

ASKELIA ATELJEEN PALVELUPOLULLA

Kansallismuseon työpajatilan palvelumuotoilu



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Lahdensivu, ohjaustoiminnan artonomi AMK

kevät 2017

Sanna-Maaria Tornivaara

Ohjaustoiminnan artonomi AMK
Lahdensivu

Tekijä	Sanna-Maaria Tornivaara	Vuosi 2017
Työn nimi	Askelia Ateljeen palvelupolulla	
Työn ohjaaja	Jana Vyborna-Turunen	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyössä kehitettiin Kansallismuseon työpajatila Ateljeeta palvelumuotoilun menetelmin. Työssä luotiin tilalle ja siellä tapahtuvalle toiminnalle muusta museovierailusta erottuvaa asiakaskokemusta ja omaa ilmettä.

Palvelumuotoilu on lähestymistapa, jossa palvelutuotetta kehitetään lähtökohtana asiakkaiden kokemukset ja tarpeet. Asiakkaiden emootioista, motivaatiosta ja kokemuksesta kerätään syvää laadullista tietoa etnografiasta peräisin olevin menetelmin. Tässä opinnäytetyössä asiakastietoa kerättiin pääasiassa havainnoimalla ja haastatteluilla. Kerätyn tiedon käsitteellistämisen ja visualisoinnin kautta mallinnetaan palveluprototyyppejä.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi kehittämiskäsikirja, joka sisältää työkalupaletin Ateljeen toiminnan kehittämiseksi. Asiakastiedon pohjalta mallinnettiin *kolme elementtiä*, joiden ympärille voidaan rakentaa Ateljeelle erottuvaa asiakaskokemusta: katse, ääni ja teko. Ateljeen *palvelupolku* erittelee ne kohtaamispisteet, joista asiakkaan palvelukokemus koostuu. Viisi *kävijäpersoonaa* kuvaavat erilaisia motivaatiotekijöitä ja käyttäytymismalleja ja tuovat konkretiaa palvelupolkuajatteluun. Kehittämiskäsikirja sisältää myös tarinallisuuteen perustuvan ehdotuksen tilan *visuaalisen ilmeen* kehittämiseksi.

Avainsanat Palvelumuotoilu, museo, yleisötyö, palvelupolku, kävijäpersoonat

Sivut 42 sivua, joista liitteitä 24 sivua

Bachelor of Culture and Arts (Degree Programme in Crafts and Recreation)

Lahdensivu

Author Sanna-Maaria Tornivaara **Year** 2017

Subject Steps along the customer journey at Ateljee

Supervisor Jana Vyborna-Turunen

ABSTRACT

This Bachelor's thesis aimed to develop the workshop space Ateljee in the Finnish National Museum by means of service design. The aim was to create a signature customer experience, look and feel to the space and the functions taking place there.

Service design is a framework that focuses on the customers' experiences and needs, and uses them as the basis of service development and innovation. Using ethnographical methodology, the designer collects in-depth, qualitative information on customers' emotions, motivations and experiences. In this thesis, observation and interview were the main methods used for collecting customer data. The data is then conceptualized and visualized, and used to create and test service prototypes.

The outcome of the work is a development handbook, including several tools for the museum to use in their further service development. Based on customer data, *three elements* were found that differentiate the Ateljee experience from the usual museum customer experience: look, sound, and action. *Customer journey* is a visual tool to describe the meeting points the customer experience is shaped by. Five *customer personas* depict different motivation and reaction types, and bring a concrete element to the customer journey. The method of storification was used to create a visual identity for the Ateljee, which is also introduced in the handbook.

Keywords Service design, museum, audience development, customer journey, customer personas

Pages 42 pages including appendices 24 pages

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Kansallismuseon Ateljee	1
1.2	Kehittämiskysymykset.....	3
2	MUSEOIDEN YLEISÖTYÖ	3
2.1	Yleisötyön muodot	4
2.2	Yleisötyö Kansallismuseossa	5
3	PALVELUMUOTOILU	6
3.1	Palvelupolku, profiilit ja persoonat	7
3.2	Palvelumuotoilun prosessi ja tuotokset.....	8
4	KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTUS.....	9
4.1	Tiedonkeruu	10
4.2	Erilainen museokokemus	11
4.3	Palvelupolun viisi jaksoa.....	12
4.4	Profiilien ja persoonien luonti	12
4.5	Persoonat palvelupolulla.....	13
4.6	Tarinallisuus tilan kehittämisen lähtökohtana.....	14
5	PALVELUMUOTOILU YLEISÖTYÖN KEHITTÄMISVÄLINEENÄ	15
5.1	Tekemisen tuntua ja omaa ilmettä	15
5.2	Kehittämistyö jatkossa	16
	LÄHTEET	17

Liitteet

- Liite 1 Askelia Ateljeen palvelupolulla -kehittämiskäsikirja
Liite 2 Kooste havainnointi-, haastattelu- ja benchmarking-aineistosta

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä kehitän Kansallismuseon Ateljee-tilassa tapahtuvaa yleisötyötä. Mielenkiintoni aihepiiriin nousee kiinnostuksesta museotoimijoihin ja ohjaustoiminnan näkökulmasta erityisesti museoiden yleisötyöhön. Toisaalta näin mahdollisuuden hyödyntää työssä opintojen aikana hankittua palvelumuotoilun osaamistani ja kehittää asiakaslähtöisiä työmenetelmiä.

Työni lähestyy ohjaustoiminnan kenttää kahdesta suunnasta. Toimintaympäristönä museoiden yleisötyö on yksi ohjaustoiminnan areenoista: osallistavaa ja toiminnallista työskentelyä asiakasryhmien kanssa. Palvelumuotoilu puolestaan ottaa lähtökohdaksi asiakastarpeiden tunnistamisen ja niihin vastaamisen, mikä on yksi ohjaustoiminnan peruslähtökohdista. Palvelumuotoiluprosessiin kuuluvat myös toiminnalliset ja luovat työtavat osana tiedonkeruu- ja muotoiluprosessia.

Opinnäytetyöni on tyypiltään ensisijaisesti toiminnallinen. Se kehittää tilaajaorganisaation toimintaa, ja työni tulokset kootaan konkreettiseen työkaluun, kehittämiskäsikirjaan, jota museo voi hyödyntää Ateljeen ja siellä tapahtuvan toiminnan kehittämisessä jatkossa.

Työni toimintaympäristö on museoiden yleisötyö, jota kuvaan luvussa kaksi. Luvussa kolme esittelen palvelumuotoilun periaatteita ja käsitteistöä. Luvussa neljä kuvaan tiedonhankinta- ja muotoiluprosessin etene- mistä sekä esittelen kehittämistyöni tuloksen, kehittämiskäsikirjan, joka on opinnäytetyöni liitteenä. Luku viisi sisältää johtopäätöksiä ja pohdintaa.

1.1 Kansallismuseon Ateljee

Työni tilaajana toimii Kansallismuseo, valtakunnallinen kulttuurihistoriallinen museo, jonka toiminnasta vastaa Museovirasto. Toimintaa määrittää museolaki, jonka mukaan museotoiminnan tavoitteena on ylläpitää ja lisätä kansalaisten tietoutta kulttuuristaan, historiastaan ja ympäristöstään. Museo nähdään yhteiskuntaa palvelevana instituutiona, jonka tulee toimia vuorovaikutuksessa yhteisönsä kanssa. (Suomen museoliitto 2004, 24.)

Ateljee on Kansallismuseon toisessa kerroksessa sijaitseva huone, joka on hiljattain erotettu toiminnalliseksi tilaksi museon yleisötyön käyttöön. Tilassa järjestetään työpajatoimintaa, kursseja ja luentotilaisuuksia eri kohderyhmille – niin lapsiryhmille kuin aikuisille. Tilaa käytetään myös vuokrattavana kokous- ja juhlatilana, mikä tuottaa omia rajoitteitaan tilan si- sustukselle ja käytölle.

Tilan näyttävimmät elementit ovat korkeat ikkunat Mannerheimintielle (kuva 1) sekä kullanvärinen katosta lattiaan ulottuva samettiverho sivuseinällä (kuva 2). Tilaan mahtuu istumaan noin viisikymmentä henkilöä, ja se on kalustettu liikuteltavilla pöydillä ja tuoleilla. Tilassa on vesipiste, vitriini-kaappi vastakkaisella seinällä ja jonkin verran varastotilaa verhon sekä ovien takana. Käytössä on suurehko liikuteltava tv-ruutu ja videotykki sekä mahdollisuus käyttää kannettavaa äänentoistojärjestelmää, mutta ei kiinteää av-välineistöä.

Tavoite työhön nousi Kansallismuseon tarpeista: tilaan toivottiin enemmän ”tekemisen tuntua”, rentoutta ja omaa, helposti lähestyttävää ilmettä erotuksena yleisestä Kansallismuseon kävijäkokemuksesta. Toiveena oli nostaa ja selkeyttää tilan profiilia yleisötyön tilana ja vahvistaa työpajatoiminnan ensisijaisuutta suhteessa vuokraustoimintaan.



Kuva 1. Renessanssitaidemenetelmien kurssi Ateljeessa. Ikkunat Mannerheimintielle.



Kuva 2. Renessanssitaidemenetelmien kurssi Ateljeessa. Ovi käytävälle, kultainen verho ja vesipiste.

1.2 Kehittämiskysymykset

Kehittämiskysymykseni muotoutuivat ensimmäisissä keskusteluissa museon edustajien kanssa.

Kehittämiskysymykset muotoiltiin seuraavasti:

- Miten tilaan saadaan tekemisen tuntua?
- Millaisilla elementeillä tilalle ja työpajatoiminnalle luodaan omaa ilmettä?
- Miten pajan toiminta linkittyy osaksi museokokonaisuutta?
- Miten saadaan vahvistettua työpajatoiminnan ensisijaisuutta tilassa?

Rajasimme yhteisestä päätöksestä työni asetelmaa niin, että en käsittele tilassa tapahtuvien työpajojen sisältöä tai käsikirjoitusta, vaan tavoitteenani on kehittää työpajatoiminnan yleisiä puitteita ja toimintatapoja.

Työskentelyn edetessä tehtiin lisää tarkennuksia: työni ensisijainen fokus ei olisi sisustuksen ja fyysisen ympäristön kehittämisessä, vaan asiakaskokemuksessa ja sen tarkastelemisessa erilaisten käyttäjien näkökulmasta. Keskustelimme myös syventymisestä johonkin tiettyyn asiakassegmenttiin kuten koululaisiin, mutta tilaajan toiveena oli yleisemmän tason tarkastelu huomioiden mahdollisimman laajasti eri asiakaskohderyhmiä.

2 MUSEOIDEN YLEISÖTYÖ

Yleisötyö on osa museoiden, taide- ja kulttuurilaitosten toimintaa. Yleisötyölle on kirjallisuudessa sekä sitä toteuttavissa laitoksissa monenlaisia määritelmiä ja toteuttamismuotoja. Yleisesti on kuitenkin aina kyse laitoksen perustehtävän toteuttamista tukevista prosesseista, jotka kiinnittävät yleisön huomion palveluihin tai opettavat kulttuuripalvelujen käyttämistä ja kuluttamista. Tavoitteena on tukea näyttelyiden sisältöä elämyksellisen ja kokemuksellisen oppimisen kautta ja siten mahdollistaa ihmisen kasvu ja oppiminen järkeä, tunteita ja fysiikkaa koskettavien kokonaisvaltaisten elämysten kautta. Tarkoituksena on asettaa ihmiset uudenvälisiin tilanteisiin, jotka vahvistavat yhteishenkeä ja kommunikointikykyä. (Suomen museoliitto 2004, 133.)

Yleisötyö käsitteenä on Suomen kontekstissa verrattain nuori, mutta jonkinlaista yleisötyötä on tehty monissa laitoksissa jo vuosikymmenten ajan. Työpajatoiminnalla on pitkät perinteet, ja monella museolla yleisötyö on määritelty osaksi laitoksen toimintaa jo sen perustamisesta lähtien. (Sivonen 2015, 25–27, 59.)

Sorjonen (2015, 16–17) viittaa Kawashiman (2000; 2006) yleisötyötyyppien luokitteluun. Kawashima erottaa yleisötyöstä neljä eri tyyppiä: *Kulttuuriin osallistaminen* on yleisötyötä, jolla on sosiaalipoliittinen luonne ja tavoitteena oikaista tiettyjen ryhmien aliedustusta. *Laajennettu markkinointi* on yleisötyötä, jonka tavoitteena on löytää uutta potentiaalista yleisöä. *Maun kehittäminen* kohdistuu nykyisiin asiakkaisiin, tavoitteena kehittää heidän makuaan ja asiantuntemustaan esimerkiksi tutustuttamalla heitä uusiin taidelajeihin. *Yleisökasvatus* puolestaan pyrkii syventämään nykyisten asiakkaiden ymmärrystä ja nautintoa siitä aiheesta, jota se parhaillaan kuluttaa.

Yleisötyö on tapa palvella yleisöä monipuolisemmin ja kokonaisvaltaisemmin kuin pelkästään kulttuuripalveluiden vastaanottajana. Oleellista yleisötyössä on toiminnallisuus, osallistavuus ja vuorovaikutuksellisuus. Yleisötyössä ollaan siirtymässä yhä enemmän opettamisesta osallistamiseen. Yleisötyö nähdään myös kulttuurilaitoksen toiminnan kehittämisen ja palvelutteen keruun välineenä. (Sivonen 2015, 38, 46, 63.)

Ohjaustoiminnan tavoitteena on asiakkaan hyvinvoinnin edistäminen ja osallistumisen mahdollistaminen joko kasvatuksellisesta tai kuntoutuksellisesta viitekehuksesta. Ohjaustoiminnan menetelminä ovat erilaiset kulttuuriset ja toiminnalliset työtavat, ja oleellista on asiakastarpeiden aito huomioiminen, osallisuus ja dialogi. (Anttila ym. n.d., 1–2.) Näin ollen voidaan todeta, että yleisötyön ja ohjaustoiminnan määritelmät ovat melko yhtenevät: yleisötyö on ohjaustoiminnallisen työn toteuttamista museoympäristössä. Kawashiman luokittelun yleisötyötyypit edustavat lähtökohdiltaan pedagogistavoitteista ohjaustoimintaa, joskin varsinkin kulttuuriin osallistamisella voidaan nähdä olevan yhtymäkohtia terapeutistavoitteeseen ohjaustoimintaan.

2.1 Yleisötyön muodot

Yleisötyön muodot vaihtelevat työpajoista ja luennoista asiakasraateihin tai laitoksen ulkopuolelle suuntautuviin yhteisöllisiin hankkeisiin (Sorjonen 2015, 16–22). Myös työskentelyn tavoitteellisuus vaihtelee; esimerkiksi työpajoissa voi olla tavoitteena oppia hyvinkin yksityiskohtaisia tietoja tai taitoja, tai sitten matalan kynnyksen periaatteella kokeilla uusia asioita ilman konkreettista päämäärää (Sivonen 2015, 59). Yleisötyö voidaan asemoida kulttuurilaitoksessa niin varsinaista ydintä täydentäväksi lisäpalveluksi kuin itsenäiseksi tuotteeksi, jota kehitetään erillisenä toimintona ydin- ja lisäpalveluineen ja josta voidaan esimerkiksi periä maksu (Sorjonen 2015, 22).

Yleisötyöhön voidaan laskea esimerkiksi näyttelyopastukset ja näyttelyiden tukimateriaalit sekä ryhmävierailut. Voidaan nähdä myös, että yleisötyö, viestintä, myynti ja markkinointi muodostavat toisiaan tukevan kokonaisuuden, jonka yhteisenä tavoitteena on tehdä toiminnasta helpommin lähestyttävää ja houkutella uusia yleisöjä. Yleisötyön määrittelyn rajoja

haastavat esimerkiksi yhteisötaidehankkeet, joilla on omia, laitoksen tavoitteista erillisiä taiteellisia tai yhteiskunnallisia päämääriä. (Sivonen 2015, 25–27, 40.)

Asiakkaille museovierailu vertautuu yhä enemmän muihin vapaa-aika-, matkailu- ja elämyspalveluiden tarjoajiin, mikä on tuonut museoille kasvavan paineen elämyksellisyyden lisäämiseen ja kulttuuripalveluiden tuoteistamiseen. Museoiden näkökulmasta haasteena on tarjonnan liiallinen viihteellistyminen ja irtoaminen museon pedagogisista ja sivistyksellisistä tavoitteista. (Suomen museoliitto 2004, 26, 58.)

2.2 Yleisötyö Kansallismuseossa

Kansallismuseon yleisötyön tyypillisiä muotoja ovat kurssit, luennot ja muut näyttelyiden teemaan liittyvät tapahtumat, avoimet ja tilauksesta järjestettävät työpajat sekä yhteistyöprojektit, kuten tutkimusjaksolleni osunut villaintarsiatyön ennallistus. Yleisötyötä kehitetään jatkuvasti, huomioiden toiminnan rajalliset työvoima- ja taloudelliset resurssit. Yleisötyössä toimii kolme kokopäiväistä työntekijää, siviilipalvelusmies sekä freelancer-oppaita. Yleisötyön taloudellisena tavoitteena on kattaa omat kulunsa, ei tuottaa voittoa. Budjetin rajallisuus näkyy esimerkiksi kierrätysmateriaalien käyttönä. (Kallinen ja Korhonen 2016, Kostiainen 2016.)

Yleisötyötä tarjotaan muuallakin kuin tämän työn tarkastelussa olevassa Ateljeessa: museon näyttelytiloissa, muissa kokoustiloissa, museon pihalla sekä yhä enenevässä määrin muualla kuin museon tiloissa, esimerkiksi koulu- ja laitospöytätiloilla. Lapsille ja perheille on suunnattu toiminnallinen näyttelytila Verstaas museon ylimmässä kerroksessa. (Kallinen ja Korhonen 2016.)

Lisäksi museo vuokraa kokous- ja juhlatiloja yritysten ja yhteisöjen käyttöön. Vuokraustoiminta on museon varainhankinnan kannalta merkittävää. Museon tiloissa järjestetään esimerkiksi kokouksia, seminaareja, lanseeraustilaisuuksia ja illallisjuhlia. Sesonkiaikoja ovat kevät maaliskuulta joulukuuhun sekä syys-marraskuu, jolloin kokousvieraita saattaa olla museossa päivittäin. Kokouspakettiin kuuluu pääsy museon näyttelyihin ja maksullisena lisäpalveluna näyttelyopastus. Jopa 90 prosenttia kokousvieraita hyödyntää mahdollisuutta yhdistää kokoukseensa museovierailu. (Ernrooth-Jokinen ja Nisonen 2016.)

Vuokraustoiminnan lisäksi yleisötyöhön linkittyviä museon toimintoja ovat museon markkinointi ja viestintä, myymälät ja kahvilat sekä näyttelytoiminta. Esitänkin työssäni joitain kehitysehdotuksia markkinointiin ja viestintään sekä Ateljeen ja näyttelytoiminnan yhteistoiminnan kehittämiseen liittyen.

3 PALVELUMUOTOILU

Valitsin kehittämistyöni viitekehukseksi palvelumuotoilun. Palvelumuotoilu tarkoittaa palvelutuotteen suunnittelu- tai kehittämisprosessia, jossa lähtökohdaksi otetaan asiakkaiden tarpeet. Palvelumuotoilu lähtee inhimillisen toiminnan kokonaisvaltaisesta ymmärtämisestä. Asiakasymmärryksen pohjalta voidaan tuottaa uusia palveluinnovaatioita ja kehittää vanhoja. (Miettinen, Raulo ja Ruuska 2011, 13–14.)

Palvelumuotoiluprosessissa kerätään eri menetelmillä syvää asiakasymmärrystä – tietoa asiakaskunnan käyttäytymisestä, motiiveista, ajattelutavoista ja tunne-elämyksistä. Palvelumuotoilija pyrkii tarjoamaan ratkaisun asiakkaan ongelmaan, joka saattaa olla tiedostamaton. Tyypillistä palvelumuotoiluprosessille on asiakkaiden ottaminen mukaan suunnittelutyöhön sekä kevyiden prototyyppien nopea tuottaminen ja testaaminen, sekä siltä pohjalta jatkuvan kehittämisen ajatus. (Miettinen 2011, 31–38.)

Kuten fyysisille esineille, palvelulle voidaan määrittää ja muotoilla ominaisuuksia, arvoja ja merkityksiä. Tavoitteena on määritellä asiakkaan käyttäjäkokemus ja sitä kautta ne elementit, joista tunnistettava palvelu koostuu. Palvelutuotannossa on kyse vuorovaikutuksesta asiakkaan ja palveluntuottajan välillä – palvelumuotoilu pyrkii tunnistamaan ja kehittämään tähän rajapintaan liittyviä tekijöitä. (Koivisto 2011, 43, 49–51.)

Palvelumuotoilu on sukua tuotteistamisen käsitteelle: myös palvelun tuotteistamisprosessissa on oleellista tunnistaa asiakkaalle lisäarvoa tuovia tekijöitä ja löytää palvelutuotteelle erottavia tekijöitä kilpailevaan tarjontaan nähden. Tuotteistamis- tai palvelumuotoilutyössä pyritään kuvaamaan ja vakioimaan palvelun elementtejä niin, että palvelun markkinointi asiakkaalle helpottuu, asiakkaan päätöksenteko helpottuu ja hänen kokemansa riski palvelun hankinnasta pienenee. Tuotteistamisen näkökulmasta pyritään myös varmistamaan, että palvelutuote on taloudellisesti kannattava ja selkeästi hinnoiteltu. (Parantainen 2008, 38–39.)

Yksi onnistuneen tuotteistamisen merkki on monistettavuus – aivan kuten konkreettisten esineiden muotoilussa, myös palvelutuotteissa tasaisuus on merkittävä laatutekijä (Parantainen 2008, 13). Muutenkin palvelumuotoilu tai palveluiden tuotteistaminen muistuttaa monelta osin esineiden ja fyysisten tuotteiden muotoilua. Yhtä lailla molemmissa pohditaan, millaisia mielikuvia tuote herättää. Miltä se tuntuu, tuoksuu tai kuulostaa? Mikä sen nimi on? Miten se paketoidaan? Mihin hintaan sitä on kannattavaa myydä?

Kattava tuotteistamisprosessi huomioi myös, miten tieto palvelusta tavoittaa asiakkaat. Miten siitä viestitään ja markkinoidaan? Miten palvelutuote myydään sisäisesti omalle henkilöstölle?

Oleellista on suunnittelun käyttäjälähtöisyys ja syvän tiedon kerääminen asiakkaan käyttäytymisestä, arvostuksista ja hänelle merkityksellisistä asioista. Asiakastiedon keruussa hyödynnetään etnografian menetelmiä: esimerkiksi havainnointia, haastattelua ja varjoasiointia. Myös niin sanotut innovatiiviset tai luovat menetelmät ovat tyyppillisiä tiedonkeruuvaiheelle. Aineistoa rikastetaan eri lähteistä saadulla tutkimus- ja tilastotiedolla tai kyselyillä, mutta pääpaino on laadullisessa tiedossa. (Hämäläinen, Vilka ja Miettinen 2011, 63–65.)

Asiakkaiden osallistuminen suunnittelutyöhön vaihtelee; joskus asiakkaat tai heistä kootut raadit osallistuvat kaikkeen suunnittelutyöhön ns. yhteissuunnittelun periaattein. Joskus heidän roolinsa on passiivisempi ja varsinaisen suunnittelutyön tekevät muotoilijat tai palvelua tuottavan tahon edustajat. (Miettinen 2011, 27.)

3.1 Palvelupolku, profiilit ja persoonat

Palvelupolku on tapa tarkastella palveluprosessia asiakkaan näkökulmasta. Kuluttaessaan palvelua asiakas liikkuu ajassa ja paikassa pitkin palvelupolkuja, joka koostuu asiakkaan kohtaamispaikoista palveluntarjoajan kanssa. Kohtaamispaikoita voi muotoilun keinoin tarkastella ja kehittää. Kohtaamispaikoiden muotoilussa huomioidaan moniaistisuus: kohtaamisen elementtejä ovat esimerkiksi fyysiset puitteet, tilanteessa hyödynnettävät artefaktit sekä asiakaspalvelun elementit kuten henkilökunnan käyttäytyminen ja pukeutuminen. (Koivisto 2011, 49–53.)

Palvelupolku alkaa jo ennen varsinaista palvelutapahtumaa – siihen kuuluu palvelun markkinointi, asiakkaan päätöksentekotilanne ja matka palvelun tapahtumapaikalle. Vastaavasti palvelupolku jatkuu palvelutapahtuman jälkeen: mitä aineellista ja aineetonta asiakas vie mukanaan palvelun jälkeen? Miten asiakkaaseen pidetään yhteyttä myöhemmin?

Asiakasyymmärryksen kartuttamisen vaiheessa kertyy valtava määrä aineistoa. Jotta laajaa dataa olisi helpompi hyödyntää varsinaisessa suunnittelutyössä, sitä käsitteellistetään eri välinein. Asiakastiedon pohjalta voidaan luoda esimerkiksi yleistettyjä asiakasprofieja, joihin on konkretisoitu erilaisia asiakkaiden motivaatioihin ja arvostuksiin liittyviä tekijöitä, joita aineistosta on noussut esiin. (Koivisto 2011, 59; Tammi ja Tikkanen 2017.)

Profiilissa kuvataan esimerkiksi asiakkaan käyttäytymistapoja, motivaatiotekijöitä ja suhdetta palveluun. Usein profiilien pohjalta laaditaan kuvitteellisia, hyvinkin yksityiskohtaisia henkilöihahmoja harrastuksineen ja elämäntilanteineen; tämä helpottaa profiilien hyödyntämistä palvelun kehittämisessä. Profiilit auttavat katsomaan palvelua erilaisten ihmisten näkökulmasta. (Tammi ja Tikkanen 2017; Ruuska 2013, 13; Koivisto 2011, 59.)

Profiilien tarkoituksena ei ole kuvata määrällisesti segmenttitietoa kuten asiakkaiden ikä- ja sukupuolijakaumaa tai koulutustaustaa. Kyse on enemmän yleisemmistä käyttäytymismalleista ja suhtautumistavoista. (Tammi ja Tikkanen 2017.)

Palvelumuotoilutoimisto Palmu Oy määrittelee profiilit ”kontekstiin sidotuiksi käyttäytymismalleiksi, jotka ohjaavat suunnittelua”. Palmun määritelmässä oleellista on kontekstisidonnaisuus: profiilit on aina laadittu tiettyyn ympäristöön ja tiettyyn kehittämishaasteeseen. Sama henkilö saattaa eri tilanteessa edustaa hyvinkin toisenlaista käyttäytymisprofiilia. (Tammi ja Tikkanen 2017.)

Palmun menetelmässä profiilien pohjaksi otetaan palvelun käyttöön liittyviä skenaarioita, joissa erilaiset käyttäytymismallit asettuvat janan eri ääripäihin: Palvelun käyttäjä voi esimerkiksi olla toiminnassaan hyvin itsenäinen tai hyvin sosiaalinen, tai perustella valintojaan rationaalisesti tai emotionaalisesti. Skenaarioiden ja janojen määrittely tehdään jokaisessa kehityshankkeessa erikseen ja ne pohjaavat esimerkiksi haastattelujen ja havainnoinnin kautta saatuun asiakasymmärrykseen. Janoja yhdistelemällä löydetään tyyppillisiä käyttäjäprofiileja, jotka auttavat käsillä olevien suunnitteluhaasteiden ratkaisemisessa. (Tammi ja Tikkanen 2017.)

Tuloksena on nimetyt käyttäjäprofiilit, jotka sijoittuvat eri käyttäytymismallijanoilla eri kohtiin. Palmun mallissa profiileja ei jatketa käyttäjäpersooniksi saakka eli niille ei kirjoiteta kuvitteellisia henkilötietoja. Profiileista saatetaan kuitenkin piirtää esimerkiksi karikatyyrikuvat. (Tammi ja Tikkanen 2017.)

Juha Ruuska (2013) on tehnyt kävijäpersooniin perustuvaa palvelumuotoilua Suomen käsityön museolle. Ruuskan menetelmässä persoonat kuvaavat palvelun tyyppillistä asiakasta ja helpottavat asiakaskeskeistä suunnittelu- ja ideointiprosessia. Museon tapauksessa laadittiin kaksi profiilikuvausta, jotka muistuttivat asiakkaiden näkökulmista henkilöstön työpajatyöskentelyssä, jossa ideoitiin uusia palvelutuotteita.

Ruuskan menetelmässä profiileista laadittiin varsin laajat persoonakuvaukset ja hyödynnettiin vahvasti tarinallisuutta: Profiilin äänellä kirjoitettiin esittelyteksti ja tarinanomainen kuvaus persoonan käynnistä museossa. Myös Ruuska hyödyntää kuvallisuutta – palvelumuotoiluraporttia kuvitetaan sarjakuvilla ja piirroksilla, joissa kävijäprofiilit vierailevat museossa. (Ruuska 14–31.)

3.2 Palvelumuotoilun prosessi ja tuotokset

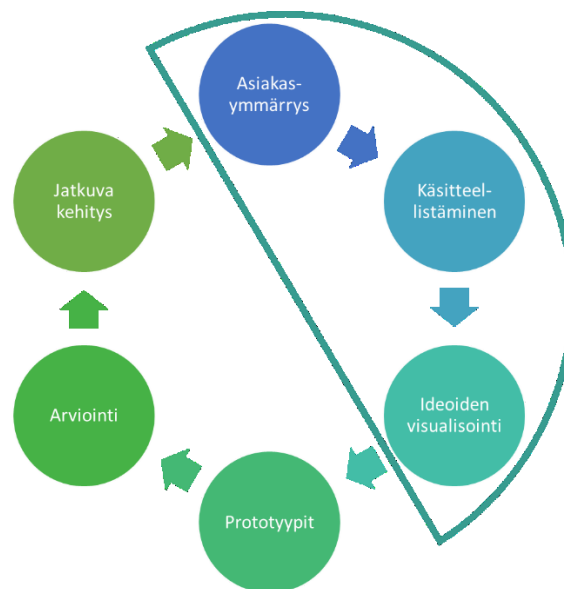
Asiakastiedon keräämisen ja käsitteellistämisen jälkeen palvelumuotoiluprosessissa edetään varsinaiseen muotoilu- ja konseptointityöhön. Tässä oleelliseen rooliin nousee muotoilijan tekemä innovointi ja luova työ, ja

myös intuitiolla on työssä suuri rooli. Palvelumuotoiluprosessi on ihannetapauksessa jatkuva prosessi: ideoista tuotetaan nopeita prototyyppijä, joita testataan asiakkailta ja kehitetään jatkuvasti saadun palautteen perusteella (Miettinen 2011, 32–38; Ruuska 2013, 5.)

Palvelumuotoiluprosessin konkreettiset tuotokset vaihtelevat projektista toiseen. Muotoilun tuloksena syntyy idean visualisoituja ratkaisuja kuten palvelupolun kuvauksia, asiakasprofiileja tai käsikirjoituksia. Tuotos voi hyödyntää visuaalisia esityksiä palvelun synnyttämistä emootioista ja arvonmuodostuksesta tai kuvauksia palveluun liittyvistä artefakteista ja kohtaamispaikoista. (Miettinen 2011, 32–38.)

Tuotosten visualisoinnissa ja konkretisoinnissa hyödynnetään usein tarinallisuutta. Palvelun tarinallistaminen on palvelun osien yhteen sitomista tarinan avulla. Palveluun käsikirjoitetulla tarinalla vahvistetaan asiakkaan tunnekokemusta. Tarinan juoni toimii myös palvelukokemuksen punaisena lankana. (Miettinen, Kalliomäki ja Ruuska 2011, 110–111.)

Tässä opinnäytetyössä rajaan tarkastelun palvelumuotoiluprosessin alkuvaiheisiin: tiedonhankintaan, sen käsitteellistämiseen ja visualisointiin sekä palvelua kehittäviä prototyyppien nopeaan hahmotteluun. Tulokset kokoan kehittämiskäsikirjaan. Prototyyppien vieminen käytäntöön, testaaminen ja jatkoehdyntäminen jäävät tilaajan vastuulle. (Kuva 3.)



Kuva 3. Palvelumuotoilun jatkuva prosessi ja opinnäytetyön rajaus

4 KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTUS

Tässä luvussa kuvaan kehittämistyön toteuttamista. Kerron aluksi käyttämäni tiedonkeruumenetelmistä ja sen jälkeen kuvaan keräämäni aineiston pohjalta tekemääni käsitteellistamis- ja muotoilutyötä.

Työni tuloksena syntyi kehittämiskäsikirja (Liite 1), joka sisältää palvelumuotoiluprosessissa syntyneet työkalut: asiakastiedon pohjalta syntyneet Ateljeekokemuksen elementit, palvelupolun erittelyyn, asiakasprofiilit sekä luonnostelman Ateljeen visuaalisen ilmeen kehittämistä.

4.1 Tiedonkeruu

Asiakastiedon keräämisessä hyödynsin havainnointi- ja haastattelumenetelmiä. Kävin havainnoimassa toimintaa yhteensä yhdeksässä tilaisuudessa Ateljeessä syksyllä 2016. Havainnoinnissa keskityin seuraamaan asiakkaiden toimintaa: Millainen palvelupolku muodostuu? Miten asiakkaat liikkuvat tilassa? Miten Ateljeetila toimii erilaisissa tilanteissa palvelun edessä? Millaisia kohtaamisia palvelun aikana syntyy asiakkaiden ja henkilökunnan välillä? Avoimissa yleisötapahtumissa osallistuin myös itse asiakkaan roolissa pajan työskentelyyn tai luennon seuraamiseen.

Museolta saadun ohjeistuksen mukaan en tarvinnut tiedonkeruuseeni tutkimuslupaa asiakkailta. Koululaisryhmien osalta pyysin luvan ryhmän seuraamiseen opettajilta. Maalaustekniikkakurssilla ja neulekahvilassa esittelin itseni aluksi ja kerroin opinnäytetyöstäni. Otin havainnoidessani jonkin verran valokuvia, mistä ilmoitin osallistujille ja tarjosin myös mahdollisuutta kieltäytyä kuvattavana olemisesta. Kukaan ei kieltäytynyt, mutta yhden opettajan kanssa sovimme, että en ota hänen ryhmästään edes omaan käyttööni kuvia, joista oppilaat ovat tunnistettavissa.

Havainnoinnin lisäksi hyödynsin tiedonkeruun menetelmänä haastattelua. Haastattelin niin toiminnan vetäjiä kuin asiakkaita. Vetäjien haastatteluissa keskityin ensisijaisesti käytännön kysymyksiin, kun taas asiakkailta selvitin mahdollisuuksien mukaan osallistumisen motivaatioon ja käyttäjäkokemukseen liittyviä tekijöitä. Asiakkaiden kanssa kävin läpi myös palvelupolun eri vaiheita markkinoinnista ja ostopäätöksestä palautteeseen saakka. Haastattelut toteutin hyvin löyhinä teemahaastatteluina, joissa haastattelutavan esiin nostamille asioille annettiin tilaa.

Sain käyttööni myös yhden koululaisryhmän vierailun jälkeen tekemän kirjallisen tehtävän, jossa oppilaat olivat muistelleet käyntiä ja antaneet siitä palautetta. Lisäksi täydensin aineistoa tutustumalla kolmen muun museon työpajatiloihin ja haastattelemalla niiden työntekijöitä. Kooste havainnointi- ja haastattelu- sekä benchmarking-aineistosta on opinnäytetyön liitteenä (Liite 2).

Kirjallista aineistoa edustivat Kansallismuseon kävijäkokemuksesta vuonna 2014 tehty opinnäytetyö (Piiroinen 2014) sekä museon yleisötilojen muu-

tos- ja kehittämissuunnitteluhankkeen yhteydessä laadittu palvelupolkuhahmotelma (KOKO3 2015), joka keskittyi erityisesti tilojen käyttötarkoituksien erittelyyn ja sisustussuunnitteluun.

Aineisto antoi kattavan kuvan tarkastelujaksolla Kansallismuseossa toteutuneesta yleisötyöstä. Havainnointiaineiston keruussa saavutin selkeän kylläntymispisteen, jossa laajemman aineiston kerääminen ei enää tuottanut lisätietoa.

Jos aikaa olisi ollut käytettävissä enemmän, aineistoa olisi voinut rikastaa esimerkiksi toiminnallisilla työskentelyillä tai laajemmalla kirjallisuus- tai benchmarking-aineistolla.

4.2 Erilainen museokokemus

Työni tavoitteena on rakentaa Ateljeekäynnille muusta museovierailusta erottuvaa kävijäkokemusta. Tässä hyödynsin havainnointi- ja haastatteluaineistostani nousevaa ymmärrystä museovieraiden kokemuksista. Pohjana olen käyttänyt myös Kansallismuseon kävijäkokemuksesta hiljattain tehtyä kuluttajatieteen maisteritutkielmaa (Piironen 2014), jonka löydökset tukevat omiani erittäin hyvin.

Piironen kuvaa työssään museotunnelmaa: harrasta, kiireetöntä ja juhlalista ilmapiiriä, johon asiakas astuu museoon tullessaan. Museotunnelma syntyy kaikuvista, rauhallisista äänistä, avarista tiloista ja juhlallisesta arkkitehtuurista. Museotunnelma heijastuu asiakkaiden käyttäytymisessä: liikkuminen on äänetöntä ja rauhallista, keskustelu vähäistä ja hiljaista museopuhetta, käytös hillittyä ja jopa pukeutuminen väritöntä ja siistiä. Piironen mukaan erityisesti lasten on vaikea mukautua museon käyttäytymiskoodistoon ja aikuiset kokevat velvollisuudekseen opettaa ja hillitä heitä. Tärkeää on häiritä muiden museovierailua mahdollisimman vähän, ”tekeytyä itse näkymättömäksi.” (Piironen 2014, 34–42.)

Oma havainnointini tukee tätä tulkintaa hyvin. Museon käyttäytymiskoodistossa korostuu etiketin tuntemus, rauhallisuus ja varovaisuus. Erityisesti tämä tuli näkyväksi koululaisryhmien vierailujen yhteydessä, kun ryhmän levottomuus ja hälinä haastoi hartaan museotunnelman.

Museoon tullaan oppimaan ja opiskelamaan – siispä kävijä liittyy vierailuun helposti kouluun liittyviä käyttäytymismalleja skeemoja kuten kuri ja hiljaisuus. Kansallismuseon kirkkoa muistuttava arkkitehtuuri tuo tilanteeseen myös kirkkoon ja jumalanpalvelukseen liittyviä konnotaatioita.

Ateljeen erottuvaa kävijäkokemusta voikin rakentaa rikkomalla tietoisesti museotunnelman elementtejä. Ateljeekokemusta kehittäessä huomioidaan moniaistisuus ja kokonaisvaltaisuus. Palveluelämystä rakennetaan paitsi visuaalisten elementtien, myös kuulo- ja tuntoaistin sekä vuorovaikutuksen elementein.

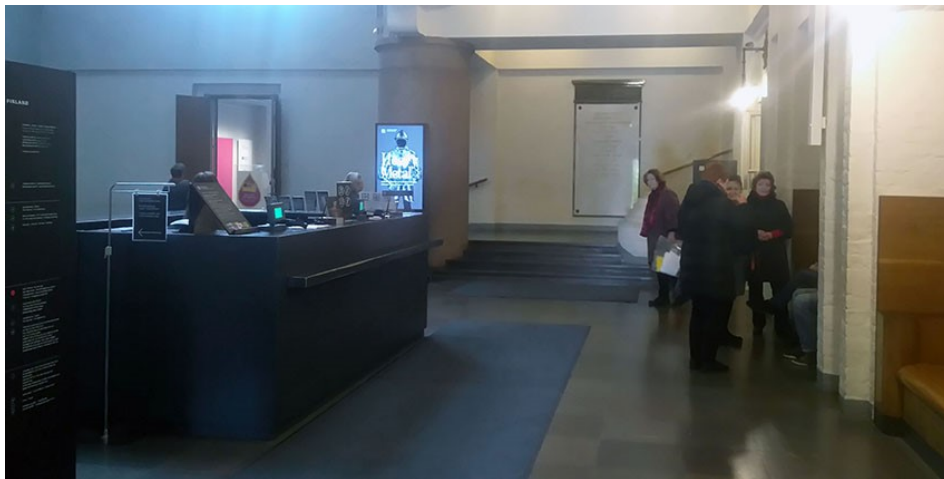
Ateljeekokemuksen erottuvat elementit on eritelty kehittämiskäsikirjan sivuilla 3–4.

4.3 Palvelupolun viisi jaksoa

Erotin Ateljeevierailun palvelupolusta viisi pääjaksoa: Ennen vierailua, saapuminen museoon, itse tapahtuma Ateljeessa, poistuminen sekä käynnin jälkeinen aika. Nämä vaiheet toistuvat jokaisessa museokäynnissä riippumatta siitä, tuleeko asiakas museoon ryhmän mukana vai itsenäisesti, ja millaisessa roolissa toisiinsa nähden ovat Ateljeessa tapahtuva toiminta ja museon muut palvelut kuten näyttelyihin tutustuminen.

Näihin kaikkiin vaiheisiin hahmottelin useampia kohtaamispisteitä, joita kehittämällä asiakaskokemusta voidaan vahvistaa. Erittelin kohtaamispisteiden toimintoja asiakkaan näkökulmasta ja esitin niihin liittyen yleisiä kehittämisehdotuksia museolle. Eri palvelupolun vaiheet ja kohtaamispisteet painottuvat eri tavoin erilaisissa asiakastilanteissa ja asiakasprofiileissa, mutta niihin liittyen löysin myös yleisempiä kehittämistarpeita. (Kuva 4.)

Palvelupolun vaiheet, kuhunkin vaiheeseen liittyvät kohtaamispisteet ja niistä nousevat kehittämistarpeet käydään läpi kehittämiskäsikirjan sivuilla 5–7.



Kuva 4. Museoon saapuminen. Kehityskohde: opasteita tai tietoa Ateljeen ohjelmasta ei ole selkeästi näkyvillä sisääntuloaulassa.

4.4 Profiilien ja persoonien luonti

Analysoin ja käsitteellistin asiakaskokemusta luomalla asiakaspersoonat. Loin tähän oman työtapani yhdistämällä Palmu Oy:n (2017) ja Juha Ruuskan (2013) tapoja esittää profiili- ja persoonatietoa: koen persoonalliset profiilihahmot hyväksi ja inspiroiviksi suunnittelun työkaluiksi, mutta pidin omani suppeampina ja hieman yleistasoisempina kuin Ruuskan tarinalliset

hahmot. Palmun työtavasta sovelsin käyttäytymismallijanoja, jotka konkretisoivat asiakasyymmärryksen hyödyntämistä profiilien laadinnassa ja tuovat profilointityöhön läpinäkyvyyttä.

Valitsin työhöni viisi eri käyttäytymismallijanaa aineistosta nousevien motivaatiotekijöiden ja käyttäytymismallien perusteella. Esimerkiksi Piironen (2014) kuvaa museota tarinoiden kertomisen ja jakamisen paikkana. Osalle kävijöistä sosiaalisuus ja tarinallisuus ovat tärkeä osa museokokemusta, tosin keskustelut käydään usein esimerkiksi museon kahvilassa tai muuten näyttelykokemuksesta erillään, jotta museotunnelma ei rikkoudu. Osalle vieraista taas museokokemus on hyvin yksilöllinen – muut asiakkaat saateen kokea jopa museokokemusta haittaavina tai häiritsevinä. Piironen myös havaitsi satunnaisten kävijöiden asettavan museokäynnille hyvin erilaisia odotuksia kuin vakituisen kävijän.

Piironen tunnistamat sosiaalisuuden ja yksilöllisyyden sekä vakikävijän ja satunnaisen kävijän ääripäät nousivat mukaan tarkasteluuni. Lisäksi erotin aineistostani profiilijanoja oppija – nauttija, harkitsija – heittäytyjä sekä katsoja – tekijä. Kuhunkin näistä liittyi selkeitä toimintatapojen, odotusten ja mieltymysten eroja vastapariin nähden. Näitä olen eritellyt kehittämiskäsikirjan sivulla 8.

Tarkastelin janoja eri tavoin yhdistellen: millainen on sosiaalinen harkitsija? Satunnainen tekijä-heittäytyjä? Erilaisia yhdistelmiä voi luoda loputtomasti, joten peilasin ehdotuksia jälleen aineistoon ja hahmottelin siltä pohjalta viisi eri kävijäprofiilia, joille löytyi selkeitä vastineita aineistosta.

Tämän jälkeen loin profiileista hahmot eli persoonat ja sijoitin heidät eri asiakassegmentteihin, sillä halusin kuvata myös sitä erilaisuutta, joka asiakaskunnassa nousee esimerkiksi elämäntilanteesta tai sen suhteen, onko asiakas museossa vapaa-ajalla vai esimerkiksi oppilasryhmän kanssa.

Tässä kohti tein valintoja: päätin esimerkiksi luoda kaikista profiileista aikuishahmot, sillä aikuiset ovat ne jotka tekevät päätöksen osallistumisesta. Koska profiilit kuvaavat yleisiä käyttäytymismalleja, ne ovat periaatteessa läsnä myös kaikissa asiakkaiden ikäryhmissä ja elämäntilanteissa. Persoonia voikin myöhempiin tarpeisiin luoda lisää joko saman käyttäytymisjanovalikoiman pohjalta tai sitä päivittäen.

4.5 Persoonat palvelupolulla

Seuraavaksi yhdistin hahmottelemani palvelupolun ja kävijäpersoonat: Asetin persoonat palvelupolulle ja pohdin, mitä eri persoonien näkökulmasta nousee esille. Mitä asioita juuri he arvostavat Ateljeevierailussa? Mikä heille on merkki laadukkaasta palvelusta? Miten juuri tämän persoonan kanssa viestitään - mistä hän hankkii tietoa ja miten päätöksentekoa voidaan helpottaa? Mitkä ovat kenellekin niitä kohtaamispisteitä, joihin

panostamalla palvelukokemusta voidaan tehokkaimmin kehittää? Mihin suuntaan palvelupolkua voitaisiin tämän persoonan kohdalla laajentaa?

Lopuksi palasin vielä määrittelemiini avainelementteihin: miten ne Ateljeessa näkyvät kullekin kävijäpersoonalle? Tästä pohdinnasta syntyi kehittämissuhteita, jotka voi nähdä testattavina ja edelleen kehitettävänä prototyyppeinä tai sellaisten alkuina.

Kävijäpersoonien esittely, persoonakohtaiset palvelupolut ja kehittämissuhteet sijaitsevat kehittämiskäsikirjan sivuilla 9–19.

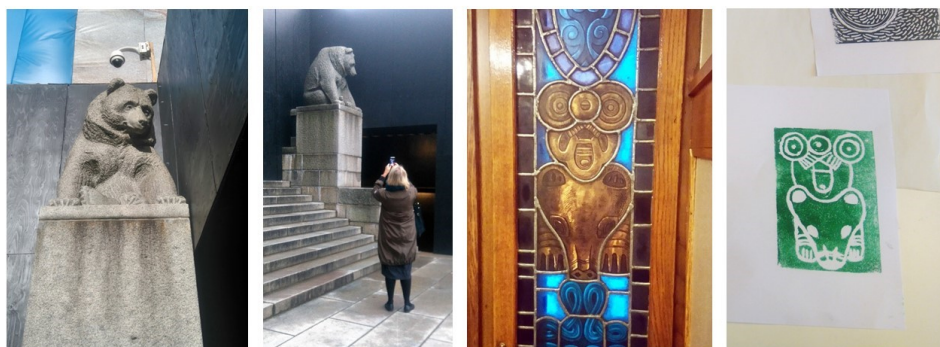
4.6 Tarinallisuus tilan kehittämisen lähtökohtana

Viimeisenä kokonaisuutena kokosin yhteen aineistosta nousseita tilaan liittyviä toiminnallisia kehittämideoita ja hahmottelin tilalle omaa visuaalista ilmettä. Visuaalisen ilmeen kehittäminen on tehokas tapa tuoda erottuvaa asiakaskokemusta konkreettisesti näkyväksi. Visuaalisia elementtejä voi myös hyödyntää eri vaiheissa palvelupolkua.

Tilan kehittämisessä hyödynsin tarinallisuutta. Palvelutuotteen tarinallistamisessa on oleellista ottaa lähtökohdaksi palveluntuottajan arvot: tarinan tulee pohjautua yrityksen brändiin (Miettinen, Kalliomäki ja Ruuska 2011, 111).

Luonteva lähtökohta Ateljeen tarinalle löytyi heti museon ulko-ovelta, jossa tulijaa tervehtii Suomen kansalliseläin, karhu. Ovella oleva patsas on Kansallismuseon tunnettu maamerkki. Patsas on tavallaan ensimmäinen museon henkilökuntaan kuuluva hahmo, jonka asiakas kohtaa. Karhuhahmo toistuu myös Ateljeeta lähestyessä portaikon lasimaalauksessa. Karhu on selkeästi tärkeä ja tunteita herättävä hahmo niin museon asiakkaille kuin työntekijöille: havainnointini aikana todistin niin patsasta valokuvaavia asiakkaita kuin työntekijää, joka valitsi karhuhahmon malliksi tehdessään kaiverruslaattaa. (Kuva 5.) Tästä karhuhahmosta kehittyi lopulta ehdotukseni Ateljeen tunnukseksi.

Ateljeen visuaalista ilmettä ja tilan kehittämistä karhunpesäksi käsitellen kehittämiskäsikirjan sivuilla 20–22.



Kuva 5. Karhu kulkee polulla mukana. Patsas ovella ja lasimaalaus painolaatan mallina.

5 PALVELUMUOTOILU YLEISÖTYÖN KEHITTÄMISVÄLINEENÄ

Lähestyin työssäni asettamiani kehittämiskysymyksiä palvelumuotoilun työtavoilla. Koin palvelumuotoilun erittäin hedelmällisenä viitekehyyksenä ja lähestymistapana kehittämistyöhön, sillä se auttoi pitämään asiakkaat kehittämisen keskiössä.

Museot eivät enää voi perustella olemassaoloaan pelkällä perinteen säilyttämisellä ja kansansivistystehtävällä. Niiden on yhä vahvemmin voitava lunastaa paikkansa yhteiskunnassa, julkisessa tilassa ja julkisten resurssien jaossa sillä, miten ne onnistuvat houkuttelemaan yleisöä ja vastaamaan yhteisön tarpeisiin. Samaan aikaan kilpailu ihmisten vapaa-ajasta on yhä kovempaa ja museoiden kanssa samalla kentällä kilpailevat lukemattomat elämys- ja viihdealan toimijat. Asiakkaiden tarpeiden tunteminen on siis museoille tulevaisuudessa yhä tärkeämpää.

Yleisötyössä on kysymys nimenomaan asiakaskokemuksen vahvistamisesta ja vuorovaikutuksellisuuden lisäämisestä; siksikin palvelumuotoilun ja yleisötyön ajattelutavat sopivat erittäin hyvin yhteen. Sorjonen (2015, 17) toteaa, että museon on reagoitava proaktiivisesti yleisön odotuksiin, myös niihin joita yleisö ei vielä kykene verbalisoimaan. Juuri näiden odotusten tunnistamiseen kävijäpersoonat ovat toimiva työkalu.

Kävijäpersoonia voi tarkastella myös Kawashiman yleisötyötyyppien kautta: Nina Neuleharrastajan ja Karita Kokousjärjestäjän voi nähdä uusina asiakkaina, joita tavoitellaan *laajennetun markkinoinnin* keinoin. Mirjami Museovieraan horisontteja voisi avata *maun kehittämisen* kautta, ja Riku Ryhmänohjaajan kanssa tehtävä yhteistyö on tyypillinen esimerkki *yleisökasvatuksesta*. Persoonissa ei ole suoraa esimerkkiä *kulttuuriin osallistamisesta* ja sosiaalipoliittistavoitteisesta työstä erityisryhmien kanssa, mutta toki näitä näkökulmia voi tuoda esimerkiksi pikkulapsiperheiden (Tiina Tapahtumakävijä), koululaisryhmien (Riku Ryhmänohjaaja) tai eläkeläisten (Mirjami Museovieras) kanssa tehtävään työhön tai luoda uusia, näitä kohderyhmiä kuvaavia käyttäjäpersoonia profiilijanojen pohjalta.

5.1 Tekemisen tuntua ja omaa ilmettä

Kokosin kehittämiskäsikirjaan keinoja, joilla tilaan saadaan tekemisen tuntua ja elementtejä, joilla luodaan tilalle ja työpajatoiminnalle omaa ilmettä. Kehittämisisideoissa tuodaan esille myös se näkökulma, miten työpajatoiminta linkitetään tiiviimmin osaksi museokokonaisuutta erilaisten

kävijöiden näkökulmista. Mielestäni onnistuin näiltä osin kehittämiskysymyksiin vastaamisessa hyvin ja menetelmävalintani onnistuivat. Sain tuoksista hyvää palautetta myös tilaajalta.

Vaikeimmin lähestyttävä kysymykseni liittyi työpajatoiminnan ensisijaisuuteen tilassa suhteessa vuokraustoimintaan. Tämän tavoitteen toteuttamisessa on pitkälti kyse museon sisäisistä käytännöistä esimerkiksi tilavarauksen suhteen, ja ne rajoutuivat tarkasteluni ulkopuolelle.

Toisaalta koen, että oma visuaalinen ilme, palvelupolku ja asiakaspersoonat antavat yleisötyölle välineitä pitää omia tarpeitaan esillä osana museon sisäistä työtapojen kehittämistä. Tuon kehittämiskäsikirjassa myös esille kokousvieraan palvelupolun ja esitän ideoita yleisötyön työtapojen hyödyntämisestä kokousvieraiden lisäpalveluina, mikä voi osaltaan auttaa purkamaan vastakkainasettelua ja löytämään yhteistyön mahdollisuuksia.

5.2 Kehittämistyö jatkossa

Koin, että asiakaskokemuksen ja asiakastarpeiden näkökulma oli hyvä asema minulle organisaation ulkopuolisena opinnäytetyön tekijänä: tarkastelun keskiössä eivät olleet museon sisäiset prosessit, vaan pystyin muotoilijana pysymään havainnoijan ja yleisön edustajan roolissa. Samoin ulkopuoliselle kehittäjälle oli helppo rajata työ koskemaan ainoastaan palvelumuotoiluprosessin alkuvaihetta. Kehittämisideoiden vieminen käytäntöön olisi vaatinut kohderyhmän rajaamista sekä museon osalta resursointia ja tiiviimpää osallistumista työskentelyyn.

Toisaalta tämä jätti työn tuloksellisuuden ilmaan: työni mahdollinen konkreettinen hyödyntäminen jää Kansallismuseon vastuulle, ja palvelumuotoiluprosessiin oleellisesti kuuluva prototyyppi ja jatkuvan palautteen ajatus jäi työssäni toteutumatta. Prototyypit ja käytännön kokeilut olisivat tuoneet minulle suunnittelijana arvokasta tietoa kehitysideoiden käyttökelpoisuudesta ja sopivuudesta museon toimintakulttuuriin sekä auttaneet kävijäpersoonien validoimisessa ja syventämisessä. Toivonkin, että minulla on jatkossa mahdollisuus osallistua sellaisiin palvelumuotoiluprosesseihin, joissa edetään suunnittelusta palvelutuotteen toteuttamiseen saakka.

Samoin aikataulusyistä rajattiin pois yhteissuunnittelu ja muut asiakkaita enemmän osallistavat työskentelytavat. Näiden työtapojen hyödyntäminen olisi tarjonnut myös mahdollisuuden hyödyntää ohjaustoiminnallisia luovia ja innovatiivisia menetelmiä tiedonkeruussa ja muotoilutyössä. Toivonkin, että mikäli museo vie esittämiäni prototyyppisiä käytäntöön, niitä kehitetään aidossa dialogissa asiakkaiden kanssa.

LÄHTEET

Anttila, A., O Kaurahalme, S., Kemppinen, H., Nurmi, M., Rantamaa, P., Siiponkoski, S. ja Yletyinen, H. (n.d.). Ohjaustoiminnan artenomi. Työn ja palveluiden kuvaus. Hämeen ammattikorkeakoulu, Ohjaustoiminnan artenomit – OTA ry. Haettu 22.4.2017 osoitteesta <http://www.hamk.fi/hakijalle/Documents/Tyonkuvaus.pdf>

Hämäläinen, K., Vilkka, H. ja Miettinen, S. (2011). Asiakasymmärryksen ja käyttäjätiedon hankkiminen. Teoksessa S. Miettinen (toim.) *Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 61–76.

Koivisto, M. (2011). Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Teoksessa S. Miettinen (toim.) *Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 42–59.

KOKO3 (2015). Kansallismuseon yleisötilojen muutos- ja kehittämishankkeen materiaali 9.9.2015. Tekijän hallussa.

Miettinen, S. (2011). Palvelumuotoilu – yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Teoksessa S. Miettinen (toim.) *Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 20–41.

Miettinen, S., Kalliomäki, A. ja Ruuska, J. (2011). Palvelun konseptointi. Teoksessa S. Miettinen (toim.) *Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 107–121.

Miettinen, S., Raulo, M. ja Ruuska, J. (2011). Johdanto. Teoksessa S. Miettinen (toim.) *Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy, 12–17.

Parantainen, J. (2008). *Tuotteistaminen. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä*. Helsinki: Talentum.

Piironen, J. (2014). *Hys! Nyt ollaan museossa – Museotunnelmasta elämyksiin*. Maisterintutkielma. Kuluttajaekonomian koulutusohjelma. Selvityksiä nro 80. Helsingin yliopisto. Haettu 10.11.2016 osoitteesta <http://www.helsinki.fi/taloustiede/Abs/Selv80.pdf>

Ruuska, J. (2013). *Muotoillaan elämyksiä ja palveluita*. Suomen käsityön museo. Haettu 10.11.2016 osoitteesta http://www.craftmuseum.fi/esitteet/Juha_Ruuska%20Muotoillaan_palveluja_ja_elamyksia.pdf

Sivonen, O. (2015). Yleisötyötä julkisesti tuetuissa taide- ja kulttuurilaitoksissa. Teoksessa H. Sorjonen ja O. Sivonen (toim.) *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus*. Cuporen verkkojulkaisuja 27. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö – CUPORE, 25–67. Haettu 16.4.2017 osoitteesta <http://www.cupore.fi/documents/Taide-jakulttuurilaitostenyleisotyomuodot17.4..pdf>

Sorjonen, H. (2015). Yleisötyön käsite, muodot ja tuloksellisuus. Teoksessa H. Sorjonen ja O. Sivonen (toim.) *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus*. Cuporen verkkojulkaisuja 27. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö – CUPORE, 15–24. Haettu 16.4.2017 osoitteesta <http://www.cupore.fi/documents/Taide-jakulttuurilaitostenyleisotyomuodot17.4..pdf>

Suomen museoliitto (2004). *Museo oppimisympäristönä*. Suomen museoliiton julkaisuja 54. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Tammi, M. ja Tikkanen, S. (2017). Profiilityöpaja. Palvelumuotoiluprosessin esittely, Palmu Oy 3.3.2017, Helsinki.

HAASTATTELUT

Ehrnrooth-Jokinen, Pepita ja Nisonen, Kirsi 2016. Haastattelu 21.11.2016. Helsinki: Kansallismuseo.

Kallinen, Eija ja Korhonen, Hanna 2016. Haastattelu 30.9.2016. Helsinki: Kansallismuseo.

Kostiainen, Ulla 2016. Haastattelu 26.10.2016. Helsinki: Kansallismuseo.



Askelia Ateljeen palvelupolulla

Kehittämiskäsikirja

Kansallismuseo

Kevät 2017

Sanna-Maaria Tornivaara

Hämeen ammattikorkeakoulu

Sisällysluettelo

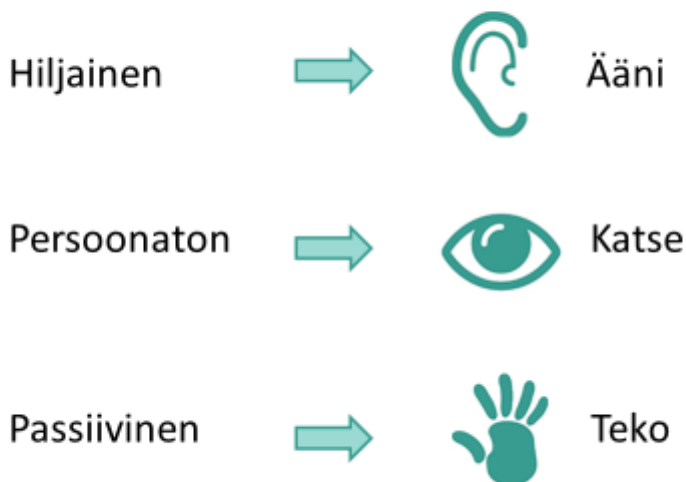
Erlainen museokokemus	3
Ääni	3
Katse	3
Teko	4
Palvelupolku	5
Ennen vierailua	5
Museoon saapuminen	6
Ateljeessa tapahtuva toiminta	6
Tilanteen päättäminen	7
Vierailun jälkeinen vaihe	7
Kävijäpersoonat	8
Tiina Tapahtumakävijä	9
Mirjami Museovieras	11
Nina Neuleharrastaja	13
Riku Ryhmänohjaaja	15
Karita Kokousjärjestäjä	17
Ateljeesta Karhunpesä	19
Tarinallisuus kehittämisen lähtökohtana	20

Erilainen museokokemus

Miten Ateljeekäynti erottuu muusta museokokemuksesta?

Ateljeen erottuvaa kävijäkokemusta rakennetaan rikkomalla tietoisesti museotunnelman elementtejä. Ateljeekokemusta kehittäessä huomioidaan moniaistisuus ja kokonaisvaltaisuus. Palveluelämystä rakennetaan paitsi visuaalisten elementtien, myös kuulo- ja tuntoaistin sekä vuorovaikutuksen elementtein.

Ateljeekokemuksen erottuvat elementit



Ääni

Museotunnelman vahvimpia elementtejä on kaikuva äänimaisema. Näyttelyissä puhutaan vain vähän ja hiljaisesti, eikä näyttelyihin juuri sisälly ääneen perustuvia elementtejä. Tilat ovat hallimaisia ja kaikuisia.

Ateljeekokemukseen rakennetaan aktiivisesti toisenlainen äänimaisema.

- Vähennetään kaikua sisustuselementeillä.
- Rohkaistaan keskusteluun ja äänen tuottamiseen Ateljeen toiminnoissa.
- Rakennetaan tapahtumiin äänimaisema luonnonäänillä tai musiikilla.
- Tuodaan tilaan pysyvä äänentoistolaitteisto.

Katse

Museovierailu on korostetun persoonaton. Museovieraaseen ei näyttelyssä oteta kontaktia lipunmyyntiä lukuun ottamatta. Asiakas voi jopa kulkea läpi koko näyttelyn tulematta henkilökohtaisesti huomioiduksi.

Ateljeessa asiakas huomioidaan henkilökohtaisesti. Asiakkaan tuottamia töitä arvostetaan.

- Jokaista avoimen pajan ovella käyvää tervehditään vähintään katseella ja hymyllä. Tila on järjestetty niin, että ihmisten selät eivät ole ovelle päin.
- Toiminnoissa korostetaan keskustelua, vuorovaikutuksellisuutta sekä tilanteen tietoista aloittamista ja lopettamista.

- Työpajoissa valmistuvia töitä arvostetaan: ohjaaja antaa palautetta, ja työt asetetaan esille kauniisti ja näyttävästi.
- Työpajatoimintaa tuodaan esille valokuvien kautta näyttelytiloissa ja sosiaalisessa mediassa.

Teko

Näyttelyvierailu ei edellytä asiakkaalta omakohtaista toimintaa, vaan sille on tyypillistä passiivinen vastaanottaminen. Esineisiin ei pääsääntöisesti saa koskea, eikä näyttelyissä ole kovin paljon toiminnan ja vuorovaikutuksen elementtejä.

Ateljeekokemukseen liittyy aina jokin fyysinen toiminto, joka vaatii asiakkaalta aktiivisuutta ja jättää muistijäljen.

- Rakennetaan Ateljeesta käsin tekemisen paikka, jossa ei tarvitse varoa: suojaukset, pesupaikat, esiliinat.
- Tuodaan pienimuotoisia valinnan ja toiminnan mahdollisuuksia myös silloin, kun itse toiminto on passiivinen (esimerkiksi luento): erilaisia istuinryhmiä tai tuolivaihtoehtoja, tekemistä käsille.
- Ateljeessa järjestettäviin kokouksiin kehitetään toiminnallisia lisäpalveluita.

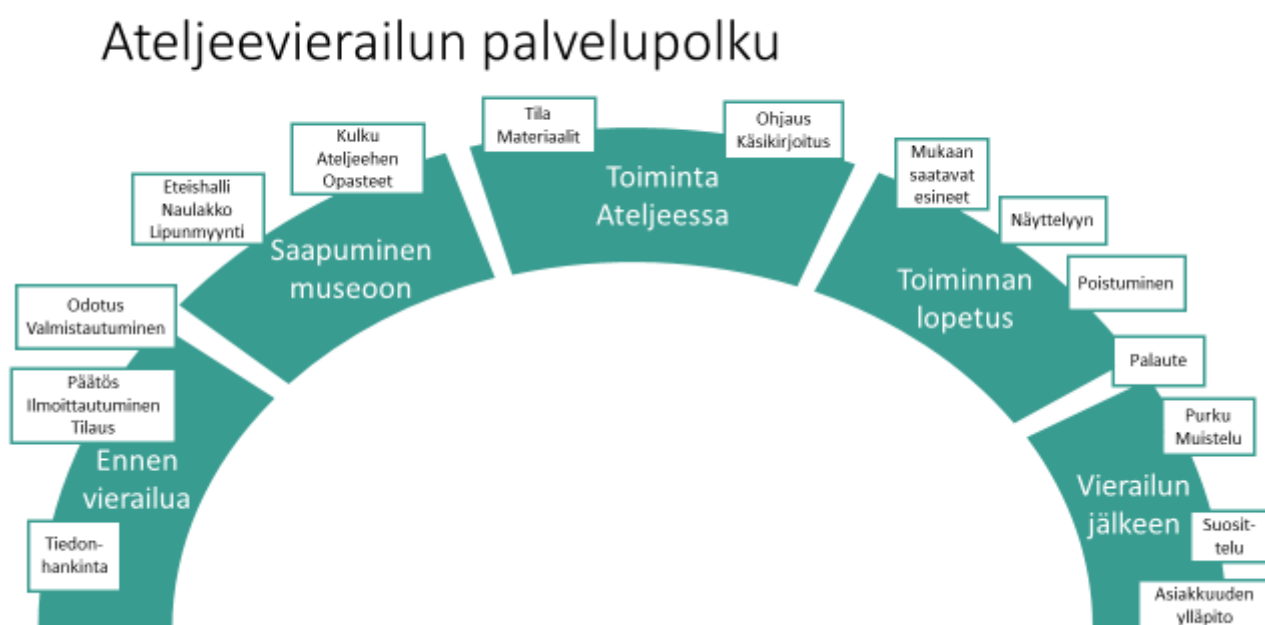
Palvelupolku

Mistä vaiheista Ateljeevierailu muodostuu?

Ateljeevierailun palvelupolusta voidaan erottaa viisi pääjaksoa:

1. Ennen vierailua
2. Saapuminen museoon
3. Tapahtuma Ateljeessa
4. Toiminnan lopetus
5. Vierailun jälkeen

Näihin kaikkiin liittyy useampia kohtaamispisteitä, joita kehittämällä asiakaskokemusta voidaan vahvistaa. Eri palvelupolun vaiheet ja kohtaamispisteet painottuvat eri tavoin erilaisissa asiakastilanteissa ja asiakaspersoonissa.



Ennen vierailua asiakas hankkii tietoa ja suunnittelee käyntiä museossa. Hänen päätöksensä vaikuttavat esimerkiksi aikaisemmat kokemukset ja ystävien suositukset. Museo lähestyy asiakasta viestinnän ja markkinoinnin kautta. Mielikuvaa palvelusta luodaan graafisen ilmeen ja tekstin välityksellä, verkkosivujen selkeydellä ja käytettävyydellä sekä sillä, missä yhteyksissä ja kanavissa palvelua tuodaan esille.

Tiedonhankintavaihe saattaa olla pitkä ja sisältää esimerkiksi keskustelua ystävien kanssa, useita vierailuja museon verkkosivuilla ja mainonnan seuraamista pitkällä aikavälillä. Joskus tiedonhankintavaiheeseen liittyy myös asiakaspalvelua puhelimitse, sähköpostitse tai paikan päällä.

Tiedonhankinnan tuloksena asiakas tekee päätöksen osallistumisesta, ostopäätöksen. Siihen saattaa liittyä ilmoittautumis- tai tilaamistoimintoja, tai kyse on vain asiakkaan omasta päätöksestä ja kalenterimerkinnästä. Tässä kohtaamispisteessä asiakasta on hyvä palkita päätöksenteosta ja vahvistaa mielikuvaa oikeasta päätöksestä. Tuleeko asiakkaalle esimerkiksi selkeä palaute siitä, että tilaus tai ilmoittautuminen on tullut perille?

Ennen vierailua voidaan vielä erottaa odotus- ja valmistautumisvaihe. Sen pituus vaihtelee suuresti – joskus päätös osallistumisesta työpajaan tehdään vasta näyttelyssä, joskus ilmoittautumisen ja tapahtuman välillä on kuukausia. Mikäli vaihe on pitkä, siihen voi suunnitella erilaisia kohtaamispiisteitä: muistutusviestejä tai ennakkotehtäviä. Tähän vaiheeseen liittyy myös mahdollisuus tilata lisäpalveluita, esittää kysymyksiä tai peruuttaa osallistuminen.

Kehittämisideoita ennakkovaiheeseen

- Ateljeen brändääminen erikseen museon verkkosivuilla
- Tilattavien pajapalveluiden verkkokauppa
- Isompi panostus yleisötyöpajojen varhaiseen tiedotukseen ja markkinointiin
- Avoimien pajojen vahvempi tuotteistaminen ja säännöllisyys ”lauantaipaja”-tyyliin
- Pajojen varaamisen käytäntöjen monipuolistaminen: verkkokauppa, chat
- Kurseille ja oppilasryhmille ennakkotehtävät, materiaalit

Museoon saapuminen on tärkeä kohtaamispiiste. Ulkotilasta sisälle siirtyminen aiheuttaa aina uudelleenorientoitumisen tarpeen. Kansallismuseon eteisaula, lipunmyynti ja naulakkopalvelut muodostavat merkittävän osan asiakaskokemuksesta ja määrittävät, missä mielentilassa asiakas aloittaa vierailun. Onko tunnelma ristiriidassa Ateljeekokemuksen kanssa? Näyttelykäynti on asemoitu lipunmyynnin ensisijaiseksi palveluksi, ja sisääntuloprosessi on rakennettu sen tarpeisiin. Miten tässä pisteessä ohjataan asiakas Ateljeen toimintaan?

Eteisaulasta asiakkaan polku kulkee Ateljeehen joko oppaan ohjaamana tai itsenäisesti, näyttelyn kautta tai suoraan. Tässä ovat oleellisissa roolissa opasteet ja reittien suunnittelu.

Kehittämisideoita saapumiseen

- Paja näkyväksi jo lipunmyynnissä.
- Kaikki epämääräisyys ja haahuilu pois; pajaan tulijoiden vastaanotto, osallistujatarra, lipunmyyntitiskillä ja valotauluissa läsnä Ateljeetoiminta (myös tuleva).
- Opasteet aulasta kuntoon.
- Näyttelyistä ohjaus Ateljeehen: opasteet, töiden kuvagalleriat, innostavat virikekysymykset.
- Sivutila naulakkokäyttöön erityisesti ryhmille.

Ateljeessa tapahtuva toiminta on kolmas suuri jakso palvelukokemuksessa. Tähän voi vahvimmin tuoda niitä elementtejä, jotka erottavat Ateljeekokemuksen muusta museovierailusta ja luovat Ateljeelle omaa identiteettiä ja ilmettä. Näitä elementtejä ovat tilan sisustus ja toimivuus, pajassa käytettävät välineet ja materiaalit sekä pajan käsikirjoitus ja asiakaspalvelu. Erityisesti avoimissa työpajoissa korostuu sisääntulijan palvelu ja vastaanottaminen: Miltä paja näyttää sattumalta sisään kurkistavalle asiakkaalle? Miten hänet kutsutaan mukaan toimintaan? Vaikka hän tällä kertaa ei osallistuisi, millainen mielikuva hänelle jää siitä mitä hän näki?

Ateljeessa tapahtuvan toiminnan ja muun museovierailun suhdetta voi myös tarkkailla tässä kohti palvelupolkua. Miten Ateljeen toiminta linkittyy näyttelyyn ja museon muihin palveluihin? Asiakasta voi ohjata muiden palveluiden pariin – joko tämän vierailun aikana tai eri käynnillä. Ateljeesisältöjen vuoropuhelu näyttelyn kanssa liittyy myös tähän vaiheeseen palvelupolkua.

Kehittämisideoita pajan aikana

- ”Ovelta kurkistamisen” muotoilu: paja esitellään jo käytävällä, huonekalut sijoitetaan niin että paja kutsuu (ei selkiä ovelle päin), henkilökunnan prioriteettina huomioida sisään tulijat.
- Tilan sisustukseen pehmeyttä, rentoutta ja tuttavallisuutta.
- Pajan osallistujalle alennuslippuja tai kutsuja seuraaviin näyttelyihin ja tapahtumiin; jokaiselle kävijälle seuraavan käynnin siemen.

- Dialogisuus ja liike osaksi myös passiivisia, luentotyypisiä toimintoja.
- Liikkumisen ja levottomuuden salliminen: erkkeritilasta satumetsä, pehmeät siirreltävät jakkarat, nähtävää ja tutkittavaa eri puolilla salia.

Tilanteen päättäminen on myös merkittävä kohtaamispiste. Vierailunsa jälkeen asiakas poistuu Ateljeesta. Kiittäminen ja hyvästely ovat osa asiakkaan kohtaamista ja Ateljeen välitöntä ilmapiiriä. Pajakokemus puretaan ja tilanne päätetään tietoisesti. Jos työpajassa on syntynyt jokin tuotos, poistumiseen liittyy pysähtyminen työn äärelle. Työ pakataan mukaan tai jätetään pajaan. Miten tämä hoidetaan tyylikkäästi ja laadukkaasti?

Kehittämisideoita poistumiseen

- Ei ”vain häipyviä asiakkaita” - jokaisen asiakkaan henkilökohtainen huomioiminen ja kiitos; mahdollisuuksien mukaan lyhyt purku- ja palauteskustelu.
- Pajan ilmeellä varustettu kassi töiden poisviemiseen.
- Valmiiden töiden valokuvaus ja esittäminen museon sosiaalisessa mediassa.
- Mahdollisuus asettaa työ kauniisti esille Ateljeehen tai eteisaulaan, jos ei halua ottaa sitä mukaan.

Vierailun jälkeinen vaihe tulee myös huomioida osana palvelun kokonaisuutta. Palvelupolku ei pääty museosta poistumiseen. Asiakaskokemus jatkuu muistojen, kokemusten jakamisen ja asiakkuuden rakentumisen myötä vielä pitkään tapahtuman jälkeen.

Palautteen antaminen on erinomainen mahdollisuus saada tietoa palveluiden kehittämisen pohjaksi. Asiakkaalle palautemahdollisuus on tärkeä erityisesti silloin, kun hänellä on kriittistä sanottavaa. Toisaalta luonteva mahdollisuus kiittää onnistuneesta elämyksestä rakentaa myös hyvää asiakassuhdetta. Joissain tilanteissa palaute-kohtaamispiste liittyy pajasta poistumiseen, joissain tilanteissa pajan jälkeiseen aikaan.

Asiakkaan kokemusta kannattelevat esimerkiksi valokuvat, Ateljeessa tehdyt työt ja kokemusten jakaminen ystäville. Tätä voi vahvistaa jakamalla kuvia museon sosiaalisessa mediassa sekä kutsumalla Ateljeevieraita seuraajiksi ja jakamaan sisältöjä omille verkostoilleen. Pajan jälkeisen ajan palvelupolkuun liittyy myös mahdollinen kanta-asiakkuus, postituslistojen hyödyntäminen ja lisämyynti vanhoille asiakkaille – mikä käynnistää seuraavan käynnin tiedonhankintavaiheen.

Kehittämisideoita jälkivaiheeseen

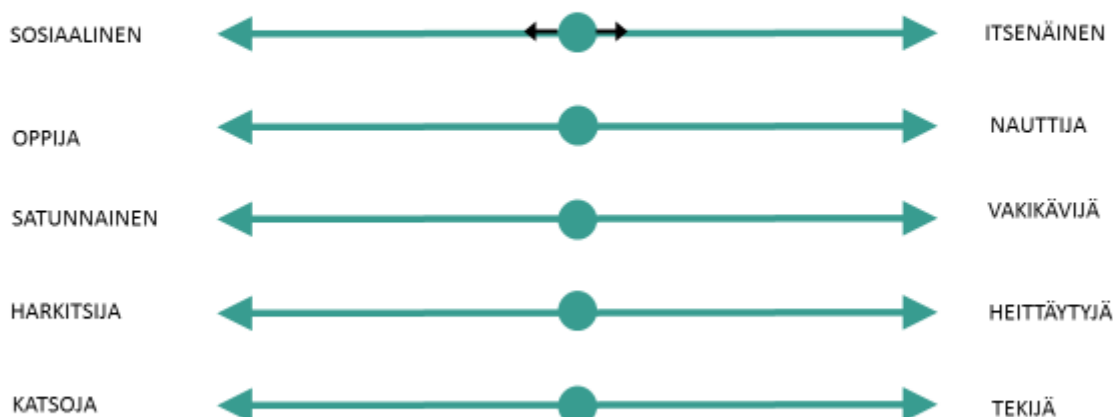
- Ateljeevieraiden sähköpostiosoitteiden kerääminen ja Ateljeen oma uutiskirje.
- Ateljeen oma somepresens tai näkyminen omana brändinä museon sosiaalisessa mediassa.
- Palautteen keruun lisääminen, palautteesta kiittäminen.
- Erilaiset kanta-asiakkuusmallit.

Kävijäpersoonat

Persoonilla tarkoitetaan kerätyn asiakastiedon pohjalta luotuja yleistyksiä eri asiakastyypeistä. Persoonia hyödynnetään palvelun viestinnän ja markkinoinnin suunnittelussa tai palvelun kohtaamispisteiden muotoilussa. Persoonat auttavat katsomaan palvelua erilaisten ihmisten näkökulmasta ja pitämään kehittämistyössä asiakas keskiössä.

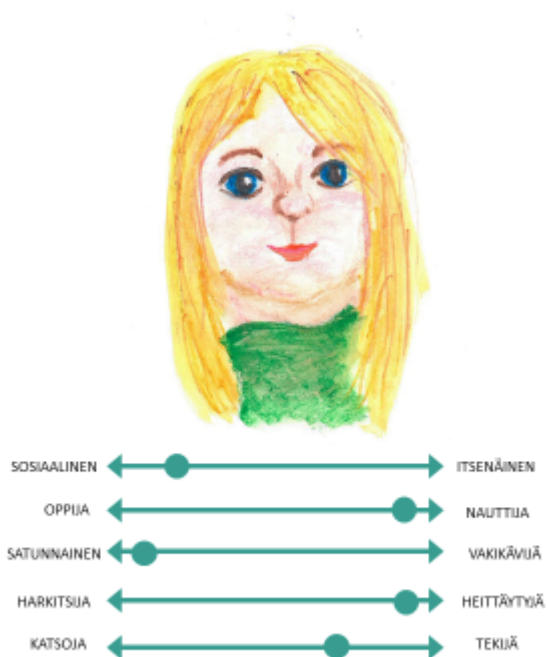
Aineistosta nousi viisi ulottuvuutta tai käyttäytymismallia, joiden pohjalta muodostin viisi erilaista kävijäpersoonaa.

Ateljeen kävijäpersoonat



<p>sosiaalinen tulee museoon porukassa hankkii tietoa keskustelemalla ja kysymällä tykkää tulla silloin kun on paljon väkeä hälinä ei haittaa haluaa tehdä yhdessä ja saada palautetta tarvitsee muita ohjaukseen ja päätöksentekoon</p>	<p>itsenäinen tulee museoon yksin hankkii tietoa lukemalla ja katsomalla tykkää hiljaisuudesta ja tilasta vetäytyy syrjään haluaa olla rauhassa ja tehdä omaa prosessia tekee päätöksiä itsenäisesti</p>
<p>oppija tavoitteellinen, päämäärätietoinen, aikapaine vaatii paljon, turhautuu asiantuntijuus tärkeää voi olla kriittinen</p>	<p>nauttija ajanviete, ei kiirettä kepeä viihteellinen elämyksellisyys moniaistisuus ei kiinnostu tekstistä ja tiedosta, tylsistyy</p>
<p>satunnainen tarvitsee erityisen syyn tulemiseen tarvitsee opastusta ja ohjetta ei etsi itse tietoa ei sitoudu tai ole itse aktiivinen</p>	<p>vakikävijä tuntee paikat haluaa lisää tietoa ja erikoispalveluita tulee varmasti ei toivo muutosta</p>
<p>harkitsija mieltii ja suunnittelee hankkii paljon tietoa turvallisuushakuinen vaatii aikaa</p>	<p>heittäytyjä tekee päätökset nopeasti kyllästyy helposti lähtee mukaan mihin vain tarvitsee paljon virikkeitä</p>
<p>katsoja passiivinen vastaanottaja hoitaa oman tonttinsa ei ota aktiivisesti yhteyttä</p>	<p>tekijä aktiivinen toimija ottaa itse vastuuta liikkuu paljon, on levoton</p>

Tiina Tapahtumakävijä



Tiina Tapahtumakävijä

- 29-vuotias perheenäiti, naimisissa, lapset 3 ja 5 vuotta.
- Toimistotöissä, tekee lyhennettyä työpäivää, lapset päiväkodissa.
- Piti kotiäitiä. Harrastaa edelleen lasten kanssa niin paljon kuin mahdollista iltaisin ja viikonloppuisin. Kiertää pääkaupunkiseudulla erilaisia lastentapahtumia.
- Yllättävät muutokset ja sairastumiset haittaavat suunnittelemista.
- Omat harrastukset juuri nyt tauolla, mutta haaveilee omasta ajasta ja käy joskus liikkumassa iltaisin kun mies on kotona.
- Sosiaaliset suhteet samassa elämäntilanteessa olevia äitikavereita, joihin pitää yhteyttä pitkälti netissä.
- Taloudellinen tilanne ei kovin hyvä. Ärsyttää kun koko perheen kanssa osallistumismaksut tapahtumiin nousevat korkeiksi, ja lapset kuitenkin jaksavat olla paikalla vain vähän aikaa.
- Kiinnostunut kierrätyksestä ja luontoystävällisyydestä, hankkii lastenvaatteita kirppiksiltä, seuraa perhe-elämästä kertovia blogeja.
- Arvostaa lapsia aidosti huomioivia ympäristöjä.
- Museo on ympäristönä vieras; ei tule museoon ilman erillistä syytä, esim. tapahtuma.

Tiinalle on tärkeää matala osallistumisen kynnyks ja rento ilmapiiri, jossa ei tarvitse jännittää lasten käyttäytymistä ja hälinää. Tiinan tavoittaa verkossa – mutta ei museon omien verkkokanavien kautta. Tärkeiksi nousevat sisältömarkkinointi Tiinan seuraamissa blogeissa ja verkkopalveluissa, somesuositukset ja kohdennettu mainonta.

Tiina tarvitsee tulolleen jonkin erityisen syyn: pajatoiminta kannattaa ankkuroida johonkin museon ulkopuoliseen tuttuun ja ajankohtaiseen asiaan. Kalenterin pyhäpäiviin ja vuotuisjuhliin sidotut tapahtumat kiinnostavat. Mistä lasten maailmassa juuri nyt puhutaan?

Laatua Tiinalle on vastuullinen vetäjä, turvallisuus ja ekologisuus. Haasteena Tiinan asiakkuudessa on ohjaaminen tapahtumasta tutustumaan näyttelyyn. Lisäpalveluksi Tiinalle voisi ajatella jotain omaa äidille: synttäri- ja polttaripaketteja. Kilpailijana ovat muut tapahtumapalvelut ja elämykset kaupungissa.

Tiina Tapahtumakävijän palvelupolku



Tiedonhankinta. Tiina ei seuraa museon omia kanavia, vaan tieto pitää tarjoilla hänelle muuta kautta. Verkkosivuilla Tiina ei selaile ja tutki, vaan haluaa käytännölliset ohjeet ja tiedon tapahtuman ajasta ja paikasta, kohderyhmästä ja ikäsuosituksista.

Eteishalli, narikka, lipunmyynti. Lasten kanssa liikkuminen keskustassa on usein rankkaa ja siirtymät paikasta toiseen kriittisiä. Museoon tullaan väsyneinä, hikisinä tai levottomina. Naulakon ja lipunmyynnin sujuvuus on ensiarvoisen tärkeää lasten kanssa liikkuvalla. Lipunmyynnin palveluallttius ja avuliaisuus luo pohjan koko käynnille.

Kulku Ateljeehen, opasteet. Museo on Tiinalle vieras paikka ja on stressaavaa luotsata lapsia paikasta toiseen. Kun opasteet ovat selkeät, siirtyminen on helppoa ja lasten huomio on helppo kiinnittää oikeaan paikkaan.

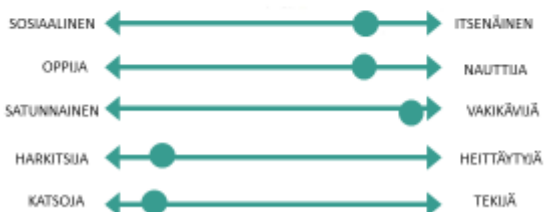
Tila, materiaalit. Tiinan pajakokemus on hyvä, kun sekä lapsilla että hänellä itsellään on pajassa mukava olla. Pajan tiedollinen anti ei ole Tiinalle merkityksellisin asia, kunhan puitteet ovat kunnossa. Tiinan kokemusta voi kohentaa kutsuvalla sisustuksella, lapset huomioivalla toimintakulttuurilla ja turvallisilla ja laadukkailla työvälineillä. Myös käytettävien materiaalien ja työtapojen ekologisuus on Tiinalle merkityksellistä.

Näyttelyyn. Tiina tulee museon tiettyä tapahtumaa varten, ei näyttelyiden vuoksi. Polun rakentaminen Ateljeesta näyttelyyn on hyvä tapa rakentaa askelia kohti pysyvämpää ja tiiviimpää asiakassuhdetta.

Mukaan vietävät esineet. Lasten ja Tiinan Ateljeessa tekemät työt halutaan tallentaa ja ottaa mukaan. Ne muistuttavat vierailusta myös kotona, joten töissä on hyvä käyttää mahdollisuuksien mukaan Ateljeen visuaalista ilmettä ja logoa.

Suosittelu. Tiina on aktiivinen sosiaalisessa mediassa, ja hänellä on paljon samassa elämäntilanteessa olevia ystäviä. Tiinan verkostoja voi hyödyntää kannustamalla eri tavoin jakamaan onnistunutta museovierailua. Tähän voi rohkaista esimerkiksi järjestämällä valokuvaukseen sopivia tilanteita ja taustoja tai panostamalla somekilpailuihin ja -kampanjoihin.

Mirjami Museovieras



Mirjami Museovieras

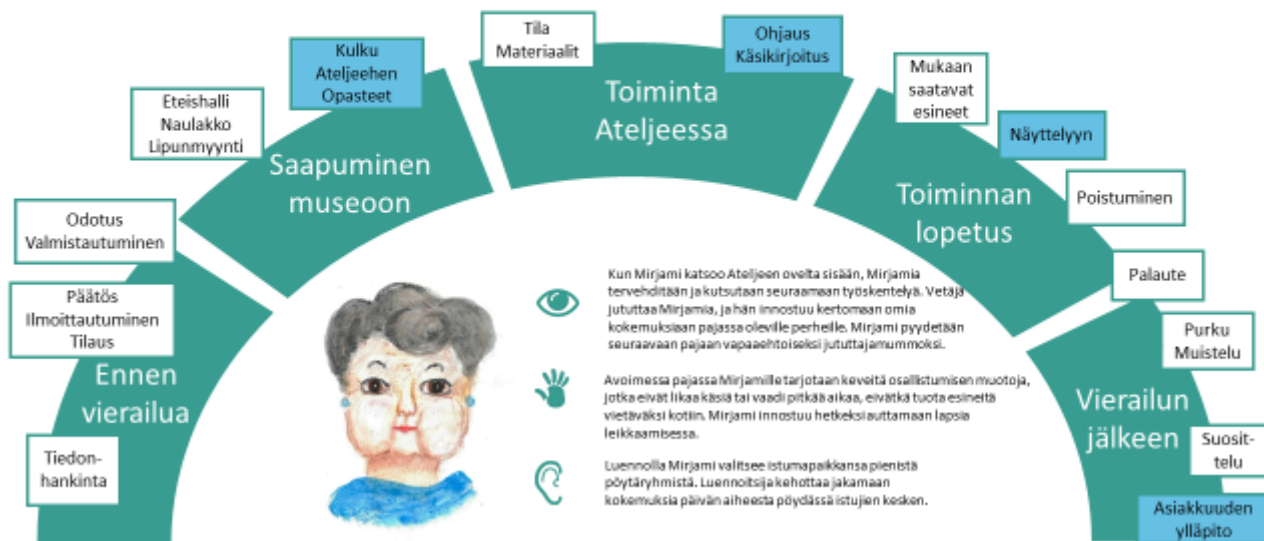
- 70-vuotias eläkeläinen, leski, aikuiset lapset, yksi lapsenlapsi.
- Jäänyt eläkkeelle akateemisesta työstä, harrastanut koko ikänsä kulttuuria kuluttajana (lukee, katselee, kuuntelee) – ei niinkään itse tekijänä.
- Käy paljon museoissa ja taidenäyttelyissä ja pitää itsensä sivistämisestä.
- On saanut lahjaksi museokortin, joten käy nyt museoissa lähes viikoittain yksin tai vanhojen ystävättäriensä kanssa; tekee pitkänkin tähtäimen suunnitelmaa, koska ei ole esteitä.
- Tuntee näyttelyt ja seuraa aktiivisesti luento-ohjelmaa, varsinainen kanta-asiakas.
- Viihtyy arvokkaissa, tyylikkäässä ja siisteissä ympäristöissä, arvostaa arkkitehtuuria.
- Pitää lapsista ja harmittelee, että ainoa lapsenlapsi asuu niin kaukana; arvostaa lasten kulttuurikasvatusta ja sivistämistä.
- Terveys on toistaiseksi varsin hyvä, mutta haluaa aktiivisesti aivojummppaa jotta muisti pysyisi vireänä.

Mirjamille museossa käynnin kynnyks on pieni: hänellä on aikaa museon aukioloaikoina, ympäristö ja toimintakulttuuri ovat tuttuja eikä näyttelyvierailusta tule edes kustannuksia, koska se hoituu museokortilla. Ateljeen näkökulmasta Mirjami saattaa kuitenkin olla haasteellinen asiakas, koska hänelle itse tekeminen tai heittäytyminen ei ole luontevaa.

Mirjami on laatutietoinen asiakas, joka voi hyvin myös maksaa palveluista, kunhan ne ovat laadukkaita. Mirjamin tavoittaa perinteisellä lehti- ja kadunvarsi-ilmoittelulla ja selkeillä verkkosivuilla. Hän saattaa myös tilata museon uutiskirjeen sähköpostiin.

Laatua Mirjamille on miellyttävä ympäristö sekä palveluiden eksklusiivisuus. Lisäpalveluna Mirjami voisi kiinnostua luentosarjoista, erikoisopastuksista tai vakiokävijän eduista. Mirjamin kanssa on mahdollisuus hyvinkin sitoutuneeseen asiakassuhteeseen. Haasteena on tarjota sopivasti uutta joka käynnillä – kuitenkin ilman liian suuria yllätyksiä. Mirjamin osalta kilpailija ovat muut museot.

Mirjami Museovieraan palvelupolku



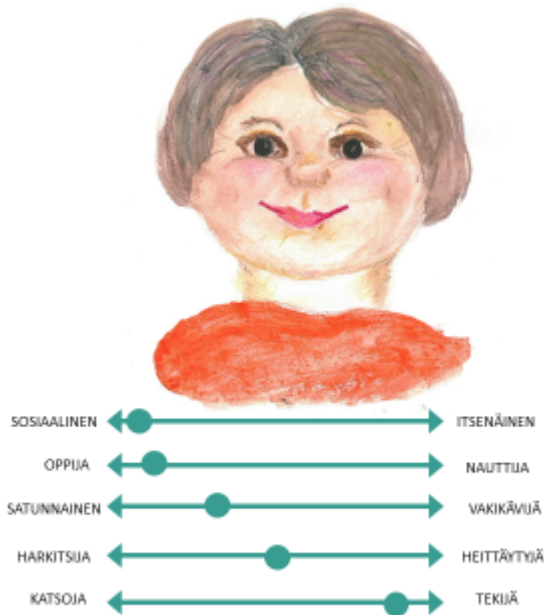
Kulku Ateljeehen, opasteet. Mirjami saattaa olla museovieraana hyvinkin urautunut ja Ateljee on hänelle poikkeus normaalista. Eteishallin näytöt ja näyttelyyn sijoitetut kutsuvat viestit rakentavat luontevaa kokonaisuutta, johon sekä Ateljee että näyttely kuuluvat.

Ohjaus, käsikirjoitus. Mirjami tarvitsee paljon tukea osallistuakseen Ateljeessa työpajoihin tai toimintaan. Häntä houkuttelevat luennot, työnäytökset ja muu ohjelma, joka ei perustu osallistujien omalle toiminnalle. Avoimissa työpajoissa Mirjami saattaa vieraila, mutta nauttii enemmän muiden työskentelyn katsomisesta kuin itse tekemisestä. Ammattitaitoinen vetäjä osaa sopivasti innostaa ja antaa tilaa.

Näyttelyyn. Mirjamia ei tarvitse ohjata Ateljeesta näyttelyyn vaan näyttelystä Ateljeeseen. Kun kutsuja pajaan on esillä riittävän paljon ja näyttävästi ja työskentelyn sisällöstä on hyvä kuvaus jo ovella, kynnys osallistua pienenee.

Asiakuuden ylläpito. Mirjamin palvelupolku on parhaimmillaan hyvinkin pitkä ja asiakassuhde tiivis. Mirjamille kannattaa markkinoida museon uutiskirjettä ja tuottaa erikoispalveluita museokorttiasiakkaalle. Mirjami myös suhtautuu positiivisesti museon markkinointiviestintään.

Nina Neuleharrastaja



Nina Neuleharrastaja

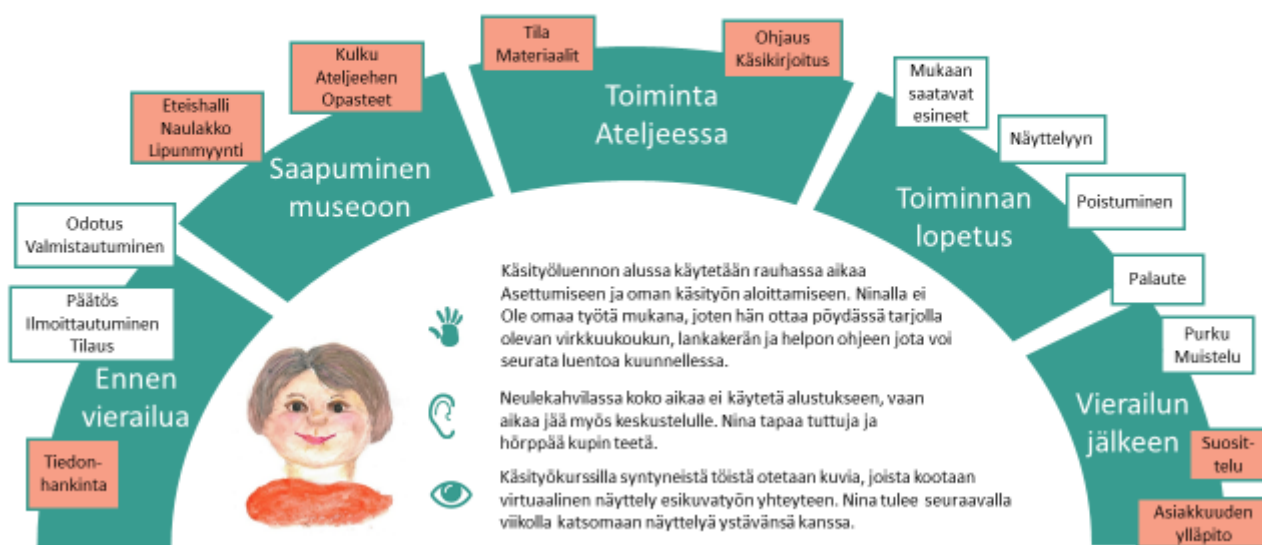
- 51-vuotias toimistotyöntekijä, naimaton, ei lapsia, kaksi kissaa, suhtautuu elämään positiivisesti.
- On vaihtanut useita kertoja työpaikkaa erilaisista hallinnollisista tehtävistä toiseen, työ on vain työtä, oikea elämä on muualla.
- Luonteeltaan luova, tuntuu että toimistotyö ei anna mahdollisuutta tuoda sitä kaikkea esiin.
- Innostuu kovasti aina uudesta asiasta hetkeksi kerrallaan ja voi silloin olla sokea muille näkökulmille.
- Harrastaa käsitöitä ja oppii mielellään niihin liittyviä asioita, tuntee alan ihmisiä, seuraa hyviä opettajia.
- Arvostaa hyvää henkeä, kokeilemista ja rohkaisemista, itse tehtyä.
- Tulee museoon muiden samanhenkisten seurassa, erityisesti kutsusta tai syystä. Ei ole juuri kiinnostunut museon tarjonnasta sinänsä, mutta suhtautuu ihan positiivisesti.

Nina tulee museoon siksi, että vierailu tukee hänen harrastustaan. Nina ei koe lojaliteettia museota kohtaan – hän ei seuraa museon somesivuja, mutta saattaa seurata museon neulekahvilaa, jos sillä on oma profiili. Ninan tavoittaa hänen omien verkostojensa kautta, markkinoimalla museon käsityöteemaisia tapahtumia muissa käsityöalan tapahtumissa, blogeissa ja verkostoissa.

Laatua Ninalle on hyvin järjestetty paja, mukava fiilis ja ennen kaikkea laadukas opetus. Nina osallistuu mieluiten sellaisiin tapahtumiin, joissa on taatusti samanhenkistä porukkaa; hänelle esimerkiksi tapahtuman maksullisuus voi olla tässä mielessä positiivinen asia, koska se rajaa osallistujia todellisiin asianharrastajiin.

Lisäpalveluksi Ninalle voi tarjota seuraavaa häntä kiinnostavaa tapahtumaa. Nina saattaa innostua myös tilaamaan pajan kaveriporukalle tai organisoimaan käsityöharrastajien tapahtumia museon tiloissa.

Nina Neuleharrastajan palvelupolku



Tiedonhankinta. Nina etsii aktiivisesti tietoa käsityöharrastukseensa liittyvistä koulutuksista, kursseista ja tapahtumista. Ateljeen näkyminen käsityöharrastajien tapahtumakalentereissa luo uskottavuutta toiminnalle. Nina ilahtuu, jos tilattavia käsityöpajoja löytyy museon verkkokaupasta.

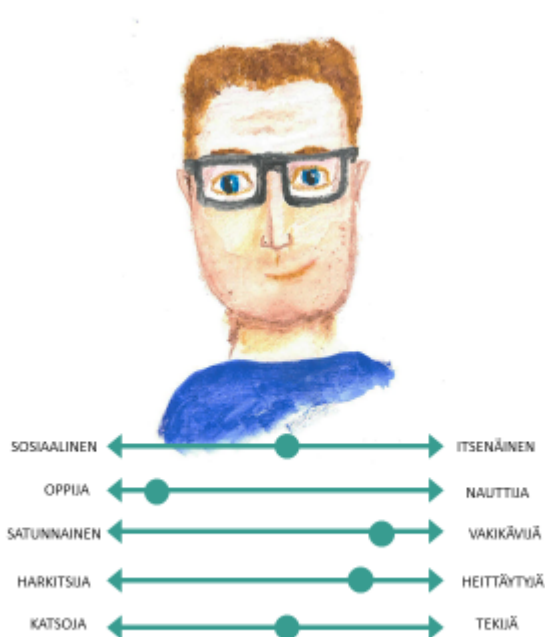
Eteishalli, naulakko, lipunmyynti sekä **Kulku Ateljeehen, opasteet.** Nina ei ole kiinnostunut museon näyttelytoiminnasta, eikä ympäristö ole hänelle tuttu. Eteisaula on vaikuttava, mutta suuruudessaan hämmentävä. Nina kaipaa tullessaan varmistusta siitä, että hän on oikeassa paikassa oikeaan aikaan, sekä selkeää prosessia lipunmyynnissä ja narikassa – ja sen jälkeen sujuvaa opastusta Ateljeehen.

Ohjaus, käsikirjoitus. Ninaa houkuttelee enemmän syvä mutta kapea erityisaihe kuin yleisempi, pinnallinen tieto. Ammattitaitoinen ja sujuva opetus on varma tapa saada Nina palaamaan.

Tila, materiaalit. Kansallismuseon palveluissa Nina arvostaa syvää historian asiantuntemusta ja mahdollisuutta tutustua aitoihin esikuviiin. Harrastajana hän panostaa laadukkaisiin materiaaleihin ja odottaa samaa myös kursseilla ja työpajoissa käytettävistä välineistä. Nina nauttii viihtyisästä ympäristöstä, joten Ateljee on hänelle mieluisa paikka työskennellä.

Suosittelu ja Asiakkuuden ylläpito. Nina suosittelee mielellään hyviä kursseja ja opettajia muille harrastajille. Hän jättää myös yhteystietonsa ja haluaa saada jatkossa tietoa vastaavista, hänen harrastukseensa liittyvistä tapahtumista. Nina voisi innostua myös tilauspajoista harrastusporukoille tai syntymäpäiville.

Riku Ryhmänohjaaja



Riku Ryhmänohjaaja

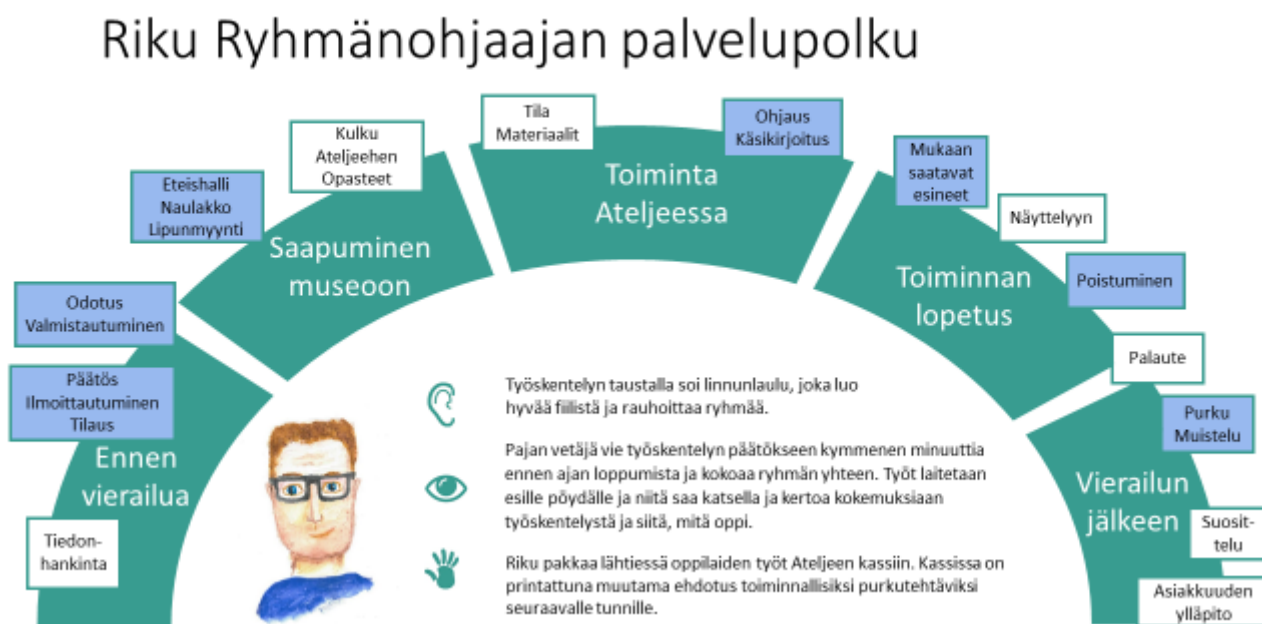
- 45-vuotias lähiökoulun luokanopettaja, eronnut vuosia sitten, ei lapsia, harrastaa jalkapalloa puulaakisarjassa ja lukee dekkareita.
- Ollut opettaja koko ikänsä, pitää työstään ja suhtautuu sen kehittämiseen avoimesti. Kokee toisaalta olevansa rautainen ammattilainen, joten on työtapojensa suhteen urautuneempi kuin itse huomaakaan.
- Työ on kiireistä ja lapset tärkeintä, joten näyttöpäätteen äärellä tehtävä työ tuntuu ylimääräiseltä ja haluaa selvittää siitä mahdollisimman nopeasti.
- Ei ylipäättään ihan täysin ymmärrä uuden opsin digivouhotusta, menisi uudistuksiin enemmän sisältökärjellä kuin välineiden kautta.
- Käyttää koulun budjetin suomat retkimahdollisuudet, mutta stressaa siitä että retki nielee ison tuntimäärän ja on aika uuvuttava yhdelle opettajalle.
- Varaa vierailut saman tien ja mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jotta voi suunnitella opetusta.
- Arvostaa hyvää pedagogista otetta ja museon asiantuntemusta kouluikäisten kanssa työskenteleystä.
- Toivoo saavansa museovierailusta ideoita myös omaan opetukseensa.

Riku ei tule Ateljeehen itsensä vuoksi vaan työn takia. Rikun vierailua leimaa tavoitteellisuus ja suoraviivaisuus: vierailun tavoitteet nousevat opetus suunnitelmasta ja käytettävissä oleva aika on selkeästi rajattu. Toisaalta Riku suhtautuu työhönsä antaumuksella ja on myös itse kiinnostunut museon annista ja oppimisesta.

Rikun tavoittaa suoraviivaisella, kohdennetulla markkinoinnilla. Päätöksentekoon ja asiointiin Riku ei käytä paljoa aikaa: mitä helpommin ja vaivattomammin homma hoituu, sen parempi. Riku arvostaa hänen tarpeisiinsa hakukoneoptimoituja verkkosivuja sekä selkeää tietoa esimerkiksi saavutettavuuteen ja ryhmäkokoihin liittyvistä asioista.

Rikulle laatu tarkoittaa osuvaa ja tarkoituksenmukaista sisältöä, hyvää pedagogiikkaa ja ajanhallintaa sekä jotain sellaista antia, jota ei luokkahuoneessa tavallisena päivänä toteuttaa. Rikulle museon tulo on suuri investointi, sillä se vaatii poikkeuksellisia järjestelyjä ja vie paljon aikaa kaikilta oppilailta.

Rikun palvelupolkua ei voi paisuttaa museovierailun aikana; sen sijaan lisäpalveluita voi sijoittaa päätöksen ja pajavierailun väliin tai käynnin jälkeiseen aikaan.



Päätös, ilmoittautuminen, tilaus. Riku tekee päätökset erittäin hyvissä ajoin ja nopeasti. Hän ei itse aktiivisesti hanki tietoa vaan odottaa, että tieto etsii hänet esimerkiksi sähköpostilla, josta voi klikata suoraan varaukseen. Verkkokauppa varauskalenterilla on hyvä ja suoraviivainen tapa asioida, ja tiedot tulee olla esillä useita kuukausia ennen vierailun ajankohtaa.

Odutus, valmistautuminen. Rikulla päätöksenteon ja museoon tulo välillä on poikkeuksellisen pitkä aika. Palvelupolku voi lihottaa muistutusviesteillä ja tulo-ohjeilla. Valmistautumiseen tarkoitettu materiaali esimerkiksi verkkosivuilla tai sähköpostilla on Rikulle arvokasta. Rikulla on tärkeää olla helposti saatavilla yhteystiedot mahdollisia muutoksia ja kysymyksiä varten.

Eteishalli, narikka, lipunmyynti. Ison ryhmän kanssa matkustava Riku on helisemässä, kun koko porukka pyörii naulakoilla ja kokeilee hallin kaikua sillä aikaa, kun Riku selvittää lipunmyyntiä ja maksuasioita. Kokemus kohenee, kun ryhmä otetaan vastaan aulaan, ohjataan suoraan portaita ylös Ateljeeseen ja hoidetaan siellä käytännöt kuten takit, reppu ja aloitusinfo. Myös maksuasioiden hoitaminen siirretään ryhmien osalta kassalta Ateljeeseen.

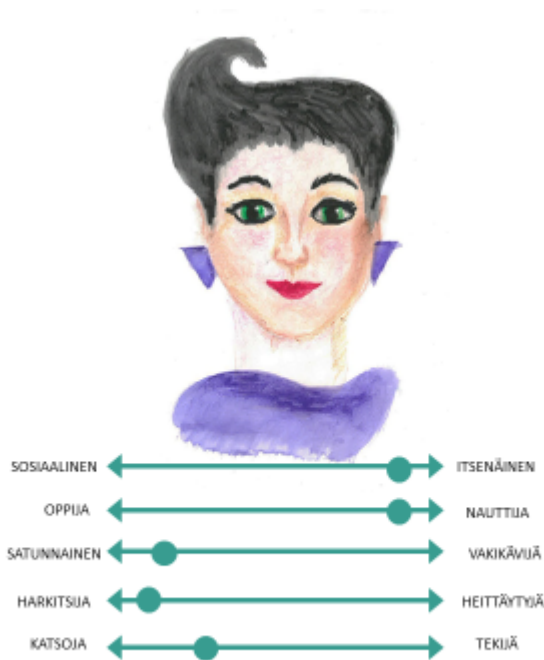
Ohjaus, käsikirjoitus. Rikulle on tärkeää, että museovierailu toteuttaa opetuksen tavoitteita ja tarjoaa jotain, mitä ei voida omin voimin luokkatilassa tarjota. Riku mielellään auttaa myös itse ohjaamisessa, kun opas tarjoaa siihen luontevaa roolia. Selkeät työohjeet ja oppaan ammattitaitoisuus tuovat Rikulle tunteen, että tilanne on hallinnassa ja suunniteltu. Ajankäytön hallinta on myös ensiarvoisen tärkeää.

Mukaan vietävät esineet. Rikun oppilaille oman työn mukaan ottaminen on tärkeää. Rikun kannalta oleellista on, että työ tulee valmiiksi pajan aikana eikä sitä tarvitse enää luokassa jatkaa. Riku arvostaa kassia, jossa työt voi siististi kuljettaa takaisin luokkaan.

Asiakaspalvelu. Pajatilanteen hallittu päättäminen on tärkeää ryhmän kanssa vieraassa ympäristössä liikkua. Rikulla ei ole aikaa palautteen jättämiseen pajan jälkeen, joten siihen tulee tarjota mahdollisuus osana pajan asiakaspalvelutilannetta sekä Rikulle että ryhmäläisille.

Purku, muistelu. Riku toivoo, että museovierailuun voidaan vielä luokassa palata; kerrata opittua tai jatkaa aiheen syventämistä, jos aika sallii. Tähän tuotettu materiaali on Rikulle arvokasta.

Karita Kokousjärjestäjä



Karita Kokousjärjestäjä

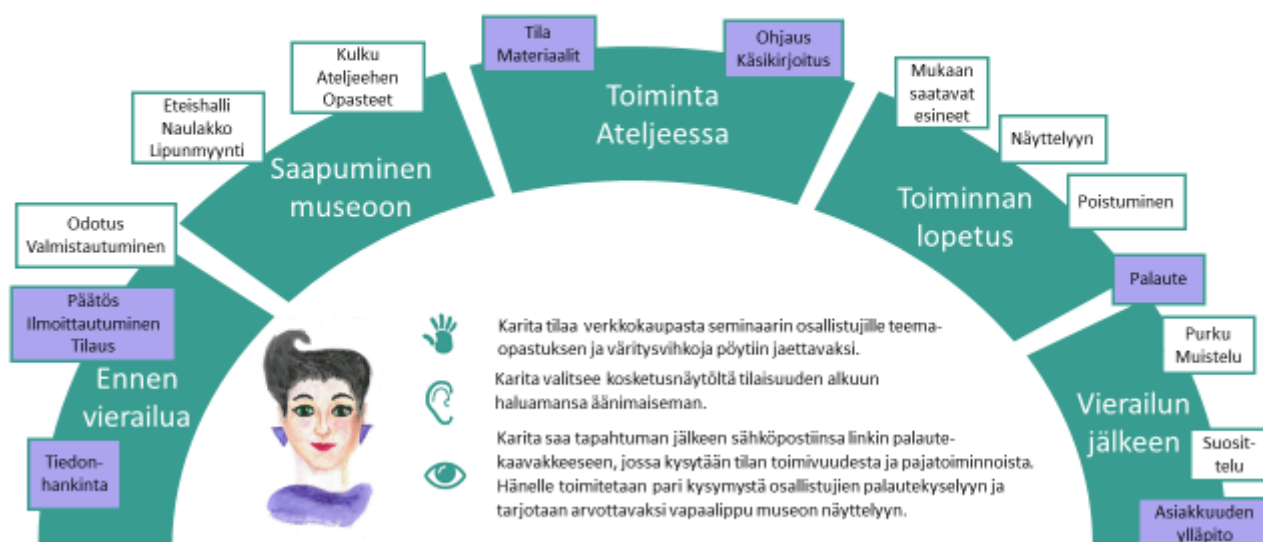
- 38-vuotias projektisihteeri isossa yrityksessä, asuu kahdestaan puolisonsa kanssa keskustassa.
- Arvostaa laatua ja on kunnianhimoinen.
- Harrastaa sisustamista, ruoanlaittoa ja liikuntaa, soittanut pitkään pianoa ja edelleen joskus huvikseen.
- Matkustelee paljon. Käy matkoilla museoissa, mutta ei kotimaassa vapaa-ajalla.
- Kiinnostunut uusista asioista ja mielenkiintoisista näkökulmista.
- Haaveilee uralla etenemisestä, esimiestehtävistä ja alan kehittamisestä. Tekee paljon töitä eikä näe ongelmaa siinä, että työ ja vapaa-aika sekoittuvat.
- Ärsyyntyy kun asioita tehdään huonosti.
- Järjestää työkseen seminaareja ja asiakastilaisuuksia, haluaa jäädä mieleen ja tehdä vaikutuksen.
- Hankkii paljon tietoa, haluaa varmistaa oikean päätöksen ja välttää suuria riskejä.

Karita edustaa toisentyypistä Ateljeen asiakasta – kokousvierasta. Karitan toiveet ja odotukset palvelun suhteen poikkeavat muista, koska Ateljeen yleisötyö on varsinaisen palvelun ohessa tarjottava lisäpalvelu. Karita muistuttaa Mirjamia siinä mielessä, että hänelle Ateljeen toiminnallisten mahdollisuuksien hyödyntäminen ei ole välttämätöntä tai aina edes luontevaa, vaan museovierailu saattaa olla tyydyttävä kokemus ilman niitäkin.

Karitan näkökulmasta Ateljeen mahdollistamat lisäpalvelut ovat kiinnostavia, jos ne tuovat lisäarvoa hänen asiakkailleen. Karitan päätöstä voi helpottaa vähentämällä riskejä: tarjoamalla tietoa palveluista, tuomalla esiin palvelun hyötyjä ja ainutlaatuisuutta. Karita etsii tietoa itsenäisesti; hänet tavoittaa erityisesti toimivien verkkosivujen avulla.

Laatua Karitalle on siisteys, näyttävyyys, ammattitaitoinen palvelu ja asiointin helppous sekä palvelujen räätälöinti. Karitalle palvelun maksullisuus ei ole este, vaan korkea hinta kertoo hyvästä laadusta. Erilaisten tuotekokonaisuuksien paketointi on mielekäs tapa tarjota lisäpalveluita Karitalle.

Karita Kokousjärjestäjän palvelupolku



Tiedonhankinta. Karita etsii paljon tietoa eri vaihtoehdoista ja kilpailuttaa palveluntarjoajia. Karita löytää museon palvelut, kun verkkosivuille on rakennettu oma, hyvin hakukoneoptimoitu palvelukonaisuus yritys- ja yhteisöasiakkaille. Tieto itse tilasta ja sen mahdollisuuksista on hyvin esillä, ja lisäpalveluina tarjottavat pajat ja muut toiminnalliset elementit ovat tarjolla verkkokaupassa.

Päätös, ilmoittautuminen, tilaus. Karita arvostaa henkilökohtaista kontaktia ja nopeaa, ammattitaitoista asiakaspalvelua. Päätöksentekoa voi helpottaa tarjoamalla tutustumiskäynnin yhteydessä pieniä maistiais-pajatyöskentelyistä ja referenssejä aiemmilta asiakkailta.

Tila, materiaalit. Tilan toimivuus ja näyttävyys ovat Karitalle tärkeitä. Tilassa saa olla luonnetta ja ateljeen tunnelmaa, esimerkiksi vieraiden tekemiä töitä tai niistä otettuja kuvia esillä, kunhan yleisvaikutelma on siisti ja tyylikäs. Työpajoissa käytetään ainoastaan laadukkaita ja tarkoituksenmukaisia työvälineitä ja materiaaleja, ja kaikki tarpeeton on pois näkyviltä.

Ohjaus, käsikirjoitus. Toiminnallisten elementtien tarjoaminen kokousvieraille on Karitalle riski, ja on erittäin tärkeää, että tilanne kantaa ja on ammattitaitoisesti hoidettu. Laadukkaaseen käsikirjoitukseen ja ohjaukseen tulee panostaa Karitan kohdalla enemmän kuin muilla kohderyhmillä; toisaalta lisäpanostuksen kustannukset voi myös huomioida hinnoittelussa.

Palaute. Karita kerää osallistujilta palautetta oman työnsä tueksi. Museon kannattaa olla yhteydessä Karitaan yhteisten palautekäytäntöjen kehittämiseksi ja palautteen välittämiseksi museolle. Karita antaa myös itse mielellään jäsenneiltyä palautetta.

Asiakkuuden ylläpito. Karita järjestää vastaavia tilaisuuksia säännöllisesti. Häneen pysyvän asiakassuhteen rakentamiseen kannattaa panostaa. Yrityksiä varten suunnattu uutiskirje on hyvä tapa välittää tarjouksia, tietoa uusista palvelutuotteista ja näyttelyistä. Onnistuneen asiakassuhteen tuloksena voi olla Ateljeen sponsorointi osana Karitan yrityksen yhteiskuntavastuutoimia.

Ateljeesta Karhunpesä

Tila, sen sisustus ja tilassa käytettävät esineet ovat asiakkaille merkityksellinen ja palvelukokemukseen voimakkaasti vaikuttava tekijä. Ateljeen erityistä palvelukokemusta voi vahvistaa tuomalla tilan sisustukseen vahvemmin kolmea avaintekijää – katse, ääni ja teko.

Ateljeen oman visuaalisen ilmeen ja luonteen rakentaminen auttaa Ateljee-brändin vahvistamisessa museon toiminnassa ja sitä kautta Ateljeen työpajatoiminnan ensisijaisuutta ulosvuokraukseen nähden. Seuraavassa tuon esille ehdotuksia ja kehityssuuntia, jotka tukisivat näiden tavoitteiden toteutumista.

Ateljeekokemus tilan kehittämässä



Kaikuisuuden vähentäminen
AV-välineistö ja äänimaailma



Käytännölliset ratkaisut
Toiminnallisuus ja liike



Töiden esillepano
Tarinallisuus

Ateljeetilan selkeitä vahvuuksia ovat näyttävyys, korkeus ja ilmavuus. Tilan näyttävimmät elementit ovat korkeat ikkunat Mannerheimintielle sekä kullavärinen katosta lattiaan ulottuva samettiverho sivuseinällä. Tila on kalustettu liikuteltavilla pöydillä ja tuoleilla, ja istumaan mahtuu enimmillään noin viisikymmentä henkilöä. Tilassa on vesipiste (edellä mainitun verhon takana), vitriinikaappi vastakkaisella seinällä ja jonkin verran varastotilaa verhon sekä ovien takana. Mannerheimintien puoleisessa nurkassa on erillinen, ovilla suljettava erkkeritila.

Käytössä on suurehko liikuteltava tv-ruutu ja videotykki sekä mahdollisuus käyttää kannettavaa ääni- ja videojärjestelmää, mutta ei kiinteää av-välineistöä.

Vuokraustoiminnan näkökulmasta palvelun laatumielikuva tulee pitää vahvana ja tila arvokkaana. Tämä tuo ristiriitaa yleisötyön toivoman ”tekemisen meiningin” kanssa ja rajoittaa sitä, miten tilan visuaalista ilmettä ja yhteistyökäytäntöjä kehitetään – esimerkiksi lasten piirustusten tuominen tilaan on ongelmallista. Sen sijaan toimiva esimerkki yleisötyön ja vuokraustoiminnan yhteensovittamisesta ovat aikuisten taidekurssin keskeneräiset työt, jotka olivat esillä ja kuivumassa tilassa syksyn ajan. Ne elävöittivät tilaa myös kokousvieraille ja toivat tekemisen tuntua tyylikkäällä tavalla.

Tarinallisuus kehittämisen lähtökohtana

Palvelukokemusta ja asiakaselämystä voi vahvistaa tarinallisuuden kautta. tarinat herättävät tunteita ja ajatusprosesseja, jotka sitouttavat asiakasta tilaan. Tarinallisuus puhuttelee kaikkia asiakasryhmiä, mutta toki erityisen luontevasti tarinan ja sadun elementit tukevat lasten ja koululaisten museoelämystä.

Kansallismuseossa vierailuun liittyvä tarina alkaa luontevasti jo museon ulko-ovella, kun museovieras tapaa Mannerheimintien liikennettä tarkkailevan karhun. Suomen kansalliseläimenä karhu on myös erittäin luonteva symboli Kansallismuseon tavoitteille ja toiminnalle. Tyylielty karhuhahmo toistuu myös Ateljeehen johtavien portaiden lasimaalauksessa.

Ateljeesta rakennetaan hienovaraisin elementein karhun, metsän kuninkaan valtaistuinsi. Ateljeen logoksi tuodaan lasimaalauksesta poimittu karhuhahmo. Seiniin maalataan kevyt koristeboordi karhuteemalla. Ateljeelle tuotetaan osallistujatarra, esiliina sekä kangaskassi töiden kotiin kuljettamista varten. Viestinnän tueksi tuotetaan lipunmyyntipöydälle mainosständi, jossa toivotetaan tervetulleeksi päivän pajavieraat tai kutsutaan avoimeen työpajaan. Sama visuaalinen ilme toistuu museon valotaulussa sekä verkkosivuilla.



Haluttua mielikuvaa tukee jo nykyinen sisustus vihreine kaakeleineen ja kultaisine verhoineen. Metsämielikuvaa tuetaan värivalinnoilla ja uusilla sisustuselementeillä, jotka poistavat kaikuisuutta ja tuovat tilan fokusta alaspäin, mikä lisää rentouden tuntua erityisesti lapsiasiakkaille.

Kiviä muistuttavat jakkarat ja metsän väreihin sävytetyt matot ovat tyylikkäitä ja siistejä myös kokouskäytössä, ja ne voidaan tarvittaessa siirtää pois näkyvistä. Kaikua vähentävät myös tekstiilipinnoitetut sermit. Sermit toimivat myös tilanjakajina, mikä monipuolistaa tilan käyttöä ja mahdollistaa jakamisen useampaan työskentelypisteeseen. Sermeihin voidaan kiinnittää työpajoissa käytettäviä virikemateriaaleja, kuvia ja työpajatoita.

Tilan toiminnallisuutta kehitetään tuomalla tilaan kiinteä suuri valkokangas, joka on mahdollista laskea verhon eteen, sekä vastapäisen seinän vitriinikaapin päälle sijoitettava videotykki. Tila varustetaan pysyvällä äänentoistojärjestelmällä, jolla voidaan toteuttaa paitsi puheen äänentoisto, myös tilaisuuden musiikki tai muu äänimaailma.

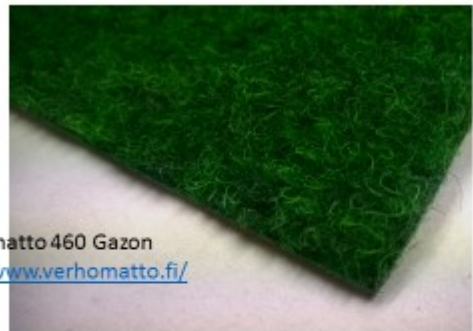
Ateljeen vieressä oleva sivutila otetaan käyttöön naulakko- ja aputilana, mikä vahvistaa erityisesti ryhmien palvelukokemusta, kun aloitus- ja lopetustoimet voidaan tuoda Ateljeen yhteyteen.

Mannerheimintielle antava erkkeritila sisustetaan päätilaa vahvemmin sadunomaiseksi ”pesäksi” tai hiljentymistilaksi pehmeillä istuimilla. Tilaa hyödynnetään pienten ryhmien kanssa esimerkiksi sadunkerrontaan tai avoimen työpajan yhteydessä hiljentymistilana. Erillinen pesätila lisää myös lasten mahdollisuuksia liikkua ja tutkia tilaa työpajatyöskentelyn yhteydessä.

Dezibel seinäkkeet
<http://www.dpj.fi>



Ruohomatto 460 Gazon
<http://www.verhomatto.fi/>



Livingstones lattiatyyny
<http://www.smarin.net/>





Kiitos!



KOOSTE HAVAINNOINTI-, HAASTATTELU- JA BENCHMARKING-AINEISTOSTA

Työpajojen havainnointi, vetäjien ja osallistujien haastattelut

6.10. Koululaispaja + oppaan haastattelu

- Aulassa tilanne meluisa ja sekava
- Opas: iso kontrasti opastuksen ja työpajan välillä
- Ei prosessia, joka välittäisi palautetta oppaalle

15.10. Renessanssin taidemenetelmät -työpaja + vetäjän haastattelu

- Moni kävijä vietti pitkän aikaa ja kokeili useita menetelmiä
- Opastustekstit varsin korkealentoisia, eivät avaudu helposti
- Vetäjä: tila upea, mutta tarvitaan paremmat peseytymis- ja suojausvälineet

22.10. ja 12.11. Maalaustekniikkakurssin havainnointi, vetäjän ja osallistujien haastattelu

- Tulijat hieman eksesissä, kun sisäänkäynti takaovesta
- Kurssilaiset: Upea tila, hyvä valo ja ilmanvaihto
- Moni osallistui ammattilaisena/työnantajan kustannuksella, isot odotukset sisällöstä, haastavat vetäjää
- ”Harmi että työt eivät tule esille minnekään”

27.10. Neulekahvilan havainnointi + ryhmäkeskustelu (3 osallistujaa)

- Kukaan osallistuja ei tullut näyttelyn kautta (ei tarraa)
- Käsiyövälineitä oli varattu, mutta ei otettu käyttöön
- ”Käyn monessa neulekahvilassa, huhut kiertävät hyvistä paikoista”
- Tietoa oli nettisivuilta vaikea löytää
- Kiireen tuntu poistumisessa

30.10. Perheiden työpajapäivän havainnointi

- Vanhemmat isossa roolissa lasten osallistumisessa
- Vähän haahuilua sisään ja ulos, kävijöitä ei aina huomioitu
- Vetäjä: ”Olisi saanut olla enemmänkin väkeä”
- Valotauluilta vaikea löytää vanhentuneen tiedon seasta

10.11. Kahden koululaispajan havainnointi

- Rahaliikenteen hoitaminen aiheuttaa sähläystä
- Opettajalla iso rooli ryhmän ohjaamisessa
- Tilanne päättyy ilman pysähtymistä töiden äärelle – onko kukaan edes kiinnostunut lopputuotteesta?

19.11. Intarsian kokoamisen havainnointi

- Työpisteet aseteltu kivasti, kiertäminen onnistuu eikä kukaan ole selin
- Hyvä, aito tekemisen tunnelma
- Kävijöille ei mitään itse tehtävää

- 22.11. Nykytaideluennon havainnointi
- Tila täysi, televisio ei näy hyvin takariviin
 - Siirrettävät tuolit toimivat hyvin
 - Ei mitään vuorovaikutteisuutta luennossa

Opettajien haastattelut ja koululaisryhmän ainekirjoitustehtävä

8. ja 11.11. Opettajien puhelinhaastattelut etukäteen

17.11. Opettajan haastattelu jälkikäteen

20.11. Koululaisten ainekirjoitusten purku

- Opettajat tekevät päätökset nopeasti, tietoa ei erikseen etsitä
- Pajoihin ollaan tyytyväisiä, tullaan vanhasta tottumuksesta
- Kritiikkiä työtavoista: "Tätä me oltaisiin voitu tehdä luokassakin", "Upeaa tilaa mielellään hyödyntäisi enemmän"
- Sekä opettajat että oppilaat toivovat vahvempaa linkkiä näyttelyyn
- Oppilaiden teksteissä opastus paljon vahvemmin esillä kuin työpaja

Benchmarking muiden museoiden työpajatilaisissa

Tilaan tutustuminen ja työntekijän haastattelu

25.11. Kuopion ortodoksinen kirkkomuseo

- Näyttävä, tummasävyinen tila
- Paljon fiksuja varastoratkaisuja käsityötarvikkeille
- "Yhtä paljon meillä oli pajoja ilman tätä tilaakin"
- Rohkeita ratkaisuja yleisötyön toteutuksessa, pienellä paikkakunnalla oltava joka vuosi uusi syy tulla paikalle

31.12. Helsingin taidemuseo HAM

- Säännöllistä avointa pajatoimintaa, erityisesti lapsille
- Tila varsin karu, sekava ja suttuinen, seinillä paljon muistilappuja ja taideaiheisia kuvia
- Omat esiliinat
- Hauska tekemisen meininki

28.1. Ateneum, työpajatila sekä Eiffel-tila

- Työpajatoiminnalla korkea tila, jossa ei muuta kuin yleisötyön käyttöä
- Vaatimattomat opasteet, vaikea löytää
- Säännöllistä toimintaa, vakikävijöitä jo toista sukupolvea
- Vanhemmat isossa roolissa lasten työskentelyssä
- Eiffel-tilassa omatoimisia toiminnallisia tehtäviä
- Eiffel siisti ja tyylikäs tila, opas passiivisesti taustalla, tilaa omalle tekemiselle, ihmiset yllättävän aktiivisesti mukana