



# **Työkirja digiasioinnin ulkopuolelle jääneiden osallistamiseen**

Ratkaisuja yrityksille suunnattu-  
jen digipalveluiden kehittäjille

21.4.2023



## 1 Näin käytät työkirjaa

Olemme koonneet yhteen materiaalia digitaalisten palveluiden ja niiden käytön tuen kehittämisen tueksi.

Tässä dokumentissa esitellään kuusi erilaista osallistamisen menetelmää siitä näkökulmasta, mitä tulee huomioida, kun osallistaa digiasioinnin ulkopuolelle jääneitä digitaalisten palveluiden kehittämiseen.

Jokaisen menetelmän kohdalta löydät tietoa itse menetelmästä sekä muistilistan menetelmän käyttöön digiasioinnin ulkopuolelle jääneitä osallistaessa.

Näin onnistut -muistilistat on tehty tulostettaviksi – voit käydä toimintasuunnitelmaasi läpi, ja merkata kohdat, jotka olet ottanut huomioon aineiston hakua suunnitellessasi.

Työkirjan taustamateriaalit ja yksityiskohtaisemmat käyttöohjeet löydät osoitteesta <https://dvv.fi/tyokirjat>

## 1.1 Ääneen ajattelemisen digipalvelun äärellä



Kuva 2. Menetelmän soveltuvuus eri tilanteisiin

### Mitä ja miksi?

Ääneen ajattelemisen digipalvelun äärellä on tärkeimpiä käytettävyytustutkimuksen ja palvelun toimintamallin testaamisen menetelmiä. Voit hyödyntää sitä silloin, kun epäilet, että nykyinen palvelusi ei toimi, tai haluat varmistaa, että uusi palvelukonseptisi oikeasti parantaa asiointikokemusta.

Ideana on saada haastateltava sanomaan ääneen kaikki asiointiprosessin aikana mieleen tulevat asiat. Sinua kiinnostaa ymmärtää, miten hän hahmottaa palvelun asettelua ja visuaalisuutta, sanastoa ja tapaa, jolla palveluprosessi etenee. Haluat huomata kaikki väärinymmärryksen paikat, jotta voit korjata niitä tai ainakin varmistaa, että palvelun virheilmoitukset tukevat ja kannustavat käyttäjää. Haluat myös ymmärtää paremmin, missä pitkän prosessin vaiheessa käyttäjän keskittymiskyky herpaantuu ja virheiden tekemisen mahdollisuus kasvaa.

Ääneen ajattelemisen ei ole käyttäjälle helppoa, sillä esille tulevat paitsi palvelun myös käyttäjän heikkoudet. Siksi sinun pitää valmistella tilanne erityisen huolellisesti psykologisen turvallisuuden näkökulmasta. Ääneen ajattelemisen on myös käyttäjälle kuormittavaa. Siksi on reilua palkita osallistujaa tehdystä työstä.

### Miten saada osallistujia?

- Määritä kriteerit sille, millaisia ääneen ajattelijoita etsit. Tyypillisesti 6–10 osallistujaa riittää palvelun heikkouksien paljastamiseen, mutta voit tarvita enemmän osallistujia, jos haluat huolehtia otoksen edustavuudesta
- Katso vinkit kohderyhmän löytämisestä kohdasta "Yleistä kohderyhmän kohtaamisesta".
- Valmistele selkeä suullinen ja kirjallinen esitys siitä, mitä tilanteessa tapahtuu. Perustele avunpyyntösi ja kerro, miksi tarvitset juuri haastateltavaasi tärkeän ongelman ratkaisemiseksi.
- Hanki haastattelupalkkio, kuten lahjakortti. Ääneen ajattelu on kuormittavaa. Digiasioinnin ulkopuolille jääneille käyttäjille kannustin voi olla tärkein syy osallistua.
- Varaa aikaa ja mahdollisuuksia mennä tapaamaan haastateltaviasi heille mukavaan paikkaan. Ääneen ajattelemiseen on vaikea kannustaa etänä, eivätkä haastateltavasi yleensä pidä digivälitteisestä toiminnasta muutenkaan.



### 1.1.1 Näin onnistut – ääneen ajattelemisen digipalvelun äärellä

#### Ennen

- Ääneen ajattelemisessa käydään läpi palveluprosessi. Yleisesti ottaen on järkevää käyttää kokeilutunnuksia ja vain simuloida asiakkaan prosessin läpimenoa. Näin et päädy tekemisiin asiakkaan henkilökohtaisten tietojen kanssa.
- Valitse käytettävät laitteet. Realistisimpaan tilanteeseen pääset käyttämällä asiakkaan omia laitteita. Digiasioinnin ulkopuolelle jääneiden käyttäjien tapauksessa et kuitenkaan voi olla varma, että laitteet ja yhteydet toimivat. Varaa siis mukaan oma laite ja jaa yhteys vaikka puhelimestasi.
- Järjestä tallennus. Jos haluat tallentaa puheen lisäksi käyttäjän liikkumisen näyttöllä, sinun kannattaa viedä tapaamiseen oma laitteesi. Voit tallentaa ruudun tähän tarkoitetuilla ohjelmilla tai esimerkiksi verkkotapaamistyökaluilla.
- Jos palvelun käyttäminen on oikeasti ajankohtaista asiakkaalle juuri nyt ja sinulla on työnkuvasi puitteissa oikeus tukea asioinnissa, voitte tehdä prosessin hänen tunnuksillaan. Mieti tällöin erityisen tarkasti, tarvitseeko aineistoa videoita. Äänitalenne ja hyvät muistiinpanot voivat riittää.
- Valmistele GDPR-asiat.
- Ajoita haastattelut niin, että sinulla on aikaa valmistautumiseen ja siirtymiseen. Päivän aikana kannattaa tehdä enintään kolme haastattelua, sillä ne vaativat suurta keskittymistä. On myös hyödyllistä prosessoida kuultua ja koota alustavia päätelmiä.

#### Tilanteessa

- Varaa alkuun kiireetöntä aikaa tutustumiseen ja juttelemiseen. Käy läpi tutkimuseettiset asiat, pyydä allekirjoitus tutkimusaineiston käyttöön, kerro palkkiosta ja esittele tekninen tutkimusasetelma.
- Ääneen ajattelemisen on vaativaa ja sen ylläpitäminen unohtuu käyttäjältä helposti. Kerro tästä etukäteen ja kerro, että tulet muistuttamaan asiasta. Tee tilanteesta mukava ja psykologisesti turvallinen. Voitte myös kokeilla ääneen ajattelemista ennen palvelun avaamista.
- Lämmittele haastateltavaa aloittamalla keskustelu siitä, onko tutkittavana oleva asiointi oikeasti ajankohtaista juuri nyt tai miten edellinen asiaan liittyvä asiointi sujui. Korosta asiakkaan vahvuuksia henkilönä, joka osaa hoitaa asioitaan hänelle sopivimmilla tavoilla.
- Anna haastateltavan edetä palvelussa omaan tahtiinsa. Muista, että olet kuuntelemassa ja seuraamassa tilannetta, et ohjaamassa tai muokkaamassa sitä. Kannusta lempeästi ylläpitämään puhetta. Nyökkäile hyväksyvästi, kannusta eleilläsi ja ilmaise äänettömästi, että olet kiinnostunut siitä, mitä haastateltava kokee ja kertoo.
- Kiitä saamastasi aineistosta ja avusta lämpimästi. Pyydä lupaa kysyä lisäkysymyksiä tai haastateltavasi halukkuutta kommentoida kehitystyön tuloksia myöhemmin, jos tämä tuntuu järkevältä prosessiasi ajatellen.
- Kerro palkkion lähettämisestä tai anna se tilanteessa.



## Jälkeen

- Kirjaa nopeat havaintosi. Hoida jälkivelvoitteesi lupauksesi mukaisesti.
- Jos olet esitellyt esim. uutta asiointiprosessia ja saat erittäin kriittistä palautetta, mieti:
- Onko pintatasoisia asioita, joita voi helposti parantaa?
- Onko asioita, joita kannattaa ratkoa ja rakentaa uusiksi perinpohjaisemmin, vaikka se olisi työlästä?
- Onko syytä lisätä pieniä ohjeita ja esimerkkejä käyttöliittymään (ns. vihjelaatikot)?
- Tukeeko ja kannustaako virheilmoituksesi käyttäjää?
- Jos ratkaisua ei voi merkittävästi muokata kohderyhmää paremmin palvelevaksi, voit keräämäsi datan pohjalta ainakin varautua opastamaan, kannustamaan ja viestimään palvelustasi paremmin

## 1.2 Havainnointi palvelupisteellä



Kuva 3. Menetelmän soveltuvuus eri tilanteisiin

### Mitä ja miksi?

Asiakkaiden havainnoiminen siellä missä asiointi tapahtuu, on erittäin suositeltava tapa ymmärtää asiakkaan tilannetta ja tunnetilaa asiointiin liittyen. Se, mitä saat havainnoinnista irti, liittyy rooliisi ja oikeuksiisi.

Jos voit seurata asiointitilannetta asiakaspalvelijan vieressä, saat asiakkaan esittämien kysymysten ja puhutavan kautta tietoa siitä, miten asiakas lähestyy asiaa ja millaisia mielikuvia hän siihen liittyy. Näin asiakkaan käyttämä sanasto ja pohjaymmärrys prosessin luonteesta voi auttaa sinua myös korjaamaan nykyisen palvelun käytettävyyttä.

Vaikka sinulla ei olisi oikeuksia seurata itse asiointia, sinun kannattaa silti jalkautua palvelupisteelle. Kun näet ihmiset, joita kehitystyösi koskettaa, saat konkreettisen kohteen toiminnallesi. Havainnoiminen auttaa sinua sitoutumaan asiaan syvällisemmin ja pohtimaan ratkaisuehdotuksiasi käytännöllisemmin.

### Miten saada osallistujia?

- Palvelun omistajan on tuettava suunnitelmaasi havainnoida palvelupisteen tapahtumia. Esittele hänelle tutkimuksen tavoitteet ja kulku.
- Palvelupisteellä olevan henkilökunnan pitää ymmärtää, miksi olet palvelupisteellä ja mitä haluat saada aikaan. Pidä heille pieni esitys suunnitelmastasi ja kerro, mitä heiltä käytännössä halutaan.
- Jos voit toimia palveluneuvojan tai asiantuntijan kanssa asiointitilanteessa, sopi-kaa yhdessä, miten kerrotte asiasta asiakkaalle. Asiakkaalta täytyy pyytää suostumus tilanteen havainnointiin ja hänelle on selitettävä, että tilanteessa ei tallenneta henkilötietoja tai muuta arkaluonteista dataa.
- Jos et voi seurata palvelutilanteita, mene palvelupisteelle työskentelemään ja seuraamaan ihmisten toimintaa. Havainnoinnin lomassa voit jututtaa palveluneuvojia ja asiantuntijoita. Kysele, millaisia palvelutilanteet ovat olleet ja miten asiakkaiden ohjaus digipalvelujen äärelle on sujunut.
- Harkitse myös, voitko saada asiakaspalvelijat keräämään sinua kiinnostavaa tietoa itsenäisemmin. Jos saat tiimin innostumaan, voitte kerätä yhteiseen sisäiseen yhteydenpitokanavaan kertomuksia sinua kiinnostavaan palveluun liittyvistä asiakas-tapahtumista.



- Älä silti unohda viettää itse aikaa palvelupisteellä tutkimuspäiviesi aikana, sillä näin saat kontekstia kertomuksille.

### 1.2.1 Näin onnistut – havainnointi palvelupisteellä

#### Ennen

- Valitse havainnoinnille ajankohta, joka ei ole kaikkein kiireisin. Et halua toimiesi käyvän asiakaspalvelijoiden hermoille. Mitä enemmän osallistat asiakaspalvelutimiä havainnoimiseen, sitä todennäköisempää on, että asiakaspalvelu hiukan hidastuu tutkimuspäivien aikana.
- Valmistele henkilökunta siihen, että työskentelet palvelupisteellä tai seuraat palvelutilanteiden etenemistä asiakaspalvelijan rinnalla muutaman päivän ajan.
- Selitä henkilöstölle, että kyse ei ole asiakaspalvelun laatuun liittyvästä tutkimuksesta, vaan pyrkimyksestä rakentaa parempia digipalveluja tai digitukea asiakkaiden pohdintoja seuraamalla.
- Valmistele GDPR-asiat.
- Mieti, miten tallennat havaintosi. Kuvaaminen ei useimmiten ole vaihtoehto. Esimerkiksi tekstitiedosto tai taulukko ajan seuraamiseen ja havaintojen kirjaamiseen kategorioittain (ääni, visuaaliset havainnot jne.) on hyvä vaihtoehto. Varaa tilaa omille tulkinnoillesi ja ajatuksillesi!

#### Tilanteessa

- Jos olet palvelupisteellä, pyydä lupa seurata tilannetta ja mahdollisesti asiakkaalta allekirjoitus tutkimuslupaun.
- Pysy asiakaspalvelutilanteissa ja/tai palvelupisteiden tapahtumia havainnoidessasi ulkopuolisena. Tarkkaile ihmisiä ja heidän käyttäytymistään. Ovatko he esimerkiksi huolissaan, stressaantuneita tai eksyneen oloisia? Miten tilanne muuttuu päivän mittaan? Minkälaisia keskusteluja kuulet?
- Tee muistiinpanoistasi niin tarkkoja, että pääset lukemalla takaisin tilanteeseen myöhemmin. Älä vähättele tapahtumien tunnesisältöjä.
- Kiitä asiakaspalvelijoita mahdollisuudesta seurata heidän työskentelyään ja vahvista heidän tunnettaan siitä, että työ on ollut onnistunutta.

#### Jälkeen

- Tyypittele keräämäsi havainnot jonkin järkevän tulkintakehikon avulla. Esimerkiksi:
  - Minkälaisia olivat sujuvat palvelutilanteet ja mitä niissä puhuttiin?
  - Minkälaisiin väärinkäsityksiin törmäsit? Mistä ne johtuivat?
  - Törmäsitkö kriiseihin? Minkälaisia taustavaikuttimia näet niiden takana?
- Vaikka olisit seurannut asiakaspalvelutilanteita etäältä yksittäisten asiointien sijaan, pohdi silti kohderyhmäsi käyttäytymistä ja yleistä tunnelmaa palvelupisteellä. Havainnointi tuo realismia suunnitteluprosessiisi.
  - Minkälaisia muutoksia vaatisi, että havainnoimasi ihmiset voisivat siirtyä verkkoon asioimaan?
    - Minkälaiset asiat voisivat saada asiointin onnistumaan? Mitkä asiat saisivat sen epäonnistumaan?



- Miten voisit konkreettisesti kehittää palveluita niin, että kohtaamiesi ihmisten elämäntilanne, tunnetila, osaaminen, puhetapa ja arvostukset tulisivat huomioituksi? Miten palveluista tulisi heille oma?
- Voit myös esitellä havaintojasi asiakaspalveluhenkilöstölle. Olivatko havaintosi asiakaspalvelijoiden mielestä todellisuutta hyvin edustavia vai epätavanomaisia?



## 1.3 Syvähaastattelu asiakkaan arjessa



Kuva 4. Menetelmän soveltuvuus eri tilanteisiin

### Mitä ja miksi?

Syvähaastattelussa pyritään ymmärtämään, miten haastateltava jäsentää omaa elämäntilannettaan, palvelutarpeitaan, tarjolla olevaa palvelua ja/tai sen digitukea. Siksi syvähaastattelu sopii hyvin isomman palvelu-uudistuksen tai kokonaan uuden palvelun rakentamisen lähtökohdaksi.

Syvähaastattelu voidaan rakentaa kiinteän kysymyspatteriston ympärille, jolloin kaikki haastateltavat vastaavat samoihin kysymyksiin ja samassa järjestyksessä. Tällöin saadaan vertailukelpoista aineistoa. Useimmiten kuitenkin pyritään keskusteluttamaan haastateltavaa teemoista siinä järjestyksessä kuin ne tulevat luontevasti puheeksi. Näin asiakkaan oma etenemistapa, toimintalogiikka ja sanoittaminen nousee tutkimusasetelman keskiöön. Tätä tukee myös haastattelun tekeminen asiakkaalle tutussa, omassa paikassa.

Jos haastattelijalla on jo ajatuksia asiakkaan asiointitarpeisiin ja pulmiin liittyvistä ratkaisuksista, niitä voi esitellä haastateltavalle sopivissa kohdissa. Tällöin pitää kuitenkin huomioida, että digikokematon käyttäjä voi olla ylioptimistinen ja -positiivinen esitettyjen ratkaisujen suhteen, eikä todellisuudessa yhtään valmiimpi digiasiointiin kuin ennenkään.

### Miten saada osallistujia?

- Katso vinkit kohderyhmän löytämisestä kohdasta ”Yleistä kohderyhmän kohtaamisesta”
- Valmistele haastateltavien hankkimista varten suullinen ja kirjallinen esitys siitä, mitä haluat syvähaastatteluilta ja miten ne auttavat sinua ratkomaan isomman käyttäjäkunnan ongelmia.
- Hanki kannustin, kuten lahjakortti. Se voi olla asiakkaille tärkein syy osallistua.
- Syvähaastatteluissa etsitään usein erityistä kohderyhmää koskevaa näkemystä. Hanki taustatietoa ja rakenna ymmärrystä. Jos haastattelet esim. talousvaikeuksissa olevia yrittäjiä tai luovaa työtä tekeviä freelancereita, sinun on osattava samastua heidän tilanteisiinsa.
- Syvähaastattelu onnistuu parhaiten turvallisessa paikassa. Varaa aikaa ja mahdollisuuksia mennä tapaamaan haastateltaviasi heidän valitsemaansa paikkaan.
- Haastattele puhelimitse, jos haastateltavasi toivoo niin, tai tähtää maantieteelliseen kattavuuteen.



### 1.3.1 Näin onnistut – syvähaastattelu asiakkaan arjessa

#### Ennen

- Hanki haastatteluihin työkaveri. Syvähaastattelu toimii parhaiten niin, että toinen haastattelee suunnitelman mukaan ja toinen tekee muistiinpanoja ja esittää tarvittaessa lisäkysymyksiä. Voitte vaihtaa rooleja haastattelusta toiseen.
- Suunnittele, missä muodossa keräät datan. Usein hyvät muistiinpanot riittävät, mutta joskus voi olla hyvä videoida tilanne.
- Valmistele GDPR-asiat.
- Varaa riittävästi valmistautumisaikaa ja/tai siirtymisaikaa haastattelujen välille. Päivän aikana kannattaa tehdä enintään kolme haastattelua, sillä ne vaativat suurta keskittymistä.
- Ideoi haastattelujen eteneminen ja muotoile avoimia kysymyksiä, joihin ei voi vastata vain myöntävästi tai kieltävästi. Hyvä kysymys voi alkaa esim.: ”millainen”, ”miten”, ”mitä ajattelet”...
- Haastattelua ei kannata aloittaa suoraan digiasioinnin kysymyksistä, vaan asioista, jotka haastateltava hallitsee hyvin ja jotka ovat hänelle tärkeitä.
- Valitse strukturoitu tai puolistrukturoitu eteneminen: seuraatko kysymyspatteristoa edellä määritellyssä järjestyksessä (strukturoitu), vai johdatteletko haastateltavaa pehmeämmin keskustelemaan määritellyistä teemoista (puolistrukturoitu)?
- Testaa haastattelusuunnitelmaasi kollegoilla.
- Suunnittele, minne tallennat raakadatan, kuten nauhoitteet, kuvat ja muistiinpanot, ja kuka sitä pääsee tarkastelemaan.

#### Tilanteessa

- Varaa alkuun kiireetöntä aikaa tutustumiseen ja juttelemiseen. Käy läpi tutkimuseettiset asiat, pyydä allekirjoitus tutkimusaineiston käyttöön, kerro palkkiosta ja esitele tekninen tutkimusasetelma.
- Älä keskeytä haastateltavan pohdintaa. Opi kestämään hiljaisuutta, sillä parhaat pohdinnat syntyvät usein, kun haastateltava kokee hieman painetta täyttää hiljaisuutta. Älä tee tätä hänen puolestaan.
- Jos haastateltava on hyvin hiljainen, siirry ehdottavampaan keskustelutapaan. Voit myös summata asiakkaan sanomaa omin sanoin, jotta hän ymmärtää, että kuuntelet.
- Kiitä, palkitse ja kerro jatkoaskelista selkeästi.

#### Jälkeen

- Kirjoita viisi keskeistä havaintoasi ylös heti haastattelun jälkeen. Tarkastele niitä suhteessa odotuksiisi.
- Anonymisoi aineisto. Käytä aineistoissa haastateltavista nimen sijaan numeroa tai muuta anonyymiä tunnistetta.
- Jälkihoiда suhdetta haastateltavaan suunnittelemallasi tavalla.
- Analysoi data ja nosta pääkohdat esille esim. teemoittain. Pyri tuottamaan analyysi, joka auttaa käytännön valintojen tekemistä ja tuottaa rikkaita näkökulmia palvelun kehittämiseen.

## 1.4 Pikahaastattelu palvelupisteellä

	"Haluamme testata nykyisen digipalvelumme käytettävyyttä"	"Haluamme ymmärtää paremmin asiakatarpeita"	"Haluamme ideoida käytännön ratkaisuja palveluumme"	"Haluamme validoida toimivatko uudet ratkaisumme"
Pikahaastattelu palvelupisteellä			✓	✓

Kuva 5. Menetelmän soveltuvuus eri tilanteisiin

### Mitä ja miksi?

Palvelupisteelle kannattaa jalkautua paitsi havainnoimaan myös haastattelemaan. Arjen asioita vilkkaalla palvelupisteellä hoitavilta ihmisiltä et kuitenkaan voi odottaa kovin pitkäkestoista tai syvällistä paneutumista aiheeseesi. Palvelupiste ei myöskään ympäristönä sovi erityisen hyvin yksityisten asioiden tai sisäisten motivaatioiden käsittelylle.

Siksi palvelupisteellä tapahtuvaan haastatteleamiseen kannattaa mennä visuaalisen aineiston kanssa, johon voi ottaa kantaa nopeasti, ilman laajaa perehtymistä. Tyypillisesti pikahaastattelussa kerätään palautetta esitellyistä teemoista, pulmista tai kilpailuvista ideoista, prototyypistä tai demosta.

Voit kenties rakentaa palvelupisteelle pienen kahvittelunurkan tai puolisoljetun tilan, johon pyydät ohikulkevia ihmisiä pieneen haastatteluun. Myös asiakkaita palvelevia asiantuntijoita voi käyttää oikeanlaisten haastateltavien löytämisessä niin, että he kriiteerien täytyessä ohjaavat uteliaita asiakkaita juttusillesi.

### Miten saada osallistujia?

- Ihmisten saaminen pikahaastatteluihin vaatii hieman markkinoinnillista otetta. Jos etsit osallistujia suoraan tilasta, sinulla pitää olla "hissipuhe", jossa summaat nopeasti, mistä on kyse ja miksi osallistuminen olisi henkilölle mielenkiintoista.
- Luo kriteerit, joiden täytyessä olet kiinnostunut asiakkaista, kuten spesifit asiointiongelmat. Voit myös haluta vakioda taustamuuttujia eli varmistaa, että et juttele vain samanlaisten ihmisten kanssa. Edustavaan otokseen pyrkiessäsi kriteerisi voivat siksi myös muuttua päivän mittaan.
- Kannattaa luoda visuaalinen materiaali, joka auttaa ohikulkijoita ymmärtämään, mitä etsitään ja miksi osallistuminen olisi kiinnostavaa. Tällainen voi olla tilassa oleva juliste, paperilla oleva esitys tai testilaitteen avausnäky. Mahdollisuus juoda kuppi kahvia voi houkuttaa!
- Jos pyydät asiakaspalvelijoita osallistumaan, varmista, että he ymmärtävät tavoitteesi, hallitsevat hissipuheesi ja tietävät valintakriteerisi haastateltaville. Pidä tiimi päivän mittaan selvillä siitä, minkälaisia henkilöitä otoksesta vielä puuttuu.



- Jokaisella on sisäisiä vinoumia, jotka voivat näkyä siinä, ketä tuntee luontevaksi lähestyä ja ketä ei. Pikahaastattelijana sinun on haastettava itseäsi avaamaan keskusteluja useimmiten hyvin erilaisten ihmisten kanssa.
- Tarvitset herkkyyttä, rohkeutta ja myös kovapintaisuutta, sillä ihmiset eivät aina käyttäydy ystävällisesti nopeissa kohtaamisissa.

### 1.4.1 Näin onnistut – pikahaastattelu palvelupisteellä

#### Ennen

- Et halua osallistaa osallistamisen vuoksi, vaan saada kriittistä informaatiota, joka auttaa sinua luomaan paremman palvelun. Rakenna aineistonkeruusi seuraavien kysymysten ympärille:
  - Mitä sinun on saatava tietää palvelun kehitystä varten palvelupisteelle tulevilta ihmisiltä?
  - Mitä taustatietoja sinun on syytä kerätä? Yleensä pikahaastatteluissa ei kerätä henkilötietoja, vaan vain yleiset taustamuuttujat, jotta ei synny suuria vinoumia.
  - Mikä on nopein tapa saada potentiaaliset haastateltavat ymmärtämään, mitä haluat heiltä?
  - Mikä on hauskin, virkistävin tai virikkeellisin tapa kerätä informaatio?
  - Miten paljon tarvitset muun henkilöstön apua ja miten saat heidät mukaan?
- Voit pikakäynnistää keskusteluja esim. luomalla asiaan liittyvät keskustelukortit tai julisteita, joilla nostat esiin taustatutkimuksen paljastamia palvelun haasteita. Jos tutkit käytettävyyttä, laita esille paperiprototyypit tai eri laitteissa toimivat demot.
- Se, miten viimeistellyltä materiaali näyttää, ohjaa palautteen fokusta. Karkeat hypoteesikuvat kannustavat ideoimaan, tarkat käyttöliittymäkuvat ohjaavat yksityiskohtien arviointiin.
- Jos haastattelijoita on useampia, työnjako kannattaa. Näin toinen voi keskittyä rekrytointiin ja haastattelutilanteen etenemiseen, toinen muistiinpanoihin. Yksinkin voi pikahaastatella, mutta tällöin tilanteet etenevät hitaammin ja työ on kuormittavampaa.
- Voit myös tehdä pikahaastattelun pohjaksi verkkokyselyn, jota kirjaaja täyttää haastateltavien reaktioiden ja palautteen pohjalta. Näin saat siistin aineiston helposti kokoon.
- Pikahaastatteluja ei useinkaan tarvitse tallentaa äänenä tai videona – toki perusteellu- ja tällekin voi olla, esimerkiksi jos koeasetelma on hyvin luova tai kokeileva.

#### Tilanteessa

- Vältä kiireen tuntua. Jotkut asiakkaat ajattelevat ääneen ja puhetta syntyy spontaanisti, toisten pitää saada ensin mieltä ja sitten lausua ajatuksensa. Anna tilaa erilaisille haastateltaville.
- Pidä haastateltava aiheessa. Pistä kuitenkin merkille, jos haastateltavat poikkeavat aiheesta säännönmukaisella tavalla. Tällöin kysymyksenasettelussasi tai tutkimusasetelmassasi voi olla jotain korjattavaa, tai olet osunut ilmiöön, jota et osannut ennakoita.
- Jos saat asiakaspalvelijat auttamaan sinua haastateltavien löytämisessä, pidä heidät selvillä otoksesi kertymisestä ja kerro myös välituloksia. Se motivoi heitä auttamaan sinua edelleen.



## Jälkeen

- Summaa havaintosi jokaisen tutkimuspäivän jälkeen. Mikä yllätti? Mikä meni odotetusti? Miten korjaisit tutkimusasetelmaa? Mitä ajattelet nyt tutkimuskohteestasi?
- Analysoi tiedonhakusi tulokset suhteessa tutkimuskysymykseen.
- Jos sinulla oli palvelupisteellä avustajia asiakaspalvelun puolelta, on kohteliasta kiittää heitä jälkeenpäin ja kertoa jotain alustavista tuloksista.

## 1.5 Puhelinhaastattelu palvelun yhteydessä



Kuva 6. Menetelmän soveltuvuus eri tilanteisiin

### Mitä ja miksi?

Asiakaspalvelijat kohtaavat työssään paljon digiasioinnin ulkopuolelle jääneitä asiakkaita puhelin- ja käyntiasioinnissa. Voit tutkia mahdollisuutta tehdä yhteistyötä asiakkaita palvelevan henkilöstön kanssa niin, että he haastattelevat asiakkaita puolestasi asioinnin yhteydessä. Esimerkiksi puhelinpalvelu on hyvä paikka aloittaa tiedonhaku.

Arjessa asioitaan hoitavilta asiakkailta ja heitä auttavilta asiantuntijoilta ei voida edellyttää kovin aikaa vievää osallistumista kehittämissyöihin. Muutamankin kysymyksen vieminen asiakaspalvelutilanteisiin hidastaa palvelun läpimenoaikoja. Mitä laajemmalla rintamalla tietoa etsitään, sitä laskennallisesti kalliimmaksi panostus tulee. Siksi kysymyksiä on mietittävä erityisen huolellisesti. Niiden tulisi olla välittömästi ymmärrettäviä ja tuottaa prosessia inspiroivaa ja suuntaavaa informaatiota, olematta liian laiveita ja raportointimielessä aikaa vieviä.

Asiakaspalvelussa työskenteleville kerääntyy ylipäänsä valtava määrä tietoa siitä, mikä saa asiakkaat valitsemaan fyysisen asioinnin tai soittamisen digipalvelujen käyttämisen sijaan. Siksi myös asiakaspalvelijaa kannattaa aina haastatella.

### Miten saada osallistujia?

- Tärkeintä on saada palvelun omistaja vakuuttuneeksi siitä, että palvelua kannattaa hiukan hetkellisesti hidastaa näkemysten keräämiseksi palvelujen kehittämistä varten. Palvelun omistajalla on tärkeä rooli asiakaspalvelutiimin motivoimisessa haastattelemiseen.
- Päätä ensin, riittääkö asiakaspalvelijoiden haastattelemisen vai pyydätkö heitä haastattelemaan asiakkaita.
- Pidä haastateltavien valintakriteerit yksinkertaisina, jotta asiakaspalvelijat eivät kuormitu liikaa.
- Voit rajata tiedonhaun muutamaan päivään tai määrittää haastatteluille tavoitemäärän. Tätä valintaa ohjaa tutkimuskysymys.
- Mitä kattavampaa ja edustavampaa tutkimusta haluat tehdä, sitä tarkemmin sinun pitää määrittellä osallistujaryhmät. Osallistujien löytäminen taas saattaa vaikuttaa aikajänteeseen.



- Jos sinulla on vain rajattu määrä aikaa käytössä, valitse kysymyksenasettelu, jolla varmasti syntyy mieluiten inspiroivaa ja suunnittelua tukevaa, yleisiä näkemyksiä kuvaavaa dataa.
- Ihmiset vastaavat usein mielellään muutamaan kysymykseen asiointiin liittyen. Siksi pitkiä esipuheita ei useinkaan tarvita – kunhan kysymykset eivät lähde liian kauas itse asiointitilanteesta esillä olleista teemoista

### 1.5.1 Näin onnistut – puhelinhaastattelu palvelun yhteydessä

#### Ennen

- Voit kysyä vain muutaman kysymyksen. Asiakkaan ja asiakaspalvelijan pitää ymmärtää ne ilman selityksiä. Hyvä kysymys on lyhyt ja yksinkertainen.
- Aivan kehitysprosessin alussa kysymys voi koskea esimerkiksi sitä, miksi asiakas ei ole halunnut asioida digitaalisesti vaan hän on päättänyt soittaa.
- Asiakaspalvelutilanteessa ei voida kirjata pitkiä haastattelumuistiinpanoja. Puhelinhaastatteluihin kannattaakin laatia kysely, johon haastattelijat voivat raportoida taustamuuttujat ja vastaukset.
- Voit pyytää avovastauksia, mutta pidä kysymykset sisältömielessä suppeina, ettei haastattelijoiden tarvitse raportoida hyvin pitkiä keskusteluja.
- Myös määrälliset lähestymistavat toimivat: monivalinnat, asteikot ja arvosanojen antaminen.
- Jos sinulla on suuri tarve kontrolloida taustamuuttujia, voit kyselyllä kontrolloida eri ryhmien aineistojen kertymistä. Näin kysely ilmoittaa, jos tietty ikä- tai asuinpaikkar ryhmä on jo täytynyt.
- Rakenna viestintäkanava sinulle ja haastattelijoille. Siellä voit kertoa tutkimusdatan kerääntymisestä ja myös tukea nopeasti, jos tulee teknisiä tai muita ongelmia.

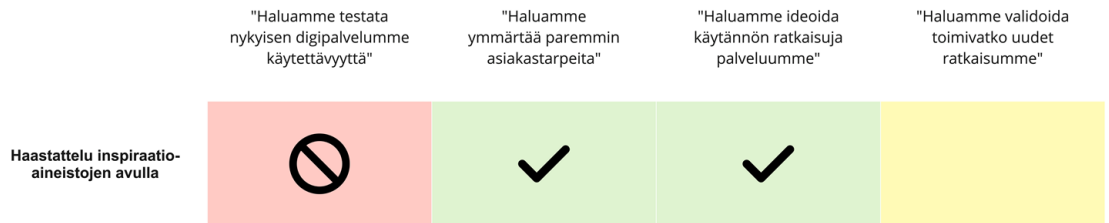
#### Tilanteessa

- Seuraa vastausten kertymistä ja taustakanavaa, jotta voit auttaa ja tsemptata tarvittaessa.
- Parhaimmillaan datan keruu on yhteinen projekti, joka on kiinnostava ja palkitseva osallistuville asiakaspalvelijoille.

#### Jälkeen

- Datat kerääminen oman työn ohella on kuormittavaa. Tarjoa sinulle tutkimusdataa keränneelle tiimille pullakahvit.
- Analysoi tutkimusdata. Voit myös esitellä analyysisi tuloksia sinua auttaneelle asiakaspalveluhenkilöstölle. Olivatko havaintosi asiakaspalvelijoiden mielestä todellisuutta hyvin edustavia vai epätavanomaisia?

## 1.6 Haastattelu inspiraatioaineistojen avulla



Kuva 7. Menetelmän soveltuvuus eri tilanteisiin

### Mitä ja miksi?

Digipalvelujen ulkopuolelle jääneiden ja jättäytyneiden saaminen mukaan kehittämistyöhön on erilaista kuin muiden, digiin myötämielisemmin suhtautuvien ryhmien kanssa toimiminen. Kun yhteinen digiasioinnin ja kehittämisen kieli puuttuu, voi tavoitteiden, ideoiden ja ratkaisujen jakaminen ja yhteiskehittäminen olla hankalaa.

Tiedonhaun, tutkimisen ja yhteiskehittämisen asetelmat rakennetaan usein ennalta-arvattaviksi ja tylsiksi. Erityisesti digiasioinnin ulkopuolelle jääneiden kohdalla kannattaa panostaa inspiroiviin, yllättäviin ja hauskoihin tutkimusasetelmiin. Mykän käyttöliittymän sijaan haastatteluihin ja koetilanteisiin kannattaa viedä materiaaleja, jotka houkuttavat puhumaan.

Inspiraatioaineistona voidaan käyttää keskustelukortteja, provosoivia väitteitä, palvelun kipupisteitä ilmentäviä julisteita, videoituja tarinoita, visualisoituja kyselyjä tai vaikka esineitä. Tunnetussa koeasetelmassa henkilö heijastelee kädessä pitämäänsä laudankappaleeseen asioita, joita toivoisi tai kuvittelisi kännykällä erilaisissa arjessa vastaantulevissa tilanteissa tekevänsä. Digin ulkopuolella toimivalta tämä ei helposti onnistu, mutta tutkijan kanssa yhdessä pohtien ja vuorovaikuttaen voi onnistua!

Ratkaisujen ideoinnissa ei digikokemattoman kohderyhmän kanssa kannata lähteä nollasta, vaan viedä heidän pohdittavakseen käyttöliittymäluonnoksia. Kun kokematon asiakas käy suunnittelijan kanssa läpi yksinkertaistettua paperiprotoa ja huomaa tämän muokkaavan sitä esille tulevien ongelmien myötä, hän alkaa uskoa omaan arvoonsa prosessissa. Kokemattomien osallistaminen on siksi aina digitaalista asiointia markkinoivaa ja eteenpäin vievää työtä – ja myös sellaisena tärkeää.

### Miten saada osallistujia?

- Tässä esiteltyt osallistamisen ideat sopivat osaksi muita kysymyksenasetteluja, eikä niihin sinänsä liity erityisiä osallistujien hankkimisen haasteita.
- Digin ulkopuolelle jääneissäkin voi olla paljon uteliaita ja todella luovia henkilöitä, joista on paljon apua suunnittelussa, kun heidät vaan saadaan innostumaan aiheesta. Ei siis kannata aina toimia myötämielisten ja jo osaavien kanssa, vaan panostaa myös ulkopuolisten näkemysten etsimiseen ja hyödyntämiseen suunnitteluprosesseissa.





## 1.6.1 Näin onnistut – haastattelu inspiraatioaineistojen avulla

### Ennen

- Inspiroivien tutkimusasetelmien rakentaminen vaatii aikaa ja vaivannäköä, mutta ei välttämättä merkittävästi enemmän kuin perushaastattelun tai -kyselyn laatiminen.
- Hyvällä luovalla tiimillä on muokattavia kortti-, juliste- ja työpohjia, joista saa nopeasti laadukasta printtimateriaalia tapaamiseen. Haastavampaa on luoda sisältöä, joka oikeasti puhuttaa, ja vielä tavalla joka hyödyttää prosessia.
- Aineiston näyttäminen voi inspiroida puhetta, mutta vielä hienompaa on, jos voit saada haastateltavan kuvaamaan näkemyksiään ja arvojärjestyksiään esimerkiksi korttien avulla. Voit pelillistää tilanteita, joissa asiakkaan tarpeita kiteytetään (esim.: äänestä vaihtoehdoista käyttäen 100 tähteä).
- Muista kuitenkin pitää puhuttamiseen ja perustan rakentamiseen käyttämäsi välineistö kevyenä ja ennen kaikkea hyödyllisenä. Metodologinen välineistö ei saa viedä huomiota päätavoitteelta eli palvelun tai sen tuen parantamiselta. Jos hauskan ja innostavan välineen suhde tavoitteeseen pääsemiseen on epäselvä, rohkene hylätä se.
- Rakenna ilmava aikataulu. Varaa aikaa tutustumiseen ja juttelemiseen. Haluat luoda luovan ja leikkisän ilmapiirin, eikä tunnelman syntymistä voi merkittävästi nopeuttaa.

### Tilanteessa

- Kaikki eivät nauti luovasta leikistä. Koita silti houkutella erilaisia ihmisiä aineistojesi äärelle keskustelemaan, kommentoimaan ja kehittämään. Älä anna periksi sisäisille intuitioillesi siitä, kuka osaa kehittää ja olla luova ja kuka ei.
- Varaa aikaa innostumiselle. Inspiraatioaineistojen kanssa työskennellessäsi et voi aina tietää, lähteekö haastateltavasi leikkiin mukaan vai ei. Jos ei, päästä hänet tilanteesta etujassa. Jos taas tilanne toimii hyväksesi, jatka tapaamista 20–30 minuuttia pidempään.
- Inspiroiviin työskentelyihin osallistuneet saattavat innostua työskentelemään kanssasi jatkossakin. Sinulla tulee olla valmis suunnitelma siitä, miten aiot mahdollisesti hyödyntää heidän työpanostaan jatkossa.

### Jälkeen

- Jälkihoida suhdetta haastateltavaan suunnittelemallasi tavalla.
- Luovia menetelmiä hyödyntäessäsi sinun kannattaa koota oppisi metodologian käyttökelpoisuudesta vastaavia tilanteita ja muita kiinnostuneita varten. Moni osaa tavanomaiset tutkimusmenetelmät, mutta harvempi osaa rakentaa luovuuteen houkuttelevia tilanteita.