



Opas digituotteiden kehittäjille noviisista asiantuntijaan

-

Manual for Buddies sans frontiers

DigiReactor

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



**UNIVERSITY
OF TURKU**

**TURKU
BUSINESS
REGION**



European unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

The funding is part of Covid-19
pandemic related actions by
the EU.

DigiReactor

DigiReactor-hanke
Opas digituotteiden kehittäjille noviisista
asiantuntijaan - Manual for Buddies sans frontiers

Kirjoittajat: Satu Aaltonen, Antti Tuomisto, Sami Uusitalo, Marika Säisä,
Reetta Raitoharju, Elias Savonlahti, Sanna Määttä ja Tero Vahanne

Graafinen ilme ja taitto: Turun ammattikorkeakoulu
© Tekijät ja Turun ammattikorkeakoulu

ISBN 978-952-216-852-8 (pdf)

ISSN 1796-9972 (elektroninen)

<https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-216-852-8>

Turun ammattikorkeakoulun oppimateriaaleja 161
Turun ammattikorkeakoulu
Turku 2023

Rahoittajat Euroopan sosiaalirahasto, ELY-keskus, Suomen rakennerahasto-ohjelma Kestävää kasvua ja työtä 2014–2020. The funding is part of Covid-19 pandemic related actions by the EU.



*Lämpimät kiitokset oppaan testaamiseen osallistuneille digituotekehittämisen oppijoille,
sparraajille ja opettajille!*

Sisällys

1. Johdanto	5	OSA 2: Me, digitaalisen kehittämisen yhteisö	40
OSA 1: Minä, digituotekehittäjä	8	4. DigiReactor-malli	41
2. Miten hyödyt Born digital ja yksilöllinen kyvykkyysspolku näkökulmista?	9	• Miten me sen teimme? Elementit, vaiheet ja tulokset	42
2.1 Mitä tarkoitetaan Born digital -ajattelulla?	9	• DigiReactorin tavoitteet ja toimenpiteet	43
2.2 Yksilöllinen kyvykkyysspolku osaamisen kehittämisen lähtökohtana	11	• Digitaalinen tuotekehitys – avoimet yhteistilaisuudet aiheesta kiinnostuneille	44
2.3 Born digital + YKP = Sinä digituotekehittäjä	17	• Oma lähtötaso – omat käsitykset osaamisesta	45
3. Born digital -periaatteet digireactorilaisille	18	• Tiimeissä työskentely	46
a. Rohkeus, nöyryys ja empatia	19	• Tekemällä oppiminen (oma idea ja kehittämistehtävät)	48
Kuvaus	19	• Toteutetut työpajat	49
Esimerkkejä	22	• Oman oppimisen reflektointi	50
Harjoituksia	24	• DigiReactor-mallin itsearviointi – kehittämiskohteet	51
b. Moninaisuus ja yhteisöllisyys	25	5. Yhteenveto	53
Kuvaus	25		
Esimerkkejä	28		
Harjoituksia	29		
c. Arvonluonti ja taloudellinen kestävyys	30		
Kuvaus	30		
Esimerkkejä	33		
Harjoituksia	34		
d. Yhteiskehittäminen ja dialogisuus	35		
Kuvaus	35		
Esimerkkejä	38		
Harjoituksia	39		

1. Johdanto





vyä lukija! Lähde matkalle, jossa tutustut siihen, millainen digituotekehittäjä Sinä olet – ja miten ideasi kehittyy ympärilläsi olevien ihmisten, ensimmäisen tiimisi ja kumppanien, aluekehittäjien, korkeakoulujen avulla eteenpäin.

DigiReactor-käsikirja auttaa Sinua vastaamaan kysymykseen, miten ryhtyä digituotekehittäjäksi Born digital -maailmassa. Käsikirjan avulla pohdit, millainen digituotekehittäjä Sinä olet ja miten toimit yhdessä muiden kanssa. Käsikirja myös valottaa Sinun ja ideasi ympärille muodostuvan tiimisi (kyllä, voit kutsua sitä tiimiksesi) muodostumista ja muuttumista. Tiimi elää ja muuttuu. Matkalle osuu monia mielenkiintoisia ihmisiä lyhyemmäksi tai pidemmäksi aikaa.

Tässä oppaassa on kaksi osaa. Osa 1 on tarkoitettu Sinulle: digitaalisesta tuotekehityksestä kiinnostuneelle henkilölle. Osa 2 on tarkoitettu Sinulle: tuote- ja yrityskehityksen parissa työskentelevälle ammattilaiselle.



Mikä DigiReactor-käsikirja on?

Kirja on matkatoverisi matkalla, jossa tutustut siihen, millainen digituotekehittäjä Sinä olet – ja miten ideasi lähtee kehittymään ympärilläsi olevien ihmisten, ensimmäisen tiimisi ja kumppanien, aluekehittäjien, korkeakoulujenkin avulla eteenpäin.

Tämä opas ja DigiReactor-mobiilisovellus esittelevät digituotekehittämisen tärkeät periaatteet ja antavat käytännön esimerkkejä ja harjoituksia. Voit soveltaa kirjan oppeja käytäntöön ja kirja aktivoi Sinua edistämään omaa digituoteprojektiäsi.

Digireactorilaisia tukee myös [Digital Product Developers in Finland –LinkedIn-ryhmä](#).

Mitä tämä käsikirja ei ole?

Kirja ei ole menetelmäopas. Kirja on tarina ja innostaja sekä verkostoitumisen ja yhdessä tekemisen apuväline.



DigiReactor on innovaattoreille, maailmanparantajille, tuotteiden ja palvelujen kehittäjille ja uudistajille: ihmisille, jotka haluavat parempaa ja paremmin. DigiReactor antaa uutta virtaa idealle ja sen omistajalle. Se kannustaa löytämään uusia kontakteja ja asiantuntijoita verkostoon. DigiReactorin ytimessä on ongelman rakastaminen ratkaisun rakastamisen sijaan.

DigiReactor-toimintamalli on tarkoitettu niin aloittelijoille kuin kokeneemmillekin digituotekehittäjille. Aloitteleville digituotekehittäjille se antaa tietoa ja tukea digitaalisen palvelun kehittämiseen. DigiReactor sopii henkilöille, joilla on liiketoiminta- tai palveluidea, jota pitäisi sovittaa tämän hetken nopeasti muuttuvaan maailmaan uusin silmin ja uudentyypisen tiimin kanssa. DigiReactor tarjoaa matkan kaikille, joilla on halu ja tarve työstää ideaansa kohti konkretia yhdessä luotettavien kumppanien kanssa.

DigiReactor on sekä yksilöille että yhteisöille yhteistyötä ja vuorovaikutusta korostava toimintamalli, jossa matkan varrella tutustutaan digituotekehittämisen perusteisiin ja työkaluihin.



DigiReactor on ESR-hanke 1.9.2021-30.6.2023. Hankkeen toteuttivat Turun ammattikorkeakoulu (koordinaattori), Turun yliopisto ja Turku Science Park Oy. Hanke rahoitettiin osana EU:n Covid-19 pandemiaan liittyviä toimia.

OSA 1: Minä, digituotekehittäjä

1. Miten hyödyt Born digital ja yksilöllinen kyvykkyysspolku näkökulmista?

2. Born digital –periaatteet digireactorilaisille

2. Miten hyödyt Born digital ja yksilöllinen kyvykkyyspolku näkökulmista?

2.1 Mitä tarkoitetaan Born digital -ajattelulla?

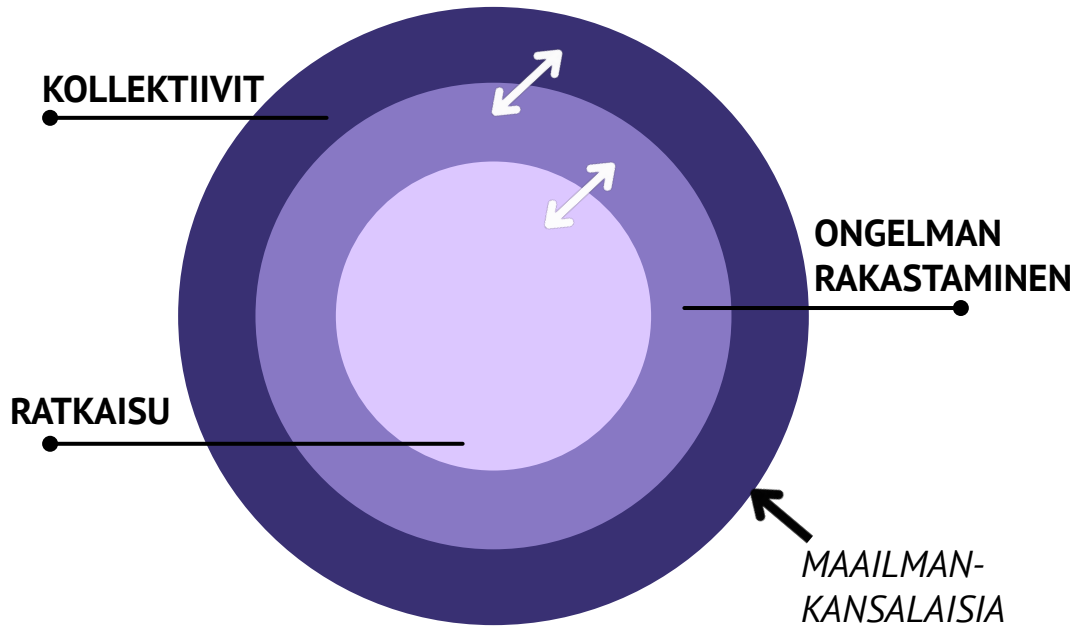
Born digital -ajattelu kuvaa ongelman ratkaisemisen ja ongelman rakastamisen dynamiikkaa ja suhteita uudella tapaa. Born digital -ajattelussa (kuva s. 10) pääpaino on yhteisölläsi ja ympäröivässä maailmassa sekä siinä, miten ne linkittyvät ongelman ymmärtämiseen, sen digitaaliseen ratkaisuun ja validointiin. Ratkaistava ongelma, Sinä ja tiimisi olette osa toisiinsa linkittyneitä yhteisöjä. Näillä kaikilla on vaikutus Sinuun, tiimiisi ja ymmärrykseen ratkaistavasta ongelmasta: Mistä on kyse? Mikä on SE ongelma, joka pitää ratkaista? Miten kuvata sitä sanoin, kuvin, mallein? Mitä jo tiedetään?

Tämä kollektiivi ja sen yhteys maailmaan on elävä voima, joka pitää ongelman rakastamisen elossa. Rakkaus ongelmaa kohtaan innostaa tutustumaan siihen paremmin, mikä puolestaan edistää relevantin ratkaisun löytymistä. Ajoittain ongelman rakastamisen polut johtavat toteutuskelpoiseen konseptiin, jota lähdetään kehittämään perinteisin digituotekehittämisen keinoin. Suunta voi olla myös kuvion keskeltä toteutettavasta alustavasta ideasta ongelman rakastamiseen. Sillä ei ole väliä, kunhan nämä kaksi mielen- ja tekemisen tilaa, ongelman rakastaminen ja sen ratkaiseminen, on tunnistettu erillisinä tiloina.

Ongelman ratkaisuidea tuottaa rajatusta kohteesta yhden osatuloksen, kokemuksen, kokeilun, joka edistää ratkaisun valmistumista. Se myös useimmiten tuottaa lisää ymmärrystä ongelman rakastamiseen Sinulle ja kollektiiville. Ymmärryksen lisääntyminen vaikuttaa ympäröivään globaaliin verkottuneeseen internetmaailmaan, jonka toiminta ja tiedot vaikuttavat taas uuteen muuttuneeseen ja elävään tilanteeseen monin tavoin kuvion mukaisesti. Mutta vain jos Sinä olet hyväksynyt ja valinnut Born digital -ajattelutavan.



**Born digital -ajattelu
osana DigiReactor-mallia**



2.2 Yksilöllinen kyvykkyysspolku osaamisen kehittämisen lähtökohtana

Yksilöllinen kyvykkyysspolku (YKP) korostaa Sinua ja Sinun kokemustesi, tekojesi, ajatustesi ja osallistumistesi (on se sitten läsnäoloa, aktiivista/passiivista, synkronoitua/asynkronoitua) joukkoa digituotekehitysmaailmassa. Ei ole yhtä oikeaa tapaa olla, edetä ja toimia, yksin ja yhdessä. Toisin sanoen: kaikki tavat toimia ovat oikeita, kunhan tavoitteena on tehdä hyvää ja tehdä se hyvin, eettisesti kestävällä tavalla.

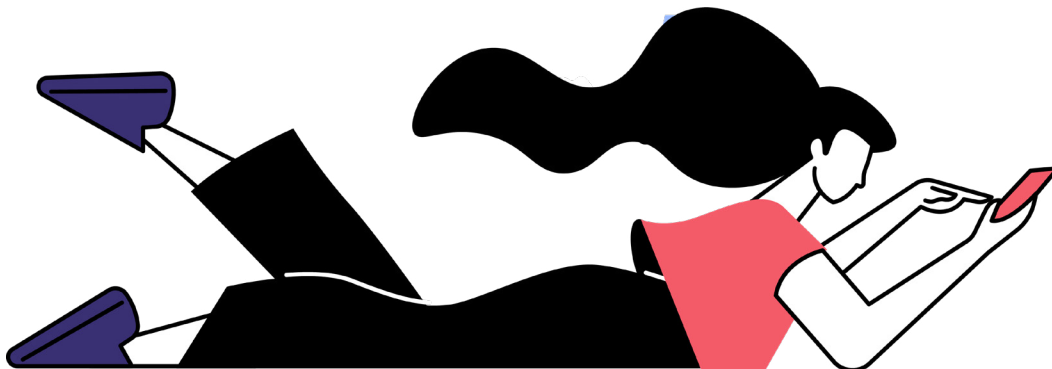
Born digital -ajattelussa YKP on vuoropuhelua ja dialogia eri medioissa eri tavoin. Tärkeintä siinä olet Sinä ja osaamisesi, kokemuksesi ja hyvää tekevät ajatukset ongelman rakastamisen tematiikassa eli pyrkimyksessäsi ymmärtää valitsemasi ongelma kokonaisvaltaisesti. Osana tätä pyrkimystäsi olet, elät ja toimit yhteisössä, enemmän tai vähemmän aktiivisesti. Sitten joku henkilö tai jotkin asiat tässä kollektiivissa saavat Sinut tekemään tämän ongelman näkyväksi: se asia puhuttelee Sinua tai "kiusaa" Sinua, ei päästä irti. Ei ole merkitystä, koetko että tuo ongelma on Sinulle todella tärkeä tai suhtaudutko siihen intohimoisesti. Tärkeintä on, että tuot sen esiin yhteisössäsi ja ongelman rakastamisen mielentilassa.

YKP luo kestävä pohjan Sinun omille ajatuksellesi, yhteisösi ajatuksille ja itse kohteelle. Kollektiivi, Sinun "tiimisi" löyhästi määriteltynä työstää kanssasi ymmärrystä ongelmasta, joka aika-ajoin löytää ensimmäisiä ehdotuksia ongelman (tai sen osien) ratkaisemiseksi. Tässä tärkeintä on Sinun näköisesi ja Sinulta tuntuva digituotekehitysspolku: koe positiivisena yhteisösi ja sen dynamiikka, ihmisten tuleminen ja meneminen, fyysisesti ja virtuaalisesti. Ole aktiivinen, tee muistiinpanoja, osallistu tapahtumiin ja keskusteluihin omalla tyyllilläsi. Jalosta sitten ajatuksiasi ongelman rakastamisen mielentilassa, nöyrästi ja rohkeasti. Käy välillä tunnustelemassa ja kokeilemassa ongelman ratkaisuja potentiaalisten asiakkaiden parissa yksin ja tiimin kanssa.

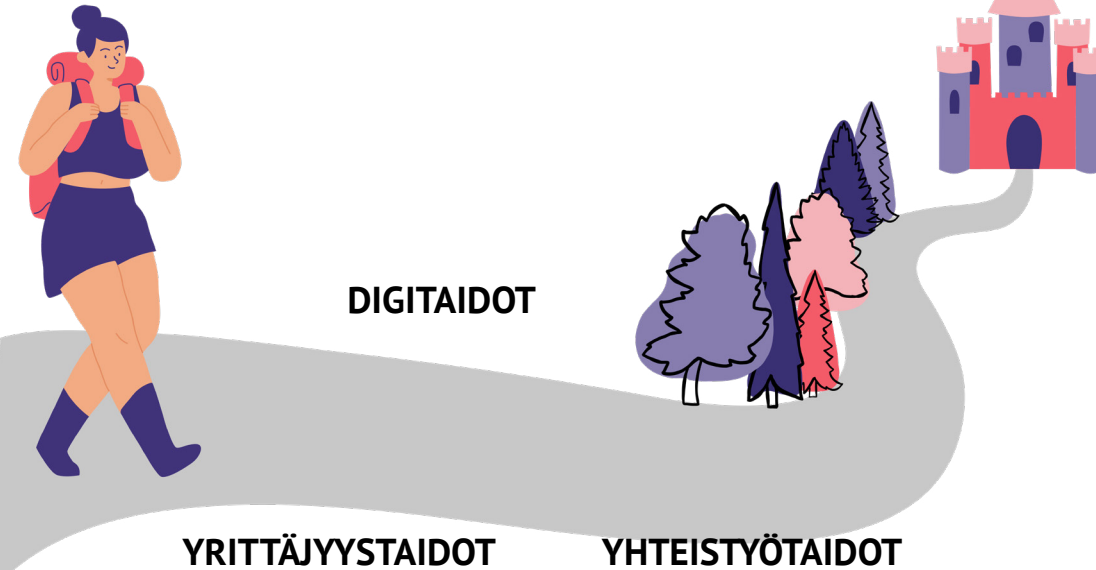
Tuon tekemisen lomaan integroituu Sinun oma polkusi: tarkastele aika ajoin DigiReactor-käsikirjan ja -sovelluksen avulla asioita, joita olet kokeillut, käsitellyt, saavuttanut ja mieti mitä vielä pitäisi kokeilla. Matka on pitkä, elämän mittainen digituotekehittämisenkin osaamisen tavoittelussa. Mutta se matka on se päämäärä.

YKP muistuttaa Sinua, että olet tärkeä juuri sellaisena kuin olet: Sinulla on tietoa ja taitoa, kokemusta ja näkemystä, ideoita ja unelmia monista asioista. Näiden sanoittaminen ja sanoittamisen mahdollistaminen ja tukeminen ovat tärkeitä sekä YKP:ssä ja DigiReactorissa. Näitä ajatuksia tukee, että DigiReactorissa et ole koskaan yksin. YKP voimaannuttaa Sinua kehittyvänä digituotekehittäjänä ja se vahvistaa Sinua nimenomaan sinun valinnoissasi ja tavoissa toimia. Juuri siksi se on yksilöllinen kyvykkyysspolku.

YKP auttaa Sinua myös kollektiivin rakentumisessa sinulle mielekkäällä ja merkityksellisellä tavalla: tiimi ja kohtaamasi ihmiset ovat tärkeitä antamaan myös Sinun yksilölliselle osallistumisellesi kestäväää merkitystä. Aivan samoin kuin Sinä osallistut muiden henkilöiden tiimeihin ja annat niille omaa aikaasi, osaamistasi ja ajatuksiasi.



Astu omalle polullesi – katso horisonttiin



DIGITAIKOT

YRITTÄJYYSTAIKOT

YHTEISTYÖTAIKOT

Polku kuvaa hyvin Sinun tekemistäsi ja tavoitteitasi digituotekehittämisen parissa. Se ei ole kiveen hakattu eikä valmiina oleva muiden tuottama rakennelma, joka vie sinut johonkin toisten määrittelemään kohteeseen. Se syntyy silloin kun niin päätät ja siinä on mahdollisuuksia, vaihtoehtoja, risteyksiä, yllätyksiä. Sekä hyvässä että pahassa ja ne kuuluvat asiaan. Polku joustaa. Polku myös päättyy osaltaan sitten kun on sen aika. Silti se on olemassa: olet sen käynyt läpi, asioita, ihmisiä, paikkoja, ajatuksia ja kaikkea muuta olet saanut mukaasi seuraavalle polulle.

YKP:ssä polkua ei tarkenneta, suunnitella tai kartoiteta sen yksityiskohtaisemmin. Keskeisin käsite on itse polku, sen visualisointi tai luominen, sen olemassaolon mahdollistaminen, syy ja tarve sen olemassaoloon Sinua varten. Ja sitten sille polulle tietoisesti astuminen, ensimmäisen askeleen konkretisointi, johon DigiReactor kannustaa! Et ole yksin!

Toinen hyödyllinen vertauskuva on horisontti: joukko tavoitteita, jotka olivat jo matkaan lähtemisesi alkusyy. Osa näistä tavoitteista liittyy Sinuun, osaamiseesi ja sen kehittämiseen, osa taas itse tekemisen kohteeseen eli digituoteideaan. Horisontti elää ja muuttuu, kuten koko matkasi. Nyt on nyt, eilinen oli joukko kokemuksia, huomina sisältää mahdollisuuksia. Sinun ajatuksesi on tässä ja nyt. Se keitä ihmisiä kohtaat ja miten, vaikuttaa tekemiseen ja tuloksiin. Tee hyvää, tee se hyvin ja hyvillä mielin, niin siitä seuraa hyvää. DigiReactor-toiminnassa serenityydytyksellä on oma paikkansa. Sillä tarkoitetaan "kykyä tehdä sattuman ohjaamia, odottamattomia löytöjä" sekä niiden perusteella oikeita johtopäätöksiä. Serenityydytyksellä on enemmän kuin vain hyvää onnea. Avoin mieli ja sydän auttavat, luottamusta unohtamatta!

Tavoitteen asettaminen – yleinen vai erityinen

Tavoite voi olla yleisesti osaamisesi ja taitojesi kehittämistä digituotekehittämisen parissa YKP-hengessä. Siten se on sitä kaikkea, mihin ryhdyt omien ideoidesi edistämiseksi, kunhan muistat välillä tarkastella omaa matkaasi, kahta mielentilaa ja niissä koettuja asioita (ongelman rakastaminen, ongelman ratkaiseminen). Tavoite voi olla myös jokin erityinen ideaasi liittyvä teknologia, menetelmä, työkalu tms. Tämäkin voi liittyä joko ongelman tunnistamiseen ja näkyväksi tekemiseen (ongelman rakastamiseen) tai ongelman ratkaisuun. Tärkeintä on, että aika ajoin tutkiskelet ja pohdit omia tekemisiäsi, polkuasi, matkaasi ja siellä kohdattuja ihmisiä sekä keskustele heidän kanssaan näistä asioista.



Yleistä ja erityistä, sisäistä ja ulkoista. Kokonaisvaltaista. Dialogia. DigiReactor on tätä ja paljon muuta. Tutustu vielä kerran sisäiseen Born digital -digituotekehittäjäsi ja omaksu seuraavat DigiReactor-opit:

Persoonallisuuden ja nykyisten kompetenssien huomioiminen

Meitä on moneksi ja Sinua vain yksi. Siksi olet tärkeä osa kokonaisuutta, ilman Sinua jotain puuttuu.

- Polulla kohtaat monia muita. Kaikilla on omia horisonttejaan. Joidenkin henkilöiden ideat ja tavoitteet resonoivat Sinun arvojesi ja ajatustesi kanssa. Näitä henkilöitä löytyy. Ei vain työn puolesta yrittäjyyttä tukevia ja siihen kannustavia, vaan ihmisiä, jotka jakavat kiinnostuksesi.
- Kiinnostuksen herääminen, tiedon jakaminen, ymmärryksen saaminen vie kuitenkin aikansa. Luottamuksella on iso ja merkittävä rooli siinä, että nämä kohtaamiset antavat tietoa osapuolten päätöksentekoon: haluatko Sinä jatkaa yhteistä keskustelua, haluavatko toiset? Jatkatteko keskustelua heti vai myöhemmin?
- Itsetuntemus ja sen pohdiskelu ovat osa polulla olemista. Muista että ideasi on hyvä, onhan se Sinun. Sitä pitää vaan vähän kehittää ja kokeilla. Muista tekemisissäsi ja ideoissasi Rohkeus ja Nöyryys keskustellessasi kanssamatkaajien kanssa. (katso luku 3a)

Muista DigiReactorin oppi: meitä on paljon! Sinunkin polullesi ja matkallesi on tiimi. Elävä, muuttuva, moninainen tiimi. **Yksin tätä ei voi tehdä.** Jokainen osaa tehdä jotain - rajana vain oma horisontti.

Tietojen, taitojen ja asenteiden tasapainoinen kehittäminen

Sinustako super-digituotekehittäjä? Todellinen moniosaaja? DigiReactor-polulla menestys on yhtä kuin onnistuminen ja onnistuminen on yhtä kuin tiedon, taidon tai asenteen parissa itse tehty ja muiden kanssa jaettu juttu. Juttu voi olla idea, asia, tieto, tunne tai ajatus. Siten Sinä olet jo huipputyyppi, kun vain lähdet polulle, kohtaat, kuulet ja kuuntelet, luotat ja keskustelet. DigiReactorilaiset ovat Supertyyppejä. Sinä olet digireactorilainen.

[Digituotekehittämisen työkalupakki on puhelimesasi.](#) Työkalupakki on tuki ja turva polulla: sieltä löytyy AINA apua, kun polku hämärtyy, horisontti kapenee, ketään ei näy missään ja omat ajatukset ovat jumissa. Silloin istu alas, avaa työkalupakki ja toimi seuraavasti:

Pysähdy ja mieti, missä menet ideasi kanssa

- Tutki ajatuksiasi bisnesideastasi: onko mielesi jo yrittämässä ratkaista ongelmaa? Vai pitäisikö sinun vaihtaa mielentilaa (state-of-mind) ja ryhtyä vielä toistaiseksi rakastamaan ongelmaa. Jo tämä voi auttaa näkemään asian uudella tavalla.
- Tarkista digituotekehittämisen osa-alueet. Tuntuuko jokin osa-alue sopivalta nykyiseen tilanteeseen? Jos, niin pohdi mitä kyseisen osa-alueen ympärillä on: ennen ja jälkeen. Löydätkö näistä osa-alueista jotain, joka sytyttää tai tuottaa uusia ajatuksia, kysymyksiä, työkaluja, vastauksia?
- Jumissa edelleen? Ei hätää: ota yhteyttä Digireactoriin. Me autamme!

2.3 Born digital + YKP = Sinä digituotekehittäjä

Born digital. Pysähdy miettimään sitä ja ideaasi. Muodosta ideastasi Born digital -käsite, jossa toimijat ovat dynaamisesti mukana matkassa: osa tulee mukaan pidemmäksi aikaa, osa hyötyy palvelustasi, osa sivuaa tekemiäsi, ja osa vain seuraa katseella, ehkä kommentoiden. Nämä kaikki ovat osa Sinua ja ideaasi maailmassa, jossa elät rakastamalla ja ratkaisemalla bisnesideaasi tiimisi kanssa.

Lopputulos on yksilöllisen kyvykkyyspolun näköinen. Et ole sama henkilö, joka astui DigiReactor-polulle. Olet kokenut nähnyt ja tehnyt uusia asioita. Olet tavannut monenlaisia ihmisiä erilaisissa tilanteissa ja tarkoituksissa. Olet Born Digital ja digireactorilainen digituotekehittäjä tässä ja nyt.

Hyvää matkaa! Nähdään, kuullaan ja törmätään! Love you! Puss och kram!



3. Born digital –periaatteet digireactorilaisille

Kehittämämme DigiReactor-toimintamalli tukee sinua, olitpa missä vaiheessa digituotteesi kehitystä tahansa. Toimintamalli rakentuu seuraaville periaatteille:

1. rohkeus, nöyryys ja empatia
2. moninaisuus ja yhteisöllisyys
3. arvonluonti ja taloudellinen kestävyys
4. yhteiskehittäminen ja dialogisuus.

Tässä luvussa käydään läpi näiden periaatteiden merkitys ja käytännön toteutus digituotteita kehitettäessä. Käytännön toteutuksen tueksi jokaisesta periaatteesta on tarjolla lyhyitä, innostavia esimerkkejä sekä harjoitustehtäviä, joiden avulla pääset itse harjoittelemaan näitä taitoja. Esimerkit pohjautuvat hankkeen koulutuksiin osallistuneiden kokemuksiin. Elementtejä kuvauksiin on otettu useilta henkilöiltä, joten ne eivät kuvaa kenenkään yksittäisen osallistujan toimintaa.

a. Rohkeus, nöyryys ja empatia

Rohkeus, nöyryys ja empatiakyky ovat ominaisuuksia, joiden määrä vaihtelee yksilöittäin. Ovatko ne sinun vahvuuksiasi? Ei hätää, vaikka eivät olisi. Näitä ominaisuuksia voi opetella ja kehittää.



Rohkeus on kykyä voittaa pelkonsa ja tehdä asioita, jotka koet tärkeiksi. Rohkeus ei ole sama asia kuin pelottomuus. Rohkeakin voi pelätä, mutta hän pystyy silti toimimaan.

Empatiakyky on kykyä asettua toisen henkilön asemaan ja pyrkiä tunnistamaan, mitä tämä kokee ja tuntee. Mielikuvitus on väline tähän. Persoonallisuutesi ja elämäkokemusesi vaikuttavat empatiakykyysi, mutta siihen kuuluu monia kognitiivisia eli tiedollisia elementtejä, joita pystyt kehittämään.



Nöyryys on sitä, että osaat tunnistaa omat rajasi ja suhteuttaa itsesi ympäristöön. Siihen liittyy kunnioitus muita kohtaan. Nöyryys ja rohkeus käyvät osittain käsi kädessä, vaikka ensin vaikuttaisi, että ne ovat lähes vastakkaisia ominaisuuksia. Vaatii rohkeutta myöntää, että et tiedä, ymmärrä tai osaa kaikkea.



Rohkeutta tarvitset, jotta olet valmis lähestymään ihmisiä, joiden tieto ja kokemukset ovat kehitystyössä oleellisia. Avaudu, keskustele ja näytä rohkeasti myös tietämättömytesi.

Nöyryys ei tarkoita nöyristelyä. Ole ylpeä taidoistasi ja intohimostasi auttaa ihmisiä ratkaisullasi. Kuitenkin, suhtaudu nöyrästi omaan ymmärrykseesi, ja ole digikehittäjänä valmis kyseenalaistamaan toimintatapasj ja ennakkokäsityksesi uuden tiedon myötä.

Empatiakyky auttaa sinua ymmärtämään muiden ihmisten tarpeita. Erityisen tärkeää on ymmärtää ongelmia, joita digitaalisella palvelulla pyrit ratkaisemaan ja tilanteita, joissa palvelua tullaan käyttämään. Tiimin kommunikaatio sekä dialogi asiakkaiden, rahoittajien ja partnereiden kanssa paranee, kun onnistut asettumaan heidän asemaansa.

Tarvitset rohkeutta, nöyryyttä ja empatiakykyä, jotta tunnistat ja ymmärrät asiakkaittesi tarpeet ja pystyt kehittämään ratkaisuja juuri heidän tarpeisiinsa. Tarvitset näitä taitoja myös toimiessasi esimerkiksi tiimikavereiden, teknologia-asiiantuntijoiden, rahoittajien, yritysneuvojien, muiden yritysten ja yrittäjien kanssa.



olet ehkä kuullut käyttäjäkeskeisestä suunnittelusta. Se on yleisnimitys digitaalisten tuotteiden tai palveluiden kehittämismenetelmille, joissa suunnittelun keskiössä ovat potentiaalisten asiakkaiden tarpeet. Palvelumuotoilu, lean startup ja ketterät menetelmät perustuvat ajattelutavalle, jossa nopeiden kokeilujen, käyttäjien osallistamisen ja jatkuvien iteraatiokierrosten kautta pyritään saamaan käyttäjien tarpeet keskiöön sekä pääsemään nopeasti ja kustannustehokkaasti eteenpäin kehitystyössä. Rohkeus, nöyryys ja empatiakyky ovat taitoja, joita tarvitset käyttäjäkeskeisessä suunnittelussa.





Riitta on toiminut lastenlääkärinä jo 15 vuotta. Hänellä on idea sovelluksesta, joka opastaisi lapsiperheitä tilanteessa, jossa lapsi sairastuu ylähengitystieinfektioon.

Riitta on alansa ammattilainen, mutta digituotekehittämisessä noviisi.

Riitta pohtii palvelunsa tarvetta ja toteutettavuutta. Tässä uudessa tilanteessa Riitta huomaa, ettei voi tietää, millaisia ongelmia ja tilanteita hänen potentiaaliset asiakkaansa kohtaavat tai millaisissa ympäristöissä he tulisivat uutta palvelua käyttämään.

Jotta hän selvittäisi tämän, hän kysyy tuntemaltaan pienten lasten äidiltä lupaa tulla haastattelemaan heidän perhettään. Tämän jälkeen Riitta virittelee keskustelua aiheesta myös Facebookissa.

Tietämisensä rajoitusten tunnistaminen osoitti Riitalta **nöyryyttä** ja kertyvän tiedon analysointi lisäsi Riitan kykyä tuntea **empatiaa** kohderyhmänsä tarpeita ja ongelmia kohtaan. Vaikka hän oli rohkea työssään, lapsiperheiden kohtaaminen uudessa roolissa ilman lääkärintakkia vaati uudenlaista **rohkeutta**.



Samantha on väitöskirjatutkijana lääketieteellisessä tiedekunnassa. Covid-19 pandemian puhjettua hän alkoi miettiä, mitä hän alan tulevana asiantuntijana voisi tehdä auttaakseen. Julkisuudessa käytiin tuolloin keskustelua siitä, miten hän alan tulevana asiantuntijana voisi osaltaan auttaa tilanteessa. Ongelmia oli rokotteiden saatavuudessa sekä väestön asenteissa rokotuksia kohtaan.

Voisiko hän osaltaan lisätä rokotemyönteisyyttä Saharan eteläpuoleisessa Afrikassa, josta hänen vanhempansa ovat kotoisin? Digitaalinen kampanja voisi olla keino, jolla asenteisiin voitaisiin vaikuttaa.

Samanthan ensimmäinen ajatus oli tarjota verkkosivuston kautta tutkimuspohjaista tietoa rokotusten hyödyllisyydestä. Koulutuksen kautta hänelle oli tullut vahva usko tiedon voimaan. Yksin hän ei voisi kuitenkaan tehdä mitään. Sen hän ymmärsi.

Samantha hakeutui DigiReactor-ohjelmaan, jonka mentorit auttoivat häntä eteenpäin. He etsivät yhdessä sopivan paikallisen kumppanin, johon Samantha otti rohkeasti yhteyttä. Yhteistyön myötä hän oppi, että rokotevastaisuuden takana ei useinkaan ollut tiedon puute. Kyse oli enemmän luottamuksesta ja asenteista terveysviranomaisia kohtaan sekä käytännön vaikeuksista päästä rokotepisteille pitkien etäisyyksien maaseutukylistä.

Oppi auttoi Samantha **tunnistamaan** kohderyhmänsä **tarpeet** paremmin.



Jose on opintojen loppuvaiheessa oleva humanisti Espanjasta. Suomessa hän on opiskellut suomalais-ugrilaisia kieliä. Kielet ja kulttuurit ovat hänen intohimonsa.

Työmarkkinat Suomessa eivät ole vieraskieliselle humanistille helpot. Jose onkin alkanut miettiä, voisiko opintojen loputtua työllistää itsensä oman yrityksen avulla. Kun hän on miettinyt yritysidea, hän on vakuuttunut siitä, että yrityksen palvelujen tulee olla digitaalisia, jotta hän pystyy hyödyntämään espanjankielistä markkinaa. Hänellä on idea, joka perustuu kielen, kulttuurin ja komiikan yhdistämiseen. Kaikki elementtejä, jotka ovat hänelle läheisiä.

Jose on kehittänyt sisältöjä mielessään jo melko pitkälle. Hän ei ole kuitenkaan puhunut niistä kuin lähimmille ystävilleen. Kynnys kertoa ideasta on korkea, sillä alitajuisesti Jose pelkää tulevansa torjutuksi. Idea on niin lähellä sitä, mitä hän itse on ja harrastaa, että liikeideaan kohdistuva kritiikki tuntuisi kritiikiltä häntä itseään kohtaan. Siksi idean vieminen eteenpäin on todella hankalaa.

Jose kuitenkin tunnistaa, että ilman apua ja neuvoja hän ei onnistu. Ensimmäinen askel onkin lähteä mukaan DigiReactorin tapaamisiin. Siellä muutkin ovat ihan alkuvaiheessa ideansa kanssa. Siellä hän pikkuhiljaa **rohkaistuu** puhumaan ideastaan ja saa kannustavaa palautetta. Ohjelman jälkeen hän tuntee olevansa valmis varaamaan ajan alueelliselta yritysneuvojalta ja esittämään ideansa rohkeasti myös hänelle.

Harjoituksia

1. Tutustu DigiReactor-sovelluksen osioihin 1.1. Idea, 1.2. Tutkimus ja 1.3. Strategia ja mieti, miten hyödyntäisit rohkeutta, nöyryyttä ja empatiakykyä näissä vaiheissa.
2. Kirjaa ideasi, esitä (Mom test tms.) se kahdelle henkilölle, analysoi uudet oivallukset.
3. Kysy kahdelta muulta henkilöltä: "Miten voin auttaa?" Analysoi tulokset.
4. Laadi palvelusi käyttäjästä/-istä empatiakartta:
 - Kartan ja tietoa sen käytöstä löydät esimerkiksi täältä:
<https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/>

Kaipaatko lisätietoa? Tutustu seuraaviin lähteisiin

- Kolko, J. 2015. A Process for Empathetic Product Design. Harvard Business Review.
<https://hbr.org/2015/04/a-process-for-empathetic-product-design>
- Mitchell, T. 2019. Blog post: The importance of humility in product management
<https://medium.com/@thor.mitchell/the-importance-of-humility-in-product-management-7878e6640b8b>
- Ockerman, S. 2017. Maximize Scrum with the Scrum Values: Courage
<https://www.scrum.org/resources/blog/maximize-scrum-scrum-values-courage-part-3-5>
- Solis, B. 2022. Courage is Calling: The Brave New World of Digital, Business, and Leadership Transformation and the Part You Play in It All.
<https://www.linkedin.com/pulse/courage-calling-brave-new-world-digital-business-leadership-solis/>

b. Moninaisuus ja yhteisöllisyys

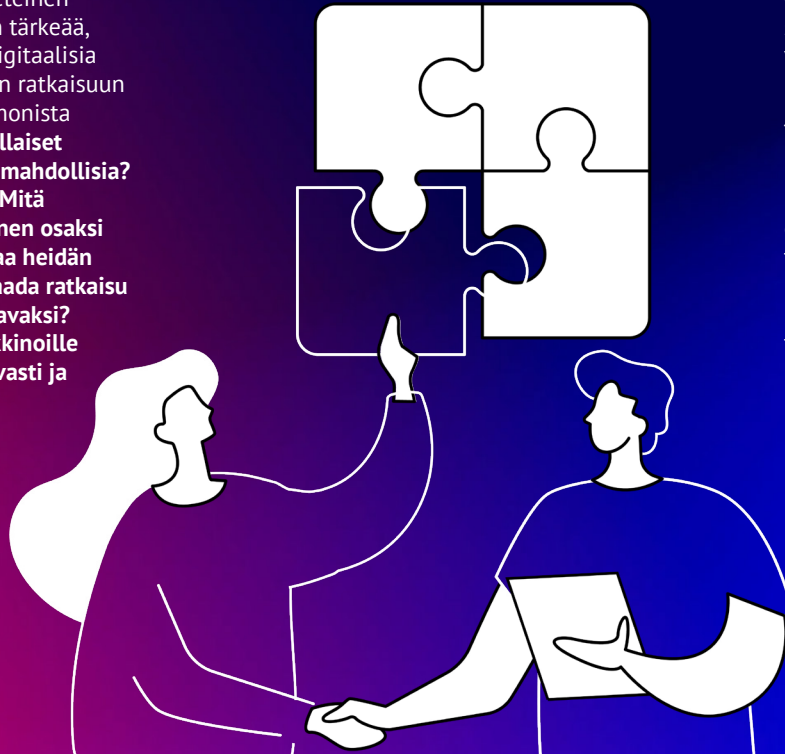
Moninaisuus viittaa siihen, että Sinun on hyödyllistä hakeutua monenlaisten ihmisten seuraan, kun kehität digituotetta. Jos olet alalla nuori, etsiydy kokeneempien seuraan. Jos taas kokeneempi, ota mukaan nuoria, jotka katsovat toimialaa uusin silmin. Jokainen tuo keskusteluun mukaansa aiemmat kokemuksensa, osaamisensa, arvonsa ja asenteensa. Saat esiin mahdollisimman monia näkökantoja. Kyse ei ole vain iän, sukupuolen tai etnisen taustan eroista, vaan usein vielä tärkeämpiä ovat maailmankatsomukseen, elämäntapaan, kulutustottumuksiin tai arvoihin liittyvät erot. Yksilöt ovat kuin kitaran kielet, jokainen soi omalla tavallaan.



Jos keskenään erilaiset yksilöt vertautuvat kitaran kieliin, on **yhteisöllisyys** kitaran kaikukoppa, joka yhdistää yksittäiset äänet ja saa ne soimaan keskenään vielä kauniimmin. Erilaisten ihmisten toimiminen yhdessä ei ole helppoa. Sinut pitää tehdä töitä luottamuksen ja hyvän fiiliksen aikaansaamiseksi. Vastuu on kaikilla, mutta lähde liikkeelle itsestäsi. Mieti, miten Sinä voisit pienillä arkipäiväisillä sanoilla ja teoilla luoda ilmapiiriä, jossa jokainen kokisi tulevansa arvostetuksi omana itsenään.

Sinä osaat ja tiedät juttuja! Joissain asioissa olet ehkä parempi kuin muut. Samoin tiimikaverisi. Monen erilaisen ihmisen yhteistyön hyöty tulee siitä, että erot tiedoissa, taidoissa ja kokemuksissa antavat jokaiselle erilaisen näkökulman asiakaskunnan tarpeisiin, kehitettävään palveluun ja sen toteuttamiseen.

Moninaisuus ja monitieteinen osaaminen on erityisen tärkeää, kun kehitetään uusia digitaalisia ratkaisuja, koska hyvään ratkaisuun tarvitaan ymmärrystä monista kysymyksistä kuten: **Millaiset tekniset ratkaisut ovat mahdollisia? Miten ne toteutetaan? Mitä jonkin ratkaisun tuominen osaksi ihmisten arkea vaikuttaa heidän toimintaansa? Miten saada ratkaisu taloudellisesti kannattavaksi? Ja miten tuoda se markkinoille sekä kertoa siitä vetoavasti ja ymmärrettävästi?**



Onneksi et ole yksin. Muut samanhenkiset ihmiset ovat sinua varten. Siksi on tärkeää mennä paikkoihin, joista löydät ihmisiä, joiden kanssa voit keskustella ideoistasi. Tarvitset ympärillesi moninaisen yhteisön. Monipuolinen, koska tieteen keskeiset havainnot osoittavat, että heterogeeniset tiimit onnistuvat luovissa tehtävissä paremmin kuin homogeeniset. Parhaimmillaan kaikki oppivat ja tuoteidea kehittyy.



lä pelkää yhteisöllisyyttä. Yhteisön ei tarvitse olla sitova, muodollinen ja ikuinen. Parhaimmillaan tiimit ja yhteisöt, joiden kanssa kehität ideaasi vaihtuvat ja muuntuvat sen mukaan, millaista osaamista, sparrausta tai palautetta milloinkin tarvitset.

Muista, että mitä moninaisempi tiimisi tai yhteisösi on, sitä enemmän huomiota tulee kiinnittää tiimin sisäiseen kommunikatioon. Tiimissä on hyvä miettiä työnjakoa ja erityisesti johtajuutta. Joku pitää nimetä johtajaksi tai jonkun pitää ottaa johtajan rooli spontaanisti. Välillä jotkut yksilöt ottavat spontaanisti johtajan roolin ja alkavat rohkaista muita tiimiläisiä olemaan aktiivisia ja avoimia. On hienoa nähdä sen tapahtuvan, mutta siihen ei kuitenkaan voi aina luottaa. Tämä on otettava tietoisesti huomioon tiimityöskentelyssä.



24-vuotiaalle **Nikolle** DigiReactor-ohjelman osallistujien ja mentoreiden yhteisö oli ensimmäinen tiimi, jolle hän kertoi opiskelijoiden yksinäisyyttä vähentävästä digituoteideastaan. Tiimissä oli hänen lisäksi kaksi muuta opiskelijaa, kaksi jo pidempään työelämässä ollutta henkilöä ja yksi vastavalmistunut. He eivät tunteneet toisiaan ohjelman alussa. Osallistujien digituoteideat olivat keskenään hyvin erilaisia.

Tiimin ensimmäinen tapaaminen vähän jännitti Nikoa. Mitä yhteistä voisi olla hänellä ja 50-vuotiaalla, pitkän konsulttiuran tehneellä saksalaismiehellä? Tai hänellä ja kolmatta vuotta sairaanhoitajaksi opiskelevalla nuorella naisella? Olikohan DigiReactor-ohjelmaan lähteminen sittenkään viisasta ajankäyttöä?

Tapaamisten myötä Niko yllättyi siitä, miten paljon muilla tiimiläisillä oli annettavaa. **Moninaisessa** tiimissä usealla oli uniikkeja kokemuksia yksinäisyydestä ja opiskelijaelämästä. Eräs tiimiläinen kehitti naisille suunnattua liikunta- ja hyvinvointipalvelua. Häneltä Niko sai palvelun eettisyyteen liittyvää sparrausta. Saksalaiskonsultilta Niko sai hyödyllisiä neuvoja yrityksen perustamiseen ja markkinointiin. Tiimin kokemattomin, sairaanhoitajaksi opiskeleva Minttu sai toimia ”kokemusasiantuntijana” ja kertoa, millaisissa tilanteissa hän on kaivannut uusia kavereita.



Marian DigiReactor-tiimin alku oli vaikeaa. Yhteisiä kaikille sopivia tapaamisaikoja ei tuntunut löytyvän millään, viesteihin vastaamiseen meni osalta todella kauan ja tuntui kuin osallistujat olisivat tiimissä vastoin omaa tahtoaan. Maria, joka oli odottanut yhdessä tekemiseltä paljon, koki tilanteen turhauttavaksi.

Maria ei jäänyt odottamaan muiden hoitavan tilanteen, vaan otti itse aktiivisen roolin. Hän päätti, että lyhyet virtuaalitapaamiset eivät saa aikaan sellaista sitoutumista ja **yhteisöllisyyttä**, mikä kantaisi läpi arjen kiireiden. Hän pyysi tiimiläistensä puhelinnumerot ja loi yhteisten WhatsApp-ryhmän. Sen kautta viestittely muuttui arkipäiväisemmäksi, mutta oli vieläkin vähän väkinäistä. Maria päätti kutsua tiimiläiset tapaamaan toisiaan kahvin merkeissä. Saatiin järjestettyä yhteinen, kaikille sopiva ilta-aika ja mentiin kahvilaan.

Mukavan illan jälkeen Marian aloitteellisuutta kiiteltiin. Oli hyvä, että joku oli osoittanut johtajuutta, näyttänyt tietä ja tehnyt kaikkia vaivaavalle asialle jotain. Päätettiin, että tästä lähtien jokainen on vuorollaan vastuussa kutsumisesta, mutta Maria pitää huolen, että jokainen hoitaa velvollisuutensa.

Harjoituksia

1. Tutustu DigiReactor-sovelluksen osioon 2.3. Tiimi ja mieti, miten ottaisit huomioon moninaisuuden ja yhteisöllisyyden rakentaessasi omaa tiimiäsi.
2. Mitä ominaisuuksia tai osaamista sinä toisit jonkun toisen tiimiin?
3. Houkuttele väliaikaiseen tiimiisi kaksi jäsentä, jotka tuovat ideaasi uusia näkökulmia.
4. Tutustu Minimum Viable Community (MVC) -kanvaasiin ja täytä siihen oman ideasi kannalta tärkeät elementit.

Minimum Viable Community: Designing the concept and prototype of your Community of Practice

https://collaboration.worldbank.org/content/sites/collaboration-for-development/en/groups/communities4Dev/blogs.entry.html/2021/03/30/minimum_viable_communitydesigningtheconceptan-LStN.html

Taparia, N. 2021. Why Startups Need To Value Diversity More. Forbes.

<https://www.forbes.com/sites/nealtaparia/2021/03/26/why-startups-need-to-value-diversity-more/?sh=3f118bdf7930>

Kaipaatko lisätietoa? Tutustu seuraaviin lähteisiin

- Chamorro-Premuzic, T. 2017. Does Diversity Actually Increase Creativity? Harvard Business Review
<https://hbr.org/2017/06/does-diversity-actually-increase-creativity>
- DigiReactor blogipostaus: Teamwork in the core of digital service & product development
<https://digireactor.fi/?p=1826>
- DigiReactor blogipostaus: Thoughts on creativity and diversity in the DigiReactor coaching set
<https://digireactor.fi/?p=1223>

c. Arvonluonti ja taloudellinen kestävyys

Digituotekehittäjänä tarvitset yrittäjämäistä asennetta. Mitä se tarkoittaa? Yrittäjämäisellä asenteella tarkoitetaan kykyä hyödyntää käsillä olevia rajallisia resursseja luovasti, jotta saat synnytettyä uutta arvoa asiakkaalle ja innovatiivisia ratkaisuja olemassa oleviin ja tulevaisuuden pulmiin. Yrittäjämäiseen asenteeseen liitetään usein myös rohkea, aktiivinen toimijuus ja oppiminen.

Arvonluonti ja kestävyys eivät ole vain asenteita, ne ovat myös opittavissa olevia taitoja. Mitä sinun siis tulisi oppia, jotta pystyisit tuottamaan arvoa asiakkaille kestäväällä tavalla? Yrittäjämäiset taidot voidaan jakaa kolmeen pääryhmään: 1) ideoiden ja mahdollisuuksien luomiseen, tunnistamiseen ja arvioitiin, 2) käytettävissä olevien resurssien tunnistamiseen ja mobilisointiin, ja 3) kykyyn suunnitella käytännön toimia ja toteuttaa ne (EntreComp framework).

Digitaalisen tuotteen kehittämisen tärkeä vaihe on askel ideasta mahdollisuudeksi. Jos uskot, että ideasi luo arvoa myös muille kuin itsellesi, on sinulla ehkä käsillä mahdollisuus. Idean potentiaalia voidaan testata neljän kysymyksen avulla. Arvonluonnin mahdollisuuden testaamisessa on neljä vaihetta. Kysy, onko ideasi (1) ankkuroitu, eli toteutettavissa palveluna tai tuotteena, (2) houkutteleva, eli ovatko asiakkaat valmiita maksamaan siitä, (3) oikeaan aikaan oikeassa paikassa, eli ympäristöön ja sen tarpeisiin sopiva, (4) toteutettavissa, eli resursseihin nähden oikeasuhtainen.

Mieti käsillä olevia resursseja luovasti. Kuka minä olen? Mitä tiedän ja osaan? Ketä tunnen? Näiden pohjalta voit lähteä suunnittelemaan, miten saat innostettua muut mukaan ja yhdessä olette enemmän kuin Sinä yksin. Luota itseesi ja ole sinnikäs. Opettele laskemaan, millainen toiminta ja millä volyyymillä on kannattavaa. Digitaalisille tuotteille on kehitetty omia liiketoimintamalleja. Tutustu niihin DigiReactor-sovelluksessa. Mieti, millaisia palveluja itse käytät? Miten ja mistä niissä maksat? Jos ne ovat käyttäjälle ilmaisia, etsi tietoa, miten ne on rahoitettu.

Et toteuta hankettasi umpiossa vaan osana ihmisyyhteisöä. Edellisen luvun moninaisuuden ja yhteisöllisyyteen liittyvät taidot tulevat myös tässä vaiheessa tarpeeseen. Digituotteen kestävyys rakentuu taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristöllisen arvon yhteisvaikutuksesta, jossa nämä kaikki kestävyiden osa-alueet on otettu huomioon. Kestävyyden näkökulmasta on tärkeää turvata kaikki kolme edellä mainittua kestävyiden pilaria, sillä jos digituotteen taustalla olevan yrityksen tai yhteisön talousasiat eivät ole kunnossa, ei sen avulla voida tuottaa ekologista tai sosiaalista arvoakaan kovin pitkään. Toisaalta myös ekologisia tai sosiaalisia arvoja tuhoava toiminta on riski taloudellisen arvon tuottamiselle.



igitaalisesta tuotteesta tulee olla hyötyä käyttäjälleen, jotta hän on valmis käyttämään aikaa sen parissa ja mahdollisesti myös maksamaan sen käytöstä. Asiakas ei ole saanut yhtään lisäarvoa siitä, että pähkäilet ideaasi. Lähde toimimaan sen parissa. Innosta muita mukaan. Testaa mahdollisuutta esimerkiksi yksinkertaisen prototyypin kanssa, pyydä palautetta, kehitä edelleen, testaa ja tuo markkinoille. On tärkeää lähteä yhdessä tulevien käyttäjien kanssa luomaan juuri heidän tarpeisiinsa sopivaa ratkaisua.



Kevinillä on mullistava idea. Niin mullistava, että siitä on vaikea puhua termeillä ja kielellä, jota muutkin ymmärtäisivät. Hän on käynyt puhumassa ideastaan jo useammalle yliopistossa toimivalle opettajalle, mutta useimmiten hän on saanut ystävällisen, mutta hieman välttelevän vastaanoton. Selvästikään kuulijat eivät olleet ymmärtäneet, mistä ideassa oli kyse.

Mutta ymmärtäisivätkö mahdolliset asiakkaatkaan? DigiReactor-tapaamisten myötä Kevin alkoi miettiä, pitäisikö hänen uskaltautua 'suden suuhun' miettimään ideansa jatkoa yhdessä kohderyhmänsä eli nuorten aikuisten kanssa. Ajatus tuntui hieman pelottavalta. Miten kertoa ideasta niin, että nuoret ymmärtäisivät, jos eivät yliopiston professoritkaan tuntuneet kunnolla ymmärtävän?
Rohkeasti Kevin päätti kuitenkin ottaa haasteen vastaan.

Kevin hankki tilan, jonne hän järjesti yhteiskehittämistyöpajan. Hän kutsui mukaan ideasta kiinnostuneita nuoria idean sparrausta varten. Tilaisuutta varten Kevin oli piirtänyt power point -kalvoille ensimmäisen kuvauksen palvelusta. Se toimi keskustelun pohjana.

Tilaisuuden myötä Kevinille selvisi, että ihan hänen suunnittelemaansa palvelulle ei tuntunut olevan tarvetta. Mutta hieno juttu oli, että keskustelun myötä selvisi muita ideoita lähellä olevia ongelmia, joiden ratkaiseminen olisi nuorille **arvokasta**.

Seuraavan kerran – sillä seuraava kerta on jo suunnitteilla – Kevin aikoo käyttää testatakseen, olisiko nyt syntyneistä ideoista **liiketoimintamahdollisuuksiksi**.



Tom on toiminut jo muutaman vuoden ajan vapaaehtoisena kaverina yksinhuoltajaäitien lapsille. Vapaaehtoistyö lasten ja nuorten parissa on hänestä antoisaa. Pikkuhiljaa hän on alkanut miettiä, voisiko miehen mallia vaille oleville lapsille tarjota apua myös jonkinlaisen sovelluksen avulla. Sen kautta pystyisi luomaan sosiaalista **arvoa** laajemmalle kuin vain yksittäisille lapsille.

Palvelun tulisi olla kuitenkin myös **taloudellisesti kestävällä** pohjalla. Tom ymmärtää, että pelkkiin yksittäisiin lahjoituksiin tai avustuksiin perustuva liiketoimintamalli ei palvele sovelluksen jatkuvaa kehittämistä ja ylläpitoa. **Sosiaalisen**

vaikuttavuuden lisäksi hänen täytyy miettiä taloudellinen kestävyys ja liiketoimintamalli niin, ettei se ole ristiriidassa sosiaalisten tavoitteidensa kanssa. Tähän Tomilla ei ole omaa osaamista. **Rohkeasti** kyselemällä Tom löytää alueen korkeakoulusta muutaman henkilön, joilla on osaamista sosiaalisen liiketoiminnan kehittämisestä. Heidän avullaan päästään ensimmäinen askel eteenpäin.

1. Konkreettisia vinkkejä arvonluontiin ja taloudellisen kestävyuden varmistamiseen löydät mm. DigiReactor-sovelluksen osioista 1.4 Liiketoimintamalli ja 3.1 Asiakassegmentointi. Käy tutustumassa niihin.
2. Tutustu Harvard Business Schoolin Customer Interview Techniques artikkeliin (alla). Suunnittele ensimmäinen haastattelusi. Kontaktoi muutamaa potentiaalista asiakasta ja haastattele heitä suunnitelmasi mukaan. Mitä opit?
<https://startupguide.hbs.edu/product/customer-problem-fit/customer-interviewing-techniques-that-uncover-your-users-unmet-needs/>
3. Etkö tiedä, mistä aloittaa? Miten luoda liiketoimintamahdollisuuksia ja hyödyntää käsillä olevia resursseja? Seuraava harjoitus auttaa tunnistamaan omat ja yhteisösi resurssit. Tutustu aluksi päätöksentekomalliin, jota kutsutaan efektuaatioksi sekä sen viiteen periaatteeseen. Täytä sen jälkeen oma efektuaatio-kanvaasi, jossa sovellat periaatteita omaan tilanteeseesi. Kanvaasin pääset lataamaan alemmasta linkistä.
 - Efektuaation viisi periaatetta: *<https://effectuation.org/the-five-principles-of-effectuation>*
 - Efektuaatio-kanvaasi: *<https://effectuation.org/the-effectuation-toolkit>*

Kaipaatko lisätietoa? Tutustu seuraaviin lähteisiin

- Reed, J. 2022. 5 Key Attitudes for Entrepreneurial Success
<https://www.delawareinc.com/blog/five-key-attitudes-for-entrepreneurial-success/>
- Saras Sarasvathy Explains the Entrepreneurial Method. Big Think video on Youtube:
https://youtu.be/Ruvb_kGAMYw
- CoSIE Blog. *<https://cosie.turkuamk.fi/arkisto/index.html>*
- CoSIE. The Ethical Compass *<https://youtu.be/yqkOF7PZHGI>*
- DigiReactor blogipostaus: Why to choose agile prototyping to support testing in your digital product development
<https://digireactor.fi/?p=1926>
- DigiReactor blogipostaus: Failing fast or persistently sticking with your idea?
<https://digireactor.fi/?p=1901>
- DigiReactor blogipostaus: How to choose right business model?
<https://digireactor.fi/?p=1230>

d. Yhteiskehittäminen ja dialogisuus

Yhteiskehittäminen on nimensä mukaisesti tuoteidean tai sen ympärillä olevan liiketoiminnan kehittämistä yhdessä. Kenen kanssa yhdessä? Tärkeimpänä mukaan otettavana ovat potentiaaliset asiakkaat – henkilöt, joille kehität digituotettasi. Yhteiskehittäminen osallistaa potentiaaliset käyttäjät tuotekehitykseen syvemmin kuin haastattelut, kyselyt ja muut systemaattiset tavat hankkia tietoa heistä, heidän tarpeistaan ja mieltymyksistään. Dialogisen, tasa-arvoisen kommunikaation tavoitteena on tuoda oleellisten tahojen ”ääni kuuluviin”. Yhteiskehittämisessä ja dialogisessa keskustelussa pääset hyödyntämään empatiakykyäsi.



Voit **yhteiskehittää** esimerkiksi palvelusi synnyttämää arvoa, teknistä ratkaisua, liiketoimintamallia, strategiaa tai yrityksesi toimintatapoja. Erilaiset sosiaalisen median alustat ovat näppäriä paikkoja tavoitteelliselle yhteiskehittämiselle. Toisaalta voit järjestää myös fyysisiä työpajoja tai hackathon-tapahtumia.

Yhteiskehittäminen on yksinkertaisesti ihmisten välistä tavoitteellista yhteistyötä, jota voidaan edistää ja tukea monella tavalla. Prosessissa tulee muistaa ainakin seuraavat viisi periaatetta: (1) osallista kaikki tasavertaisesti, (2) tunnista osallistujien erilaiset tavoitteet, (3) etene tekemisen kautta, (4) kiinnitä huomiota yhteiskehittämisen ympäristöön ja prosessin ohjaukseen ja (5) käsittele avoimesti prosessin synnyttämät tunnereaktiot (agilemobile.fi).



Keitä sinun kannattaa kutsua mukaan? Potentiaalisten asiakkaiden lisäksi yhteiskehittämisen osapuolia voivat olla mitkä tahansa kehittävään asiaan sidoksissa olevat ryhmät, kuten esimerkiksi teknologian toimittajat, yrityksen omistajat, liikekumppanit ja henkilöstö. Mieti millaisilla ryhmillä on tärkeää ymmärrystä ja osaamista ratkaistavasta ongelmasta, kohderyhmän tarpeista ja ratkaisumahdollisuuksista.

Dialogilla tarkoitetaan tasa-arvoista ja vastavuoroista keskustelua, jossa keskustelun kohdetta avataan, toisen mielipidettä kunnioitetaan ja ollaan valmiita myös kyseenalaistamaan omat mielipiteet ja lähtökohdat. Tässä mielessä dialogi on divergoiva – auki repivä – keskustelumuoto, kun taas tavanomainen keskustelu on konvergoiva, yhden mielipiteen ”voittoon” tähtäävä. Kuitenkin myös dialogin käytön taustalla on ajatus, että lopulta osapuolet päätyvät sellaiseen ratkaisuun, joka on kunkin osallistujan hyväksyttävissä. Tämä voi olla joko kompromissi tai parhaimmillaan kokonaan aikaisemmista näkökulmista poikkeava ratkaisu. Dialogiseen menetelmään sisältyy vaatimus sitoutumisesta ratkaisun etsintään ja halusta oppia toisilta dialogiin osallistujilta. Dialogisen yhteiskehittämisen keskiössä on jatkuva oppiminen keskustelun edetessä.



Sialoginen keskustelu on nöyrää, empaattista ja uutta luovaa. Se perustuu tietoisuudelle oman näkökulman rajoista sekä haluun ymmärtää ja ottaa huomioon muiden näkökulmia. Keskustelun lopputuloksena jotain muuttuu, opitaan.

ialoginen keskustelu on nöyrää, empaattista ja uutta luovaa. Se perustuu tietoisuudelle oman näkökulman rajoista sekä haluun ymmärtää ja ottaa huomioon muiden näkökulmia. Keskustelun lopputuloksena jotain muuttuu,

Dialoginen menetelmä edellyttää, että kaikki dialogiin osallistuvat sallivat toiselle oikeuden osallistua myös kehittämistoiminnan perustelujen määrittelyyn. Aidon dialogin saavuttaminen on vaikeaa, mutta tavoittelemisen arvoista. Dialogisen keskustelun ydinarvoja ovat tasa-arvo ja toisten kunnioitus. Tällaisen kehittämisotteen tavoittelu on arvo sinänsä.



Tänään DigiReactor-työpajan aiheena on sidosryhmien osallistaminen. Osallistujia on pyydetty miettimään oman digituotteensa sidosryhmiä. Alin ideana on kehittää sovellus, jolla pienet leipomot ja elintarvikekaupat saavat hävikkiruokansa asiakkaiden tietoon. Ali asettelee palvelunsa sidosryhmiä Miro-taululle. Aikaa tehtävään on annettu vartti. Miten tämä nyt voikaan olla näin vaikeaa? Mieleen ei tule kuin hävikkiruuan myyjät ja mahdolliset ostajat. Ne hän lisää taululle, mutta sitten lyö tyhjää.



Marin vetämänä käydään keskustelu, jossa jokainen tiimiläinen hyödyntää omaa osaamistaan auttaakseen Alia täydentämään tauluaan. Yksi keksii sovelluksen teknisessä kehittämisessä auttavat opiskelijatoverit, toinen rahoittajat. Kolmas kysyy, miten hävikkiruoka saadaan tilaajille. Ali oli alustavasti ajatellut, että asiakkaat käyvät hakemassa ruuan myymälästä. Aletaan miettiä, voisiko lisäpalveluna tarjota kotiinkuljetusta.

Yhdessä miettimällä, toinen toisensa tiedon päälle rakentamalla, saadaan täydennettyä Alin sidosryhmätaulukko. Mikä vielä tärkeämpää, samalla **kehitetiin** itse palveluideaa muutaman askelen eteenpäin – **yhdessä** ja **dialogisesti** keskustellen.

Harjoituksia

1. Tutustu DigiReactor-sovelluksen osioihin 1.2 Tutkimus, 2.1 Suunnittelu, 2.2. Sidosryhmät ja 3.4 Brändäys. Mieti, millaisissa vaiheissa dialoginen yhteiskehittäminen hyödyttäisi Sinua.
2. Kirjaa ylös, keitä Sinun kannattaisi kutsua mukaan kehittämään digituotetta kanssasi? Entä keitä kutsuisit mukaan suunnittelemaan tuotteen markkinoille tuomista?
3. Tutustu dialogisen keskustelun menetelmään, Erätaukoon / Timeoutdialogue (<https://www.timeoutdialogue.fi/>). Kerää viisi ystävääsi ja käykää dialoginen keskustelu teitä yhteisesti kiinnostavasta aiheesta Erätauko-menettelmän ohjeistuksen mukaan. Kirjaa sen jälkeen ylös, miltä tuntui ja miten keskustelu erosi normaalista keskustelutuokiosta teidän välillänne. Mitä hyötyä tämän kaltaisesta keskustelusta olisi digituotekehityksessä?

Kaipaatko lisätietoa? Tutustu seuraaviin lähteisiin

- Malik, O. 2016. The Art of Science of Co-creation. TEDxJMU video on YouTube <https://youtu.be/DXpA-nSA9Fk>
- Livescault, J. 2023. Braineet blog post. What is Co-Creation and Why is it so Valuable? <https://www.braineet.com/blog/co-creation>
- DigiReactor blogipostaus: Always have the customer in mind <https://digireactor.fi/?p=1917>



OSA 2: Me, digitaalisen kehittämisen yhteisö

Miten saada DigiReactor for Buddies sans frontiers toteutumaan? DigiReactor-toiminnan opas alueellisille kehittäjäorganisaatioille, startup-yhteisöille, kaupungeille, yliopistoille sekä muille alueellisille toimijoille

4. DigiReactor-malli

DigiReactor on sekä yksilöille että yhteisöille yhteistyötä ja vuorovaikutusta korostava toimintamalli, jossa matkan varrella tutustutaan digituotekehittämisen perusteisiin ja työkaluihin sekä työstetään ideaa kohti konkretiaa yhdessä luotettavien kumppanien kanssa. DigiReactor tarjoaa tukea kaikille heille, joilla on tarve omaksua tietoja ja taitoja digitaalisen palvelunsa edistämiseen omalla digituotekehittämisen polullaan.

Meillä oli mahdollisuus toteuttaa DigiReactor-mallin mukaiset valmennussarjat käytännössä ja haluamme jakaa meidän tarinamme, jotta voit tutustua yhteiseen matkaamme aloittelevien digituotekehittäjien kanssa. Tässä luvussa kuvataan, mitä me teimme DigiReactor-hankkeessa ja miksi.

Miten me sen teimme? Elementit, vaiheet ja tulokset

DigiReactor-mallin lähtökohtana on mahdollistaa osallistujille digikehittämisen aloitus vaiheittain, tavoitteellisesti ja pienin konkreettisin askelin. Malli tarjoaa keinoja löytää uusia osajia yhteistoiminnalliseen ja verkostomaiseen toiminnan kehittämiseen.

Konkreettisten toimien tasolla DigiReactorin menetelmä koostui kahdesta valmennussarjasta, joihin oli mahdollista osallistua joko molempiin tai vain toiseen oman kiinnostuksen ja aikaisemman tietämyksen mukaan. Valmennussarjat alkoivat kaikille avoimilla valmennustapahtumilla, joiden osallistujista osa jatkoi kehittämistyöpajoihin.

Yhteistilaisuuksien sarja **"Digitaalinen tuotekehitys"** koostui kuudesta digiosaajille suunnatusta valmennustapahtumasta. Valmennustapahtumia seurasi kuuden kehittämistyöpajan sarja, joissa valitut digituotekehittäjät pääsivät jatkokehittämään ideoitaan henkilökohtaisten mentoreiden ohjauksessa. Työpajasarja **"Ideasta digitaaliseen palveluun ja tuotteeseen"** edellytti osallistujalta digitaalista tuote- tai palveluideaa, jota osallistuja työsti osana kehityspolkua. Molemmat valmennussarjat olivat osallistujille maksuttomia.



DigiReaktorin tavoitteet ja toimenpiteet

DigiReaktorin tavoitteena oli tuottaa digituotteiden kehittämiseen käytännönläheinen, yksilöllinen ja yhteistoiminnallinen menetelmä, jota mikro- ja pk-yritykset voivat hyödyntää osana digitaalista transformaatiotaan. Digimurros ei muuta vain prosesseja ja teknologioita, vaan kulttuuriset muutokset ovat myös keskeisiä. Toimintatapojen ja työkulttuurien muutos on siksi huomioitu DigiReaktorin koulutussisällöissä teknologioiden lisäksi.

Digituotteiden kehittämistä ja palvelumuotoilua on toteutettu ja koulutettu jo vuosia. Puutteena monissa aiemmissa koulutuksissa on ollut (a) osallistujien käytettävissä olevan ajan vähyden, (b) osallistujien osaamistarpeiden erojen ja (c) vieraskielisten tarpeiden liian vähäinen huomioiminen.

DigiReaktor-hankkeen toimenpiteet:

1

Vahvisti 100 varsinaissuomalaisen osaamista osana digitaalisten tuotteiden ja palveluiden kehittämistä.

2

Kehitti käytännönläheisen digituotekehityksen alustan ja verkoston, jotka ottavat huomioon yksilöiden taustan ja tarpeet osana prosessia.

3

Kuvasi menetelmän digitaaliseen oppaaseen, jonka avulla levitetään digituoteistusosaamista laajempaan käyttöön.

4

Tuki mikro- ja pk-yritysten kasvavaa ja nopeutuvaa digituotekehityksen osaamistarvetta osana isompaa digitransformaatiota.

Digitaalinen tuotekehitys – avoimet yhteistilaisuudet aiheesta kiinnostuneille

DigiReactor järjesti kaksi kuuden yhteistilaisuuden sarjaa. Avoimien, englanninkielisten tapahtumien kohderyhmänä olivat digituotekehittäjät, yrittäjät, jotka haluavat digitalisoida yritystoimintaansa tai tehdä tuotekehitystä, yrittäjyydestä kiinnostuneet, opiskelijat sekä maahanmuuttajat ja kansainväliset osaajat. Tilaisuuksien tavoite oli innostaa, tukea ja antaa käytännön vinkkejä ja työkaluja digituotekehittämisen tueksi.

Valitut teemat olivat:

1. Käyttäjystävällisten digituotteiden suunnittelu, palvelumuotoilu ja saavutettavuus
2. Digipalvelut liiketoiminnan tueksi, ansaintamallit
3. Digituotteiden markkinointi ja myynti
4. Digitaalinen löydettävyys: hakukoneoptimointi
5. Digituotekehityksen talouden suunnittelu ja rahoitus
6. Esimerkkejä digimuutoksesta

Valmennuskerrat järjestettiin viikon välein, torstaiamuisin. Kunkin tilaisuuden kesto oli noin 3 tuntia.

Kussakin valmennustapahtumassa kuultiin kaksi asiantuntijapuheenvuoroa. Valmennustapahtumien luonne edellyttää niissä esiintyviltä puhujilta riittävää IT-alan osaamista, toimialatuntemusta, liiketoimintaosaamista, kohderyhmien tuntemista, kokemusta esiintymisestä sekä sujuvaa englannin kielen hallintaa. Hankkeen horisontaalisten periaatteiden ja tavoitteiden mukaisesti kv-taustaisten kuulijoiden osallistumisen varmistamiseksi pyrittiin painottamaan kv-taustaisia puhujia.

Tärkeä tavoite yleisötapahtumien sarjalle oli houkutellessa osallistujia sitä seuraavaan työpajasarjaan. Tilaisuuksien luonne ja ilmapiiri pyrittiin pitämään hyvin avoimena ja luottamukseen perustuvana. Osallistujia rohkaistiin jakamaan ideoitaan ja ajatuksiaan tilaisuuksiin osallistuneiden DigiReactorin mentoreiden sekä asiantuntijoiden kanssa. Lisäksi osallistujia rohkaistiin verkostoitumaan muiden osallistujien kanssa. Erityisesti yrittäjiksi aikovien ja start-upien kohdalla hyvän, monialaisen tiimin merkitystä ei voi painottaa tarpeeksi.

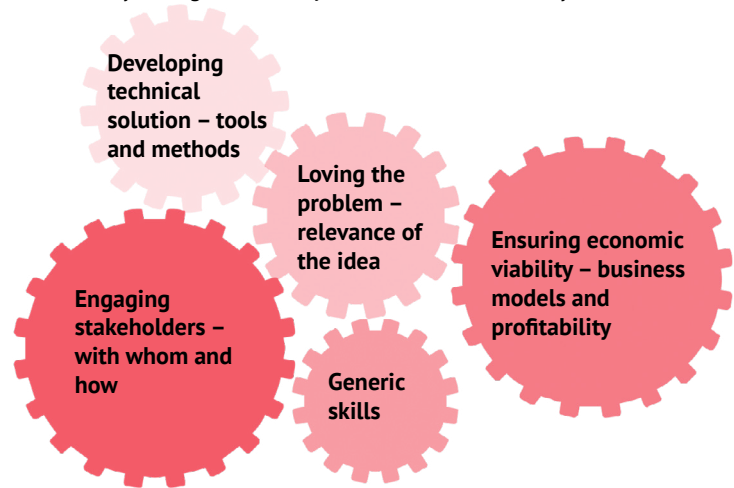
Oma lähtötaso – omat käsitykset osaamisesta

Yksilöllisten valmennusten lähtökohtana oli, että osallistujilla oli idea digitaalisesta tuotteesta, joita he lähtisivät jalostamaan ja kehittämään edelleen. Aiempaa kokemusta tai osaamista digitaalisesta tuotekehityksestä ei vaadittu.

Ennen yksilöllisten valmennusten aloitusta henkilöt kävivät alkuhaastattelussa, jossa keskusteltiin tarkemmin kehittämisideasta ja henkilöiden omasta lähtötasosta. Keskustelulla pyrittiin myös varmistamaan valmennuksen sopivuus ja ajankohtaisuus osallistujalle sekä synnyttämään luottamusta.

Osallistujat täyttivät lisäksi osaamisen itsearvioinnin verkossa, mikä herätteli heitä arvioimaan omaa osaamistaan ja tulevia oppimistarpeita. Itsearvioinnin tavoitteena oli myös havainnollistaa osallistujille digituotekehitykseen tarvittavien taitojen moninaisuus.

Kyselyn teemoja olivat (Pöppelbuss ym. 2022):



Teemat toistuivat myös valmennuksen aiheissa.

Lopussa osallistujat arvioivat, miten nämä samat taidot olivat kehittyneet työpajojen, tiimityöskentelyn ja oman idean kehittämisen myötä

Tiimeissä työskentely

Työpajojen järjestämisessä otettiin huomioon paikan päälle tulijoiden lisäksi etäosallistuminen. Henkilöt jaettiin lähitiimiin ja etäryhmäläiset saivat valita vapaasti, osallistuivatko työpajoihin etänä vai koulutustilassa. Ryhmän erilliset tapaamiset olivat kaikki etänä. Mentorit jaettiin tasaisesti molempiin tiimeihin tukemaan keskustelujen ja tehtävien edistymistä.

Joka työpajassa käsiteltiin omaa aihealuetta. Työpajojen aiheet olivat:



- Tavoitteiden asettaminen ja ongelman kontekstualisointi
- Tiedon keruu ja sidosryhmät
- Tekniset ratkaisut
- Taloudellinen kannattavuus
- Oman idean esittely (pitching) ulkopuolisille asiantuntijoille ja tulevaisuuden suunnitelmien esittely.

Työpajoissa oli asiantuntija-alustuksia sekä tiimeissä toteutettavia keskustelutehtäviä. Osallistujille annettiin myös ennakkotehtäviä ennen työpajoja. Työpajoissa osallistujat pääsivät esittämään tehtäviensä vastauksia ja ajatuksiaan sekä keskustelemaan tiimin kesken oman idean kehittämiseen liittyvistä asioista.

Yksilö- ja tiimimentorointi

Yksilömentorointi

Osallistujilla oli aina mahdollisuus varata aika haluamaltaan mentorilta. Tämä mahdollisti sen, että osallistuja sai halutessaan valita mentorin tämän asiantuntijuuden perusteella (yrittäjäyys, rahoitus, tekniikka, ihmistieteet).



Tiimimentorointi

Tiimien kanssa järjestettiin säännöllisesti etätapaamisia. Osallistujille ehdotettiin kolmea tai neljää mentoreille sopivaa aikaa, joista valittiin tiimille parhaiten sopiva. Tapaamisissa käytiin läpi kehittämistyöhön liittyviä ajankohtaisia asioita, kuten kehittämistyön etenemistä ja annettuja tehtäviä. Usein tärkeintä oli vain keskustella kunkin omasta aiheesta ja sen tilasta tiimin kesken.

Tekemällä oppiminen (oma idea ja kehittämistehtävät)

Työpajoissa pyrittiin avoimeen ja aktiiviseen tiedonjakoon ja kannustettiin osallistujia siihen, että omaa ideaa ei pyöritellä yksin omassa mielessä, vaan tuodaan alusta asti muita näkemyksiä ja ideoita mukaan prosessiin. Tämän vuoksi annetut tehtävät oli suunniteltu tukemaan oman idean tuulettamista ulkomaailmassa. Tehtävät eivät itsessään ole se tärkein asia, vaan se että osallistuja on ja pysyy mukana.

Digituoteidean kehittäminen ei ole yksinkertainen prosessi tai menetelmä, joten kaikki pohdiskelu oman idean ympärillä edisti asiaa ja piti sen elossa. Tehtävät auttoivat kohdistamaan tekemisen johonkin selvään osa-alueeseen, mutta jos se ei sujunut sillä kertaa, niin se ei ollut ongelma.

Lähes yhtä tärkeää kuin oman idean työstäminen oli muiden osallistujien ideoiden, oivallusten ja pulmien kuuleminen. Kaikki painivat samanlaisten ongelmien kanssa, tämän näkeminen ja kuuleminen auttoi monia jatkamaan.



Toteutetut työpajat

Ensimmäisen työpajan aiheena oli oman digitaalisen *tuoteidean muotoilu* hyödyntämällä ohjenuoraa “love the problem, not the solution”. Työpajan jälkeisessä kehittämistehtävässä osallistujat pohtivat niitä ongelmia, joita heidän tuotteensa/palvelunsa tulisi ratkaisemaan. Tehtävänä oli määrittää kohderyhmä, arvioida valitun ongelman tärkeyttä ja tutkia, onko ongelmaan jo tarjolla ratkaisuja.

Toisen työpajan teema oli *transformaatio* ja tämän jälkeisessä kehittämistehtävässä osallistujien piti laatia annettujen esimerkkien mukaisesti omalle tuoteidealleen 1-5 transformaatiota. Tehtävässä myös kannustettiin pohtimaan, millaisin menetelmin olisi mahdollista kerätä lisää tietoa tuote- tai palveluidean kehittämisen tueksi.

Kolmannen työpajan teemana olivat *sidosryhmät*. Kehittämistehtävänä osallistujien piti nimetä erilaisia sidosryhmiä, tehdä suunnitelma kuinka sitouttaa ja olla yhteydessä näihin sidosryhmiin sekä pohtia yhteydenottojen ajoitusta. Osallistujia kannustettiin myös olemaan yhteydessä vähintään kahden sidosryhmän edustajaan ja esittelemään omaa ideaansa heille.

Neljännän työpajan aiheena oli *tekninen toteutus*. Kehittämistehtävässä osallistujia haastettiin pohtimaan, millainen heidän ideansa tekninen toteutus voisi olla ja listaamaan valitun vaihtoehdon plussia ja miinuksia. Lisäksi osallistujia kannustettiin pohtimaan tiedon keruuta: millaista tietoa he voivat tai haluavat kerätä digitaalisesta tuotteestaan ja mitä sillä tiedolla voisi tehdä.

Viidennen työpajan teemana oli *taloudellinen kannattavuus* ja kehittämistehtävässä osallistujien piti pohtia taloudellista näkökulmaa vastaamalla apukysymyksiin:

- Kuinka paljon tuloa haluaisit saada digituotteellasi?
- Onko tuotteellasi sinulle jotain muuta kuin rahallista arvoa?
- Kuinka paljon maksaa kehittää tuote?
- Kuinka paljon maksaa tuotteen ylläpito?
- Kuinka paljon maksaa tuotteen markkinointi?
- Onko sinulla mahdollisuutta sijoittaa rahaa tuotteeseen riskillä?
- Onko sinulla aikaa ja rahaa odottaa, kunnes tuote alkaa tuottamaan?

Viidennen työpajan jälkeen osallistujia ohjeistettiin lisäksi valmistautumaan tuotteen kolmen minuutin pitchaukseen viimeiselle kerralle.



Oman oppimisen reflektointi

Loppukeskustelut olivat vapaamuotoinen keskustelu, jossa osallistujaa rohkaistiin kertomaan tuntemuksiaan avoimesti. Keskusteluja tehtiin sekä etänä että lähitapaamisina. Keskustelujen teemoja olivat:

- Työpajat: Mitä työpajoissa oli hyvää? Miten niitä voisi kehittää?

-Oppimiseni: Mitä opin? Mitä en oppinut, vaikka halusin?

-Käytännön toteutus: Mikä meni hyvin? Mikä ei?

-Tiimityöskentely: Mistä pidit siinä? Mikä ei toiminut? Muita huomioita?

-Muita mahdollisia kommentteja?

-Miten aiot jatkaa ideasi kanssa? Tarvitsetko apua?

DigiReactor-mallin itsearviointi – kehittämiskohteet

Kun tapahtumien ja työpajojen sisältö on saatu toteuttajien näköiseksi, ajankohtaan ja tilanteeseen sopivaksi sekä laadukkaaksi ja puhuttelevaksi, on tärkeää, että tavoitetaan oikea kohderyhmä. Viestinnässä on syytä huomioida se, että markkinointiviesti puhuttelee oikeaa kohderyhmää, sisältää helpon kanavan ottaa yhteyttä ja saada lisätietoja. Lisäksi on tärkeää kartoittaa erilaiset toimijat, jotka tavoittavat kohderyhmään kuuluvia ja ottaa ne mukaan viestintään aikaisessa vaiheessa.

Selkeät pelisäännöt ovat myös tärkeitä. Esimerkiksi aamupalatilaisuuksissa ensimmäisellä kierroksella saimme kuulla jälkikäteen, että osa oli luullut, että kaikkiin tilaisuuksiin pitää osallistua ja ettei mukaan voisi enää tulla, jos ei ollut alusta saakka. Nämä väärinkäsitykset syntyivät, vaikka teimme parhaamme tiedotuksessa. **Siksi: olkaa tarkkana, testatkaa ja varmistakaa viestintä- ja tiedotustoimien vaikuttavuus.**

Kun järjestetään tilaisuuksia, on myös tärkeää ymmärtää ne syyt, joiden vuoksi ihmiset osallistuvat tapahtumiin. Pelkkä hyvä puhuja tai mielenkiintoinen sisältö ei aina riitä vaan osallistujien pitää saada osallistumisesta jotain muutakin, kuten mahdollisuus interaktiiviseen osallistumiseen tai verkostoitumismahdollisuus tapahtuman yhteydessä.

Tässä jalkautuminen ja **toteuttajien, siis henkilöiden, näkyvyys sekä viestinnässä että kentällä on tärkeä osa luottamuksen ja keskusteluyhteyden rakentamista.** Tämä on syytä aloittaa ajoissa, ellei toteuttajilla ole jo hyvä ote kohderyhmään ja arjen toimintaan omalla alueellaan.



Yksilölliseen kyvykkyysspolkuun liittyvien alku- ja loppukyselyjen tulosten vertailu ei onnistunut monien osallistujien osalta. Alkukyselyn täyttivät useimmat, mutta loppukyselyyn vastasi vain muutama osallistuja. Syitä saattaa olla aikapula, väsymys, loppukyselyn hyötyä ei nähty, työpajat päättyivät ja omat tulokset oli saatu. Miksi osallistuja olisi siis jatkanut itseohdiskelua.

Tämän korjaamiseksi YKP- ja Born digital -ajatuksia pitää hyödyntää siten, että työpajat ja DigiReactor-toiminta **ei pääty ennen kuin osallistujan henkilökohtainen itsearviointi ja keskustelu on tehty.**

Motivaatio tälle voisi olla niiden jatkotoimenpiteiden ja Digital Product Developers in Finland -LinkedIn-verkoston parempi hyödyntäminen. Toki tämä tekee toimintamallista raskaamman, mutta uskomme, että se on sen arvoista.

Muita kehitysideoita on esimerkiksi aamupalatilaisuuksien **videointi**, jolloin "tilaajat" saavat videot katsottavaksi. Tämä aktivoisi myös em. LinkedIn-ryhmää ja kasvattaisi yhteisön kriittistä massaa orgaanisesti.



5. Yhteenveto



Toivomme, että Opas digituotteiden kehittäjille noviisista asiantuntijaan – Manual for Buddies sans frontiers on innostanut Sinua ottamaan uusia askeleita omalla yksilöllisellä kyvykkyyksipolullasi kohti tulevaisuuden Born digital -maailmaa. Jos olet sparraaja, kouluttaja tai kehittäjä, toivomme, että sait oppaasta uusia näkökulmia omaan työhösi.

Uusi, Born digital -ajattelutapa ja digitaalinen tuotekehitys mahdollistavat olemassa olevien yritysten ketterän kehittämisen ja uusien start-up -yritysten syntyä. Kuluttajien ostokäyttäytymisen muutos koronan myötä lisäsi osaltaan kysyntää uusille digitaalisille tuotteille. Eivät vain tuotteet muutu. Digitalisaation myötä muuttuvat myös toimintatavat sekä tuotteiden ja palvelujen käyttöympäristöt. Käynnissä on iso muutos!



Muutos ei pysähdy. Digituotteet elävät ja kehittyvät koko elinkaaren ajan. Muutokset eivät aina ole täysin ennakoitavissa. Siksi kehittäjän pitää olla valppaana ja avoimin mielin: tarvitaan kokeilua, testausta, palautteenkeruuta sekä iteraatioiden ja kehitysprosessin hallintaa. Tätä kutsutaan jatkuvan kehittämisen Plan-Do-Check-Act (PDCA) -sykliksi, joka yhdistettynä jatkuvaan uteliaisuuteen ja oppimiseen pitää palvelusi ja tuotteesi ajan hermolla ja asiakkaiden tarpeita vastaavina.

Oppaamme esitteli Born digital -periaatteet, joita digituotekehityksessä tarvitaan. Rohkeutta, nöyryyttä ja empatiakykyä vaaditaan asiakasymmärryksen luomiseen ja ratkaisujen kehittämiseen. Samoja taitoja tarvitaan niin ikään tärkeiden sidosryhmien kanssa toimimiseen. Lisäksi digituotekehittäjänä tarvitaan yrittäjämäistä asennetta, jolla tarkoitetaan kykyä hyödyntää käsillä olevia rajallisia resursseja mahdollisimman luovasti siten, että saadaan synnytettyä uutta arvoa ja innovatiivisia ratkaisuja olemassa oleviin ja tulevaisuuden pulmiin.

Yhteenvetona voidaan todeta, että digitaalinen tuotekehitys koostuu taidoista, tiedoista, omasta polusta ja yhdessä tekemisestä – sekä yrittämisestä ja erehtymisestä. Ennen kaikkea digitaalinen tuotekehitys lähtee rohkeudesta käydä tuote- ja palveluideasta dialogia eri sidosryhmien kanssa, empatiasta ja asiakkaan tarpeiden ymmärryksestä sekä kyvystä vastata näihin tarpeisiin. Niistä oleellimmat on koottu seuraavaan:

Tekniikat, työkalut ja menetelmät

- Polkusi tielle saattaa tulla jotakin, jolle pitäisi tehdä jotain. Tarvittava työkalu ei välttämättä ole heti tuttu tai sen laadukas ja tehokas käyttö arveluttaa. Tarve uusille välineille voi tulla myös polkujen muilta kulkijoilta ja polkujen risteyksistä. Tässäkin auttaa se, että istut alas, vaikka tiimisi kanssamatkaajan kanssa ja ryhdyt ottamaan selvää. Mobiiliappsi auttaa tässäkin, samoin kuin muut DigiReactorin ohjeet ja neuvot digituotekehityksen välineistä, netistä puhumattakaan. Erityisesti muista dynaaminen tiimisi ja sen virtuaalijäsenetkin ja luota heihin. Kysy, keskustele, kokeile, opi, jaa ja tee yhdessä elävän tiimisi kanssa.
- Improvisoi, sovela, hack with every tool necessary. Työkalut, tekniikat ja menetelmät eivät ratkaise ongelmaasi. Jos näin olisi, niin meillä ei olisi yhtään ongelmaa. Työkalujen käytössä pieni improvisointi ja soveltaminen on paikallaan orjallisen ohjeiden noudattamisen yrittämisen sijaan. Tämä rohkaisee sinua kokeilemaan erilaisia työkaluja: jos ne auttavat sinua eteenpäin ideasi parissa, silloin ne toimivat.
- Oppi ei ojaan kaada. Tässä kohtaa voit myös miettiä täydennys-/muuntokoulutusta, avoimen yliopiston kursseja ja muita tutkintoon tai pätevyyyteen johtavaa relevanttia toimialojen, yrittäjyyden tai teknologioiden koulutusta. Tämä lisäkoulutus voi olla yksi tärkeimpiä juttuja sinun polullasi, johti polku sitten oman yrityksen perustamiseen tai ei. Sinä olet toiminut kuten kunnan digireactorilainen ja kulkenut polulla, katse horisontissa.

Toimintatavat ja tekemisen kulttuuri

- Yksin ei voi tehdä digituotekehitystä. Tässä olet aina yhdessä sen elävän, muuttuvan ja kehittyvän Born digital -tiimisi kanssa. Olet yhdessä myös asiakkaidesi kanssa: potentiaaliset, nykyiset, tulevat, "väärät" ja muut ihmiset ... kaikki kohtaamiset ovat arvokkaita polullasi.
- DigiReactor tarjoaa sinulle yhdessä tekemisen kulttuuria LinkedIn-verkoston avulla: [Digital product developers in Finland -ryhmä](#). Digireactorilaisten paikallinen toiminta voi olla lähtökohdiltaan globaalia. Läheltä näkee kauas. Think local, act global. DigiReactor on ihmisenkokoinen, lähellä oleva ja fyysiset tapaamiset vahvistavat luottamusta. Nämä ovat tärkeitä etenkin alussa, jotta Sinä saat polun näkyväksi ja astut tärkeät ensimmäiset askeleet. Meitä kansatallaajia on tässä ihan lähellä ja tapaamme Sinut mielellämme!
- **Yhteydenotto on vain klikkauksen, sähköpostin, LinkedIn-viestin, tekstiviestin päässä. Nähdään. Ole digireactorilainen, ota yhteyttä. Sinulla on asiaa, Sinä olet tärkeä ja me haluamme tavata Sinut!**



Tässä julkaisussa esitetyt kokemukset ja näkemykset on koostettu DigiReactor-hankkeen työpajoista ja tapahtumista nousseista kokemuksista, keskusteluista ja palautteista. Lämmin kiitos kaikille DigiReactorissa mukana olleille ihmisille erinomaisista luottamuksesta, syvistäkin keskusteluista ja yhteisöllisyydestä!



DigiReactor-workshopeista poimittuja



“Kaikki lähti aamuapalatilaisuuksista.”

“Tää (mun idea) voi onnistua!”

“Hienoa että on olemassa, ja että onnistui etänäkin!”

“Olin skeptinen, mutta yllätti että (muillakin) ihmisillä oli oikeasti halu toteuttaa yritysprojekteja.”

“Henkilökohtaisuus iso asia, päästään asian, idean ja ihmisen ytimeen!”

“Työ- ja lapsiperhekokemusten nivominen osaksi yrittäjyyttä ja digituotekehittämistä oli luonnollista. Kaikki tuntui mahdolliselta, vaikka aikaa oli niukasti.”

DigiReactor-workshopeista poimittuja



“Keskustelut oli parasta!”

“Nyt tämä on jäsennellympää, saa tehtyä ja edistettyä.”

“Paras anti: suunnan osoittaja! Muiden esimerkit auttavat tässä myös valtavasti!”

“Opin näkemään palveluni kokonaisvaltaisemmin ja born digital -henkisesti. Se paransi kehityssuunnitelmieni sisältöä!”

“Ongelman rakastamis -mielentilaa pitäisi muistaa laittaa joka väliin.”

“Aikaa on itsellä vähemmän kuin kuvittelin – mutta tykännyt keskusteluista hirveesti kun pääsee juttelemaan muiden kanssa! Oma bisnesidea edennyt!”

Toivottavasti Sinäkin innostuit lähtemään digituotekehittäjäksi ja sait rohkeutta keskustella tavoitteistasi ja ideoistasi muiden kanssa. Ota rohkeasti yhteyttä, ja tutustu myös DigiReactor-sovellukseen, joka tarjoaa tietoa, vinkkejä ja tehtäviä digituotekehittämisen tueksi. Sovellus on ladattavissa maksutta Google Playsta ja Appstoresta.



Astu rohkeasti digituotekehityksen polulle!

DigiReactor

Yhteystiedot:

Marika Säisä, Turun ammattikorkeakoulu, 044 907 2080, Marika.Saisa@turkuamk.fi

Sami Uusitalo, Turku Business Region, 050 434 1811, Sami.Uusitalo@turkubusinessregion.com

Antti Tuomisto, Turun yliopisto, 040 737 1533, Antti.Tuomisto@utu.fi