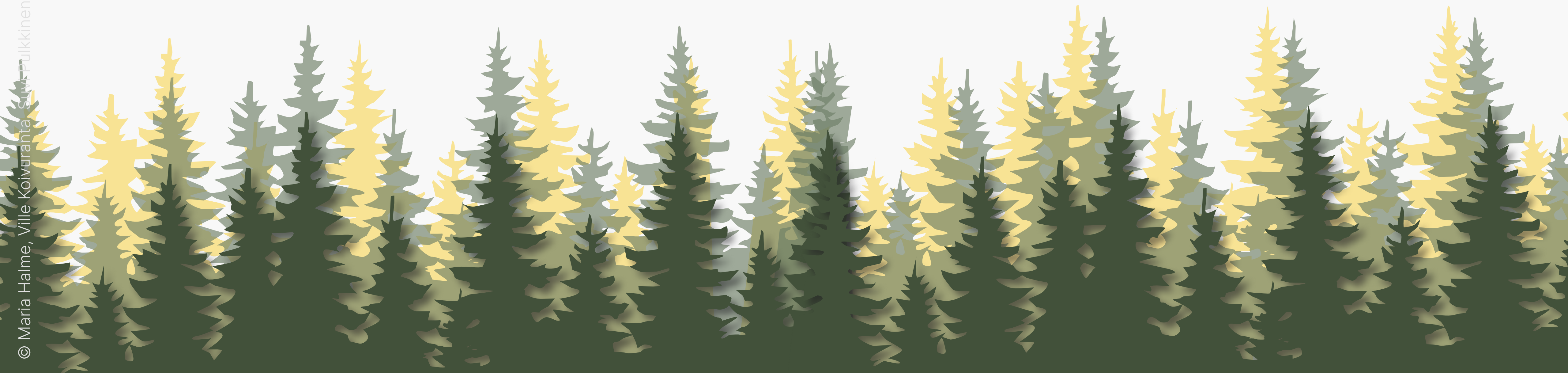


Kuntalais-
osallistamisen
retkipakki

KORPPI



KORPI -työkirja on käyttäjälähtöinen prosessi, joka kulkee kanssasi kohti osallistavampaa ja vuorovaikutukseen perustuvaa yhteistyötä kuntalaisten kanssa.

Retkipakki ohjaa lukijaa käyttäjäymmärryksen keruusta aina ideoiden käyttöönottoon asti.

Tekijät

Maria Halme
Ville Koivuranta
Suvi Pulkkinen
Pilvi Teininen

Vinkki!

Rivit toimivat linkkeinä,
pääset niitä klikkaamalla
suoraan kyseiseen lukuun.

SISÄLTÖ



- A** Johdanto
- B** Prosessi
- C** Osallistaminen
- D** Viestintä

- 01** Taustoitus
- 02** Kyselytutkimus
- 03** Haastattelu
- 04** Kohderyhmäprofiilit
- 05** Suunnittelun perusta
- 06** Työpaja
- 07** Työpajan purku
- 08** Ideointi
- 09** Next steps

JOHDANTO

A

luku B



TERVETULOA KORPEEN!

KORPI – kuntalaisosallistamisen retkipakki on työkalu erilaisiin kunnan projekteihin.

Työkirjan avulla varmistat käyttäjälähtöisen kehitysprosessin, jossa keskiössä on käyttäjämääräyksen keruu, yhteiskehittäminen sekä ideoiden arviointi.

Työkirja on joustava ja se on skaalattavissa laajempaan käyttöön. Se sisältää työprosessin, menetelmiä konkreettisiin tuloksiin sekä kuntalaisten osallistamiskeinoja. Eri työvaiheet sisältävät käyttöohjeet sekä työpohjat, jotka tukevat ja ohjaavat työskentelyä.

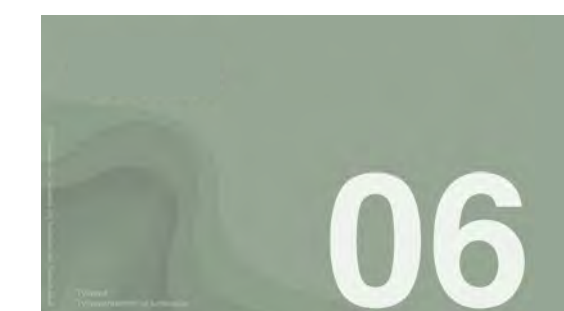
Käyttäjälähtöisen palvelumuotoiluprosessin on tuottanut LAB-ammattikorkeakoulun palvelumuotoilun opiskelijat opintojakson toimeksiannon pohjalta.



Prosessi



Ymmärrys ja
Analyysi



Ideointi ja
Konseptointi

Vinkki!

Keltaisilla painikkeilla voit navigoida suoraan luvun alkuun tai sisältölistaukseen.



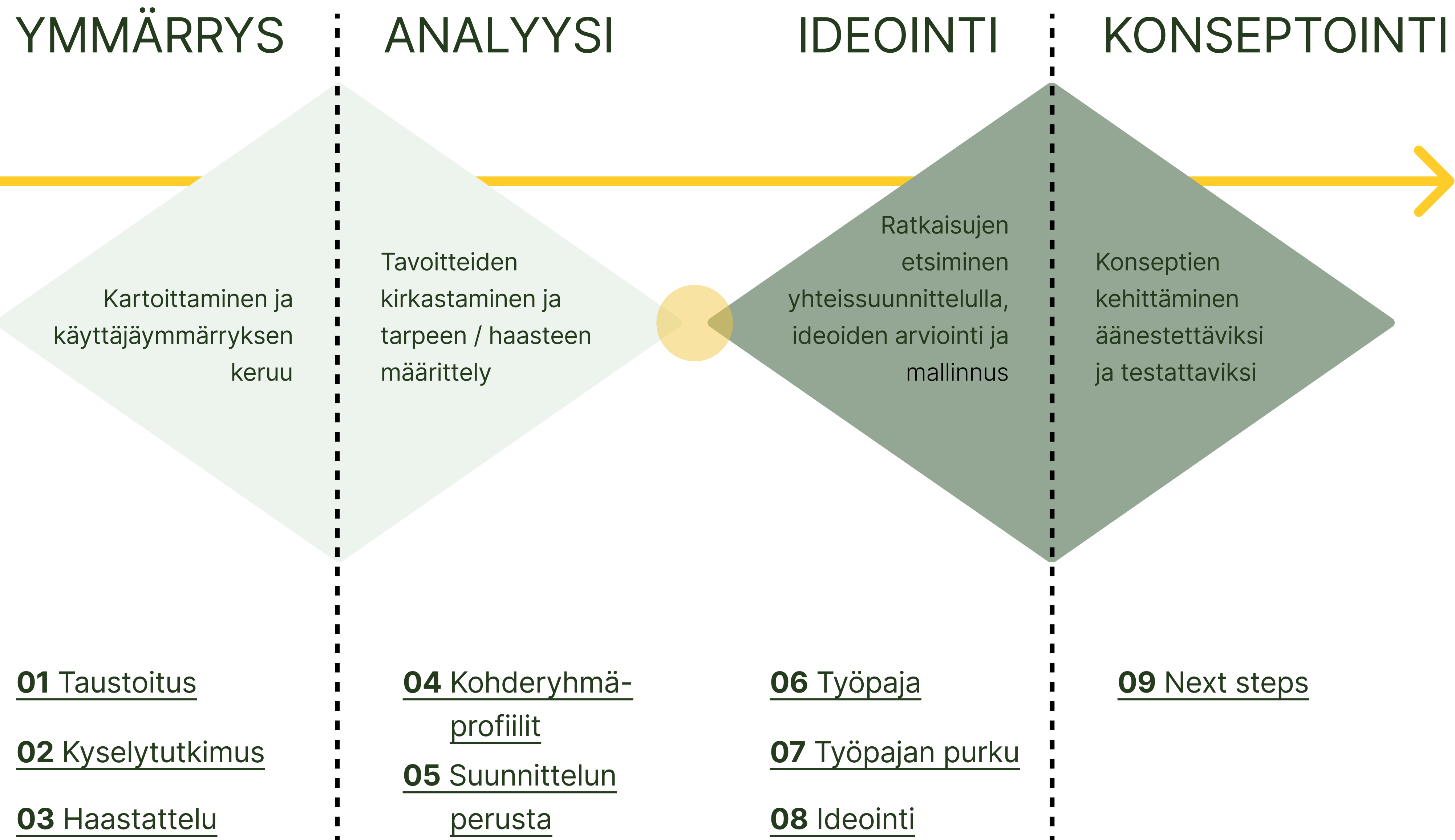
PROSESSISUUNNITELMA

B

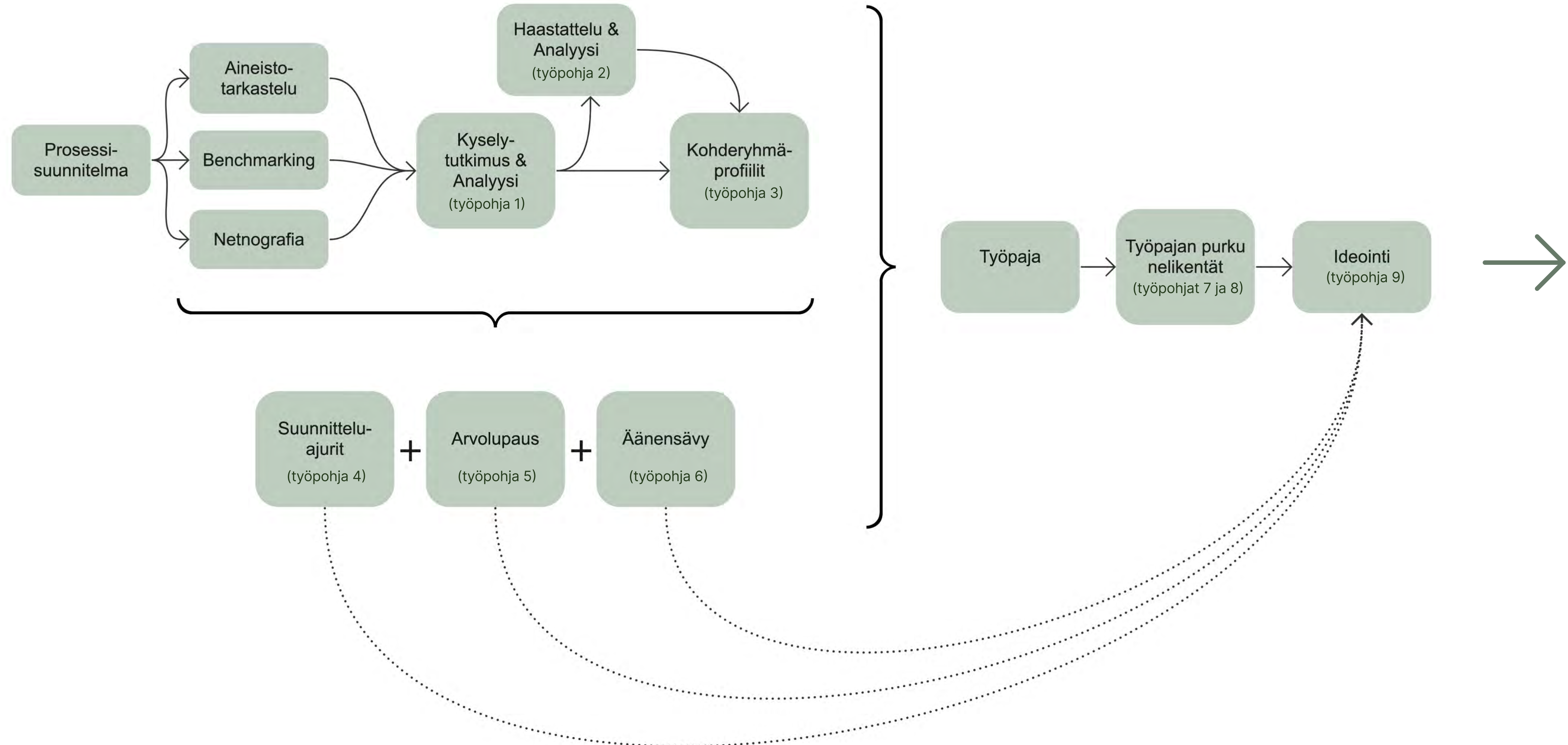
luku A
↑

luku C
↓





Tästä pääset vauhtiin



OSALLISTAMINEN



luku B
↑

luku D
↓



KUNTALAISET MUKAAN!

Osallistaminen on tärkeä asukasviestinnän ja tiedon jakamisen keino. Sen avulla voidaan vahvistaa kuuluvuuden tunnetta ja sitä kautta motivaatiota - sekä minä että me -pystyvyyttä.

SUUNNITTELUOSALLISTAMINEN



- asukkaat mukana asuinympäristöä koskevien asioiden suunnittelussa
- työpaja, asukastilaisuus, kyselytutkimus

TIETO-OSALLISTAMINEN



- tietoa kunnan päätöksenteosta sekä tuloksista monikanavaisesti
- verkkosivut, ilmoitustaulut, sosiaalinen media

TOIMINTAOSALLISTAMINEN



- mahdollisuus osallistua konkreettiseen tekemiseen
- kokeilut

VIESTINTÄ

D

luku C



luku 1



KERRO JA VIESTI

Monikanavainen viestintä tukee osallistamista. On tärkeää tavoittaa kuntalaiset prosessin eri vaiheissa ja

- tiedottaa projektista
- tehdä tilannekatsauksia
- julkaista kutsuja ja tapahtumailmoituksia
- linkkejä (esim. kyselytutkimus)

KANAVAT

- Sosiaalinen media (FB, IG)
- Kunnan verkkosivut
- Sähköpostiviestintä
- Sähköiset ilmoitustaulut kunnan julkisissa tai puolijulkisissa tiloissa
- Perinteinen media, paikallisjakelut

SIDOSRYHMÄT

- Yhdistykset
- Koulut
- Pientoimijat
- Harrastusryhmät
- Paikalliset toimijat tai keskuksset
- Nuorisovaltuusto



TAUSTOITUS

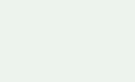
01

Taustoitus
Aineistotarkastelu
Benchmarking
Netnografia

luku D



luku 02



TAUSTOITUS

Tässä luvussa on kolme menetelmää taustoitukseen. Etuna on löytää näkökulmia, kipukohtia tai kysymyksiä, joihin keskittyä projektin seuraavissa, syvemmän käyttäjäymmärryksen hankinnan vaiheissa.

- Aineistotarkastelu:** Mitä tutkimuksia tai julkaisuja aiheesta jo on?
Mikä on hyödyllistä? Miten tietoa voi soveltaa omassa toiminnassa?
- Benchmarking:** Mitä muut toimijat jo tekevät ja millä tavalla?
Mitä voi hyödyntää omassa toiminnassa?
- Netnografia:** Mitä kohderyhmästä voi oppia verkossa?
Mistä haasteista tai vahvuuksista kohderyhmä viestii?



AINEISTOTARKASTELU



Aineistotarkastelussa etsitään aiheeseen liittyvää laadullista tai määrällistä tietoa, esimerkiksi artikkeleita, tilastoja, ohjeistuksia ja tutkimuksia sekä eri julkaisuja (raportit, verkkosivut, blogit). Tämän tarkastelun pohjalta tehdään yhteenvetoja ja nostetaan esille löydöksiä - nämä päätelmät ja kiteytykset lisäävät ymmärrystä yksittäisten tietolähteiden ja alkuperäisen aineiston ympärillä. Aineistotarkastelu on oiva työkalu tunnistamaan mahdollisuuksia ja uhkia, sekä uusia näkökulmia aiheeseen liittyen.

Tavoite:

- rikastuttaa ymmärrystä ja saada lisätietoa aiheesta
- löytää ja tarkastella aikaisemmin tehtyjä toimenpiteitä ja tutkimuksia liittyen aiheeseen

Näin se toimii: Etsi toteutettuja tutkimuksia, ohjeistuksia ja tilastoja. Tee yhteenvetoja ja kirjaa oivalluksia löydetyistä aineistosta, faktoista ja tuotetusta datasta. Näin aineiston avulla löydetään uusia asiayhteyksiä.

- Mitä tutkimukseen liittyvää tärkeää tietoa aineistossa on?
- Nouseeko aineistoista esiin yhtäläisyyksiä, toistuvatko jotkut asiat?



BENCHMARKING



Benchmarking eli vertailuanalyysi on hyödyllinen menetelmä ongelmien ratkaisuun ja uusien toimintamallien löytämiseen silloin, kun ympäristössä on muita samaan suuntaan pyrkiviä toimijoita. Omassa toiminnassa on mahdollisuus säästää aikaa ja resursseja, jos jokin ratkaisu löytyy jo muualta.

Tavoite:

- löytää ja soveltaa erilaisia muualla kokeiltuja toimintatapoja
- hyödyntää parhaat käytännöt omassa toiminnassa
- löytää parhaat ja onnistuneeksi koetut menetelmät tai inspiroitua niistä

Näin se toimii: Etsi esimerkiksi eri toimijoiden asukasviestintään ja -osallistamiseen liittyviä hankkeita ja tutustu raportteihin niiden takana.

Reflektoi:

- Onko jokin haaste ratkaistu tehokkaammin tai eri näkökulmasta?
- Entä onko jotain tehty aivan toisella tavalla?



NETNOGRAFIA

Netnografia eli verkkoetnografia on tutkimusmenetelmä, jonka avulla tutkitaan ihmisten sosiaalista käyttäytymistä digitaalisessa ympäristössä. Yleisesti online-yhteisöissä keskustelu on vapaampaa, joten siellä uskalletaan jakaa autenttisempia ajatuksia, uskomuksia ja mielipiteitä.

Tavoite:

- löytää mielipiteitä, kokemuksia ja avointa keskustelua
- tunnistaa ongelmia, joihin voidaan kehittää ratkaisuja
- parantaa käyttäjäkokemusta

Näin se toimii: Etsi alusta, jossa käydään aiheeseen liittyvää keskustelua. Seuraa keskustelua tai osallistu itse aloittamalla keskustelu ja antamalla tilaa palautteelle.

Esimerkkialustoja:

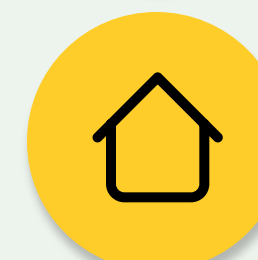
- Keskustelupalstat
- Instagram, X, Facebook (ja sen sisäiset ryhmät)



KYSELYTUTKIMUS

02

Kyselytutkimus
Kyselytutkimuskysymykset
Kyselytutkimuksen tuloksien analyysi -työpohja



KYSELY- TUTKIMUS

Kyselytutkimus on lähtökohta käyttäjymmärryksen keruulle. Ennen kyselyn laatimista tulee tutkimukselle määrittää tavoite, joka ohjaa kohti oikeanlaisia tuloksia.

Huom! Mieti ennakkoon sellainen kysymys, minkä pohjalta eri käyttäjäprofiilit rakennetaan; demo- tai geografisen tekijän mukaan, vai esimerkiksi motivaation, asenteen, käyttäytymisen tai kokemuksen perusteella (katso s.27). Mikäli profiilit luodaan laadullisen mittarin mukaan, varmista että

- kyseinen kysymys on pakollinen
- kysymyksessä on monipuoliset vastausvaihtoehdot
- kysymys on muotoiltu niin, että siinä olevista vaihtoehdoista voi valita vain yhden (tai vaihtoehtoisesti monivalintakysymyksessä valinnat tulee asettaa tärkeysjärjestykseen)



Koska...

Kyselytutkimuksen löydöksiä hyödynnetään kohderyhmäprofiilien muodostamisessa.



Muuta huomioitavaa;

- yksi aihe tai asia per kysymys
- pidä vastausvaihtoehdot aiherelevantteina
- arvioi tuottavatko kysymys tai vastausvaihtoehdot lisäarvoa
- vastausvaihtoehtojen inklusiivisuus

Verkkokysely

- aukioloaika 3+ viikkoa
- riippuen kohderyhmästä, jaa ja markkinoi monikanavaisesti
 - Facebook ja Instagram
 - kunnan verkkosivut
 - perinteiset mediat ja infotaulut



KYSELYTUTKIMUS

KYSYMYKSET

Kyselyn rakenne on looginen, edeten laajista kysymyksistä yksityiskohtaisempiin

- eri teemat kannattaa jaotella eri sivuille

Kyselyssä on vuorotellen sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä

- monivalintakysymyksissä voi valita 1-3 vastausta
- monivalintakysymyksissä on myös avoin "muu" vaihtoehto

Varmista, että osallistuja on tietoinen missä kohtaa kyselyä hän kulloinkin on lisäämällä kyselyyn etenemispalkin.

(Kysymykset ovat Asikkalan kuntalaisille toteutetusta kyselytutkimuksesta).

Demografiset tiedot

- Asutko Asikkalan kunnassa?
- Ikä (määrittele ikähaarukka)
- Mikä seuraavista kuvaa parhaiten elämäntilannettasi? (asuintilanne, perherakenne)
- Mikä seuraavista kuvaa parhaiten tämän hetkistä tilannettasi? (työssäkäyvä, opiskelija, eläkeläinen...)

Motivaatio ja mahdolliset esteet

- Uskon, että arjen valinnoillani on vaikutusta ilmastonmuutoksen torjumisessa (arvio 1-10).
- Mikä motivoi/motivoisi sinua tekemään ilmastotekoja ja vastuullisempia valintoja?
- Mikä mahdollisesti estää sinua tekemästä ilmastotekoja ja vastuullisempia valintoja?
- Mikä helpottaisi sinua tarttumaan kiinni ilmastotekoihin ja tekemään kestävämpiä valintoja?

Toimenpiteet kunnassa ja kommunikointi

- Mitkä seuraavista toimenpiteistä olisivat sinulle tärkeitä kunnassasi?
- Miten kunta voisi mielestäsi tukea sinua ja muita kuntalaisia kohti kestävämpää elämäntapaa?
- Mistä ilmastonmuutokseen liittyvistä asioista/aiheista toivot kuntasi viestivän?
- Mistä kanavista haet tietoa ilmastonmuutokseen ja ilmastotekoihin liittyen?
- Mitä kautta haluaisit saada sinulle sopivia vinkkejä liittyen kestävämpään arkeen?



KYSELY - analyysi

Aloita tästä

PERSPEKTIIVI:

Valitse ja määrittele perspektiivi
josta tarkastelet asioita
(esim. motivaatio,
asenne, käyttäytyminen tai
kokemus)

Etsi ääripäitä ja kontrasteja:

Etsi samankaltaisuuksia ja
toistuvia teemoja:

Etsi yllättäviä asioita:



HAASTATTELU

Haastattelukysymykset on rakennettu kyselytutkimuksen tuloksien sekä taustoituksen pohjalta, joten haastattelut kannattaa toteuttaa vasta ensimmäisen tiedonkeruukierroksen jälkeen.

Syvähaastatteluilla saatavalla tiedolla voidaan validoida kyselytutkimuksessa esille nousseita teemoja, ilmiöitä ja olettamuksia.

Huom! Haastatteluun tulee lisätä sama kysymys kuin kyselytutkimuksessa, jonka perusteella kohderyhmäprofiilit rakennetaan (demo- tai geografinen tekijä, kysymys liittyen motivaatioon, asenteeseen, käyttäytymiseen tai kokemukseen) (katso s.27).



Koska...

Haastattelun löydöksiä hyödynnetään kohderyhmäprofiilien muodostamisessa.



Muuta huomioitavaa;

- pieni arvontapalkinto vastaajien kesken aktivoi osallistumista

Rekrytointi

- kyselytutkimuksen yhteydessä (anna vastaajille mahdollisuus jättää yhteystiedot haastattelua varten)
- monikanavaisesti; kunnan verkkosivut, kunnan alueen julkaisut, julkisten tilojen infotaulut, sosiaalisen median julkaisut ja tarinat (Facebook ja Instagram)
- yksilöiden tavoittaminen yhdistysten, yhteisöjen, järjestöjen ja koulujen kautta



HAASTATTELU KYSYMYKSET

Puolistrukturoitu haastattelurunko antaa vapauden esittää lisä- ja jatkokysymyksiä eri aiheista.

(Haastattelukysymykset ovat Asikkalan kuntalaisille toteutetuista haastatteluista).

Ilmastotoimet ja motivaatio

- Oletko tehnyt arkeen valintoja tai tekoja tietoisesti hidastaaksesi ilmastonmuutosta?
→ Entä niitä, jotka vaikuttavat ilmastoon negatiivisesti?
- Onko jotain ilmastotekoja mitä haluaisi tehdä, mutta et voi?
→ Mikä estää?
- Onko tällä hetkellä johonkin asiaan liittyen kannustimia?
→ Mikä kannustin auttaisi valitsemaan vastuullisemmin?

Näkemyserot

- Onko perheen tai lähipiirin kesken erilaisia näkemyksiä?
→ minkälaisia?
→ mitä tunteita herättää?
→ mikä auttaisi?

Viestintä ja puhe

- Onko ilmastoviestintä, mitä otat vastaan tai etsit, selkeää ja ymmärrettävää?
- Onko aiheen termit ymmärrettäviä?
→ Minkälaisia termejä käytät?
→ Onko sana hiilikädenjälki tuttu?
- Mitä tunteita ympäristöasiat herättää?
- Onko ilmastoviestintä sinulle passiivista vai aktiivista?
- Kuvaile minkälaiseksi koet hyvän ilmastoviestinnän?
- Minkälainen viesti tavoittaa sinut parhaiten?
- Mitä laitetta käytät tiedon etsimiseen?
→ Olisiko mobiilin kautta saadut tiedot ok? Haluaisitko sitä kautta ilmoituksia?
- Seuraatko tai etsitkö tietoa ilmastosta sosiaalisesta mediasta?
→ Mistä?
- Onko sinulla arjessa tilanteita jolloin tarvitset tietoa ympäristöasioista? (esim. kierrätys)
- Onko ilmastoviestintä vaikuttanut sinun käyttäytymiseen, arkeen tai tekoihin?
→ Oliko vaikutus positiivinen vai negatiivinen?

Kunta

- Jos tarvitset jotain ilmastotyöhön liittyvää kunnan palvelua tai toimea, mistä haet tietoa?
- Seuraatko kunnan päätöksentekoa ilmastoasioissa?
- Miten haluaisit olla yhteydessä kuntaan liittyen ilmastotöihin tai palveluihin?
- Minkälaista konkreettista sisältöä haluaisit nähdä kunnan viestinnässä?
- Oletko ollut mukana kunnan yhteistyössä tai esim. työpajassa?
→ Millaista oli?
→ Mikä saisi sinut osallistumaan?

Osallistaminen

- Osallistutko talkoisiin tai tapahtumiin, jotka liittyvät ilmastoon tai suomalaisen luonnon säilyttämiseen?
→ Mikäli et, mikä saisi sinut osallistumaan?
→ Kuvaile unelmien talkoot



HAASTATTELU - analyysi

Miten viestii ja kommunikoi? Mistä etsii tai saa tietoa? Mitä kautta? Missä muodossa? Mitä toivoo viestinnältä? Minkälaista tietoa?



Kaipaa tai tarvitsee:

Mikä häntä kannustaa?

Mahdolliset esteet ja/tai haasteet:

Mihin voisi osallistua? Miten saisi osallistumaan?

KOHDERYHMÄ- PROFIILIT

Kohderyhmäprofiilit on luotu käyttäjäymmärryksen pohjalta. Niiden muodostamisessa hyödynnetään kyselytutkimusta ja haastatteluilla kerättyä tietoa sekä aineistoa, jonka avulla voidaan kuvata tuotteen tai palvelun mahdollisia käyttäjiä (työpohjat 1 ja 2). Ne kiteyttävät motivaatioita, tarpeita, tavoitteita, kipupisteitä ja käyttäytymismalleja.

Kohderyhmäprofiilit auttavat pitämään loppukäyttäjän tarpeet suunnittelutyön keskiössä. Ne toimivat inspiraationa, ideoinnin lähteenä sekä apuvälineenä. Niitä hyödynnetään myös konseptoinnissa, ideoinnissa ja testauksessa.



Koska...

Kohderyhmäprofiili kiteyttää kyselytutkimuksen ja haastattelujen löydökset.



Profilointiperspektiiviä kannattaa miettiä jo käyttäjätutkimusvaiheessa, jotta profiloinnin perusteena olevasta tekijästä saadaan luotettavaa tietoa. Kohderyhmäprofiilit voi perustua

- sijaintiin (geografinen)
- ryhmän piirteeseen tai perustietoon esim. ikä (demografinen)
- arvoihin, kiinnostuksen kohteisiin, asenteisiin tai luonteenpiirteisiin (psykografinen)
- motivaatioon, tarkoitukseen tai tavoitteeseen (preferenssit)
- käyttäytymiseen, rutiineihin tai toimintamalleihin
- tiettyyn ongelma-kohtaan tai haasteeseen



ryhmän nimi

[Kuvaus profiilin tyypillisimmistä piirteistä riippuen kyselytutkimuksessa sekä haastatteluissa asetetuista kysymyksistä, näkökulmista sekä löydöksistä. Esim. motivaatio, asenteet, toimintamallit, rutiinit, tavat, mitä suosivat, kokevat, uskovat, tai etsivät. Mikä on heille tuttua tai uutta. Mikä heitä kannustaa, ilahduttaa, huolestuttaa, estää. Lisäksi kohderyhmäprofiilille tärkeitä asioita ja tarpeita liittyen tuotteseen, tilanteeseen tai palveluun.]

00% 00%

[Osuus vastaajista, joilla jokin piirre tai vastausvalinta]

[Osuus vastaajista, joilla jokin piirre tai vastausvalinta]

(avainsana)
(avainsana)
(avainsana)
(avainsana)
(avainsana)

Kannustimet

[2-3 suurinta myötävaikuttajaa sekä kannustinta tälle ryhmälle. Esimerkkejä konkreettisista toimista.]

Viestintä

[Ryhmälle tyypilliset tiedonsaanti ja -hakulähteet, sekä toiveet mistä muista kanavista mahdollisesti haluaisivat tietoa.]

Minkätyyppistä sisältöä toivovat, ja minkälaisilla alustoilla. Kerro myös konkreettisia esimerkkejä.

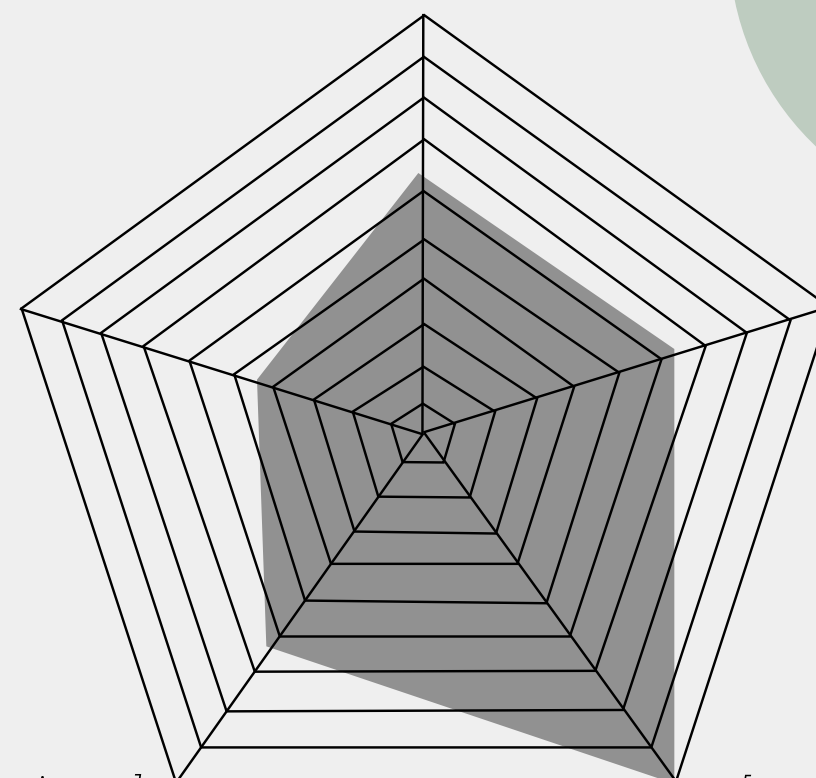
Mitä sisältöä ryhmän edustajat toivoisivat kunnalta.

Minkätyyppistä keskustelua, viestintää ja vuorovaikutusta ryhmä arvostaa, suosii tai toivoo. Mahdollisesti konkreettisia esimerkkejä.

Minkälainen äänensävy on paras tälle ryhmälle.]

[mittari]

[muuttuja tai ominaisuus]



[muuttuja tai ominaisuus]

[muuttuja tai ominaisuus]

[muuttuja tai ominaisuus]

[muuttuja tai ominaisuus]

Kaavion jokainen väli vastaa 10 prosenttia. Määrittele kyselytutkimuksen tuloksien pohjalta (% arvo).

Mikä estää

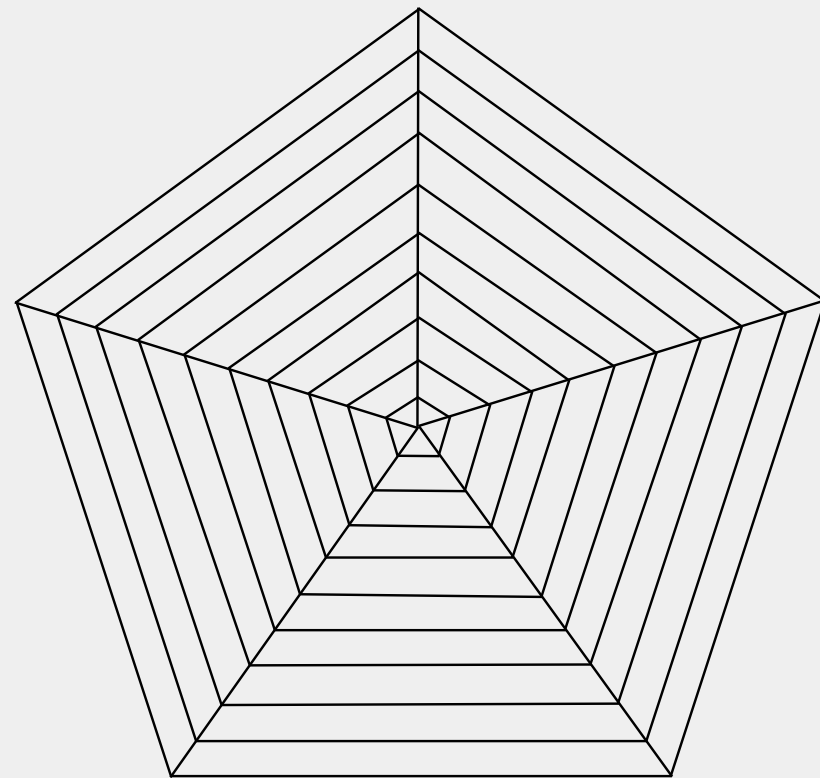
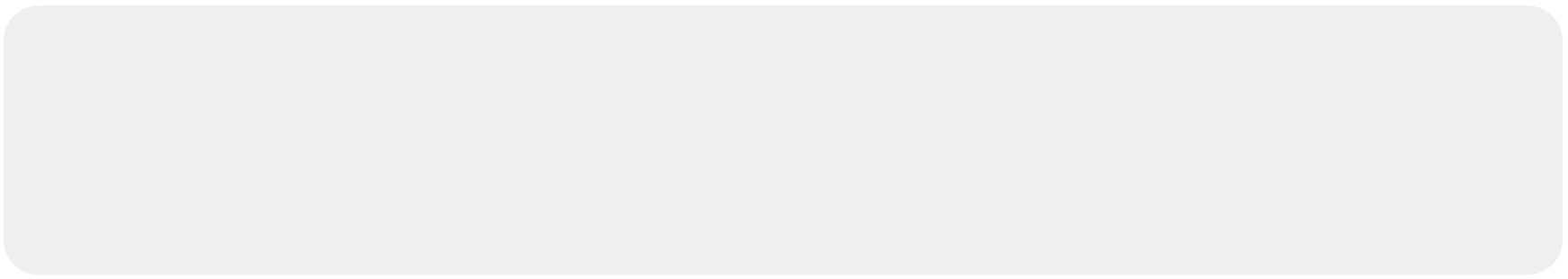
[2-3 suurinta estettä tai haastetta mitä ryhmän edustaja kokee]

Osallistuminen

[Minkätyyppinen osallistuminen on ryhmälle tärkeintä, ja minkälaisiin osallistamisen muotoihin olisivat valmiit lähtemään - ja miksi]

Kaipaa

[Kiteytys asioista, joita ryhmä kaipaa]



%

%

 Kannustimet

 Viestintä

 Mikä estää

 Osallistuminen

 Kaipaa



SUUNNITTELUN PERUSTA

05

Suunnitteluajurit
Suunnitteluajurit -työpohja
Arvolupaus
Arvolupaus -työpohja
Äänensävy
Äänensävy -työpohja

luku 04



luku 06



SUUNNITTELUAJURIT

Suunnitteluajurit (Design Drivers) luodaan tiivistämällä kerätystä käyttäjäymmärryksestä 3-4 keskeistä periaatetta. Niiden tarkoitus on toimia suuntaviivoina käyttäjälähtöisessä suunnittelussa. Syntyneitä konsepteja voidaan heijastaa suunnitteluajureihin ja arvioida, miltä osin ne vastaavat käyttäjätarpeisiin.

Näin se toimii: Suunnitteluajureiden laatimisessa voit hyödyntää seuraavan sivun työpohjaa (työpohja 4). Pidä suunnitteluajurit takataskussasi suunnitteluprosessin edetessä ja tarkista ajoittain, että otetut askeleet johtavat kohti käyttäjätarpeen määrittämää suuntaa.



Koska...

Suunnitteluajurit auttavat pitämään käyttäjien tarpeet suunnittelun ytimessä.



SUUNNITTELUAJURIT

Taustoituksessa
toistunut teema tai asia:

Kyselytutkimuksessa
toistunut teema tai asia:

Haastatteluissa
toistunut teema tai asia:

Kohderyhmäprofiileissa
toistunut teema tai asia:

Miten tämän voisi
huomioida tulevassa
suunnittelussa?

Miten tämän voisi
huomioida tulevassa
suunnittelussa?

Miten tämän voisi
huomioida tulevassa
suunnittelussa?

Miten tämän voisi
huomioida tulevassa
suunnittelussa?



ARVOLUPAUS

Arvolupaus on tuotteen tai palvelun tuottajan lupaus ja kuvaus arvosta, mitä tuote tai palvelu tuottaa käyttäjälle.

Tavoite:

- sanallistaa ja tehdä näkyväksi mitä hyötyä ratkaisusta on käyttäjälle

Näin se toimii: Arvolupauksen paino on käyttäjässä, joten työpohjan täyttäminen aloitetaan siitä. Määrittelyssä hyödynnetään aikaisemmin kerättyä käyttäjäymmärrystä. Arvolupauksen voi tehdä yhteisenä kaikille kohderyhmille, jolloin mietitään kaikkien käyttäjien yhteisiä tarpeita, odotuksia ja kipupisteitä. Näin voidaan kartoittaa, mitä ja miten kaikki kohderyhmät hyötyvät tuotteesta tai palvelusta.



Vinkki!

Arvolupaus on parhaimmillaan ymmärrettävä, kansankielinen ja ytimekäs.



ARVOLUPAUS

KÄYTTÄJÄ

Tarve

Mitä käyttäjä tarvitsee?
Mihin asiaan tarvitsee ratkaisua?

Odotukset

Mitä käyttäjä haluaa, tai mitä
hyötyjä odottaa?

Kipupiste

Mitä negatiivisia kokemuksia, haasteita,
tunteita tai riskejä kokee tai näkee?

RATKAISU

Ratkaisu

Miten tuote tai palvelu toimii?
Mikä ratkaisee tarpeen tai ongelman?
Millä käyttäjä saavuttaa tavoitteen?

Arvo

Miten ratkaisu tuo hyötyä ja arvoa käyttäjälle?

Avut

Miten ratkaisu helpottaa?
Miten ratkaisu poistaa kipupisteet?



ÄÄNENSÄVY

Äänensävy kulkee läpi koko prosessin ja näkyy kaikessa tekemisessä. Äänensävyt perustuvat käyttäjäymmärrykseen ja kohderyhmäprofiileihin. Työpohjan arvot ovat suosituksia.

Tavoite:

- äänensävyn määrittämisen tavoitteena on johdonmukainen ja yhtenäinen kokonaisuus

Näin se toimii: Merkitse jokaiselle janalle merkki siihen kohtaan, kumpaan ääripäähän äänensävy painottuu.

Virallinen ————— X ————— Arkinen



Lisäksi...

Äänensävyn tulee aina olla ystävällinen, kunnioittava ja luotettava.



ÄÄNENSÄVY

Virallinen	—————	Arkinen
Vakava	—————	Kevyt
Tieteellinen	—————	Kansankielinen
Asiallinen	—————	Leikkisä
Kehottava	—————	Suositteleva
Napakka	—————	Tarinallinen
Hiilijalanjälki	—————	Hiilikädenjälki



TYÖPAJA

006



TYÖPAJA

Työpaja, ideointi-ilta tai asukastapahtuma on tärkeä tilaisuus kohdata kohderyhmän edustajia ja saada heiltä sekä ymmärrystä että ideoita - näin varmistetaan, että ratkaisuja rakennetaan heille, heidän tarpeisiin ja toiveisiin. Osallistaminen lisää myös kuntalaisten motivaatiota.

Tavoite:

- työpajalle tulee määritellä tavoite suunnittelutiimin kesken; mitä työpajan avulla tavoitellaan. Tämä tavoite jaetaan työpajassa osallistujille, jotta he ovat tietoisia, mihin työskentelyllä pyritään ja missä tuotoksia hyödynnetään.
- tämän työkirjan työpajamallin tavoitteena on saada ideoita, päästä konkretiaan sekä arvioida kuvallisesti että kirjallisesti ilmaistuja ideoita ja tuotoksia

Näin se toimii: Työpajamalli seuraavalla sivulla on testattu Asikkalassa. Sitä voi muokata omiin tarpeisiin sopivaksi. Työpaja on suunniteltu siten, että eri työvaiheet ja metodit ovat tarkoin harkituissa vaiheissa ja tietyssä järjestyksessä. Aikataulua voi mahdollisuuksien mukaan pidentää, mutta emme suosittele sen lyhentämistä.

Työpajamalli etenee kronologisesti antaen samalla yksityiskohtaisia ohjeita metodista, sen edellyttämistä välineistä, sen valmistelusta sekä tavoitteesta. Työpajamallissa on myös ohjeistusta eri vaiheiden fasilitointiin, eri metodien esittelyyn sekä dokumentointiin.



Koska...

Osallistaminen on yksi tärkeimmistä tavoista kerätä käyttäjäymmärrystä ja käyttäjälähtöisiä ideoita.



TYÖPAJAN PURKU

07

Työpajaideoiden arviointi ja analyysi
Affinity Diagram
Nelikenttä-arviointi
Nelikenttä-työpohjat

luku 06



luku 08



TYÖPAJATUOTOSTEN ARVIOINTI JA ANALYYSI

Arvioinnin avulla voidaan ohjata resurssit ideoihin, jotka tuovat eniten arvoa. Riippuen työpajassa käytetystä ideointimenetelmästä, voidaan ideat purkaa useammalla eri tavalla.

Työkirjassa suositellaan käyttämään **Affinity Diagramia**, joka sopii paremmin kirjallisen tiedon jäsentelyyn. Toinen suositeltu menetelmä on **nelikenttä-arviointi**, jonka muuttujat/arvot voidaan määritellä aiheen mukaan. Menetelmiä voidaan käyttää työpajan yhteydessä, jossa osallistujat itse tekevät arvioinnin ja lajittelun. Vaihtoehtoisesti suunnitteluryhmä voi tehdä arvioinnin ja lajittelun työpajan jälkeen.

Affinity Diagram:

Tavoitteena on tunnistaa teemoja, jotka yhdistävät ideoita ja tuotoksia. Teemat ovat siis tilanne- ja tuotosriippuvaisia. Tunnistettuja teemoja hyödynnetään ideoinnissa.

Nelikenttä:

Tavoitteena on nelikenttäravioinnin avulla tunnistaa ideoista ja tuotoksista esim. ne, joilla saadaan pienellä työllä ja nopealla aikataululla isoin impakti, tai ne, jotka palvelevat useampaa kohderyhmää.

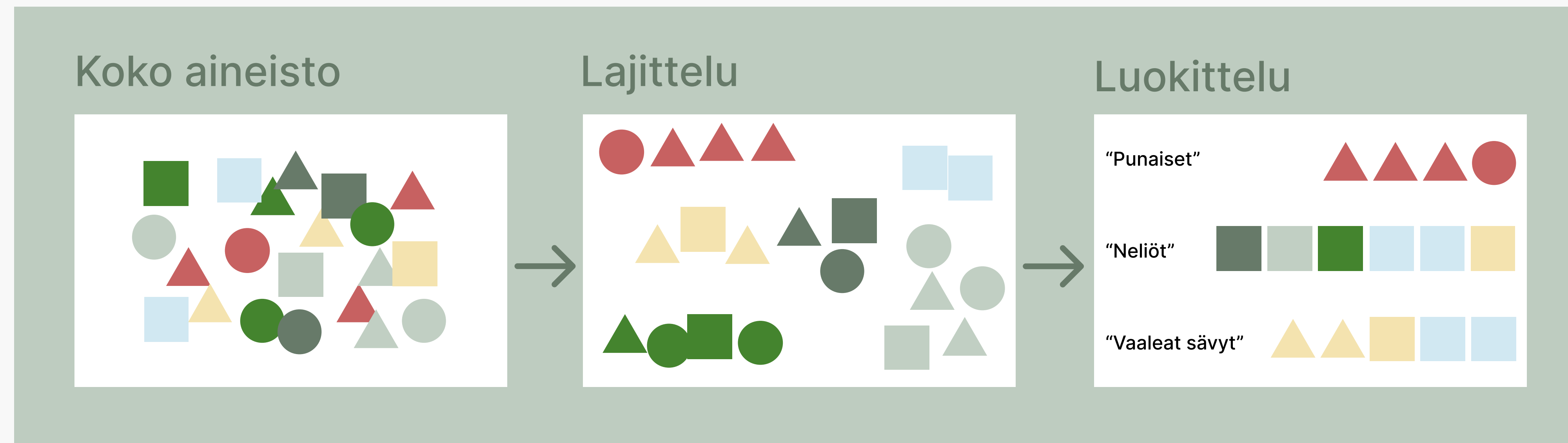


Vinkki!

Affinity Diagram on helpoin toteuttaa, kun erilliset ideat on kirjoitettu erillisille post-it lapuille.

AFFINITY DIAGRAM

Affinity Diagram eli samankaltaisuuskaavio on käyttökelpoinen menetelmä tiedon jäsentelyyn. Aineistosta haetaan keskenään samankaltaisia asioita ja ne tuodaan lähemmäksi toisiaan. Teemoitus/luokittelu tapahtuu yleensä aineiston ehdoilla, eli niillä kriteereillä joilla eri aineiston osia on mahdollista yhdistää. Tällaisia kriteerejä voivat olla esimerkiksi "toiveet", "haasteet", "liikkuminen" tai "kierrätys" - teemoitusta voi siis kokeilla monesta eri näkökulmasta.



NELIKENTTÄ

Nelikentän avulla voidaan priorisoida ja arvioida ideoiden ja tuotosten toteutettavuutta, helppoutta, niiden nopeutta, merkityksellisyyttä tai kartoittaa korkean potentiaalin aihioita. Nelikenttään sijoitetaan työpajassa tuotetut ideat (työpohja A) tai moodboardit (työpohja B). Siihen määritellään ideoinnin aiheelle tärkeimmät muuttujat/arvot esim. ideoiden toteutuksen monimutkaisuus, toteuttamiseen tarvittava aika tai sen mukaan kuinka paljon idea tuottaa arvoa asiakkaalle (monimutkainen vs. yksinkertainen, hidas vs. nopea).

Vinkki!



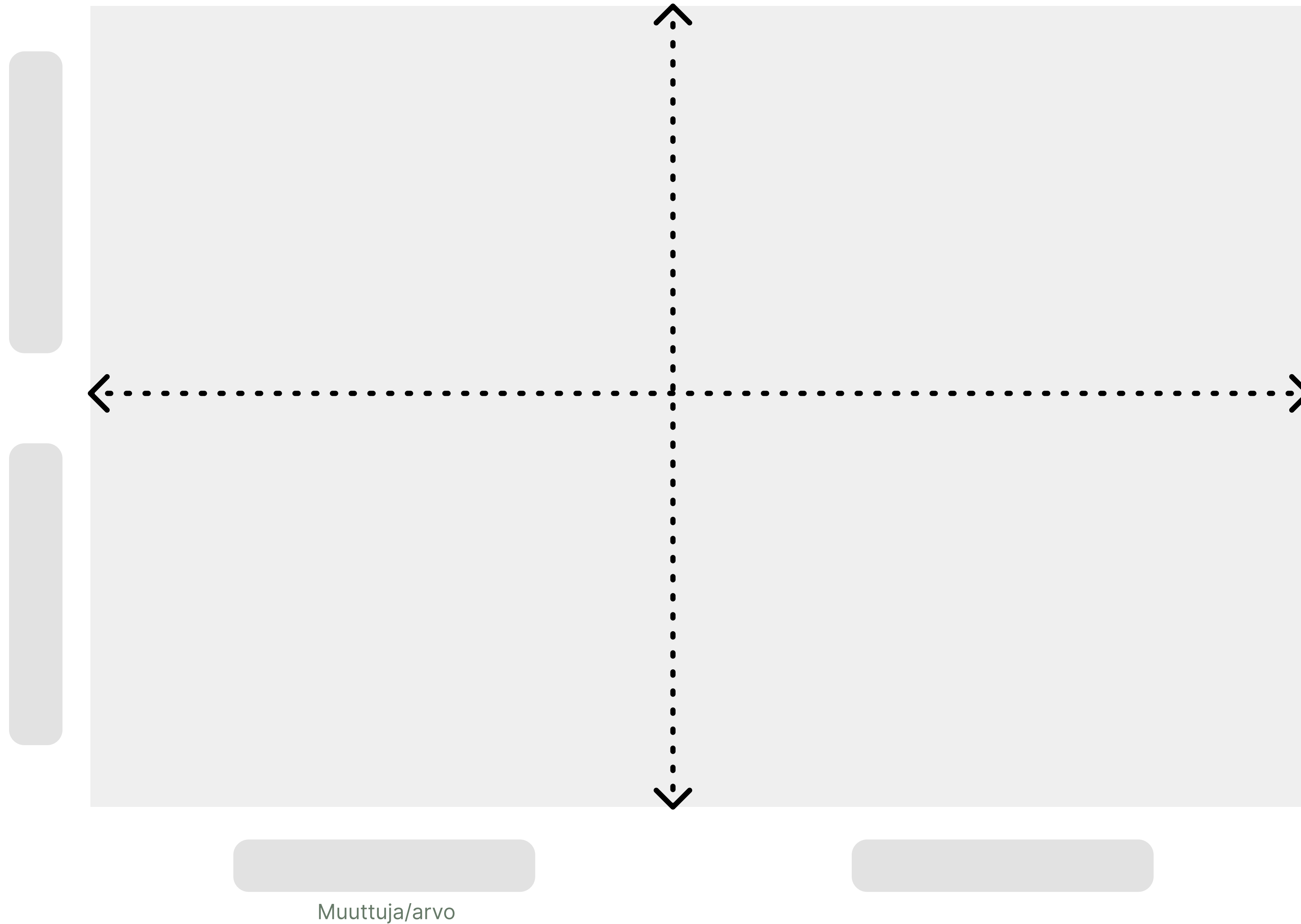
Nelikentät kannattaa tehdä isoille papereille, jotta kaikki post-it laput mahtuvat ja ovat nähtävissä.

Näin se toimii:

1. Levitä työpajassa tehdyt isot paperit ja niissä olevat post-it laput kaikkien näkyville
2. Tee kaikille kolmelle työpajan kysymystehtävälle omat nelikentät ja määrittele niihin muuttujat/arvot.
3. Osallistujat sijoittavat post-it lapuille kirjoitetut ideat isolta paperilta nelikenttään heidän mielestään sopiville paikoille XY-akseliston muuttujiin/arvoihin nähden. Tässä voi kannustaa ryhmiä dialogiin.



NELIKENTTÄ A

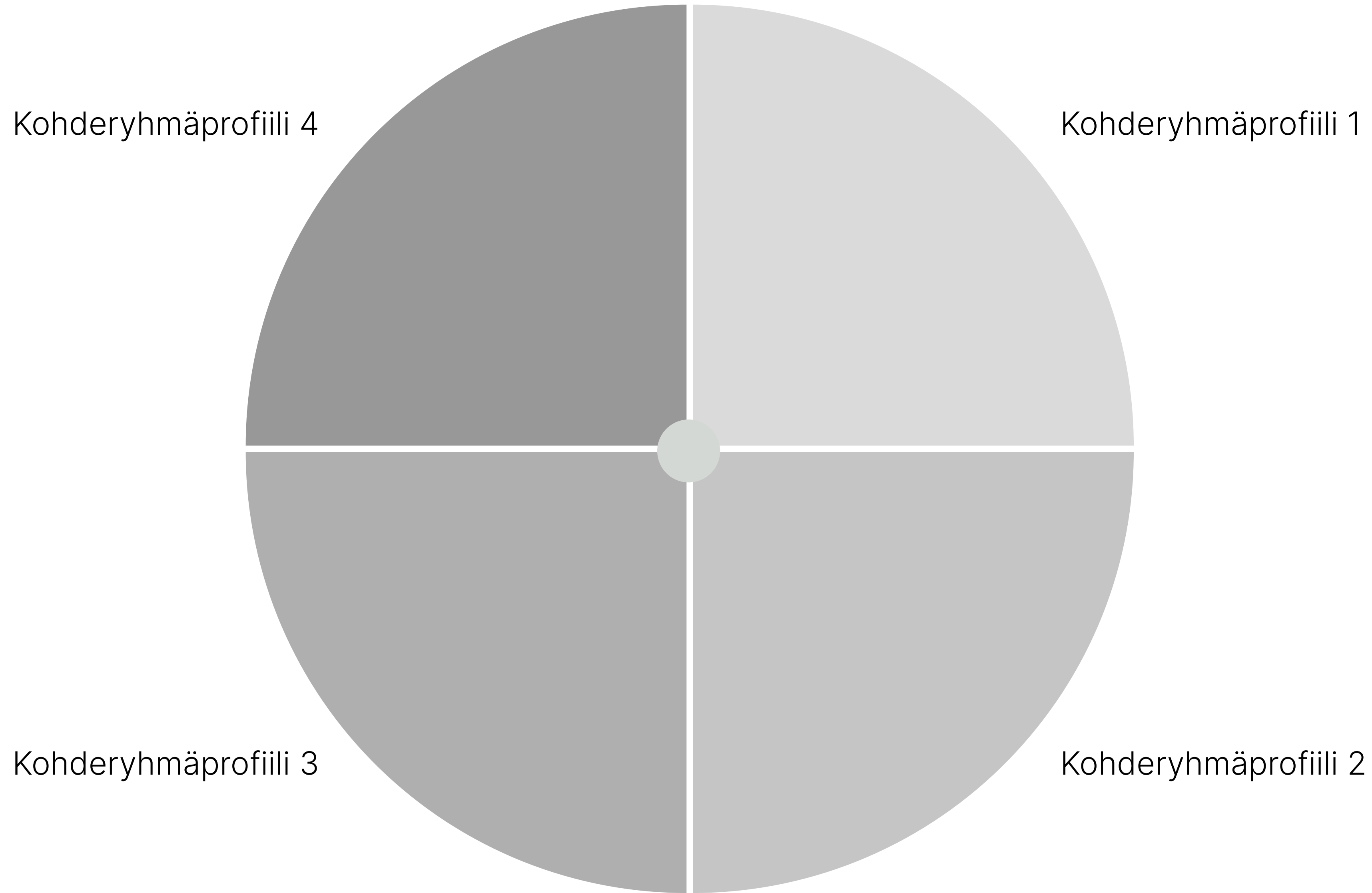


Näin se toimii:

Kun ideat on sijoitettu nelikenttään, pyri tunnistamaan seuraavia asioita:

- Missä on isoin potentiaali?
- Millä on suurin vaikutus?
- Suurin arvo?
- Mitä voidaan tehdä jo huomenna?

NELIKENTTÄ B



Näin se toimii:

Tässä nelikentässä tarkastellaan ideoita kohderyhmäprofiilien pohjalta. Kehän keskipisteessä on alue, jossa jokaisen profiilin tarpeet kohtaavat ja reunoilla on profiilien ominaisuuksien ääripäät. Nelikentän avulla voidaan tunnistaa kohderyhmät, joissa on korkein potentiaali.

IDEOINTI

08

Ideointipolku
Ideointipolku-työpohja
Ideoinnin tueksi

luku 07



luku 09



IDEOINTIPOLKU

Ideointipolku auttaa löytämään kohderyhmälle relevantteja ratkaisuja ja varmistamaan, että kyseiset ratkaisut ovat arvoa tuottavia.

Ideointipolun voi toteuttaa osana työpajaa tai suunnittelu-ryhmässä.

Näin se toimii: Valitse kohderyhmäprofiili ja kulje ideointipolku läpi vaihe vaiheelta, reflektoiden kysymyksiä kohderyhmän näkökulmasta.

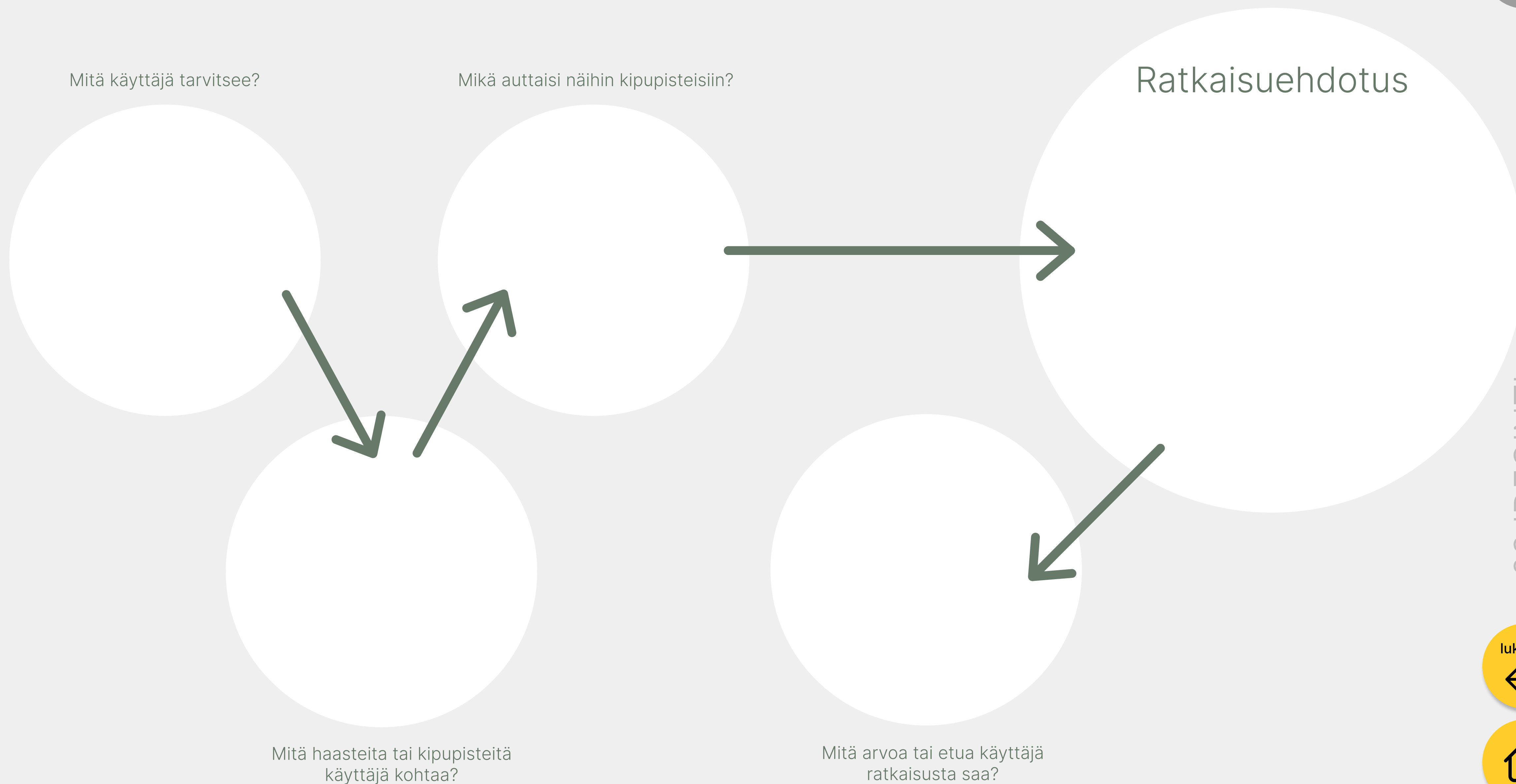


Vinkki!

Ota kohderyhmäprofiilikortit esille ideointipolkua kulkiessasi.



IDEOINTIPOLKU



IDEOINNIN TUEKSI

Erilaisia ideointimenetelmiä on paljon. Luovan suunnittelun tueksi voi tarvittaessa kokeilla erilaisia verkkoon koottuja ideointimenetelmiä.

Vinkki!



Menetelmiin voi tutustua etukäteen ja tarvittaessa soveltaa tilanteen tai kohderyhmän mukaan.

Tutustu:

<https://www.sitra.fi/caset/tekojen-pikaideointi/>

<https://www.workshopper.com/post/ideation-exercises>

<https://www.interaction-design.org/literature/article/introduction-to-the-essential-ideation-techniques-which-are-the-heart-of-design-thinking>



NEXT STEPS

009

Osallistaminen; äänestämisen
Next steps

luku 08

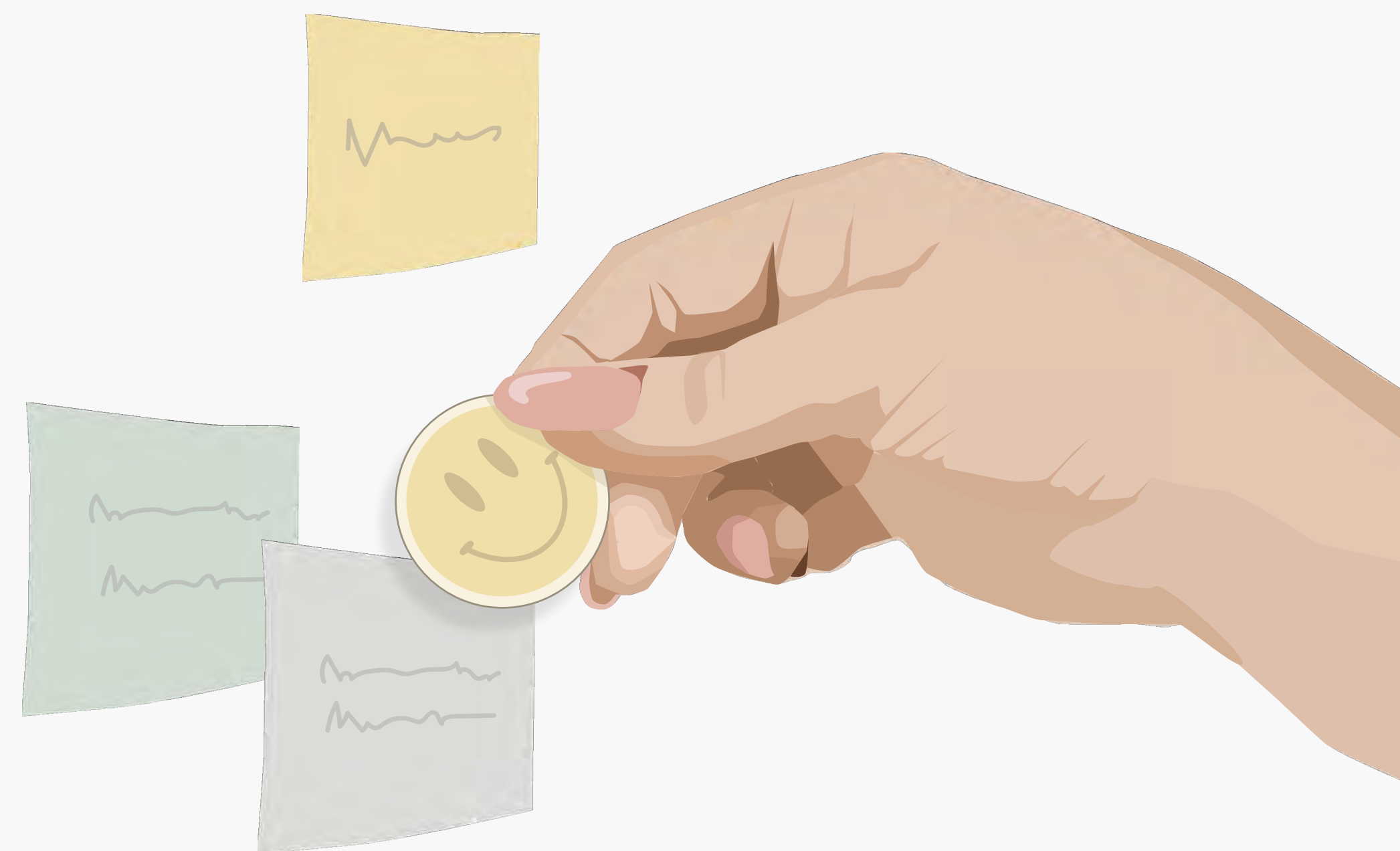


OSALLISTAMINEN JA ÄÄNESTÄMINEN

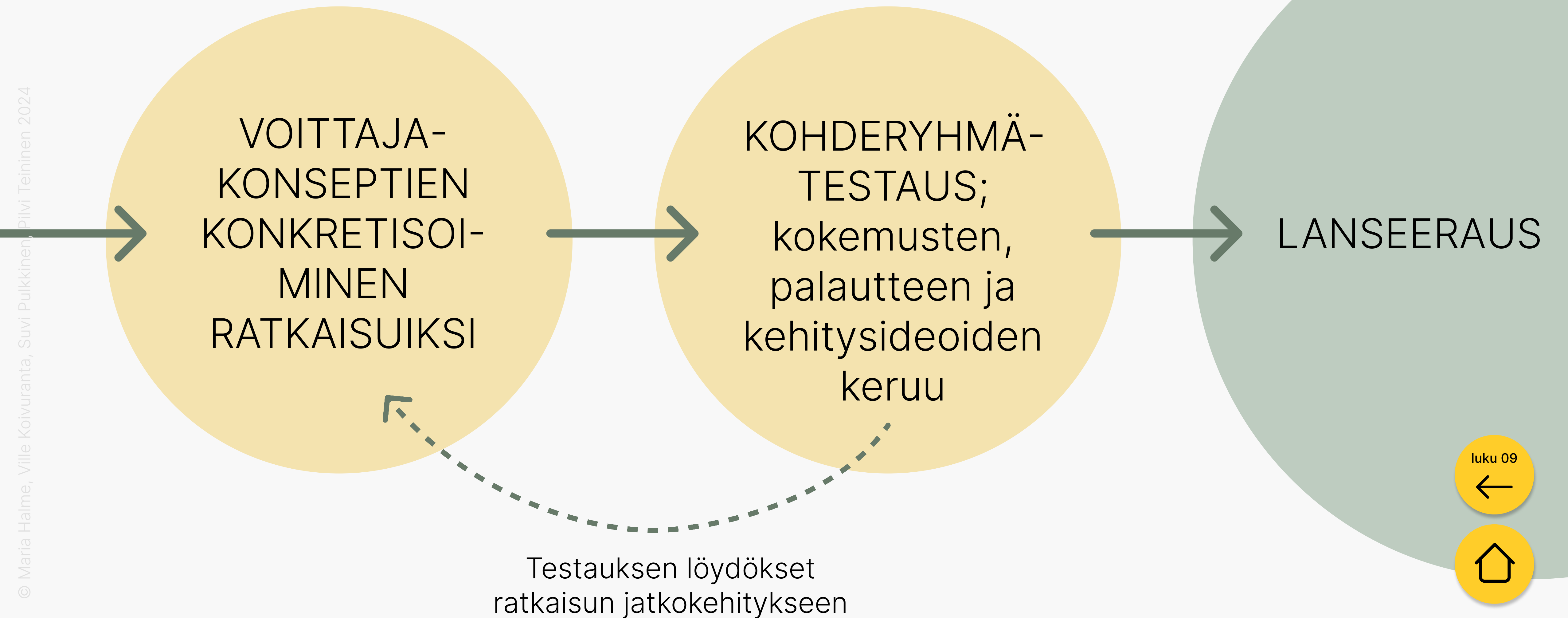
Kun ideoista halutaan yksi tai useampi idea jatkokehitykseen, hyödynnetään äänestämistä. Ideoita voidaan äänestää työpajan yhteydessä, suunnitteluryhmässä tai osallistamalla kuntalaiset antamaan äänensä esim. verkkosivuilla julkaistuihin ideoihin.

Työpajan yhteydessä äänestämisen voi toteuttaa esimerkiksi tarroilla, jolloin yksi tarralappu vastaa yhtä ääntä. Osallistujalla tulisi olla useampi ääni (esim. 6 kpl), jotta äänten jaonnasta saadaan mahdollisimman laaja. Äänestäjä voi antaa halutessaan useamman äänen yhdelle idealle.

Mikäli äänestys toteutetaan verkossa, voi siihen hyödyntää esim. Miroa (miro.com) tai vastaavia digitaalisia alustoja.



Next steps



Sisällysluettelo

KORPI työkirja.....	2	03 Haastattelu.....	22	07 Työpajan purku.....	40
Sisältö.....	3	Haastattelu	23	Työpajatuotosten arviointi ja analyysi....	41
A Johdanto.....	4	Haastattelukysymykset.....	24	Affinity Diagram.....	42
Tervetuloa Korpeen!.....	5	Haastattelu - analyysi.....	25	Nelikenttä.....	43
B Prosessisuunnitelma.....	6	04 Kohderyhmäprofiilit.....	26	Nelikenttä A työpohja.....	44
Prosessi.....	7	Kohderyhmäprofiilit.....	27	Nelikenttä B työpohja.....	45
Tästä pääset vauhtiin.....	8	Kohderyhmäprofiilikortti täyttöohje....	28	08 Ideointi.....	46
C Osallistaminen.....	9	Kohderyhmäprofiilikortti työpohja.....	29	Ideointipolku.....	47
Kuntalaiset mukaan!.....	10	05 Suunnittelun perusta.....	30	Ideointipolku työpohja.....	48
D Viestintä.....	11	Suunnitteluajurit.....	31	Ideoinnin tueksi.....	49
Kerro ja viesti.....	12	Suunnitteluajurit työpohja.....	32	09 Next steps.....	50
01 Taustoitus.....	13	Arvolupaus.....	33	Äänestäminen.....	51
Taustoitus.....	14	Arvolupaus työpohja.....	34	Next steps.....	52
Aineistotarkastelu.....	15	Äänensävy.....	35		
Benchmarking.....	16	Äänensävy työpohja.....	36		
Netnografia.....	17	06 Työpaja.....	37		
02 Kyselytutkimus.....	18	Työpaja	38		
Kyselytutkimus	19	Työpajamalli.....	39		
Kyselytutkimus kysymykset.....	20				
Kysely - analyysi.....	21				



KORPI-työkirjan on tuottanut
LAB-ammattikorkeakoulun
palvelumuotoilun opiskelijat
opintojakson toimeksiannon pohjalta.

Tekijät

Maria Halme

maria.halme@gmail.com

Ville Koivuranta

ville.koivuranta@student.lab.fi

Suvi Pulkkinen

pulkkinen.suvi1@gmail.com

Pilvi Teininen

teininenpilvi@gmail.com

