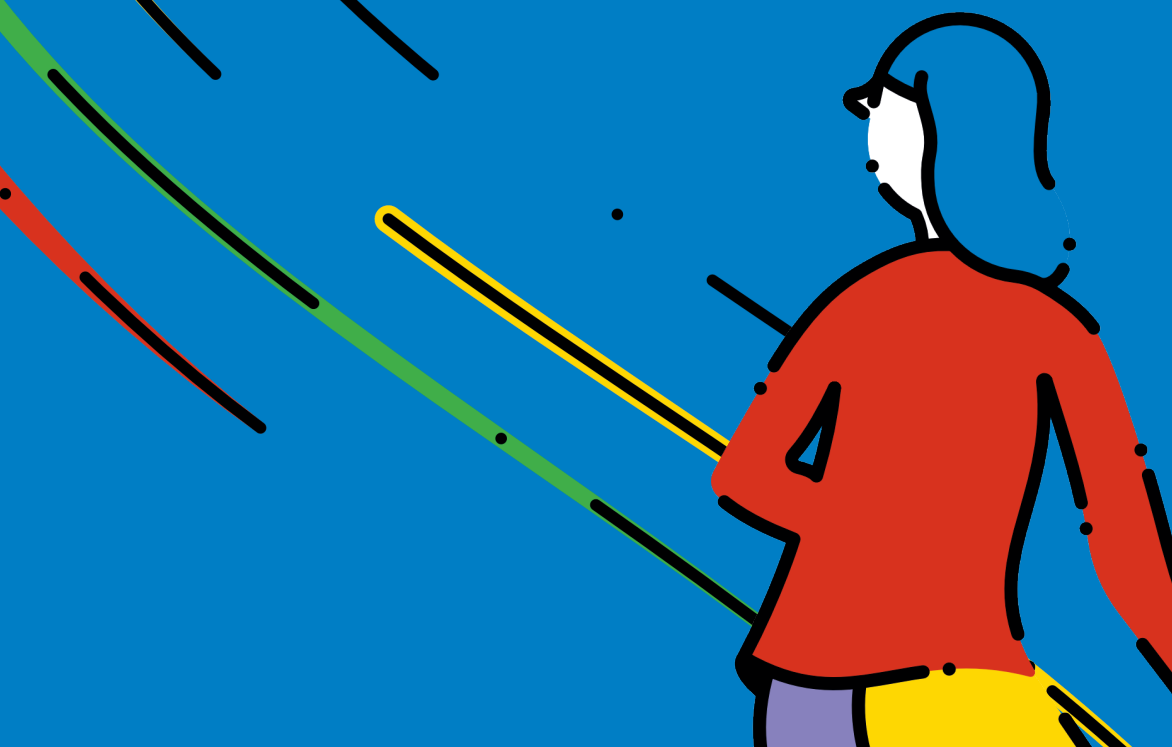
Syöpäjärjestöt

Hyvä elämä syövästä huolimatta

Parempia kuntoutumisen tuen palveluita Syöpäjärjestöissä.



Hyvä elämä syövästä huolimatta

Parempia kuntoutumisen tuen palveluita Syöpäjärjestöissä.

Marika Skyttä & Hannu Ripatti

Kuvitukset ja taitto
officehyvarinen.fi

6 Lukijalle

10 Projektin tarkoitus, tarve ja tavoitteet

14 Palvelumuotoilulla ymmärrys asiakasarvosta

20 Näin eteni kehitysprosessi

24 Miten syöpään sairastuneiden tarpeisiin perehdyttiin?

30 Mitä asiakasymmärrys meille opetti?

38 *Työpaja I:* Miten luodaan yhteinen ymmärrys asiakkaiden tarpeista?

44 *Työpaja II:* Minkälaisilla konsepteilla Syöpäjärjestöt palvelevat asiakkaita tulevaisuudessa?

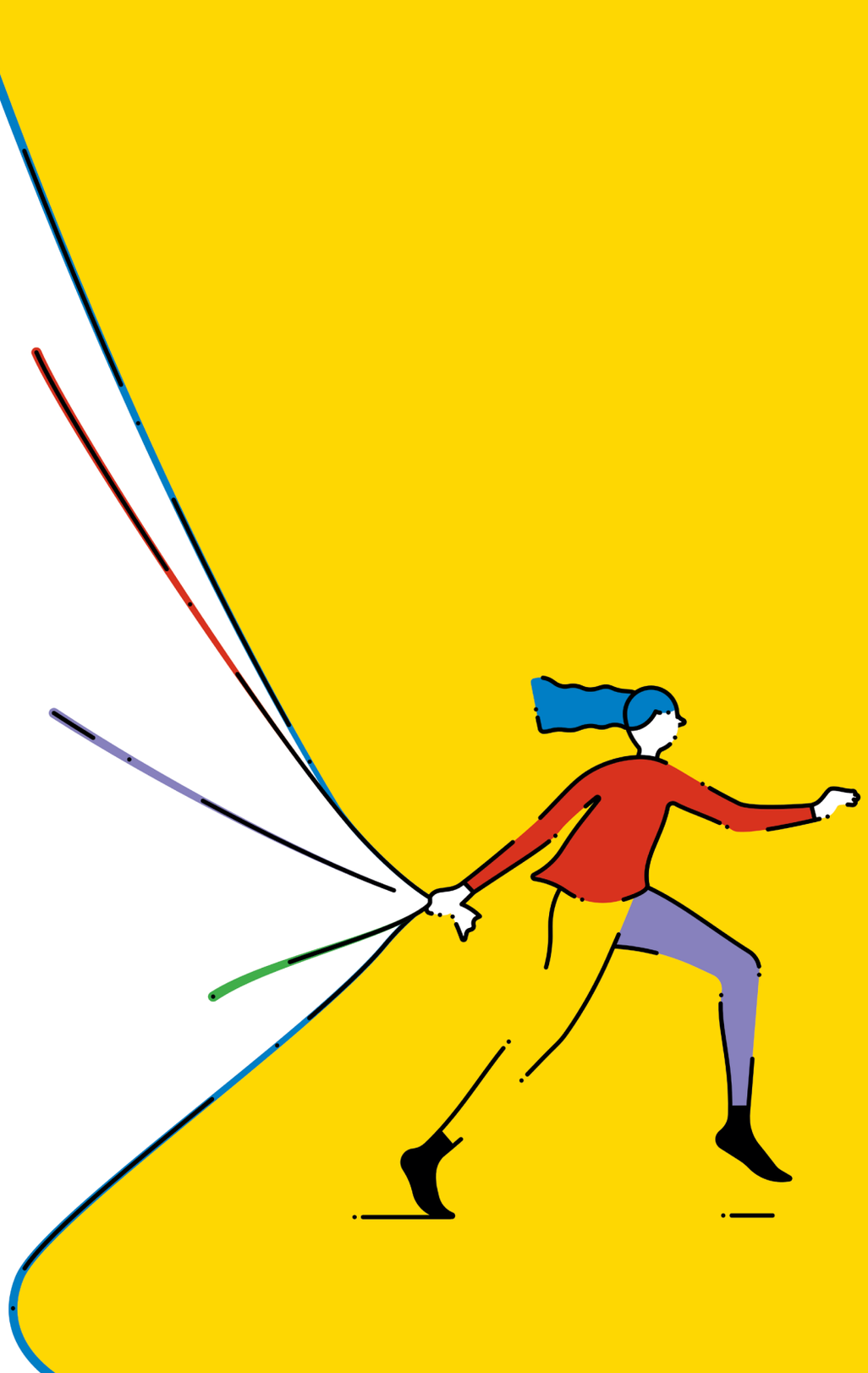
50 Kehittämisehdotukset

66 Yhteenveto

Lukijalle,

Syöpäjärjestöt on Suomen suurin kansanterveys- ja potilasjärjestö, joka tarjoaa syöpään sairastuneille ja heidän läheisilleen luotettavaa tietoa, tukea ja toivoa. Järjestö on 90-luvulta saakka tarjonnut syöpään sairastuneille ja heidän läheisilleen kuntoutusta ja tukea arjessa selviytymiseen sairauden kanssa.

Kaksi kolmesta syöpään sairastuneesta paranee ja yhä useampi syöpään sairastuneista elää kroonisen sairauden kanssa vuosia jopa vuosikymmeniä. Hyvien hoitotuloksien seurauksena syöpään sairastuneiden kuntoutumisen tuen tarve kasvaa diagnoosin jälkeen, syöpähoitojen aikana ja niiden päätyttyä. Syöpäjärjestöjen strategian 2021-2025 visiona on hyvä elämä ilman syöpää tai syövästä huolimatta. Syöpäjärjestöjen tarjoamalla kuntoutumisen tuella edistetään ja ylläpidetään syöpään sairastuneen toimintakykyä ja hyvinvointia, jotka ovat hyvän elämän perusedellytyksiä.



Haluamme tarjota nyt ja tulevaisuudessa kuntoutumisen tukea oikea-aikaisesti sekä vastata entistä paremmin asiakkaidemme tuen tarpeisiin. Pyrkimyksenämme on kehittää palveluja yhdessä syöpään sairastuneiden ja heidän läheistensä kanssa.

Syöpäjärjestöjen kuntoutumisen tuen palvelumuotoiluprojektin tarkoituksena oli tunnistaa ja ymmärtää paremmin erilaisia asiakkaita ja heidän tuen tarpeitaan sairauden eri vaiheissa. Lisäksi tavoitteena oli saada ideoita ja kehittämisehdotuksia kuntoutumisen tuen palvelujen kehittämiseen uuden strategiakauden aikana.

Haluamme osoittaa erityiskiitokset niille syöpään sairastuneille, jotka osallistuivat projektiin, jakoivat meille henkilökohtaiset kokemuksensa ja antoivat meille tietoa ja ideoita kuntoutumisen tuen kehittämiseen. Lisäksi kiitämme kaikkia Syöpäjärjestöjen työntekijöitä innokkuudesta ja aktiivisuudesta osallistua yhdessä kehittämiseen. Lämpimät kiitokset yhteistyöstä myös yhteistyökumppanillemme Hannulle ja kumppaneille Passi & Ripatti Oy:stä. Tämä kehittämisprojekti oli meille oppimismatka palvelumuotoilusta. Projektin hyödyt ovat osoitettavissa uusina ja entistä parempina kuntoutumisen tuen palveluina Syöpäjärjestössä.

Kesää toivottaen,

Marika Skyttä
Kuntoutuksen asiantuntija, tutkija

Juha Heino
Terveysosaston johtaja

Helsingissä 16.6.2020

Projektin tarkoitus, tarve ja tavoitteet

Projektin tarkoituksena oli lisätä ymmärrystä ja tietoa Syöpäjärjestöjen asiakkaista ja asiakkaiden tarpeista syöpäsairauden eri vaiheissa. Lisäksi projektissa oli tarkoitus ideoida ja kehittää Syöpäjärjestöjen kuntouttavia palveluita. Tässä projektissa kohderyhmäksi rajattiin aikuiset syöpään sairastavat, jotka olivat yli 35 -vuotiaita eri puolilla Suomea.

MITÄ KEHITETÄÄN JA MIKSI?

Syöpäjärjestöjen keskeisimpiä kuntoutumisen tuen palveluita ovat erilaiset kuntoutuskurssit, ammattilaisen tarjoama henkilökohtainen tuki ja ohjaus sekä yksilöllinen ja ryhmämuotoinen vertaistuki. Alueelliset syöpäyhdistykset ja valtakunnalliset potilasjärjestöt järjestävät eri puolilla Suomea vuosittain 50-60 kuntoutuskurssia, joita kutsutaan viralliselta nimeltä sopeutumisvalmennuskursseiksi. Kurssien tavoitteena on antaa tietoa sekä vahvistaa syöpään sairastuneiden ja heidän läheistensä omia henkilökohtaisia valmiuksia, voimavaroja ja selviytymiskeinoja sekä antaa tukea arjessa selviytymiseen sairauden kanssa. Kurssit mahdollistavat vertaistuen saamisen.

PALVELUIHIN LIITTÄVÄT TUNNISTETUT KEHITTÄMISTARPEET:

1. Kursseille on enemmän hakijoita kuin vapaita kurssipaikkoja. Kuitenkin osa kursseista peruuntuu vähäisen osallistujamäärän vuoksi.
2. Syöpäjärjestöt ei tavoita riittävän hyvin niitä ihmisiä, jotka mahdollisesti tarvitsisivat ja hyötyisivät kuntoutumisen tuesta eniten.
3. Syöpäjärjestöjen palveluihin päätyminen on sattumavaraista.
4. Osa potentiaalisesta kohderyhmästä ei käytä Syöpäjärjestöjen palveluja.

PROJEKTIN TAVOITTEENA OLI:

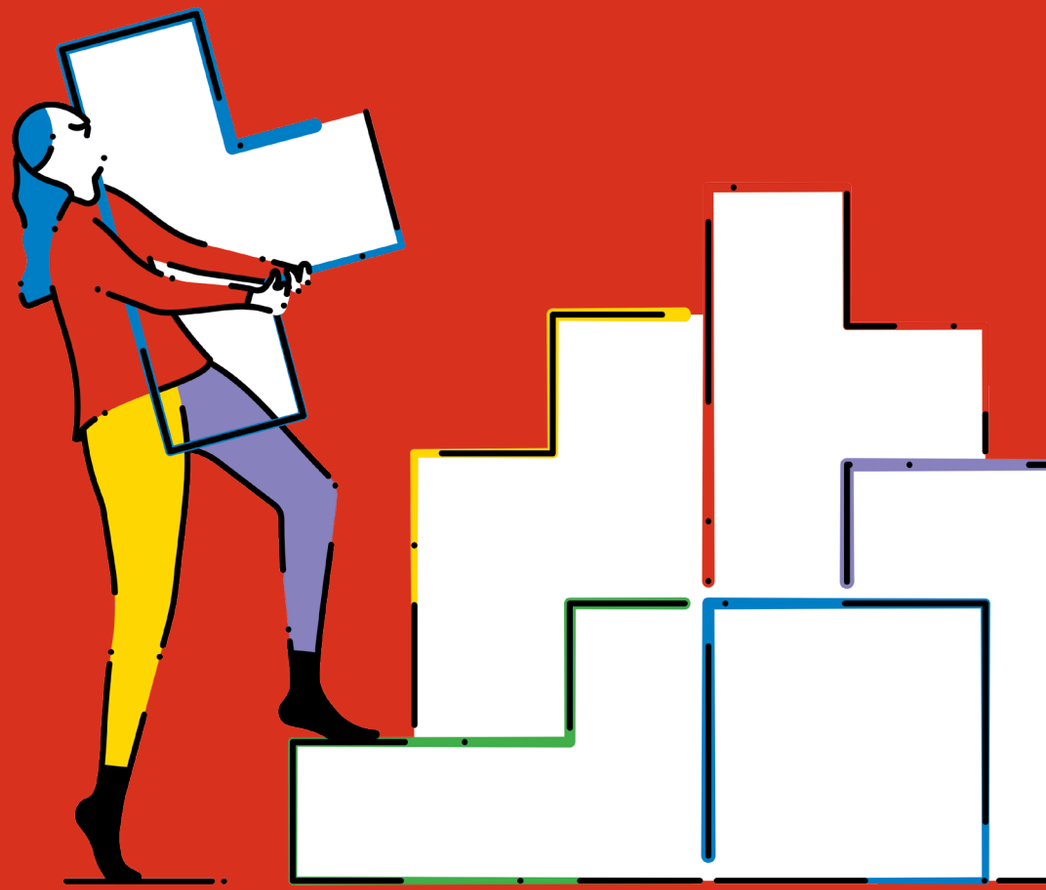
1. tunnistaa ja kuvata erilaisia asiakasprofiileita ja tapoja käsitellä sairastumista ja siihen liittyviä kokemuksia ja ajatuksia
2. tunnistaa ja kuvata syöpään sairastuneiden keskeisimmät tuen tarpeet, joihin palvelujen tulisi vastata
3. kuvata syöpään sairastuneen asiakaspolku Syöpäjärjestössä
4. löytää ideoita ja kehittämisehdotuksia Syöpäjärjestöjen kuntoutumisen tuen palvelujen löydettävyyden parantamiseksi
5. saada ideoita olemassa olevien palvelujen sisällön kehittämiseen
6. konseptoida Syöpäjärjestöille tulevaisuuden palveluja, jotka edistävät ja tukevat sairastuneiden ja heidän läheistensä kuntoutumista.

Palvelumuotoilulla ymmärrys asiakasarvosta

Projekti toteutettiin palvelumuotoilun menetelmillä, jotta Syöpäjärjestöjen palvelut vastaisivat mahdollisimman hyvin asiakkaiden tarpeita ja Syöpäjärjestöjen tavoitteita palveluiden vaikuttavuudelle.

> Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palveluiden kehittämistä muotoilun keinoin. Palvelumuotoilun tavoitteena on kehittää palveluita, jotka tuottavat asiakasarvoa palvelutuottajan kannalta järkevällä ja tehokkaalla tavalla.

Muotoilu on lähtökohtaisesti uuden luomista ja luovaa työskentelyä, joten palvelumuotoiluakin voi tehdä monella tavalla. Vaikka jokainen palvelumuotoiluprojekti on erilainen, niissä hyödynnetään samoja, hyväksi todettuja työkaluja, menetelmiä ja prosessia.



TAUSTAMATERIAALIA TUEKSI:

- **Palvelumuotoilu** - Juha Tuulaniemi
- **Palvelumuotoilun bisneskirja** - Mikko Koivisto, Johanna Säynäjäkangas, Sofia Forsberg

VERKOSSA:

- https://servicedesigntools.org
- http://thisisservicedesignthinking.com
- https://passiripatti.fi/pr-book

Palvelumuotoiluprosessissa keskeisiä tehtäviä ovat asiakasarvon muodostumisen ymmärtäminen sekä palvelukonseptin suunnittelu.

Asiakkaiden kokema arvo muodostuu toiminnallisista, emotionaalisista ja sosiaalisista elementeistä. Toiminnalliset elementit kertovat miten palvelun tulisi asiakkaan näkökulmasta toimia emotionaaliset, miltä sen tulisi tuntua ja sosiaaliset, miten muut ihmiset *(muut asiakkaat, läheiset, vaikuttajat)* vaikuttavat kokemukseen.

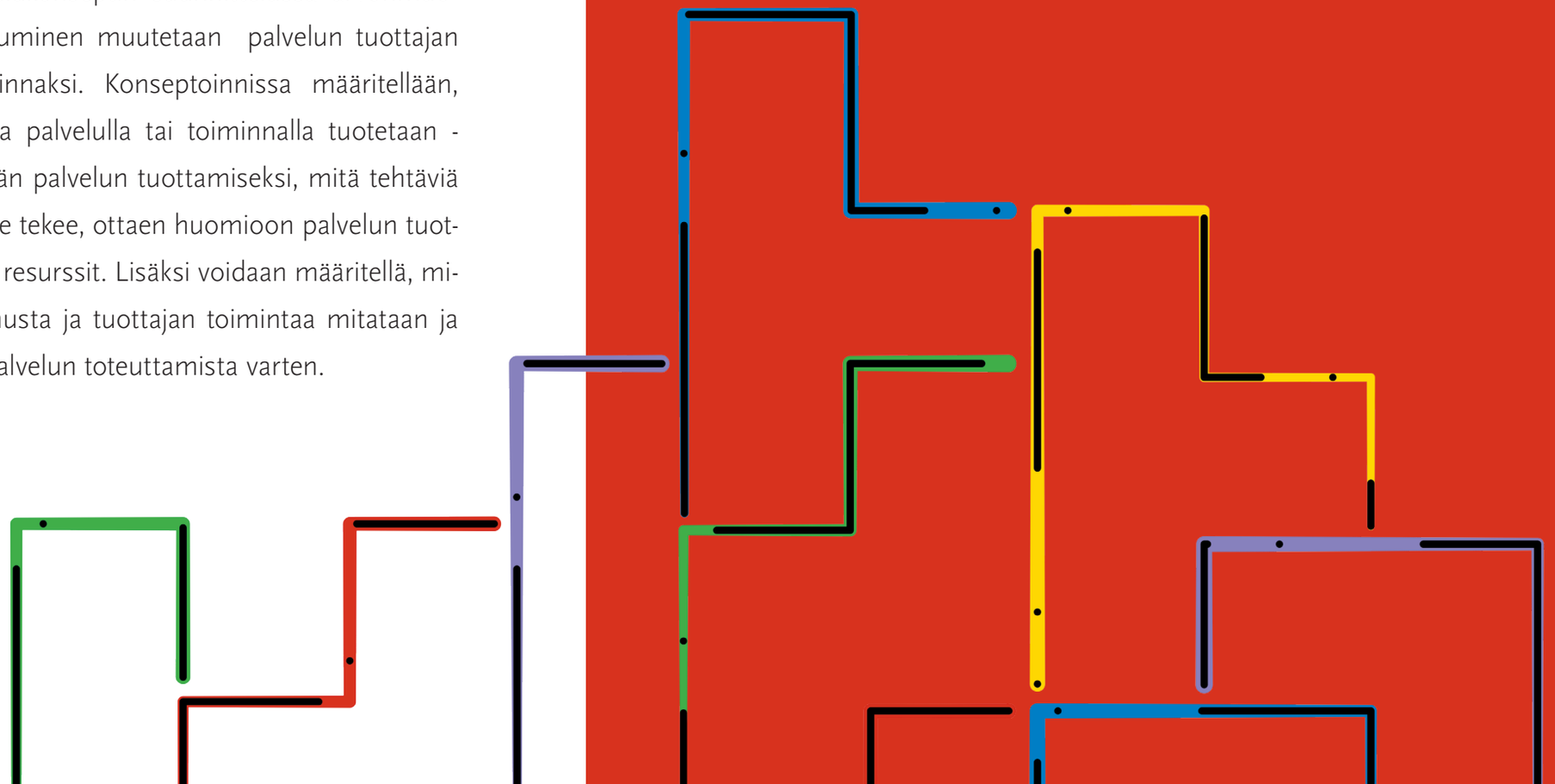
Esimerkiksi voidaan ottaa kaksi erilaista lääkärikäyntiä. Toisessa asiakas pääsee vastaanotolle, lääkäri tekee diagnoosin ja asiakas saa reseptin lääkkeitä varten. Toinen toimii toiminnallisesti samalla tavalla kuin ensimmäinen ja sen lisäksi lääkäri saa olemuksellaan asiakkaan kokemaan, että häntä on todella kuunneltu. Kumpi näistä palveluista on parempi? Riippuu asiakkaan arvonmuodostuksesta. Niille asiakkaille, jotka kokevat, että empaattisuus on tärkeä osa lääkäripalvelua, jälkimmäinen kokemus tuottaa enemmän arvoa. Ei pidä unohtaa, että voi olla olemassa ryhmä asiakkaita, jotka haluavat, että lääkäripalvelu vain toimii, ilman suurempia kuorrutuksia. Molem-

mat ovat oikeassa ja tässä juuri piilee arvonmuodostuksen ymmärtämisen tärkeys.

Arvonmuodostumiseen vaikuttavat myös palvelun ulkopuoliset asiat, kuten asiakkaan odotusarvo ja lähtötilanne, joten arvon muodostuksen ymmärtämiseksi pitää myös ymmärtää asiakkaan tilanne laajemmin kuin pelkän palvelun käytön osalta.

Palvelukonseptin suunnittelussa arvonmuodostuminen muutetaan palvelun tuottajan toiminnaksi. Konseptoinnissa määritellään, miten haluttua arvoa palvelulla tai toiminnalla tuotetaan - mitä kanavia käytetään palvelun tuottamiseksi, mitä tehtäviä pitää tehdä ja kuka ne tekee, ottaen huomioon palvelun tuottajan käytössä olevat resurssit. Lisäksi voidaan määritellä, miten asiakkaan kokemusta ja tuottajan toimintaa mitataan ja laatia toimenpiteet palvelun toteuttamista varten.

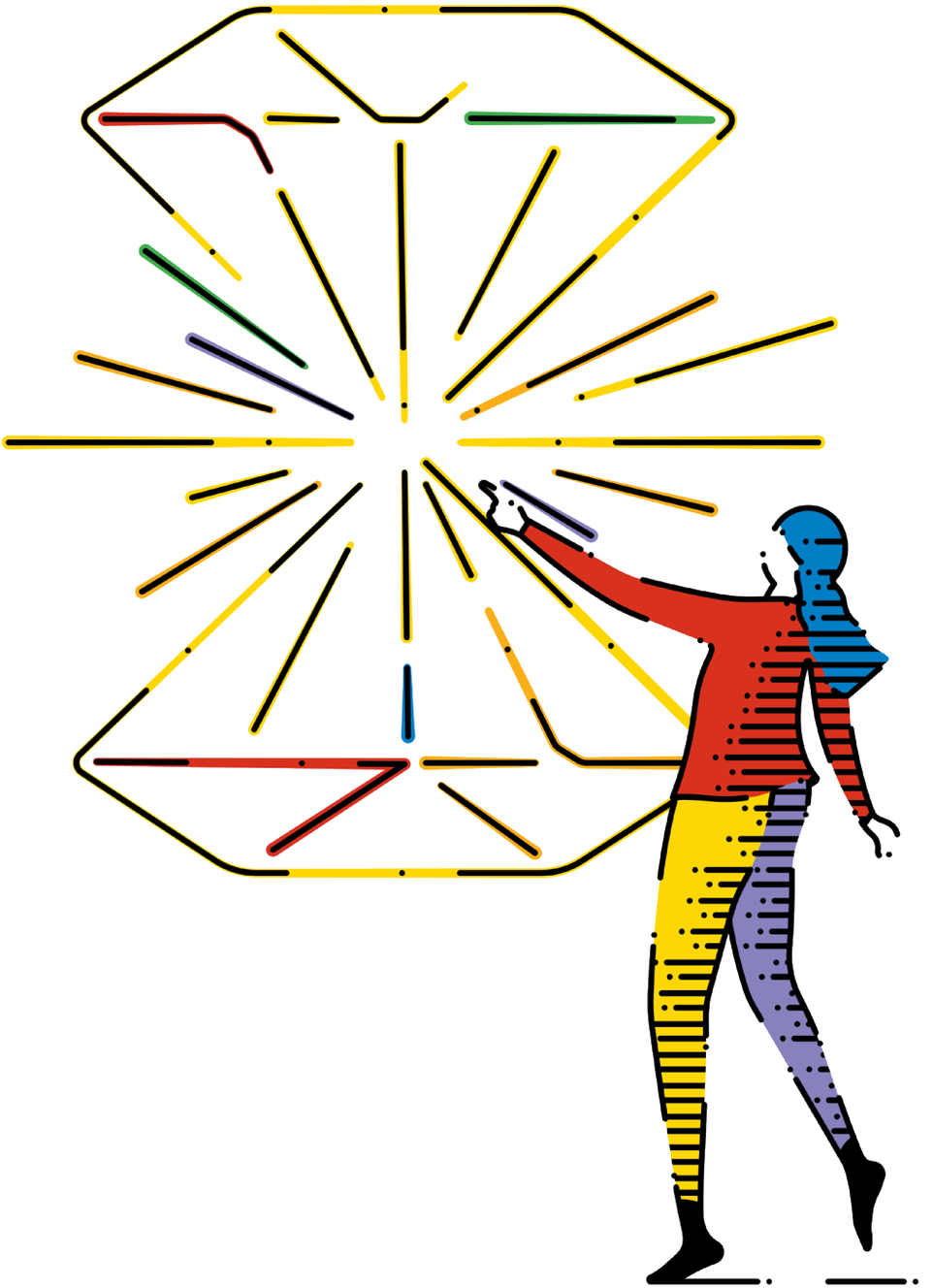
Tyypillisesti palvelumuotoilu alkaa projektimaisena ja muuttuu vähitellen prosessiksi, jossa vuoroin suunnitellaan pieniä parannuksia palveluun ja vuoroin toteutetaan sekä mitataan muutosten toimivuutta.

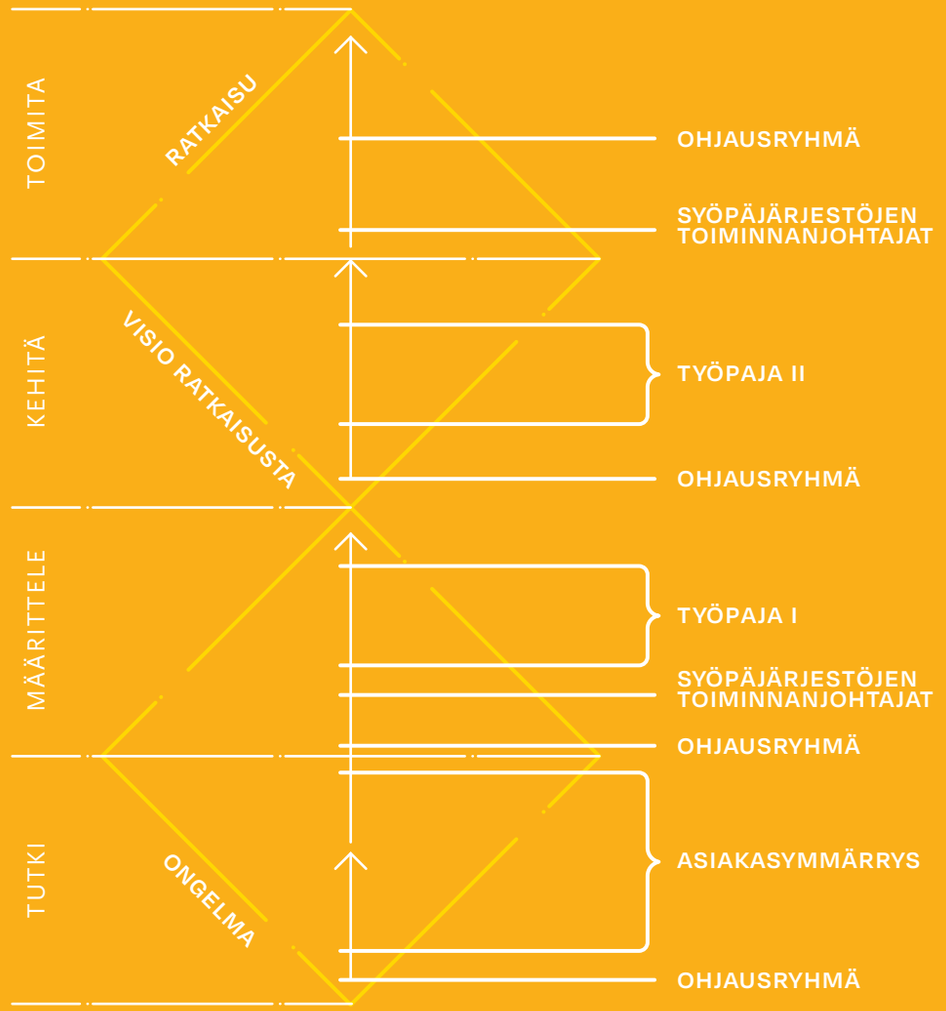


Näin eteni kehitysprosessi

Projektin toteutus eteni muotoiluprojektia yleisellä tasolla kuvaavan tuplatimantti-mallin mukaisesti. Tuplatimantti kuvaa muotoiluprosessin etenemistä, jossa vuorotellen laajennetaan ja supistetaan näkökulmaa käsittelyssä olevaan ilmiöön.

Tuplatimantin voidaan myös ajatella esittävän induktiivisen ja deduktiivisen päättelyn vuoropuhelua. Prosessi alkaa induktiivisella painotuksella, jolloin lähdetään muodostamaan yksittäisistä havainnoista yleistystä – tässä tapauksessa tunnistamalla joukko erilaisia asiakastarpeita. Ensimmäisen timantin toisella puoliskolla taas käytetään deduktiivista päättelyä ja valitaan ne asiakastarpeet, joihin halutaan löytää uusia ratkaisuja.





Toisen timantin kohdalla sama toistuu, mutta tällä kertaa ensin luodaan joukko ideoita, joista taas lähdetään kaventamaan kohti valittuja ja kohti toteuttamista suuntaavia ratkaisuja.

- **Tutki-vaihe:** asiakasymmärryksen kerääminen - laaja joukko havaintoja
- **Määrittele-vaihe:** yhteinen näkemys kerätystä asiakasymmärryksestä ja valinta: mitä asiakkaiden tarpeita pyrimme ratkaisemaan
- **Kehitä-vaihe:** erilaisten ideoiden ja ratkaisujen kehittäminen, konseptien suunnittelu ja prototyyppaus
- **Toimita-vaihe:** tärkeimpien kehityskohteiden valinta ja projektointi

Tuplatimantti on toki hyvin karkea malli ja tässäkin projektissa eri vaiheet lomittuivat keskenään, ilman selkeitä rajoja. Tuplatimantti ei myöskään ota kantaa siihen, millä tasolla suunnitteluprosessi viedään läpi. Tässä, kuten muissakin hyvin onnistuneissa projekteissa, asiakkaiden esille tuomat tarpeet määrittelevät sen, minkälaisia ja -tasoisia ratkaisuja prosessi tuottaa.

Miten syöpään sairastuneiden tarpeisiin perehdyttiin?

Palveluiden kehittämisen näkökulmasta asiakkaiden tarpeiden tutkiminen poikkeaa tieteellisen tutkimuksen tekemisestä, vaikka menetelmät saattavatkin olla samoja. Ensinnäkin asiakkaiden tarpeiden ja asiakasarvon tuottamisen osalta ei ole olemassa yhtä oikeata vastausta. Pikaruoka ja kolmen Michelin tähden ravintola ovat aivan yhtä oikeita vastauksia asiakkaiden tarpeisiin.

HAASTATTELUJEN PÄÄTEEMAT OLIVAT:

- Omat selviytymiskeinot sairauden aikana
- Tieto ja tiedonlähteet
- Henkilöt ja toimijat, jotka ovat olleet avuksi sairauden aikana
- Asiakaspolku ts. sairauden ja palveluiden käyttö aikajärjestyksessä

HAASTATELTAVAT REKRYTOINTIIN KOLMELLA KRITEERILLÄ, JOTTA OTOKSESTA SAATIIN PROJEKTIN KANNALTA RIITTÄVÄN KATTAVA.

- **Syöpätauti ja sukupuoli** – sopiva jakauma eri sukupuolilla esiintyviä erityyppisiä syöpätauteja
- **Ikä** – kolme eri elämäntilanteissa olevaa ikäryhmää
- **Paikkakunta** – terveydenhuollon ja Syöpäjärjestöjen palveluiden saatavuus

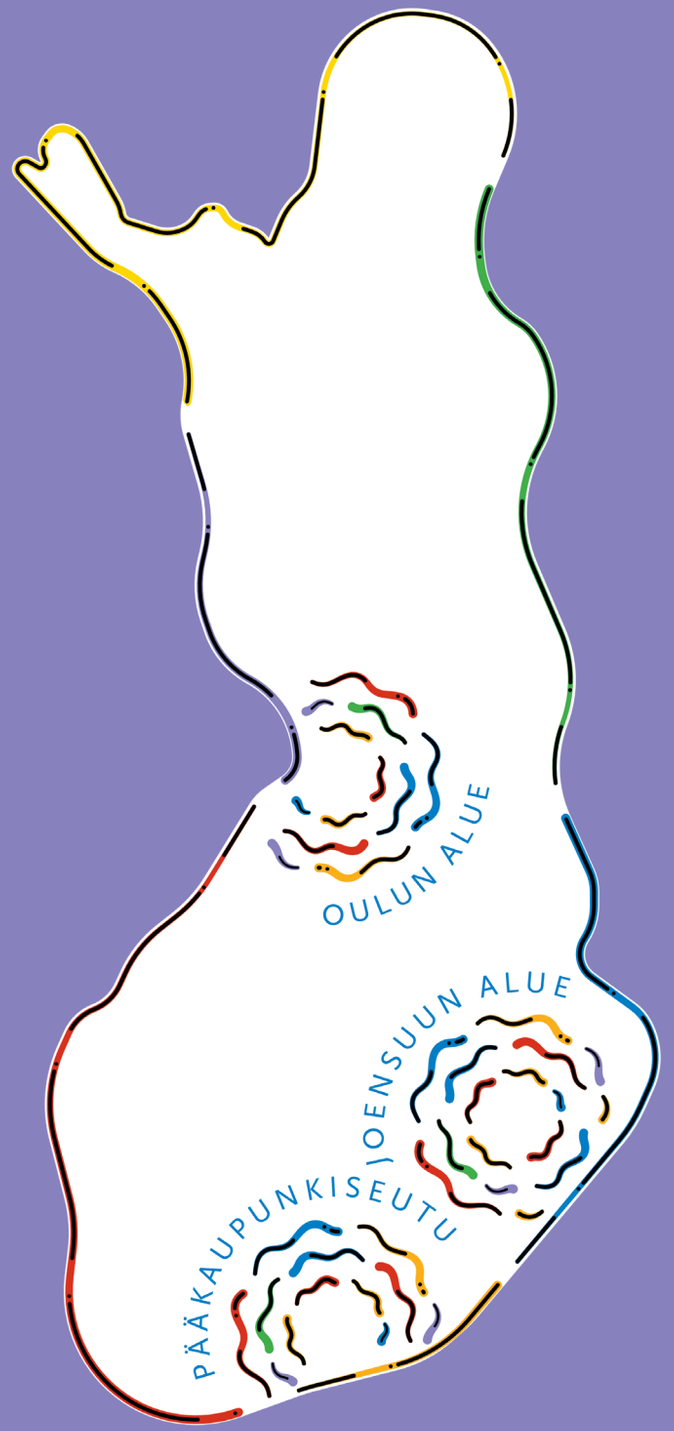
Palveluiden kehittämisen näkökulmasta asiakkaiden tarpeiden tutkiminen poikkeaa tieteellisen tutkimuksen tekemisestä, vaikka menetelmät saattavatkin olla samoja. Ensinnäkin asiakkaiden tarpeiden ja asiakasarvon tuottamisen osalta ei ole olemassa yhtä oikeata vastausta. Pikaruoka ja kolmen Michelin tähden ravintola ovat aivan yhtä oikeita vastauksia asiakkaiden tarpeisiin.

Toiseksi, kehittämistyössä riittää, kun ymmärretään kehityskohteena olevaa ilmiötä hieman paremmin kuin aiemmin. Täydellistä ymmärrystä ei tarvita. Palveluiden parantaminen vaikka 20 prosenttia kerrallaan on jo iso juttu, josta hyötyvät niin asiakkaat kuin palvelutuottajakin. Tyypillisesti pullonkaulaksi muodostuukin palvelutuottajan kehittymisvauhti. Hyvin toteutettu asiakasymmärryksen

Parasta asiakasymmärryksen keräämisessä: löytää käsiteltävään ilmiöön uusia näkökulmia, joita ei itse olisi tullut ajatelleeksi.

kerääminen tuottaa kehitystoimenpiteitä helposti kahdeksikin vuodeksi. Parin vuoden jälkeen toimintaympäristö ja asiakkaiden tarpeet ovat taas jo muuttuneet, joten silloin on syytä tarkastella tilannetta uudestaan.

Kuntouttavien palveluiden kehittämisen osalta asiakasymmärryksen keräämisen aluksi valitsimme tietyt asiakasryhmät, joista asiakasymmärryksen kerääminen aloitettiin. Käynnissä olevien muiden hankkeiden myötä asiakasymmärryksestä rajattiin ulos alle 35-vuotiaat sekä sairastuneiden läheiset.



Mitä asiakas-ymmärrys meille opetti?

Kuten usein asiakkaiden maailmaan sukeltaessa käy, haastatteluiden anti toi esiin paljon sellaistakin mitä ei alun perin lähdetty etsimään. Teemahaastattelu menetelmänä on omiaan juuri tähän. Sopivan rakenteellinen haluttujen asioiden löytämiseksi, mutta samalla riittävän avoin uusien näkökulmien löytämiseen.

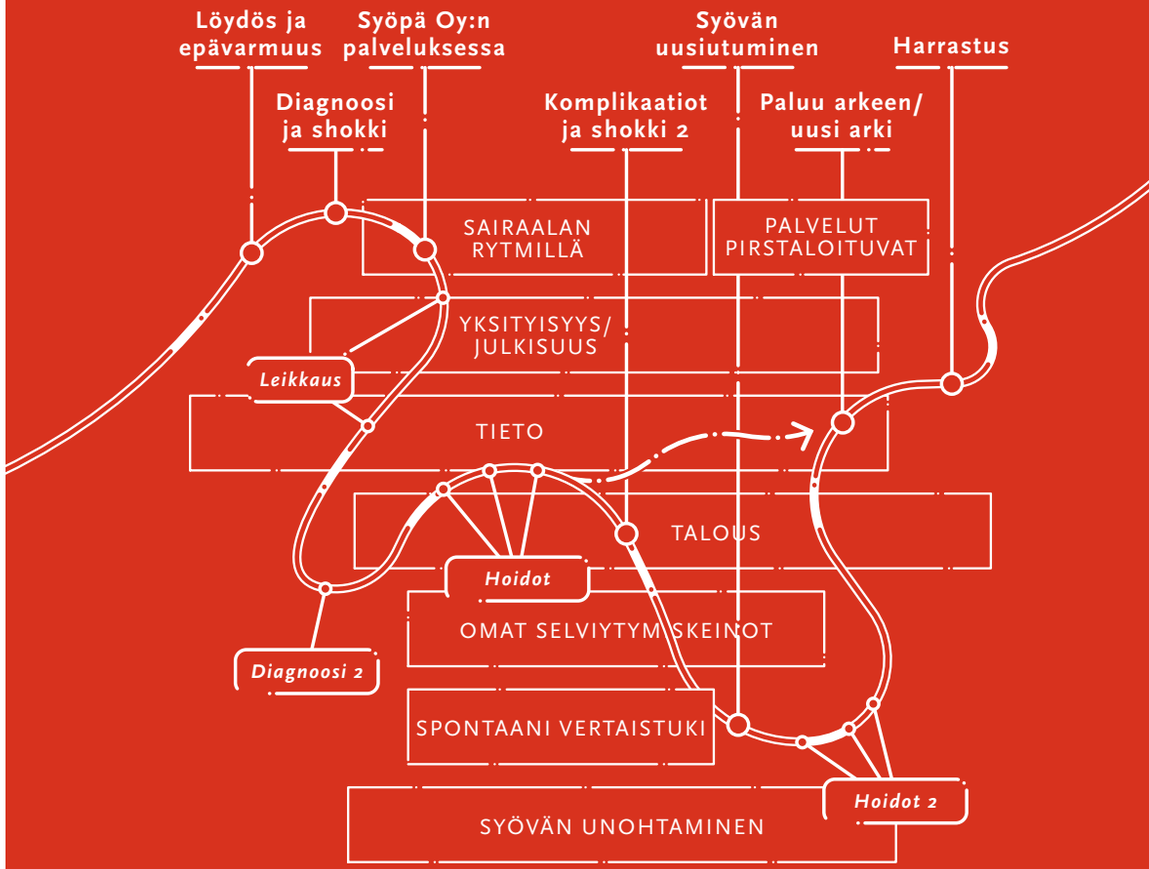
Haastatteluiden sisältöanalyysissä hyödynnettiin tehtyjä muistiinpanoja sekä nauhoituksia. Alkuperäisen suunnitelman mukaisesti aineistosta laadittiin sekä asiakasprofiilit että yleinen asiakaspolku kuvaamaan erilaisia asiakastarpeita ja niiden muuttumista sairauden eri vaiheissa.

Asiakasprofiilit ja asiakaspolku ovat kehittämisen työkaluja, joten niissä pyrittiin kuvaamaan asiakkaiden maailmaa niin, että se hyödyttää ja tuo uusia näkökulmia kehittämisen tueksi. Esimerkiksi haastateltavien suhtautumisella sairauden yksityiseen/julkiseen luonteeseen on suora vaikutus siihen, missä muodossa palveluita kannattaa heille tarjota. Näin ollen oli luontevaa valita yksityinen-julkinen yhdeksi asiakasprofiileja määritteleväksi tekijäksi.

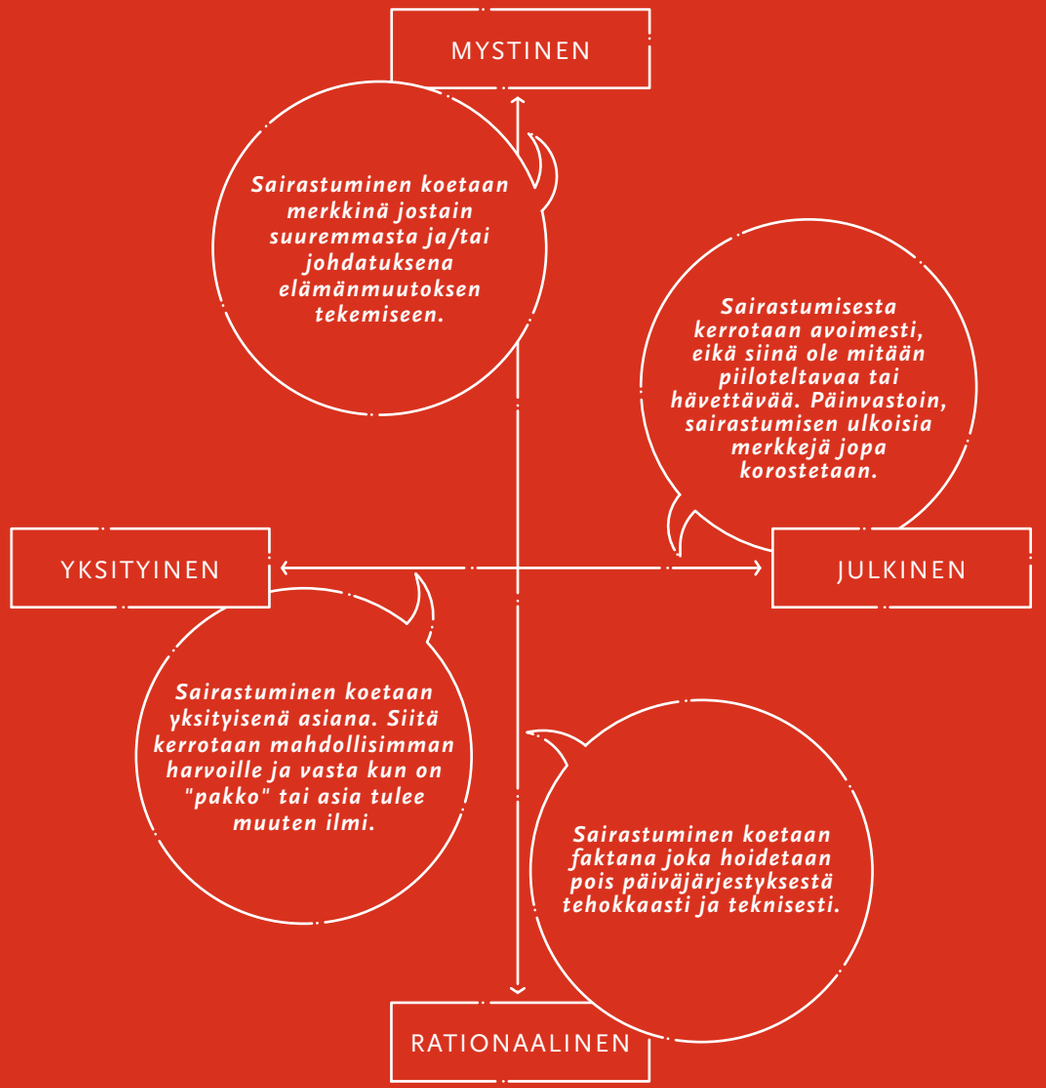
Asiakasymmärryksen analysoinnissa tärkeintä on löytää viitekehykset ja työkalut, jotka ovat organisaatiolle hyödyllisiä kehitystyössä.

Sairastamisen aikainen asiakaspolku osoittautui haastatteluissa niin monimuotoiseksi, että sen osalta päädyttiin normaalista poikkeavaan ratkaisuun. Yleisesti asiakkaan etenemistä kuvaavan polun rinnalle nostettiin teemat, jotka jollain tavalla vaikuttivat

ASIAKASPOLKU



ASIAKASYMMÄRRYSKAAVIO



sairastuneiden arkeen. Esimerkiksi tieto, talous, vertaistuki ja syövän unohtaminen olivat teemoja, jotka toistuivat haastattelusta toiseen, mutta eri tavoilla. Teemojen tunkeminen asiakaspolun sisään olisi tehnyt siitä turhan monimutkaisen kehittämistyökaluksi, joten ne päätettiin erottaa toisistaan.

Uusien asioiden osalta haastattelut paljastivat esimerkiksi epäjatkuvuutta brändien, palveluiden ja Syöpäjärjestöjen toimintamallin välillä. Ihannetilanteessa kaikki kolme toimivat yhteen, niin että asiakas ymmärtää mitkä brändit vastaavat hänen tarpeisiinsa ja miten palvelut toimivat yhteen eri brändien alla. Samalla toimintamalli sopii yhteen brändien ja palveluiden kanssa, niin että henkilökunnalla on selkeä kuva arvosta, jota asiakkaille pyritään tuottamaan.

Haastattelut myös herättivät tukun kysymyksiä, joihin kehittämistyössä on vastattava.

- Kuuluuko Syöpäjärjestöjen tehtäviin auttaa sairastuneita pitämään lomaa sairastamisesta ja unohtamaan syöpä hetkeksi?
- Monet haastateltavat löysivät itselleen spontaanisti vertaistukea samassa tilanteessa olleilta. Mikä on Syöpäjärjestöjen koulutettujen vertaistukihenkilöiden rooli siinä tilanteessa?
- Monet sairauden läpikäyneet henkilöt jatkavat Syöpäjärjestöjen järjestämissä ryhmissä ns. harrastajina, vaikka heillä ei varsinaista sairautta enää ole. Ryhmien ensisijainen tarkoitus on kuitenkin tarjota tukea sairastuneille. Miten harrastuksen jatkuva osallistuminen ja tuki sairastuneille sovitetaan yhteen? Millaista vapaaehtoistoimintaa ja tehtävää voimme Syöpäjärjestössä tarjota näille ihmisille?

Työpaja I

Miten luodaan yhteinen ymmärrys asiakkaiden tarpeista?

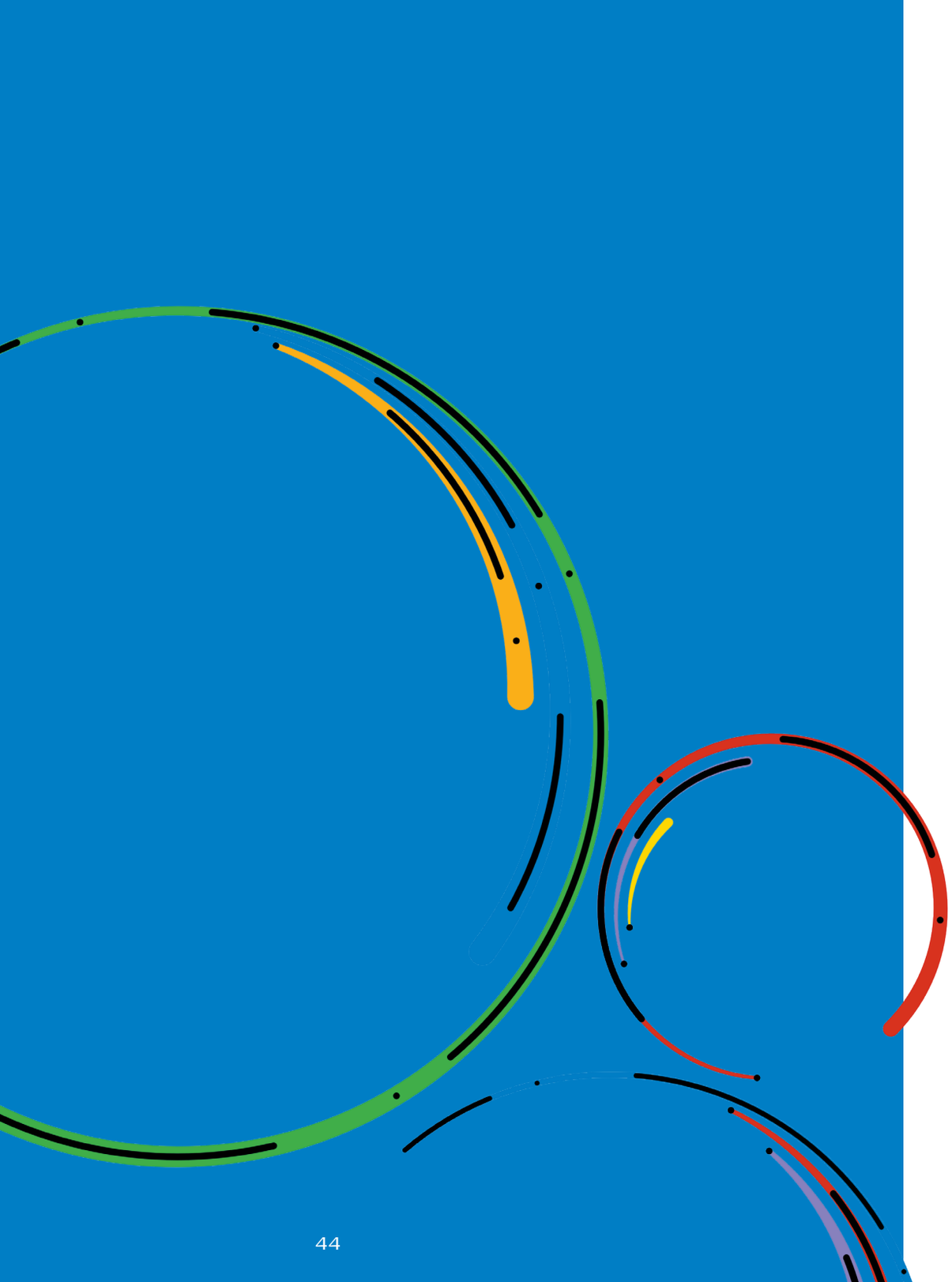
Laadukkaan asiakasymmärryksen parina ja vähintään yhtä tärkeänä vaiheena on organisaation yhteisen ymmärryksen muodostaminen asiakashaastatteluiden tuloksista. Toki asiakasymmärryksestä on syytä tuottaa kirjallinen materiaali, mutta sen lisäksi on hyvin suositeltavaa, että tuloksia analysoidaan yhdessä. Luontaisesti ihmiset poimivat lukemastaan omia oletuksia myötäileviä havaintoja. Uusia oivalluksia syntyy, kun useampi henkilö tulkitsee samoja tuloksia ja keskustelu tulkinnoista on vilkasta.

Olemme myös erilaisia oppijoita, joten tulosten esittämisessä eri tavoin kannattaa myös panostaa.

Pääosa ensimmäisen työpajan ajasta käytettiinkin yhteisen ymmärryksen muodostamiseen ja asiakasymmärryksessä kerätyn tiedon rikastamiseen. Olivathan työpajan osallistujat päivittäin sairastuneiden kanssa töitä tekeviä ammattilaisia ja mukaan kutsuttuja kokemusasiantuntijoita sekä asiakkaita eli syöpään sairastuneita. Olisi ollut heidän vankan osaamisensa aliarvioimista, jos heille olisi vain esitetty haastatteluiden tulokset ilman osallistumismahdollisuutta.

Erilaisten oppijoiden tueksi asiakasymmärryksen tuloksia käsiteltiin työpajassa eri tavoin. Työpaja avattiin lyhyellä näytelmällä, joka kuvasi koko sitä tunteiden kirjoa, jonka haastateltavat toivat esille. Tunteista voi yrittää kertoa, mutta ammattinäyttelijän avulla ne muuttuvat todellisemmiksi.

Täysi hyöty asiakasymmärryksestä saadaan käyttöön vasta kun koko organisaatiolla on yhteinen näkemys asiakkaiden tarpeista.



Näytelmän jälkeen työpajaa alustettiin asiakasymmärryksen tärkeimpien löydösten esittelyllä. Esittelyssä käytiin läpi asiakasprofiilit, asiakaspolku ja siihen liittyvät teemat. Kaikki eri tavat tarvittiin kuvaamaan sitä monimuotoisuutta, jonka sairastuneet käyvät läpi sairastamisen aikana.

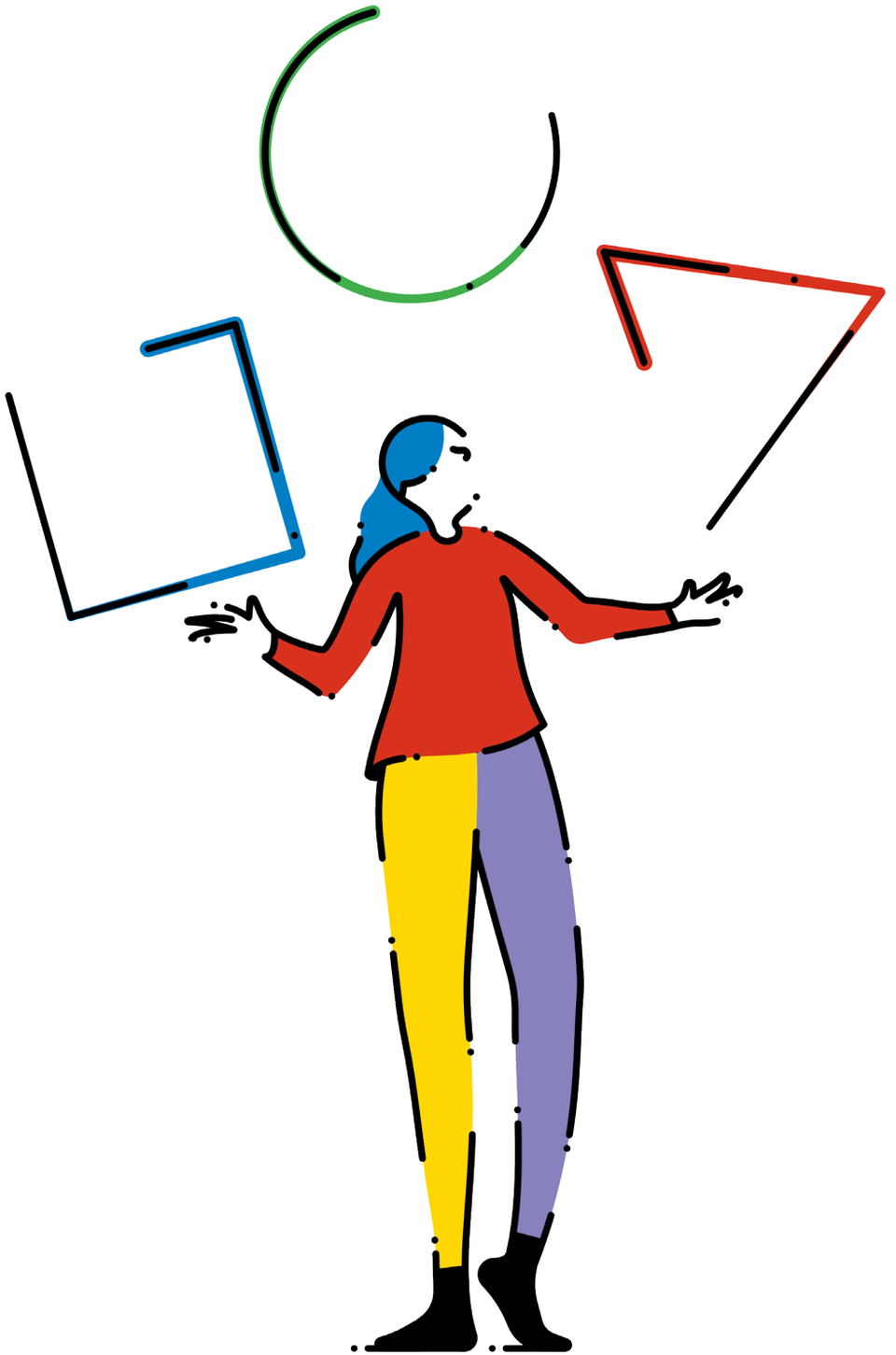
Esittelyjen jälkeen siirryttiin työskentelemään pienryhmissä. Jokainen ryhmä simuloi yhden asiakasprofiilin koko asiakaspolun, täydentäen samalla asiakasymmärryksen tuloksia omilla kokemuksillaan. Tehtävän tuotoksena ryhmät kuvasivat asiakaspolun eri vaiheissa asiakkaiden tarpeita tarkalla tasolla. Ensimmäisessä tehtävässä ei siis vielä päästetty ryhmiä kehittämään ratkaisuja, vaan tehtävän tarkoituksena oli tunnistaa Syöpäjärjestöjen kannalta tärkeimmät tarpeet, joihin asiakkaat apua ja tukea kaipaavat.

Tarpeiden tunnistamisen jälkeen siirryttiin ideoimaan ratkaisuja. Erilaisten ideointimenetelmien avulla tuotettiin vaihtoehtoisia ideoita, joista vielä työpajan lopuksi valittiin kehityskelpoisimmat odottamaan seuraavan työpajan jatkokehittelyä.

Työpaja II

Minkälaisilla konsepteilla Syöpäjärjestöt palvelevat asiakkaita tulevaisuudessa?

Projektin tavoitteena oli löytää Syöpäjärjestöille uusia palveluita, joilla se pystyy tulevaisuudessa palvelemaan laajempaa asiakaskuntaa ja saamaan palveluiden pariin entistä suuremman osan syöpään sairastuneista. Uusien ideoiden ja toimintatapojen löytäminen ei koskaan ole helppoa, varsinkin jos asioita on totuttu tekemään pitkään tietyllä tavalla. Luovien ajatusten kuvitellaan helposti syntyvän silloin, kun mitään rajoitteita ei ole. Käytännössä tilanne on kuitenkin juuri päinvastainen. Kun mitään rajoitteita ei ole, palaamme helposti niihin ajatuksiin, jotka



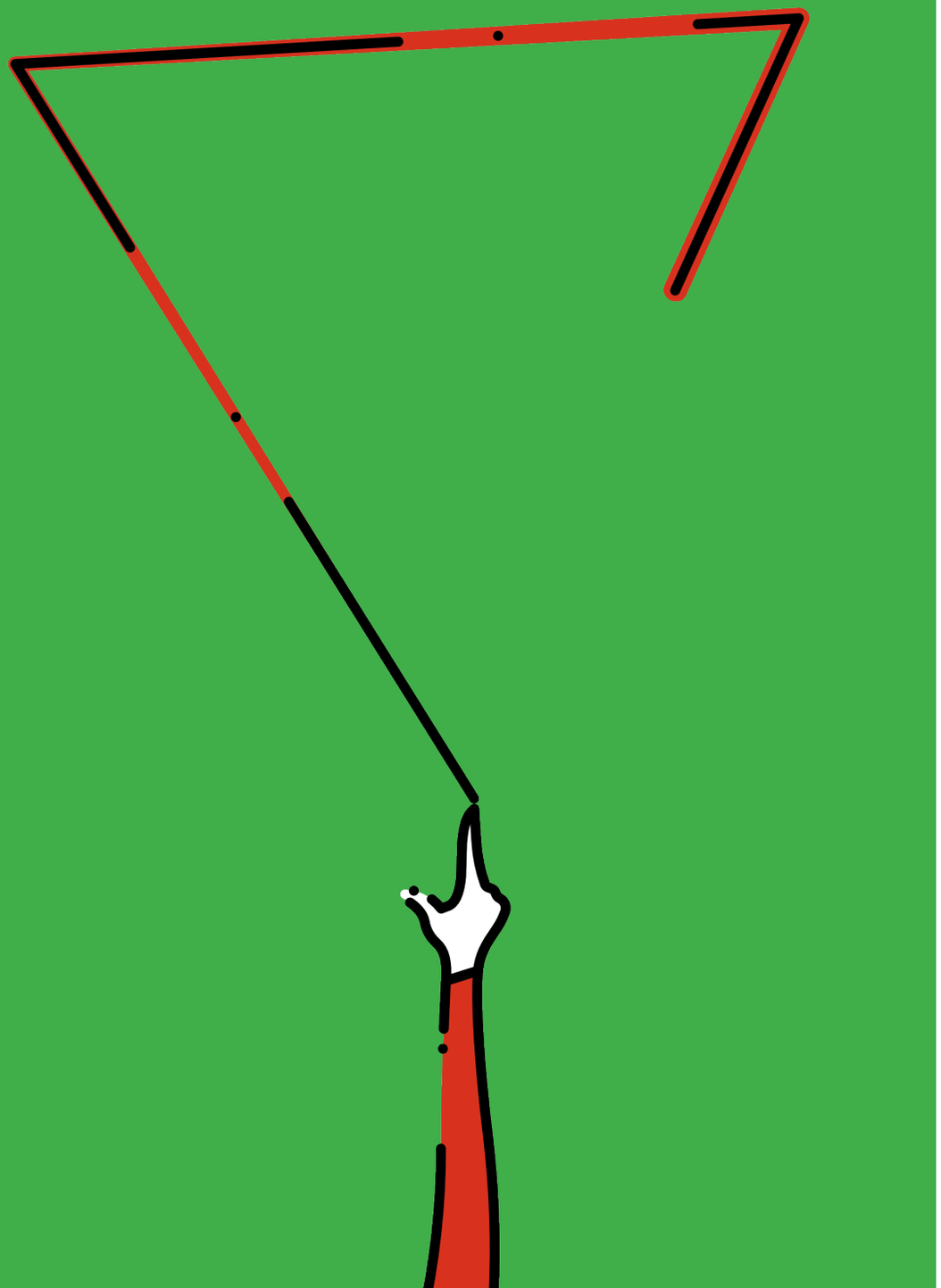
ovat meille tuttuja ja luontaisia. Rajoitteet ovat siis luovassa ongelmanratkaisussa hyväksi, varsinkin jos ne pakottavat pois tutuista ja turvallisista ajatusmalleista.

Toisessa työpajassa käytettiin juuri tätä lähestymistapaa, jotta osallistujat löytäisivät, tai ainakin joutuisivat etsimään, uusia ratkaisuja. Ensimmäisessä työpajassa tuotetuista ideoista ryhmiteltiin työpajaa varten yhdeksän teemaa, joiden avulla ohjattiin osallistujia tekemään ratkaisuja totutusta poikkeavalla tavalla.

Esimerkiksi digitaalinen polku -teemaa työstänyt ryhmä joutui miettimään, miten asiakaspolku voitaisiin tuottaa digipalveluina. Rajaus digitaalisuuteen pakotti ryhmän etsimään uusia ratkaisuja niihin kohtiin asiakaspolkua, joissa järjestöille tyypillinen ratkaisu olisi muotoilla palvelu henkilökohtaisen tapaamisen ympärille.

Toisena esimerkkinä Itsenäisen polku -teema, jossa pohdittiin, miten palveluita tuotetaan henkilölle, joka ei halua tavata ketään sairauden aikana. Jälleen rajaus pakotti kohti uusia ratkaisuja, koska nykyisellään ryhmämuotoisilla tapaamisilla ja vertaistuella on iso rooli palveluissa.

Luovat ajatukset eivät välttämättä synny kun saa ajatella täysin vapaasti. Ne syntyvät, kun joutuu ajattelemaan totutusta poikkeavan raamin sisällä.



Työpajassa käytetyt teemat eivät tietenkään tarkoita sitä, että todellisuudessa pitäisi tehdä ainoastaan digitaalisesti toimiva palvelukokonaisuus tai että ryhmät ja vertaistuki eivät olisi olennaisia apukeinoja sairastuneille. Harjoituksen tehtävänä oli pakottaa löytämään vaihtoehtoja ja uusia mahdollisuuksia, joista tulevaisuudessa syntyy uusia palveluita nykyisten palveluiden rinnalle ja korvaajiksi.

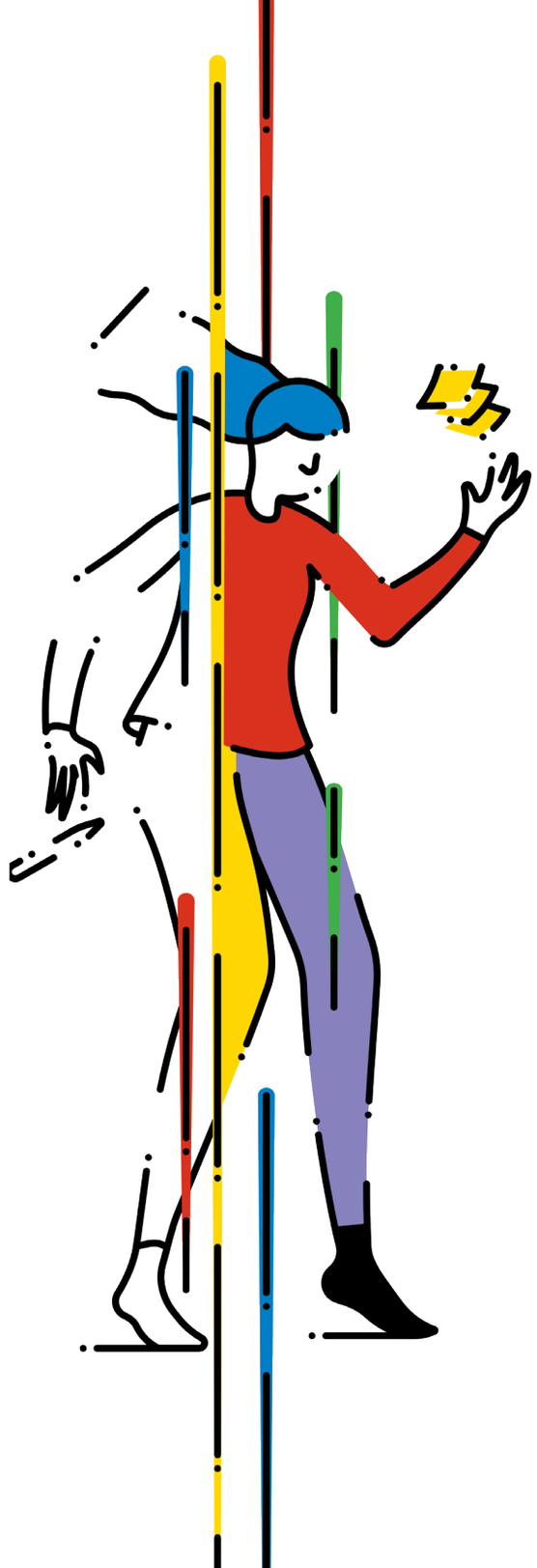
Työpajoissa syntyneet konseptiaihiot ovat jo osittain sulautuneet käynnissä oleviin projekteihin ja osa on mukana tulevan strategiakauden kehittämishankkeissa. Luonnollisesti osa hyvistäkin ideoista jää vielä odottamaan aikaansa. Valitettavasti kehittämistä ei pysty tekemään määräänsä enempää yhtäaikaisesti.

Kehittämis-ehdotukset

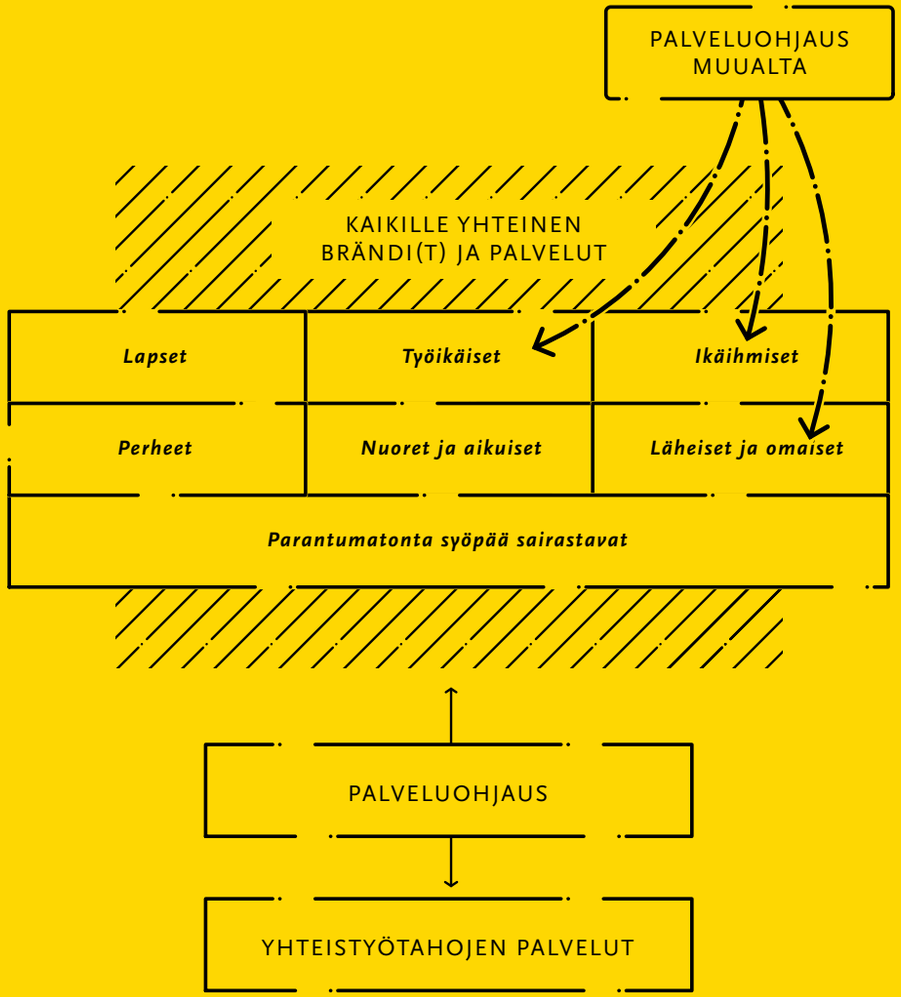
SEGMENTOINTI

Sairastaminen on hyvin henkilökohtainen asia. Silloin pieneltäkin tuntuvat asiat saavat tarjolla olevan palvelun tuntumaan väärältä. Tyypillinen esimerkki tästä oli asiakkaan kokemus siitä, että suurin osa tukiryhmän henkilöistä ei ollut samassa elämäntilanteessa. Sairastamiseen liittyy myös valtavasti pohdittavaa ja omaksuttavaa tietoa, joten monet haastateltavat kokivat, että he eivät saaneet oikeaa tietoa oikeaan aikaan.

Näiden havaintojen pohjalta suosituksena on elämäntilanteeseen perustuvan asiakassegmentoinnin käyttöönotto. Segmentoinnin tarkoituksena on selkeyttää eri tilanteissa olevien asiakkaiden palvelulupausta, brändejä ja palveluvalikoimaa. Tavoitteena on, että asiakkaan olisi mahdollisimman helppo ymmärtää mitkä brändit ja palvelut ovat häntä varten.



BRÄNDI JA PALVELUHIERARKIA



Elämäntilanteiden rinnalle segmentoinnissa nostetaan läheisille ja omaisille suunnatut palvelut ja kaikille segmenteille yhteiset palvelut *(mm. kaikkisyövästä.fi, valtakunnalliset ja alueelliset neuvontapalvelut)*. Parantumatonta syöpää sairastavien palvelut taas ovat samanlaisia segmentistä riippumatta ja oma kokonaisuutensa.

SUOSITELTAVAT TOIMENPITEET:

- Päätös segmenteistä *(sopiva ja hallittava määrä segmenttejä)*
- Asiakaslupaukset eri segmenteille
- Kehittämistyön priorisointi segmenttien välillä ja sisällä

BRÄNDIN KIRKASTAMINEN JA PALVELUHIERARKIA

Jo asiakashaastatteluissa tunnistettiin, että Syöpäjärjestöjen lukuisat brändit sekä palveluiden ja hankkeiden nimet aiheuttavat sekaannusta asiakkaille. Yhtenäisyyden puute tekee asiakkaalle hankalaksi seuraavan hänelle hyödyllisen palvelun löytymisen. Pahimmillaan väärä nimi on asiakkaalle luotaantyöntävä ja hän ei edes harkitse palvelun kokeilemista.
Jatkeena segmentoinnille suositellaan brändi- ja palveluhierarkian järjestämistä asiakkaan näkökulmasta loogisiin kokonaisuuksiin. Tavoitteena on, että asiakas ymmärtää mitkä brändit ja palvelut ovat osa samaa, häntä palvelevaa, brändi- ja palveluperhettä. Riippumatta siitä, mistä palvelusta asiakas aloittaa, tulisi hänen ymmärtää mitä muita palveluita on tarjolla ja mitkä palvelut toimivat asiakaspolun myöhemmissä vaiheissa, kun niiden aika on.

SUOSITELTAVAT TOIMENPITEET:

- Brändien yhteensopivuus niin, että asiakas ymmärtää mitkä brändit ovat samaa perhettä ja ketä ne palvelevat
- Palvelulupaukset ja palvelukuvaukset
- Organisaation sisäinen malli kansallisten ja paikallisten hankkeiden, toiminnan ja palveluiden nimeämiselle

ASIAKKUUS

Syövän sairastaminen voi olla vuosia kestävä monivaiheinen prosessi, jonka aikana sairastunut tarvitsee hyvin erilaisia palveluita. Tällä hetkellä Syöpäjärjestöjen palvelut tarjotaan yksittäisinä palveluina ja on pääosin sairastuneen itsensä vastuulla huomata uusien palveluiden tarve. Toki palveluohjausta pyritään mahdollisuuksien mukaan tekemään, mutta ohjaus riippuu yksittäisten ammattilaisten toiminnasta.

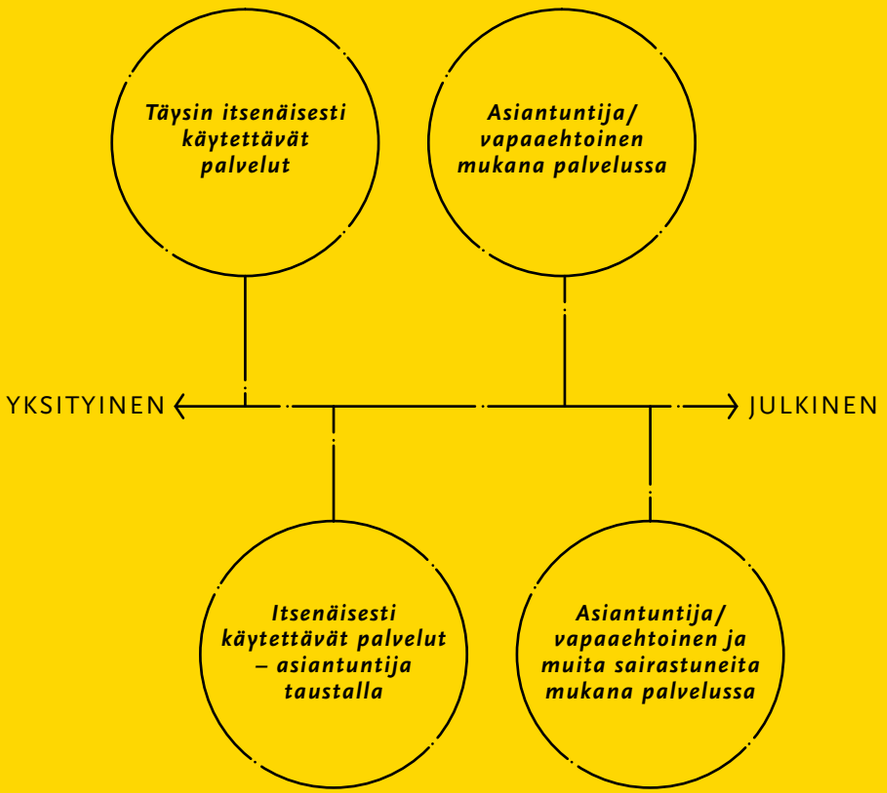
> Varsinkin sairauden alkuvaiheessa sairastuneet saavat valtavasti tietoa, jota on käytännössä mahdoton sisäistää tai muistaa. Esimerkiksi diagnoosin saatuaan asiakas keskittyy tulevaan leikkaukseen liittyviin asioihin, eikä hänelle kannata vielä siinä vaiheessa kertoa esimerkiksi leikkauksen jälkeisen fysioterapian tärkeydestä ja fysioterapiaan liittyvistä palveluista, koska hän ei pysty niitä muistamaan.

Suositeltavaa olisi suunnitella ja toteuttaa yksittäisistä palveluista erillinen asiakkuusmalli. Asiakkuuden rakentamisen avulla pystytään paremmin huomioimaan missä vaiheessa asiakaspolkua asiakas etenee, mitä palveluita hän on jo käyttänyt ja pystytään ehdottamaan mahdollisia tulevia palveluita.

Tavoitteena on, että asiakas saisi juuri sopivalla hetkellä juuri hänelle tärkeää tietoa ja palveluita.

Asiakkuusmallissa tulee toki kiinnittää erityistä huomiota asiakkaiden yksityisyyden suojaan ja terveyspalveluihin liittyvien henkilötietojen käsittelyyn.

PALVELUT ERI ASIAKASPROFIILEILLE



HENKILÖKOHTAISET JA YKSILÖLLISET PALVELUT

Asiakasymmärryksessä tunnistettiin, että osa asiakkaista kokee sairastamisen hyvin yksityisenä asiana. Heidän osaltaan suosituksena on tarkastella nykyisiä palveluita ja kehittää uusia yksityisyys huomioiden. Palveluiden muotoja ja digitaalisia palvelukanavia kehittämällä voidaan toteuttaa palvelut niin, että ne sopivat eri yksityisyyden tasoja kaipaaville asiakkaille.

1. **Täysin itsenäisesti käytettävät palvelut**

   Asiakas voi käyttää palvelua täysin itsenäisesti ja olla varma siitä, että kukaan muu ei saa tietää palvelun käytöstä.

2. **Itsenäisesti käytettävät palvelut – asiantuntija taustalla**

   Asiakas voi käyttää palvelua täysin itsenäisesti, mutta palvelussa on tehty selväksi, että asiantuntijaan voi koska tahansa olla anonyymisti yhteydessä, jos siihen on tarvetta.

3. **Ammattilainen ja/tai vapaaehtoinen mukana palvelussa**

   Asiakas voi käyttää palvelua anonyymisti tai tunnistetusti. Palvelun tuottamisessa mukana ammattilainen ja/tai vapaaehtoinen työntekijä.

4. **Ammattilainen ja/tai vapaaehtoinen ja muita sairastuneita mukana palvelussa**

   Asiakas käyttää palvelua tietäen, että mukana on ammattilainen ja/tai vapaaehtoinen sekä muita sairastuneita

SUOSITELTAVAT TOIMENPITEET:

- Nykyisten palveluiden arviointi henkilökohtaisuuden ja yksityisyyden osalta
- Tarvittaessa nykyisten palveluiden muokkaaminen itsenäisesti käytettäviksi
- Uusien yksityisten palveluiden kehittäminen *(esim. itsenäiset verkkokurssit, anonyymit chat-palvelut)*

DIGITAALISET PALVELUT

Digitaalisten palveluiden osalta Syöpäjärjestöt on onnistunut luomaan sairastuneille tärkeän tietolähteen: kaikkisyövästä.fi mainittiin lähes kaikissa haastatteluissa tärkeänä ja luotettavana tiedonlähteenä. Muiden digitaalisten palveluiden osalta maininnat hajaantuivat tai hyviä palveluita ei osattu mainita.

Samaan aikaan esimerkiksi etälääkäripalvelut ja erilaiset digitaaliset hyvinvointipalvelut kasvattavat suosiotaan ja ovat jopa osittain jo vakiintuneet arkipäiväisiksi palveluiksi, joita käytetään siinä missä verkkopankkiakin.

Digitaalisten palveluiden osalta suositellaan lähestymään palveluiden kehittämistä kolmesta näkökulmasta.

1. **Omat palvelut**
   Valitaan ja kehitetään itse palveluita, jotka ratkaisevat asiakkaiden tarpeita erityisesti palveluiden ja tiedon oikea-aikaisen saatavuuden suhteen. Etätapaamiset, -ryhmät ja -luennot, vertaistuki sekä itsenäisesti käytettävät palvelut lisäsivät merkittävästi asiakkaiden mahdollisuutta käyttää erilaisia palveluita.

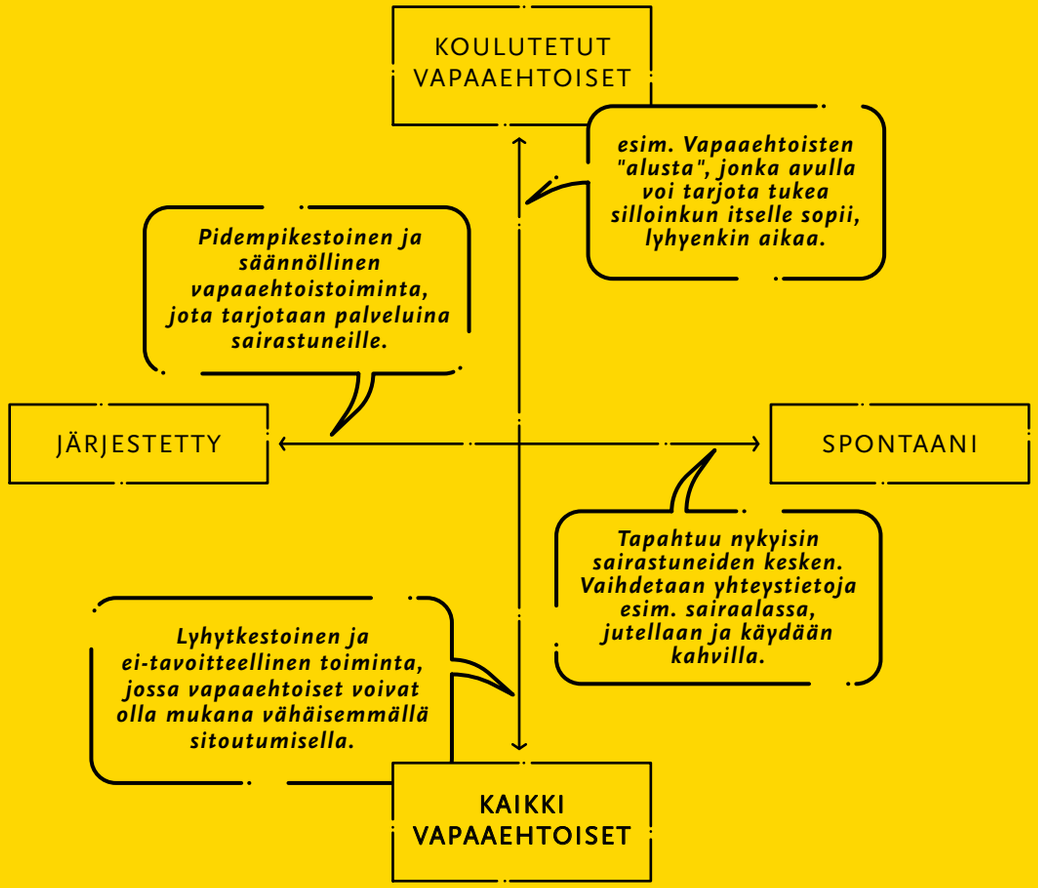
2. Palvelut yhteistyössä kumppaneiden kanssa

Digitaalisten palveluiden toteuttaminen ja varsinkin riittävän suurten käyttäjämäärien saaminen vaativat merkittäviä panostuksia. Syöpäjärjestöt tarjoaa jo nykyisin palveluita esim. sairaaloiden tiloissa, joten samaa mallia kannattaa hyödyntää myös digitaalisten palveluiden osalta. Digitaalinen sisältö on helposti monistettavaa, joten ei ole mitään syytä miksi esimerkiksi Syöpäjärjestöjen tietoa ei olisi saatavilla sairaaloiden, lääkärikeskusten tai vaikkapa start-upien palveluissa.

3. Digitaalisen teknologian uudet avaukset

Verkkopalvelut ja applikaatiot ovat helpoimmin hahmotettavia digitaalisia kanavia, mutta niiden lisäksi esim. aktiivisuusrannekkeet, älykellot tai muut vastaavat tuotteet voisivat olla mahdollisia uusia palvelukanavia. Suositellaan tutkimaan digitaalista kehitystä myös uusien teknologioiden osalta ja kokeilemaan uusia ratkaisuja yhteistyössä laitevalmistajien tai muiden vastaavien toimijoiden kanssa.

VAPAAEHTOISET
PALVELUIDEN TUOTTAJINA



Vapaaehtoiset palveluiden tuottajina

Vapaaehtoiset ovat olennainen osa Syöpäjärjestöjen palveluiden tuottamista ja tarjolla on erilaisia vapaaehtoisrooleja tukihenkilöstä yhdistysaktiiviin. Haastatteluissa kävi ilmi, että lähes kaikki haastateltavat olivat löytäneet itselleen spontaa-

nia vertaistukea sairastamisen aikana. Pääosin spontaani vertaistuki syntyi samaan hetkellä samassa tilanteessa olevien toisten sairastuneiden kanssa. Monet haastateltavista myös kertoivat ajatuksista ja halukkuudesta auttaa muita sairastuneita jollain itselleen sopivalla tavalla.

> Näiden huomioiden perusteella suositellaan kehittämään vapaaehtoistoimintaa edelleen ja tarjoamaan vielä monimuotoisempia mahdollisuuksia toimia vapaaehtoisena. Erityisesti lyhyemmät ja spontaanin osallistumisen mahdollisuuden tarjoavat vapaaehtoisuuden muodot antaisivat useammalla mahdollisuuden osallistua juuri silloin kun siihen on halu ja mahdollisuus.

Uusien ja erilaisten tehtävien rakentaminen vaatii myös eri roolien brändäyksen kehittämistä, jotta palvelua saavat asiakkaat erottavat paremmin ammattilaisen, koulutetun vapaaehtoisen ja vapaaehtoisen roolit ja kyvyt sekä keinot olla avuksi.

SUOSITELTAVAT TOIMENPITEET:

- Lyhyempien ja spontaaniin osallistumisen mahdollistavien tehtävien tunnistaminen
- Vapaaehtoisten roolien / työn brändäys
- Digitaalisten työkalujen hyödyntäminen vapaaehtoisten rekrytoinnissa, tehtävien organisoinnissa ja tehtävien suorittamisessa *(esim. etävertaistuki)*

Yhteenveto

Maailma ja toimintaympäristöt ympärillämme muuttuu nopeaa vauhtia. Syöpäjärjestöjen strategiassa 2021–2125 on tunnistettu toimintaamme liittyviä keskeisiä toimintaympäristömuutoksia, jotka ovat:

- väestön ikääntyminen
- sosiaali- ja terveydenhuollon rakenneuudistus
- monikulttuurisuuden lisääntyminen
- eriarvoisuus
- kaupungistuminen
- digitalisaatio
- työn merkityksen ja sisältöjen muuttuminen
- ilmastonmuutos
- kestävä kehitys

Näiden yhteiskunnallisten muutosvoimien lisäksi syövän hoito kehittyy ja yksilöllistyy, hoitoajat sairaalassa lyhenevät, tieto, tuki ja yhteydenottomahdollisuudet terveydenhuoltoon digitalisoituu, jotka vaikuttavat syöpään sairastuneiden elämään, tuen tarpeisiin, toimintaan ja palveluiden käyttöön.

Vaikka Syöpäjärjestöt on vahva ja tunnettu järjestö, on myös meidän pystyttävä paremmin vastaamaan syövän aiheuttamiin yhteiskunnallisiin haasteisiin, jotka ilmenevät yksilötasolla henkilökohtaisina palvelutarpeina. Haluamme Syöpäjärjestöissä tietää ja tuntea asiakkaamme ja heidän läheistensä tarpeet paremmin sekä pystyä ketterästi muuttamaan toimintaamme ja tarjoamaan parempia palveluja asiakkaidemme hyvän elämän edistämiseksi.

Tämä palvelumuotoiluprojektin avulla ymmärryksemme ja tieto erilaista asiakkaista ja heidän tarpeistaan lisääntyi sekä saimme merkittävän määrän uusia kehittämisideoita ja ratkaisuja, joiden avulla pystymme kehittämään parempia palveluja seuraavan strategiakauden 2021-2025 aikana. Tämän projektin ideat jalostuvat ja täsmentyvät strategiakauden aikana toteutettavissa uusissa projekteis-

Osaa kehittämisideoista olemme lähteneet jo testaamaan ja toteuttamaan, kuten yksilöllistä kuntoutumisen tukea lyhytpsykoterapeuttisella työotteella digitaalisin menetelmin.

Projektissa parasta ja tuottavinta oli aito ja tiivis yhteistyö ammattilaisten ja asiakkaiden kesken. Ammatillinen ja asiakkaiden kokemuksellinen tieto muotoiltiin työpajoissa yhteisesti tuotetuiksi kehittämisideoiksi ja uusiksi palvelukonsepteiksi. Tulevaisuudessa aikomuksenamme on osallistaa asiakkaitamme, kohderyhmiämme ja sidosryhmiämme entistä enemmän kuntoutumisen tukea koskevan toimintamme ja palvelujen kehittämiseen.

Projektin joustavaan ja sujuvaan etenemiseen vaikutti yhteistyökumppanimme Passi & Ripatti Oy:n vankka kokemus palvelumuotoiluprojektien läpiviennistä sekä heidän pyrkimyksensä vastata Syöpäjärjestöjen palvelujen kehittämistä koskeviin tuen tarpeisiin. Lisi projektin onnistumiseen vaikutti Syöpäjärjestötyöntekijöiden sitoutuminen yhteiseen prosessiin johdon luottamus ja tuki.

Kaiken kaikkiaan tämä projekti oli järjestöllemme oppimiskokemus palvelumuotoilusta.

Havaitsimme, että palvelumuotoiluprosessi ja -menetelmät sopivat erinomaisesti järjestölähtöisten palvelujen kehittämiseen. Syöpäjärjestöt tarjoaa tulevaisuudessakin sekä ammattilaisten että vapaaehtoisten toimesta palveluja syöpään sairastuneille ja heidän läheisilleen sairauden kaikissa vaiheessa. Tulevaisuudessa aiomme erityisesti kehittää kuntoutumisen tukeen liittyviä digitaalisia palveluja, jotta palvelumme olisivat mahdollisimman kattavasti kaikkien saatavilla asuinpaikkakunnasta riippumatta, unohtamatta kuitenkaan aitoa kasvokkaista kohtaamista ja kuuluksi tulemisen mahdollisuutta. Haluamme luoda myös vapaaehtoisille uusia tehtäviä, jotka osaltaan tukevat ja edistävät sairastuneen ja heidän läheistensä kuntoutumista.

Syöpäjärjestöt

Unioninkatu 22
00130 Helsinki
puh. / tel. 09 135 331
tiedotus@cancer.fi
kaikkisyovasta.fi