

PROSESSIPOHJAN LUOMINEN
SISUSTUSARKKITEHTI- JA
SISUSTUSSUUNNITTELUN
TUEKSI

OPINNÄYTETYÖ/ 2016/ SONJA LEHTOMÄKI

Sonja Lehtomäki
Savonia-ammattikorkeakoulu
Muotoilun koulutusohjelma
Sisustusarkkitehtuuri
Kevät 2016

Prosessipohjan luominen sisustusarkkitehti- ja sisustussuunnittelun tueksi
© Tuotetut kuvat, kuviot , taulukot ja ulkoasu sekä sisältö Sonja Lehtomäki

PROSESSIPOHJAN LUOMINEN SISUSTUSARKKITEHTI- JA SISUSTUSSUUNNITTELUN TUEKSI

Savonia-ammattikorkeakoulu
Kulttuuriala
Muotoilun koulutusohjelma
Sisusturarkkitehtuuri

Sonja Lehtomäki
Opinnäytetyö
50 sivua/ 2 liitettä
Huhtikuun 19. 2016

Ohjaaja
Heikki Nevalainen

Yhteistyössä

Juho ja Anniina Oksman, Jyri Ahonen ja Kaisa Jalkanen

TIIVISTELMÄ

Sisustusarkkitehdin työstä luovan työn osuus on vain viidesosa verrattuna työn tekniseen toteutukseen, asiakirjojen laatimiseen sekä piirtämiseen. Lisäksi projektinhallinta ja yrittäjän muut tehtävät verottavat työn tekemiseen käytettävissä olevaa aikaa. Alalle kaivataan työprosessiohjeistusta ja projektinhallintamalleja turhan työn minimoimiseen ja työn sujuvoittamiseen.

Työn tavoitteena oli muodostaa kokonaiskuva sisustusarkkitehdin työstä, projektinhallinnasta ja työprosessista oman yrityksen näkökulmasta. Tarkoituksena oli löytää heikkous- ja vahvuus- sekä tärkeysmäärittelyyn avulla omien projektitehtävien ja prosessien joukosta juuri nyt oleellimmat prosessit ja luoda niihin prosessipohjat. Määrittely oli tärkeä lähtökohta, joka ohjasi löytämään, mistä laaja työ kannatti aloittaa ja missä järjestyksessä sen kehitystyö tulee jatkumaan.

Määrittely nosti ensimmäisiksi kehityskohteiksi viestinnän asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa ja projektin alkukartoituksen. Yrityksen viestinnän nykytila kartoitettiin SWOT-analyyseillä, jonka pohjalta luotiin yrityksen viestintästrategia ja -suunnitelma. Alkukartoitukseen muodostettiin sisustussuunnittelukysely, joka pohjautui abduktiivisen päättelyn kautta yöstettyyn aineistoon. Aineiston analyysi ja tulkinta johtivat kyselylomakepohjan syntymiseen, jota testattiin kahdella sisustussuunnittelun tilanneella asiakkaalla. Kaikkia projektitehtäviä ja prosesseja käsiteltiin lyhyesti kootussa taulukossa. Jokaisen kohdan osalta käytiin läpi yritystoiminnan tämänhetkiset ongelmat, mahdolliset ratkaisut ja niiden vaikutukset sekä digitaalisten työkalujen, ohjelmien ja apuohjelmien tarjoamia käyttömahdollisuuksia.

Työn tuloksena syntyivät viestintästrategia ja -suunnitelma, sisustussuunnittelun alkukartoituskysely ja prosessipohjien tulevaa kehitystyötä ohjaava taulukko omaan yritykseen. Alkukartoituskysely säästää suunnittelijan aikaa monin tavoin ja minimoi väärinkäsityksien mahdollisuudet projektissa. Kysely tuo laatua suunnitelmiin. Viestintästrategian ja -suunnitelman tekeminen avasi silmät sille, mitä kaikkea on vielä tehtävänä ja laittoivat tulevat viestintäkehitystehtävät järjestykseen sekä määritteli tavoiteaikataulun. Viestintästrategia ja -suunnitelma toivat esiin myös, mihin yrityksen brändi pohjautuu ja markkinointiviestinnän keinoja. Taulukko antoi kokonaiskuvan siitä, että yrityksen prosesseja kehittämällä voi saada lisää aikaa luovalle tekemiselle ja muille tärkeille asioille.

Avainsanat

luova työ, prosessipohja, projektinhallinta, sisustusarkkitehti, sisustussuunnittelu

CREATING A PROCESS BASIS TO SUPPORT ARCHITECTURAL AND INTERIOR DESIGN

Savonia University of Applied Sciences
Culture
Degree Programme in Design
Interior Architecture

Sonja Lehtomäki
Thesis
50 Pages/ 2 Appendices
April 19, 2016

Supervisor
Heikki Nevalainen

Partners

Juho ja Anniina Oksman, Jyri Ahonen ja Kaisa Jalkanen

ABSTRACT

Most of the work interior designer does is developing documents and preparing working drawings. Only less than a fifth of the work is creative work. In addition project management and other tasks eat up entrepreneur's time. Interior business is in need of process guidance and project management models to minimize the unnecessary tasks and streamline the work.

The aim was to perceive from my own company's perspective a general view of the interior architect's work, project management and work processes. The purpose was to find the most relevant ones among the project tasks and processes through definition of weak and strong points and prioritization. This definition was important starting point that guided to choosing the right processes to begin with the development and how to go on.

The definition placed communication with clients and interest groups and analysis of client needs and goals in the first place. The current state of business communication was analyzed with SWOT and based on that a communication strategy and plan were accomplished. For the analysis of client needs and goals a questionnaire was made through abductive reasoning of the selected literature. The questionnaire was tested with two clients. All company's project tasks and processes were handled briefly in a table where the actual state of processes, problem points, possible solutions and their effects and usable digital tools, programs and apps were listed.

As a result of this thesis a communication strategy and plan, questionnaire to the start of project and a table that leads the development of my company were created. The questionnaire saves designer's time in multiple ways and minimizes the possibilities to misinterpretations. Questionnaire is part of quality management. Accomplishing a communication strategy and plan opened eyes for what is to come and prioritized upcoming communication development tasks with defined time limits. Communication strategy and plan also clarified the basis of the brand and ways of marketing communication. The table gave a big picture that by developing the company's processes more time for creative work and other things in life that matter can be achieved.

Keywords

creative work, process basis, project management, interior architect, interior design

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
1.1	Aiheen ajankohtaisuus	7
1.2	Työn tavoitteet ja aiheen rajaus	7
1.3	Hyöty?	8
2	SISUSTUSARKKITEHTI YRITTÄJÄNÄ	9
3	SUUNNITTELU	12
3.1	Projektinhallinta ja työprosessit	14
3.2	Luova työ	17
3.3	Intuitio ja "work flow"	18
4	PROSESSIEN KEHITYS – HEIKOIMMAT JA TÄRKEIMMÄT OSA-ALUEET?	19
4.1	Korrelaatio – mistä prosessipohjan kehitystyö alkaa?	20
4.2	Viestintästrategia ja -suunnitelma yrityksen viestinnän ohjenuorana	22
4.2.1	Viestinnän nykytilan kartoitus – SWOT	23
4.2.2	Viestinnän tavoitteet, vaikutukset ja keinot	25
4.3	Kyselylomake asiakkaan toiveiden alkukartoitukseen	27
4.3.1	Laadullinen analyysi - Abduktiivinen päättely	27
4.3.2	Aineisto	27
4.3.3	Aineiston analyysi	28
4.3.4	Analyysin tulkinta	32
4.3.5	Kyselylomakkeen testaus asiakkaan sisustussuunnittelun alkukartoituksessa	33
4.4	Muita työkaluja projektinhallintaan ja vielä kehitettävää	35

5	TOIMIVAN PROSESSIN VAIKUTUKSET TYÖHÖN	37
5.1	Palvelumuotoilua itselle	38
5.2	Asiakastyytyväisyys	40
5.3	Tehokas ja sujuva työskentely - enemmän aikaa luovuudelle	40
5.4	Vielä lopuksi	
	LÄHTEET	41
	KUVALUETTELO	44
	LIITTEET	
	Liite 1 Sisustussuunnittelun alkukartoituskysely	
	Liite 2 Projektitehtävien ja prosessien ongelmakohdat ja mahdolliset ratkaisut	

1. JOHDANTO

Havahdun ajatuksistani ja sanon sen ääneen:

"Miten muut suunnittelijat ja yrittäjät hoitavat työn ja yrityksen arjen ja rakastavat sitä mitä tekevät? Onnistuvatko he siinä?"

Usein luoville ihmisille juuri se luova työ on se juttu! Yllättävää, vai mitä! Kuitenkin yrittäjänä tai yrityksessä työskentelevän sisustusarkkitehdin tehtäviin kuuluu paljon muutakin kuin työn luova osuus. Itse asiassa suurin osa työstä on sitä kaikkea muuta. Kun mietin, mitkä asiat minusta parantavat työn mielekkyyttä, tulee ensimmäiseksi mieleeni tasapaino työn ja vapaa-ajan välillä, työn sisältö ja työn sujuvuus. Jos työtä on liikaa, työ on sisällöllisesti sitä jotain muuta ja työn teko tökkii ja keskeytyy syystä tai toisesta, siitä väsyä ja turhautuu väistämättäkin.

En usko, että kenelläkään sisustusarkkitehdiksi opiskelevalla on aluksi täysin realistinen käsitys suunnittelijan ja yrittäjän työstä. Minulla ei ainakaan ollut. Totuuden hahmottuessa pala palalta, alkoi herätä kysymyksiä, joihin päätin määrätietoisesti alkaa koota vastauksia.

"Miten työn tekemistä voisi järkevoittää ja helpottaa?
Miten voin organisoida työni paremmin?"

Miten tehostan työtä?

Ketä minun asiakkaani ovat ja miten saan luotua onnistuneita asiakaskokemuksia?

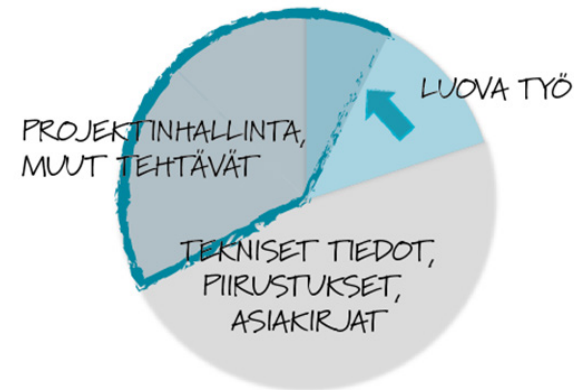
Miten hoidan työni markkinoinnin?

Miten saan riittävästi palkkaa?

Miten työ pysyy mielekkäänä?

Miten teen työni, jotta rakastan sitä myös tulevaisuudessa?"

Suunnittelijan työstä suurin osa ajasta kuluu **projektienhallintaan** ja asioiden hoitamiseen. Opin toisena opiskeluvuotena kokeneen sisustusarkkitehdin, Kaisa Blomstedtin, luennolla, että suunnittelutyön ollessa 100 %, jakaantuu työ karkeasti: 20 %:n luovuutta ja taiteellisuutta ja 80 %:n teknistä tietoa, piirustuksia ja asiakirjoja (kuvio 1; Lehtomäki 2013). Tuo 80 % ei edes sisällä kaikkea projektinhallintaa ja yrittäjän tehtäviä. Realismia löytyi kyllä, mutta olin kuitenkin ajatellut suunnittelua ja luovaa osuutta paljon suuremmaksi. Yrittäjänä, riippuen ulkoistetun työn määrästä, paperin pyörittäminen ja projektienhallinta tuntuvat kipuavan yrittäjän päätoimiseksi tuntisyydöksi. Huomasin miettiväni, että yhtälö suunnittelijana/ yrittäjänä toimimisesta tulisi olemaan liian haastavaa ilman hyvin suunniteltua **prosessipohjaa**.



Kuvio 1. Suunnittelutyön jakaantuminen arviolta 20 %:n luovaa työtä ja 80 %:n paperitöitä, joista projektinhallinta ja mm. työnhankinta vievät oman osuutensa.

PROJEKTINHALLINTA

Projektinhallinta tarkoittaa resurssien organisoimista ja hallintaa tavalla, jolla projekti voidaan päättää suunnitellun sisältöisenä ja laatuena, aikataulun sekä budjetin mukaisesti (Wikipedia).

PROSESSIPOHJA

Ennalta määriteltyjä, helposti muokattavia ja päivitettäviä työohjeita, lomake- ja tiedostopohjia sekä muistilistoja, jotka ohjaavat työntekoa ja helpottavat projektinhallintaa.

1.1 AIHEEN AJANKOHTAISUUS

Viime vuoden lopulla Teollisuustaitteen liitto Ornamo, joka toimii muotoilualan asiantuntijajärjestönä, ilmoitti yritysjaoston perustamisesta muotoiluyritysten kehittämiseen. Ornamon jäsenistö, erityisesti sisustusarkkitehdit, olivat kaivanneet **työprosessi**ohjeistusta ja **projektinhallintamalleja**, johon Ornamo aikoo vastata yritysjaoston voimin (Ornamo 2015). Myös useat blogikirjoitukset ovat käsitelleet aihetta erityisesti digitaalisten työkalujen ja työn automatisoinnin näkökulmasta (Love Grows Design; Nesha Designs; Spruce Rd.).

Nopea digitaalinen kehitys on tuonut mukanaan yrityksille sekä haasteita että mahdollisuuksia. Parhaiten digitaalisuuden toimintaansa integroiva yritys luo parempia asiakaskokemuksia ja pärjää markkinoilla (Filenius 2015). Riippuu yrittäjästä ja yrittäjän tahdosta, kuinka työprosessit, projektinhallinta tai työkalujen digitaalisuus on löytänyt osaksi yrityksen rakenteita ja työntekoa. Aloittavan yrittäjän kannalta voi tuntua elintärkeältä mennä ensin oppiin alan konkareille, mutta juuri se oppi voi myös rajoittaa innovatiivisuutta. Haluan pitää mieleni avoimena ja miettiä, miten tekisin tämän itse. Puutteita voin täydentää sen jälkeen. Ehkä tässä tehdessä kehitän samalla jotain uutta!

TYÖPROSESSI

Ennalta määritelty, vakioitu sarja toimenpiteitä, joiden tarkoituksena toistuessaan on tuottaa samanlaista lopputulosta (Projekti-Instituutti).

PROJEKTINHALLINTAMALLI

Kuvaa konkreettisesti, miten projektit asetetaan, suunnitellaan, toimeenpannaan, seurataan ja lopetetaan (Projekti-Instituutti).

1.2 TYÖN TAVOITTEET JA AIHEEN RAJAUS

Perustuen edellä mainittuihin pohdintoihin, työn tavoitteena on ensin muodostaa ymmärrys sisustusarkkitehdin työstä, projektinhallinnasta ja työprosesseista. Käyn läpi myös mitä luova työ on ja mitä työn flow-tilan saavuttaminen vaatii. Opin näytetyössä käsiteltyä teoriaa ja omaa työkokemusta soveltamalla määrittelen työni vahvimmat ja heikoimmat kohdat sisustusarkkitehdin näkökulmasta. Tämä auttaa minua ymmärtämään, mistä lähdän liikkeelle ja mitä prosesseja minun kannattaa kehittää ja missä järjestyksessä (Projekti-Instituutti 2010, 32). Muutoin riskinä on, että kehitän prosesseja vähän sieltä ja täältä saamatta mitään osa-aluetta kunnolla tehdyksi.

Opinnäytetyön koko prosessipohjan luomisessa näkökulmana on yksityisten tilojen suunnittelu, jotka olen rajannut saneeraus- ja uudispientalokohteisiin. Lisäksi teen kartoituksen digitaalisista työkaluista ja apuohjelmista vastaten vahvuus- ja heikkousmääritelmän tuloksiin. Ajatuksena on saada tärkeimpiin projektityöskentelyn vaiheisiin työtä tehostavia ja helpottavia pohjia, muistilistoja ja luetteloita sekä digitaalisia työkaluja.

Työn tuloksena syntyy helposti hallittava ja päivitettävä prosessipohja oman yrityksen käyttöön (kuva 1). Nyt luomani pohja toimii luonnoksena, jonka kehitys jatkuu läpi yrityksen elinkaaren. Yritysmailmassa useita vuosia työskennelleenä, mielestäni yrityksen elinehto on sen tarpeisiin luotu laadukas prosessipohja, jonka päälle on helppoa rakentaa. Tämä takaa pitkäjänteisen menestyksen sekä otolliset kasvumahdollisuudet yritykselle.

PROSESSIPOHJA



hallittavuus



päivitetty



laajennettavuus



1.3 HYÖTY?

Vaikka kyseessä on prosessipohja minun yritykseeni, on selvää, että jokainen voi ammentaa tästä työstä vinkkejä omien prosessien määrittelyyn. Jokaiselle kokeneelle suunnittelijalle ja yritykselle ovat kehittyneet omanlaiset työtavat ja työkalut työn tekoon. Moni yrittäjä hyödyntää myös aikamme digitaalista ympäristöä taitavasti. Olen hyvä luomaan projektinhallintakeinoja, mutta internet ei ole minulle luontainen työskentely-ympäristö. Näitä asioita ei opeteta riittävästi koulussa ja tieto voi olla vaikeasti saavutettavissa muilta yrittäjiltä tai internetistä. Uskon tämän opinnäytetyön hyödyttävän lisäksi kaikkia aloittelevia suunnittelualan yrittäjiä, ja todennäköisesti myös alalla olevia suunnittelijoita. Haluan tuoda esille havaitsemani hyödyt ja omalla esimerkillä rohkaista muita suunnittelijoita etsimään itselleen toimivimmat keinot tehdä töitä.

Kuva 1. Prosessipohja.

2. SISUSTUSARKKITEHTI YRITTÄJÄNÄ

Sisustusarkkitehti koulutetaan suunnittelemaan tiloja asiakkaan tarpeiden ja toiveiden pohjalta. Sisustusarkkitehdin tehtävänä on huomioida tilan toiminnallisuus ja toimia koko projektin ajan asiakkaan kanssa yhteistyössä. (Slotkiss 2013, 11.) Riippuen projektin sisällöstä, sisustusarkkitehti tekee yhteistyötä myös arkkitehtien, urakoitsijoiden ja erikoissuunnittelijoiden (rakenne-, sähkö-, LVI-suunnittelijat) sekä kaluste-, valaisin- ja materiaalityöntekijöiden kanssa. Ihmisten kanssa toimiminen ja ihmistuntemus ovat sisustusarkkitehdin ydinosaamista. Sisustusarkkitehti suunnittelee julkisten ja yksityisten tilojen sisustuksia sekä huonekaluja. (Ammattinetti 2016.)

Sisustusarkkitehdin ammatti elää jatkuvan muutoksen ja kehityksen tiellä. Teknologian kehittyminen, terveyden, turvallisuuden ja hyvinvoinnin merkityksen kasvu, kestävän suunnittelun vaatimukset, säädösten lisääntyminen, tutkimustiedon laajempi hyödyntäminen ja yhteistyö muiden alojen osaajien kanssa, ovat kaikki osaltaan vaikuttaneet ammatin kehittymiseen. (Slotkiss 2013, 8.) Koska sisustusarkkitehti työskentelee paljon materiaalien kanssa, on sisustusarkkitehdin eettinen vastuu ottaa huomioon materiaalien viisaampi käyttö ja uusiokäyttö. On välttämätöntä pysyä ajantasalla ja lähtökohtaisesti suunnitella kestäviä ratkaisuja ihmisten arjen ongelmiin ja tarpeisiin asumisessa. (Heinänen 2016.) Edellä mainitut muutokset ja tämänhetkiset muutostarpeet kertovat haasteista, joihin sisustusarkkitehdin on osattava vastata. Ajan hermolla oleva ammattilainen pystyy näkemään muutokset mahdollisuuksina omassa liiketoiminnassa ja toisaalta myös hyödyntämään muutoksen tuomia välineitä oman ammattitaidon ylläpidossa ja kehittämisessä.

Sisustusarkkitehti yrittäjänä kohtaa kilpailua ja onkin tärkeää pohtia, mitkä asiat tekevät juuri minusta menestyjän. Huomioon otettavia asioita ovat mm. persoonallisuus, työtavat,

hankittu osaaminen ja taidot, työkokemus ja kehittymispotentiaali. Luovuus on erittäin tärkeä osa ammattia, mutta vaatii myös ongelmanratkaisukykyä. Ei pidä unohtaa, että kyseessä on elinkeino ja suurin osa työajasta kuluu luovan työn sijaan hallinnollisiin tehtäviin. (Slotkiss 2013, 18-19.)

Hyvin suunniteltu yritysperusta ja valmistautuminen parantavat aloittavan sisustusarkkitehdin menestymisen mahdollisuuksia. Yrittäjänä toimimisen etuja ovat mm. itsenäisyys ja vapaus. Kovan työn tulokset hyödyttävät suoraan yrittäjää eikä hyöty valu muille. (Slotkiss 2013, 459 ja 461.) Yksinyrittäjät toimivat usein toiminimellä tai osakeyhtiöpohjalta. Yrityskumppanin kanssa toimiminen on myös hyvä vaihtoehto. Toiminimellä toimiessa, yrittäjä vastaa virheiden ja/tai oikeustoimien kohdatessa korvauksista kaikella yritykseen kuuluvalla ja henkilökohtaisella omaisuudellaan. Osakeyhtiössä etuna on että osakeomistajat vastaavat vain sijoittamallaan pääomapanoksilla mahdollisista korvauksista. (Yrittäjät 2014 a & b.) Yrityksen liiketoimintasuunnitelma, toimivat prosessit ja projektinhallinta ovat avainasemassa yrityksen kannattavuudessa. Osana liiketoimintasuunnitelmaa on hahmoteltava omat kilpailuedut. Hyvin kehitetyt työkalut, digitaalisuus ja automatisaatio voivat tuoda etua kilpailijoihin nähden.

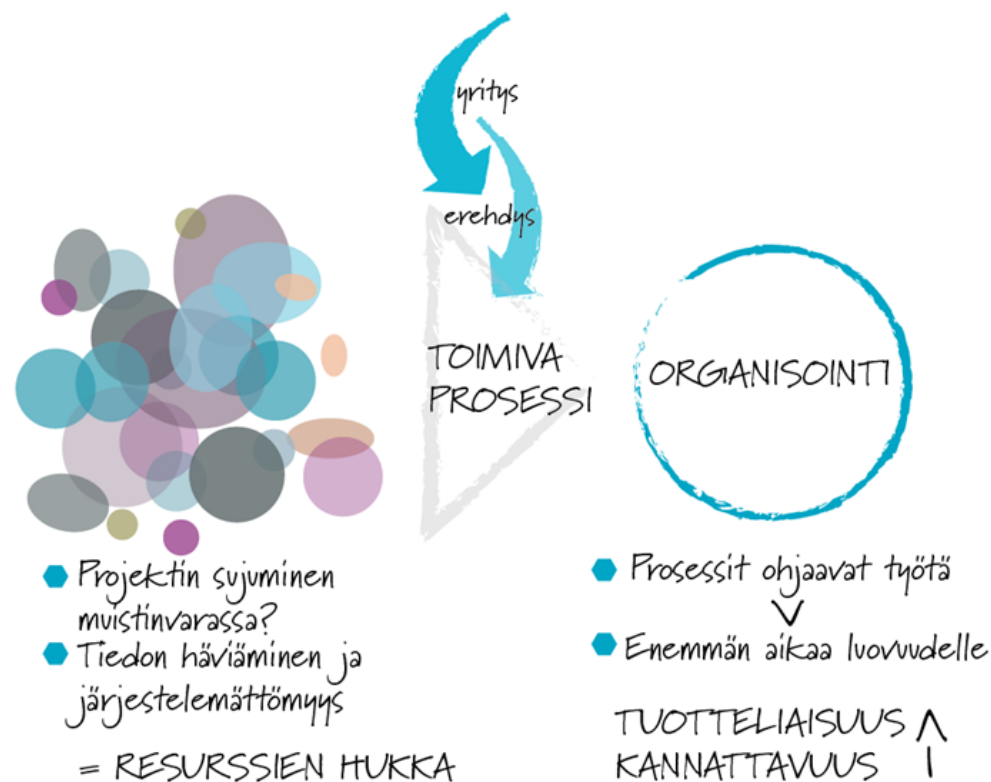
Vakiintuneet yhteistyökumppanit ja laaja verkosto takaavat onnistuneen suunnittelun ja projektin. Suunnittelija pystyy paremmin ennakoimaan toimintaa, varmistamaan työn laadun ja saamaan asiantuntijoiden tukea. Toimittajien, valmistajien, tuotteiden ja tekijöiden tietoja tulisi kerätä jo opintojen aikana. Tietojen organisointi ja keräysmenetelmät ovat osa yrittäjän rutiineja. (Slotkiss 2013, 463.) Itse olen kerännyt tällaista tietopohjaa koko opintojen ajan, mutta tieto on vielä liian hajallaan ja huonosti päivitettävissä.

Jokainen asiakasprojekti on erilainen ja projektien kesto voi vaihdella päivistä vuosiin, joten kerran kerätty ja opittu informaatio pitää pystyä tallentamaan luotettavasti ja organisoidusti sekä palauttamaan käyttöön yhtä helposti. Toimiva asiakasrekisteri, valmiit tarjous-, sopimus- ja projektipohjat, asiakkaalle annettavat ohjeet ja automatisoitu kalenteri (tapaamiset, muistutukset, palaute) sekä laskutus ovat mielestäni kuntoon laitettavien asioiden kärjessä. Sisustusprojekteja tehdessäni olen huomannut, että työteossa on paljon turhaa ja kaikkien yksityiskohtien muistaminen on haastavaa ja kuluttavaa. Kokeneet suunnittelijat ovat ajan kanssa hioneet löysiä pois, mikä onkin välttämätöntä työn kannattavuuden kannalta. Usein suunnittelijat erikoistuvat ja keskittyvät sisustusarkkitehtuurissa tai sisustussuunnittelussa esimerkiksi vain ravintolasistamiseen tai omakotitalojen sisustamiseen. Tähän ei aina ole mahdollista vaikuttaa markkinatilanteiden horjahdellessa. Rutiinit syntyvät, kun toistoja on riittävästi. Työnsä alkutaipaleella olevalle suunnittelijalle tätä osaamista voi karttua helpoiten hyvässä harjoittelupaikassa tai työpaikassa. Silloinkin ne ovat toisen henkilön tapoja ja rutiineja, joista opitaan. On löydettävä itselle ja yritykselle sopivat menetelmät. Sisustusala on myös siitä haastava, että uusia materiaaleja, tuotteita ja ideoita tulee käsittämättömän paljon lisää joka vuosi. Sen vuoksi myös vanhentuneen tiedon poistaminen on yhtä tärkeää kuin uuden tallentaminen. Ammattitaidon päivittäminen vaatii säännöllisyyttä ja systemaattisuutta. Työstä on varattava paljon aikaa sellaiseen, josta ei makseta palkkaa.

3. SUUNNITTELUTYÖ |

Hyvin toimivat yrityksen prosessit, projektien hallinta ja tehtävien onnistunut automatisointi heijastuvat suoraan yrityksen menestykseen (kuvio 2). Vapautunut aika voidaan hyödyntää laatuun asiakasprojekteissa, itsensä kouluttamiseen, uusien työmahdollisuuksien etsimiseen ja omaan vapaa-aikaan. Ennen kaikkea, kun on kyse luovasta työstä, jää enemmän aikaa olla luova! Asioiden sujuminen yrityksessä pitää mielen vapaana stressistä ja ahdistuksesta, jotka pahimmillaan estävät keskittymistä varsinaiseen työhön eli suunnitteluun.

Käsittelen seuraavissa kahdessa luvussa projektinhallintaa ja työprosesseja sekä luovan työn osuutta suunnittelutyön näkökulmasta. Projektinhallintaa ja työprosesseja käyn läpi sisustusarkkitehdin ja sisustussuunnittelijan suunnitteluprosessin sekä oman aiemman projektijohtamiskokemuksen näkökulmasta soveltuvien osien.



Kuvio 2. Tiedon ja projektien hallinta toimivien prosessien kehityksen kautta toimivaan yritystoimintaan.

3.1 PROJEKTINHALLINTA JA TYÖPROSESSIT

Projektissa on kaksi sopijapuolta: asiakas ja yritys. Karkeasti jaoteltuna projektissa on alku-, valmistelu-, toteutus-, loppu- ja jälkivaihe. Projektinhallinnan kannalta on oleellista jakaa projekti pieniin osiin ajan ja tehtävien suhteen. Kokonaiskuva on hyvä hahmottaa, mutta tehtävät ovat hallittavampia yksi kerrallaan. Mahdolliset virheiden ja riskien paikat projektissa on hahmotettava etukäteen niiden ennaltaehkäisyyn vuoksi. Oma tekemistä kannattaa arvioida ja dokumentoida koko projektin ajan, jotta kaikki on muistissa jatkokehitystä varten.

Pidemmälle avattuna projektin alkuvaihe suunnitteluprojektissa alkaa kontaktilla asiakkaaseen, joko asiakkaan tai yrityksen aloituksesta (kuviokuva 3). Alkukontaktin jälkeen yritys voi ottaa toimeksiannon vastaan yrityksen resurssien ja osaamisen ollessa riittävät kyseiseen projektiin. Toimeksiannon vastaanoton jälkeen suunnittelija tavallisesti tapaa asiakkaan ja tekee alkukartoituksen suunnittelutyöstä. Alkukartoituksessa suunnittelija hahmottelee mm. asiakkaan tarpeet ja toiveet, projektin laajuuden, aikataulun, suunnittelijan työn määrän ja lupatarpeet (Kosola 2015; Lehtomäki 2013). Lisäksi asiakkaalta pyydetään rakennuksen pohjapiirros mittakaavassa tai vaihtoehtoisesti käydään mittaamassa ja piirretään mittojen pohjalta. Jos alkutapaaminen on kohteessa, voi tilat valokuvata. Tietojen pohjalta laaditaan sisustustarjous/ sopimus. Sisustustarjous/ sopimus toimivat projektisuunnitelmana, joka sisältää:

- Kohteen tiedot
- Projektin sopijapuolet ja roolit, heidän vastuut ja velvollisuudet
- Mitä ja miten tehdään?

- Kuka tekee ja mitä?
- Projektin tarkemman keston ja aikataulun
- Mitä ja miten raportoidaan?
- Sopimuksen rajoitukset ja mitä sopimus ei sisällä
- Palkkion määräytymisen ja maksutavan (RT 10-10581; RT 13-10574; RT 13-10865; RT 80316).

Sopimukseen voi lisätä kohdan kohteen referenssikäytöstä tai laatia erillisen referenssisopimuksen. Sopimuksella ja sen läpikäymisellä varmistetaan, että sopijapuolilla on yhteinen ymmärrys tulevasta projektista vastuineen, aikatauluineen ja budjetiteineen. Hyväksytyin sopimuksen jälkeen edetään projektin toteutuksen valmisteluihin.

Suunnittelun pohjaksi suoritetaan tarkistusmittaukset kohteessa, laitetaan lupa-asiat kuntoon ja piirretään sähköiset mittakuvat. Alkukartoituksen pohjalta jatketaan suunnittelua asiakkaan tyylin, värimaailman ja toiveiden tarkentamisella. Työvaiheesta laaditaan tunnelmataulu, joka ohjaa sisustuksen yhtenäiseen ja asiakkaan haluamaan lopputulokseen. Suunnitelmista laaditaan luonnoksia, joista käy ilmi sisustuksen toteutus pääpiirteissään. Tässä vaiheessa otetaan yhteyttä tarvittaessa erikoissuunnittelijoihin. Pohjapiirustus, tunnelmataulu, luonnokset (esim. käsinpiirrettyjä kuvia tiloista) ja värimallit sekä materiaalivaihtoehdot kootaan esitykseksi ja ideat esitellään ja myydään asiakkaalle. (Kosola 2015; Lehtomäki 2013.)

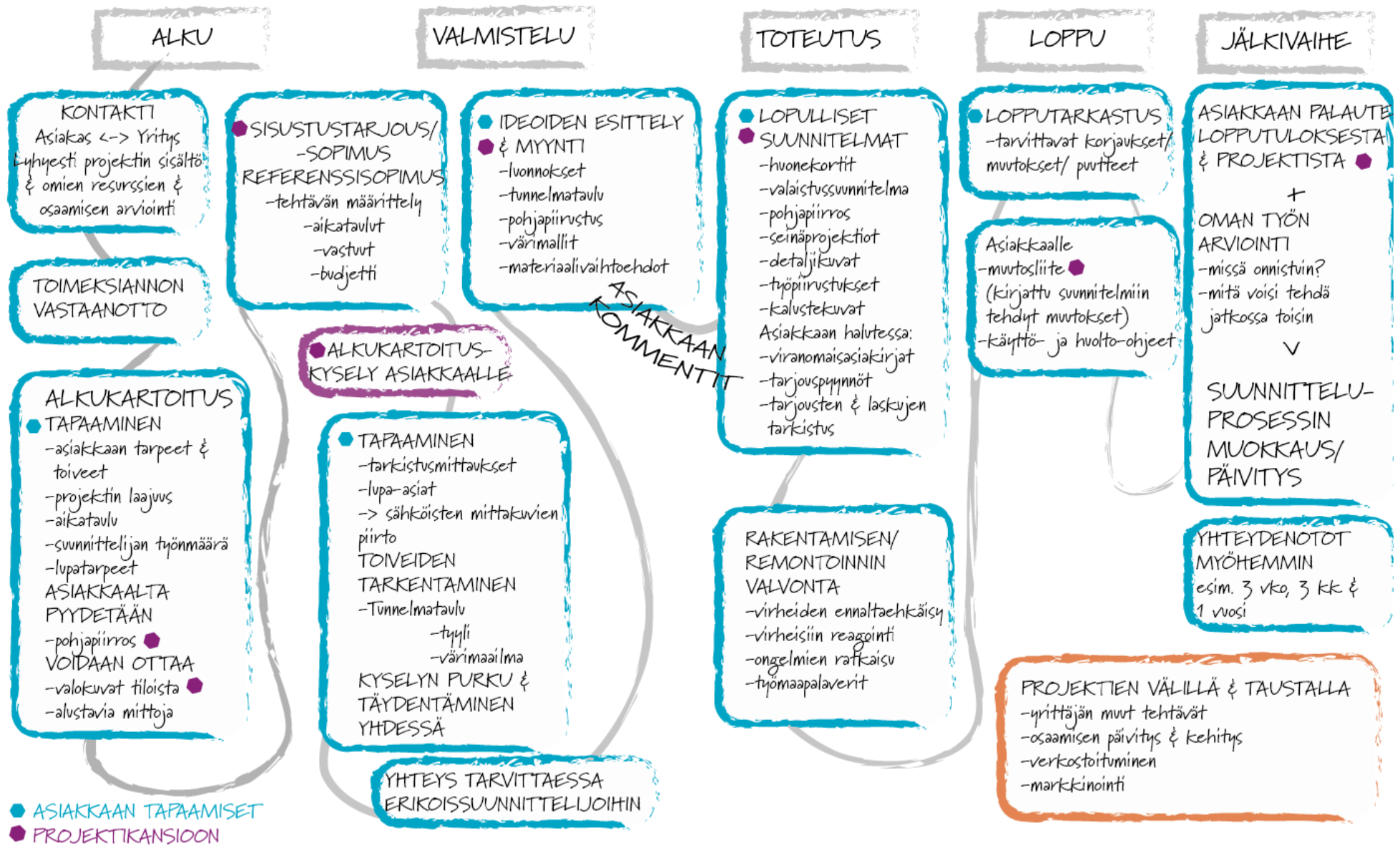
PROJEKTI
Kertaluontoinen työ, joka tehdään ainutkertaisen tuotteen, palvelun tai tuloksen aikaansaamiseksi (Projekti-Instituutti).

Esityksen ja asiakkaan kommenttien jälkeen tehdään lopulliset suunnitelmat, jotka sisältävät yleensä huonekortit, valaistus-suunnitelman, pohjapiirroksen, seinäprojektiot, mahdolliset detaljikuvat, työpiirustukset ja kalustekuvat (Kosola 2015). Suunnittelija valvoo suunnitelmien pohjalta toteutettavaa rakentamista tai saneerausta ja reagoi mahdollisiin virheisiin ja ratkaisee ongelmakohtat. Suunnittelijan työ päättyy tilan lopputarkastukseen, missä vaiheessa on selvillä asiakkaan välitön palaute, aikataulun ja budjetin pitäminen. Suunnittelija voi asiakkaan halutessa osallistua viranomaisille tarkoitettujen asiakirjojen ja tarjouspyyntöjen laadintaan sekä tarjousten että laskujen tarkistukseen (Kosola 2015). Projektin aikana tulleet muutokset ja poikkeavuudet sopimuksesta kirjataan suunnitelmien liitteeksi. Kaikki projektin dokumentaatio tarjouksesta laskutukseen tallennetaan asiakaskohtaiseen projektikansioon.

Asiakkaan ja projektin muiden osapuolten kanssa kommunikoidaan koko projektin ajan ja jatketaan myös projektin päätyttyä. Projektin jälkeen asiakkaalta pyydetään palautetta projektista ja varmistetaan, että asiakas on tyytyväinen lopputulokseen päästyään testaamaan sitä hetken aikaa. Myös itse omasta työstä annettu palaute kirjataan ylös ja mietitään, jos jotain olisi tarvinnut tehdä toisin. Sekä asiakkaan ja oman palautteen pohjalta muokataan projektin suoritusta ja dokumentointia. Pidemmän ajan kuluttua voi asiakkaalta tiedustella kokemuksia tilan käytöstä ja mahdollisista lisäsuunnittelun tarpeista. Kolmas yhteydenotto esim. vuoden kuluttua projektin päättymisestä voi pitää sisällään kuulumisten kyselyä, lisäsuunnittelun tarvetta tai jotain yrityksen tiedotettavaa tai markkinointiin liittyvää.

Projektien taustalla ja projektien välillä yrittäjä käyttää aikaa yrityksen hallinnollisiin tehtäviin, päivittää osaamistaan,

verkostoituu ja markkinoi. Suunnitteluyrityksen hallinnoimaa tietoa, katalogeja, materiaalinäytteitä järjestellään ja päivitetään uusiin. Yhteistyökumppaneiden, kollegojen ja entisten asiakkaiden yhteyksiä pidetään yllä. Fiksu yrittäjä aikatauluttaa itselleen myös aikaa tekemiselle, joka inspiroi ja saa aikaan uusia ideoita ja ajatuksia, vaikka se ei yrityksen toimintaan suoranaisesti liittyisikään.

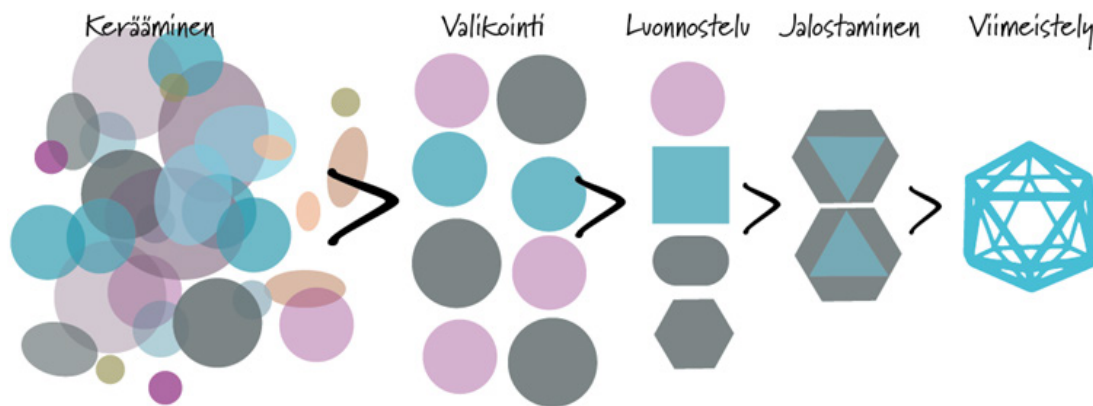


Kuvio 3. Minun prosessini sisustusarkkitehtina.

3.2 LUOVA TYÖ

Luovuus on tärkein työkalu, mitä suunnittelijalla on! Luovalla henkilöllä on kyky nähdä ongelma, kehittää siihen ideoita sujuvasti ja joustavasti, olla omaperäinen, määrittellä ongelma uudella tavalla, viimeistellä työnsä ja pystyä organisoimaan ideansa kokonaisuuksiksi (Kettunen 2001, 42). Luovan työn tulokset syntyvät monitahoisten prosessien kautta ja luovan työn keinoja on yhtä paljon, kun on meitä tekijöitäkin. Luovuuden keinoja voi opetella ja ne ovat osa myös sisustusarkkitehdin koulututusta. Luovuus ei synny tyhjästä, vaan sen ylläpitämiseksi tehdään aktiivisesti töitä luovuuden eri menetelmillä. Luova prosessi voidaan jakaa vaiheisiin:

- 1) Kerääminen
- 2) Valikointi
- 3) Luonnostelu
- 4) Jalostaminen
- 5) Viimeistely (Järvilehto 2009, 5; kuvio 4).



Kuvio 4. Luovan työn vaiheet.

Kerääminen tuottaa luovalle työlle perusmateriaalia (Järvilehto 2009, 5). Itse kerään vakituisista lähteistä viikottain materiaalia ideointiin. Usein materiaalin valinta perustuu intuitioon. Ideana on olla ajattelematta valintoja sen enempiä, vaan tarttua saatavissa olevaan materiaaliin, jos se kiinnittää huomioni, vaikka en ymmärtäisi miksi. Luovan työn pohjaksi, materiaalia karttuu paljon myös odottamattomista paikoista. Projektien alkaessa poimin jo kerätystä materiaalista käyttökelpoiset (valikointi) ja jatkan uuteen projektiin sopivan materiaalin etsimistä ja lisäämistä. Materiaalin pohjalta teen ensimmäiset luonnokset ja hion lopulta suunnitelmat valmiiksi. Työvaiheen, luonnoksista jalostamiseen, saatan tehdä suoraviivaisesti, edestakaisin pomppien tai hyvin pitkän ajan kuluessa. Riippuu projektista, miten luova työ etenee. Sisustusarkkitehdin työ on periaatteessa hyvin suoraviivaista, mutta työ sisältää myös vaiheita, joita on saattanut tietämättään tai tietoisesti jo vuosia etukäteen. Joskus vastaus ongelmaan tulee yllättävästä yhteydestä projektin aikana tai joskus jopa vasta projektin päättymisen jälkeen.

Luova työ voi toisinaan tapahtua hetkessä, jos taustalla on riittävästi aiemmin kerättyä materiaalia tai tiedostamatonta tietoa (Iivarinen 2012, 6). Toisinaan se voi viedä paljonkin aikaa. Omalla kohdallani luovaan työhön vaikuttavat työympäristö, vallitseva olotila, aikataulu, muut mielessä pyörivät ja tiedostamattomat asiat. Luovan työn mahdollistamiseksi, on materiaalien organisointi, työprosessit ja projektinhallinta oltava mahdollisimman automatisoitu. Luovan työn osuudesta nautin suunnittelijana eniten, mutta se myös vaatii onnistuakseen. Luomalla tai hyödyntämällä työvälineitä hyvään arkistointiin, tehostan ja mahdollistan omaa luovaa työtä.

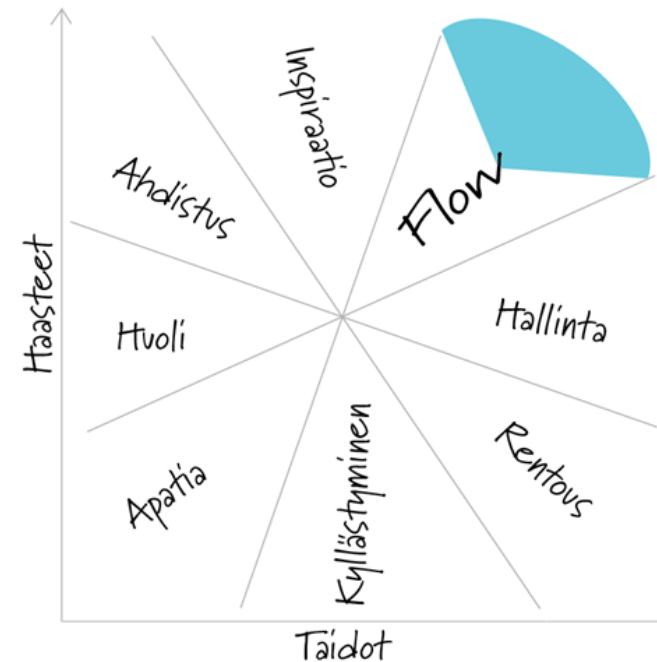
3.3 INTUITIO JA "WORK FLOW"

Seuraatko tuttua tietä, jota kaikki muutkin kulkevat vai annatko intuition kuljettaa sinut poikkeavalle polulle tai jopa pois polulta löytääksesi uusia polkuja tai paikkoja? Tieltä voi myös eksyä, mutta eksyminen tuskin on seurausta intuitiosta. Iivarisen (2012, 6) mukaan intuitio pohjaa aiemmin opittuun ja keräämämme tietoon, jota analysoimme ja perustelemme, jonka jälkeen intuitio tapahtuu. Iivarisen määrittely perustuu Goldbergin (1983) ajatuksiin Intuition voima -teoksessa sekä sen alkuperäisteokseen The Intuitive Edge (1983). Intuitio on kykyä kuunnella ja käyttää omaa sisäistä ääntään (Iivarinen 2012, 6). Kun intuitiota kehitetään ja sen luotettavuutta opitaan arvioimaan, päästään lopputuloksessa yhä parempaan tarkkuuteen (Karjalainen 2015).

Harjoitan omaa intuitiota ahkerasti työnteossa ja vapaa-aikana. Intuition käyttäminen on välttämätön sisustusarkkitehdin työväline ja omalla kohdalla usein myös toimivin ja nopein. Sen merkitystä ei kannata vähätellä ja oikein käytettynä se voi tuottaa luotettavampaa ja tarkempaa tietoa kuin päättely. Tämänhetkisen tiedon mukaan tietoinen päättely pohjautuu aina intuition tekemään esityöhön. Prosessin voi kääntää myös toisin päin eli tietoisien mielen avulla voi hakea intuitiivista tietoa. Tämä ajatusmalli kuvastaa omaa työskentelyäni parhaiten. Kyse ei ole joko tai -ajattelusta, vaan päättelyn ja intuition yhteensovittamisesta. Intuitiota hyödyntäessä päätösten laatu paranee, päättämisen nopeus ja sen jälkeinen varmuus kasvavat ja päätöksen jälkeinen hyvinvointi kasvaa. (Karjalainen 2015.)

Itsensä toteuttamisessa korkein aste on tila, jota kutsutaan termillä "flow". Kun työ on mieleistä ja sopivan haastavaa,

tekeminen ja keskittyminen saavat unohtamaan itsensä. Paikan ja ajantaju hämärtyy, tunne kontrollista häviää ja työn suorittaminen tuottaa mielihyvää. (Kettunen 2001, 44.) On kuitenkin välttämätöntä, että kokee sisäisesti omaavansa riittävät valmiudet ja kyvyt tekemäänsä tehtävään, koska muutoin seurauksena voi olla stressiä ja ahdistusta (Csikszentmihalyi 2004; kuvio 5). Itselle flow-tila tulee silloin, kun saan tehdä jotain itselle tärkeää ja eheyttävää. Tärkeä osa flow-tilaan pääsemistä on, että tehtävä on osaamiseni ydinalueella ja vie minua elämässä eteenpäin. Yhtä tärkeää on, että minulla on aikaa ja mahdollistava ympäristö työn tekoon. Flow-tilassa keskityn vain tekemiseen ja lopputuloksen saavuttamiseen. Kaikki muu jää tähän maailmaan.



Kuvio 5. Flow-tilan saavuttaminen on todennäköistä, kun tehtävän haasteet ja omat taidot ovat riittävät. Kuvio laadittu Csikszentmihalyin (2004) kuvaajan (A simple scheme of everyday life of people) pohjalta.

4. PROSESSIEN KEHITYS - HEIKOIMMAT JA TÄRKEIMMÄT OSA-ALUEET

Kerroin opinnäytetyön tavoiteosiossa työni vahvimpien ja heikomprien kohtien määrittelystä, jonka pohjalta suunnittelen ja kehitän prosessipohjaa. Vahvuus- ja heikkousmäärittelyn lisäksi asetan prosesseille tärkeys- eli **prioriteettiasteen**. Näiden ominaisuuksien perusteella määritän prosessien kehittämisjärjestyksen: ensiksi heikoin ja tärkein. Projekti-Instituutin (2010, 32) mukaan, kehittämissuunnitelman ollessa hyvä, se jaetaan projektitoiminnan osa-alueiden mukaisesti niin, että heikoin osa-alue saa eniten huomiota. Jotta kehitystyöllä löytyy todella yrityksen toimintaa oikein tukevat prosessit, prosesseille täytyy asettaa myös järkevät tavoitetasot. Tällöin kehitys tapahtuu liiketoiminnan tarpeiden mukaan, eikä prosessiin lähdetä soveltamaan sen toiminnan tasoon sopimattomia työkaluja. (Projekti-Instituutti 2010, 32.)

Käytän vahvuuksien ja heikkouksien sekä niiden tärkeystason määrittelyyn soveltuvasti korrelatiivista menetelmää. Nimeän projektin tehtävien ja prosessien 20 kohtaa ja arvioin kunkin kohdan muuttujien: vahvuus, heikkous ja tärkeys, suhteen. Arviointi tapahtuu 1-10 numeron 1 ollessa heikoin osa-alueeni ja 10 vahvin. Jokaisen kohdan tärkeystason määrittely tapahtuu niin ikään 1:stä 10:een asteikolla, kuitenkin numeron 1 ollessa prioriteetti. Esitän tulokset korrelaatiomatriisi muodossa, jonka perusteella valitsen kaksi heikointa ja tärkeintä kohtaa, joihin kehitän prosessipohjan opinnäytetyön puitteissa. Kaikista kohdista teen taulukon (liite 2), jossa arvioin lyhyesti kunkin kohdan ongelmakohtia ja mahdollisia ratkaisuja niihin. (vrt. Anttila 1996, 336).

4.1 KORRELAATIO - MISTÄ PROSESSIPOHJAN KEHITYSTYÖ ALKAA?

Taulukosta 1 löytyvät määrittelyn ominaisuuksien numeeriset arvioinnit. Korrelaatiomatriisi (Kuvio 6) kuvaa visuaalisesti tämänhetkistä tilannetta siitä, mitkä osa-alueet koen vahvoiksi ja mitkä heikoiksi omassa työssä. Arvioin esimerkiksi projektin johtaminen vahvaksi (10) verrattuna muihin kohtiin, koska minulla on 10 vuoden kokemus projektien teosta ja neljän vuoden kokemus projektijohtamisesta. Kuitenkin edelleen kehittyminen projektin johtamisessa on tärkeää yrityksen liiketoiminnan kannalta, joten se saa tärkeydessä arvion 3 ja tuo sen huomattavasti edemmäksi kehittämisjärjestyksessä.

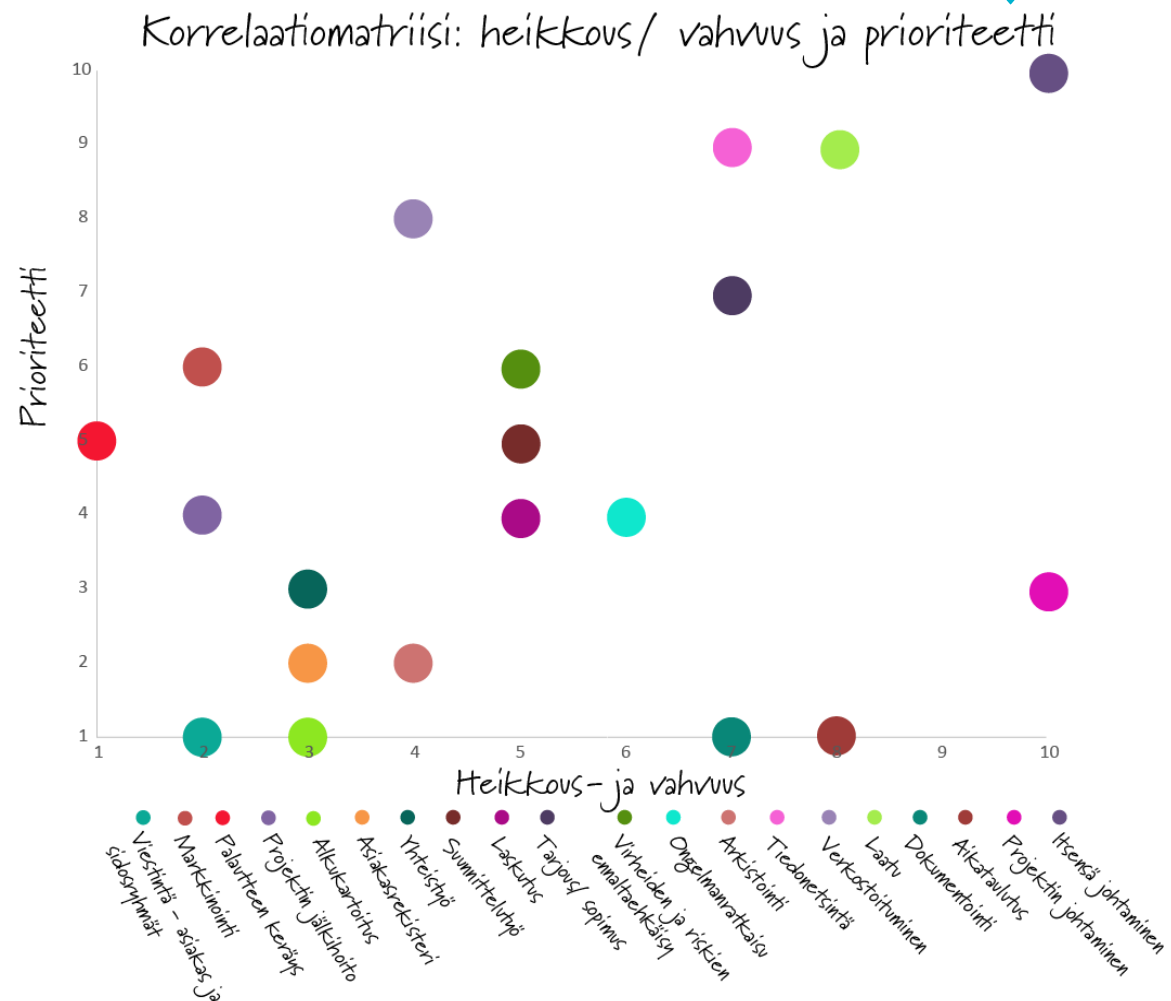
Kaksi kohtaa, viestintä – asiakas ja sidosryhmät ja alkukartoitus, ovat korrelaatiomatriisiin perusteella heikoimmat ja tärkeimmät kohdat, joihin aloitan prosessipohjien luomisen. Viestinnän prosessipohjaa varten perehdyn viestinnän teoriaan ja selvitän tulevia toimenpiteitä yritykseni viestintään. Alkukartoitukseen luon kyselylomakkeen asiakkaalle, jossa selvitetään tarkasti tarpeet ja toiveet sisustus suunnittelun suhteen. Muiden 18 kohdan prosessipohjien kehitys jää tämän opinnäytetyön ulkopuolelle.

PRIORITEETTI

Päätös projektin, tehtävien tai ideoiden tärkeysjärjestyksestä resurssien ollessa rajalliset. Valintaan vaikuttavat projektin merkitys ja kiireellisyys kyseisenä hetkenä ja sen priorisoinnin vaikutukset yrityksen toimintaan sekä muihin projekteihin (Projekti-Instituutti).

Taulukko 1. Projektin tehtävien ja prosessien heikkous/ vahvuus ja prioriteettiarviointi oman työn näkökulmasta.

	Heikkous/ vahvuus	Prioriteetti
Viestintä - asiakas ja sidosryhmät	2	1
Markkinointi	2	6
Palautteen keräys	1	5
Projektin jälkihoito	2	4
Alkukartoitus	3	1
Asiakasrekisteri	3	2
Yhteistyö	3	3
Suunnittelutyö	5	5
Laskutus	5	4
Tarjous/ sopimus	7	7
Virheiden ja riskien ennaltaehkäisy	5	6
Ongelmanratkaisu	6	4
Arkistointi	4	2
Tiedonetsintä	7	9
Verkostoituminen	4	8
Laatu	8	9
Dokumentointi	7	1
Aikataulutus	8	1
Projektin johtaminen	10	3
Itsensä johtaminen	10	10



Kuvio 6. Korrelaatiomatriisi työni heikoimpien ja vahvimpien sekä tärkeimpien kohtien määrittelystä.

4.2 VIESTINTÄSTRATEGIA JA -SUUNNITELMA YRITYKSEN VIESTINNÄN OHJENUORANA

Viestintä asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa on korrelaatiomatriisiin 20 kohdasta heikoin ja samalla tärkein kehitettävä osa-alueeni. Yrityksen viestinnän kokonaisuus on monien osien summa, joita puran auki **viestintästrategian** ja -suunnitelman teorian kautta. Sivuan omassa kehitystyössä yrityksen viestintää laajemminkin kuitenkin painopisteen sijoituessa asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa tapahtuvaan viestintään.

Projektissa kaikki vaiheet perustuvat kommunikointiin ja yrityksen tasolla viestintä vaikuttaa toiminnan onnistumiseen. Viestintä tuo uusia yhteistyötahoja ja kumppaneita sekä estää mahdollisia väärinkäsityksiä. Siihen kannattaa panostaa, koska se on edullista ja tehokasta. Onnistuakseen, viestintä tarvitsee tuekseen suunnitelman, joka jaetaan tavallisesti kahteen osaan aikajänteen perusteella: strategiseen (viestintästrategia, 2-5 vuoden suunnitelma) ja operatiiviseen (viestintäsuunnitelma, vuoden tai lyhyemmän jakson suunnitelma). (Ylenius & Keränen 2007.)

Pienenkin yrityksen kannattaa laatia viestintästrategia, koska se hyödyttää yritystä ja sen liiketoimintaa mm. säästämällä resursseja ja tuomalla ennustettavuutta viestintään. Kun strategiaan on kirjattu lupaus ja perusviestit, auttaa se yrityksen brändin arvojen viestimisessä. Day Designer-kalenteri on vahva esimerkki tiukkaan kohderyhmän rajaukseen perustuvassa brändissä ja onnistuneessa viestinnässä (Day designer; Woolery; kuva 2). Viestintästrategiassa kartoitetaan yrityksen viestinnän nykytila, resurssit ja tavoitetila. Nykytilan kartoitukseen voi käyttää SWOT-analyysiä, jonka avulla arvioidaan yrityksen viestinnän vahvuudet, heikkoudet, uhat ja

mahdollisuudet. Lisäksi viestintästrategiassa tarkennetaan ne toimenpiteet, vaiheet ja keinot, joilla tavoitteet pyritään saavuttamaan. Viestintästrategian tarkoitus on toimia eräänlaisena ohjaavana muistilistana organisaation viestinnälle. Se luo pohjan käytännön viestinnän suunnittelulle arkipäivän työssä. Koska yrityksen toiminta ja sen ympäristö muuttuvat koko ajan, viestintästrategiaan kannattaa suhtautua valmiutena toimia muuttuvissa tilanteissa, ei orjallisena ohjeena. Jotta viestinnällä saavutetaan tuloksia, viestintästrategian linjausten on nojattava yrityksen kokonaisstrategiaan (visio, liikeidea ja arvot) ja sidosryhmien (asiakkaat, yhteistyökumppanit, alihankkijat) kuunteluun. (Ylenius & Keränen 2007.)



Kuva 2. Day designer-kalenterin markkinointiviestintää kuvajakopalvelussa ja sosiaalisessa verkostossa, Instagramissa (Thedaydesigner; Wikipedia). Day Designerin kohderyhmänä ovat naisryhtäjät ja kaikki heidän viestintänsä tukee yritysidea ja vetoaa kohderyhmään.

Viestintäsuunnitelmassa puolestaan huomioidaan, millä resursseilla ja tekniikalla vuoden viestintä hoidetaan. Suunnitelmaan kirjataan, miten pidetään yhteyttä asiakkaisiin ja sidosryhmiin, ja sisällytetään arkipäivän viestinnän pelisäännöt ja ohjeistukset (esim. sähköpostiviestien fontti, tervehdys ja allekirjoitukset, puhelimeen vastaaminen) ja ulkopuoliselta palveluntuottajalta ostettavat palvelut. Viestintäsuunnitelman tarkoitus on olla helppo ja yksinkertainen ja sitä voidaan täydentää tarvittaessa. Viestintäsuunnitelmassa otetaan huomioon SWOT-analyysi ja päätetään mihin tekijöihin pyritään vaikuttamaan tulevina vuosina. Viestintäbudjetin lähtökohtana tulisi olla mitä yritys saa aikaan, ei se mitä viestinnälliset toimenpiteet saa maksaa. Pienellä voi saada paljon aikaan, kunhan panostaa suunnitteluun ja priorisoitiin. (Ylenius & Keränen 2007.)

Viestintästrategian sisältö lyhyesti:

Strategiset linjaukset:

Miksi viestintää tehdään?

Keskeiset ydinviestit

Viestinnän arvot ja tavoitteet

Viestintästrategiassa määritellään:

Viestinnän painopistealueet ja teemat

mat

Viestinnän organisointi ja vastuut

Viestinnän prosessit

Resurssit

Viestintäsuunnitelman sisältö lyhyesti:

Arkiviestinnän pelisäännöt ja käytännöt

Kohderyhmäkohtaiset toimenpiteet

Yritystä koskevat toimenpiteet

Ajoitus

Budjetti

Ensimmäiset keinot ja kanavat (painettu- ja sähköinen viestintä)

4.2.1 Viestinnän nykytilan kartoitus – SWOT

Nykytilan kartoituksen tehtävänä on auttaa viestinnän suunnittelussa. Sen kohteena ovat sisäinen ja ulkoinen yrityskuva, tiedonkulku yrityksessä sekä vuorovaikutus asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa. (Ylenius & Keränen 2007.) Sisäisen yrityskuvan kartoitus SWOT-analyysillä (kuva 3) perustuu omaan pohdintaani, koska kyseessä on yhden ihmisen yritys. Ulkoisen yrityskuvan tutkiminen on ajankohtaisempaa yrityksen toimitua jonkin aikaa. Arvioin kuitenkin nyt nähtävissä olevia kehityskohteita.

VIESTINTÄSTRATEGIA

Muodostuu niistä määrittelyistä, valinnoista ja tavoitteista, joita soveltamalla ja toteuttamalla organisaatio menestyy nyt ja tulevaisuudessa hyödyntämällä viestintäresurssiaan mahdollisimman hyvin. Viestintästrategiassa päähuomio on tulevaisuudessa (Juholin 2002).

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Työkokemus: yrityksen sisäinen, ulkoinen ja kansainvälinen viestintä ● Arkipäivän asiakasviestinnän kokemus työvälineinä sähköposti ja puhelin <ul style="list-style-type: none"> -molemmat toimivat hyvin, mutta niiden käyttöä pitää ohjeistaa ja selvittää tiedon tallentamisen mahdollisuuksia ● Aiempi koulutus: yliopisto, ammattikorkeakoulu ja yritysopinnot ● Osaamista/ kontakteja viestinnän kirjallisen ja visuaalisen kokonaisuuden luomiseen | <ul style="list-style-type: none"> ● Ei ole lähes ollenkaan kokemusta yksinyrittäjyydestä ● Ei ole luotu ohjeistusta arkipäivän asiakasviestintään ● Kokemuksen ja osaamisen puute internetin ja sosiaalisen median viestinnästä ● Yrityksen kokonaisstrategian (visio, liikeidea ja arvot) määrittely kesken ● Viestintästrategia ja -suunnitelma puuttuvat ● Tähänastisesta viestinnän toimivuudesta ja asiakaskokemuksesta ei ole kerätty johdonmukaisesti palautetta ● Vuorovaikutuksen kartoitus yhteistyö- ja kohderyhmien kanssa |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Hankittu kokemus viestinnästä ● Lisäkouluttautuminen ● Viestinnän kehittämisen ulkoistaminen kokeneelle ammattilaiselle? ● Hyvä suunnittelu nyt voidaan vähentää resurssien kuluista myöhemmin ● Työn ohessa tehtävän viestinnän arvioinnin dokumentaatio ● Uusien digitaalisten työkalujen tarjoamat mahdollisuudet viestinnässä | <ul style="list-style-type: none"> ● Tiedon ja kokemuksen puute ● Resurssien rajallisuus (aika, raha ym.) ● Suunnittelun epäonnistuminen syystä tai toisesta <ul style="list-style-type: none"> -Kohderyhmän rajaus -Valitut viestintäkanavat ja -tyyli eivät kohtaa kohderyhmän kanssa -Viestintäkanavat ja tiedonkulku eivät toimi odotetusti ● Yhteistyökumppanien riittämätön tieto yrityksestäni ja huonot vuorovaikutusmahdollisuudet ● Tietoturva ja viestintäkanavien toiminnan luotettavuus |

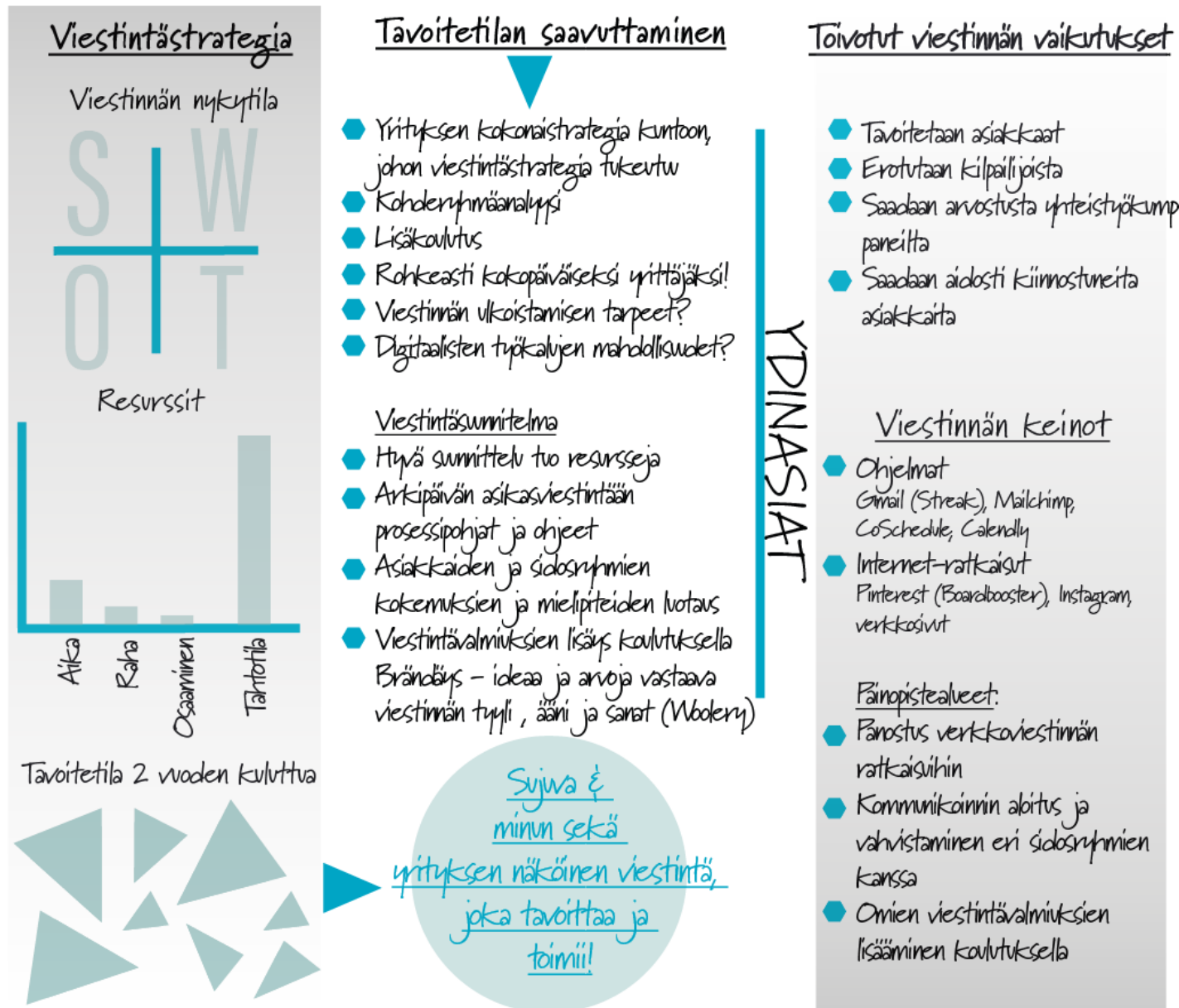
Kuva 3. Viestinnän nykytilan kartoitus SWOT-analyysillä.

Yrityksen viestintää ajatellen omat vahvuudet ovat aiemmassa työkokemuksessa yrityksen sisäisestä, ulkoisesta ja kansainvälisestä viestinnästä. Myös koulutustausta tuo tukea, osaamista ja kriittisyyttä omaan viestintään. Yksinyrittämisestä minulla ei kuitenkaan ole lähes lainkaan kokemusta, joten uusilla vesillä ollaan sen suhteen. Sen vuoksi lisäkouluttautuminen menee viestintästrategian tavoitelistalle ensimmäiseksi. Samalla lisäkoulutus on myös osa tämän vuoden viestintäsuunnitelmaa. Arkipäivän asiakasviestintä toimii ihan hyvin, mutta muutamia helposti ratkaistavia ongelmia ja kehitettävää siitä löytyy. Osaksi viestintäsuunnitelmaa tulevat valmiiden sähköpostipohjien luominen sekä sähköpostiviestinnän ohjeistuksen laatiminen sekä itselle että asiakkaalle.

Pienetkin jutut säästävät resursseja ja helpottavat selvästi työntekoa. Tulevaisuudessa löytänen tähän työkaluja esim. projektinhallintaohjelmasta. Koska resurssit ovat vähäiset haluan yrittää hyvällä suunnittelulla säästää niiden kulutuksessa. Kuitenkin mitä syvemmälle tähän viestintään perehdyn voi tulla vielä hetki, jolloin myönnän oman osaamattomuuteni ja luotan viestinnän kehittämisen osaaviin käsiin yrityksen ulkopuolelle. Ennen sitä luotaan asiakkaiden ja sidosryhmien kokemuksia ja mielipiteitä omassa arkipäivän työssä. Viestinnän suunnittelu epäonnistuu varmasti ilman yrityksen kokonaisstrategian vii-meistelyä ja kohderyhmäanalyysiä, joten niiden viimeistelytyöt ovat myös listalla. Kun yrityksen perusta on kunnossa, minulla on jotain brändättävää! Siinä onkin sitten asiaa toisen opinäytetyön verran, joten en käsittele aihetta tässä sen enempää.

4.2.2 Viestinnän tavoitteet, vaikutukset ja keinot

Edellä mainitut tavoitelistalle päätyneet asiat ovat yrityksen viestinnän kehityksen ydinasioita (kuva 4). Haluan, että yrityksen viestintä on tulevaisuudessa sujuvaa kaikkien osapuolten kannalta ja, että viestintä on yrityksen näköistä. On tärkeää, että yrityksen viestinnän visuaalinen tyyli, kirjoitettu ja puhuttu teksti vetoaa juuri minun kohderyhmääni (Woolery). Toivon, että viestintäni tavoittaa asiakkaat ja erottuu edukseen kilpailijoista. Lisäksi olisi toivottavaa, että yhteiskumppanit arvostavat yrityksen toimintaa ja haluaisivat olla kumppaneitani. Viestintä saisi tuoda yritykselle aidosti sitoutuneita asiakkaita, jotka pitävät tyylistäni ja tavasta tehdä suunnittelutyötä. Viestinnässä tullaan panostamaan verkkoviestinnän ratkaisuihin, joita olen käsitellyt tarkemmin korrelaation pohjalta tehdyssä taulukossa: Projektitehtävien ja prosessien ongelmakohdat ja mahdolliset ratkaisut (liite 2). Tarkoitus on selvittää, löytäisinkö verkosta viestinnän keinoja, jota nykyiset ja potentiaaliset asiakkaat seuraavat. En kuitenkaan aio unohtaa perinteisiä menetelmiä tilanteen tai asiakkaan vaatiessa. Painopiste on lisäksi eri sidosryhmien kommunikaation aloittamisessa ja vahvistamisessa sekä omien viestintävalmiuksien lisäämisessä.



Kuva 4. Yrityksen viestintästrategia. (Kuvan sisältö perustuu osin lähteisiin Ylenius & Keränen 2007; Woolery.)

4.3 KYSELYLOMAKE ASIAKKAAN TOIVEIDEN ALKUKARTOITUKSEEN

Sisustussuunnitteluprojektin alkukartoitus on korrelaatiomatriisin mukaan heikoimpia osa-alueitani ja prioriteetti nostaa sen toiseksi kehityslistalla. Työkaluista kyselylomake on opinäytetyön päätulos, jonka muodostan kokonaisuudessaan ja jota hyödynnän kahdessa asiakastyössä opinäytetyön puitteissa. Kyselylomakkeen muodostamiseen hyödynnän laadullista analyysia. Laadullisessa analyysissä aineistoa voidaan hankkia ja täydentää sen mukaan, miten tutkittava ilmiö on valittu ja valittu analyysimenetelmä osoittavat. Aineistoa hankitaan, kunnes saavutetaan sellainen täydentymistaso, ettei uusia näkökulmia ilmiön selittymiseksi enää ole tarjolla. (Anttila 2005, 117.) Koska sisustusala on jatkuvan muutoksen alla, ilmiön selittymiseksi tulee tarjolle uusia näkökulmia aineiston täydentyessä lisää ja analyysi toistuu uudelleen.

4.3.1 Laadullinen analyysi - Abduktiivinen päättely

Asiakkaan toiveiden alkukartoitukseen käytettävän lomakkeen analyysi lähtee liikkeelle omasta kokemuksesta, mutta pohjautuu myös teorian olemassaoloon kaiken taustana. Tämän abduktiivisen päättelyn avulla voidaan kehittää käytäntöä palvelevia teorioita. Abduktiivista päättelyä varten tutkijalla on oltava johtoajatus, joka tässä on kyselylomake. Abduktiivisen päättelyn ideana on, että tutkijan kiinnostus kohdistuu tiettyihin tärkeiksi oletettuihin tai tiedettyihin seikkoihin. Tämän vuoksi tutkijalla tulisi olla teoreettinen ja käytännöllinen esiymmärrys aiheesta. Muutoin voi olettaa, että tutkija ei pysty valikoimaan aineistostaan ratkaisun kannalta oleellisia asioita. Päättelyn aikana johtolanka on tutkijan itsensä valittavissa ja

esimerkiksi uusien käänteiden tai yllätysten tullessa, hän voi vaihtaa uuteen ideaan. Päättely voi rakentua intuitiivisen oletuksen varaan, mutta se voi rakentua myös varsinaisista tosiasioista. Päättelyn tukena voidaan käyttää tukena aikaisempaa kirjallisuutta ja teorioita, mutta ei sellaisenaan nojattavaksi, vaan esimerkiksi inspiraation ja ideoiden lähteenä. (Anttila 2005, 118-120.)

4.3.2 Aineisto

Valitsin abduktiivisen päättelyn tueksi viisi kirjaa, joista olen ollut inspiroitunut jo pitkään (kuvio 8). Kirjat ovat valikoituneet vuosien kuluessa oman sisustussuunnitteluni perusteeksi. Hyödynnettäviä teoksia minulta löytyy paljon, mutta juuri näissä kyseisten teosten sivuilla käsitellään asiakkaan toiveiden määrittelyä ja tilan suunnittelun alkuvaihetta, joihin olen analyysini rajannut. Kirjat edustavat sisustamisen eri tyylejä ja tiloja ja Foundations of Interior Design valikoitui mukaan kaiken kattavana sisustusarkkitehtuurin oppikirjana. Kattavaa suomenkielistä sisustusarkkitehtuurin oppikirjaa ei ole, vaan tiedonhaku tapahtuu lähinnä rakennus (RT Net) - tai sisustus-tietopalvelusta (SIT Net). Valittujen kirjojen taustalla on paljon kokemusta ja ammattitaitoa sisustussuunnittelusta.

Kelly Hoppen sisustajan koti ideasta todeksi -kirja

Kelly Hoppen

- maailmanlaajuisesti tunnettu ja palkittu suunnittelija, yrittäjä, kirjailija ja kouluttaja sisustusosalalla
- 40 vuotta alalla (Chislett & Knapp 2008, Kelly Hoppen Interiors).

Foundations of Interior Design

Susan S. Slotkis

- palkittu sisustus suunnittelija, kouluttaja, kirjailija ja yritysosaaja
- 25-vuotta oma yritys ja yli 10 kokemus opetustyöstä alalla (Susan S. Slotkis Profiles Personalized Interiors).

Sydämellä sisustettu

Clare Nolan

- kirjailija, stylisti ja toimittaja
- 15-vuoden kokemus lifestyle-lehdissä työskentelystä (Nolan 2013).

Sisusta tyylillä

Holly Becker

- freelancetoimittaja ja sisustusneuvoja sekä bloggaaja
- 12 vuotta sisustusalan yritys ja 10 vuotta sisustusblogi (Decor8).

Joanna Copestick

- sisustukseen ja somistukseen erikoistunut kirjailija ja toimittaja ja sisustus suunnittelija (Becker & Copestick 2011).

Keittiö

- keittiöalan kehittämishalvisten kalusto- ja kodinkonevalmistajien sekä muiden alan toimijoiden yhteistyönä toteutettu keittiösuunnittelun tietokirja (Pekkala 2013).

4.3.3 Aineiston analyysi

Aineiston analyysissä johtajatuksena on alkukartoituksen kyselylomake. Analyysin ensimmäisessä osassa kommentoin spontaanisti valokuvaamalla kopioituihin sivuihin tekstien mieleen nostamia ajatuksia (kuva 5). Ajatukset pohjautuvat omaan aiempaan teorian, kokemuksen ja käytännön osaamiseen sisustussuunnittelusta. Abduktiivisella päättelyllä etenen kommenttien kautta kirjallisuuden inspiroimana lopputulokseen, joka käsittelee sisustussuunnitteluprojektin alussa täytettävän kyselylomakkeen sisältöä ja rakennetta. Kriittis-realistisen evaluaation alkuosa (kuvio 7) kuvaa aineiston kanssa käymääni vuoropuhelua ja siihen vaikuttanutta ulkoista sekä sisäistä informaatiota.



Kuvio 7. Abduktiivinen päättely. Mukailtu Kriittis-realistisen evaluaation prosessista. (Anttila 2005, 463.)

Analyysin toisessa osassa keräsin sivuihin tekemäni kommentit yhteen ja tarkastelin, mitä asioita kommentteista nousi esiin, esimerkiksi aihealueet ja niiden toistuvuus. Helpottaakseni kommenttien tarkastelua koodasin saman sisältöiset kommentit väreihin (kuva 6). Käytin kommentteja ja omaa kokemuspohjaani analysoinnin tuloksen muodostamiseen (kuvio 8).



OMA KOKEMUS & HAVAINNOT
MUUT LÄHTEET (INTERNET, TELEVISIO, AMMATTILAISET..)

ULKOINEN PALAUTE



SISÄINEN PALAUTE

ANALYYSI



KYSELYLOMAKE

Kuvio 8. Abduktiivisen päättelyn avulla työstetystä aineistosta kyselylomakkeeseen.

Vastausten mieltäminen vaatii aikaa asiakkaalta
Vastausten tarkuttaminen tapahtuu suunnittelijan tuella!

Käytävä järjestelmällisesti läpi kaikkien kodin tilojen toiminnat
Mikä toimii ja mikä ei toimi nyt? Mita halutaan ja mistä unelmoidaan?
Elämän aikana tapahtuvat muutokset mm. lasten kasvu → tilan tarpeiden muutokset



KYSELYLOMAKE
Aloitte kysymällä itseltäsi seuraavat kysymykset:

KYSELYLOMAKE

Aloitte kysymällä itseltäsi seuraavat kysymykset:

Mitä toimintoja mihinkin huoneeseen sijoittuu?

Mihin aikaan vuorokaudesta tiettyjä huoneita todennäköisimmin käytetään?

Mitä huoneiden vieressä on ja miten luot jatkuvuuden tunteita?

Asioita säilyttävä olemassaolevat kinttejä rakenteita?

Mitä ovat huoneiden plusat ja miinukset?

Miten paljon luonnon valoa on saatavilla ja miten se todennäköisesti vaihtelee vuodenaikojen myötä?

Mitä ikkunoista näkyy ja miten sen voi hyödyntää?

Pitätkö muodollisista vai rennoista ratkaisuista?

Pitätkö enemmän löylystä vai suihkusta?

Tarvitsetko täydellisesti varustettua keittiötä, jossa on tilaa kaikenlaisille kodinkoneille ja lattialle?

Oeko suunnitelmassa pukeutumishuone vai tarvittetko makuuhuoneeseen säilytystilaa vaatteille?

Oeko sinun suunniteltava parempia säilytysratkaisuja, jotta omakäyttösi ei loppuisi alue?

Mitä olemassaolevat rakenteet/sisustukset haluat säilyttää?

Miten aiot luoda yhteyden ulko- ja sisätilojen välille?

tarpeita selvittävää vaikka asiakas ei itse osaisi kertoa niistä

KELLYN VINKKI
Osta iso muistikirja erilaisia listoja ja muistiinpanoja varten.

asiakkaan ehdot

ainut oikea tyyppi

arjen toiminnot selvittävä tarkasti
↓
voimakas asiakkaan & suunnittelijan väillä

perheesiäseni saatte tehdä tuossa huoneessa - ei vain ihmisiä toimintoja, vaan myös harvinaisimmat.

Jos et suunnittele voit itseäsi, sinun on huomioitava myös muiden toivot. Haluathan taiti, että kaikki ovat omilla tavalla kodissa, kun se on valmis. Mehet ovat yleensä vähemmän vaativia - minun kokemuksesta: hoitajat kymmenen haluttuun asiaan, mikä nähtiä istaavat viisikymmentä. Jos haluat elää tyytyväisenä, anna periksi näiden kymmenen asian kohdalla. Myös lasten on saatava sanoa sanansa - olen huominnut, että asiakkaatni tapailta on usein arvioin, että jatkaisi sitä, mitä he haluaisivat maksaa, leikki- tai kylpyhuoneita - mitä enemmän tilaa perheen käytössä on, sitä todennäköisemmin lapset auttavat sen varustamisessa.

Tämä vaihe on tärkeä, oltiin sitten suunnitelmassa uutta kotia pohjapiirustuksen pohjalta tai kunnostamassa kotia, jossa olet asunut jo vuosikausia. Ensimmäisessä tapahtumassa on enemmän pohdittava ja tietämättömyyksiä, mikä voi olla myös hämmentävää: silloin tuntuu siltä, että näin pyyrit enemmän verrat tarkempaa.

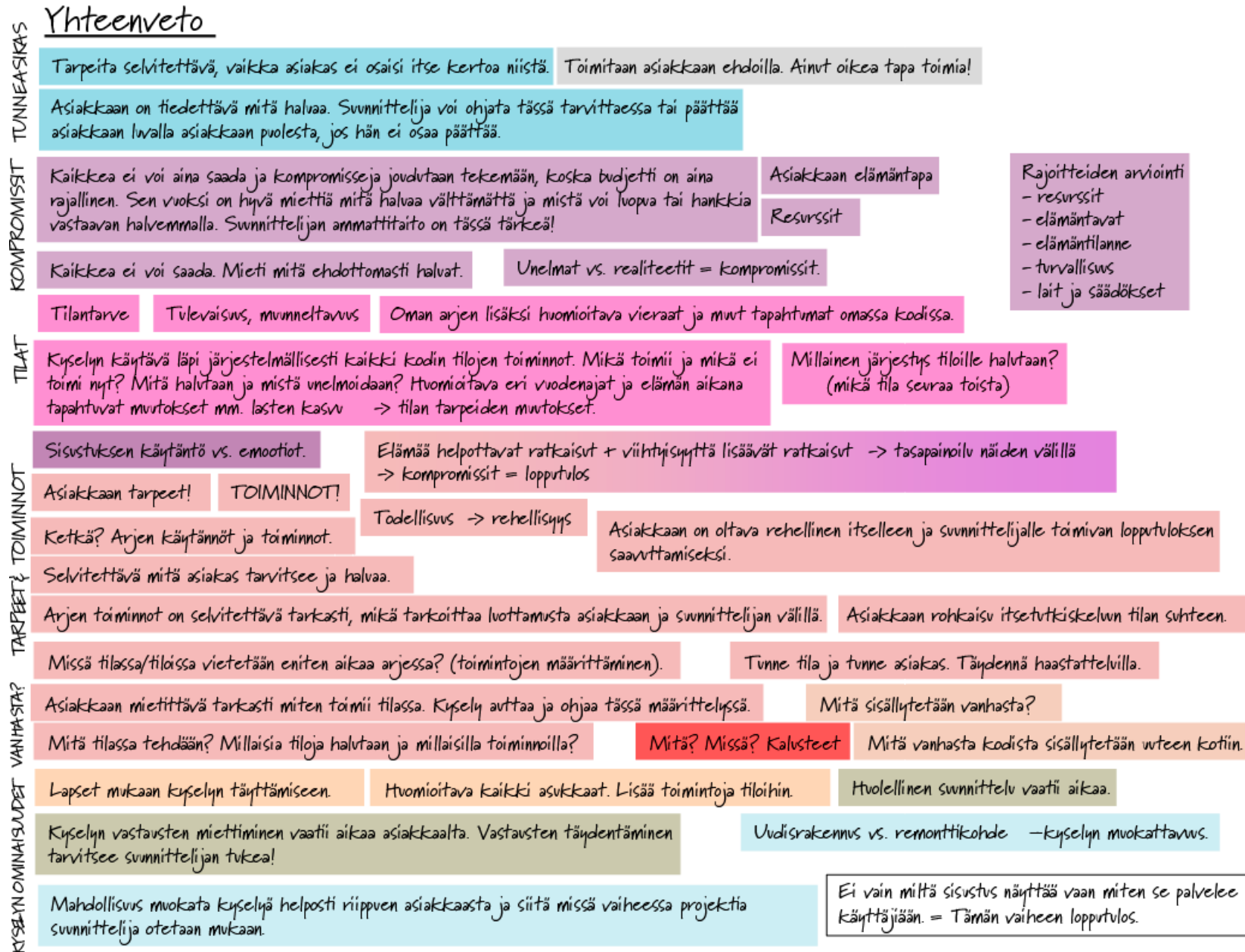
Jälkimmäisen tapahtuman angereit ovat erilaiset - sinun on kyettävä astumaan tulla ja turvallisesti ulkopuolelle ja löytämään asua ratkaisuja elämäntilanteessasi. Suunnittelijassasi käytin potkaisuunsa vaihtamaton itsensä näkösi voi tuntua hieman epämieluisalta - on oltava ilmi helppoa heittäytyä valitsemaan välejä tai materiaaleja - mutta sinun on voitava tulla vaihe päätökseen, jotta projekti etenee siten kuin se kuuluu asi.

Minä olen saanut laadun ja laadun kaikkien vaihtumissääsi ja tarpeitasi, mikä on tärkeä järjestely - näin, jotta on järkevässä ja näin, jotta olen kiva säädä. Nyt olet hyvässä tilassa omaksi suositukseksi.

kaikkia ei aina voi saada ja kompromissien joutunut tekemään, koska budjetit on aina rajallinen. Sen vuoksi hyvä mieltä mitä haluaa välttämättä ja mikä niistä voi loppua tai hankkia vastaavan halvemmallalla. → Suunnittelijan ammattitaito tärkeä!

asiakkaan oltava rehellinen itselleen & suunnittelijalle toimivan lopputuloksen saamiseksi!

Kuva 5. Esimerkki analyysin ensimmäisestä osasta: spontaanit kommentit Kelly Hoppen sisustajan koti ideasta todeksi -kirjan sivuille.



Kuva 6. Aineiston analyysin yhteenveto.

4.3.4 Analyysin tulkinta

Kommenttien värikoodit kertoivat nopealla silmäyksellä, että punaisella sävyllä olevat kommentit koskien, kodin tiloja ja toimintoja sekä niihin liittyviä tarpeita, toistuivat eniten (kuva 6). Tämä oli odotettavissa, koska suunnittelu lähtee liikkeelle aina asiakkaan tarpeista ja tilan mahdollisuuksista, mitä täydenne-tään suunnittelijan ammattitaidolla. Värien avulla sai muodostettua myös kyselyn eri osiot:

1. Asiakkaan tiedot
2. Tilojen toiminnot:
 - i. Mikä toimii ja mikä ei toimi kyseisessä tilassa, nykyisessä kodissa?
 - ii. Uuden kodin toiminnot, tarpeet ja unelmat tärkeysjärjestyksessä.
 - iii. Nykyisen kodin tilojen käyttö: Kuinka paljon tilassa käytetään aikaa päivästä ja missä kodin tilassa viihdyt parhaiten ja miksi?
3. Tilojen pintojen tarpeet, erityistarpeet, toiveet ja unelmat
4. Kalusteet ja valaisimet:
 - i. Mitkä kalusteet ja valaisimet tulevat mukaan vanhasta kodista tai säilytetään? Mitat?
 - ii. Mitä wutta aiotaan hankkia?
5. Tulevaisuuden tarpeet
 - i. Aiotaanko asua itse vai myydä?
 - ii. Muunneltavuuden tarpeet: lasten kasvu, perheenli-säys, lemmikit, esteettömyys ym.
6. Erityistarpeet koskien:
 - i. Kodin yksityiskohdat, taide, kalusteet, valaistus, säilytystilat, turvallisuus ym.

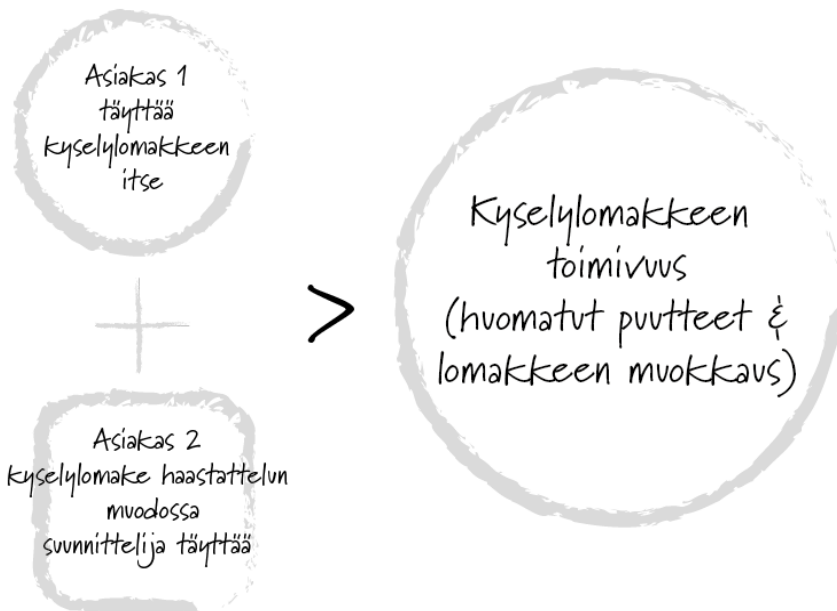
Osoista muodostettu kysely (liite 1) on alkukartoituksen pro-cessipohja, jota on helppo päivittää asiakkaan ja oman palaut-teen pohjalta tulevaisuudessa.

Teksteihin tehdyistä kommentteista nousi esiin viitteitä asiak-kaan kanssa käytävästä keskustelusta tai haastattelusta. On selvää, että kyselylomakkeella voidaan helpottaa laajan alku-selvityksen tekemistä, mutta haastattelu on myös tärkeä osa prosessia. Kuitenkin mielestäni kyselyllä voidaan säästää sekä asiakkaan että suunnittelijan aikaa. Kysely mahdollistaa sen, että asiakas voi käyttää lomakkeen täyttämiseen ja asioiden pohtimiseen pidemmän ajan ja ratkaisuihin sekä toiveista voi-daan keskustella perheen kesken ilman suunnittelijan läsnä-oloa. Usein huomioidut toiminnoista ja asioiden toimivuudesta sekä toimimattomuudesta huomataan kotona vain yksi ker-rallaan, jolloin sen voi saman tien merkitä kyselyyn. Täyte-tyn kyselyn saadessaan suunnittelija voi rauhassa tutustua vastauksiin ja miettiä tarkentavia kysymyksiä, jos jokin asia ei vastauksista selviä. Asiakkaan kanssa yhdessä keskustellen voidaan käydä läpi kyselyyn mahdollisesti jääneet tyhjät koh-dat ja asiakkaalle heränneet kysymykset.

Tulevaisuudessa kysely olisi helpon muokattavuuden mah-dollistamiseksi toteutettava useampana versiona, joissa on huomioitu eri asiakasryhmät ja suunnittelun kohteena oleva tila. Versioiden luokitteluja voivat olla esim. perhetyyppi, ikä-haarukka, tilatyyppi (kerros-, rivi-, omakotitalo), uudiskohde/ saneeraus, omaan käyttöön/ myyntiin. Käytetyimmät pohjat muodostuvat tulevien projektien pohjalta. Lisäksi kyselyyn vaikuttaa olennaisesti missä vaiheessa projektia suunnittelija pääsee mukaan. Myöhäisessä vaiheessa projektiin mukaantulo voi tehdä turhaksi useiden kysymysten esittämisen, koska asi-akas on päätökset jo tehnyt.

4.3.5 Kyselylomakkeen testaus asiakkaan sisustus-suunnittelun alkukartoituksessa

Kyselylomakkeen testaus tapahtui kahden yksityisasiakkaan sisustussuunnitteluprojektissa. Projektikohteet olivat omakotitaloja, joissa saneerattavana yhteensä oli kodin kaikki tilat lukuun ottamatta keittiötä. Ensimmäisessä projektissa asiakkaat olivat muuttamassa taloon, jota he aikoivat remontoida ja toisessa projektissa asiakkaat olivat asuneet talossa jo useamman vuoden ennen suunnittelutarvetta. Testasin kyselylomaketta kahdella tavalla (kuvio 9), joista toisessa projektissa asiakas täytti lomakkeen itse ja toisessa projektissa käytin kyselylomaketta haastattelun pohjana alkukartoituskäynnin yhteydessä.



Kuvio 9. Kyselylomakkeen testaustapa.

Ensimmäinen asiakas oli neljän hengen perhe: vanhemmat ja 3-vuotias tyttö ja 1-vuotias poika. Asiakas oli yhteydessä sisustussuunnitelman teosta heti projektin alkuvaiheessa, joten suunnittelijan kannalta projekti alkoi ihanteellisesti. Ehdin saamaan keskusteluiden pohjalta hyvän käsityksen toivotun sisustuksen tyylistä ja vinkkasin asiakasta keräämään kuvamateriaalia suunnittelua varten. Tarjous/ sopimus suunnittelutyöstä hoidettiin kuntoon ensin, jonka jälkeen kävimme jo läpi tapamisessa asiakkaan toiveita, kuvasin kohteen tilat ja otin mitat. Asiakas lähetti keräämänsä kuvamateriaalin ja listan muutamista jo ostetuista huonekaluista sekä tapetti-ideoita. Kalusteiden valintaan olisin halunnut olla mukana vaikuttamassa, mutta asiakas oli ehtinyt tehdä niistä jo päätöksen. Tämän jälkeen toivon asiakkaalta, että he alkaisivat miettiä mitkä kalusteet tulevat mukaan uuteen kotiin ja alkaisivat ottaa niiden mittoja ylös. Ilmoitin, että lähetän seuraavaksi alkukartoituskyselyn suunnittelua varten. Muokkasin alkukartoituskyselyn asiakkaan remontoitavien tilojen pohjalta ja lisäsin jo selvitettyt asiat valmiiksi kyselyyn ja lähetin sen asiakkaalle täydentämistä varten. Asiakas käytti kyselyn täyttämiseen 8 päivää.

Kyselyyn jäi paljon tyhjiäkin kohtia, mutta sisustussuunnitelman kannalta juuri kyseessä olleeseen kohteeseen, se sisälsi kaiken oleellisen tiedon. Projektiin suunnitelmasta, remontin tekoon ja viimeistelyyn kului aikaa 7 kuukautta, joten alkukartoituskyselyn tietoja tuli tarkisteltua useaan otteeseen. Kysely toimi todella hyvin projektin pohjana ja muistin tukena koko ajan. Tärkeää oli myös, että asiakas oli täyttänyt kyselyn itse ja tarkistanut minun täyttämäni kohdat, jotta väärinkäsityksiä ei päässyt tulemaan. Itse sisustussuunnitelmaan asiakas oli enemmän kuin tyytyväinen!

Asiakkaan spontaani palaute kyselystä:

"Sisustus suunnittelun alkukyselylomake oli minusta selkeä ja helppokäyttöinen. Sen avulla sai mielessä olevia ideoita yhdelle "paperille" jäsenellisesti, mikä helpotti organisoitumista kohtalaisen massiivista remonttia suunnitellessa. Kyselyn avulla tilojen todelliset vaatimukset esim. kalusteiden ja valaistuksen suhteen tulivat hyvin esille. Monia asioita ei olisi tullut välttämättä ajatelleeksi ennenkuin olisi ollut liian myöhäistä."

Ainoa parannusehdotus koskee tiedoston teknistä toteuttamista. Olisi helpompi, jos koko taulukko näkyisi yhdellä näyttörivillä, jotta välttyttäisiin ylös-alas ja oikealle-vasemmalle selailulta. Taulukkoa täyttäessä mieleen nousi asioita sekalaisessa järjestyksessä, jolloin taulukon täyttö tuntui vähän kömpelöltä."

Spontaani palautteen jälkeen lähetin tarkentavia kysymyksiä kyselystä pohjustaen niitä omilla tavoitteilla kyselyn suhteen:

Taulukon täyttäminen kotona arjen ohessa oli yksi tärkeimmistä näkökulmista kyselyn tekemiseen ja sen muotoon. Ajattelin, että asioita pulpahtelee mieleen pikkuhiljaa ja kodin toiminoissa olevat ongelmat tulevat vastaan kotona toimiessa, jolloin asian voi muistaessa kirjata ylös.

Saitteko hyödynnettyä kyselyä tuon näkökulman mukaan? Täytitkö kyselyn kerralla vai useammassa osassa? Osallistuivatko mies ja lapset täyttämiseen?

Koin myös, että kun täytit kyselyn itse, niin se vähensi riskiä, että jotain unohtuu tai että olisin ymmärtänyt/ kirjannut itse jonkin väärin. Koitko samoin?

Näkisittekö, että esim. parin vuoden päästä, että kysely voisi toimia pohjana, johon täyttäisitte asioita jo valmiiksi, kun mietitte miten koti voisi toimia entistä paremmin? kun suunnittelette seuraavaa remonttia? ;) kun unelmoitte uudesta kodista?

Asiakkaan lisäkommentit tarkentaviin kysymyksiin:

"Täytin taulukon melkeen kokonaan yhdeltä istumalta, kun siinä vaiheessa asioita oli ehditty pohtimaan jo melko pitkälle. Mutta ajatuksesi "arkipäivän muistilista" -ideasta toimi kyllä. Jotain pientä lisäilin sitä mukaa, kun tulivat mieleen.

Täytin kyselyn pääosin itsenäisesti, yksittäisissä kohdissa keskusteltiin miehen kanssa. Lapset eivät osallistuneet.

Ehdottomasti hyvä juttu oli täyttää kysely itse, kuten ajattelinkin. Juuri väärinymmärrysten ja unohtusten välttämiseksi.

Tulevaisuutta ajatellen taulukkoa voisi kyllä hyödyntää. Tuntuu, että varsinkin pienten lasten kanssa kodin toimintojen vaatimukset muuttuvat hyvinkin tiuhaan, joten tämä kysely voisi toimia suunnittelun tukena pikku sisustus tai pintaremppeja suunnitellessa. Ja miksipä taulukkoon ei voisi lisäillä mieleen tulevia juttuja ihan siitä "eläkepäivien ihanuudestakin", joka toteutetaan sitten joskus :)"

Toinen asiakas oli kolmen hengen perhe: vanhemmat ja 1-vuotias poika sekä 3 koiraa. Myös tässä projektissa yhteydendenotto tuli ennen suunniteltua remonttia. Sisustus suunnittelun aikataulu oli kuitenkin tiukka, joten päätin nopeuttaa prosessia ja hyödynsin alkukartoituskyselyä ensimmäisessä tapaamisessa haastattelun pohjana ja kirjasin asiakkaan kommentit käsin. Tapaaminen sisälsi kyselyn lisäksi samalla sisustuksen tyylin kartoituksen, tilojen valokuvaamisen ja mittojen ottamisen. Tämän jälkeen yhden tapaamisen perusteella kerätyt tiedot toimivat suunnitelman pohjana ja valmiit suunnitelmat käytiin

läpi yhdessä asiakkaan kanssa reilun kahden viikon kuluttua ensimmäisestä tapaamisesta. Suunnittelun lisäksi projektiin kuului tarjouspyynnöt saunan lauteista ja kolmesta laattaliikkeestä.

Kysely auttoi haastattelussa muistamaan kaikki kysyttävät asiat. Itse kyselypohjaan sain kirjattua sisustuksessa huomioon otettavien asioiden pääkohdat. Kuitenkin tapaamisen jälkeen kirjasin muistista vielä paljon lisätietoa, yksityiskohtia ja omia ajatuksia sisustuksen suhteen. Kaikkia asioita ei ehtinyt kirjaamaan tapaamisen aikana. Sain mielestäni selkeän kuvan asiakkaan toiveista, joten en ollut ensimmäisen ja toisen tapaamisen välillä yhteydessä asiakkaaseen. Suunnitelmien läpikäynnissä selvisi, että olin unohtanut suunnitelmasta yhden asiakkaan toivoman asian, jonka selvitin vielä ja lähetin päivitettyt suunnitelmat myöhemmin. Asia oli unohtunut kirjata kyselyyn, joten se unohtui myös suunnitelmasta. Tältä olisi todennäköisesti vältytty, jos asiakas olisi täyttänyt kyselyn itse. Muutoin asiakas oli tyytyväinen suunnitelmiin.

4.4 MUITA TYÖKALUJA PROJEKTIHALLINTAAN JA VIELÄ KEHITETTÄVÄÄ

Prosessien kehitys on aikaa vievää, mutta hyöty on sitäkin suurempi myöhemmin. Kehitin edellä prosessipohjat yrityksen viestintään ja alkukartoitukseen. Molempien työstäminen jatkuu tulevaisuudessa yrityksen tarpeiden ja saadun palautteen pohjalta. Kerroin aiemmin prosessien kehittämisen alla taulukosta, johon arvioin kaikkien 20 listaamani projektin tehtävän ja prosessin tämän hetkistä tilaa, ongelmakohtia ja mahdollisia ratkaisuja (liite 2). Taulukon tekeminen kaikessa yksinkertaisuudessaan osoittautui todella käteväksi työkaluksi, joka ohjaa tehokkaasti loppujen prosessipohjien kehittämistä. Täytyy vain muistaa jatkossakin tehdä yksi osio aina kerrallaan kunnolla, eikä lähteä ahnehtimaan kaikkea vähän sieltä täältä.

Taulukon teon antoisin osuus oli tutustuminen minulle uusiin digitaalisiin projektin- ja asiakashallintaohjelmiin sekä kaikenlaisiin apuohjelmiin. Niiden kartoitus avasi täysin uudenlaisia mahdollisuuksia päivittäisten työrutiinien hoitamiseen. Ohjelmien testailu omaan käyttöön tulee olemaan oma projektinsa, mutta jälleen hyödyt työn mielekkyyden, helppouden ja ajan käytön suhteen ovat suuret. Haastavaa ohjelmien ja apuohjelmien kartoituksessa oli niiden valtava määrä. Tuntui, että olisin voinut käyttää niiden etsimiseen ja tutkimiseen aivan loputtomasti aikaa. Ohjelmia putkahtelee lisää juuri nytkin, kun kirjoitan tätä opinnäytetyötä. Helpoiten hyvien ohjelmien ja niiden huippuominaisuuksien jäljille pääsi tutkimalla ohjelmia jo käyttävien bloggaajien vinkkejä. Sitä systeemiä aion käyttää jatkossakin.

Mitä sitten seuraavaksi? Teen asiakkaan palautteen pohjalta parannusmuutokset kyselyyn, jotta sen käytettävyys paranee. Sitten jatkan vielä viestinnän parissa ja viimeistelen yrityksen kokonaisstrategian ja lähdän luomaan brändiä. Tämän jälkeen keskityn Tervetuloa asiakkaaksi-paketin kokoamiseen, joka selvittää heti projektin alussa yhteiset pelisäännöt yhteiselle projektille. Loppujen prosessipohjien kehitystyön ensimmäinen kierros olisi tarkoitus saattaa päätökseen seuraavan vuoden aikana. Aika näyttää mihin suuntaan minä kehityn ja yritys kehittyy jatkossa.

5. TOIMIVAN PROSESSIN VAIKUTUKSET TYÖHÖN

5.1 PALVELUMUOTOILUA ITSELLE

Odotin pääseväni prosessipohjan kehitystyössä paljon pidemmälle opinnäytetyössäni, mutta olen erittäin tyytyväinen jo saavutettuun, koska tein kehitystyön hyvin. Vaikka vielä on paljon tehtävää jäljellä, koen olevani jo hurjan pitkällä vain jos siksi, että minulla on syvä ymmärrys tämän kehitystyön merkityksestä oman yrittämisen kannalta. Koin tässä työn loppuvaiheessa vielä Ahaa-elämyksen, että tein juuri palvelumuotoilua omaan yritykseen! Tekeminen kumpusi vielä niin voimakkaasti aiemman työkokemuksen pohjalta, etten tullut ajatelleeksi palvelumuotoilua sen enempää, mutta siitähän tässä nimenomaan on kyse!

Tärkeää onnistuneen prosessipohjan rakentamisessa oli lähteä jakamaan valtavan laaja kokonaisuus pienempiin osa-alueisiin. Tämä helpotti huomattavasti jokaisen osa-alueen ongelmanratkaisua. Kun joskus lopulta saan koko prosessipohjan teon päätökseen, on kokonaiskuva helpompi hahmottaa ja prosessipohjia helpompi soveltaa käytäntöön. Edellä kuvattu on tyyppillistä muotoilun keinoin tehtävää ongelmanratkaisua, jossa ensin saadaan ymmärrys asiasta, suunnitellaan ja kehitetään (konseptointi ja prototypointi) sekä sovelletaan käytäntöön (implementointi). Suurin arvo palvelumuotoilussa saavutaankin aloittamalla työskentely oman palvelun kehittämistä (kuva 7). Palvelumuotoilu toimii kehikkona palveluiden kehittämiseksi ja sen avulla kehittäjä voi syventää omaa osaamistaan ja rakentaa paremmin omaan työympäristöönsä sopivan työkaluvalikoiman. (Tuulaniemi 2011, 29-31 ja 77-96).

5.2 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Sisustus- ja sisustusarkkitehtisuunnittelussa on kyse palvelun ostamisesta ja myymisestä. Suunnittelija on projektin ajan töissä asiakkaalla ja tekee yhteisten pelisääntöjen ja sopimuksen puitteissa asiakkaan pyytämät suunnitelmat. Hyvä palvelu koostuu useista vuorovaikutustilanteista asiakkaan ja yrityksen välillä ja itse palvelu toimii parhaana markkinointikeinona (Tuulaniemi 2011, 26). Mainitsin jo aiemmin, että hyvä prosessipohja näkyy suoraan työn laadussa. Oma prosessi ja toimintavat on tehtävä mahdollisimman läpinäkyviksi asiakkaalle. Toiminnan läpinäkyvyys tuo luottamusta asiakkaan tuntiessa, että kaikki on mietitty tarkasti ja projektin sujuminen on hyvässä käsissä. Palvelusuhdetta ei voi kopioida ja tästä syystä palveluiden kehityksen ja niiden kehittämistä edesauttavien prosessien tulisi olla yrityksen tutkimus- ja kehitystyön keskiössä. Hyvä palvelu avaa liiketoimintamahdollisuuksia ja palveluiden avulla yritys voi erottautua kilpailijoista ja sitouttaa asiakkaansa. (Tuulaniemi 2011, 10.)

5.3 TEHOKAS JA SUJUVA TYÖSKENTELY - ENEMMÄN AIKAA LUOVUDELLE

Ajatus opinnäytetyöni aiheesta lähti liikkeelle omasta tarpeesta kehittää työntekoa niin, että vapautuu aikaa luovalle työlle ja muille tärkeille asioille. Kun tarkastelen tekemääni taulukkoa: Projektitehtävien ja prosessien ongelmakohdat ja mahdolliset ratkaisut (liite 2), pystyn näkemään paljon kohtia, joiden onnistunut kehitys myös toteuttaa tuon asettamani hypoteesin. Konkreettisten prosessipohjien luominen ei kuitenkaan yksin riitä vaan on tehtävä töitä myös itsensä kanssa. Minun on tarkasteltava itseäni hyvin kriittisen kalvon läpi ja löydettävä keinot itseni johtamiseen. Olen nyt

siinä vaiheessa, että tunnistan omat heikkouteni työntekijänä ja haen koko ajan tasapainoa. Yrittäjän työ sisältää paljon epävarmuutta ja sanotaan, että sitä on opittava sietämään. Olen työelämässä käynyt läpi kovan koulun ja siedän paljonkin epävarmuutta, mutta stressaan myös jossain vaiheessa. Työtä on opittava tauottamaan riittävästi ja työstä on välillä irtauduttava kokonaan. Pysähtyminen silloin tällöin tai jopa päivittäin antaa mahdollisuuden tunnustella missä todella mennään. Oman mielen hallintakyky on taito, jota minun on työstettävä lisää, jotta pystyn aina tarvittaessa tyhjentämään pään. Tulevaisuudessa unelmana olisi laajentaa yritystä ja totuus on, että on ensin osattava johtaa itseään ennen kuin voi johtaa muita.

5.4 VIELÄ LOPUKSI

Mitatkoon tämän opinnäytetyön lukeneet, siitä uutta oppineet ja inspiroituneet ihmiset tämän tuotokseni sovellettavuutta ja uutuusarvoa! Uusien ajatusten tuottaminen ja muiden kannustus oman työnsä kehitysprosessiin ovat olleet tavoitteina minun osaltani. On uskomatonta huomata miten minun punainen lankani sisustusarkkitehdiksi ja yrittäjäksi tulemisesta on kantanut ja ohjannut minua viimeisen neljän vuoden ajan jo kouluun hakemisesta tämän opinnäytetyön tekoon. Myös opiskelu on koostunut pienempiin pilkotuista osa-alueista, jotka kaikki ovat olleet osa suurempaa kokonaisuutta. Asetin itselleni tavoitteet ja ongelman ratkaistavaksi ja monta ratkaistua ongelmaa ja karttunutta osaamista myöhemmin olen tavoitteeni saavuttanut. Tämä on jo niin klisee, mutta myös niin totta, joten en voi olla lopettamatta sanoihin:

”Hiljaa hyvä tulee.”

LÄHTEET |

KIRJALLISET LÄHTEET

- Anttila, P. 2005. Ilmaisu, Teos, Tekeminen ja Tutkiva toiminta. Artefakta 16. Hamina: Akatiimi Oy.
- Anttila, P. 1996. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Artefakta 2. Helsinki: Akatiimi Oy.
- Becker, H. & Copestick, J. 2011. Sisusta tyylillä. Helsinki: Tammi.
- Chislett, H. & Knapp, V. 2008. Kelly Hoppen sisustajan koti ideasta todeksi. Helsinki: WSOY.
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus, menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo.
- Goldberg, P. 1983. Intuition voima. Rastor -julkaisut.
- Iivarinen, Marke 2012. Lehtori. Luovan toiminnan ja suunnittelun perusteet. Savonia ammattikorkeakoulu. Kuopion Muotoiluakatemia. Luentomoniste.
- Juholin, E. 2001. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Infoviestintä Oy.
- Järvilehto, L. 2009. Luovan työn opas 1.0. Filosofian Akatemia.
- Kettunen, I. 2001. Muodon palapeli. Helsinki: WSOY.
- Nolan, C. 2013. Sydämellä sisustettu. Helsinki: Tammi.
- Pekkala, R. 2013. Keittiö. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy.
- Slotkiss, S. J. 2013. Foundations of Interior Design. 2nd Edition. New York: Fb
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu – Palvelu. Hämeenlinna: Talentum.

SÄHKÖISET LÄHTEET

- Ammattinetti 2016. Ammatti. Sisustusarkkitehti [viitattu 10.3.2015]. Saatavissa: <http://www.ammattinetti.fi>
- Basecamp 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <https://basecamp.com>
- Boardbooster 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <https://boardbooster.com>
- Calendly 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <https://calendly.com>
- CoSchedule 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <http://coschedule.com>
- Csikszentmihalyi, M. 2004. Flow, the secret to happiness [verkkovideo]. TED [viitattu 14.3.2016]. Saatavissa: https://www.ted.com/talks/mihaly_csikszentmihalyi_on_flow#t-1016303
- Day designer. [viitattu 28.3.2016]. Saatavissa: <http://daydesigner.com>
- The day designer. [viitattu 28.3.2016]. Saatavissa: <https://www.instagram.com/thedaydesigner>
- Decor8. About. [viitattu 16.3.2016]. Saatavissa: <http://decor8blog.com>
- Diigo 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <https://www.diigo.com>
- Evernote 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <https://evernote.com>
- Freshbooks 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <https://www.freshbooks.com>
- Heinänen, S. Kestävät ratkaisut tarvitsevat muotoilua. Ornamo Muotoiluala [blogi]. 7.3.2016 [viitattu 10.3.2016]. Saatavissa: <https://www.ornamo.fi/fi/blogi/kestavat-ratkaisut-tarvitsevat-muotoilua>
- Insightly 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <https://www.insightly.com>

Karjalainen, S. 2015. Viisi askelta intuitioon töissä. Kauppalehti Optio [digiartikkeli] 19.4.2015 [viitattu 14.3.2016]. Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/viisi-askelta-intuitioon-toissa/sqdtAiz>

Kelly Hoppen Interiors. Kelly [viitattu 16.3.2016]. Saatavissa: <http://kellyhoppeninteriors.com>

Kosola, Nina 2015. Sisustussuunnittelun lehtori, RA AMK, TkK. Sisustussuunnitteluprosessi. Savonia ammattikorkeakoulu. Muotoilu. Kuopio. Huhtikuu 2015. Luento.

Love Grows Design (Bethany Grow) [blogi]. 2016 [10.3.2016]. Saatavissa: <http://blog.lovegrowsdesign.com>

MailChimp 2016. Knowledge base. Getting Started with MailChimp. [viitattu 22.3.2016]. Saatavissa: <http://mailchimp.com>

Nesha Designs (Nesha Woolery) [blogi]. 2016 [10.3.2016]. Saatavissa: <http://neshadesigns.com/blog>

Ornamo. Tule mukaan yrittäjyysjaostoon. Ornamo Muotoiluala [blogi]. 4.12.2015 [viitattu 9.3.2016]. Saatavissa: <https://www.ornamo.fi/fi/blogi/tule-mukaan-yrittajyysjaostoon>

Pancake 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <https://www.pancakeapp.com/>

RT 10-10581 Sisustussuunnittelun tehtäväluettelo SIS 95 1995. Rakennustieto. Saatavissa: <https://www.rakennustieto.fi>

RT 13-10574 Konsulttitoiminnan yleiset sopimusehdot KSE 1995. Rakennustieto. Saatavissa: <https://www.rakennustieto.fi>

RT 13-10865 Sisustussuunnittelusopimuksen laatiminen 2006. Saatavissa: <https://www.rakennustieto.fi>

RT 80316 Sisustussuunnittelusopimus 2006. Rakennustieto. Saatavissa: <https://www.rakennustieto.fi>

Streak 2016. [viitattu 23.3.2016]. Saatavissa: <https://www.streak.com>

Projekti-Instituutti. Materiaalit. Projektijohtamisen sanastoa [viitattu 19.3.2016]. Saatavissa: <http://www.projekti-instituutti.fi>

Projekti-Instituutti 2010. Projektitoiminnan kehittäjän pikaopas. [verkkajulkaisu]. Espoo: Suomen Projekti-Instituutti Oy [viitattu 17.3.2016]. Saatavissa: http://www.projekti-instituutti.fi/materiaalit/lataa_projektitoiminnan_kehittajan_pikaopas

Spruce Rd. (Jamie Starceвич) [blogi]. 2016 [10.3.2016]. Saatavissa: <http://www.sprucerd.com/blog>

Susan S. Slotkis Profiles Personalized Interiors. About the company [viitattu 16.3.2016]. Saatavissa: <http://www.susanslotkis.com>

Ylenius J. & Keränen T. 2007. Opas: Viestintästrategia ja viestintäsuunnitelma. Helsinki: TiedoteDeski Finland Oy.

Yrittäjät. 2014a. Minustako yrittäjä. Yritysmuodot ja vastuut. Toiminimi eli yksityinen elinkeinoharjoittaja [viitattu 10.3.2016]. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI>

Yrittäjät 2014b. Minustako yrittäjä. Yritysmuodot ja vastuut. Osakeyhtiön perustamistoimet ja yhtiömuodon sääntely [viitattu 10.3.2016]. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI>

Wikipedia. Projektinhallinta [verkkajulkaisu]. 23.9.2015 [viitattu 19.3.2016]. Saatavissa: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Projektinhallinta>

Wikipedia. Instagram [verkkajulkaisu]. 11.2.2016 [viitattu 24.3.2016]. Saatavissa: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Woolery, N. [Brand Discovery] Lesson 2: How to turn your audience into super-fans [sähköposti]. Vastaanottaja Sonja Lehtomäki. Lähetetty 11.3.2016 [viitattu 24.3.2016].

YKSITYISET KOKOELMAT

Sonja Lehtomäen kotiarkisto, Kuopio
Lehtomäki, Sonja 3.12.2013. Blomstedt, K.
(Sisustusarkkitehti) Asiakassuhde ja ideoiden myyminen.
Maker's house, mestariluento, Kuopion Rouvasväenyhdistys ry/
Kuopion Muotoiluakatemia 3.12.2013. Luentomuistiinpanot.

KUVALUETTELO

Kuva 1. Prosessipohja. Lehtomäki, Sonja 2016. [kooste]. Sijainti: Tekijän arkistot.

Kuva 2. Day designer-kalenterin viestintää Instagramissa. [verkkosivu]
Saatavissa:
<https://www.instagram.com/p/BAPU4z7AwCx/?taken-by=thedaydesigner>

Kuva 3. Viestinnän nykytilan kartoitus SWOT-analyysillä. Lehtomäki, Sonja 2016. [grafiikka]. Sijainti: Tekijän arkistot.

Kuva 4. Yrityksen viestintästrategia. Lehtomäki, Sonja 2016. [grafiikka]. Sijainti: Tekijän arkistot.

Kuva 5. Esimerkki analyysin ensimmäisestä osasta: spontaanit kommentit Kelly Hoppen sisustajan koti ideasta todeksi -kirjan sivuille. Lehtomäki, Sonja 2016. [kopio]. Sijainti: Tekijän arkistot.

Kuva 6. Aineiston analyysin yhteenveto. Lehtomäki, Sonja 2016. [grafiikka]. Sijainti: Tekijän arkistot.

Kuva 7. Palvelumuotoilun mind map. [kuvakaappaus]. Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu – palvelu. Hämeenlinna: Talentum.

Kuvio 1. Suunnittelutyön jakaantuminen arviolta 20 %:n luovaa työtä ja 80 %:n paperitöitä, joista projektihallinta ja mm. työnhankinta vievät oman osuutensa. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

Kuvio 2. Tiedon ja projektien hallinta toimivien prosessien kehityksen kautta toimivaan yritystoimintaan. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

Kuvio 3. Minun prosessini sisustusarkkitehtinä. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

Kuvio 4. Luovan työn vaiheet. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

Kuvio 5. Flow-tilan saavuttaminen on todennäköistä, kun tehtävän haasteet ja omat taidot ovat riittävät. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

Kuvio 6. Korrelaatiomatriisi työni heikoimpien ja vahvimpien sekä tärkeimpien kohtien määrittelystä. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

Kuvio 7. Abduktiivinen päättely. Mukailtu Kriittis-realistisen evaluaation prosessista. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

Kuvio 8. Abduktiivisen päättelyn avulla työstetystä aineistosta kyselylomakkeeseen. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

Kuvio 9. Kyselylomakkeen testaustapa. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

Taulukko 1. Projektin tehtävien ja prosessien heikkous/ vahvuus ja prioriteetti-arviointi oman työn näkökulmasta. [grafiikka]. Kuva: Sonja Lehtomäki. 2016.

LIITTEET

Liite 1 Sisustussuunnittelun alkukartoituskysely.

Liite 2 Projektitehtävien ja prosessien ongelmakohtat ja mahdolliset ratkaisut.

Liite 1 (1/3)

Sisustussuunnittelun alkukartoituskysely

1. Asiakkaan tiedot (nimet, iät, osoite/et)

2. Tilojen toiminnot

Jos mahdollista, kirjoita tarpeet ja unelmat tärkeysjärjestykseen: ensimmäisenä tärkein.

Tila	Nykyinen koti	mikä ei toimi kyseissä tilassa?	Uusi koti	Tarpeet/	Unelmat	Tilojen käyttö	Missä tilassa viihdyt parhaiten? Kuvaile, miksi.
	Mikä toimii/		Toiminnot/			Kuinka paljon arviolta tilassa käytetään aikaa päivästä?	
Tuulikaappi							
Eteinen							
WC							
Makuuhuone 1							
Makuuhuone 2							
Makuuhuone 3							
Keittiö							
Olohuone							
Takka/ vieras/ tvh.							
Kodinhoito.							
Kylpyhuone							
Sauna							

Vapaa kommentointitilaa, johon kertoa omin sanoin perheen arjesta ja sen toimivuudesta. Mitkä asiat parantavat ja helpottavat arjen hoitamista?

Lisätarpeet tiloille

-Vieraat

-Juhlat

-Säilytystilat

-Siivous

-Ruuanlaitto

-Tilojen muunneltavuus

-Muuta?

3. Tilojen pinnat (tarpeet, erityistarpeet, toiveet, unelmat)

	Lattiat	Seinät	Katto	Tekstiilit/ Värit	Muu
Tuulikaappi					
Eteinen					
WC					
Makuuhuone 1					
Makuuhuone 2					
Makuuhuone 3					
Keittiö					
Olohuone					
Takka/ vieras/ tvh.					
Kodinhoitoh.					
Kylpyhuone					
Sauna					

4. Kalusteet ja valaisimet

	Vanhasta kodista uuteen tulevat kalusteet ja valaisimet?			Mitä uutta aiotaan hankkia?
Tuulikaappi				
Eteinen/aula				
WC				
Makuuhuone 1				
Makuuhuone 2				
Makuuhuone 3				
Keittiö				
Olohuone				
Takka/ vieras/ tvh.				
Kodinhoitoh.				
Kylpyhuone				
Sauna				

Liite 1 (3/3)

5. Tulevaisuuden tarpeet

-Aiotaanako asua itse tai myydä? Milloin myynti on suunnitelmassa?

-Muunneltavuus (esim. lasten kasvu, perheenlisäys, lemmikit, esteettömyys ym.)

6. Erityistoiveet koskien...

-Yksityiskohdat sisustuksessa

-Taide

-Kalusteet

Irtokalusteet

Kiintokalusteet

-Valaistus

-Säilytystilat

-Turvallisuus

Muu, mikä?









PROJEKTI TEHTÄVIEN & PROSESSIN ONGELMAKOHDAT & MAHDOLLISET RATKAISUT




PROJEKTIN TEHTÄVÄT JA PROSESSIT

	Tämänhetkinen tilanne	Ongelma	Ratkaistava?	Ratkaisu/ osa ratkaisu	Ratkaisun ominaisuudet	Digitaaliset työkalut/ apuohjelmat?	Työkalun tai apuohjelman ominaisuudet ¹
Viestintä – asiakas ja sidosryhmät	Päivittäisessä viestintäkäytössä sähköposti, puhelin, tekstiviesti. E ole määritelty viestintästrategiaa.	Käytännön tasolla: Viestien kirjoitukseen liikaa resursseja, puheluisia läpikäytyjen asioiden tallennettavuus? Tekstiviestit tallentuvat eri paikkaan kuin sähköposti. Miten asiakkaat kokevat yrityksen viestinnän? Viestintäsuunnitelman ja -strategian puuttteen vuoksi viestintä ei ole yhtenäistä.	Käytännön tasolla: Yksi tallennustila, jossa kaikki asiakkaan kanssa lähetetyt viestit ja kommentit tallentuvat kronologisesti samaan paikkaan, jotta niihin voi palata. Tietojen saatavuus ja haku pitää olla helppoa. Palautteen kerääminen. Viestintäsuunnitelman ja -strategian teko!	Käytännön tasolla: Asiakasta ohjeistetaan projektin alussa ketjutamaan viestit, jotta kommentteja ei pääse häviämään. Asiasisällöllisesti usein toistuville sähköpostille valmiit/ helposti personoitavat pohjat. Asiakas- ja sidosryhmäläisten laadinta, joita voi hyödyntää yhteisviestinnässä. Viestintäsuunnitelma! Viestintästrategia!	Käytännön tasolla: Yhteinen viestintätapa selkeä molemmille osapuolille. Valmis sähköpostipohja säästää aikaa ja valvaa, eikä oleellisia asioita unohdu. Asiakkaat saavat pohjasta huolimatta heitä varten muokatun viestin. Viestintäsuunnitelma: Viestintä yrityksessä nyt ja vuoden kuluttua. Viestintästrategia luo pohjan käytännön viestinnän suunnittelulle ja säästää resursseja.	Oma sähköposti esim. Gmail Tulevaisuudessa: Joku projektinhallintaohjelma, johon voi projektikohtaisesti siirtää mistä tahansa lähteestä viestejä ja saada tallennettua samaan paikkaan.	Sähköposti toimii tehokkaasti viestinnässä ja se on lähes kaikille tuttu työväline.
Alkukartoitus	Vapaamuotoinen haastattelu, runkona joiakin kysymyksiä, tunnelmataulu. Vastaan asiakkaan kysymyksiin projektista ja pyrin kertomaan kaiken oleellisen projektista ja sen kulusta.	Haastattelu ei kata kaikkea, liian pohjaa unohtuu helposti käydä läpi jotain ja asian joutuu palaamaan uudestaan. Vie resursseja turhaan. Huomioitavaa, että alkukartoitus on yleensä ilmainen. Toistan itseäni jokaisen projektin alussa kertomalla samat asiat kaikille asiakkaille. Asiakas ei pysty sisäistämään puoliakaan valtavan tiedon määrästä.	Pohja, jonka voi lähettää asiakkaalle sähköisenä ja jota asiakas voi kaikessa rauhassa täyttää perheen kesken. Kaikki kodin ongelmat ja toiveet eivät välttämättä tule hetkessä mieleen, vaan niitä voi lisäillä tiedoston aina välillä. Tarve sähköiselle kyselylle, joka kattaa kaikki sisustus suunnittelun osa-alueet. Mitään ei pääse unohtumaan ja asiat tallentuvat tiedostoon saman tien. Sama kysely toimii oman haastattelun runkona, jos kysely vaatii viimeistelyä tai kartoitus tehdään kokonaan haastatteluna tapaamisen yhteydessä. Projektista toiseen toistuva selvitys ja vastaukset asiakkaalle yhdistetään yhdeksi paketiksi ja annetaan asiakkaalle projektin alussa. Toimii myös asiakkaan muistilistana läpi projektin.	Sisustus suunnittelun alkukartoitus kysely Tervetuloa asiakkaaksi-paketti (esim PDF tai sivu kotisivuilla, sisältö: minun työajat ja yhteystiedot, tiedot mitä tarvitset asiakkaalta projektin alussa suunnittelua varten, projektin sisältö, ohjeet palautteen antamiseen ym.)	Kaikki tarpeet, toiveet ja ongelmat ym. samassa tiedostossa. Helppo tallentaa, selata, palata pitkäinkin ajan kuluttua. Voi muokata asiakas kohtaisesti hyvin nopeasti. Koko suunnittelu lähtökohta ja ohjenuora. Tervetuloa asiakkaaksi-paketti säästää aikaa ja asiakas löytää projektin tärkeät tiedot paketista.	Excel-ohjelmalla toteutettu alkukartoitus kyselypohja MailChimp (sähköpostipalveluohjelma)	
Asiakasrekisteri	Asiakkaan tietojen sijaintipaikat: sähköinen kansio, kirjallisia muistintäpanoja, tulosteita, sähköpostejä, tekstiviestejä ym.	Asiakkaan tiedot liian monessa paikassa ja ei täysin selvää arkistointijärjestystä ja menetelmää, vaan muuttuu aina asiakas- ja projekti kohtaisesti. Vaikea palauttaa tietoa käyttöön pitkässä projektissa, kun ei välttämättä muista mistä tieto löytyy. Vie turhaan resursseja. Asiakkaan tietojen saatavuus missä vain projektin aikana?	Saatava asiakkaan tiedot yhteen sähköiseen tallennuspaikkaan ja tarvittavat paperikopiot yhteen kansioon. Molemmissa tallennusmuodoissa valmis pohja, jonka mukaan tallentuu kaikkien asiakkaiden tiedot samalla tavalla ja organisoitui. Pillivipalvelu asiakastietojen saatavuuteen missä ja milloin vain. Perehtyminen valmiisiin asiakashallinta ja projektinhallintaohjelmiin asiakasrekisteri ominaisuuden suhteen. Ohjelmien luotettavuus ja tietojen varmuuskopiointi?	Asiakaskansion (paperi ja sähköinen) runko hyvin suunniteltu ja kaikille asiakkaille sama. Kansio sisältää kaikki omat prosessipohjat ja muistilistat, muistamisen tueksi. Kansioon tallennettu projektin materiaali noudattaa luotua järjestystä. Valmiiden ohjelmien ja pilvipalvelujen hyödyntäminen.	Helppoa varmuuskopioita yksi kansio/ asiakas. Helpottaa projektinhallintaa. Asiakastiedot löytyvät helposti, vaikka asiakas palaisi uudestaan asiakkaaksi 10 vuoden kuluttua. Projektin tiedot saatavissa pilvipalvelusta missä ja milloin vain.	Tietokoneelle luotu asiakasrekisteripohja. Asiakaskansiot järjestelty ajan suhteen. Pilvipalveluita esim. Dropbox. Tulevaisuudessa: Asiakashallinta ja projektinhallintaohjelmat. Streak (asiakashallintaohjelma) Visma Severa (asiakashallintaohjelma) Basecamp (projektinhallintaohjelma) Trello (projektinhallintaohjelma) Insightly (projektinhallintaohjelma)	Ohjelmien ominaisuuksia valtavasti. Vaatii perehtymistä ja yrityksen toimintaan parhaiten sopivan ohjelman valinnan.
Arkistointi	Asiakkaan tiedot, projektien aikana kertyvä tieto, yhteistyökumppanien tieto, materiaali kirjasto ym. Arkistointi epäjohdonmukaista ja sekavaa. Osa tiedoista vain yhtenä kopiona.	Tiedonhakuun arkistosta menee liikaa aikaa. Ei ole järjestelmää, josta voi katsoa tai hakea nopeasti mitä arkistosta löytyy. Vaikeaa ja aikaa vievää päivittää tietoa tai tuhota tarpeetonta tietoa. Kaikesta tiedosta ei ole varmuuskopioita.	Sähköinen taulukko (pohja), johon kirjataan kaikki olemassa oleva tieto, sen päivitystarve ja päivitykset sekä tiedon poisto. Sähköisessä tiedostossa hakuominaisuus, jolla tieto tai tiedon puute voidaan tarkistaa nopeasti. Paperinen arkisto vaatii yhteensopivan arkistoinnin sähköisen kanssa, jotta myös sähköisestä tiedostosta näkee tiedon sijainnin. Myös paperisten muistintäpanojen (merkittävä tieto) sähköinen tallennus, jotta tiedoista varmuuskopiot. Kaiken sähköisen materiaalin varmuuskopiointi säännöllisesti ja silloin, kun tulee paljon uutta tallennettavaa. Harvemmin tehtävä varmuuskopiointi vielä kolmanteen lähteeseen.	Arkistointitaulukko, hyvän varmuuskopiointitavan selvitys, ohjeet varmuuskopiointiin ja osaksi viikkorutiinia.	Näkee yhdellä silmäyksellä arkiston sisällön ja voi myös hakea etsi-toiminnolla, helppo asettaa päivämäärä etukäteen tuhottaville materiaaleille ja lisättäville materiaaleille. Näkee esim. materiaali toimittajan uuden kuvaston julkaisujärjestyksen.	Excel-ohjelmalla toteutettu arkistointitaulukko.	
Yhteistyö	Yhteistyö tavaran- ja materiaali toimittajien, valmistajien, käsityöläisten, remonttoijien, rakentajien, kollegoiden kanssa vasta alkuvaiheessa	Vie liikaa aikaa löytää asiantuntijatukea projekteissa. Ei pysty aina suosittelamaan asiakkaalle sopivaa tekijää.	Yhteistyökumppanien hankkiminen ja riittävästi yhteistyötä, jotta tiedät toimintatavat ja uskaltaa suositella.	Yhteistyökumppanien hankinta ja yhteistyö. Karttuu ajan kanssa, ei ole nopeaa ratkaisua. Prosessia voi jouduttaa aikataulutamalla tapaamisia ja laittamalla esim. vuositavoitteeseen listauksen hankittavista yhteistyökuvioista.	Projektien sujuvuus. Kaikkea ei voi osata itse, joten hyvä asiantuntijaverkosto on tärkeä. Parempi laatu ja palvelu asiakkaalle.		
Projektin jälkihoito	Riippuu asiakkaasta ja käytössä olevasta ajasta. Ei ole konsistenttia tapaa hoitaa tätä. Projektin jälkihoito usein unohtuu.	Eri projektien jälkihoito tapahtuu eri tavoin tai jää tekemättä. Vie resursseja, samaan aikaan, kun on uusien projektien kimpussa. Pahimmassa tapauksessa jää hoitamatta. Jälkihoito on osa laadukasta palvelua ja voi tuoda lisää töitä..	Jälkihoitoiden kokonaan tai osittain automatisointi. Kuitenkin automatisoinnin tulisi olla asiakas kohtainen ja tuntua asiakkaasta siltä, että hänet huomioidaan. Kiinnostusta osoittaneiden potentiaalisten asiakkaiden saaminen.	Asiakasryhmäkohtainen automaattinen jälkihoito: kerran kiinnostusta osoittaneet asiakkaat -> yhteydenotto muutaman päivän kuluttua keskustelusta, jo asiakkaina olleet -> yhteydenotto heti projektin päätyttyä, n. 1 kk:n 6 kk:n ja vuoden kuluttua projektin päätyttyä.	Uusien asiakkaiden saaminen. Vanhojen asiakkaiden hyvä palvelu, palautteen saaminen ja uusien projektimahdollisuuksien tarkistaminen.	Streak (asiakashallintaohjelma) Visma Severa (asiakashallintaohjelma)	Streak: Asiakashallintaohjelma Gmail sisällä. Voi asettaa muistutukset itselleen haluamiin ajankohtiin projektin päätyttyä. Visma Severa: suomalainen ohjelma, voi luoda aktiviteetin, joka muistuttaa viestin lähettämistä.



Liite 2 (2/3)

Palautteen keräys	Palautteen keräys suullisena tapaamisten yhteydessä tai vapaamuotoinen kirjallinen palaute.	Palaute ei ole kattava. Monta asiaa jää käsittelemättä. Paras ja helppo keino kerätä tietoa itsensä ja yrityksen kehittämistä varten. Pahimmassa tapauksessa jää tekemättä, mikä on tyhmää.	Sähköinen palautelomake, jonka lähetys ja sen täyttämistä muistuttaminen automatisointi.	Palautteen keräys osa projektin jälkihoitoa.	Palautteen keräys ei unohdu ja saan kehittymistä varten tarvittavaa materiaalia.	Basecamp (projektinhallintaohjelma) 	Voi automatisoida muistutuksen palautteen antamisesta. Yksinkertainen käyttää myös asiakkaille, jos käyttää ohjelmaa projektinhallinnassa.
Markkinointi	Markkinointi vähäistä/ olematonta. Ei ole riittävästi tietoa, mikä on hyvää markkinointia ja saavuttaa oikean kohderyhmän. Markkinointiviestintä?	Markkinointi vie aikaa itsensä kehittämislaita ja projekteilta, kuitenkin sitä kannattaisi tehdä edes jollain tavalla säännöllisesti. Asiakasyhmän rajaaminen vielä haksussa, mikä on oleellista markkinointityylin ja keinojen määrittämiseen. Markkinointiviestintään ei ole luotu strategiaa.	Kohderyhmä? Oman yrityksen kannalta oikeiden markkinointikeinojen löytäminen. Hyvä hinta/laatusuhde markkinoinnissa. Markkinoinnin automatisointi sosiaalisessa mediassa. Viestintästrategia osana markkinointia?	Kohderyhmän rajaus. Yhteisviestintä. Markkinoinnin automatisointi. Viestintästrategian integrointi markkinointiin.	Markkinointikeinojen rajaus. Automatisointi säästää aikaa. Voin hoitaa sen ansiosta markkinoinnin esim. yhtenä päivänä/ kk ja ohjelmat lähettävät viestit automaattisesti ennalta säädettyinä hetkenä. Ei tarvitse viettää aikaa sosiaalisessa mediassa edes viikoittain. Lähtevät viestit ovat yhtenäisiä ja vahvistavat haluttua mielikuvaa. Yhdenmukaisuus lisää uskottavuutta ja tehostaa markkinointia.	MailChimp (sähköpostipalveluohjelma) Boardbooster (Pinterestin pinnausten aikataulutus)   	MailChimp: Toiminta perustuu kolmeen kohtaan: tilaajallisten hoitamiseen, sähköpostikampanjan rakentamiseen ja kampanjaraporttien seurantaan. Boardbooster: Voit ajastaa pinnaukset Pinterestissä, jotta tilisi näyttää aktiiviselta ilman että itse olet läsnä Pinterest-palvelussa. CoSchedule: Koko sosiaalisen media markkinointi yhdessä kalenterissa. Antaa seurantalokset suosituimmista ja katsotuimmista päivityksistä.
Dokumentointi	Muistinpanot paperilla. Kaikessa dokumentoinnissa ja dokumenttien tallennuksessa keskeneneräisyyttä.	Epämääräiset käsikirjoitetut A4-paperit, Tiedon hajanaisuus. Organisoimattomuus ja valmiiden pohjien puute -> tietoa jää kirjaamatta, tieto on miten sattuu, vaikea hakea tietoa myöhemmin. Tietoon ei pääse käsiksi mistä vain esim. älypuhelimella tai tietokoneella.	Projektin kaikkiin vaiheisiin valmiita sähköisiä pohjia ja ennalta suunniteltuja prosesseja dokumentoinnissa. Ohjeet asiakasta koskevista dokumentoinnista myös asiakkaille itselleen. Siirtyminen kohti sähköistä dokumentointia vain käsin kerättyjen muistinpanojen sijaan. Tietojen sijoitus pilvipalveluun projektin ollessa käynnissä.			Evernote (digitaalinen työtila) 	Voi digitoita muistinpanot, käyttökortit ym. Hakutoiminto tallennettuun tietoon. Leikata muistinpanoja internet-sivuilta, tallentaa sähköpostia. Kaikki tallennettu tieto voidaan järjestellä haluamallaan tavalla ja tietoa voi jakaa suoraan ohjelmassa.
Laskutus	Laskutus perustuu omaan tuntitarviin. Tuntimäärät kirjaan excel-taulukoon. Laskutusyyli, tuntihinta ja tuntiarvio ovat esitetty tarjouksessa/ sopimuksessa.	Ei ole riittävästi tietoa ja kokemusta laskutettavista tunneista ja hinnasta. Käytetyistä tunneista ei tule kirjattua kaikkia ylös. Kirjauksen unohtuessa, joutuu tuntimäärän arvioimaan. Useiden projektien ollessa käynnissä yhtä aikaa, hankalaa seurata tai muistaa mitä kunkin asiakkaan sopimuksessa sovittu tuntimäärästä. Laskujen lähetys muistin varassa ja niiden maksujen seuranta hankalaa ja resurssia kuluttavaa. Asiakkaan muistuttaminen maksusta on epämukavaa, vie aikaa ja vaivaa mieltä.	Tuntiseurantaan automatisointia ja seuranta esim. puhelimella. Laskun lähettämiseen, laskun maksun seurantaan ja muistutusviestien lähettämiseen automatisointia.	Apuohjelma tuntien kirjaamiseen, jos tuo lisähyötyä vrt. excel-taulukko. Muistutukset	Projektien tuntiseurannan helpottuminen. Saa palkan tehdyistä työstä todennäköisemmin ajallaan.	Pancake (Laskutus-, projektin- ja ajanhallinta sekä seurantaohjelma), Freshbooks (Laskutus-, projektin- ja ajanhallinta sekä seurantaohjelma pienyrityksille)  	Ajanseuranta ominaisuus, jolla voi tallentaa tehdyt työtajat ja seurata helposti projektikohtaista ajankäyttöä. Muistuttaa automaattisesti laskun eräpäivän lähestymisestä ja jatkaa muistutuksia eräpäivän mentyä. Ohjelmat englanninkielisiä, joten ei voi käyttää laskujen tekoon kuin ulkomaisille asiakkaille.
Aikataulutus	Työvaiheiden aikataulutus haastava, koska ei ole riittävästi kokemusta. Aikataulu on nyt puhellimen kalenterissa esim. tapaamiset. Projektien aikataulutus suureksi osaksi minun päässä.	Tapaamisten sopiminen vaatii viestittelyä asiakkaan kanssa edestakaisin, mikä on aikaa vievää. Paperisen ja kännykän kalenterin yhdistelmä vaatii kehittämistä. Projektien aikataulutus kuormittaa liikaa olemalla vain minun päini sisällä.	Selkeän aikataulupohjan luominen tai löytäminen. Projektin käytettävän ajan hallintaan ja seurantaan sähköinen pohja/ työkalu.	Aikataulu/ kalenteri, johon voin merkitä vapaat ajat, joista asiakas voi käydä omalla ajallaan varaamassa tapaamisajan tai perua jo sovitun ajan. Muistutus tapaamisesta sekä minulle ja asiakkaille riittävän ajoissa ja automatisoituna.	Säästää aikaa ja pään kuormittumista.	Calendly (Ajanhallintaohjelma) 	Calendlyyn voi merkitä itselle vapaat ajat. Lähettämällä Calendly linkin asiakkaille, hän voi varata tai perua tapaamisajan linkin kautta. Ohjelmaa lähettää sähköpostimuistutuksen ennen tapaamista. Yhteensopiva monien muiden apuohjelmien kanssa: Gmail, Office 365, Outlook, Evernote, MailChimp...
Suunnittelutyö	Suunnittelun työkaluja tällä hetkellä: Pinterest, muut internet kuvälähteet, Ohjelmit: autocad, revit, rhino, adobe photoshop/ illustrator. Suunnittelua ja ohjelmien käyttöä varten on muistilistoja ja ohjeita.	Työtehtävät ovat vaihtelevia, joten ohjelmien käyttöön tulee välillä taukoa. Viikonkin tauko riittää, että asioita ohjelmien käytöstä unohtuu. Toistoja ei ole vielä riittävästi, että kaikki olisi rutinoitunutta. Suunnitelmien teossa on paljon yksityiskohtia muistettava. Suunnittelutyön muistilistat ja ohjeet ovat suureksi osaksi käsikirjoitettuja muistinpanoja erillisillä paperilla.	Kaikkiin suunnitteluohjelmiin tallennettava aloituspohja työtehtävien mukaan. Kaikkiin ohjelmiin itsekirjoitetut pikaohjeet, joita täydennetään aina, kun oppii jotain uutta. Omista ohjeista avun hakeminen muistin tueksi on paljon nopeampaa kuin ohjelmistojen ohjeista tai tutoriaaleista. Ne toimivat hyvin uutta oppiessa. Eniten käytetyt ohjeet voi laittaa esille työpöydän päälle. Suunnitteluun sähköinen muistilista, josta voi seurata, että kaikki on muistettu piirtää ja ohjaa piirtämisjärjestystä. Suunnitteluohjeet, jota tarvittaessa täydennetään ja päivitetään.	Aloituspohjat: omat asetukset, Pikaohjeiden luominen ja käyttö, nykyisten käsikirjoitettujen ohjeiden digitalisointi, suunnittelun digitaaliset muistilistat	Säästää aikaa ja pään kuormittumista.	Projektinhallintaohjelmiin voi luoda projektipohjia, joiden sisälle voi laittaa projektin kuuluvat ohjeet, muistilistat ym.	
Ongelmanratkaisu	Työ vaatii paljon ongelmanratkaisua. Ratkon ongelmat yleensä nopeasti ongelman ilmaannuttua. Joskus ratkaisu vaatii taustatietoa. Ratkaisu ongelmissa ja olemassa olevista ongelmista ei ole dokumentaatiota. Ongelmatyypit yleensä ottaen: asiakasprojekteissa esiintyvät ongelmat, omassa työn hiomista vaativat ongelmat.	Ongelmia tulee ja menee ja niitä ratkotaan tarvittaessa. Dokumentaation puute vaikeuttaa takaisin asiaan palaamista myöhemmin. Työn pienet ongelmat tulevat mieleen yhdelle hetkellä ja sitten ne unohtuvat, eikä ongelmia tule välttämättä korjattua.	Ongelmiin ja niiden ratkaisuun tulisi olla dokumentaatiopohja, johon ne kirjataan.	Ongelmanratkaisupohja	Kaikenkokoiset ongelmat tulevat todennäköisemmin ratkotuksi. Ongelmien ylös kirjaaminen helpottaa jäsentämään ja näkemään kokonaiskuvaa, mikä puolestaan auttaa kehittymään työssään ja työhön tulee lisää sujuvuutta.	Excel-ohjelmalla toteutettu ongelmanratkaisupohja	

Virheiden ja riskien ennaltaehkäisy	<p>Olen yrittänyt ottaa kaiken huomioon tarjouksessa/ sopimuksessa kuitenkin tinkimättä tarjouksen/ sopimuksen selkeydestä, suunnitelmat teen parhaan osaamisen mukaan ja tarkistan moneen otteeseen ennen asiakkaalle luovuttamista. Projektinjohtamisessa keskityn yhtä aikaa tehtävään työhön ja olen pari askelta edellä jo seuraavissa vaiheissa yllätysten välttämiseksi. Varmistan aina vähänkin epäselvät asiat olipa kyseessä asiakas, yhteistyökumppani jne.</p>	<p>Virheiden ja riskien ennaltaehkäisy perustuu aiemmin opittuun tai muiden vinkkeihin. Varsinaista virheiden ja riskien kartoitusta ei ole tehty. Projekteissa kokonaisuuden hallinta vie paljon resursseja.</p>	<p>Virheiden ja riskien kartoitus ennen projektin alkua, jotta ennaltaehkäisy on mahdollista. Työprosessien hiominen niin, että suunnitelmat rakentuvat mahdollisimman pitkälle valmiin pohjan mukaan, eikä asioita tarvitsi tarkistaa niin paljoa. Suunnittelupohjat, muistilistat ja itselle selkeä projektihallinta vähentävät resurssien käyttöä.</p>	<p>Muistilistat, ongelmanratkaisupohja, virheiden ja riskien kartoitus, käsitellään ja otetaan opiksi jo tehdyistä virheistä,</p>	<p>Säästää aikaa, rahaa, turhautumista ja pään kuormittumista.</p>	<p>Excel-ohjelmalla toteutettu virhe- ja riskipohja.</p>
Verkostoituminen	<p>Pyrin hyödyntämään kaikki mahdollisuudet tutustua ihmisiin ja kertoa mitä teen.</p>	<p>Jo hankitun verkoston ylläpito. Uudet verkostoitumismahdollisuudet?</p>	<p>Verkostoa ei voi koskaan olla liikaa. Ainut ongelma laajassa verkostossa on sen ylläpito. Verkosto olisi hyvä lajitella luokkiin niiden tärkeyden ja hyödyn mukaan ja määritellä jokaiselle luokalle millä tavoin ja kuinka usein ylläpito tapahtuu. Tärkein saa eniten huomiota. Automatisaation mahdollisuudet? Mikä on oikea ylläpitolata -> riippuu verkostoluokasta..</p>	<p>Verkostorekisteri</p>	<p>Tärkein osa verkostoa saa eniten huomiota. Verkoston ylläpito tarkoittaa luotettavaa tukea yritykselle, lisäverkostoitumismahdollisuuksia, työmahdollisuuksia, uusia ideoita, ajantasalla pysymistä.</p>	
Tarjous-/ sopimus	<p>Valmis tarjous-/ sopimus pohja.</p>	<p>Sopimus vaatii asiakkaiden palautetta ja omaa palautetta ja palautteen mukaista muokkausta.</p>	<p>Onko sopimus riittävän selkeä? Onko sisältö oikeanlainen?</p>	<p>Palautteen kerääminen ja sen hyödyntäminen.</p>	<p>Hyvä sopimus ei aiheuta väärinymmärryksiä, omat ja asiakkaan vastuut ovat selkeät, muistin tukena mistä on sovittu, voi tehdä sopimuksen mukaan sovittun työn ja saada siitä sovittun palkan.</p>	
Projektin johtaminen	<p>Projektin aikana syntyy paljon tiedostoja ja informaatiota. Projektin hallinta on paljolti muistinvaraista. Projektin johtamisen kokemustaso on riittävä (rutinoitunut). Prosessipohjat ovat työn alla. Projektisuunnittelu ja projektin toteutus kehittyvät, kun yrityksen osa-alueita laitetaan kuntoon.</p>	<p>Työ on kuormittavaa, koska on liian paljon muistettavaa. Organisoiminen puute tietojen tallentamisessa ja palauttamisessa vie resursseja.</p>	<p>Projektipohjien luominen, joista asiakas voi valita itselleen sopivimman vaihtoehdon. Prosessipohjien luominen projektin kaikkiin vaiheisiin. Työn automatisointi siellä missä pystyy työn laadun parantamiseksi.</p>	<p>Projektipohjat (palvelupaketit), prosessipohjat, tehtävien automatisointi ja tarvittaessa ulkoistaminen.</p>	<p>Projektipohjat yksinkertaistavat ja helpottavat työtä. Projektia ei tarvitse luoda uudestaan, vaan voi käyttää jo luotua pohjaa. Selkeyttävät yrityksen tarjontaa asiakkaalle. Työn hinnoittelu helpottuu. Projektipohjat sisältävät prosessipohjat, jotka ohjaavat suunnitteluprosessia. Voin keskittyä tehtävistä toiseen siirtymistä, eikä minun tarvitse miettiä, että mitä seuraavaksi.</p>	<p>Basecamp (projektin hallintaohjelma) Trello (projektin hallintaohjelma) Insightly (projektin hallintaohjelma)</p> <p> </p> <p>Voi luoda digitaaliset projektipohjat sisältöineen. Trello: Helppo nähdä kerralla koko projektin sisältö. Sujuvoittaa työskentelyä. Voi ladata tiedostojen omalta tietokoneelta, Google Drivesta, Dropboxista, Boxista ja OneDrivelta. Voi lisätä muistilistoja, muistuksia. Insightly: Monipuoliset ominaisuudet, voi ladata tietoja omalta koneelta, MailChimpistä ja Gmailista.</p>
Tiedonetsintä	<p>RTNet ja SITNet, spesifit internetsivustot, Pinterest, kirjat, materiaali- ja tavarantoimitajat, asiantuntijat</p>	<p>Kuvamateriaali toimii tehokkaasti asiakkaan toiveiden kartoituksessa. Miten saisi asiakkaan keräämään kuvamateriaalia, josta ymmärtää mitä asiakas haluaa. Tiedonetsinnässä on resurssihukkaa. Saatan tietoa etsiesäni unohtaa merkittävät löytyneen tiedon tai ottaa sen ylös -> joudun etsimään uudestaan. Joskus löytynyt tieto ei tarvitse juuri silloin ja tieto jää ottamatta talteen. Tiedonlähteet eivät ole listattuna yhdessä paikassa, vaan tieto on hajallaan. Asiantuntijoiden verkosto ei ole riittävä.</p>	<p>Ohjeistus asiakkaalle kuvamateriaalin keräämisestä. Ohje voisi sisältää vinkkejä kuvien keräykseen ja selittää esimerkkien avulla miksi kuvia valitaan. Prosessista vii tehdä hauskan ja mikä parasta suunnittelun lopputulos on varmasti parempi ja vastaa varmasti asiakkaan toiveita. Tiedonetsintään pitää olla työkalu, jolla voi helposti merkitä kaiken kiinnostavan tiedon, jotta sitä ei tarvitse etsiä uudestaan. Tiedonlähteiden hakemiston luominen tehostaisi tiedonhakuja ja uudet tiedonlähteet voisi helposti päivittää hakemistoon.</p>	<p>Kuvien keräysohje asiakkaalle, työkalu tiedonetsintään ja tallentamiseen, tiedonlähdemerkintä</p>	<p></p>	<p>Diigo (kirjanmerkkipalvelu)</p> <p>Voi tehdä korostuksia ja kommentteja internet-sivuille tai PDF-tiedostoihin. Ohjelman voi koota linkkikirjaston, jonka voi jakaa. Voisi toimia myös internetistä löydettyjen ideoiden ja ehdotusten viestinnässä asiakkaalle.</p>
Laatu	<p>Laatu on kaikkien projektien ja prosessien tämänhetkisen tason ja sisällön summa.</p>	<p>Laatu ei ole riittävä hyvä omasta mielestä. Tarvitaan oman palautteen lisäksi asiakkaan palautetta.</p>	<p>Laadun parantaminen.</p>	<p>Laatutaso nousee, kun prosesseja kehitetään. Asiakaspalautteen keräys ja hyödyntäminen. Asiakkaan kuuntelu.</p>	<p>Oikein tehty kehitystyö parantaa laatua. Palautte ja hyödyntäminen: minulla on töitä tulevaisuudessakin.</p>	
Itsensä johtaminen	<p>Osaan aikatauluttaa, priorisoida ja arvioida työhön kuluvan ajan hyvin. Tunnen itseni työntekijänä, joten tunnistan omat heikkoudet ja vahvuudet. Työn tekemisestä puuttuu vielä rutiniä ja ymmärrys mitä kaikkea pitää vielä lisätä viikoittaisiin työruutuihin. Opettelen tällä hetkellä keinoja työn tehostamiseen, jotta aikaa jää enemmän mielekkäille asioille. Opettelen alla on myös tasapainon löytäminen työn, vapaa-aikan ja liikunnan kanssa. Tämän tasapainon löytäminen on omalla kohdalla oleellinen työkalu stressin hallintaan.</p>	<p>Alan työkokemusta ei ole vielä riittävästi. Yrittäminen ja yrittäjän tehtävät vaativat opiskelua. Stressi pääsee välillä ylittämään.</p>	<p>Oman osaamisen ja itsensä jatkuva kehitys. Ymmärrys omista heikkouksista ja lisäkoulutuksen tarpeesta. Itsensä tunteminen on tärkeää, omien fiilisten tarkkailu ja niistä oppiminen.</p>	<p>Lisää projekteja ja työkokemusta. Lisäkoulutukset. Itsetutkiskelu. Ihmisten kohtaamista ja epämuokausalueelle asettumista.</p>	<p>Elämänlaatu paranee. Nautin työn teosta ja voin luottaa itseeni. Pysyn terveenä. Motivaatio. Hyvä asiakaspalvelu ja työn laatu.</p>	

¹¹⁾ Digitaalisten työkalujen ja apuohjelmien kartoitus (Basecamp 2016; Boardbooster 2016; Calendly 2016; CoSchedule 2016; Diigo 2016; Evernote 2016; Freshbooks 2016; Insightly 2016; MailChimp 2016; Pancake 2016; Streak 2016; Trello 2016; Visma Severa 2016.)