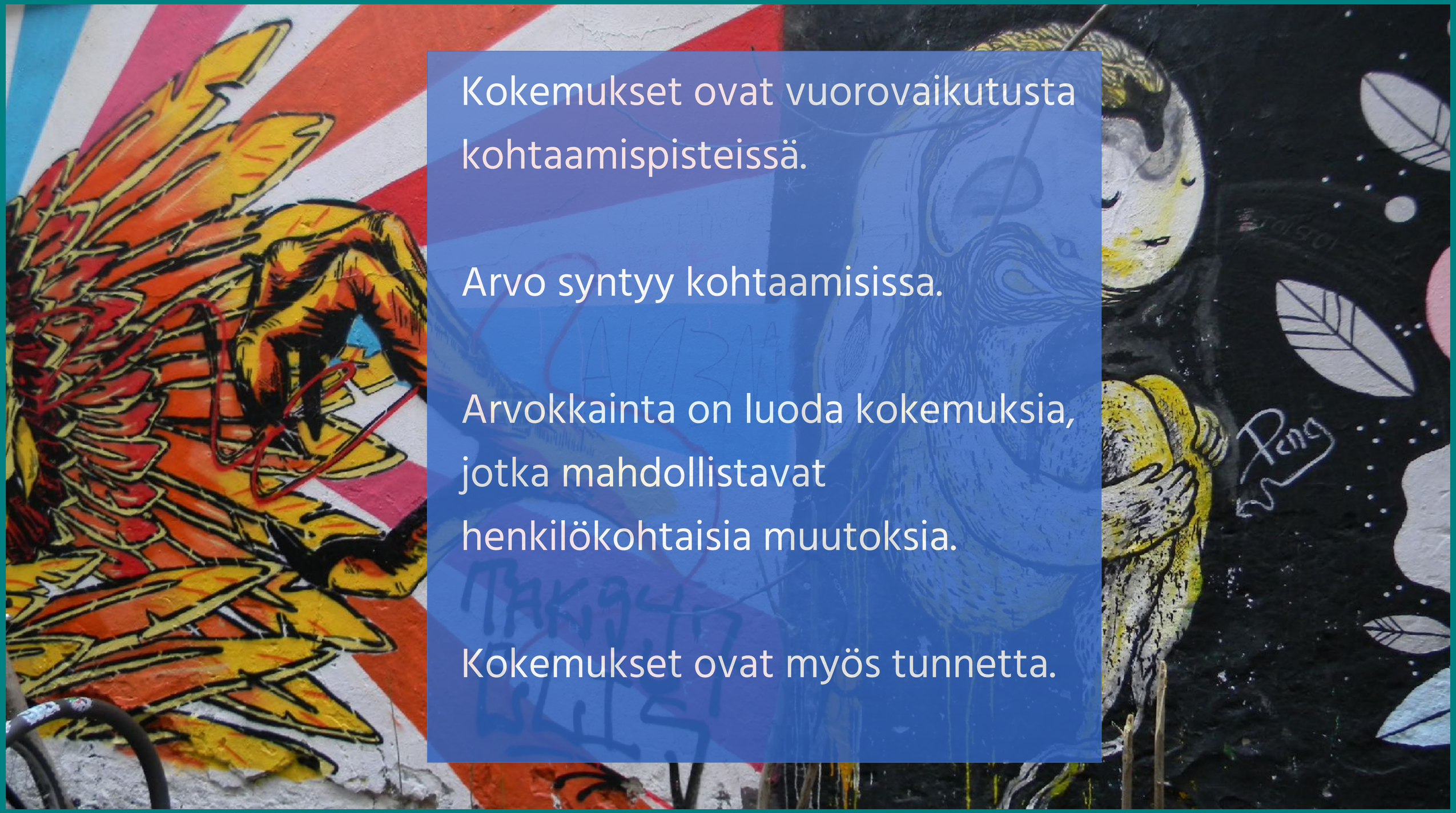
Väriä siveltimeen viestinnän palvelumuotoilulla



Kokemukset ovat vuorovaikutusta kohtaamispisteissä.

Arvo syntyy kohtaamisissa.

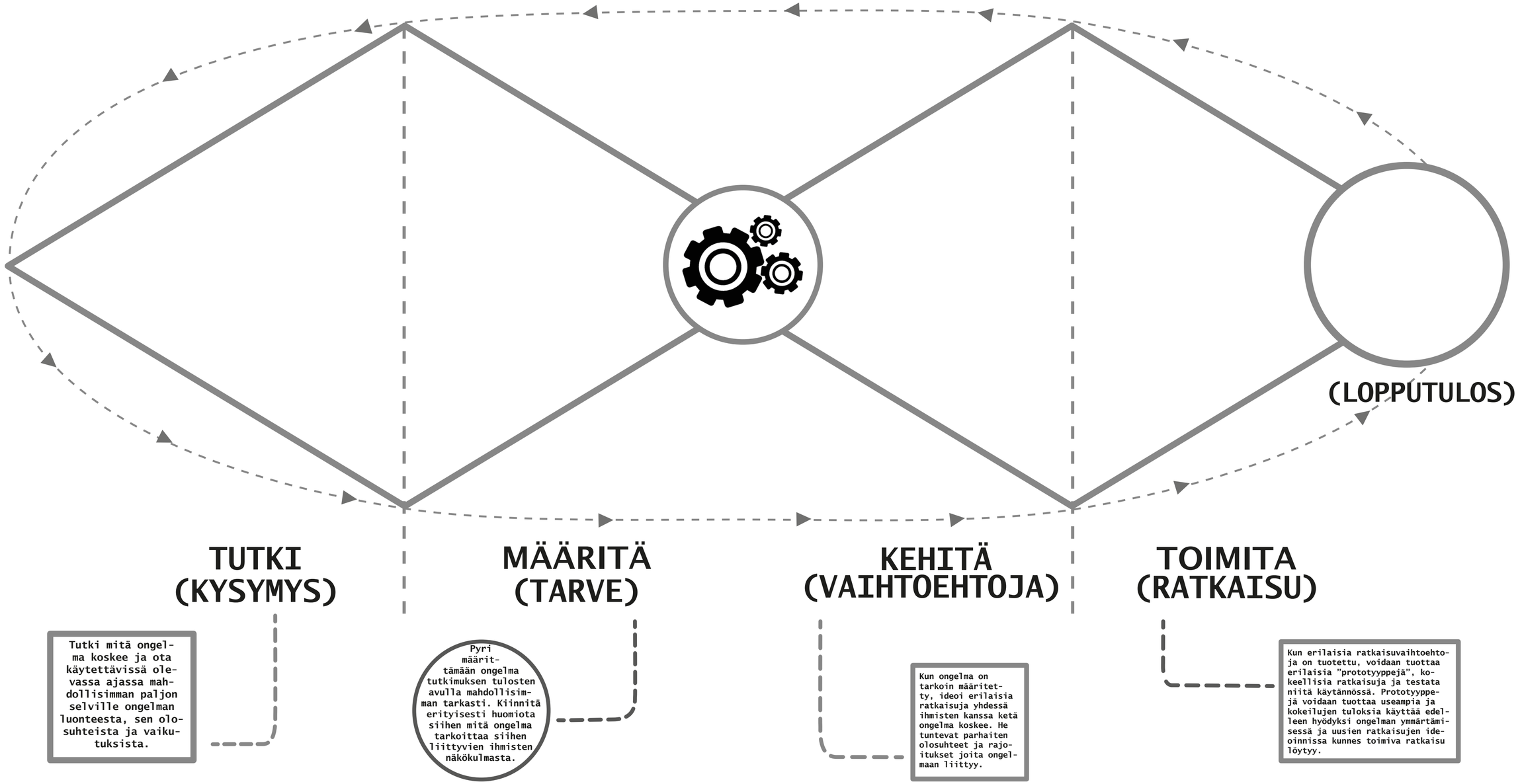
Arvokkainta on luoda kokemuksia, jotka mahdollistavat henkilökohtaisia muutoksia.

Kokemukset ovat myös tunnetta.

VÄITÄN: EMME OSAA OLLA ASIAKASLÄHTÖISIÄ

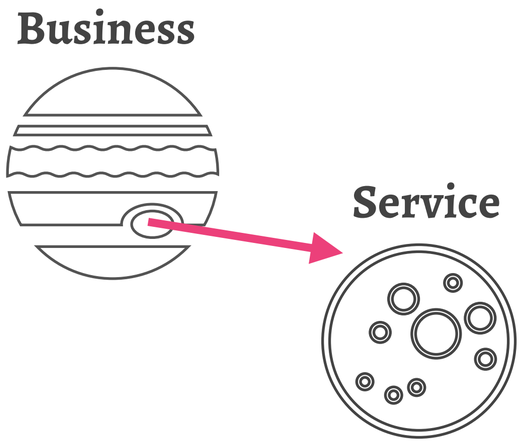
- Asenteet ja mentaaliset mallit vaikuttavat siihen, mikä mielestämme on toimivaa ja arvokasta - asenteet ja mallit ovat yksilöllisiä!
- Koetut identiteetit, ympäristö ja liitynnäisyydet vaikuttavat aina kokijan kokemukseen ja mielihaluihin
- Motivaatiot sekä aiempi kokemus ratkaisee (esim. miten ottaa vastaan uutta tietoa/kokemusta/käyttöä)
- Kyvykkyydet vaikuttavat toiminnalliseen kokemukseen
- Osallistuminen maksaa aina - WIIFM
- Kyky ymmärtää hyvän kokemuksen varianssia vaihtelee paljon

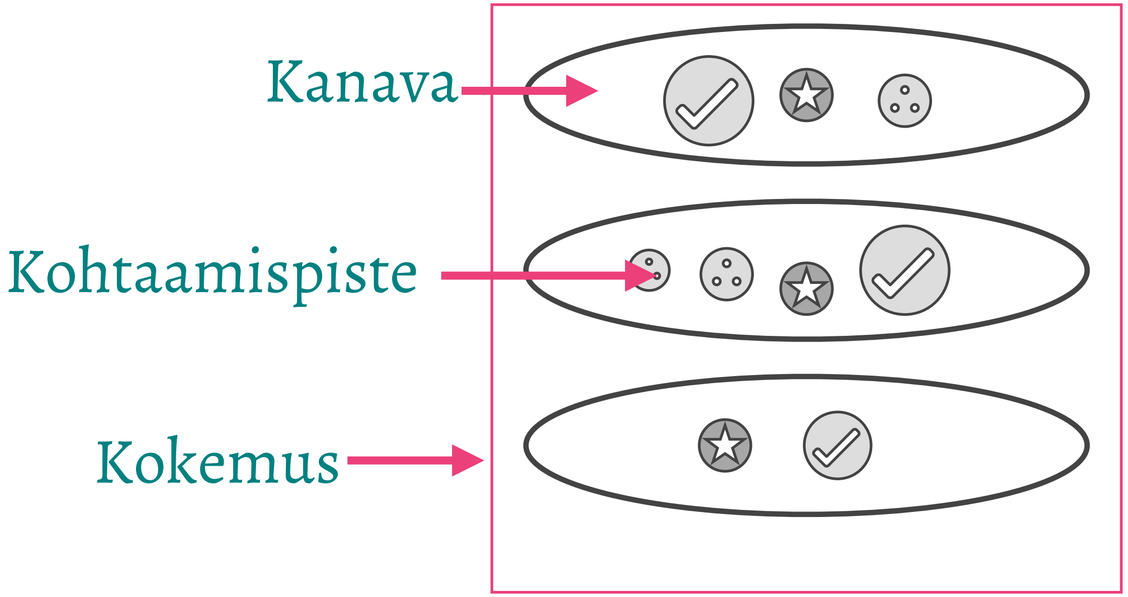
Palvelumuotoilu on menetelmä, jolla lähestytään ja huomioidaan asiakkaan todelliset tarpeet, tunteet, asenteet
- kaikkea niitä asioita, jotka tekevät asiakkaalle kokemuksesta arvokkaan.



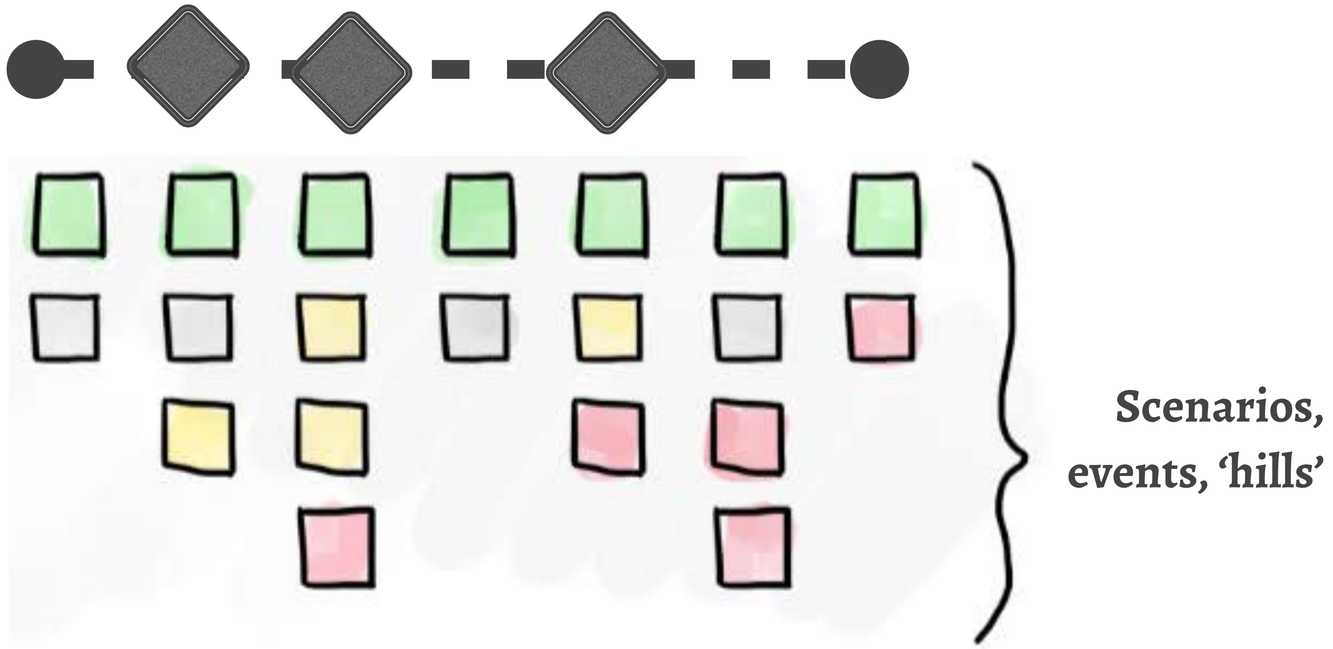
kuvan lähde: XAMK, Time2Grow -projekti

Systeeminen näkökulma esiin





Polun suunnittelu



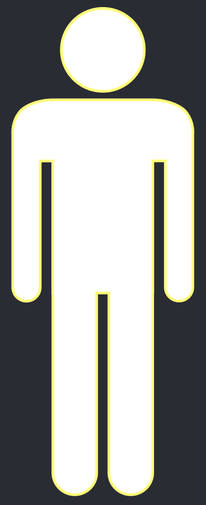
Etuala vs. taka-ala

Palvelumuotoilu on myös suunnittelevaa ja organisoivaa toimintaa, kohteenaan:

- toimijat - ihmiset
- artefaktit, välineet, infrastruktuuri, resurssit
- toiminta
- viestintä
- materiaalinen maailma

synnyttäen uudistavaa toimintaa.

Hyödyt viestijälle?



LUOT DIALOGIA

OIKEA KANAVA, OIKEA AIKA = TAVOITTAVUUS JA VAIKUTTAVUUS

YLITÄT (OMAT) RAJAT JA ASENTEET

RAKENNAT ARVOA > PELKKÄ VIESTI

Älä rakenna prosesseja, joista syntyy “kokemuksia”

vaan rakenna kokemuksista prosesseja.

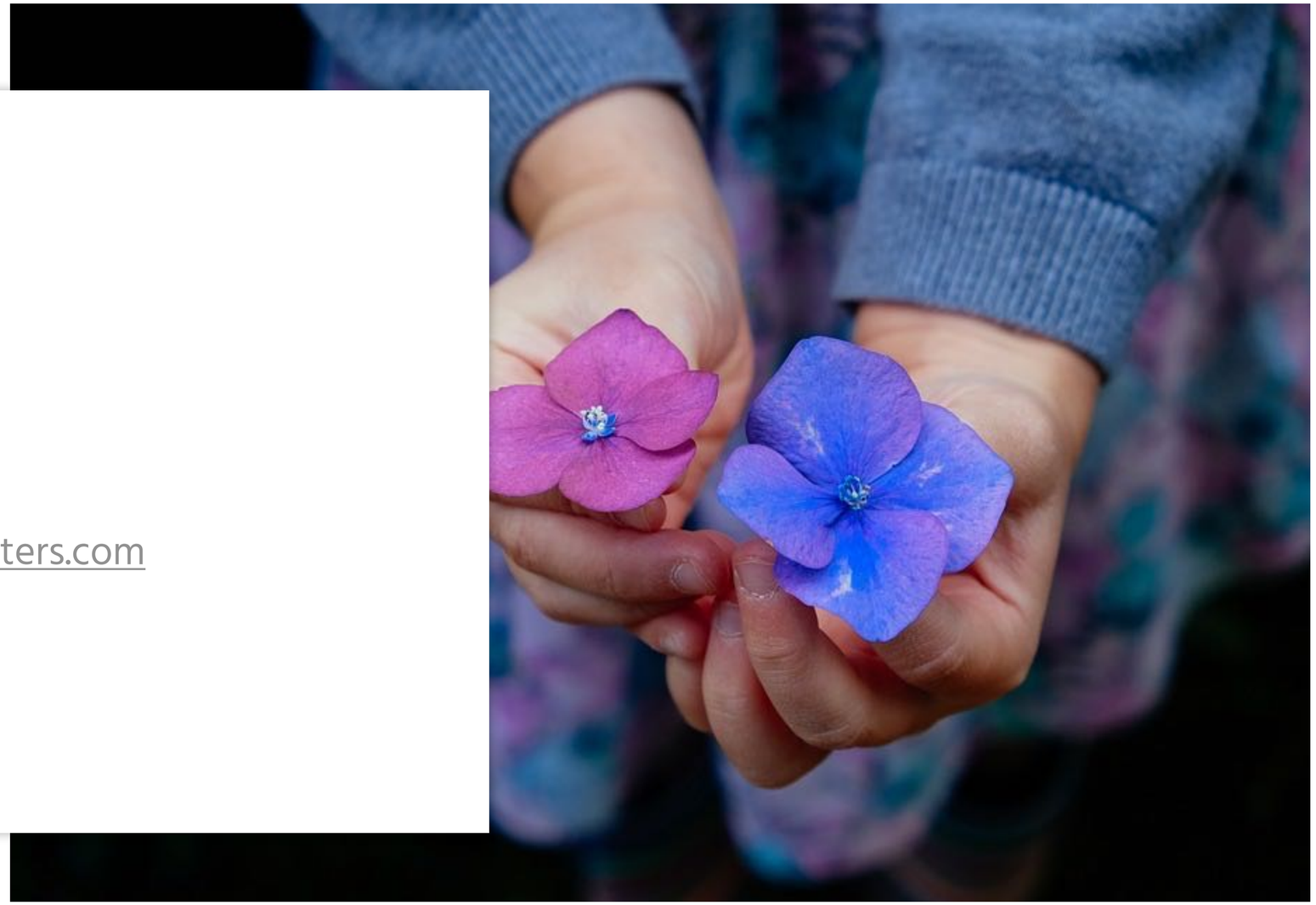
Kiitos!

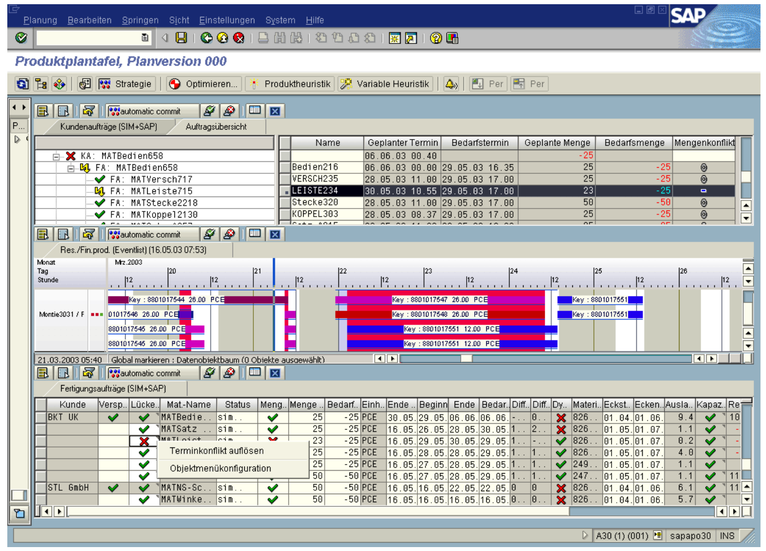
Outi Ihanainen-Rokio

Growthsetters Oy

outi.ihanainen@growthsetters.com

040 500 8481



Yksi työelämäkuva:

Kollaasi asiantuntijatyöstä ja johtamisesta