

HEATEO SIHTASUTUS



Sotsiaalse innovatsiooni tööriistad

Inimesekeskse disaini ja probleemilahenduse
tööriistad vabaühendustele uute teenuste
väljatöötamiseks



Avatud Eesti Fond
Open Estonia Foundation



Sissejuhatuseks

Sotsiaalse innovatsiooni teenusedisaini tööriistakasti on kogutud inimesekeskse disaini ja probleemilahenduse tööriistad, mida on katsetatud erinevate Heateo SA ja SEVi sotsiaalse innovatsiooni arenguprogrammide raames. Tööriistad on valitud välja nende arenguprogrammide kogemuse ja tagasiside põhjal ning neid täiendati projekti “Sotsiaalse innovatsiooni tööriistakast” raames, et need vastaks rohkem konkreetset vabaühenduste vajadustele, aga ka ressurssidele ja võimetele.

Tööriistad on valitud ja komplekteeritud nii, et vabaühendused saaksid alustada konkreetsest probleemist, millele puudub lahendus, ning jõuda samm-sammult uudse teenuse või lahenduse prototüübini (teenuseplaan).

Kuidas töötada töölehtedega?

- Mõtle ja ütle välja;
- Kirjuta kõik öeldu üles post-it kleepsudele
- Korrasta (abiks on tööpõhjad)
- Tee järeldusi (seosed, prioriteedid, lüngad, avastused)
- Tee tööplaan (seoste, avastuste kontrollimiseks, lünkade täitmiseks, prioriteetidega edasiminekuks)
- Vajadusel mine tagasi varasemate töölehtede juurde: vaata kogutud infot v kasuta töölehte info kogumiseks v mõtestamiseks.

1

Probleemi definiitsioon

Mida see tööriist aitab teha?

Selgitada,
milles on probleem?
kui oluline see on?
kelle probleem on?
kas see probleem väärrib seda, et investeerida
sellesse aega ja töötunde?

Kuidas täita?

Kasuta suurt tahvlipaberit ja post-it kleepse.

1 PROBLEEMI DEFINITSIOON

Mis on peamine probleem või vajadus, mida soovid lahendada?

Kes maksab probleemi lahendamise eest?

Kui see probleem jääb lahendamata, siis milline on selle laiem tagajärg (kogukonnale, ühiskonnale)?

Millised sotsiaalsed-, majanduslikud- ja kultuurilised tegurid mõjutavad seda probleemi?

Kelle jaoks on see probleem? Millised on probleemiga seotud osapooled?

Millised tõendid Sul on, et selle probleemi lahendamine on väärt investeeringuid?

Kui suur on sihtrühm?

Kas oskad mõelda sellest probleemist teisti? Sõnastada seda teisti?

2

Probleemipuu

Mida see tööriist aitab teha?

Selgitada: mis on probleemi põhjused?

Kuidas täita?

Kasuta suurt tahvlipaberit ja post-it kleepse

1. Kirjuta lehe ülaossa probleem, mida soovid lahendada (seda aitas selgitada eelmine tööpõhi). Märki ka, kelle probleem see on.
2. Kirjuta post-it kleepsudele selle probleemi põhjused. Võta aega ja too välja nii palju põhjuseid kui võimalik.
3. Grupeeri põhjused, vajadusel selekteeri olulisemad.
4. Vali üks põhjus ja küsi: miks - mis on selle põhjus? Kirjuta saadud vastus kleepsule
5. Saadus vastuse kohta küsi: miks? Saadud vastus kirjuta kleepsule.
6. Iga alguses välja toodud põhjuse kohta küsi viis korda “miks?” ehk “mis on selle põhjus?”

Kuidas kasutada saadud taipamisi?

Põhjused, milleni viie “miks-iga” jõuad, saad hakata kasutama lahenduste otsimiseks.

2 PROBLEEMIPUU

Probleem, mida soovid lahendada.	Kelle probleem see on?					Mis probleemi sa lahendad? Kelle probleem see on?
	Probleemi põhjus	Probleemi põhjus	Probleemi põhjus	Probleemi põhjus	Probleemi põhjus	Mis on probleemi põhjused? Grupeeri.
	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?		Vali üks põhjus.
	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	1. Küsi selle kohta: miks?
	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	2. Saadud vastuse kohta küsi: miks?
	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	3. Saadud vastuse kohta küsi: miks?
	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	4. Saadud vastuse kohta küsi: miks?
	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	5. Saadud vastuse kohta küsi: miks?
	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Tee sama kõigi välja toodud põhjustega
	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	
	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Miks?	Viimane rida (juurpõhjused) on üks võimalik koht, kust hakata probleemile lahendusi otsima

3

Seotud osapoolte kaart

Mida see tööriist aitab teha?

Selgitada:

Kes on sinu probleemiga seotud osapooled?

Kuidas neid kaasata?

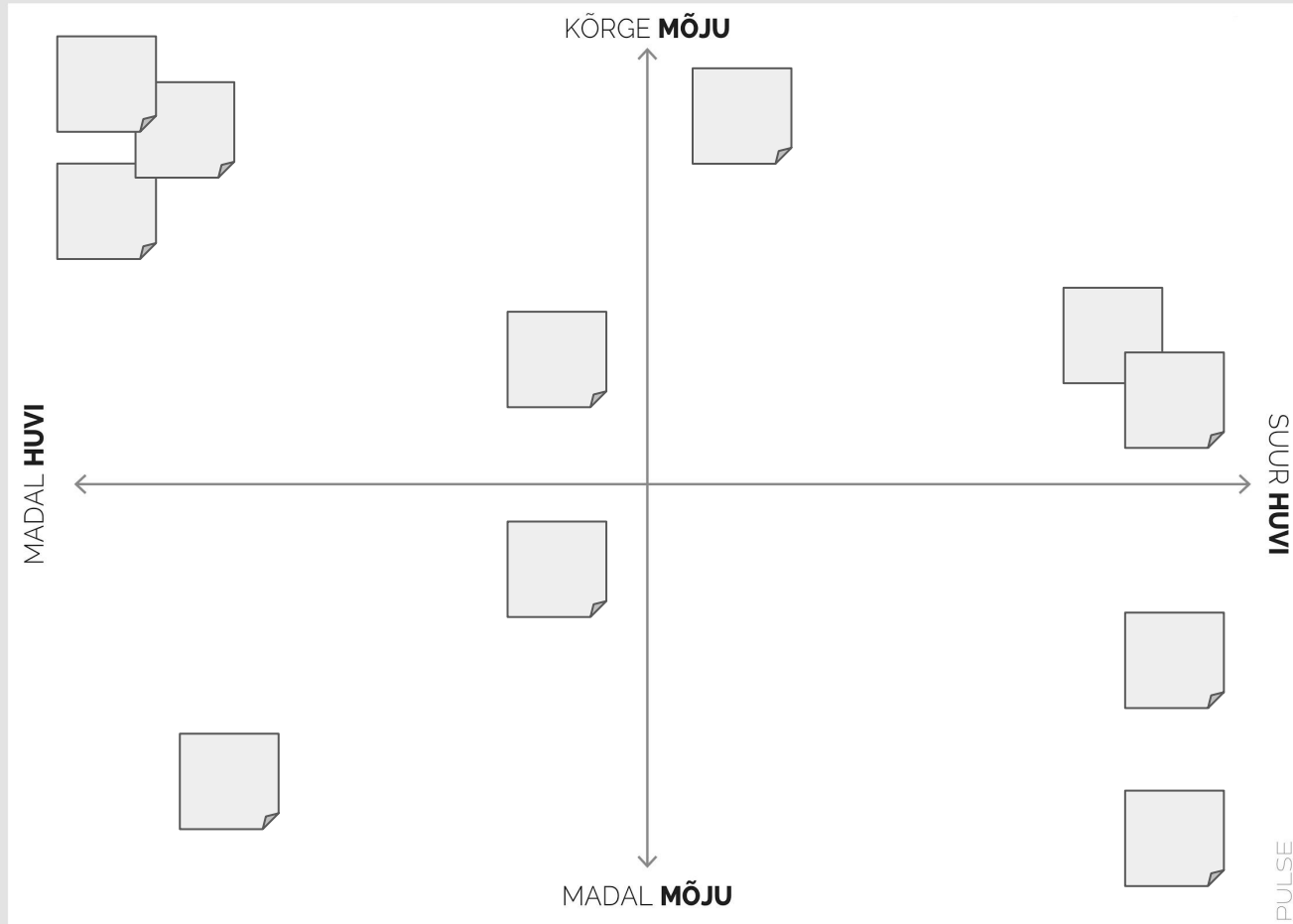
Kuidas täita?

Kasuta suurt tahvlipaberit ja post-it kleepse.

1. Kes on sinu probleemi või teenusega seotud osapooled - ühendused, organisatsioonid, inimesed. Kirjuta need post-it kleepsudele.
2. Mida täpsemalt suudad osapooled identifitseerida, seda rohkem on sul osapoolte kaardist kasu (nt mitte asutus, vaid konkreetne inimene või inimesed asutuses).
3. Paiguta osapooled maatriksile vastavalt nende suhtelisele huvile ja mõjule.
4. Too välja prioriteetsed osapooled - kõikidega ei ole võimalik suhelda või neid kaasata
5. Too välja võtmepersonaad, kes vajavad edasist analüüsi.
6. Osapoolte kaarti tuleb uue info kogunedes täiendada!

Kuidas kasutada saadud taipamisi?

Kõige olulisemate osapoolte kohta pead looma persona.

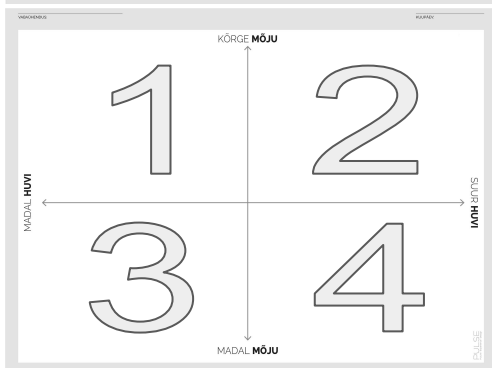
**Kaardista**

Kuidas asetuvad:
Lõppkasusaajad
Lähedased

Rahastajad
Omanikud
Töötajad
Partnerid
Võistlejad

KOV
Riik
Ühiskond
Meedia
Arvamusliidrid

Kogukond
Erinevad huvigrupid
Eestkosteor-g-d
Kesk-kond



- 1 - Kõrge mõju / madal huvi - suhtle aktiivselt
- 2 - Kõrge mõju / suur huvi - kaasa
- 3 - Madal mõju / väike huvi - passiivsed
- 4 - Madal mõju / suur huvi - hoia kursis

Määra prioriteetidid
Kuidas kaasad?

4

Persoona

Mida see tööriist aitab teha?

Persoona on üks olulisemaid teenusedisaini tööriistu.

See on sinu kliendi või partneri koondportree, üldistus intervjuudest, vaatlustest vm viisil kogutud info põhjal.

Kuigi persoona on üldistus, peab see mõjuma nagu reaalne inimene.

Persoona luuakse selleks, et paremini mõista oma sihtgruppi, kavandada just tema vajadustest lähtuvaid teenuseid või lahendusi. Hiljem saab persoonat kasutada selleks, et veenda teenusevajaduses rahastajaid, partnereid vm.

Suuremad organisatsioonid loovad tavaliselt 4-5 võtmepersoona, kellele nad teenuseid, rakendusi või tooteid loovad.

Ühe persoona loomiseks tuleb teha 7-8 intervjuud. Tee nii palju kui saad, kasuta intervjuuks valmistumisel lisatud küsimusi.

Kuidas täita?

- Kes on sinu võtmesihtgrupid?
- Tee nendega intervjuud?
- Korrasta intervjuudest kogutud info (kasuta välja prinditud tööpõhjasid).
- Võib osutuda, et esialgu ühe sihtgrupi kohta tekib mitu persoonat, sõltuvalt nende suhtumistest, hoiakutest ja tegevusharjumustest.

4 PERSOONA

Nimi	Juhtlause	Faktid
Foto	Millist probleemi püüab lahendada?	Situatsioon, kus probleem ilmneb?
	Mis tekitab talle nurinat?	Mis emotsioonid tal on?
	Mida ta hetkel probleemi lahendamiseks teeb?	Millised on tema vajadused ja motivatsioonid?
	Mis takistab selle probleemi lahendamist (tema enda sõnadega)?	Milline on tema jaoks soovitud eesmärk, tulemus, olukord (tema enda sõnadega)?
	Millised on tema harjumused?	
	Kuidas ta käitub?	Kellega suhtleb?
	Kust hangib info?	Kes on tema jaoks autoriteetid, kelle soovitusi ja nõuandeid kuulab?

Kasuta neid küsimusi persoonaintervjuuks valmistudes.

Ülevaade

Selgita meile, milles seisneb sinu töö.

Kuidas ja miks sa selle töö vastu võtsid?

Kui kaua sa oled sellel kohal töötanud?

Miks töötad sa just selles organisatsioonis ja mitte kuskil mujal?

Selgita mulle natuke oma töövaldkonda ja milline on sinu roll selles.

Vajalikud teadmised

Milliseid oskusi ja teadmisi on vaja sinu töö tegemiseks?

Kuidas hoiad sa end uuemate arengutega kursis ning kust saad oma valdkonna ja ülesannetega seotud informatsiooni?

Eesmärgid

Mille eest sa vastutad?

Mida tähendab sinu jaoks edu?

Kuidas mõõdad edu?

Suhtumised ja ajendid

Mida sa oma töö juures enim naudid?

Mida sa enim hindad?

Kas sul on mingeid väliseid või sisemisi ajendeid selleks, et teha oma tööd hästi?

Protsessid

Kirjelda oma tüüpilist tööpäeva. Mida sa teed esimese asjana, kui kontorisse jõuad? Mida teise asjana?

Kuidas sa teed [mingit tegevust]?

Kui kaua selle ülesande täitmine tavaliselt aega võtab?

Kust sa tavaliselt alustad?

Mida sa järgmisena teed?

Kas sa võiksid mulle näidata, kuidas seda teha?

Millised tegevused võtavad suurema osa sinu ajast?

Millised tegevused on kõige olulisemad, et võiksid olla edukas?

Millised igapäevased ülesanded on sulle antud ettevõtte / organisatsiooni / ülemuste poolt?

Millised igapäevased tegevused oled ise välja kujundanud?

Kas oled õppinud kolleegidelt, kuidas oma tööd paremini teha

Keskkond

Kuidas on sinu töökoht sisse seatud, et see aitaks sul sinu ülesandeid täita ja eesmäärke saavutada?

Näita mulle, kuidas kasutad oma töökohta, et saavutada oma ülesandeid ja eesmäärke?

Kitsaskohad

Millised on kõige raskemad, keerulisemad, tüütumad ja frustrerivamad aspektid sinu töö juures?

Mis on need teemad (kui on), mis sul ka pärast tööpäeva lõppu mõttes mõlguvad? Mis hoiab sind öösel üleväl?

Töövahendid ja tehnoloogia

Milliseid töövahendeid sa kasutad oma töö tegemiseks (v.a. IT)?

Milliseid digitaalseid töövahendeid sa kasutad oma töö tegemiseks?

Kus sul jääb tänastest vahenditest vajaka? (Mis on see, mida nad peaks tegema, kuid mida nad ei tee või ei tee piisavalt hästi?)

Mõttemustrid

Millist tüüpi inimesed on sinu ametis edukad? Miks?

Kirjelda mõnd oma tööga seotud protsessi ja seda, kuidas see on (või ei ole) ajas muutunud.

Suhted ja organisatsiooni ülesehitus

Kellega sa veel oma töös suhtled peale klientide?

Kellele sa aru annad?

Kes sulle aru annab?

Kui sageli pead sa kellegagi koostööd tegema?

Kuidas see koostöö tavaliselt toimub?

Tulevikuperspektiiv

Kui me tuleme x aasta pärast tagasi sinuga uuesti rääkima, siis mis on muutunud?

Kui sa saaksid ise kujundada ideaalse kogemuse, siis milline see oleks?

Kokkuvõte

Kas me oleme midagi olulist kahe silma vahele jätnud?

Kas on veel midagi, mida sa tahaksid meile öelda?

Kas on midagi, mida sa tahaksid meilt küsida?

Mida panna tähele?

Mis oli kõige meeldejäävam ja üllatavam lugu?

Mis teemad tekitasid kõnelejas kõige enam emotsioone? Miks?

Mis teemadel ta rääkis ajaliselt kõige rohkem? Miks?

5

Väärtuspakkumise lõuend

 Strategyzer

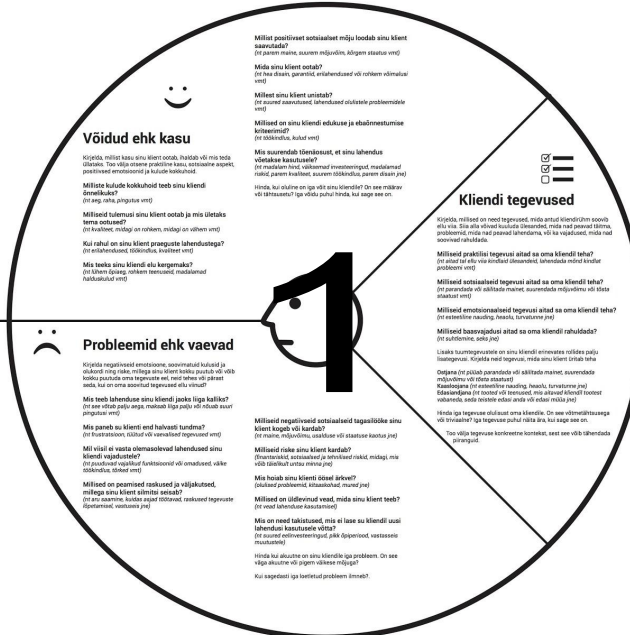
Väärtuspakkumise lõuendi autoriks on Strategyzer. See on sündinud koosloome protsessis, kus on osalenud üle 300 konsultandi, disainijuhi, teenusedisaineri, koolitaja ja meeskonna. Seda tausta arvestades ei ole me seda hakanud ümber kujundama ning soovitame seda väga kõigile vabaühendustele oma teenuste läbi mõtlemiseks ning sihtrühmale väärtuspakkumise loomiseks.

Mida see tööriist aitab teha?

- Saada aru, mida sinu klient soovib saavutada, mida ta kardab ja mis on see, mis annab talle positiivse eduelamuse?
- Kavandada ja kujundada oma teenust nii, et see vastaks sinu kliendi kõige olulisematele vajadustele ning ootustele ning aitaks leevendada suurimaid hirme ja takistusi.
- Väärtuspakkumise aluseks on persoona. Kuidas on mitu persoonat, pead tegema väärtuspakkumise igale persoonale eraldi.
- Pea meeles, et inimese esmane eesmärk ei ole kasutada teenust või toodet. Väärtuspakkumise aluseks on sügavam arusaam, mida inimene tahab teha ja saavutada

Kuidas täita?

Prindi tööleht välja A3 paberile ja kasuta post-it kleepse.

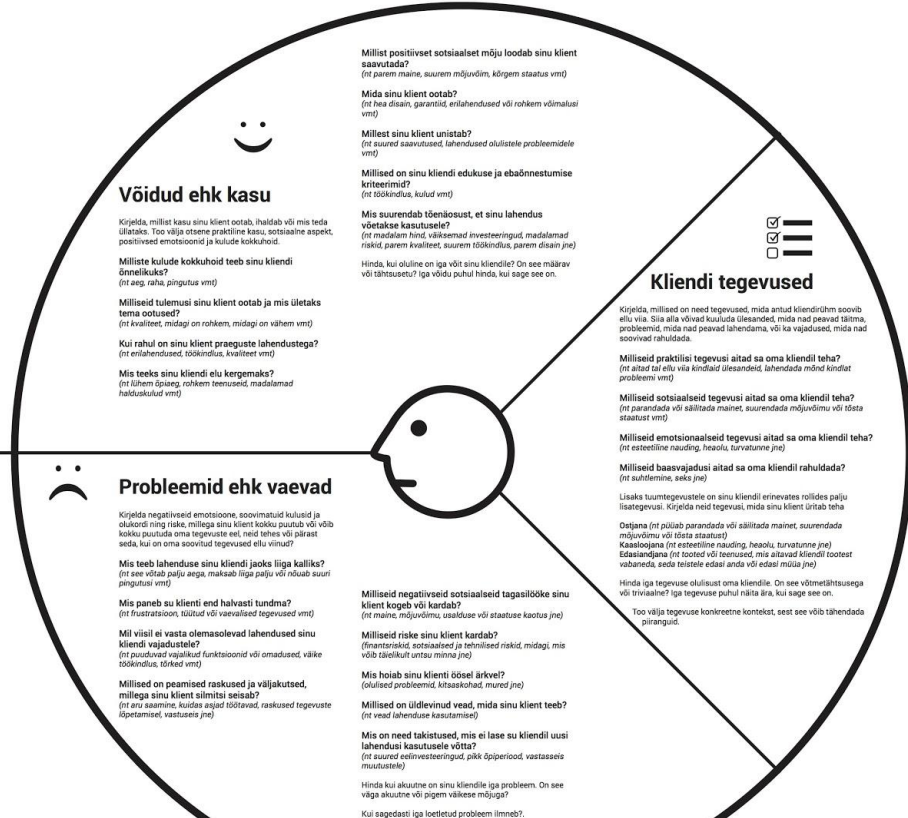


Väärtuspakkumise lõuend

Väärtuspakkumine



Sihtgrupp



6

Teenuseplaan

Mida see tööriist aitab teha?

Teenuseplaan on tööriist, mis näitab ära, mida pead tegema, et realiseerida oma väärtuspakkumine.

Teenuseplaani aluseks on persoona / väärtuspakkumine. Kui sul on mitu persoonat, pead teenuseplaani tegema kõigi võtmepersoonade perspektiivist, isegi kui teenus on justkui sama.

1. Kaardistada klienditeekonda hetkest, kus tal tekib probleem, mida sinu teenus aitab lahendada, kuid ta ei pruugi veel teadlik olla lahendusest, mida pakud.
2. Mõista, mida inimene tunneb ja kogeb probleemi ilmnedes või hiljem sinu teenust kasutades. Millist kogemust sa tahad talle luua?
3. Milline on see teenusekogemus (klienditeenindus), mida pead kliendile pakkuma: et ta selle üles leiaks, et see vastaks tema tegevustele ja vajadustele.
4. Millised on vajalikud taustategevused, ressursid ja kompetentsid, mis on vajalikud teenuse pakkumiseks, kuid ei ole otsene kliendisuhklus (jäämäe veealune osa).

Kuidas täita?

Kasuta suurt tahvlipaberit ja post-it kleepse

	TEADVUSTAMINE / VAJADUSE TEKKIMINE Kuidas tekib vajadus ja mis siis juhtuma hakkab?	OTSUSTAMINE / VALIK/LIITUMINE Kuidas toimub lahenduste otsimine ja võrdlemine? Kuidas toimub valik, mis on selle hind?	LAHENDUSE KASUTAMINE Milline on lahendus ja kuidas see toimib. Millist tuge vajab inimene tulemuste saavutamiseks?	JÄRELTEGEVUSED / LÕPETAMINE Mida tuleb teha või saab teha järelte- gevustena mõju kinnistamiseks?
KLIENT: Koht				
Tegevus	1. Kus ja millise tegevuse juures tekib vajadus või probleem, millele teie teenus vastab?	1. Kus ja mida inimene teeb valikuni või otsuseni jõudmiseks?	1. Kus inimene lahendust kasutab?	1. Mida inimene teeb pärast teie teenuse kasutamist?
Emotsioon	2. Kus ja mida ta teeb, et leida lahendust?	2. Mida ta teeb, et liituda / osta teenust?	2. Mida ta teeb?	2. Mida ta teeb, et lahkuda? Jätkata?
	3. Mida inimene selle juures tunneb/kogeb?	3. Mida inimene selle juures tunneb/kogeb?	3. Mida inimene selle juures tunneb/kogeb?	Kasutada uut teenust?
				3. Mida inimene selle juures tunneb/kogeb?
INTERAKTSIOON:				
Kus/ Mis / Kes	Millised on teie tegevused selles etapis, kus inimene otsib oma probleemile lahendust (teenust)? Kus need tegevused toimuvad? Kas see läheb kokku sellega, kust inimene lahendusi otsib? Kes teie organisatsioonis neid teeb?	Millised on teie tegevused selles etapis, kus inimene püüab langetada otsust, millist lahendust kasutada? Kus need tegevused toimuvad? Kas see läheb kokku sellega, kust inimene lahendusi otsib? Kes teie organisatsioonis neid teeb.	Millised on teie tegevused selles etapis, kus inimene kasutab teenust? Kus need tegevused toimuvad? Mis need tegevused on? Kes teie organisatsioonis neid teeb?	Millised on teie tegevused teenuse mõju kinnistamiseks? A) Inimene liigub järgmisele teenusele, B) Ta tuleb tagasi sellele teenusele, jätkab sellel teenusel. Kus need tegevused toimuvad? Kes teie organisatsioonis neid teeb?
LAVATAGUNE TEGEVUS	Mida pead tegema, et teha kliendile mõeldud tegevusi?	Mida pead tegema, et teha kliendile mõeldud tegevusi?	Mida pead tegema, et teha kliendile mõeldud tegevusi?	Mida pead tegema, et teha kliendile mõeldud tegevusi?
TAUSTSÜSTEEM	Mis sul peab olemas olema, et teha teenuse osutamiseks vajalikke tegevusi?	Mis sul peab olemas olema, et teha teenuse osutamiseks vajalikke tegevusi?	Mis sul peab olemas olema, et teha teenuse osutamiseks vajalikke tegevusi?	Mis sul peab olemas olema, et teha teenuse osutamiseks vajalikke tegevusi?
KAASNEVAD KULUD	Millised kulud kaasnevad teenuse osutamisega: otsesed / varjatud?	Millised kulud kaasnevad teenuse osutamisega: otsesed / varjatud?	Millised kulud kaasnevad teenuse osutamisega: otsesed / varjatud?	Millised kulud kaasnevad teenuse osutamisega: otsesed / varjatud?
KLIENDID / PARTNERID	Milliseid partnereid on sul vaja teenuse osutamiseks? Vahendajad? Soovitajad?	Milliseid partnereid on sul vaja teenuse osutamiseks? Vahendajad? Soovitajad?	Milliseid partnereid on sul vaja teenuse osutamiseks? Koolitajad? Alltöövõtjad?	Milliseid partnereid on sul vaja teenuse osutamiseks?

KUIDAS TÖÖTADA TÖÖLEHTEDEGA?

- Mõtle ja ütle välja;
- Kirjuta kõik öeldu üles kleepsudele
- Korrasta (abiks on tööpõhjad)
- Tee järeldusi (seosed, prioriteetidid, lüngad, avastused)
- Tee tööplaan (seoste, avastuste kontrollimiseks, lünkade täitmiseks, prioriteetidega edasiminekuks)
- Vajadusel mine tagasi varasemate töölehtede juurde: vaata kogutud infot v kasuta töölehte info kogumiseks v mõtestamiseks.