

Helsinki

Kauppatorin mobiiliopastuspilotin yhteiskehittäminen

Kehittäjäraadin ja loppukäyttäjien osallista-
minen



Sisälylys

1. Johdanto	3
2. Prosessin toteutus.....	4
3. Yhteiskehittämisen vaiheet ja tulokset.....	6
3.1 Tarveselvitys	6
Tarpeet Kauppatorin toimijoiden näkökulmasta	6
Tarpeet Kauppatorin pääkäyttäjryhmien näkökulmasta	9
Kauppatorin opastuspolku	11
3.2 Ideointi	12
Benchmark-tarkastelun toteutus ja tulokset	12
Ideointityöpajan toteutus ja tulokset	12
3.3 Konseptointi	13
Konseptointityöpajan toteutus ja tulokset.....	13
Asiantuntijatyöpajan toteutus ja tulokset.....	15
3.4 Kokeilut.....	17
Mobiiliopastuspalvelun kokeilujen toteutus ja tulokset.....	18
Ruuhekien mittaamisen kokeilujen toteutus ja tulokset	20
Kokeilujen tulosten käsittely ja hyödyntäminen	21
3.5 Pilotointi	21
Pilottityöpaja	21
Palvelukuvausten syöttö.....	21
Markkinointi	22
3.6 Arviointi.....	23
Käyttäjäkysely ja -haastattelut	23
Käytettävyyystestaus	24
Kysely Kehittäjäraadille	30
4. Pohdintaa tuloksista	32
Kokeillut ja pilotoitut ratkaisut käyttäjälähtöisyyden näkökulmasta	32
Kehittäjäraadin osallistuminen	33
Lähdeluettelo	35
Liitteet:	
Liite 1. Tarveselvitys: Helsingin kävelykeskustan opastamisen nykytilanne ja Kauppatorin opastamistarpeet	
Liite 2. Kauppatorin mobiiliopastusratkaisun konsepti ja prototyyppi	
Liite 3. Yhteenveto Kauppatorin opastuskokeilujen palautteesta	
Liite 4. Yhteenveto Kauppatorin opastuspilotin palautteesta	
Liite 5. Kauppatorin pilotin palautealomakepohjat	

1. Johdanto

Kaupunkiympäristöissä lisääntyneen digitaalisen opastuksen avulla ohjataan ihmisvirtoja oikeaan suuntaan ja tarjotaan räätälöityä tietoa alueen palveluista. Euroopan Unionin rahoittamassa Opastamisen ekosysteemi -hankkeessa Helsingin, Turun ja Tampereen tavoitteena on saada kaupunkeihin uutta yritystoimintaa sekä lisätä nykyisten yritysten kannattavuutta erityisesti digitaalisen opastamisen kehittämisellä. Kauppatorin alue on Helsingin pilottikohde hankkeessa.

Kauppatorin digitaalisen opastamisen kehitysprosessi eteni tarveselvityksestä ideointiin, konseptointiin, prototyyppiin, kokeiluihin, pilotointiin ja pilotin arviointiin. Hankkeen yhtenä tavoitteena oli ratkaisujen kehittäminen yhdessä alueilla toimivien yritysten kanssa. Lisätietoa hankkeesta ja Helsingin osatoteutuksesta on esitetty osoitteessa <https://itsasign.fi>

Yhteiskehittäminen alueen yritysten kanssa toteutettiin aikavälillä tammikuu 2018 - elokuu 2019. Prosessin tavoitteena oli osallistaa Kauppatorilla, Vanhassa kauppahallissa, Torikortteleissa, vesiliikenteessä ja saarissa toimivat yrittäjät opastusratkaisun lähtökohtien ja tarpeiden tunnistamiseen, ratkaisujen ideointiin, palvelun prototyypin kokeiluun, sisällön tuottamiseen pilottiversioon sekä pilotin arviointiin. Yhteiskehittämistä varten yrittäjistä koottiin Kehittäjäraati, johon kaikki alueella toimivat yritykset olivat tervetulleita.

Yhteiskehittämisen prosessiin sisältyi yrittäjien lisäksi myös ratkaisun loppukäyttäjien osallistaminen. Loppukäyttäjät osallistettiin prototyypin testauksessa Venemessujen yhteydessä sekä pilotoinnin aikana toteutetuilla käyttäjähaastatteluilla, pilottipalveluun upotetulla palautelomakkeella sekä käytettävyytestauksella. Ratkaisun käytettävyys ja hyödyllisyys taataan osallistamalla loppukäyttäjät jo ratkaisun kehitysvaiheissa.

Kokeilujen ja pilotin arviointia toteutettiin haastatteluin myös ratkaisun kehittämiseen osallistuneille osapuolille eli innovaatiokumppaneille (Etteplan MORE Oy, Innofactor Oy), Helsingin kaupungin edustajille sekä yhteiskehittämisestä vastanneelle Ramboll Finland Oy:lle. Asiantuntijapalautteen yhteenvetoa ei esitetä tässä raportissa.

Työtä on ohjannut ohjausryhmä, johon ovat kuuluneet Anu Kiiskinen sekä Kari Pesonen Helsingin kaupungilta. Työn on laatinut Helsingin kaupungin toimeksiannosta Ramboll Finland Oy:n työryhmä, johon kuuluivat projektipäällikkö Inna Ampuja, palvelumuotoilijat Jaakko Kemppainen, Jenny Hölttä, Aino Ropponen sekä Roban Konna Oy:lta digitaalisen opastamisen ja markkinoinnin asiantuntija Jaakko Seppälä.

2. Prosessin toteutus

Työssä osallistettiin Kauppatorilla ja sen lähiympäristössä toimivia yrityksiä ja muita toimijoita koko mobiiliopastuspilotin kehitysprosessin ja pilotoinnin ajan. Kehittäjäraadilta, loppukäyttäjiltä ja prosessiin osallistuneilta asiantuntijoilta selvitettiin myös kokemuksia pilotoidun ratkaisun hyödyllisyydestä ja käytettävyydestä.

Kehittäjäraati oli avoin kaikille Kauppatorilla ja sen lähialueella toimiville yrityksille ja muille toimijoille. Kauppatorin lähialue käsitettiin tässä laajasti, sisältäen Kauppatorin, Vanhan kauppahallin, Torikorttelit, sekä saaret, joihin oli pääsy vesiteitse Kauppatorilta. Lisäksi Kehittäjäraatiin kuuluu yksi Katajanokalla ja yksi Esplanadilla toimiva yritys.

Prosessista tiedotettiin sekä sähköisesti että tilaisuuksissa. Ensimmäinen yhteystietolista kerättiin Kauppatorin kehittämistä koskeneessa tilaisuudessa maaliskuussa 2018. Tämän jälkeen pilotista viestittiin Kehittäjäraadin sähköpostilistalla, julkisilla tiedotteilla, sekä Kauppatorin ja Vanhan kauppahallin koordinoimia toteuttavan Tukutorin välityksellä mm. Kauppatorin ja Vanhan kauppahallin kevään 2019 infotilaisuuksissa.

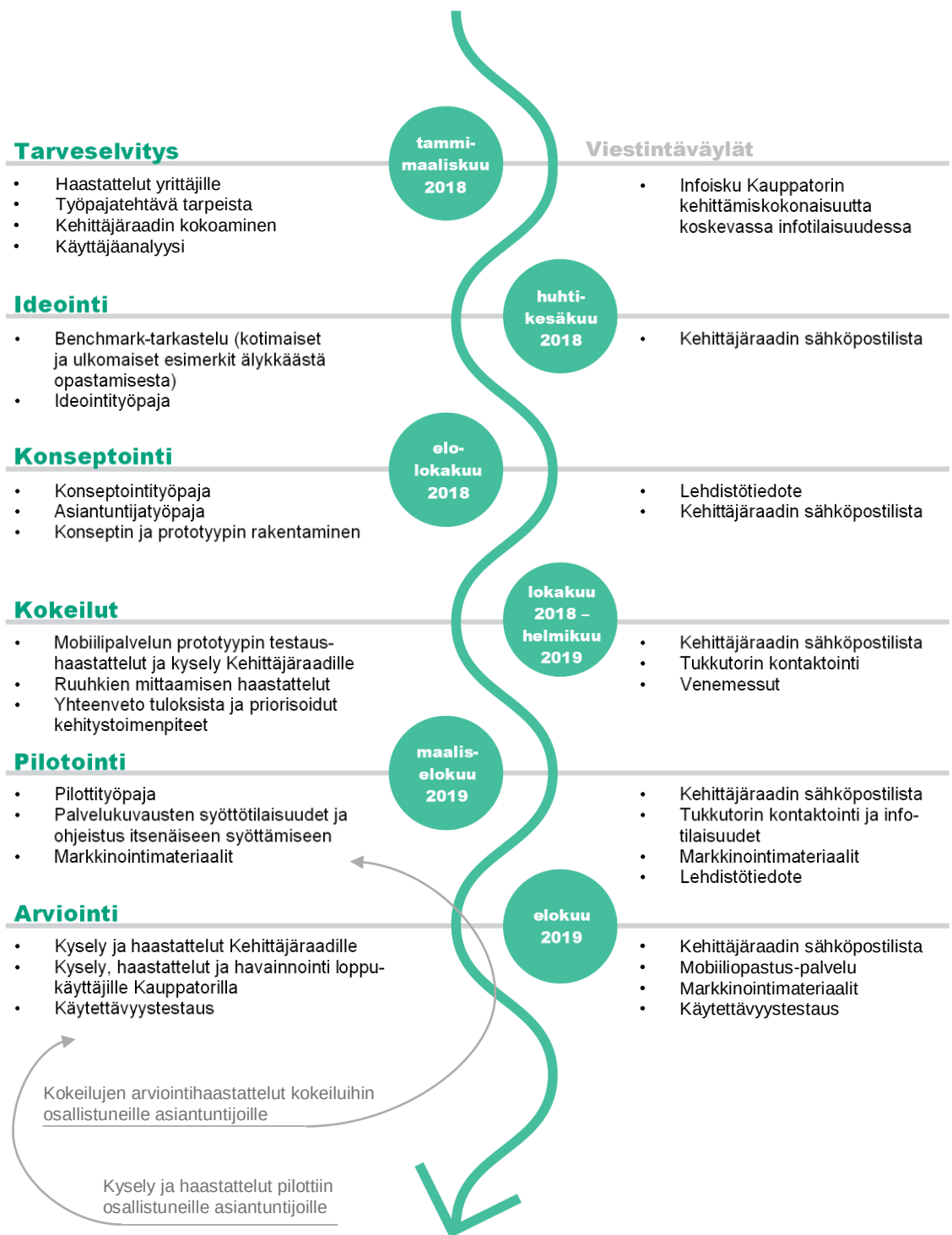


Kuva 1 Konseptointityöpaja elokuussa 2018
(Kuva: Ramboll Finland Oy)



Kuva 2 Yhteiskehittämisen tilaisuuksissa painotettiin yrittäjien aktiivista osallistumista erilaisiin tehtäviin
(Kuva: Ramboll Finland Oy)

Yhteiskehittäminen toteutettiin prosessin aikana työpajoin, haastatteluin, kyselyin ja havainnoinnilla. Prosessikuvaus on esitetty seuraavassa kaaviossa, ja eri vaiheiden toteutus tarkemmin luvussa 3.



Kuva 3 Yhteissuunnittelun prosessin sisällöt ja eteneminen (KUVA: Ramboll Finland Oy)

3. Yhteiskehittämisen vaiheet ja tulokset

3.1 Tarveselvitys

Kauppatorin opastukseen kohdistuvia tarpeita selvitettiin Kehittäjäraadissa kanssa työpajassa ja haastatteluissa. Työpajaan osallistui torimyyjiä, vesiliikenteen toimijoita, Kauppahallin yrittäjiä, Helsingin kaupungin museo sekä Suomenlinnan hoitokunta. Haastattelut toteutettiin osana Kauppatorin kaupallisten palvelujen kehittämistä koskevaa selvitystä (Ramboll 2018). Haastattelujen pohjalta muodostettiin Kauppatorin käyttäjäryhmät.

Sito Oy:n vuonna 2012 toteuttamaa Helsingin kävelykeskustan opastuskonseptia on hyödynnetty Kauppatorin opastuspolun rakentamisen runkona. Konsepti luotiin kävelykeskusta-alueen opastamisen kehittämisen tueksi, ja siinä esitettiin kävelykeskustan opastamisen periaatteita yleisellä tasolla palvelupolkujen ja käyttäjäryhmien avulla.

Työpaja järjestettiin osana 20.3.2018 Kauppatorin kehittämiskokonaisuudesta pidettyä infotilaisuutta. Tehtävällä selvitettiin osallistujien havaitsemia tarpeita Kauppatorin opastamiseen liittyen. Osallistujia pyydettiin merkitsemään Kauppatorin kartalle opastustarpeita, joita ovat havainneet omasta ja asiakkaidensa näkökulmasta. Tilaisuuteen osallistui n. 35 henkilöä.

Tarpeet Kauppatorin toimijoiden näkökulmasta

Kauppatorin alueella toimivilta yrittäjiltä ja muilta toimijoilta kerätyt näkemykset opastamiseen liittyvistä tarkemmista tarpeista on käsitelty kuudeksi haastekortiksi, jotka on esitelty seuraavaksi.

1. Kauppatorin alueen tarjonnasta ja tilaisuuksista on vaikea saada kokonaiskäsitystä
2. Tietoa vesiliikenteen kohteista ei ole helposti saatavilla
3. Vesiliikenteen laitureita on vaikea löytää
4. Kauppatoria ei löydetä tai siitä ei tiedetä
5. Jonot haastavat myyntitoimintaa
6. Peruspalveluita ei löydetä.

Haaste 1. Kauppatorin alueen tarjonnasta ja fasiliteeteista on vaikea saada kokonaiskäsitystä



Erityisesti paikallisilla on mielikuvia siitä, ettei torilta tai kauppahallista saisi enää kaikkia palveluita, kuten tuoretuotteita. Myöskään torilla käyvillä ei ole kokonaiskäsitystä siitä, miten monipuolinen tori on. Miten Kauppatorin palveluvalikoima löydettäisiin paremmin opastamisen avulla?

Kuva 4 (Ramboll Finland Oy)

Haaste 2. Tietoa vesiliikenteen kohteista ei ole helposti saatavilla

Saarikohteista ei löydy tietoa helposti ja nopeasti – tieto on pirstaloitunut vesiliikennöitsijöiden omiin tietokanaviin. Miten kohteista voisi saada helpommin tietoa? Miten tietoa voisi esittää ja koota? Miten esimerkiksi Suomenlinna ja Merellisen Helsingin brändi voisivat näkyä Kauppatorilla?



Kuva 5 (Ramboll Finland Oy)

Haaste 3. Vesiliikenteen laitureita on vaikea löytää

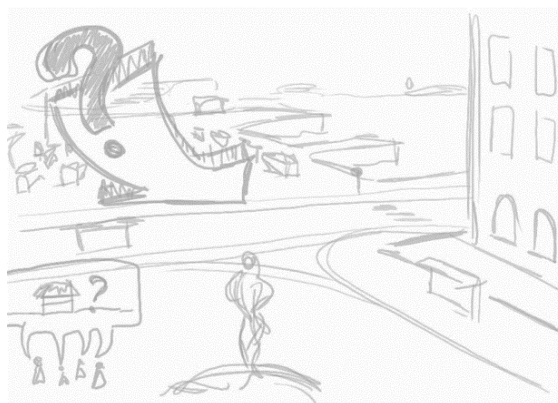


Asiakkaat kyselevät vesiliikenteen lähtöpaikkoja torin ja kauppahallin myyjiltä. Asiakkaat pakkautuvat ensimmäiseen vastaan tulevaan laivaan, vaikka vaihtoehtoja olisi tarjolla useampikin. Miten vesiliikenteen palveluihin ja laitureille voisi opastaa nykyistä paremmin?

Kuva 6 (Ramboll Finland Oy)

Haaste 4. Kauppatoria ei löydetä

Kauppatori on Helsingin keskustan helmi, mutta se ei silti välttämättä osu turistin reitille. Esimerkiksi turistivirtojen ohjaamisessa Senaatintorilta Kauppatorille olisi vielä kehitettävää. Miten potentiaalisten asiakkaiden tietoisuutta Kauppatorista olisi mahdollisuutta lisätä opastamisen avulla?



Kuva 7 (Ramboll Finland Oy)

Haaste 5. Jonot haastavat myyntitoimintaa



Kauppahallissa vierailijat muodostavat jonon, joka vie mennessään ja myyntitiskien valikoimaa on vaikea jäädä tutkailemaan. Ruuhkapäivinä lauttajonot Kauppatorilla levittäytyvät myyntikojujen peitoksi. Miten jonotuksen koreografiaa voisi Kauppatorin alueella uudistaa?

Kuva 8 (Ramboll Finland Oy)

Haaste 6. Perusfasiliteetteja ei löydetä

Kauppatorin ja Kauppahallin myyjiltä useimmin kysytyt kysymykset ovat WC:n, taksitolpan ja pankkiautomaatin sijainnit, sekä Wi-Fi. Millaista opastusta näihin perustarpeisiin vastaaviin palveluihin voisi toteuttaa?



Kuva 9 (Ramboll Finland Oy)

Tarpeet Kauppatorin pääkäyttäjryhmien näkökulmasta

Kauppatorin opastamiseen liittyvät tarpeet on jaettu erilaisten pääkäyttäjryhmien mukaisesti, joita on tarkasteltu Rambollin 2017-2018 toteuttaman Kauppatorin kaupallisten palvelujen kehittämisselvityksessä ja joita on täydennetty Opastuskonseptin käyttäjryhmien mukaisesti. Käyttäjät on jaettu paikallisiin sekä vierailijoihin.

Paikallisista käyttäjistä on tunnistettu kolme päätyyppiä, jotka ovat Läpikulkija, Vakioasiakas sekä Tapahtumakävijä. Vierailijat on jaettu haasteiden mukaan kahteen ryhmään, jotka ovat Seikkailija sekä Turistiryhmä. Ryhmät on esitelty seuraavaksi tarkemmin esimerkkipersoonien ja toimintojen avulla.

Läpikulkija

- Martti viihtyy kotikulmillaan Helsingin kanta-kaupungissa, jossa hän sekä asuu että työskentelee.
- Martin työmatka taittuu kaupunkipyörällä Kauppatorin viera.
- Kauppatorilla ei tule vietettyä aikaa, sillä alue on läpikulkupaikka, jolla pysähtyminen ei tule mieleen.

Tavoite: Saada Martti pysähtymään ja käyttämään Kauppatorin palveluja. Opastamisella tulee herättää Martin huomio siitä, millaisia mahdollisuuksia Kauppatori tarjoaa (esim. visuaaliset tai auditiiviset ärsykkeet).



Kuva 10 (Pexels)

Vakioasiakas

- Espoolainen Esko vierailee torilla pääasiassa viikonloppuisin, ja täydentää ostoksiaan tuoreilla elintarvikkeilla.
- Esko suorittaa torilla aina saman tutun rutii- nin: ensin hän käy viikonloppulounaalla Kauppahallissa ja lähtiessään ostaa tuoreen kalan kalakauppiaalta.
- Joka juhannus Esko lähtee vaimonsa kanssa saaristoristeilylle.

Tavoite: Tutustuttaa Esko uusiin palveluihin Kauppatorilla. Opastamisella tulisi voida osoittaa Eskolle, millaisia hänen rutineihin räätälöityjä mahdollisuuksia Kauppatori tarjoaa (esim. push-notifi- kaatiot, fyysinen opastaminen).



Kuva 11 (Helsingin kaupunki)

Tapahtumakävijä

- Keski-Suomesta saapuvat Mirja ja Seppo vierailevat Kauppatorilla joka vuosi Silakkamarkkinoiden aikaan.
- Pariskunnan reitti ohjautuu ihmisvirran mukana, ja he pysähtyvät kokuilla joissa on lyhyimmät jonot.
- Tapahtuman aikaan tulee vierailtua myös kauppahallissa, ja joinakin vuosina Suomenlinnassa.

Tavoite: Ohjata ihmisvirtoja niin, ettei Mirjan ja Sepon tarvitse ahdistua tungoksesta, ja tarjota heille ajankohtaista tietoa tapahtuman aikana.



Kuva 12 (My Helsinki)

Seikkailija

- Englantilainen James matkustaa yksin ja pitää matkakertomuksistaan blogia ja bloggaamat matkakohteesta omat suosituksensa.
- Helsinkiin Jamesin houkutteli useat positiiviset matkakertomukset sosiaalisessa mediassa.
- James on kiinnostunut Kauppahallin perinteistä.

Tavoite: Saada Jamesin tietoon laajemmin Kauppatorin tarjoamat mahdollisuudet. Opastamisella tulisi räätälöidä Jamesille Kauppatorikokemus, joka tuo esille alueen historiaa ja sosiaalisessa mediassa jaettavaa sisältöä.



Kuva 13 (Pexels)

Turistiryhmä

- Aasialainen turistiryhmä tutustuu Kauppahallin tarjontaan ja ottaa lautan Suomenlinnaan.
- Ryhmän jäsenillä on vapaata tutustumista Kauppatorin alueella puolen tunnin ajan.

Tavoite: Opastaa isoa ryhmää Kauppatorilla tehokkaasti ja monikielisesti (kieli, pikto-grammit), ja ohjata ryhmän jäsenet nopeasti heitä kiinnostavien palveluiden äärelle vapaan tutustumisen aikana.

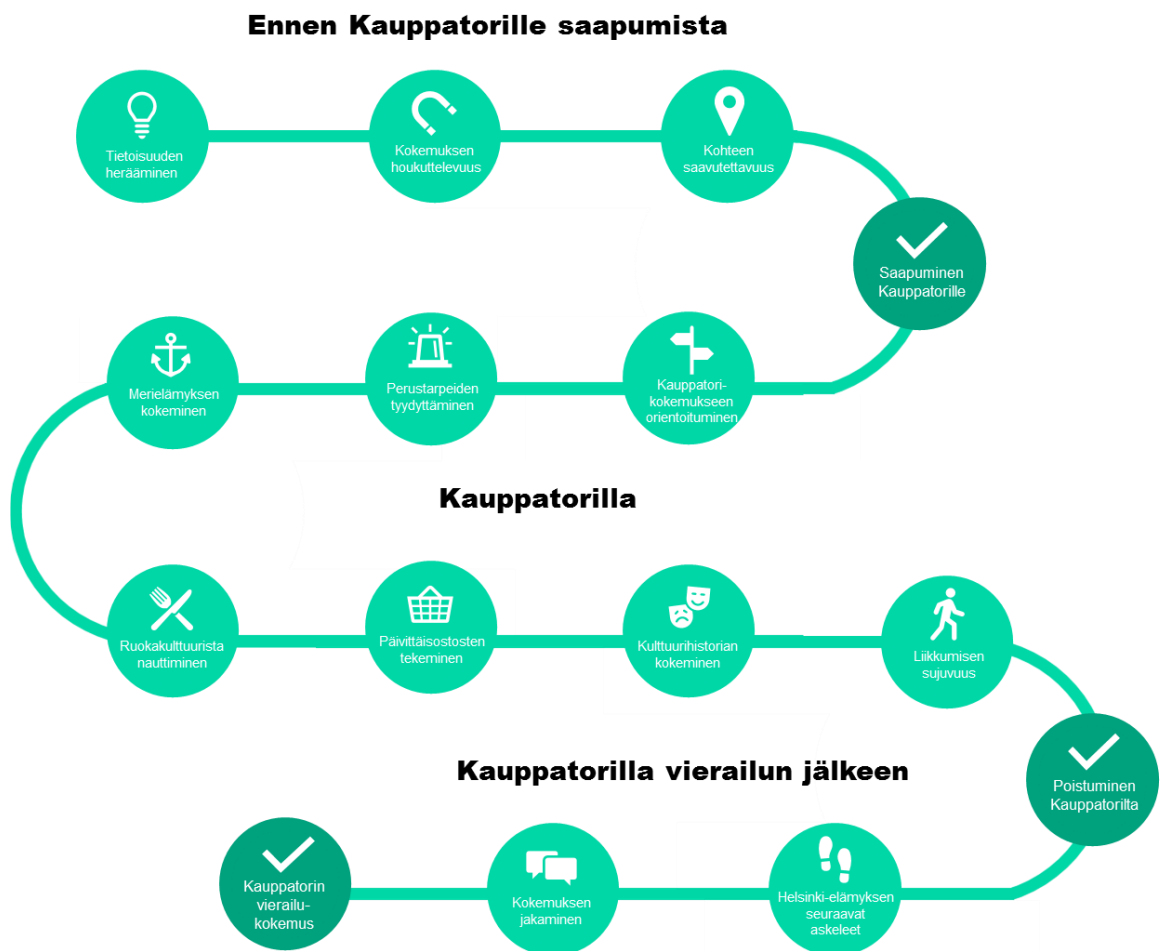


Kuva 14 (Pexels)

Kauppatorin opastuspolku

Kauppatorin opastamiseen liittyviä tarpeita tarkastellaan koko opastuspolun varrelta aikajana-
maisesti opastuspolulla. Opastuspolku kokoa Kauppatorin ja sen lähiympäristön toimijoiden
sekä pääkäyttäjärühmien tarpeet. Opastuspolun pisteet, eli käyttäjän ja opastamisen väliset kon-
taktipisteet alkavat Kauppatorin olemassaolon tiedostamisesta ja jatkuvat Kauppatorilla käynnin
jälkeiseen palautteen antamiseen ja seuraavan vierailun suunnitteluun. Kontaktipiste syntyy, kun
käyttäjä havaitsee tietotarpeen. Pisteissä tarkastellaan myös motivaatiotekijöitä, jotka kannusta-
vat käyttäjää etenemään seuraavalle kontaktipisteelle, kohti Kauppatorin tarjoamaa elämystä.

Kaikkia pisteitä yhdistää tavoitteet, jotka liittyvät toisaalta kaikkien käyttäjäryhmien huomioimi-
seen ja toisaalta opastuspolun teknisen sujuvuuden varmistamiseen. Kaikkien käyttäjäryhmien
palvelemiseen liittyviä tekijöitä ovat eri kielten huomiointi, piktogrammien hyödyntäminen yleis-
maailmallisena kielenä, esteettömyyden toteutuminen, sisältöjen tuottamisen ja palautteen anta-
misen mahdollistaminen käyttäjäryhmille. Opastuspolun sujuvuuteen liittyviä tekijöitä ovat opas-
tamisen laatuun panostaminen, fyysisten opasteiden strateginen sijoittelu, opastuksen katko-
paikkojen välttäminen, ja yhtenäisen visuaalisen ilmeen käyttö koko opastuspolun varrella.
Opastuspolku ja käyttäjäryhmien tarpeiden sijoittuminen polun varrelle on esitelty tarkemmin liit-
teessä 1.



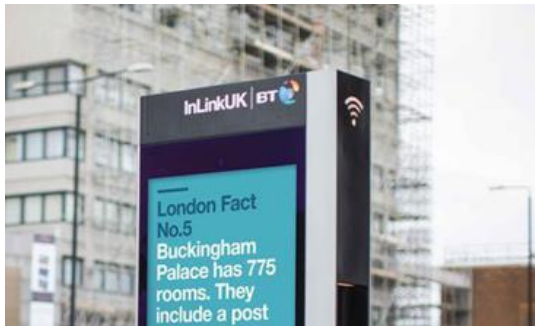
Kuva 15 Kauppatorin opastuspolku (KUVA: Ramboll Finland Oy)

3.2 Ideointi

Ideointi toteutettiin keräämällä opastustarpeisiin vastaavia ratkaisuja Suomesta ja maailmalta ("benchmark-tarkastelu"), sekä järjestämällä Kehittäjäraadille ideointityöpaja. Ideointityöpaja järjestettiin 3.4.2018 ja siihen osallistui 18 henkeä Kauppatorilla tai sen läheisyydessä toimivista yrityksistä ja toimijoista.

Benchmark-tarkastelun toteutus ja tulokset

Benchmark-tarkastelun toteuttivat Ramboll Finland Oy:n ja Roban Konna Oy:n älykkään opastamisen asiantuntijat. Tarkastelussa esitettiin esimerkkejä mm. keskitetyn opastuspisteen toimintoihin ja toteutukseen, mobiilisovellusten sisällöistä ja toiminnallisuuksista sekä alueellisen ristiinmarkkinoinnin mahdollisuuksista. Tarkastelun tarkemmat tulokset on esitetty liitteessä 1.



Kuva 16 (InLinkUK)



Kuva 17 (Gatwick Airport)

Ideointityöpajan toteutus ja tulokset

Työpajassa ideoitiin opastusratkaisuja edellisessä vaiheessa tunnistettuihin haasteisiin, joita oli mahdollista myös täydentää työpajan aikana. Ideoinnin kiihdyttämiseksi tilaisuudessa tutustuttiin uusiin digitaalisen opastamisen esimerkkeihin. Ideointi toteutettiin Kauppatorin opastamispelinä.

Ideat ovat opastamiseen liittyviä ratkaisuja tai yksittäisiä toimintoja, jotka ovat osin vaihtoehtoisia ja osin toisiaan täydentäviä ominaisuuksia joko fyysiseen tai digitaaliseen opastamiseen. Ideoissa painottui erityisesti eri toimijoiden ja kohteiden välinen yhteistyö, vesiliikenteen palveluiden opastaminen sekä opastamisen elämyksellisyys. Kohderyhmänä ratkaisuihin ovat pääasiassa vierailijat.

- Elämyksellisyys hyödyntäminen, esim. historian tarinallistaminen digitaaliseen ratkaisuun, digitaaliset herätteet, sekä visuaaliset ja auditiiviset ärsykkeet.
- Opastamisen käyttäjäkohtainen optimoiminen, esim. koko Helsingin kattava matkailusovellus ja palveluiden räätälöinti oman vierailun tarkoitukseen, keston ym. sopivaksi
- Brändin kirkastaminen, esim. Senaatintorin ja Kauppatorin yhteinen brändääminen, joka auttaa asiakkaita löytämään Senaatintorilta Kauppatorille ja toisinpäin. Yhteinen identiteetti näyttäytyy vierailijalle esimerkiksi digitaalisessa opastamisessa yhteisellä palvelupaletilla, visuaalisella ilmeellä sekä perinteisellä opaskartalla, jotka kattavat kummankin alueen palvelut ja tärkeimmät tuloväylät.

- Opastuksen alueellinen keskittäminen, esim. vesiliikenteen infokeskittymä, tai opastusalue, johon on koottu kaikki Kauppatoria koskeva informaatio ja perusfasilitetit, sekä Kauppatorin sisääntuloväylille sijoitettavat älytaulut.
- Nykyisen opastamisen hienosäätäminen, esim. laiturien numerointi ja kyltitys, nykyisten opasteiden yhtenäistämistä ja sijoittamista koskeva hienosäätö sekä jonotustilan ohjeistaminen käyttäjille selkeästi, jonotustilan optimointi esimerkiksi lippuautomaattien siirtämisen avulla.



Kuva 18 Ideointivaiheen tulokset kuvitettiin ideoiden havainnollistamiseksi (Ramboll Finland Oy).

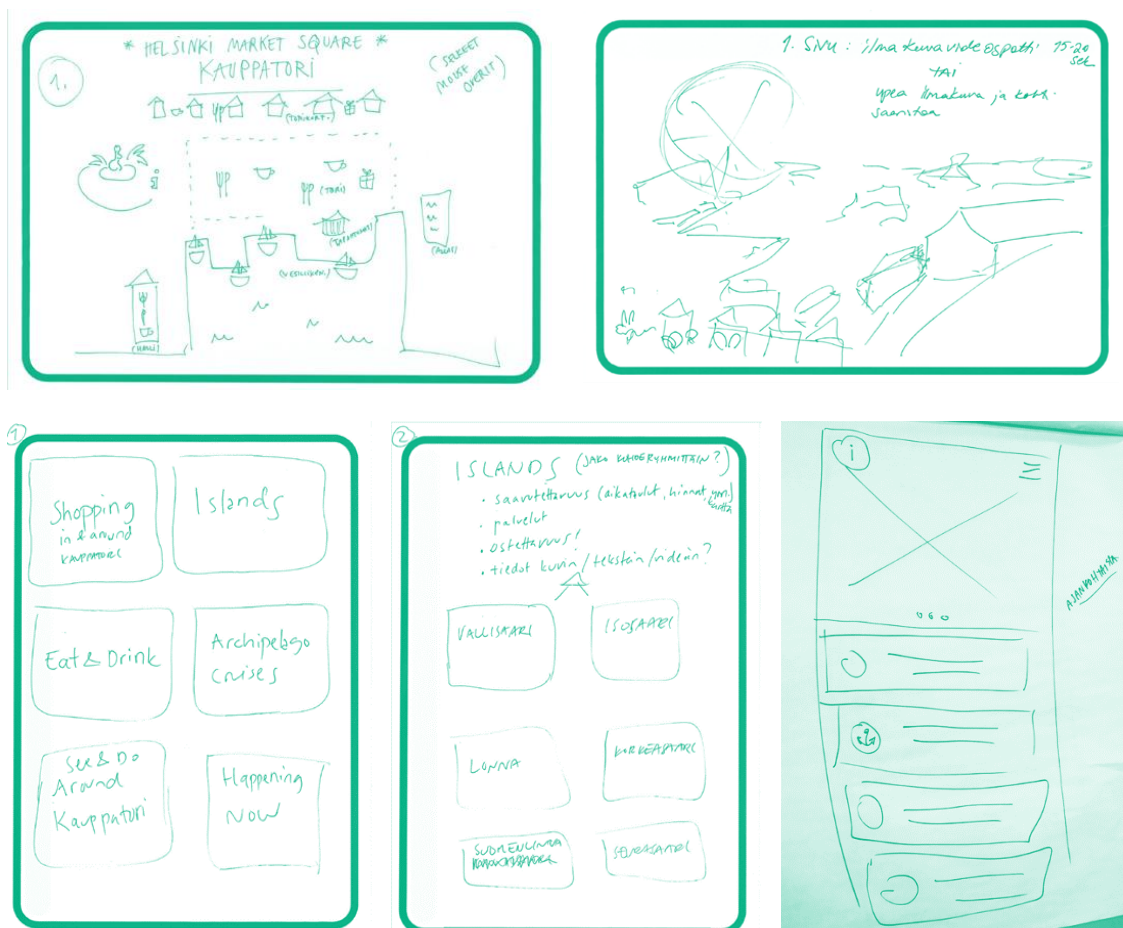
3.3 Konseptointi

Tunnistettujen opastustarpeiden ja mahdollisuuksien perusteella linjattiin hankkeessa toteutettavan opastusratkaisun formaatti. Formaattiksi valittiin verkkoselaimella toimiva opastuspalvelu, joka kokoaa Kauppatorin ja sen lähialueiden elämykset yhteen. Opastusratkaisun sisältöjen ja rakenteen konseptointi toteutettiin järjestämällä Kehittäjäraadille konseptointityöpaja sekä Helsingin kaupungille, Rambollin ja Roban Konnan työryhmälle asiantuntijatyöpaja. Konseptin rautalanka esitettiin tiiviinä ppt-esityksenä sekä prototyyppinä.

Konseptointityöpajan toteutus ja tulokset

Konseptointityöpajassa Kehittäjäraadin kanssa selvitettiin, millaista sisältöä opastusratkaisussa tulisi esittää, millaista sisältöä yrittäjillä on jo olemassa omista palveluistaan ratkaisussa

hyödynnettäväksi ja miten sisällöt voisi ratkaisussa esittää. Esimerkkinä mobiilipalvelusta esiteltiin tilaisuuden aluksi Opastamisen ekosysteemi -hankkeen Tampereen osatoteutuksessa kehitetty tapahtumaopastamisen mobiilisovellus. Työpajan tuloksena syntyi alustava näkemys mm. sivuston rakenteesta ja palvelukategorioista, tarvittavista ominaisuuksista ja palvelukuvauksissa suoraan hyödynnettävistä materiaaleista. Työpajaan osallistui yhteensä 15 henkilöä vesiliikenteen ja kauppahallin yrittäjistä, Suomenlinnan hoitokunnasta, Helsingin kaupunginmuseosta ja Torikortteleista.



Kuva 19 Osallistujien luonnostelemia kategorioita sekä oik. alhaalla yhteenvetokeskustelun tuloksena syntynyt yhteinen näkemys sivuston etusivun rakenteesta.

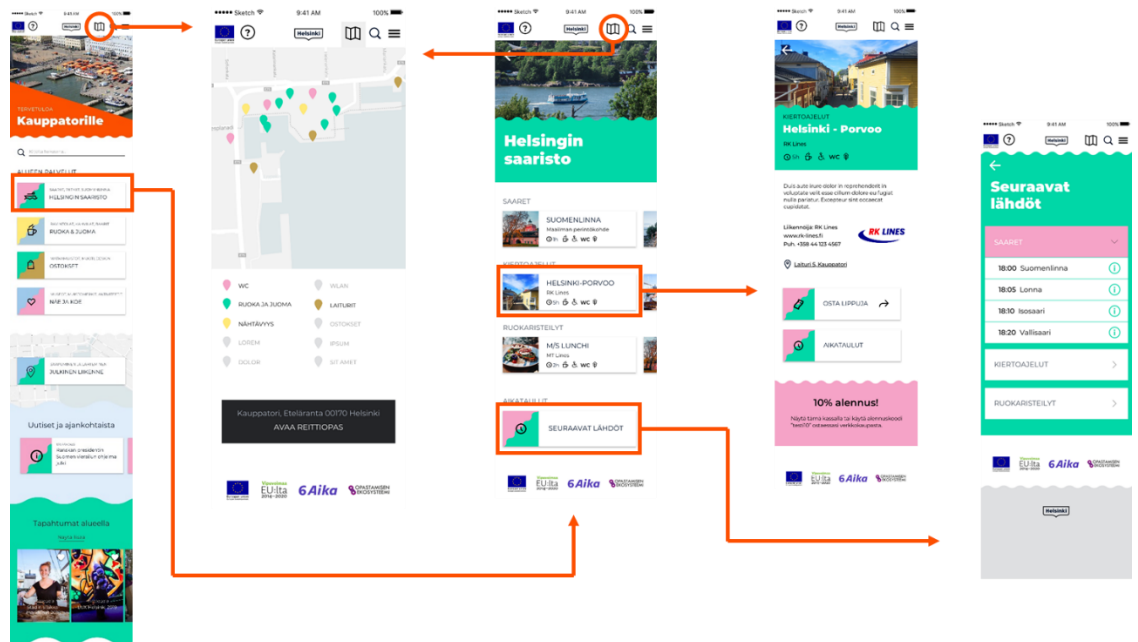
Seuraavassa taulukossa on esitetty yhteenvetoa työpajassa käsitellyistä teemoista.

Perusominaisuudet	Kategoriat
• Visuaalinen etusivu – kuvia Kauppatorin eri puolista, esim. Kuvakaruselli • Nopealla silmäyksellä hahmotettavia kokonaisuuksia, mm. symbolit / piktogrammit, palveluja kuvaavat palkit yhdistettyinä piktogrammeihin, palvelukategorioita nopeasti omaksuttava määrä (3-6 kpl) • Palvelujen luettelemisen sijaan etusivulta tulee saada kokonaiskuva Kauppatorin tarjonnasta • Jokaiselle sivulle näkyviin info-painike: Infossa perustietoa, kuten aluekartta, perustarpeisiin vastaaminen (esim. Wc:n sijainti) ym.	• Helsinki archipelago (saaret, reittiliikenne ja risteilyt) – esillä myös risteilyjen jako kahteen: tours & lunch / dinner • Luontokohteet (esim. Vallisaari, Harakka) • Kulttuurikohteet (esim. Vallisaari, Suomenlinna, Seurasaari) • Local products / shopping / gifts (kaupahalli, torikauppiaat) • Eat & Drink (sis. ravintoloiden / kahviloiden tyyli, hintataso €-€€€) • Experience (esim. Allas) • Tapahtumat • Saapuminen Muita ehdotuksia / huomioita: • Kategoriat käyttäjäryhmittäin, esim. "tekemistä perheille" • Opastaminen jakautuu vesiliikenneopastamiseen, alueopastamiseen ja tapahtumaopastamiseen • Kategoriat alueittain, esim. Kauppatorilla sijaitsevat palvelut, Torikorttelit, saaret ym.
Etusivu	Palveluesittelyt
• Ilmakuva alueesta • Herkullisia, visuaalisesti houkuttelevia kuvia tai Kauppatorin interaktiivinen kartta, josta pääsee eri kategorioihin • Ihastu Kauppatoriin –tyyppinen elementti: mikä on Kauppatori, esittelyvideo, yleiskuvaus kauppatorin palveluista, ilmakuva / tunnelmakuvia • Interaktiivinen aluekartta	• Lyhyt kuvaus, 1-3 kuvaa, ja linkki palvelun omalle verkkosivulle – vakioitava merkki- ja kuvamäärä • Palvelun havainnollistaminen piktogrammeilla • Linkki lipun ostamiseen

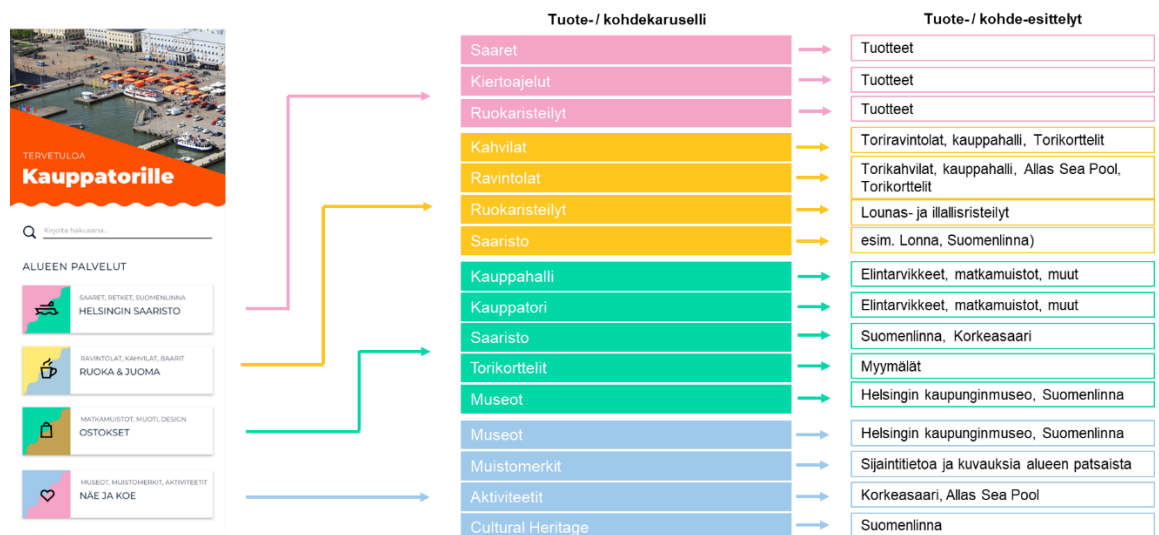
Asiantuntijatyöpajan toteutus ja tulokset

Asiantuntijatyöpajassa jatkettiin konseptointityöpajassa aloitettua konseptin rakentamista. Työpajaan osallistui Rambollin ja Roban Konnan digitaalisen opastamisen ja palvelumuotoilun asiantuntijoita, sekä Helsingin kaupungin edustajia. Työpajassa rakennettiin periaate, mitä ratkaisu opastaa ja millaisella logiikalla, eli ohje prototyyppin rakentamiselle. Työpajan pohjamateriaalina toimivat alustavat näyttökuvat, jotka oli toteutettu konseptointityöpajan tulosten perusteella. Työpajassa tehtiin linjauksia siitä, mitkä toiminnallisuudet toteutetaan ratkaisussa ja sen prototyyppissä, miten esim. sivuston kategoriat nimitään, ja miten Helsingin brändi-ilmettä sovelletaan toteutuksessa.

Konseptikuvaus ja prototyyppi toteutettiin asiantuntijatyöpajassa tehtyjen linjausten mukaisesti. Opastusratkaisun käyttötarkoituksiksi määriteltiin alueopastaminen, palveluvalikoiman esittely (myyjät, myymälät, ravintolat ja kahvilat, vesiliikenne ja saarikohteet) sekä tapahtumista tiedottaminen. Ratkaisun kohderyhmänä ovat erityisesti turistit, kotimaan matkailijat ja tapahtumakävijät. Konsepti on kuvattu tarkemmin liitteessä 2.



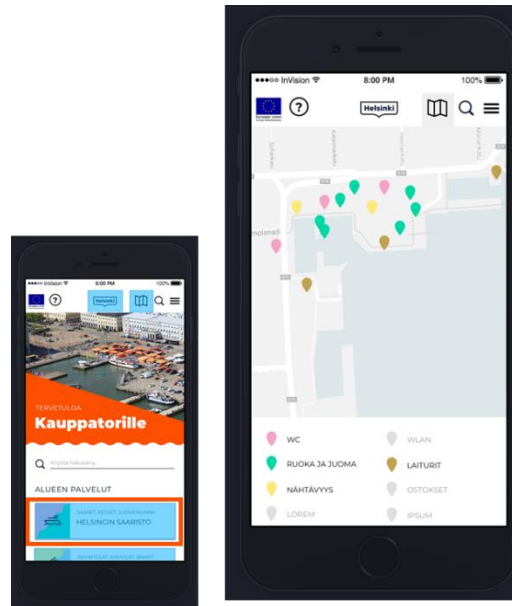
Opastusratkaisun näymähierarkia



Opastusratkaisun kategoriat ja sisällöt

Prototyyppi toteutettiin InVision-työkalulla, ja se oli testattavissa puhelimen ja tietokoneen selaimella osoitteessa <https://invis.io/HGO1BAQA3NJ>. Prototyyppiin toteutettiin esimerkinäkymät etusivusta, aluekartasta, palvelukategoriasta "Helsingin saaristo" ja vesiliikenteen aikatauluista.

Helsingin saaristo –palvelukategoriassa on havainnollistettu yhdellä palvelulla sivuston toimintalogiikkaa. Toimivat painikkeet ovat "Aikataulut" ja "Helsingin saaristo", sekä "Helsinki-Porvoo" -esimerkkipalvelu "Osta lippuja" ja "Aikataulut" -toimintoihin. Lisäksi toteutettiin "Ostokset"-palvelukategorian pääsivu, sillä sen tarkoituksena oli havainnollistaa palveluvalikoiman sivuttaista selaamista videolla. Selaus havainnollistettiin videolla, sillä prototyökalulla ei voinut toteuttaa sivuttaisen selaamisen toimintoa. Videolla esitetty sivuttainen selaus pyörii vauhdikkaammin kuin tosiasiassa. Prototyyppi ohjeisti testaajaa protossa toteutettuihin näkymiin värjäämällä otsikot sinisellä, kun proton näkymää klikkaa sormella (mobiilissa) tai hiirellä (tietokoneella).



Prototyypissä toteutettuja näkymiä

Konseptointivaiheen päätteeksi Helsingin kaupunki kilpailutti opastuksen digitaalisten palveluiden nopeat kokeilut ja pilotin perustuen yhteiskehittämisen prosessin tähänastisiin tuloksiin. Kilpailutuksessa haettiin innovaatiokumppaneita toteuttamaan ratkaisut seuraaviin, tarveselvityksen perusteella priorisoituihin haasteisiin:

- Haaste 1: Mobiili Internet-sivusto
- Haaste 2: Tekoälyä hyödyntävät opastuspalvelut
- Haaste 3: Datan kerääminen jalankulkijoiden liikkumisesta

Haaste 1:n toteuttajaksi valittiin Etteplan MORE Oy ja Haaste 3:n toteuttajaksi Innofactor Oy. Haastetta 2 ei toteutettu. Ramboll Finland Oy jatkoi yhteiskehittämisen toteuttajana myös kokeilujen ja pilotin ajan.

3.4 Kokeilut

Mobiiliopastuspalvelusta toteutettua prototyyppiä käytettiin paitsi sivuston hahmottamiseen, myös nopeisiin kokeiluihin, joissa ratkaisusta kerättiin palautetta Kehittäjäraadilta ja loppukäyttäjiltä. Kokeilujen tavoitteena oli validoida konseptin rakentamisen aikana tehdyt tulkinnot ratkaisuista, joiden tuli vastata tarveselvitysvaiheessa tunnistettuihin tarpeisiin erityisesti ratkaisun toiminnallisuuden osalta. Kokeiluissa saadut palautteet ja kehitysideat huomioitiin Haaste 1:n ratkaisun pilottiversion toteutuksessa.

Mobiiliopastuspalvelun kokeilujen toteutus ja tulokset

Prototyypin testaaminen Kehittäjäraadilla toteutettiin verkkokyselyllä ja haastatteluin marras-joulukuussa 2018. Kysely toteutettiin Webropol-työkalulla, jossa ohjattiin prototyyppiin ja annettiin tehtäviä, jotka prototyypillä tuli toteuttaa, eli etsiä prototyypistä siihen toteutetut näkymät. Vastaajia pyydettiin testauksen jälkeen kommentoimaan väittämiä, jotka liittyivät prototyypin käytettävyyteen. Lisäksi vastaajia pyydettiin pohtimaan, puuttuuko ratkaisusta vielä olennaisia sisältöjä. Kyselyyn vastasi yhteensä 14 henkilöä (Suomenlinna, kaupunginmuseo, vesiliikenteen yrittäjä, saariston yrittäjiä, Kauppatorin myyjä, kaupungin eri toimialojen edustajia, torikorttelit, Tukutori). Kyselyn lisäksi prototyypin testaukseen liittyviä vastauksia kartoitettiin haastatteluilla puhelimitse ja kasvokkain Kehittäjäraadin jäseniltä. Haastattelu toteutettiin neljälle Kauppatorin toimijalle.

Kokeilusta saadussa palautteessa ratkaisua pidettiin käyttöliittymältään ja visuaaliselta ilmeeltään yleisesti selkeänä ja suhteellisen helposti käytettävänä. Muutamien toimintojen käytettävyyttä (kuten kartta ja "paluu"-painike) tulee jatkossa kehittää. Sovellukseen toivottiin myös enemmän elämyksellisyyttä. Opastusratkaisun kehittämisessä tulee vastaajien mukaan huomioida kattavasti Kauppatorin myyjien lisäksi saariston ja saarikohteiden palvelut sekä lähiympäristön tapahtumat ja toiminnot. Toisaalta, sovelluksen helpon käytettävyyden ja selkeyden takamiseksi opastusratkaisussa toivottiin pitäydyttävän vain Kauppatorin alueelle sijoittuvien toimijoiden tarjoamissa palveluissa. Fyysinen opastaminen koettiin yhtä tärkeäksi ratkaisuksi sovelluksen kanssa. Yhteenvedo saadusta palautteesta on esitetty seuraavassa taulukossa, tarkempi yhteenvedo on koottu liitteeseen 3.

Onnistumiset käytettävyydessä

- Selkeä käyttöliittymä
- Selkeät kategoriat
- Miellyttävä visuaalinen ilme
- Helppo navigoida, erityisesti kun kohteita vielä vähän
- Informatiivisuus
- Palvelut löytyvät hyvin (ristiriitaa kuitenkin vastauksissa)

Kehitettävää käytettävyydessä

- Paluu edelliselle sivulle: skrollaus hankalaa ja paluu-painike puuttuu ylänavigaatiosta/on epäselkeä
- Kartan löytäminen oli hankalaa, karttasymboli epäselkeä/symboli ei kuvaa hyvin karttaa
- Kartta ei näytä omaa sijaintia
- Kauppatorin wlan-paikat eivät löytyneet helposti
- Kotikuvakkeena "Helsinki"-logo on harhaanjohtava
- Elämyksellisyys
- Palveluiden jaottelu liian perinteinen
- Karttakuvakkeen vaikea löydettävyyttä

Lisättävää sisältöä

- Vanhan kauppahallin toimijat
- Saaristo/saarikohteiden koko kirjo omine palveluineen (selkeät päivittyvät aukioloajat-, varaustilanne- ja palvelutiedot käyttäjälle) kaikille käyttäjäryhmille
- Aikatauluihin mukaan myös saarikohteiden/risteilyjen aikataulut.
- Kanavaristeilyt, Helsinki Card kaupunkikortti, Hop On Hop Off bussikiertoajelu

Lisättävää toiminnallisuutta

- Uutiset ja ajankohtaista" yhdistäminen "tapahtumat alueella" osioon sisällön samankaltaisuuden takia. Otsikoksi "Ajankohtaista".
- Helsingin Saaristo alla olevan "Kiertoajelu" otsikon korvaaminen "Sightseeing risteilyt" sanalla.
- Aikataulun sijoittaminen heti sivun alkuun

- Kauppatorin ja välittömän lähialueen tapahtumat (esim. Esplanadi, Senaattori)
- Toisaalta: Vain Kauppatorin toimijat selkeän sovelluksen takaamiseksi (Tori-kortteille ja kauppahallille esim. oma vastaava opastusratkaisu)
- Palveluvalikossa sovellus voisi ehdottaa käyttäjää mahdollisesti kiinnostavia palveluita
- Mahdollisuus kommentoida ja lukea muiden kommentteja
- Liikkuvan kuvan käyttäminen
- Fyysisen opastamisen lisääminen mobiilipalvelun rinnalle

Lisäksi kokeiluja toteutettiin loppukäyttäjille Venemessuilla helmikuussa 2019. Hanke oli esillä neljänä päivänä Merellisen Helsingin osastolla Venemessuilla 8.-17.2.2019. Opastamisen ekosysteemi -hankkeen tavoitteena oli houkutella vesiliikenteen yrittäjiä Kehittäjäraatiin ja tuottamaan sisältöä sovellukseen, sekä kerätä palautetta Haaste 1:n kokeilusta. Venemessuilla vierailijoita pyydettiin testaamaan prototyypistä eteenpäin kehitettyä mobiilipastuspalvelun ensimmäistä versiota, jossa esitettiin esimerkkipalveluja. Vierailijat saivat itse kokeilla sovellusta, tutustua siihen myöhemmin itsekseen, tai seurata kun osaston työntekijä esitteli sovellusta. Osaston työntekijä kirjasi kommentit. Testaajilta pyydettiin näkemyksiä siitä, mikä sovelluksessa toimi ja mikä ei toiminut, ja millaisia kehitysideoita testaajalla mahdollisesti herää. He paitsi esittivät ajatuksiaan liittyen sisältöihin ja käytettävyyteen, myös ideoivat sovelluksen näkyvyyteen ja houkuttelevuuteen liittyviä asioita. Venemessuilla tavoitettiin kontakteja arviolta 5-10 henkeä tunnissa.

Onnistumiset

- Tällaiselle palvelulle on ollut tarvetta
- Käytettävyys on yleisesti hyvä
- Kategoriat toimivat hyvin
- Mobiilisivuston saaristo-osion seuraavat laivalähdöt kiinnostasi erityisesti loppukäyttäjiä, koska eri laivaoperaattoreiden aikataulutiedot ovat hajallaan verkkosivuilla.
- Kauppatorin laiturien ruuhkien hallinta
- Lähimatkailutrendiin vastaaminen, tiedotuksella ja medianäkyvyydellä lähisaaristo helsinkiläisille tutuksi.

Kehitettävää

- "Kerää kaikki leimat" tai suunnistusreitit, vrt. Espoon rantaraitti
- Lisää kieliversioita (esim. kiina)
- Käyttäjäryhmien laajentaminen, esim. lapset, veneilijät, retkeilijät ja kulttuuri-ihmiset
- Oma yläotsikko "Satamat" tai "Veneilijöille", joilla esitetään tietoa mm. vierasvenesatamien ruuhkatilanteesta
- Lisää sisältöä matkailijalle: kauppahalli, Espan lavan tapahtumat jne.
- Lauttalaiturien ruuhkien hallinta ja vaihtoehtoiset reitit samaan kohteeseen
- Lauttalaiturien läheisen auton parkkeerausmahdollisuudet
- CityNature -sivustolta rajapinta palveluun: esim. saarikohteiden kuvaukset, teemoittelu, palvelut kuten retkeilijöiden yöpymismahdollisuudet hintoineen, uimarannat.
- Saariyrittäjien näkyvyyden parantaminen
- Venetaksin lisääminen palveluvalikoimaan, lähtöpaikan merkitseminen karttasivulle
- Esteettömyystietoa koko matkan ajalta lauttalaiturista saareen asti
- Kartta saaristoista, reiteistä ja lähtösatamista puuttuu. Samoin linkki liikennöitsijöiden sivuille ja aikatauluihin

Venemessuilta saadun palautteen perusteella palveluun lisättiin mm. saariesittelyt, venetaksi ja saarten lähtösatamat.

Ruuhkien mittaamisen kokeilujen toteutus ja tulokset

Ruuhkien mittausta (haaste 3) koskevan konseptin testaaminen Kehittäjäraadilla toteutettiin haastatteluina. Haastattelut toteuttivat yhteistyössä Ramboll Finland Oy sekä ratkaisua kehittänyt Innofactor Oy. Haastattelut toteutettiin puhelimitse kymmenelle vastaajalle. Haastateltavat edustivat Kehittäjäraatia, eli Kauppatorin ja saariston toimijoita sekä myyjiä muun muassa vesiliikenteen, käsitöiden ja marjojen ja vihannesten myynnin yrityksistä. Haastattelut toteutettiin 3. - 7.12.2018 välisenä aikana. Haastattelun kysymysrunko oli kohdennettu erikseen torikauppiaille ja saaristoyrittäjille. Kysymysten avulla kartoitettiin esimerkiksi jonojen vaikutuksia liiketoimintaan ja sitä, millaisia vaikutuksia jonotiedoilla ja väkimäärien ennakkoinnilla olisi Kauppatorin ympäristössä ja saarissa toimiville yrittäjille. Seuraavassa taulukossa on esitetty yhteenvetoa haastatteluissa korostuneista teemoista.

Ruuhkien ennakointi

- Reittiliikenteen asiakkaista suurin osa on ex tempore -asiakkaita. Risteilykierroksilla sen sijaan suurin osa asiakkaista on ennakkoon varanneita ryhmiä ja vain pieni osuus ns. ex tempore –asiakkaita.
- Ihmis- ja asiakasmäärien ennakkoinnissa sään merkitys ja vuosien varrella kertynyt kokemus ruuhka-ajoista ja isoista tapahtumista korostuvat kaikkien vastaajien kohdalla.
- Jonkin verran ennakkotietoa saadaan esimerkiksi Helsingin sataman sivuilta, vesiliikenteen lippujen ennakkomyyntin ja Suomenlinnan lautan kävijälaskurin kautta

Jonojen sijainti ja vaikutukset

- Yleisesti kaikki vastaajat kokivat, että jonoa on ainoastaan Suomenlinnan ja Korkeasaaren lautalle ja toisinaan joihinkin ruokapaikkoihin.
- Jonoilla ei nähty olevan juurikaan vaikutusta muille kuin saaristoliikenteen toimijoille.

Ruuhkatietojen hyödyntäminen yritysten toiminnassa

- Erityisesti saaristoliikenteen liikennöijät kokivat kokeilun kiinnostavaksi, jos sovelluksesta olisi selkeää hyötyä
- Kauppatorin myyjät eivät nähneet jonotietojen hyödyntävän liiketoimintaansa, koska heidän pisteilleen ei ole Kauppatorilla jonoa.
- Useimmat kokivat, että olisi hyödyllistä saada nykyistä paremmin tietoa etukäteen isojen risteilyalusten kävijöistä ja isoista turistikokemuksista. Monet kuitenkin totesivat, että reaaliaikaisesta tiedosta ei ole hyötyä heidän liiketoiminnalleen, koska heillä ei ole keinoja tai resursseja varautua äkillisiin muutoksiin.
- Monet vastasivat, että fyysiset ratkaisut jonojen hallintaan ja Kauppatorin opastukseen ovat tärkeitä tai jopa tärkeämpiä kuin digitaaliset.

Ruuhkatietojen hyödyntäminen asiakkaiden toiminnassa

- "Ex tempore –asiakkaille" olisi hyödyllistä saada tietoa lauttojen jonotusajoista ja esimerkiksi saarten ravintoloiden (myös Lonnin saunan) varaustilanteesta.
- Mobiilisovellukset nähtiin yleisesti parhaimpana kanavana jonotiedon välittämiseen niin asiakkaille kuin yrittäjille itselleen. Haastateltavat korostivat kuitenkin sitä, että tärkeintä ratkaisussa on sen toimivuus ja helppokäyttöisyys asiakkaan näkökulmasta.

Kokeilujen tulosten käsittely ja hyödyntäminen

Kehittäjäraadilta ja loppukäyttäjiltä saatu palaute käsiteltiin Helsingin kaupungin ja innovaatiokumppaneiden kanssa sekä yhteisissä projektikokouksissa, että Haaste 1:ä koskien sprinttitalavereissa, joissa saadut ehdotukset priorisoitiin opastamistarpeista johdettujen käyttäjätarinoiden perusteella. Käyttäjätarinoissa on määritelty, millaisia toimintoja ratkaisun tulee mahdollistaa käyttäjän näkökulmasta.

Saadun palautteen perusteella Haaste 1:n osalta esimerkiksi päivitettiin sivustolla käytettyjä ikoneja ja lisättiin koti-ikoni, paluu-painikkeen näkyvyyttä parannettiin, oman sijainnin näyttäminen lisättiin, ja kartan löydettävyyttä parannettiin lisäämällä etusivulle "Avaa kartta" -painike. Haaste 3:n osalta palautteen perusteella valittiin kohteet, joissa ruuhkatiedon keräämistä testattiin kokeiluissa ja pilotin aikana.

3.5 Pilotointi

Pilotointivaiheessa, ennen itse pilotin alkua Kehittäjäraadille järjestettiin pilottiin orientoiva pilottityöpaja ja koulutuksia yritysten omien palvelukuvausten syöttämiseen Haaste 1:n mobiiliopastusratkaisuun. Ennen pilotointia toteutettiin myös pilotin markkinoinnin suunnittelu, johon Kehittäjäraati osallistui orientoivassa työpajassa. Pilotin aikana Kehittäjäraadille tarjottiin teknistä tukea omien palvelukuvausten päivittämiseen.

Pilottityöpaja

Kehittäjäraadille järjestettiin 2.4.2019 tilaisuus, jossa kerrottiin pilotin tarkemmasta sisällöstä eli pilotoitavista ratkaisuista, pilotin aikataulusta ja yrittäjien roolista pilotin toteutuksessa. Alustusten jälkeen osallistujat saivat kierrellä kolmella työpisteellä, joilla

- Suunniteltiin oman palvelukuvauksen sisältöjä ja esitystapaa oman liiketoiminnan kehittämisen näkökulmasta apukysymysten avulla ja palvelukuvausten sivupohjan avulla
- Tutustuttiin pilotoitaviin ratkaisuihin
- Kommentoitiin markkinointimateriaalien luonnoksia ja vaihtoehtoja, sekä varattiin aika palvelukuvausten syöttökoulutukseen

Työpisteillä kiertelyn päätteeksi pidettiin yhteenvetokeskustelu, jossa käsiteltiin tilaisuuden aikana heränneitä kehitysehdotuksia pilotoitaviin ratkaisuihin. Tilaisuudessa saadut palautteet käsiteltiin, ja niiden perusteella tehtiin muutamia muutoksia Haaste 1:n mobiiliopastuspalveluun.

Palvelukuvausten syöttö

Haaste 1:ssä toteutetun mobiiliopastuspalvelun sisällöt syötettiin palveluun erillisen sivuston, nk. hallintakäyttöliittymän kautta. Yleisten osioiden syöttämisestä vastasi Helsingin kaupunki, palvelukuvausten syöttämisestä jokainen osallistunut yritys itse. Kehittäjäraadin yrityksiä perehdytettiin hallintakäyttöliittymän käyttöön ohjekirjalla, koulutustilaisuuksissa ja sähköpostitse. Pilottiin osallistui 52 yritystä tai muuta alueen toimijaa, joista 37 osallistui koulutustilaisuuteen. Tilaisuuk-

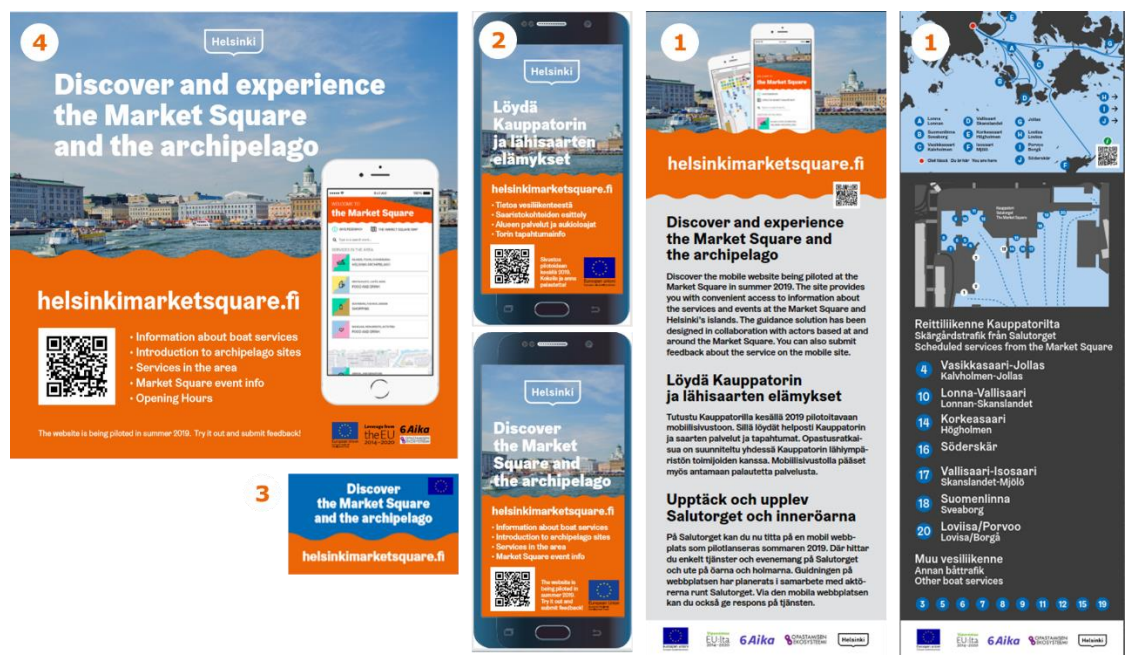
sia järjestettiin yhteensä viisi, joista neljä oli samansisältöisiä ja viimeinen toimi myös infopisteenä, jossa vastattiin yritysten pilottia koskeviin kysymyksiin. Tilaisuudet järjestettiin huhti-toukokuussa 2019.

Koulutustilaisuudessa jokainen osallistunut yritys sai tutustua hallintakäyttöliittymään ja kokeilla omien tietojen syöttämistä ohjekirjan ja Helsingin kaupungin ja Rambollin edustajien avulla. Suurin osa koulutuksiin osallistuneista yrityksistä syötti palvelukuvauksensa tilaisuuden aikana. Tilaisuuksissa tunnistettiin sekä mobiiliopastusratkaisuun että sen hallintakäyttöliittymään liittyviä kehitystarpeita. Annetuista kehitysideoista toteutettiin mm. palvelukuvausten pääkuvien suurentaminen, hyperlinkkien lisääminen, sekä värien muutoksia.

Markkinointi

Pilotin markkinointia toteutettiin yhdessä Kehittäjäraadin kanssa ideoiduilla ratkaisuilla. Markkinointimateriaalit toteutettiin Helsingin brändi-ilmeen mukaisesti.

Pilottiin osallistuneille yrityksille jaettiin pilotista kertovia tarroja kahdessa eri koossa. Pieniä tarroja (kuva 3) oli mahdollista kiinnittää esimerkiksi esitteisiin tai julisteisiin, ja suurempia tarroja (kuva 4) esimerkiksi pöytiin tai seinälle. Samat tarrat oli mahdollista lisätä yrityksen omille verkkosivuille kuvatiedostona.



Kuva 20 Kollaasi markkinointimateriaalien layoutista (Roban Konna Oy)

Lisäksi Helsinki-infokontissa oli pilotista kertovat suuret julisteet (kuva 1), sekä jaossa esitteitä (kuva 2). Myös Helsinki-helit jakoivat esitteitä turisteille. Pilotista kertovia tarroja kiinnitettiin myös HopOn-busseihin penkkien selkänojiin. Pilotista toteutettiin myös videomainosmateriaali, jonka saa esille digitaalisille näytöille. Tätä materiaalia esitettiin mm. Helsingin rautatieasemalla sijaitsevassa näytössä.

Toteutettujen markkinointimateriaalien lisäksi selvitettiin mahdollista perustaa Kauppatorille väliaikainen alueopaste, jossa olisi esitetty Kauppatorin alueen kartta ja linkki mobiiliopastuspalveluun. Pilotin aikataulun vuoksi alueopasteen perustaminen ei kuitenkaan ollut mahdollista. Alueopasteeseen suunniteltu layout hyödynnettiin Helsinki-kontin julisteiden toteutuksessa.

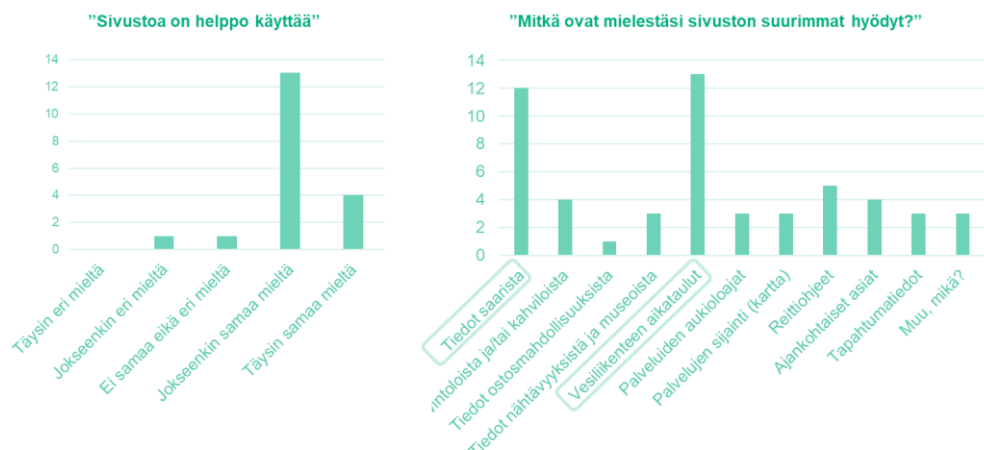
3.6 Arviointi

Käyttäjäkysely ja -haastattelut

Kauppatorin opastamisen mobiilisivuston pilotista kerättiin palautetta loppukäyttäjiltä kahdella tavalla: Mobiiliopastuspalvelun etusivulle linkitetyllä, koko pilotin ajan auki olleella sähköisellä Webropol-lomakkeella sekä Kauppatorilla toteutetuilla ex tempore-haastatteluilla. Haastattelukertoja oli yhteensä kolme, joista yksi toteutettiin Haaste 3:n ruuhkamittauspilotin ollessa käynnissä, ja reaaliaikaisen ruuhkatilanteen näkyessä mobiiliopastuspalvelun kartalla. Haastatteluissa esitettiin samat kysymykset kuin palveluun linkitetyllä lomakkeella, mutta lisäksi myös ruuhkatietoa käsitteleviä tarkentavia kysymyksiä. Vastauksia saatiin yhteensä 21 kpl, ja aineiston katsottiin saturoituneen tällä otannalla. Vastaajiksi tavoiteltiin sekä paikallisia että vierailijoita, mutta suurin osa vastaajista oli pääkaupunkiseudulta.



Esitetyt kysymykset käsittelivät mobiiliopastuspalvelun hyödyllisyyttä, käytettävyyttä, sisältöjen priorisointia ja kehityskohteita. Yli puolet vastaajista pitivät sivustoa hyödyllisenä. Vastaajista ¼ ei pitänyt sivustoa hyödyllisenä. Vastaajista 2/3 löysi sivustolta etsimänsä. Vain yksi vastaaja koki vaikeuksia löytää etsimänsä. Alle puolet vastaajista löysi sivustolta itselleen uusia kiinnostavia palveluja, suurimmalla osalla vastaajista ei ollut mielipidettä asiasta.



Suurin osa vastaajista piti sivustoa helppokäyttöisenä. Sivuston suurimmat hyödyt liittyivät Merellisen Helsingin palveluihin.

Onnistumiset: käytettävyys

- Visuaalinen ilme
- Helppokäyttöisyys

Kehitettävää: käytettävyys

- Visuaalinen ilme, väryitys
- Kuva vie liian suuren osan näytöstä palvelusivuilla
- Kartan selkiyttäminen ja löydettävyys, haetun palvelun korostaminen kartalla
- Etusivulta ei hahmota heti sivuston rakennetta ja tarkoitusta
- Esteettömyyden parempi huomiointi
- Ruotsin kieli puuttuu
- Sanahaku-toimintoa tulisi laajentaa
- Mukana linkeiltä näyttäviä kuvia

Onnistumiset: sisällöt

- Kartta/opasteet
- Todella toimiva ja informatiivinen sivu
- Ruuhkatietojen esittäminen todella hyödyllinen, erityisesti aikataululistauksen yhteydessä

Kehitettävää: sisällöt

- Palvelu on keskittynyt liian pienelle alueelle
- Palvelu ei ole hyödyllinen
- Sisältöjen laajentaminen erit. vesiliikenteen osalta
- Palveluiden poikkeusaukiot ja ajankohdalliset tapahtumat selkeämmin esille

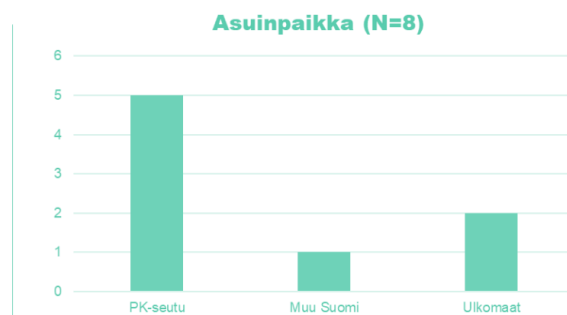
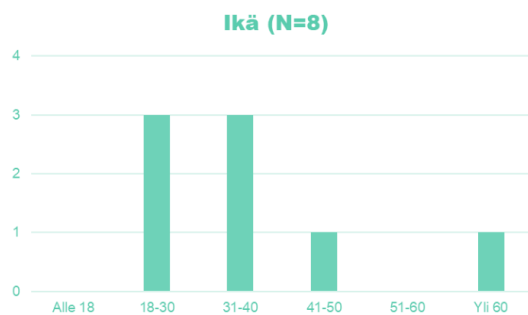
Käytettävyystestaus

Mobiiliopastuspalvelun käytettävyyttä selvitettiin käytettävyystesteillä, jotka toteutettiin yhteensä kahdeksalle henkilölle elokuussa 2019. Henkilöt valittiin testaajiksi satunnaisotannalla, tavoitellen mahdollisimman kattavaa ikäjakamaa. Testi suoritettiin jokaiselle vastaajalle erikseen. Testiin sisältyi taustakysymykset, testitehtävien suorittaminen ääneen ajatellen ja loppukeskustelu, jossa pilotoidusta ratkaisusta sai antaa palautetta.

Testitehtävissä pyydettiin vastaajaa etsimään

- Alueella sijaitsevia perusfasiliteetteja (wc ja wi-fi)
- Tiettyjä palveluja ja lisäämään niistä osan suosikit-listalle
- Vesiliikenteen seuraavia lähtöjä, lipun hintoja ja laiturinumeroita
- Reittejä Kauppatorille.

Vastaajilla ei ollut aikaisempaa kokemusta testatusta palvelusta, ja kaikki käyttivät mobiilipuhelimella internetiä useita kertoja päivässä. Suurin osa vastaajista asui PK-seudulla. Alle 18-vuotiaita tai 51-60 -vuotiaita testaajia ei tavoitettu. Tulokset saturoituivat testauksen aikana, vain kartan käytettävyyden osalta näkemykset jakautuivat voimakkaammin eri vastaajien välillä. Seuraavaksi on esitetty yhteenveto käytettävyystestauksen tuloksesta, tarkemmat tulokset on esitetty liitteessä 4.



Perusfasiliteetteja etsittäessä suurin osa selasi ensin etusivua ”Muut palvelut”-tyyppistä osiota hakien, kunnes löysi joko kartan tai hakutoiminnon. Kaikki eivät löytäneet molempia WC:itä ja wifiä, koska hakutoiminto tuotti puutteellisia tuloksia, hakukentässä ei pääse katsomaan sijaintia ja karttaa ei zoomata tai symboleita ei tulkita oikein.

Onnistumiset: Perusfasiliteettien löytäminen ja kartta

- WC:t löytyivät nopeasti hakutoiminnolla

Kehitettävää: Perusfasiliteettien löytäminen ja kartta

- **Hakutoimintoa** tulee laajentaa niin, että kaikki perusfasiliteetit löytyvät sen avulla (ei tunnistanut wi-fiä).
- **Perusfasiliteettien symbolit** kartalla tulisi toteuttaa interaktiivisina, kuten esim. palvelukuvausten. Kartan interaktiivisuuden intuitiivisuutta tulee lisätä (esim. piktojen klikkaaminen ja kartan rajaus).
- Kaikki kartalla näkyvät symbolit tulee selittää legendassa.

Palveluiden löytämisessä oli eroja palvelusta riippuen. Etsityt palvelut löytyivät suurimmaksi osaksi helposti selaamalla palvelukategorioita tai hakutoiminnolla. Oikean palvelukategoria löydettiin pääasiassa ensimmäisellä yrittämällä, Suomenlinnan kohdalla oikeaa palvelukategoriaa oli haastava tunnistaa. Palvelun löytämisen muut vaikeudet liittyivät selattavien palveluiden suureen määrään, vaikeuteen keksiä sopivaa hakusanaa tai kartalta hakemisen toimimattomuuteen.

Onnistumiset: Palvelujen löydettävyys

- Tietetyt palvelut (Skywheel) löytyvät helposti kullekin sopivilla tavoilla (kategoriaselaus, kartta, hakutoiminto).
- Haun kautta palvelun etsiminen ja sitä kautta kartalle pääsy koettiin loogisena.
- Tietystä sijainnista palveluiden löytäminen on helppoa kartan avulla (Kauppahalli, Suomenlinna).

Kehitettävää: palvelujen löydettävyys

- **Sijainnin löytäminen:** Suoraan kartalta palvelun hakeminen ei ole tehokasta. Sijainti kartalla-painikkeen tulisi näkyä jo hakutuloksissa tai kategorioita selaamalla ilman, että käyttäjän tarvitsee erikseen klikata palvelukuvausksiin yksi kerrallaan.
- **Kategoriaselauksen toimivuus:** Ostos-kategoriassa palvelut on lajiteltu alueittain (Kauppatori, Kauppahalli, saaristo), mutta Syö ja juo-kategoriassa palveluittain (ravintolat, kahvilat jne). Ostokset / Kauppatori -osiossa on paljon palveluja, ja siksi liikaa selailtavaa. Selauksen toimimattomuus rohkaisee siirtymään esim. Suomenlinnan ja Kauppahallin omille sivuille tai Googleen.
- **Palveluvalikoima ja -kuvaukset:** Palveluvalikoima ei ole kattava ja palvelukuvaukset voisivat olla inspiroivampia.

- **Hakutoiminto:** Haku ei tunnista kaikkia tarvittavia hakusanoja, esim. "restaurant" tuottaa vain kaksi tulosta, "lounas kauppahalli" ei mitään.
- **Nostot:** Tietty suosikkikohteet ja maamerkit ovat "piilossa" kategorialistauksissa (Suomenlinna) ja kartalla geneerisillä symboleilla (Kauppatori kojuna). Esim. saarten kuten Suomenlinnan palvelukuvauksissa ei ole tuotu esiin siellä sijaitsevia muita palveluja, ja niitä joutuu erikseen hakemaan kartalta tai omilta web-sivuilta.

Vesilaiturien ja vuorojen löydettävyyden osalta puolet vastaajista löysi seuraavan lähtevän laivan helposti joko saarikuvauksesta tai Saaret ja retket / Seuraavat lähdöt -painikkeiden kautta. Osa koki lähdön löytämisen vaikeaksi etsiessään esim. Suomenlinna-sanaa tai laiva-piktoa. Osalla vastaajista oli vaikeuksia löytää saaren palvelukuvaus horisontaalisen selaamisen tai hakutoiminnon toimimattomuuden vuoksi. Kolme vastaajaa päätyi palvelun omille web-sivuille aikataulutietoja hakiessaan, koska ei löytänyt lähtöjä pilottisivuston aikatauluista. Osa vastaajista kävi myös katsomassa laiturin sijainnin palvelukuvauksesta/aikataulusta löytyvästä karttalinkistä, mutta kaikki eivät sitä löytäneet.

Onnistumiset: Vesiliikenteen vuorojen ja laitureiden löydettävyyden

- Lautan aikataulun esittämistapa miellytti osaa vastaajista.
- Laiturinumero löytyy hyvin. "Näytä sijainti kartalla" saarten ja liikennöijien / laituritiedon kohdalla on hyvä toiminto laituri sijainnin löytämiseksi.
- Hakutoiminto löytää saaret.
- Moni vastaaja löytää tarvitsemansa aikataulut helposti saarten palvelukuvauksista tai "Seuraavat lähdöt"-napin takaa.

Kehitettävää: Vesiliikenteen vuorojen ja laitureiden löydettävyyden

- Turisti etsi sanaa "Suomenlinna", eikä "Helsinki Archipelago" puhuttele samaan tapaan kuin "saaristo". Suomenlinnan kaltaiset kohokohtat tulisi nostaa paremmin esille.
- Useat tavat päätyä erilaisiin aikatauluihin ovat hämmentäviä (seuraavat lähdöt, palvelukuvaukset, saarten kuvaukset, "osta lippu"- tai linkit palvelun omille sivuille). Erityisesti uudelleenohjaus toiselle web-sivulle hämmensi.
- Pilottisivun aikatauluissa ei näy seuraavien päivien lähtöjä, jolloin on mentävä useamman klikkauksen taakse palvelun omille web-sivuille.
- Eri aikataulusivuilla ei ole selvää, pysähtyykö laiva (etenkin saarihyppely) useamassa kohteessa ja meneekö laiva haluttuun kohteeseen.
- Liikennöinti-/saarikuvauksessa täytyy selata tarpeeksi alas löytääkseen aikataulut.
- Osa etsii aikatauluja laiva-kuvan tai sanan takaa, mutta laiva-ikoni palvelukuvauksessa ei vie mihinkään.
- Kaikki eivät löydä tai hoksaa mennä kartalle aikatauluista tai palvelukuvauksesta, jolloin eivät tiedä laiturin sijaintia.
- Aikatauluissa ei näy reittiä Reittioppaan tapaan, vaan pelkkä lähtölaituri.
- Hakutoiminto ei löydä "Vallisaari aikataulu"

Suosikit-listaa rakentaessa moni vastaaja löysi ensin etusivun "omat suosikit"-listan, jonka jälkeen hoksasi mennä palvelukuvauksiin lisäämään palvelun suosikiksi ja navigoida sitten takaisin

tarkastelemaan täydentyntä listaa. Osa ei hoksannut, ettei listalle tarvitse mennä etusivun kautta. Puolet vastaajista ymmärsi vaivatta suosikiksi lisäämisen logiikan.

Onnistumiset: Suosikkilistan käyttäminen

- Sydän-pikto on helppo löytää.
- Suosikiksi lisäämisen logiikka on helppo niille, keille se on ennestään tuttu.
- Ohjeet suosikiksi lisäämisestä ovat ymmärrettävät.
- Omat suosikit-lista on helppo löytää.

Kehitettävää: Suosikkilistan käyttäminen

- Sydän-pikto ei ollut kaikille selvä heti suosikiksi lisäämisen välineenä. Yksi vastaaja ei ymmärtänyt sen olevan interaktiivinen, toinen etsi "lisää suosikiksi"-tekstiä.
- Kaikki eivät löytäneet suosikkilistaa sydän-pikton avulla ja osa kiersi tarkastelemaan listaa etusivun kautta.
- Suosikiksi lisäämisen logiikka ei ollut kaikille tuttu ennestään ja tuotti siksi vaikeuksia. Yksi vastaaja ihmetteli, onko suosikit-ominaisuutta olemassa. Yksi vastaaja hyödynsi suosikiksi lisäämisen ohjeita etusivun "omat suosikit" kautta.

Etsittäessä reittiohjeita viisi vastaajaa löysi reittioppaan helposti etusivulta. Kaksi vastaajaa haki reittiopasta kartalta ja hakutoiminnolla. Kaksi turistia koki tietojensyötön vaikeaksi, sillä ei tiennyt miten kutsua Rautatieasemaa, jolloin toinen päätyi vahingossa Ilmalan asemalle.

Onnistumiset: Reittioppaan käyttäminen

- Reittiopas on helppo löytää etusivulta.
- Reittioppaan käyttöön tottuneelle käyttö tiedonsyöttöineen on helppoa.

Kehitettävää: Reittioppaan käyttäminen

- Löydettävyyden kehittäminen nimeämällä otsikko "Reittiopas" (osa vastaajista haki reittitietoa kartalta tai hakutoiminnolla)
- Turistien on vaikea syöttää Reittioppaaseen paikkojen tiedot oikeilla nimillä ja ilman kirjoitusvirheitä. Tätä vaikeuttaa se, ettei "public transportation"-linkki vie suoraan Reittioppaaseen, vaan pysyy sivulla jossa ei ole pudotusvalikkoa joka antaisi vinkkejä nimeen.
- "Julkinen liikenne"-otsikko ei kerro, että Reittioppaassa voi valita myös kävelyn ja pyöräilyn.

Kysyttäessä testitehtävien päätteeksi kokemuksia **sivuston yleisestä käytettävyydestä** kaksi vastaajaa piti sivustoa helppokäyttöisenä, yksi vaikeana, ja suurin osa piti sivustoa osittain helppona tai vaikeana käyttää.

Onnistumiset: Käytettävyys

- **Etusivu ja perustoiminnot:** Suurella näytöllä yläpalkki näkyy kokonaan. Sivusto toimii nopeasti ja on responsiivinen. Sivusuuntaisen selailun hoksamista helpottaa se, että listalla seuraavaksi oleva palvelu on puoliksi näkyvissä.
- **Palveluiden löytäminen ja kategoriat:** Pääosin palvelut löytyivät helposti kategorioita selaamalla, hakutoiminnolla, kartalla tai navigoimalla palvelukuvaukseen hakutoiminnolla ja palvelukuvauksesta kartalle. Kategoriajaottelu ja -hierarkia on looginen, vaikka sisältöä on paljon.
- **Vesiliiketeen lähdöt:** Toiminto toimisi myös kiireessä. Moni vastaaja löytää tarvitsemansa aikataulut helposti saarten tai liikennöijien palvelukuvauksista ja erityisesti "Seu-

raavat lähdöt"-painikkeen takaa. Aikataulujen esitystapa miellytti osaa vastaajista ja laituritieto tässä yhteydessä koettiin hyväksi. "Näytä sijainti kartalla" -painike liikennöijien palvelukuvauksessa tai aikataulussa näytti myös laiturin sijainnin.

- **Hakutoiminto:** Toiminto löytää saaret ja suuren osan etsityistä palveluista, ja toimii myös englanniksi.
- **Suosikiksi lisääminen:** Sydän-pikto on helppo löytää ja suuri osa vastaajista koki suosikiksi lisäämisen ja suosikkilistan löytämisen helpoksi.
- **Reittitiedot:** Suurin osa löysi toiminnon etusivulta helposti, etenkin Reittioppaan käyttöön tottuneelle helppokäyttöinen.
- **Sisältö:** Palvelukuvaukset ovat lyhyitä ja ytimekkäitä.
- **Kartta:** Kartta koettiin hyvin tehdyksi, oli hyödyllistä että kadunnimet olivat näkyvissä
- **Visuaalisuus:** Sivustoa kuvailtiin kauniiksi ja yksinkertaiseksi, symbolit ja kuvat koettiin hyviksi (esim. koti ja kartta), kategoriaryhmittelyt ja haku olivat visuaalisesti onnistuneita.

Kehitettävää: Käytettävyys

- **Etusivu ja perustoiminnot:**
 - Päätoimintojen löytäminen oli hankalaa ennen kuin huomasi, että ne on listattu etusivulle.
 - Menun käyttö oli hankalaa, sitä ei hahmottanut muiden toimintojen kanssa samanarvoiseksi, eikä siitä löydy listattuna sivuston kaikki sisältö, kuten useimmilla verkkosivuilla.
 - Yläpalkki ei ole koko ajan näkyvissä, mikä vaatii etusivulle palaamista sen sijaan, että navigoisi menun kautta. Yläpalkin pictot näyttävät erilaisilta ja erikokoisilta. Pie-nemmällä näytöllä osa yläpalkin piktoista päättyy pudotusvalikkoon sen sijaan, että näkyisivät kerralla.
 - Sivusuuntaan selaaminen ei ole intuitiivinen.
 - Palvelukategoriat voisivat näkyä etusivun ensimmäisessä näkymässä.
- **Hakutoiminto:** Monet validit hakusanat eivät tuota tuloksia (WC, restaurant, wifi, lounas kauppahalli, vallisaari aikataulu). Oikeinkirjoitus ja synonyymit on huomioitava paremmin (wifi, Wi-Fi, langaton verkko). Kun sisältöä on paljon, olisi hyvä lisätä tageja ja suodattimia, esim. vegaaninen tarjonta tai lasten aktiviteetit.
- **Palvelukategoriat:** Palveluiden löytämisen vaikeudet liittyivät selattavien palveluiden suureen määrään, sopivan hakusanan keksimiseen tai kartalta hakemiseen. Vaikeus rohkaisee siirtymään esim. Kauppahallin tai Suomenlinnan omille sivuille tai Googleen.
 - Helsingin saaristo -kategoriaan oli yhdistetty monia eri osioita, reittiliikenteen ja saaret voisi erottaa omiin kategorioihin, sillä paikan päällä palvelua käyttäessä huomio-kyky ei ehkä riitä näiden löytämiseen kategorian alta.
 - Saarten kuvauksissa olisi hyvä olla listattuna sinne sijoittuneet palvelut.
 - Palvelukategorioiden alakategoriat olivat keskenään erilaisia, esim. Ostoksissa alueittain mutta Syö ja juo -kategoriassa ei - tämän vuoksi sivuston lukemisen hahmottamisessa menee aikaa.
 - Matkailuinfon sijoittuminen aktiviteetteihin ei ole looginen - perusfasiliiteeteille ei ole omaa kategoriaa.
 - Sijaintitieto (Kauppatori, kauppahalli, saaret, Torikorttelit) selviää vasta jokaisen palvelusivun kautta erikseen, voisi näkyä kategoriaselauksessa ja hakutuloksissa.
 - Katteoria-painikkeissa on liikaa tekstiä ja kategorioiden löytämistä häiritsevät myös liian monet värit, jolloin tiettyä väriä ei voi yhdistää tiettyyn palvelukategoriaan.
- **Kartta:** Kartalla on paljon sisältöä eikä palveluiden lähestyminen kartalla ole yhtä selkeää kuin kategoriaselauksessa.
 - Harmaa väri ei houkuttele zoomaamaan kauemmas, jolloin löytyisi lisäpalveluja.

- Karttasymbolit eivät kohtaa pohjakartan kojuja. Kartan symbolit olivat pieniä, sekoituivat keskenään (siniset) eikä legendassa löydy kaikkia selityksiä. Piktoa klikkaamalla aukeavaa lisäinformaatiota ei aina löydetty.
- Osa ei löydä kartalle silloin, kuin siitä olisi hyötyä (esim. laitureita etsiessä).
- Vain yksi vastaaja löysi "Where I am"-toiminnon kartan alla.
- Kartta ei ole responsiivinen / skaalautuva eikä siten vastaa sitä käyttökokemusta, mitä nykyään odotetaan. Taustalla voisi olla satelliittikuva.
- **Sisältö:** Sisältö koettiin vajavaiseksi. Tervetuloa Kauppatorille-tekstistä ei tule mieleen, että sivustolta löytää esim. saarissakin olevia palveluita.
 - Tapahtumavalinnat olivat erikoisia, esim. kaupunginvaltuuston kokous.
 - Koettiin hämääväksi, ettei kaikki sisältö löydy sivustolta, vaan osa painikkeista vie ulkopuolisille sivuille. Olisi hyvä, että esim. lippujen hinnat löytyisivät palvelukuvauksesta.
- **Nostot:** Esimerkiksi Suomenlinna tulisi olla sivustolla selkeämmin nostettuna sen sijaan, että se on piilossa "archipelago"-sanan takana joka ei puhuttele turista. Helsinki Kauppatorin yleisesittely on palvelukuvauksena ja kartalla symbolina muiden kojujen joukossa. Maamerkit eivät nouse kartalla esiin.
- **Ikonit:** On epäselvää, mitkä ikonit ja piktot ovat interaktiivisia ja mitkä eivät. Palvelukuvausten ikonit ovat vain kuvia, eivätkä aina kerro riittävästi.
- **Reittitiedot:** Esittäminen etusivulla muiden kategorioiden tapaan ilman taustakarttaa. Oikeiden paikannimien tunnistaminen on turistille vaikeaa ilman pudotusvalikkoo.
- **Vesiliikenteen lähdöt:**
 - Aikatauluissa ei näy seuraavien päivien lähtöjä, mikä hämää erityisesti silloin kun samalle päivälle ei ole enää lähtöjä.
 - On epäselvää, pysähtyvätkö laivat useassa kohteessa.
 - Useat tavat päätyä erilaisiin aikatauluihin hämmentävät (seuraavat lähdöt, palvelukuvaukset, saarten kuvaukset, "osta lippu"- tai karttalinkki palvelun omille sivuille. Osa kokee aikataulujen olevan helpommin löydettävissä laiva-ikonin takaa.
 - Aikatauluissa ei näy reittiä Reittioppaan tapaan, vaan pelkkä lähtölaituri. Sivustolta ei selviä, miksi toinen laivareitti olisi parempi kuin toinen, ellei lue palvelukuvauksia tarkasti erikseen.

Kysyttäessä **käyttäisikö vastaaja sivustoa tulevaisuudessa**, lähes kaikki vastaajista voisivat käyttää sivustoa jatkossa, turistit laajasti ja paikalliset lähinnä vesiliikenteen aikatauluja varten. Osa koki sivuston olevan sisällöltään lähinnä turisteille suunnattu. Osa katsoo ostoksia ja ravintolapalveluita mieluummin paikan päällä kokemuksen vuoksi, tai koki palvelun käyttämisen paikan päällä hankalaksi.

Onnistumiset: Mitä nykyisiä ominaisuuksia käyttäisi jatkossa?

- Vesiliikenteen aikataulut ja lippujen ostot
- Saaristotieto
- Suosikiksi lisääminen itselle tai vieraille
- Hintatiedot
- Tapahtumat
- Kartta (laiturit, kojujen sijainnit)
- Palautteen antaminen

Kehitettävää: Sisällöt

- Kauppatori ei ole kovin vahva brändi, sivun voisi esitellä esim. "Tervetuloa merelliseen Helsinkiin"

- Ei vastaa helposti kysymyksiin, jota etenkin turistilla voi paikan päällä olla. Moni tiedonhaku vaatii selailua, mitä ei kaipaa kun jo tietää mitä haluaa löytää. Suomenlinnan ja muiden suosikkikohteiden tulisi olla nostettuna selkeämmin esille palveluineen.
- Inspiroivampaa sisältöä: palvelukuvaukset, galleria.
- Toimivampi kartta, pienempien katujen kadunnimien lisääminen
- Erikoistilanteet huutomerkeillä (esim. testihetkellä käynnissä olleen valtiovierailun aiheuttamat liikennejärjestelyt, alueella parhaillaan käynnissä olevat tapahtumat)
- Seurantaominaisuudet (esim. suosikit, kirjautuminen)
- Tapahtumissa paremmin priorisoituja tapahtumia kaikkien Helsingin uutisten sijaan
- Laajempi sisältö etenkin muoti ja design-osiassa, ravintolat, ruokakauppa eväiden hakeamiseen etenkin saaristoreissuja varten
- Turisteille hauskoja faktoja, esim. kuinka monta kiloa mustikoita suomalaiset syövät vuodessa
- Anna palautetta-painike sivuston ensimmäisenä asiana antaa mielikuvan, ettei sivusto lähtökohtaisesti toimi.
- Vesiliikenteen parempi toimivuus, esim. eri reittien selkeämpi erottelu valinnan helpottamiseksi, pysähtymispaikat aikataulussa, reittiliikenne omaksi pääkategoriaksi
- Hakusanaoptimointi niin itse palvelun löydettävyyden kuin sivuston hakutoiminnon osalta

Kysely Kehittäjäraadille

Kauppatorin opastamisen mobiilisivuston pilotista kerättiin palautetta pilottiin osallistuneilta yrityksiltä kahdella tapaa: sähköisellä Webropol-lomakkeella sekä puhelinhaastatteluilla. Vastauksia saatiin yhteensä 13 kpl. Vastaajia tavoitettiin kaikista pilottiin kuuluneista kohteista (Kauppatori, Vanha kauppahalli, Torikorttelit, Saaristo). Noin puolet vastaajista toimi Kauppatorilla ja kategoriassa Ostokset. Kysymyksillä selvitettiin, miten pilotti onnistui Kehittäjäraadin mielestä, miten palvelua voisi vielä parantaa ja onko pilotista ollut hyötyä osallistuneiden yritysten toiminnassa. Lisäksi pyydettiin palautetta yhteiskehittämisen prosessista ja siitä tiedottamisesta.



Suurin osa vastaajista ei pitänyt pilotoitua mobiiliopastuspalvelua onnistuneena. Monella ei ollut palvelun suhteen mitään odotuksia. Osa tavoitteli suurempaa näkyvyyttä, ja osa ei tiennyt mitä odottaa. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, ettei palvelu ole näkynyt kesän toiminnassa riittävästi. Yrittäjät eivät kokeneet tavoittaneensa lisää asiakkaita, eikä tarjouskuponkeja käytetty kesän aikana. Pari yrittäjää kertoi kokonaistrafiikin mobiilipalvelusta yrityksen omille verkkosivulle olleen hyvin pientä ja koostuvan lähinnä omista ja kilpailijoiden klikkauksista. Ratkaisuna vähäisiin käyttömääriin pidettiin näkyvyyden parantamista, sekä esimerkiksi matkaoppaiden ja ristei-

lyalusten tietoisuutta palvelusta. Myös, mikäli palvelussa olisi kattavasti edustettuna kaikki palvelut, sivustolla voisi olla paremmat mahdollisuudet menestyä. Tällä hetkellä koettiin, että esimerkiksi Suomenlinnan omilla verkkosivuilla on esitetty kattavampi palveluvalikoima, kuin pilotoidussa ratkaisussa.

Vastaajat eivät myöskään olleet vakuuttuneita siitä, onko mobiiliopastuspalvelu paras ratkaisu Kauppatorilla opastamiseen, sillä Kauppatori on luonteeltaan paikka, johon saavutaan paikan päälle tutustumaan valikoimiin. Myös mobiilipalvelun esteettömyyttä koskevia asioita mainittiin, kuten näkörajoitteisten ja ikääntyneiden käytön potentiaalia.

Pilotin onnistumiset koskivat erityisesti hallintakäyttöliittymää, jota pidettiin selkeänä ja omien palvelukuvausten syöttämistä pääosin sujuvana. Positiivista palautetta saivat myös kirjalliset ohjeet ja koulutustilaisuus. Osa vastaajista oli sitä mieltä, ettei koulutustilaisuuteen osallistuminen olisi ollut välttämätöntä, sillä kirjallisilla ohjeilla olisi voinut syöttää tiedot itsenäisesti. Osa vastaajista olikin täydentänyt tai päivittänyt omia tietojaan hallintapaneelin kautta itsenäisesti koulutustilaisuuteen osallistumisen jälkeen.

Yhteiskehittämisen prosessin osalta annettiin pääosin kiitosta. Sähköpostia pidettiin parhaana tapana tavoittaa kiireiset yrittäjät. Kuitenkin suurin osa vastanneista oli kuullut pilotista kevään infotilaisuuksissa. Kuitenkin osa yrittäjistä olisi toivonut lisätietoa pilotin tavoitteista ja tarkoituksesta esim. tavoiteltujen käyttäjäryhmien osalta, ja yksi yrittäjä lisätukea hallintakäyttöliittymän koulutustilaisuudessa. Kaksi vastaajaa myös koki, että palvelu keskittyi enemmän toisiin yrittäjäryhmiin kuin itse edustamaansa ryhmään: toisaalta koettiin, että Kauppatorilla toimineet yritykset hyötyivät palvelusta eniten, ja saarissa toimivia ja vesiliikenteen yrittäjiä ei huomioitu riittävästi. Useat yrittäjät kertoivat, että aika on kortilla. Tämä aiheuttaa sen, että fyysinen läsnäolo tai keskustelun seuraaminen esim. infotilaisuuksissa on vaikeaa. Lisäksi ajanpuutteen vuoksi osallistumiseen ja ideointiin tulee varata riittävästi aikaa.

Onnistumiset

- Palvelulla on mahdollisesti ollut vaikutusta palveluiden ja fasiliteettien löydettävyyteen, sillä niitä koskevat kysymykset ovat vähentyneet.
- Hallintakäyttöliittymän käytettävyys
- Matkailun edistäminen
- Yhteiskehittäminen
- Ruuhkamittausta pidettiin kiinnostavana konseptina.
- Moni yrittäjä on kiinnostunut kuulemaan palvelun vaikuttavuudesta ja jatkosta.

Kehitettävää

- Mobiilipalvelua ei pidetty parhaana formaattina opastamisen toteutukseen, esim. esteettömyys, tietoa ei vielä etsitä etukäteen etenkin toreilla.
- Mobiilipalvelun löydettävyyttä tulee kehittää laajemmalla markkinoinnilla sekä toimittamalla tietoa matkaoppaille ja risteilyaluksille.
- Sisältöjen laajentaminen, kaikkien alueen palvelujen kattaminen
- Hallintapaneelissa tulisi kehittää aikataulujen syöttämistä, sijainnin merkitsemistä kartalle ja valittavien palvelukategorioiden laajentamista.
- Olisi hyvä jos sovellus hakisi tiedot avoimista rajapinnoista, näin ei tarvitsisi manuaalisesti syöttää tietoja.

4. Pohdintaa tuloksista

Kauppatorin mobiiliopastusratkaisu kokosi saman palvelun alle mantereella, vesillä ja saarissa toimivat palvelut. Tämän voidaan katsoa olevan saavutus jo itsessään, sillä Helsingin kaupunki ei ole tehnyt aikaisemmin vastaavaa. Yhteiskehittämisen näkökulmasta pilotin yhtenä tavoitteena oli testata yhteiskehittämisen ketterää prosessia, selvittää prosessin ja siinä kehitettyjen ratkaisujen hyödyllisyyttä ja skaalautuvuutta, sekä kerätä oppeja tulevaisuuteen. Kokeilujen ja pilotoinnin tarkempi arviointi toteutetaan Turun AMK:in toteuttamana syksyllä 2019, mutta alle on koottu joitakin prosessin aikana kertyneitä huomioita ratkaisujen käyttäjälähtöisyydestä ja Kehittäjäraad-
din osallistumisen näkökulmasta.

Kokeillut ja pilotoidut ratkaisut käyttäjälähtöisyyden näkökulmasta

- Pilotoitujen ratkaisujen itsessään koettiin vastaavan prosessin alussa tunnistettuihin opastustarpeisiin, joskin ratkaisujen käytettävyyttä tulee vielä monilta osin parantaa (esim. kartta). Sen sijaan ratkaisulla ei pystytty vielä opastamaan loppukäyttäjiä, sillä opastusratkaisua ei käytetty riittävästi. Käyttäjämäärien kasvattamisen osalta tulee poh-
tia, riittääkö palvelun löydettävyyden parantaminen, esim. markkinoinnilla, hakusanojen optimoinnilla ja ratkaisua tukevalla fyysisellä opastamisella, vai tulisiko ratkaisun toimi-
vuutta ko. alueen opastamista toteuttaa jollakin muulla tavalla kuin mobiilipalvelulla. Moni vastaaja koki Kauppatorin maantieteellisesti liian pieneksi alueeksi toteuttaa oma
mobiilipalvelu. Opastamisen kokonaisuuden näkökulmasta tulisi linjata, toteutetaanko
jokaiselle tai jokaiselle Kauppatorin tapaan korkean profiilin vetovoima-alueelle oma vas-
taava mobiiliopastusratkaisu. Useampi vastaaja oli sitä mieltä, että kaikkia alueita kos-
keva digitaalinen opastus tulisi ennemmin koota yhden palvelun alle.
- Pilotista palautetta antaneet Kehittäjäraad-
din jäsenet eivät pitäneet pilotoitua palvelua on-
nistuneena. Toisaalta moni totesi, ettei ollut asettanut pilotille odotuksia. Palveluun koh-
distuvaa pettymystä voivat selittää esim. pilotin luonteeseen liittyvät seikat, kuten pilotoi-
tujen ratkaisujen rinnastaminen valmiisiin kaupallisiin tuotteisiin, tai palvelun tuottaman
konkreettisen hyödyn puuttuminen lyhyen pilotointijakson aikana.
- Hallintakäyttöliittymän käyttö oli yrittäjistä sujuvaa ja nopea oppia. Osa yrityksistä käytti
syöttämisen apuna nuorempia sukulaisia tai digitaalisiin ratkaisuihin tottuneita työnteki-
jöitä. Yrityksillä oli useita toiveita, jotka vaikuttivat paitsi hallintakäyttöliittymän sisältöihin
(esim. palvelua kuvaavat symbolit), myös hallintakäyttöliittymän rakenteeseen. Tällainen
asia oli mm. vesiliikenteen aikataulujen syöttäminen, joka koettiin haastavaksi järjestel-
män kautta. Pilotin toteutuksen luonteen ja aikataulun vuoksi rakenteellisia muutoksia ei
toteutettu, mutta jatkossa on hyvä varautua siihen, että alustaa tulisi voida räätälöidä
kohteiden mukaan.
- Useampi loppukäyttäjä toi esille, että Kauppatori on luonteeltaan paikka, jossa seikkail-
laan myyntikojujen välissä ja aistitaan tunnelmaa paikan päällä. Elämykseen ei voisi eikä
välttämättä edes haluaisi tutustua etukäteen mobiilipalvelulla. Vesiliikenteen aikataulut
sen sijaan ovat käytännöllistä tietoa, ja ne vaikuttavat esim. päivän suunnitteluun, joten
näitä tietoja pidettiin hyödyllisempänä.

- Kauppatorin ollessa alueopastamisen kohde, moni loppukäyttäjä koki ratkaisun kohde-ryhmäksi ennemmin turistit kuin paikalliset. Tätä näkemystä perusteltiin paitsi Kauppatorin imagolla Helsingin keskustan yhtenä pääturistikohteena, myös sillä, että paikallisilla on jo mielikuva Kauppatorin palveluvalikoimasta, jota pidettiin turisteille suunnattuna. Yhtenä haasteena jatkossa tulee olemaan se, kuinka muuttaa paikallisten mielikuvaa Kauppatorin alueen tarjonnasta niin, että Kauppatori herättää muitakin mielikuvia kuin matkamuistot. Kauppatorin brändin kehittämiseksi yksittäinen pilotti ei vielä riitä - brändin kehittäminen tulee tehdä kokonaisvaltaisesti.
- Loppukäyttäjien antamassa positiivisessa palautteessa sisältöjen osalta korostui etenkin vesiliikennettä koskevien sisältöjen kokoaminen samaan ratkaisuun. Mikäli myös muut palvelut halutaan esitellä ratkaisussa, tulisi ratkaisusta löytyä kaikki alueella sijaitsevat palvelut. Pilotissa oli tavoitteena koota palveluun mahdollisimman monta yritystä ja muita alueella toimivia tahoja (esim. museot), jotta ratkaisua ja konseptia on mahdollista testata käytännössä. Mikäli mobiiliopastuspalvelu etenee tuotantoon, tulee kiinnittää erityistä huomiota siihen, miten alueen palvelut saadaan mukaan ratkaisuun mahdollisimman kattavasti. Tähän liittyen huomioita on kuvattu seuraavaan kohtaan "Kehittäjäraadin osallistuminen".

Kehittäjäraadin osallistuminen

- Kehittäjäraadin kokoaminen oli haastavaa, sillä Kauppatorilla, Torikortteleissa, saarissa ja vesiliikenteessä ovat yksittäisiä pienyrittäjiä. Parhaiten yrityksiä tavoitettiin Kauppatorin ja Vanhan kauppahallin osalta Tukkutorin säännöllisten infotilaisuuksien kautta. Vesiliikenteen toimijat osallistuivat aktiivisesti Kauppatorin aluetta käsitteleviin infotilaisuuksiin.
- Kehittäjäraadin sähköpostilistan kautta yrittäjien tavoittaminen esimerkiksi tilaisuuksiin ei ollut tehokasta. Kuitenkin palautetta prosessista antaneet yritykset totesivat sähköpostilistan parhaaksi tavaksi välittää tietoa. Moni yrittäjä oli kiireinen, eikä priorisoinut kehittämistä. Osallistumiskynnystä madallettiin mm. järjestämällä kehittämistä koskevat tilaisuudet Kauppatorin välittömässä läheisyydessä ja korostamalla prosessin eri vaiheiden hyötyjä. Käytännössä osallistuminen oli tuloksellisinta henkilökohtaisin yhteydenotoin esim. puhelimitse. Kaikki yrittäjät eivät mahdollisesti kokeneet mobiilipalvelun tarjoavan hyötyä. Palvelun hyötyjä on haastavaa tuoda kohderyhmälle, jolla markkinointia ei perinteisesti ole tai se on hyvin vähäistä. Yritysten osallistuminen oli vähäisintä prosessin puolivälissä konseptointivaiheessa ja aktiivisinta pilottivaiheessa. Mahdollisia syitä konseptointivaiheen vähäiselle osallistumiselle ovat esim. alueen yrittäjien syksyisin pitämät kesälomat ja kehitysvaiheen luonne. Konseptointivaiheessa ratkaisu on vielä hahmottamaton, eikä motivaattoriksi riitä ratkaisun kehittäminen ja sisältöjen määrittäminen. Pilotointivaiheessa ratkaisu oli jo niin konkreettinen, että Kehittäjäraadin määrä moninkertaistui. Tässä vaiheessa yrittäjät saivat tiedon ratkaisusta myös aiempaa laajempia väyliä pitkin, esimerkiksi Tukkutorin jokakeväisten infotilaisuuksien ja yrittäjien välisten keskustelujen kautta, kun ratkaisun kiinnostavuus yrittäjien keskuudessa kasvoi.
- Yrittäjät pystyvät itsenäisesti päivittämään palvelukuvauksiaan, mutta päivittäminen ei ollut aktiivista – moni yrittäjä jatkuvasti samalla myyntityössä, eikä aikaa markkinoinnille jäänyt tai priorisoitu.

- Prosessin aikana ilmeni jonkin verran ristiriitaa Kauppatorilla toimivien yritysten ja vesiliikenteessä toimivien yritysten välillä. Prosessin aikana esille tulleita taustatekijöitä asetelmalle ovat mm. kilpailu Kauppatorin rajallisesta tilasta, joka ilmenee vesiliikenteen jonojen levittäytymisenä myyntipisteille ja asiakkaiden kulkuväylille, ja toisaalta kokemukseen siitä, että Kauppatorilla toimivia yrityksiä tuetaan kaupungin taholta enemmän kuin vesiliikennettä. Myös saarella toimiva yritys koki olonsa ulkopuoliseksi Kauppatori-otsikolla toteutetussa ratkaisussa.
- Huomattava tunnistettu hyöty pilottiin osallistuneille yrittäjille oli, että moni etenkin Kauppatorilla toimineista yrityksistä jäsenteli ensi kertaa tarkemmin omaa palvelukonseptiaan ja kohderyhmiään tiivistäessään tarjontaansa omaan palvelukuvaukseensa kuvausten laatimiseen tuotettujen, mm. asiakasryhmiä ja erottumistekijöitä käsittelevien apukysymysten mukaisesti.

Lähdeluettelo

Helsingin Kauppatori. Liikenteellinen ja kaupallinen kehittäminen. Ramboll Finland Oy, 8/2018.

Helsingin kävelykeskustan opastamisen nykytilanne ja Kauppatorin opastamistarpeet. Ramboll Finland Oy 11/2018

Helsingin keskusta-alueen opastepilotin työpajat. Yhteenvetoraportti, Sito Oy 5/2012

Opastuskonsepti. Kävelykeskustan opastaminen ja Vuosaaren esimerkki. Sito Oy 12/2012.