



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

# MOVENDOS MCOACH -PALVELUN KÄYTET- TÄVYYS, JA RAVITSEMUSAMMATTILAI- TEN JA HYVINVOINTIVALMENTAJIEN TARPEET

Sari Elijoki

Opinnäytetyö  
Lokakuu 2016

Palvelu- ja projektiliiketoiminnan koulutusohjelma  
Ylempi AMK-tutkinto



## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Palvelu- ja projektiliiketoiminnan koulutusohjelma  
Ylempi AMK-tutkinto

SARI ELIJOKI

Movendos mCoach -palvelun käytettävyys ja ravitsemusammattilaisten tarpeet

Opinnäytetyö 110 sivua, joista liitteitä 2 sivua  
Lokakuu 2016

---

Opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää, minkälaisia erityistarpeita ravitsemusammattilaisilla ja ravitsemusta painottavilla hyvinvointivalmentajilla on mCoach-palvelulle. Toisena päätavoitteena oli tutkia mCoach-palvelun käytettävyyttä. Päätavoitteita tukevien kysymysten avulla selvitettiin, missä kaikkialla ravitsemusalan ammattilaiset ja hyvinvointivalmentajat toimivat, ja miten he toimivat. Työn tarkoituksena oli tehdä kehitysehdotuksia mCoach-palvelulle niin, että käyttäjäkokemus paranee ja palvelua voidaan mahdollisesti laajentaa vastaamaan ravitsemusalan ammattilaisten tarpeita ja toimintaympäristöä.

Tutkimuksen lähestymistapa oli konstrukttiivinen tutkimus, joka yhdistää käytännön tavoitteen teoreettiseen tietoon. Tutkimuksen toteuttamisessa käytettiin laadullista tutkimusmenetelmää, jossa tutkijan tavoitteena oli oppia tuntemaan käyttäjien tarpeet ja tehdä perusteltuja tulkintoja havaituista ilmiöistä. Käytetyt menetelmät olivat laadullinen teemahaastattelu ja benchmarking. Työn tietoperusta pohjautui käyttäjäkokemukseen, jonka lisäksi käsiteltiin etävalmennusta digitalisoituvan hyvinvointialan globaalina trendinä.

Tutkimus tuotti useita parannuksia mCoachin nykyrakenteeseen. Tutkimustulosten vaikuttavuutta vahvistaa se, että toimeksiantajaorganisaatio oli itse tahollaan löytänyt osittain samoja parannustavoitteita. Lisäksi tutkimus tuotti Movendokselle uutta tietoa ravitsemusammattilaisten toimipaikoista ja menetelmistä. mCoachin käytettävyydestä saatiin hyvää palautetta, ja 89 % haastatelluista koki mCoachin tehostaneen valmennustaan. Käytettävyydestä kysyttäessä esille nousivat erityisesti muokattavuus, yksinkertaisuus, raikas ulkonäkö ja selkeys. Palvelun muokattavuuden korostuminen vastauksissa tukee mCoachin kokonaisvaltaista ja konfiguroitavaa tarjoamaa. Yksinkertaisuus ja visuaalinen vetävyys puolestaan ovat merkittäviä elementtejä käyttökokemuksen arvioinnissa.

Johtopäätöksenä todettiin, että etävalmennus ja hyvinvointiteknologiat perinteisten hoitomuotojen rinnalla ovat vahvasti nouseva trendi, jota Movendos on osaltaan viemässä eteenpäin. Haasteena etävalmennuksessa on yleisimmin valmentajan ajankäyttö, etuna valmennuksen tehostuminen, valmentajan ja valmennettavan intervention kautta syntyvä valmennettavan motivoituminen, itseohjautuvuus ja pysyvä muutos. Julkishallinnolla todettiin olevan erityistarpeita potilastietojen suhteen, ja potilaiden valmius käyttää teknologioita saattaa olla osittain puutteellista huonon terveydentilan vuoksi. Palautteiden pohjalta etävalmennuksen nähtiin tuottavan enemmän lisäarvoa yhtenäisille ryhmille kuin yksilövalmennukseen. Valmennus tulee kuitenkin aina räätälöidä yksilötasolla.

---

Avainsanat: käyttäjäkokemus, etävalmennus, palvelu, hyvinvointiteknologia, ravitsemusvalmennus, digitalisaatio

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Master's Degree Programme in Service Business and Project Management

**SARI ELIJOKI**

The Usability of Movendos mCoach Service and the Nutrition Professionals' Needs

Master's thesis 110 pages, appendices 2 pages  
October 2016

---

The main target of this Master's thesis was to study what nutritionists' and nutrition oriented wellbeing coaches' special needs for Movendos mCoach service are. Another main target was to study the usability of mCoach service. The Secondary target was to study all the sectors where nutritionists' and nutrition oriented wellbeing coaches' work and how they work. The purpose of the study was to suggest development ideas to mCoach service in order to improve user experience and the possibility to expand the service to meet the needs of the nutrition professionals and their operational environment.

The theoretical approach of this study was constructive; a method that combines the practical target and the theory. The study was conducted by using the qualitative research method and the target was to learn to understand the user needs and make justified interpretations of the observed phenomena. The methods used were a qualitative theme interview and benchmarking. The theoretical framework of the study was based on user experience. Furthermore, on-line coaching as a global trend in digitalizing the health care sector was discussed.

As a result of the study, several improvements for mCoach service were suggested. The validity of the results was strengthened by the fact that the commissioner of the study has also identified partly the same improvement needs. The study provided Movendos with new information on the nutrition professionals' work places and their operational models. The feedback on the usability of mCoach was already at a good level, and 89 % of the interviewees agreed that mCoach has boosted the training. The usability features especially highlighted in the interviews were configurability, simplicity and the fresh visual outlook. The same features were prioritised in the usability theories as well. mCoach differentiates from the services of the competitors by offering extended configurability, which received a lot of positive feedback in the interviews.

The results indicated that on-line training and wellness technologies are a strongly-rising trend, together with the traditional training or treatment methods. The most common challenge seemed to be the lack of the trainee's time while the best benefits were the efficiency of the training or treatment, better motivation and self-management. It was discovered that the public sector has special needs as for the patient information, and sometimes the sick patients' capability to use new technologies is restricted. Based on the feedback, on-line training suits homogeneous groups better than the training with individual needs. However, the intervention between the coach and the trainee or patient should always be tailored case by case.

---

Keywords: user experience, service, benchmarking, on-line training, nutrition, wellbeing technology, digitalisation

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Työn tausta.....	7
1.2	Työn tavoite ja tarkoitus .....	8
1.3	Työn toteutusprosessi.....	9
1.4	Työn rakenne ja sisältö .....	10
1.4.1	Konstrukttiivinen tutkimus.....	11
1.4.2	Taustatiedon hankkiminen .....	12
1.4.3	Teemahaastattelu.....	12
2	TUTKIMUKSEN KOHTEENA OLEVAN PALVELUN ESITTELY .....	14
2.1	Palvelun perustoiminnot .....	16
2.1.1	Valmentajan näkymät.....	17
2.1.2	Valmennettavan näkymät.....	19
2.2	Palvelun käyttäjät.....	24
3	TERVEYS, HYVINVOINTI JA DIGITALISOITUMINEN.....	25
3.1	Perinteisen valmennuksen haasteet.....	26
3.2	Digitalisaatio ja etävalmennus .....	27
3.3	Etävalmennuksen vaikuttavuus tutkimuksissa.....	29
3.3.1	HOPE-etähoitotutkimus .....	30
3.3.2	Sitran digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilottitutkimus .....	30
3.4	mCoach-etävalmennuksen vaikuttavuus.....	31
3.4.1	MoveOn etävalmennus.....	32
3.4.2	Eurajoen kaupungin HeTeKa-valmennus .....	33
4	BENCHMARKING .....	35
4.1	Benchmarking-tutkimuksen tavoite ja valitut kohteet .....	36
4.1.1	MealTracker™ .....	36
4.1.2	Sulamo beta (entinen Kalorilaskuri) .....	37
4.1.3	Fatsecret .....	38
4.1.4	Kiloklubi .....	38
4.1.5	MealMyDay .....	39
4.2	Yhteenveto ja analyysi.....	40
5	USER EXPERIENCE ELI KÄYTTÄJÄKOKEMUS.....	42
5.1	Käyttäjäkokemus kilpailutekijänä.....	44
5.2	UX osana liiketoiminnan kokonaisuutta .....	46
5.3	Käyttäjäkokemuksen komponentit.....	47
5.4	Käyttäjä monitieteellisen UX:n keskiössä .....	51
5.5	Käytettävyyden suunnittelumenetelmiä .....	52

5.6 UX ja priorisointi .....	56
6 RAVITSEMUSAMMATTILAISTEN JA HYVINVOINTIVALMENTAJIEN TAUSTAT JA TOIMINTAYMPÄRISTÖT .....	57
6.1 Hyvinvointivalmentajien haastattelut .....	57
6.1.1 Taustat .....	58
6.1.2 Toimintaympäristö ja toimintamallit.....	59
6.1.3 Toimintamalleihin liittyvät haasteet ja ehdotukset .....	64
6.2 Ravitsemusammattilaisten haastattelut .....	64
6.2.1 VitaMiinat, taustat.....	64
6.2.2 VitaMiinat, toimintaympäristö ja toimintamallit .....	65
6.2.3 VitaMiinat, toimintamalleihin liittyvät haasteet ja ehdotukset .....	66
6.2.4 Tays, taustat.....	68
6.2.5 Tays, toimintaympäristö ja toimintamallit .....	69
6.2.6 Tays, toimintamalleihin liittyvät haasteet ja ehdotukset.....	70
7 MCOACH KÄYTETTÄVYYS .....	72
7.1 Nykyiset käyttökokemukset.....	72
7.1.1 Movendos mCoach -valmennusympäristön ymmärtäminen.....	74
7.1.2 mCoachin käytettävyys valmentajan toimintaympäristön kannalta.....	74
7.1.3 mCoach suhteessa Gentile ym. kuuteen tekijään .....	76
7.2 Kehitysehdotukset.....	78
7.2.1 Käytettävyysparannukset .....	80
7.2.2 Ravitsemus .....	85
7.2.3 Yhteenvedot ja tilastot.....	91
7.2.4 Ryhmäominaisuudet.....	93
7.2.5 Tietoon liittyvät asiat.....	94
7.2.6 Muut .....	96
7.3 Avoimeksi jäävät asiat .....	97
7.4 Jatkotutkimusaiheet.....	99
8 POHDINTA.....	100
LÄHTEET .....	102
LIITTEET .....	108
Liite 1. Haastattelukysymykset .....	109

**ERITYISSANASTO**

BMI	Body Mass Index
CRM	Customer relationship management
CX	Consumer Experience
HCI	Human Computer Interaction
HeTeKa	Henkilöstön Terveys- ja Liikuntaohjelma
HYPE	Hyvinvointia Perheille
iOS	iPhone Operating System
Iteratiivinen suunnittelu	Kun ongelmia löydetään käytettävyydestessä tai palautteen keruussa, niin suunnitelmaa korjataan ja testataan uudelleen.
ixD	Interaction Design
KEY ry	Kuntoutuksen edistämisyhdistys
KPI	Key Performance Indicator
LDL	Low-Density Lipoprotein
PDB	Public Domain Benchmarking
RAY ry	Raha-automaattiyhdistys
Spin-off yritys	Uusi tutkimuslähtöinen yritys eli korkeakoulusta tai tutkimuslaitoksesta alkunsa saanut yritys
TAMK	Tampereen ammattikorkeakoulu
Tays	Tampereen Yliopistollinen Sairaala
THL	Terveyden ja hyvinvoinnin laitos
ucD	User Centric Design
uiD	User Interface Design
UX	User Experience

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Työn tausta

Hyvinvointialan digitalisaatio on Sitran raportoima globaali trendi vuosille 2015 ja 2016 (Digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilotoinnin opit). Digitalisaatio mahdollistaa sähköisten palveluiden myötä uudenlaisia hyvinvoinnin valmennus- ja hoitoratkaisuja.

Nykypäivänä 70 % EU:n terveydenhuoltomenoista käytetään huonoista elämäntavoista johtuvien sairauksien hoitamiseen, 58 % kroonisista sairauksista voitaisiin estää pienin arjen muutoksin ja ammattilaisen tuen avulla. Näennäinen läsnäolo työpaikoilla aiheuttaa Suomessa 25 miljardin kustannukset vuodessa. (Movendos.com.)

Sitran ”Tervettä bisnestä” -digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilottiraportin mukaan huomio keskittyy nykyisin pääosin sairauksien hoitoon, kun ennakoimalla ja omista hyvistä elämäntavoista huolehtimalla niitä voitaisiin välttää (Digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilotoinnin opit 2015). THL:n tutkimuksen mukaan pysyvä muutos saadaan aikaiseksi ammattilaisen tuella. Valmentajan tuki muutoksessa lisää sitoutumista, motivaatiota ja tuloksellisuutta. (Terveyttä ja hyvinvointia lasta odottaville perheille; Lindström ym.)

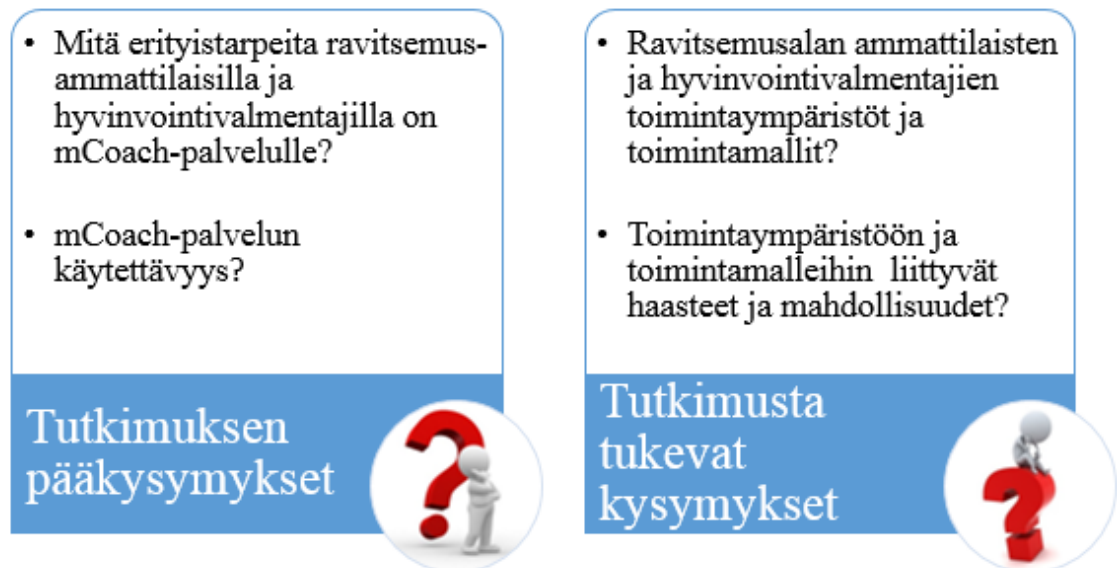
Elämänmuutoksessa suurin haaste on usein, että tieto muutostarpeesta ei siirry konkreettiseksi teoksi ihmisen arjessa. Tämä tulee kalliiksi yhteiskunnalle ja huonontaa yksilön elämänlaatua. On todennäköistä, että jatkossa esimerkiksi yksilöllinen hyvinvointivalmennus korvaa osan rutiininomaisista työterveystarkastuksista, joita tehdään Suomessa yli miljoona vuodessa. Yhden työterveystarkastuksen hinnalla saadaan neljän kuukauden mittainen yksilöllinen etävalmennus, joka on aidosti vaikuttavaa. (Movendos.com.) Etävalmennuksessa käytetään palvelua, jonka avulla muutos konkretisoidaan osaksi arkea ja ammattilaisen tuki tuodaan asiakkaan arkeen tapaamisten väliin.

Movendos Oy on perustettu Tampereen teknillisen yliopiston spin-off -yrityksenä vuonna 2012. Yhtiön palveluksessa työskentelee tällä hetkellä kuusi henkilöä ja kaksi neuvonantajaa. Yhtiö on kehittänyt etävalmennuksen työkalun, jonka avulla terveydenhuollon, oh-

jaus- ja valmennusalan ammattilainen voi motivoida ja sitouttaa asiakkaitaan yksilöllisesti tai ryhmänä tapaamisten välissä. Etävalmennuspalvelu pohjautuu viimeisimpään terveys- ja käyttäytymistieteelliseen tutkimukseen. Työkalua käyttävät muun muassa terveydenhuollon, kuntoutuksen sekä kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin ammattilaiset, kuten fysioterapeutit, terveydenhoitajat, kuntoutusohjaajat, psykologit, neuropsykiatriset valmentajat tai uravalmentajat. Etävalmennuksen asiakkaiden ikähaarukka vaihtelee 15 – 80 vuoden välillä. (Movendos.com.)

## 1.2 Työn tavoite ja tarkoitus

Tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää, minkälaisia erityistarpeita ravitsemusammattilaisilla ja ravitsemusta painottavilla hyvinvointivalmentajilla on mCoach-palvelulle. Toisena päätavoitteena oli tutkia mCoachin käytettävyyttä. Päätavoitteita tukevien kysymysten avulla selvitettiin, missä kaikkialla ravitsemushoitoa tekevät ravitsemusalan ammattilaiset ja hyvinvointivalmentajat toimivat ja miten he toimivat. Kuvio 1 esittää tutkimuskysymykset. Teoreettiseksi pohjaksi valittiin user experience eli käyttäjäkokemus.



KUVIO 1. Tutkimuskysymykset

**Ravitsemusammattilainen** tässä tutkimuksessa tarkoittaa laillistettuja ravitsemusterapeutteja ja ravitsemustieteilijöitä, joilla on ylempi yliopistollinen korkeakoulututkinto. **Ravitsemusterapeutin** tehtävä edellyttää ravitsemustieteen ylempää korkeakoulututkintoa (ETM, MMM, THM tai TtM) ja laillistetun ravitsemusterapeutin pätevyyttä. Luvan



myöntää Valvira (laki terveydenhuollon ammattihenkilöistä 28.6.1994/559). Ravitsemusterapeutit ovat ravitsemushoidon ja -terapian ammattilaisia. (Siljamäki-Ojansuu, Tays). Ravitsemustiedettä pääaineenaan opiskelevat valmistuvat **elintarviketieteiden kandidaateiksi tai maistereiksi**. Ravitsemustieteen pääaineessa maisterin tutkinnon saavuttaneet voivat toimia asiantuntijatehtävissä erilaisissa ravintoon ja tutkimukseen liittyvissä tehtävissä. (Helsingin Yliopisto, Ravitsemustiede.) **Hyvinvointivalmentajaa** puolestaan käytetään tässä tutkimuksessa yleisnimikkeenä hyvinvointivalmennusta tekeville eri alojen ammattilaisille. Ravitsemus on merkittävä hyvinvoinnin osatekijä. Hyvinvointivalmentajien taustat esitetään tarkemmin luvussa 6.

Työstä rajataan pois käyttöliittymäsuunnittelu, toteutus, pilotointi ja testaus, koska Movendoksen henkilökunnan resurssit ovat rajalliset opinnäytetyön aikataulua ajatellen. Osa tutkimuksessa havaituista parannuksista oli havaittu myös Movendoksella, ja osan he ottivat tehtävälisille. Tehtävälisille otetuista parannuksista osa oli opinnäytetyön julkaisun aikaan otettu jo käyttöön.

### 1.3 Työn toteutusprosessi

Työ toteutettiin viidessä vaiheessa, jotka kuvataan kuviossa 2. Ensimmäisessä vaiheessa määriteltiin aihe ja teoreettinen viitekehys. Toisessa vaiheessa hankittiin tietoa toimiksi-antajan organisaatiosta ja tutustuttiin mCoach-palveluun. Kolmannessa vaiheessa kartoitettiin missä kaikkialla puhtaasti ravitsemushoitoa tekevät ravitsemusalan ammattilaiset työskentelevät, tehtiin haastattelut ja vedettiin tulokset yhteen. Neljännessä vaiheessa tehtiin kirjallisuustutkimus ja kirjoitettiin opinnäytetyö. Viidennessä vaiheessa kysyttiin haastateltujen ja opinnäytetyön ohjaajan palautteet ja viimeisteltiin työ.



KUVIO 2. Työn toteutusprosessi

#### 1.4 Työn rakenne ja sisältö

Johdannossa kuvataan työn tavoite ja tarkoitus, työn toteutusprosessi, rakenne ja sisältö. Toisessa luvussa esitellään toimeksiantaja Movendos Oy, sekä Movendoksen mCoach-palvelu.

Kolmannessa terveystieteiden, hyvinvointi- ja digitalisoituminen -luvussa esitellään mCoach-palvelun taustalla vaikuttavia trendejä: maailman terveystilannetta, etävalmennusta ja digitalisaatiota. Lopuksi käydään läpi etävalmennuksen vaikuttavuudesta tehtyjä tutkimuksia.

Neljännessä eli benchmarking-luvussa kerrotaan ravitsemusta tukevista digitaalisista palveluista. Ne eivät ole suoraan verrattavissa Movendoksen mCoach-palveluun, mutta vertailevassa arvioinnissa (benchmarking) haetaan ravitsemuspalveluiden nousevia trendejä mCoachin kehittämistarpeiden priorisoinnin tueksi.

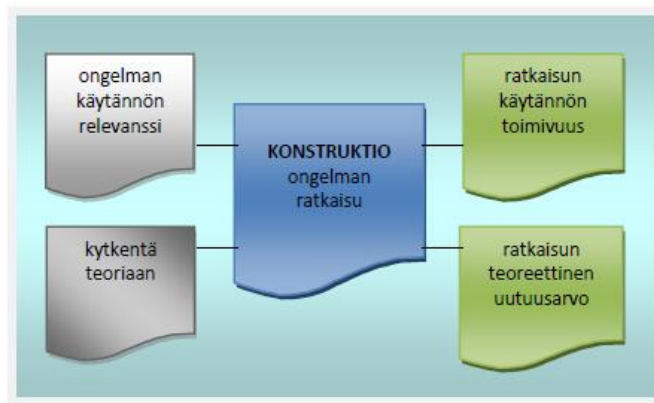
Tutkimuksen tietoperusta, user experience eli käyttäjäkokemus, esitellään luvussa 5. Kuudennessa luvussa puolestaan käydään läpi hyvinvointivalmentajien ja ravitsemusammattilaisten taustat, toimintaympäristöt ja toimintamallit.

Seitsemännessä luvussa pohditaan empiirisen haastattelututkimuksen tulosten perusteella mCoach-palvelun käytettävyyttä ja esitellään kehitys- ja jatkotutkimusehdotukset. Lopuksi pohditaan tutkimuksen kulkua, työn onnistumista sekä analysoidaan tulosten luotettavuutta.

### 1.4.1 Konstruktiivinen tutkimus

Tutkimusmenetelmäksi on valittu konstruktiivinen tutkimus. Konstruktiivisessa tutkimuksessa pyritään käytännönläheiseen ongelmanratkaisuun luomalla uusi rakenne. Uuden rakenteen määrittämiseksi tarvitaan olemassa olevaa teoreettista tietoa ja uutta empiiristä eli käytännössä kerättävää tietoa. Lisäksi on tärkeää, että ratkaisu osoittautuu toimivaksi. Konstruktiivisen tutkimuksen tuotoksena saadaan merkityksellinen ja käytännössä hyödyttävä konstruktio, rakenne, joka on uusi ja aiempaa parempi ratkaisu todelliseen ongelmaan. Uusi rakenne voi myös parantaa sitä edeltävän ominaisuuksia, toimintarakennetta tai tekniikkaa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 65; Kasanen, Lukka & Siitonen 1993, 241.)

Tämä kehittämistyö keskittyy parantamaan jo olemassa olevan palvelun ominaisuuksia. Vaikka ratkaisun käytännön testaaminen onkin oleellinen osa konstruktiivista tutkimusta, se on jätetty prosessista pois. Toimeksiantajalla ei ole resursseja toteuttaa kaikkia ehdotettuja ratkaisuja tämän opinnäytetyön aikataulun puitteissa. Parannusehdotukset käydään kuitenkin yhdessä läpi ja valitaan niistä tärkeimmät. Osa tehdyistä ehdotuksista löytyikin jo Movendoksen tehtävälialta. Se että parannustarve on todettu kahdella taholla, korostaa luonnollisesti ominaisuuden tärkeyttä. Konstruktiivinen tutkimusmenetelmä on kuvattu kuviossa 3.



KUVIO 3. Konstruktiivisen tutkimusotteen rakenne (Lukka & Tuomela 1998)

### 1.4.2 Taustatiedon hankkiminen

Tutkimuksen teoreettisen pohjan muodostaa user experience eli käyttäjäkokemus (jatkossa UX). Lisäksi vertaillaan arvioivasti (benchmarking) digitaalisia ravitsemukseen keskittyviä palveluita. Etävalmennus on melko uusi trendi, joten siitä ei löytynyt kirjallisuutta. Tutkimusartikkeleita maailmalta sen sijaan löytyy enemmänkin. Työssä on käytetty esimerkkinä myös muutamaa Suomessa tehtyä projektia, vaikka niiden tieteellinen tutkimusarvo ei ole yksiselitteinen.

Tutkimuksen tietolähteenä toimi Movendoksen CEO Arto Leppisaari ja myyntijohtaja Paula Mäkelä. Tietoa saatiin lisäksi Movendoksen liiketoimintamallista, projektisuunnitelmasta ja muista dokumenteista. Palvelusta saatiin käytännön ymmärrystä tutkimalla ja testaamalla palvelua testiympäristössä. Tutkija osallistui Movendoksen asiakasneuvotteluihin ja asiakastilaisuuksiin. Pientä haastetta konstruktivista tutkimusmenetelmää ajatellen aiheutti se, että työ tehtiin toimeksiantona yritykselle, joka ei ollut tutkijan työnantaja.

### 1.4.3 Teemahaastattelu

Laadullisissa menetelmissä käytettäviä menetelmiä ovat mm. teema- ja ryhmähaastattelut sekä osallistuva havainnointi. Tässä tutkimuksessa menetelmänä käytettiin laadullista teemahaastattelua. Laadullisissa menetelmissä tutkittavien määrä on kohtalaisen vähäinen. Sen sijaan materiaalia, esimerkiksi auki kirjoitettuja haastattelutekstejä syntyy usein runsaasti. Laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on hankkia suppeasta kohteesta paljon tietoa. Tästä syystä olemassa olevat teoriat eivät ohjaa laadullista tutkimusta niin paljon kuin määrällisillä menetelmillä tehtyjä. Laadullisissa menetelmissä tutkija on hyvin lähellä tutkittavia ja osallistuu usein myös heidän toimintaansa. Tutkija tekee havaituista ilmiöistä omia perusteltuja tulkintojaan, mikä toteutuu hyvin tässäkin kehitystyössä.

Teemoittelussa tarkastellaan aineistossa esiintyviä ilmiöitä tai asioita, jotka ovat useammalle haastateltavalle yhtenäisiä. Nämä ilmiöt voivat liittyä haastatteluteemoihin, tai olla yllättäviäkin asioita jotka ovat olleet haastateltavien mielessä. **Haastatteluaineistosta ilmeneviä säännönmukaisuuksia tarkastellaan suhteessa toisiinsa, jota ilman analyysistä tulee pintapuolinen.** (Ojasalo ym. 2009, 99 – 100.) Koska ilmiöiden havainnointi

on tutkijan omaa tulkintaa, tulosten analysoinnissa korostuu hyvät perustelut niin, että tutkimuksen lukija voi tehdä omia johtopäätöksiään tutkimuksen luotettavuudesta. (Ojasalo ym. 2009, 94.)

Tässä tutkimuksessa asiakkaiden näkemystä selvitettiin teemahaastattelulla. Yksittäisiä haastatteluita tehtiin yhdeksälle ravitsemusalan ammattilaiselle tai hyvinvointivalmentajalle, lisäksi tehtiin ryhmähaastattelu ravitsemusalan ammattilaisille.

## 2 TUTKIMUKSEN KOHTEENA OLEVAN PALVELUN ESITTELY

Movendos Oy:n tuote mCoach on muokattava selainpohjainen pilvipalvelu (SaaS), jonka tavoitteena on tehdä terveystalvannuksesta tehokasta, motivoivaa ja hauskaa sekä valmentajalle että valmennettaville. Selaimen lisäksi mCoachia voi käyttää mobiilisovelluksen kautta Android-, iOS- ja Windows -laitteilla. Valmentajan kannalta palvelu toimii samalla asiakkuudenhallintajärjestelmänä. mCoach-ratkaisu pohjautuu laajaan käyttäytymistieteelliseen tutkimukseen. Palvelussa on ammattikäytön edellyttämä tietoturva ja yksityisyys ja se täyttää lääkintälaittevaatimukset. Kuvio 4 esittää mCoachin ulkoasun sekä mobiililaitteessa että selaimessa.



KUVIO 4. mCoach-palvelun viesti-näkymä selaimessa ja mobiililaitteessa (Movendos.com)

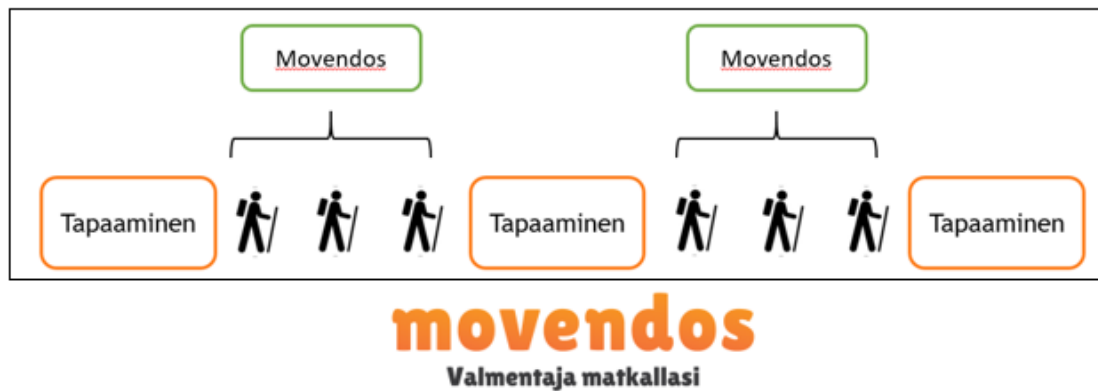
Movendos on mCoach-palvelun myötä tuonut markkinoille uudenlaisen innovaation. Aiemmin valmentajilla ei ole ollut palvelua, jossa kaikki tieto on yhdessä paikassa. He ovat käyttäneet yhtä tai useampaa palvelua ja viestintävälineitä, jotka mCoach nyt korvaa. Palveluun on integroitavissa Fitbit- ja Polar sykemittarit. Edelleen valmennuksen tukena käytetään tapauskohtaisesti muitakin palveluita. Tutkimuksen puitteissa selvisi, että valmentajat tekevät tyypillisesti ensin alkutapaamisen ja alkukartoituksen. Sen jälkeen mCoachia käytetään ruokapäiväkirjana, tehtävien jakamiseen ja seurantaan, kommunikointiin sekä ryhmäkeskusteluun.

mCoachin ainutlaatuisuus perustuu siis yhdessä paikassa olevaan, kokonaisvaltaiseen ja monipuoliseen etävalmennusmahdollisuuteen henkilökohtaisten tapaamisten välillä.

mCoach taipuu erilaisiin tarpeisiin ja on konfiguroitavissa erilaisiin sisältöihin. Movendoksen valmennusfilosofia on

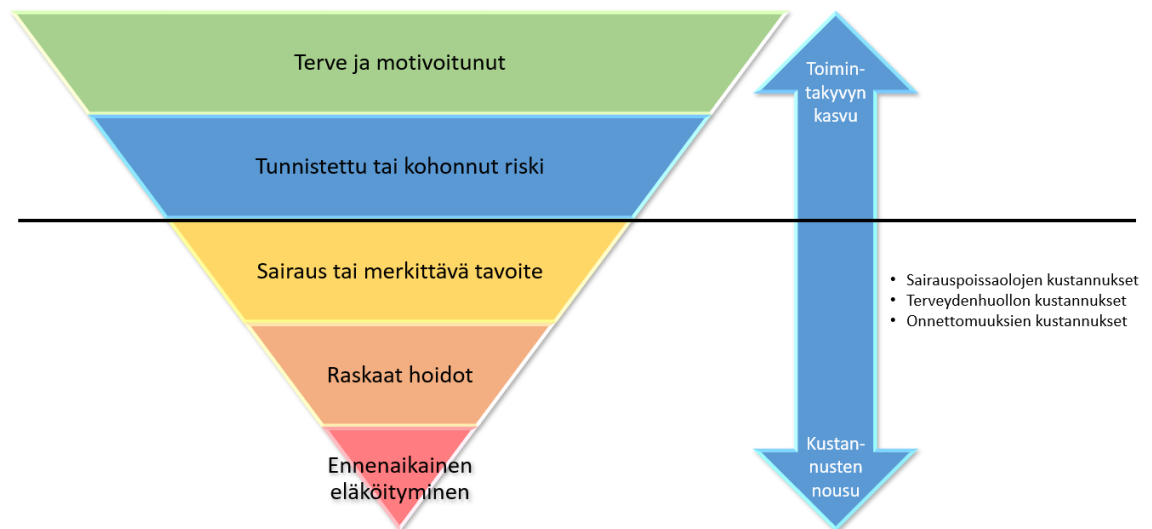
***”kokonaisvaltainen hyvinvointi syntyy yhteistyössä ihmiseltä ihmiselle”***

ja tavoite on päästä pienin askelin pysyviin muutoksiin. Kuviossa 5 on esitetty Movendoksen valmennusmalli.



KUVIO 5. mCoachin tuoma lisäarvo valmennuksessa (Movendos.com)

Hyvä palvelu toimii monipuolisena ja ennen kaikkea kokonaisvaltaisena tukena kohti hyvinvointia. Tämä on yksi Movendoksen perusajatuksista. Hyvä fyysinen kunto parantaa tuottavuutta, mutta fyysinen kunto on vain yksi kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin osa-alue. Hyvä palvelu lähtee ihmisten omista tavoitteista kattaen ihmisen kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin, siis myös henkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin. Se toimii ennakoivan terveyden työkaluna, kun riski sairastua on todettu. Toisaalta se auttaa ylläpitämään hyvää terveyttä, elintapoja ja motivaatiota. Kuvio 6 esittää terveyden vaikutuksen toimintakykyyn ja toisaalta yhteiskunnalle aiheutuvat kustannukset. (Digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilotoinnin opit 2015.)

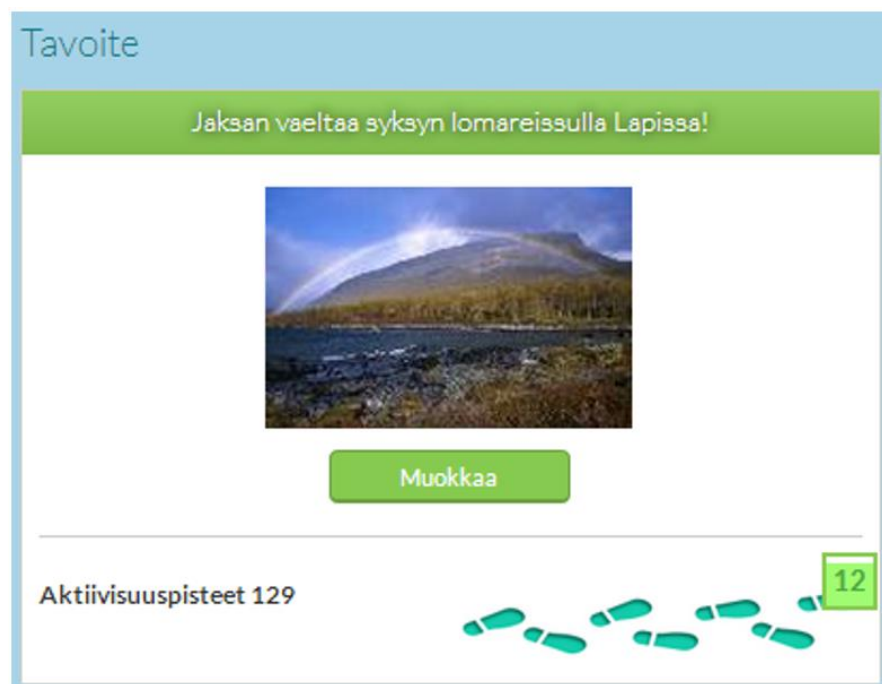


KUVIO 6. Terveys, toimintakyky ja kustannukset (Digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilotoinnin opit 2015, muokattu)

## 2.1 Palvelun perustoiminnot

Tässä luvussa esitellään mCoach-palvelun perusnäkökulmat niin, että lukija saa käsityksen palvelusta. Valmennuksen pohjalla on aina valmentajan ja valmennettavan yhdessä asettama konkreettinen ja yksilöllinen tavoite. Kuviossa on 7 näkymä valmennettavaa matkan varrella tukevasta kokonaistavoitteesta.

### Valmennustavoite

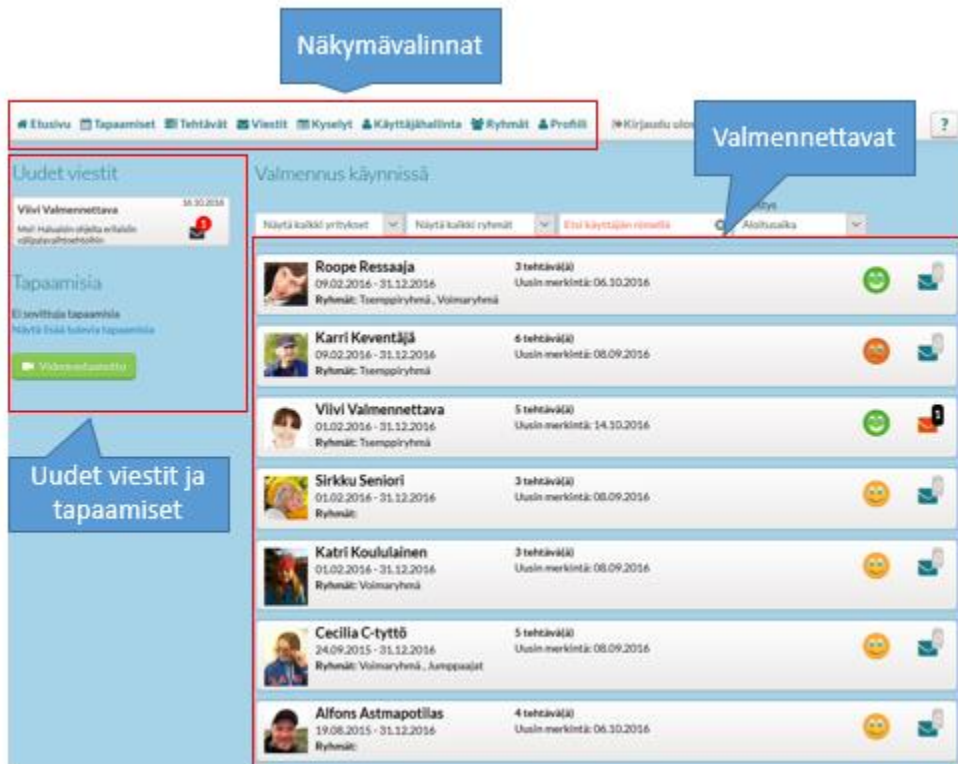


KUVIO 7. Valmennuksen tavoite (mCoach-testiympäristö)



### 2.1.1 Valmentajan näkymät

Kuvio 8 esittää valmentajan aloitusnäkyvän, joka aukeaa valmentajan kirjautuessa mCoachiin. Yläreunan valikoista valmentaja voi siirtyä muihin näkymiin, joita ovat tapaamiset, viestit, yhteenveto ja oma käyttäjäprofiili. Valmentaja voi filtteröidä esimerkiksi valmennettavien järjestystä haluamallaan tavalla. Vasemmassa reunassa näkyvät ilmoitukset uusista viesteistä ja tulevat tapaamiset.



KUVIO 8. Valmentajan aloitusnäkyvä (mCoach-testiympäristö)

Valmentajalla on käytettävissä laaja valikoima valmiita pohjia ja testejä, jotka nähdään kuviossa 9. Valmentaja voi luoda esimerkiksi perusmuotoisia tehtäviä, tavanmuodostustehtäviä, ruoka- tai muun päiväkirjan ja erilaisia käyttäytymisen tarkkailutehtäviä. Hän voi valita haluamansa tehtäväpohjan valmiilla sisällöllä ja muokata sitä haluamallaan tavalla haluamastaan aiheesta. Valmentajalla on lisäksi mahdollisuus luoda uusia tehtäviä oman organisaationsa kansioon. Valmentaja voi uudelleenkäyttää luomiaan tehtäviä ja tarvittaessa muokata niitä vastaamaan yksilöllisesti asiakkaan tarpeita.

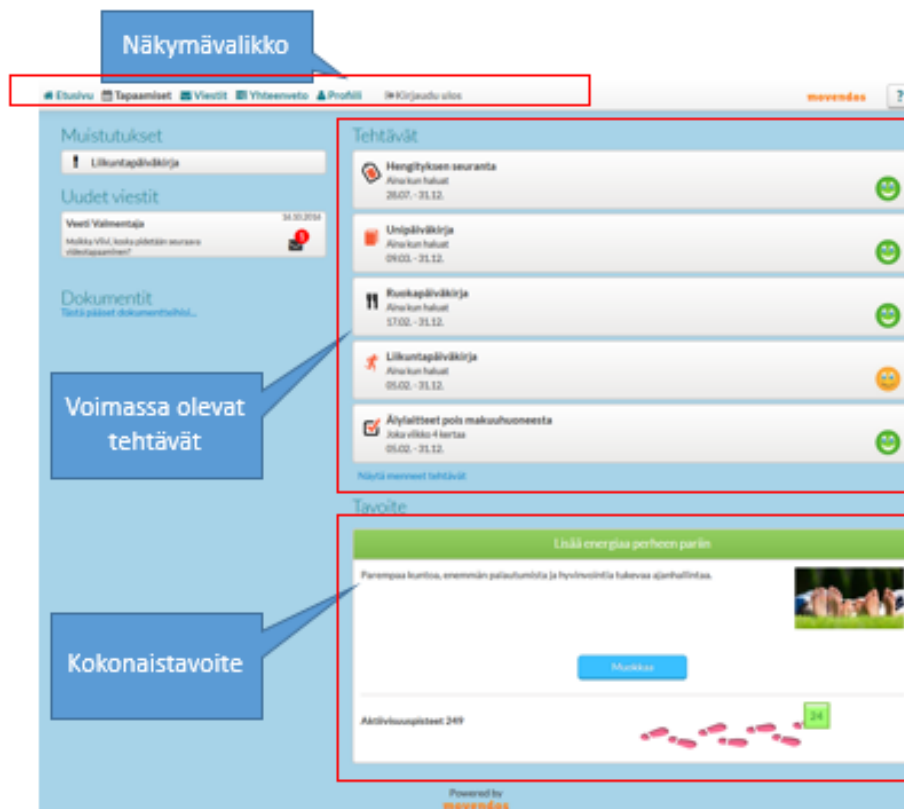
The screenshot displays the mCoach interface for managing task templates. On the left, a navigation menu lists various categories, with three callouts: 'Tehtävämallit' (Task Templates) pointing to the 'Muuvalitut tehtävämallit' section, 'Tehtävämallit Sisällöllä' (Task Templates by Content) pointing to the 'Tehtävämallit sisältä' section, and 'Oman organisaation tehtävämallit' (Own organization's task templates) pointing to the 'Organisaation tehtävämallit' section. The main area shows a 'Moodus-ohje - tehtävämallit ja tehtävän luominen' (Mode instruction - task templates and task creation) page. It includes instructions on how to create and edit task templates, such as selecting a template, editing its content, and setting its duration. A form for creating a new task template is visible, with fields for name, duration, and a 'Lisää sisältöä' (Add content) button. The form also includes a 'Tallenna' (Save) button and a 'Muita ohjeita' (Other instructions) link.

KUVIO 9. Valmentajan tehtävämallit (mCoach-testiympäristö)

Valmentaja voi räätälöidä tehtävän yksilöllisesti ja liittää mukaan liitetiedostoja, kuten ääni-, video-, kuva- ja tekstitiedostoja. Kuviossa 10 on esimerkinäkymä valmentajan tekemästä 9000 askelta päivässä -tehtävämallista.

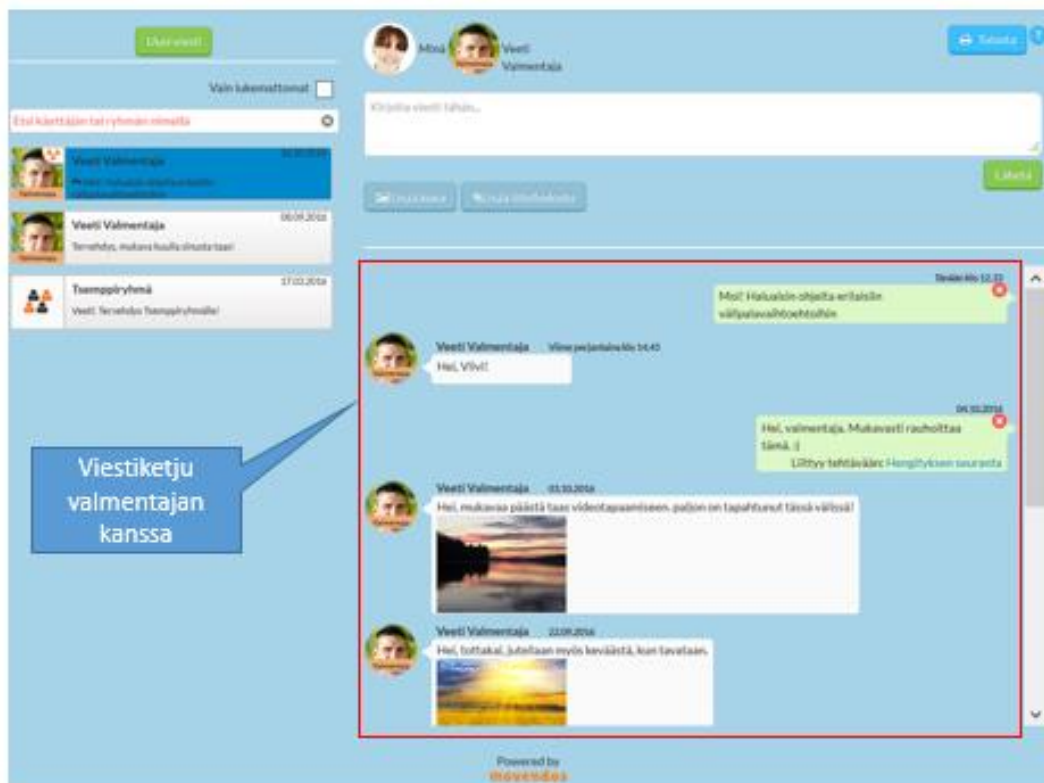


Kuvion 12 aloitusnäkyssä valmennettava pääsee vaihtamaan näkymiä, näkee voimassa olevat tehtävät ja kokonaistavoitteen. Vasemmassa reunassa hän näkee ilmoitukset muistutuksista, uusista viesteistä ja tulevista tapaamisista.



KUVIO 12. mCoach-valmennettavan aloitusnäky (mCoach-testiympäristö)

mCoach-viestinäky näyttää hyvin samalta kuin esimerkiksi What's Up -viestinäkymä. Kuvio 13 esittää viestinäkymän selaimessa. Etenkin mobiilisovelluksen kautta viestittely on helppoa ja vaivatonta, koska käyttäjän ei tarvitse avata selainta. Mobiilisovelluksen kautta käyttäjälle tulee lisäksi viesti-ilmoitus puhelimen ilmoituspaneeliin.




KUVIO 13. mCoach-käyttäjän viestinäkymä (mCoach-testiympäristö)

Valmennettava pitää ruokapäiväkirjaa yleensä valmennuksen alussa 3-5 päivän ajan. Ruokapäiväkirjan tarkoitus on kartoittaa ruokailutottumukset. Valmennettava voi lisätä ruokapäiväkirjaan tekstiä tai kuvia suoraan älypuhelimesta. Kuvio 14 esittää näkymän yhdestä ateriasta.

**Ravintopäiväkirja**  
 Joka viikko ( Ma Ti La Su )  
 19.05. - 03.09.

Viime keskiviikkona  
 03.09.2014

Ateriointiaika:  Poista kuva



Aamiainen

Lounas

Illallinen

Muu

Tarkempi kuvaus ateriasistani
✎

Tallenna

**Tarkempi kuvaus ateriasistani** ✎

**Ruoka ja sen määrä**

Merkitse tähän ruokien, juomien ja herkkupalojen nimet ja laadut mahdollisimman tarkkaan. Esim.: sokeroitu mansikkajugurtti, 150 g, 2% rasvaa

**Muita mietteitäni?**

Nälkäisyys ennen syöntiä?       
(1=ei ollenkaan <--> 5=kova)

Kylläisyys syönnin jälkeen?       
(1=nälkäinen <--> 5=ähky)


Arvioni kaloreista:  kcal

KUVIO 14. Ruokapäiväkirja, tietojen syöttö (mCoach-testiympäristö)


Ruokapäiväkirjaan syötettyjä tietoja voi tarkastella päiväkohtaisesti. Kuvio 15 esittää päiväkohtaisen näkymän.

Sunnuntai 21.02.2016


08:50 AAMIAINEN



12:00 LOUNAS



16:47 PÄIVÄLLINEN



17:24 ILLALLINEN

80 g leipää  
 tomaattia, kurkkua  
 20 g leikkelettä

jes

Nälkäisyys ennen syöntiä: 1  
 Kylläisyys syönnin jälkeen: 3  
 Arvioni kaloreista: 120

20:25 ILLALLINEN

200 g kaurapuuroa

zzzz

Nälkäisyys ennen syöntiä: 2  
 Kylläisyys syönnin jälkeen: 3  
 Arvioni kaloreista: 80

KUVIO 15. Yhden päivän näkymä ruokapäiväkirjasta (mCoach-testiympäristö)

Yhteenvedoissa valmennettava voi nähdä kaikki hänelle annetut tehtävät ja yhteenvedot.

Kuviossa 16 on esimerkki unipäiväkirjan yhteenvedosta.



KUVIO 16. Ote unipäiväkirjasta (mCoach-testiympäristö)

## 2.2 Palvelun käyttäjät

Palvelua hyödyntävät työssään ravitsemus- liikunta- ja hyvinvointialan valmentajat ja ammattilaiset. Tämän tutkimuksen kohteena olivat erityisesti ravitsemusalan ammattilaiset ja hyvinvointivalmentajat. Ensimmäiseksi tutkimuksessa selvitettiin, missä kaikkialla he työskentelevät. Tutkimuksen puitteissa löydettyjen tietojen mukaan laillistetut ravitsemusterapeutit työskentelevät pääosin julkisella puolella, sairaaloissa sekä kunnan viroissa. Heitä työskentelee lisäksi yksityisissä yrityksissä ja itsenäisinä valmentajina. Kuvio 17 esittää ravitsemusammattilaisten ja hyvinvointivalmentajien sijoittumisen työelämässä.



KUVIO 17. Ravitsemusammattilaisten ja hyvinvointivalmentajien sijoittuminen työelämässä



### 3 TERVEYS, HYVINVOINTI JA DIGITALISOITUMINEN

Maailman terveysjärjestö WHO (World Health Organisation) määrittelee terveyden seuraavasti:

*"Health is a state of complete physical, mental, and social wellbeing and not merely the absence of disease or infirmity" (World Health Organisation).*

*"Yhteiskunnassa on jo pitemmän aikaa keskitytty hyvinvoinnin edistämiseen ennen kaikkea reaktiivisesti eikä niinkään proaktiivisesti. Sairauksiin ja pahoinvointiin reagoidaan kalliilla hoidoilla, kun parempi olisi keskittyä sairauksien ennaltaehkäisyyn. Tutkimusten mukaan EU-maiden hyvinvointiin suunnatusta budjetista kolme prosenttia käytetään ennaltaehkäiseviin menetelmiin",*

selvittää Antti Hiekkänen Movendokselle tekemässään pro gradu -diplomityössä. (Hiekkänen A. 2013, 1.) Sitran ”Tervettä bisnestä” -digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilot-tiraportin mukaan keskustelu kääntyy helposti hyvinvoinnista sairauksien hoitoon ja työkyvyn säilyttämiseen eli työpaikan pahoinvointiin. Omasta hyvinvoinnista huolehtiminen ja terveet elämäntavat koskevat kuitenkin kaikkia. (Digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilotoinnin opit, 2015.)

WHO:n mukaan hyvinvoinnin haasteet ovat elämäntapoihin liittyviä. Maailman Terveysjärjestö WHO:n mukaan kroonisten elämäntapasairauksien osuus on suuri kehittyneissä maissa, jopa enemmän kuin 70 % kaikista terveydenhuollon kustannuksista. Valtaosa sairauksista olisi vältettävissä terveellisiä elämäntapoja noudattamalla. Siksi elintapamuutokset ovat avainasemassa, kun halutaan parantaa hyvinvointia ja ikääntymiseen liittyviä kroonisia sairauksia. (Movendos Liiketoimintasuunnitelma 2013, 4). Perinteinen tapa ajatella on, että sairaat ihmiset ohjataan hoitoon. Kaikki hoitoon ohjatut eivät kuitenkaan toteuta hoitosuunnitelmaa riittävän tehokkaasti. (Haynes, McDonald & Garg 2002, 2880 – 2883.)

Henkiset terveysongelmat ovat hälyttävässä määrin kasvussa ja ovat jo nyt suurin syy ennenaikaiseen eläköitymiseen aiheuttaen 10 biljoonan euron vuosittaiset menetykset

Suomessa. Yli 50 % aikaisin eläköityneistä on alle 35-vuotiaita. Tällä on merkittävä vaikutus Suomen talouteen etenkin pitkällä tähtäimellä. (Movendos Liiketoimintasuunnitelma 2013, 4.)

THL:n mukaan ravitsemuksella ja terveydellä on selkeä yhteys. Ruokavaliolla on tärkeä merkitys useiden elintapasairauksien ehkäisyssä (Vinkkejä viisaisiin valintoihin). Elin- tavat, kuten tupakointi, alkoholin kulutus ja ruokatottumukset ovat merkittävä tekijä ter- veyden edistämisessä ja kansantautien ehkäisyssä. THL on seurannut työikäisten (15 – 64 -vuotiaiden) terveyttä ja elintapoja vuosittaisilla postikyselytutkimuksilla vuodesta 1978 alkaen. Väestöryhmittäin kerättyä tietoa käytetään muun muassa erilaisten terveyttä edistävien ohjelmien suunnittelussa (Suomalaisen aikuisväestön käyttäytyminen 2015).

### 3.1 Perinteisen valmennuksen haasteet

Movendoksen teettämien tutkimusten mukaan terveys- ja hyvinvointialan valmentajat ovat aiemmin kohdanneet seuraavia haasteita, joihin mCoach-palvelun on tarkoitus vas- tata:

- *Kuinka voidaan vaikuttaa valmennettavan/hoidettavan toimintaan tapaamisten välillä?*
- *Kuinka valmennus voidaan räätälöidä yksilöllisten tarpeiden ja motivaatioiden mukaan?*
- *Kuinka voidaan tarjota kustannustehokasta valmennusta suurille ryhmille?*
- *Kuinka tehostaa terveysalan ammattilaisten ajankäyttöä, kun jopa 30 % heidän ajastaan kuluu tehottomien työkalujen parissa ja siitä huolimatta he eivät pysty tavoittamaan asiakasta hänen päivittäisissä toimissaan.*
- *Kuinka vähentää markkinointikuluja ja saada ihmisille parempi ymmärrys mitä terveys- ja hyvinvointivalmennus konkreettisesti tarkoittaa ja mitä asiakas siitä maksaa.* (Movendos liiketoimintasuunnitelma 2013, 4 – 5.)

Valmennettavan näkökulmasta nykypäivän hektiset elämäntavat ovat ongelma. Valmen- nettava on saattanut luvata seurata painoan, rajoittaa herkkujen syömistä ja liikkua enemmän. Kiireisessä arjessa hyvinvoinnin parantamiseksi tehdyt lupaukset voivat kui- tenkin unohtua helposti. (Movendos Liiketoimintasuunnitelma 2013, 4 – 5.)

### 3.2 Digitalisaatio ja etävalmennus

Valmennustoiminta tässä tutkimuksessa tarkoittaa hyvinvointi- ja ravitsemusvalmennusta, kuntoutusta, työhyvinvointivalmennusta ja erilaisia personal trainer -palveluita. Valmennus kestää yhdestä tapaamiskerrasta parhaimmillaan vuoteen tai pidempäänkin. Valmennus käsittää yhden tai useampia tapaamisia joko asiakkaan kanssa, tai ryhmässä. Valmentajan ja valmennettavan kohtaaminen tapahtuu lähinnä tapaamisten aikana, valmennuksissa sitoudutaan myös suorittamaan tehtäviä valmennusten välillä.

THL:n tutkimuksen mukaan pysyvä muutos on mahdollinen ammattilaisen tuella. Ohjaajan tuki muutoksessa lisää sitoutumista, motivaatiota ja tuloksellisuutta. Esimerkiksi aikuisiän diabeteksen ilmaantuvuus on 58 % pienempi henkilökohtaista elintapaohjausta saaneilla (Holstila, Helakorpi & Uutela 2012). Suurimmaksi ongelmaksi perinteisessä valmennuksessa on muodostunut asiakkaiden huono sitoutuminen, vaikeudet valmennettavien suoritusten seurannassa ja epäsäännöllinen yhteydenpito (Innolink Research Oy 2013; Movendos liiketoimintasuunnitelma).

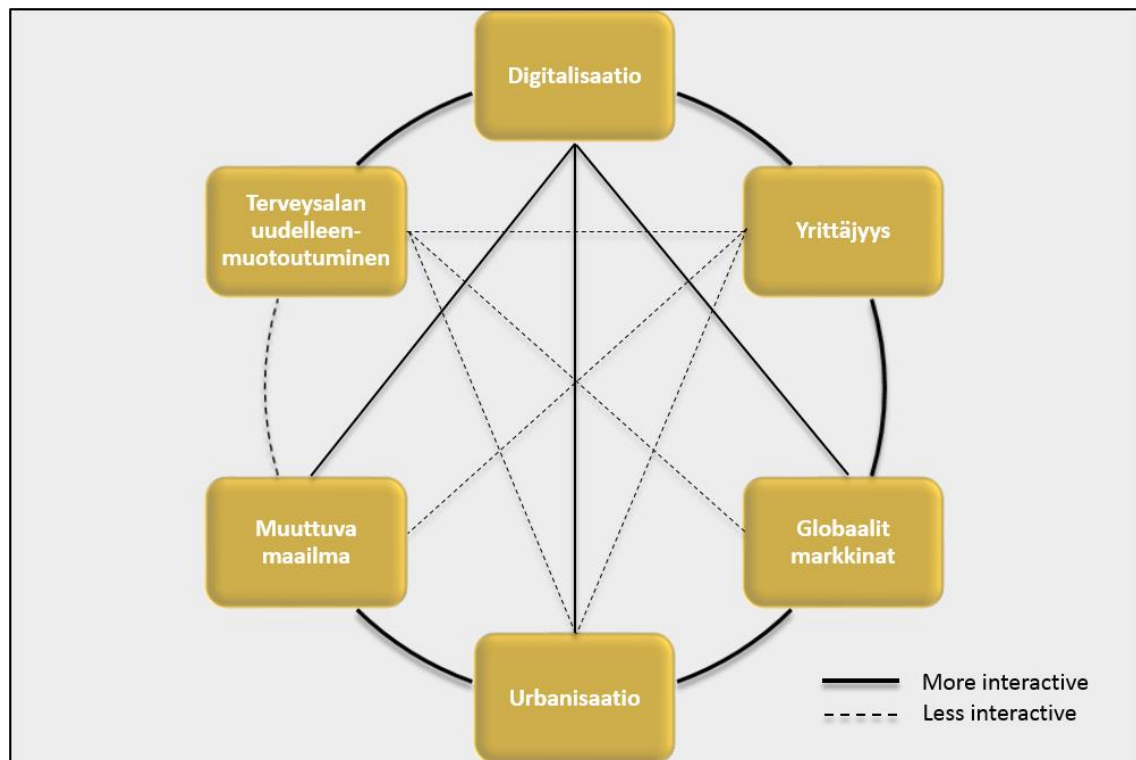
Sitran megatrendeissä ICT teknologiat mahdollistavat uudenlaisten terveyttä ylläpitävien kustannustehokkaiden ja personoitujen ratkaisujen tarjoamisen (Tulevaisuus tapahtuu nyt 2016). Mahdollisuudessa luoda kokonaisvaltaisia ratkaisuja on nähtävissä suuri potentiaali tehokkaampaan valmennukseen ja yhteydenpitoon, ja näin vähentää kroonisten sairauksien syntymistä. (Movendos liiketoimintasuunnitelma.) Samoilla linjoilla on myös Sitran megatrendit 2016 -julkaisu, joka tuo esiin teknologian tarjoamat mahdollisuudet hyvään elämään ja kestävään hyvinvointiin tulevaisuudessa. Sitran mukaan uudenlaiset talouden ja tekemisen muodot yhdistettynä teknologiaan voivat tukea laajasti ihmisten ja yhteisöjen voimaantumista, merkityksellistä tekemistä ja hyvinvointia. Lisäksi ne voivat tukea ekologista, maapallon kantokyvyn rajoihin sopeutuvaa taloutta ja yhteiskuntaa. (Tulevaisuus tapahtuu nyt 2016.)

Edelleen THL:n mukaan teknisten sovellusten yleistyminen terveydenhuollolle tarjoaa uusia keinoja osallistaa asiakkaat oman terveytensä ja hyvinvointinsa ylläpitoon ja edistämiseen. Koska sovellusten käyttö on ajasta ja paikasta riippumatonta, ne soveltuvat hyvin osaksi asiakkaan arkea. Internet- ja mobiilisovellukset ovat yksi tapa lisätä hyvinvointipalvelujen tarjontaa suurille joukoille. Lisäksi niillä voi olla muita etuja verrattuna pe-

rinteisiin terveyspalveluihin. Ne voivat säästää terveydenhuoltohenkilöstön aikaa, vähentää terveyspalveluiden jonotusaikaa ja siten lisätä terveyspalvelujen kustannustehokkuutta. (Terveyttä ja hyvinvointia lasta odottaville perheille.)

EY kuvaa megatrendit laajoina ja muuttuvina globaaleina voimina, jotka vaikuttavat jokaiseen maapallon ihmiseen. EY on identifioinut kuusi megatrendiä, joilla on kauaskantoinen vaikutus elämäämme; liike-elämään, yhteisöihin, kulttuuriin ja yksilöihin. Jokainen megatrendi on itsenäinen kokonaisuus, mutta megatrendit toimivat myös vuorovaikutuksessa toisiinsa. Esimerkiksi digitaalisuus on läheisesti yhteydessä terveydenhuollon uudelleenmuotoutumiseen sosiaalisten sovellusten, big datan ja sensoreitten kautta.

EY:n mukaan terveydenhuollon kulujen paineet ovat globaalisti kovat. Digitalisaation myötä nousevat big data ja mobiilit terveysteknologiat mahdollistavat tosiaikaisen tiedonkeruun ja -kommunikoinnin. Perinteiset terveydenhuollon menetelmät, kuten sairauksien hoito, ovat siirtymässä uuteen aikakauteen. Uutena periaatteena on terveyden ylläpito terveiden elintapojen ja tosiaikaisen seurannan avulla. Tämä muuttaa suhtautumisen terveydenhuoltoon radikaalisti ja muuttaa ajattelutapojamme. (EY megatrendit vuodelle 2015.) Movendos on yhdistänyt nämä kaksi trendiä, digitalisoitumisen ja terveysalan uudelleenmuotoutumisen. Siten Movendos on osaltaan ollut mukana viemässä eteenpäin uusia megatrendejä. Kuvio 18 osoittaa trendien verkkomaisen rakenteen ja sen, että digitalisaation ja terveysalan välillä on vahva suhde.



KUVIO 18. EY:n globaalit megatrendit vuodelle 2015 (EY:n megatrendit vuodelle 2015, muokattu)

Uusien teknologioiden myötä ihmisten kiinnostus tietoon omasta hyvinvoinnista lisääntyy. Entistä useammalla on ranteessaan aktiivisuutta mittaava älykello ja geenitestit yleistyvät Suomessa. Trendi näkyy viennissäkin: terveysteknologia on noussut suurimmaksi huipputekniikan vientialaksi Suomessa. Terveysteknologian markkinat tulevat kasvamaan ennusteiden mukaan myös jatkossa. Hyvinvointi- ja terveysalan suosiosta kertoo myös työ- ja elinkeinoministeriön selvitys, jonka mukaan liikunta-alalla on enemmän tuoreita kasvuyrityksiä kuin muilla aloilla. (Hyvinvointi korostuu: trendit... 2015.)

### 3.3 Etävalmennuksen vaikuttavuus tutkimuksissa

Maailmalla ja Suomessa on tehty tutkimuksia etävalmennuksen vaikuttavuudesta. Tulokset kertovat etävalmennuksen tehostavan valmennusta, hoitoa tai ohjausta. Seuraavissa on esitetty kahden tutkimuksen tulokset, joista toinen on tehty USA:ssa ja toinen Suomessa.

### 3.3.1 HOPE-etähoitotutkimus

US National Library of Medicine, National Institutes of Health:n tekemä tutkimus vuodelta 2012 osoittaa, että jo yksinkertainen etävalmennus puhelimitse on vaikuttavaa vaikeastikin sairaiden ja iäkkäiden ihmisten keskuudessa. Tässä tutkimuksessa kohderyhmänä olivat iäkkäät diabetes potilaat. Heidän vointiaan seurattiin 12-viikkoisella puhelinvälennuksellä, joka koostui kymmenestä 30 – 45 minuutin keskustelusta. Tutkimukseen osallistuneet valmentajat eivät olleet ammattilaisia, mutta heidät koulutettiin tehtävään ennen tutkimusta. Valmentajat auttoivat potilaita priorisoimaan itsehoitoon liittyviä asioita, sekä löytämään ja poistamaan hoidollisia esteitä. HOPE-tutkimus ehdottaa, että monipuolinen tapa kohdata potilaita voi tuottaa positiivisia tuloksia sekä fyysiseen että emotionaaliseen hyvinvointiin. (Behavioral health coaching for... 2012.)

HOPE-tutkimuksen tulokset osoittavat seuraavia parannuksia 5-portaisella asteilla (jossa 0=ei parannusta, 5 = paljon parannusta): elämänlaatu (M=4.5, SD=0.756), diabeteksen omahoidon parantuminen (M=4.625, SD=0.744), stressin hallinta, pelko ja masennus (M=3.375, SD=1.506) ja lopuksi yleinen luottamus omiin taitoihin tulevaisuudessa (M=4.5, SD=0.535), jossa 5=hyvin luottavainen. (Behavioral health coaching for... 2012.)

HOPE-tutkimuksen yhteenvedossa todettiin lisäksi etävalmennusta koskeva merkittävä tieto, jonka mukaan myös keski-ikäiset ja sitä iäkkäämmät vaikeasti sairaat ihmiset voivat oppia harjoittamaan proaktiivisia keinoja terveydenhallinnassa. Näitä keinoja käyttäen he pystyivät ottamaan enemmän vastuuta terveydestään ja ymmärtämään asemansa tulevaisuuden terveyshaasteiden suhteen (Behavioral health coaching for... 2012).

### 3.3.2 Sitran digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilottitutkimus

Sitra on julkaissut joulukuussa 2015 ”Tervettä bisnestä” -digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilotoinnin opit -raportin. Hankkeen aikana pilotoitiin asiakastarpeiden pohjalta määriteltyä työntekijöiden digitaalista hyvinvointipalvelua, jonka vaikuttavuutta arvioitiin monipuolisilla menetelmillä. Ratkaisussa huomioitiin hyvinvointi kokonaisvaltaisesti sisältäen riittävän liikunnan lisäksi myös henkisen hyvinvoinnin, sosiaaliset suhteet ja yrityskulttuurin.

Suurin osa palvelua käyttäneistä vastaajista koki hyvinvointipalvelun lisänneen tietoisuutta omasta hyvinvoinnistaan. Wellbeing Booster -pilottiin osallistuneista vastaajista 68 prosenttia (185 henkilöä) kertoi palvelun auttaneen heitä muuttamaan keskimäärin kolmea tai neljää tapaa. Pilottipalvelu on tämän tuloksen perusteella auttanut suurta joukkoa ihmisiä muuttamaan tapojaan melko monipuolisesti. Hankkeen asiantuntijoiden kokemukseen perustuva nyökkisääntö oli, että keskimääräisessä työhyvinvoinnin interventiossa osallistujista noin 5 % onnistuu muuttamaan elintapojaan. Tätä parempia tuloksia saadaan harvoin aikaan. (Digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilotoinnin opit 2015.)

### 3.4 mCoach-etävalmennuksen vaikuttavuus

Edellä kuvatut tutkimustulokset myötäilevät Movendoksen tekemän palautekyselyn tuloksia. Peräti 87 %:lla vastaajista mCoach on kasvattanut motivaatiota elämäntapamuutokseen ja auttanut saavuttamaan valmennustavoitteen osana kokonaisvalmennusta. Tässä tutkimuksessa mCoachia käyttäneistä tai kokeilleista valmentajista seitsemän henkilöä yhdeksästä, eli 78 % koki, että palvelu on tehostanut valmennusta. Vähäisen haastateltavien määrän vuoksi tulos ei ole tieteellisesti merkittävä, mutta syvällisiin keskusteluihin perustuvana hyvin suuntaa antava. Yksi valmentaja koki, että valmennus on tehostanut valmennusta vähän, ja yksi, ettei ole tehostanut lainkaan. Kuvio 19 esittää haastateltavien näkemykset mCoachin vaikuttavuudesta valmennukseen.



KUVIO 19. Valmentajien kokema mCoachin vaikuttavuus valmennuksessa  
Valmentajien mainitsemat valmennusta tehostaneet asiat on esitetty kuviossa 20:

- Motivoi asiakasta tsemppaamaan myös tapaamisten välillä
- Kaikki asiat yhdessä paikkaa
- Asiakas saa enemmän, myös valmennusten välillä
- Yksinkertaistaa asioita
- Parantaa sitoutumista
- On vaivatonta
- Valmentajalla pysyy parempi tuntuma asiakkaan tilanteeseen



KUVIO 20. Valmennusta tehostavat asiat

Seuraavissa alaluvuissa esitellään kaksi mCoach-palvelua käyttänyttä etävalmennuskokeilua. Toinen on monitoimijayhteisöstä koostuva MoveOn etävalmennus ja toinen Eurajoen kaupungin HeTeKa-valmennus. HeTeKa-valmennuksen yhteenveto sisältyy tämän tutkimuksen puitteissa tehtyihin haastatteluihin.

### 3.4.1 MoveOn etävalmennus

Tammi-kesäkuussa 2015 “SeniöriVerkko, hyvinvointia mobiilisti” -tutkimuksessa oli mukana SeniöriVerkko, RAY, Kuntoutuksen edistämisyhdistys Key ry, Movendos Oy sekä Myllypuron palvelukeskus. Valmennukseen saivat ilmoittautua kaikki halukkaat, osallistumisen edellytyksenä oli oma tietokone. Viiden kuukauden valmennus piti sisäl-



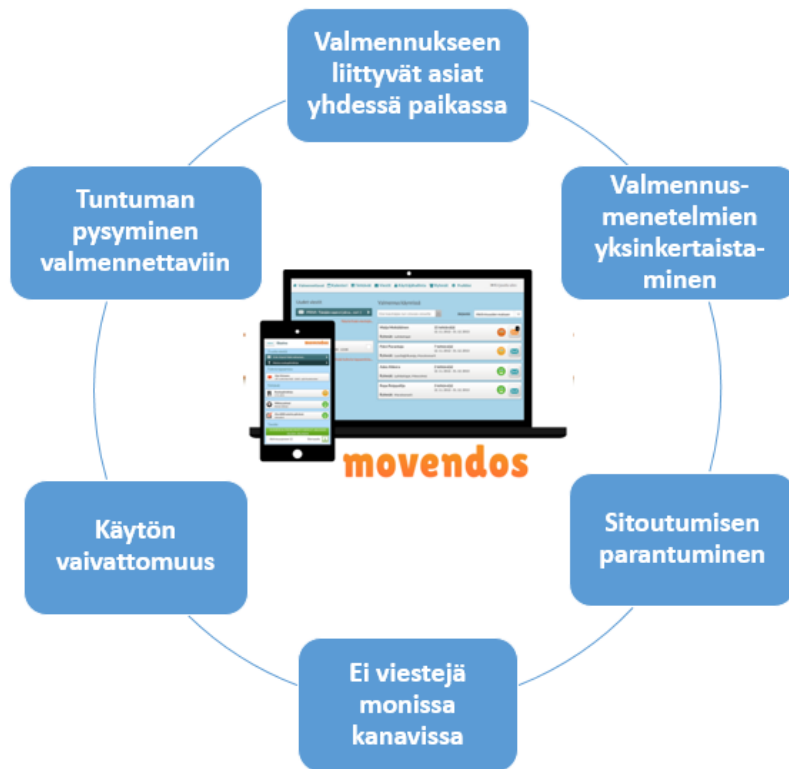
lään alkutapaamisen ryhmänä, kuukausittaiset ryhmätapaamiset, henkilökohtaiset tapaamiset tarpeen mukaan, fysioterapeutin tuen sekä Movendos-etävalmennuksen. (MoveOn Hyvinvointivalmennus 2016.)

Valmentajan näkemyksiä mCoach palvelun eduista valmennuksen jälkeen oli helppokäyttöisyys ja asiakkaan tilanteen parempi seuranta, joka mahdollisti nopean reagoinnin. Valmentajalla oli mahdollisuus paneutua asiakkaaseen silloin kun on aikaa. Palvelu koettiin hyödylliseksi etenkin elämäntapamuutoksiin motivoinnissa ja ryhmäviestien osalta. Henkilökohtaisia tapaamisia valmennuksen rinnalla pidettiin myös tärkeänä. Mietintää aiheutti esimerkiksi se, kuinka usein asiakkaan tilanne tarkistetaan ja kuinka usein hänelle vastataan. Lisäksi todettiin, että avainasiakkaiden ryhmässä on vielä melko vähän tietokoneen käyttötaitoisia henkilöitä. Jatkopilotti on käynnistynyt keväällä 2016. (MoveOn Hyvinvointivalmennus 2016.)

### **3.4.2 Eurajoen kaupungin HeTeKa-valmennus**

Yksi tässä tutkimuksessa haastateltu valmentaja oli personal trainer, liikunnanohjaajaksi opiskeleva *Sarianna Helminen*. Helminen toteutti Eurajoen kunnan HeTeKa-valmennuksen. Valmennuksen kohderyhmänä olivat kunnan perhepäivähoitajat, joiden on työaikojen vuoksi tavallista hankalampaa osallistua ryhmäliikuntaan ja muihin aktiviteetteihin. Ikähaarukka 22 henkilön ryhmässä oli 30 – 60 vuotta. Aloitus piti sisällään kyselyn ja kuntokartoitukset. Kunta antoi älypuhelimet, joilla mCoach-sovellusta käytettiin. Aluksi havaittiin ongelmia älypuhelimien käytössä, mutta kun valmennettavat oppivat älypuhelimien käyttöperiaatteet, niin itse sovelluksen käyttäminen oli palautteen mukaan sujuvaa.

Helminen piti mCoachin käytettävyydestä. Etenkin sen yksinkertaisuus, raikas ulkonäkö ja mahdollisuus luoda sekä seurata tehtäviä monipuolisesti miellyttivät häntä. Etävalmennukseen hän oli käyttänyt mCoachin valmiista pohjista ruokapäiväkirjaa ja tavanmuodostustehtäviä. Lisäksi hän on itse muokannut omia pohjia. Helminen toivoi mCoachiin tietoisuuksia. mCoachin ryhmäkeskusteluominaisuutta valmennuksessa käytettiin lähinnä ilmoitusluontoisiin asioihin. Helminen koki, että mCoachin käyttö tehosti valmennusta kuvion 21 esittämissä asioissa.



KUVIO 21. Sarianna Helmisen näkemys valmennuksen tehostumisesta

## 4 BENCHMARKING

Benchmarking on menetelmä, jonka perustana on kiinnostus siihen, miten toiset toimivat ja menestyvät. Benchmarking vaatii hyvän pohjatyön. Aluksi tunnistetaan oma kehittämiskohde ja sitten etsitään vertailuorganisaatiot. (Ojasalo ym. 2009, 163.) On olemassa useita tapoja tehdä mielenkiintoisia benchmarking-tutkimuksia. Niin sanottu julkinen benchmarking (Public Domain benchmarking, PDB) on julkisesti esitettävä benchmarking-analyysi sanomalehdessä, aikakauslehdessä tai muussa julkisessa mediassa. Tyypillinen julkinen benchmarking-analyysi on esimerkiksi autotesti tietyssä autoryhmässä. Asuntomessut on toinen tyypillinen julkinen benchmarking-analyysin kohde. (Benchmarking- ja edelläkävijäanalyysit... 2010.)

Benchmarking-arviointia on vaikea määritellä yksiselitteisesti. Arviointi sisältää aina sisällön vertailua ja kiinnostusta toisten tekemisiin ja toimintaan. Pääpaino arvioinnissa ei ole käytettävät menetelmät, vaan se, että **tutkija ymmärtää oman tavoitteensa ja vertailun tarkoituksen**. Arviointi on onnistunut, kun siitä on tekijälleen hyötyä. Arvioinnin perustehtävänä on yleensä oman toiminnan kehittäminen. Oman toiminnan asemointi on eräs vertailevan arvioinnin (benchmarking) menetelmistä. (Karjalainen 2002, 46.)

Ennen benchmarking-prosessiin ryhtymistä tutkittava ilmiö tulisi selvittää tarkasti:

1. Tunnista kehittämistä kaipaava kohde tai prosessi.
2. Etsi vertailukumppanit, jotka ovat onnistuneet asiassa (paremmin).
3. Etsi tietoa vertailukumppaneista ja heidän onnistumisestaan.
4. Tee lista havainnoitavista asioista.
5. Tarkastele tuloksia kriittisesti ja luovasti soveltaen käyttökelpoisimpia omaan organisaatioon.

(Ojasalo ym. 2009, 163 – 164.)

Perusperiaatteena vertailevassa arvioinnissa (benchmarking) on omien suoritusten mittaaminen ja vertaaminen muiden vastaaviin suorituksiin, sekä samalla myös oman toiminnan kyseenalaistaminen (Karlöf 2003, 37; Ojasalo ym. 2009, 43). Yrityksille vertaileva arviointi on erinomainen tapa yrityksille löytää inspiraatiota. Se voi olla tapa lisätä oman organisaation luovaa ajattelua ja luoda uusia toimintamalleja. Vertaileva arviointi

ei ole kopiointia toisten toimintamalleista, vaan sen avulla pyritään kehittämään omaa toimintaa luovemmaksi. (Karlöf 2003, 38 – 39.)

#### 4.1 Benchmarking-tutkimuksen tavoite ja valitut kohteet

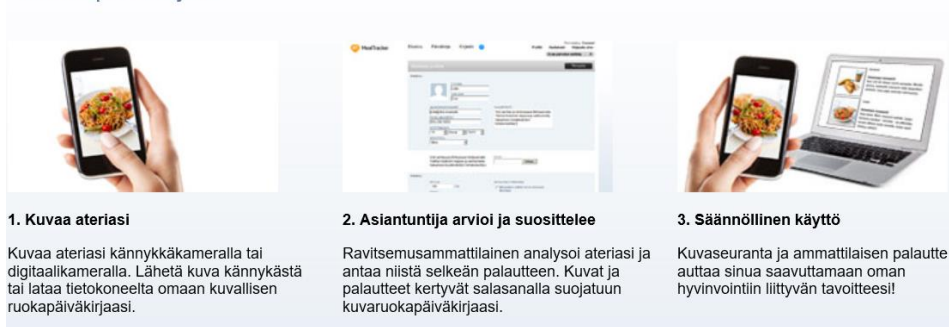
Tässä tutkimuksessa ei voitu vertailla arvioivasti suoria kilpailijoita, koska mCoachia suoraan vastaavaa palvelua ei ole markkinoilla. Sen sijaan benchmarking-tutkimuksen yhtenä tavoitteena oli tunnistaa ravitsemukseen liittyviä www-palveluita ja vertailla ravitsemuspalveluissa käytettäviä menetelmiä ja taustatietoja. Vertailun tavoitteena oli myös **ymmärtää viimeisimpiä trendejä ja suhteuttaa niitä haastattelussa tehtyihin löydöksiin**. Vertailu tehtiin valitsemalla nimekkäitä ja suosittuja palveluita, joita yksittäiset haastateltavat olivat käyttäneet. Vertailun sisältö perustuu palveluiden www-sivujen analysointiin.

##### 4.1.1 MealTracker™

MealTracker on palvelu, johon voi tallettaa ruokapäiväkirjan digitaalikameralla tai kamerakännykällä otettuina kuvina. Palveluun liittyy myös valmentaja, jonka kanssa kartoitetaan lähtötila ja tavoite valmennettavan tarpeista riippuen. Sen jälkeen valmentaja kommentoi ruokapäiväkirjaan lisättyjä kuvia sovitulla aikavälillä. (Mealracker.fi.)

WWW-sivujen perusteella MealTracker haluaa profiloitua yksinkertaisella ja helpolla prosessilla, edullisuudella ja valmentajan tuella. Kuviossa 22 on esitetty MealTrackerin prosessi.

MealTracker™ on palvelu, jossa voit luoda kuvaamiisi ateriakuviin perustuvan ruoka- ja liikuntapäiväkirjan.

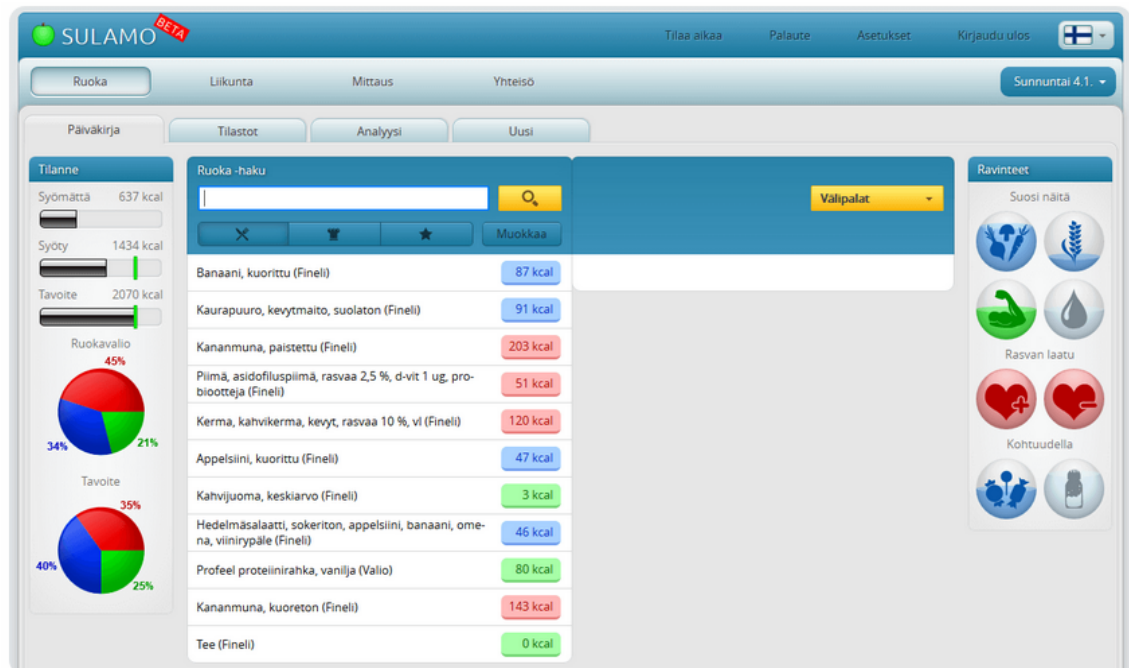


KUVIO 22. Kuva MealTrackerin toimintaperiaatteista (Mealracker.fi)

#### 4.1.2 Sulamo beta (entinen Kalorilaskuri)

Sulamo esittelee itsensä helppokäyttöisenä nettipalveluna kaikille laihduttajille. Se sopii eri näkymien ansiosta aloittelijalle tai kokeneelle laihduttajalle ja perustuu kalorilaskentaan. Sulamon tavoitteita ovat painonhallinnan helpottaminen nykyaikaisen tekniikan avulla, terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen sekä sairauksien ennaltaehkäisy laihduttamalla, nykyistä painoa ylläpitäen tai lihasmassaa lisäämällä. Sulamo tarjoaa sosiaalisen yhteisön tuen. Vaihtoehtoisesti laihduttaja voi toimia myös täysin itsenäisesti. Laihdutuksessa tähdätään mahdollisimman tehokkaaseen laihtumiseen joko virallisten suositusten, vähähiilihydraattisen dieetin tai jonkun muun valitun dieetin avulla.

Sulamon ravitsemustiedot perustuvat Ravitsemusneuvottelukunnan suosituksiin. Ruokavaliio ja ateriarytmi ovat vapaasti muokattavissa. Kuvio 23 osoittaa, että Sulamon ravitsemuslaskurin näkymä on havainnollinen.

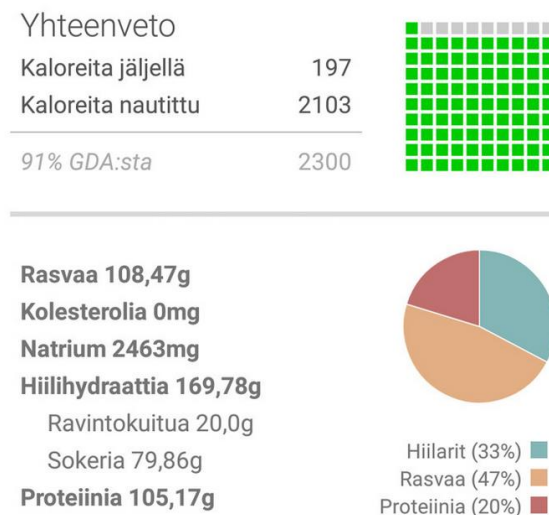


KUVIO 23. Sulamon ravitsemuslaskurin näkymä (Sulamo.fi)

### 4.1.3 Fatsecret

WWW-sivujen perusteella Fatsecret profiloituu yhdessä tekemiseen, terveellisen ravintoratkaisun löytämiseen, liikuntaharjoitteluun, kestävään painonpudotukseen ja 100 % ilmaiseen palveluun kalorilaskurin tuella. Myös Fatsecret painottaa helppokäyttöisyyttä. Fatsecret kertoo palvelulla olevan globaalisti yli 35 miljoonaa nykyistä tai entistä käyttäjää ja se kertoo pohjautuvansa maailman korkeatasoisimpaan ruoka- ja ravintotietokantaan. Fatsecret-palvelusta saa yhteenvetoja ravintoaineiden jakautumisesta ja kaloreista kuvion 24 esittämällä tavalla.

#### FatSecret – tarkalle laihduttajalle



KUVIO 24. Fatsecret yhteenveto nautituista ravintoaineista ja kaloreista (Lähtevätkö ki-  
lot kännykällä)

### 4.1.4 Kiloklubi

Kiloklubi profiloituu suomalaisten laihduttajien terveydestä ja hyvinvoinnista huolehtimiseen kalorien laskemisen ja kokonaisvaltaisen elämänmuutoksen avulla. Kiloklubi korostaa, että ravinto-ohjelman painotus perustuu perinteisen kalorilaskennan sijaan enemmän ruokavalion laadun parantamiseen. Kiloklubi kertoo olevansa käyttäjämäärissä mitattuna yhä yksi Suomen suurimmista painonhallinnan palveluista. Kiloklubin asiakaslupaus on esitetty kuviossa 25: ”Parhaiden painonhallinnan työkalujen kehittäminen jäseniä varten. Kiloklubi ja sen asiakkaat ovat yrityksemme olemassaolon tarkoitus.”

KUVIO 25. Kiloklubi vetoaa julkisiin hahmoihin (Kiloklubi.fi)

Kiloklubi tarjoaa ruoka- ja harjoituspäiväkirjan, reseptejä, seurantaa, asiantuntijoiden läsnäolon, artikkeleita sekä yhteisön tuen. Kiloklubi kertoo tuovansa palveluun uusia ominaisuuksia vuoden 2016 aikana. Palvelun kehityksen tulevia painopisteitä ovat ravitsemuksen ja liikunnan seurannan monipuolisemmat työkalut, yhteisöllisyyden edistäminen ja mobiililaitteiden laajempi tuki.

#### 4.1.5 MealMyDay

MealMyDay poikkeaa aiemmin esitellyistä palveluista siinä, että se keskittyy ruokavaliointiin räätälöitäviin valmiisiin resepteihin, jotka voi myös tulostaa kauppaan mukaan. WWW-sivuillaan MealMyDayn arvolupaukseksi muodostuu arjen helpotus, monipuolinen ravinto ja sisällön seuranta, allergioiden ja erityisruokavalioiden huomioiminen sekä tulostettavat reseptit.

Helppokäyttöisyys ja yksinkertaisuus ovat myös MealMyDayn valttikortteja. Kuviossa 26 on esillä asiakkaan MealMyDayn palvelupolku.



KUVIO 26. MealMyDayn palvelupolku (Mealmyday.com)

## 4.2 Yhteenveto ja analyysi

Benchmarking-tutkimuksessa mukana olleiden palveluiden sivuilta haettiin arvolupausta, palvelun tarkoitusta, hinnoittelutietoa ja erilaisia ominaisuuksia. Taulukossa 1. on vertailtu ominaisuuksia eri palveluissa. Vertailevasti arvioitavien palveluiden määrä on pieni, ja lähteet pohjautuvat puhtaasti www-sivuilta löydettyyn tietoon. Tämän vuoksi niistä ei voi tehdä tieteellisesti merkittäviä päätelmiä.

TAULUKKO 1. Vertailu palveluiden tukemista ominaisuuksista

	Ruokapäiväkirja - kuva	Ruokapäiväkirja - teksti	Ruokatietolanta (valittavissa valmiit annokset/kalorit)	Ruokareseptit	Mahdollisuus lisätä omia reseptejä	Tuki sykemittareille ja aktiivisuusrannekeille	Tilastot	Valmentaja	Nettityheisy	Mobiilituki	Muokausmahdollisuudet
MealTracker	x						x		x		
Fatsecret		x	x	x			x		x		
Kiloklubi		x	x	x			x		x		
Sulamo (ent. Kalorilaskuri)	x	x	x	x	x		x		x		x (rajatut)
MealMyDay		x	x						x		
Movendos	x	x				x		x	x	x	

Yleisenä trendinä on nähtävissä **terveelliset elämäntavat ja kokonaisvaltainen elämäntapamuutos**, jota lähdetään rakentamaan nykyisten elämäntapojen pohjalta. Monessa palvelussa on kalorilaskenta ja ravitsemusaineseuranta, mutta valmentaja ei kuulu palveluun. **Ravintoaineiden suhteet ja laatu** korostuvat yhä enemmän. **Yhteisöllisyys** on nouseva trendi, **helppo käytettävyys ja raikas ulkoasu** korostuvat kaikissa palveluissa. **Seurantamahdollisuudet** ovat nousemassa tärkeäksi. **Mobiilituki** on nykypäivänä käytännössä pakollinen. Yhdessä palvelussa oli mobiililaitteille optimoitu käyttöliittymä, muissa palveluissa mobiilisovellukset olivat ladattavissa kaupoista.



Taulukosta 1. voi nähdä, että Movendoksen arvolupaus on erilainen kuin muissa palveluissa. mCoachin tehtäväpohjat ovat räätälöitävissä minkä tahansa elämänalueen muutokseen ja mCoach-palvelu perustuu aina valmentajan tukeen. Valmennettava saa palvelun käyttöönsä aina valmentajan kautta. Arvioituissa palveluissa korostuu yhteisöllisyys. mCoachiin yhteisöllisyys on sovellettavissa valmentajan kokoaman ryhmän ryhmäominaisuuden kautta.

mCoachin näkökulmasta vertailevassa arvioinnissa tehdyt merkitykselliset johtopäätökset ovat yhteisöllisyys ja seurantaan panostaminen. Koska yhtenäiset ryhmät ovat tämän tutkimuksen puitteissa todettu tärkeäksi kohderyhmäksi, Movendoksen kannattaisi panostaa mCoachin ryhmäominaisuuksista kommunikointiin. Lisäksi kannattaisi panostaa seurantoihin. Kalorilaskentaan Movendoksen valmennusperiaatteet eivät istu aiemmin mainittuja fitness-valmennusta ja painon nostamistavoitetta lukuun ottamatta.

Meal My Day, Sportyplanner ja Movendos ovat aloittaneet yhteistyön. Tavoitteena on tarjota asiakkaille vielä parempaa palvelua yhdistämällä mCoach-valmennuspalveluun laadukkaat Sportyplanner-harjoitusohjelmat videoineen sekä monipuoliset Meal My Day-ruokavaliot resepteineen. Tätä varten valmentaja tarvitsee Sportyplanner- ja Meal My Day -palvelujen ammattilaislisenssit, minkä jälkeen voit alkaa tuottaa mCoach-valmennuspalveluun linkitettävää materiaalia.

Linkittävä yhteistyö tukee myös tutkimuksen puitteissa valmentajilta saatua palautetta, jossa valmentajat toivoivat mCoachiin linkkejä tiedon lähteisiin manuaalisesti kirjoitetun tiedon sijasta. Manuaalinen tieto vanhentuu helposti ja sen ylläpito on haastavaa.

## 5 USER EXPERIENCE ELI KÄYTTÄJÄKOKEMUS

Tiivistettynä user experience, UX eli käyttäjäkokemus (jatkossa UX) sisältää kaikki näkökulmat loppukäyttäjän interaktiosta yrityksen, sen palveluiden ja tuotteiden kanssa (Lassalle & Britton 2003; Shaw & Ivens 2005). UX pitää sisällään sekä asiakkaan tiedostetun, että tiedostamattoman kokemuksen. Se on sekoitus organisaation tai palvelun järjestyksistä toimintaa, asiakkaan aistien stimuloitumista, tunteita, jotka heräävät ja intuitiivisesti arvioivat asiakkaan odotusten täyttymistä tapahtuman kaikissa kontaktipisteissä. (Shaw 2014.)

UX tai CX (Customer Experience) ei ole vain mitattavia asioita, kuten mikä on puhelimen käyttöaika tai siirtonopeus. Enemmän kuin puolet kokemuksesta syntyy asiakkaan tunteista. Siksi tärkeää ei ole yksinomaan ”what”, vaan myös ”how”. Kokemusta suunniteltaessa on tärkeää huomioida kokemuksen tiedostamaton osuus. (Shaw 2014.) Tässä luvussa käydään läpi user experienceen liittyvää teoriaa, lisäksi teoriaa peilataan mCoachin näkökulmasta.

UX-terminologia voi äkkiseltään aiheuttaa hämmennystä ja sitä saatetaan eri yhteyksissä käyttää melko huolettomasti. Aiheeseen liittyviä termejä ovat mm. customer experience (CX) eli asiakas- tai käyttäjäkokemus, usability eli käytettävyys, user centric design (ucD) eli käyttäjäkeskeinen suunnittelu, user interface design (uiD) eli käyttöliittymäsuunnittelu, service design eli palvelusuunnittelu, interaction design (ixD) eli vuorovaikutussuunnittelu ja human computer interaction (HCI) eli tietokoneen ja ihmisen vuorovaikutus. (User Experience at the University of Oregon 2016.) Seuraavassa kappaleessa käydään läpi keskeisimpiä määrittelyjä ja niiden suhdetta toisiinsa.

UX- ja CX-termejä käytetään usein synonyymeinä. Tarkasti analysoiden **User Experience** eli käyttäjäkokemus keskittyy enemmän käyttäjän tarpeiden tunnistamiseen, kosketuspisteiden suunnitteluun ja kokemuksen muotoiluun. **Consumer Experience** eli asiakkaan kokemus voidaan taas nähdä laajempaan kokonaisuuteen, jossa käyttäjäkokemuksen muotoilun lisäksi halutaan ymmärtää asiakkaan tarpeet, mitä ja miksi tarvitaan, kulttuurillinen konteksti ja liiketoiminnalliset tavoitteet. Raja on kuitenkin häilyvä, ja siksi käyttäjäkokemusta suunniteltaessa pitää ymmärtää kokonaiskuva. (Anhalt 2013, 1 – 23.) Kuvio 27 kuvaa UX:n ja CX:n erot korkealla tasolla.



KUVIO 27. User Experience vs. Consumer Experience (Anhalt 2013, 10, muokattu)

Myös termejä user experience, user centered design ja usability käytetään usein ristiin. **User-Centered Design** eli käyttäjäkeskeinen suunnittelu on filosofia tai lähestymistapa suunnittelu- ja kehittämisprosessille. (Pratt & Nunes 2012,14; User Experience at the University of Oregon 2016.) **User Experience** eli käyttäjäkokeemus taas on arvo, joka toimitetaan jokaisessa käyttäjän kosketuspisteessä. Tämän arvon pitää olla linjassa käyttäjän ja liiketoiminnan tavoitteiden kanssa tunne- sosiaalisella- kulttuuri- ja psykologisella tasolla. **User Experience Design -prosessi eli** käyttäjäkokeussuunnittelu varmistaa iteratiivisesti, että asiakas ja liiketoimintatavoitteet huomioidaan niin, että syntyy arvolupaus (value proposition), josta muokkautuu lopullinen käyttäjäkokeemus. **Usability** eli käytettävyys on keskittynyt erityisesti tuotteen tai palvelun ja käyttäjän rajapintaan niin, että se on helppo käyttää, helppo oppia ja intuitiivinen (Quesenbery W. 2011). Käytettävyystestaus auttaa rakentamaan tehtäväpohjaisen tavan testata tämä tuotteen ulottuvuus (User Experience at the University of Oregon 2016).

Käyttäjäkokeemus, käyttäjäkeskeinen suunnittelu ja käytettävyys jakavat **yhteisen viestin, käyttäjän tuntemisen ja arvon joka heille toimitetaan.** Tavoiteltujen käyttäjien tarpeiden (what), motivaation (why) ja toimintatapojen ymmärtäminen on menestyksen avain, suunnitellaan sitten www-sivuja tai fyysistä tuotetta. (User Experience at the University of Oregon 2016.)

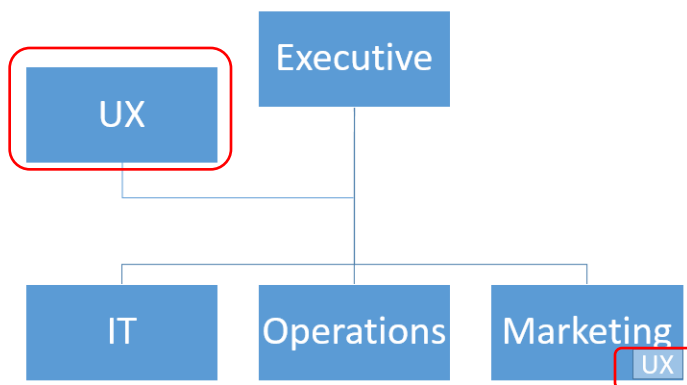
## 5.1 Käyttäjäkokemus kilpailutekijänä

Hyvä käyttäjäkokemus on välttämätön kaikille tuotteille ja palveluille. Nykyisin UX-konseptia pidetään rakenteena, joka koostuu useista tekijöistä. Totuus kuitenkin on, että asiakkaat tunnistavat harvoin kokemuksen eri tekijöistä muodostuvana rakenteena. He pitävät kokemusta kompleksisena, mutta yhtenä tunteena, jossa yksittäisiä tekijöitä on vaikea erottaa toisistaan. (Gentile, Spiller & Noci 2007, 395 – 410.) Kokemus on aina hyvin henkilökohtainen ja sisältää rationaalisen, tunneperäisen, aistiperäisen ja henkisen kokemuksen (LaSalle & Britton 2003; Schmitt 1999).

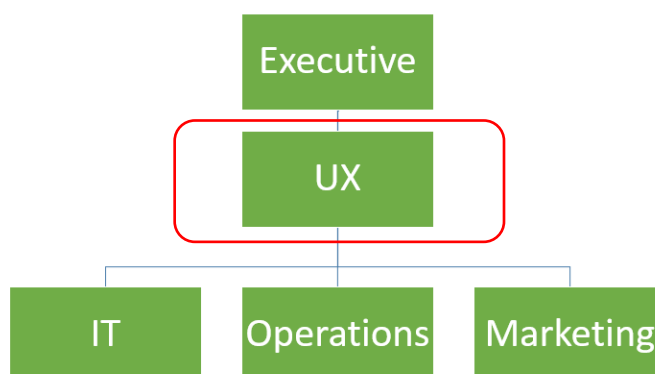
Nettisivustoilla käyttäjäkokemus on tärkeämpää kuin muilla tuotteilla, koska nettisivustoja ja -palveluita käyttäessään käyttäjä epäonnistuessaan syyllistää herkästi itseään ja osaamistaan, ja sitä kautta turhautuu. Todellisuudessa epäonnistumiseen on useimmiten syynä huono ja epäintuitiivinen käytettävyys. (Jesse James Garrett 2011, 17.) Tunnekokemuksella on suuri rooli käyttäjien ottaessa käyttöön uusia teknologioita arkensa tueksi. Tunneperäisten odotusten ja reaktioiden ymmärtäminen on siten hyvin tärkeää helppokäyttöisen, nautittavan ja sitä kautta onnistuneen ja menestyvän tuotteen tai palvelun suunnittelussa. **Koettu käytettävyys korostuu ensimmäisellä käyttökerralla** pitäen sisällään käyttöliittymän intuitiivisuuden, käytetyn termistön ja kuvakkeet. (Koskinen, Batterbee & Mattelmäki 2003, 83.) Tutkimuksissa on todettu, että visuaalinen miellyttävyys on ensivaikutelman luomisessa jopa tärkeämpää kuin käytettävyys. Käyttäjäpalautteesta valtaosa, eli 94 % liittyy sivuston ulkoasuun. Visuaalisella miellyttävyydellä ja navigoinnilla oli tutkimuksen mukaan käyttäjille kaikkein suurin merkitys. Käyttökokemuksesta annettiin hyviä arvioita erityisesti ulkoasultaan houkutteleville sivustoille ja heikkoja niille, jotka eivät miellyttäneet käyttäjien silmää. Tutkimusten mukaan käyttäjä luo ensivaikutelman sivustosta 2.6 sekunnissa. (First impression matters...)

Viime vuosina käyttäjäkokemus on noussut ratkaisevaksi kilpailutekijäksi, joka erottaa verkkopalvelun muista. Valta verkossa on asiakkaalla. Asiakkaat ovat yhä vaativampia käyttökokemuksen suhteen. Verkkopalvelun tulee olla miellyttävä ja helppo käyttää, esteettinen, nopea ja hyvin toimiva. (Käyttäjäkokemus ratkaisee verkossa 2015.) Tämä näkyy myös työmarkkinoilla, UX muotoilijoille ja toiminnallisten vaatimusten osajille on kysyntää työelämässä.

Ohjelmistotuotteet ja -palvelut saavuttavat harvoin menestystä sattumalta. Ne ovat tulosta intensiivisestä käyttökokemuksen suunnitteluprosessista, jossa on huomioitu estetiikka, toiminnallisuus ja käytettävyys. (A UX Maturity Model...) Panostus käytettävyyteen on nähtävissä maailman johtavissa yrityksissä, kuten Facebook ja Google, jotka ovat kasvattaneet suunnittelutiimejensä nopeasti. Lisäksi ne sijoittavat valtavia rahamääriä käyttökemukseen. UX ulottuu myös yrityskulttuuriin. Applen yrityskulttuuria on rakennettu jo pitkään design-johtoisesti ja käyttäjakeskeisen suunnittelun ehdoilla. Design-ajattelu ei kuulu vain suunnittelijoille ja UX-asiantuntijoille, vaan koko yritykselle. (Käyttökokeemus ratkaisee verkossa 2015.) Monet tuotepäälliköt ovat oivaltaneet tämän, mutta eivät tiedä kuinka edetä (A UX Maturity Model...). Siksi onkin tärkeää, että yrityksen johto ymmärtää käyttäjäkokemuksen merkityksen ja huolehtii että siitä tulee osa yrityskulttuuria. Käyttäjäkokeemus on perinteisesti ollut omissa hierarkialokerossa tai osana jotain muuta toimintoa. Edelläkävijäyritykset ovat nostaneet UX organisaation ylätasolle, josta se allokoituu kaikkiin alemman tason toimintoihin. (Tomlin G. 2009.) Kuvio 28 esittää perinteisen-, ja kuvio 29 yritysjohtovetoisen mallin.



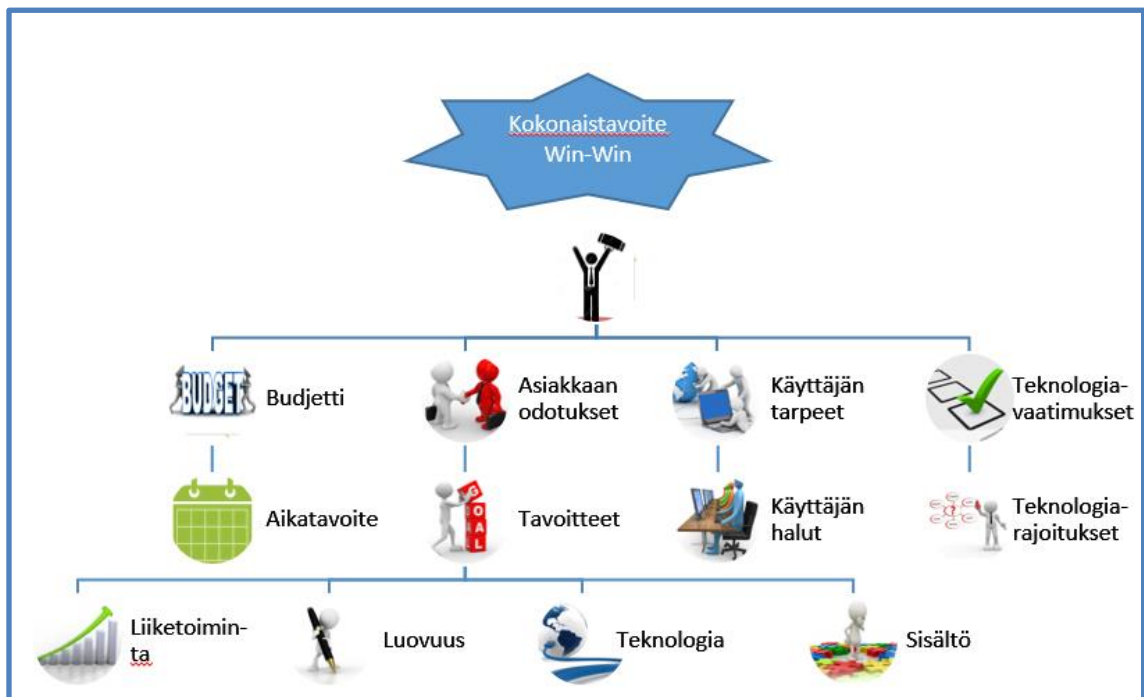
KUVIO 28. UX perinteisessä organisaatiossa.



KUVIO 29. UX edelläkävijäorganisaatiossa.

## 5.2 UX osana liiketoiminnan kokonaisuutta

Helppokäyttöisten, interaktiivisten ja menestyvien tuotteiden suunnittelussa on tärkeää huomioida käyttäjä suunnittelun keskiössä, sekä ymmärtää käyttäjien tarpeet ja vaatimukset. Huolimatta siitä, että käyttäjakeskeinen muotoilu on laajasti käytössä interaktiivisessa suunnittelussa, mikään interaktiivinen suunnitteluprojekti ei ole koskaan puhtaasti käyttäjälähtöinen. Kokemusta suunniteltaessa pitää ottaa huomioon monet muut tekijät, kuten liiketoimintatavoitteet, teknologiarajoitteet, aikataulutavoitteet ja budjetti. Eri osa-alueiden tasapainottaminen voi olla haastavaa, mutta projektin toteutuksen kannalta kuitenkin välttämätöntä. Toteutunut projekti on parempi kuin toteutumaton. (Pratt ym. 2012, 14.) Kuvio 30 esittää projektin kokonaistavoitteet.



KUVIO 30. Projektin kokonaistavoitteet (Pratt ym. 2012, 15, muokattu)

Mikä tahansa prosessi onkin, parhaat digitaaliset tuotteet vastaavat todellisten ihmisten tarpeita ja vaatimuksia. Suunnittelijalla, joka ymmärtää käyttökäskenaariot ja keitä käyttäjät todella ovat, on huomattavasti parempi mahdollisuus saada aikaan menestynyt tuote tai palvelu. (Pratt ym. 2012, 16.) Elämme informaatiota tulvivassa maailmassa, jossa informaatiota tulee monelta suunnalta ja monessa muodossa. Nyky-yhteiskuntaa ohjataan tiedolla, jota saamme elektronisten laitteiden avulla. Hyvin suunniteltu ja helposti käytettävä tieto, viestit ja ohjelmat ovat helposti saatavilla silloin kun niitä tarvitaan. Huono suunnittelu voi johtaa tuotteen tai palvelun elinkaaren nopeaan päättymiseen. (Pratt ym. 2012,

16; Garrett 2011, 9.) Ymmärtämällä ja priorisoimalla sekä toimeksiantajan että asiakkaan tarpeet on mahdollista tehdä parhaat design-valinnat. Priorisoidut tavoitteet kommunikoi- vat valinnoista, välittävät perustelut ja auttavat arvioimaan, milloin design on onnistunut. Onnistuneimmat tuotteet, palvelut ja projektit vastaavat erilaisista taustoista tulevien ih- misten tarpeisiin. Näillä ihmisillä on erilaiset kokemukset ja osaamistaso, ja he haluavat eri asioita. Tästä johtuen he käyttävät suunniteltuja tuotteita ja palveluita erilaisissa tilan- teissa ja paikoissa. (Pratt ym. 2012, 16.) Kaikki käyttökokemukseen sijoitettu panostus tähtää parempaan tehokkuuteen ja sitä kautta nopeampaan prosessointiin ja vähäisempiin virheisiin (Pratt ym. 2012, 52).

### **5.3 Käyttäjäkokemuksen komponentit**

Käyttökokemuksen arviointi riippuu myös asiakkaan odotuksista verrattuna koettuun laa- tuun. Koettu laatu syntyy asiakkaan vuorovaikutuksesta yrityksen ja sen palvelun palve- lupolussa; palvelutuokioissa ja kontaktipisteissä. (LaSalle ym. 2003; Shaw ym. 2005; Garrett 2011, 17.) Käyttäjän ja palvelun interaktion jokainen vaihe pitää huomioida ja palvelupolku pilkkoa komponenteiksi, lisäksi tilannetta tulee tarkastella useasta näkökul- masta. Tämän yksinkertaiselta kuulostavan konseptin analysoiminen on kuitenkin yllät- tävän monimutkaista. Kaiken, mitä käyttäjä kokee, pitää olla tietoisien päätöksen tulosta. Todellisuudessa ei kuitenkaan ole mahdollista optimoida kaikkea, jolloin on tehtävä myös kompromisseja. Käyttäjäkeskeinen suunnittelu varmistaa sen, että mikään ei tapahdu sat- tumalta (Garrett 2011, 17).

Myöhemmin Gentile, Spiller & Noci (2007, 104) sanoivat, että perustuen olemassa ole- vaan asiakaskokemukseen liittyvään kirjallisuuteen voidaan tunnistaa kuusi tekijää. Ar- tikkelissaan he tutkivat hyvään asiakaskokemukseen liittyvien tekijöiden rooleja tunnet- tujen tuotteiden pohjalta.

#### **1. Aistikomponentti**

Tämän komponentin stimulointi vaikuttaa aisteihimme. Yrityksen tavoite saattaa olla hy- vät aistittavat kokemukset. Nämä kokemukset pitävät sisällään hajuaistin, tuntemuksen,

näköaistimuksen, kuulemisen ja makuaistin. Aistikomponentin kautta synnytetään tyytyväisyyden ja innostuneisuuden tunteita. Jamba Juice baarit hyödyntävät näitä aisteja tarjoamalla luonnollisia ja maukkaita tuotteita, joissa ei ole transrasvaa. (Gentile ym. 2007.)

## **2. Kognitiivinen komponentti**

Tämä komponentti liittyy ajattelun mentaaliprosesseihin. Yritykset voivat sitouttaa asiakkaita käyttämällä heidän luovuuttaan tai ongelmanratkaisutaitojaan. Asiakas voi haastaa tai innovoida tavanomaista tuotekonseptia, tai olemassa olevia ajattelutapoja uusille urille. Tästä on esimerkkinä Barbie, ensimmäinen nukke joka kuvasi nuorta naista. (Gentile ym. 2007.)

## **3. Tunnekomponentti**

Tämä komponentti pitää sisällään tuotteen tai palvelun synnyttämän mielialat ja tunteet. Palvelu voidaan optimoida niin, että sen luoma tunteellinen kokemus vahvistaa asiakkaan suhdetta yritykseen, sen brandiin ja tuotteisiin. Kinder-yllätysmuna on esimerkki tästä. (Gentile ym. 2007.) Kuten jo aiemmin todettiin, koettu käytettävyys ja käyttäjälähtöinen design korostuvat tyypillisesti ensimmäisellä käyttökerralla. Siksi www-sivuilla tai sovelluksissa palvelupolku tulee olla hyvin suunniteltu jo palvelun löytämisestä ja palveluun kirjautumisesta lähtien. (Koskinen ym. 2003, 84.)

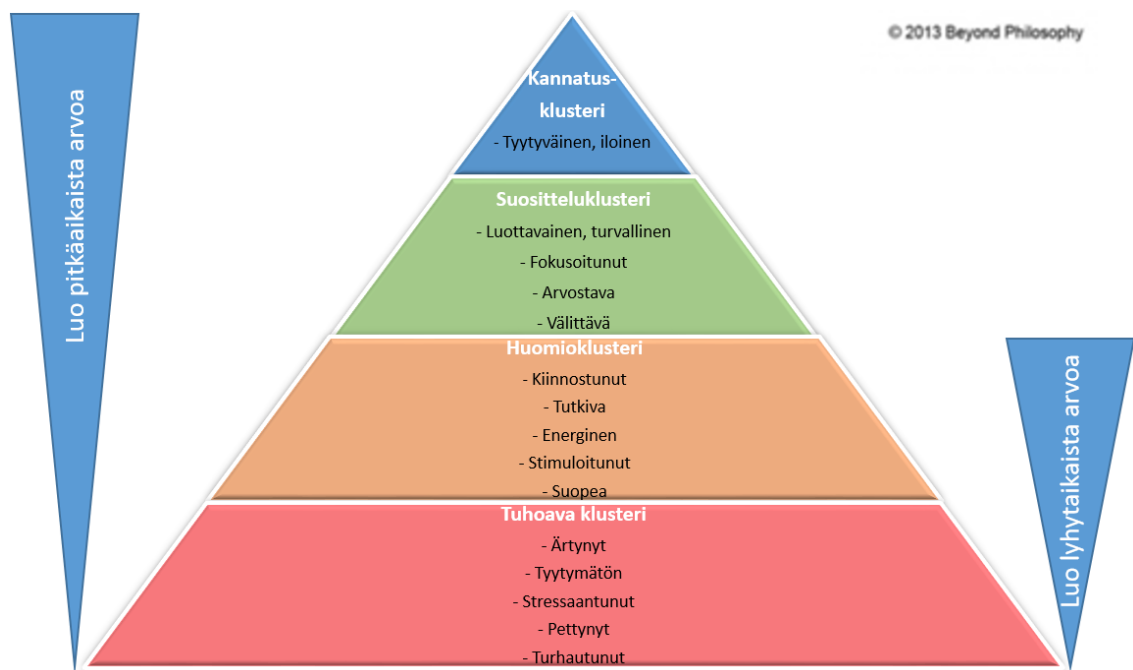
Viimeaikainen esimerkki tunnekomponentin käytöstä on internetissä huomioita herättänyt tekojalalla varustettu nukke, jonka yritys nimeltä A Step Ahead on luvannut lahjoittaa työille, joilta on amputoitu jalka. Netissä on levinnyt vauhdilla video, jossa tyttö saa lahjaksi nukan, joka herättää hänessä voimakkaan tunnereaktion. Tämä on esimerkki yrityksestä, joka tarjoaa asiakkaan tunteisiin keskittyvän käyttökokemuksen järkiperaisten asioiden sijasta. Tarjoamalla ilmaisia nukan tekojalkoja, A Step Ahead osoittaa sekä tuntevansa asiakkaat, että ymmärtävänsä ja syvästi välittävänsä heidän tunteistaan. (Shaw 2014.)

Monet yritykset pyrkivät luomaan tunneperäisiä asiakaskokemuksia suuressa mittakaavassa, tapahtumien tai varankeräysten kautta. Niiden pyrkimyksenä auttaa ihmisiä tuntemaan yhteenkuuluvuutta tiettyyn ryhmään ("connected"). Näihin verrattuna nukke-esimerkki on ainutlaatuinen, virkistävä ja yksilön huomioiva lähestymistapa. (Shaw 2014.)



Tutkija yhdistää tämän esimerkin yleiseen käyttökokemukseen liittyvään teoriaan: hyvä tai loistava käyttäjäkokemus ei vaadi laajamittaista tai pitkälle teknologisesti edistynyttä ratkaisua. Yksilön tunteiden ymmärtämisestä on tehty tavaramerkki, ”Emotional Signature®” (Walden & Janevska, 2011).

Colin Shaw kuvaa kirjassaan *Beyond Philosophy* -yrityksen paljon käyttämää tunnekomponentteja kuvaavaa ”asiakaskokemuksen tunnehierarkiaa”, joka on esitetty kuviossa 31. Pyramidi kuvaa 17 tutkimuksessa löydettyä asiakaskokemukseen vaikuttavaa tunnetta. Pyramidi osoittaa, että asiakaskokemuksen tunnekomponentti voidaan mitata rahassa. (Walden & Janevska, 2011.)



KUVIO 31. Emotionaalisen arvon tunnehierarkia. (Shaw 2014, muokattu)

**Tuhoava klusteri** (destroying cluster) sisältää tunteita, jotka herätessään tuhoavat arvon. Toisin sanoen asiakkaan tunteiden päätyessä tälle tasolle yritys joko menettää asiakkaan uskollisuuden, tai ei saavuta sitä ollenkaan. Sitä kautta yritys menettää rahaa.

**Huomioklusteri** (attention cluster) pitää sisällään tunteita, joita markkinoijat tavoittelevat työssään. Nämä tunteet saavat asiakkaan kiinnostumaan tuotteesta tai palvelusta ja stimuloivat asiakkaita sisäistämään tarjonnan. Huomiotaso ei kuitenkaan vielä tarkoita, että asiakkaasta tulee uskollinen. Nämä tunteet ovat lyhytaikaisia.

**Suositteluklusteri** (recommendation cluster) ja **kannatusklusteri** (advocacy cluster) ovat tunnetasot, jotka johtavat pitkäaikaiseen asiakasarvoon. Niitä voidaan mitata esimerkiksi asiakasuskollisuuden ja Net Promoter -scoren avulla.

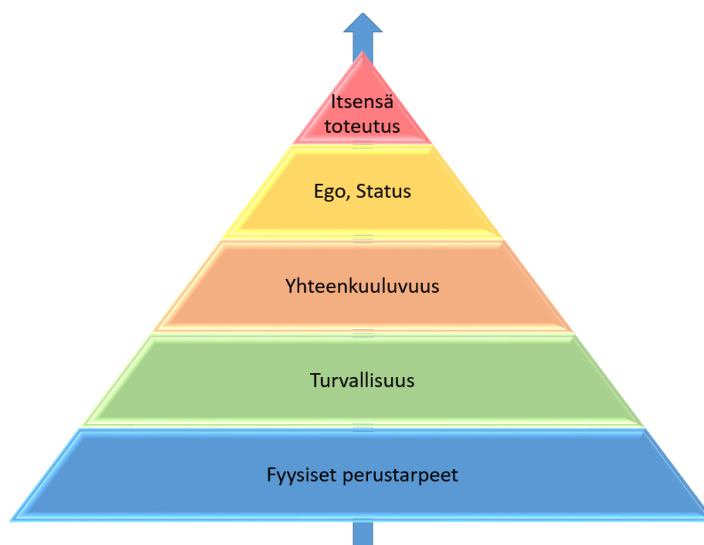
#### 4. Käytännönläheinen komponentti

Neljäs komponentti on johdettu käytännönläheisestä tekemisestä. Se pitää sisällään käytettävyyden konseptin. Applen tuotteet ovat hyvä esimerkki laadukkaasta ja intuitiivisesta kokemuksesta suunnittelun perustuessa käytettävyyden standardeihin. Se ulottuu tuotteen elinkaaren kaikkiin vaiheisiin. (Gentile ym. 2007.)

#### 5. Elämäntyylikomponentti

Tämä komponentti heijastelee valittua elämäntyyliä, arvomaailmaa ja yksilön uskomuksia. Käyttäjä haluaa tuoda esiin arvomaailmansa tai statuksensa käyttämällä tietyn yrityksen tai brandin tuotteita. Myös brandittömien tuotteiden käyttäminen on tästä hyvä esimerkki. Silloin käyttäjä haluaa osoittaa, että hän ei juokse kalliiden merkkituotteiden perässä. (Gentile ym. 2007.)

Maslow'n tarvehierarkiamalli, joka on esitetty kuviossa 32, on käyttökelpoinen työkalu myös käyttäjäkokemusta suunniteltaessa. On hyvä tiedostaa, mihin osaan tarvehierarkiaa kokemuksen ajatellaan vaikuttavan. (Solomon, Bamossy, Askegaard & Hogg 2006, 98 – 99.)



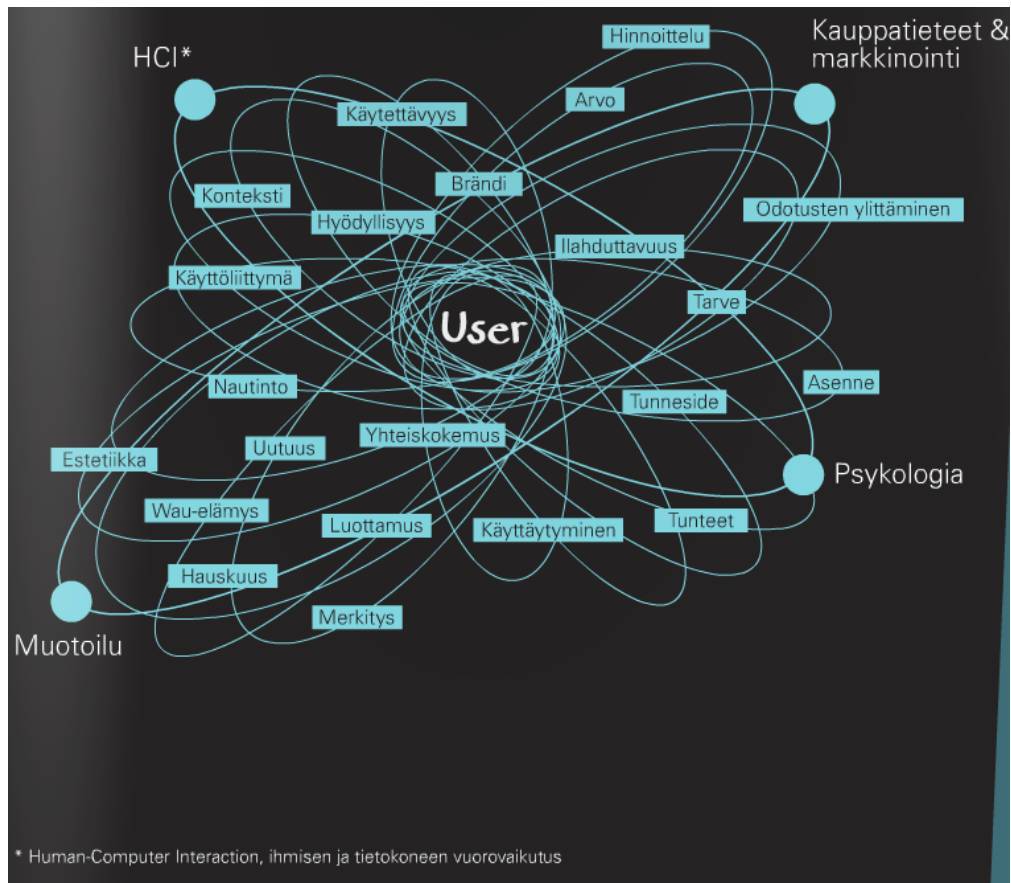
KUVIO 32. Maslow'n tarvehierarkia (Solomon ym. 2006, 99, muokattu)

## 6. Suhdekomponentti

Suhdekomponentti pitää sisällään persoonan, hänen suhteensa ympäröivään maailmaan, yhteenkuuluvuuden tunteen, sosiaalisen statuksen vielä viimeisenä omakuvan ja sen mitä hän edustaa. Tuote tai palvelu voi vahvistaa suhdekomponenttia, kun käyttäjä käyttää samaa tuotetta kuin hänen lähipiirinsä. Tuote tai palvelu voi olla yhteisen kokemuksen ja innostuksen kohde. Ihmiset voivat identifioitua tai etäännyttää itsensä tietystä sosiaalisesta tai arvomaailmaa edustavasta ryhmästä käyttämällä tiettyä tuotetta tai palvelua. Apple-fanit ovat tästä hyvä esimerkki. (Gentile ym. 2007.)

### 5.4 Käyttäjä monitieteellisen UX:n keskiössä

UX-asiantuntijat tulevat monilta aloilta. Kun he puhuvat käyttäjäkokemuksesta, he korostavat usein hyvinkin erilaisia asioita. Psykologit puhuvat tunteista, ihmisen ja tietokoneen vuorovaikutuksen asiantuntijat käyttämisestä, muotoilijat estetiikasta ja markkinointi-ihmiset odotusten ylittämisestä. Olipa UX-asiantuntijoiden tausta mikä tahansa, keskustelu pyörii yleensä käyttäjän ajatusten ja tunteiden ympärillä. Kuten kuvio 33 osoittaa, käyttäjä on UX-työn ydin (Nuutinen 2016, 5 – 6).



KUVIO 33. Käyttökokemuksen ulottuvuudet (Nuutinen 2016)

## 5.5 Käytettävyyden suunnittelumenetelmiä

Aina kun lähdetään miettimään käyttäjän tarpeita, tulee ymmärtää, miten käyttäjä tällä hetkellä toimii tuote- tai palveluideaan liittyvän tarpeen tyydyttämisessä. Sen pohjalta voidaan ymmärtää taustalla oleva käyttäjän tarve tai ongelma, eli **mitä ja miksi** halutaan ratkaista. On hyvä huomioida, että kertoessaan tarpeistaan ja toiveistaan ihmiset käyttävät aina itselleen tuttuja käsitteitä. Taustalla olevan tarpeen, ja tarvetta tyydyttävän teknologian tai palvelun tunnistaminen on ammattilaisen tehtävä. Tarpeista tai toiveista voi parhaassa tapauksessa syntyä jopa kokonaan uusi innovaatio kyseiselle alueelle. (Etnoteam Finland, 2013.)

Uutta tuotetta tai palvelua suunniteltaessa eri päätöksentekovaiheissa tarvitaan syvää ymmärrystä asiakkaan tarpeista ja eritasoisia vaatimusmäärittelyitä. **Palvelumuotoilu** tarjoaa menetelmiä palvelujen tuotteistamiseen. Asiakkaan palvelukokemuksen rakennuspalikoina toimivat palvelun kontaktipisteet, palvelutuokiot ja palvelupolku. Palvelupolun määrittelyn lähtökohtana on aina asiakkaan arvon tuottaminen palvelukokonaisuuden ja

asiakaskokemuksen kautta. Merkittävä huomio on, että vaikka palveluun on suunniteltu tietty palvelun tuotantoprosessi, jokainen asiakas kulkee prosessin läpi muodostaen oman yksilöllisen reittinsä. Palveluntuottaja voi tarjota asiakkaalle useita vaihtoehtoisia tapoja ja kanavia tiettyyn palveluprosessin vaiheeseen. Palvelumuotoilu on laaja kokonaisuus, jota voidaan tehdä erilaisilla menetelmillä. Käyttökokemuksesta puhuttaessa se on kuitenkin syytä mainita merkittävänä asiakaskokemuksen määrittelyn menetelmänä palvelutuotetta kehitettäessä. (Innokylä.fi.) Taulukko 2 kuvaa käyttökokemuksen suunnittelemiseen tarvittavaa tietoa, tiedon hankintamenetelmiä Garrettin mukaan sekä lopuksi tiedon todennettavuutta (Etnoteam, 2013).

TAULUKKO 2. Käyttäjistä tarvittava tieto eri päätöksentekovaiheissa (lähde: Etnoteam Finland, 2013, muokattu)

Päätöksentekovaihe (Garrett)	Päätöksentekoon tarvittava tieto	Tiedon hankinta	Validointimenetelmiä
<b>Strategiataso:</b> Käyttäjän tarpeet ja järjestelmän tavoitteet	Kuluttajakäyttäytyminen: Sosiaalinen käyttäytyminen, tunteet, kulutustottumukset, asenteet, käyttäytyminen ja asenteet ryhmissä	Kontekstuaalinen tutkimus, teemahaastattelut, päiväkirjatutkimukset, ryhmähaastattelut, kyselyt, trendihaastattelut, kuluttajasegmentaatio	Kontekstuaalinen tutkimus, teemahaastattelut, päiväkirjatutkimukset, ryhmähaastattelut, kyselyt
<b>Tavoitetaso:</b> Toiminnalliset määrittelyt ja sisältövaatimukset	Käyttäytymiseen liittyvä tieto, tavoitteet	Kontekstuaalinen tutkimus, tarkkailut, päiväkirjatutkimukset	Kontekstuaalinen tutkimus, tarkkailut, päiväkirjatutkimukset
<b>Rakennetaso:</b> Interaktio- ja informaatio-suunnittelu	Kognitiivinen tieto: havaitseminen, mentaaliset mallit	Asiantuntija-arviot, kontekstuaalinen tutkimus, tarkkailut, tehtäväanalyysi	Käytettävyyystestaus, kenttätestaus
<b>Runkotasoa:</b> Käyttöliittymän ja navigation suunnittelu	Kognitiivinen tieto: muisti ja havaintojen tulkinta	Asiantuntija-arviot, kirjallisuuslähteet	Käytettävyyystestaus, asiantuntija-arvioinnit, silmänliiketutkimukset
<b>Pintataso:</b> visuaalinen suunnittelu	Psyko-fysiologinen tieto: aisten toimintaperiaatteet	Asiantuntija-arviot, kirjallisuuslähteet	Käytettävyyystestaus, asiantuntija-arvioinnit

Tuote- tai palvelukonseptin määrittelyvaiheessa käyttäjäkokemuksen määrittämiseen käytetään erilaisia malleja. Persoonat eli henkilökuvaukset, use case, eli käyttökuvaukset, scenariot, eli kertomukset ja user storyt, eli käyttäjätarinat ovat yleisiä kuvausmenetelmiä. User storeja käytetään etenkin ketterän kehityksen ja SW-(palvelu)tuotekehityksen yhteydessä. Termejä käytetään usein ristiin, vastaavasti kuin käyttökokemukseen liittyvää terminologiaa. Seuraavassa kappaleessa esitetään korkealla tasolla edellä mainitut

tavat kuvata käyttäjäkokemusta loppukäyttäjän näkökulmasta. Myöhemmissä tuotekehityksen vaiheissa kuvauksia pilkotaan pienempiin osiin niin, että niistä syntyy lopulta toiminnallisia tai ei-toiminnallisia toteutusvaatimuksia. (Eriksson Ulf, 2012.)

**Persoon**a on todellinen ja toimitettava elementti. Persoonan avulla pyritään määrittämään tiettyä kohderyhmää edustava mahdollisimman todellinen, mutta kuvitteellinen henkilö. Käyttäjäkokemusta arvioitaessa pidetään koko ajan mielessä persoonan tarpeet, toimintaympäristö, arvot, motivaatiot, ongelmat ja tavoitteet. Tyypillisesti persoonan kuvaus antaa kehitystiimille vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Kuka persoona on? Nimi, ammatti, palkkataso, maantieteellinen sijainti, ikä ja jopa kuva?
- Mitkä ovat persoonan tavoitteet? Mitä persoona tarvii saadakseen tarpeensa tyydytettyä ja tavoitteensa saavutettua?
- Mitkä ovat persoonan kipupisteet? Mikä kohta käyttöprosessissa aiheuttaa turhautumista ja mikä hänen edellinen kokemuksensa brändin parissa ohjaa hänen valintojansa jatkossa? Mitä tietoa häneltä puuttuu prosessin toimivuuden parantamiseksi? (Using personas in web design.)


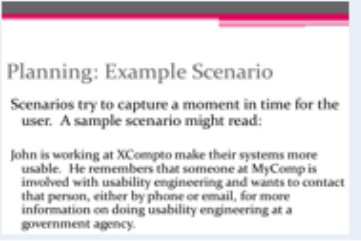

**Scenario eli käyttöskenaario** asettaa käyttäjän tiettyyn ylätasoon kontekstiin ja kertoo tarinan, jossa käyttäjä käyttää palvelua. Tarinamuotoinen kertomus tuo hyvin esiin käyttäjän motivaation ja tarpeen, sekä ympäristön vaatimukset hänen toiminnalleen. Skenaario voi olla myös sarjakuvamuodossa. (Cockburn 2001, 15.)

**Use Case eli käyttökuvaus** kuvaa ulkoisen käyttäjän ja systeemin interaktion vaihe vaiheelta. Käyttökuvaus on tyypillisesti tekstuaalinen tai UML-muotoinen. Lisäksi käyttökuvaus antaa tilanteesta lisätietoa, kuten ennakko-olosuhteet, tekniset vaatimukset, onnistunut tai epäonnistunut lopputulos, käyttötiheys ja kuinka pitkään tehdään kerralla. (Cockburn 2001, 15.)

**User story eli käyttäjätarina**, jota tilanteesta riippuen kutsutaan myös **value propositioniksi**, on noussut vahvaksi käyttökokemuksen kuvausmuodoksi ketterien kehitysmenetelmien myötä. User story on usein muotoa As a <role>, I want <goal/desire> so that <benefit>. Value proposition -tyyppiset lauseet ovat korkean tason ilmaisuja, jotka tuovat

esille asiakkaan saaman arvon tai hyödyn. Ne voivat myös auttaa markkinointitiimiä ymmärtämään, mitkä asiat ovat tärkeitä tietyille asiakassegmentille. Vaikka user storyt ovat suunnitteluvaiheessa korkean tason kuvauksia asiakkaan tavoitteista, ne tuovat lisäarvoa uudella tavalla. Tarkoitus on, että koko kehitystiimi keskustelee user storeista, eikä tee pelkästään niin kuin on käsketty. Kun projektin jäsenet ovat aktiivisesti mukana kaikissa kehityksen vaiheissa, myös validoinnissa ja testauksessa, lopputulos on parempi. (Cohn 2009, 4.)

**Ketterissä** menetelmissä tehdään kehitystä iteratiivisesti. Kehitystä tehdään pienin askelein, ja jokainen askel on esitettävissä asiakkaalle. Näin saadaan suora palaute, ja korjaukset voidaan tehdä heti. Perinteisissä vesiputousmalleissa (palvelu)tuote tehdään yleensä kerralla valmiiksi. Sen jälkeen on liian myöhäistä tehdä asiakaspalautteeseen pohjautuvia muutoksia. (Cohn 2009, 4.) Tuotoksen validointi oikeilla asiakkailta on siis aina oleellinen osa käyttäjäkokemusta. Taulukko 3 esittää lyhyesti kuvaukset personasta, user scnaariosta, use casesta ja user storysta.

Menetelmä	Kuvaus	Esimerkki
<b>Persona</b>	Persoona on kohderyhmää edustava kuvitteellinen, tiettyä ihmistyyppiä tai asiakassegmentiä edustava ja konkreettinen kuvaus käyttäjästä.	
<b>User scenario</b>	Skenaario on konkreettinen kuvaus käyttäjän toiminnasta tietyssä kontekstissa. Se kuvaa tarpeen, tilanteen, motivaation, käyttäjän toiminnan ratkaisun asti.	
<b>Use Case</b> - käyttötilanteen kuvaus joko templatella tai UML-muodossa	Kuvaa tiettyyn toimintoon tai tavoitteeseen liittyvän ulkoisen käyttäjän ja systeemin interaktion askel askeleelta (Cockburn, 2000, 15)	
<b>User Story</b> - Käytetään etenkin ketterissä menetelmissä kuten Scrum.	User Story kuvaa toiminnallisuuden, joka on arvokas joko käyttäjälle, järjestelmän ostajalle tai ohjelmistolle. User storyyn liittyy aina lyhyt kirjoitettu kuvaus, keskustelu siitä (ketterässä tiimissä, ja testattavuus (Cohn, 2009, 4)	" As a (user type) I want to (action/feature) so that (reason)"

TAULUKKO 3. Käyttäjäkokemuksen kuvaamisen malleja

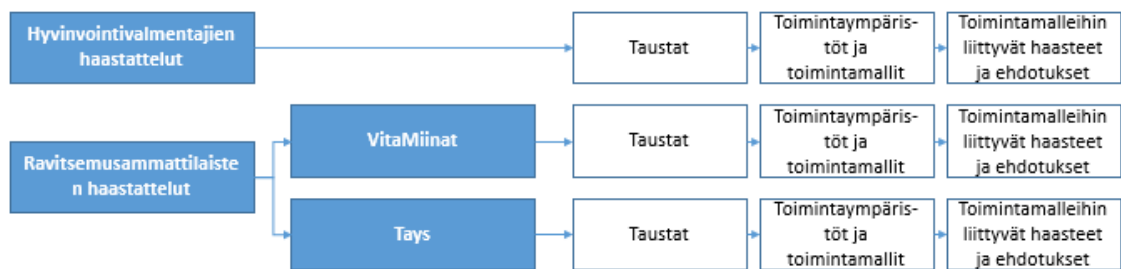
## 5.6 UX ja priorisointi

Joskus ajattelemme asiakkaitamme yhtenä ryhmänä, mutta useimmiten he ovat joukko yksilöitä, jotka edustavat erilaisia toimintoja ja käytäntöjä. Siksi tavoitteista keskusteleminen on tärkeää. Kun tavoitteet on kartoitettu, on tärkeää ymmärtää mitkä tavoitteet ovat tärkeimpiä ja mitä kohderyhmiä priorisoidaan. Priorisointi on tärkeä osa asiakaskokemuksen optimointia. (Pratt ym. 2012, 34 – 37.) Tässä tutkimuksessa ei syvennyttä teoreettisiin priorisointimenetelmiin, sen sijaan tutkimuksen tekijä tekee ehdotuksia tutkimuksesta vedettyjen johtopäätösten, yleistettävissä olevien trendien ja oman UX-ymmärryksensä pohjalta. Movendos tekee priorisoinnin ja päättää menetelmistä. Movendoksen priorisoimat ehdotukset on esitetty ”Tutkimuksen tulokset” –luvussa.



## 6 RAVITSEMUSAMMATTILAISTEN JA HYVINVOINTIVALMENTAJIEN TAUSTAT JA TOIMINTAYMPÄRISTÖT

Tutkimuksen empiirinen aineisto kerättiin haastattelemalla kahta kohderyhmää. Ensimmäinen kohderyhmä oli ravitsemushoitoon keskittyvät ravitsemusterapeutit, jotka eivät olleet käyttäneet mCoachia. Toinen ryhmä oli mCoach-palvelua jo käyttäneet hyvinvointivalmentajat. Molempien kohderyhmien osalta kartoitettiin kohderyhmän taustatiedot, taustat, toimintaympäristö ja toimintamallit, sekä toimintamalleihin liittyvät haasteet ja ehdotukset mCoach-palvelulle. mCoachia jo käyttäneiltä kysyttiin lisäksi palautetta palvelusta ja sen käytettävyydestä. Nämä palautteet kuvataan tarkemmin luvussa 7., mCoach-käytettävyys. Kysymykset oli laadittu ennakoon, mutta käytännössä teema-haastattelussa keskustelun annettiin virrata melko vapaasti. Lopuksi varmistettiin, että jokaiseen kysymykseen saatiin vastaus. Haastattelukysymykset ovat nähtävissä liitteessä. Haastattelut-luvun rakenne on kuvattu kuviossa 34.



KUVIO 34. Luvun 6. rakenne

### 6.1 Hyvinvointivalmentajien haastattelut

Luvussa 6.1 esitellään mCoachia jo käyttäneet hyvinvointivalmentajat ja heidän tapansa toimia. mCoachia käyttäneiltä asiakkailta saatiin arvokasta palautetta liittyen palvelun ominaisuuksiin ja uusiin tarpeisiin. Lisäksi heiltä saatiin merkityksellistä tietoa valmentajan työnkuvasta, arvomaailmasta ja arjesta, ja siitä mitä vaatimuksia ne asettavat mCoach-palvelulle. Tämä taustatieto auttaa kehitysehdotusten priorisoinnissa.

### 6.1.1 Taustat

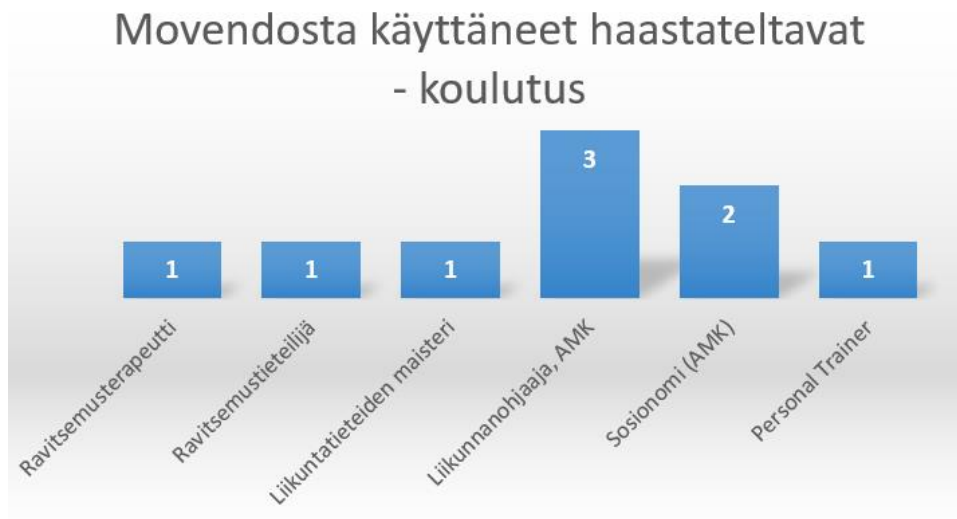
mCoachia käyttäneistä haastateltavista viisi toimi yksityisyrittäjänä omassa yrityksessä. Yksi heistä teki haastatteluhetkellä opinnäytetyöprojektia, jossa mCoachia pilotoitiin Koskiklinikan työhyvinvointiprojektissa. Yksi personal trainer ja liikunnanohjaajaopiskelija pilotoi mCoachia Porin kaupungin HeTeKa-projektissa, yksi toimi yrityshyvinvointivalmentajana, yksi liikunnanohjaajana, yksi ravitsemustieteilijä luokitteli itsensä elämäntapavalmentajaksi ravitsemuspainotuksella ja neljällä oli personal training -yritys. Kuvio 35 esittää haastateltujen toimenkuvat haastatteluhetkellä.



KUVIO 35. mCoachia käyttäneet haastateltavat toimenkuvan mukaan

Osalla valmentajista oli taustaa myös eri alan töistä, mutta kaikkia yhdisti intohimoinen asenne kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin ja muiden auttamiseen. Periaatteena heillä oli pysyvien elintapamuutosten löytäminen pienten, saavutettavissa olevien muutosten kautta. Tämä on myös Movendoksen valmennusperiaate.

Useilla haastatelluista oli useampi kuin yksi koulutus. Koulutustaustat vaihtelivat elintarviketieteiden maistereista insinööriin. Kuvioon 36 on valittu lähinnä valmennustyötä oleva koulutus. Taustalta löytyi monenlaista kokemusta, ja mukana oli myös kaksi entistä huippu-urheilijaa.



KUVIO 36. mCoachia käyttäneet haastateltavat koulutuksen mukaan

### 6.1.2 Toimintaympäristö ja toimintamallit

Koska ihmisen hyvinvointi on yksilöllistä ja kokonaisvaltaista, ravitsemusta on usein vaikea erottaa yksittäisenä asiana. Yleisimmin valmennuksissa painottuivat ravinnon, liikunnan ja levon suhde painotuksen vaihdellessa. Muita keskeisiä asioita olivat stressi, lepo, elämäntavat ja mentaaliajattelu. Tavoite painottui usein arjessa jaksamiseen tai painon pudottamiseen. Muita yleisiä tavoitteita olivat erikoisruokavalion oppiminen ja urheilijan ruokavalio.

Yleinen pyrkimys tutkimuksen kohteena olleissa ravitsemusvalmennuksessa oli, ettei lähdetä kalorinlaskentaan tai äärimmäisille dieeteille, vaan pysyvää muutosta haetaan pienillä elämäntapamuutoksilla. ”Pienin elämäntapamuutoksin eteenpäin” on myös Movendoksen valmennusfilosofia. Taustalla valmentaja laski usein kalorit ravintopäiväkirjan analysointia varten. Poikkeuksena kaloreita seurattiin hyvin tarkasti Fitness-valmennettavien ja alipainoisten henkilöiden kohdalla. Kalorien sijasta valmennuksessa painotettiin hyviä valintoja, ravintoaineiden suhdetta, laatua ja luonnollisuutta. Valmentajien periaatteita ravinnon suhteen oli myös esimerkiksi ”ei kevyttuotteita”, tai ”mahdollisimman vähän käsiteltyä ruokaa”.

Ruokavalio suunniteltiin mahdollisimman lähelle vanhaa ruokavaliota. Eräs valmentajista kertoi, että valmennettavaan tutustaan yhdessä tekemisen kautta: tehdään yhdessä

ruokaa, käydään kaupassa ja kävelemässä. Digitaalisen yhteydenpidon hyöty nähtiin pienempänä tapauksissa, jotka vaativat paljon sosiaalista kanssakäymistä. Ravitsemusvalmennusperiaatteet olivat hyvin yksinkertaisia. Erään haastattelun valmentajan sanoin:

*”If it works, don’t fix it. Kohtuus kaikessa, säilytä intohimo, mutta parempi laatu. Tieto tunteen edelle.”*

### **Valmennuksen pituus ja kulku**

Tyypillistä valmennuksen pituutta on haastattelun pohjalta melko vaikea määrittää. Valmennusten pituudet vaihtelivat kuukaudesta vuoteen, satunnaisesti jopa kahteen vuoteen. Useimmiten mainittiin kuitenkin 3 – 6 kk. Myös lähitapaamisten määrä vaihteli paljon yhdestä kerrasta viikossa yhteen kertaan kahdessa kuukaudessa. Tapaamisten tiheys riippui osaltaan valmennettavalla käytössä olevasta budjetista. Yhteistä kaikille oli, että aluksi tehdään alkukartoitus. Valmentajat kertoivat, että he halusivat varmistaa asiakkaan motivaation ja ennen kaikkea realistiset mahdollisuudet sitoutua tavoitteisiin omassa arjessaan. Tätä varten osa valmentajista tarjosi yhden ilmaisen kartoituskäynnin. Kartoitus siis tehtiin aina, ja parhaimmillaan siihen sisältyi kolme käyntiä.

Valmennuksen kartoitusvaiheeseen kuului useimmiten myös ruokapäiväkirjan pitäminen. Lähes kaikilla valmentajilla oli käytössä kolmen päivän ruokapäiväkirja. Tähän noin puolet haastatelluista oli käyttänyt mCoachin kolmen päivän ruokapäiväkirjaa, jossa on mahdollisuus lisätä kuvia ja vapaata tekstiä. Päiväkirjassa on mahdollisuus merkitä myös nälkäisyys ja kylläisyys ennen ja jälkeen aterian. Lisäksi on mahdollisuus lisätä vapaita kommentteja sekä kirjata ylös kalorit.

Yksi valmentaja käytti ruokapäiväkirjana Fat Secret -palvelua, joka lähettää valmentajalle yhteenvedon suoraan sähköpostiin. Yksi valmentaja kertoi, että ihmiset haluavat kirjoittaa käsin paperille. Yksi valmentaja käytti omaa excel-pohjaa. Osa valmentajista laski valmennettavan mCoach-ruokapäiväkirjasta arvioimansa kalorit jonkin laskurin avulla. Yksi valmentaja mainitsi käyttävänsä THL:n annoskuvakirjaa kalorien arvioinnin apuna. Valmentajat halusivat tätä kautta ymmärtää myös ravintoaineiden suhteita ja laatua. Ruokavaliota suunniteltaessa oli tärkeää huomioida ravinto, vointi, terveydentila, allergiat, muut rajoitukset, ruokarytmi, nälkäisyys ja kylläisyys ennen ja jälkeen syömisen. Lisäksi haluttiin tietää, mitä valmennettava ei ehdottomasti halua syödä ja seurata veden juontia.

Valmennuksen sisältö räätälöitiin aina asiakkaan mukaan. Valmennuksen painopiste saattoi olla hyvinkin vaihteleva, vaikka taustalla olisivat olleet samat riskitekijät. Useimmiten mainittiin ravinto ja liikunta painottaen jompaakumpaa. Lepo katsottiin myös oleelliseksi osaksi kokonaisvaltaista hyvinvointia. Eräs valmentajista painotti erityisesti mentaaliajattelua kaiken takana:

*”Uskooko valmennettava itse muutokseen? Miten ihminen puhuu itselleen? Miten voimavarat saadaan käyttöön? Itsensä ruoskiminen ei ole tie onneen, vaan mennään positiivisen kautta mielikuvaharjoitteluiden avulla.”*

Yleisimmät valmennuksen muodot voidaan haastattelun pohjalta jakaa kolmeen ryhmään

- Ryhmävalmennukset yrityksille
- Ryhmävalmennukset yksityisille
- Yksilövalmennus

mCoach-valmennettavien määrä oli hyvin vaihteleva riippuen valmentajasta. Parhaimmillaan valmennettujen määrä oli kymmeniä.

### **Yritys/työkykyvalmennukset**

Yritys/työkykyvalmennuksissa, joita tämän tutkimuksen puitteissa teki neljä haastateltavaa, pyrittiin esimerkiksi elämäntapakartoituksen pohjalta löytämään riskitekijät tiettyihin yleisiin terveysongelmiin. Näitä ovat muun muassa 2. tyypin diabetes, korkea verenpaine tai kolesteroli. Riskien ja tunnistettujen elämäntapojen pohjalta räätälöitiin valmennusohjelma. Yhdellä valmentajalla oli kuntoutettavana loppuun palaneita ihmisiä. Vaikka taustalla olisi yhteinen työnantaja ja samat riskitekijät, oli hyvin vaihtelevaa mihin valmennus keskittyi. Asiakkaalle tehtiin aina kokonaisvaltainen tilanteen kartoitus, ja sen pohjalta yksilöllinen valmennussuunnitelma.

Yrityskohtaista valmennusta tekevien valmentajien joukossa mCoach koettiin suullisen palautteen perusteella toimivammaksi (4 kpl), kuin sekalaiselle joukolle yksilövalmennettavia. Syynä tähän nähtiin ennalta sovitut yhteiset valmennuskäytännöt ja taustalla oleva yrityssohje. Yhdessä valmennusryhmässä valmennettaville jaettiin valmennuk-

sen puitteissa älypuhelimet, joiden mCoach-mobiilisovellusta he käyttivät valmennuksessa. Jotkut valmennettavista olivat kertoneet, että he eivät jaksaisi enää työpäivän jälkeen avata tietokonetta. Tutkimuksen julkaisuhetkellä mCoachilla oli sovellustuki kaikkiin yleisimpiin älypuhelinkäyttöjärjestelmiin, joten jatkossa tietokonetta ei välttämättä enää tarvita mCoachin käyttöön. Haastatteluita tehtäessä tuki puuttui iPhonelta.

### **Valmennettavien määrä ja ikäjakauma**

Movendos-valmennettavien määrä oli hyvin vaihteleva riippuen valmentajasta. Parhaimmillaan valmennettavien määrä oli kymmeniä. Yleisin asiakasryhmä yksityisvalmentajilla oli 35 – 60 v. nainen. Yksittäistapaukset mukaan lukien kokonaisikähaarukka arvioitiin välille 17 – 60 vuotias nainen. Yhdellä valmentajalla oli kohderyhmänä yritysten johtoryhmät, jolloin tyypillinen asiakas oli mies 40 vuodesta ylöspäin. Yleisesti koettiin, että mies tuli valmennukseen joskus rouvan seurassa, mutta pääasiallisesti valmentajat näkivät, että miehet eivät hakeudu yhtä aktiivisesti valmennukseen kuin naiset.

Valmentajat arvioivat, että naisilla painonhallinta muuttuu keski-ikässä haasteellisemmaksi hormonitasapainon muuttumisen vuoksi. Yksi valmentaja arvioi, että keski-ikäisillä naisilla on enemmän rahaa käytössä, ja he siksi hakeutuvat helpommin valmennukseen. Tutkimuksen tekijän oma ajatus on, että naisella myös keski-ikässä myös ruuhkavuodet – työn ja perheen yhdistäminen varastavat aikaa oman hyvinvoinnin ylläpidolta. Siksi hakeudutaan valmentajan luokse tukea ja suunnitelmaa tekemään.

Usein syynä valmennukseen hakeutumiseen oli elämäntapamuutoksen, painonpudotuksen, paremman elämänhallinnan ja painonhallinnan parantaminen. Syitä olivat myös todetut ”elämäntapasairaudet”, tai tunnistettu riski niihin.

### **Sairauden huomiointi**

Jos valmennustarpeen taustalla oli sairaus, kaikki valmentajat olivat yksimielisiä siitä, että ensisijainen ohjeistus tulee lääkäriltä, joissain tapauksissa ravitsemusterapeutilta. Valmentaja huomioi annetut ohjeet ja rajoitukset ruokavaliota määrittäessään. Tyypillisimpiä taustalla olevia sairauksia olivat (sairaalloinen) ylipaino, tyypin 2 diabetesriski, diabetes, kilpirauhasen vajaatoiminta, korkea kolesteroli, korkea verenpaine ja ärtyvän suolen oireyhtymä.

Sairauksissa huomioitiin mahdollinen lääkitys, lääkärin ohjeet, lisäravinteiden tarve, ruokarajoitukset sekä muut tekijät, kuten nukkuminen ja stressi. Unettomuus lisää ruokahaluja ja muuttaa hormonitoimintaa. Ainoa sairaus, joka nousi esille puhtaasti ravitsemusvalmennuksen kannalta, oli keliakia siinä vaiheessa, kun asiakas alkaa toteuttaa uutta ruokavaliota.

Potilasturvallisuus on avainasia nykypäivän terveydenhuollossa. Terveydenhuollon lailistetut ammattihenkilöt kuten ravitsemusterapeutit perustavat ohjauksensa Käypä hoito -suositukseen ja näyttöön perustuvaan tutkimukseen. (Duodecim.)

### **Muut käytetyt sähköiset palvelut**

Käytössä oli runsaasti myös muita palveluita, joita oli käytetty mCoachin rinnalla. Alla luetelluista neljää ensimmäistä oli käyttänyt kaksi tai kolme valmentajaa, loppuja yksi. Palvelun jälkeen mahdollisesti näkyvä lause on haastateltavalta valmentajalta saatu kommentti palvelusta.

- <http://www.meallogger.com/> ”Ei ole muovautuvuutta.”
- <https://www.mealmyday.com/>
- <http://www.oivamieli.fi/>
- <https://www.motivade.com/> ”Motivade on nykyaikainen ja virtuaalivalmentajat hauskat. Motivade on hieman monimutkainen, mutta halpa. Halvempi kuin mCoach, vuosilisenssi noin 200 €.”
- <http://www.fatsecret.fi/Default.aspx?pa=m>
- <http://kiloklubi.fi/> ”ja Omronin askelmittari”
- <http://kalorilaskuri.fi/>
- <http://lib.thl.fi:2345/http://lib.thl.fi:2345/lib4/src?PBFORMTYPE=01002&TITLEID=55946&SQS=1:FIN:1::6:50::HTML&PL=0> ”THL:n annoskuvakirja, jolla voi arvioida annoksen kokoa kuvan perusteella.”
- <http://sportyplanner.fi/#/>
- <https://www.heiaheia.com/account>
- ”Facebookin suljetut ryhmät”
- ”Aktiivisuusrannekkeet”
- ”Trainer palveluohjelmat”

- ”Sydänliiton ja Diabetesliiton Pieni päätös päivässä –materiaali ja Ota ohjauskartta -kansio, joka sisältää ravintoasioihin liittyviä kuvia ja testejä”
- ”Omat lomakkeet”
- ”Excel, jota käytettiin ruokavalion tekemiseen”

### **6.1.3 Toimintamalleihin liittyvät haasteet ja ehdotukset**

Haasteet ja ehdotukset esitetään luvussa 7, jossa esitetään kaikki mCoachiin kohdistuvat uudet ominaisuudet ja käytettävyyssparannukset. Niitä ei lähdetä avaamaan tässä päällekkäisyyksien välttämiseksi.

## **6.2 Ravitsemusammattilaisten haastattelut**

Ravitsemusammattilaisten, tässä luvussa laillistettujen ravitsemusterapeuttien osalta, haastateltiin VitaMiinojen ja Taysin edustajia. He eivät olleet aiemmin käyttäneet mCoachia. Mukaan kysyttiin myös julkishallinnon ravitsemusterapeutteja, mutta heillä ei ollut mahdollisuutta osallistua haastatteluun.

### **6.2.1 VitaMiinat, taustat**

Laillistettuja ravitsemusterapeutteja työskentelee julkisen terveydenhuollon lisäksi yksityisissä yrityksissä. Osuuskunta VitaMiinat tarjoaa ravitsemusterapiaa kunnille ja yksityisille lääkäriasemille Pirkanmaalla (VitaMiinat.fi). Työntekijät ovat itsenäisiä ammatinharjoittajia. Osuuskunnalla ei ole omaa vastaanottoa, vaan he työskentelevät palveluita ostavien yritysten tiloissa. VitaMiinat kertovat OT-lehden haastattelussa, että vaikka ravitsemusterapian tiedetään auttavan monien sairauksien hoitamisessa, lakkauttavat kunnat ja kaupungit ravitsemusterapeuttien virkoja ja ostavat palveluita ulkopuolisilta palveluntuottajilta. Tässä he ovat nähneet toimintamahdollisuuden omalle toiminnalleen. VitaMiinoissa toimii tällä hetkellä yhdeksän henkilöä. Ostopalveluita tarjoava yritys ei voi suoraan vaikuttaa ostajan tiloissa käytettäviin menetelmiin, vaan oikea keskustelukohde ovat heidän asiakkaansa. Yrityksessä toimivat kuitenkin näkevät paljon erilaisia ympäristöjä. (Osuuskunta VitaMiinat tarjoaa ravitsemusterapiaa... 2016)



Tämän tutkimuksen puitteissa haastateltiin VitaMiinoissa toimivaa laillistettua ravitsemusterapeuttia *Katja Karppista*. Karppinen työskentelee ravitsemusterapeuttina Terveystalolla vastuualueenaan ravitsemusohjaus ja elämäntapahoito, painonhallinta, syömishäiriöt, kolesteroli- ja verenpainepotilaiden ruokavalio-ohjaus, aikuisiän diabetes ja keuhkotiapotilaat (Terveystalo.com).

### **6.2.2 VitaMiinat, toimintaympäristö ja toimintamallit**

Tyypillisesti potilas tulee ravitsemusterapeutti Katja Karppisen vastaanotolle työterveyden ammattihenkilön läheteellä tai yksityisesti. Potilaan saapuessa ensi kertaa vastaanotolle tehdään aluksi taustakartoitus. Taustakartoituksessa keskustellaan siitä, miksi potilas on saapunut. Ravitsemusterapeutti kysyy taustakysymykset, kuten sairaudet, jotka on huomioitava ravitsemusohjeita suunniteltaessa. Lisäksi kartoitetaan pituus ja paino, liikuntatottumukset, vitamiinien- ja kivennäisainelien sekä luontaistuotteiden käyttö. Jos tilanne antaa aihetta, kartoitetaan myös mahdolliset taustalla vaikuttavat ongelmat, kuten nielemisongelmat, ruoanlaittotaidot tai voiko henkilö käydä itse kaupassa. Taustaselvityksen jälkeen keskustellaan ruokailun sujumisesta, rytmistä ja ruokailuvalinnoista. Työikäisten kanssa keskustellaan ruokailutapojen lisäksi paljon uni- ja stressiasioista. Uni- ja stressiasioissa käydään läpi niiden vaikutus arkeen ja stressinhallintakeinot. Lisäksi käydään läpi, kuinka unen ja stressin mahdollinen vaikutus ruokavalintojen tekemiseen. Näiden kartoitusten jälkeen mietitään kokonaisuus niin, että ihminen jaksaa ja pystyy toimimaan.

Ravitsemusterapeutti joutuu miettimään rajojaan, eli milloin ravitsemusammattilaisen apu riittää, ja milloin potilas tulee ohjata toisen alan ammattilaisen ohjaukseen. Tämä tuli esille myös muiden valmentajien kanssa, mutta korostui Karppisen kanssa keskustellessa.

Esimerkkejä ammattilaisten työnjaosta ovat muun muassa kohonnut kolesteroli: lääkäri seuraa arvoja ja hoitoa, ravitsemusterapeutti käy läpi ruokavaliota. Hoitoketju riippuu siitä, kuinka paljon tarvitaan seuranta ja kokeita. Painonhallinta taas on pitkälle ajattelutapojen muuttamista. On osattava arvioida milloin ravitsemusterapeutin apu riittää, ja milloin tarvitaan psykologia.

Karppisen mukaan on vain harvoja sairauksia, joissa keskitytään puhtaasti ravitsemukseen. Yksi niistä on keliakia. Keliakiatapauksissa lääkäri antaa yleensä diagnoosin myötä potilaalle lyhyen ohjeen tarvittavista ruokavaliomuutoksista. Sen jälkeen potilas ohjataan ravitsemusterapeutin vastaanotolle, jossa ruokavaliioon perehdytään tuotemerkkitasolla. Näissä tapauksissa ravitsemusterapeutin rooli on tukea potilasta pääsemään käytännössä alkuun. Toimenkuva ja toimintatavat vaihtelevat siis paljon tapauksesta riippuen.

Karppisen mukaan työterveydessä yleisimpiä potilaita ovat suolisto-oireiset (ärtyvä suoli tai toiminnallinen suolivaiva), kolesteroli, verenpaine, keliakia, 2. tyypin diabeetikko, kihti, Crohnin tauti ja haavainen paksusuolen tulehdus. Kunnallisella puolella diabetespotilaan ensisijaisena kontaktina toimivat diabeteshoitajat, jolloin asiakas käy lääkärin, diabeteshoitajan ja ravitsemusterapeutin vastaanotolla. Pirkanmaalla lihavuusleikkaukset tehdään Tampereen yliopistollisessa sairaalassa ja Hatanpään sairaalassa. Esimerkiksi Helsingissä lihavuusleikkauksia tehdään myös yksityispuolella. Anoreksiatapauksista lapset ohjataan yleensä Taysiin, aikuisilla hoitopaikka vaihtelee. Syömishäiriö vaatii aina moniammatillisen ryhmän, jossa on mukana psykologi, psykiatri, lääkäri ja ravitsemusterapeutti. Kunnallisella puolella hoitoketjut löytyvät netistä.

### **6.2.3 VitaMiinat, toimintamalleihin liittyvät haasteet ja ehdotukset**

Suurimman mCoachin tuoman lisäarvon Karppinen näkisi painonhallitsijoille, jotka tarvitsevat enemmän seurantaa ajatusmaailman muutoksen takia. Ärtyvän suolen oireyhtymäiset ja keliakiahoidon alkutaipaleella olevat potilaat voisivat myös hyötyä mCoachista, koska heillä on edessään iso ruokavaliomuutos. Tässä tilanteessa mCoach voisi olla hyvä lisätuki. Karppinen näkee mCoachin hyödyttävän minkä tahansa sairauden hoidossa, mutta pohjissa tulisi huomioida hoidon yksilöllisyys. mCoach mahdollistaakin jo nyt yksilölliset ohjeistukset antamalla valmentajalle mahdollisuuden luoda omia pohjia ja käyttää jo olemassa olevia pohjia uuden pohjan räätälöimiseen.

Ruokapäiväkirjassa tulisi olla mahdollisimman yksinkertainen pohja, johon voi kirjata ylös mitä oli syöty, milloin ja missä. Usein hyvinvointialan ammattilaiset pyytävät täyttämään ruokapäiväkirjan kolmen päivän ajalta, jolloin ajankohta jaksotetaan mielellään niin, että se sisältää viikonlopun päivä ja kaksi arkipäivää. Karppinen näkee, että viiden päivän ruokapäiväkirja voisi olla joissain tilanteissa hyvä vaihtoehto, koska ensimmäisinä

päivinä potilas saattaa tsempata, tiedostaen tai tiedostamatta. Viiden päivän aikana normaali syöminen tulee paremmin esiin. Toisaalta pidempään kirjanpitoa tehdessä tarkkuus alkaa yleensä heikentyä. Ruokapäiväkirjasta keskustellaan vastaanotolla, mm. kuvaako se arkea, ja minkälaisia huomioita siitä voi tehdä.

Edellä kuvatuista ruokapäiväkirjan periaatteista ehdotetaan Movendokselle, että ruokapäiväkirjassa voisi olla seikkaperäinen ohjeistus Karppisen vinkkien pohjalta. Lisäksi olisi hyvä korostaa, että poikkeuksellisessa elämäntilanteessa ruokapäiväkirjaa ei kannata pitää. Päiväkirjaa olisi hyvä pitää aterioittain ja ruokailurytmiä seuraten. Ruokailurytmi sisältää kellonajat ja aterioitten välit. Ohjeistukseen vaikuttaa aina myös potilaan lähtökohdat. Tähän voisi yhdistää myös ateriarytmin seurantapohjan kehittämisen. Ateriarytmin seurantapohja on kuvattu tutkimuksen tulokset -luvussa. Kuvio 37 esittää Karppisen ohjeistukset ja viiden päivän ruokapäiväkirja -vaihtoehdon kuvauksen.

**Ruokapäiväkirja**  
Aina kun haluat  
26.06. - 26.07.

0 Tämä viikko

Ma 20.06. Ti 21.06. Ke 22.06. To 23.06. Pe 24.06. La 25.06. Su 26.06.

Merkintä Yhteenveto Muistutukset

**Tänään, 26.06.2016**

Pidä päiväkirjaa syömisistä viiden päivän ajan.  
Pyri sisällyttämään aikaan sekä viikonloppua että arkea.  
Pyri syömään mahdollisimman normaalisti.  
Merkkää ylös jokainen syöminen, joko kuvana tai kirjallisena. Jos mahdollista, lisää mukaan arvio määrästä, esimerkiksi "kourallinen", "kauhallinen", puoli lautasellista.

Ateriointiaika: 15:20 [Lisää kuva](#)

Aamiainen  Lounas  
 Päivällinen  Illallinen  
 Välipala  Muu

Tarkempi kuvaus ateriaistani

**Ruoka ja sen määrä**  
Merkitse tähän ruokien, juomien ja herkkupalojen nimet ja laadut mahdollisimman tarkkaan. Esim.: sokeroitu mansikkajugurtti, 150 g, 2% rasvaa

Muita mietteitäni?

KUVIO 37. Karppisen ruokapäiväkirjan ohje toteutettuna mCoachissa

Linkit erilaiseen tietoon ja tietoiskuihin ovat suositeltavia. Karppinen ohjeistaa liittämään ne aina Valtion ravitsemusneuvottelukunnan ravitsemussuosituksiin (Valtion ravitsemusneuvottelukunta, Ravitsemussuositukset). On hyvä huomioida, että suositukset ovat väestötasoisia. Yksilöllä on aina ainutlaatuinen tilanne, joka tulee huomioida esimerkiksi D-vitamiinin tarvetta arvioitaessa.

Työterveyspotilaiden, erityisesti painonpudottajien, kohdalla hoitajat tekevät väliseurantaa, jossa Karppinen näkee mahdollisuuden mCoachin hyödyntämiseen. Haasteeksi Karppinen näkee aikapulan, jonka myös Movendos on tiedostanut. Asiakkaiden välissä on vain 15 min kirjaamisaikaa, ja jos vastaanottoajat ovat myöhässä, aika vähenee entisestään.

#### 6.2.4 Tays, taustat

Taysissa ravitsemusterapeutit hoitavat lapsi- ja aikuispotilaita, jotka tarvitsevat sairauden hoitoon tai toimintakyvyn ylläpitoon ravitsemussuunnittelua tai -ohjausta. Tällaisia tilanteita ovat esimerkiksi vajaaravitsemus tai vajaaravitsemuksen riski, lihavuus, ylipaino, sairauden hoidon edellyttämä ruokavalio tai erityisruokavalio. Ravitsemusterapialla edistetään potilaan toipumista, hyvinvointia ja toimintakykyä turvaamalla ja ohjaamalla riittävä ja monipuolinen ruokavalio tavoilla, jotka sopivat potilaalle. (tays.fi.)

Tavoittelin julkishallinnon ravitsemusterapeutteja Tampereen kaupungilta ja Tampereen yliopistollisesta sairaalasta (jatkossa Tays). Taysista sain yhteyshenkilöksi johtavan ravitsemusterapeutin *Ulla Siljamäki-Ojansuun* (Tays, ravitsemusterapiayksikkö ravitsemusterapia). Ajansäästösyistä Siljamäki-Ojansuu ehdotti ryhmähaastattelua, jossa oli paikalla 11 ravitsemusterapeuttia. Esittelin heille mCoach-palvelua, lisäksi keskustelimme melko vapaamuotoisesti esiin nousevista asioista ja kysymyksistä.

### 6.2.5 Tays, toimintaympäristö ja toimintamallit

Ravitsemusterapeutin vastaanotolle Taysissa pääsee lääkärin läheteellä tai tietyn tilanteen hoitoon sovitun käytännön mukaan. Taysin ravitsemusterapeutit tapaavat noin puolet potilaista vuodeosastolla ja noin puolet poliklinikalla. (tays.fi.)

Erikoissairaanhoidon ravitsemusterapia sisältää ravitsemustilan määrittämisen. Aluksi määritetään pituus, paino, BMI ja tehdään kliininen arviointi. Lisäksi määritetään energian ja ravintoaineiden tarve, selvitetään ruoankäyttö ja arvioidaan ravinnonsaannin riittävyys. Näiden pohjalta laaditaan ravitsemushoitosuunnitelma, tehdään ravitsemusohjausta, seurataan ravitsemushoidon toteutumista ja tuloksia, sekä tarvittaessa muutetaan ravitsemushoitosuunnitelmaa. Lopuksi tehdään suunnitelma ravitsemushoidon jatkuvuuden takaamiseksi. (tays.fi.)

Potilaan ruokailutottumukset, elämäntilanne ja tarpeet ovat lähtökohtana ravitsemusterapiassa. Sairauteen ja elämäntilanteeseen sopiva ravitsemushoito suunnitellaan yhdessä potilaan ja hänen läheistensä kanssa. Ravitsemusterapeutti neuvoo käytännönläheisesti elintarvikkeiden ja erityisvalmisteiden valintaa ja ruoanvalmistusta. Jos potilaan ravinnonsaanti tavanomaisesta ruoasta ei ole riittävää, tukena käytetään kliinisiä ravintovalmisteita ja ravitsemusterapeutti ohjaa niiden käytössä. (tays.fi.)

Potilaan omahoito on keskeistä ravitsemushoidossa niin sairaalassa kuin jatkohoidossa. Taysissa osa ravitsemusohjauksesta järjestetään ryhmäohjauksena, kuten ensitietopäivänä, jossa potilas läheisineen saa tietoa useilta eri terveydenhuollon ammattilaisilta. Potilaiden toisilleen antamalla vertaistuellalla on tärkeä merkitys ryhmissä. Ravitsemusterapeutit tekevät tiivistä yhteistyötä sairaalan eri yksiköiden kanssa. Ravitsemushoito on moniammatillista yhteistyötä, johon osallistuvat lähes kaikki sairaalan työntekijät. (tays.fi.)

Useimmissa Taysissa toteutetuissa ryhmäohjauksissa on ainoastaan yksi tai kaksi tapaukskertaa, joten mCoach ja sen ryhmäominaisuudet eivät ryhmähaastattelussa saatujen kommenttien pohjalta ole hyödynnettävissä.

Taysin ravitsemusterapeutit olivat aiemmin testanneet MealTrackeriä, mutta tuolloin asiakkaat eivät olleet valmiita palvelun käyttöön. MealTracker™ on palvelu, johon voi tal-

lettaa ruokapäiväkirjan digitaalikameralla tai kamerakännykällä otettuina kuvina. MealTracker tuo avuksi ravitsemusammattilaisen yksilöllisen ohjauksen päiväkirjan pohjalta (mealtracker.fi).

## **6.2.6 Tays, toimintamalleihin liittyvät haasteet ja ehdotukset**

### **Faktoja potilastietojen tietoturvasta**

Julkisessa terveydenhuollossa tärkeää on potilaiden tietosuojaa ja se on säädetty lailla. Tietosuojaa koskee pääasiassa henkilötietojen turvallista käsittelyä siten, ettei henkilöiden yksityisyyden suojaa tai oikeusturvaa vaaranneta.

Tietosuojaus on asia, joka herättää paljon kysymyksiä. Ehdotus oli, että sen voisi vääntää rautalangasta, niin että se on jokaiselle selvää. Movendoksella on tällä hetkellä työn alla myös tietosuojadokumentti, joka kuvaa tietosuojan. mCoahilla on ammattikäytön edellyttämä tietoturva ja yksityisyys (SSL-suojaus) ja palvelu täyttää lääkintälaittevaatimukset. Myös se, kuinka pitkäksi aikaa tiedot jäävät talteen, kiinnosti ravitsemusterapeutteja. Käytännössä tiedot säilyvät mCoachissa niin kauan, kunnes valmentaja, eli tässä tapauksessa julkinen terveydenhuolto itse poistaisi potilaan palvelusta.

### **Potilasasiakirjamerkinnot ja laskutusmalli**

Potilasasiakirjoihin tulee merkitä potilaan hyvän hoidon järjestämisen, suunnittelun, toteuttamisen ja seurannan turvaamiseksi tarpeelliset sekä laajuudeltaan riittävät tiedot. Potilaskertomukseen on oikeus merkitä vain potilasrekisterin käyttötarkoituksen kannalta tarpeellisia tietoja. (Pirkanmaan sairaanhoitopiiri: Potilaskertomusohjeet 6.7.2016.)

Potilasasiakirjoihin sisältyvät tiedot ovat salassa pidettäviä. Salassapitovelvollisuus koskee kaikkia potilastietoja riippumatta siitä, miten tai mihin ne on tallennettu tai millä tavalla tieto on saatu - kirjallisesti, suullisesti tai havainnoimalla. (Pirkanmaan sairaanhoitopiiri: Potilaskertomusohjeet 6.7.2016.)

Myös mCoachia käytettäessä pitäisi potilasasiakirjoihin viedä tiedot yhteydenpidosta ja muusta toiminnasta. Tämä aiheuttaisi päällekkäistä työtä. Asiaan tulee kehittää toimiva

ratkaisu, jolloin ylimääräistä työtä ei synny. Esimerkiksi exportattava yhteenveto mCoachista voisi olla toimiva ratkaisu. Myös integraatio nousi esille, mutta se saattaa olla teknisesti ja monien järjestelmärajapintojen kannalta liian haasteellinen.

Tietojen siirtyminen järjestelmien välillä on tärkeää myös siksi, että tällä hetkellä laskua ei voi lähettää, jos sairauskertomuksesta ei löydy merkintää.

### **Toimintamallit yleisesti**

Käytännön toimintamalleja mCoach-palvelun tyyppiselle käytölle ei tällä hetkellä ole. Taysin ravitsemusohjauksessa on ryhmätoimintaa vertaistuen muodossa, mutta ryhmät kokoontuvat useimmiten vain kerran – näin mCoach ja sen ryhmäominaisuudet eivät olisi käytettäviä.

### **Ehdotukset mCoach-palvelulle**

Movendoksen www-sivuilla on esittelyt referenssikäyttäjistä. Niihin toivotaan tietoa referenssikäyttäjän ammatista. Tämä antaisi palvelun loppukäyttäjille tietoa liittyen ammatitaitoon ja esimerkiksi ravinnosta annettavien neuvojen turvallisuuteen. Myös tieto, mitkä ammattikunnat käyttävät eniten mCoachia valmennukseen olisi hyödyllinen.

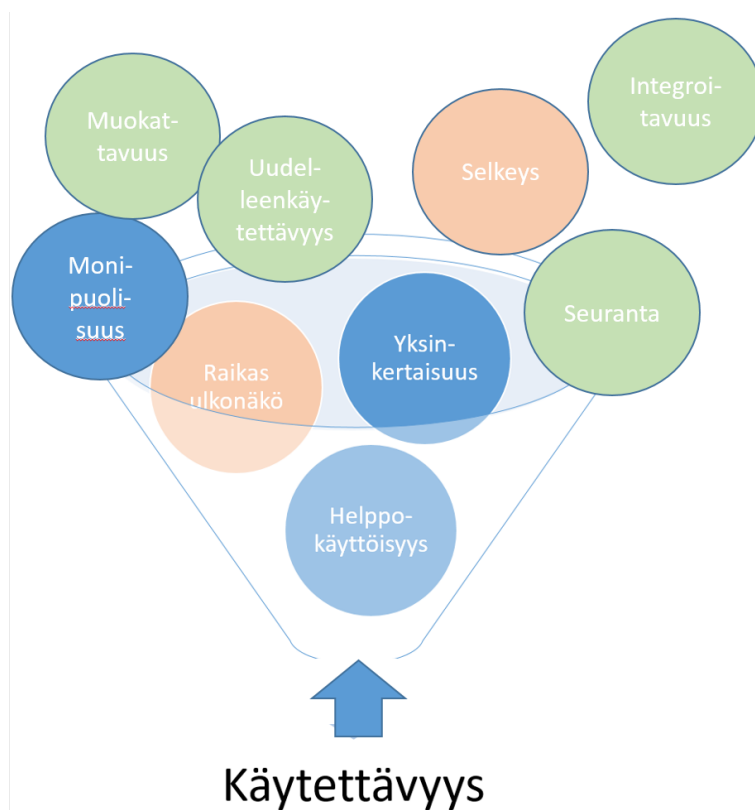
Tehtävien ohjeisiin tulisi laittaa aina linkit, jolloin päivittyvä tieto pysyy ajan tasalla. Tehtäväpohjiin olisi potilaan tai asiakkaan tietoisuuden lisäämiseksi hyödyllistä laittaa tieto, mitä riskiä sen avulla hallitaan. Esimerkiksi vyötärö-lantiosuhde -kohdassa haastatteluhetken versiossa ei mainittu mihin riskiin se liittyy.

Sydäntautiliiton kouluttamaa Teknologiaa hyödyntävää ravitsemuspalvelua käytetään Kangasalan kunnassa. Movendos voi jatkossa keskustella Sydänliiton kanssa heidän käyttämistään toimintatavoista.

## 7 MCOACH KÄYTETTÄVYYS

### 7.1 Nykyiset käyttökokemukset

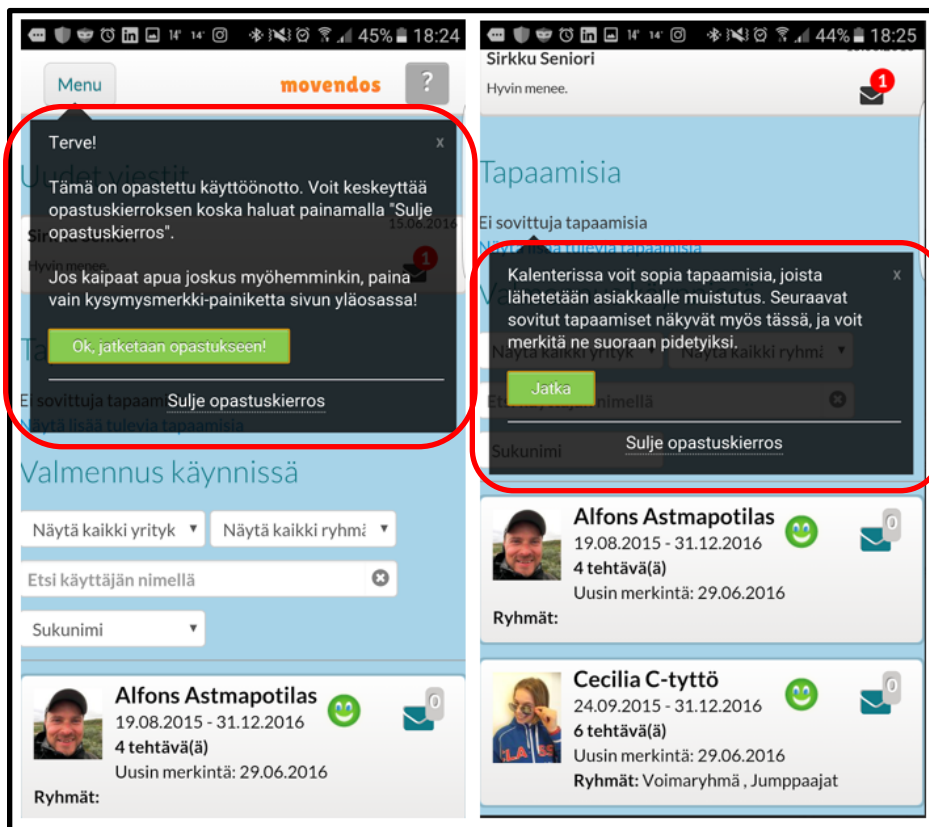
Tutkimuksessa kysyttiin palautetta mCoach-palvelua jo käyttäneiltä kokemuksista sekä toiveista. Lähes kaikki kahdeksan haastateltavaa kokivat mCoachin käytettävyyden erittäin hyväksi. Movendoksen keväällä 2015 tehdyn web-kyselyn mukaan 96 % Movendos-valmennettavista pitää mCoach-palvelua helppokäyttöisenä. Movendos tekee vastaavan kyselyn vuosittain. Tässä tutkimuksessa yleisimmin tunnistettuja ominaisuuksia olivat helppokäyttöisyys, yksinkertaisuus ja selkeys, raikas ulkonäkö, monipuolisuus ja muokattavuus, pohjien uudelleenkäytettävyys ja mahdollisuus seurata tehtäviä. Nämä ominaisuudet on kuvattu kuviossa 38. Lisäksi mainittiin satunnaisesti seuraavia ominaisuuksia: valmennettavan ja valmentajan varaussysteemi, asiakkaiden helppo lisättävyys, ryhmäominaisuudet ja Fitbit-integraatio. Kaikki haastateltavat eivät olleet tietoisia ryhmäominaisuuksista ja Fitbit-integraatiosta.



KUVIO 38. Tutkimuksessa useimmiten mainitut käytettävyyteen liittyvät asiat.



Viidennessä user experience -luvussa todettiin, että tunnekokemuksella on suuri rooli käyttäjien ottaessa käyttöön uusia teknologioita. Palvelun käyttämisen onnistumiseen tai epäonnistumiseen liittyvät tunnereaktiot korostuvat web-ympäristössä, ja siksi koettu käytettävyyttä korostuu ensimmäisellä käyttökerralla. Ensikokemukseen sisältyy käyttöliittymän intuitiivisuus, käytetty termistö ja kuvakkeet. (Koskinen ym. 2003, 83.) Tutkimusten mukaan käyttäjä luo ensivaikutelman sivustosta 2.6 sekunnissa. Käyttäjäpalautteesta valtaosa, eli 94 % liittyy sivuston ulkoasuun. (Peep Laja.). Haastatteluissa saatujen palautteiden perusteella Movendos vastaa näihin tarpeisiin helppokäyttöisyydellä ja raik-kaalla visuaalisella ulkonäöllä. Käyttönoton tärkeys on ymmärretty Movendoksella. Siksi ohjelma ehdottaa aluksi opastettua kierrosta uudelle käyttäjälle. Sen voi aktivoida tarvittaessa myöhemminkin napsauttamalla kuvion 39 oikeassa yläkulmassa olevaan kysymysmerkkiä.



KUVIO 39. mCoach tarjoaa uudelle käyttäjälle opastuskierroksen (Android-puhelimen mCoach testiympäristö)

Koska käyttäjän ensikokemus on niin tärkeä, tämän tutkimuksen puitteissa ehdotetaan Movendokselle tutkimuksen tekemistä mCoach-palvelun käyttöönotosta. Tutkimus voisi perustua havainnointi- eli observointimenetelmään. Havainnointimenetelmässä havainnot kohdistuvat ihmisten toimintaan ja käyttäytymiseen, kuten esimerkiksi siihen, miten

tutkittavaa ilmiötä käytetään. Havainnointia voidaan tehdä sekä ihmisten verbaalista, että nonverbaalista ilmaisusta. Havainnot tekee tutkija, jonka on pystyttävä erottamaan omat havaintonsa siitä, miten muut ihmiset kuvailevat tai kertovat omista havainnoistaan. (Havainnointi eli observointi.) Tutkimalla ensikokemusta Movendos saisi suoraa tietoa ja palautetta siitä, miten käyttäjä toimii, ja mitä mahdollisia haasteita hän kohtaa käyttöön-oton yhteydessä.

### **7.1.1 Movendos mCoach -valmennusympäristön ymmärtäminen**

Movendos-valmentajien kohdalla valmentajien työympäristö nousi vahvasti esille. Kaikkien valmentajien toimintaympäristö on hetkinen, mutta riippuen valmentajasta tai päivästä olosuhteet voivat vaihdella paljonkin. Yksityisyrittäjänä toimivan valmentajan päivään voi kuulua keskustelua kasvokkain tai puhelimesta, liikunnan ohjaamista ulkona ja siirtymistä paikasta toiseen. Parhaimmillaan päivään voi kuulua vaikkapa kaupassa käymistä valmennettavan kanssa. Ravitsemusterapeutti taas voi toimia lääkäriaseman vastaanotolla, jolloin hänen aikaansa rajoittaa vastaanottojen väliin jäävä aika.

Valmennettavat puolestaan voivat tulla lähes tahansa mistä ammatti- tai ikäryhmästä. Tämä asettaa etävalmennuspalvelulle erittäin vaativia tavoitteita. Palvelun pitää olla helpposti saatavilla, ja sen käyttö pitää olla yksinkertaista ja nopeaa. Tutkimushaastattelussa saatu palaute on tukenut mCoachin helppokäyttöisyyttä ja yksinkertaisuutta, mutta selaimen käyttö koettiin hankalaksi kahdella tapaa: jotkut valmennettavat eivät halunneet enää työpäivän jälkeen avata tietokonetta, kun taas puhelimen näyttö on puolestaan selaimen käyttöä ajatellen pieni. Haastatteluiden aikaan mCoach-mobiililaitetuki oli valmiina Windows- ja Android-alustoille. Kaikki haastateltavat eivät olleet siitä tietoisia. Tutkija informoi asiasta Movendosta, joka tiedotti asiasta uutiskirjeessään. Opinnäytetyön kirjoitushetkellä mCoach-mobiilituki on saatu myös iOS-alustalle.

### **7.1.2 mCoachin käytettävyys valmentajan toimintaympäristön kannalta**

Ravitsemusammattilaiset voidaan jaotella toimintaympäristön kannalta kolmeen ryhmään: yksityisyrittäjät, yksityisillä lääkäriasemilla toimivat ravitsemusammattilaiset,

sekä julkishallinnon ravitsemusammattilaiset. Taulukossa 4 on tarkasteltu eri toimintaympäristöjä tämän jaon pohjalta.

#### TAULUKKO 4. Ravitsemuskohderyhmien toimintaympäristöjen vertailu mCoachin näkökulmasta

Ravitsemuskohderyhmien vertailu

Alue	Yksityinen valmentaja	Yksityinen lääkäriasema	Julkishallinto ravitsemusterapeutit
Vapausaste käyttää mCoachia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Täysin vapaa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toimintamallit sovittava</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toimintamallit sovittava</li> </ul>
Valmennus / Hoito	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enemmän ennakoivaa, joskus myös esim. Burn out – potilaiden hoitoa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ennakoivaa ja hoitoon keskittyvää</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoitoon keskittyvää, lähetteellä</li> </ul>
Valmennettavat / Potilaat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yksilöitä ja yhtenäisiä ryhmiä</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Yksilöitä</li> </ul>
Sairauden huomiointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Huomioidaan suunnittelussa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Huomioidaan suunnittelussa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kyse aina sairaudesta tai sen hoidosta</li> </ul>
Tavoitteet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hyvinvointi, työkyky, elämäntapojen muutos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hyvinvointi, työkyky, elämäntapojen muutos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toipuminen ja omahoito</li> </ul>
Haasteet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ajankäyttö, hektinen ympäristö</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ajankäyttö, aika potilaiden välillä</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potilaan kunto</li> <li>potilastietojen kirjaaminen, laskutusmallit</li> <li>Ei vielä toimintamalleja</li> </ul>
Potentiaali	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edelleen vapaa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Painonhallitsijat</li> <li>Kaikki joilla iso elämäntapamuutos edessä tai pitää huomioida yksilöllisesti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jos toimintamallit sovitaan ja haasteet ratkaistaan</li> <li>Etenkin poliklinikalla käyvät potilaat</li> <li>Kiinnostusta löytyy</li> </ul>

Seuraavassa kappaleessa käydään läpi ravitsemuskohderyhmien suurimpia eroja ja niiden vaikutusta mCoachin käyttömahdollisuuksiin.

Toimintaympäristö voi aiheuttaa haasteita yksityisvalmentajien ajankäytölle, mutta heillä on täysi vapaus päättää itse toimintamalleistaan. Yksityisillä lääkäriasemilla ja julkishallinnossa sen sijaan on huomioitava jo määritelty toimintaympäristö ja laki- ja potilastietoon perustuvat säädökset. Tästä huolimatta sekä Vitamiinon Karppinen, että julkishallinnon ravitsemusterapeutit Taysissa näkivät digitaalisen etävalmennuspalvelun käytössä potentiaalia. Movendos voisi jatkossa käydä keskustelua näiden tahojen kanssa, ja lähteä esimerkiksi pilotoimalla kokeilemaan mCoachin toimivuutta.

Valmennus keskittyy yksityisten valmentajien osalta pääosin ennakoivaan hyvinvointiin. Sairaalassa keskitytään sen sijaan aina hoitoon ja hoidon jälkeiseen elämäntapamuutokseen. Tämä ei kuitenkaan välttämättä aiheuta haasteita, sillä mCoach taipuu konfiguroitavuutensa ansiosta molempiin malleihin.

Tämän tutkimuksen palautteen pohjalta voidaan esittää, että mCoachin kaltainen palvelu on parhaimmillaan tilanteissa, joissa pyritään elintavoilla ennakoimaan sairauden riskiä, ja ohjataan valmennettavaa pysyvään elämäntapamuutokseen. Toisena ryhmänä nähdään jo sairastuneet, joiden omahoidon oppimista voidaan mCoachin kaltaisen palvelun avulla tehostaa. Kolmantena ryhmänä nähdään pakollisen ruokavaliomuutoksen seurauksena syntynyt halu pysyvämpään elämänmuutokseen. Edellä mainitut ryhmät on kuvattu kuviossa 40. Lisäksi mCoach-palvelua käyttäneiden haastattelussa voitiin havaita trendi, että digitaalinen etävalmennuspalvelu soveltuu paremmin homogeenisten ryhmien-, kuin hyvin erilaisten yksilöiden valmennukseen.



Kuvio 40. mCoachin käyttömahdollisuuksia erilaisissa tilanteissa ja ympäristöissä

### 7.1.3 mCoach suhteessa Gentile ym. kuuteen tekijään

mCoach-palvelu ja sen käyttökokemukset pitävät sisällään useita Gentilen kuudesta komponenteista. Gentilen kuusi tekijää on kuvattu luvussa 5, sivulta 47 alkaen. Sivuston ulkoasu toimii aistikomponenttina luoden käyttäjälle positiivisen vaikutelman hyvinvoinnista, arvoista ja raikkaudesta. Mahdollisuus konfiguroida näkymiä toimii puolestaan kognitiivisena komponenttina, jossa asiakasta sitoutetaan käyttämällä heidän luovuuttaan ja ongelmanratkaisutaitoaan. Tunnekomponentti pitää sisällään tuotteen tai palvelun synnyttämän mielialat ja tunteet. Palvelua voi optimoida niin, että se luo tunteellisen kokemuksen. Tämä vahvistaa asiakkaan suhdetta yritykseen, sen brandiin ja tuotteisiin. Ulkoasusta mCoach on saanut toistuvasti hyvää palautetta. Movendos voisi edelleen miettiä,

mitkä käyttäjäkokemukset lisääisivät tunnesidettä. Se voi muodostua pienistäkin asioista, kuten emoji- ja stickerien käyttö ym. Elämäntyylikomponentti on mukana nykyisen hyvinvointi- ja terveysteknologiatrendin kautta: ihmiset haluavat huolehtia hyvinvoinnistaan ja elää terveellisesti. Suhdekomponentti kuvastaa arvomaailmaa suhteessa omaan lähipiiriin. Hyvinvointia arvostavat ihmiset hakeutuvat usein toistensa seuraan.

### **Gentile ym. elämäntyylikomponentti, Maslow'n tarvehierarkia**

Elämäntyylikomponenttia voidaan kuvata Maslow'n tarvehierarkian avulla, joka auttaa näkemään mihin osaan tarvehierarkiaa kokemus vaikuttaa. Maslow'n tarvehierarkia on kuvattu tarkemmin luvussa 5, kuviossa 32. mCoachin osalta voidaan tunnistaa seuraavia yhteyksiä:

- Fysiologiset perustarpeet: nykyisin tiedostetaan paremmin hyvien elämäntapojen merkitys, kuten myös yhteydet elintapojen ja sairauksien välillä. Siksi ihmiset ovat valmiita panostamaan enemmän omaan hyvinvointiinsa.
- Yhteenkuuluvuuden tarpeet: tämä taso nousee esiin sosiaalisten tarpeiden kautta. Valmennettava voi kuulua konkreettiseen valmennusryhmään, kommunikoida valmentajan kanssa, tai hän voi kokea laajemmin kuuluvansa niiden tuhansien ihmisten joukkoon, jotka nykypäivänä panostavat yhtä enemmän hyvinvointiin ja saada sitä kautta hyväksyntää ympäristöltään.
- Statuksen ja egon tarpeet: nykyaikana ihmiselle ei riitä pelkkä terveyden perustarve, vaan on muotitrendi pitää huolta itsestään sekä fyysisesti ja psyykkisesti. Valmennettavalla voi olla arvopohjainen halu ja motivaatio kuulua tähän kohderyhmään, tai hänellä voi olla konkreettinen terveyspohjainen tarve.
- Itsensä toteutuksen tarpeet: mCoach-palvelun kautta valmennettava oppii ja voi johtaa myös itse itseään. Hän voi saada uusia kokemuksia ja oivalluksia erilaisten harjoitusten kautta.

### **Gentile ym. tunnekomponentti, emotionaalisen arvon tunnehierarkia (Shaw)**

Emotionaalisen arvon tunnehierarkia kuvaa tutkimuksissa löydettyjä asiakaskokemukseen vaikuttavia tunteita. Pyramidi osoittaa, että asiakaskokemuksen tunnekomponentti voidaan mitata rahassa. Emotionaalisen arvon tunnehierarkia on

kuvattu tarkemmin luvussa 5, kuviossa 31. Tunnepyramidissa mCoach-palvelun voidaan palautteiden perusteella nähdä liittyvän seuraaviin tasoihin:

- **Huomioklusteri:** kaksi haastatelluista oli kokeillut mCoachia tai käyttänyt jonkun verran, mutta ei ollut vielä löytänyt täysin itselle soveltuvaa mallia, tai oli kokenut omassa ympäristössään jonkun toisen palvelun soveltuvampana. Osittain tässä tuli esille ongelma tietämyksen tasossa, eli ei tiedetty mitä kaikkia toimintoja mCoach tukee. Toisaalta myös työympäristön hektisyys saattoi toimia estävänä tekijänä palvelun tarjoaman täyden hyödyn sisäistämiseksi. Attention klusterissa voidaan katsoa olevaksi myös julkishallinnon haastateltavat, koska he olivat tietoisia mCoachin kaltaisista palveluista ja osoittivat mielenkiintoa aiheeseen. Heidän nykyiset toimintamallinsa estivät toistaiseksi palvelun käyttöönoton.
- **Suosittelu- tai kannatusklusteri:** suurin osa mCoachia käyttäneistä valmentajista oli näissä klustereissa. He kokivat palvelun tuovan lisäarvoa, fokusta ja luottamusta valmennukseen, ja olivat sitoutuneita palvelun käyttöön pidemmällä tähtäimellä.

## 7.2 Kehitysehdotukset

Tässä luvussa kuvataan haastatteluissa ehdotetut ja tutkijan tunnistamat kehitysehdotukset mCoach-palvelulle. Ehdotukset on käyty läpi Movendoksen edustajien kanssa. Luvun alussa ehdotukset on kuvattu taulukossa. Sen jälkeen jokainen ehdotus on käsitelty yksityiskohtaisesti taulukkoa vastaavaa ryhmittelyä käyttäen. Tarkemmassa käsittelyssä kuvataan ehdotuksen taustoja, ja esitetään perustelut ehdotukselle.

Taulukossa kohderyhmät on jaettu mCoachia käyttäneisiin ja ei-käyttäneisiin haastateltuihin. Taulukossa 5 prioriteetti on määritetty asteikolla 1 – 3, jossa 1=tärkeä, 2=melko tärkeä, 3=harkitaan myöhemmin, i=informoidaan kohderyhmää, t=toteutettu. Viimeisessä sarakkeessa Movendos on antanut oman prioriteettinsa ja työmäärän.

TAULUKKO 5. Parannusehdotukset

Parannusehdotus	Käyttäneet	Ei-käyttäneet	Prioriteetti Movendos Asteikko 0-2	Iso työ määrä
<b>A. Ilmoitukset, nähty-tieto ja valmentajan kannustukset, käytettävyyssparannukset</b>				
A1. Prompt Messaging (=ilmoitukset) ja sovellukset	X		1 (tulossa)	
A2. Nähty-tieto	X		3	
A3. Kannustus	X		3	
A4. Kuvien liittäminen ruokapäiväkirjaan, käytettävyys (skaalautuminen, resoluutio)	X		tehty	
A5. Viimeisimpien aktiviteettien löydettävyys	X		1	X
A6. Valmentajien tietoisuus uusista ominaisuuksista	X		1	
<b>B. Ravitsemus</b>				
B1. Viestin kytkeminen ateriaan	X		2	X
B2. Ateriarytmin seurantatehtävä	X		2	
B3. Tietoisku	X		2	X
B4. Linkit ja mittareihin liittyvien riskien kuvaaminen	X	X	3	
B5. Voinnin kirjaaminen ruokapäiväkirjaan	X		2	
<b>C. Yhteenvedot ja tilastot</b>				
C1. Käyttötilasto	X		2	
C2. Hälytys käyttämättömyydestä	X		2	
C3. Muut Seurannat	X		3	
<b>D. Ryhmäominaisuudet</b>				
D1. Ryhmäkeskusteluominaisuuden markkinointi	X		info	
D2. Jäsenen lisääminen ryhmään niin että ryhmän tehtävät siirtyvät mukana	X			
<b>E. Tietoon liittyvät asiat</b>				
E1. Potilaan tietojen exportti		X	tehty	
E2. Potilaan tietojen integrointi potilastietojärjestelmiin		X	2	X
E3. Tilin näkeminen valmistuksen jälkeen.	X	X	tehty	
E4. Tietosuojadokumentti		X	2	
<b>F. Muut</b>				
F1. Konfiguroitava kysymyssetti	X		1	
F2. Linkkikirjasto	X		2	
F3. Palvelun käyttöönottokokemuksen arviointi	X		2	
<b>G. Avoimeksi jäävät</b>				
G1. Kalorilaskenta	X			
G2. Muut ehdotetut tehtäväpohjat	X			
G3. Uusien aktiivisuusmittareiden integrointi	X			

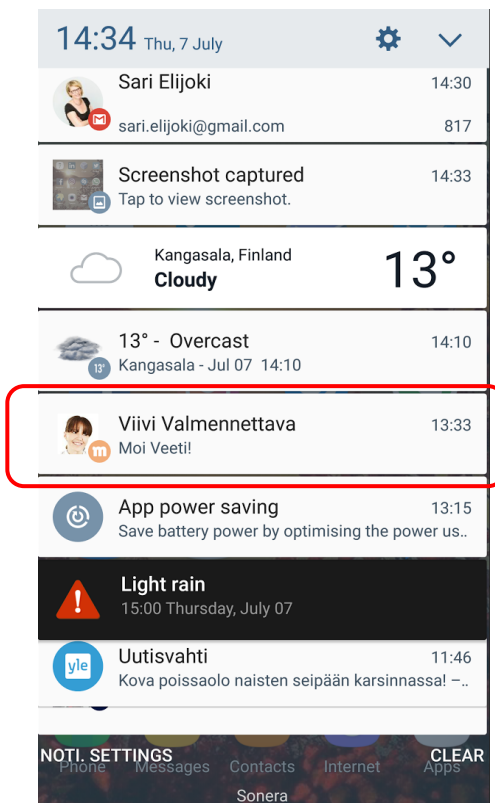
## 7.2.1 Käytettävyysparannukset

### A.1 Prompt Messaging (näytölle tulevat ilmoitukset) ja sovellukset

Tällä hetkellä ilmoitukset aktiviteeteista tulevat sähköpostiin. *Ehdotus on, että ilmoitukset tulisivat suoraan puhelimeen prompt messaging tyyppisesti*, tällä hetkellä ne tulevat sähköpostiin. Tätä uudistusta ehdotetaan, koska nykyiset älypuhelinsovellukset tukevat laajasti prompt-tyyppistä ilmoitusta. Ilmoitusta klikkaamalla pääsee helposti näkemään suoraan varsinaisen aktiviteetin. Monessa sovelluksessa asetuksista voi säätää, haluaako ilmoituksen älylaitteen näytölle. Tämä voisi toimia myös mCoachissa. Samoin asetuksissa voisi säätää, haluaako ilmoituksen sekä meiliin että puhelimen näytölle, vai molempiin.

### Movendos palaute 26.2.2016

Ilmoitukset ovat erittäin tärkeitä. Prompt messaging-toimintoa tukeva Apple-sovellus on jo työn alla. Kattavasti se tulee olemaan käytössä syksyllä 2016. Android ja Windows ovat olleet tuettuna jo aiemmin. Androidin ilmoitus viestistä näkyy kuviossa 41.



KUVIO 41. Ilmoitus mCoach-viestistä Android-puhelimen uutisvirrassa



## A.2 Nähty-tieto

*Valmennettavan olisi hyvä saada tieto siitä, että valmentaja on nähnyt valmennettavan tehtäväkirjaukset.* Tässä valmentajien ajatus oli, että jos kaikki on ok, ei aina tarvitse kommentoida. Yksi valmentaja oli asian valmennettavien kanssa sopinutkin. Samantyyppinen nähty-tieto, kuin esimerkiksi Facebook ryhmässä ja What's Up -palvelussa, lisääi valmennettavan luottamusta siihen, että valmentaja on kiinnostunut hänen tekemisistään.

Nähty-tiedon merkitystä tukee lisäksi yleinen palveluissa esiintyvä trendi, johon ihmiset ovat tottuneet. BuzzFeedNews:n artikkelin mukaan nähty- tai luettu-tietoa on alettu käyttää yhä enemmän myös yksityisessä sähköpostiviestinnässä, ja arvion mukaan jo puolet ihmisistä seuraa meiliensä nähty-tietoa. Seuranta varten on kehitetty ohjelma, joka kertoo käyttäjälle ketkä kaikki häntä seuraavat. (Here's How I Can Tell If Someone Read My Email Here's How I Can Tell If Someone Read My Email 2016.)

### Movendos palaute 26.7.2016

Valmentajat toivovat nähty-tietoa tehtävien yhteyteen. Haasteena nähty-tiedon lisäämisessä on se, että pilvipalveluna mCoach-näkymä on sama kaikille käyttäjille. Esimerkiksi työterveydet tai kuntoutustahot voivat tehdä valmennusta niin, että valmentaja käy sovitusti katsomassa merkinnät 1 – 2 viikon välein ja antaa palautteen samalla. Tämän menetelmän käänttöpuolena valmennettavalle tulee näkyvämmäksi se, että valmentaja ei ole katsonut hänen profiiliaan viikon aikana. Nähty-tieto voisi olla käytännössä tykkää-nappi tyyppinen ratkaisu, jolla valmentaja voi peukuttaa, eli aktivoida sosiaalisessa kanssakäymisessä vakiosanastoksi muodostuneen peukun, peukalo-emojin, eli kuvasymbolin. Näin hän osoittaa olevansa tyytyväinen suoritukseen, ja näyttää samalla, että on katsonut tehtävämerkinnän.

---

<sup>2,3</sup> Tekstissä käytetään kannustusta kuvaamaan termejä "peukku", "haba" ja "ylävito-nen", koska ne ovat jo vakiintuneita termejä sosiaalisessa mediassa, ja ne kuvaavat valmennuksen kannustavaa henkeä paremmin kuin kirjakieliset sanat. Valmentajat käyttivät näitä termejä haastattelussa.

Movendoksen kanssa keskustellessa ratkaisuvaihtoehtoina tuli esiin kaksi vaihtoehtoa. Ensimmäinen on se, että kokeillaan nähty-tietoa, ja seurataan mikä on palaute kyseenalaisilta asiakasryhmiltä. Toisena vaihtoehtona voisi olla asetus, jossa valmentaja voi valita näkykö nähty-tieto asiakkaalle vai ei. Tämän tutkimuksen puitteissa ehdotetaan asetusta, koska se antaa valmentajalle valinnan mahdollisuuden.

### *A.3 Kannustus*

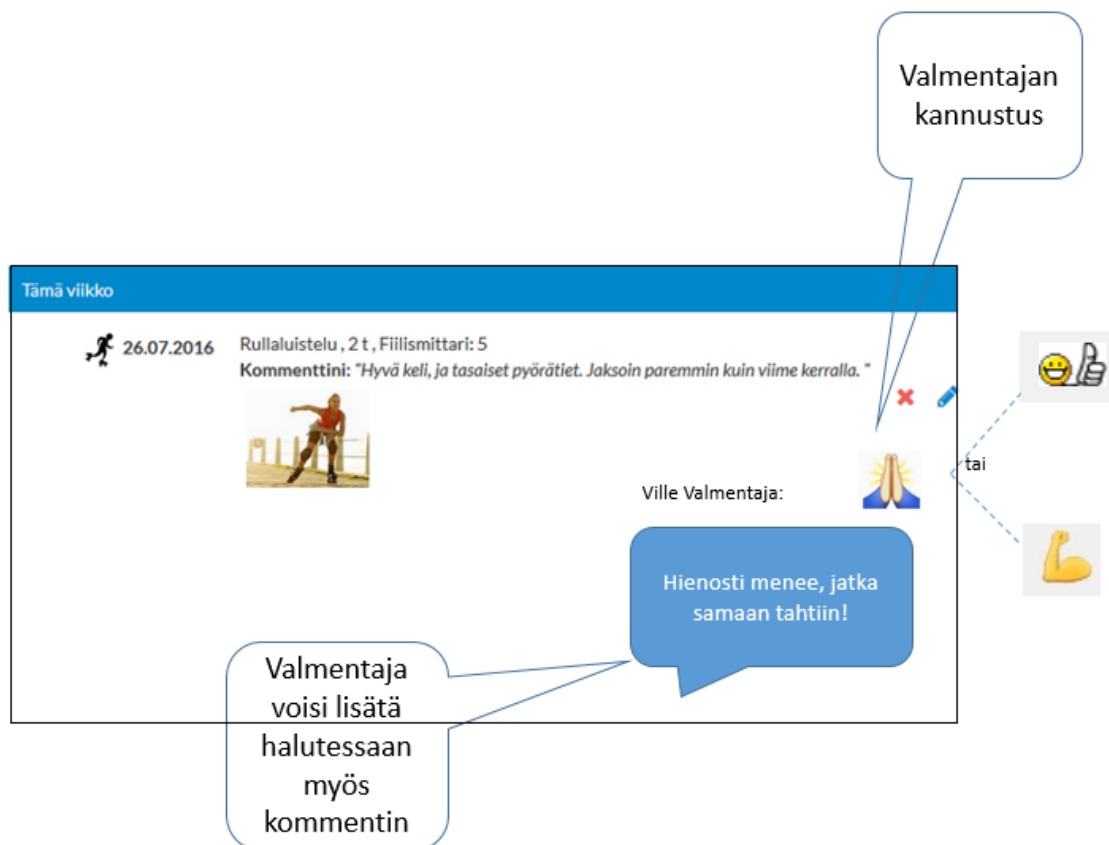
*Ehdotetaan helppoa tapaa kannustaa, kuten ”peukku” tai ”haba”<sup>2</sup>.* ”Haba” on ”peukun” lisäksi toinen sosiaalisen viestinnän vakiosanastoksi muodostunut kannustus-emoji. Tätä ehdotetaan lisättäväksi tehtäviin, koska visuaaliset kannustukset on helppo huomata, ja niiden vaikuttavuus on tieteellisesti tutkittua (aistikomponentti ja käytännönläheinen komponentti, Gentile ym. 2007). Lisäksi ne ovat ennestään tuttuja muista palveluista, kuten Heiaheia. Tykkäämiseen voisi olla käytettävissä eritasoisia kuvasymboleita, kuten tavallinen ”peukku”, ”haba” ja ”ylävitonen”<sup>3</sup>. Valmentajan sanallinen kommentti voisi olla myös mahdollinen. Kuvio 41 esittää valmentajan näkymän tehtävästä, jossa on mahdollista kannustaa hymiötä käyttäen ja/tai sanallisesti. Kuvio 42 esittää, miltä näkymä voisi näyttää valmennettavan näkymässä. Jos valmentaja ei ole kommentoinut, näkymä näyttää samalta, kuin kuviossa 43. Jos valmentaja on ottanut toiminnon pois päältä asetuksen avulla, kannustussymboleita ei näy ollenkaan.

Tällä hetkellä valmennettavalla on käytössä fiilismittari aina tehtävän suoritettuaan. Lisäksi palvelu itsessään antaa visuaalista palautetta tehtävän edistymisestä sen toistuvuuden perusteella.



Valmentaja voi halutessaan kannustaa symbolilla, ja/tai lisätä kommentin

KUVIO 42. Valmentajan esimerkinäkymä.



KUVIO 43. Valmennettavan esimerkinäkymä

## **Movendos palaute 26.2.2016**

Ajatus siitä, että jollakin tavalla mahdollistettaisiin nopeat ja pienemmät kannustukset, kuten ”peukutus” tai muu vastaava, on hyvä. Kannustus voisi olla, kuten nähty-tieto, ase- tuksella valittavissa.

### *A.4 Kuvien liittäminen ruokapäiväkirjaan*

Kuvan liittäminen ateriasta tulisi jatkossa olla helpompaa. Kuvat tulevat välillä turhan isolla resoluutiolla ja kuvan avaaminen huonolla yhteydellä voi viedä aikaa. Tätä paran- nusta ehdotetaan, jotta yleinen käytettävyys paranee ja palvelun käyttö nopeutuu.

## **Movendos palaute 26.7.2016**

Myös Movendos on havainnut asian, ja kesäkuu 2016 ohjelmistopäivityksessä on jul- kaistu parannettu kuvien lataaminen.

### *A.5 Viimeisimpien aktiviteettien löydettävyys*

Jos valmennettava on ehtinyt tehdä paljon merkintöjä mCoachiin, niin merkinnät ovat hajallaan eri tehtävänäkymissä. Tällöin valmentaja joutuu selaamaan näkymää löytääk- sensä kaikki merkinnät. Tähän toivottiin parannusta.

## **Movendos palaute 26.7.2016**

Suunnitteilla ja työlistalla on aikajana, eli kun valmentaja avaa asiakkaan näkymän, hän näkee aikajanalla kaikki aktiviteetit. Kuultuaan, että palaute tulee myös tämän tutkimuk- sen kautta, Movendos nostaa prioriteettia.

### *A.6 Valmentajien tietoisuus uusista ominaisuuksista*

Tämä on haastateltavien vastauksista johdettu parannusehdotus, koska useampaankin kertaan toivottiin parannuksia, jotka palvelussa jo olivat. Koska mCoach on pilvipalvelu,

uudessa ohjelmistoversiossa tulee uusia ominaisuuksia ja parannuksia käyttöön sitä mukaa kun niitä saadaan tehtyä. Valmentajat eivät välttämättä aina huomaa niitä. Tällä hetkellä mCoach lähettää tiedotusmeilejä, joissa kerrotaan uusista ominaisuuksista. Sähköposti kuitenkin voi jäädä vähemmälle huomiolle valmentajan hektisessä ja liikkuvassa arjessa. Movendoksen edustajien kanssa keskusteltiin myös mahdollisuudesta lisätä kuvia tiedotusmeileihin, tähän kuitenkin nousi haasteeksi eri sähköpostien tuki kuville. Movendoksen edustajien kanssa keskusteltiin myös, että sisäänkirjautumissivulla voisi olla kohta ”uutiset”, jossa viimeisimmät parannukset näkyvät. Tämän tyyppisiä login-dashboardeja on mahdollisuus rakentaa monissa palveluissa.

### **Movendos palaute 26.2.2016**

Tämä asia on jo listalla, ja sitä pidetään erittäin tärkeänä siksi, että valmentajat saavat uudistukset paremmin tietoonsa. Keväällä 2016 tuli käyttöön ominaisuus, jossa uuden ohjelmaversion päivittymisen jälkeen uudet ominaisuudet tulevat näkyviin näytölle.

## **7.2.2 Ravitsemus**

### ***B1. Viestin kytkeminen ateriaan***

Viesti tulisi voida kytkeä ateriaan niin, ettei valmentajan tarvitse selata päiväkirjaa. Tällä hetkellä viestit ovat erillisessä näkymässä. Ehdotetaan parannusta, koska se parantaa suoraan käytettävyyttä ajansäästön kautta. Tämä olisi käytettävyyden kannalta hyvä lisäparannus nykyiselle omassa näkymässään olevalle viestitysominaisuudelle, näin viesti ei jäisi erilleen yhteydestään. Ominaisuutta voisi soveltaa muihinkin tehtäväpohjiin. Vertailuna esimerkiksi Meal Lockerissa viestin liittäminen ateriaan on mahdollista. Kannustus-ehdotuksen yhteydessä ehdotettiin tehtäväpohjaan hymiön lisäksi myös kommentointimahdollisuutta. Jos se toteutettaisiin, sopisi myös tähän tarkoitukseen.

### **Movendos palaute 26.2.2016**

Movendoksella on keskusteltu siitä, että käyttäjän pitäisi pystyä kommentoimaan yksittäisiä aterioita. Ominaisuuden kehittäminen on kuitenkin kohtalaisen iso työ, joten Movendoksella ei ole vielä ollut resursseja tähän. B2. Ateriarytmin seurantatehtävä

Ateriarytmin seuranta tehtävää toivoi Espoon Kaupungin liikunnanohjaaja, **Hanna-Mari Ruotsalainen**. Tutkimukset osoittavat, että ateriarytmillä on merkitystä terveydelle, sillä epäsäännölliset ateriat vaikuttavat verensokeriin ja sitä kautta lisäävät mielitekoa makeisiin herkkuihin. Ne voivat myös johtaa kohonneeseen riskiin insuliiniresistanssin ja hyvän kolesterolin (LDL) määrien laskuun elimistössä. (Farshchi, Taylor & Macdonald 2003.) Säännöllinen ateriarytmi auttaa tunnistamaan kylläisyyden tunteen, jolloin painonhallinta onnistuu helpommin. Painonhallinta on kaikkein helpointa, kun syö säännöllisesti. Se tarkoittaa ateriaa tai välipalaa 3–4 tunnin välein. Kolmen pääaterian, aamupalan, lounaan ja päivällisen, lisäksi kannattaisi siis syödä myös pari terveellistä välipalaa. Tämä rytmi pitää verensokerin tasaisena koko päivän. Samalla myös hallinnan tunne omasta syömisestä lisääntyy, ja olo pysyy vireänä koko päivän. (Borg. 2012, 90.)

Tältä pohjalta ehdotetaan, että lisätään valmis pohja ateriarytmille kuvion 44 mukaisesti, ohjeteksti tulee Hanna-Mari Ruotsalaisen ehdotuksesta.

**Ateriarytmiseuranta**  
Seuraavat: 1 kertaa  
27.06. - 10.07.

0 ← Tämä viikko →

27.06. 28.06. 29.06. 30.06. 01.07. 02.07. 03.07.

Merkintä **Yhteenveto** Muistutukset

**Tänään, 03.07.2016**

"Suunnittele itsellesi ateriarytmi, eli mihin aikaan syöt minkäkin aterian. Viikonlopulle voi olla tarpeellista suunnitella erilainen rytmi. Suositeltavaa olisi syödä 3-4 tunnin välein ja niin, että puolet päivän aterioista olisi syöty noin klo 16 mennessä. Ate-riarytmissä on hyvä olla 4-6 merkintää/päivä. Seuraa ateriarytmiäsi merkkamalla ruksi aina, kun olet syönyt kyseisen aterian. Lisää myös kommenttikenttään mihin aikaan olet syönyt kyseisen aterian. Lisäksi voit merkata fiilismittarin asterilla 1-5 miten ateriarytmin noudattaminen on onnistunut. (1=ei toteudu suunnitellusti, 5=toteutuu suunnitellusti). (Huom. Tehtävä on tehty viikkoliikuntaohjelman pohjalla, joten älä välitä siitä että tehtävä tarjoaa myös liikuntalajeja.)"

Tietoa: Säännöllinen ateriarytmi auttaa tunnistamaan kylläisyyden tunteen, jolloin painonhallinta onnistuu helpommin. Painonhallinta on kaikkein helpointa, kun syö säännöllisesti. Se tarkoittaa ateriaa tai välipalaa 3–4 tunnin välein. Kolmen pääaterian, aamupalan, lounaan ja päivällisen, lisäksi kannattaisi siis syödä myös pari terveellistä välipalaa, jotta verensokeri pysyisi suhteellisen tasaisena koko päivän. Samalla myös hallinnan tunne omasta syömisestä lisääntyy, ja olo pysyy vireänä koko päivän.

[↑ Näytä vähemmän](#)

**Viikko: 1**

**Maanantai 27.06.2016**

Aamiainen

Lounas

Välipala

Päivällinen



ux

KUVIO 44. Ateriarytmin seurantaehdotus – valmentajan näkymä

Lisäksi ateriarytmin seuranta -pohjaan voitaisiin lisätä mahdollisuus liittää ateriakohtaisia kuvia ja fiiliksiä. Kuvio 45 esittää jo nyt näkyvillä olevan fiilismittarin yhteenvedon sekä ateriakohtaisen fiilisarvion. Samalla ehdotetaan myös kuvien lisäämismahdollisuutta ateriarytmin seurantatehtävään. Lisäksi voidaan tehdä huomio, että kommentti-ikonissa lukee ”lähetä viesti tehtävään liittyen”. Viesti menee kuitenkin yleiseen kansioon.



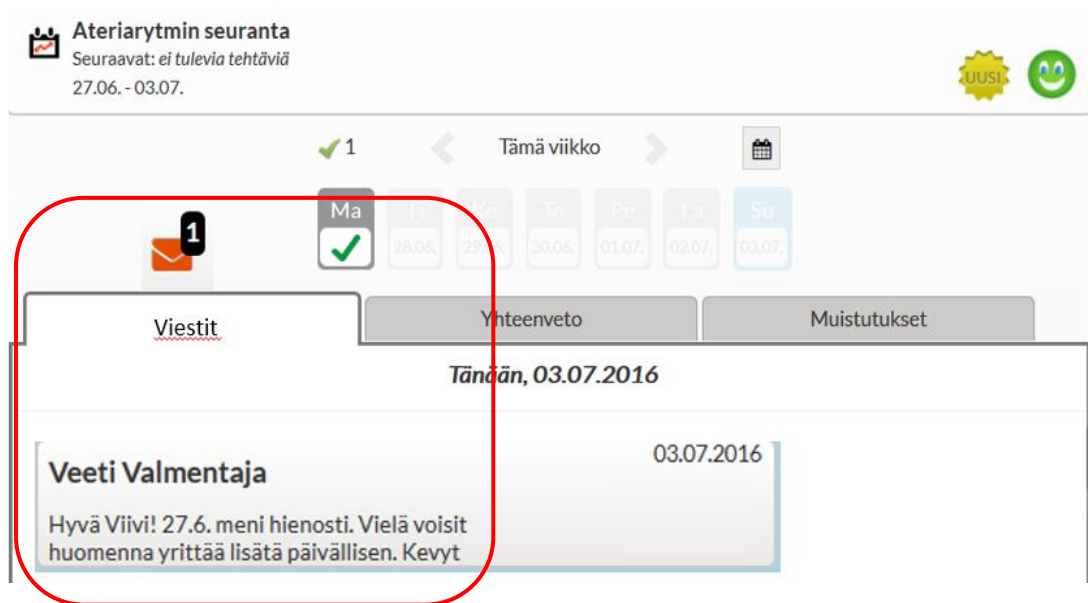
**Viikko 1: (27.06. - 03.07.2016),**

- ✔ **27.06. Aamiainen** 3  
 Kommenttini: En ole tottunut aamiaiseen. Söin kuitenkin kevyesti rahkaa, marjoja ja normaali kahvin.
- ✔ **27.06. Lounas** 5   
 Kommenttini: Kanaa ja vihanneksia. Kevyt olo lounaan jälkeenkin.
- ✔ **27.06. Välipala** 5
- ✔ **27.06. Päivällinen** 2  
 Kommenttini: Tämä jäi väliin koska olin harrastuksissa, enkä huomannut ottaa mukaan edes evästä.
- ✔ **27.06. Välipala** 3
- ✔ **27.06. Illallinen** 5   
 Kommenttini: Söin puuroa ja pienen kupin appelsiinirahkaa kera teen. Nyt on hyvä mennä nukkumaan.

✉ Lähetä viesti tehtävään liittyen

KUVIO 45. Ateriarytmin seurantatehtävä – valmennettavan näkymä

Ateriarytmin seurantatehtävässä nousee esiin myös toisessa yhteydessä esitetty toive, viestien liittämistä suoraan tehtäviin. Kuviossa 46 ehdotus näkymästä, jossa yhtenä välilehtenä olisi tehtävään liittyvät viestit. Ehdotuksessa halutaan selkeyttää asiaa visuaalisesti. Käyttöliittymä voi olla myös jonkin muun näköinen.



KUVIO 46. Tehtäväkohtainen viestinäkömä, tässä kuvassa ateriarytmin seurannassa

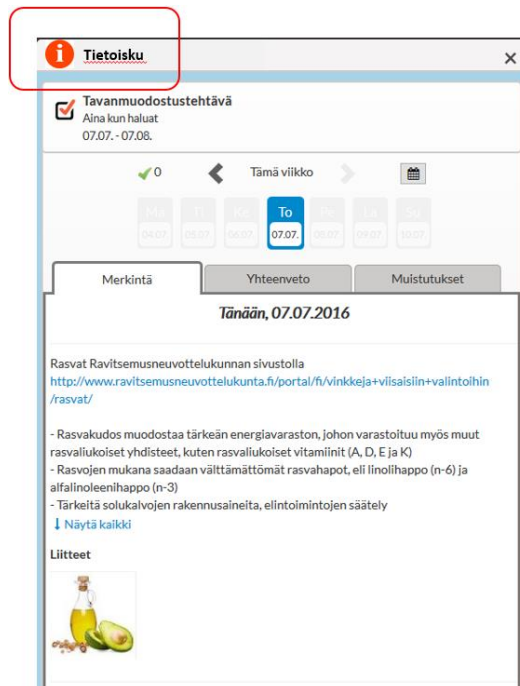
### **Movendos palaute 27.7.2016**

Tämä on hyvä ehdotus. Nykyisessä ohjelmaversiossa on päädytty keskitettyyn viestinäkömään, koska siinä kaikki viestit näkyvät samassa paikassa. Movendoksella on mietitty, pitäisikö viestit näkyä sekä keskitetysti että ateriakohtaisesti.

### ***B3. Tietoisku -pohja***

Tietoiskutyypinen tehtäväpohja. Valmentaja voisi laittaa tehtäväpohjaan haluamansa tietoiskut esimerkiksi öljyistä. Keskeisimmät tietoiskupohjat voisivat olla valmiina otsikotasolla, mutta valmentajalla olisi mahdollisuus luoda omia pohjia, kuten muissakin tehtävissä. Tätä ehdotetaan kuvion 47 mukaisesti, koska tietoisku omalla symbolilla erottuisi napakasti varsinaisista tehtävistä. Tälläkin hetkellä tietoa voi lisätä osaksi tehtävää. Tietoiskua voi käyttää myös muilla valmennusalueilla.





KUVIO 47. Esimerkkiehdotus tietoiskusta

### Movendos palaute 27.7.2016

Tietoisku on erittäin hyvä ajatus, Movendos on aiemmin harkinnut tietopankkia. Keskusteltiin Movendoksen kanssa siitä, että termillä ei niin ole väliä, mutta ajatus on hyvä. Lisäksi keskusteltiin siitä, että Movendos on aiemmin harkinnut valmiita tietoiskupohjia. Tämän tutkimuksen palautteiden perusteella valmentajat kuitenkin räätälöivät antamia ohjeita ja tietoja valmennusperiaatteidensa mukaan. Valmentajat räätälöivät myös valmennettavien yksilöllisten tarpeiden mukaan, mutta se ei suoraan vaikuta tiedon sisältöön, lähinnä mitä asioita halutaan tuoda esiin.

Tällä hetkellä valmentajat antavat tietoisku-tyyppistä informaatiota tehtävien yhteydessä. Erillinen tietoisku, tai -pankki olisi kuitenkin parempi, sillä se säilyy aktiivisena myös yksittäisen tehtävän päättymisen jälkeen.

#### *B4. Linkit ravitsemustietoon ja riskit*

Muun muassa Taysin ravitsemusterapeutit ohjeistivat, että tehtävien ohjeisiin tulisi laittaa aina **linkit, kun jaetaan tutkimuksellista tietoa**. Näin ajoittain päivittyvä tieto pysyy ajan tasalla. Tehtäväpohjiin olisi hyödyllistä laittaa myös tieto, **mitä riskiä sen avulla hallitaan**. Esimerkkinä vyötärö-lantiosuhde, joka indikoi kohonnutta diabetes tyyppi

kahden, tai metabolisen oireyhtymän riskiä. Vyötärö-lantiosuhde sellaisenaan nähtiin hie-  
man haastavana asiana valmennettavien kannalta. Vaihtoehto voisi olla vyötärön ympä-  
rys.

### **Movendos palaute 27.7.2016**

Tämän pitäisi tulla tiedostoinfopaketin mukana.

### ***B5. Voinnin kirjaaminen ruokapäiväkirjaan***

Voinnin kirjaamiselle nähtiin tarvetta, ja sen seuraamiseen oli käytetty erilaisia menetel-  
miä. Ruokapäiväkirjaan, jos sitä käytetään vain kartoitustarpeisiin, ei tällä hetkellä kirjata  
uusien tapojen mukaista syömistä. Tästä syystä sinne ei tuntuisi järkevältä lisätä esimer-  
kiksi fiilissymboleita jo olemassa olevien kenttien lisäksi: nälkäisyys/kylläisyys en-  
nen/jälkeen ja ”muita mielteitä”. Voisi miettiä, kumpi tarve on suurempi, kirjata vointia  
muiden aktiviteettien yhteyteen vai kirjata puhtaasti vointia ja sen pohjalta miettiä mitkä  
tekijät vaikuttavat siihen. Tämän pohjalta voisi miettiä onko tarvetta tehdä esimerkiksi  
omaa tehtäväpohjaa voinnille. Vointia voidaan valmennuksessa pyytää kirjaamaan myös  
henkilökohtaisessa ohjeistuksessa, joka on yksi vaihtoehto.

Toiveita oli, että olisi mahdollista kirjata ruokapäiväkirjaan mieliala tai väsymys, jonka  
pohjalta voi tutkia johtuuko olotila mahdollisesti ravinnosta. Yksi valmentaja kyseli vies-  
tikenttien kautta voinnista, mutta toivoi voivansa tehdä sen suoremmin. Yksi valmentaja  
on käyttänyt fiilispäiväkirjoja, ja lisäksi kysellyt mielialasta kuulumisten yhteydessä.

### **Movendos palaute 27.7.2016**

Tulevaa mittaustehtävää voi käyttää myös oman voinnin arviointiin numeerisesti, samoin  
kuin nykyistä päiväkirjapohjaa. Erillinen fiilispäiväkirja olisi joustavin ratkaisu ja palve-  
lisi erilaisia tarpeita. Myöhemmin voinnin arvioinnin voisi tuoda ruokapäiväkirjaan ja  
ateriarytmin seurantatehtävään. Sillä välin valmentaja voi pyytää, että valmennettava  
kommentoi. Tämä jätettiin harkintaan prioriteetilla 2.

### 7.2.3 Yhteenvedot ja tilastot

Yleisesti ottaen voidaan erotella erityyppisiä tarpeita: seurannat, hälytykset, alkukysely motivaation selvittämiseen, tilastot ja käyttötilasto.

#### *C1. Käyttötilasto*

Haastatteluissa toivottiin tietoa paljonko tietty henkilö tai ryhmä on tehnyt sisäänkirjautumisia, ja paljonko valmennettava on käyttänyt aikaa mCoachissa. Näin valmentaja/yritys voisi arvioida mCoachin käyttöastetta. Tämä on hyödyllinen tieto valmentajan liiketoimintatavoitteiden arvioinnissa. Ehdotetaan ei-kiireellisellä aikataululla. Käyttötilasto on merkityksellinen yrityksen liiketoiminnan kannattavuuden määrittelyssä.

#### **Movendos palaute 26.2.2016**

Tieto login-datasta tehdään.

#### *C2. Hälytys käyttämättömyydestä*

Harkitsemisen arvoinen ehdotustyyppi tuli kahdelta valmentajalta, eli **hälytys siitä, että tehtävään ei ole kirjattu mitään**. Tämä antaa valmentajalle nopean tiedon siitä, että valmennettava ei joko ole tehnyt tehtäviä, tai ei ole käyttänyt mCoachia. Näin valmentaja pääsee nopeasti kiinni mahdolliseen ongelmaan. Kuvio 48 havainnollistaa miltä hälytys voisi näyttää, käyttöliittymä voi olla myös toisen näköinen. Kriittisen ajan pituudesta pitäisi vielä keskustella erikseen valmentajien kanssa, esimerkikuvassa on ehdotettu kolmea päivää. Kriittisen ajan voisi ajatella olevan määritettävissä myös yksilöllisesti asetuksista, mutta tässä saattaa aiheuttaa liikaa säätöä ja huonontaa käytettävyyttä.

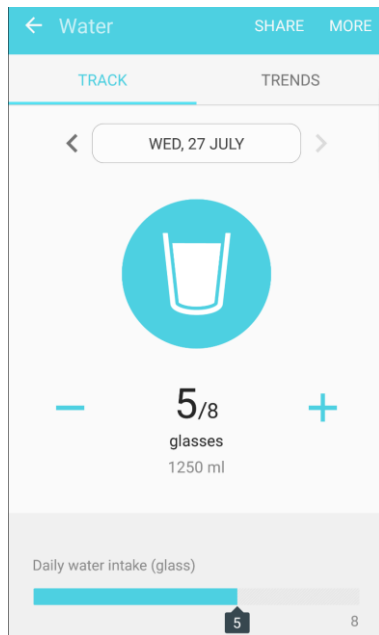
mCoach voisi hälyttää valmentajan etusivulla, jos käyttäjä on ollut inaktiivinen esimerkiksi yli 3 pv.

Nimi	Aikavälit	Ryhmät	Tehtävää	Uusin merkintä
Roope Ressaaja	09.02.2016 - 31.12.2016	Tsemppiryhmä, Voimaryhmä	3 tehtävä(ä)	29.06.2016
Karri Keventäjä	09.02.2016 - 31.12.2016	Tsemppiryhmä	4 tehtävä(ä)	29.06.2016
Viivi Valmennettava	01.02.2016 - 31.12.2016	Tsemppiryhmä	4 tehtävä(ä)	26.07.2016
Sirkku Seniori	01.02.2016 - 31.12.2016		3 tehtävä(ä)	30.06.2016
Katri Koululainen	01.02.2016 - 31.12.2016	Voimaryhmä	3 tehtävä(ä)	29.06.2016

KUVIO 48. Hälytys valmennettavan käyttämättömyydestä

### C3. Muut Seurannat

Seurannoista tuli monia innovatiivisia ratkaisuehdotuksia esiin. Esimerkkinä herkkuseuranta, jossa pitäisi löytää tapa määritellä herkku. Yksi mahdollisuus olisi taustalla oleva kalorilaskuri, joka laskisi suhteellisen sokeri- ja rasvapitoisuuden. Herkun määritelmä siinänsä ei ole yksiselitteinen, joten sitä ei ehdoteta toteutettavaksi ainakaan tämän tutkimuksen puitteissa. Sen sijaan yksi valmentaja ehdotti sokerikelloa ja vesikelloa vastaavasti kuin askelpisteet. Sokerikello tuottaisi tilastoa myös herkuista, jos herkun määritelmänä pidetään sokerin määrää. Sokerin ja veden seuranta olisi hyödyllistä, mutta ainakin sokerin seuranta vaatisi ravintoainelaskurin, jota Movendos ei tällä hetkellä ole suunnitellut. Veden juontia voisi seurata manuaalisesti, kuten vaikkapa kuvion 49 esittämässä Samsungin S Health -sovelluksessa voi tehdä.



KUVIO 49. Samsungin S Healthin vedenjuontiseurantanäkymä

### **Movendos palaute 27.7.2016**

Mittaamiseen tulee uusi oma osionsa, missä voi määrittää, mitä mitataan ja käyttää myös valmiita pohjia.

#### **7.2.4 Ryhmäominaisuudet**

##### *D1. Ryhmäkeskusteluominaisuus*

Tässä tutkimuksessa haastatellut valmentajat eivät käyttäneet ryhmäominaisuuksia kovin laajasti. Eräs valmentajista oli kokeillut, mutta käyttö ei ollut aktiivista. Yhdellä ryhmällä ominaisuutta oli käytetty ilmoitusluontoisiin asioihin. Osa valmentajista oli käyttänyt mCoachia aikana, jolloin ryhmäominaisuutta ei vielä ollut julkaistu. Facebookin suljettu ryhmä on koettu paremmaksi, koska ihmiset käyttävät Facebookia aktiivisesti muutenkin. Facebookin kohdalla ongelmaksi nousee tietosuoja.

Haastateltavat eivät nähneet ryhmäominaisuudelle suurta tarvetta. Ryhmäkeskusteluominaisuutta voisi hyödyntää enemmän etenkin valmennusryhmien, tai samantyyppisellä taustalla olevien yksittäisten valmennettävien kokoamiseksi yhteen. Movendos voisi

markkinoida ryhmäominaisuutta ja sen käyttötapauksia, koska nyt kun kaikille kännykkäalustoille on sovellustuki, ryhmäkeskustelua on helpompi käyttää.

Tätä ehdotusta tukee myös **Emmi Lindroosin** vuonna 2015 tekemä terveysteknologian AMK-opinnäytetyö. Tutkimuksessa Lindroos oli kysynyt ajatuksia suunnitteilla olevaan ryhmäominaisuuteen. Haastatteluiden perusteella ryhmäkeskustelulle oli nähty tarvetta. Ryhmäkeskustelua voitaisiin käyttää ryhmähengen luomiseen, toisten kannustamiseen ja esimerkiksi yhteisten tapaamisten sopimiseen. Ryhmän tuella nähtiin olevan positiivisia vaikutuksia tavoitteiden saavuttamisessa. Lähes kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että ryhmäkeskusteluun osallistuttaisiin omalla nimellä. Valmennettavien välinen kahden keskeinen keskustelu oli nähty myös hyvänä lisänä viestiominaisuuksiin.

## *D2. Jäsenen helppo lisääminen ryhmään niin että ryhmän tehtävät siirtyvät mukana*

Tehtävien helppo lisääminen ryhmän uudelle jäsenelle: Jos ryhmään liittyy aloituksen jälkeen uusia jäseniä, olisi hyvä, jos mCoach voisi automaattisesti tuoda samat tehtävät kuin jo ryhmässä olevilla ilman, että niitä tarvitsisi lisätä erikseen. Jos halutaan muuttaa tehtävän kestoa, voisi sen tehdä koko ryhmälle kerralla.

### **Movendos palaute ryhmäominaisuuksiin 26.2.2016**

Ryhmäominaisuudet, kuten ryhmätehtävien muokkaus kerralla, ryhmätapaamiset, ryhmätason etenemisen seuranta ovat työlistalla. Toteutusaika on auki, mutta asia on tiedostettu ja priorisoitu.

#### **7.2.5 Tietoon liittyvät asiat**

Taysissa nousi esiin kysymyksiä tiedosta. Potilastietolain kannalta on tärkeää tietää kuinka kauan tiedot säilyvät mCoachissa ja tarkempaa tietoa tietosuojasta.

### *E1., E2. Valmennettavan tai potilaan tietojen export tai integraatio.*

Taysissa kohtalaisen suureksi ongelmaksi ulkopuolisen palvelun käytössä nousi esiin tuplatyö asiakastietojen kirjauksessa, sillä tiedot käynnistä on joka tapauksessa kirjattava sairaalan omaan potilastietojärjestelmään lain vaatimuksesta. Tuplatyö voitaisiin välttää kokonaisvaltaisella tietojen exportilla, jonka voi liittää sairaalan potilasjärjestelmään, tai järjestelmien integraatiolla. Koska terveydenhuollon järjestelmät ovat hyvin fragmentoituneita, integraatio pitäisi tehdä joka järjestelmään erikseen aiheuttaen kohtuuttomasti työtä, joten tästä syystä suosittelen exporttia.

### *E3. Pääseekö asiakas näkemään oman tilinsä valmennuksen jälkeen?*

#### **Movendos palaute 26.2.2016**

Valmennettava pääsee näkemään tilinsä ja tiedot säilyvät siihen saakka, kunnes valmentaja poistaa valmennettavan käyttäjätiedot. Tietojen näkyminen ei edellytä valmennussuhdetta. Asiasta voidaan sopia valmentajan ja valmennettavan kesken. Movendos ei poista mitään tietoja palvelusta.

### *E4. Tietojen säilyminen ja tietosuoja?*

#### **Movendos palaute 26.2.2016**

Tietosuojadokumentti on tekeillä. Se voidaan antaa asiakkaalle. Viestintä ja valmennus sisältö on aina suojattu (SSL-suojaus). Palvelun suunnittelussa on huomioitu lääkintälaittevaatimukset. Ryhmävalmennuksessa jokaisen ryhmän jäsenen yksityisyys on suojattu. Ryhmän muut jäsenet eivät näe yksittäisen valmennettavan henkilökohtaisia tietoja.

#### **Movendos palaute 27.7.2016**

Tällä hetkellä mCoachista voidaan ottaa printtinä tai PDF-exporttina tietyn tehtävän yhteenvedo tai kaikki asiakkaan tiedot. PDF voitaisiin liittää sairaalan tai muun julkishallinnon edustajan järjestelmään.

## 7.2.6 Muut

### *F1. Konfiguroitava kysymyssetti*

mCoachissa voisi olla valmiita kysymyksiä, joista valmentaja voi konfiguroida ja tallentaa omia kysymyssettejä. Tätä asiaa pitäisi selvittää lisää oikeiden kontaktihenkilöiden kanssa. Huonona puolena tässä tutkimuksen tekijä näkee toiveiden moninaisuuden eli kuinka laajaksi valikoitavissa olevien kysymysten määrä nousisi ja olisiko se sitten enää selkeä ja käytettävä. Siksi toive kysymyssetistä jätetään vain tiedoksi Movendokselle.

### **Movendos palaute 27.7.2016**

Movendos on ottanut työlistalle prioriteetilla 1.

### *F2. Linkkikirjasto*

Kysyttäessä toiveista sairauksien osalta ehdotettiin tehtäväpohjiin perustasoista ohjeistusta, tai vaihtoehtoisesti linkkejä voimassaoleviin ravitsemusohjeisiin. Karppisen suosituksesta ravitsemuslinkit tulisi liittää aina Valtion ravitsemusneuvottelukunnan ravitsemussuositukseen. Sairaudet, jotka lisätiedon tarpeen osalta mainittiin, olivat kilpirauhasen vajaatoiminta, anoreksia ja yleisimmät elintapasairaudet. Koska ruokavalio-ohjeistukset ja rajoitukset ovat aina yksilöllisiä, ja ne ovat sairauksien yhteydessä pääosin lääkärin/ravitsemusterapeutin vastuulla, ei mCoachiin kannata lähteä tekemään omaa ohjeistusta. Linkkien lisääminen pohjiin tuntuu sekin haasteelliselta, koska ei voida tarkkaan tietää mitä kukin valmennettava tarvitsee. Mahdollinen ajatus voisi olla ”linkkikirjasto”. Linkkikirjastossa olisi koottuna linkkejä sairauksittain, joita valmentajat voisivat käydä poimimassa. Koska mCoachiin voi liittää linkkejä esimerkiksi MealMyDay-sovelluksesta ja valmentajien omia ohjeistuksia, tämän suhteen ei ehdoteta muita toimenpiteitä kuin linkkikirjaston harkinta. Linkkikirjaston haasteena olisi se, että linkit vanhenevat/muuttuvat ajoittain, jolloin niitä pitäisi seurata.

### **Movendos palaute 27.7.2016**

Movendos jättää tämän myöhemmäksi.



### *F3. Palvelun käyttöönotkokokemuksen arviointi*

User experience -teoriaosuudessa todettiin perustellusti, että tutkimus mCoach-palvelun käyttöönotkokokemuksesta, jos sellaista ei vielä ole, olisi se mielenkiintoinen lisä.

#### **Movendos palaute 27.7.2016**

Movendos on tehnyt havainnointimuotoista käyttäjätutkimusta vuonna 2013, kun palvelu julkaistiin. Sen jälkeen vastaavaa ei ole tehty. Keskusteltiin, että tämä olisi mielenkiintoinen tutkimus heti, kun Movendoksella on, tai päättää allokoida siihen resursseja.

### **7.3 Avoimeksi jäävät asiat**

Tässä luvussa esitetään ehdotukset, jotka on päätetty jättää harkintaan myöhempanä ajan-kohtana.

#### *G1. Kalorilaskenta valmentajan taustatyötä varten*

Usea valmentaja toivoi kalorilaskentaa tai ravintoaineyhteenvedoa ruokapäiväkirjan yhteyteen. Valmentaja laskee joka tapauksessa kalorit ruokapäiväkirjasta jonkun kalorilaskentapalvelun avulla. Yleisesti ottaen kalorien seuranta valmennettavan kanssa ei kuulu- nut Movendos-valmentajien valmennusmenetelmiin. Eräs valmentajista, kysyttäessä mitä palveluita olisi hyvä yhdistää Movendokseen, toivoi yhteyttä johonkin kalorilaskenta-ohjelmaan. Yksi valmentaja kertoi, että tällä hetkellä ruokapäiväkirjaan annetaan ohjeis- tus mCoachin kautta, mutta seuranta tehdään Kiloklubissa, jossa lasketaan kalorit (3 päi- vän ajanjaksolta lasketaan kalorit). Ehdotetaan varauksella kalorilaskentaa, koska sitä tehdään tälläkin hetkellä muiden palveluiden avulla. Lisäksi saattaa olla teknisesti haas- teellinen toteuttaa vs. hyöty. mCoach-palvelussa on tällä hetkellä mahdollisuus lisätä ate- ria kuvana. Kuva kertoo kokeneelle valmentajalle paljon.

## **Movendos palaute 26.2.2016**

Kalorilaskuri on ihan ymmärrettävä toive, mutta toistaiseksi arvio kaloreista on tuntunut riittävän etenkin, kun päiväkirjapohjaa käytetään vain muutama päivä. Kalorilaskenta on siis vähän eri tarkoitukseen, eikä nyt ole prioriteettilistalla. Ravintoaineyhteenvetokin kannattaisi toteuttaa jonkun kumppanin kautta, joten sitä ei kannata lähteä itse rakentamaan. Ei ole listalla.

### ***G2. Tehtäväpohjat***

Tehtäväpohjista kysyttiin haastatteluissa erikseen. Yksittäiset valmentajat ehdottivat uusia tehtäväpohjia. Toisaalta useammaltakin valmentajalta tuli palautetta siitä, tehtäväpohjia on liikaa. Kun tehtäväpohjia on paljon, valmentajat eivät ehdi tutustua niihin kaikkiin. Tehtäväpohjista tärkeiksi koettiin pääsääntöisesti ravinto ja liikunta-aiheiset pohjat. Valmiita pohjia ei kovinkaan usein käytetty sellaisenaan, vaan niitä omiin tarpeisiin. Tehtäväpohja-asiaa ehdotetaan käsiteltäväksi erikseen tämän tutkimuksen ulkopuolella, koska valmentajilla on jo nyt mahdollisuus luoda uusia tehtäväpohjia ja tallettaa ne itselleen. Poikkeuksena tähän nähdään aiemmin ehdotettu ateriarytmin seurantapohja.

**Onnistumispäiväkirja:** ”tee kerran viikon aikana” – ei liikuntasuoritus tai syötävä

**Stressioire tehtäväpohja:** Pohjaan voisi kirjata ylös oireet jolloin pitää reagoida ajoissa. (räätälöity stressitesti haasteellisille valmennettaville) tai vakiotesti.

**Hyvinvointipäiväkirja:** huoli, kiitollisuus, missä on hyvä, sähköinen työkalu.

## **Movendos palaute 26.2.2016**

Mittaamiseen tulee uusi oma osionsa jossa voi määrittää, mitä mitataan ja käyttää myös valmiita pohjia. Painonseurantatehtävä siirtyisi hiljalleen pois ja puntarointikin menisi sitten mittausosion kautta. Movendos on miettinyt jatkuvasti mihin suuntaan tehtäväpohjia viedään. Ajatuksena on ollut tehtäväalue ja sen edistymisen seuraaminen sovituin väliajoin. Esimerkkinä tästä voidaan mainita Cooperin testitulosten seuranta.

### *G3. Uusien aktiivisuusmittareiden integrointi*

Polar Loopin ja muiden suosituimpien aktiivisuusmittareiden integrointimahdollisuus.

#### **Movendos palaute 26.2.2016**

Fitbit ja Polar Loop ovat jo integroitavissa, mutta vain Movendoksen avustuksella. Yleisessä käytössä ominaisuus ei ainakaan vielä ole. Suunnon integraatiomahdollisuus on ollut esillä. Aktiivisuusmittareiden datasta Movendos on priorisoinut kolmen tyyppistä dataa: aktiivisuus (askeleet), liikuntasuoritukset ja unen seuranta. Näillä datoille on kyselyiden mukaan eniten käyttäjiä. Lisäpanostukset aktiivisuusmittareiden integrointiin eivät ole kehityslistan kärkipäässä.

#### **7.4 Jatkotutkimusaiheet**

Tutkimus vahvistaa aikaisempaa näkemystä siitä, että ensikokemuksella on merkittävä vaikutus mielikuvaan, joka käyttäjälle syntyy tuotteesta tai palvelusta. Jatkossa olisi mielenkiintoista tutkia tarkemmin mCoachin käytettävyyttä ensikokemuksen kautta havainnoivalla tutkimusmenetelmällä. Movendos voisi käyttää tuloksia omassa tuotekehityksessään. Lisäksi tutkimuksen löydöksiä voitaisiin peilata User experience -teoriaan, jolloin ne joko lisäävät siihen jotain uutta, vahvistavat tai ovat mahdollisesti tukematta teoriaa joiltakin osin.

## 8 POHDINTA

Päädyin tämän työn aiheeseen, kun yhdistin opintojeni pääaineen palveluiden kehittämisen työhistoriaani digitaalisten tiedonhallintaratkaisuiden kehittäjänä. Lisäksi henkilökohtainen harrastukseni ja mielenkiintoni ravitsemukseen ja hyvinvointiin tukivat aihevalintaa. Minulla oli onnea saada opinnäytetyön aihe Movendos Oy:ltä, vaikka työskentelin tuohon aikaan Microsoftilla. mCoach palveluun perehtyminen antoi paljon lisäarvoa opintojen sisältöön koko opintojen ajan. Samalla pääsin tutustumaan kokonaisvaltaisesti pieneen ja ketterään digitaalista palvelua tuottavaan yritykseen.

Työn kohde oli aluksi määritetty liian laajasti, mikä onkin tyypillistä opinnäytetyön tavoitteiden määrittämisessä. Työn edetessä ja oman ymmärrykseni syvetessä se tarkentui, ja teoreettinen pohja muuttui asiakasarvosta käyttäjäkokemukseksi. Tutkimuskysymysten ja tutkimuskohteiden monipuolisuus aiheutti paljon mietintää työn rakennetta ajatellen. Haasteena oli pitää työ yhtenäisenä ja selkeänä kokonaisuutena, joka johdattaa lukijan loogisella tavalla alusta loppuun.

Tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää, minkälaisia erityistarpeita ravitsemusammattilaisilla ja ravitsemusta painottavilla hyvinvointivalmentajilla on mCoach-palvelulle. Toisena päätavoitteena oli tutkia mCoachin käytettävyyttä. Kaikissa asiakassektoreissa haasteellisin asia oli hektinen toimintaympäristö, jonka huomioiminen on jatkossakin erittäin tärkeää palvelua kehitettäessä. Toisena haasteena oli ajan löytäminen etävalmennukselle. Yksityiset valmentajat voivat muuttaa toimintamallejaan helpommin, jolloin heidän on helpompi ottaa käyttöön mCoachin kaltainen etävalmennuspalvelu. Julkisella sektorilla ja yksityisillä terveysasemilla toimintamalleista pitää sen sijaan neuvotella ja sopia.

Palautteiden perusteella mCoachin käytettävyys oli jo valmiiksi erinomaisella tasolla. Siitä huolimatta työn tuloksien uutuusarvo Movendokselle oli merkittävä, koska heillä ei ole ollut aiemmin aikaa tutkia ravitsemussektoria. Vaikka he ovat jatkuvassa kontaktissa asiakkaiden kanssa, heillä ei ole ollut resursseja tehdä näin kokonaisvaltaista ja kattavaa kyselyä. Tutkimus tuotti useita ehdotuksia parannuksista ja uusista ominaisuuksista mCoachin nykyrakenteeseen. Tutkimustulosten vaikuttavuusarvoa lisää se, että Moven-

dos oli tahollaan tunnistanut osittain samoja parannustavoitteita. Työn tuloksia käytettävyyssparannuksista alettiin hyödyntää heti haastattelututkimusten jälkeen talvella 2016. Tuloksia käytiin läpi yhdessä talvella 2016 ja uudelleen kesällä 2016.

mCoach-palvelusta löytyi yhtymäkohtia käytettävyysteoriaan useissa kohdissa. Toisaalta tutkimus auttoi validoimaan, että käytettävyyssmenetelmiä oli hyödynnetty palvelua kehitettäessä. Palvelusta löytyi käytettävyyden eri komponentteja, kuten tunne-, elämäntapa-, ja aistikomponentit. Palvelun suunnittelussa oli käytetty käytettävyyden kehitysmenetelmiä, jatkokehityksen suhteen kuunneltiin asiakasta, ja parannuksia tehtiin ketterästi. Lisää yhtymäkohtia on kuvattu viidennessä ”user experience” -luvussa. Parannusehdotukset perustuivat myös käytettävyyden teorioihin ja tieteelliseen tutkimukseen, kuten käyttöönoton tutkiminen ja Gentile ym. tunnekomponentin korostaminen erilaisten viestintäkeinojen avulla.

Tutkimus tuotti Movendokselle uutta tietoa myös ravitsemusammattilaisten toimipaikoista ja menetelmistä, sekä niiden asettamista vaatimuksista ja toiveista palvelulle. Movendos jatkaa keskustelua Taysin ravitsemusterapeuttien kanssa. Benchmarking-osuudessa tunnistettiin ravitsemukseen liittyvien digitaalisten palveluiden viimeisimpiä trendejä, jotka auttavat Movendosta priorisoinnissa.

Tutkimus eteni lähes suunnitelmien mukaan välietappien kautta lopputulokseen. Työ- ja elämäntilanteen muutokset elämässäni vaikuttivat aikatauluun hidastaen sitä muutamalla kuukaudella. Isoimmat välietapit työssä olivat haastattelut, joiden sopimisessa ja pitämisessä meni aikaa. Osa haastatteluista tehtiin kasvokkain, osa puhelimitse. Kaikissa haastatteluissa keskustelun annettiin virrata melko vapaasti samalla huolehtien, että haastattelukysymyksiin saatiin vastaus. Näin saatiin arvokasta ja syvällistä lisätietoa siitä huolimatta, että laadullisesta luonteesta johtuen työn tulokset eivät ole tilastollisesti merkittäviä. Toinen iso etappi oli teorian ja tutkimustulosten yhdistäminen ja työn lopullinen koostaminen. Positiivista haastetta aiheutti myös digi- ja etävalmennuksesta löytyvä runsas empiirinen materiaali, joka puhui etävalmennuksen vaikuttavuuden puolesta.

Näillä ajatuksilla luovutan työn eteenpäin kiittäen henkilöitä jotka ovat matkan varrella antaneet palautetta ja kommentteja, sekä Movendosta, joka mahdollisti tämän mielenkiintoisen aiheen.

## LÄHTEET

Anhalt Niels 2013. User Experience vs. Customer Experience same, same but different. P. UXcamp 2013, Berlin.

<http://www.slideshare.net/nielsa/user-experience-vs-customer-experience-same-but-different> Luettu 19.6.2016

A UX Maturity Model for Introducing User Experience into the Corporate Culture. Macadamian.com. Luettu 5.7.2016.

<http://www.macadamian.com/resources-ux-design-software-development/introducing-ux-into-corporate-culture/>

Behavioral health coaching for rural-living older adults with diabetes and depression: an open pilot of the HOPE Study. US National Library of Medicine National Institutes of Health 2012. Luettu 22.6.2016.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3542105/>

Benchmarking- ja edelläkävijäanalyysit ennakoinnin perusmenetelmänä. Kansallinen ennakoitiverkosto. 2010. Luettu 28.6.2016.

<http://foresight.fi/benchmarking-ja-edellakavijaanalyysit-ennakoinnin-perusmenetelmana/>

Benchmarking. Laatuokeskus. 2002. Luettu 28.6.2016.

<http://web.archive.org/web/20071007032415/http://www.laatuokeskus.fi/content/Area727/Ajankohtaista/Tietoa%20benchmarkingista.pdf>

Borg, Patrik. 2012. Wellness. Habakuk ITC.

Callahan, D. The WHO definition of health 1973. Hastings Center Studies, 77 – 87.

Cockburn, Alistair. 2001. Writing Effective Use Cases. Upper Saddle River, N.J.

Cohn, Mike. 2009. User Stories Applied: For Agile Software Development. Indiana. USA.

Covassin, T., McNamara, J., Stearne, D. & Swalm, R. 2008. Online Weight Training. Journal of Strength and Conditioning Research, 22, 4, p. 1164 – 1168

Digitaalisen työhyvinvointipalvelun pilotoinnin opit. Tervettä bisnestä. Sitran selvityksiä 108. Sitra. 2015. Luettu 13.7.2016.

<https://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksia108.pdf>

Emotional Signature 2013. Beyond Philosophy. Luettu 2.7.2016.

<https://beyondphilosophy.com/cx-services/emotional-signature/>

Evidence-Based User Experience Research. Nielsen Norman Group. Luettu 18.6.2016.

<https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>

EY Megatrendit vuodelle 2015. EY. 2015. Luettu 14.8.2016.

[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatrends-report-2015/\\$FILE/ey-megatrends-report-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatrends-report-2015/$FILE/ey-megatrends-report-2015.pdf)

Farshchi, H. R., Taylor, M. A., & Macdonald, I. A. 2003. Regular meal frequency creates more appropriate insulin sensitivity and lipid profiles compared with irregular meal frequency in healthy lean women. *European Journal of Clinical Nutrition* (2004) 58, 1071 – 1077. Luettu 2.7.2016.

<http://www.nature.com/ejcn/journal/v58/n7/full/1601935a.html>

Fatsecret www-palvelu. Luettu 2.7.2016.

<http://www.fatsecret.fi/Default.aspx?pa=m>

First impressions matter – the importance of great visual design. Peep Laja. *Conversionxl.com*. Luettu 3.7.2016.

<http://conversionxl.com/first-impressions-matter-the-importance-of-great-visual-design/>

Fitfarm.fi. Luettu 22.6.2016.

<http://www.fitfarm.fi/>

Eriksson Ulf, 2012. Functional vs Non Functional Requirements. Luettu 15.8.2016.

<http://reqtest.com/requirements-blog/functional-vs-non-functional-requirements/>

Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. 2007. How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25 (5), 395 – 410.

Havainnointi eli observointi. Jyväskylän yliopisto. Luettu 28.9.2016.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineistonhankintamenetelmat/havainnointi-eli-observointi-osallistuminen-ja-kenttaetyoe>

Haynes, R. B., McDonald, H. P., and Garg, A. X. 2002. Helping patients follow prescribed treatment. *JAMA: the journal of the American Medical Association* 288, 22, 2880 – 2883.

Here's How I Can Tell If Someone Read My Email. RE: Email tracking, once the purview of salespeople, is going mainstream. *BuzzFeedNews* article. 2007. Luettu 14.7.2016.

[https://www.buzzfeed.com/carolineodonovan/heres-how-i-can-tell-if-someone-read-my-email?utm\\_term=.qug4MkPVE#.tfJ8zw0ZL](https://www.buzzfeed.com/carolineodonovan/heres-how-i-can-tell-if-someone-read-my-email?utm_term=.qug4MkPVE#.tfJ8zw0ZL)

Hiekkanen A. 2013. Terveysvalmennusta tukevan SaaS-palvelun liiketoimintamalli ja hinnoittelustrategia. Tampereen teknillinen yliopisto. Pro Gradu -tutkielma. Luettu 21.6.2016.

[http://www.tut.fi/fi/tietoa-yliopistosta/laitokset/signaalinkasittely/tutkimus/Julkaisut/julkaisu/index.htm?id=eJxT-KyxNLaq0TUnWS0ksSVU1TIEyMjA0UdJ29HPRVkrJLMjJz80sqVRNNIZNM0O-KemSmZmcn5qXmqRo5Q4Uc80pKMqHskNSistTK4rLEnNzUvLzS4pJE-JQAglR\\_D&cat=diplomity%C3%B6](http://www.tut.fi/fi/tietoa-yliopistosta/laitokset/signaalinkasittely/tutkimus/Julkaisut/julkaisu/index.htm?id=eJxT-KyxNLaq0TUnWS0ksSVU1TIEyMjA0UdJ29HPRVkrJLMjJz80sqVRNNIZNM0O-KemSmZmcn5qXmqRo5Q4Uc80pKMqHskNSistTK4rLEnNzUvLzS4pJE-JQAglR_D&cat=diplomity%C3%B6)

Holstila, Anna-Leena; Helakorpi, Satu; Uutela, Antti 2012. Eläkeikäisen väestön terveyskäyttäytyminen ja terveys keväällä 2011 ja niiden muutokset 1993-2011 - Health

Behaviour and Health among the Finnish Elderly, Spring 2011, with Trends 1993 2011. THL. Luettu 2.7.2016.

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-245-716-5>

How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer. European Management Journal, Vol. 25, No. 5, pp. 395 – 410, October 2007. Luettu 1.2.2016.

[https://www.academia.edu/574662/How\\_to\\_Sustain\\_the\\_Customer\\_Experience\\_An\\_Overview\\_of\\_Experience\\_Components\\_that\\_Co-create\\_Value\\_With\\_the\\_Customer](https://www.academia.edu/574662/How_to_Sustain_the_Customer_Experience_An_Overview_of_Experience_Components_that_Co-create_Value_With_the_Customer)

Hyvinvointi korostuu: Trendit vuodesta 2014 eteenpäin. Sitra 2015. Luettu 4.4.2016

<http://www.sitra.fi/uutiset/megatrendit/sitran-trendit-hyvinvointi-korostuu>

Lindström JI, Peltonen M, Eriksson JG, Ilanne-Parikka P, Aunola S, Keinänen-Kiukkaanniemi S, Uusitupa M & Tuomilehto J; Finnish Diabetes Prevention Study (DPS). Improved lifestyle and decreased diabetes risk over 13 years: long-term follow-up of the randomised Finnish Diabetes Pre-vention Study (DPS). Diabetologia. 2013 Feb;56(2):284-93. doi: 10.1007/s00125-012-2752-5. Epub 2012 Oct 24.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23093136>

Jesse James Garret, P. 2011. The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond. United States.

Karjalainen, A. 2002: Mitä benchmarking –arviointi on? Verkkodokumentti. Luettu 5.10.2009.

[www oulu.fi/w5w/benchmarking/bm.RTF](http://www oulu.fi/w5w/benchmarking/bm.RTF)

Karlöf, B. 2003. Ota oppia parhaista. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kasanen, E., Lukka, K. & Siitonen, A. (1993) The Constructive Approach in Management Accounting Research, Journal of Management Accounting Research, Vol.5, p.241 – 264.

Kiloklubi www-palvelu. Luettu 2.7.2016.

<http://kiloklubi.fi/>

Koskinen I. & Batterbee K. & Mattelmäki T. 2003. Empathic Design, User Experience in Product Design. Edita Publishing Ltd.

Käypä hoito. Duodecim. Luettu 12.9.2016.

<http://www.kaypahoito.fi/web/kh/etusivu>

Käyttökokemus ratkaisee verkossa. Sometek.fi. 2015.Luettu 3.7.2016. <http://sometek.fi/kayttokokemus-ratkaisee-verkossa/>

Etnoteam Finland. 2013. Käyttäjäkeskeisten tuotekehitysmenetelmien perusteet. Offline Course Material.

Laki terveydenhuollon ammattihenkilöistä. Finlex. Luettu 29.8.2016.

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19940559>



LaSalle, D., & Britton, T.A., 2003. Priceless: Turning ordinary products into extraordinary experiences. Boston: Harvard Business School Press.

Liiketoimintasuunnitelma. Movendos Oy. 2013, 4.

Lindsröm J. Prevention of type 2 diabetes with lifestyle intervention - emphasis on dietary composition and identification of high-risk individuals. Doctoral dissertation University of Helsinki 2006

<http://ethesis.helsinki.fi/julkaisut/laa/kansa/vk/lindstrom/preventi.pdf>

Lukka Kari 2001. Konstruktiivinen tutkimusote. Luettu 28.1.2011.

[www.metodix.com](http://www.metodix.com)

Lukka K. & Tuomela T.-S. 1998. Testattuja ratkaisuja liikkeenjohdollisiin ongelmiin: konstruktiivinen tutkimusote. Yritystalous, Vol. 4, pp. 23 – 9.

Lähtevätkö kilot kännykällä? Luvassa datasadetta ja mutukuuroja – illan tullen selkenevää. Sitra blogit. Sitra. 2016. Luettu 16.7.2016.

<http://www.sitra.fi/blogi/luvassa-datasadetta-ja-mutukuuroja-illan-tullen-selkenevaa>

Lähtevätkö kilot kännykällä. Yle.fi 2016. Artikkel. Luettu 8.7.2016.

<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/01/04/lahtevatko-kilot-kannykalla-vertailussa-kolme-sovellusta-kolmelle-eri>

MealMyDay www-palvelu. Luettu 2.7.2016

<https://www.mealmyday.com/en>

Mealtracker www-palvelu. Luettu 2.7.2016

<http://www2.mealtracker.fi/>

Innolink Research Oy. Movendos Oy potentiaaliset asiakkaat, tutkimus. 2013.

Innokylä. Palvelupolku. Luettu 12.9.2016.

<https://www.innokyla.fi/web/malli111607>

Movendos.com. Luettu 1.7.2016.

<http://www.movendos.com/>

MoveOn Hyvinvintivalmennus 2016. SenioriVerkko, RAY, Kuntoutuksen edistämisyhdistys Key ry, Movendos, Myllypuron palvelukeskus. 2015. Luettu 3.7.2016.

[http://materials.movendos.com/movendos\\_tapatumajanne\\_H%C3%A4rk%C3%B6nen\\_14.4.2016.pdf](http://materials.movendos.com/movendos_tapatumajanne_H%C3%A4rk%C3%B6nen_14.4.2016.pdf)

Nuutinen Maria, Käyttäjäkokeemuksesta kilpailuvaltti B2B-teollisuudelle. Fimecc, VTT, Numero 1. Luettu 19.6.2016.

[https://issuu.com/vttfinland/docs/ux\\_booklet\\_1\\_finnish\\_f0eac5b6c8cc6f](https://issuu.com/vttfinland/docs/ux_booklet_1_finnish_f0eac5b6c8cc6f)

OECD Health Data. OECD. Tech. rep., EU, 2012.

Ojasalo, K. & Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Osuuskunta VitaMiinat tarjoaa ravitsemusterapiaa kunnille ja yksityisille. OT-lehti 2016. Luettu 5.7.2016.

<http://otlehti.pellervo.fi/2016/02/26/1359/>

Pratt, Andy, Nunes, Jason. 2012. Interactive Design: An Introduction to the Theory and Application of User-centered Design. Flexibound.

Quesenbery Whitney. Quesenbery's 5Es. Luettu 1.7.2016.

<http://www.wqusability.com/articles/getting-started.html>

Valtion ravitsemusneuvottelukunta: Ravitsemussuositukset. Luettu 26.6.2016.

<http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/portal/fi/ravitsemussuositukset/>

[Helsingin Yliopisto](http://www.helsinki.fi/elintarvike-ja-ymparistotieteiden-laitos), Elintarvike- ja ympäristötieteiden laitos. Ravitsemustiede. 2006.

Luettu 10.9.2016.

<http://www.helsinki.fi/elintarvike-ja-ymparisto/opiskelijaksi/ravitsemustiede.html>

Schmitt, B. 1999. Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate to your company and brands. The Free Press. New York, NY.

Shaw, C., 2014. Unlocking the Hidden Customer Experience: Short stories of remarkable practises that ensure success.

Shaw, C., 2016. An amazing experience: personalize your CV today! Luettu 2.7.2016.

<https://beyondphilosophy.com/amazing-experience-personalize-cx-today/>

Shaw, C., & Ivens, J., 2005. Building great customer experiences, Palgrave Macmillan. New York, USA.

Solomon, Michael R., Bamossy, Gary, Askegaard, Prof Soren H. 2009. Consumer Behaviour: A European Perspective. 4th (fourth) Edition.

Sulamo beta www-palvelu. Entinen Kalorilaskuri. Luettu 2.7.2016

<https://www.sulamo.fi/>

Suomalaisen aikuisväestön terveystietäytyminen. THL 2015. Väestötutkimukset. Luettu: 4.4.2016.

<https://www.thl.fi/fi/tutkimus-ja-asiantuntijatyo/vaestotutkimukset/suomalaisen-aikuisvaeston-terveyskayttaytyminen-ja-terveys-avtk>

Tays www-sivut, ravitsemusterapia. Luettu 5.7.2016.

<http://www.tays.fi/fi-FI/Palvelut/Ravitsemusterapia>

Terveystalo www-sivut, asiantuntijat. Luettu 5.7.2016.

<https://www.terveystalo.com/fi/References/Specialist/?Specialist=19385&Name=Katja-Karppinen>

Terveyttä ja hyvinvointia lasta odottaville perheille. THL. Luettu 4.4.2016.

<https://www.thl.fi/fi/tutkimus-ja-asiantuntijatyo/hankkeet-ja-ohjelmat/hyvinvointia-perheille/terveytta-ja-hyvinvointia-lasta-odottaville-perheille>

Tomlin, G., 2009. The 5 Models of Corporate User Experience Culture. Luettu 4.7.2016. <http://www.usefulness.com/the-5-models-of-corporate-user-experience-culture/>

Tulevaisuus tapahtuu nyt. Sitran megatrendit 2016. Sitra 2016. Luettu 4.4.2016. [https://www.sitra.fi/julkaisut/Muut/Megatrendit\\_2016.pdf](https://www.sitra.fi/julkaisut/Muut/Megatrendit_2016.pdf)

Tuomilehto J, Lindström J, Eriksson JG, Valle TT, Hämäläinen H, Ilanne-Parikka P, Keinänen-Kiukaanniemi S, Laakso M, Louheranta A, Rastas M, Salminen V, Uusitupa M. N Engl J Med. 2001 May 3;344(18):1343-50. Prevention of type 2 diabetes mellitus by changes in lifestyle among subjects with impaired glucose tolerance. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11333990>

User Experience at the University of Oregon. Oregon University. Luettu 19.6.2016. <http://blogs.uoregon.edu/uxuo/>

Using personas in web design. Adpearance.com. 2012. Luettu 26.7.2016. <http://adpearance.com/blog/using-personas-in-web-design>

Vinkkejä viisaisiin valintoihin. Ravitsemusneuvottelukunta. Luettu 4.4.2016. <http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/portal/fi/vinkkejä+viisaisiin+valintoihin/li-saa+ravitsemustietoa/>

Visual Appeal vs. Usability: Which One Influences User Perceptions of a Website More? Software Usability Research Laboratory. 2009. Luettu 3.7.2016. <http://usabilitynews.org/visual-appeal-vs-usability-which-one-influences-user-perceptions-of-a-website-more/>

VitaMiinat.fi Luettu 5.7.2016. <http://www.vitamiinat.fi/index.htm>

Vuorijärvi, A. & Boedeker, M. (toim.) 2007. Miten osoittaa osaamista opinnäytetyötekstissä 6. Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö kehittämiskohteena. Käytännön kokemuksia ja perusteltuja puheenvuoroja. Kalevaprint Oy. Oulu.

Walden, S & Janevska, K. Emotional Signature® (ES) - The role of emotions in Customer Experience. White Paper. Luettu 26.7.2016. <https://www.beyondphilosophy.com/wp-content/uploads/2011/10/Emotional-Signature.pdf>

World Health Organisation. Luettu 5.7.2016. <http://www.who.int/about/mission/en/>

**LITTEET**

## **Liite 1. Haastattelukysymykset**

1 (2)

### **Valmentajien kysymykset (ennen mCoachin käyttöä)**

1. Kuinka pitkiä valmennusprojektit ovat, ja kuinka usein tapaatte?
2. Mihin valmennus keskittyy (ravinto, ravinto ja liikunta ym), missä suhteessa näitä käsitellään?
3. Mitkä ovat yleisimmät syyt ravitsemusvalmennukseen? Sairauden hoito/elämäntapamuutos/laihdutus?
4. Jos syynä on sairaus, mikä/mitkä?
5. Tyypillisen asiakkaan sukupuoli/ikä?
6. Mitä erityispiirteitä eri sairauksien kanssa pitää huomioida valmennuksessa?
7. Kuvaa prosessi ravitsemusvalmennuksen aloittamisesta ja asiakkaan tarpeen kartoittamisesta?
8. Kuinka etenette tarpeen kartoittamisen jälkeen?
9. Mitä menetelmiä valmentaja on käyttänyt valmennukseen? (ravintopäiväkirja/va-lokuvat ym.)?
10. Mitä sähköisiä ratkaisuja on käyttänyt/kokeillut?
11. Mitkä ovat nykytoimintamallissa suurimmat haasteet joihin kaipaisi sähköisiä työkaluja avuksi (korvaamaan sähköposti ym.)?
12. Onko tuttu Meal My Day tuttu, tai oletko käyttänyt sitä?

### **Valmentajien kysymykset mCoachin käyttämisen jälkeen**

13. Mitkä ominaisuudet on kokenut hyväksi?
14. Mitä ominaisuuksia kaipaat lisää?
15. Mitkä ovat kokemukset kännykkäsovelluksesta?
16. Millaisia yhteenvetoja valmentaja haluaa ravitsemusta koskevista tiedoista?
17. Mitkä ko. tiedoista ovat hyödyllisimpiä/tärkeimpiä valmentajan työssä?
18. Mitä tehtäväpohjia olet käyttänyt mCoachista, esim. ruokapäiväkirja, vyötärönym-pärys?
19. Mitä tehtäväpohjia sisällöllä olet käyttänyt mCoachista, esim. alkoholi, mieliala ym.?

## 2 (2)

20. Puuttuuko joku tehtäväpohja?
21. Onko tarvetta kirjata vointia, esim. virkeämpi ja jaksavampi, kun syö terveellisemmin?
22. Onko erityistarpeita ohjelman räätälöintiin, esimerkiksi tietyn sairauden vuoksi, tai ravitsemusvalmennukseen liittyvien asioiden vuoksi, esim.
  - valmista tietoa ravintoaineista, ruokasuosituksia, esim. terveellinen ateria arkeen?
  - perus ravitsemusasiat, kuten verensokerin vaikutukset nälän tunteeseen ym?
  - perustietoa yleiseen sairauteen liittyvästä ruokavaliosta?
  - laihdutusleikkauksen jälkeisiä ohjeita?
  - Reseptejä? Reseptikirjasto?
23. Onko ravitsemukseen liittyviä mittareita, joita voisi linkittää numeerisiin tavoitteisiin ja niiden seurantaan mCoachin sisällä? Mitä erityisesti?
24. Mitä palveluita haluaisit yhdistettävän mCoachiin
25. Onko ryhmäkeskusteluominaisuus käytössä, mitkä ovat hyödyt ja mistä keskustellaan? Mistä asioista voitaisiin keskustella? Vai onko ryhmäkeskustelu enemmän yleistä keskinäistä kannustamista?
26. Onko mCoach tehostanut ja/tai parantanut valmennustyötäsi?
27. Kuinka monella asiakkaalla käytit Movendos-valmennusta?