuttaisi syvästi Atk-avun verkkopalvelun visuaalista ilmettä.

8.4.3 Viestinnästä

Digipalvelut-yksikkö järjestää itse laboratoriojärjestelmien tuen ja molemmilta tukitoimijoilta tulee häiriötiedostusta. Yksiköltä tulee häiriötiedotuksen lisäksi myös versiovaihtoon liittyvää tai muuta viestintää sähköpostitse sidosryhmille.

Sidosryhmien jäsenet voivat lähestyä tukitahoja tai PACS-tiimiä sähköpostitse, mutta Digipalvelut-yksikön tiedottava sähköposti ei ota vastaan kysymyksiä tai yhteydenottoja, vaan henkilö saa automaattisen vastauksen, jossa pyydetään ottamaan yhteyttä muihin tahoihin. Digipalvelut-yksiköllä on myös muita li-

sähköpostilaatikoita, esimerkiksi työasemapalvelut, jota käyttää kaksi asiantuntijaa, jota ei ole kuvattu tähän kuvaan. Kuvassa 30 on kuvattu Digipalvelutyksikön viestinnän nykytilannetta.

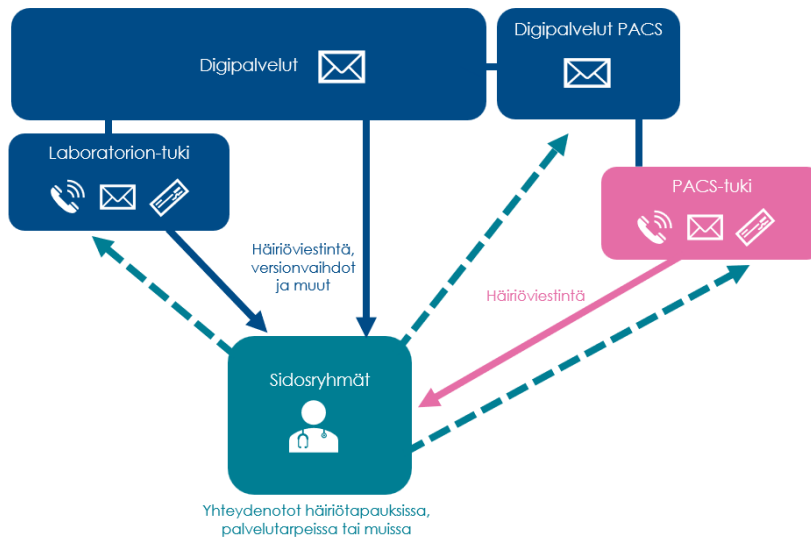


Kuva 30 Sähköpostiviestintä ja tukikanavat

Nykytilanteessa on tunnistettavissa kolme viestivää tahoa ja kolme yhteydenottoa vastaanottavaa tahoa. Kaikki tahot eivät kuitenkaan viesti, tai vastaanota yhteydenottoja, mikä näyttyy sidosryhmän jäsenelle monimutkaisena ja toisinaan epäselvänä toiminnan järjestämisenä.

Konsepti 4: Hienosäätö (viestintä)

Konseptissa 4 (kuva 31) yhtenäistetään viestintää monikanavaisessa asiointissa. Tukipalveluissa ja viestinnässä siirrytään homogeenituihin viestipohjiin.



Kuva 31 Konsepti 4: Hienosäätö (viestintä)

PACS tiimin niminen palaute niminen sähköposti muutetaan muotoon Digipalvelut PACS, jolloin osoite itsessään kertoo mille organisaatiolle tämä lisäpostilaatikko kuuluu. Tämä selkeyttää kuvantamisen osalta viestintää, versionvaihto ja muu tiedostus tulee Digipalveluilta ja lisätiedot kysytään Digipalveluilta osana olevalta tiimiltä, eikä epämääräistä sähköpostiosoitteesta, jonka osoite ei itsessään kerro, mille instanssille se kuuluu. Taulukossa 4 on esitetty konseptin SWOT-analyysi.

	+	-
Sisäinen ympäristö	Vahvuudet <ul style="list-style-type: none"> Selkeyttää Kuvantamisen viestintää Vahvistaa PACS tiimin näkyvyyttä ja kuuluvuutta Digipalveluihin 	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none"> Viestintä silti rikko-naista Eri osoitteet
Ulkoinen ympäristö	Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none"> Selkeyttää sidosryhmille Kuvantamisen Digipalvelut-yksikön yhteydenottokanavana 	Uhat <ul style="list-style-type: none"> Jääkö näennäiseksi muutokseksi Digipalvelut ja Digipalvelut PACS voi mennä sekaisin edelleen

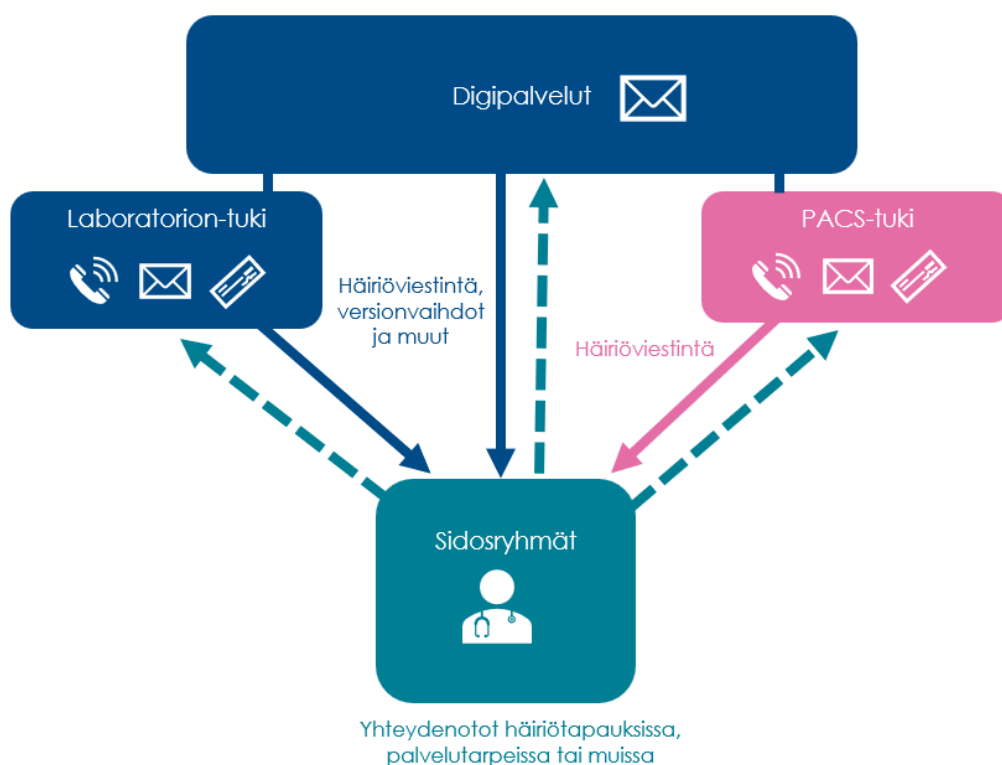
Taulukko 4 Konsepti 4: SWOT-analyysi

Tämä konsepti selkeyttää kuvantamisen osalta Digipalvelut-yksikön toimintaa ja varsinkin sidosryhmille selkeyttää PACS-tiimin roolia Digipalveluissa, mutta

ei onnistu ratkaisemaan viestinnän rikkonaisuutta ja voi osaltaan lisätä toisaalta hämmennystä, koska Digipalvelut-yksikön laboratorion asiantuntijoilla ei ole samantyyppistä lisäpostilaatikkoa.

Konsepti 5: Yksi luukku (viestintä)

Konseptissa 5 (kuva 32) yhtenäistetään viestintää monikanavaisessa asiointissa. Tukipalveluissa ja viestinnässä siirrytään homogenoituihin viestipohjiin. HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut-yksikön sähköposti muutetaan pelkästä tiedotusroolista ottamaan vastaan Digipalveluille kuuluvaa viestiä. PACS palaute sähköpostilaatikko lakkautetaan ja selkeät tukitikitet käännetään normaaliin tapaan joko PACS-tukeen tai laboratorion ATK-tukeen tai asiat otetaan selvittelyyn suoraan.



Kuva 32 Konsepti 5: Yksi luukku (viestintä)

Tämä konsepti selkeyttää sidosryhmille sen, että on vain yksi Digipalvelut-yksikkö ja kaksi tuki-instanssia. Digipalvelut-yksikkö viestii aktiivisesti yhtenäisenä toimijana ja ottaa vastaan myös viestejä. Tässä konseptissa asiakkaan tarvitsee tunnistaa vain kolme tahoa: Järjestävän taho, Digipalvelut-yksikkö, ja eri tukitoimijat. Taulukossa 5 on esitetty tämän konseptin SWOT-analyysi.

	+	-
Sisäinen ympäristö	Vahvuudet <ul style="list-style-type: none"> Selkeyttää toimintaa Näyttää Digipalvelut-yksikön yhtenä toimijana 	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none"> Vaatii yhtenäistä toiminnan ymmärtämistä Sovittuja pelisääntöjä Monta toimijaa, huolehdittava että toisten viestejä ei poisteta
Ulkoinen ympäristö	<ul style="list-style-type: none"> Selkeyttää sidosryhmille Digipalvelut-yksikön asemaa ja toimintaa Yksittäisten asiantuntijoiden sijaan voi lähestyä yhtä toimijaa 	Uhat <ul style="list-style-type: none"> Siirtymäaika haasteellinen, vaatii kattavan viestintäsuunnitelman sidosryhmille Pitää sitoa muihin muutoksiin ja brändäykseen, tai jää irralliseksi

Taulukko 5 Konsepti 5: SWOT-analyysi

Tämä konsepti on asiakkaan näkökulmasta kaikista selkein. Haasteena konseptissa on muutoksen implementoiminen Digipalvelut-yksikön sisällä ja sisäisen toiminnan suunnittelu toimivalla tavalla. Muutosviestintää ei saa unohtaa, sillä PACS-tiimin sähköpostiosoite on myös ollut yhteydenottokanava monille muille ulkopuolisille tahoille. Tämän lisäpostilaatikon alasajossa pitää huomioida myös, se että se on ollut yhteydenottokanavana kaikissa Digipalvelut-yksikön PACS-tiimin toteuttamissa käyttäjäohjeissa ja tiedotteissa. Tämä muutos olisi hyvä sitoa yksikön muihin muutoksiin, jottei muutos jää irralliseksi.

8.4.4 Testaustyöpaja 1

Ensimmäiseen testaustyöpajaan osallistui neljä aikaisemmin haastateltua sidosryhmän osallistujaa. Osallistujille oli lähetetty etukäteen liitteessä 4 oleva lomake, joka pohjautuu Jaakolan ym. (2021, 54) PK-yritysten liiketoiminnan muotoilun CookBookin ideoiden arviointitaulukkoon. Lomakkeessa inspiroivuus on korvattu opinnäytetyössä olevalla tunnistettavuus teemalla ja kannattavuus teema palveluiden selkeytyksellä, jotka teemoina ovat opinnäytetyön tavoitteissa.

Osallistujille kerrattiin ja näytettiin nykyinen tilanne intranetin sivulla tai ATK-avun verkkopalvelussa, jonka jälkeen esiteltiin konsepti. Konseptin esittelyn

aikana ja jälkeen osallistujat täyttivät numeerisen arvion ja sanallisen palautteen lomakkeeseensa. Jokaisen konseptin jälkeen myös keskusteltiin yhteisesti konseptista. Liitteessä 5 on esitetty tiivistelmä saadusta kirjallisesta palautteesta ja numeeriset keskiarvot jokaiselle konseptille.

Konsepti 1: Yksi Digipalvelut-yksikkö (intra)

Konseptin yleisarvosana oli 7+. Konsepti selkeyttää Digipalvelut-yksikön roolia ja parantaa käytettävyyttä sekä tekee palautteen ja kehitysideoiden antamisesta helpompaa. Etuna nähtiin myös asiakasviestinnän lisääminen (kerrotaan projektien etenemisestä). Haasteellisena koettiin se, että digi-sana ei itsessään ohjaa riittävästi kertomaan, että mistä on kyse. Ero HUS Tietohallintoon ei tule vieläkään ilmi. HUS Diagnostiikkakeskuksen sivuille liitettävää nimeä voisi avata enemmän esimerkiksi Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut (Laboratorion ja Kuvantamisen järjestelmät).

Uhkana nähtiin se, että onko Digipalveluilla resurssia koota tarvittava aineisto esimerkiksi ohjeissa yhteen. Varsinkin laboratorion puolella käyttöohjeita on useammassa eri paikassa. Onko resursseja huolehtia ylläpidosta ja tiedon oikeellisuudesta, mikä vaatii Digipalvelut-yksiköltä järjestäytymistä ja huomioimista tulevaisuudessa. Kehitysehdotuksena konseptiin tuli se, että sivulle olisi hyvä saada myös toimipaikkakohtaiset omat ATK-jatkuvuussuunnitelmat, jotka liittyvät paikalliseen toimintaan.

Konsepti 2: Diagnostiikkakeskus ensin (ATK-apu)

Konseptin yleisarvosana oli 8+. Tämä konsepti selkeytti palveluita ja asioiden löytäminen helpottuisi. Työpajaan osallistuneiden mielestä tukipalvelun pitää olla sellainen, johon ei tarvitse joutua soittamaan, jotta selviää, mitä lomaketta pitää käyttää. Jatkokehityksen kannalta olisi hyvä selvittää, mitkä ovat käytetyimmät pyynnöt ja mitä lomakkeita puuttuu, esimerkiksi verkkopistokkeen avauspyyntö.

Jatkokehittäminen vaatii kuitenkin konkreettista testausta asiakkaiden osalta, esimerkiksi sen osalta onko jaottelu selkeää ja käytettävää. Teknisessä toteu-

tuksessa pitää huomioida se, että monilla lomakkeilla asia menee suoraan tietyn tukitiimin jonoon, mikä nopeuttaa tukipyyntöjen käsittelyä, kun välissä ei ole kukaan manuaalisesti siirtämässä tukipyyntöjä.

Testaustyöpajassa tuotiin esille tarpeiden muutostahdissa pysymisen vaikeus, usein jo seuraavan pyynnön yhteydessä toimintamalli ja näkymä on muuttunut entisestään. Myös tiketointijärjestelmän notkeus mietitytti. Kehitysideoina nousi se, että tarvitaan myös selkeä luokittelematon tukipyyntöpainike ja suunnittelussa olisi hyvä keskittyä selkeisiin yläpainikkeisiin.

Konsepti 3: Palvelua kaikille (ATK-apu)

Tämä konsepti sai yleisarvosanakseen 7. Ja tämän todettiin riittävän, jos muuta mahdollisuutta ei ole. Konsepti ei kuitenkaan Digipalvelut-yksikön osalta riitä ongelman ratkaisuun, sillä liian monien painikkeiden olemassaolon ongelma ei muutu. Isoin ongelma käyttäjien näkökulmasta on HUS Tietohallinnon lomakkeiden löytäminen.

Hyväksi ideaksi koettiin visuaalinen ohjuri, jossa kaikkien lomakkeiden yläreunassa lukisi HUS Diagnostiikkakeskus. Työpajasta nousi kehitysehdotuksena se, chattibottiin chatiin saataisiin muitakin asioita tunnusasioiden lisäksi. Tässä olisi mahdollisuus tehdä yhteiskehittämistä käyttäjien ja HUS Tietohallinnon kanssa ja tunnistaa bottiin sopivia teemoja, jotka toistuvat tarpeeksi usein palvelutarpeissa.

Konsepti 4: Hienosäätö (viestintä) ja konsepti 5: Yksi luokka (viestintä)

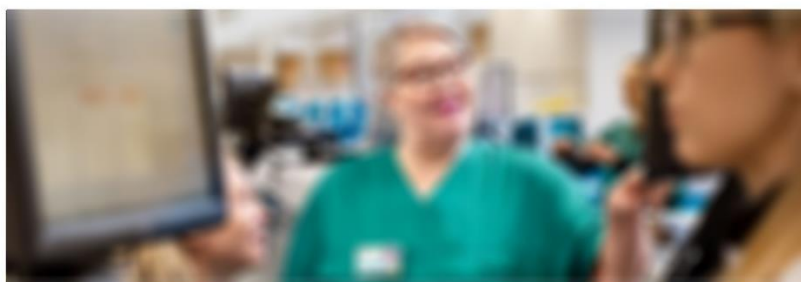
Näistä kahdesta konseptista, konseptissa 4 koettiin, että muutos ei välttämättä tuo riittävästi parannusta. Isoin ongelma viestinnässä on häiriöviestinnän puute varsinkin LIS-järjestelmien puolella. Viestinnän pitäisi olla oikea-aikaista ja proaktiivista, riittävän usein ja tiheästi. Viestinnän vastuutus kaipaisi myös johtajuutta. Häiriöviestinnästä on opinnäytetyön ulkopuolella alkanut projekti, jossa selvitetään ja yhtenäistetään Digipalvelut-yksikön häiriö ja muutoshallintaviestintää. Suunnitelmissa on ottaa käyttöön työasemailmoitusjärjestelmä, joka helpottaisi laboratorioyksiköiden viestintätaakkaa ja vastuuttaisi hoitoyksi-

köiden tiedottamista suoraan Digipalvelut-yksikölle, jolloin voitaisiin luopua ainakin häiriöviestinnässä sähköpostijakelusta, jota vastuualueilla on välitetty eteenpäin hoitoyksiköille.

Tämä häiriöviestinnän projekti on opinnäytetyön tekemisen aikana kesken, jonka takia häiriöviestintää ei tässä opinnäytetyössä käsitellä yleistä tasoa tarkemmin. Konsepti 4 sai arvosanaksi 7- ja konsepti 5, 8. Konsepti 5 koettiin näistä kahdesta konseptista selkeämmäksi. Huomiona työpajassa esitettiin, että viestinnän osalta olisi varmistettava HUS brändinmukaisuus ja se, että viestittävät palvelut ovat selkeät, jolloin perehtymiseen ei kulu aikaa.

8.4.5 Konseptien jatkokehitys

HUS Diagnostiikkakeskuksen etusivulle lisätään Digipalvelut-yksikön nimi hyvin selkeässä ja avatussa muodossa (kuvassa 33).



Radiologia ja patologia

Kemia ja mikrobiologia

Fysiologia, genetiikka ja preanalytiikka

Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut
(Laboratorion & Kuvantamisen järjestelmät)

Kuva 33 HUS Diagnostiikkakeskus etusivu, kuvamuokkaus kuvakaappauksesta

Tämä visualisointi kertoo Diagnostiikkakeskuksen henkilöille, että kyseessä on Diagnostiikkakeskuksen yhteisiin palveluihin kuuluva yksikkö ja mistä yksikkö vastaa. Linkistä pääsee suoraan Digipalvelut-yksikön omalle sivulle, jonka visualisointi on esitetty kuvassa 34.

HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut

>> HUS Diagnostiikkakeskus etusivu
 >> Tietojärjestelmien käyttöohjeet
 > Laboratorion järjestelmien käyttöohjeet
 > PACS-järjestelmien käyttöohjeet
 > Linkit muiden tietojärjestelmien käyttöohjeisiin
 >> Käyttökatko-ohjeet
 > Laboratorion ATK-jatkuvuus suunnitelma
 > PACS-jatkuvuus suunnitelma
 > HIS + LIS jatkuvuus suunnitelma
 > Toimipaikkakohtaiset jatkuvuus suunnitelmat
 >> Kehittäminen ja palaute
 > Kehitysohjelmien ja muutostarpeiden kartoitus
 > Valmistuneet ja työn alla olevat projektit
 > Aina palautetta Digipalveluille
 >> UUK

KÄYTTÖKATKO JA POIKKEUSTILANNE-OHJEET

TIETOJÄRJESTELMIEN KÄYTTÖOHJEET

KEHITTÄMINEN JA PALAUTE

Digipalvelut:
 Tähän kfreytyy siltä mitä digipalvelut tekee kokonaisuudessaan. Palvelulupaus? Toiminnan määrittely, avataan mitä kuuluu Digipalveluille ja mitä HUS Tietohallinnolle. Tukipalveluiden määrittely.
 Tekstiä tekstiä tekstiä Tekstiä tekstiä tekstiä, Tekstiä tekstiä tekstiä, Tekstiä tekstiä tekstiä, Tekstiä tekstiä tekstiä, Tekstiä tekstiä tekstiä, Tekstiä tekstiä tekstiä, Tekstiä tekstiä tekstiä.
 Digipalvelut tekee: Käyttöönnotot (avaa esimerkein), muutos ja sopimus hallintaa (avaa esimerkein) sekä tukipalvelut ja järjestelmän kehitys (avaa esimerkein).

[Linkki / kuva vastuunmäärityksestä. Mitä tekee Digipalvelut, mitä tekee tuet.](#)

HUS Diagnostiikkakeskus:
 + Tiedote
 + Tiedote

Tuen yhteystiedot

Labran-tuki tiedot
 Puh + söpö

Tee häiriöketti (AIK-avun verkkoportaali)

PACS tuen yhteystiedot
 Puh + söpö

Tee häiriöketti (AIK-avun verkkoportaali)

Muut tarvittavat tukiyhteystiedot

Kuva 34 Konsepti 1: Yksi Digipalvelut-yksikkö (intra), versio 2

Konsepti 1: Yksi Digipalvelut-yksikkö (intra), versio 2

Digipalvelut-yksikön sivulle (kuva 34) on yhdistetty Laboratorion ja Kuvantamisen omat sivut. Aikaisemmin esitettyjen parannusten lisäksi, sivulla avataan Digipalvelut-yksikön lisäksi, mitä HUS Tietohallinto tarjoaa Diagnostiikkakeskuksen henkilöstölle ja millainen yhteistyö ja vastuunjako näiden kahden yksikön välillä on. Heti sivun alkuun on nostettu linkkipainikkeet tärkeimpiin sivun sisältämiin alisivuihin. Aikaisempaan versioon lisätään käyttökatko-ohjeisiin toimipaikkakohtaiset jatkuvuus suunnitelmat ja linkit muiden tietojärjestelmien käyttökatko-ohjeisiin. Oikeaan reunaan on myös lisätty näkyvät painikkeet häiriötietojen tekoon.

Konseptiin kuuluu kuvassa 32, sivulla 60 esitetty visualisointi viestinnästä. HUS Diagnostiikkakeskuksella on oma viestintäsuunnitelma, mutta Digipalvelut-yksikön on tarve tehdä oma, tarkempi ja yhtenäinen viestintäsuunnitelma, jossa olisi vakioidut pohjat viesteille, jotka sisältävät linkit jatkuvuus suunnitelmiin ja toimintatavat häiriön aikana. Tiedotteissa olisi vakioitu tiedottamisen intervalli alusta loppuun. Yksiköllä olisi tärkeää opettaa sidosryhmät seuraamaan häiriötiedotusta intrasta, ja muut viestintäkanat tukevat tätä ohjaamalla käyttäjät intraan.

Digipalvelut-yksikössä on tämän opinnäytetyön ulkopuolinen prosessi menossa työpöytäilmoitusjärjestelmän käyttöönottoon yksikössä, jonka tarkoitus olisi korvata osittain sähköpostiviestintää ja vähentää tutkimusyksiköiden teemmää sähköpostipohjaista viestintää suoraan hoitoyksiköihin. Tätä kehitetään erillisessä projektissa, jonka takia viestintäsuunnitelman sisältöä ei avata tämän enempää.

Konsepti 2: Diagnostiikkakeskus ensin (ATK-apu), versio 2

Tässä konseptissa (kuva 35) kaikki HUS Diagnostiikkakeskuksen käyttämät lomakkeet on eriytetty omaan osioon /sivuun, jossa yritetään minimoida painikkeiden määrä ja jaotella ne yhden ”pääpainikkeen” alle, joka lisää sivun selkeyttä. Lomakkeiden jaottelussa eri otsikoiden alle huomioidaan työn eri osa-alueet ja työn elinkaariajattelu, lomakkeet lajitellaan järjestykseen tärkeyden ja käytön mukaan. Lomakkeiden yläreunaan on myös lisätty määre Diagnostiikkakeskuksesta, Laboratoriosta ja Kuvantamisesta, jos lomake koskee vain osaa tai koko HUS Diagnostiikkakeskusta.



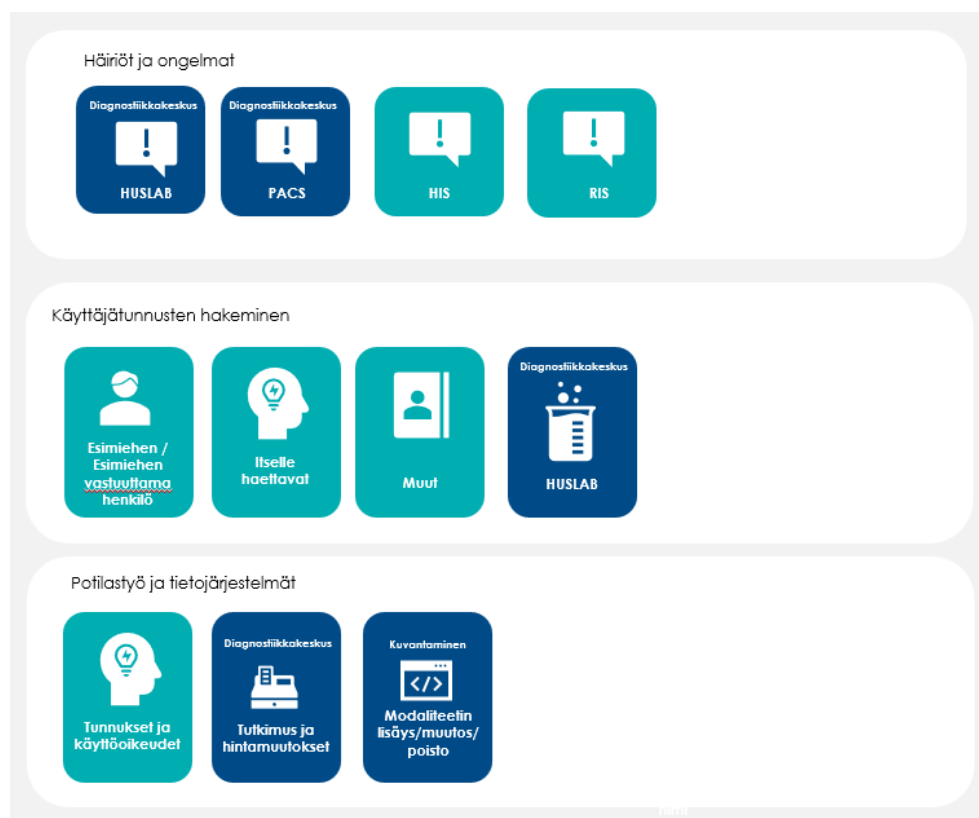
Kuva 35 Konsepti 2: Diagnostiikkakeskus ensin (ATK-apu), versio 2

Laatulomakkeiden lisäksi punaiseksi painikkeeksi nostetaan potilastietojen korjaukseen liittyvät lomakkeet. Päälomakkeiden alalomakkeille selkeytetään, että mille instanssille lomake menee ja PACS häiriöetusivu luodaan. Jos pääpainikkeen alla on paljon alalomakkeita, ne ryhmitellään väliotsikoiden alle ja näihin luodaan myös luokittelematon tukipyyntöpainike, jota toivottiin ensimmäisessä testaustyöpajassa.

Luokittelemattoman tukipyyntönäpin kautta tulleita pyyntöjä voidaan arvioida esimerkiksi puolivuositain ja määritellä tämän kautta lisätarpeet eri lomakkeille. Tukilomakkeisiin lisätään tarkenne, milloin tikettejä käsitellään ja mistä voi seurata tikettien edistymistä, joka selkeyttää asiakkaalle asiakaspalveluraportointia ja palvelua.

Konsepti 3: Palvelua kaikille (ATK-apu), versio 2

Kuvassa 37 on esitetty paranneltu versio konseptista 3. Konseptissa keskitytään vahvistamaan Diagnostiikkakeskuksen näkyvyyttä ja Digipalvelut-yksikön omistajuutta muuttamalla osa painikkeista sinisiksi, joka seuraa HUSin brändiohjeistusta. Tässä konseptissa yleisnäkymän siivoaminen tehdään HUS Tietohallinnon kanssa yhteistyössä, tavoitteena ryhmitellä pääkuvakkeiden alle mahdollisimman hyvin eri lomakkeita ja korjata lomakkeiden epäloogisia sijainteja.



Kuva 36 Konsepti 3: Palvelua kaikille (ATK-apu), versio 2

Alalomakkeisiin selkeytetään myös, että mille instanssille lomake menee ja PACS-häiriöetusivu luodaan. Jos pääpainikkeen alla on paljon alalomakkeita, ne ryhmitellään väliotsikoiden alle ja näihin luodaan myös luokittelematon tukipyyntöpainike, jota toivottiin testaustyöpaja 1:ssä. Luokittelemattoman tukipyyntönapin kautta tulleita lomakkeita voidaan arvioida esimerkiksi puolivuositain, onko tarvetta uudelle. Selvitykseen tässä konseptissa otetaan myös mahdollisuus kehittää chattibottia tarkastelemalla, mitä muita aihepiirejä siellä voisi olla kuin tunnushallinta ja olisiko teknisesti mahdollista toteuttaa verkkopalveluun myös oikea chatti.

8.4.6 Testaustyöpaja 2

Toiseen testaustyöpajaan osallistui neljä aikaisemmin haastateltua sidosryhmän osallistujaa. Osallistujille oli lähetetty etukäteen liitteessä 4 oleva lomake, jossa oli käytössä rivit konsepteille 1–3. Kaikki osallistujat eivät palauttaneet palautelomakkeissa numeerisia arviointeja, joten osioiden ja yleiskeskisarvot on laskettu vastanneiden perusteella. Tiivistelmä konseptien arvioinneista on esitetty liitteessä 5.

Konsepti 1: Yksi Digipalvelut-yksikkö (intra), versio 2

Digipalvelut-yksikön kaksisuuntainen viestintä koettiin hyväksi uudistukseksi. Konseptin yleisarvosana oli 8. Aikaisemmin automaattiviesteihin ei ole voinut vastata, tai vahingossa on tultu vastattua ja aina ei ole ollut selvää, minne vastataan. Digipalvelut-yksikön tavoite olla yksi ja yhtenäinen koettiin parantavan brändiä ja tuovan tunnettavuutta.

Digipalvelut-yksikön intra kertoo Digipalvelut-yksikön roolista selkeästi. Haasteeksi koettiin, että miten yksikön nimi on muistettava terminä ja miten muutos onnistutaan viestimään niin että käyttäjät löytävät uudistetun sivun ja palvelun. Monilla käyttäjillä on aikaisempi asiakaskokemus intrasta hankalana ja turhautumista aiheuttavana sivuna. Huono, olemassa oleva asiakaskokemus vaikuttaa myös asiakaskokemuksen parantamiseen.

Huomioitavana asiana haluttiin nostaa, että kaikki tiedot eivät voi olla sähköisenä, eivätkä intrassa, koska intran ollessa poissa käytöstä, jatkuvuussuunnitelmat pitää olla tulostettuna ja kovalevyllä tallennettuna, jotta ne voi saavuttaa poikkeustilanteessa. Isona ongelmana koettiin myös se, että häiriötiketteihin ei saa vastausta riittävän nopeasti, tähän kehitysehdotuksena voisi olla kriittisissä tapauksissa kaikista nopeimman ja suositeltavan tukikanavan tiedottaminen ja merkitseminen.

Konsepti 2: Diagnostiikkakeskus ensin (ATK-apu), versio 2

Konseptin kaksi koettiin palvelevan hyvin HUS Diagnostiikkakeskusta, ja olevan selkeä. Konseptin yleisarvosana oli 8½. Testaustyöpajassa korostettiin

sen tärkeyttä, että palvelun pitäisi sisältää kaikki tarvittava ilman, että vanhaa portaalia tarvitsisi enää käyttää. Nykyinen verkkoportaali on koettu niin sekavaksi, että mieluummin asiakkaat soittavat kuin etsivät oikean lomakkeen. Keskustelussa kävi ilmi myös se, että laatudokumentteja on voinut jäädä täyttämättä sen takia, kun ne ovat työläästi eri polkujen takana eri palvelukana- vissa. Erillisten lomakkeiden sijaan, eräänlaisen yhteenvetosivun luominen ATK-avun verkkoportaaliin, joka kokoaisi kaikki poikkeama- ja vaaratapahtu- malomakkeet, voisi olla hyvä idea.

Se, että intrassa on yksi painike, joka ohjaa ATK-avun verkkopalveluun on op- timaalinen tilanne. Toinen erillinen tukiportaali huonontaa tilannetta. Tässä testaustyöpajassa tunnistettiin myös lisää teknisiä rajoitteita, jotka konseptissa pitää huomioida, esimerkiksi tiketointi järjestelmän etusivulla voi olla vain yh- den värisiä lomakkeita ja eri palveluketjujen (tikettien reititykset) toimiminen on tärkeää huomioida. Tämä myös koettiin uhaksi, sillä jos kaikille toimialoille tu- lee omat portaalit, tämä voi sekoittaa käyttäjiä entisestään.

Konsepti 3: palvelua kaikille (ATK-apu), versio 2

Kolmannessa parannellussa konseptissa eriväristen painikkeiden koettiin aut- tavan lomakkeiden löytämistä ja tämä olisi kaikkien käyttäjien kannalta sel- keää, kun on vain yksi tukiportaali. Konseptin yleisarvosana oli 7½. Palvelui- den määrän lisääminen chattibotissa olisi nykyaikaa ja sitä mahdollisesti pys- tyttäisiin kehittämään palvelulinjoittain chattibotin avulla, kun olisi mahdollista botin kysymysten jälkeen ohjata asiakas suoraan asiakaspalvelijalle. Tästä tuotiin esille idea, jossa laboratorion ATK:n puhelinpalvelua ja niin sanottuja ylivuotopuheluita ja päivystysajan tukena toimivaa sekä hoitavaa toisen osa- puolen tukipalvelua voisi laajentaa tähän käyttöön. Bottien käyttämisessä kui- tenkin pitää huomioida jatkuva päivitystarve ja vastausten ajantasaisuuden yl- läpito.

Tavanomaisen käyttäjän näkökulmasta konsepti 2 koettiin selkeämmäksi. Jos värien käyttö ei ole mahdollista, muutos voi jäädä liian pieneksi vaikkakin Diagnostiikkakeskus-tekstin lukeminen lomakkeiden yläreunassa koettiin hy-

väksi visuaaliseksi ohjuriksi ohjata käyttäjiä oikeiden lomakkeiden pariin. Työpajassa ilmaistiin myös, että lomakkeiden kuvat ja tarkennustekstit voisivat olla informatiivisempia ja kuvata sisältöä paremmin.

Yhteenvetona voi todeta, että konseptien 2 ja 3 eteenpäinvieminen vaatii jatkoselvitystä tiketöinti järjestelmän toimittajalta ja / tai HUS Tietohallinnossa toimivalta tuoteomistajalta, mitkä ovat tekniset rajoitteet, resurssikysymykset tai sovitut menettelytavat tiketöinti järjestelmän kehittämisessä. Digipalveluilla ja Diagnostiikkakeskuksella täytyy myös olla yhteinen tahtotila siitä, mihin suuntaan palvelukanavia halutaan kehittää.

Toisen testaustyöpajan jälkeen tehdyn alustavan selvityksen mukaan ATK-avun etusivussa on huomioitu saavutettavuus ja yhdenvertaisuus, jonka takia kaikki painikkeet ovat samanlaisia. Teknisesti etusivulle voi myös määritellä vain yhden värin, joka on valittu HUSin virallisten värien mukaan. Toisen tason lomakkeissa on enemmän mahdollisuuksia visuaalisesti kehittää painikkeiden ulkoasua. Painikkeeseen voi laittaa kuvan, jonka koko on 150 x 150 pikseliä. painikkeiden tuetut tiedostomuodot ovat .jpg ja .png. Png muotoisen kuvan taustaa voidaan käyttää läpikuultavasti luomaan dynaamista visualisointia. (Pitko 2022.)

Vaikka ATK-avun verkkopalvelun pääsivulla, täytyisi pitäytyä tiukasti jo sovitussa formaatissa, alasivulla olevia painikkeita voidaan kehittää niin visuaalisesti kuin toiminnallisesti palvelemaan käyttäjiä paremmin. Pääsivulla kehittäminen kannattaa suunnata asiakokonaisuuksien löytämiseen, painikkeiden loogisiin sijainteihin, painikkeiden määrän karsimiseen sekä painikkeiden informatiivisuuteen.

8.4.7 Roadmap

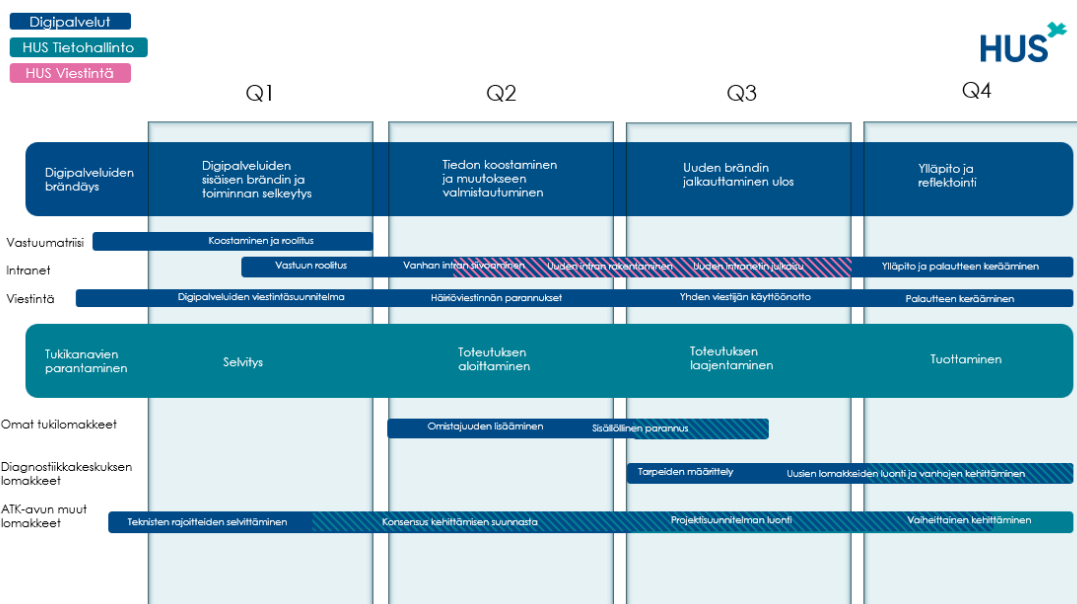
ATK-avun kahden palvelukonseptin valinnassa on kyse pirullisesta ongelmasta, jossa ensisijaisten ja toissijaisten sidosryhmien tarpeet ovat ristiriidassa. Konsepti 2 palvelee parhaiten tärkeintä sidosryhmää eli Diagnostiikkakeskusta, mutta konseptissa kolme on huomioitu myös muut kuvantamisen ja laboratorion tietojärjestelmien HUS-käyttäjät kuten klinikot. Konsepteissa ei

ole huomioitu tarvetta asiointiportaaliin HUSin ulkopuolisille käyttäjille, vaan tämän kehitysidean kehittäminen jätetään Digipalveluille jatkokehitysideaksi.

Jotta konsepteja voidaan viedä eteenpäin, Digipalvelut-yksikön pitää ensin järjestäytyä sisäisesti ja kehittää toimintatapojaan selkeämmiksi. Yksikössä pitää resursoida ja selkeyttää sisäisiä rooleja ja vastuutta kehittämistä ja viestintää, jotta Digipalvelut-yksikön toiminta on yhdenmukaista strategiaa ja sitä toteutetaan kaikessa toiminnassa. Toiminnan selkeyttäminen pitää tehdä koko yksikön tasolla ja yksikön monipaikkaisuus ja toiminnan hajautus tuo tähän haasteensa. Unelmien palvelulupauksen tuloksia voidaan käyttää Digipalvelut-yksikön sisäisen hengen vahvistamisessa.

Vuoden 2023 alussa tuleva hyvinvointialuemuutos vie Digipalvelut-yksikön räjällisiä resursseja ja pakottaa priorisoimaan työtehtäviä. Vuoden 2023 ja 2024 aikana myös HUS intranet tulee uudistumaan, joka tuo pohdittavaksi sen kannattaako vanhan sivun uudistamiseen käyttää kuinka paljon resursseja. Toisaalta intranetin uudistaminen onnistuu Digipalvelut-yksikön omilla henkilövoimilla ja mahdollisesti HUS Viestinnän tuella. ATK-avun verkkopalveluun kohdistuva kehittäminen tehdään yhdessä HUS Tietohallinnon tuoteomistajien kanssa. Digipalvelut-yksikkö pystyy määrittelemään ja pyytämään muutoksia omiin lomakkeisiinsa, mutta muutosten toteuttaminen tapahtuu HUS Tietohallinnon toimesta.

Kuvassa 37 ja liitteessä 6, on esitetty roadmapissa suunnitelma Digipalvelut-yksikön toiminnan ja tukikanavien kehittämisestä. Roadmap on jaettu Digipalvelut-yksikön brändäykseen ja tukikanavien parantamiseen.



Kuva 37 Roadmap

Roadmapissa on esitetty kunkin toimenpiteen kohdalle väripalkilla kehittämistyöhön osallistuvat tahot ja kumppanit. Ensin Digipalvelut-yksiköllä ja Diagnostiikkakeskuksella pitää olla yhteinen konsensus siitä, miten tukipalveluita halutaan kehittää HUS Tietohallinnon kanssa. Kehittämistyö voidaan aloittaa omista lomakkeista, laajentaen Diagnostiikkakeskuksen lomakkeisiin, joiden kohdalla voidaan pyrkiä parempaan asiakaskokemukseen selvittämällä ja täyttämällä vastuualueiden tarpeita. Lomakkeiden kehittäminen toteutetaan yhdessä tulosityksiköiden käyttäjien kanssa esimerkiksi yhteiskehittämisen työpajoissa ja testaustyöpajoissa, joissa testataan myös lomakkeiden saavutettavuus.

Roadmapin ulkopuolelle on jätetty seuraavat kehitysideat, jotka nousivat Digipalvelut-yksikön työpajasta: nopeiden asioiden chatti, chattibotin kehitys, lomakkeiden lähtötietojen automaattinen täyttäminen tiketeille. Käytössä olevaa tiketointi järjestelmää kehitetään palveluna tuotteena ja nämä kehityspyynnöt pitää ottaa erilliseen käsittelyyn HUS Tietohallinnon, ATK-avun verkkopalvelun tuoteomistajan kanssa.

9 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS JA EETTISYYS

Varantola ym. (2012, 6) mukaan tieteellinen tutkimus voi olla luotettavaa ja eettisesti hyväksyttävää vain, jos tutkimus on tehty hyvän tieteellisen käytännön edellyttämällä tavalla. Opinnäytetyön tekijä on pyrkinyt yleiseen huolellisuuteen ja tarkkuuteen tutkimustyössään sekä tallentamaan ja esittämään tulokset ja niiden arvioinnin rehellisesti. Opinnäytetyölle on toimeksiantajan tutkimuslupa.

Tutkija on tutkimusasetelman luoja ja tulkitsija. Laadullisessa tutkimuksessa on eroteltava havaintojen luotettavuus ja puolueettomuus. Digipalvelut-yksikön työntekijänä olen tämän tutkimusasetelman luoja ja tulkitsen sitä taustani takia Kuvantamisen työntekijän näkökulmasta. Johtuen Digipalvelut-yksikön kaksijakoisuudesta, lähtökohta tutkimukseen oli, että opinnäytetyön tekijä tuntee puolet organisaatiosta ja sen menettelytavoista hyvin. Laboratorion puolen organisaatiokulttuurista ja menettelytavoista opinnäytetyön tekijällä ei ollut tietoa ennen tutkimuksen aloittamista. Monet toimintatavat ovat vaatineet selkeytystä ja selvennystä, ja eriväististä toimintatavoista huolimatta opinnäytetyössä on pyritty havainnoissa johdonmukaisuuteen ja puolueettomuuteen. Tutkimuksessa on määritelty tutkimuksen kohde ja tarkoitus, eli mitä tutkitaan ja miksi, sekä tutkijan omat sitoumukset. Opinnäytetyössä on avattu, miksi tämä tutkimus on tärkeää, mitä olen olettanut ja miten oletukseni ovat muuttuneet tutkimusta tehdessä. Tutkimusta arvioidaan kokonaisuutena, jolloin sen sisäinen johdonmukaisuus pitää olla kunnossa. Tärkeää on myös aineiston keruun kuvaaminen ja tutkimuksen tiedonantajien valintaprosessin avaaminen. Opinnäytetyössä on kuvattu aineistojen keruu, kokoaminen, analysoiminen ja tutkimuksen tiedonantajien valintaprosessi. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 6.1, 6.2, 6.3.)

Tutkimussuunnitelmasta poiketen kuvakaappaukset työpajojen kuvista liitettiin osaksi opinnäytetyötä. Opinnäytetyön tekijä välitti opinnäytetyön tiedonantajille luettavaksi ennen opinnäytetyön palautusta väliarviointiin. Osa tiedonantajista antoi luettuaan opinnäytetyön palautetta, mutta muutostarpeita ei noussut esiin.

Tutkimusaineistoon liittyvä triangulaatiolla voidaan arvioida tutkimuksen validiteettia. Tässä opinnäytetyössä on huomioitu tutkimusaineistoon liittyvä triangulaatio, jossa tietoa on kerätty eri sidosryhmien jäseniltä sekä teoriaan liittyvää triangulaatiota, jossa eri teoreettisia näkökulmia on huomioitu tutkimuksen näkökulman laajentamiseksi. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 6.5.)

10 JOHTOPÄÄTÖKSET

Digipalvelut-yksikön palvelulupaus on tuottaa asiakaskeskeisiä HUS arvojen mukaisia palveluja asiakkaillemme päivittäisen työn sujuvuuden varmistamiseksi (Digipalvelut s.a.). Digipalvelut-yksikön asiantuntijat ovat ongelmanratkaisijoita, syväosaajia, ystävällisiä asiakaspalvelijoita, jotka pyrkivät tarjoamaan palvelua oikeaan aikaan, halliten monimutkaisia kokonaisuuksia ja käyttäjien kanssa tehtävää kehitystyötä. Opinnäytetyön tekoaikana useita henkilöitä siirtyi yksiköstä toisiin tehtäviin tai organisaatioihin. Tämä korostaa tässä opinnäytetyössä Digipalvelut-yksikön sisäisen roolituksen ja toiminnan selkeytyksen tarvetta.

Digipalvelut-yksikön henkilöstö muodostaa laaja-alaisen yhteisön, joka palvelee Diagnostiikkakeskusta. Ollakseen tunnettu ja vahva toimija, kaikessa viestinnässä jatkossa Digipalvelut-yksikön tulee näkyä yhtenäisenä toimijana, joka viestii ja toimii yhtenäisesti. Vaikka Digipalvelut-yksikkö toimii monipaikkaisesti, samojen toimintatapojen pitää olla käytössä koko yksikön laajuisesti, riippumatta siitä minkä tietojärjestelmän tai prosessin asiantuntijoina Digipalvelun henkilöstö on.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksinä oli, miten HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut-yksikön tunnistettavuutta ja palveluita voidaan selkeyttää palvelumuotoilua hyödyntäen. Miten tuetaan käyttäjää tunnistamaan palvelu, tekninen ympäristö sekä tuki ja asiakaspalvelurajapinta. Sekä kuinka palvelumuotoilun keinoja voidaan organisaatiossa hyödyntää palveluiden ja prosessien vastuun sekä omistajuuden viestinnässä.

Digipalvelut-yksikön tunnistettavuutta voidaan lisätä yhtenäistämällä kaksijakoinen yksikkö ja määrittelemällä, sekä tuomalla näkyväksi, keitä Digipalvelun

työntekijät ovat ja mitä Digipalvelut-yksikkö konkreettisesti tekee. Sisäisen järjestäytymisen jälkeen, voidaan vahvasti ja näkyvästi tuoda viestinnässä ulospäin yksikössä taustalla tapahtuvia asioita. Selkeillä rooleilla ja sisäisellä ohjeistuksella voidaan kehittää aktiivisen viestinnän tasalaatuisuutta. Lisäksi passiiviseen asiakasviestintään voidaan käyttää jatkossa intranetissä olevaa Digipalvelut-yksikön omaa sivua.

Digipalvelut-yksikön palvelukokonaisuuksia ja yksittäisiä asiakkaan palvelutarpeita voidaan parantaa sekä selkeyttää yhteiskehittämisen avulla. Hyödyntämällä asiakasnäkökulmaa laajasti eri vastuualueilta, saadaan palveluita hiottua asiakaslähtöisemmiksi ja tunnistettua sidosryhmien piileviä tarpeita, joille ei ole olemassa vielä sopivaa palvelua esimerkiksi tukiportaalissa. Hyödyntämällä yhteiskehittämistä, palvelukanavia ja lomakkeita voidaan testata loppukäyttäjillä, parhaan asiakaskokemuksen saavuttamiseksi. Muutosjohtaminen helpottuu, kun kehittämistä tehdään yhdessä ja tämä mahdollistaa sen, että jokainen asiantuntija voi ottaa vastuuta kehittämistyöstä omassa työssään ja lisätä vuorovaikutuksellista testaamista suoraan sidosryhmien kanssa, palveluiden parantamiseksi. Aito vuorovaikutus tekee myös Digipalvelut-yksikköä positiivisella tavalla tunnetuksi sidosryhmiemme jäsenten keskuudessa.

Digipalvelut-yksikön asiakkaita autetaan tunnistamaan palvelu, tekninen ympäristö sekä tuki ja asiakaspalvelurajapinta visuaalisilla ohjureilla ja ohjaavilla teksteillä: Lisäämällä palveluikoneihin palvelun kohderyhmä, esimerkiksi Diagnostiikkakeskus. Itse lomakkeille lisätään tietoa palveluntarjoajasta, palveluajoista ja asiakkaan mahdollisuuksista seurata omien tukipyyntöjensä etenemisestä. Visuaalisia keinoja käytetään alatasen lomakkeissa vahvistamaan Diagnostiikkakeskuksen ja Digipalvelut-yksikön visuaalista yhteyttä ja löydettävyyttä esimerkiksi HIS-järjestelmän liittyvien palvelupyntöjen alasivulla.

Digipalveluissa voidaan hyödyntää palvelumuotoilua palveluiden ja prosessien vastuun viestinnässä, käyttämällä visuaalisia ohjureita ja tuomalla esimerkiksi tietojärjestelmien versionvaihtoon liittyvään viestintään näkyvästi Digipalvelut-yksikön vastuu ohjaavana voimana. Digipalvelut-yksikön pitäisi tuoda sisäistämäänsä brändiä aktiivisesti ja näkyvästi esiin kaikessa vuorovaikutuksessa ja

viestinnässä. Nämä yhteisesti sovitut tavat voidaan määritellä Digipalvelut-yksikön omassa viestintäsuunnitelmassa, jossa määritellään tapa viestiä ja olla läsnä.

Tulevaisuudessa viestinnässä olisi tärkeää tuoda ilmi Digipalvelut-yksikön osallisuus ja vastuu Diagnostiikkakeskuksessa tapahtuvissa tietojärjestelmään liittyvissä muutoksissa, niin aktiivisessa kuin passiivisessakin viestinnässä. Kun Digipalvelut nimenä saa tunnettavuutta, sidosryhmille ja palveluiden käyttäjille alkaa muodostumaan mielikuvia, kokemuksia ja odotuksia Digipalvelut-yksiköstä ja sen toiminnasta. On tärkeää, että jatkossa Digipalvelut-yksikön asiakkaat ja sidosryhmien jäsenet tunnistavat asioivansa Digipalvelut-yksikön yksikön henkilöstön kanssa.

11 POHDINTA

Opinnäytetyössä onnistuttiin vastamaan tutkimuskysymyksiin, mutta tuloksissa ei päästy niin konkreettisiin lopputuloksiin kuin alussa oli visioitu. Tutkimuksen määrittelyvaiheessa saatiin tietoa nykyisestä asiakaskokemuksesta monipuolisesti ja konkreettisia kehitysideoita. Kehitysvaiheessa Digipalvelut-yksikön henkilöstön kanssa järjestetyssä työpajassa kuitenkin huomattiin, että yksikössä pitää tehdä paljon sisäistä järjestäytymistä ja toiminnan selkeytystä, ennen kuin voidaan viestiä järjestäytyneesti ja vahvasti ulospäin omaa brändiämme. Jotta muutos on kestävää suunnittelua, pohjatyö pitää tehdä hyvin ja koko Digipalvelut-yksikön yksikön pitää tuntea mikä on yksikön organisatioidentiteetti ja kokea olevansa yksi yhteisö, joka jakaa samat arvot ja tavoitteet.

Kehittämistyöpajassa saatuihin teemoihin ja vastauksiin opinnäytetyössä olisi voinut pureutua enemmän useamman työpajan voimin, jolloin olisi voitu saada enemmän konkreettisia kehitysideoita irti yksittäisistä aihealueista. Tehtyjä konsepteja olisi myös voinut itsessään testata Digipalvelut-yksikön henkilökunnalla, ennen sidosryhmien kanssa testaamista, mikä jäi aikatauluhaasteiden takia suorittamatta.

Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa oli vahva visio siitä, mitä konkreettisia tuloksia, opinnäytetyöllä halutaan saada aikaiseksi. Yksikössä oltiin kuitenkin varsinaisen opinnäytetyön tekoaikaan keskellä muutosprosessia. Opinnäytetyöllä oli puolen vuoden aikana kolme eri ohjaajaa toimeksiantajaorganisaatiosta. Kaksi päävastuussa ollutta ja aiheen alkuperäistä ideoijaa siirtyi kesän 2022 aikana toisiin työtehtäviin HUSin ulkopuolelle. Johtuen tarpeesta saada opinnäytetyö kuitenkin valmiiksi sovitussa aikaikkunassa, opinnäytetyö pyrittiin tuottamaan sillä laajuudella, mikä vuoden alussa oli sovittu, jättäen tilaa varsinaisen toteutuksen hyväksyntään uudelle yksikön johdolle, kun yksikössä vaadittava toiminta selkeytettäisiin ja vaadittavia rooleja täytettäisiin.

Yksikössä tapahtuneiden henkilöstömuutosten takia, kehittämistyötä liittyen organisaatioimagon vahvistamiseen ei voi viedä eteenpäin ennen sisäistä järjestäytymistä, joka osaltaan selittää sitä, että opinnäytetyössä epäonnistuttiin tuottamaan Digipalvelut-yksikölle valmista tuotantoon vietävää materiaalia. Konkreettinen sisällöntuotanto esimerkiksi intranetin sivulle pitää tehdä, kun organisaation identiteetti ja brändi on selkeytynyt ja sisäistetty. Tiketöinti järjestelmän teknisiä rajoitteita olisi voinut opinnäytetyön tekijä selvittää enemmän etukäteen, mutta toisaalta, kehittämisvaiheessa ei haluttu liikaa kahliutua teknisiin rajoitteisiin, sillä haluttiin unelmoida jostain paremmasta, vaikka se vaatisikin enemmän työtä ja kehittämistä myös palvelualustoilta itseltään.

Tätä opinnäytetyötä tehdessä opin palvelumuotoilijana taustatyön ja monimuotoisten prosessien kuvaamisen tärkeyden, jotta ymmärretään tarpeeksi hyvin toimintaympäristöä ja sen monimuotoisuutta. Varhaisen vaiheen testauksella saadaan suoraan palautetta siitä mikä toimii ja mikä ei ja sopivien tiedonantajien valinta on hyvin tärkeää oikean tuloksen saamiseen. Tässä opinnäytetyössä onnistuttiin saamaan kattavasti tiedonantajia hyvin monista eri ammattiryhmistä, laajasti eri vastualueilta, niin Digipalvelut-yksiköstä kuin sidosryhmistäkin. Työpajoissa kuultiin ajatuksia pitkään organisaatiossa eri tehtävissä olleilta kuin lyhyemmän aikaa eri tahojen palveluksessa olleilta, jolloin saatiin näkökulmia hyvin erilaisista lähtökohdista. Tiedonantajilla oli hyvin erilaisia odotuksia ja kokemuksia Digipalvelut-yksiköstä, mikä testaustyöpajoissa osoitautui arvokkaaksi.

Lisäksi opittavaa opinnäytetyöstä oli se, kun palvelukanavan järjestää toinen toimija, se vie liikkumisvaraa pois siitä, miten asiakaslähtöisesti palvelua voidaan lopulta kehittää, mitä voidaan toteuttaa itse vahvalla tahtotilalla ja mikä on sidottu toisen organisaation työpanokseen ja näiden kahden organisaation väliseen sopimukseen palvelun käytöstä.

Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää Digipalvelut-yksikössä jäsenetelmään tulevaa kehittämistä ja viemään eteenpäin konsepteja roadmapin osoittamassa tahdissa. Digipalvelut-yksikkö hyötyy toimintaympäristön selkeyttämisestä, joka viimeistellään kokoamalla vastuumatriisi Digipalvelut-yksikön henkilökunnan rooleista, vastuista ja osaamisesta yksikössä. Samasta vastuumatriisista voidaan julkaista myös kevyempi versio Digipalvelut-yksikön intranet-sivulle, jota sidosryhmien jäsenet voivat käyttää apuna Digipalvelut-yksikön toiminnan ymmärtämisessä.

Palvelupolkujen kuvaamisen kautta löydetään kipupisteitä palveluprosesseissa ja jatkossa kaikkia uusia lomakkeita voidaan analysoida samalla taulukolla, jota käytettiin opinnäytetyössä analysoimaan olemassa olevia tukilomakkeita. Konkreettista jatkokehittämistä pitää tehdä organisaatiossa yksittäisten lomakkeiden parissa ja tähän voidaan hyödyntää yhteiskehittämisen työpajoja. Koko organisaatiossa on mahdollisesti tarve dynaamiselle asiakastuelle (chat) ja ulkoiselle palveluportaalille. Palvelulupauksen kehittämisen pohjaa on tehty, mutta palvelulupauksen kehittäminen ja implementointi jää opinnäytetyön jälkeiseen aikaan.

Opinnäytetyössä onnistuttiin yhdistämään teoriaa käytäntöön kehittämisen, muutosten jalkauttamisen ja muutosjohtamisen suunnittelussa. Opinnäytetyö tarjoaa matalan kynnyksen ajatuksia siitä, miten kehittämistä voidaan aloittaa yksikön sisäisillä voimavaroilla ja myöhemmin laajentaa kunnianhimoisempiin uudistamisprosesseihin, joihin vaaditaan muita toimijoita mukaan.

LÄHTEET

Alhonen, M & Iloranta R. 2021. palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja arkeen. Helsinki: LAB8, Haaga-Helia. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/502561/sun-3amk-palvelumuotoiluopas.pdf> [viitattu 29.8.2022].

Aluehallintovirasto. S.a. Yleistä saavutettavuudesta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/yleista-saavutettavuudesta/> [viitattu 2.8.2022].

Arvot ja strategia. S.a. HUS. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.HUS.fi/tietoa-meista/strategia-ja-vastuullisuus/arvot-ja-strategia> [viitattu 23.8.2022].

Charles, M. 2018. PACS (picture archiving and communication system). TechTarget. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.techtarget.com/search-healthit/definition/picture-archiving-and-communication-system-PACS> [viitattu 23.8.2022].

Concept Walkthrough. S.a. Sdt. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://service-designtools.org/tools/concept-walkthrough> [viitattu 11.4.2022].

DeIVecchio, A. 2015. Laboratory information system. TechTarget. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.techtarget.com/searchhealthit/definition/laboratory-information-system> [viitattu 23.8.2022].

Design Council. 2019. What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond. Artikkel. Päivitetty 10.9.2019. Saatavissa: <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond> [viitattu 11.4.2022].

Digipalvelut. S.a. HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut. WWW-dokumentti. Intranet.

Ecosystem Loops. S.a. Sdt. WWW-dokumentti. <https://servicedesign-tools.org/tools/ecosystem-loops> [viitattu 11.4.2022].

Ecosystem Map. S.a. Sdt. WWW-dokumentti. <https://servicedesign-tools.org/tools/ecosystem-map> [viitattu 11.4.2022].

Future Backasting. S.a. Sdt. WWW-dokumentti. <https://servicedesign-tools.org/tools/future-backcasting> [viitattu 11.4.2022].

Hollensen, S. 2006. Marketing Planning: A Global Perspective. Berkshire: McGraw-Hill Education.

Hurja. 2021. Käyttöliittymäsuunnittelu vaatii teknistä ja visuaalista osaamista. 13.9.2021. Blogi. Saatavissa: <https://www.hurja.fi/blogi/kayttoliittymasuunnittelu-vaatii-teknista-ja-visuaalista-osaamista/> [viitattu 11.4.2022].

HUS. 2022a. Brändikäsikirja. PDF-dokumentti. Intranet.

HUS. 2022b. Graafinen ohje. PDF-dokumentti. Intranet.

HUS Diagnostiikkakeskus. S.a. HUS. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.HUS.fi/tietoa-meista/potilashoito-laatu-ja-potilasturvallisuus/HUS-diagnostiikkakeskus> [viitattu 11.4.2022].

Hyvärinen, M. Suoninen, E & Vuori, J. S.a. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/> [viitattu 11.4.2022].

IDEO. 2019. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://designthinking.ideo.com/> [viitattu 2.8.2022].

Jaakola, H. Pietikäinen M. Rinta-Jouppi, L & Viljanen J. 2021. Pk-yritysten liiketoiminnan muotoilun CookBook. Laurea-ammattikorkeakoulun erillisjulkaisu. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-799-605-1> [viitattu 19.4.2022].

Jalonen, H. 2019. Julkisten palvelujen yhteiskehittäminen – kaunista puhetta vai suomalaisen julkishallinnon arkea? *Hallinnon tutkimus* 38, 305–311. PDF-

tiedosto. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/journalfi.article98054> [viitattu 26.8.2022].

Junginger, S. 2013. Design and Innovation in the Public Sector: Matters of Design in Policy-Making and Policy Implementation. *Annual Review of Policy Design Volume 1*. 1–11. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://ojs.unbc.ca/index.php/design/article/view/542>. [viitattu 26.8.2022].

Karjalainen M. 2009. Brändin muutos – näkökulmia onnistuneeseen sisäiseen implementointiin. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. pro gradu-du - tutkielma. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:juu-201001301098> [viitattu 19.4.2022].

Koivisto, M. 2016. Teoksessa Miettinen, S (toim.). Palvelumuotoilu – Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 3. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Koskenvuo, I. 2022. HUS Diagnostiikkakeskuksen viestintäohje. HUS. PDF-dokumentti. Päivitetty: 17.3.2022. Intranet.

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 15.3.2019/306.

Lehtonen, L. 2022. HUS Diagnostiikkakeskuksen toimintaohje. 1.1.2022. PDF-tiedosto. Intranet.

Marin, J. 2021. Tunteet osana organisaation identiteettiä: Organisaatioidentiteetin affektiivisuuden merkitys pääomasijoitteisen yrityskaupan luomassa omistajamuutostilanteessa. Turun yliopisto. Turun kauppakorkeakoulu. Johtamisen ja yrittäjyyden laitos. Väitöskirja. Väitöskirjat [2330]. PDF-tiedosto. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-8341-4> [viitattu 19.4.2022].

Maula, H & Maula J. 2019. Design ja johtaminen. Helsinki: Alma Talent Oy. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/> [viitattu 2.8.2022].

Miettinen, S. 2016. Teoksessa Miettinen, S (toim.). Palvelumuotoilu – Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 3. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Miettinen, S. 2014 Muotoiluajattelu. Helsinki: Teknologiainfo Teknova. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/> [viitattu 2.8.2022].

Nurkkala, H. 2021, Sisäisen brändiyhteisön muodostumisen elementit hajaute-
tussa organisaatiossa. Oulun yliopisto. Oulun yliopiston kauppakorkeakoulu.
Markkinoinnin, johtamisen ja kansainvälisen liiketoiminnan yksikkö. Pro gradu
-tutkielma. PDF-tiedosto. Saatavissa: [http://urn.fi/URN:NBN:fi:oulu-
202105218099](http://urn.fi/URN:NBN:fi:oulu-202105218099) [viitattu 19.4.2022].

Passi, J & Ripatti, H. 2016. P/R v.003. E-kirja. Saatavissa: [https://passiri-
patti.fi/wp-content/uploads/2016/11/PR-book.pdf](https://passiri-patti.fi/wp-content/uploads/2016/11/PR-book.pdf) [viitattu 19.4.2022].

Perreault, L & Ohno-Machado, L. 2003. Hospital information system (HIS).
ACM Digital Library. 788–790. WWW-dokumentti. Saatavissa:
<https://dl.acm.org/doi/10.5555/1074100.1074452> [viitattu 23.8.2022].

Pitko, S. 2022. Sovellussuunnittelija. Teams-viesti. 13.9.2022. HUS Tietohal-
linto.

Saarela, E. 2022. Palautetta Digipalvelut-yksikön palvelusta. HUS Diagnostiik-
kakeskus, Digipalvelut. Powerpoint-diasarja.

Saarijärvi, H & Puustinen, P. 2020 Strategiana asiakaskokemus. 4. painos. Jy-
väskylä: Docendo Oy.

Sirendi, R & Taveter, K. 2016. Bringing Service Design Thinking into the Pub-
lic Sector to Create Proactive and User-Friendly Public Services. *LNISA, vo-
lume 9752*. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://link.springer.com/chap-
ter/10.1007/978-3-319-39399-5_21](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-39399-5_21)
<https://dl.acm.org/doi/10.5555/1074100.1074452> [viitattu 26.8.2022].

Stickdorn, M & Schneider, J. 2011. This is service design thinking. Basics – Tools – Cases. 5. painos. Amsterdam: BIS Publishers

Summa, T & Tuominen, K. 2009. Fasilitaattorin työkirja. Menetelmiä sujuvaan ryhmätyöskentelyyn. E-kirja. Saatavissa: <https://globaalikasvatus.fi/wp-content/uploads/sites/6/2021/08/fasilitaattorin-tyokirja-menetelmia-sujuvaan-ryhmatyoskentelyyn.pdf> [viitattu 11.4.2022].

Sutner, S. 2015. Radiology Information System (RIS). TechTarget. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.techtarget.com/searchhealthit/definition/Radiology-Information-System-RIS> [viitattu 23.8.2022].

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. 3. painos. Helsinki: Talentum Media Oy.

Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/> [viitattu 5.6.2022].

Turpeinen, A. 2020. Mikä on sinun palvelulupauksesi? 20.10.2020. Blogi. Saatavissa: <https://www.pudasjarvenkehitys.fi/blogi/mika-on-sinun-palvelulupauksesi/> [viitattu 11.4.2022].

Ulrich, K. 2021. Design: Creation of Artifacts in Society. Pennsylvania: University of Pennsylvania. PDF-tiedosto. Saatavissa: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1951106 [viitattu 26.8.2022].

Vakkuri, J. Kivimäki, R. Mänttari, P & Kork, A.2012. Tuottavuusongelma julkisrahoitteisissa palveluissa – mitä tiedetään, mitä tehdään ja mitä vaikutuksia tekemisellä on? Teoksessa Anttonen, A. Haveri, A. Lehto, J & Palukka, H. (toim.). Tampere: Tampere University Press. 138–173. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-8910-5> [viitattu 2.8.2022].

Varantola, K. Launis, V. Helin, M. Spoof, S & Jäppinen S. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausten käsitteleminen. Helsinki: Tutkimuseettinen neuvottelukunta. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf [viitattu 27.5.2022].

Vaajakallio, K & Mattelmäki T. 2016. Teoksessa Miettinen, S (toim.). Palvelumuotoilu – Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 3. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Vierula, M. 2021. Löydä kilpailuetusi. Helsinki: Kauppakamari. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/> [viitattu 2.8.2022].

Vuori, J. S.a. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/laadullinen-sisallonanalyysi/> [viitattu 8.5.2022].

KUALUETTELO

Kaikki kuvat ovat tekijän, ellei toisin mainita.

Kuva 1. Sidosryhmäkartta.

Kuva 2. Käsitekartta.

Kuva 3. Teoreettinen viitekehys.

Kuva 4. Kuusi ongelmatyyppiä. Ulrich, K. 2021. Design: Creation of Artifacts in Society. Pennsylvania: University of Pennsylvania. PDF-tiedosto. Saatavissa: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1951106 [viitattu 26.8.2022].

Kuva 5. HUS brändivärit. HUS. 2022a. Brändikäsikirja. [viitattu 23.8.2022].

Kuva 6. Saavutettavat värit. HUS 2022b. Graafinen ohje. [viitattu 23.8.2022].

Kuva 7. HUS strategia. S.a. Arvot ja strategia. Saatavissa: <https://www.HUS.fi/tietoa-meista/strategia-ja-vastuullisuus/arvot-ja-strategia> [viitattu 23.8.2022].

Kuva 8. Menetelmät tuplatimanttimallissa. Vainio, M. 2022. Mukailen Design Council 2019. Saatavissa: <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond> [viitattu 27.4.2022].

Kuva 9. Diagnostiikkakeskuksen ekosysteemi.

Kuva 10. Kuvakaappaus Digipalvelut-yksikön intranet sivusta. HUS. 2022.

Kuva 11. Kuvakaappaus Digipalvelut-yksikön laboratorion ja kuvantamisen intranet sivuista. HUS. 2022.

Kuva 12. ATK-avun verkkopalvelun rakenne, mukailien HUS tiketöintijärjestelmää.

Kuva 13. PACS-häiriöilmoituksen palvelupolku.

Kuva 14. LIS-häiriöilmoituksen palvelupolku.

Kuva 15. Kuvakaappaus sanapilvestä. AnswerGarden. 2022.

Kuva 16. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikkö, unelmakartta. Jamboard 2022.

Kuva 17. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikkö, future backcasting. Jamboard. 2022.

Kuva 18. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Palvelulupaus, unelmakartta. Jamboard 2022.

Kuva 19. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön tukikanava, unelmakartta. Jamboard. 2022.

Kuva 20. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön tukikanava, future backcasting. Jamboard. 2022.

Kuva 21. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. ATK-avun verkkopalvelu, lootuksenkukka. Jamboard. 2022.

Kuva 22. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön viestintä, unelmakartta. Jamboard. 2022.

Kuva 23. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön viestintä, future backcasting. Jamboard. 2022.

Kuva 24. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön kehittäminen, unelmakartta. Jamboard. 2022.

Kuva 25. Kuvakaappaus Jamboard-taulusta. Unelmien Digipalvelut-yksikön kehittäminen, future backcasting. Jamboard. 2022.

Kuva 26. HUS Diagnostiikkakeskus etusivu, kuvamuokkaus kuvakaappauksesta. HUS. 2022; Vainio, M. 2022.

Kuva 27. Konsepti 1: Yksi Digipalvelut-yksikkö (intra).

Kuva 28. Konsepti 2: Diagnostiikkakeskus ensin (ATK-apu).

Kuva 29 Konsepti 3: Palvelua kaikille (ATK-apu).

Kuva 30. Sähköpostiviestintä ja tukikanavat.

Kuva 31. Konsepti 4: Hienosäätö (viestintä).

Kuva 32. Konsepti 5: Yksi luukku (viestintä).

Kuva 33. HUS Diagnostiikkakeskus etusivu, kuvamuokkaus kuvakaappauksesta. HUS. 2022; Vainio, M. 2022.

Kuva 34. Konsepti 1: Yksi Digipalvelut-yksikkö (intra), versio 2

Kuva 35. Konsepti 2: Diagnostiikkakeskus ensin (ATK-apu), versio 2

Kuva 36. Konsepti 3: Palvelua kaikille (ATK-apu), versio 2.

Kuva 37. Roadmap.

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1. Konsepti 1: SWOT analyysi.

Taulukko 2. Konsepti 2: SWOT analyysi.

Taulukko 3. Konsepti 3: SWOT analyysi

Taulukko 4. Konsepti 4: SWOT analyysi

Taulukko 5. Konsepti 5: SWOT analyysi

HAASTATTELUKYSYMYKSET SIDOSRYHMÄN JA DIGIPALVELUT-YKSIKÖN ASIANTUNTIJOILLE

Miten haastateltava tunnistaa palvelun?

1. Tiedätkö, että on olemassa HUS Tietohallinnon lisäksi erillinen HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut?
2. Mitä mielikuva sinulla on Tietohallinnosta?
 1. Mitä kuuluu Tietohallinnon palveluihin?
 2. Millaisia asiantuntijoita siellä on töissä?
3. Millainen mielikuva sinulla on Digipalveluista?
 1. Mitä kuuluu Digipalveluissa palveluihin?
 2. Millaisia asiantuntijoita siellä on töissä?
4. Jos haluaisit tietää enemmän Digipalvelut-yksikön palveluista, mistä ottaisit selvää? (Pyydä näyttämään esim. intrasta mistä, sähköpostitse, Atk-apu, kysyisit?)
5. Mitä kautta muistat Digipalvelut-yksikön viestineen asioista?
6. Mitkä kanavat koet hyväksi Digipalvelun tiedottamiseen?
 1. Palveluiden viestimiseen ns. passiivinen, löydettävä tieto
 2. Muutoksista ja muista tiedottamiseen, ns. aktiivinen tieto

Teknisen ympäristön?

7. Millainen mielikuva sinulla on Digipalvelut-yksikön ja toimittajan välisestä vastuunjaosta?
8. Onko sinulle mielestäsi selvää mikä kuuluu digipalveluille ja mikä toimittajille?

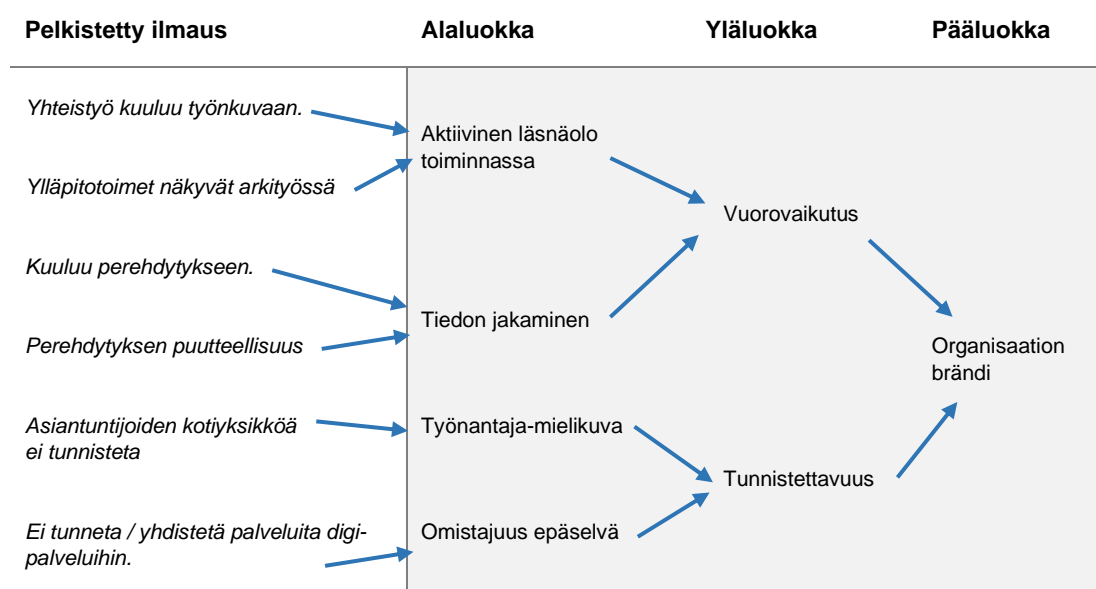
Tuen ja asiakaspalvelurajapinnan?

9. Onko selkeää keneen, minne tai mitä kautta otat yhteyttä?
 1. Tuki-asioissa
 2. Palaute ja kehittäminen
 3. Tietojärjestelmien käyttöönotot
 4. Muutostarpeet tai toimittaja- ja sopimushallinta
10. Kun teet tiketin (ATK-apu) tai lähetät sähköpostia Laboratorion tuen sähköpostiin tai PACS tiimin sähköpostiin, mihin viestit menevät? Kuka niihin vastaa?
11. Onko jotain, mitä haluaisit tietää Digipalveluista lisää?

TUTKIMUSAINEISTON ABSTRAHOINTI

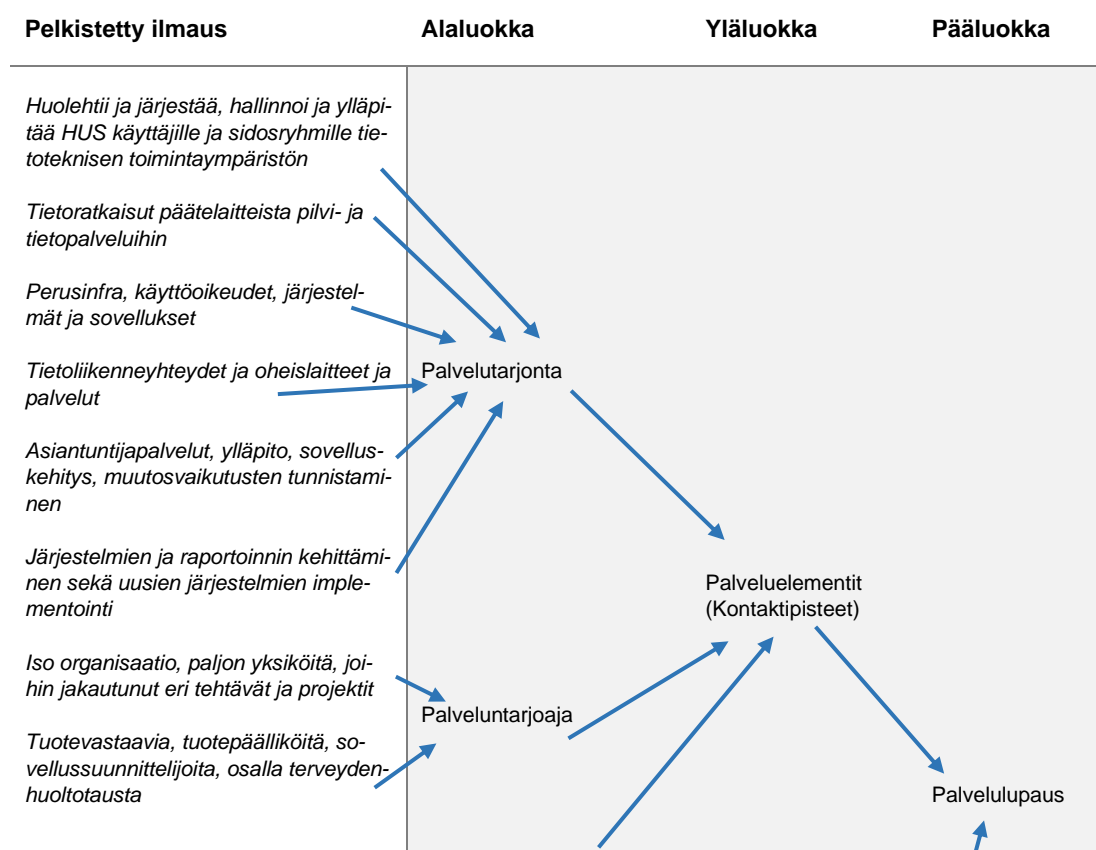
Miten haastateltava tunnistaa palvelun?

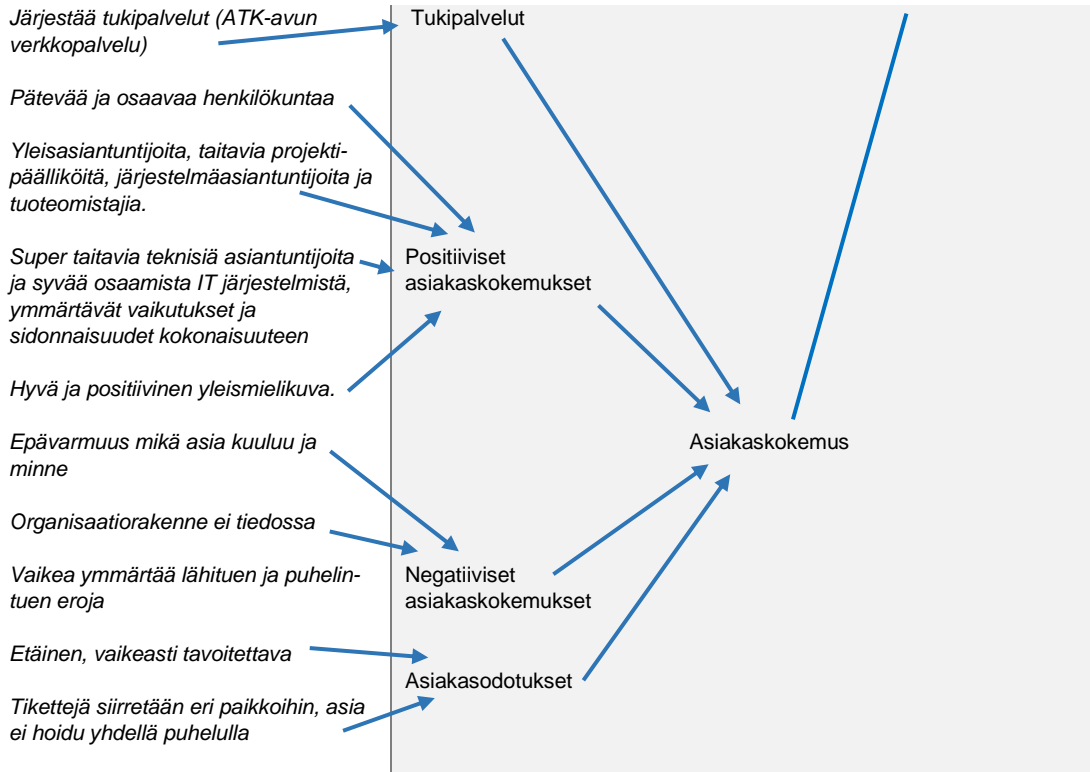
1. Tiedätkö, että on olemassa HUS Tietohallinnon lisäksi erillinen HUS Diagnostiikkakeskuksen Digipalvelut?



2. Mitä mielikuva sinulla on Tietohallinnosta?

1. Mitä kuuluu Tietohallinnon palveluihin?
2. Millaisia asiantuntijoita siellä on töissä?

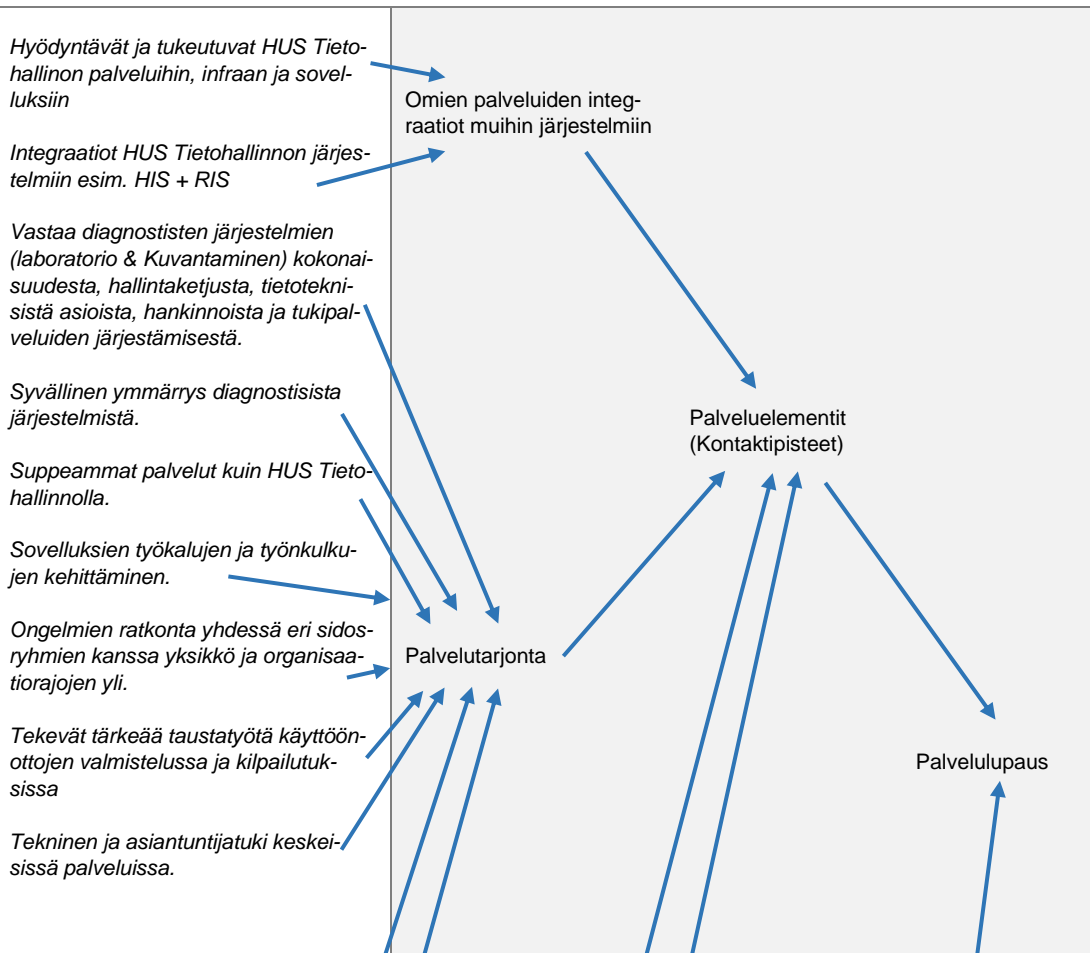


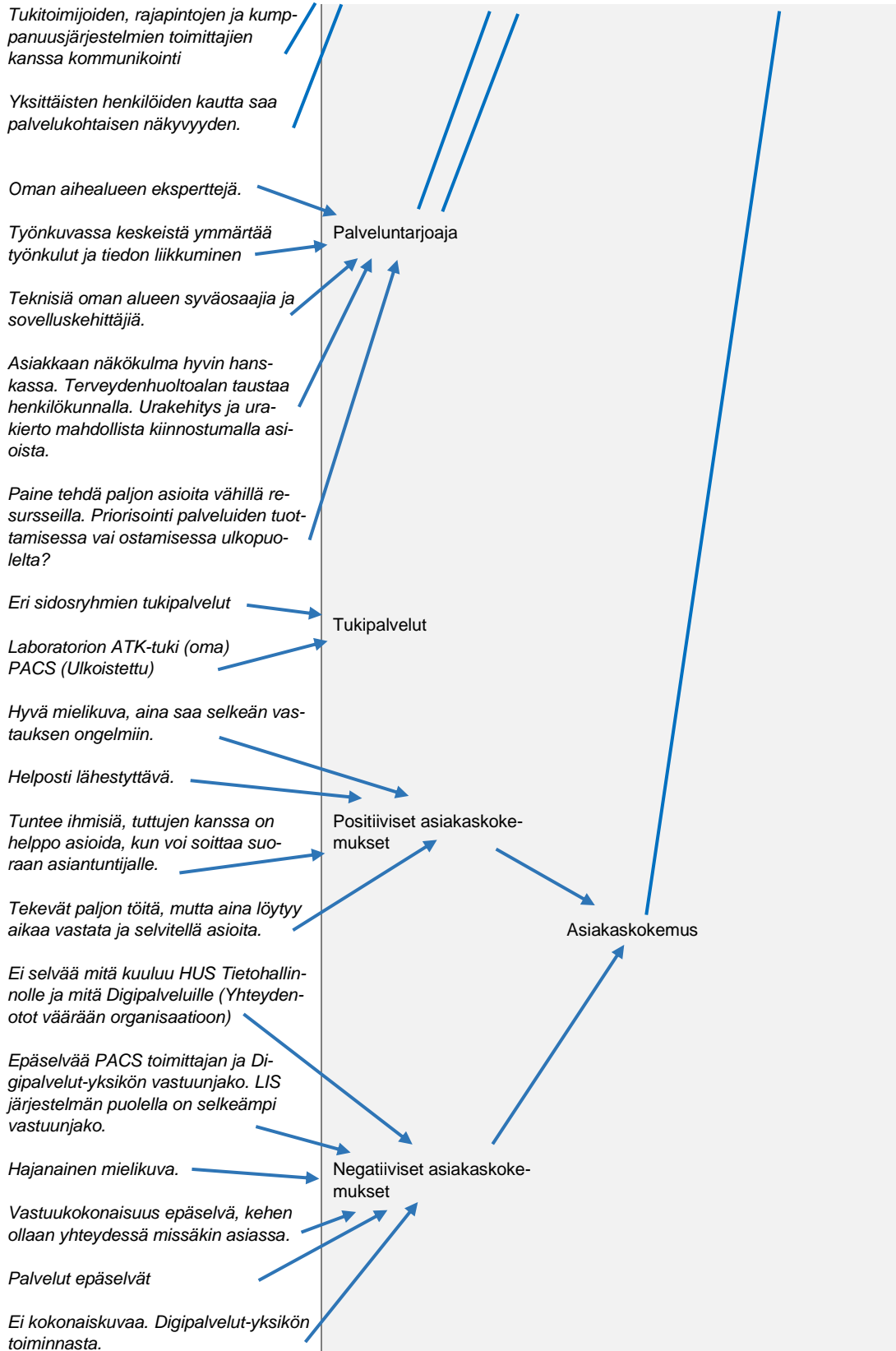


3. Millainen mielikuva sinulla on Digipalveluista?

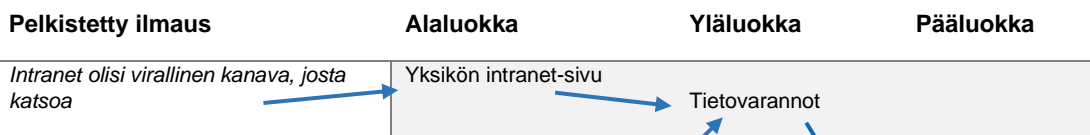
1. Mitä kuuluu Digipalveluissa palveluihin?
2. Millaisia asiantuntijoita siellä on töissä?

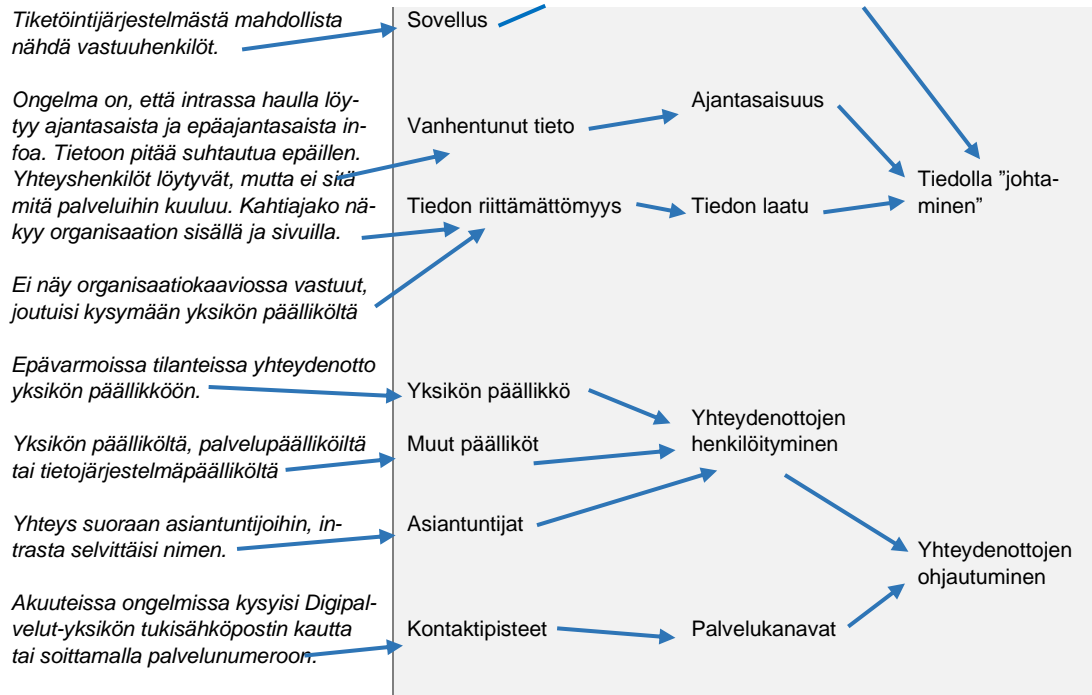
Pelkistetty ilmaus Alaluokka Yläluokka Pääluokka



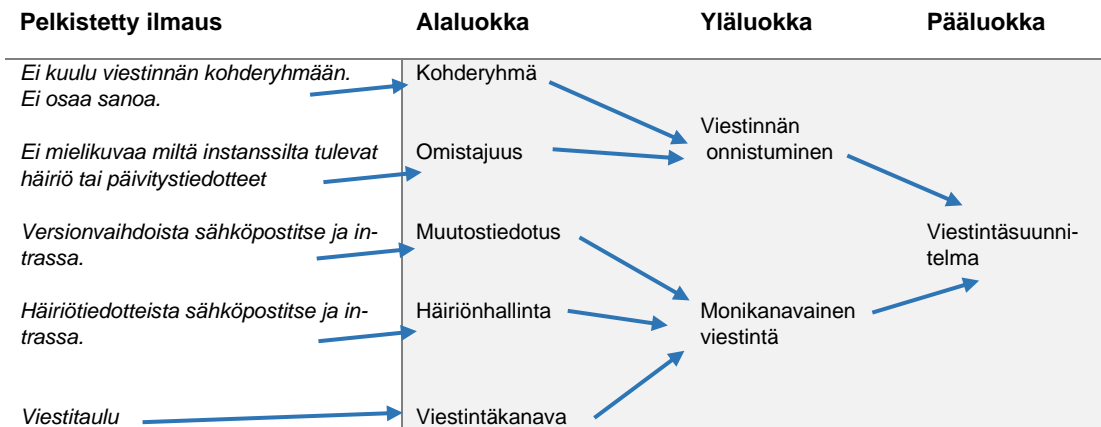


4. Jos haluaisit tietää enemmän Digipalvelut-yksikön palveluista, mistä ottaisit selvää? (Pyydä näyttämään esim. intrasta mistä, sähköpostitse, Atk-apu, kysyisit?)



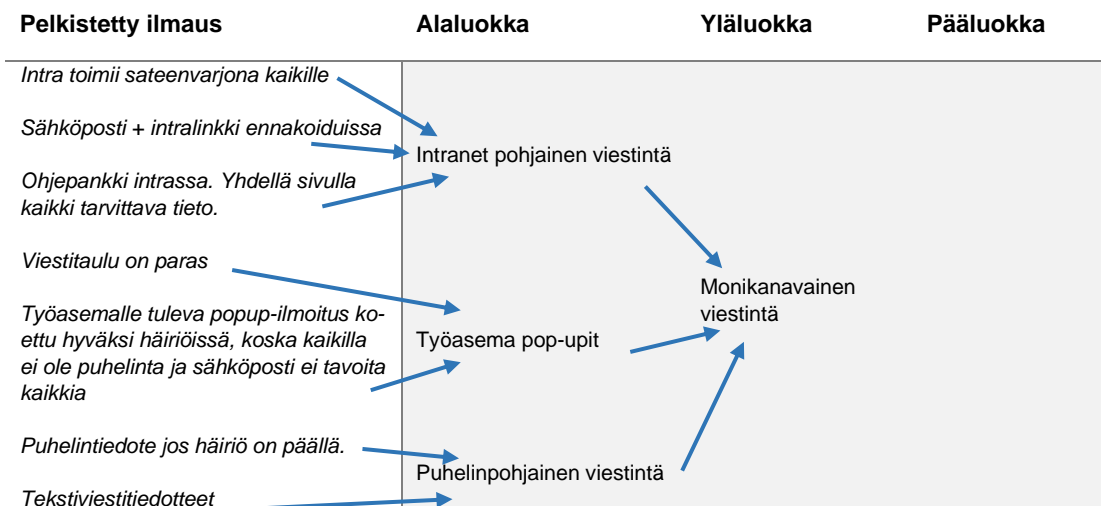


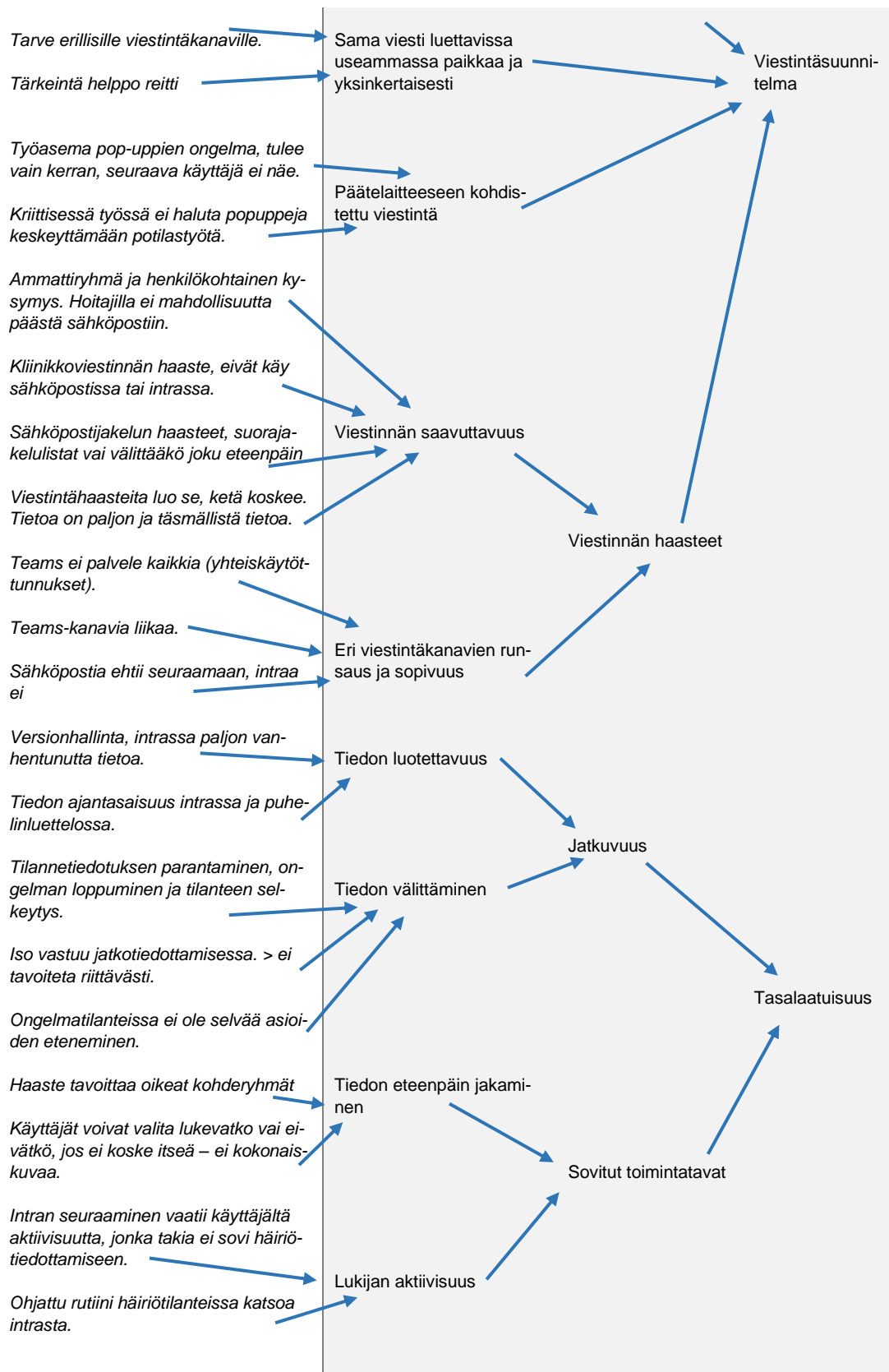
5. Mitä kautta muistat Digipalvelut-yksikön viestineen asioista?



6. Mitkä kanavat koet hyväksi Digipalvelun tiedottamiseen?

1. Palveluiden viestimiseen ns. passiivinen, löydettävä tieto
2. Muutoksista ja muista tiedottamiseen, ns. aktiivinen tieto

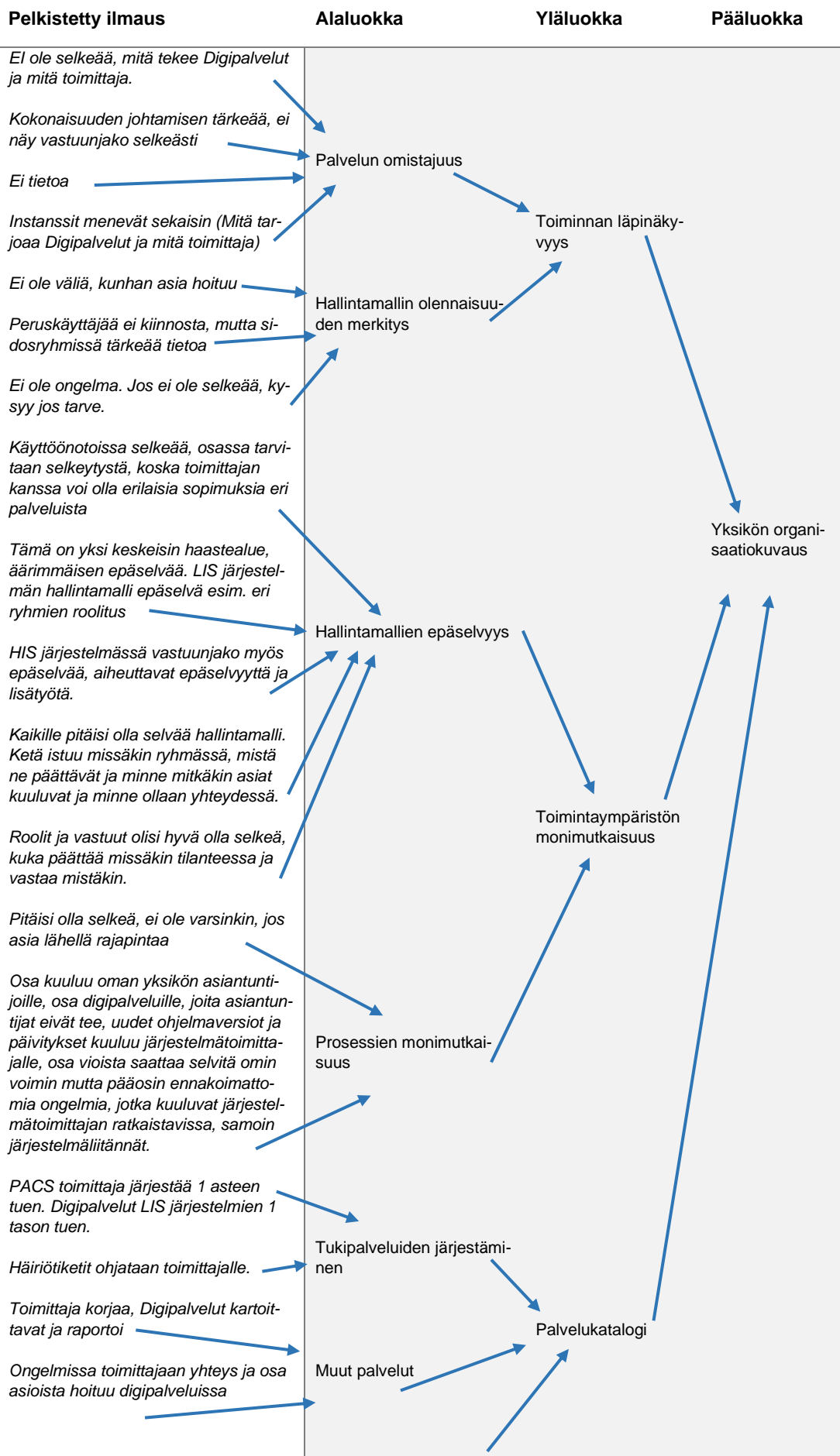




Miten haastateltava tunnistaa teknisen ympäristön?

7. Millainen mielikuva sinulla on Digipalvelut-yksikön ja toimittajan välisestä vastuunjaosta?

8. Onko sinulle mielestäsi selvää mikä kuuluu digipalveluille ja mikä toimittajille?



Toimittaja kehittää sen mistä maksetaan ja mitä ehtivät, Digipalvelut johtavat

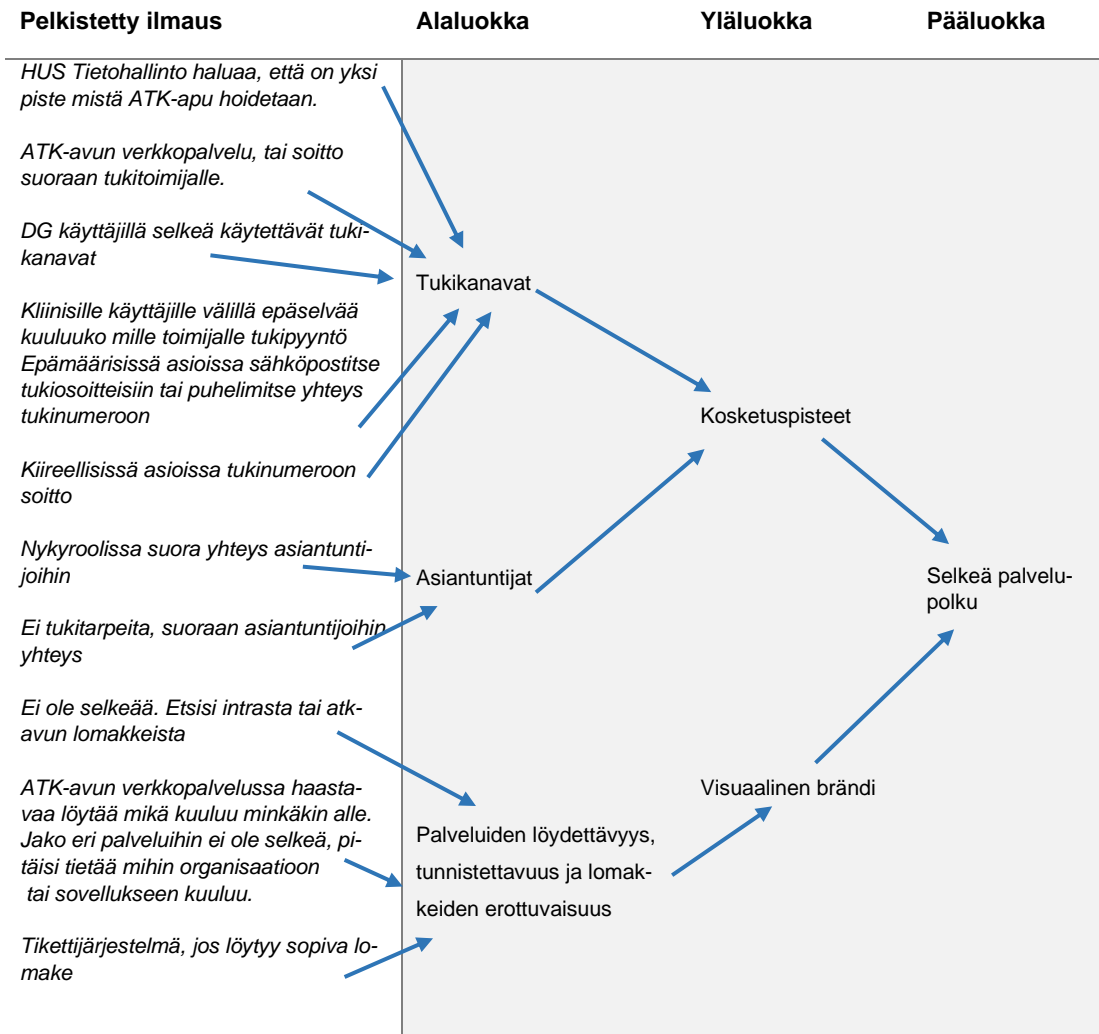
Pitäisi olla selkeä kehitys roadmap, että mitä kehitetään. Se toki eriasia onko resursseja kehittämiseen.

Kehittäminen

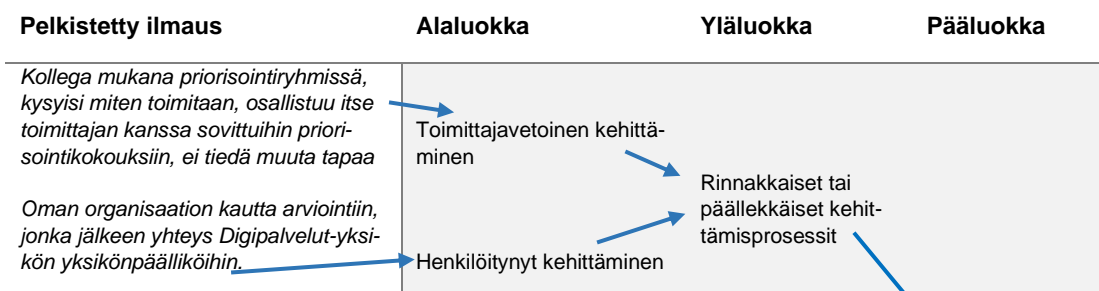
9. Miten haastateltava tunnistaa tuen ja asiakaspalvelurajapinnan?

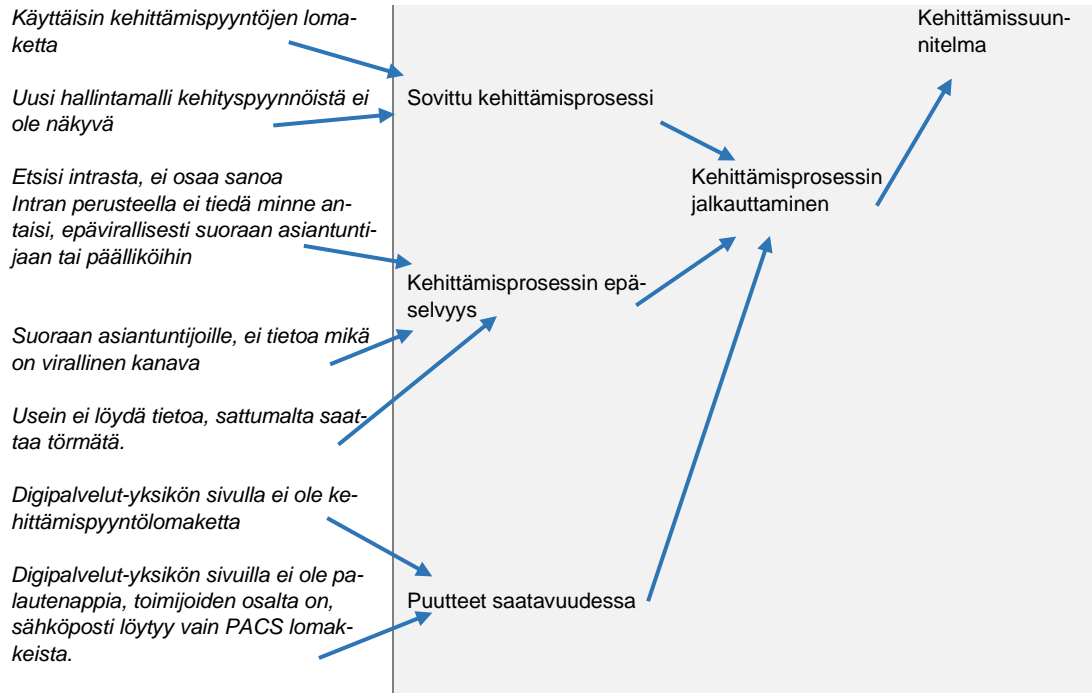
10. Onko selkeää keneen, minne tai mitä kautta otat yhteyttä?

1. Tuki-asioissa

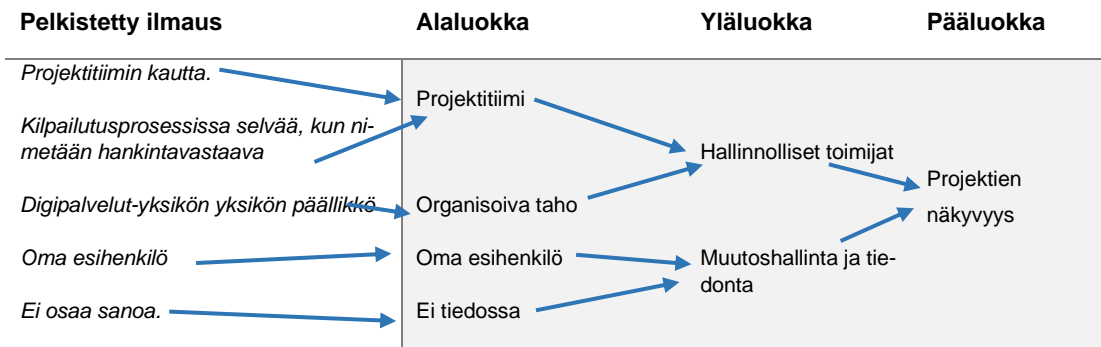


2. Palaute ja kehittäminen

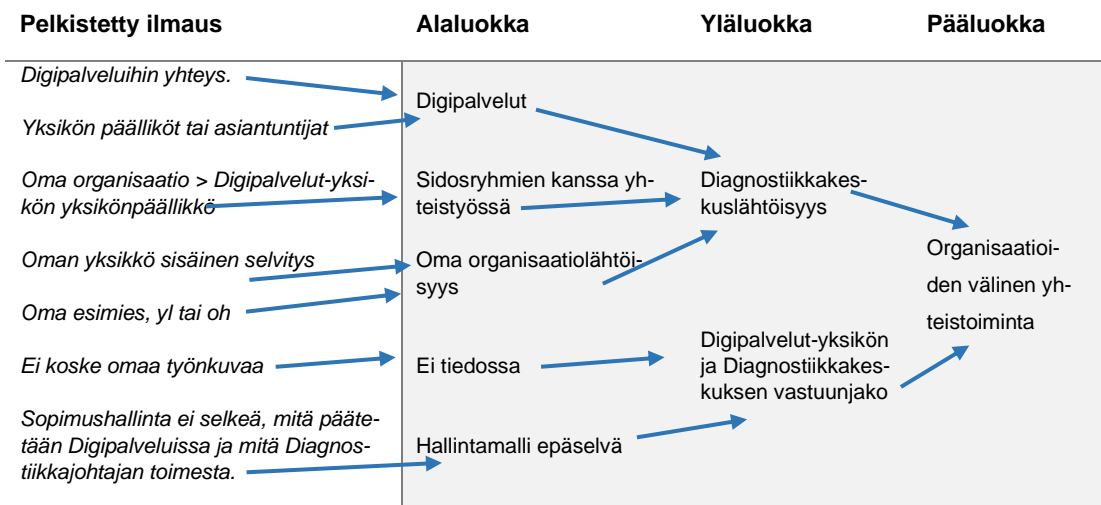




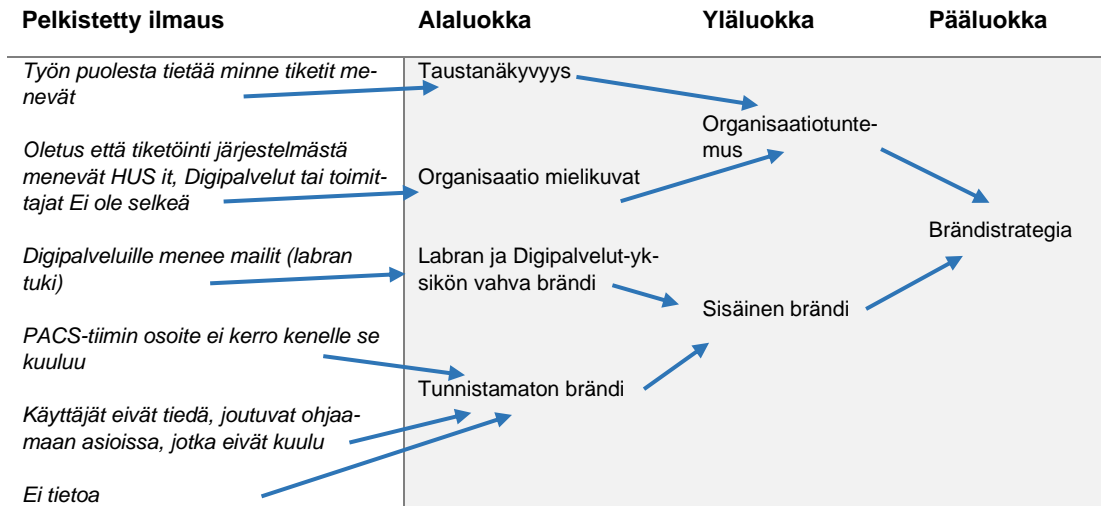
3. Tietojärjestelmien käyttöönotot



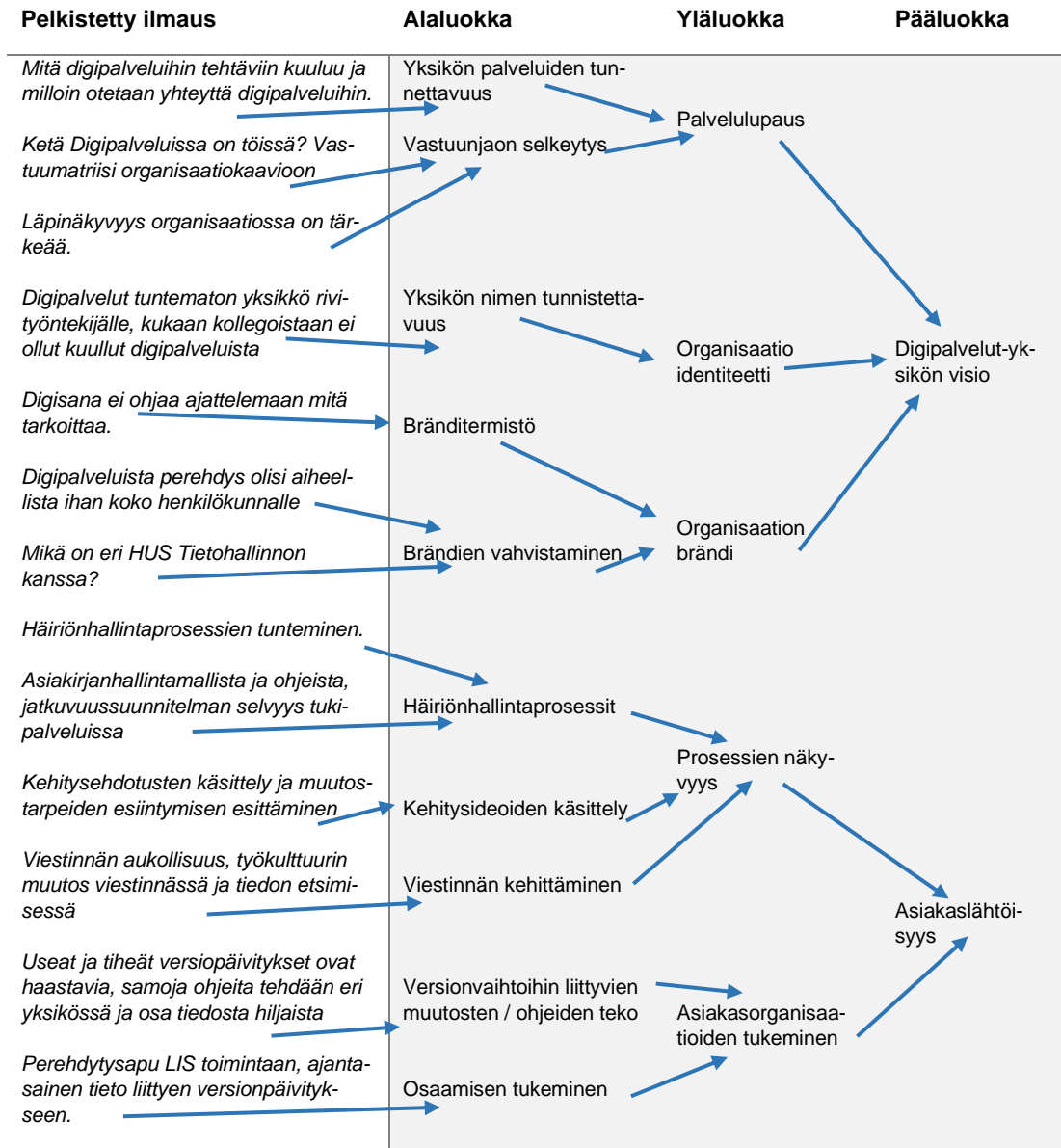
4. Muutostarpeet tai toimittaja- ja sopimushallinta



11. Kun teet tiketin (ATK-apu) tai lähetät sähköpostia Laboratorion tuen sähköpostiin tai PACS tiimin sähköpostiin, mihin viestit menevät? Kuka niihin vastaa?



12. Onko jotain, mitä haluaisit tietää Digipalveluista lisää?



Haastatteluiden aikana tehdyt havainnot:

- Tiedon etsiminen organisaatiotasoisesti intran hakemistosta tai käyttämällä intran hakutoimintoa
- Digipalvelut-yksikön sivuilta puuttuu toimintoja (Palaute ja linkit)
- Tietoa, joka ei ajan tasalla (Vanhoja nimiä yms.)
- Atk-avun verkkopalvelussa oikean lomakkeen löytäminen haastavaa








DIGIPALVELUT-YKSIKÖN OMIEN TAI YDINTOIMINTAAN LIITTYVIEN LOMAKKEIDEN ANALYYSI ATK-AVUN VERKKOPORTAALISSA

Lomakkeen sijainti	Lomakkeen nimi	Alalomake	Palvelun tunnistaminen	Tekninen ympäristö	Tuki ja asiakaspalvelurajapinta	Muita huomioita
Häiriöt ja ongelmat	HUSLAB		Selittää itsensä.	LIS järjestelmätöimittajat mainittu.	Ei kerro, meenekö lomake mille taholle.	
Käyttäjätunusten hakeminen	Esihenkilö tai esihenkilön valtuuttama TAI Itselle haettavat	PACS oikeudet, kuvantaminen ja muut	Selittää itsensä.	PACS järjestelmätöimittaja mainittu.	Ei kerro, meenekö lomake mille taholle.	Kaikki roolit eivät haettavissa tätä kautta. Tieto puuttuu.
Erillisluvitettujen palvelupyynnöt	Kuvantamistutkimusten tutkimusohjeiden lisäys tai päivitys		Selittää itsensä.	Teknistä ympäristöä ei mainittu	Ei kerro, meenekö lomake mille taholle.	Lomakkeen näkyvyys rajoitettu
	Modaliteetin lisäys/muutos/poisto		Selittää itsensä.	PACS järjestelmätöimittaja mainittu.	Lomakkeen ohjautumisen suoraan toimittajalle mainittu.	Lomakkeen näkyvyys rajoitettu
Potilastyö ja järjestelmät	HUSPACS	Kuvakorjaukset	Selittää itsensä.	PACS järjestelmätöimittaja mainittu, keskellä tekstiä.	Ei kerro, meenekö lomake mille taholle.	HUSPACS nimi ei välttämättä yhdisty PACS toimittajaan. HUSissa muitakin kuvaarkistojärjestelmiä-
		Pitkä-aikaisarkisto	Lomake pitää avata, jotta tyyppi selviää (häiriö)	On selvä.	Ei suoraan mainittu. Viitataan sivulauseessa.	PACS häiriölomaketta ei ole HUS häiriölomakkeissa
		3D-työkalut	Lomake pitää avata, jotta tyyppi selviää (häiriö)	On selvä.	Ei kerro, meenekö lomake mille taholle.	Kehitysideat kehoitetaan lähettämään Digipalveluyksikön pacs tiimin sähköpostiin tässä ja muissa lomakkeissa.

		Radiologien kuvan katselin / Muut	Lomake pitää avata, jotta tyyppi selviää (häiriö)	On selvä.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	
		Hetu muutokset	Selittää itsensä.	On selvä.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	
		Työlistaselain ja modaliteetit	Lomake pitää avata, jotta tyyppi selviää (häiriö)	On selvä.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	
		Kuvantavan laitteen käyttöönotto / siirto / poisto	Selittää itsensä.	On selvä.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	Lomakkeen koko nimi ei mahdu painikkeeseen.
		Sovelluksen asennuspyyntö	Selittää itsensä.	On selvä.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	
	HUSlab	Laboratorion käyttöoikeudet	Selittää itsensä.	LIS toimittajat mainittu.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	Sijainti epälooginen ja pääotsikko ei kerro tarpeeksi.
	Tutkimus ja hintamuutokset	Genetiikka	Alalomake selittää itsensä.	On selvä.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	Päälomake ei kerro, että kyse Diagnostiikkakeskuksen tulosyksiköiden lomakkeista
		Kliininen kemia	Alalomake selittää itsensä.	On selvä.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	
		Kliininen mikrobiologia	Alalomake selittää itsensä.	On selvä.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	
		KNF + KFI	Alalomake selittää itsensä.	Ei ole selvä mikä HIS + RIS.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	
		Patologia	Alalomake selittää itsensä.	On selvä.	Ei kerro, meneekö lomake mille taholle.	

		Preanalytiikka (näytteenotto)	Alalomake selittää it- sensä.	On selvä.	Ei kerro, me- neekö lo- make mille taholle.	
		Radiologia	Alalomake selittää it- sensä.	Ei ole selvä mikä HIS + RIS.	Ei kerro, me- neekö lo- make mille taholle.	

ARVIOINTILOMAKE

 Idean nimi	 Tunnistettavuus 0-10	 Palveluiden selkeyty 0-10	 Ratkaiseeko ongelman 0-10	 Kestävyy 0-10	 Uskon	 Mietityttä
Konsepti 1: Yksi Digipalvelut (Intra)						
Konsepti 2: Diagnostikkakeskus ensin (ATK-apu)						
Konsepti 3: Palvelua kaikille (Atk-apu)						
Konsepti 4: Hienosäätö (Viestintä)						
Konsepti: Yksi luukku (Viestintä)						

ARVIOINTILOMAKE, TIIVISTELMÄ TESTAUS 1 ja 2

Testaustyöpaja 1, kooste:

Idean nimi	Tunnistet- tavuus 0-10	Palveluiden selkeytys 0-10	Ratkaiseeko ongelman 0-10	Kestävyytys 0-10	Uskon	Mietittyä
Konsepti 1: Yksi Digipalvelut (Intra) Yleisarvosana = 7+	7%	7%	7	6%	<ul style="list-style-type: none"> • Selkeä, kaikki yhdessä paikassa. • Hyvä, yksi yhteenen pakka ohjelle • Juu ei. Kuitenkin ihan hyvä, että on vain yksi palvelut. Vastuumarssi periaatteessa ja lajout ok, mutta digi-sana ei ohjaa tarpeeksi. Muuten hyvä • Idea esim. asiakasvestimistä (mitten projektit menee lisa) • Sivusto selkeytyy ja käytettävyys paranee merkittävästi. • Palautteen ja kehitysideoiden antaminen vaikuttaa tässä heikoksi! (Ero HUS:Tiethallinnon selkeytävää) 	<ul style="list-style-type: none"> • Onko ylläpitoon resursseja? Onko mahdollista koota näitä käytännössä yhteen, ihan teknisesti löytyä ne kaikki? • Kehittämiseen kannustaminen on hyvää • Digi-sana ei kerro mitään konkreettista. Käyttökätkö- ja poikkeusohjeet → kuka päivittää ne/mistä ne linkitetään tänne. • Arvio: tulee siltä, että tuo digi sana ei ohjaa eteenpäin • Voisiko laboratorioloiden omekin ATK-jatkuvuusohjeet olla taallia? • Oittaiset päällikkäilyt HUS:teohallinnon kanssa
Konsepti 2: Diagnostiikkakes- kus ensin (ATK- apu) Yleisarvosana = 8+	8+	8	8	9-	<ul style="list-style-type: none"> • Selvästi vähemmän selvä kuin aiemmin. • Kaikki parannukset ovat edistystä nykytilanteeseen • Digi:le oma osio on kannatettava ajatus • Aina on käytäjät ohjauksivat aina samaan paikkaan, jos DG saadaan omaksi osioksi, niin asioiden löytäminen helpottuu. • Kaikki: kehitys on nykyiseen parannus.! • Selkeämmän oloinen, väestö kokeilua, jotta voisi käytännössä ottaa kantaa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kenen kanssa näistä sovitaa, onko mahdollista käytännössä? • Mitkä pyynnöt ovat välisimmät? • Tarpeiden muuototodussa pysyminen on vaikeaa, usein seuraavan pyynnön yhteydessä toimitamall ja –akymys on jo muuttunut entisest. • Tiikeröinti/järjestelmän ”noikeus”. • Tervitään myös luokittelematon tukipyynnö –nappi (jos ei osaa luokitella). ”Muu tukipyynnö”. • Tervitään muutama selkeä ylä-nappi, josta pääsee eteenpäin.
Konsepti 3: Palvelua kaikille (Atk-apu) Yleisarvosana = 7	7%	7	7-	7+	<ul style="list-style-type: none"> • Selkeät napulut. • En väärin sisätoe ei pysty viestimään? • Selkeyttä, jos ei muuta mahdollisuutta ole. • Mutta ei ehkä riittävä koko ongelman ratkaisun. 	<ul style="list-style-type: none"> • Liian monien ikeroioiden olemassaolot ei muuru. Onko mahdollista käyttää chatbot-tyyppiä ratkaisua tai tekoälyä tai muuta teknistä ratkaisua? Verkko-palvelun varmaamalla ei voi olla kovin selvä eii mitkä ovat riittävän isoa kokonaisuutena, että annetaan napulle oma väri. • Peruskäyttäjät joutuu käyttämään myös Tiethallinnon nappeja, josta pitäisi myös saada kuusiin. • Ohain kehittämisen
Konsepti 4: Hienosäätö (Viestintä) Yleisarvosana = 7-	7+	7-	6	7-	<ul style="list-style-type: none"> • On mielestäni brändin mukaisia viestintää olla saman oloinen, mutta onko ylimääräinen viestikarava? • PACS on varmasti selkeämpi näin • Viestinnän kehittämisen on tärkeää ja se, että tietää kettä henkilö hoitavat mitään asioita. 	<ul style="list-style-type: none"> • HUS:n brändin mukainen viestintäsuunnitelman huomiointi. • Ratkaisun kestävyttä en osaa arvioida luotettavasti. • Palautteesta ei muuru. Onko ylimääräinen viestikarava? • Vähän vaikea hahmottaa, tuoko muutos riittävästi parannusta eteenen eii kannatusta ko tehdä. • Viestinnässä isoin ongelma on häiriöviestintä tai sen puute. • Viestinnän pitäisi olla oikea-aikaisista ja proaktiivista. Riittäväin usein: hiehesti. • Viestinnän vastuu: Kuka tekee viestinnän. • Hoitovyösköiden tiedottaminen, vastuu myös Digipalveluille.
Konsepti: Yksi luukku (Viestintä) Yleisarvosana = 8	8+	8+	8-	8	<ul style="list-style-type: none"> • Selkeämpi kuin edellinen.. • Selkeämpi kuin edellinen vaihtoehto. • Myös viestien vastaanottajille selkeämpi ja vähemmän työläs vaihtoehto • Selkeämpi kuin muuta ovat DG:n sivut. • Ks. Yllä, eikä selkeämpi. • Labra-hämmästä, en ole kokenut tätä varsinaisesti ongelmaiksi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Iso urakka uusia ohjeistus, mutta hyvä muutos

Testaustyöpaja 2, kooste:

Idea nimi	Tunnistettavaus 0-10	Palveluiden selkeytyy 0-10	Ratkaiskeko ongelmien 0-10	Kestävyys 0-10	Uskon	Mietityttä
<p>Konsepti 1: Yksi Digipalvelut (Intra) Yleisarvosana = 8</p>	8	8	7½	8½	<ul style="list-style-type: none"> Tuo selvästi näkyvyyttä ja tunnettuutta paremmaksi Selkeästi selkeyttää intran rakennetta Kohti yhtä Digipalvelua hyvä tavoite Viestinnän keskittäminen ja siihen yhtenäisyys on hyvä tavoite 1 sähköposti olisi parannus 	<ul style="list-style-type: none"> Miten käyttäjä muistaa Digipalvelut sanan / organisaation, kun nimestä ei suoraan tule mielellyhtymää Jatkuvuusunnitelmat nyt lablaadussa (yksiköiden omat) Häiriötiketteihin ei vastata riittävän nopeasti Miten viestitään käyttäjille että intra on selkeytynyt ja saadaanko uskomaan parempaan intraan
<p>Konsepti 2: Diagnostiikkakeskus ensin (ATK-apu) Yleisarvosana = 8+</p>	8½	8	8½	8½	<ul style="list-style-type: none"> Sekavuus vähensisi Tosi hyvä ja selkeä ajatus tässä Tämä konsepti vaikutti toinnivimmalta 	<ul style="list-style-type: none"> Käyttäjälle useampi verkkopalvelu ja usein vaikea hahmottaa minkä organisaation palveluihin kuuluu Teknisiä rajoitteita Ei HUS-DK henkilökunnalle olisi ernäköinen ATK-avun sivu? Omistuu ylläpätään Saako karistua ylimääräiset pois ja onko helposti löydettävissä
<p>Konsepti 3: Palvelua kaikille (Atk-apu) Yleisarvosana = 7½</p>	7½	7	7½	8½	<ul style="list-style-type: none"> Tässä on käyttäjän kannalta yksi paikka ja tuo selkeyden * chatin ja botin tuominen on eriyttävissä, niin että porukka hoitaa sitä omaansa / HUSLABin tuen kannalta Erväriset painikkeet olisivat hyvä (Chatin enemmän palvelua!) HUS DG:n omat lomakkeet 'hyv' Intrasta oltava suora painike verkkopalveluun Lievään selkeytykseen Tätä saadaan varmasti myös toimiva kokonaisuus 	<ul style="list-style-type: none"> Teknisiä rajoitteita Taipuuko järjestelmä tarpeeseen? (otsikoiden merkkinäärä, kuvakkeiden sijoittelu) nko merkittävä parannusta juuri deä:n käyttäjille kuvaavammat ikonit Toimiala / Ammattialakohtainen ryhmittely?

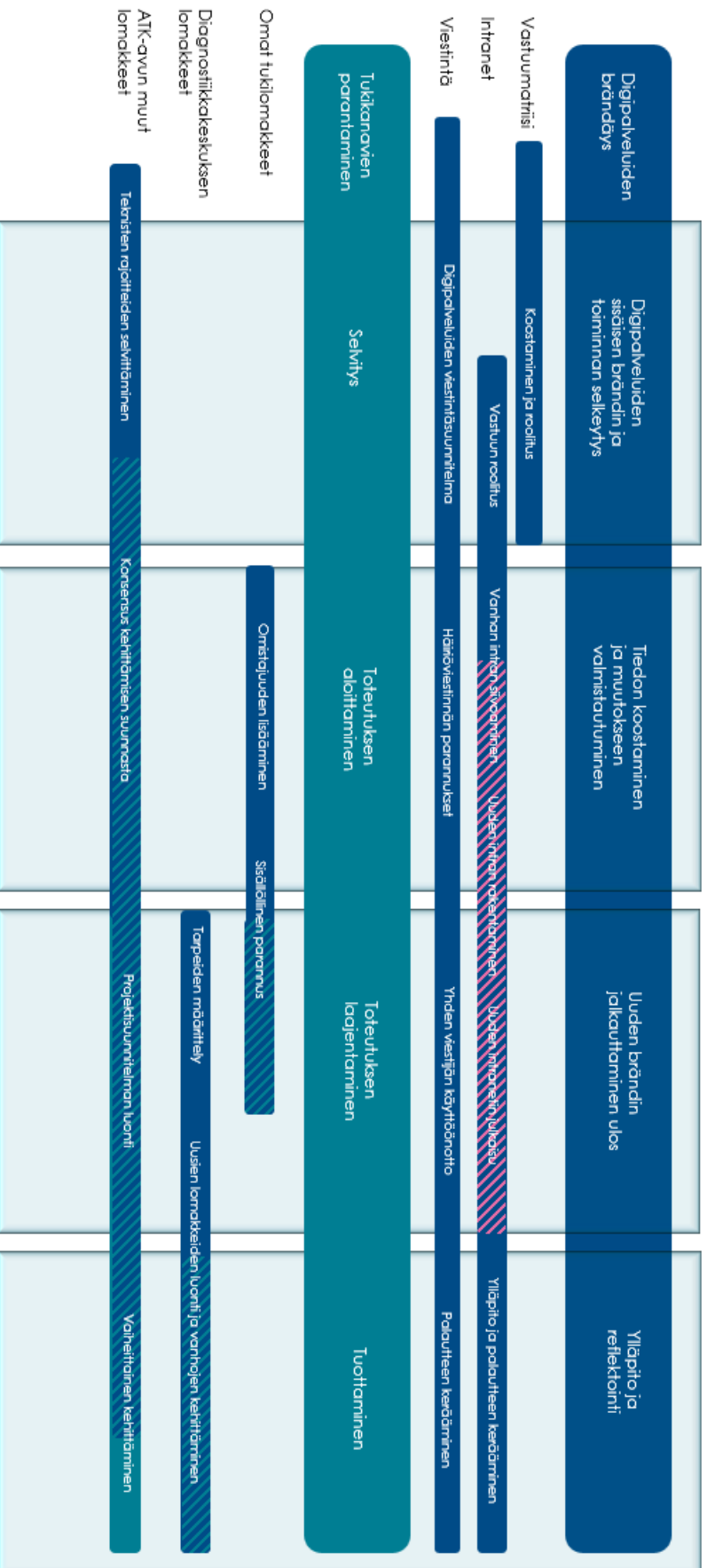
- Digipalvelut
- HUS Tietohallinto
- HUS Viestintä

Q1

Q2

Q3

Q4



ROADMAP