

Ideaali kommunikointi tilitoimiston ja yrittäjän välillä

case Procountor-taloushallintojärjestelmä

Pro gradu - tutkielma

Taru Vuolas

Y24649089

Taiteiden tiedekunta

Teollinen muotoilu

Lapin yliopisto

2025

Lapin yliopisto

Taiteiden tiedekunta

Koulutusohjelma/maisteriohjelma: Teollinen muotoilu

Työn nimi: Ideaali kommunikointi tilitoimiston ja yrittäjän välillä -
case Procountor-taloushallintojärjestelmä

Tekijä: Taru Vuolas

Työn laji: Pro gradu -tutkielma

Sivumäärä: 65

Liitteiden lukumäärä: 1

Vuosi: 2025

Tiivistelmä

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan ideaalia kommunikointia tilitoimiston ja yrittäjän välillä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millainen viestintäkanava tukee parhaiten kirjanpitäjän ja yrittäjän välistä yhteistyötä. Tutkimusaineisto kerättiin yrittäjien ja kirjanpitäjien haastatteluista, käyttäjätestauksista sekä havainnoinneista.

Tutkimuksessa tunnistettiin useita haasteita nykyisessä viestinnässä, kuten viestien ja dokumenttien hajautuminen eri viestintäkanaviin, tietoturva, viestintäviiveet ja kuormittavuus. Näiden havaintojen pohjalta kehitettiin kaksi erilaista viestintäkanavakonseptia, joita testattiin käyttäjillä. Ensimmäinen konsepti painotti pelkistettyä ja rauhallista käyttöliittymää, kun taas toinen sisälsi enemmän toimintoja ja visuaalisempia sekä personoituja elementtejä. Käyttäjäpalautteen perusteella näiden konseptien vahvuuksia yhdistettiin lopulliseksi konseptiehdotukseksi. Työn tilaajana toimi Accountor Finago Oy. Lopullinen viestintäkanavakonseptiehdotus on suunniteltu Procounor -taloushallintojärjestelmän sisälle.

Tutkimus on kvalitatiivinen haastattelututkimus. Tulokset osoittivat, että taloushallintojärjestelmän sisäinen viestintäkanava voi merkittävästi parantaa kommunikaation sujuvuutta. Suunniteltu viestintäkanava on helppokäyttöinen, tietoturvallinen ja sisältää sisäisen dokumentinhallinnan. Lisäksi tehokkuutta ja ajansäästöä tukevat ominaisuudet, kuten viestiketjut, tärkeiden viestien merkitseminen ja monipuoliset notifikaatioasetukset koettiin olennaisiksi. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että oikeinsuunniteltu viestintäkanava voi parantaa yhteistyön laatua ja tehostaa tilitoimiston ja yrittäjän välistä työntekoa. Se myös vähentää virheitä. Tutkimus tarjoaa käytännön mallin viestintäkanavan kehittämiseen ja soveltuu myös muihin vastaaviin konteksteihin.

Avainsanat:

Palvelumuotoilu, Konseptisuunnittelu, Käyttöliittymäsuunnittelu, Taloushallintojärjestelmän sisäinen viestintäkanava

Abstract

This Master's thesis explores the concept of ideal communication between accounting firms and entrepreneurs. The objective of the study is to identify what kind of communication channel best supports collaboration between accountants and entrepreneurs. The research data was collected through interviews with entrepreneurs and accountants, user testing, and observations.

The study identified several challenges in current communication practices, such as fragmented messages and documents across multiple platforms, concerns over data security, communication delays, and increased workload. Based on these findings, two alternative communication channel concepts were developed and tested with users. The first concept emphasized a minimalistic and calm user interface, while the second included more features along with visually rich and personalized elements. Based on user feedback, the strengths of both concepts were combined into a final proposal. The commissioning organization for the thesis was Accountor Finago Oy, and the final communication channel was designed to be integrated within the Procounor financial management system.

This is a qualitative interview study, and the results indicate that an internal communication channel embedded in the financial management system can significantly improve communication flow. The proposed channel is user-friendly, secure, and includes internal document management. In addition, features that enhance efficiency and save time—such as message threads, the ability to mark important messages, and versatile notification settings—were considered essential.

In conclusion, a well-designed communication channel can enhance the quality of collaboration and improve workflow between accounting firms and entrepreneurs, while also reducing the risk of errors. The study provides a practical model for developing communication channels and can be applied to other similar contexts.

Key words:

Service Design, Concept Design, User Interface Design, Internal Communication Channel within a Financial Management System

Sisällysluettelo

1	JOHDANTO	1
1.1	Tutkimuksen taustaa	1
1.2	Tutkimusongelma ja tavoitteet.....	2
1.3	Tutkimuksen aineisto ja toteutus	2
1.4	Tutkimusmenetelmä.....	3
2	PALVELUMUOTOILU.....	5
2.1	Mitä on palvelumuotoilu.....	5
2.2	Palvelumuotoilun menetelmiä	9
2.3	Yhteiskehittäminen palvelumuotoilussa	16
3	HAASTATTELU	19
3.1	Haastattelututkimus menetelmänä	19
3.2	Haastattelututkimuksen kysymykset ja osallistujat	19
3.3	Löydöksiä analysointi	20
3.4	Haastattelututkimuksen löydökset	21
4	KONSEPTIMUOTOILU	26
4.1	Mitä on konseptisuunnittelu?.....	26
4.2	Brändisuunnittelu.....	27
4.3	Suunnittelun lähtökohdat	28
4.4	Ideointi ja konseptin suunnittelu.....	28
5	KONSEPTITESTAUS	33
5.1	Mitä on konseptitestausta?.....	33
5.2	Konsepti 1	35
5.3	konsepti 2.....	38
5.4	Konseptitestausta ja sen tulokset	40
6	VIIMEISTELTY KONSEPTI.....	42
7	POHDINTA	52
7.1	Vastaus tutkimuskysymykseen	52
7.2	Tutkimuksen arviointi.....	52
8	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	55
	Liitteet	57
	Lähteet	63

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Ihmisten välinen kommunikaation merkitys on lisääntynyt. Ihmiset tarvitsevat erilaisia viestintäkanavia niin arjessa kuin työelämässä. Kysyntä erilaisista ohjelmistojen sisäisestä viestinnästä on kasvanut. Käyttäjät haluavat viestinnän olevan sujuvaa, sekä vaivatonta. Viestintäpalvelujen toiminnot eroavat paljon toisistaan. Osa käyttäjistä kokee sähköpostin käytön luontevampana viestintätapana verrattuna esimerkiksi WhatsAppiin. Myös viestintäkanavien tietosuojissa ja datansiirrossa on paljon vaihteluita.

Työelämässä ihmiset kaipaavat tietosuojallisesti turvallisia viestintä mahdollisuuksia ja nopeita datansiirtoja. Myös kanavien helppokäyttöisyys, sekä viestien säilyminen on osoittautunut tärkeäksi ominaisuudeksi.

Valitsin tutkimukseksi taloushallintojärjestelmän käyttäjät. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia millaisia toimintoja käyttäjät tarvitsevat Procountorin sisäiseen viestintäkanavaan. Keskeinen tutkimuskysymykseni kuuluu, millainen on ideaali viestintäkanava yrittäjän ja tilitoimiston välillä? Rajasin aiheen Procountor-taloushallintojärjestelmän viestintäkanavaan, sillä käyttäjät olivat toivoneet kyseistä viestintä mahdollisuutta ohjelmiston sisälle. Olen myös itse kiinnostunut viestintäkanavan kehittämisestä.

Pro gradu -tutkimuksessani haastatteleamalla käyttäjiä pyrin tekemään toimivan viestintäkanavan, joka palvelee käyttäjiä monipuolisesti. Tutkin tämänhetkistä viestintää tilitoimistojen sekä yrittäjien välillä. Haastatteleamalla kirjanpitäjiä sekä yrittäjiä tutkin heidän välillensä olevaa kommunikaatiota, sekä millaista olisi ideaali kommunikaatio heidän välillään tulevaisuudessa. Pyrin tekemään toimivan, sekä asiakaslähtöisen konseptiehdotuksen Accountor Finago Oy:lle, joka voisi tulevaisuudessa olla mukana mahdollisen viestintäkanavan suunnittelussa.

1.2 Tutkimusongelma ja tavoitteet

Tutkimuskysymykseni kuuluu: Millainen on ideaali viestintäkanava yrittäjän ja kirjanpitäjän välillä?

Lähestyn tutkimuskysymystäni tarkastelemalla Procountor-taloushallintojärjestelmää. Procountor-taloushallintojärjestelmässä ei ole olemassa sisäistä viestintäkanavaa tilitoimiston ja yrittäjän välillä. Järjestelmän sisäinen viestintäkanava sujuvoittaisi kommunikointia, sekä nopeuttaisi tietojen kulkua kirjanpitäjien sekä yrittäjien välillä. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia millaisia toimintoja käyttäjät tarvitsevat sisäiseen viestintäkanavaan. Aiheenani on tutkia tilitoimistokäyttäjän ja yrityskäyttäjän välistä kommunikaatiota ja kehittää siihen mahdollisia parannuksia. Tavoitteena on valmis käyttäjälähtöinen konseptiehdotus Procountorin sisäisestä viestintäkanavasta Accountor Finago Oy:lle.

Accountor Finago Oy on talous-, palkka- ja henkilöstöhallinnon ulkoistuspalveluihin erikoistunut konserni, joka työllistää noin 3100 ammattilaista kuudessa maassa. Yhtiö tukee asiakkaitaan tarjoamalla liiketoiminnan näkemystä ja neuvoja, yhdistäen asiantuntevan palvelun ja modernin teknologian. Accountor toimii Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Hollannissa ja Ukrainassa. Vuonna 2023 Accountor Finago Oy:n liikevaihto oli noin 310 miljoonaa euroa. Heinäkuussa 2024 yhtiö liittyi osaksi Aspia Groupia. (Accountor, 2025)

1.3 Tutkimuksen aineisto ja toteutus

Tutkimukseni aineisto koostuu yrittäjien ja kirjanpitäjien haastatteluista, sekä konseptitestauksista saaduista tuloksista ja havainnoinneista. Haastattelututkimukseen osallistui kaksi eri tilitoimiston kirjanpitäjää, jotka ovat olleet useamman vuoden Procountor-taloushallintojärjestelmän käyttäjiä. Haastattelut toteutettiin etänä Teams-kokouksena. Tutkimuksessa haastatellaan myös taloushallintojärjestelmiä käyttävää neljää yrittäjää. Haastattelut yrittäjien kanssa toteutin yritysten tiloissa, tai osittain etänä. Haastatteluiden taltioinnissa käytin puhelimeni ääninauhuria, sekä Teams -kokouksen taltioimista. Käytin samaa kysymysrunkoa haastateltaessakin kirjanpitäjiä sekä yrityksiä.

Haastatteluista saamieni aineistojen avulla muodostin Figma -ohjelmistoa käyttämällä kaksi toisistaan erilaista interaktiivista konseptiehdotusta. Järjestin konseptitestaukset Teams-kokouksena jaetulta näytöltä. Toisen konseptitestauksen järjestin kirjanpitäjille Teams-kokouksena, sekä yrittäjille heidän yrityksensä tiloissa.

1.4 Tutkimusmenetelmä

Tämä Pro gradu -tutkimus on laadullinen haastattelututkimus. Vertailen aineistoni havaintojen, haastattelujen, sekä käyttäjätestauksen perusteella. Haen myös kirjallisia lähteitä palvelumuotoilusta, konseptimuotoilusta, sekä viestinnästä.

Tutkimus suoritetaan haastattelemalla kirjanpitäjiä, jotka ovat Procountor-taloushallintojärjestelmän käyttäjiä. Tutkimuksessa haastatellaan myös taloushallintojärjestelmiä käyttäviä yrittäjiä. Haastattelujen saamien tulosten avulla muodostuu kaksi konseptiehdotusta. Konseptiehdotuksista järjestetään käyttäjätestaus, sekä haastattelu. Käyttäjätestauksen, sekä haastattelun tuloksista saadaan lopullinen konseptiehdotus.

Yksi tieteellisistä menetelmäsuuntauksista on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Menetelmän tavoitteena on syventää ymmärrystä tutkittavan ilmiön luonteesta, ominaisuuksista ja merkityssisällöistä. Laadullista tutkimusta voidaan toteuttaa useilla erilaisilla menetelmillä, joita yhdistää kiinnostus ilmiöiden taustojen, tarkoitusten, merkitysten sekä kielen ja ilmaisun tarkasteluun. (Jyväskylän yliopisto, 2015)

Laadullista tutkimusta voidaan perustella useilla tavoilla. Se on erityisen merkityksellistä, kun tutkimuskohteet ovat abstrakteja, vaikeasti havaittavia tai ihmisten vuorovaikutuksessa syntyviä ilmiöitä. Laadullinen lähestymistapa mahdollistaa moniäänisyyden ja antaa tilaa myös vähemmistöjen näkökulmille. Ihmistieteissä on tärkeää kuulla useita eri tahoja, sillä yksiselitteisiä tai lopullisia totuuksia on harvoin mahdollista saavuttaa. (Puusa & Juuti, 2020, s. 98)

Haastattelu on joustava aineistonkeruumenetelmä, joka soveltuu monenlaisiin tutkimustilanteisiin. Sen käyttöä tulisi kuitenkin aina harkita suhteessa tutkimuksen tavoitteisiin ja tutkimuskysymyksiin, jotta menetelmä tukee tutkimuksen kokonaisuutta tarkoituksenmukaisesti. (Puusa & Juuti, 2020, s. 178)

Havainnointi on tieteellisen aineistonhankinnan keskeinen menetelmä, jota jokainen tutkija hyödyntää ollessaan suorassa vuorovaikutuksessa tutkittavan ilmiön kanssa. Usein havainnointi jää muiden aineistonkeruumenetelmien varjoon, vaikka se on systemaattista ja tavoitteellista tiedonkeruuta. Tieteellisessä havainnoinnissa aisteja käytetään tietoisesti ja tarkemmin kuin arkipäivän tilanteissa. (Puusa & Juuti, 2020, s. 123)

Haastattelu on erittäin joustava tutkimusmenetelmä, mikä tekee siitä sopivan moniin erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Menetelmä perustuu suoraan kielelliseen vuorovaikutukseen tutkittavan kanssa, mikä mahdollistaa tiedonhankinnan suuntaamisen itse haastattelutilanteessa. Samalla voidaan tavoittaa vastausten taustalla olevia motiiveja. (Hirsjärvi & Hurme, 2011, s. 35) Haastateltavalla on enemmän mahdollisuuksia tulkita kysymyksiä ja esittää täsmennyksiä, mikä lisää menetelmän joustavuutta. Haastattelu soveltuu erityisesti kartoittavaan tutkimukseen. Sen avulla voidaan paitsi kerätä tietoa tutkittavasta ilmiöstä, myös muodostaa uusia hypoteeseja ja tunnistaa ilmiöiden välisiä yhteyksiä. (Hirsjärvi & Hurme, 2011, s. 9)

2 PALVELUMUOTOILU

Tässä tutkimuksessa palvelumuotoilua on hyödynnetty keinona kehittää viestintää yrittäjän ja kirjanpitäjän välillä. Tavoitteena on ollut ymmärtää viestinnän haasteita ja kehittää palvelukokemusta, jossa viestintä on selkää, turvallista ja tehokasta osana taloushallinnon prosesseja. Tässä luvussa käsittelen palvelumuotoilun keskeisiä periaatteita, menetelmiä ja sen roolia yhteissuunnittelussa. Luku alkaa palvelumuotoilun määrittelyllä ja sen merkityksen tarkastelulla eri konteksteissa. Tämän jälkeen käyn läpi palvelumuotoilun keskeiset menetelmät, joita käytetään asiakaskeskeisten ja käyttäjälähtöisten palveluiden kehittämisessä. Lopuksi tarkastelen palvelumuotoilun suhdetta yhteissuunnitteluun ja sitä, miten eri sidosryhmien osallistaminen voi edistää innovatiivisten ja toimivien palvelukonseptien kehittämistä.

2.1 Mitä on palvelumuotoilu

Palveluiden merkitys maailmantaloudessa on kasvanut merkittävästi, mikä on lisännyt palvelumuotoilun kysyntää. Kehittyneissä maissa palvelualan osuus tuotannosta ja työllisyydestä on kasvanut 1970-luvulta lähtien, samalla kun maatalouden ja teollisuuden osuus on vähentynyt. Nykyisin palvelut ovat länsimaiden suurin talouden toimiala. Suomessa palveluiden osuus bruttokansantuotteesta on tällä hetkellä 70 % ja se on jatkuvassa nousussa. (Koivisto; Säynäjäkangas; & Forsberg, 2019, s. 9)

Nyky päivän yritykset toimivat jatkuvasti muuttuvassa ja ennakoimattomassa liiketoimintaympäristössä. Menestyminen edellyttää joustavuutta, ennakoivaa otetta, ketteriä toimintatapoja sekä kokeilukulttuurin omaksumista. Lisäksi tarvitaan luovuutta ja intuitiivista ajattelua. Tulevaisuudessa pärjäävät ne, jotka tunnistavat ennakoivasti asiakastarpeita, uskaltavat visioida tulevaa ja kehittävät toimintaansa ketterästi muutosten mukaisesti. (Koivisto; Säynäjäkangas; & Forsberg, 2019, s. 176)

Palvelumuotoilu keskittyy palveluiden vuorovaikutuskokemukseen ja poikkeaa tavanomaisesta johtamisen näkökulmasta. Tuloksena on suunniteltu palvelu sadoista ja tuhansista komponenteista, kun integroidaan asianmukaisesti yhdistelmä prosesseja, ihmisten taitoja ja materiaaleja, jotka eivät ole fyysisiä kokonaisuuksia. (Boletis; Karahasanovic; & Fjuk, 2017)

Palvelumuotoilu perustuu inhimillisen toiminnan, tarpeiden, tunteiden ja motiivien kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen. Asiakasymmärryksen pohjalta voidaan tuottaa uusia palveluinnovaatioita. (Miettinen, 2011, s. 13)

Hyvällä muotoilulla voidaan saavuttaa näkyvyyttä ja lisätä tuotteen menekkiä. Muotoilu on ennen kaikkea liiketoiminnan kehittämistä, muutoksen toteutuksen suunnittelua ja innovaatio haasteiden ratkomista. Palvelumuotoilusta on tullut vähitellen yhä enemmän abstraktia asiakaskokemuksen kehittämistä. (Saarelainen & Artranta ry, 2019, s. 15)

Palvelumuotoiluprosessi käynnistyy asiakkaan tarpeiden, toiveiden ja unelmien syvällisestä ymmärtämisestä. Käyttäjätiedon keruu ja asiakkaan näkökulman huomioon ottaminen auttavat tunnistamaan uusia mahdollisuuksia palveluiden kehittämiseen ja kaupallistamiseen (Miettinen, 2011, s. 18). Käyttäjät osallistuvat palvelumuotoilussa aktiivisesti kehitysprosessiin esimerkiksi dokumentoimalla omia palvelukokemuksiaan. (Miettinen, 2011, s. 21) Palvelumuotoilu tarjoaa strategisen kehyksen, jonka avulla voidaan kehittää yrityksen palvelutoimintaa, asiakaskokemusta ja palvelutarjoamaa tulevaisuusorientoituneesti. Sen keskeisenä tavoitteena on innovoida ja suunnata kehitystä niin, että yritys saavuttaa kilpailuetua markkinoilla. (Koivisto;Säynäjäkangas;& Forsberg, 2019, s. 43)



Kuva 1. Palvelumuotoilun hyödyntäminen yrityksen eri tasoilla (Koivisto;Säynäjäkangas;& Forsberg, 2019, s. 43)

Kirjassa esitetty kaavio havainnollistaa (kts. kuva 1) miten palvelumuotoilua voidaan hyödyntää yrityksen strategisella-, systeemisellä- ja asiakasrajapinnan tasolla. (Koivisto;Säynäjäkangas;& Forsberg, 2019, s. 43)

Tarkastelun kohteena systeemisellä tasolla on palveluiden ja asiakaskokemusten kehittäminen. Palveluita ja asiakaskokemuksia kehitetään ja tuotetaan asiakaslähtöisesti, kun palvelumuotoilun avulla luodaan standardit, ohjeistus logiikat ja työkalut. Nämä ovat palveluiden titeetti, palveluarkkitehtuuri määrittelyt, UX/UI-ohjeistukset, asiakaskokemus- ja asiakaspalvelukäsikirjat. Tuotetaan laaja-alaisia linjauksia ja niiden avulla saavutetaan yhdenmukainen asiakaskokemus. Lisäksi tehostetaan palvelukehittämistä eri palvelukanavista. (Koivisto;Säynäjäkangas;& Forsberg, 2019, s. 43)

Palvelumuotoilulla kehitetään asiakasrajapinnan tasolla asiakkaalle tarjottua lopputuotetta. Kehitetään esimerkiksi yksittäistä palvelua tai palveluntarjoajan ja asiakkaan välistä vuorovaikutusta asiakaskokemuksen kosketuspisteissä ja eri vaiheissa. (Koivisto;Säynäjäkangas;& Forsberg, 2019, s. 43)

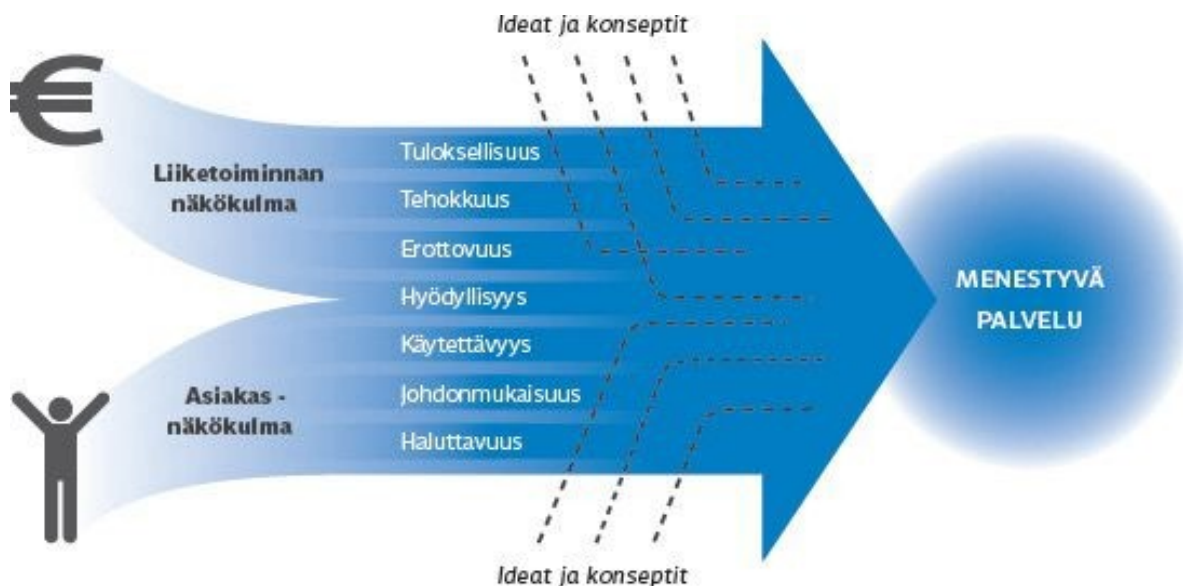
Palvelu muotoutuu lopullisesti sen toteutushetkellä, ja sekä asiakas että palvelun tuottaja vaikuttavat sen lopputulokseen. Siksi palvelumuotoilulle on ominaista yhteiskehittäminen,

jossa sekä käyttäjät että tuottajat osallistuvat suunnitteluprosessin eri vaiheisiin. (Tuulaniemi, 2011, s. 66)

Nykyisessä liiketoimintaympäristössä asiakaskokemuksen merkitys kasvaa jatkuvasti. Menestyvimmat yritykset asettavat asiakkaat etusijalle, ymmärtävät syvällisesti heidän tarpeitaan ja tuottavat toistuvasti laadukkaita asiakaskokemuksia. Tämä edellyttää yrityksiltä vahvaa asiakaslähtöisyyttä erityisesti kehittämistoiminnassa. (Koivisto; Säynjäkangas; & Forsberg, 2019, s. 176)

Organisaatioiden ja asiantuntijoiden toimintaympäristöt ovat monimutkaisia ja jatkuvasti muuttuvia kokonaisuuksia sekä organisaation ulko- että sisäpuolella. Haastavan ympäristön vuoksi on vaikea saada olennaisesta kiinni ja viedä ratkaisu maaliin. Tämän vuoksi palvelumuotoilu on viime vuosina saanut paljon huomiota. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 33)

Yksiköissä tapahtuu muutoksia asenteiden, ajattelutapojen ja uskomusten suhteen, kun palvelumuotoilun hyödyt ja merkitys ymmärretään. Organisaation työkuultuuri muuttuu kohti ihmis- ja asiakas keskeisyyttä yksilöiden ja organisaation muutosnäkökulmien kautta, kun talon sisäinen palvelumuotoilu tukee sitä. Avainasemassa muutoksessa on sidosryhmien kokemuksellinen oppiminen. (Miettinen & Korpikoski, 2023)



Kuva 2. Asiakasymmärryksen ja liiketoimintatavoitteiden symbioosi (Tuulaniemi, 2011, s. 59)

Palvelumuotoilun kannalta kriittistä on palvelun fyysisten materiaalien, kuten kosketuspisteiden ja rajapintojen huolellinen huomioiminen. Tämä ei välttämättä anna täydellistä kuvaa palvelumuotoilumateriaalien monimutkaisuudesta. (Vink & Koskela-Huotari, 2021, s. 30) Kirjassa esitetty malli asiakasymmärryksen ja liiketoimintatavoitteiden symbioosista (ks. kuva 2). Liiketoiminnan näkökulma ja asiakkaan näkökulma on yhteydessä menestyvään palveluun. (Tuulaniemi, 2011, s. 59) Palvelumuotoilun tavoitteena on täyttää palvelua tuottavan organisaation liiketoiminnalliset tavoitteet ja asiakkaita ilahduttavat palvelutuotteet. Ilman suoraa yhteyttä liiketoiminnan tavoitteisiin on suunnittelutyö turhaa toimintaa. Ilman asiakasnäkökulmaa ja osaavaa palvelumuotoilun lähestymistä on kunnianhimoiset liiketoiminnan tavoitteet lyhyt aikaisia. Haastavaa on linkittää muotoilutyö läheisesti liiketoiminnan tavoitteiden kanssa. (Tuulaniemi, 2011, s. 60)

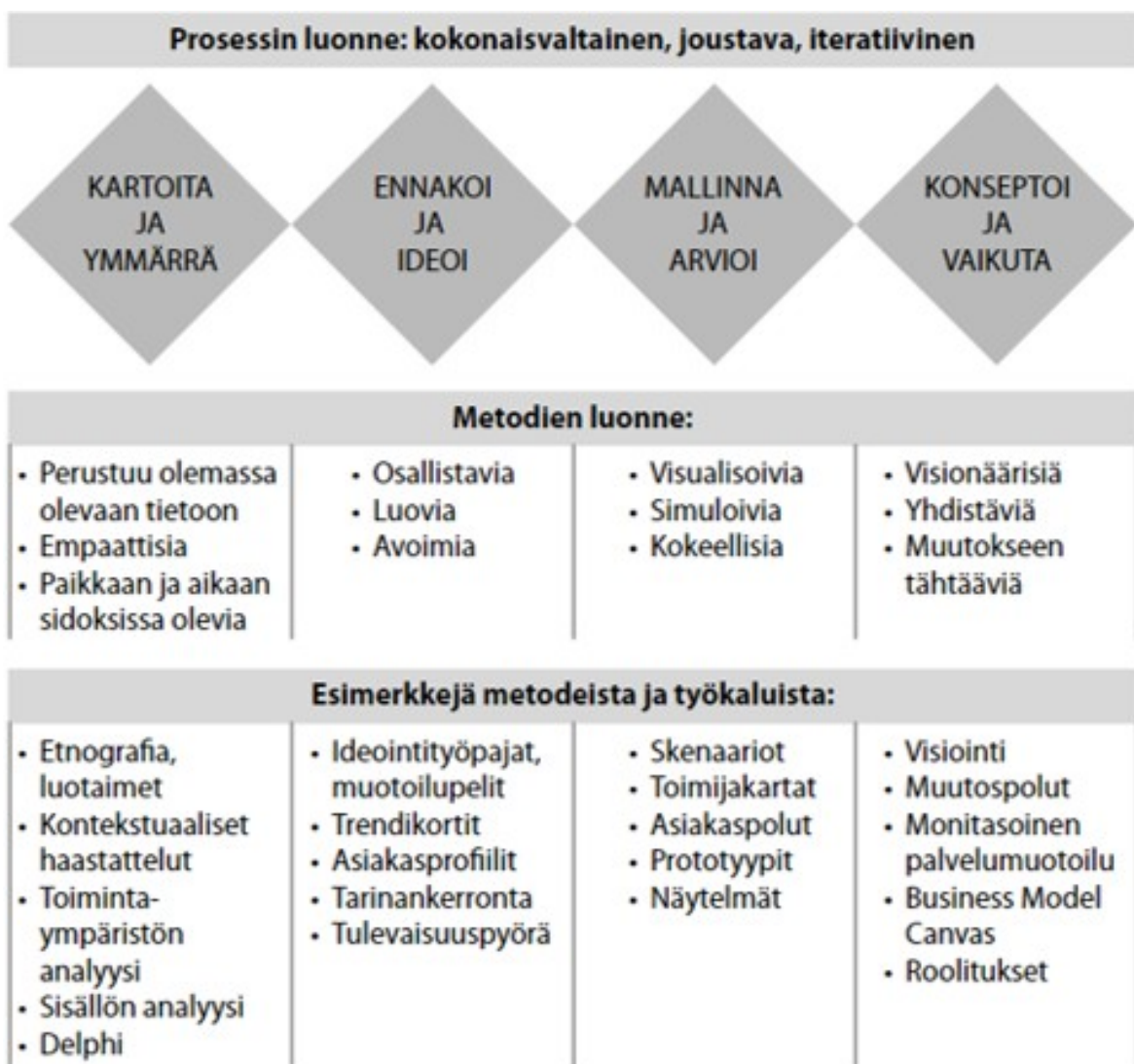
Palvelumuotoilun tulevaisuus näyttää lupaavalta. Palvelumuotoilua hyödynnetään useammassa yrityksessä ja ala kehittyy hyvää vauhtia. Tämä avaa uusia työpaikkoja ja projekteja muotoilijoille, kun muillekin osaajille. Monessa yrityksessä palvelumuotoilu on perustointia. Tulevaisuudessa tulee kiinnittää huomiota uusiin haasteisiin, joita palvelumuotoilun alan kehittyminen nostaa esille. (Koivisto; Säynäjäkangas; & Forsberg, 2019, s. 178)

2.2 Palvelumuotoilun menetelmiä

Palvelumuotoilussa on runsaasti erilaisia prosessimalleja. Prosessimalleille on yleistä laaja tiedon hankinta, erilaisten mallien luominen, yhteisöllinen ideointi ja nopea testaus, sekä uudelleen määrittely ja analysointi. Suoraviivaisesta ongelmanratkaisuprosessista palvelumuotoilu prosessi eroaa, kun sen vaiheet toistuvat useaan kertaan ja nopeasti. Palvelumuotoilussa siirrytään ideointivaiheeseen syvällisen asiakasymmärryksen hankinnan jälkeen, kun tavallisessa suunnittelu prosessissa ideointivaiheita on tyypillisesti lähdetty liikkeelle. (Ojasalo; Moilanen ; & Ritalahti, 2015, s. 74)

Palvelumuotoilu reagoi muuttuviin ympäristöihin ja käyttäjien esiin nouseviin tarpeisiin. Käyttäjät tuottavat arvokasta tietoa, jota voidaan tulkita ja hyödyntää palvelujen suunnittelussa. Muotoilijan on tärkeää ymmärtää, miten palvelujen arvo, merkitys ja käyttö vaihtelevat eri tilanteissa ja nivoutuvat käyttäjien arkeen. Tämän ymmärryksen pohjalta muotoilija kehittää palvelukonsepteja. (Miettinen, 2011, s. 26)

Palvelumuotoilussa hyödynnetään monipuolisesti erilaisia menetelmiä. Prosessin alkupäässä on menetelmiä, joilla pyritään syvällisesti ymmärtämään asiakkaita ja käyttötilanteita. Menetelmiä ovat toimijoiden haastattelut ja etnografiset menetelmät. Haastatteluista saadaan tavallista syvällisempi kuva asiakkaan todellisista ajatuksista, kun haastattelu tehdään aidossa ympäristössä kuten esimerkiksi asiakkaan kotona. Palvelumuotoilun varjostaminen on asiakkaan tai työntekijän havainnoimista palvelutilanteissa. Tämän avulla saadaan tietoa ihmisten käyttäytymisestä aidossa palvelutilanteissa ja nähdään ongelmakohdat. (Ojasalo;Moilanen ;& Ritalahti, 2015, s. 76)



Kuva 3. Palvelumuotoilun prosessi (Ojasalo;Moilanen ;& Ritalahti, 2015, s. 75)

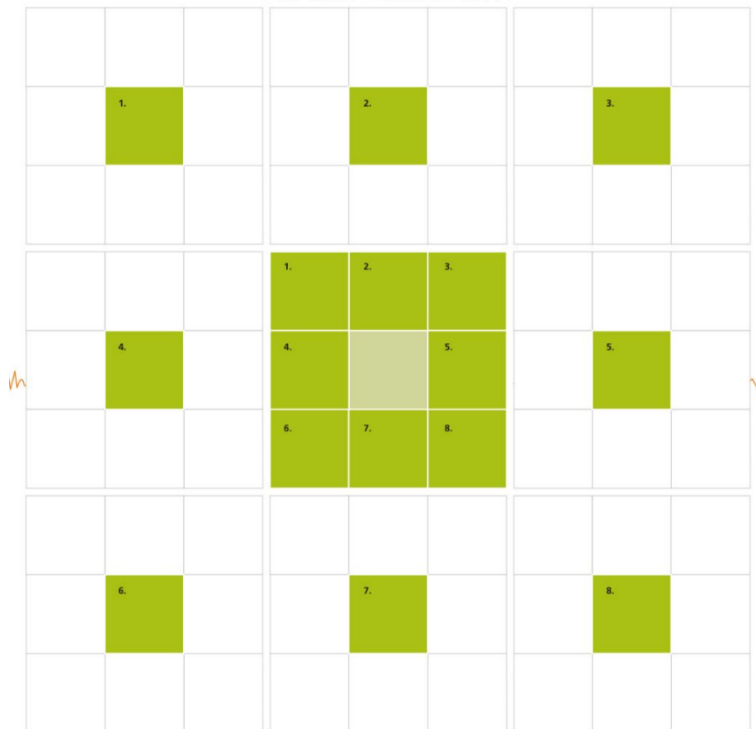
Kirjassa esitetty kaavio palvelumuotoiluprosessista (ks. kuva 3) havainnollistaa palvelumuotoiluprosessin vaiheita, metodeja ja työkaluja (Ojasalo;Moilanen ;& Ritalahti, 2015, s. 75) . Suunnittelutyön lähtökohtana ovat käyttäjien tarpeet ja odotukset, joiden pohjalta pyritään varmistamaan palvelun tai tuotteen käytettävyyks. Prosessi rakentuu neljästä vaiheesta. Nämä neljä vaihetta ovat kontekstin ymmärtäminen, käyttäjäprofiilien määrittely, suunnitteluratkaisujen tuottaminen sekä ratkaisujen arviointi. (Miettinen, 2011, s. 23)

Muotoiluajattelu tarjoaa keinoja kehittää palveluja ja suunnitteluratkaisuja, jotka ovat toivottuja, toteuttamiskelpoisia ja käyttöön soveltuvia. Siinä hyödynnetään luovia menetelmiä, joiden avulla voidaan löytää uusia ratkaisuja monimutkaisiin suunnitteluhaasteisiin. (Miettinen, 2011, s. 27)

Oleellinen osa suunnitteluprosessia ovat palvelukohtaamisen osallistuvat toimijat. He määrittävät sopivan ratkaisun kontekstiin tai yksilöllisiin tarpeisiin. Suunnittelija tukee kaikkia toimijoita riittävällä tietotasolla, asianmukaisilla edustus ja viestintästrategioilla. Järjestelmän sisäisessä viestinnässä ei voi aina käyttää samoja työkaluja kuin muotoilijan perinteisessä tuotantjärjestelmässä, koska palvelumuotoilussa on mukana erilaisista taistoista tulevia toimijoita kuten esimerkiksi teknisiä ihmisiä, lapsia tai vanhuksia. (Morelli, 2009)

Palvelumuotoilun avulla yritys voi luoda kilpailuetua, löytää uusia mahdollisuuksia liiketoiminnassa ja jopa uuden aseman markkinoilla. Kehittämistyön lähtökohdaksi palvelumuotoilu tuo aidon asiakas arvion. Yritys löytää kilpailuedun ymmärtäessään tukea asiakkaan arkea ja mitkä hyödyt asiakas kokee arvokkaiksi. Parhaiten onnistutaan palvelumuotoilun prosessin ja ennakkoinnin yhdistämisellä. Menetelmien avulla on tavoitteena saada selville tietoa tulevaisuuden kehityskulusta, nykyisten ja tulevien palvelun käyttäjien piilevistä tarpeista uusien innovatiivisten strategisten avausten ja visioiden ideointia helpottavat palvelumuotoilun erilaiset luovat menetelmät. Organisaation kulttuuri on asiakaskeskeisempää, kun palvelumuotoilu on yrityksen arkipäivää eri organisaatiotasoilla. (Ojasalo;Moilanen ;& Ritalahti, 2015, s. 73)

Lotus Blossom

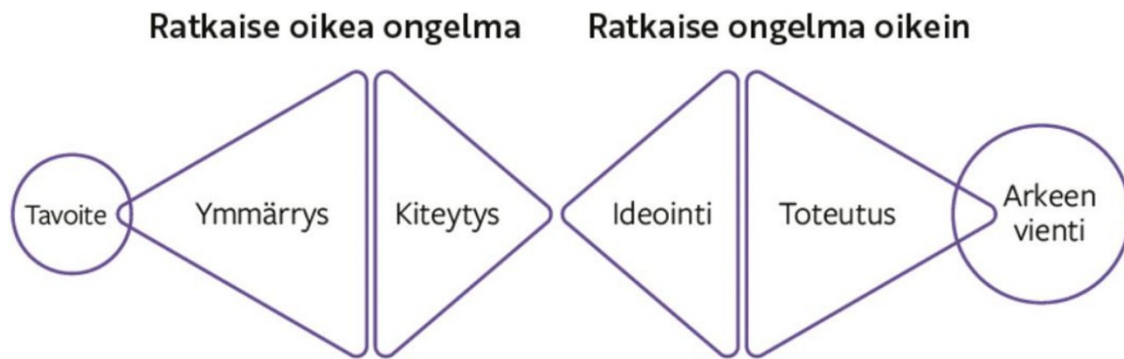


Kuva 4. Lotus Blossom (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 16)

Palvelumuotoilun oppaassa Lotus Blossom-työkalu kuvattuna (ks. kuva 4). Tätä voidaan käyttää palvelumuotoiluprosessien ideointivaiheessa. (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 16) Tiettyä ideaa tai teemaa on helppo kehittää edelleen Lotus-Blossom-työkalun avulla. Pääidea sijoitetaan keskelle kaaviota. Tämän pääidean ympärille sijoitetaan kahdeksan uutta ideaa. Uudet ideat sijoitetaan uloimmalle kehälle ja jokaisen ympärille sijoitetaan kahdeksan uutta ideaa. Tällä tavalla teeman ympärillä on nopeasti 64 syventävää ajatusta. (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 16)

Palvelumuotoilussa ideointivaihetta seuraa kehitettävän palvelun nopea prototointi ja testaaminen. Palvelua konkretisoidaan visualisoimalla erilaisin menetelmin kuten asiakkaiden palvelupolut sarjakuvina, rakentamalla prototyyppijä pahvista tai digitaalinen käyttöliittymä paperiversiona. Lisäksi voidaan simuloida eli luodaan kokeellisia tilanteita kuten näytelmät. Erilaiset kokeelliset mallit antavat mahdollisuuden eri osapuolten osallistua testaukseen, jossa aineeton palvelu konkretisoidaan. Tällä menetelmällä selvitetään nopeasti palvelun toimivuutta ja tarpeellisuutta. Tämä menetelmä on tehokas, jotta ei käytetä turhaa aikaa ja muita resursseja liian varhain liian tarkkaan suunnitteluun. (Ojasalo; Moilanen ;& Ritalahti, 2015, s. 76)

Yksi tyypillisimmistä tavoista kuvata palvelumuotoiluprosessin etenemistä on tuplatimantti. Tämä malli koosti yhteen prosessin muotoilijoiden hyväksi havaitsemia käytäntöjä. Viime vuosina mallia on kehitetty eteenpäin, kun tätä mallia on kritisoitu liian kapeasta näkökulmasta kehittämiseen. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 24)



Kuva 5. Viestinnän palvelumuotoiluprosessi (Piskonen & Syrman, 2024, s. 24)

Kuvassa 5 on kirjassa esitetty tuplatimanttimalli viestinnän palvelumuotoiluprosessista, joka havainnollistaa mitä vaiheita palvelumuotoiluprosessi pitää sisällään. (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 24) Ensimmäinen timantti kuvaa ymmärryksen keräämistä ja kiteyttämistä. Jälkimmäinen timantti kuvaa ideoinnin ja konseptin toteutuksen. Myöhemmässä vaiheessa kahden timantin kuvioon on lisätty tavoitteen määrittely ennen prosessin läpikäymistä ja ratkaisujen käytäntöön vientiä prosessin loppuun. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 24)

Palvelupolun avulla kokonaisuus voidaan visualisoida, jonka asiakas mieltää palvelun kokonaisuutena. Palvelupolun avulla selvitetään fyysistä kohtaamista ennen ja jälkeen kuten mistä asiakas tulee ja minne menee sen jälkeen. Etsitään olennaisia kumppaneita tai sidosryhmiä, jotka vaikuttavat asiakkaan toimimiseen ja asiakas kokemukseen, jotka ovat osa palvelukokonaisuutta. Arvoja, joita yritys edustaa ja haluaa asiakkaille tarjota, voidaan pohtia palvelupolun kautta. (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 21)

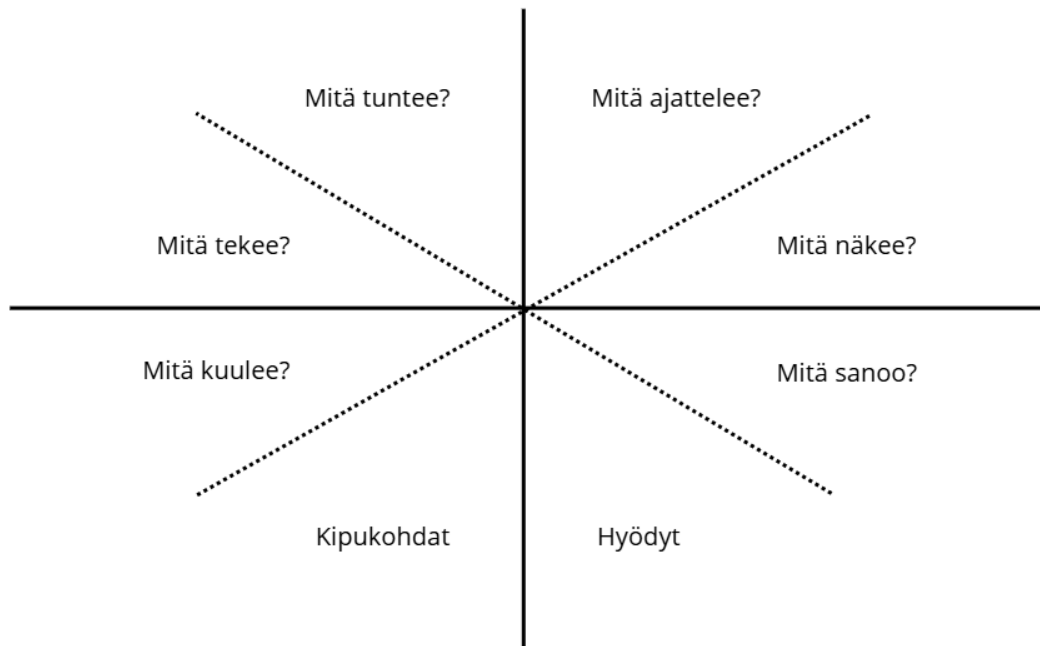
Palvelupolku toimii työkaluna palvelukokonaisuuden jäsentämisessä. Sen analysointi ja suunnitteluun tarttuminen edellyttävät polun vaiheittaista kuvaamista. Ensimmäinen askel on määrittellä, mikä osa palvelupolkua valitaan suunnittelun kohteeksi. Tämän valinnan tulee kattaa palvelun kannalta olennainen ja tarkoituksenmukainen osa koko palvelupolkua. (Tuulaniemi, 2011, s. 46)



Kuva 6. Palvelutuokioiden palvelupolulla (Tuulaniemi, 2011, s. 46)

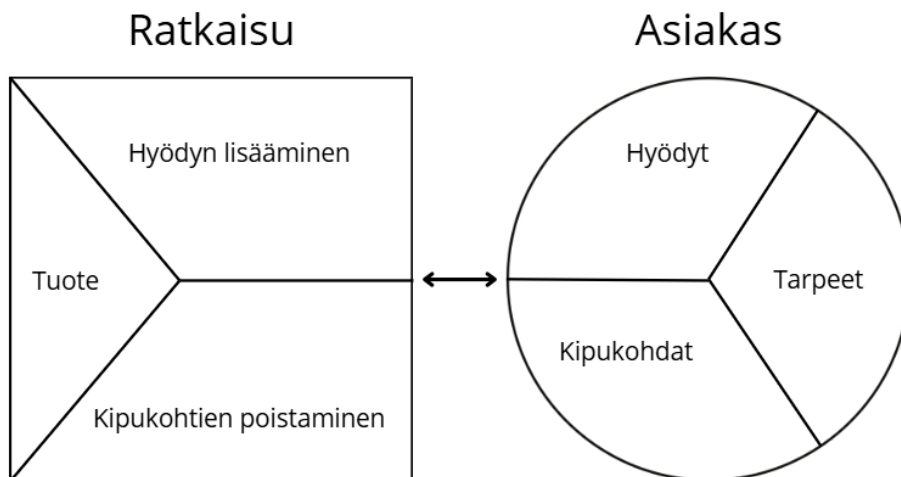
Kirjan kuvassa 6 havainnollistetaan palvelutuokioiden kuvaamista palvelupolulla. (Tuulaniemi, 2011, s. 46) Asiakkaan arvo näkökulmasta palvelupolku jaetaan erivaiheisiin. Palvelupolun vaiheet ovat esipalvelu, ydinpalvelu, sekä jälkipalvelu. Arvon muodostumista valmistelee esipalveluvaihe. Asiakas saa arvon ydinpalveluvaiheessa. Tässä vaiheessa asiakas on ollut yhteydessä yritykseen joko puhelimitse tai verkkopalvelun kautta. Palvelu tapahtuman jälkeistä kontaktia asiakkaan ja palvelutuottajan välillä tarkoitetaan jälkipalvelulla. Asiakaspalautteet ovat jälkipalvelua. (Tuulaniemi, 2011, s. 46) Kehittämisen tukena voi käyttää empatiakarttoja, käyttäjätarinoita tai muita visualisointimenetelmiä persoonien ja asiakaspolkujen sijaan. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 44)

Kuka hän on ja mihin hän pyrkii?



Kuva 7. Oma visualisointi kirjassa esitetystä empatiakartasta. Mukailtu lähteestä (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 9)

Syvempää ymmärrystä asiakkaiden kokemuksesta voidaan saada empatiakartan avulla. Kuva 7 empatiakartta lähteestä (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 9) Empatiakartta on monikäyttöinen työkalu, jota voidaan hyödyntää ymmärryksen keruun suunnittelussa, haastattelujen kirjaamisessa, yksittäisten haastattelujen purkamisessa sekä asiakasryhmien kuvaamisessa. Empatiakartta auttaa ymmärtämään, kuka asiakas on sekä miten hän näkee, kokee ja tuntee ympäröivän maailman. Kartan avulla voidaan tuoda esiin asiakkaan kokemia haasteita sekä niitä tekijöitä, jotka edistävät hänen tyytyväisyyttään. Käyttötarkoituksesta ja tarpeesta riippuen empatiakarttoja voidaan käyttää yksittäisinä työkaluina kehittämisen pohjana tai hyödyntää niitä asiakaspersoonien rakentamisessa. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 44)



Kuva 8. Kirjassa esitetyn mallin pohjalta laadittu arvolupaus-kanvas. Mukailtu lähteestä (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 14)

Prosessin lopussa voidaan koota arvolupaus-kanvas, jossa vastataan palveluiden avulla asiakkaiden tarpeisiin (ks. kuva 8) Arvolupaus-kanvasta (mikäli yhteyttä ei löydy on palattava alkuun ja hankkia enemmän ymmärrystä asiakkaan tarpeista ja motiiveista. (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 14)

Arvolupaus-kanvas (kuva 8) on alun perin Alexander Osterwalderin ja Strategyzer-yrityksen kehittämä työkalu asiakasymmärryksen lisäämiseksi. Työ aloitetaan oikealta puolelta, jossa määritellään asiakkaan tarpeet muutokselle, hyötyä tuottavat ominaisuudet sekä kipukohdat, joihin kaivataan ratkaisua. Tämän jälkeen siirrytään kanvaksen vasemmalle puolelle, jossa kiteytetään kerättyyn tietoon perustuvia ratkaisuja. Vasenta puolta voidaan käyttää myös uusien ratkaisujen ideointiin, mutta sen tärkein tehtävä on koota kaikki asiakkaasta kerätty tieto. Tällä tavoin pidetään kiinni asiakkaiden todellisista tarpeista sekä asioista, joihin he ovat tyytyväisiä. Näin kehitetään palveluja, jotka aidosti miellyttävät asiakkaita. (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 14)

2.3 Yhteiskehittäminen palvelumuotoilussa

Yhteiskehittämiseen ja osallistaviin menetelmiin perustuu palvelumuotoilun perusluonne, jossa tuodaan käyttäjä tai yhteisö ongelman keskiöön. Tämä on olennaista soveltaa

kokonaisvaltaista näkökulmaa. Innovaatiota tarvitaan monisyisten ongelmien käsittelyprosessissa. Palvelumuotoilun monisyisten ongelmien tavoitteena on saada muutoksia sosiaaliin, poliittiseen, johtamiseen, organisaatiosuunnitteluun ja kestävyteen (Suoheimo; Vasques; & Ryttilahti, 2021, s. 246)

Osa palvelumuotoilua ja teollisuuden toimintatapoja on yhteissuunnittelua ja yhteiskehittämistä. Tämä mahdollistaa parempia ratkaisuja suunnitella yhdessä käyttäjien ja sidosryhmien kanssa. Erityisen tärkeään rooliin on noussut käyttäjien ja sidosryhmien osallistuminen muotoiluprosessiin yhteissuunnittelun ja kehittämisen ansiosta. Muotoilutoiminnan ja muotoilun tutkimuksissa pyritään menetelmien kehittämiseen ja soveltamiseen. Nämä menetelmät ovat ihmisten toiminnan ja tarpeiden selvittelyä sekä ratkaisujen ideointia ja kokeilua. Erilaisten osallistavien työtapojen merkitys korostuu yhteissuunnittelussa. Tärkeä osa muotoilijan työtä on yhteissuunnittelun menetelmien testaus ja kehittäminen. Työpajojen toteutus vaatii hyvää ennakkosuunnittelua. Työpajojen tavoitteena on selvittää käyttäjien tarpeita, jakaa tietoa, kokeilla ja testata ideoita sekä priorisoida, aikatauluttaa ja järjestää asioita tärkeysjärjestykseen. (Miettinen, 2021, s. 20)

Palvelumuotoilussa oleellinen toimintamalli on eri osapuolten osallistuminen kehitystyöhön. Kehitystyön keskiössä on palvelun käyttäjät, joten palvelun osapuolet tulee saada aktiivisesti osallistumaan kehittämisprosessin eri vaiheisiin. Tämä mahdollistaa luoneeksi paljon ideoita ja testatuksi nopeasti erilaisia ratkaisuja tuhlaamatta aikaa ja rahaa. Lisäksi esille voi tulla ideoita, joita ei muuten todennäköisesti tulisi. (Ojasalo; Moilanen ;& Ritalahti, 2015, s. 72)

Yhteissuunnittelussa asiakkaat ja käyttäjät ovat mukana palvelun kehittämisessä yhteistyössä muotoilutiimin kanssa. Menetelmän avulla käyttäjätietoa voidaan hyödyntää tehokkaasti kehitysprosessissa, ja saadaan suoraa palautetta käyttäjiltä. (Miettinen, 2011, s. 23) Palvelumuotoilussa korostuu yhteiskehittäminen, eli eri osapuolten aktiivinen osallistuminen palvelun suunnitteluun. Palvelun ytimessä on sen käyttäjä, mutta palveluun osallistuu myös muita toimijoita, kuten asiakaspalveluhenkilöstöä, taustalla toimivia palvelutuottajia ja järjestelmäylläpidon edustajia. Jo varhaisessa vaiheessa suunnitteluprosessiin on hyödyllistä ottaa mukaan kaikki keskeiset toimijat, jotta kehitystyö vastaa paremmin todellisia tarpeita. (Tuulaniemi, 2011, s. 65) .

Tärkeä tehtävä palvelumuotoilussa on antaa käyttäjille ja palvelun asiantuntijoille käyttökelpoiset välineet ja menetelmät yhteiseen kehittämiseen. Tietoa jaetaan muille kehittämisessä

mukana oleville. Muodonantoon, visualisointiin tai prototypointinnissa mukana oleville ihmisille on annettava keinoja itseilmasuun, välineitä luovan ongelmaratkaisukyvyyn vahvistamiseen, toiminta tapojen vuorovaikutukseen ja yhteistyöhön sekä menetelmiä kommunikointiin. (Tuulaniemi, 2011, s. 65)

Palvelumuotoilussa on tärkeää ymmärtää loppukäyttäjän tarpeet ja toiminnan motiivit kehittävää palvelua suunniteltaessa. Loppukäyttäjän osallistuminen kehittämisprosessiin tukee suunnittelua, parantaa tiedonkulkua ja edistää arvon rakentumista. Arvoa, jota asiakas on mukana tuottamassa palvelutapahtuman aikana. Yhteiskehittämisen etuna on osapuolten vahvempi sitoutuminen sekä palvelun kehittämiseen että sen toteuttamiseen. On kuitenkin hyvä huomioida, ettei kaikilla yhteiskehittämiseen osallistuvilla ole päätösvaltaa palvelun tuotantoon liittyvissä ratkaisuisissa. Yhteiskehittämisen tavoitteena on varmistaa, että palveluun liittyvät näkökulmat ja havainnot tulevat monipuolisesti huomioituiksi tiedon keruun ja analyysin aikana. Tämän pohjalta palvelumuotoilijat valitsevat ne elementit, jotka parhaiten tukevat palvelun tavoitteita ja jatkokehittävät niitä osaksi palvelukonseptia. (Tuulaniemi, 2011, s. 66)

Yhteiskehittäminen on sekä palvelumuotoilun keskeinen periaate että työtapa, mutta ei itsessään kehittämistyökalu. Yhteiskehittämisessä voidaan hyödyntää laajasti erilaisia suunnittelutyökaluja tilanteen ja tarpeen mukaan. (Tuulaniemi, 2011, s. 66) Aika ja resurssit määrittävät millaisessa laajuudessa kehittämistä voidaan tehdä viestinnässä. Ratkaisuvaiheessa tulee miettiä tarkasti asiakkaiden osallistaminen ja mahdollinen yhteiskehittäminen pystytäänkö yhteiskehittäminen järjestämään laadukkaasti. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 56)

3 HAASTATTELU

3.1 Haastattelututkimus menetelmänä

Tässä luvussa käsittelen haastattelua sekä tutkimusmenetelmänä että aineistonkeruun tapana. Aluksi tarkastelen haastattelun roolia kvalitatiivisena tutkimusmenetelmänä ja seuraavaksi esittelen haastattelututkimuksen kysymykset ja osallistujat. Tämän jälkeen käyn läpi haastatteluissa esille nousseet keskeiset havainnot. Lopuksi analysoin löydökset ja tarkastelen niiden merkitystä tutkimukseni kannalta.

Haastatteluun valitaan usein henkilöitä, joilla on kokemusta tai asiantuntemusta tutkittavasta ilmiöstä, mikä on menetelmän keskeinen vahvuus. Näyte on tuolloin tarkoituksen mukaista ja harkinnanvaraista. Joustavuus haastattelussa antaa tutkijalle mahdollisuuden ohjata tiedonhankintaa tutkimuskysymyksen kannalta olennaiseen suuntaan. Mikäli haastattelu muotoa ei ole hyvin strukturoitu joutuu tutkija ohjaamaan keskustelua kysymyksillä mutta ei ohjaa liikaa keskustelun suuntaa. Tutkijan antama keskustelun aihe on joskus riittävä. (Puusa & Juuti, 2020, s. 87)

Etuna haastattelussa on joustavuus. Haastattelijä keskustelee tiedon antajien kanssa, jolloin on mahdollisuus toistaa kysymyksiä, oikaista väärinkäsityksiä ja selventää ilmaistua sanamuotoa. Postikyselyssä kaikki vastaajat saavat samanlaisen lomakkeen siten haastattelusta samaa mahdollisuutta ei ole postikyselyssä. Postikyselyssä edellytetään, että vastaajat osaa lukea ja kirjoittaa eivätkä kohtaa esteitä vastauksensa antamisessa. Lisäksi oletetaan, että he haluavat ja pystyvät ilmaisemaan itseään kirjallisesti. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 60)

3.2 Haastattelututkimuksen kysymykset ja osallistujat

Haastattelututkimuksen osallistui kaksi eri tilitoimiston kirjanpitäjää, sekä neljän eri alan yrittäjää. Käytin samaa kysymysrunkoa haastateltaessakin kirjanpitäjiä sekä yrityksiä. Haastattelukysymykset ovat liitteenä tutkielmani lopussa.

Haastattelun kysymyksillä pyrin saamaan tietoa haastateltavien työpäivästä. Mitkä asiat ovat hyvin ja mihin asioihin toivoisivat parannusta. Rasittaako ja hidastaako nykyinen viestintä.

Onko haastateltavilla valmiina jo ideoita, joilla helpottaa heidän työpäiviänsä. Olisiko jonkin asian tekeminen toisin kustannustehokkaampaa. Pysin saamaan vastauksen siihen minkälainen viestintäkanava helpottaisi sekä yrittäjien että tilittäjien työpäivää. Haastattelukysymykset ovat tutkimuksen lopussa liitteenä. Haastattelututkimuksessa käytetty runko oli seuraava:

1. Aloituskysymykset
2. Yleisiä kysymyksiä työpäivästä
3. Nykytila
4. kommunikaatio
5. Ideaali kommunikaatio

3.3 Löydöksiä analysointi

Kvalitatiivisessa analyysissä on merkityksen tulkintaa. Tulkintessaan tutkija pyrkii löytämään piirteitä, jotka eivät ole suoranaisesti kestäneet lausuttuina. Tulkinta on spekulatiivista. Tutkija tulkitsee haastattelua tietystä omasta näkökulmasta tutkittavaan asiaan. Tuloksena on tekstin laajeneminen. Kvale (1996) mainitsee esimerkkinä tulkintamasta psykoanalyttisen unien tulkinnan näytelmästä tai elokuvasta. (Hirsjärvi & Hurme, 2011, s. 169)

Aineiston äänitteiden siirtäminen suoraan kirjoitukseen on tavallisempaa kuin päätelmien tekeminen suoraan tallenteista. Tallennetuista materiaaleista on helppo tehdä päätelmiä, kun haastateltavia on ollut vähän sekä haastattelu on ollut lyhyt. Ryhmäprosessointi on mahdollista, kun haastattelijoita on useita. Haastattelijat keskustelevat esille tulevista teemoista ja luokista, joita aineistosta tulee esille. (Hirsjärvi & Hurme, 2011, s. 171)

Haastattelumuistiinpanojen jäsentämiseen toimii empatiakartta. Kokonaiskuvan voi muodostaa purkamalla kerätyn tiedon karttapohjalle haastattelun jälkeen. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 89) Empatiakarttoja käytetään usein UX-suunnittelussa projektin alkuvaiheesta lähtien ja niitä kehitetään työn edetessä uuden tiedon perusteella. Empatiakartan avulla kootaan laadullista tietoa käyttäjistä, kuten hänen tavoitteistaan, toiminnastaan ja kokemuksistaan.

Erityisesti tarkastellaan, mitä käyttäjä näkee, sanoo, tekee ja kuulee. Näiden osa-alueiden avulla pyritään hahmottamaan käyttäjän elinympäristöä ja käyttäytymistä, mikä tukee suunnittelijaa käyttäjän ajattelun ja tunteiden ymmärtämisessä (Lammers, 2021)

3.4 Haastattelututkimuksen löydökset

Sähköpostia pidettiin parhaimpana kommunikointikanavana kirjanpitäjän ja yrittäjän välillä. Haastatteluissa kalenteritoiminto yhdessä viestinnän kanssa osoittautui tärkeäksi ominaisuudeksi, sillä se ehkäisi asioiden unohtumista ja aikataulusekoiluja.

Haastateltavat kokivat kommunikoinnin tietokoneella kaikista luontevammaksi. Kommunikointi tapahtui tästä huolimatta eniten puhelimella. Yrittäjät pitivät puhelinta helppona keinona hoitaa kiireellisiä asioita, kun taas kirjanpitäjät pitivät sitä hankalana ja aikaa vievänä. Vähemmän kiireelliset asiat hoituvat sähköpostilla, sillä puhelin koettiin silti nopeammaksi tavaksi tavoittaa kiireellisemmissä asioissa. Puhelimen välityksellä väärymmärrykset, sekä tietoturva ongelmat nousivat keskeisenä asiana esille. Haastateltavat kokivat tarvittavien tiedostojen löytämisen ajoittain työlääksi, myös tulevat notifikaatiot eri sovelluksista häiritseviksi. Palvelun sisäistä viestintäkanavaa pidettiin yleisesti tarpeellisena ominaisuutena asioiden hoitamiseen.

Haastatteluissa esille nousseita tärkeitä ominaisuuksia järjestelmän sisäiselle viestintäkanavalle. Liitteiden helppo jakaminen, nopeus viestintään ja asioiden hoitamiseen, profilointi, tärkeiden viestien merkitseminen, ilmoitus tärkeästä viestistä, joka vaatii nopeaa reagoimista. Notifikaatioasetukset, viestien tallentuminen, ryhmäviestintä mahdollisuus, järjestelmän selkeys, tietoturva, hymiöt, värit, kalenteritoiminnot, paikalla merkintä, luettu ja nähty merkintä.

Ensimmäisenä lähdin jäsentelemään haastatteluiden muistiinpanoja luomalla empatiakartat Kirjanpitäjistä ja yrittäjistä (ks. kuvat 9 ja 10). Aiemmin luvussa 2.2 olen esitellyt tarkemmin empatiakartan palvelumuotoilun menetelmänä. Tässä käytin empatiakarttaa havainnollistamaan ja luomaan syvempää ymmärrystä käyttäjistä ja luomalla käyttäjäprofiilit.

Yrittäjät

<p>Ajattelee ja tuntee</p> <ul style="list-style-type: none">• Haluaa aloittaa työt aamuisin• Tehdä töitä katkeamattomasti• Mahdollisimman aikaisin kotiin• Haluaa jättää mahdollisimman paljon aikaa myös harrastuksille ja perheelle• Haluaa välttää lisästressiä• Haluaa välttää aikataulusekoiluja	<p>Näkee</p> <ul style="list-style-type: none">• Tärkeimpänä työssä asiakaspalvelu• Työpäivät saattavat vaihdella paljon• Työpäivä saattaa mennä koneella• Kokee tietokoneen olevan helpoin väline käyttää taloushallintojärjestelmää• Kokee puhelimen olevan nopein viestintäväline
<p>Kipupisteet</p> <ul style="list-style-type: none">• Kokee välillä aikataulujen sovittamista hankalana• Kokee dokumenttien olevan joskus kadoksissa <p>“Haluan että tilitoimisto on helposti tavoitettavissa ja saan vastauksia tyhmiinkin kysymyksiin.”</p>	<p>Tekee</p> <ul style="list-style-type: none">• Tapaa päivisin asiakkaita• Kommunikoi asiakkailleen puhelimella ja sähköpostilla• Kommunikoi kirjanpitäjän kanssa eniten sähköpostilla• Käyttää taloushallintajärjestelmää viikoittain laskujen lähettämiseen sekä hyväksymiseen• Tilitoimiston kanssa keskustelevat yleensä raporteista ja kuiteista• Kirjanpidon ohjelmiston lähetyksen pyrkii tekemään heti kuun ensimmäisinä päivinä

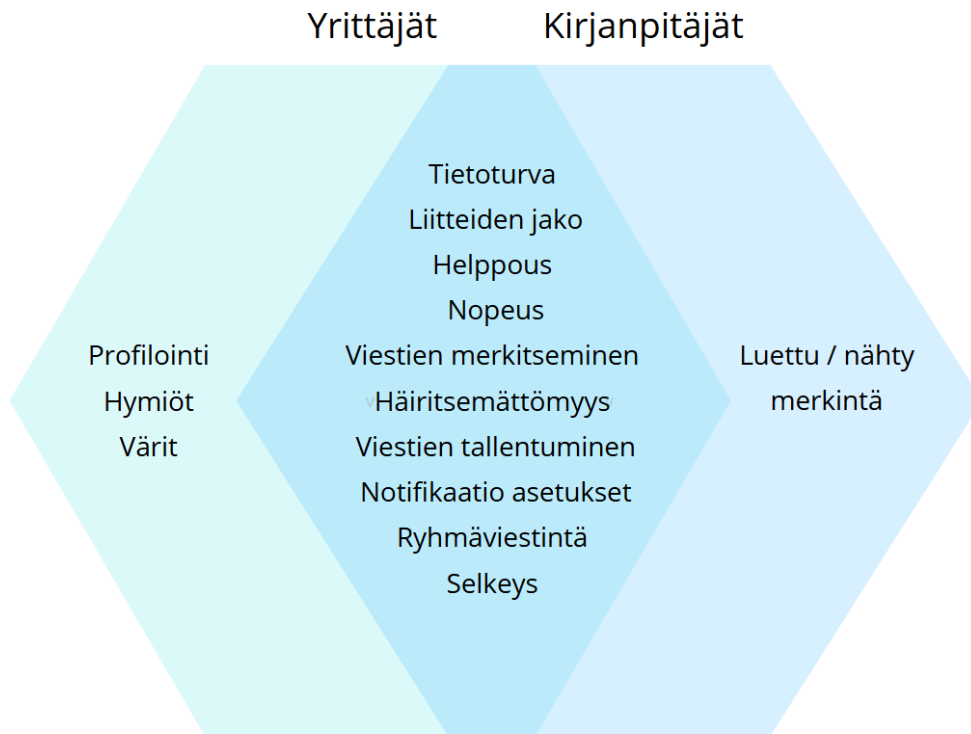
Kuva 9. Empatiakartta yrittäjät

Kirjanpitäjät

<p>Ajattelee ja tuntee</p> <ul style="list-style-type: none">• On aina tykännyt sähköisistä järjestelmistä• Tykkää numeroiden pyörittelystä• Haluaa jatkuvasti kouluttautua• Pyrkii siihen että joskus saisi tehdä 3 viikkoa töitä ja olla viikon vapaalla• Vapaa-aika tärkeää	<p>Näkee</p> <ul style="list-style-type: none">• Tärkeimpänä työssä asiakaspalvelu• Saa itse vaikuttaa milloin työtä tekee, kunhan työt tulee tehtyä• Ei haluaisi käyttää WhatsAppia työasioihin• Tietokone on nopea tapa toimia <p>” jos asia liittyy kirjanpitoon. Olisi kaikista paras, kun asia tulisi ohjelman kautta. Jos asialla on kiire, niin puhelin on paras tai sähköposti”</p>
<p>Kipupisteet</p> <ul style="list-style-type: none">• Poistaisi työpäivästään ikävät asiat ja kitinät• Liialliset notifikaatiot <p>”Meillä on muitakin ohjelmistoja käytössä. Niissä asiakas voi suoraan kirjoittaa tositteelle, että mitä se haluaa ja mihin se kirjataan. Ilmoitus nousee suoraan etusivulle näkyviin. Ei tarvitse erikseen sitä hakea. Helpottaa hirveesti. Se on siellä käytettävissä kun sitä tarvii.”</p>	<p>Tekee</p> <ul style="list-style-type: none">• Kommunikoii sähköpostilla eniten• Vastaa sähköpostiin kun kerkeää• Ei säännöllistä työaikaa• Useasti etätöitä• Tekee töitä myös iltaisin• Käytössä WhatsApp, sähköposti, puhelin.• Aamuisin ensin tyhjentää sähköpostia ja käy tekemättömiä töitä läpi• Laskuttaa asiakkaiden puolesta myyntilaskuja jonkin verran• Joka kuukausi pistää asiakkaalle tuloslaskelman ja taseen• Asiakkailta pyytelee puuttuvia kirjanpitoon

Kuva 10. Empatiakartta Kirjanpitäjät

Viimevuosina on paljon puhuttu asiakaspersoonista. Tämä on dokumentti tai visualisointu kuva, mikä kertoo asiakasryhmän tarinan, tavoitteita, haasteita, toiveita ja arjen kokonaisuutta. Tavoitteena on kehittää kyseiselle ryhmälle soveltuvia palveluja eläytyen asiakasryhmän arkeen ja kiteyttää asiakasymmärrys. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 90)



Kuva 11. Kaavio tuloksista asiakasryhmittäin

Kuvassa 11 olen havainnollistanut tärkeiksi nousseita ominaisuuksia asiakasryhmittäin. Tärkeiksi ominaisuuksiksi uudelle viestintäkanavalle kirjanpitäjät ja yrittäjät kokivat tietoturvan, liitteiden helpon jakamisen, helppo käyttöjärjestelmä, nopeus viestintään ja asioiden hoitamiseen, häiritsemättömyys viestien tallentuminen, notifikaatioasetukset, ryhmäviestintä ja selkeys. Ainoat eroavaisuudet näiden kahden ryhmän välillä olivat hymiöiden, värien profiloitien ja luettu merkintöjen tärkeys



Kuva 12. Ongelmakohdat kaavio

Haastatteluiden perusteella nykyisessä viestinnässä kirjanpitäjän ja yrittäjän välillä nousi esiin useita ongelmakohtia:

1. Viestintä hajautuu useisiin eri kanaviin, kuten sähköpostiin, puheluihin ja erillisiin viestintäsovelluksiin, mikä vaikeuttaa tiedon hallintaa ja jäljitettävyyttä.
2. Taloushallinnon dokumentit ja kirjanpidolliset toimenpiteet edellyttävät usein nopeaa reagoitua, mutta viestintäviiveet hidastavat prosesseja.
3. Sähköpostiviestinnän ylikuormitus sekä puhelimitse tapahtuva tiedonvaihto kuormittavat sekä yrittäjiä että kirjanpitäjiä.
4. Tietoturvariskit ja dokumenttien hallinnan haasteet eivät aina mahdollista tietojen turvallista ja tehokasta jakamista.

4 KONSEPTIMUOTOILU

Tässä luvussa kuvaan taloushallintojärjestelmän sisäisen viestintäkanava konseptin suunnitteluprosessia sekä kehitystyön taustalla olleita tavoitteita ja menetelmiä. Viestintäkanavan tarkoituksena on parantaa yrittäjien ja kirjanpitoalan ammattilaisten välistä yhteydenpitoa, nopeuttaa tiedonkulkua ja vähentää manuaalista tiedonhallintaa. Suunnittelun lähtökohtana oli tunnistaa nykyiset haasteet ja kehittää ratkaisu, joka integroituu saumattomasti osaksi jo olemassa olevaa taloushallintojärjestelmää.

4.1 Mitä on konseptisuunnittelu?

Konseptisuunnittelu tuo yhteen useita eri näkökulmia, kuten käyttäjakeskeisen suunnittelun, laadullisen ja määrällisen tutkimustiedon sekä luonnokset, visuaaliset esitykset ja mallit. Kun tavoitteena on esimerkiksi palvelun lanseeraus, suunnittelu voi monin tavoin tukea liiketoimintaa. Konsepti ei vielä määrittele palvelua kokonaisuudessaan, mutta se hahmottaa sen keskeiset piirteet. Konseptin avulla voidaan havainnollistaa käyttäjien tarpeita, tehdä ne selkeiksi ja tukea liiketoimintaan liittyvää päätöksentekoa. Konseptointi mahdollistaa myös tulevaisuuden skenaarioiden rakentamisen, teknologisen kehityksen ennakoinnin ja strategisen suunnittelun. Lisäksi konseptien kautta voidaan tarkastella yrityksen brändiä ja linjata sen tulevaa strategiaa. (Miettinen, 2011, s. 107)

Kokemuksellinen suunnittelu on palvelumuotoilun keskeinen ominaispiirre. Tällöin visualisointi ja prototyyppi korostuvat. Ideoista kehitettyjä konsepteja konkretisoidaan visualisoidulla kuten kuvilla, kartoilla, piirroksilla ja animaatioilla. Näistä voidaan rakentaa konkreettisia prototyyppieitä kuten mallikappaleet ja testiympäristöt. Erilaiset visualisointien ja prototyyppien avulla on mahdollista nopeasti testata erilaisia mahdollisuuksia. Nämä havainnollistavat abstrakteja palvelutilanteita ja helpottavat eritaustaisten ihmisten keskustelua. (Ojasalo; Moilanen ;& Ritalahti, 2015, s. 72)

4.2 Brändisuunnittelu

Procountor on suomalainen pilvipohjainen taloushallinnon ohjelma. Procountor tarjoaa yrityksille helppokäyttöisen ratkaisun laskutukseen palkanlaskentaan, raportointiin ja kirjanpitoon. Järjestelmä on suunniteltu pienten ja keskisuurten yritysten tarpeisiin mutta sopii myös suurempien organisaatioiden vaatimuksiin. Yli 130 000 yritystä käyttää Procountoria. (Accountor, 2025) Procountor on ratkaisu yrityksille tehostaa taloushallintoa ja vähentää manuaalista työtä. Se on helppokäyttöinen myös vähemmän teknisesti suuntautuneille käyttäjille koska sen käyttöliittymä on selkä ja intuitiivinen. Lisäksi ohjelmistoa pääsee käyttämään mistä ja milloin tahansa koska se on pilvipohjainen, kunhan internet- yhteys on saatavilla. (Accountor, 2025)

Tärkeää yrityksen toiminnan kannalta on tietää yrityksen talouden toiminnasta ja toiminnan kannattavuudesta. Kirjanpito on käytännön työkalu seurata yrityksen toimintaa ja talouden tulosta. Yrityksen johto ja omistajat tekevät toimintaan liittyviä päätöksiä kirjanpidon avulla. Muiden yritysten sidosryhmille kirjanpito tuottaa tietoa yrityksen toiminnasta. Lähtökohtana yrityksen verojen määrälle on myös kirjanpito. (Hirvonen & Nikula, 2009, s. 15)

Eri laeilla säädellään yritystoimintaa. Kirjanpitolaki koskee kaikkia yrittäjiä. Tämä edellyttää yrittäjien seuraamaan toimintaansa taloudellisista tulosta kirjanpidon avulla. Kirjanpito velvollinen on jokainen liike- ja ammattitoiminnanharjoittaja. (Hirvonen & Nikula, 2009, s. 19)

Vastaanottaja saa sähköisesti laskut, palkkalaskelmat ja tilinpäätökset digitaalisessa taloushallinnossa. Sähköisesti tapahtuvat myös viranomaisraportointi ja veroilmoitukset, sekä organisaation sisäisen aineiston kierrätys ja hyväksyntä. Taloushallinnon osajärjestelmiin lähdetiedot lähetetään sähköisessä muodossa, josta ne siirretään digitaalisesti esimerkiksi pääkirjanpitoon. Pääkirjanpitoon voidaan siirtää pankkitilien tapahtumat. (Varanka;Mäkikangas;Hyypiä;Jalonen;& Samppala, 2017, s. 10)

4.3 Suunnittelun lähtökohdat

Suunnitteluprosessi käynnistyi ongelmanmäärittelyllä, jossa kartoitettiin yrittäjien ja kirjanpitäjien keskeisiä haasteita viestinnässä. Haastatteluiden perusteella nousi esiin useita ongelma-kohtia:

1. Viestintä hajautuu useisiin eri kanaviin.
2. viestintäviiveet.
3. kuormitus.
4. Tietoturvariskit

Näiden havaintojen pohjalta muodostin suunnittelun keskeiset tavoitteet: viestinnän keskitäminen yhteen kanavaan, dokumenttien hallinnan parantaminen, reaktiivisuuden lisääminen sekä käytettävyyden optimointi eri käyttäjäryhmille. Onnistunut muotoilu vastaa myös käyttäjien tarpeisiin ryhmäviestintä ominaisuuksista, viestiketjuista, ostolaskun kommentoinnin parantamisesta, sekä helposta keskusteluyhteydestä ja järjestelmällisyydestä

4.4 Ideointi ja konseptin suunnittelu

Koskaan ei ole yksinkertaista ja suoraviivaista kehittää uusia tuotteita. Tämä vaatii systemaattisten menetelmien käyttöä, perusteellista tutkimusta, huolellista suunnittelua ja valvontaa. Uusien tuotteiden kehittämisessä ei tällä hetkellä käytetä systemaattisen suunnittelun menetelmiä täydessä potentiaalissa. Tämä kattaisi markkinointimenetelmät, tekniset menetelmät sekä teollisen muotoilun esteettiset ja tyyllilliset menetelmät, mutta edellyttäisi monitieteellistä lähentymistä. (Baxter, 2017, s. 3)

Nykyaikana hyödyllinen työkalu on Chat sovellus koska ihmiset voivat kommunikoida keskenään reaaliajassa. Verkkopohjainen Chat työkalu poistaa tarpeen soittaa, kun heillä on kysyttävää työstään. Esimerkiksi verkkopankissa, verkkokaupassa ja liiketoiminnassa käytetään paljon Chat työkalua. Chat työkalu mahdollistaa lähettää samanlaisen viestin useille

ihmisille samanaikaisesti ja tämä on sovelluksen paras ominaisuus. (Ajay Kumar Sahu*, 2022)

Ongelma on luovuuskoulutuksessa ideoinnin lähtökohta. Tehtävä voi olla ulkoisen auktoriteetin tai asiakkaan antama tehtävä. Sisältä lähtevä luova ideointi keskittyy itse asettamiin teemoihin. Ideointi, joka etsii käsitteen ideaalia, on käsitekeskeinen ideointi. Erilaisia ideointi tyyppejä kuten idea ratkaisuna, tarkoituksena tai periaatteena. (Reunanen, 2007, s. 6)

Käsite käännetään päämääräksi ja ideaksi on tutkimusongelma. Näillä käsitteillä kuvataan todellisuutta ja suunnitellaan tulevaa toimintaa. Tiedollisesta tavoitteelliseen käsitteiden kohdalla etsitään käännepistettä. Tietoperusteet vertaavat toimintaa käsitteiden kautta. ”Konseptuaalinen ei pysähdy vaan jatkuu tahdon muodostukseen ja praktiseen suunnitteluun.” (Reunanen, 2007, s. 10)

Yleinen mielipide, asiantuntemus ja ideat ovat päätöksenteon kolme lähdettä. Mielipiteissä on kyse niiden poliittisesta painoarvosta. Tutkimustieto tarjoaa jäsenyyksiä ja käsitteitä. Originaali oivallus etsii asioiden välisiä yhteyksiä, joita oppitieto ja yleinen mielipide eivät ole huomioineet. (Reunanen, 2007, s. 11)

Kehittämisen kohteena olevaan ongelmaan ideoinnin tavoitteena on kehittää mahdollisimman paljon ratkaisuehdotuksia. Ongelman lähestymisen toimintatapa on lähestyä mahdollisimman kaukaa ja kriitikköimästi. Ideoinnin kohdetta tarkennetaan edetessä ideointiprosessissa. Määritellyllä arviointiperusteilla arvioidaan tuotettujen ideoiden toteuttamiskelpoisuutta. (Tuulaniemi, 2011, s. 100)

Ideointi on laajenevaa eli divergenssistä tai supistavaa eli konvergenssista. Aluksi tuotetaan määrällisesti suuri määrä ideoita ilman arvostelua. Tämän jälkeen ideat käydään läpi, karsitaan ja yhdistellään toisiinsa. Ideointiprosessia toistetaan erilaisin menetelmin useita kertoja, kunnes projektiryhmä katsoo ideoiden määrän olevan riittävä tai resurssit loppuvat. Suurempi ideamäärä lisää todennäköisyyttä, että joukossa on ratkaisevia elementtejä ongelman ratkaisemiseksi. (Tuulaniemi, 2011, s. 101)

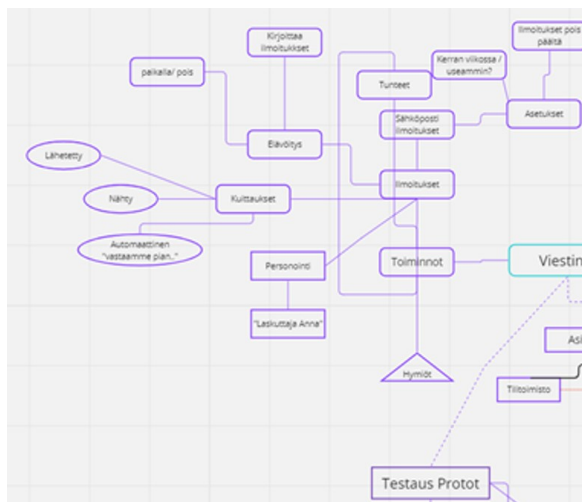
Tuotekehitys lähtee liikkeelle tuoteideoista ja konseptisuunnittelusta minkä pohjana on aiempi tieto ja tuote. Tähän sisältyy vaatimus määrittelyiden ja tuotteen pääpiirteiden tuottaminen. Tästä voidaan siirtyä yksityiskohtaiseen suunnitteluun ja tuotteen toteutukseen vaiheessa voi myös sisältyä iterointia. Alkuun versioita testataan ja niistä korjataan teknisiä virheitä. Tämän jälkeen tuotekehittelijät ja käyttäjät parantelevat tuotetta tahoillansa tai

yhteistyössä. Tämä on tuotteen kehittämisen aika. Alkaa uudentuotesukupolven tai uuden tuotteen suunnittelu, kun tehtyjä muutoksia ja laajennuksia on paljon. Konseptisuunnittelun pohjana toimii aiempi tuotekehitys ja tiedonkeruu. (Hyysalo, 2009, s. 60)

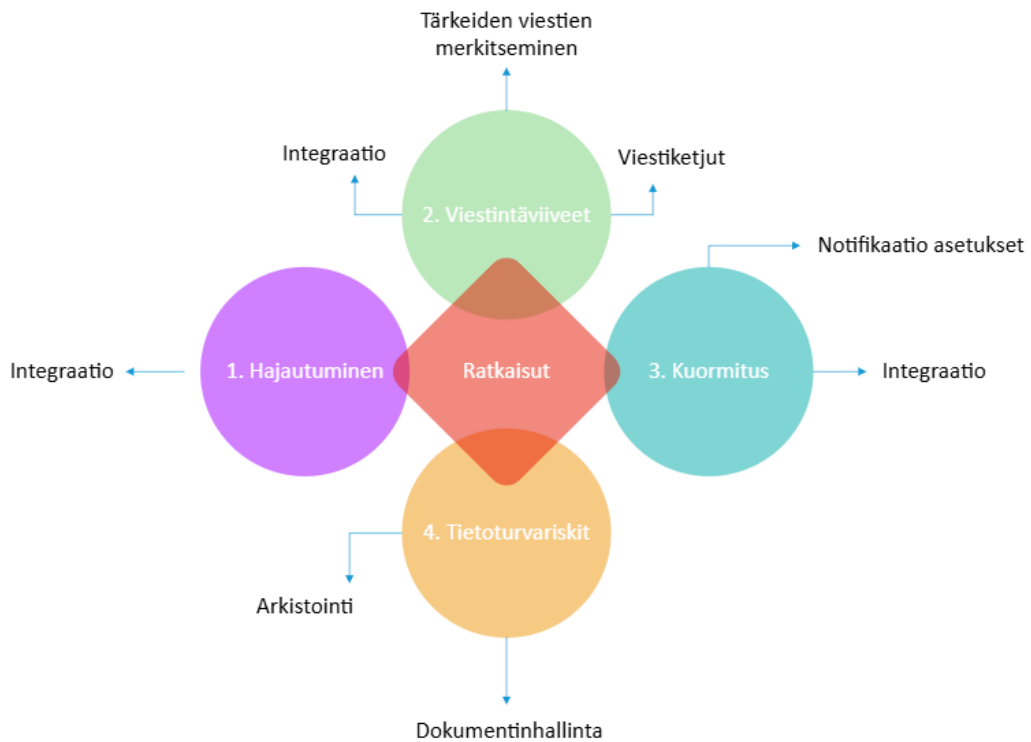
Hahmottaessa tuotteiden vaikutuksia tuleville käyttäjille, jolloin käyttäjätiedon ensimmäinen muodonmuutos ja mahdollinen katkos johtuvat niistä. Tässä konseptisuunnittelun vaiheessa ideaa tarkastelevat käyttäjiin erikoistuneet ihmiset esimerkiksi markkinointiosasto, käytettävyysryhmä tai ulkopuoliset tutkijat. Ensimmäiseksi tuotteiden kuvaukset, tekniset vaatimukset ja käyttäjämäärittelyt käännetään virheellisesti. Toisena syynä tehdyt konkreettiset soinnit ja tuotteen kehittämisessä käytetyt määrittelyt alkavat elää eri elämää. Lisäksi jalostettu käytön suunnittelu ei ole tuotteen ominaisuus. (Hyysalo, 2009, s. 66)

Ideointivaiheessa käytin luovia menetelmiä, kuten miellekarttoja, luonnostelua ja nopeaa prototyypin hahmottelua. Näiden avulla tuotin useita alustavia ratkaisuehdotuksia, joita arvioin suhteessa käyttäjälähtöisyyteen, toiminnallisuuteen ja saavutettavuuteen.

Valikoitujen ideoiden pohjalta kehitin kaksi konseptiehdotusta, jotka visualisoisin Figma -ohjelmistolla interaktiivisiksi prototyypeiksi. Ensimmäinen konsepti painotti yksinkertaista ja neutraalia käyttöliittymää, kun taas toinen sisälsi visuaalisempia elementtejä ja käyttäjäprofiilien hyödyntämistä. Konseptit esiteltiin tutkimukseen osallistuneille kirjanpitäjille sekä yrittäjille testattavaksi. Kerätyn palautteen perusteella jatkokehitin viestintäkanavakonseptiehdotuksen.



Kuva 13. Ajatuskartta toiminnoista



Kuva 14. Ongelmanratkaisukaavio

Konseptien ideointivaiheessa hahmottelin, millaisia ominaisuuksia ja tarpeita viestintäkanava voisi sisältää käyttäjien näkökulmasta. Ajatuskartta toimi työkaluna konseptin jäsentelyssä ja auttoi ryhmittelemään toiminnot eri teemojen alle (ks. kuva 13). Ideointivaiheessa hyödynsin palvelumuotoilun menetelmiä. Kuvassa 14 havainnollistan ratkaisuja haastatte- luissa ilmi käyneisiin nykyisen viestinnän ongelmakohtiin. Ratkaisuvaihtoehtoja arvioin eri- tyisesti seuraavien kriteerien perusteella:

1. Tietoturva ja dokumentinhallinta: Kaikki viestinnän kautta jaettavat dokumentit on säily- tettävä turvallisesti ja niiden on oltava helposti saatavilla.
2. Tehokkuus ja ajansäästö: Ratkaisun tulee vähentää sähköpostien ja puheluiden tarvetta sekä nopeuttaa tiedonkulkua.
3. Käytettävyys ja saavutettavuus: Viestintäkanavan tulee olla ratkaisu kirjanpitäjien ja yrit- täjien välisen viestinnän helpottamiseen.
4. Käyttömukavuus ja ulkonäkö: Ratkaisun tulee olla helppokäyttöinen ja miellyttävä

Tämän analyysin perusteella valittiin ratkaisu, jossa viestintäkanava toimii taloushallintojärjestelmän sisäisenä ominaisuutena, tarjoten reaaliaikaisen keskustelumahdollisuuden kirjanpitoon ja taloushallintoon liittyvissä kysymyksissä ja niihin liittyvissä toiminnoissa.

5 KONSEPTITESTAUS

5.1 Mitä on konseptitestausta?

Palvelumuotoilussa ei tyydytä ensimmäiseen ratkaisuun haasteessa vaan ideoidaan laajasti ideoita ja niistä parhaita konkretisoidaan konsepteiksi. Näin luodaan kekseliäämpiä ja yllättäviä ratkaisuja, joita ei ole aiemmin huomattu. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 107) Palvelumuotoilun olennainen osa on prototypointi. Tätä tehdään palvelukehityksen kaikissa vaiheissa. Asiakkaalle tai palveluntuottajille kuvaillaan ja testataan palveluun liittyviä elementtejä sekä konsepteja palvelujen prototypoinnin avulla. (Tuulaniemi, 2011, s. 111)

Käyttäjille voidaan esittää idea esimerkiksi digitaalinen tai piirretty prototyyppi tai käyttötilannetta kuvaava käsikirjoitus tai mainosmallinnus. Tämä on konseptitestausta. Konseptia voi testata usealla tavalla mikä kommunikoi konseptin sisällön valitulle kohderyhmälle heidän ymmärtämällä tavalla. Tavoitteena selvitetään käyttäjien kiinnostusta suunnitelmaan sekä kokevatko sille lisäarvoa arjessa. (Heikkilä, 2025, s. 29)

Tavoitteiden ja tutkimuskysymysten määrittelystä alkaa testauksen valmistelu. Niiden pohjalta laaditaan tehtävät testattavilla. Käyttöliittymän toimivuudesta kerätään tietoa tehtävien avulla, joissa osallistuja ratkaisee tilanteita. Skenaario eli kehitystarina kuvaillaan testattaville. Skenaarion tarkoitus on auttaa testattavia samaistumaan ja ymmärtämään tehtävien merkityksen. Tällä tavalla testaukseen luodaan realistinen ja johdonmukainen taustatarina kuten esimerkiksi tietyn palvelun käyttötilanteen tai ostotilanteen verkkokaupassa. (Heikkilä, 2025, s. 56) Toteutusvaiheen olennainen osa on testaus. Konseptista kerätään ajatuksia ja kommentteja asiakkailta. Tällä tavalla varmistetaan, että kehitetty ratkaisu vastaa asiakkaiden tarpeisiin. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 107)

Figma on edistynyt design-työkalu. Jatkuvien päivitysten ja uusien ominaisuuksien takia siitä on tullut yksi tärkeimmistä apuvälineistä suunnittelijoille. (Staiano, 2022, s. 3) Ennen tuotteen toteutusta voidaan tämän ohjelmiston avulla luoda realistisia vuorovaikutteisia mobiilisovellusprototyyppejä käyttäjätestaukseen. Figma-ohjelmistolla on valmiita suunnittelupohjia, lisäosia ja laajennuksia. (Heikkilä, 2025, s. 38).

Palvelun testaus on prototypointia. Kehitetyn konseptin toimintaa testataan prototypoinnilla. Prototypointi on kustannustehokas ja nopea menetelmä konseptin toimivuuden käytännön

testaamiseen. Tavoitteena on saada ymmärrystä kehitettävän palvelutuotteen toimivuudesta ja huomioida se mitkä ei sovi palveluun. (Tuulaniemi, 2011, s. 111)

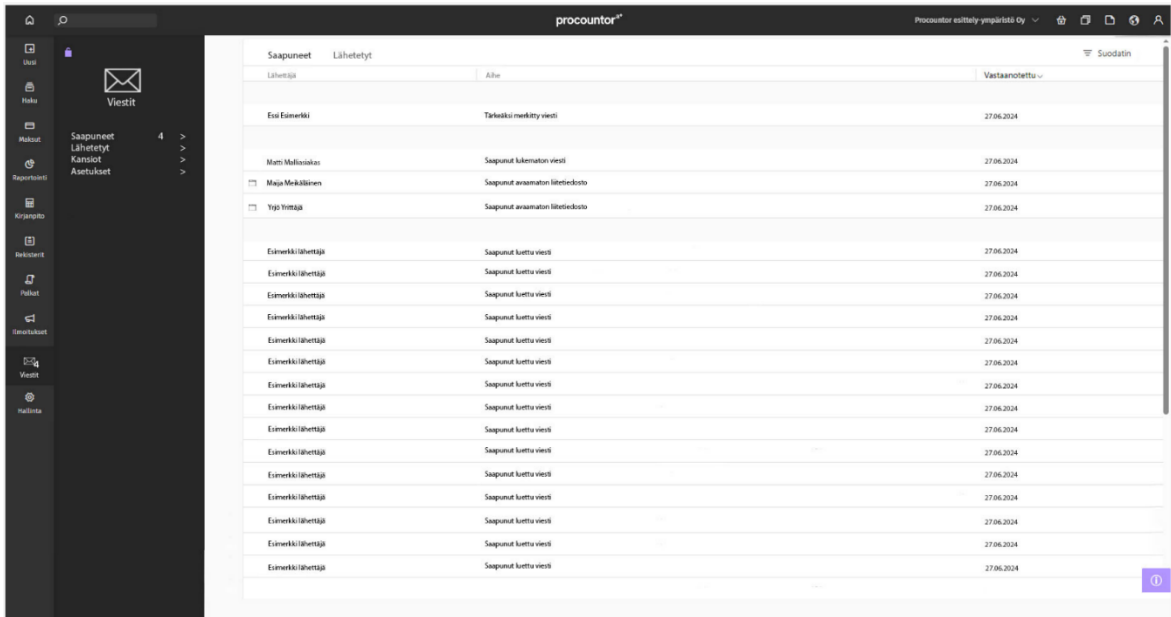
Kehittämisestä tulee toteutusvaiheessa konkreettista. Erilaisista ratkaisuista tehdään käsin kosketeltavia ja visuaalisia. Ratkaisua työstävää tiimiä auttaa konseptointi ja prototyypointi käymään keskustelua ratkaisun eri vaihtoehtoista ja sisällöstä. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 107) Muutokset ovat kustannustehokkaita, kun toiminnallisten UX/UI prototyyppien avulla käyttäjät estaukset voidaan aloittaa varhaisessa vaiheessa. (Heikkilä, 2025, s. 38)

Älykkään ratkaisun konseptoinnissa tarkastellaan kestävyyttä, houkuttelevuutta, toteutuskelpoisuus ja liiketoiminnan näkökulmaa. Tämä vaatii pitkäjänteistä ja kokonaisvaltaista lähestymistapaa. Läpi suunnittelun konseptointivaiheen erilaisten näkemysten yhteensovittamista vaatii ymmärrystä sekä tiivistä ja tasavertaista vuoropuhelua eri asiantuntijoiden välillä. (Miettinen, 2021, s. 245)

Lähdin selvittämään haastatteluiden myötä viestinnässä eniten käytettyjen sovellusten hyviä ja huonoja puolia. Haastatteluissa esille nousseet eniten käytössä olevat viestintäkanavat ovat sähköposti, sekä WhatsApp. Konseptitestauksen ensimmäisessä vaiheessa lähdin jäljittelemään näitä kahta toisistaan erilaista viestintäkanavaa.

Tein kaksi prototyyppiä viestintäkanava konseptista ja tutkin mitä ominaisuuksia konseptitestajaat jäävät kaipaamaan ja mitkä ominaisuudet ovat vähiten tärkeitä. Etsin ominaisuuksia mitä voitaisiin yhdistää ja rakentaa siten toimiva viestintäkanava. Jätin konseptin prototyypeistä muotoilmeen hyvin yksinkertaiseksi. Tämä jättää haastateltaville enemmän tilaa omille esille nousseille ideoille.

5.2 Konsepti 1



Kuva 15. konsepti 1 - Etusivu



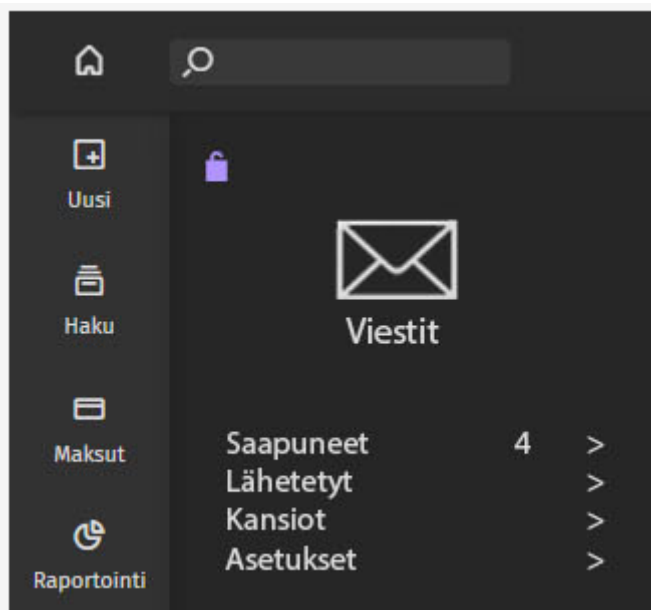
Kuva 16 Konsepti 1- Ominaisuuskaavio

Ensimmäinen konseptiehdotus oli ulkoasultaan hyvin pelkistetty, harmaa ja hillitty (ks. kuva 15). Ulkoasultaan ja käyttöliittymältään viestintäkanava muistuttaa sähköpostia. Sen suunnittelun lähtökohtana oli selkeys, yksinkertaisuus ja matala kognitiivinen kuormitus. Käyttöliittymässä vältettiin visuaalisia häiriötekijöitä ja keskityttiin vain keskeisiin toimintoihin, kuten viestiketjuihin, tärkeiden viestien merkintään ja dokumenttien hallintaan. Tämä versio suunniteltiin erityisesti käyttäjille, jotka toivovat minimalistista ja tehokasta työkalua. Tämä konseptiehdotus sisälsi kalenteritoiminnon. Tämän konseptin ominaisuuskaavio kuvattuna kuvassa 16.

Saapuneet		Lähetetyt	
Lähettäjä	Aihe	Vastaanotettu	Suodatin
Esä Esimerkki	Tärkeiksi merkitty viesti	27.06.2024	
Matti Malliasiakas	Saapunut lukematon viesti	27.06.2024	
<input type="checkbox"/> Maja Mekäläinen	Saapunut avaamaton liitetiedosto	27.06.2024	
<input type="checkbox"/> Yrjö Yrittäjä	Saapunut avaamaton liitetiedosto	27.06.2024	
Esimerkki lähettäjä	Saapunut kuettu viesti	27.06.2024	

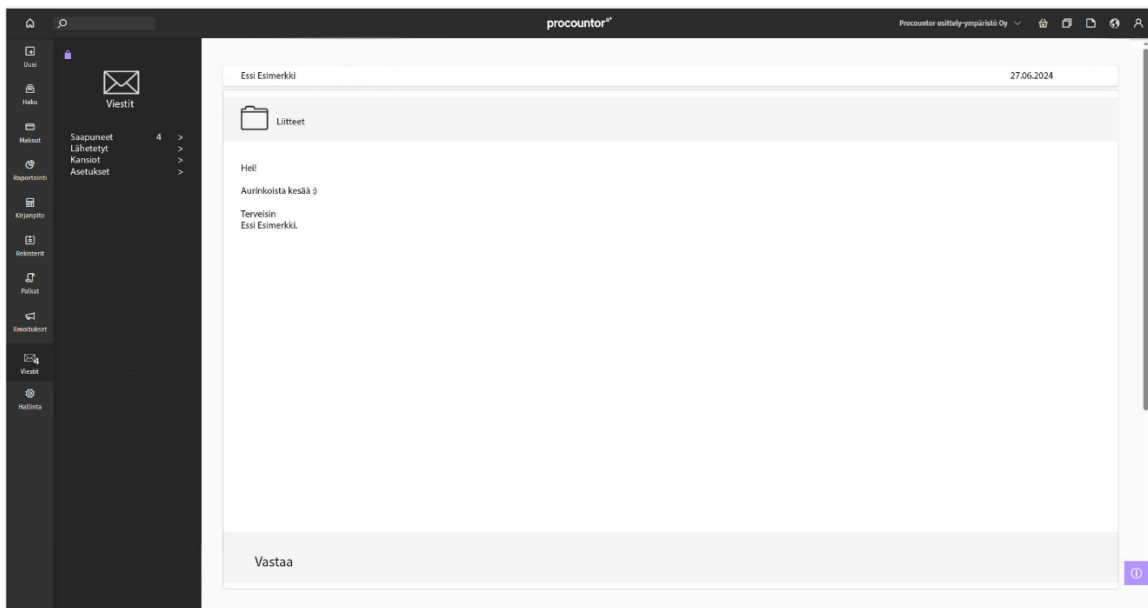
Kuva 17 Konsepti 1 – Viestit

Alkunäkymässä on pikavalikot saapuneille ja lähetetyille viesteille. Viestit järjestyvät näkyville lähettäjän, aiheen ja viestin saapumisajan perusteella. Oikeassa yläkulmassa on viestien suodatin, joka helpottaa viestien järjestämistä. (ks. Kuva 17) Saapuneet liitteet näkyvät kuvakkeena lähettäjän nimen vasemmalla puolella. Kuvaketta klikkaamalla liite aukeaa.



Kuva 18 Konsepti 1 - Navigointipalkki

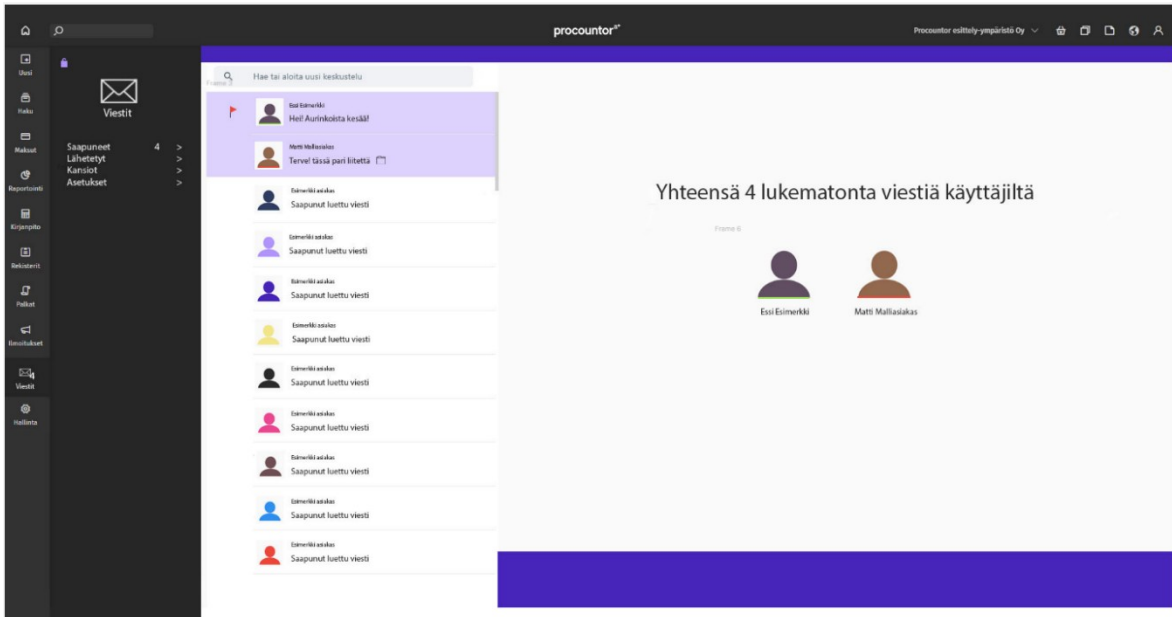
Avatessa viestintäkanavan ensin välipalkista, aukeaa erillinen navigointipalkki sivun reunaan. Navigointipalkin toimintoja ovat saapuneet ja lähetetyt viestit, kansiot sekä asetukset. Navigointipalkkiin tulee näkyville lukemattomien viestien määrä. (ks. Kuva 18)



Kuva 19 Konsepti 1 - Viestin liitteet

Tässä konseptissa viestikanavassa ei ole erillisiä hymiöitä. Kuvassa 19 näkymä saapuneesta viestistä. Saapunut liite näkyy avatun viestin yläreunassa. Liitteessä ei ole esikatselumahdollisuutta.

5.3 konsepti 2

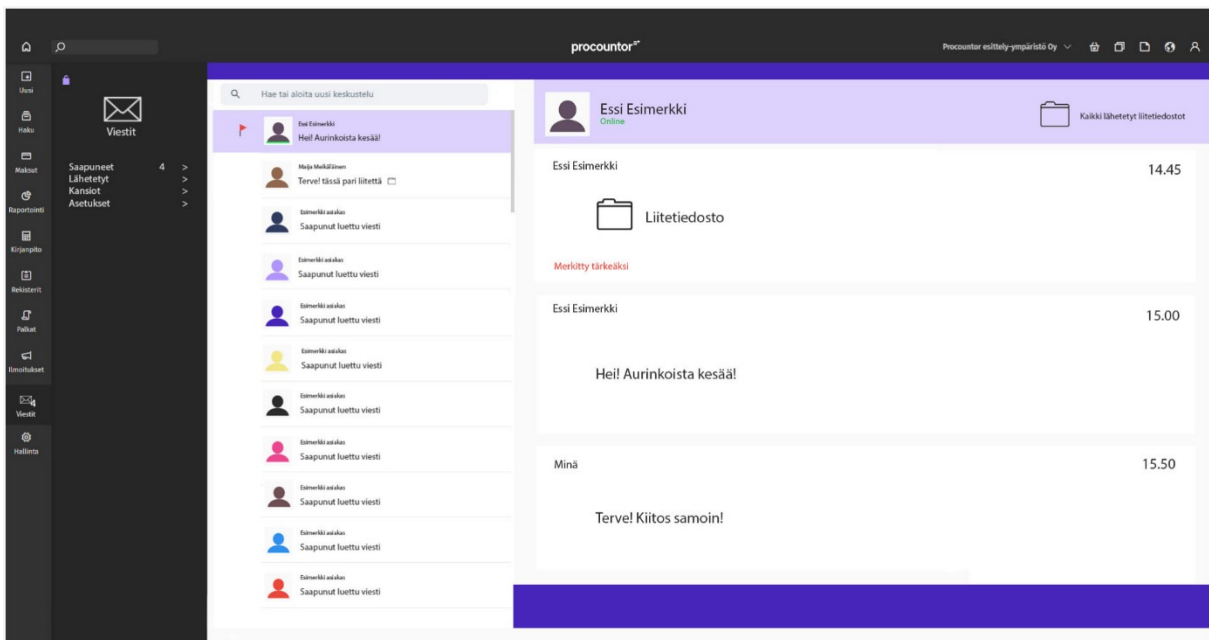


Kuva 20. Konsepti 2 - Etusivu



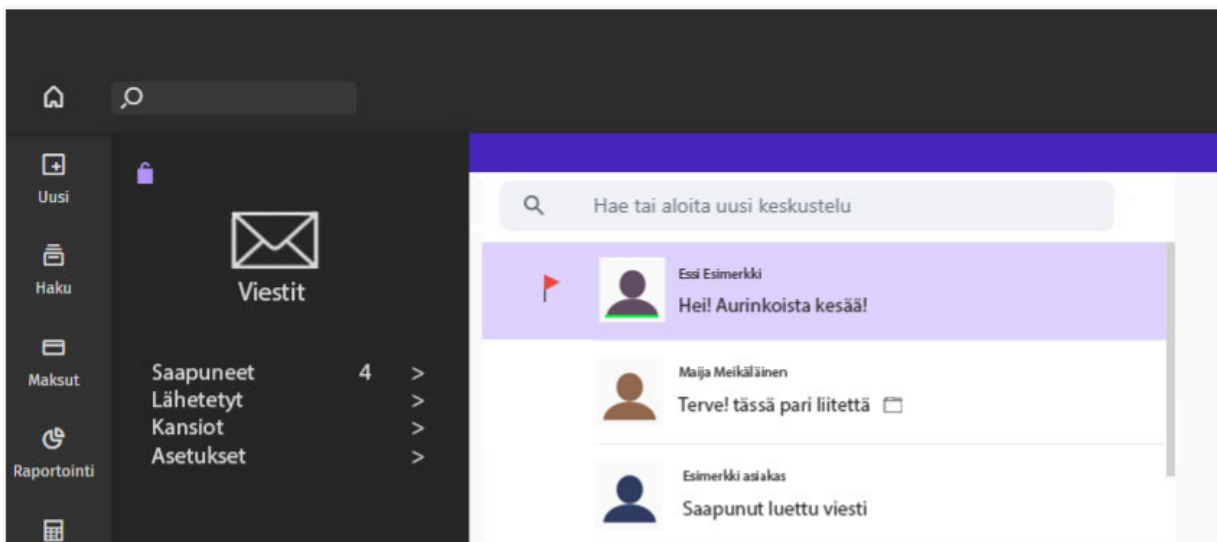
Kuva 21. Konsepti 2 - Ominaisuuskaavio

Toinen konseptiehdotus oli visuaalisesti värikkäämpi ja elävämpi. Ulkonäkö ja ominaisuus jäljittelee samantapaista viestintäkanavaa kuin WhatsApp (ks. kuva 20) Tässä konseptissa painottui käyttäjälähtöinen personointi. Konsepti sisälsi käyttäjäprofiilit, väreillä erotellut viestiketjut, emoji-tuki ja muokattavat ilmoitusasetukset (ks. kuva 21) Tämä vaihtoehto kehitettiin niiden käyttäjien toiveiden pohjalta, jotka kaipaivat viestintään enemmän vuorovaikutteisuutta



Kuva 22. Konsepti 2 - Liitteet

Jaetut liitteet säilyvät suoraan keskusteluissa ja ne arkistoituvat myös käyttäjien profiliin. Kuvassa 22 näkyy viestiketjuun lähetetty liitetiedosto. Tämä konsepti sisältää paikallaolo-merkinnät. Paikalla olevien profiliin tulee vihreä ”Online” merkintä ja vastaavasti ”Offline”.



Kuva 23. Konsepti 2 - Tärkeäksi merkityt viestit

Saapuneet lukemattomat viestit nousevat valikossa ensimmäiseksi. Jos saapunut viesti on merkitty tärkeäksi, se nousee ylimmäiseksi ja viestin kohdalla näkyy punainen lippu (ks. kuva 23) Jos tärkeän viestin lähettäjä on paikalla, hänen profiilikuvansa alalaita muuttuu myös vihreäksi.

5.4 Konseptitestaus ja sen tulokset

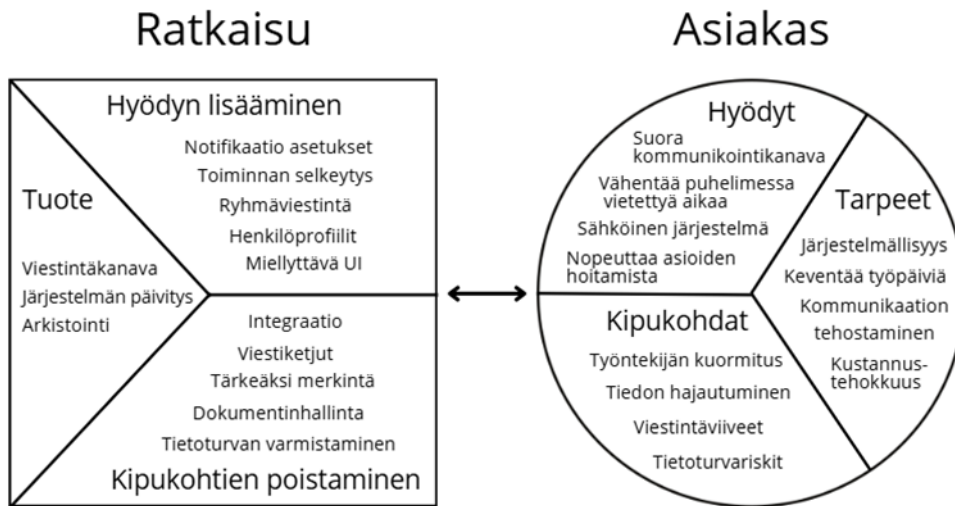
Konseptitestaukseen osallistui yhteensä kuusi henkilöä: kaksi kirjanpitäjää ja neljä yrittäjää. Anonymiteetin säilyttämiseksi kirjanpitäjiin viitataan tekstissä nimillä kirjanpitäjä #1 ja kirjanpitäjä #2. Kaikki osallistujat olivat mukana myös tutkimuksen alkuvaiheen haastatteluissa. Kirjanpitäjien testaukset toteutettiin etäyhteydellä Teams:in kautta. Yrittäjien testaukset järjestettiin heidän omissa toimitiloissaan. Testaus toteutettiin käyttämällä omaa tietokoneettani. Konseptitestauksessa käytetyt interaktiivisetprototyypit oli toteutettu Figmalla.

Konseptitestauksen analyysi perustui osallistujien suullisten kommenttien havainnointiin ja niistä tehtyihin muistiinpanoihin testitilanteen aikana. Kerätyt havainnot analysoitiin laadullisesti ja jäseneltiin arvolupaus kanvaasin avulla. Konseptitestauksen tavoitteena oli arvioida kahden erilaisen viestintäkanavakonseptin toimivuutta ja käyttäjäystävällisyyttä käytännön työtilanteissa. Testaukseen valitut käyttäjät edustivat sekä yrittäjien että kirjanpitäjien näkökulmia, ja heiltä kerättiin palautetta sekä visuaalisista että toiminnallisista ominaisuuksista. Testattavat konseptit erosivat toisistaan erityisesti käyttöliittymän ulkoasun ja toimintojen suhteen.

Konseptitestauksessa kerätty käyttäjäpalaute toi esiin selkeitä eroja konseptien välillä sekä toivottuja yhdistelykohtia. Viestintäkanavakonsepti 1 sai kiitosta selkeydestä, rauhallisuudesta ja yksinkertaisuudesta. Käyttäjät kokivat sen helposti lähestyttäväksi ja loogiseksi erityisesti silloin, kun haluttiin keskittyä olennaisiin tehtäviin ilman visuaalisia ärsykeitä. Toisaalta jotkut testikäyttäjät kokivat sen liian harmaaksi ja persoonattomaksi, mikä saattoi vähentää motivaatiota viestinnän aktiiviseen käyttöön. Konseptien dokumentinhallinta sai runsaasti positiivista palautetta. Kirjanpitäjä #2 mukaan: ”Helpottaa hirveästi muuta työtä. Se on siellä käytettävissä, kun sitä tarvitsee”.

Konsepti 2 puolestaan herätti kiinnostusta visuaalisuuden, profiloinnin ja muokattavuuden ansiosta. Käyttäjät kokivat personoidun käyttöliittymän helpommin lähestyttäväksi ja mielekkäämmäksi käyttää. Erityisesti värien käyttö viestiketjuissa ja mahdollisuus viestien

merkitsemiseen sai positiivista palautetta. Kuitenkin osa käyttäjistä koki, että liiallinen visuaalisuus voi häiritä keskittymistä, ja emojiit eivät kaikille vaikuttaneet tarpeellisilta. Kirjanpitäjä #1 piti saapuvien viestien äänimerkkejä huonona ominaisuutena: ”Riittää, että vilahdaa tuonne, että on lukemattomia viestejä.”



Kuva 24 Projektin arvolupaus-kanvas

Kokonaisuudessaan käyttäjäpalaute osoitti, että molemmilla konsepteilla oli vahvuuksia, jotka tukivat eri käyttötarpeita. Moni testihenkilö toivoi näiden kahden konseptin yhdistämistä. Konsepti 1:n rakenteellinen selkeys ja Konsepti 2:n visuaalinen persoonallisuus nähtiin yhdistelmänä, joka voisi palvella parhaiten eri käyttäjäryhmiä. Tämän pohjalta muotoiltiin lopullinen konseptiehdotus, jossa pyrittiin yhdistämään kummankin version parhaat puolet. Lopullisen konseptiehdotuksen ulkopuolelle jätetyt ominaisuudet ovat paikalla merkinnot, videokeskustelut, ääniviestit sekä kalenteritoiminnot.

Tässä vaiheessa tutkimusta käytin Arvolupaus-kanvasta jäsentääkseni lopullista ratkaisua. (ks. kuva 24) Arvolupaus-kanvaasin täyttämässä hyödynsin konseptitestauksen aikana tehtyjä havainnointeja ja muistiinpanoja sekä tutkimuksen alkuvaiheessa toteutettujen haastattelujen tuloksia.

6 VIIMEISTELTY KONSEPTI

Tässä luvussa esitellään lopullinen viestintäkanavakonsepti, joka on kehitetty tutkimuksen ja käyttäjätestauksen pohjalta. Konseptiehdotus vastaa tutkimuskysymykseen siitä, millainen on ideaali viestintäkanava kirjanpitäjän ja yrittäjän välillä. Viestintäkanavan tulee olla selkeä, helppokäyttöinen, tietoturvallinen ja vuorovaikutteinen, sekä mukautettavissa eri käyttäjäprofiilien tarpeisiin. Konsepti on suunniteltu osaksi Procountor -taloushallinnon ohjelmistoa, jolloin se toimii luontevana osana kirjanpidon arkea sekä yrittäjälle että kirjanpitäjälle. Konsepti on esitetty visuaalisesti sarjana näkymiä ja käyttötilanteita, jotka havainnollistavat sen toimintalogiikkaa.



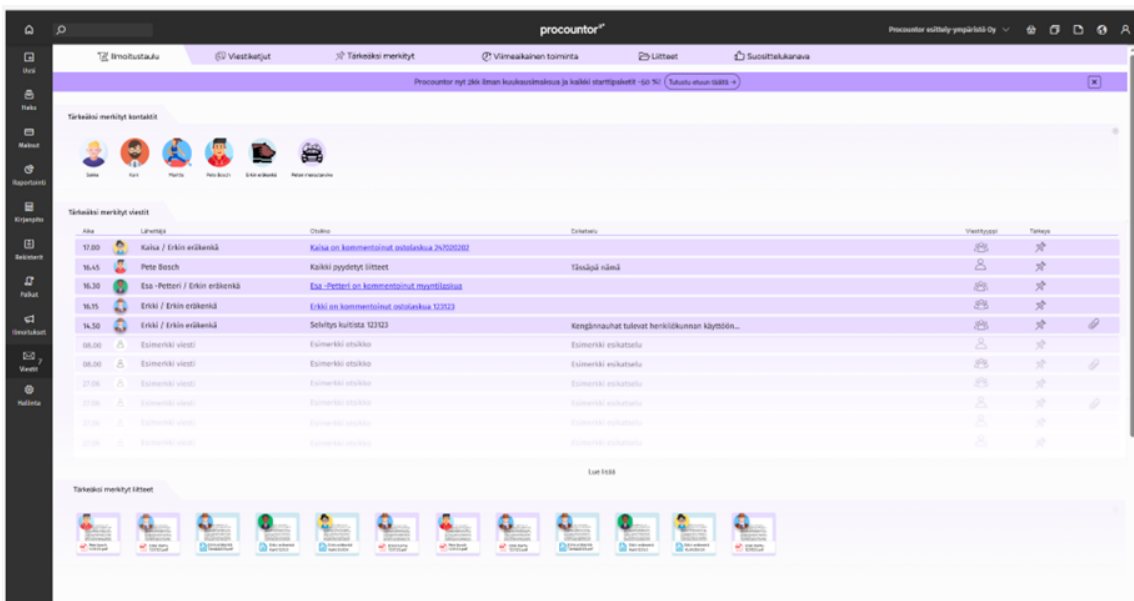
Kuva 25. Konseptiehdotus - Ominaisuuskaavio

Ominaisuuskaavio (kuva 25) kokoaa viestintäkanavakonseptin keskeiset toiminnot. Kaavion tarkoituksena on havainnollistaa, miten eri ominaisuudet tukevat toisiaan ja muodostavat yhtenäisen ja miellyttävän käyttäjäkokemuksen. Kaaviossa esitetään viestintäkanavakonseptin neljä pääteemaa ja niihin liittyvät toiminnalliset ratkaisut. Tietoturva ja dokumentinhallinta on keskiössä, sillä kaikki viestit ja liitteet säilyvät ohjelmiston sisällä ja niille voidaan luoda muokattavia kansiorakenteita. Lisäksi konseptissa korostuu kaksisuuntainen viestintäkanava, joka integroituu osaksi muita taloushallinnon prosesseja.

Tehokkuutta ja ajansäästöä tukevat navigointipalkki, hakutoiminnot ja mahdollisuus siirtyä suoraan laskukohtaiseen keskusteluun viestiketjuista. Myös viimeaikaisen toiminnan seuranta ja suosittelukanava tukevat nopeaa työskentelyä. Käytettävyyteen ja saavutettavuuteen liittyvät erityisesti tärkeiden viestien ja dokumenttien merkitseminen, ilmoitusasetukset ja ryhmäviestintä. Viestiketjut ja viestien tallentuminen mahdollistavat viestihistorian jäljitettävyyden. Käyttömukavuutta ja ulkonäköä tukevat visuaaliset ja henkilökohtaiset elementit, kuten profilointi, hymiöt, värien käyttö ja hillitty sivupalkki. Notifikaatioasetuksia voidaan säätää niin, että käyttäjä ei häiriinny tarpeettomista ilmoituksista. Lopullinen konsepti korostaa sekä viestinnän teknisiä vaatimuksia että sen inhimillisiä puolia. Sen tavoitteena on tehdä yhteistyöstä sujuvaa, läpinäkyvää ja miellyttävää molemmille osapuolille.

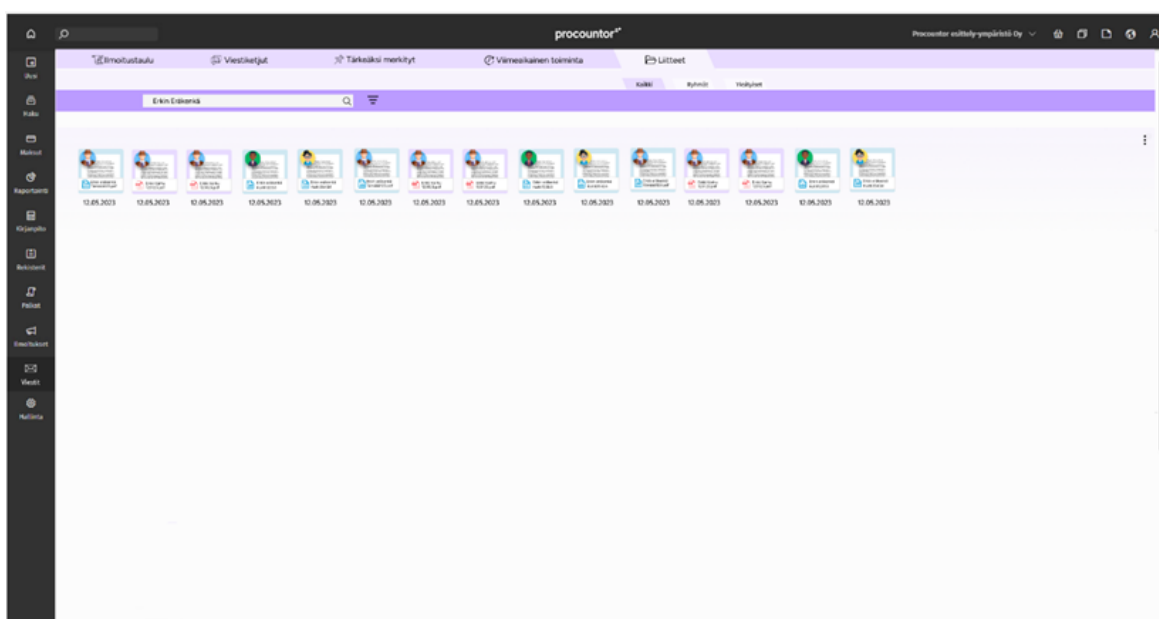
Tietoturva ja dokumentinhallinta

Viestit ja liitteet säilytetään ohjelmiston sisällä, ja kaksisuuntainen viestintä tapahtuu turvalisesti ilman ulkopuolisia kanavia. Erillisiä ulkoisia viestintävälineitä ei tarvita. Liitteet ovat helposti saatavilla ohjelmistossa, jossa niitä tarvitaan. Tiedostoja ei tarvitse erikseen ladata koneelle.



Kuva 26. Konseptiehdotus-Viestintäkanavan etusivu

Viestintäkanavalla on oma muokattavan etusivu helpottamaan tärkeiden toimintojen löytymistä, nopeuttaa yhteydenpitoa ja näin ollen nopeuttaakseni järjestelmän käyttäjien työskentelyä. Kuten kuvassa 26 näkyy tälle etusivulle voi valita tärkeitä yhteyshenkilöitä, ryhmäkeskusteluja, tärkeitä liitteitä, viestiketjuja, laskuja ja muita taloushallintojärjestelmään ja viestintäkanavaan liittyviä toimintoja.

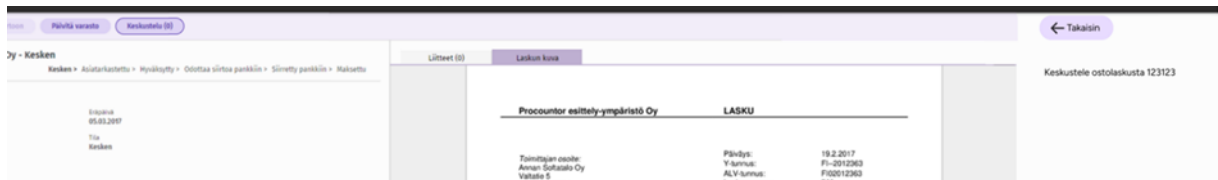


Kuva 27. Konseptiehdotus – Liitteet

Keskusteluiden sisällä jaetut tiedostot kerääntyvät omiin kansioihinsa. Kansioita voi muokata itselleen mieleisellä tavalla. Kuvassa 27 on näkyvillä liitteet, jotka voi aukaista kuvaketta klikkaamalla. Liitteen kuvakkeessa on nähtävillä tiedostonimi, lähettäjän nimi, lähettäjän profiilikuva, päivämäärä, sekä tiedostotyyppi.

Laskujen, viestien ja dokumenttien arkistointi taloushallintojärjestelmään poistaa tarpeen etsiä tiedostoja ja keskusteluja esimerkiksi sähköpostista tai muista ulkoisista kanavista. Taloushallintojärjestelmään integroitu viestintä mahdollistaa viestien ja liitteiden turvallisen säilyttämisen järjestelmässä, missä niiden käyttöoikeuksia ja tallennusta voidaan hallita. Näin ollen myös säästää tilaa työkoneilta.

Integroitu viestintäkanava tekee kirjanpidosta ja taloushallinnosta nopeampaa ja turvallisempaa. Se tuo viestinnän osaksi päivittäistä tekemistä, jolloin yrittäjän ja kirjanpitäjän välinen yhteistyö tehostuu ilman ylimääräisiä välikäsiä tai viiveitä.



Kuva 28. Konseptiehdotus - Ostolaskun kommentointi

Laskun kohdalle kommentoimalla vastaanottaja saa pikalinkin suoraan laskulle. Keskustelua voi käydä myös laskun keskustelukentässä. Kuvassa 28 kommenttikenttä näkyy oikealla laidalla.

Aika	Lähtijä	Ostoku	Esikutsu	Viestityyppi	Tärkeys
17.00	Kaisa / Erkin eriksenä	Kaisa on kommentoinut ostolaskua 247020202			
16.45	Pete Bosch	Kaikki pyydyt liitteet	Tässäpä nämä		
16.30	Esa -Petteri / Erkin eriksenä	Esa -Petteri on kommentoinut myyntilaskua			
16.15	Erkki / Erkin eriksenä	Erkki on kommentoinut ostolaskua 123123			
14.50	Erkki / Erkin eriksenä	Selvitys kullista 123123	Kenginnauhat tulevat henkilökunnan käyttöön...		

Kuva 29. Konseptiehdotus - Pikalinkki

Merkitsemällä kommentin tärkeäksi pikalinkki nousee myös tärkeäksi merkittyihin viesteihin. Kuvassa 29 pikalinkit näkyvät sinisellä.

03.09	Essi	Keskäsuon palkkakuusi?	Suurin osa meistä ei ole saanut palkkakuille tuleeko palkka kuitenkin ajallaan?		
12.24	Minä	Uuden kesätyöntekijän tiedot	Saisinko jossain tiedot yksityisviestillä?		
13.15	Minä	Astiaa kullista 123123	Mihin tarkoitukseen kenginnauhat ovat ostetta?		
14.50	Erkki	Selvitys kullista 123123	Kenginnauhat tulevat henkilökunnan käyttöön...		
16.00	Minä	Ostolaskun kommentointi	Erkki voit myös kommentoida ostolaskua suoraan lomakkeella. Täällä ohjeet...		
16.15			Erkki on kommentoinut ostolaskua 123123		
16.30			Esa -Petteri on kommentoinut myyntilaskua		
17.00			Kaisa on kommentoinut ostolaskua 247020202		

Kuva 30. Konseptiehdotus - Linkki ryhmässä

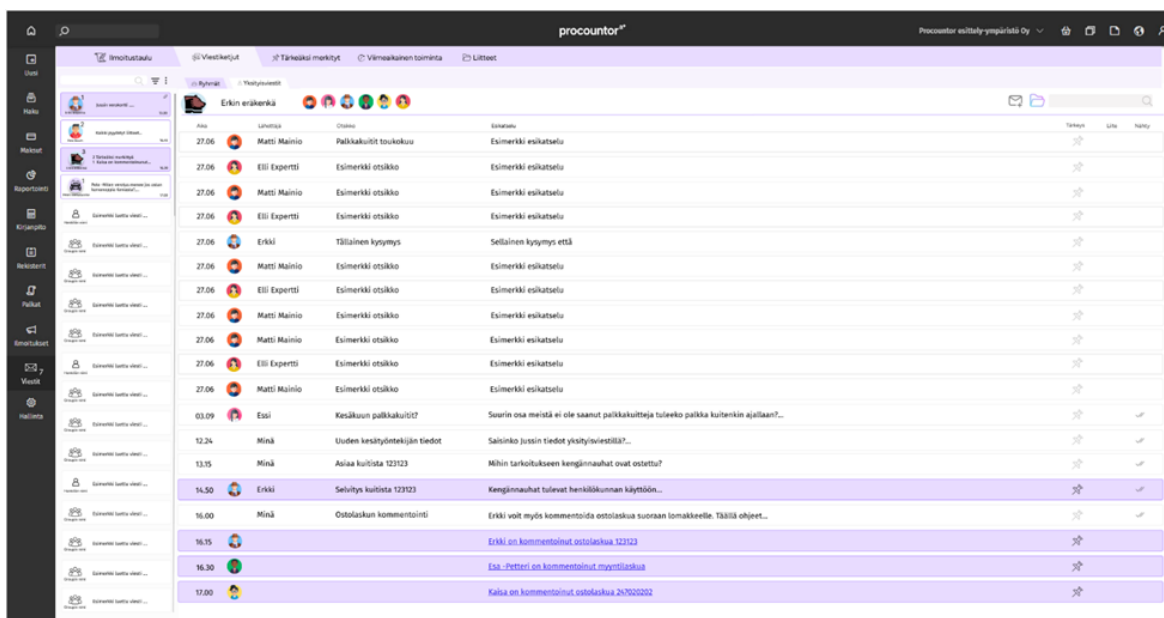
Takaicin painikkeesta palaa takaisin sinne, mistä laskun kommentoinnin linkkiä on painettu. Kuvassa 30 havainnollistetaan, kuinka takaisin painikkeesta näkymä siirtyy ryhmäkeskusteluun linkin kohdalle, josta on aiemmin painettu.

Käytettävyys ja saavutettavuus



Kuva 31. Konseptiehdotus - Tärkeäksi merkityt liitteet

Viestit, liitteet ja yhteyshenkilöt voidaan merkitä tärkeiksi. Ilmoitusasetuksia voidaan säätää viestien tärkeyden mukaan. Tärkeäksi merkitseminen tapahtuu painamalla kuvaketta viestin, liitteen, ryhmän tai henkilön kohdalla. Viestiketjuissa tärkeiksi merkityt viestit näkyvät korostetusti eri värillä. Kuvassa 31 näkyvästä plus merkistä tärkeäksi merkittyjen liitteiden oikealta puolelta voi lisätä hakutoiminnolla tärkeitä liitteitä tähän näkymään.



Kuva 32. Konseptiehdotus ryhmäkeskustelu

Viestit tallentuvat automaattisesti. Viesteissä näkyy, onko ne luettu. Tärkeiksi merkityt viestit näkyvät korostetusti eri värillä. Ryhmäviestintä mahdollistaa usean henkilön osallistumisen keskusteluun. Kaikki ryhmän sisäisten henkilöiden toiminnot ovat nähtävillä viestiketjuissa. Otsikointi nopeuttaa käytyjen keskustelujen, sekä liitteiden löytämistä. Kuvassa 32 vasemmassa palkissa näkyy eri ryhmästä tulleita tärkeiksi merkittyjä viestejä, jotka ovat korostettu eri väreillä.

The screenshot displays the Procountor user interface. On the left, there is a navigation sidebar with icons for Home, Messages, Payments, Reports, Invoices, Receipts, Bills, Transactions, and Contacts. The main content area is divided into several sections:

- Message Notifications:** A section titled "Terve, Tiina!" with a "Muokkaa etusivua" button. Below it, a "Tiedotteet (4)" section features a red circular graphic and a "Lisää" button.
- Messages:** A list of messages with a "Katso kaikki" link.
- Account Balances:** A section titled "Tilien saldot" with a "Katso kaikki" link.
- Payments:** A section titled "Viitemaksu" with a "Katso kaikki" link.
- Accounts Payable:** A section titled "Tarkastettavat laskut" with a table of invoices.

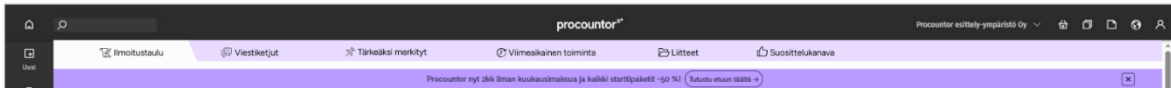
Nimi (3)	Toistelu	Tila	Laskunro	Laskun pv	Eräpäivä	Laskun summa
Aleksi Li	Ostolasku	Kesken	1527	05.12.2018	15.12.2018	14,90
Anna Software Oy	Ostolasku	Kesken	783	19.02.2017	05.03.2017	48 111,00
Edellä Oy	Ostolasku	Kesken	131	28.01.2016	08.02.2016	5150
- Financial Summary:** A section titled "Kassan ja reskontran seuranta" with a table of financial data.

	Koko summa	Alle 7 pv	7-30 pv	Yli 30 pv
Erätyt myynnit	7 220 465,76	1 320,04	3 618,09	2 282,63
Erätyt myynnit	9 068,50	272,80	6 743,90	2 051,80
Erätyt ostot	524 664,49	0,00	0,00	524 664,49
Erätyt osot	112,00	0,00	132,00	0,00
Erätyt muut maksettavat	131 343,22	0,00	0,00	131 343,22
Erätyt muut maksettavat	0,00	0,00	0,00	0,00
- Financial Development:** A section titled "Liikevaihdon ja tuloksen kehitys" with a bar chart showing quarterly data from 2020-01 to 2020-12. The chart includes a legend for "Liikevaihto" (blue), "Liikevoitto" (red), "Liikevaihto (edellinen vuosi)" (green), and "Liikevoitto (edellinen vuosi)" (yellow).

Kuva 33. Konseptiehdotus - Procountor - etusivu lisättyllä viestit osiolla

Kuvassa 33 näkyy Procountor muokattava etusivu. Lisäsin sinne mahdollisuuden liittää aloitus näyttöön saapuneille viesteille tarkoitetun osion. Viestiasetuksista on mahdollisuus valita, minkälaisia viestejä etusivulla näkyy. Käyttäjät voivat esimerkiksi halutessaan valita etusivulla ilmoitettavan pelkästään tärkeiksi merkityt viestit tai joltain tietyltä henkilöltä saapuneet.

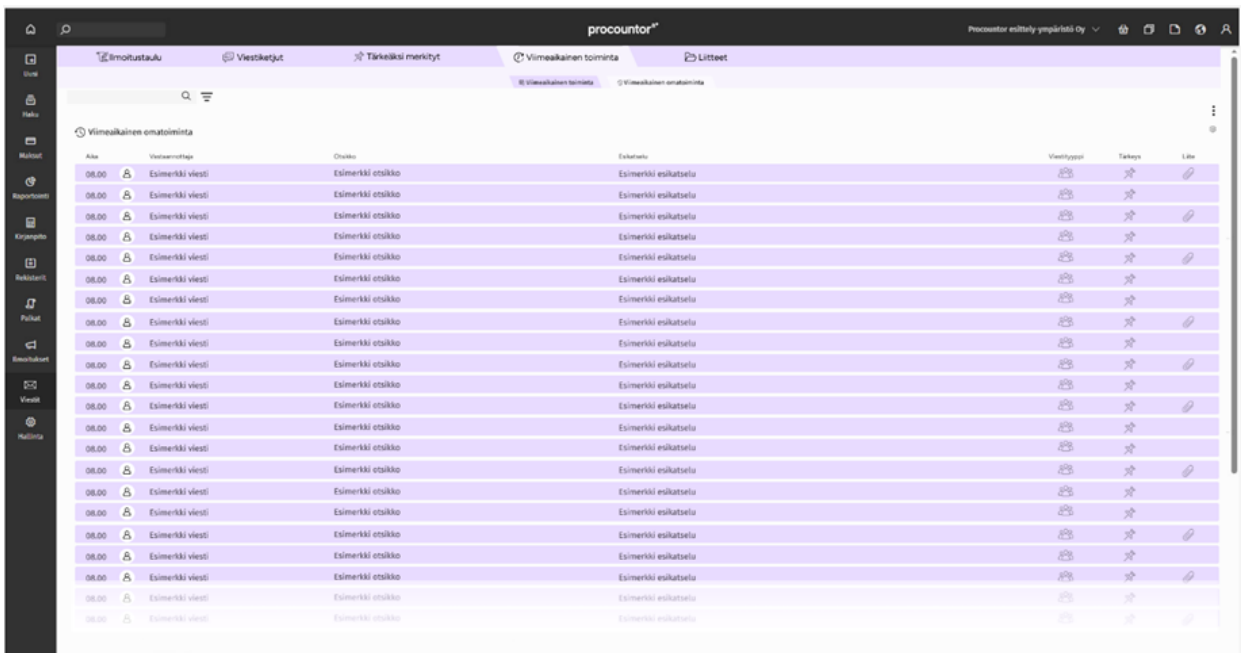
Tehokkuus ja ajansäästö



Kuva 34. Konseptiehdotus - Yläpalkki

Kuvassa 34 on viestintäkanavan yläpalkki. Yläpalkin valikot ovat viestiketjut, tärkeäksi merkityt, viimeaikainen toiminta, liitteet sekä suosittelukanava. Näiden valikkojen avulla navigointi on nopeaa. Lisäksi konseptiehdotuksessa on erilaisia hakutoimintoja ja suodatin toimintoja.

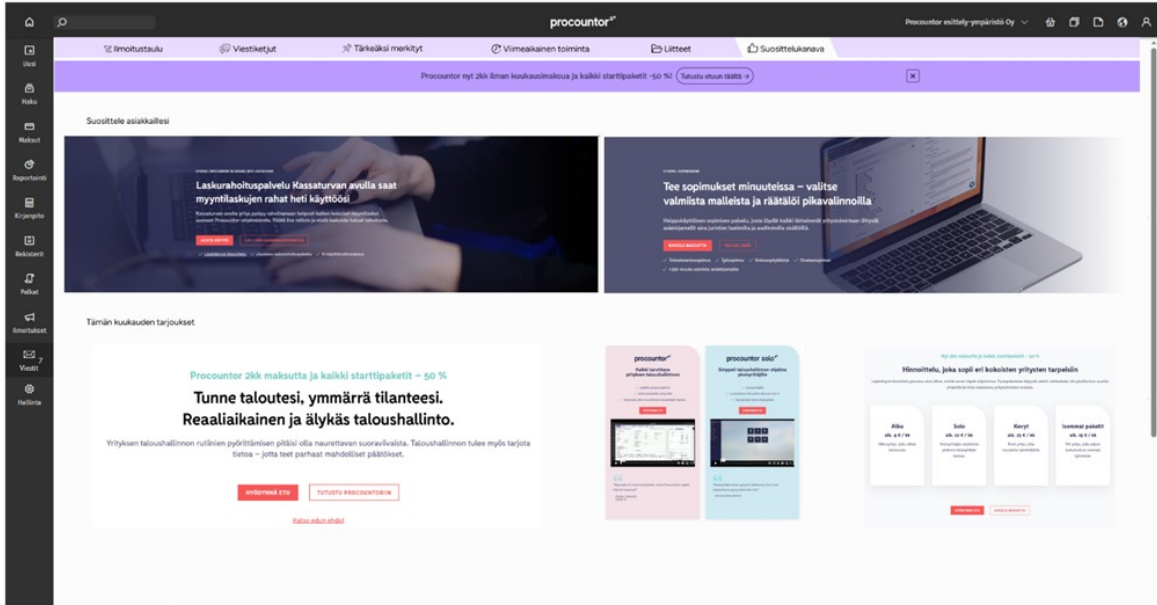
Käyttäjä voi kommentoida suoraan tiettyyn laskuun liittyvässä keskusteluketjussa, mikä helpottaa asiayhteyden ymmärtämistä ja vähentää väärinymmärryksiä.

The image shows a screenshot of the Procountor web application displaying a table of recent activities. The table has the following columns: 'Aika', 'Viestintätyyppi', 'Oikeus', 'Esikatselu', 'Viestityyppi', 'Tärkeys', and 'Liite'. The table contains 20 rows of data, each representing a message. The first row is highlighted in purple. The table is titled 'Viimeaikainen omatoiminta' and has a search bar at the top. On the left side of the table, there is a vertical sidebar with icons for 'Rahoitus', 'Raportointi', 'Korjaukset', 'Rekisteri', 'Pöytä', 'Ennenkäteet', 'Viestit', and 'Hallinta'.

Kuva 35. Konseptiehdotus - Viimeaikainen toiminta

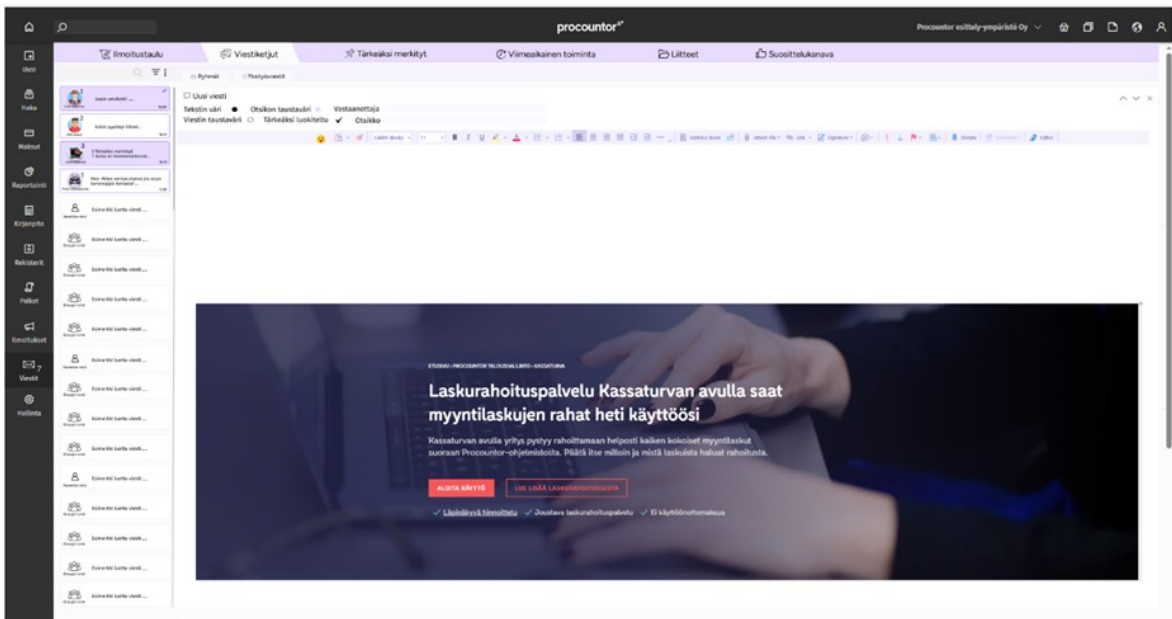
Viimeaikainentoiminta välilehdeltä on helppo löytää viimeksi lähetetyt liitteet ja viestit. Tämä nopeuttaa liitteiden löytymistä kiireessä. Kuvassa 35 näkyy viimeaikaisen toiminnan näkymä. Toimintoja voi etsiä käyttämällä hakusanoja, suodatinta tai selaamalla alaspäin.

Viimeaikaisesta toiminnasta käyttäjä voi helposti palata aikaisempaan käymäänsä asiaan tai tarkistaa päivän aikana tekemiensä toimintoja.



Kuva 36. Konseptiehdotus - Suosittekanava

Kuva 36. Suosittekanavalta kirjanpitäjät näkevät erilaisista tarjouksista ja paketteja. Ajan-kohtaisen asiat, kuukausittain päivittyvät tarjoukset, sekä tarkemmat käyttöohjeet viestintä-kanavan eri toimintoihin löytyvät suosittekanavan kautta



Kuva 37. Konseptiehdotus - Viestikenttä

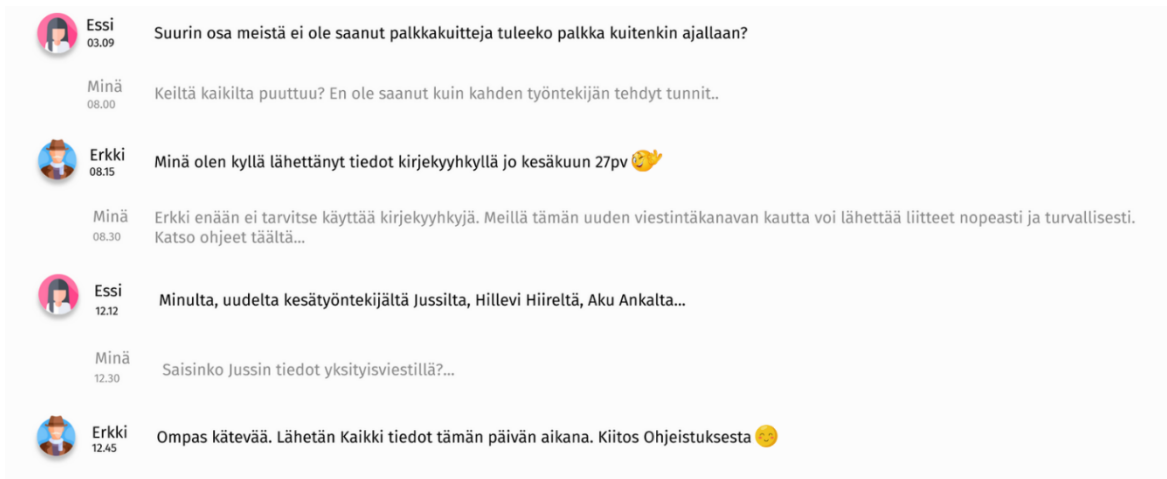
Suosittelukanava auttaa lisäpalveluiden myynnissä. Valmiita pohjia, joita kirjanpitäjä voi lähettää suoraan asiakkailleen. Kuvassa 37 on havainnollistettu, kuinka mainoksen voi liittää suoraan viestikeskusteluun tai lisätä omaan käytikorttiinsa.

Käyttömukavuus ja ulkonäkö



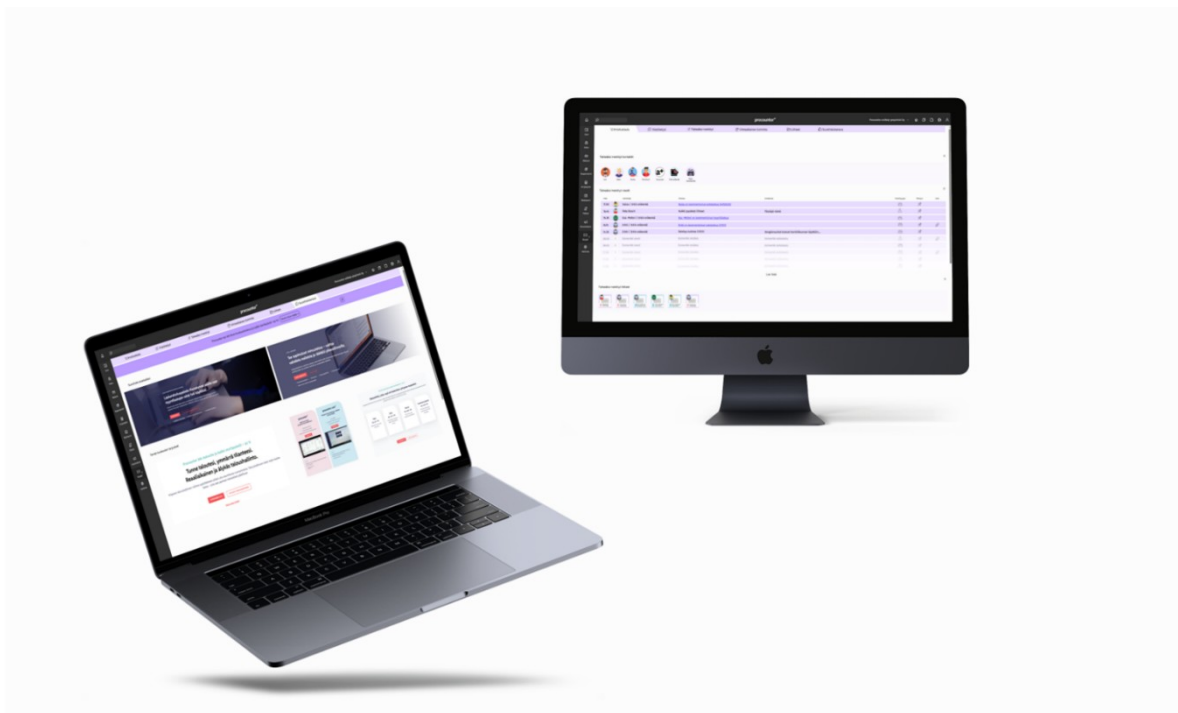
Kuva 38. Konseptiehdotus - Viestit kuvake sivupalkissa

Käyttäjä voi hallita tulevien notifikaatioiden määrää, niin etteivät ne häiritse työskentelyä. Viestit näkyvät hillitysti sivupalkissa ilman ylimääräisiä keskeytyksiä (kuva 38). Saapuneista uusista viesteistä, voi halutessaan saada ilmoituksia puhelimeen tai sähköpostiin. Nopeaa reagoitua vaativat tai muita tärkeiksi asioita voidaan merkitä Saapuneista tärkeistä viesteistä voi tilata ilmoituksia, sekä muistutuksia puhelimeen tai sähköpostiin



Kuva 39. Konseptiehdotus - Hymiöt

Profiilien avulla käyttäjät saavat enemmän tietoa, kenen kanssa ovat tekemisissä. Hymiöiden käyttö parantavat viestinnän sävyn hahmottamista ja lisäävät käyttömukavuutta (kuva 39). Kuvassa 40 havainnollistetaan lopullisen viestintäkanavakonseptiehdotuksen visuaalista ilmettä.



Kuva 40. Lopullisen konseptiehdotuksen visuaalinen ilme

7 POHDINTA

7.1 Vastaus tutkimuskysymykseen

Tutkimuskysymykseni oli: Millainen on ideaali viestintäkanava yrittäjän ja kirjanpitäjän välillä? Ideaali viestintäkanava yrittäjän ja kirjanpitäjän välillä on integroitu taloushallintojärjestelmän sisälle, jolloin käyttäjien ei tarvitse siirtyä eri sovellusten välillä. Tämä lisää tehokkuutta, vähentää virheiden mahdollisuutta ja parantaa käyttäjäkokemusta. Viestintäkanavan tulee olla selkeä, helppokäyttöinen, tietoturvallinen ja vuorovaikutteinen, sekä mukauttavissa eri käyttäjäprofiilien tarpeisiin.

7.2 Tutkimuksen arviointi

Tutkimuksen perusteella ideaalille viestintäkanavalle voidaan määritellä useita keskeisiä ominaisuuksia, jotka tukevat kirjanpitäjän ja yrittäjän välistä tehokasta ja selkeää yhteistyötä. Ideaalissa viestintäkanavassa korostuu tietoturvallisuus ja luottamuksellisuus. Kirjanpidossa ja taloushallinnossa käsitellään arkaluonteista tietoa, joten viestintäjärjestelmän on täytettävä tietoturva-vaatimukset ja tarjottava selkeä dokumenttien hallinta.

Viestintäkanavan tulee olla selkeä ja helposti käytettävä, jotta molemmat osapuolet voivat keskittyä ydintehtäviinsä ilman ylimääräistä kuormitusta. Käyttöliittymän yksinkertaisuus, looginen rakenne ja nopea pääsy oleelliseen tietoon tukevat tätä tavoitetta.

Ideaalinen viestintä perustuu vuorovaikutukseen ja käyttäjälähtöisyyteen. Käyttäjien tarpeet vaihtelevat, joten viestintäkanavan on tarjottava mahdollisuuksia esimerkiksi ilmoitusasetusten muokkaamiseen, tärkeiden viestien merkitsemiseen sekä käyttäjäprofiilien hyödyntämiseen viestinnän personoinnissa.

Tutkimus osoitti, että näiden periaatteiden yhdistelmä tukee kirjanpitäjien ja yrittäjän välistä kommunikaatiota, tekee siitä tehokkaampaa, vähemmän kuormittavaa ja enemmän lisäarvoa tuottavaa molemmille osapuolille. Lopullinen konseptiehdotus perustuu juuri näihin havaintoihin ja vastaa siten tutkimuskysymykseen konkreettisella tavalla.

Yksinkertaisesti Procountorin sisäinen viestintäkanava lisää yritysten, sekä kirjanpitäjien kustannustehokkuutta. Nopeuttaa tiedostojen lähetystä, helpottaa tiedostojen arkistointia, nopeuttaa informaation kulkua, sekä vähentää puhelimesta kulutettua aikaa. Se korjaa

olemassa olevia virheitä, parantaa tietoturvallisuutta, käytettävyyttä ja siten asiakastyytyvyyttä. Näin ollen olen mielestäni onnistunut projektissani hyvin.

Tutkimusprojekti eteni suunnitellusti, vaikka matkan varrella tuli vastaan haasteita ja uusia oivalluksia. Aluksi määrittelin tutkimuksen tavoitteet, mikä auttoi pitämään prosessin selkeänä. Haastatteluiden ja konseptitestauksien suunnittelu ja toteutus sujuivat hyvin ja osallistujilta saatiin arvokasta tietoa, joka oli tutkimukselleni tärkeää.

Haastattelujen analysointi oli vaativaa ja aikaa vievä vaihe, mutta sen kautta nousi esiin tärkeitä asioita käyttäjien tarpeista, jotka vaikuttivat konseptin lopputulokseen. Suunnitteluprosessin aikana omat näkemykseni yhdistyivät konseptitestauksen löydöksiin, mikä teki lopullisesta konseptista sekä käyttäjälähtöisen että oman osaamiseni pohjalta perustellun.

Polkumuotoisesti viestinnän kuvaaminen on joskus haastavaa. Muilla työkaluilla on helpompi kuvata esimerkiksi työyhteisöviestintää, sillä se on tyypillisesti niin monitahoista. Paremminkin kiteyttämiseen tällaisissa tapauksissa saattaa toimia asiakaspersoonat. (Piskonen & Syrman, 2024, s. 48) Tämä edellä mainittu ajatus on tunnistettavissa myös omassa tutkimuksessani. Viestintä ei kirjanpitäjien ja yrittäjien välillä edennyt selkeänä polkuna, joten käyttäjistä kootut empatiakartat auttoivat jäsentelyssä ja tukivat käyttäjälähtöistä suunnittelua.

Haastateltavalla on haastattelussa enemmän mahdollisuuksia tulkita kysymyksiä, se on menetelmänä joustavampi ja sallii täsmennykset. (Hirsjärvi & Hurme, 2011, s. 9) Edellä mainittuun viittaukseen olen täysin samaa mieltä, mutta haasteita syntyi juuri aineiston käsittelyssä ja siinä, miten eri näkökulmat saatiin yhdistettyä toimivaksi kokonaisuudeksi. Myös ajan hallinta vaati tarkkaa suunnittelua, jotta tutkimuksen eri vaiheet etenivät aikataulun mukaisesti. Kaiken kaikkiaan projekti tarjosi arvokasta oppia palvelumuotoilusta, konseptisuunnittelusta ja tutkimusprosessin hallinnasta.

Tässä tutkimuksessa haastatteluihin ja konseptitestaukseen osallistui kaksi kirjanpitäjää ja neljä yrittäjää, mikä tarjoaa näkökulmia sekä taloushallinnon ammattilaisten että palveluiden käyttäjien kokemuksista. Vaikka osallistujamäärä oli hyvin rajallinen, se mahdollisti syvällisen laadullisen tarkastelun, jossa voitiin keskittyä yksilöllisiin kokemuksiin ja näkökulmiin. Haastattelut ja käyttäjätestaukset toteutettiin samoja teemoja käsittelevien kysymysten pohjalta, mikä lisäsi aineiston vertailtavuutta.

Konseptin lopputulokseen vaikutti merkittävästi oma näkemykseni siitä, millaiset ratkaisut voisivat helpottaa käyttäjiä. Suunnitteluprosessin aikana tein päätöksiä, jotka perustuivat

sekä haastattelujen ja konseptitestauksen löydöksiin, että omaan tietooni palvelumuotoilun ja käyttäjälähtöisen suunnittelun periaatteista. Näin ollen tulokset eivät ole täysin objektiivisia, vaan lopullinen konsepti on yhdistelmä käyttäjien tarpeita sekä omien ajatuksieni pohjalta tekemiä ratkaisuja. Pelkkien haastattelujen ja konseptitestauksien sijaan tuloksia olisi voinut vahvistaa käyttämällä eri aineistonkeruumenetelmiä, kuten kyselyitä, havainnointia tai työpajoja. Tämä olisi voinut tarjota syvällisempää ymmärrystä käyttäjien tarpeista ja haasteista.

.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millainen olisi ideaali kommunikointikanava tilitoimiston ja yrittäjän välillä. Aineistonkeruu tapahtui yrittäjien ja kirjanpitäjien haastattelusta, käyttäjätestauksista ja havainnoinneista, joiden pohjalta kehitettiin kaksi viestintäkanavakonseptiehdotusta. Käyttäjätestauksista ja analyysistä syntyi lopullinen viestintäkanavan konsepti, joka keskittyy tietoturvaan, dokumentinhallintaan, tehokkuuteen, saavutettavuuteen käyttömukavuuteen ja ulkonäköön.

Lopputuloksena syntyi viestintäkanavakonsepti, joka on integroitu taloushallintojärjestelmään ja tarjoaa selkeän ja luotettavan tavan kommunikoida. Ehdotettu viestintäkanava tukee sisäistä dokumentinhallintaa, viestiketjujen käyttöä ja ilmoitusasetusten räätälöintiä. Tällaisen järjestelmän avulla viestintä voi olla nopeaa, turvallista ja tehokasta, mikä parantaa yrittäjän ja kirjanpitäjän välistä yhteistyötä. Erityisesti viestinnän selkeys ja joustavuus koettiin tärkeiksi tekijöiksi käyttäjätestauksissa.

Tutkimuksen perusteella viestinnän keskittäminen yhteen järjestelmään voi vähentää viestintäkanavien hajanaisuutta ja parantaa tiedonkulkua. Käyttäjätestauksessa korostui helppokäyttöisyyden merkitys, sillä yrittäjien ja kirjanpitäjien on pystyttävä hoitamaan viestintää nopeasti ja ilman turhia hankaluuksia. Viestintäkanavan tulee myös tukea tärkeitä asiakirjoja ja viestejä koskevia ilmoituksia, jotta molemmat osapuolet voivat seurata ajankohtaisia asioita.

Tutkimuksen mukaan kirjanpitäjän ja yrittäjän välinen viestintä voi parantua, kun viestintäkanavassa yhdistyvät selkeys, turvallisuus ja ajantasaisuus. Erityisesti tilitoimistojen ja taloushallintojärjestelmien tulisi kehittää ratkaisuja, jotka tarjoavat selkeän, turvallisen ja ajantasaisen tavan kommunikoida. Tämä mahdollistaisi entistä tehokkaamman yhteistyön ja vähentäisi virheiden mahdollisuutta.

Tutkimuksen rajoituksena voidaan pitää aineiston määrällistä rajallisuutta sekä sitä, että konseptiehdotusta testattiin vain pienimuotoisesti. Vaikka käyttäjätestauksesta saatiin arvokasta palautetta, jatkotutkimuksissa olisi tärkeää kartoittaa viestintätarpeita laajemmin erikokoisissa ja eri toimialojen yrityksissä. Lisäksi pidemmän aikavälin seuranta voisi tuoda

esiin järjestelmän toimivuuden arjessa ja sen vaikutukset esimerkiksi viestintänopeuteen, työn tehokkuuteen ja asiakassuhteiden hoitoon.

Jatkossa olisi kiinnostavaa tutkia myös, miten automaatiota ja tekoälyä voitaisiin hyödyntää viestintäkanavien kehittämisessä esimerkiksi viestien luokittelussa, tärkeiden ilmoitusten esiin nostamisessa ja viestintärutiinien automatisoinnissa. Tämänkaltaiset toiminnot voisivat entisestään tehostaa kommunikointia ja vapauttaa kirjanpitäjän ja yrittäjän resursseja muihin tehtäviin.

Yhteenvetona voidaan todeta, että huolellisesti suunniteltu ja käyttäjälähtöisesti kehitetty viestintäkanava voi merkittävästi parantaa kirjanpitäjän ja yrittäjän välistä yhteistyötä. Se voi vähentää virheitä, parantaa asiakaskokemusta ja tukea liiketoiminnan sujuvuutta molemmien puolin. Tutkimuksen tulokset tarjoavat käytännönläheisen mallin sille, miten taloushallintojärjestelmiä voidaan kehittää vastaamaan paremmin nykypäivän viestintähaasteisiin.

Tämä tutkimus on sovellettavissa vastaaviin samankaltaisiin tutkimuskohteisiin. Mahdollisia jatkotutkimuskohteita ovat esitellyn konseptin jatkotutkimus, kalenteritoiminnon mahdollisuudet taloushallintojärjestelmän sisäisessä viestinnässä, paikalla merkinnät, videokeskustelu, ääniviestit ja mobiilisovelluksen viestintäkanava

Liitteet

Kuva 1. Palvelumuotoilun hyödyntäminen yrityksen eri tasoilla (Koivisto;Säynäjäkangas;& Forsberg, 2019, s. 43).....	7
Kuva 2. Asiakasymmärryksen ja liiketoimintatavoitteiden symbioosi (Tuulaniemi, 2011, s. 59)	8
Kuva 3. Palvelumuotoilun prosessi (Ojasalo;Moilanen ;& Ritalahti, 2015, s. 75)	10
Kuva 4. Lotus Blossom (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 16)	12
Kuva 5. Viestinnän palvelumuotoiluprosessi (Piskonen & Syrman, 2024, s. 24)	13
Kuva 6. Palvelutuokiot palvelupolulla (Tuulaniemi, 2011, s. 46)	14
Kuva 7. Oma visualisointi kirjassa esitetystä empatiakartasta. Mukailtu lähteestä (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 9)	15
Kuva 8. Kirjassa esitetyn mallin pohjalta laadittu arvolupaus-kanvas. Mukailtu lähteestä (Ahonen & Iloranta, 2021, s. 14)	16
Kuva 9. Empatiakartta yrittäjät	22
Kuva 10. Empatiakartta Kirjanpitäjät	23
Kuva 11. Kaavio tuloksista asiakasryhmittäin	24
Kuva 12. Ongelmakohdat kaavio.....	25
Kuva 13. Ajatuskartta toiminnoista.....	30
Kuva 14. Ongelmanratkaisukaavio	31
Kuva 15. konsepti 1 - Etusivu	35
Kuva 16 Konsepti 1- Ominaisuuskaavio	35
Kuva 17 Konsepti 1 - Viestit.....	36
Kuva 18 Konsepti 1 - Navigointipalkki	36
Kuva 19 Konsepti 1 - Viestin liitteet	37
Kuva 20. Konsepti 2 - Etusivu	38
Kuva 21. Konsepti 2 - Ominaisuuskaavio	38
Kuva 22. Konsepti 2 - Liitteet	39
Kuva 23. Konsepti 2 - Tärkeäksi merkityt viestit	39
Kuva 24 Projektin arvolupaus-kanvas	41
Kuva 25. Konseptiehdotus - Ominaisuuskaavio	42
Kuva 26. Konseptiehdotus-Viestintäkanavan etusivu	43

Kuva 27. Konseptiehdotus - Liitteet	44
Kuva 28. Konseptiehdotus - Ostolaskun kommentointi.....	45
Kuva 29. Konseptiehdotus - Pikalinkki	45
Kuva 30. Konseptiehdotus - Linkki ryhmässä	45
Kuva 31. Konseptiehdotus - Tärkeäksi merkityt liitteet	46
Kuva 32. Konseptiehdotus ryhmäkeskustelu	46
Kuva 33. Konseptiehdotus - Procountor - etusivu lisätyllä viestit osiolla	47
Kuva 34. Konseptiehdotus - Yläpalkki	48
Kuva 35. Konseptiehdotus - Viimeaikainen toiminta	48
Kuva 36. Konseptiehdotus - Suositelukanava	49
Kuva 37. Konseptiehdotus - Viestikenttä	50
Kuva 38. Konseptiehdotus - Viestit kuvake sivupalkissa	50
Kuva 39. Konseptiehdotus - Hymiöt.....	51
Kuva 40. Lopullisen konseptiehdotuksen visuaalinen ilme.....	51

Liite 1

Haastattelun runko ja -kysymykset

Procountor – Kommunikaatiomahdollisuudet tilitoimiston ja yrityskäyttäjän välillä

Haastattelun rakenne

Aloituskysymykset

Yleisiä kysymyksiä työpäivästä

Tämän hetken kommunikaatio

keskustellaan Ideaali kommunikaatio

Loppukeskustelu

1. Aloituskysymykset

Kerrotko lyhyesti itsestäsi, Yrityksestäsi ja roolistasi. ja Procountorin käytöstä

Kerro teidän tilitoimistostanne enemmän.

Kuinka monta kirjanpitäjää on? käytättekö Procountoria pääasiassa

Kuinka paljon asiakkaita?

Missä kaupungissa?

Kuinka paljon käytät Procountoria ja mitä teet Procountorissa (yleisesti)?

2. Yleisiä kysymyksiä työpäivästä

Miten työpäiväsi yleensä menee?

Minkä koet olevan tärkeintä työssäsi?

Millä tavalla haluaisit tehdä töitä? Millä tyyllillä? (rennosti? keskittyneesti? keskeytyksettömästi?)

Minkälaisia työtehtäviä sinulla on päivän aikana/tiettyyn aikaan kuukaudesta?

Mitä haluaisit lisää työpäivääsi?

Mitä haluaisit vähentää työpäivästäsi?

3. Nykytila

Millaista kommunikointia käyt työpäiväsi aikana?

Tilitoimiston/ asiakkaan välillä

Millaisista asioista kommunikoit tällä hetkellä asiakkaan/ tilitoimiston kanssa?

Millaisista asioista haluaisit tai kokisit tarpeelliseksi kommunikoida?

Minkä tyylistä kommunikaatio on? Rentoa, asiallista, vapaa muotoista,

Mitä kommunikaatiokanavia käytätte? (WhatsApp, Teams, Slack, Sähköposti.)

Käytettävien kanavien huonoja puolia?

Minkälaista mediaa käytätte kommunikaatiossanne tällä hetkellä?

Ääniviestejä

Videota

Kuvia

kuvakaappauksia

emojit/ hymiöitä

Jaatko linkkejä sisältöä muualta?

Mistä jaat sisältöä?

Millä laitteella kommunikoit eniten työpäiväsi aikana? (Tietokone vai puhelin?)

Olisiko sinulle kommunikointi tietokoneella vaiko puhelimella luontevampaa?

4. kommunikaatio

Mitä viestintää tapahtuu tilitoimiston ja suorien loppukäyttäjien kanssa?

Miten mielestäsi menisi ideaali kommunikaatio asiakkaan/ tilitoimiston kanssa?

Millaista olisi mielestäsi sujuva sekä vaivaton viestintä?

Millä tavalla haluat vastaanottaa viestejä? (sähköposti, ääniviesti, tekstiviesti, yms.)

Millä tavalla haluat lähettää viestejä?

Miten usein haluaisit, että ilmoitukset saapuvista viesteistä tulisi? (esimerkiksi kerran viikossa, kerran päivässä vaiko heti kun viesti saapuu?)

Mihin kaikkialle haluaisit notifikaatioiden tulevan? (tekstiviestiä, meilejä?)

Millä tavalla? (Pelkkä visuaalinen, ääniä?)

Mitä hyviä ja huonoja puolia visualisoinnista ja äänistä?

Millä tavalla tulisi toteuttaa, ettei se häiritse työtäsi?

Haluaisitko olla viestiyhteydessä yrittäjään/ tilitoimistoon Procountorin kautta suoraan?

Mitä hyviä ja huonoja puolia näkisit Procountorin sisällä olevasta kommunikointi kanavassa?

Mitä kommunikaatiota toivotaan enemmän ja mitä vähemmän?

Mitä toivomuksia tilitoimistoilla olisi meille (Procountor) että me viestimme loppuasiak-
kaille?

Mitä viestintää tilitoimistot haluavat hoitaa asiakkaiden suuntaan? Mitkä erot on tilitoimis-
tojen omassa viestinnässä verrattuna Procountorin tuottamaan viestintään.

Mitä eroa on yritysasiakkaiden viestintätarpeissa tilitoimistolle vs. Procountorille?

(Eli missä tilanteissa yritysasiakas haluaa apua tilitoimistolta ja missä tapauksissa Pro-
countorilta.)

Miten Procountor voisi auttaa tilitoimistoa viestinnässä, jotta yrityskäyttäjälle ei synny tar-
vetta olla yhteydessä Procountoriin.

Olisiko sinulle tärkeää pystyä kommunikoimaan myös mobiilisovelluksen kautta?

tekoälybottia procountor käyttäisittekö

5. Ideaali kommunikaatio

Heräsikö vielä uusia ideoita tai ajatuksia millaista olisi ideaali kommunikaatio?

Mitä meidän täytyisi ottaa erityisesti huomioon kommunikaatiota suunnitellessa?

Onko jotain vielä mitä haluaisit sanoa aiheeseen liittyen?

Lähteet

- Accountor*. (28. 02 2025). Noudettu osoitteesta
<https://www.accountor.com/fi/finland/tietoa-meista>
- Accountor*. (28. 02 2025). Noudettu osoitteesta
<https://www.accountor.com/fi/finland/palvelu/procountor-tilitoimisto>
- Ahonen, M.;& Iloranta, R. (2021). *Palvelumuotoilun menetelmia ja työkaluja arkeen*. Helsinki: Haaga-Helia.
- Ajay Kumar Sahu*, V. V. (2022). WEB- BASED CHAT APPLICATION USING REACT. *In Proceedings of the International Conference on Innovative Computing & Communication*.
- Baxter, M. (2017). *Product Design- A practical guide to systematic methods of new product development*. Chapman & Hall .
- Boletis, C.;Karahasanovic, A.;& Fjuk, A. (03. 05 2017). *Virtual Bodystorming: Utilizing Virtual Reality*. Oslo: Lecture Notes in Computer Science 2017.
- Costas Boletsis, A. K. (2017). *Virtual Bodystorming: Utilizing Virtual Reality*.
- Filenius , M. (2015). *Digitaalinen asiakaskokemus : menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa*. Jyväskylä: Docendo Oy.
- Heikkilä, H. (2025). *UX/UI-TYÖKIRJA -30 menetelmää valmiina palvelukseen*. Lahti: LAB-ammattikorkeakoulun julkaisusarja.
- Hirsjärvi, S.;& Hurme, H. (2011). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirvonen, P.;& Nikula, A.-P. (2009). *Taloushallinnon perusteet*. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Hyysalo, S. (2009). *Käyttäjätuotekehityksessä- Tieto, tutkimus, menetelmät*. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 97.
- Jyväskylän yliopisto. (2015). *Koppa*. Noudettu osoitteesta
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

- Koivisto, M.; Säynäjäkangas, J.; & Forsberg, S. (2019). *Palvelumuotoilun bisneskirja*. Alma Talent Oy.
- Lammers, J. (2021). *Empathy Mapping: Bridging Cultural and Linguistic Divides in International Online Education*. Montreal, Quebec: Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.
- Miettinen, S. (2011). *Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Miettinen, S. (2021). *Muotoilun avaimet älykkääseen teollisuuteen ja liiketoiminnan ketterään kehittämiseen*. Keuruu: Teknologiaateollisuus ry.
- Miettinen, S.; & Korpikoski, K. (2023). ORGANIZATIONAL TRANSFORMATION THROUGH IN-HOUSE SERVICE DESIGN: A CASE STUDY OF A MULTINATIONAL MANUFACTURING CORPORATION.
- Morelli, N. (2009). Service as value co-production: reframing the service. *School of Architecture and Design, Aalborg University, Aalborg, Denmark*.
- Ojasalo, K.; Moilanen, T.; & Ritalahti, J. (2015). *Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Piskonen, E.; & Syrman, S. (2024). *Viestinnän palvelumuotoilu*. Keuruu: Otava Kirjapaino Oy.
- Procountor. (28. 02 2025). Noudettu osoitteesta
<https://procountor.fi/tilitoimistoille/ohjelmisto-tilitoimistoille/#:~:text=Procountor%20Taloushallinto%20on%20t%C3%A4ydellinen%20ohjelmisto%20tilitoimistolle%20pk-yritysten%20palvelemiseen.,alalle%20sek%C3%A4%20kaikille%20yritysmuodoille%20ja%20liiketoim>
- Puusa, A.; & Juuti, P. (2020). *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Gaudeamus Oy.
- Reunanen, J. (2007). *Ideointi opas*. Tampere: Pilot-kustannus.
- Saarelainen, A.; & Artranta ry. (2019). *Muotoilua meillekin! : muotoilu- ja brändiopas yrittäjille*. Karstula: Konsultointi Paavo ja Liisa Oy.

- Staiano, F. (2022). *Designing and Prototyping Interfaces with Figma*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.
- Suoheimo, M.; Vasques, R.; & Ryttilahti, P. (2021). Deep Diving into Service Design Problems: Visualizing the Iceberg Model of Design Problems through a Literature Review on the Relation and Role of Service Design with Wicked Problems. *The Design Journal*.
- Tuomi, J.; & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: TAMMI.
- Tuulaniemi, J. (2011). *Palvelumuotoilu*. Helsinki: Talentum.
- Varanka, P.; Mäkikangas, P.; Hyypiä, M.; Jalonen, S.; & Samppala, A. (2017). *Digitalous. Opas sähköisen taloushallinnon käyttäjille*. Turku: Juvenes Print.
- Vink, J.; & Koskela-Huotari, K. (2021). Social Structures as Service Design Materials. *International Journal of Design*, 15(3), 29-43. .