

Kaupunkilaisten ja kaupunkivieraiden kohtaamispaikka Tampereen kauppahalli 2027

Tarjous päivitetty 14.3.2022

Juuso Wäänänen, Asiakkuusjohtaja

Lotta Julkunen, Muotoilujohtaja

Hellon

juuso.waananen@hellon.com

+358 40 594 2797

Sisältö

1. Tausta ja tavoitteet
2. Lähestymistapa tavoitteiden saavuttamiseksi
3. Projektisuunnitelma ja aikataulutus
4. Tiimi ja investointi
5. Miksi Hellon
6. Asiantuntija- ja yritysreferenssit

A group of five people (three women and two men) are sitting around a dark table in a modern office setting. They are engaged in a meeting, with laptops open in front of them. The scene is overlaid with a semi-transparent blue filter. The text 'Tausta ja tavoitteet' is centered over the image in a white, sans-serif font.

Tausta ja tavoitteet

Tausta ja tavoitteet

Tausta

Tampereen läntisessä keskustassa sijaitseva kauppahalli on peruskunnostuksen sekä uudistumisen edessä. Kulttuuria ja jokapäiväistä arkipalvelua tuottava kohtaamispiste palvelee kuutena päivänä viikosta niin kaupunkilaisia kuin pidempää tulevia kaupunkituristeja.

Uuden kauppahallin tulee puhutella niin perinteisempää, nuorempaa kuin myös muualta vierailevaa kuluttajaryhmää, jotta kauppahallin vetovoimaisuus kasvaa ja näin myös käyttöaste. Toisaalta uuden kauppahallin tulee olla konseptiltaan sekä operatiiviselta toimivuudeltaan vuokralaisten tarpeita vastaava. Osalla palveluntarjoajista on syvät juuret kauppahallin perinteisessä toiminnassa ja osa palveluntarjoajista on taas uudempaa sukupolvea ja uudismielisempiä.

Lisäksi kauppahallin korttelistossa on muita vetovoimaisia kohteita, jotka tulisi huomioida, kuten esimerkiksi Sokos sekä muut kiinteistöjen omistajat.

Tavoitteet

Tavoitteena on kesään 2022 mennessä selvittää:

- Osallistaen selvittää mitä ja millä tavalla Kauppahallissa pitäisi parantaa asiakkaiden ja yrittäjien näkökulmasta.
- Pohjustaa perusparannushanke, että siitä saadaan kaikki potentiaali irti eikä tehdä olemassa olevaa vain uusiksi.
- Tehdä Kauppahallista vetovoimainen, toimiva ja kiinnostava kohde koko korttelissa ja Tampereen keskustassa myös tulevaisuudessa.



Lähestymistapa tavoitteiden saavuttamiseksi

Miten lähdetään suunnittelemaan houkuttelevaa ja eloisaa Kauppahallia



Erottautumisstrategia

Keskeisenä osana Tampereen kauppahallin konseptin suunnittelua on tunnistaa keskustan ja erityisesti korttelin muiden palveluiden houkuttelevuustekijät ja luoda konsepti joka erottuu positiivisesti muista, sekä tukee ja tukeutuu lähiseudun muuhun palveluntarjontaan.

Esimerkiksi Tallipihan ja Laukontorin kohdeyleisöä ja toimintaa voitaisiin kevyesti analysoida, jotta ymmärretään ketä Kauppahalliin halutaan houkuttaa ja minkälaisin eväin.



Oppeja Hakaniemen kauppahallista

Hakaniemen kauppahalli on käynyt vastaavanlaisen prosessin peruskorjauksen ja väistötilojen osalta. Vaikka vuokrataso on noussut, niin monet yrittäjät ovat olleet äärimmäisen tyytyväisiä toimintaan väistötilassa.

Minkälainen heidän lähtötilanne oli yrittäjien suhteen? Kuinka yhteistyö yrittäjien kanssa sujui? Minkälaisia oppeja heillä on?



Inspiraatiota maailmalta

Lontoon Borough Market on suosittu kohde viikonlopun viettoon sekä turisteille että paikallisille. Konsepti nojautuu laadukkaaseen ruokaan – siellä voi maistella ja ostaa mukaan ruoka-aineita sekä ostaa valmiita annoksia ja jopa drinkkejä. Valtaosa kävijöistä tulee hakemaan lounaansa street food kojuista.

Tukholman Östermalmhallenin konseptin keskiössä on laatu ja jopa luksus. Osa myyjistä on kuninkaallisia hovihankkijoita.

Varmistetaan Kauppahallin asiakasarvo erilaisille kohderyhmille ja tilanteille



Kauppahallin rytmi

Konseptin suunnittelun keskiössä on Kauppahallin rytmi. Arkisin keskellä päivää Kauppahallin asiakaskunta on erilainen kun viikonloppuisin tai arki-iltoina, ja onkin hyvä suunnitella miten peruskorjatun ja päivitetyin Kauppahallin aukioloajat ja tarjonta tukee erilaisten asiakasryhmien tarpeita.



Turistit ja vierailijat

Kauppahalli on keskeinen vierailukohde Tampereella vieraileville. Saavutettavuus on heille keskeinen tarve, mutta myös palvelutarjonnan on hyvä palvella satunnaisia vierailijoita. Turisti ei välttämättä osta mukaansa tuoreita ruoka-aineita, mutta voisi nauttia nopeista valmisannoksista tai esimerkiksi pienistä muistoesineistä.



Uudet asiakkaat

Asiakastutkimuksen yhteydessä on syytä tehdä kevyt selvitys siitä, mikä on Kauppahallin mielikuva niille Tamperelaisille, jotka eivät siellä käy. Kauppahallin asiakaskunta on varsin iäkäs, ja on tärkeää että uusi konsepti houkuttelee uusia asiakkaita palvelun pariin. Kauppahallilla on loistava potentiaali houkutella nuoria arvopohjaisia kuluttajia.



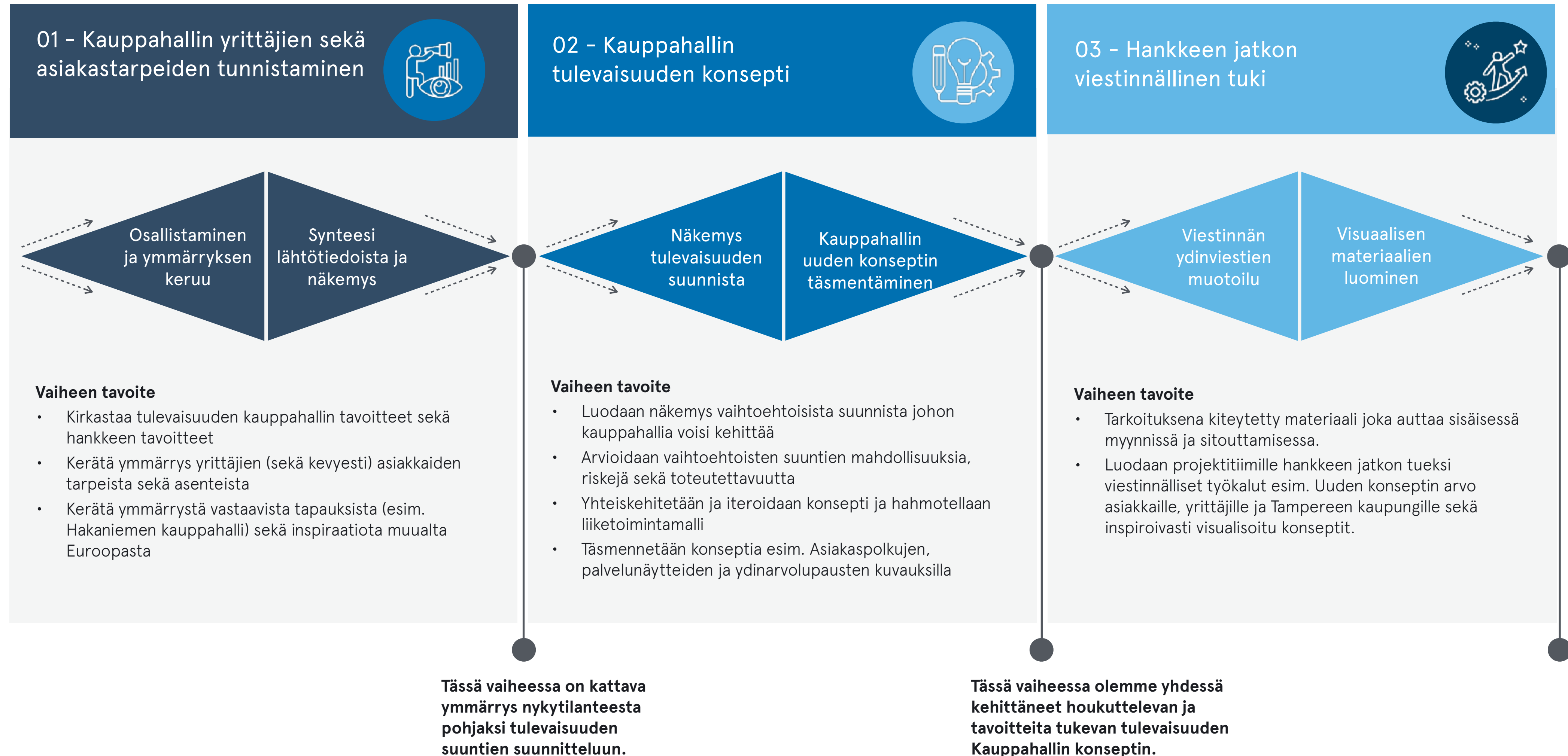
Projektisuunnitelma ja aikataulutus

Lähestymistapamme Kauppahallin uuden konseptin luomiseen

Asiakaslähtöinen uudistaminen tapahtuu kolmen keskeisen työvaiheen kautta



Projektisuunnitelman yhteenveto



01 - Lähtötiedot

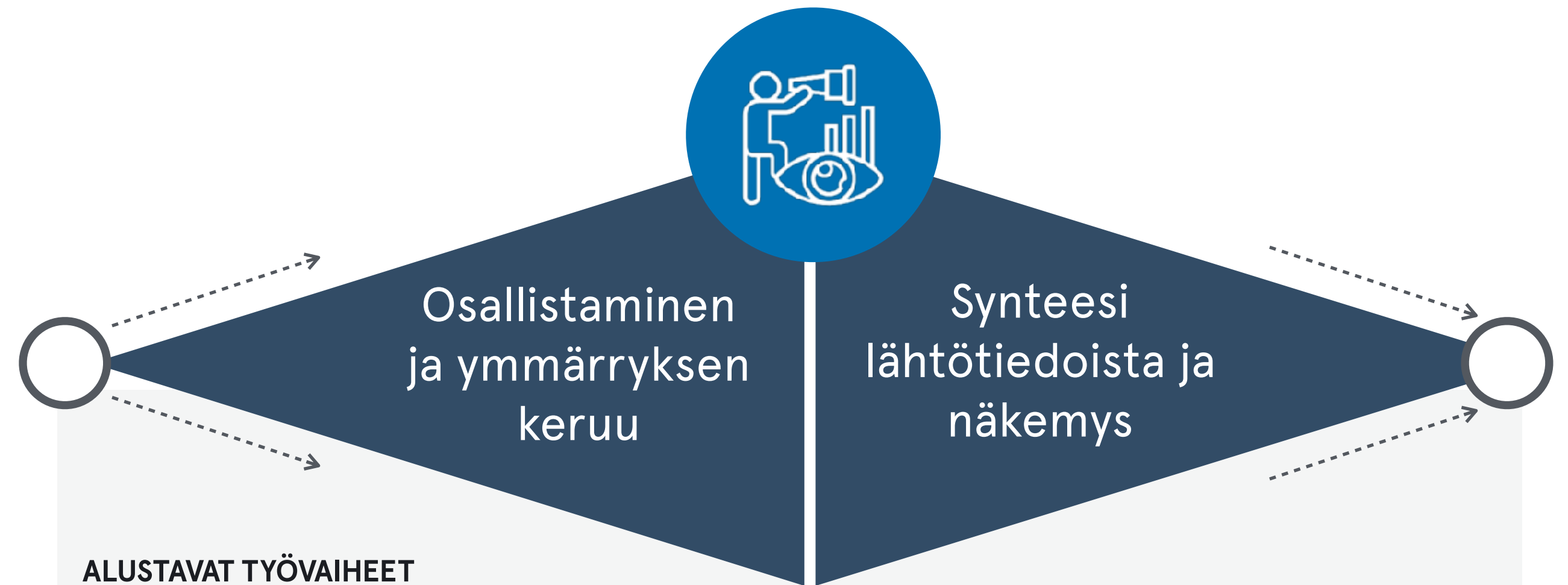
Projekti käynnistetään kick-off-työpajalla, jossa käytännön toimintatapojen sekä aikataulujen lisäksi varmistetaan, että projektitiimillä on yhteinen ymmärrys projektin lähtötilanteesta, kehittämisen prioriteeteista sekä tavoitteista suhteessa projektin tuotoksiin.

Alussa määritellään ja aikataulutetaan myös tarkemmin keskeiset osallistettavat tahot.

Tämän jälkeen projekti siirtyy tutkimusvaiheeseen, jossa osallistetaan korttelin kiinteistöomistajia, kaupungin edustajia sekä kauppahallin yrittäjiä ja lisäksi kevyesti nykyisiä ja potentiaalisia asiakkaita.

Samalla kirkastetaan näkemys alueen erityispiirteistä ja tutustutaan relevantteihin ruokatrendeihin ja asiakastarpeiden muutoksiin.

Ymmärrys kiteytetään yhtenäiseksi ja selkeäksi näkemykseksi joka vastaa kysymykseen: Mitkä asiat toimivat kauppahallin asiakasarvon ajureina tulevaisuudessa?



ALUSTAVAT TYÖVAIHEET

- **Kick off projektiryhmän kanssa:** tavoitteiden tarkennus, aikataulujen sopiminen sekä osallistamisen tarkempi suunnittelu
- **Korttelin kiinteistöomistajien työpaja.** Osallistetaan korttelin kiinteistöomistajat (ja muutama valikoitu kauppahallin yrittäjä, jos halutaan) yhteiseen ideointisessioon. Selvitetään tarpeet, tahtotilat sekä ekosysteemin yhteiset mahdollisuudet.
- **Kaupungin edustajien kanssa 2h ideointityöpaja.** Osallistetaan sisäiseen ideointiin mukaan 10-12 kaupungin edustajaa (esim. Visit Tampere)
- **Kauppahallin yrittäjien haastattelut:** Määritellään haastateltavat 4-6 yrittäjää yhdessä projektitiimin kanssa. Osa haastatteluista voi olla potentiaalista vuokralaista.
- **Kauppahallin asiakkaiden pikahaastattelut** (5-10 hlö), sekä pikahaastattelut asiakkaille (5-6 hlö), jotka eivät tällä hetkellä käy kauppahallissa. Haastattelut toteutetaan pikahaastatteluina kauppahallin ja lähikorttelin alueella.
- **Etätapaaminen Hakaniemen hallin hankkeen johtajan ja/tai yrittäjien edustajan kanssa:** opit ja kokemukset
- **Desktop study:** Korttelin palveluihin tutustuminen sekä benchmarkkaus Euroopan / pohjoismaiden kauppahallien konsepteihin, kevyt trendikatsaus
- **Sähköinen kysely Kauppahallin yrittäjille**
- **Analyysi:** Kerätyn ymmärryksen analyysi vahvuuksista, mahdollisuuksista, heikkouksista ja uhkista. Analyysi asiakkaiden ja yrittäjien tarpeista sekä arvoajureista.
- **Synteesi:** Kiteytetään lähtötiedot ja näkemys erilaisista tulevaisuuden suunnista
- **Yhteiskehittämisen työpaja projektitiimin kanssa:** käydään läpi löydökset ja pureudutaan houkuttelevuustekijöihin. Lisäksi luodaan näkemys vaihtoehtoisista suunnista johon kauppahallia voisi kehittää.
- Hellon muotoilee suunnitteluajurit tavoitetilan suunnittelua varten.

02 - Kauppahallin tulevaisuuden konsepti

Projektin toisessa vaiheessa määritellään keskeiset kokemukselliset ja liiketoiminnalliset tavoitteet sekä mahdolliset reunaehdot, jotka asettavat suunnan Kauppahallin tulevaisuuden toiminnalle.

Konseptikuvaus on elävä dokumentti, jonka avulla kommunikoidaan mitä ja miten asiakkaille tuotetaan arvoa. Se kiteyttää miten Kauppahalli erottuu positiivisesti kilpailijoista, minkälainen asiakaskokemus on, mikä Kauppahallin rytmi on ja miten liiketoiminnallisten edellytysten kehittäminen onnistuu.

Validoimalla konsepti(t) sisäisesti tai yrittäjien kanssa, tuotetaan ymmärrystä konseptin reunaehdoista ja aloitetaan Tampereen kaupungin sisäinen ajatuksen myyminen. Asiakasvalidoinnilla kerätään näkemystä tavoitekokemukseen suhteesta konseptin houkuttelevuuteen ja erottuvuuteen.



ALUSTAVAT TYÖVAIHEET

- **Vaihtoehtoisten konseptiaihioiden kuvaus:** Hellonin suunnittelijatiimi kuvaa 2-4 vaihtoehtoista konseptia tulevaisuuden kauppahallille. Konsepteissa kuvataan asiakaskokemusta, arvoa eri sidosryhmille sekä liiketoimintamallia.
- **Konseptien kevyt vaikuttavuusarviointi:** Määritellään yhdessä keskeiset tavoitteet ja onnistumisen mittarit jonka pohjalta luodaan konseptien vaikuttavuusarviointipohja. Määritellään liiketoiminnan kannalta keskeiset muutokset kuten tavoitellaanko pitkiä vuokrasopimuksia vai vaihtuvuutta, järjestetäänkö tapahtumia yms. Arviointipohjan avulla tehdään laadullinen arvio konseptien välillä.
- **Validointi / osallistaminen, 3-5 henkilöä:** Arvioinnin jälkeen sovitaan osallistettavat tahot, joille konsepteja esitellään ja kerätään heiltä näkemyksiä (tässä vaiheessa yleensä enää 1-2 konseptia mukana). Henkilöt voivat olla Tampereen kaupungin sisäisiä sidosryhmiä tai kauppahallin yrittäjiä / asiakkaita.
- **Kauppahallin asiakkaiden määrällinen sähköinen kysely ja analyysi**
- **Konseptin iterointi:** palautteen pohjalta valitaan 1 konsepti ja iteroidaan sitä. Konsepti kuvataan tarkemmin
 - Kauppahallin rytmi; aamu / päivä / ilta, arki vs viikonloput, tapahtumat
 - (jos mahdollista datan saatavuuden osalta) tehdään kevyt liiketoiminnan vaikuttavuuden hypoteesi
 - Määritellään konseptin vetovoima eri kohderyhmille; turistit, paikalliset, arkena ja iltana
 - Tässä vaiheessa usein tehdään kaksikin iteraatiokierrosta yhdessä projektitiimin kanssa.
- **Konseptin esittely:** Konsepti kiteytetään esitykseen ja esitellään keskeisille sidosryhmille.

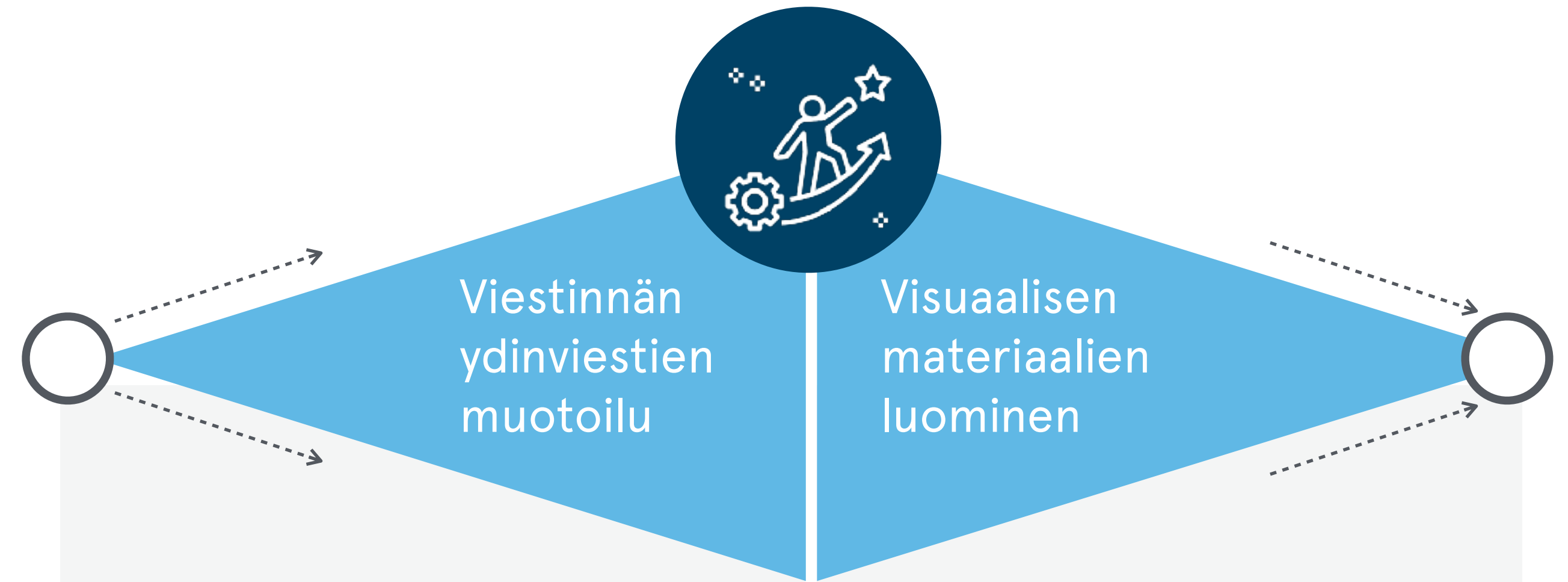
03 - Hankkeen jatkon viestinnällinen tuki

Viimeisen vaiheen tavoitteena on siirtyä ensiaskeleet konseptista kohti muutosta. Kun yhdessä luotu konsepti on valmis, on seuraavaksi tärkeää saada oikeat tahot mukaan ja sitoutettua yhtenäiseen visioon Kauppahallin tulevaisuudesta.

Yhdessä projektiryhmän kanssa muotoillaan ydinviestit muutoksesta ja tulevaisuuden suunnasta. Yleensä tässä vaiheessa syntyy kompakti, 1-3 sivun mittainen visuaalinen ja ytimekkäästi sanallisesti kuvattu kokonaisuus.

Hellon suunnittelee ja visualisoi ydinviestien ympärille konseptivisualisoinnin.

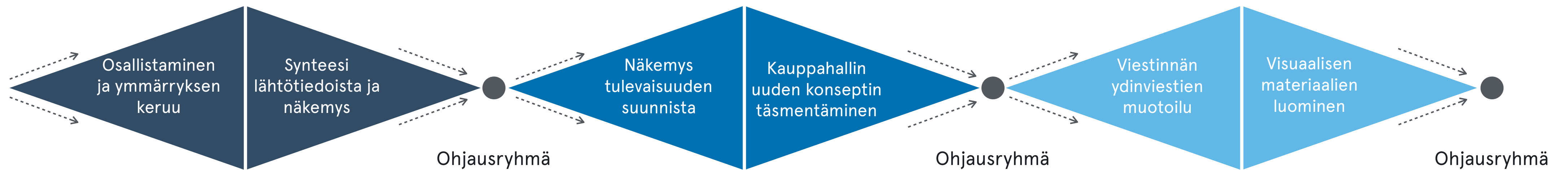
Riippuen peruskorjauksen suunnittelun aikataulusta, on myös mahdollista järjestää ns. Hand-over tilaisuus hankkeen vastaavan arkkitehdin kanssa, jotta konseptin keskeiset elementit siirtyvät konkreettiseen tilasuunnitteluun.



ALUSTAVAT TYÖVAIHEET

- **Työpaja yhdessä projektiryhmän kanssa** jossa kirkastetaan konseptin pohjalta tärkeimmät ydinviestit
 - Kuvataan seuraavissa vaiheissa osallistettavat tahot ja sovitaan soveltuuko samat materiaalit kaikille sidosryhmille
 - Projektitiimi viimeistelee ja iteroi ydinviestit yhteisen työpajan jälkeen
- **Ydinviestin ympärille konseptivisualisointien piirtäminen Hellonin toimesta:** Nämä voivat olla esimerkiksi luonnoskuvia jossa näkyy uuden kauppahallin asiakas käyttämässä palveluita. Kuva ei ota kantaa tilallisiin elementteihin vaan keskittyy kuvaamaan kokemuksen ja konseptin muita osa-alueita.
- **Hand-over palaveri** arkkitehdin tai vastaavan kanssa kun muutostöiden suunnittelu alkaa (jos tässä kohtaa relevantti)

Aikataulu



Lopputuotokset



1

Kokonaisnäkemys ja ymmärrys
Kauppahallin nykytilan toiminnasta: mitkä
ovat yrittäjien tarpeet, kipupisteet ja
asenteet muutosta kohtaan. Miten
korttelitason konsepti tukee toimintaa
tulevaisuudessa.



2

Kauppahallin kehityskonsepti:
Kauppahalli 2027 perusparannuksen
jälkeen. Sisältää kuvauksen
Kauppahallin rytmistä, kohderyhmistä
sekä asiakaskokemuksesta



3

Inspiroiva tulevaisuuden konseptin
viestinnällinen tuki visualisoituna
esitykseksi: Yhteisen tahtotilan,
sisäisen myynnin ja sitouttamisen
tuki

A group of five people (three women and two men) are sitting around a dark table in a modern office setting. They are engaged in a meeting, with some looking at laptops and others talking. The scene is overlaid with a semi-transparent blue filter. The text 'Tiimi ja investointi' is centered over the image in white.

Tiimi ja investointi

Hellonin asiantuntijat Tampereen kaupungille

Olemme valinneet Tampereen kaupungin kauppahallin konseptoinnille kokeneen ja erittäin kyvykkään tiimin auttamaan merkittävässä kulttuurillisessa uudistamishankkeessa. Projektiryhmällä on laaja-alainen kokemus vastaavista hankkeista

Ydintiimi tulee työskentelemään tiiviisti Tampereen kaupungin tiimin kanssa läpi projektin.

YDINTIIMI



Lotta Julkunen
Muotoilujohtaja,
Taiteen Maisteri

Lotalla on vahva kokemus asiakas- ja henkilöstökokemuksen strategisesta suunnittelusta. Lotta vastaa hankkeen konseptoinnin metodologisesta lähestymisestä.



Karolina Klockars
Palvelumuotoilija,
Taiteen maisteri

Karolinalla ydinosamista muotoilijana ovat osallistaminen, yhteissuunnittelu, tiedon visualisointi sekä konseptisuunnittelu.

TUKITIIMI



Juuso Wäänänen
Asiakkuusjohtaja

Juuso vastaa Tampereen kaupungin asiakastytyväisyydestä sekä varmistaa projektin etenemisen sovitusti ja tarvittavien lisäkyvykkyyksien sitouttamisen.



Terhi Silvennoinen
Projektikoordinaattori

Terhi varmistaa tarvittavat resurssit sekä auttaa osallistettavien tahojen koordinoinnissa.



Joakim Eeriksson
Johtava palvelumuotoilija,
Taiteen maisteri

Joakimin ydinosamista muotoilijana ovat osallistaminen, yhteissuunnittelu, tiedon visualisointi sekä konseptisuunnittelu.

Yhteistyön vaihe	Henkilötyöpäivät	Kokonaisinvestointi
1. Kauppahallin yrittäjien sekä asiakastarpeiden tunnistaminen Vaiheen lopputulemana: <ul style="list-style-type: none">Yrittäjien ja asiakkaiden tarpeet, kipupisteet ja asenteet muutosta kohtaan. Selvitys miten korttelitason konsepti tukee toimintaa tulevaisuudessa.	23	56.840 € + alv
2. Kauppahallin tulevaisuuden konsepti Vaiheen lopputulemana: <ul style="list-style-type: none">Kauppahalli 2027 perusparannuksen jälkeen. Sisältää kuvauksen Kauppahallin rytmistä, kohderyhmistä sekä asiakaskokemuksesta	19	
3. Hankkeen jatkon viestinnällinen tuki Vaiheen lopputulemana: <ul style="list-style-type: none">Inspiroiva tulevaisuuden konseptin viestinnällinen tuki visualisoituna esitykseksi: Yhteisen tahtotilan, sisäisen myynnin ja sitouttamisen tuki	16	

Maksuehto 14 päivää netto. Maksuposti 100% projektin päätyttyä. Tampereen kaupunki on vastuussa yrittäjien ja asiakkaiden rekrytoinnista ja mahdollisesta palkitsemisesta Hellonin toimittaman ohjeistuksen mukaan..

Hellonin sopimushinta Tampereen kaupungille on 980 € / pvä + alv.

HELLON

Miksi Hellon?

1. Strateginen asiakaskokemuksen muutos on ydinosamistamme

Hellonin henkilöstöstä 80 % on strategisia muotoilijoita, suunnittelijoita ja analyytikoita. 20 % meistä keskittyy tuotantoon. Markkinoilla tämä suhdeluku on päinvastainen.

2. Designin, liiketoiminnan ja datan lyömätön yhdistelmä

Meillä on yli kymmenen vuoden ja 1000 tuloksellisen projektin kokemus, jossa yhdistyy asiakasymmärrys, transformatiivinen design, analyyttisyys ja liiketoimintaosaaminen ainutlaatuisiin koneoppiviin algoritmeihin.

3. Me teemme mitä lupamme. Satoi tai paistoi.





Reset your
Customer Experience
Strategy

Yritysvereuferenssit

Sea Travel Center

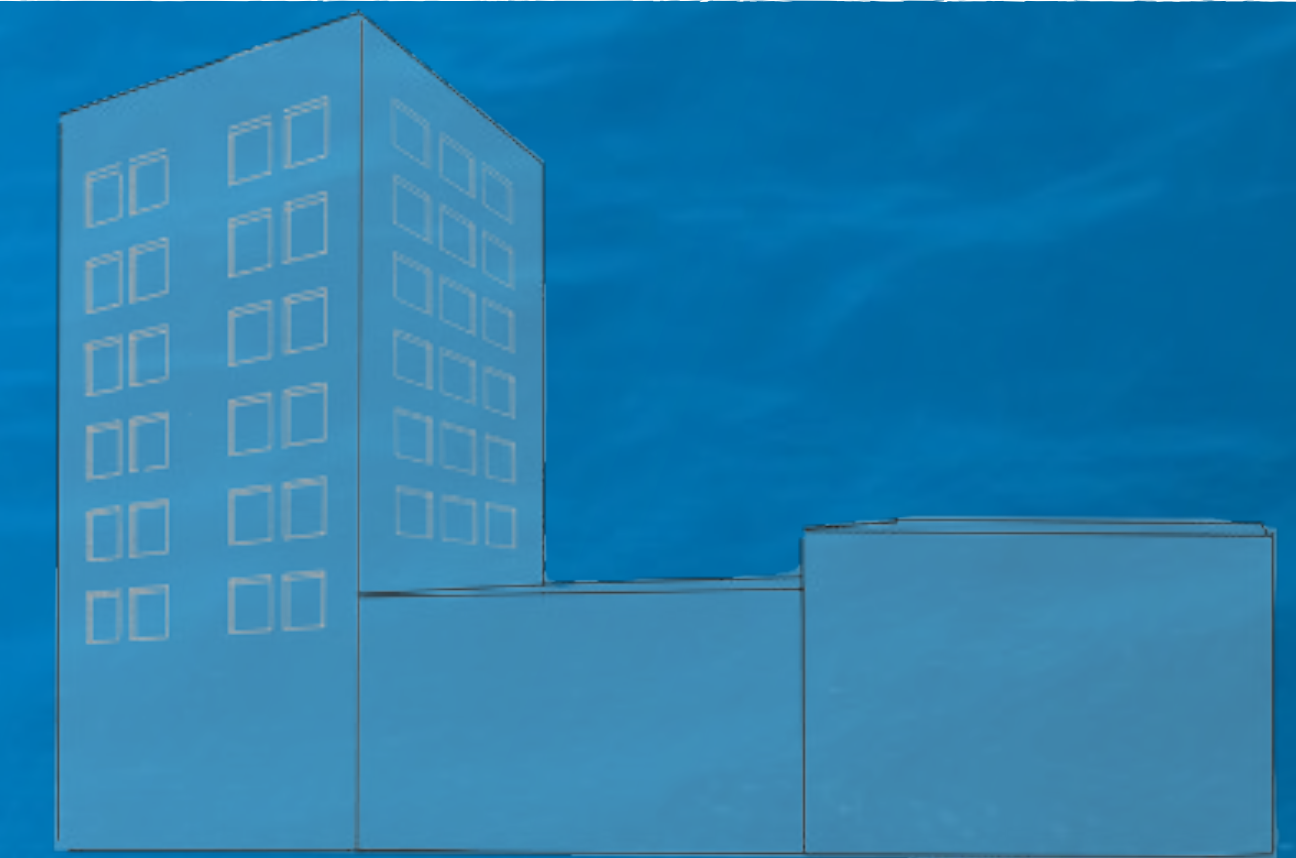
Helsingin Satama on uudistamassa länsisataman terminaali 1:stä. Alustava aikataulu avaamiselle on vuonna 2030. Sataman strategiassa tavoitteena on luoda uusia liiketoimintamalleja perinteisen matkustajaliikenteen läpikulkuväylän päälle tulevaisuuden skenaariot huomioiden. Onnistumisen tueksi loimme yhdessä vision holistisemmasta kaupunkilaisten ja turistien kohtaamispaikasta. Visiokonsepti piti sisällään terminaalin lisäksi toimistotiloja, ravintolapalveluita sekä muita tulevaisuuden tarpeisiin taipuvia palvelutiloja.

Tavoitteena oli muotoilla uuden terminaalin asiakaskokemus varmistuen, että se vastaa asiakkaiden tulevaisuuden tarpeisiin sekä muiden tärkeiden tunnistettujen sidosryhmien tarpeisiin.

Osallistimme suuren määrän eri sidosryhmiä laadullisesti ja saimme todella kattavan ymmärryksen nykytilanteesta sekä tulevaisuuden tarpeista. Luodun näkemyksen pohjalta teimme kaksi erilaista tulevaisuuden skenaariota, jossa hahmotimme erilaisten muuttujien vaikutusta uuden länsiterminaalin toimintoihin sekä asiakkaisiin.

Onnistunut visiotyö oli inspiroiva, selkeä sekä helposti kommunikoitavissa Helsingin sataman toimesta heidän tärkeimmille sidosryhmille, jossa sataman tulevaisuudesta tullaan yhdessä tekemään päätöksiä.

LIIKESALAISUUS/LUOTTAMUKSELLINEN



**ASIAKASKOKEMUKSEN
VISIO,
TILAVAATIMUKSET JA
ONNISTUMISEN
KRITEERIT**

Nokia areena (ent. Uros Live)

Hellon loi Tampereelle avautuneelle Nokia areenalle ja sen yhteistyökumppaneille yhteisen asiakaskokemusvision, asiakaslupauksen, periaatteet sekä elämysskenaariot.

Haasteena oli saada monitoimijayhteisö miettimään yhdessä loppuasiakasta, eli areenavierailijoita. Areenalla ja sen ympäristössä ennustetaan olevan tulevaisuudessa vuositasolla yli 1,3 miljoonaa vierailijaa, jotka koostuvat niin paikallisista kuin muualta tulevista asiakkaista. Suuret asiakasmäärät ja palveluntuottajat piti saada miettimään yhdessä asiakasta sekä miten asiakkaat tulevat kokemaan elämyksen ainutlaatuisena ja vetovoimaisena ilman että elämys sirpaloituu asiakkaan vieraillessa eri toimijoiden palveluiden äärellä.

Asiakkaita osallistaen loimme onnistuneesti yhdessä toimijoiden kanssa jaetun asiakaskokemusvision uudelle areenalle, jonka kaikki toimijat pystyivät allekirjoittamaan ja lähteä tämän pohjalta rakentamaan maailman asiakaslähtöisintä elämyskeskusta areenavierailua ennen, sen aikana ja jälkeen.





Reset your
Customer Experience
Strategy

Asiantuntijareferenssit



Lotta Julkunen

DESIGN DIRECTOR

LUOTTAMUKSELLINEN

Kokenut muotoilija, jolla on laajaa osaamista strategisesta suunnittelusta ja CX-kouluttamisesta aina käytännönläheiseen asiakasymmärryksen keräämiseen ja konseptisuunnitteluun. Lotta on työskennellyt useissa kansainvälisissä projekteissa B2B- ja B2C-asiakkaiden kanssa. Hän johtaa projekteja varmistaen, että Hellonin tuotokset vastaavat asiakkaan tavoitteita ja strategiaa.

Valitut referenssit

- Tampereen kaupunki
 - Nysse palvelukäsikirja
- Port of Helsinki
 - Uuden Länsiterminaali T1 Sea Travel Centerin vision suunnittelu asiakaslähtöisesti
- HSL
 - Tulevaisuuden hinnoittelumallien ja lipputyypin suunnittelun fasilitointi ja osallisuus

Ammatillinen erityisosaaminen

- Hankkeiden ja yhteistyön johtaminen asiakasyrityksen strategian ja tavoitteiden mukaan
- Asiakaskokemuksen strateginen kehittäminen
- Kansainvälisten hankkeiden suunnittelu ja toteutus
- Työpajojen ja tapaamisten fasilitointi ja johtaminen
- Laadullisen sekä määrällisen asiakastiedon analyysi sekä kiteytys
- Palveluiden kehittämisen kirjo: luova suunnittelu, konseptointi, tuotteistus sekä konseptien testaus
- Graafinen suunnittelu ja informaation visualisointi

Työkokemus

- Design Director, Hellon Oy, 2021–
- Lead Service Designer, Hellon Oy, 2019–2021
- Lead Service Designer, Hellon Ltd (London), 2017–2019
- Senior Service Designer, Hellon Oy 2015–2017
- Industrial Design Trainee, Konecranes Oyj, 2014
- Teollinen muotoilija (Service and Spatial Design), Diagonal Oy, 2012–2014

Koulutus

- Master of Arts, MA (Innovation Design Engineering), Royal College of Art, 2015
- Master of Science, MSc (Mechanical Engineering), Imperial College London, 2015
- BA (Teollinen muotoilu), Lahden Muotoiluinstituutti, Lahden Ammattikorkeakoulu, 2012



Karolina Klockars

SERVICE DESIGNER

LUOTTAMUKSELLINEN

Karolina Klockars on kokenut palvelumuotoilija ja projektijohtaja, joka osaa yhdistää liiketoiminnan tavoitteet sekä asiakaskokemuksen kehittämisen painopisteet saumattomasti. Karolinalla on laaja kokemus ihmislähtöisten projektien palvelumuotoilussa ja kulttuurillisesti merkitykselliset hankkeet ovat Karolinan intohimo.

Valitut referenssit

- Tampereen kaupunki
 - Paikkatietoyksikön palvelukuvaus
- Business Finland
 - Palveluiden ekosysteemin muotoilu
 - Kansainvälisten palveluiden kasvuhanke
- Nordic Innovations
 - Etnografinen tutkimusprojekti
 - Liiketoiminnan muotoilun tuki

Ammatillinen erityisosaaminen

- Palvelumuotoilun linkitys liiketoiminnan kehittämiseen
- Projektien johtaminen
- Asiakaskokemus ja elämyksellisyys palvelussa
- Markkinointi ja brändäys
- Monikanavaisen asiakaskokemuksen kehittäminen
- Digitaaliset kosketuspisteet
- Prosessien muotoilu ja testaus

Työkokemus

- Palvelumuotoilija, Hellon Oy, 2013-
- Perustaja, toimitusjohtaja, The Floral Society Oy, 2018-
- Liiketoiminnan kehityspäällikkö, Viking Line Abp, 2009-2012
- Markkina-analyytikko, Viking Line Abp, 2008-2009

Koulutus

- Kauppatieteiden maisteri, Hanken Svenska handelshögskolan, 2008

hellon



Lisätietoja tarjouksesta:

Juuso Wäänänen

Asiakkuusjohtaja

040 594 2797

juuso.waananen@hellon.com