PALVELUMUOTOILUA PIENYRITTÄJÄLLE



AKY – Akavalaiset yrittäjät ry

22.9.2026

Mira Kivistö / ConTe Oy



Mira Kivistö / ConTe Oy

- KTM, Pol.kand., yrittäjä
- kokenut toiminnan ja henkilöstön kehittäjä
- missiona auttaa organisaatioita hyödyntämään potentiaaliaan haluttujen tulosten saavuttamiseksi
- opiskellut palvelumuotoilua mm. Suomessa ja Italiassa
- hyödyntänyt palvelumuotoilua useiden organisaatioiden toiminnan ja asiakaskokemuksen kehittämisessä

OHJELMA

Palvelumuotoilu pähkinänkuoressa
– Mitä palvelumuotoilu on ja miksi se kannattaa?
– Tärkeimmät työkalut ja menetelmät – sekä miten tekoälyä voi niissä hyödyntää

Käyttäjäpersoona
– Erilaiset käyttäytymistyylit apuna asiakkaan ymmärtämisessä
– Harjoitus: palvelusi tyypillinen käyttäjäpersoona

Palvelupolku, Service Blueprint ja Lean Canvas
– Palvelupolku ja kontaktipisteet
– Harjoitus: oman palvelusi palvelupolku ja sen parannukset

Yhteiskehittäminen
– Miksi ja miten osallistaa asiakkaat ja muut sidosryhmät?
– Millaisen yhteiskehittämistyöpajan voisit toteuttaa?

Miten tästä eteenpäin?
– Käytännön vinkit ja askelmerkit
– Tekoäly palvelumuotoilijan työparina: mihin se sopii, mihin ei

Yhteenveto ja kysymykset



Palvelumuotoilu pähkinänkuoressa

MITÄ PALVELUMUOTOILU ON?



”Poikkitieteellinen” ajattelutapa, prosessi ja työkaluvalikoima



Yhdistää asiakaskokemuksen ja organisaation tavoitteet



”Palvelumuotoilu eli Service Design tarkoittaa **palvelujen innovointia, suunnittelua ja kehittämistä hyödyntäen muotoilussa kehitettyjä menetelmiä**.” (Aalto Pro)



”Palvelumuotoilu on **kokonaisvaltainen ja monialainen kehitysprosessi**, jonka **tavoitteena on luoda asiakkaalle merkityksellinen palvelukokemus**, yhtenäinen palvelupolku ja helppokäyttöiset kontaktipisteet. Palvelumuotoilu **kytkeytyy yrityksen liiketoimintamalliin, tuotteisiin ja palveluihin, tiloihin ja ihmisiin**.” (Muotoilutoimisto Muova)

Millaista palvelumuotoilu on?

- Asiakaslähtöistä
- Käyttäjäkeskeistä
- Käytännönläheistä
- Luovaa
- Intuitiivista
- Systemaattista
- Tutkivaa
- Kokeilevaa
- Yhdessä luotua
- Iteratiivista
- Kokonaisvaltaista
- Monimuotoista
- Visuaalista
- Näkyväksi tehtyä

Miten digiaika ja tekoäly ovat muuttaneet palvelumuotoilua?

Digitaalisten palveluiden määrä on lisääntynyt – ja lisääntyy – entisestään

Perinteisiin palveluihin lisätään digitaalisuutta tai niitä aletaan toteuttaa etänä tai hybridinä

Palvelumuotoilua tehdään etänä ja hybridinä – Miro, Teams, Zoom jne. ovat arkea

Generatiivinen tekoäly (ChatGPT, Claude, Copilot, Gemini) on nyt jokaisen ulottuvilla

Tekoäly nopeuttaa tutkimista, ideointia ja kuvaamista – asiakasymmärrystä se ei korvaa

Miksi palvelumuotoilua kannattaa hyödyntää?

Palveluiden osuus yleisestikin kasvaa jatkuvasti

Aikaisemmin palveluita on tuotettu enemmän tarjoajan näkökulmasta

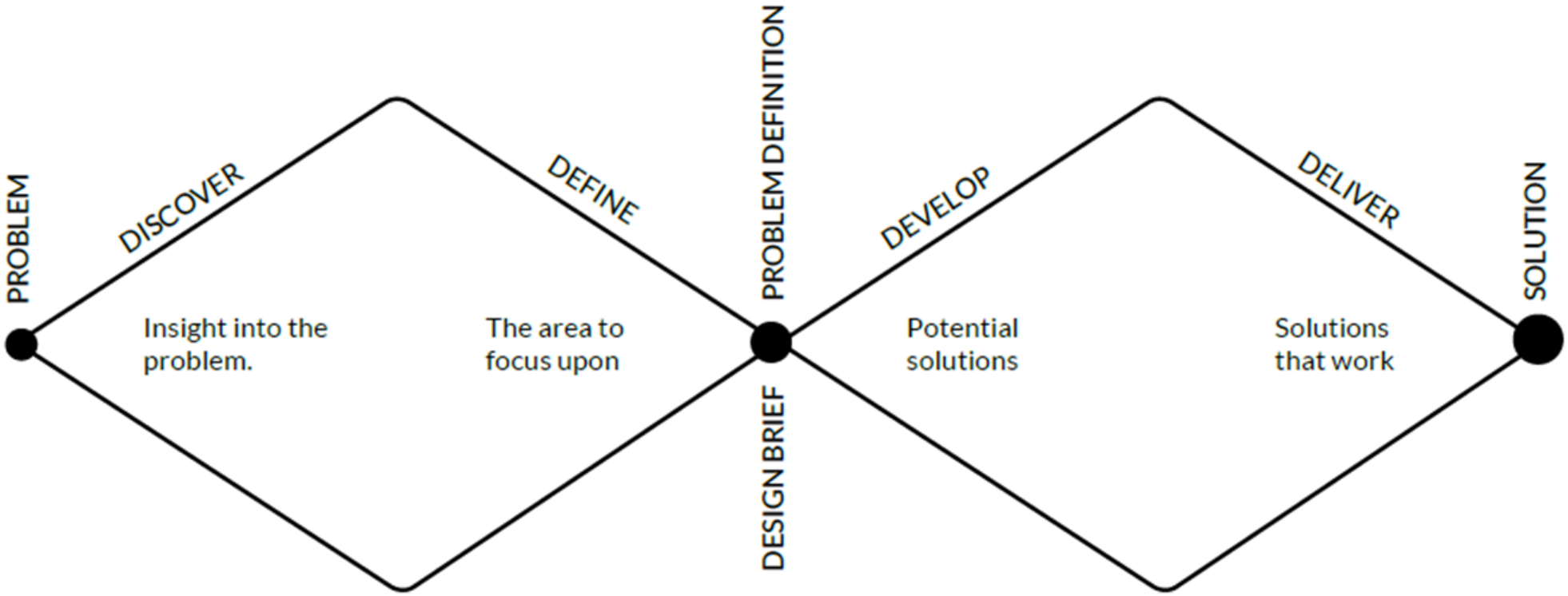
Asiakaskokemus ja asiakastyytyväisyys ovat muodostuneet tärkeiksi kilpailutekijöiksi

Asiakas laitetaan keskiöön ja hänelle tuotetaan arvoa lisäävää palvelua – turha jätetään pois (vrt. Lean)

Palvelumuotoilu yhdistää asiakkaan tarpeet ja kokemuksen palveluntarjoajan tavoitteiden kanssa => **kaikki hyötyvät!**

Palvelumuotoiluprosessi

Double Diamond eli tuplatimantti



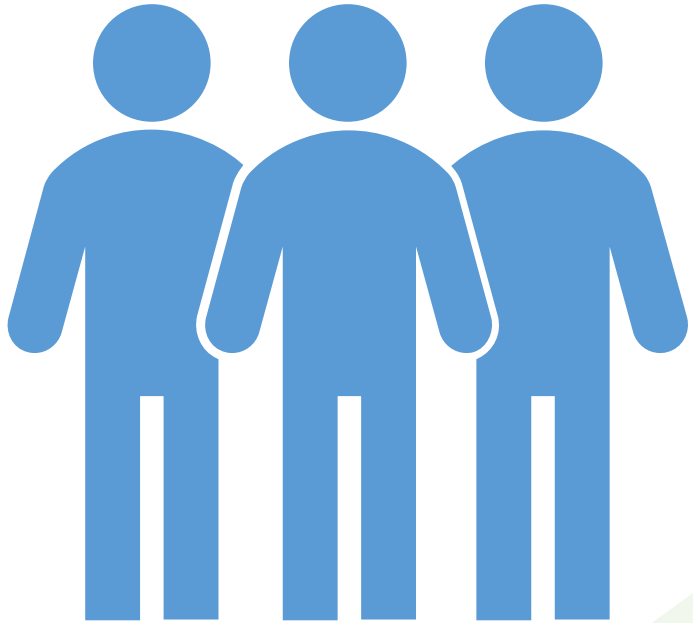
- *UK DESIGN COUNCIL, 2005*

Palvelumuotoilun tärkeimmät työkalut ja menetelmät

Palvelumuotoilun työkalut ja menetelmät ovat käyttäjäkeskeisiä, esim.

- Kyselyt, haastattelut (yksilö/ryhmä)
- Havainnointi (aktiivinen, passiivinen, varjostaminen)
- Muotoiluluotaimet (käyttäjän itsedokumentointi)
- Empatiakartta
- Käyttäjäpersoonat
- Palvelupolku
- Service Blueprint
- Co-creation eli yhteiskehittäminen
- Prototypointi ja käyttäjätestaus

- https://servicedesigntools.org



Voiko näitä tehdä digitaalisesti ja tekoälyn avulla?

Kyllä voi. Tekoäly luonnostelee ja jäsentää, sinä ja asiakkaasi varmistatte.


Tee käyttäjäpersoona

Ymmärrä asiakkaitasi

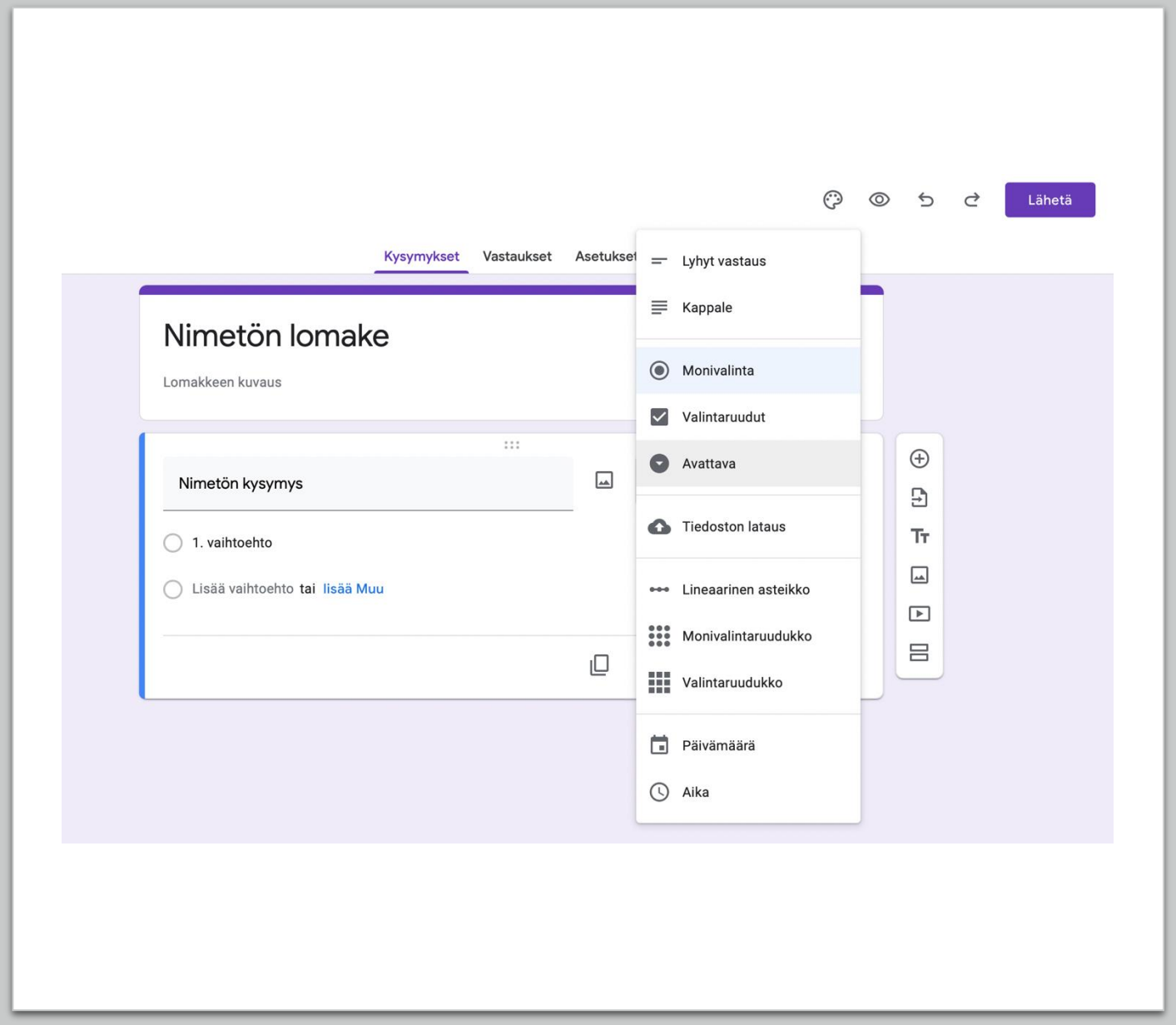
Empatia on keskeisessä roolissa, sillä pyritään ymmärtämään, mitä asiakas

tarvitsee	ajattelee	kokee	tuntee	tekee

Kyselyillä, haastatteluilla, havainnoinnilla ja muotoiluluotaimilla saat apua ja vastauksia näihin asioihin.

Kyselytyökaluja

- Webropol
- **Google Forms**
- Microsoft Forms
- SurveyMonkey, Typeform
- Tekoäly apuna: kyselyn luonnostelu, avointen vastausten tiivistäminen ja teemoittelu (ChatGPT, Claude, Copilot, Lovable)



EMPATIAKARTTA

Ajattelee ja tuntee?

Yritä ajatella kuten hän ajattelee.
Mikä on hänelle tärkeintä?
Mikä saa hänet liikuttumaan?
Minkä takia hän voisi menettää yöunensa?
Mitä unelmia ja haaveita hänellä on?

Kuulee?

Kuvaile ketkä vaikuttavat hänen mielipiteisiinsä.
Mitä vinkkejä tai neuvoja hänen ystävänsä antavat?
Kuka muu vaikuttaa hänen päätöksiinsä?
Mitkä mediat ovat osa hänen arkipäivää?



Näkee?

Kuvaile mitä hän näkee ympärillään.
Miltä hänen ympäristönsä näyttää?
Ketä hän tapaa?
Ketkä ovat hänen ystäviään?
Minkälaisia palveluita hänelle tarjotaan?

Sanoo ja tekee?

Yritä kuvitella miten hän käyttäytyy
ja puhuu julkisella paikalla.
Mikä on hänen asenteensa?
Miten hän suhtautuu muihin?
Onko hänen puheensa ja käytöksensä
ristiriitaista?

Kipupisteet

Mistä syystä hän voisi turhautua?
Mikä estää häntä?
Mitä riskejä hän kaihtaa?

Onnistumiset

Mitä hän haluaa saavuttaa?
Miten hän arvioi onnistumisia?
Millä keinoilla hän voi saavuttaa tavoitteensa?

Lähde: XPLANE

Käyttäjäpersoonat

- Fiktiivisiä hahmoja, joiden profiili sisältää oletettuja piirteitä tietystä potentiaalisesta käyttäjäryhmästä (esim. demograafiset tekijät, tarpeet, kiinnostuksen kohteet)
- Tehdään yleensä useampi erilainen
- Perustuvat potentiaalisten käyttäjien haastatteluihin, havainnointiin jne.
- Niiden avulla varmistetaan, ettei omat preferenssit vaikuta näkemykseen
- Näin myös potentiaalisten käyttäjien erilaisuus tulee huomioiduksi



Neljä perustyyppiä



Lähde: EASI-profiili

Neljä perustyyliä

Innostaja
- Innokas
- Tunteellinen
- Ulospäinsuuntautunut
- Vaikutusvaltainen
- Kokeilunhaluinen
- Spontaani

Tukija
- Herkkä
- Empaattinen
- Lämminhenkinen
- Harmoniahakuinen
- Kärsivällinen
- Yhtenäisyyttä etsivä

Toimeenpanija
- Hallitseva
- Tulosorientoitunut
- Tehokas päätösten tekemisessä
- Käytännöllinen
- Suora
- Kärsimätön

Analysoija
- Harkitseva
- Järjestelmällinen
- Tunnollinen
- Rationaalinen
- Kriittinen
- Muodollinen

Lähde: EASI-profiili

Nimi:

PROFIILIN KUVAUS

TÄRKEINTÄ ASIAKASKOKEMUKSESSA

PROFIILIN PAINOTUKSET

Tekoäly apuna käyttäjäpersoonan luomisessa

Näin etenet

- Kerro tekoälylle palvelusi, kohderyhmäsi ja mitä tiedät asiakkaistasi (anonymisoituna)
- Pyydä 2–3 erilaista persoonaa: tavoitteet, huolet, käyttäytymistyyli, ostopolku
- Pyydä persoonan ääntä: "Miten hän kuvailisi ongelmaansa omin sanoin?"
- Haasta: "Mitä oletuksia teit? Mitä minun pitäisi tarkistaa oikeilta asiakkailta?"
- Vertaa lopputulosta asiakaspalautteeseen, kyselyihin ja haastatteluihin – korjaa

ESIMERKKIKEHOTE

Olen [ala]-asiantuntijayrittäjä. Tarjoan [palvelu] asiakkaille, jotka ovat [kuvaus]. Tässä yhteenveto asiakaspalautteestani: [liitä anonymisoitu tiivistelmä]. Luo kolme erilaista käyttäjäpersoonaa. Kerro jokaisesta: tavoitteet, suurimmat huolet, käyttäytymistyyli (innostaja / tukija / toimeenpanija / analysoija), mistä hän etsii tietoa ja mikä saisi hänet ostamaan. Merkitse lopuksi, mitkä kohdat ovat oletuksia.

Muista

Tekoäly tuottaa keskiarvon ja stereotypian – oikea asiakas yllättää. Persoona on hypoteesi, jonka asiakas vahvistaa.

HARJOITUS

Millainen on palvelusi tyypillinen käyttäjäpersoona?

Tee yksi käyttäjäpersoona

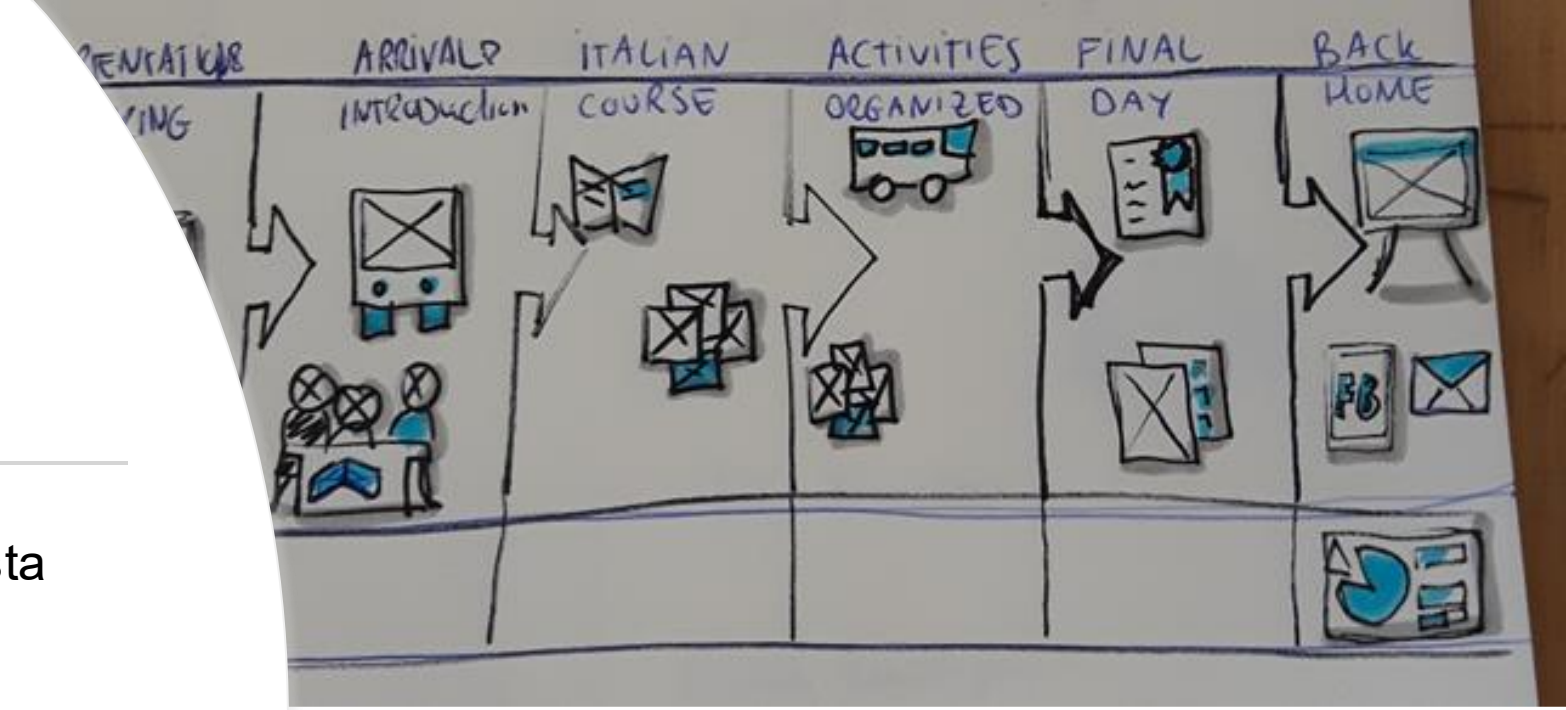
- Palvelu: oman yrityksesi jokin palvelu, jonka haluat luoda tai jota haluat kehittää
- Valitse ko. palvelun (tyypillisen) asiakkaan käyttäytymistyyli:
  - innostuja
  - tukija
  - analysoija
  - toimeenpanija
- Muut “ominaisuudet” ja demografiset tekijät voit miettiä itse, mutta kannattaa hyödyntää näissä esim. asiakastutkimuksianne (jatkossa siis myös vartavasten hankittua tietoa asiakkaista)
- Tee käyttäjäpersoona esim. tyhjälle A4-paperille tai PowerPointilla
- *Jos teet käyttäjäpersoonia digitaalisesti, sopivia alustoja ovat esim. Miro, Canva Whiteboard, Flinga ja Padlet*
- *Voit myös pyytää tekoälyä luonnostelemaan persoonan pohjan (ks. edellinen dia) – muista tarkistaa se oikeaa asiakastietoa vasten*

Tee palvelupolku ja Service Blueprint



Palvelupolku (asiakaspolku)

- Palvelupolku muodostuu suunnitellusta palveluprosessista sekä asiakkaan valinnoista
- Palvelupolun päävaiheet (voidaan jakaa myös pienempiin kokonaisuuksiin)
  - Ennen (mitä tapahtuu ennen palvelun ”kuluttamista”)
  - Aikana (mitä tapahtuu sen aikana)
  - Jälkeen (mitä tapahtuu palvelun ”kuluttamisen” jälkeen)
- **Asiakkaan näkökulma!**





Kontaktipisteet

- Asiakkaan palvelupolku muodostuu yksittäisistä kontaktipisteistä (Touch points), joiden kautta asiakas kokee palvelun
- Kontaktipisteet voivat olla fyysisiä (esim. tilat) tai vuorovaikutusta ihmisten välillä (tai asiakkaan ja laitteen välillä)
- Digitaalisissa palveluissa kontaktipisteet ovat useimmiten asiakkaan ja laitteen tai järjestelmän välillä
- Asiakaskokemus syntyy kontaktipisteissä
- Useampi kontaktipiste muodostaa palvelutuokion

Palvelupolku ja kontaktipisteet

Esimerkki:



Lähde: https://www.appcues.com/blog/amplitude-customer-journey

Esimerkki palvelupolusta

Koulutukseen osallistuminen (hybridi-toteutus)

ENNEN	AIKANA	JÄLKEEN
• Näkee Facebook-fiidissä (maksullisen) mainoksen itselleen kiinnostavasta aiheesta • Klikkaa mainosta ja lukee siitä lisää • Jättää asian vielä ”hautumaan” • Näkee saman koulutuksen mainoksen uudestaan bannerina • Klikkaa banneria ja tilaa ilmaisen oppaan asiasta (antaa s-postiosoitteensa) • Saa sähköpostia koulutuksesta noin viikon välein • Lukee, että koulutukseen on enää muutama paikka vapaana • Ilmoittautuu koulutukseen täyttämällä nettilomakkeen • Ilmoittaa osallistuvansa hybridinä • Saa tervetuloviestin ja ohjeistuksen osallistumisesta	• Osallistuu koulutuksen ensimmäiseen osaan paikan päällä • Ilmoittautumisen yhteydessä toivotetaan tervetulleeksi ja saa koulutusmateriaalin tulostettuna (sen takia meni paikalle) • Koulutus alkaa, kerrotaan käytännön asiat (osa paikalla, osa etänä) • Ryhmätöitä tehdään osa paikalla ja osa etänä; näissä hyödynnetään erilaisia oppimis- ja yhteistyöalustoja (esim. Miro, Howspace) • Tauolla saa välipalaa • Osallistuu toiseen koulutuskertaan etänä • Tauolla nautti Ärrä-koodilla noudetun välipalan	• Koulutuksen jälkeen suorittaa tentin etänä (silmätunniste) • Saa sähköpostissa todistuksen, jonka tulostaa kotona • Laittaa todistuksesta kuvan myös LinkedIniin • Saa paljon onnitteluja • Joku verkostosta kysyy näkemystä koulutuksen hyödyllisyydestä • Suosittelee koulutusta kysyjälle • Saa sähköisen palautekyselyn koulutuksen järjestäjältä • Täyttää kyselyn • Saa kiitokseksi kyselyn täyttämisestä alennuskoodin muihin koulutuksiin • Käy tutkimassa muuta koulutustarjontaa • Ilmoittautuu seuraavaan koulutukseen

Miten syntyy erinomainen asiakaskokemus?

Tee palvelusta helposti löydettävä, toimiva ja käytettävä

Tiedä mitä erilaiset asiakkaasi tarvitsevat ja arvostavat

Anna asiakkaalle mahdollisuus “muokata” palvelusta itselleen sopiva

Älä ”jätä” asiakasta palvelun käyttämisen jälkeen – anna hyvä syy palata

Palvelu

- oikeaan aikaan
- oikeassa paikassa
- oikealla tavalla
- oikean laatuisena

Palvelupolku – harjoitus

Ajattele jotain oman yrityksesi suhteellisen yksinkertaista palvelua

Tee siitä äsken tekemäsi käyttäjäpersoonan mahdollinen palvelupolku

Kuvaa paperille tai esim. Powerpointille kyseisen käyttäjäpersoonan (asiakkaan) palvelupolku

Mitä tapahtuu ennen, aikana ja jälkeen?

Miten hän toimisi? Mitä hän arvostaisi?

Service Blueprint

- Kokonaiskuva palvelun tarjoamisen prosessista
- **Sekä palvelun tuottamisen että vastaanottamisen näkökulmat**
  - Palvelun näkyvät elementit (mainonta, nettisivut, chat, palautelomake jne.)
  - Mitä asiakas tekee?
  - Mitä asiakasrajapinnassa oleva työntekijä tekee (esim. chatia hoitava henkilö)?
  - Mitä ne työntekijät, joita asiakas ei näe tekevät?
  - Mitä tukiprosesseja on asiakkaan palvelupolun eri vaiheissa?

UBER SERVICE BLUE PRINT

	SIGNUP PHASE		RIDE PHASE					POST RIDE PHASE	
EVIDENCE.	Appearance and ease of use of Uber Mobile Application (User)	Facebook pages, emails, Website, internet forums, television commercials	Push notification confirming booking	Push notification recieved for approaching ride	• Appearance of car • Appearance of driver • Appearance and cleanliness of car interiors • Smell of car interior • How old is the car • Push notifcation recieved	• Quality of driving • Does the customer feel relaxed/ safe? • Is the driver being erratic	Push notification recieved for completing ride	Payment amount communicated to passenger through SMS/ email/ Push notification	Rate/ Review request displayed on mobile app
USER ACTIONS.	Download Uber Application	Register as a passenger and connect credit card or paypal/ paytm account	Request for a pickup ⏳	Text/ push notification recieved with driver details and status of the approaching ride	Passenger boards the car and commences the ride	Passenger rides to the entered destination	Passenger reaches final destination and completes the ride	Passenger makes payment for ride ⏳	Passenger rates the driver/ ride in accordance to his/her experience ⏳
FRONT OF STAGE EMPLOYEE INTERACTION/ UBER DRIVER.		⚠ Be accepted as a Uber driver partner after background check	Clean vehicle and services, prepare for ride requests Log on to Uber driver partner mobile app and make oneself visible	Reach the passenger location within the stipulated waiting time	⚠ Greet the passenger and start the ride on the mobile app	Turn radio on/ offer aux cord Make polite conversation with the passenger if required Drive the vehicle safely and make the passenger feel comfortable	⚠ Make sure the passenger reaches safely to the destination End the trip on the mobile app Make polite conversation with the passenger if required	⚠ Collect payment for the ride from the passenger Ensure the passenger collects all his/her belongings from the vehicle Greet the passenger and make polite conversation	Rate the passenger for the ride Prepare vehicle for next ride Employee adds the details of the expense required for approval
LINE OF VISIBILITY									
BACK OF STAGE INTERACTION.		Create passenger and driver profile Validate credit card/ paytm/ paypal accounts for users and drivers	Identify location of the passenger and drop location Identify ride availability Communicate waiting time and price for the ride Communicate driver details to passenger and vice versa	Communicate driver details to passenger and vice versa Communicate status of approaching ride to the passenger	Communicate the confirmation of driver reaching the pickup location Communicate the commencement of the ride to the driver and passenger Communicate optimised travel route to the driver	Communicate start of the ride to passenger and driver	Communicate end of ride with passenger and driver Start payment process for the ride	Process payment for the ride	Communicate the passenger to rate the driver and vice versa
LINE OF INTERNAL INTERACTION									
SUPPORT PROCESSES		Background checks on the driver Vehicle quality inspection	Record and maintain ride encounters, ride demand on routes, driver availability on routes	Record and maintain ride encounters, ride demand on routes, driver availability on routes	Keep track of waiting time, ride time, and route taken by the vehicle	Keep track of waiting time, ride time, and route taken by the vehicle	Keep track of waiting time, ride time, and route taken by the vehicle	Incorporate discount codes Calculate final payment amount for the ride	Record and update ratings and reviews for passengers and drivers

⏳ Risk of excessive waiting

⚠ Fail points

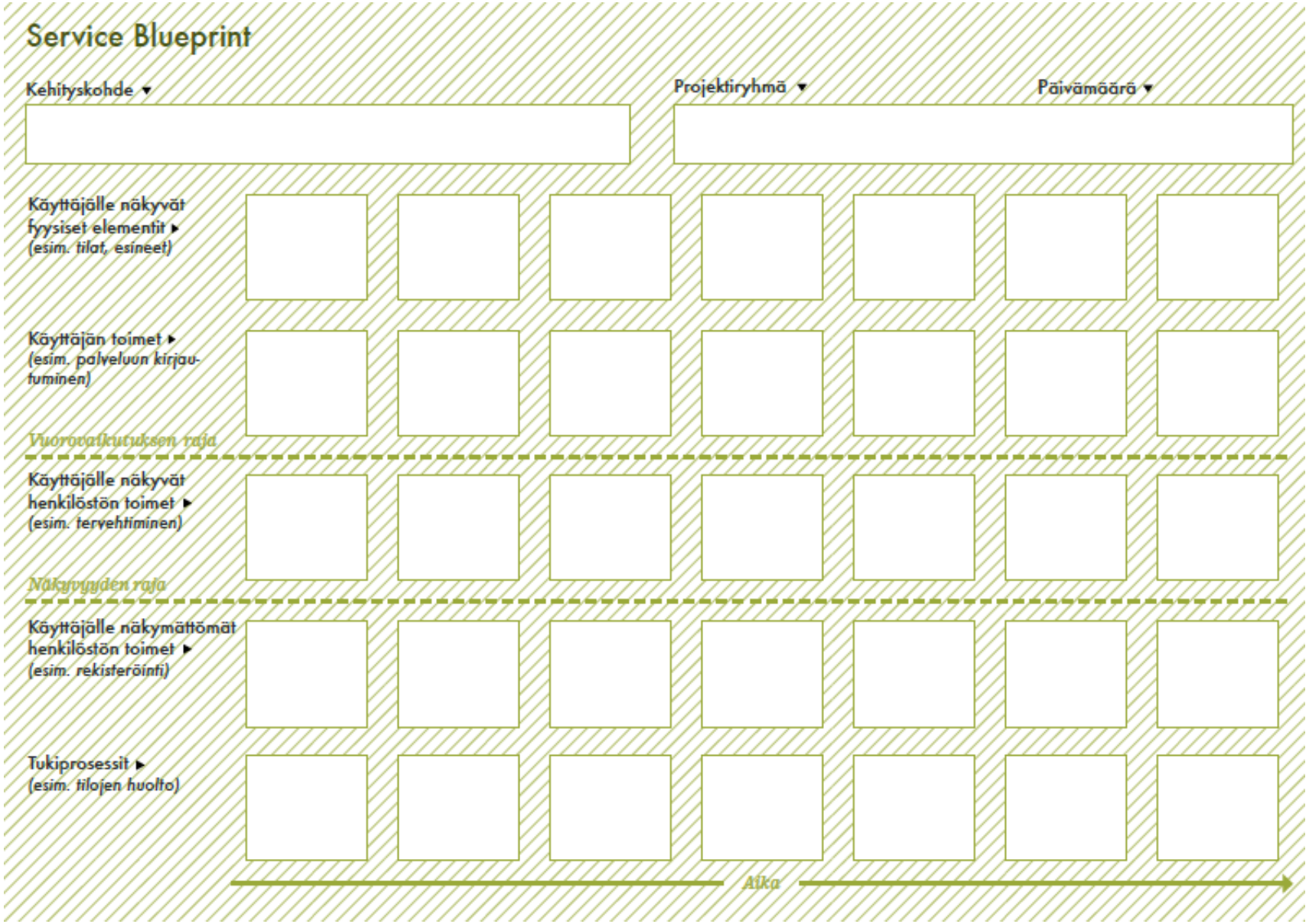
Lähde: https://servicedesigntools.org

Service Blueprint

Tee PowerPointilla, Mirolla tai Canvalla – tai pyydä tekoälyä luonnostelemaan Service Blueprint

Vuorovaikutuksen raja →

Näkyvyyden raja →



Oman palvelusi Service Blueprint

- Mieti palvelupolkuna kuvaamaasi oman yrityksesi palvelua
- Mitä se edellyttää sinulta ja yritykseltäsi (kumppanit, järjestelmät, tukiprosessit)?
- Miten kyseinen palveluprosessi toimisi vielä paremmin?

- Kirjoita muutama huomio itsellesi muistiin

- Palaa tähän viikon sisällä ja täydennä ko. palvelun Service Blueprint
  - Varaa tähän jo nyt aika kalenteristasi

Tekoäly apuna palvelupolun ja Service Blueprintin kuvaamisessa

Palvelupolku

- Pyydä taulukko: vaiheet ennen – aikana – jälkeen, kontaktipisteet ja asiakkaan tunne joka vaiheessa
- Pyydä tunnistamaan kipupisteet ja "totuuden hetket"
- Pyydä kolme parannusideaa jokaiseen kipupisteeseen

Service Blueprint

- Anna palvelupolku ja pyydä lisäämään rivit: asiakas, näkyvä toiminta, näkymätön toiminta, tukiprosessit ja järjestelmät
- Pyydä osoittamaan, missä (yksin)yrittäjän aika kuluu ja mitä voisi automatisoida tai ulkoistaa

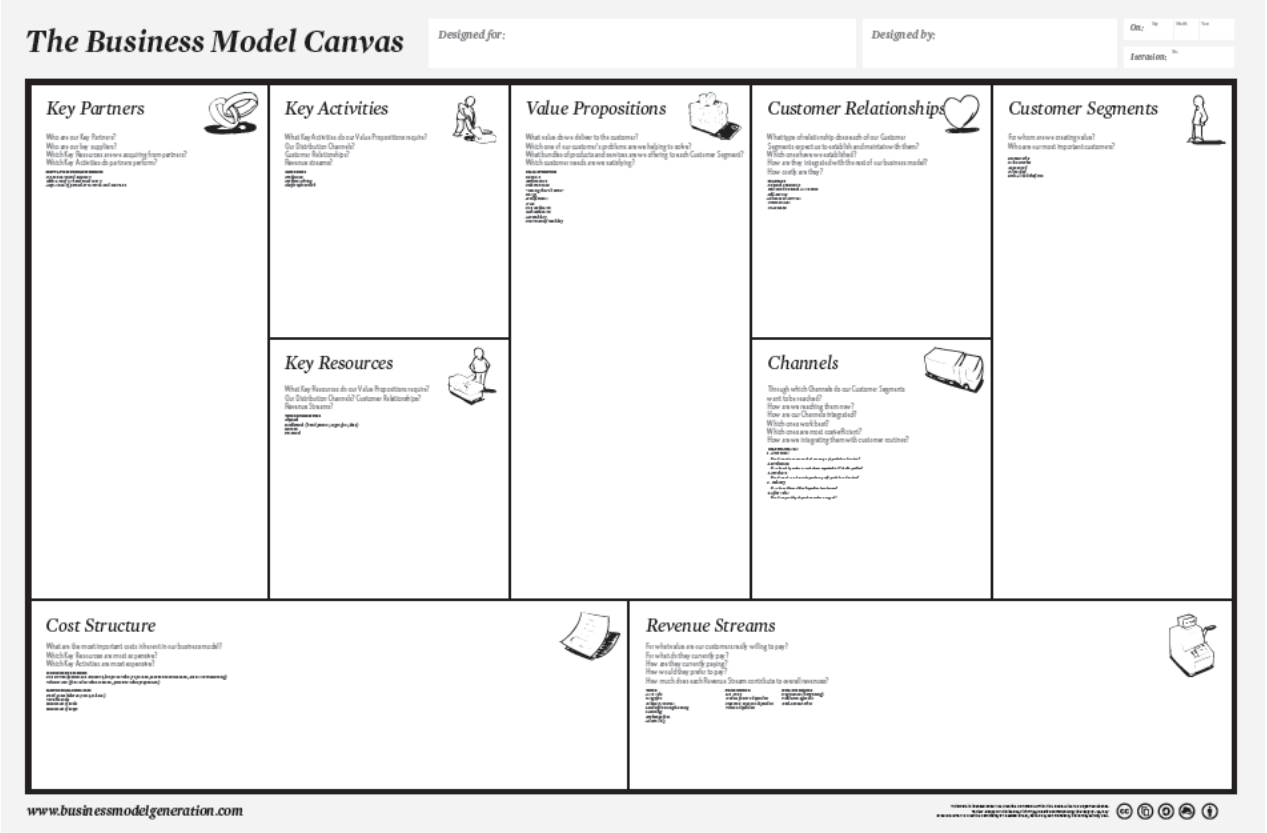
Sinun tehtäväsi

- Tarkista polku oikean asiakkaan kanssa – lyhyt puhelu riittää
- Päätä, mikä on tärkein parannettava kontaktipiste
- Tee siitä nopea prototyyppi ja testaa

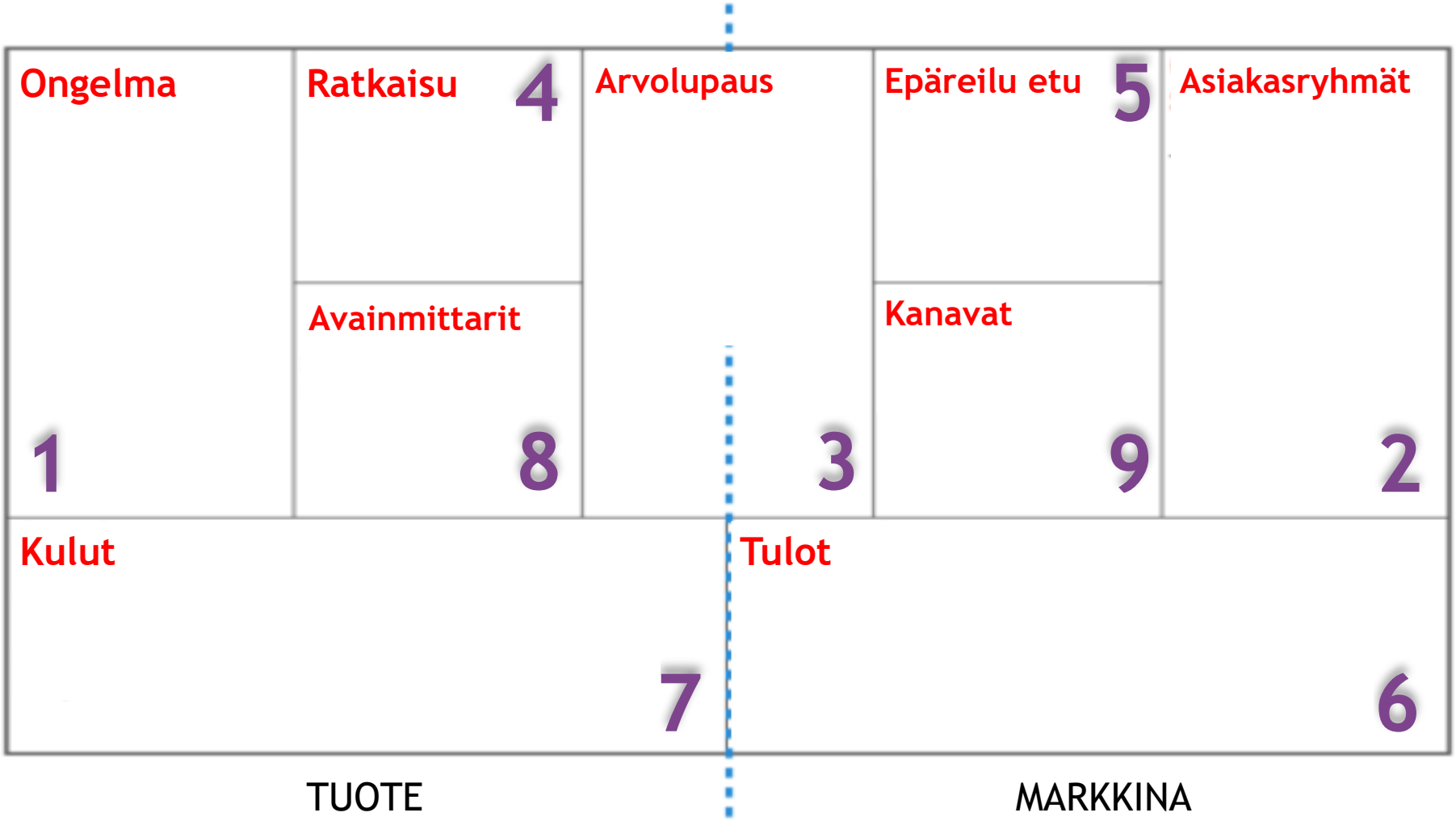
Vinkki: liitä kehotteeseen edellisessä harjoituksessa tekemäsi käyttäjäpersoona – polku muuttuu heti konkreettisemmaksi.

Business Model Canvas

https://www.youtube.com/watch?v=wlKP-BaC0jA



Lean canvas


Ongelma
Ratkaisu
4
Arvolupaus
Epäreilu etu
5
Asiakasryhmät
Avainmittarit
Kanavat
1
8
3
9
2
Kulut
Tulot
7
6
TUOTE
MARKKINA

Sparraa Lean Canvasiasi tekoälyn kanssa

Täytä canvas ensin itse. Käytä tekoälyä vasta sen jälkeen – haastajana, ei täyttäjänä.

Kolme roolia tekoälylle

- Skeptinen sijoittaja: "Mikä tässä ei vakuuta? Mitkä oletukset ovat riskialttiimmat?"
- Potentiaalinen asiakas: "Ostaisitko? Mitä kysyisit ennen ostopäätöstä?"
- Kilpailija-analyytikko: "Miten kilpailijat vastaavat samaan ongelmaan? Mikä on aidosti erilaista?"

ESIMERKKIKEHOTE

Tässä on Lean Canvasini [liitä kuva]. Toimi skeptisenä sijoittajana. Käy läpi jokainen kenttä ja kerro: 1) mikä on heikoin kohta, 2) mitä oletusta minun pitäisi testata ensin ja miten sen voi testata halvalla viikossa, 3) mikä olisi vaihtoehtoinen ansaintamalli. Ole suora ja rehellinen.

Lopputulos

Lista testattavista oletuksista tärkeysjärjestyksessä – ja seuraava kokeilu, jonka teet oikeiden asiakkaiden kanssa.



Suunnittele
Co-creation workshop

Miksi ja miten osallistaa asiakkaat ja muut sidosryhmät kehittämiseen?

- Yritys ei toimi tyhjiössä
- Asiakkaat (ja muut sidosryhmät) ratkaisevat yrityksen menestyksen
- Yritys on olemassa asiakkaita varten – ilman niitä sitä ei olisi
- Asiakkaat tietävät parhaiten, mitä tarvitsevat ja mitä siinä arvostavat
- Osallistamalla asiakkaita yritys ei tee ja kehitä tarpeettomia palveluita
- Digiajassa osallistaminen on helpompaa ja kustannustehokkaampaa (ei vaadi fyysistä läsnäoloa)
- Osallista asiakkaat (ja muut sidosryhmät) mahdollisimman varhaisessa vaiheessa

Yhteiskehittämistyöpaja ideointiin

Esimerkki ohjelmasta ja etä-/hybriditilaisuudessa käytettävistä menetelmistä:

- Lämmittely - esim. kuvat, peli (esim. Kahoot)
- Selkeytys - esim. Mitä tiedämme nyt (esim. Miro tai Padlet)
- Ideointi - esim. Brainstorming, 6 thinking hats (esim. Flinga)
- Ratkaisujen jalostaminen - esim. prototypointi digitaalisesti, fiktiivinen (digitaalinen) esite/mainos (esim. Canva, Miro)
- Reflektio - esim. tunnejana, sanapilvi (esim. Flinga, Mentimeter)
- Tekoäly apuna: ideoiden ryhmittely ja yhteenveto (esim. Miro AI), kysymyspatteristot, työpajan muistio (ChatGPT, Claude, Copilot)



Video de Bonon ajattelun hatuista:
https://www.youtube.com/watch?v=O2y1QGCIzMw&t=40s

Tekoäly yhteiskehittämistyöpajan tukena

Ennen

- Työpajan runko ja aikataulu tavoitteen mukaan
- Kysymyspatteristo ja lämmittelytehtävät
- Kutsuteksti ja ennakko-ohjeistus osallistujille
- Ennakkokyselyn vastausten tiivistys

Aikana

- Ideoiden ryhmittely ja teemoittelu (esim. Miro AI, Mural AI)
- "Vielä 10 villiä ideaa" kun ideointi hiipuu
- Nopea prototyyppi: esiteteksti, palvelukuvaus, kuva (esim. Canva)
- Live-tiivistys keskustelusta ennen seuraavaa vaihetta

Jälkeen

- Muistio ja yhteenveto osallistujille samana päivänä
- Ideoiden priorisointi: vaikutus × toteutettavuus
- Seuraavien askelten ehdotus ja kiitosviesti
- Palautekyselyn laadinta ja vastausten analyysi

Pelisääntö: kerro osallistujille, mihin tekoälyä käytetään, äläkä syötä työpajan tallenteita tai osallistujien henkilötietoja työkaluihin ilman lupaa.

Prototypointi

- *Mitä?*
  - tuote/palvelu/kontaktipiste/näiden osa
- *Miten?*
  - “Quick and dirty” - ei liian hienoja/viimeisteltyjä
- Tärkeintä on oppiminen, ei tarvitse olla ”kerralla oikein”

- https://www.youtube.com/watch?v=iA5MVUNkSkM

Prototypointi

Prototypoinnin menetelmiä:

1. Luonnokset, diagrammit, miellekartat (prosessin, systeemin yms. kuvaus)
2. Paperiset käyttöliittymät (esim. digitaalisissa palveluissa) → mock-upit
3. Palvelupolun kuvaaminen storyboardeina (ks. s. 22)
4. Lego-protot
5. Draama/roolipeli
6. 3D-protot (esim. tuote)
7. Käyttäjän luomat protot
8. Wizard of Oz prototype

https://www.interaction-design.org/literature/article/prototyping-learn-eight-common-methods-and-best-practices



Digiajan palvelumuotoiluprosessi

Ota huomioon:

- Ihmisten osallistaminen etänä
  - Psykologinen turvallisuus
  - Tiedottamisella ja luottamuksen rakentamisella entistä suurempi merkitys
  - Helpottuu, koska ei ole paikkasidonnaista (ei edes välttämättä aikasidonnaista)
- Sopivat työkalut
  - Erilaiset yhteistyöalustat
  - Varmista hyvällä ohjeistuksella käytön helppous
  - Sovi tekoälyn pelisäännöt osallistujille: mitä tietoa saa syöttää, miten tuloksia käytetään
- Molemminpuolisen ymmärryksen varmistaminen
  - Prototypointi
  - Testaus
  - “Purku”

Yhteiskehittämistyöpaja – harjoitus

Mieti, minkälainen läsnä, etänä tai hybridinä toteutettava yhteiskehittämistyöpaja voisi olla toimiva ja tarkoituksenmukainen yrityksesi palveluita ajatellen.

Miten tästä eteenpäin?

Palvelumuotoilu käytännössä

Palvelumuotoilun avulla kehitetään palveluita vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita – yrityksen tavoitteita unohtamatta

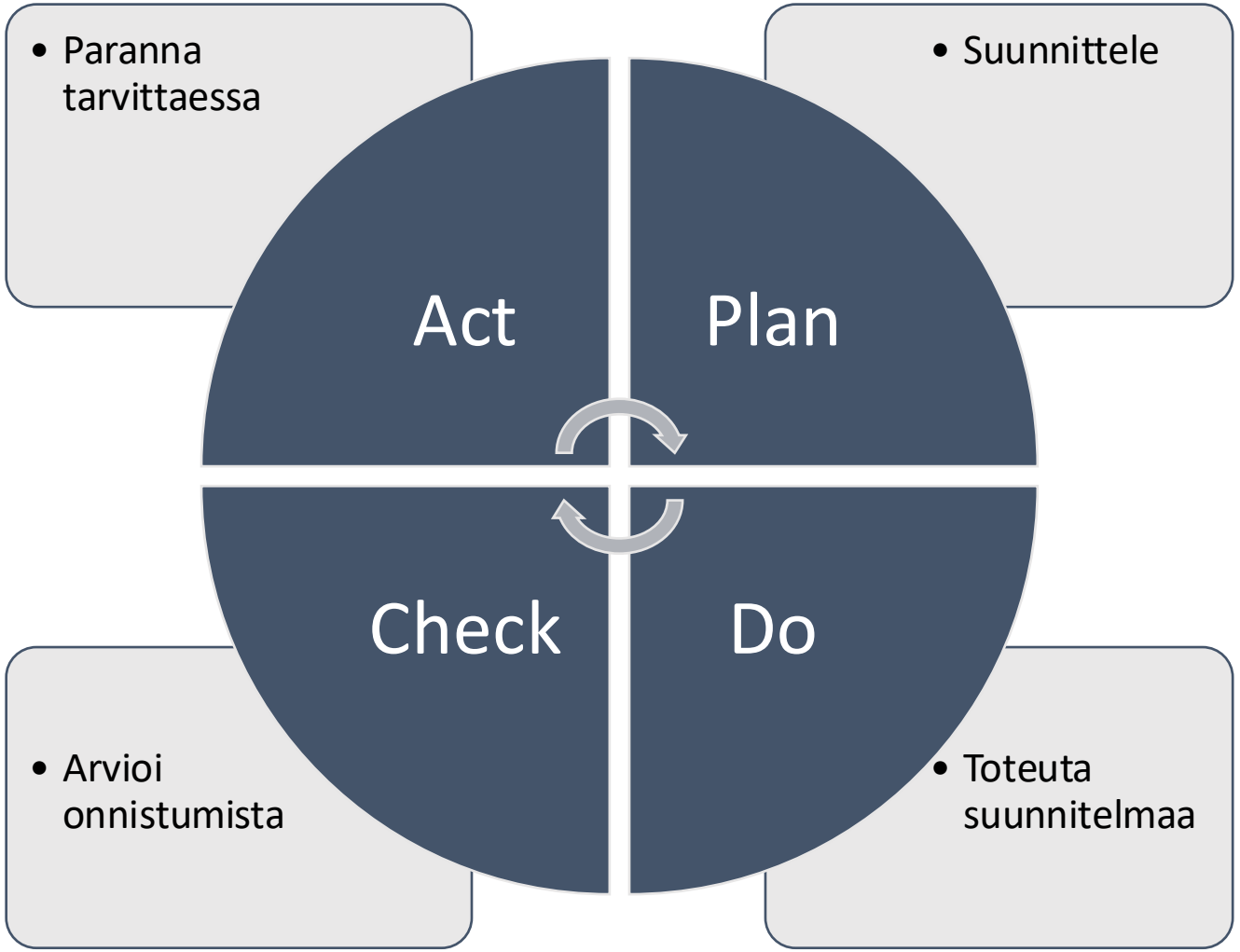
Olennaista on hankkia näkemystä asiakkaan todellisesta tarpeesta – mikä tuottaa hänelle arvoa (kaiken turhan voi karsia pois)

Asiakas kannattaa osallistaa palvelun kehittämiseen – ehdottomasti viimeistään ainakin prototyypin testausvaiheessa (digitaalisesti toteutettu osallistaminen on helppoa ja kustannustehokasta)

Palvelumuotoilu on samalla myös markkinointia => tietoisuus ja kysyntä heräävät

Prosessi on jatkuvaa, sillä asiakkaiden tarpeet muuttuvat => havainnoi, pyydä palautetta ja iteroi

Demingin ympyrä



Prosessin suunnittelu ja projektin toteuttaminen

- Nimeä vastuuhenkilö – yksinyrittäjänä se olet sinä: varaa palvelumuotoilulle aika kalenteriin
- Osallista ja sitouta eri tahot mahdollisimman varhaisessa vaiheessa (Teams, Google Docs, Sharepoint)
- Varmista tarvittavat resurssit
  - Varaa kaikkien kalenterista aikaa (Teams, Outlook)
  - Saadaanko tarvittaessa apua muualta?
    - Yhteistyö eri tahojen kanssa (Teams, Zoom, Trello, Notion)
    - Tekoäly projektin apuna: aikataulu, tehtävälista, palaverimuistiot ja yhteenvedot
- Käy läpi eteneminen säännöllisissä palavereissa – juhlista ”pikavoittoja”
- Arvioi toteuttamista
  - Ollaanko aikataulussa?
  - Onko asiakkaita osallistettu tarpeeksi?
  - Saavutettiinko sitä, mitä lähdettiin tavoittelemaan?
  - Mitä opittiin?

Oman yrityksen palveluiden muotoilu



Käytännön vinkkejä

Älä oleta – selvitä	• haastattele, tee kysely, muotoiluluotain
Huomioi ihmisten erilaisuus	• empatiakartta, käyttäjäpersoonat
Osallista asiakkaat mahdollisimman varhaisessa vaiheessa	• co-creation workshopit, testaus
Nopeat kokeilut – ”fail fast”	• prototyypit, testaus
Huomioi myös organisaation omat tavoitteet	• joskus asiakasodotusten täyttämisessä voidaan mennä turhankin pitkälle
Muista iterointi – ja ota tekoäly työpariksi	• palvelu ei ole koskaan ”valmis”; tekoäly nopeuttaa jokaista kierrosta
MENESTYSTÄ PALVELUMUOTOILUN PARISSA!	

Tekoäly palvelumuotoilijan työparina – mihin se sopii, mihin ei

Sopii hyvin

- Ensimmäinen luonnos: persoonat, polut, blueprintit, canvasit, työpajarungot
- Aineiston jäsentäminen: kyselyvastausten, haastattelumuistiinpanojen ja palautteen teemoittelu
- Vaihtoehtojen tuottaminen: 20 ideaa, 5 nimeä, 3 palvelupakettia
- Kriittinen sparraus, kun annat sille roolin (asiakas, sijoittaja, kilpailija)
- Rutiinit: muistiot, kutsut, palvelukuvaukset, tiivistelmät

Ei korvaa

- Aitoa asiakasymmärrystä – haastattelut, havainnointi ja testaus tehdään oikeiden ihmisten kanssa
- Sinun asiantuntemustasi ja harkintaasi: tekoäly on itsevarma myös väärässä
- Päätöksiä ja vastuuta – mitä palvelua tarjoat, kenelle ja millä hinnalla
- Luottamusta: asiakkaasi ostaa sinut, ei työkalua
- Tuoretta tietoa: tarkista faktat, luvut ja lähteet aina

Muista: Tekoäly on nopea harjoittelija, joka on lukenut kaiken, mutta ei ole koskaan tavannut sinun asiakastasi.

Tekoäly tuplatimantin eri vaiheissa

1 Tutki

- Kyselyn ja haastattelurungon luonnos
- Vastausten tiivistys ja teemoittelu
- Toimialan ja kilpailijoiden kartoitus (tarkista lähteet)

2 Määrittele

- Käyttäjäpersoonat ja empatiakartta
- Ongelman kiteytys: "Miten voisimme…?"
- Palvelupolun kipupisteet

3 Kehitä

- Ideointi: määrä ennen laatua
- Palvelukonseptien vertailu
- Nopeat prototyypit: tekstit, kuvat, esitteet, sivuluonnokset

4 Toimita

- Service Blueprint ja ohjeistukset
- Palvelukuvaus, hinnoittelu, markkinointitekstit
- Palautteen keruu ja analyysi – uusi kierros

Jokaisen vaiheen välissä: oikea asiakas. Tekoäly tuottaa hypoteeseja – asiakas vahvistaa tai kumoaa ne.

Hyvän kehotteen resepti

1. **Rooli**
   Kenenä tekoälyn pitää ajatella? "Toimi kokeneena palvelumuotoilijana / skeptisenä asiakkaana."

2. **Konteksti**
   Kuka olet, mikä palvelu, kenelle, mitä tiedät jo. Anonymisoi asiakastiedot.

3. **Tehtävä**
   Yksi selkeä pyyntö kerrallaan. Kerro myös, mitä et halua.

4. **Muoto**
   Taulukko, lista, 3 vaihtoehtoa, max 200 sanaa, suomeksi.

5. **Jatka keskustelua**
   "Haasta tämä", "tee tästä konkreettisempi", "mitä oletuksia teit?"

ESIMERKKI – KAIKKI VIISI YHDESSÄ

Toimi kokeneena palvelumuotoilijana. Olen yksin toimiva [ala]-konsultti ja kehitän [palvelu]-palvelua [kohderyhmä]-asiakkaille. Asiakkaat ovat kertoneet, että [kipupiste]. Kuvaa palvelupolku vaiheittain ennen – aikana – jälkeen taulukkona: vaihe, asiakkaan tekeminen, kontaktipiste, asiakkaan tunne, parannusidea. Enintään 8 vaihetta, suomeksi. Lopuksi kerro, mitkä kolme kohtaa minun kannattaa tarkistaa oikeilta asiakkailta.

Pelisäännöt: tietosuoja ja vastuu

Asiakastiedot

- Älä syötä asiakkaiden henkilötietoja tai luottamuksellisia tietoja julkisiin tekoälytyökaluihin
- Anonymisoi: nimet, yritykset, tunnistettavat yksityiskohdat pois
- Tarkista työkalun tietosuoja-asetukset: käytetäänkö syötteitäsi mallin kouluttamiseen?
- Maksulliset työ- ja yritysversiot antavat yleensä paremman tietosuojan

Läpinäkyvyys (EU:n tekoälyasetus)

- Kerro asiakkaalle, jos hän keskustelee tekoälybotin kanssa
- Merkitse tekoälyllä tuotettu sisältö, kun se on tarpeen (esim. kuvat, videot)
- Huolehdi omasta ja mahdollisen tiimisi tekoälylukutaidosta
- Läpinäkyvyysvelvoitteet sovellettavina 8/2026 alkaen – korkean riskin säännöt eivät tyypillisesti koske tätä käyttöä

Laatu ja vastuu

- Tarkista faktat, luvut ja lähteet – tekoäly keksii uskottavasti
- Vastuu lopputuloksesta on aina sinulla, ei työkalulla
- Käytä omaa ääntäsi: muokkaa tekstit kuulostamaan sinulta
- Kirjaa itsellesi yksinkertaiset pelisäännöt: mihin käytät, mihin et

Lähteet: EU:n tekoälyasetus (EU) 2024/1689, art. 4 ja 50; tietosuoja-asetus (GDPR). Tarkista ajantasaiset ohjeet: tietosuoja.fi ja Traficomin tekoälyasetus-sivut.

Työkalupakki asiantuntijayrittäjälle

Tarve	Esimerkkejä työkaluista	Mihin palvelumuotoilussa
Yleiskäyttöiset tekoälymallit	ChatGPT, Claude, Microsoft Copilot, Gemini	Luonnostelu, jäsentäminen, sparraus, tiivistäminen
Tiedonhaku lähteineen	Perplexity, Copilot, Geminin ja ChatGPT:n hakutoiminnot	Toimiala- ja kilpailijakartoitus – tarkista lähteet
Omat aineistot	NotebookLM, Claude Projects, ChatGPT Projects	Kysy omilta haastattelumuistiinpanoilta ja palautteilta
Visuaalinen yhteistyö	Miro (AI), Mural, Canva Whiteboard, Flinga, Padlet	Persoonat, palvelupolut, blueprintit, työpajat
Kyselyt ja palaute	Webropol, Microsoft Forms, Google Forms, Typeform	Asiakasymmärrys – tekoäly analysoi avoimet vastaukset
Prototyypit	Canva, PowerPoint	Esitteet, palvelukuvaukset, sivuluonnokset nopeasti

Työkalut ja niiden ominaisuudet muuttuvat nopeasti. Aloita yhdellä tekoälymallilla (maksullinen versio = parempi tietoturva) ja alustalla, jonka jo osaat. Tilanne 9/2026.

Askelmerkit seuraaville 30 päivälle

1

Viikko 1
Valitse yksi palvelu. Viimeistele tänään aloitettu käyttäjäpersoona ja palvelupolku – tekoäly luonnostelee, sinä tarkistat.

2

Viikko 2
Soita kolmelle asiakkaalle tai lähetä lyhyt kysely. Tiivistä vastaukset tekoälyn avulla ja päivitä persoona ja polku.

3

Viikko 3
Tee Service Blueprint ja Lean Canvas. Sparraa ne tekoälyn kanssa "skeptisen sijoittajan" roolissa. Valitse yksi parannettava kontaktipiste.

4

Viikko 4
Prototypoi parannus (esite, palvelukuvaus, uusi askel polussa) ja testaa se 2–3 asiakkaalla – tai pidä pieni yhteiskehittämistyöpaja.

Varaa nyt kalenteristasi ajat palvelumuotoilulle. Kirjooita chattiin mitä palvelua lähdet ensin kehittämään.

Yhteenveto palvelumuotoilusta

- Palveluiden kehittämistä muotoilun menetelmin – myös digitaalisesti ja tekoälyä hyödyntäen
- Ajattelutapa, prosessi ja työkaluvalikoima
- Asiakaskeskeistä ja osallistavaa
- Yrityksen tavoitteet ja kannattavuuden huomioiva
- Visuaalista
- Jatkuvaa – tekoäly nopeuttaa jokaista kierrosta, asiakas ratkaisee suunnan

Miten palvelumuotoilu voi auttaa yritystäsi?

Mikä on ensimmäinen askeleesi – ja mihin otat tekoälyn mukaan?





Kysymyksiä? Kommentteja?

Palautetta?

Kiitos!

Mira Kivistö / ConTe Oy
puh. 040-55 11 558
Mira.Kivisto@conte.fi
www.conte.fi