

Laatija: Tuula Herold

17.5.2019



Huippu asiakaskokemuksen rakentaminen - loppuraportti



Työsuojelurahasto on osallistunut hankkeen rahoittamiseen

MaxBuild Oy
Hiomotie 19, 11. krs, 00380 Helsinki
Y-tunnus: 2238436-7

vaihde 020 757 100
info@maxbuild.fi
www.maxbuild.fi

Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

Sisälllys

| | |
|---|----|
| 1. TAUSTAA | 3 |
| 2. MIETTEITÄ ENNEN HANKKEEN KÄYNNISTYMISTÄ..... | 4 |
| 3. HANKKEEN TAVOITTEET JA MERKITYS..... | 7 |
| 4. HANKKEESSA SOVELLETTU TUTKIMUS JA ULKOPUOLINEN ASiantuntija | 7 |
| 5. HANKKEEN TOTEUTUMINEN JA ETENEMINEN | 9 |
| 6. HANKKEEN TULOKSET JA HYÖDYT SEKÄ VAIKUTUKSET | 12 |
| 7. HANKKEEN ARVIOINTI JA JATKOTOIMENPITEET | 13 |
| 8. VIESTINTÄ JA YLEINEN HYÖDYNNETTÄVYYS SUOMALAISSA TYÖELÄMÄSSÄ | 14 |
| 9. HAKIJAN JA ULKOPUOLISEN ASiantuntijan YHTEYSTIEDOT | 14 |

Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

1. TAUSTAA

Tilanne vuoden 2018 alussa; MaxBuild Oy on konsernin emoyhtiö, konserniin kuuluu myös MaxBuild Talotekniikka Oy.

Kevään 2018 aikana konsernin rakenteeseen tehtiin muutoksia, emoyhtiöstä tehtiin kaksi liiketoimintasiirtoa. Emoyhtiön alle kuului aiemmin korjausrakentaminen sekä uudistuotanto, korjausrakentamisesta tehtiin oma yhtiö MaxBuild Korjausrakentaminen Oy ja uudistuotannosta tehtiin oma yhtiö MaxBuild Uudistuotanto Oy.

MaxBuildin korjausrakentaminen painottuu linjasaneerauksiin. MaxBuild Talotekniikka palvelee emoyhtiötä linjasaneerauksien LVI asennuksissa.

Uudistuotannon osalta tehtiin 2017 alussa strateginen muutos ja ryhdyttiin omaperustaiseen tuotantoon. Strategisen muutoksen kautta meille syntyi valtavasti uusia tehtäviä, esim. suunnittelun ohjaaminen, asukasmuutokset kokonaisuutena, rakennuttaja-asiamies, jne. Samalla päätettiin myös, että perustetaan oma asuntomyynti ja sen yhteyteen kohdemarkkinointi.

Konsernin henkilömäärä kasvoi vuoden 2018 aikana yli 20%. Saimme paljon uusia huippuosaajia ja erilaisia tapoja toimia.

MaxBuild on kehittynyt viime vuosina asiakaslähtoisemmäksi. Olemme hyvällä tiellä, mutta haluamme tarjota asiakkaillemme huippuasiakaskokemuksen.

Asiakaspalvelukohtaukset karkeasti jaoteltuna:

- **uudistuotannon asiakaskontaktit**
 - asuntomyynti
 - asukasmuutokset
 - asuntojen ennako- sekä lopputarkastukset
 - asukasinfo tilaisuudet
 - avaintenluovutus ja muutto
 - takuu-aika ja vuositarkastus



Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

- **korjausrakentamisen asiakaskontaktit**
 - o osakasinfo tilaisuudet
 - o asukasmuutokset
 - o työnaikaiset asiakaskontaktit
 - o asuntojen lopputarkastukset
 - o asunnon vastaanotto ja vuositarkastukset

2. MIETTEITÄ ENNEN HANKKEEN KÄYNNISTYMISTÄ

Asuntomyynti:

Uudistuotannon ensimmäinen asiakaskontakti tulee yleensä asuntomyyntiin, myyjä vastaa asiakkaan tiedusteluihin koskien asuntoa, vuorovaikutus tapahtuu sekä puhelimitse, että sähköpostin välityksellä. Jokainen yhteydenotto on erityisen tärkeä, tämä voi olla meidän tuleva asunnonostaja, meidän on vaikutettava asiakkaaseen erinomaisella asiakaspalveluasenteella, asiakkaan kokema palvelukokemus on oltava erittäin positiivinen, jotta hän kaikkien muiden joukosta muistaa tämän kontaktin. Kun asuntomyynti on vakuuttanut asiakkaan hyvällä asiantuntemuksella ja palveluasenteella, siirtyy vuoroon jo ennen mahdollisia asuntokauppoja asukasmuutosvastaava.

Asukasmuutosvastaava:

Jokaiselle kohteelle on nimetty asukasmuutosvastaava, hän selvittää asiakkaalle mitä hän tulee kaupan yhteydessä asuntoon ns. vakiona saamaan, sekä kaiken sen mitä muutoksia asuntoon on mahdollista tehdä ja mitkä muutokset eivät ole mahdollisia. Hyvin usein asukasmuutoksilla on todella iso merkitys ostajille, asiakkailla on voimakkaat mielipiteet miltä hänen tulevan kodin tulisi näyttää ja mistä pintamateriaaleista se koostuu.

Asukasmuutosvastaava vastuulla on myös tiedottaminen projektin etenemisestä asiakkaalle. Viestintä asiakkaiden suuntaan tulee olla selkeää ja yhdenmukaista.

Kun asuntokaupat on tehty ja kaikki valinnat asukasmuutoksien saralla on tehty, asiakas jää odottamaan asunnon valmistumista. Tämä on pitkä odotusaika asiakkaalle. Mahdollisesti asiakas kokee, ettei myyjää kiinnosta miltä tämä asiakkaasta tuntuu, usein koetaan, että tiedotusta on liian vähän ja tiedotuksen sisältö ei ole tarpeeksi kattavaa ja ymmärrettävää.

Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

Asuntojen tarkastukset ja takuutyöt:

Kun muutto uuteen asuntoon lähestyy, asiakas odottaa innolla tiedotetta, jossa ilmoitetaan aikatauluja, miten ja milloin pääsee asuntoon tutustumaan, mitä täytyy ottaa muutossa huomioon, miten tarkastaa asunto, mitkä velvoitteita hänellä on ostajana, jne. Miten varmistetaan, että asiakkaan kokema palvelu on ensiluokkaista, positiivisesti mieleenpainuva.

Asunnon oston ja muuttotarkastuksen välillä voi olla jopa 2,5 vuotta, koko yritys on tehnyt valtavasti töitä sen eteen, että asiakkaat saavat erinomaiset juuri heille räätälöidyt, laadukkaat kodit.

Yhdessä muutto- tai jälkitarkastuksessa voidaan käytännössä tuhota ns. hyvä henki sekä erinomainen palvelukokemus. Yhdellä sanalla, yhdellä väärin vastatulla puhelulla, yhdellä töksäyttäen kirjoitetulla sähköpostilla voidaan tehdä edellisten vaiheiden vastaavien (asukasmyynti, asukasmuutosvastaava) rakentama luottamus ja erinomainen palvelukokemus olemattomaksi. Miten tämä voidaan estää, mikä on tyytymättömän asiakkaan hinta?

Seuraavaksi vuorossa on asuntojen ennakkotarkastus n. 4 viikkoa ennen, kun kyseisessä asunnossa aloitetaan työt. Tämä on hyvin tärkeä kokemus asiakkaalle, miten hänen pyyntönsä otetaan huomioon, onko hänelle kenties jo aiemmin vastattu ja tarjottu osakasmuutoksia, miten hän sen palvelun on kokenut.

Uudiskohteissa taas on järjestettävä vuosikorjaus 12-15kk kuluttua siitä, kun kohde on rakennusvalvontaviranomaisen toimesta käyttöön hyväksytty.

Vuositarkastuksen tarkoitus on tarkistaa asukkaan kanssa yhteistyössä asunnon ja kohteen kunto ja korjata vuoden asumisen aikana havaitut relevantit viat ja puutteet. Asukkaita informoidaan tulevasta vuositarkastuksesta hyvissä ajoin, kerrotaan että mitä tulee tarkastaa ja miten, mitkä ovat tarkastuskohteita ja kenen vastuulle mikäkin tarkastus kuuluu. On hyvin tärkeää, miten tästä tiedotetaan, miten asukkaat kohdataan ja miten heidän huolensa ja huomiot otetaan huomioon.

Asiakkaalle lähetetään ennen vuositarkastusta kysely, jossa asiakkaan on ilmoitettava ennen vuositarkastusta puheoikeuden menetyksen uhalla kaikki viat ja puutteet, jotka on voinut huomata vuoden asumisen / huoltokirjassa määritettyjen tarkastuksien aikana. Jos asiakas ottaa yhteyttä vuosikorjauksien jälkeen tai 24kk takuujan jälkeen, joudutaan hyvin usein hänelle kertomaan, ettei asia kuulu enää takuuseen. Se on tehtävä hyvin hellänvaraisesti ja selkeästi kertoen syyt siihen. Miten osaamme tehdä tästä asiakkaalle hyvän palvelukokemuksen?

Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

Takuutyöt ovat jälkimarkkinointia ja asiakkaista on saatava mahdollisimman tyytyväisiä, kuitenkin niin ettei se aiheuta omalle yritykselle kohtuutonta taloudellista vahinkoa.

Korjausrakentaminen:

Korjausrakentamisessa ensimmäinen asiakaskontakti on asukasinfo, jossa esitellään hanke, hankkeen toteutusorganisaatio, yhteyshenkilöt yms. Siellä vannotaan erinomaisen asiakaspalvelun nimiin, vakuutetaan asiakkaille, että palvelumme on jotain sellaista, jota he eivät muilta tulisi ikinä saamaan.

Korjauskohteessa on valtavasti tiedotettavaa, kun työt etenevät yleistiloissa, talojen ulko- ja sisäpuolella, asunnoissa sekä kellareissa. Asukkaiden tiedottaminen ja huomiointi on korjausrakentamisessa n. 70% työnjohdon tehtävistä, eli asiakaspalvelua tapahtuu päivittäin, joka käännteessä. Tiedostetaan hyvin fakta, että korjausrakentamisessa (linjasaneerauksissa) pärjätään vaan ja ainoastaan erinomaisella asiakaspalvelulla. Tilaajien isona valintakriteerinä on palveluhenkisyys sekä osakasmuutosten laatu ja mahdollisuudet.

Ajatuksia tulevaan "Huippu asiakaskokemus hankkeeseen"

Lisätään viestinnän voimaa ja otetaan enemmän työntekijöitä mukaan, osallistutetaan, annetaan enemmän tietoa nykyhetkestä, tulevaisuudesta ja mahdollisuuksista. Haasteena johdon ajatusten viestiminen siten, että saamme myös työntekijämme innostumaan samalla tavalla. Monet ovat huolissaan tulevaisuudesta, koska eivät näe kokonaisuutta, josta on ehkä heikosti viestitty. Avoimuuden lisääminen kaikkeen tekemiseen, kaikille sidosryhmille. Yhteisten päämäärien ymmärtäminen, ryhmäytyminen, onnistumisista iloitseminen, positiivisten kokemusten jakaminen, palkitseminen, arvostuksen lisääntyvä näyttäminen. Haluamme olla hyvä työnantaja ja saada ihmiset sitoutumaan. Haluamme, että työntekijät kokevat, että me arvostamme heitä ja heidän ajatuksensa ja mielipiteet ovat meille tärkeitä.

Meille on tärkeää, että työntekijät tietävät mitä ja miksi tekevät, ymmärtävät asioiden syysseuraussuhteita, jotta osaavat arvostaa omaa sekä työkavereidensa työtä. Ymmärryksen kautta nähdään pelikenttä laajemmin ja ymmärretään että tämä on yhteinen projekti, kaikilla sama päämäärä. Jokaisen työ on yhtä tärkeä osa kokonaisuuden onnistumista.

Pyritään huomioimaan jokainen työntekijä sellaisena, kun hän on. Meidän on ymmärrettävä ihmisten erilaisuus ja tapa tehdä työtä ja rakennettava henkilöryhmistä yhdessä hyvin toimivia.



Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

Tavoitetilassa kaikki tuntevat itsensä tervetulleeksi, työssä viihdytään, kaikille löytyy oma paikka, henkilökemiat jne. Pehdyttäminen (viestintä yhteisistä tavoitteista) ja ryhmäytyminen (erilaisten ryhmätehtävien kautta) ovat todella tärkeässä roolissa.

3. HANKKEEN TAVOITTEET JA MERKITYS

Hankkeen tavoitteena on parantaa organisaation henkilöstön hyvinvointia ja kilpailukykyä asiakkuuksien johtamiskulttuuria kehittämällä.

- Kehittämällä palvelukokeiluiden kautta parempaa asiakaskokemusta
- Kehittämällä pysyvän vuorovaikutteisen prosessin asiakkaan, työntekijöiden ja kumppanien välille, jonka avulla asiakaskokemus kehittyy jatkuvasti
- Luomalla konkreettisia keinoja parempaa asiakaskokemusta synnyttävän kulttuurin kehittämiseen

Uutuusarvo tulee asiakaskokemuksen ja työntekijäkokemuksen kehittämisen yhdistämisestä vuorovaikutteisten palvelukokeiluiden avulla.

4. HANKKEESSA SOVELLETTU TUTKIMUS JA ULKOPUOLINEN ASIAANTUNTIJA

Hankkeessa hyödynnettiin uutta palvelukokeiluiden arviointiin ja niistä oppimiseen kehitettyä KUMOUS arviointimenetelmää.

<https://www.ttl.fi/wp-content/uploads/2017/12/kokeilut-kaytanton-tyokirja.pdf>

Menetelmän avulla varmistimme, että saamme palvelukokeilujen ihmiseen (asiakkaaseen ja työntekijään) kohdistuvat vaikutukset keskiöön. Ja että saamme rakennettua vuorovaikutteisen prosessin asiakkaan, työntekijöiden ja kumppanien välille niin, että kokeiluun osallistuvat oppivat itse ja kehittyvät ammatillisesti. Palvelumuotoilun keinojen tyypillisesti kohdentuessa siihen, miten uutta tai olemassa olevaan palvelua muotoillaan, tässä hankkeessa halusimme palvelun muotoilun lisäksi saada konkreettisia toimintatapoja siihen, miten kulttuuria saadaan johdettua tukemaan halutun palvelun toteutumista. (Milestone (milestone method) määritelmä ja malli kulttuurista ja sen kokonaisvaltaisesta kehittämisestä.) Lopputuloksena parempi työntekijä- ja asiakaskokemusta.

Kehittämismenetelmiksi valittiin vuorovaikutusta korostavia työskentelytapoja, joissa asiakkaiden palvelupolkuja kehitettiin asiakkaiden, toimintaan osallistuvien työntekijöiden ja johdon vuoropuheluna. Kehittämisen kokeilut

Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

liittyivät esimerkiksi osallistujien tehtäviin, osaamisvaatimukseen, vuorovaikutuksen tapoihin sekä muuttivat työntekijän ja asiakkaan välistä suhdetta.

Jotta hankkeessa oli mahdollista rakentaa mallit eli asiakaspolut uudelleen yhteistyölle, oli tarpeen arvioida kehittämiskokeiluja riittävän laajasti. Kumous-hankkeen arviointimalli toi hyvän pohjan, jossa yhdistyivät: 1) vaikutukset asiakkaaseen (Kumous-hankkeessa kansalaiseen), 2) vaikutukset työntekijään, 3) vaikutukset laajempaan yhteisöön (Kumous-hankkeessa väestöön), 4) vaikutukset maineeseen, 5) vaikutukset yhteensovittamiseen ja 6) vaikutukset talouteen.

Toiminnan pullonkaulat ja kehittämisen kohteet oli tunnistettu monipuolisesti työntekijöitä ja asiakkaita osallistavilla menetelmillä, mikä lisäsi hankkeeseen osallistuneiden motivaatiota uuden toimintamallin kehittämiseen.

Uusi toimintamalli kuvattiin innovatiivisella ja visuaalisella tavalla asiakaspoluiksi, jotka toimivat työntekijöille yhteisenä kehittämisalustana ja oman työn tukena. Mallin lopputuloksen kautta työntekijät näkivät, mitkä työn vaiheet tuottavat positiivista asiakaskokemusta – ja tämä lisäsi osaltaan oman työn merkityksellisyyttä ja mielekkyyttä.

Hankkeessa rakennettujen mallien eli asiakaspolkujen kehittämisessä pyrittiin ottamaan huomioon ihmisen peruspiirteitä, kuten emotionaalisuutta, vastuullisuutta, sosiaalisuutta sekä erityisesti ymmärtäen ihmisten erilaisuutta. Hankkeen menetelmiä ja tuloksia suositellaan sovellettavaksi erilaisiin palvelun tuottamisen ja yhteistyön tilanteisiin, joissa eri toimijoiden – ihmisten – kohtaamiset ovat tärkeässä roolissa kokonaisuuden onnistumisessa.

Halusimme myös saada konkreettisia toimintatapoja siihen, miten yrityksen kulttuuria johdetaan tukemaan halutun palvelupolun toteutumista. Tulosten hyödyntäminen muilla työpaikoilla voi selkeimmin näkyä näiden kahden näkökulman kautta:

- 1) hyödynnetään asiakaspolkujen kuvaustapaa, kun halutaan rakentaa työntekijöiden ja asiakkaiden kohtaamisten tavoitetilä ihmisen käyttäytymistä ymmärtäen ja
- 2) tunnistetaan miten yrityksen kulttuurin osa-alueita kannattaa muuttaa, jotta se tukee haluttujen palvelupolkujen toteutusta. Yrityksen kulttuuri on organisaation rakenteiden, ohjauksen, toimintatapojen ja ihmisiin suhtautumisen yhteen tulema.

Hankkeen ulkopuolinen asiantuntija on Milestone Coaching & Consulting Oy.



Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

5. HANKEEN TOTEUTUMINEN JA ETENEMINEN

Hankeen eri vaiheet:

1. Organisaation sisäinen haastattelu ja alkutilanteen kartoitus: laadullinen haastattelu.

Hanke aloitettiin organisaation sisäisellä haastattelulla, missä yrityksen asiakasrajapinnassa työskenteleviä henkilöitä haastateltiin. Haastattelun toteutti ulkopuolinen toimija. Haastattelussa käytettiin yksilö- ja ryhmähaastatteluja. Haastattelun tarkoituksena oli selvittää yrityksen ja yrityskulttuurin nykytilaa, mikä on merkittävä tekijä asiakaspolun ja asiakaslupauksen toteutumisen kannalta.

Kysymyksiä esitettiin kolmesta näkökulmasta:

1. Miten sinä koet yrityksen sekä kulttuurin? (minä)
2. Miltä MaxBuild vaikuttaa sisältä päin? (tiimi ja yhteisö)
3. Miten MaxBuild:illa menee asiakkaiden kanssa? (asiakkaat + rajapinnat)

Haastattelun tulokset kasattiin yhdeksi raportiksi sekä kehitysehdotuksiksi ulkopuolisen toimijan toimesta.

Tulokset esiteltiin ja käytiin läpi kehityshankkeen ohjausryhmässä. Ohjausryhmässä vielä tarkennettiin, mitä asioita on aikaan saatava, että huippuasiakaskokemuksen todeksi tekeminen organisaatiossa on mahdollinen.

Tämän jälkeen tulokset ja kehitysehdotukset esiteltiin workshopissa valmennukseen osallistuville henkilöille ja myöhemmin nämä käytiin vielä lävitse koko henkilökunnan kanssa.

2. Johtoryhmän workshop, haastattelu tuloksien purkaminen ja lähtötilanteen todentaminen
3. Workshop 1. Aloitus ja yhteisen päämäärän sekä tavoitteiden määrittely
4. Ohjausryhmä: projektin aloituksen ja tuloksien läpikäyminen
5. Workshop 2. Yhteiset pelisäännöt ja yhdessä työskentely
6. Workshop 3. Asiakaspolun määrittely
7. Ohjausryhmä: hankkeen tämän hetkiset tulokset ja tavoitteet



Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

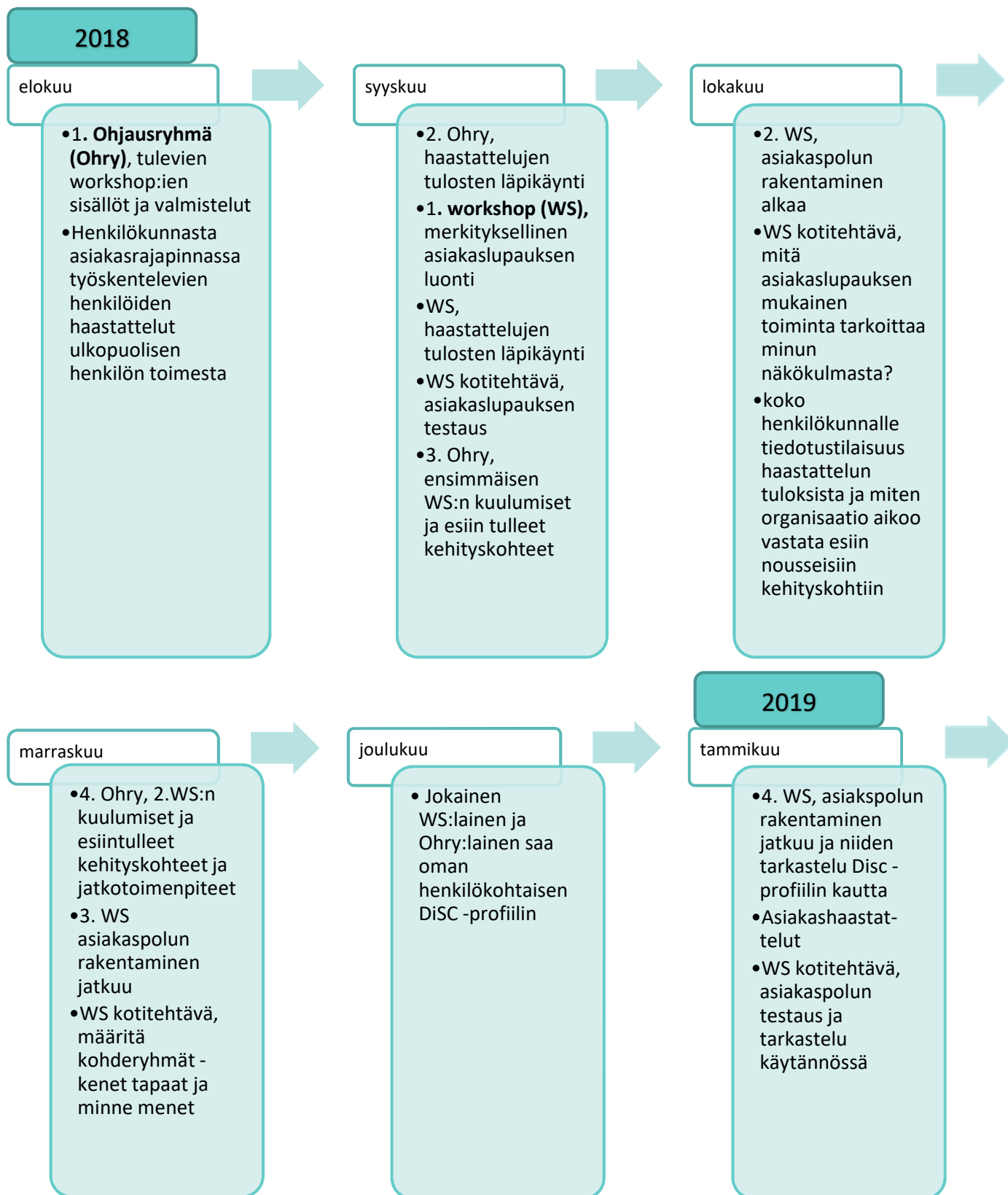
8. Workshop 4. Ihmisten erilaisuus ja käyttäytyminen. Vuorovaikutustaidot organisaation sisällä sekä asiakasrajapinnassa
9. Asiakashaastattelu: laadullinen asiakastutkimus
10. Ohjausryhmä: asiakastutkimuksen tulosten läpikäynti ja jatkotoimenpiteet
11. Workshop 5. Asiakaspolun kuvaaminen jatkuu –mistä syntyy meidän WAU elementti
12. Workshop 6. Asiakaspolun toteutuminen ja sisäisen yhteistyön ja resurssien varmistaminen
13. Ohjausryhmä: hankkeen päätös ja tulokset

Metodit:

- Laadullinen tutkimus
- Human Centered Design menetelmä
- Kumous –arviointi menetelmän jatkuva käyttö ja hyödyntäminen

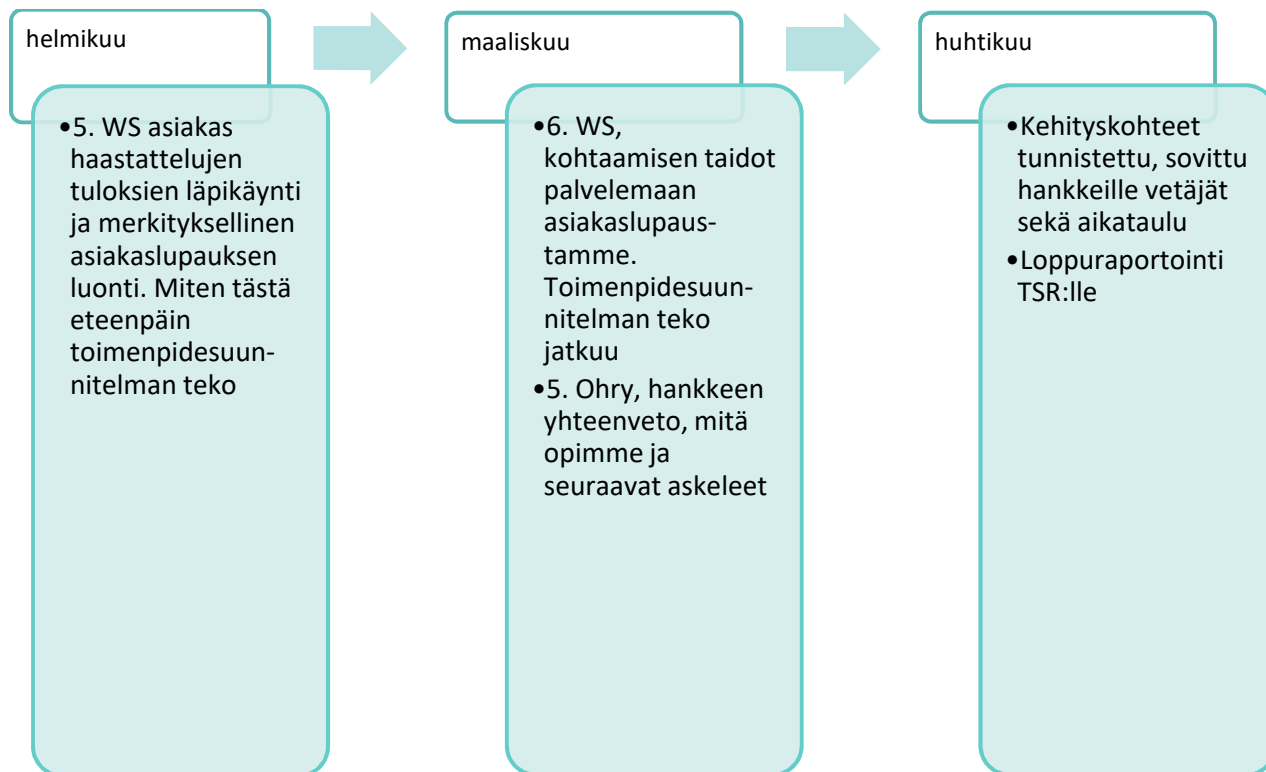
Laatija: Tuula Herold

17.5.2019



Laatija: Tuula Herold

17.5.2019



6. HANKKEEN TULOKSET JA HYÖDYT SEKÄ VAIKUTUKSET

Hankkeen aikana saimme hitsattua työyhteisöä lähemmäksi toisiaan ja lisättyä ymmärrystä toistemme tekemisestä sekä ajatusmaailmaa ja tavoitetta yhdenmukaiseksi. Luotiin kuvatut ja määritellyt asiakaspolut niin korjaus- kuin uudisrakentamisen liiketoimintoihin. Samalla konkretisointiin ja määriteltiin organisaation sisäisiä kehittämistarpeita ja tunnistettiin osa-alueita, mitkä on saatava kuntoon, että asiakaskokemus ja -lupaus mahdollistuu. Hankkeen aikana työntekijöiden sekä asiakkaiden haastattelujen sekä asiakaspolkujen kuvausten myötä syntyi paljon kehityskohteita, joista osa vietiin maaliin jo hankkeen aikana. Loput kehityskohteet aikataulutetaan, vastuutetaan ja viedään maaliin. Hankkeen aikana on perustettu johtoryhmä, laajennettu johtoryhmä sekä työryhmiä. Näiden kautta pystymme jatkossa johtamaan kokonaisuuksia paremmin, jalkauttamaan vastuita laajemmalle, parantamaan tiedonkulkua ja avoimuutta, sekä kehittämään esimiestyötä. Olemme hankkineet toimintajärjestelmän ja lähteneet kuvaamaan olemassa olevia prosesseja. Tätä kautta saamme tehtävien rajapinnat, roolit ja vastuut näkyviksi, sekä työohjeet ja dokumentit selkeiksi. Hankkeen aikana tutkittiin käytössä olevia työkaluja ja päätettiin niiden jatkon käytöstä ja kehityksestä esim. G-Builderin käyttö asukasmuutoksissa ja viestintäkanavana. Otimme GBuilderin

Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

myös tuotannon käyttöön ja koulutimme siihen henkilöstöämme. Haimme ja saimme MaxBuild Talotekniikka Oy:lle RALA-pätevyyden. Olemme alkuvuodesta nimenneet työsuojelupäälliköt ja henkilöstö on järjestänyt työsuojeluvaltuutetun vaalit.

Organisaation sisällä olemme tehneet paljon pohjatyötä ja kunnostaneet perustuksia, jotta voimme tarjota asiakkaalle huippu asiakaskokemuksen.

7. HANKKEEN ARVIOINTI JA JATKOTOIMENPITEET

Hankkeessa haluttiin tarkastella samanaikaisesti palvelua tuottavien työntekijöiden ja palvelua hyödyntävien asiakkaiden kokemuksia. Kehittämistyö pilkottiin pienempiin kokeiluihin, joita hankkeeseen osallistujat pystyivät toteuttamaan osana muuta arkityötä.

Valittu tutkimustausta ja käytetyt menetelmät varmistivat, että saimme rakennettua vuorovaikutteisen prosessin asiakkaan, työntekijöiden ja kumppanien välille niin, että kokeiluun osallistuvat oppivat itse ja kehittyivät ammatillisesti. Hankkeessa hyödynnettiin KUMOUS-arviointimenetelmää, joka nostaa kehittämistyön keskiöön ihmisiin kohdistuvat vaikutukset.

Jatkotoimenpiteet:

- Kaikkien kuvattujen asiakaspolkujen asiakaskohtaamispisteiden tarkempi tarkastelu ja niiden kehittäminen ja mahdollisten uusien toimintatapojen luonti. Sekä toimintatapojen jalkauttaminen koko henkilökunnalle.
- Toimintajärjestelmän käyttöönotto ja prosessien kuvaaminen. Kuvaamisen kautta tehtäväkuvien, vastuiden ja työhöjien selkeytyminen.
- Mallidokumenttien luominen ja päivittäminen
- Mietittävä mittarit, mitä tahdomme mitata ja miten, miten dokumentoimme tiedon
- Nettisivujen rakenteen muuttaminen palvelemaan paremmin asiakasta sekä meitä
- Esimiehille ja johdolle keväällä 2019 koulutushanke, jolla pyrimme vastaamaan hankkeen aikana esiin nousseisiin esimiehiin ja johtoon liittyviin kehityskohtiin:

Laatija: Tuula Herold

17.5.2019

8. VIESTINTÄ JA YLEINEN HYÖDYNNETTÄVYYS SUOMALAISESSA TYÖELÄMÄSSÄ

Kehittämismenetelmät pohjautuvat ihmiskeskeiseen suunnitteluun, jossa ratkaisujen löytäminen edellyttää oikeiden kysymysten kysymistä sekä ihmisten tarpeiden ymmärtämistä. Uutuusarvo syntyi kahdesta näkökulmasta: toisaalta asiakaskokemuksen ja työntekijäkokemuksen yhdistämisestä ja toisaalta rakentamalla pysyvä vuorovaikutteinen prosessi, jossa asiakaskokemusta kehitetään huipputasolle.

Hankkeessa käytettiin huippu asiakaskokemusta synnyttävän kulttuurin kehittämiseen mallia, joka muodostuu organisaation 1) rakenteista, 2) ohjauksesta, 3) toimintatavoista ja 4) suhtautumisesta ihmiseen (niin työntekijään kuin asiakkaaseenkin). Tämä malli soveltuu myös muilla työpaikoilla organisaatiokulttuurin systemaattiseen kehittämiseen.

9. HAKIJAN JA ULKOPUOLISEN ASiantuntijan YHTEYSTIEDOT

Hakija:
MaxBuild Oy
Tuula Herold
Kehityspäällikkö
tuula.herold@maxbuild.fi

Ulkopuolinen taho:
Milestone
Maiju Lampi
Kulttuurimuotoilija
maiju.lampi@milestone.fi

Heidi Moilanen
Kulttuurimuotoilija
heidi.moilanen@milestone.fi