

PALVELUKONSEPTIAIHIOITA METSÄPALVELUYRITYKSILLE

Metsänhoidon
palvelukonsepteja
-infokortit
(urn.fi/URN:NBN:fi
-fe202401041338)

Palvelukonseptien idea

Metsäpalveluyrityksille suunnattuja metsänhoidon palvelukonsepteja esitellään ja havainnollistetaan viiden infokortin avulla. Ne ovat NOMADI-hankkeen tuotoksia.

Palvelukonseptiaihiossa kuvataan esimerkkejä, ideoita ja argumentteja, joita metsäpalveluyrittäjät voivat hyödyntää omien palvelujensa jatkokehityksessä. NOMADI-hankkeessa näitä ovat ideoineet metsäalan asiantuntijat ja toiveena on, että konseptimme innostavat metsäpalveluyrittäjiä palvelukonseptien kehittämiseen omassa yrityksessä, aihoiden tarjoaman materiaalin tuella.

Mikä on palvelukonsepti?

Palvelukonsepti kuvaa yrityksen ja sen asiakkaan kanssakäymistä. Palvelukonseptissa kerrotaan, mitkä tarpeet ja toiveet yritys tyydyttää, miten tämä saavutetaan, ja mikä on asiakkaan kokemus palvelusta. Palvelukonsepti ei rajoitu vain yrityksen näkökulmaan, vaan huomioi myös asiakkaan ja muut sidosryhmät. Palvelukonsepti on kaikille yhteinen näkemys palvelun tuottamisesta ja vastaanottamisesta.

Palvelukonseptilla tavoitellaan markkinasegmentin kohdentamisen ja palvelun erottuvuuden kautta etuja ja lisäarvoa sekä yritystoiminnalle että asiakkaille. Hyvä palvelukonsepti luo kokonaisvaltaisen asiakas-kokemuksen, joka ylittää osiensa summan. Aina ei riitä, että asiakas saa käyttöönsä teknisesti laadukkaan palvelun tai tuotteen, vaan koko toimintaketjusta täytyy muodostua hyvä käsitys. Palvelukokonaisuuden on myös tuotettava riittävästi arvoa kustannuksiin nähden.

Esimerkiksi metsänhoidossa asiantunteva palvelu, keskustelut metsätilan hoitotarpeista ja metsänomistajalle mieleisten hoitomenetelmien löytäminen voivat olla ratkaisevia tekijöitä asiakasuskollisuuden luomisessa. Vaihtoehtoisesti ratkaisevaa voi olla esimerkiksi palvelun helppous: metsänomistajan ei tarvitse nähdä vaivaa, vaan tarvittavat työt hoituvat kuin itsestään.

Toimiva kokonaisuus ratkaisee, ja eri asiakasryhmistä voi löytyä hyvin erilaisia tarpeita, joissa toimivat erilaiset palvelukokonaisuudet. Tiettyyn kohderyhmään erikoistuneet palvelukonseptit voivat olla eduksi sekä asiakkaalle että palveluntarjoajalle.

Palvelukonseptin osatekijät

Palvelukonsepti koostuu ideasta ja neljästä muusta palvelun osa-alueesta, joita Johnston & Clark (2005) kuvaavat seuraavasti:

1. Käyttäjäkokemus (*user experience*) eli käyttäjän suora kokemus palvelusta;
2. Palvelutoiminta (*service operation*) eli tapa, jolla palvelu toimitetaan;
3. Palvelutulos (*service outcome*) eli palvelun hyödyt ja tulokset käyttäjälle;
4. Arvo (*value*) eli käyttäjän kokemat palvelun hyödyt suhteessa palvelun kustannuksiin. Kustannuksilla tarkoitetaan kaikkia resursseja (ei pelkästään palvelusta maksettava hintaa, vaan lisäksi esim. kulkumatkat, kulunut aika).

Infokorttisarjassamme esitellään viisi metsänhoidon yritysten palvelukonseptiaihiota tämän palvelukonseptin kuvauksen pohjalta. Jokaisessa konseptissa on käyty läpi palvelun eri osa-alueiden (käyttäjäkokemus, palvelutoiminta, palvelutulos, arvo) sisältö, ja se kuinka niiden ajatellaan konseptissa toteutuvan. Infokorteissa esitelty palvelukonseptit ovat metsänhoidon asiantuntijoiden ja tutkijoiden laatimia, mutta niitä on ideoitu yhdessä sellaisten metsänhoitoalan yritysten kanssa, joissa palvelukonseptit voisivat sopia osaksi arkista yritystoimintaa.

Lähde: Johnston R, Clark G. 2005. Service operations management. Improving Service Delivery. 2nd edition. Ashford Colour Press Ltd., Gosport. ISBN 0-273-68367-5. 496 p.

PALVELUKONSEPTIEN SIJOITTUMINEN PALVELUN OSA-ALUEISIIN

Käyttäjäkokemus	Palvelutoiminta	Palvelutulos	Arvo
- Joustavat palvelupaketit metsänomistajan tarpeiden mukaan - Asiantuntevan tiedon saanti mm. ilmastoviisaista, vakioituista metsänhoidon ratkaisuista - Helppo yhteydenpito palveluntarjoajan kanssa digitaalisia kanavia hyödyntäen	- Ilmastoviisas neuvonta ja suunnittelu - Kokonaisvaltainen "metsätalkkaripalvelu" - Vakioitu metsänhoidon työläjien toteutus - Verkkokauppa	- Terve ja hyvin kasvava taimikko tai metsikkö - Juoheva metsänuudistamisen ja hoitotoimien ketju - Huoleton metsänomistaminen "Hyvä ilmastomieli"	- Järkevä kulurakenne ja helpot hintavertailut - Metsäpalveluyrittäjän helppo ja tehokas asiakashankinta

LIIKETOIMINTAPROSESSI

Esimerkki palvelukonseptien sijoittumisesta taimikonhoidon liiketoimintaprosessiin

Markkinointi	Sopimus	Tuotanto	Luovutus	Jälkimarkkinointi, asiakkuuden ylläpito
Taimikonhoito ja muu metsänhoito on ilmastoteko. Oman tilan arvo nousee "omissa silmissä"; maisema-, ilmasto- yms. arvot	Kauppa etänä ja sähköisenä metsänomistajan kanssa.	Metsänhoitotyö, kuten taimikonhoito, ilmasto-neuvonta.	Palvelu tai tuote asiakkaalle: Ilmastoteko, digitaaliset kuvat tai videot lopputuloksesta	Uusi toimeksianto samalta asiakkaalta tai suosituksen kautta naapurilta. Uusia lisäarvopalveluita, mökkitalkari jne.
	Kumppanit: toimitus-sopimukset verkkokaupassa; tehdään toiminnan ohjaus			