

# MITEN TARINALLISTAT PALVELUISTA KOKEMUKSIA



## Opas punaisen langan metsästäjille 2

Hei tarinallistava ystäväni,

käsissäsi on tarinallistamisen oppaan toinen versio.

Tänä päivänä pelkät palvelut eivät enää riitä. Meidän on tuotettava asiakkaillemme entistä kokonaisvaltaisempia ja merkityksellisempiä palvelukokemuksia. Tarinalähtöinen palvelumuotoilu auttaa tämän tavoitteen ja paremman tuloksen saavuttamisessa.

Palvelun elämyksellisyyttä ja siten palvelukokemuksen arvoa asiakkaalle voidaan lisätä tarinallistamisen avulla. Tarinalla luomme palveluun punaisen langan eli juonen. Tarinallistaminen on kokonaisvaltaista ja näkyy kaikessa yrityksen toiminnassa.

Minun nimeni on Anne Kalliomäki ja olen työskennellyt tarinallistajana yritykseni Tarinakoneen kautta vuodesta 2008. Tätä ennen tein töitä television ja elokuvan parissa.

Nyt toteutan yhteistyökumppanieni kanssa asiakkailleni tarinaintiteetin käsikirjoja, tarinanäyttämösuunnitelmia ja palveluiden tarinakäsikirjoituksia sekä pidän koulutuksia aiheesta. Olen keskittynyt erityisesti matkailuyrittäjien palveleeseen, mutta konsultoin mielelläni myös muita aloja.

Tarinallistamalla luodaan elämyksellisempää ja inhimillisempää palvelukulttuuria.

Toivon, että tästä pienestä oppaasta on Sinulle paljon hyötyä.

Tarinaterveisin,

Anne Kalliomäki



# Aloita suunnittelemalla yrityksellesi oma stooripuu

*Tarinallistaminen on prosessi. Seuraa punaista lankaa!*



## 1. Stooripuu auttaa sinua löytämään oman yrityksesi tarinaelementit

Etene vaihe vaiheelta ja kiteytä sekä kirkasta olennainen yrityksesi toiminnassa näkyville.

## 2. Juuret eli yrityksesi aidot timantit

Miksi yritys on olemassa? Mikä on yrityksen tarjoaman palvelukokemuksen ydin?

## 3. Stooripuun runko on asiakkaasi

Kuvaile lyhyesti asiakasta, joka on pääkohderyhmääsi. Mitä hän toivoo? Mitä hän pelkää? Mitä hän arvostaa?

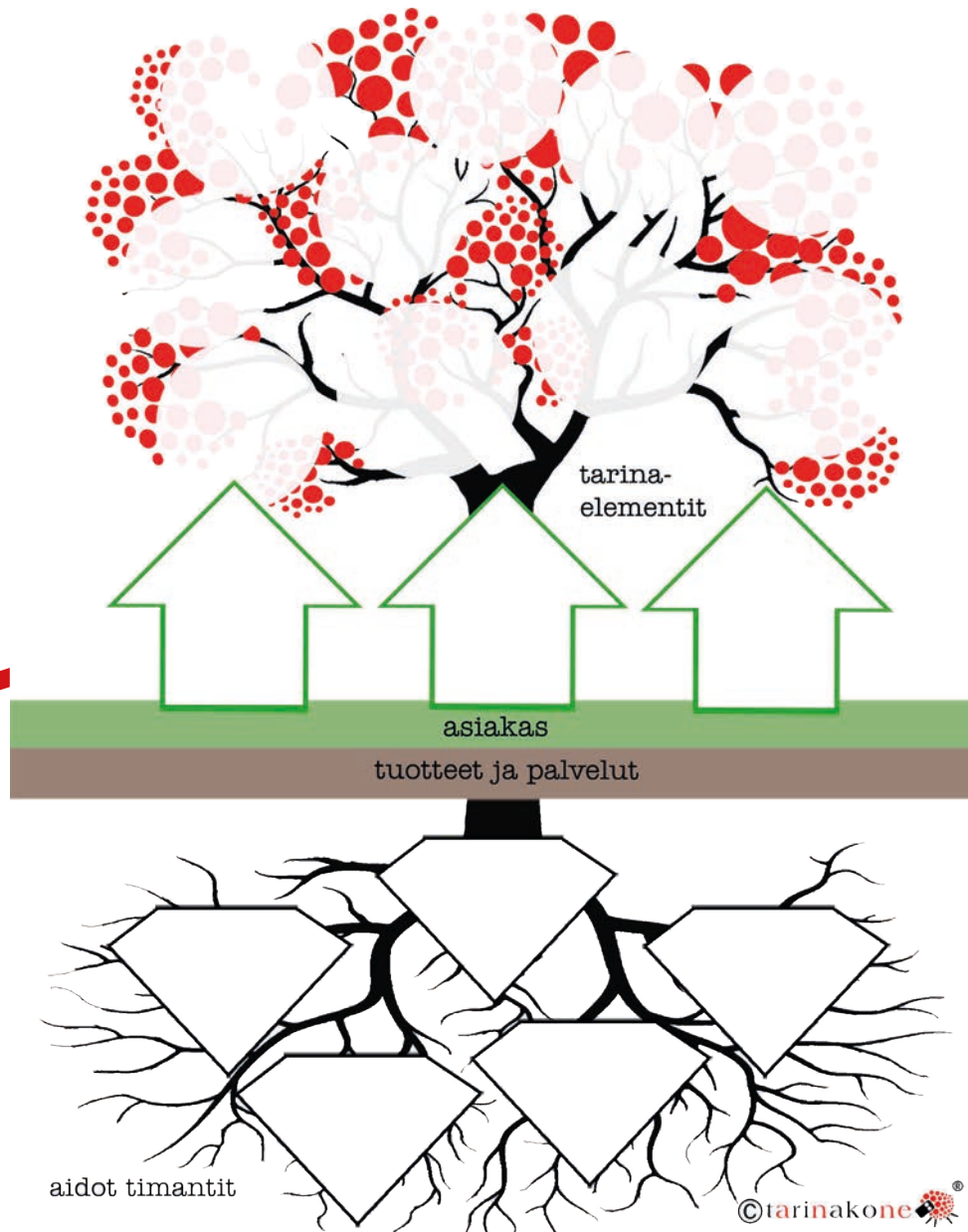
## 4. Maan tasolle rungon viereen yrityksesi tuotteet ja palvelut

Mitä tuotteita ja/tai palveluita yrityksesi tuottaa?

## 5. Puun oksistossa kasvaa tarinasi ituja.

Kokoa Stooripuun oksistoon yrityksesi tarinaelementtejä.

# STOORIPUU™ Tarinaidentiteetti



Stooripuun oksistossa kasvavat tarinaelementit heijastelevat niitä arvoja ja merkityksiä, joita olet kirjannut Stooripuusi juurakkoon.

Käytä tarinaelementtien hahmottelussa mind map-menetelmää. Rolf Jensen neuvoo aivomyrskyn sijaan käyttämään niin sanottua sydänmyrskyä menetelmänä. Nyt luodaan tunteita, käytä siis tunteita apunasi kun haet tarinaelementtejä. Kuulostele mikä tuntuu oikealta. Älä anna järkesi sumentaa sydämesi ääntä. Nyt kannattaa myös hullutella!

**Ps.** Tsekkaa Jensenin teos ja muita kirjavinkkejä Tarinakoneen kotisivulta [www.tarinakone.fi/vinkit](http://www.tarinakone.fi/vinkit)

# Laadi yrityksellesi tarinidentiteetin käsikirja

*Tarinidentiteetti on tarinallistamisen kivijalka. Ennen kuin voit ryhtyä jalkauttamaan tarinaa palveluihin on laadittava yritykselle oma tarinidentiteetti. Se tiivistää yrityksen olemassaolon tarinan muotoon ja antaa tarinallisen kehyksen yrityksen palveluiden kehittämiseksi. Tarinidentiteetti koostetaan käsikirjaksi, jossa ovat yrityksesi oman Stooripuun lisäksi seuraavat osiot.*

## 1. Ydinviesti

Ydinviesti on yrityksen tarinan tärkein sanoma. Se tiivistää yrityksen tarjotun tarinallisen kokemuksen viestiksi.

## 2. Syntytarina (ydintarina)

Yrityksen syntytarina eli ydintarina tiivistää yrityksen olemassaolon tarinaksi. Tämä tarina on yrityksen toiminnan punainen lanka. Kaikki mitä yritys tekee heijastaa ja tukee tätä ydintarinaa. Muista käyttää sekä faktaa että fiktiota!

## 3. Hahmot

Hahmot voivat olla todellisia ja/tai fiktiivisiä. Hahmon roolissa voi olla myös yritys itse, yrityksen tuote tai palvelu tai vaikkapa ympäröivä maisema. Määrittele keitä ovat yrityksesi tarinan hahmot, kuvaile heidän persoonansa ja tapansa toimia tarinidentiteetin käsikirjaan.

## 4. Teemat

Yrityksen tarinan kertomisen kannalta on tunnistettava yrityksen toiminnassa tärkeimmät tarinaa tukevat teemat. Nämä teemat helpottavat palveluiden tarinallistamista ja tuotteistamista.

## 5. Miten tarina jalkautuu asiakkaan palvelukokemukseen?

Tarinallistaminen on tarinatekoja. Tarina tulee todeksi kohtaamisissa!

## 6. Palveluympäristö

Laadi lähtökohdat sille, miten yrityksesi palveluympäristö tukee tarinasi kokemista.

## 7. Palvelut

Ja kirjaa ylös miten jalkautat tarinasi osaksi palveluitasi. Miten tarina toteutuu ravintolassa? Entä majoituspalveluissa? Entä ruokien esillepanossa? Kokouspaketeissa? Ohjelmapalveluissa?

## 8. Markkinointi

Lopuksi laita ylös miten markkinoit tarinan avulla! Erilaista myös markkinointisi tarinalla. Hyödynnä tarinaa ja sen elementtejä rohkeasti. Kerro tarinaa erilaisin tavoin eri kanavissa, erilaisille kohderyhmillesi.

TARINA  
PALVELU-  
KOKEMUKSESSA  
LÄHTÖKOHDAT

YDINVIESTI

SYNTYTARINA

TARINAIDENTITEETIN  
KÄSIKIRJA

TEEMAT

HAHMOT

(AJANKUVA)

**Ps.** Jos kohteesi on historiallinen määrittele lyhyesti myös ajankuva. Joskus ajankuvasta on hyötyä myös silloin kun yrityksen toiminta liittyy tiettyyn ilmiöön nykymaailmassa.

Lue Palvelumuotoiluajattelua-sivustolta ([www.palvelumuotoiluajattelua.fi](http://www.palvelumuotoiluajattelua.fi)) Nuuksion Taian tarinaidentiteetistä.



Kuva: Nuuksion Taika Oy

## Luo tarinallesi sopiva näyttämö

*Suunnittele palveluympäristösi tukemaan tarinakokemuksen luomista!*

### 1. Onko palveluympäristössä asioita, jotka eivät kuulu tarinaasi?

Käy läpi kaikki yrityksesi tilat ja poista kaikki ne asiat, jotka eivät tue tarinaasi.

Muista että yritykselläsi on sekä fyysistä että virtuaalista tilaa. Onko kotisivuillasi tai verkkokaupassasi jotain mikä ei tue tarinaasi? Onko yrityksesi majoitustiloissa täysin tilaan kuulumattomia tauluja? Onko info-tiskin seinällä vanhoja postikortteja?

Tee suursiivous!

### 2. Kulje asiakkaasi palvelupolku ja havainnoi ja aisti sitä mitä asiakkaasi kokee.

Mieti asioita asiakkaasi näkökulmasta. Katso oman yrityksesi palveluympäristöä ulkopuolisen silmin!

### 3. Onko palveluympäristössä jokin tarinaasi tukeva tuoksu?

Voitko lisätä tuoksujen kokemista?

### 4. Millaisia ääniä palveluympäristössä on?

Voitko lisätä tarinaa tukevia äänielämyksiä? Esimerkiksi äänitervehdyksen tarinasi hahmolta tai lisätä musiikkia palveluympäristöön. Huomioi äänet myös verkon puolella.

### 5. Miten palveluympäristön esineet tukevat tarinaasi?

Ajattele, että rakennat ikään kuin yrityksen tarinan lavasteita. Hyödynnä kuvia ja esineitä. Hyödynnä myös keskeneräisyyttä, luo säröjä. Kutkuttele asiakkaasi mielikuvitusta, herättele kysymyksiä!

### 6. Älä täytä palveluympäristöäsi. Vähemmän on enemmän!

Valitse tarkkaan mitä tuot tarinanäyttämöllesi. Korosta tarinan kannalta tärkeitä asioita esimerkiksi valaistuksella.

### 7. Muista oma tyylini tarinallistajana. Ole johdonmukainen! Seiso tarinasi takana.

Muista, että me olemme nyt elämysisbisneksessä. Meidän kuuluu olla erikoisia ja erilaisia!

Ole rohkea.

**Ps.** Maiseman tarina kirjasta löydät lisää infoa maisemapalveluiden tuotteistamiseen. Tästä on apua erityisesti Sinulle, jonka palveluympäristönä toimii luonto.

Lue lisää Tarinakoneen blogista:

[www.tarinakone.fi/blogi/maiseman-tarina-tutustu-uuteen-kirjaan](http://www.tarinakone.fi/blogi/maiseman-tarina-tutustu-uuteen-kirjaan)



Tallinnassa sijaitsevan Olde Hansa ravintolan tarinanäyttämö vie asiakkaan keskiaikaan.

## Käsikirjoita palvelut tarinoiksi

*Palveluiden tarinakäsikirjoituksissa määritellään palvelun tarinan toteuttaminen eli jokaisen palvelutuokion sisältö kronologisessa järjestyksessä tarinan mukaisesti. Tarina on palvelun punainen lanka eli juoni. Käsikirjoitukseen kirjataan miten tarina näkyy, kuuluu, tuntuu, maistuu ja tuoksuu palvelun eri vaiheissa.*

### 1. Palveluiden tarinakäsikirjoittamisen pohjana on yrityksesi oma tarinaintiteetti.

Palvelut käsikirjoitetaan tukemaan yrityksesi tarinaintiteettiä. Tarinaintiteetti on kuin sateenvarjo, jonka alle rakentuvat erilaiset versiot tarinasta. Toisissa palveluissa tarina näkyy enemmän, toisissa vähemmän.

### 2. Tee itsellesi selväksi kuka on tämän palvelun asiakas.

On tärkeää, että tiedät kenen näkökulmasta palvelu suunnitellaan. Tarinasta voi tehdä erilaisia versioita erilaisille asiakaskohderyhmille. Huomioi eri asiakaskohderyhmien tarpeet ja toiveet.

### 3. Luo palvelun tarinan idea ja laadi tiivistelmä palvelun tarinan kulusta.

Tee tiivistelmä, johon olet lyhyesti kirjannut tarinasi juonen. Tee alku, keskikohta ja loppu. Palvelumuotoilussa määritellään palvelun tasoiksi toiminta, tunne ja merkitykset. Tarinalla yhdistämme palvelun toiminnan tasot ja luomme palveluun tunteita ja merkityksiä.

### 4. Luonnostele palvelun kulku ja tätä toimintaa tukeva tarina draaman kaareen.

Käytä apunasi palvelun tarinapolku-kuvaa. Rakenna palvelupolku draaman kaareen ja hahmottele tarinaa tekstien ja kuvien avulla post-it-lapuille. Lappuja on helppo siirrellä paikasta toiseen ja hahmottaa syy-seuraus-suhteita. Dramaturgia on kokonaisuuden, ajan ja yksityiskohtien hallintaa.

### 5. Tee palvelutuokioista luettelo, joka avaa palvelun kulun alusta loppuun.

Kirjoita palvelutuokiot luetteloksi. Kirjoita lyhyesti tuokion toiminta ja merkitys. Mutta älä kirjoita vielä auki yksityiskohtia tai työntekijöitä ohjeistavaa dialogia. Sinun on helpompi muokata palvelun kulkua ja tehdä tarinaan muutoksia tässä vaiheessa kun käsittelet ns. luurankoa.

### 6. Laadi nyt palvelulle tarkka tarinakäsikirjoitus. Kirjoita myös yksityiskohdat!

Kun tarinan kulku on lopullisesti päätetty, voit edetä lopullisen palvelukäsikirjoituksen laatimiseen. Nyt voit tarvittaessa kirjoittaa myös rooleissa toimiville työntekijöille ohjeistavat repliikit. Kirjoita näkyville myös palvelun tarinan kannalta olennaiset seikat kuten esineet, visuaaliset yksityiskohdat ja ruokaan liittyvät seikat. Huomioi myös tuoksut, valaistus ja äänimaailma. Kirjoita ylös millaisia muutoksia pysyvään palveluympäristöösi tulee tehdä tarinan toteuttamiseksi.

### 7. Palvelun kuvakäsikirjoituksesta on hyötyä palvelun käytännön toteutuksessa.

Kuvat havainnollistavat ja konkretisoivat palvelun vaiheita ja kuvissa voit nostaa esiin tärkeitä yksityiskohtia tarinan toteutumisen kannalta. Lähikuvien avulla voit nostaa esiin myös asiakkaiden tunnetiloja. Näin pidämme mielessä sen tavoitetunnetilan, jota pyrimme tässä palvelutuokiossa asiakkaille välittämään. Jokainen kokemus on ainutlaatuinen. Kun tiedämme mitä tavoittelemme tunteiden tasolla, on tuo tavoite kuitenkin helpompi myös saavuttaa.

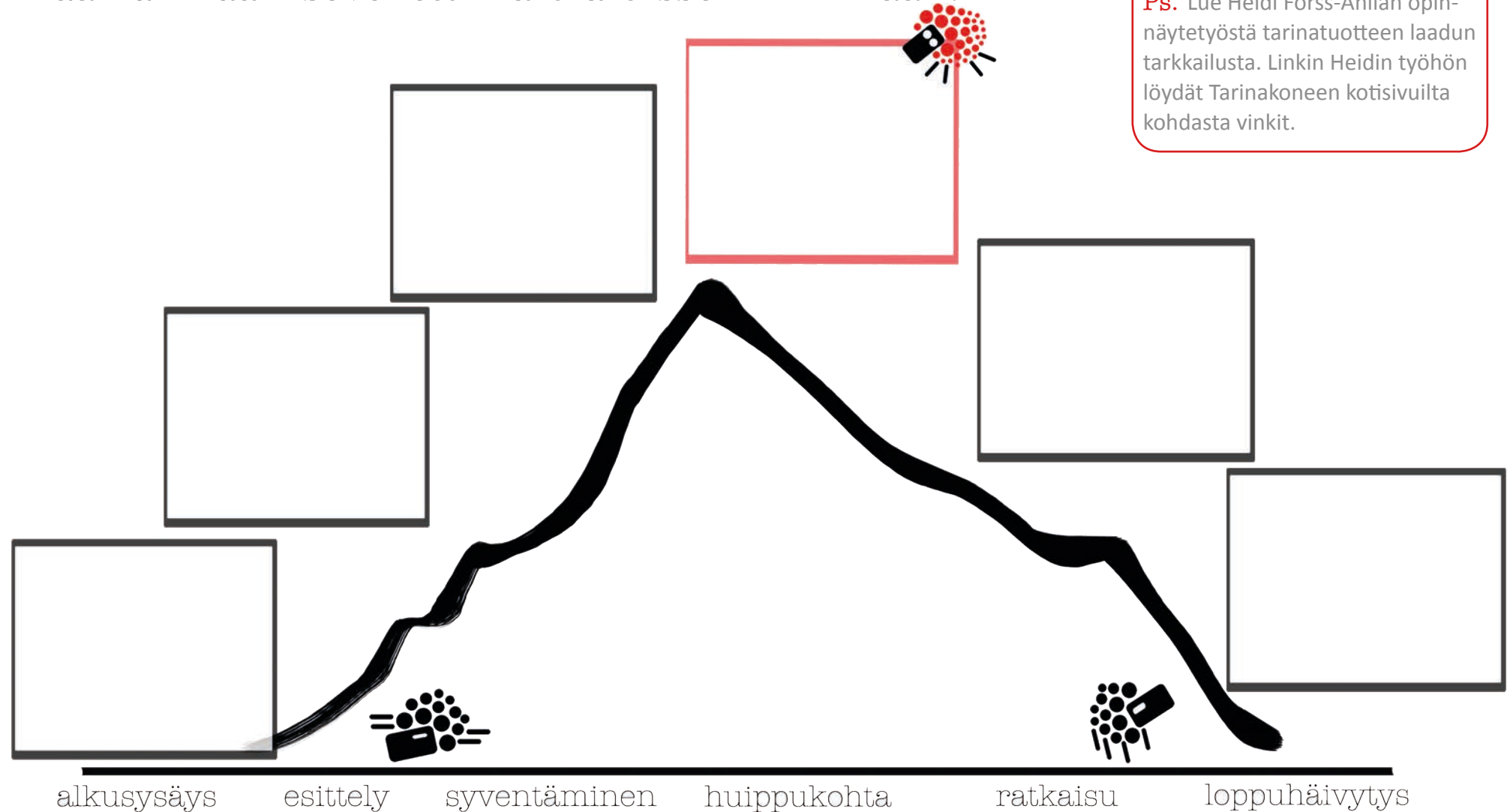
### 8. Tuotannon suunnittelu sekä versiointi ja paketointi.

Kun palvelu on tarinallistettu ja palvelun vaiheet yhteen sitova käsikirjoitus laadittu, voidaan siirtyä tuotannon suunnitteluun eli käytännön toteutukseen. Käsikirjoitus luonnollisesti elää koko prosessin ajan. Sitä voidaan tarkentaa. Palvelusta voidaan laatia sisällöltään ja hintaluokaltaan erilaisia versioita. Tarinaa voidaan hyödyntää myös palvelun paketoinnissa ja erilaisten vaihtoehtojen nimeämisessä.



# PALVELUN TARINAPOLKU

Draaman kaari sovellettuna Ola Olssonin mukaan.



**Ps.** Lue Heidi Forss-Anilan opinnäytetyöstä tarinatuotteen laadun tarkkailusta. Linkin Heidin työhön löydät Tarinakoneen kotisivuilta kohdasta vinkit.

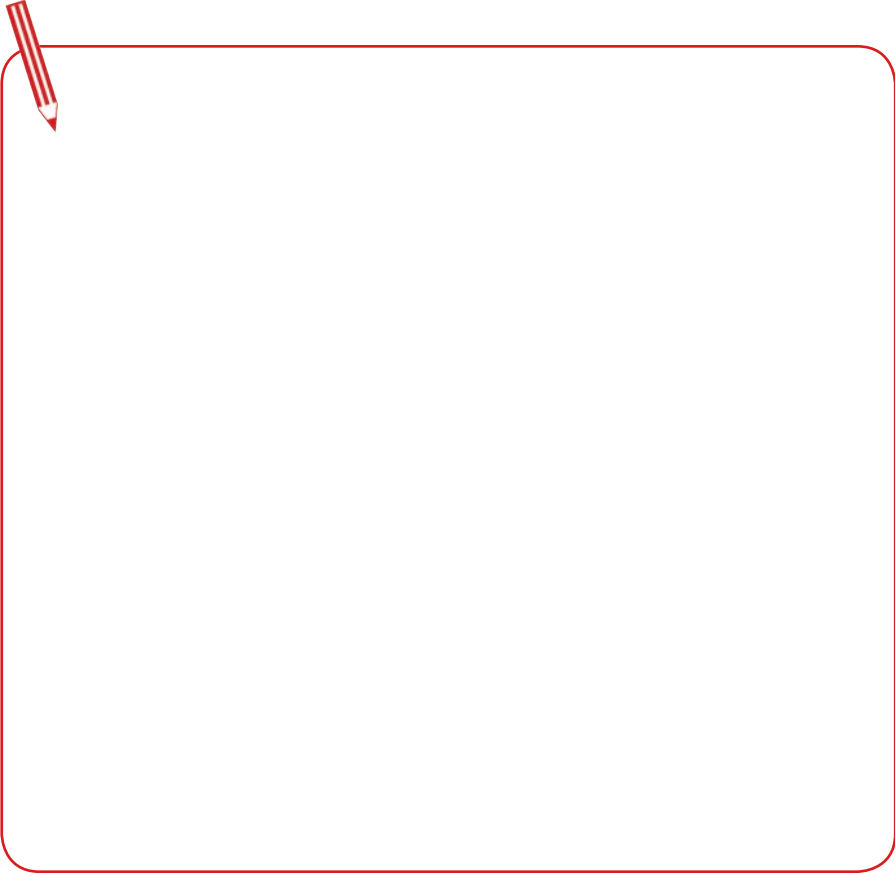
## Seuraa punaista lankaa ja tarinallista palveluista elämyksiä

### Mistä tunnistat tarinan (tarinallisuuden):

1. Tarinassa on yleensä selkeä rakenne: alku, keskikohta ja loppu.
2. Tarinassa on kronologisuutta. Tarina on yhtenäinen tapahtumien sarja (vaikka rikkoisikin aikarajoja).
3. Tarinassa on syy-seuraus-suhteita ja juonellisuutta.
4. Tarinallistamisen näkökulmasta tarina on yrityksen koko toiminnan punainen lanka.
5. Tarinassa on selkeä hahmo/toimija (voi olla myös tuote, yritys, maisema jne.).
6. Tarinassa on sekä faktaa että fiktiota. Tarina on siis dramatisoitu, mielenkiintoinen ja koukuttava.
7. Tarina vetoaa tunteisiin (inhimillisuus, merkitykset, tunnistamisen kokemukset).
8. Palvelun tarina vetoaa eri aisteihin ja herää eloon aistien kautta.

### Mitä hyötyä on tarinallistamisesta:

1. Tarinalla helpotat palveluiden tuotteistamista ja yrityksesi markkinointia.
2. Tarinan avulla erotut. Yrityksesi muistetaan yhä paremmin.
3. Tarina voimistaa oman yrityksesi vahvuuksia ja tuo esiin aitouden sekä arvot.
4. Tarinallistettua ja käsikirjoitettua palvelua on helpompi toteuttaa sekä räätälöidä eri asiakasryhmien tarpeisiin sopivaksi.
5. Suositukset ovat parhaita markkinointia. Tarinallistetut palvelut tuottavat suosituksia.
6. Tarinallistamalla luomme tunteita: entistä parempia palveluita ja tyytyväisempiä asiakkaita.
7. Tarinallistettua palvelua on helppo ja kiva myydä!
8. Tarinallistaminen selkeyttää arkeasi: tarina on yrityksesi kehittämisen punainen lanka!



**Ps.** Tarinallistaminen selkeyttää arkeasi: tarinasi on yrityksesi kehittämisen punainen lanka!

## Tarina jatkuu...

...Tarinakoneen blogissa ja Facebook-sivuilla; molemmista löydät ajankohtaisia vinkkejä tarinallistamiseen.

Myös Tarinakoneen kotisivuilta löydät koottuja nettisivu- ja kirjallisuusvinkkejä, käy tutustumassa!

[www.tarinakone.fi](http://www.tarinakone.fi)  
[www.tarinakone.fi/blogi](http://www.tarinakone.fi/blogi)  
[www.facebook.com/tarinakone](http://www.facebook.com/tarinakone)

Osallistu keskusteluun myös twitterissa #tarinallistaminen #SBSD

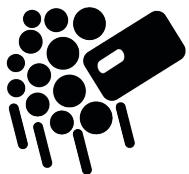
Tarinakone  
Anne Kalliomäki  
040 537 1939  
[anne@tarinakone.fi](mailto:anne@tarinakone.fi)

Tutustu myös kirjaani **Tarinallistaminen – palvelukokemuksen punainen lanka.**

Ps. Laittamalla koodin BKT1333A kampanjatunnuskenttään Talentumin shopissa <http://www.talentumshop.fi> saat kirjasta alennuksen.



Tarinaa ei kerrota  
vaan se koetaan!



”Ota yhteyttä Tarinakoneeseen,  
kun tarvitset tarinakumppania!”

