

CHEM-CV - Kemia tuotesuunnittelu

Tiimit - Asiakasprofiili

Sami Tuomi

sami.tuomi@aalto.fi

Sessio	Päivä	Aika	Paikka	Aihe
1	27.2.	15:15-18:00	Puuhamaa	Intro, tuotteet, tiimityö
2	6.3.	14:15-18:00	Puuhamaa	Tiimit, käyttäjätutkimuksen perusteet, asiakaspersonat, tuotteen tehtävä
3	13.3.	14:15-18:00	Studio	Tuotteen rakenne ja funktionaalisuus
4	20.3.	14:15-18:00	Puuhamaa	Vaikuttava viestintä Pitch 1
5	27.3.	14:15-18:00	Puuhamaa	Tuotteen elinkaari, terveys- ja ympäristövaikutukset
6	3.4.	14:15-18:00	Puuhamaa	Tuotesuunnittelun perusteet Pitch 2
7	10.4.	14:15-18:00	Puuhamaa	Uuden tuotteet kehittäminen
8	17.4.	14:15-18:00	Studio	Protoyppaus, kokeilukulttuuri Pitch 3
9	24.4.	14:15-18:00	Puuhamaa	Kuluttajatuotteen design, markkinat
-	1.5.			-
10	8.5.	14:15-18:00	Puuhamaa	Tuotteen pilotointi, kenraaliharjoitus Pitch 4
11	15.5.	14:15-18:00	TBA	Tuotelanseeraus Loppuesitys

Let's innovate together!

Me Tikkurilassa panostamme nyt erityisesti innovointiin ja haluaisimme kutsua opiskelijoita innovoimaan kanssamme. Olemme aloittamassa Innovation Accelerator –ohjelmaa, johon toivoisimme saavamme opiskelijoita mukaan.

Innovation Accelerator –ohjelma polkaistaan käyntiin 18.3.2019 ideointikilpailulla, johon myös opiskelijat voivat osallistua Tikkurilaisten lisäksi. Jos osallistut ohjelmaan, sinulle annetaan oikeudet Orchidea ideointisoftaan, jonka sisällä voit syöttää ideoita sekä kommentoida muiden ideoita.

Tuomaristo, joka koostuu Tikkurilan Offering-funktion johtoryhmästä, valitsee 5.4. ideoista kuusi parasta, joita lähdetään jatkojalostamaan Innovation Accelerator –ohjelmassa.

Huhtikuun 25. ja 26. päivä järjestetään Bootcamp Urban Millsissä, Otaniemessä. Näiden kahden päivän aikana kuusi tiimiä, joissa on sekä opiskelijoita että Tikkurilan työntekijöitä, jatkojalostavat ideoita konsepteiksi. Illalla 25.4. kutsumme kaikki Bootcampin osallistujat yhteiselle illalliselle Fat Lizard ravintolaan Otaniemeen.

Bootcampin jälkeen tiimit jatkavat ideoiden jalostamista kuuden viikon ajan ja näiden viikkojen aikana järjestetään 3 puolenpäivän mittaista fasilitoitua työpajaa.

Huipennuksena järjestetään 14.6. Pitching-tilaisuus, jossa tiimit esittelevät työnsä tulokset ja tuomaristo, johon kuuluu myös toimitusjohtajamme, Elisa Markula, valitsee voittajaidean ja voittajatiimi luonnollisesti palkitaan.

Toiveemme on, että saisimme yhteensä noin 20 eri alojen opiskelijaa mukaan Innovation Accelerator –ohjelmaan. Nopeat syövät hitaat! Ilmoittauduthan mukaan viimeistään 13.3. Laita viesti osoitteeseen: jutta.jarvinen@tikkurila.com, jossa kerrot nimesi, koulusi sekä kurssin, jonka puitteissa otat osaa ohjelmaan.

Jos haluat tietää lisää ohjelmasta, niin ota yhteyttä minuun!

Idearikkain terveisin,

Jutta

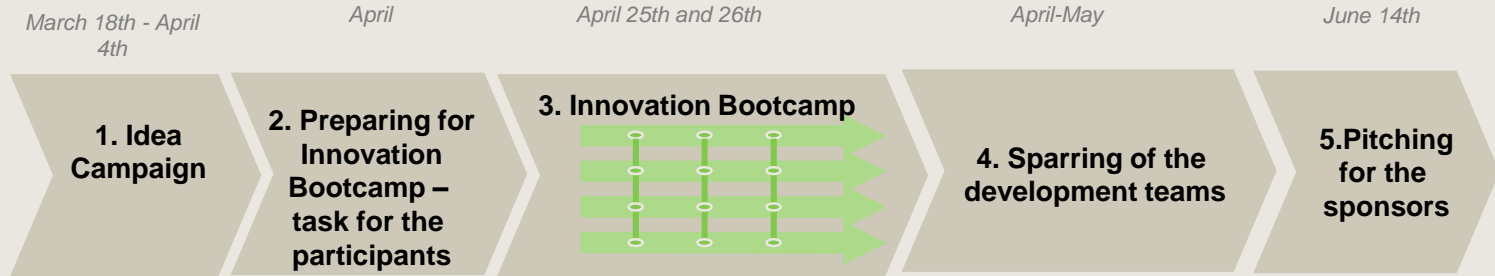
Customer & Market Insight Director

jutta.jarvinen@tikkurila.com

mobile: +358 40 751 7349



Innovation Accelerator overview



Contents:

- | | | | | |
|--|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Execution of the Idea Campaign • Ideas added to Orchidea ideation software • Ideas commented in Orchidea | <ul style="list-style-type: none"> • Preparation tasks for development teams: <ul style="list-style-type: none"> • Customers • Competitors • Market • Future (Trends) • Preparing for the Bootcamp | <ul style="list-style-type: none"> • Innovation Bootcamp in Urban Mill • A development process that takes into account different innovation types and different kind of ideas • Most powerful innovation tools are utilized • Experienced innovation consultants are facilitating the process and supporting development teams • Exercises that broaden thinking and create a good team spirit • Cross-fertilization between teams • Informal evening program | <ul style="list-style-type: none"> • Facilitators support development teams to develop innovations in f-2-f or in virtual meetings • 6 weeks, 3 x ½ days / team • Through Orchidea the rest of the organization will become aware of the development of ideas • Experts can participate and support development | <ul style="list-style-type: none"> • Pitching event is arranged where the best ideas are selected by Tikkurila's management |
|--|---|--|---|--|

Results:

- | | | | | |
|--|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> → The best ideas and motivated participants are found to the Innovation Bootcamp | <ul style="list-style-type: none"> → Participants are well prepared for the Innovation Bootcamp → Tailored bootcamp process ready | <ul style="list-style-type: none"> → Innovative and concrete concepts for next steps → Inspired and knowledgeable teams → Plans to test concepts in the next phases | <ul style="list-style-type: none"> → Tested and well defined solution concepts → Well thought pitching material | <ul style="list-style-type: none"> → The most potential concepts are selected for piloting |
|--|---|--|---|---|

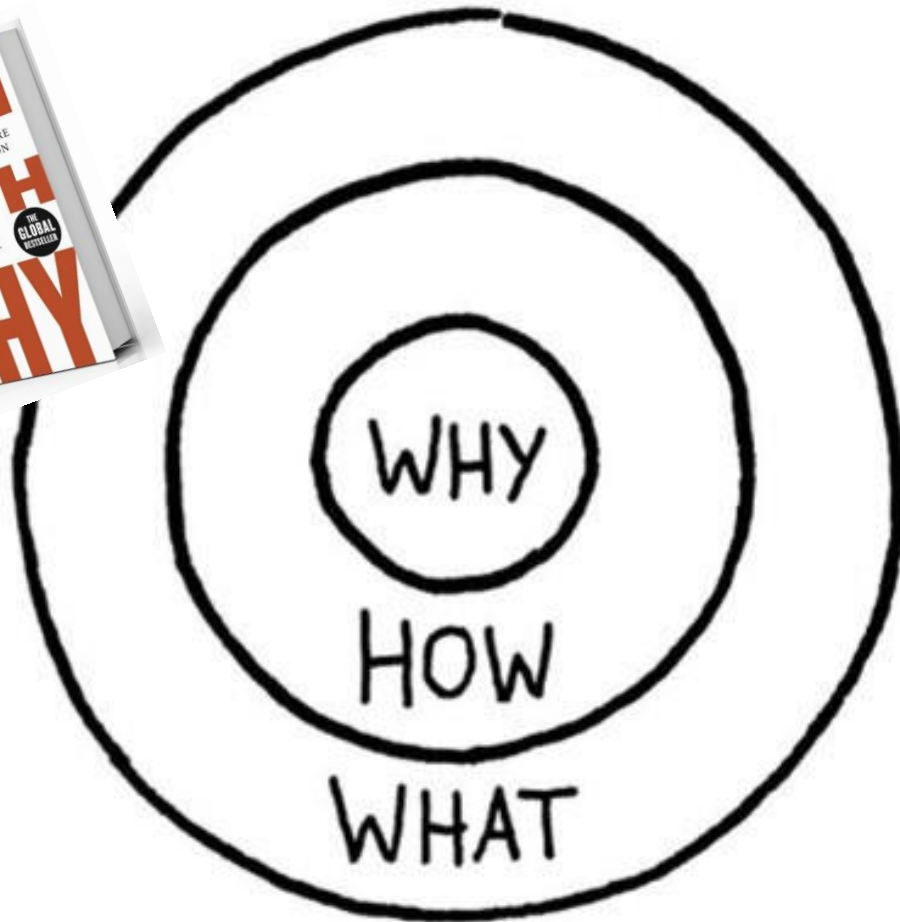
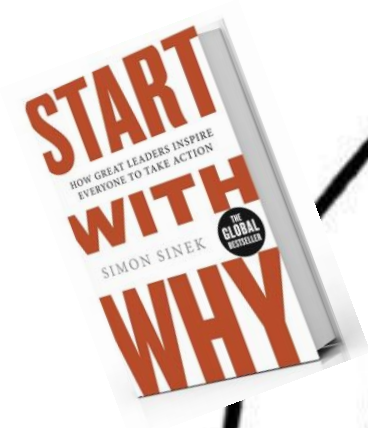
Ryhmät

- 3-5 henkeä
- Moninaista osaamista
- Ryhmä ensin, aihe myöhemmin
- Erilaiset työskentelytavat voivat olla rikkaus
- Yhteiset arvot tärkeät



Awards

- 2007: *Best Super Bowl Spot* (in the game's 40-year history)
- 2003: [WFA](#)—*Hall of Fame Award (Jubilee Golden Award)*
- 1999: [TV Guide](#)—*Number One Greatest Commercial of All Time*
- 1995: [Advertising Age](#)—*Greatest Commercial*
- 1995: [Clio Awards](#)—*Hall of Fame*
- 1984: Clio Awards
- 1984: 31st [Cannes Lions International Advertising Festival](#)—*Grand Prix*



Why = The Purpose

What is your cause? What do you believe?

Apple: We believe in challenging the status quo and doing this differently

How = The Process

Specific actions taken to realize the Why.

Apple: Our products are beautifully designed and easy to use

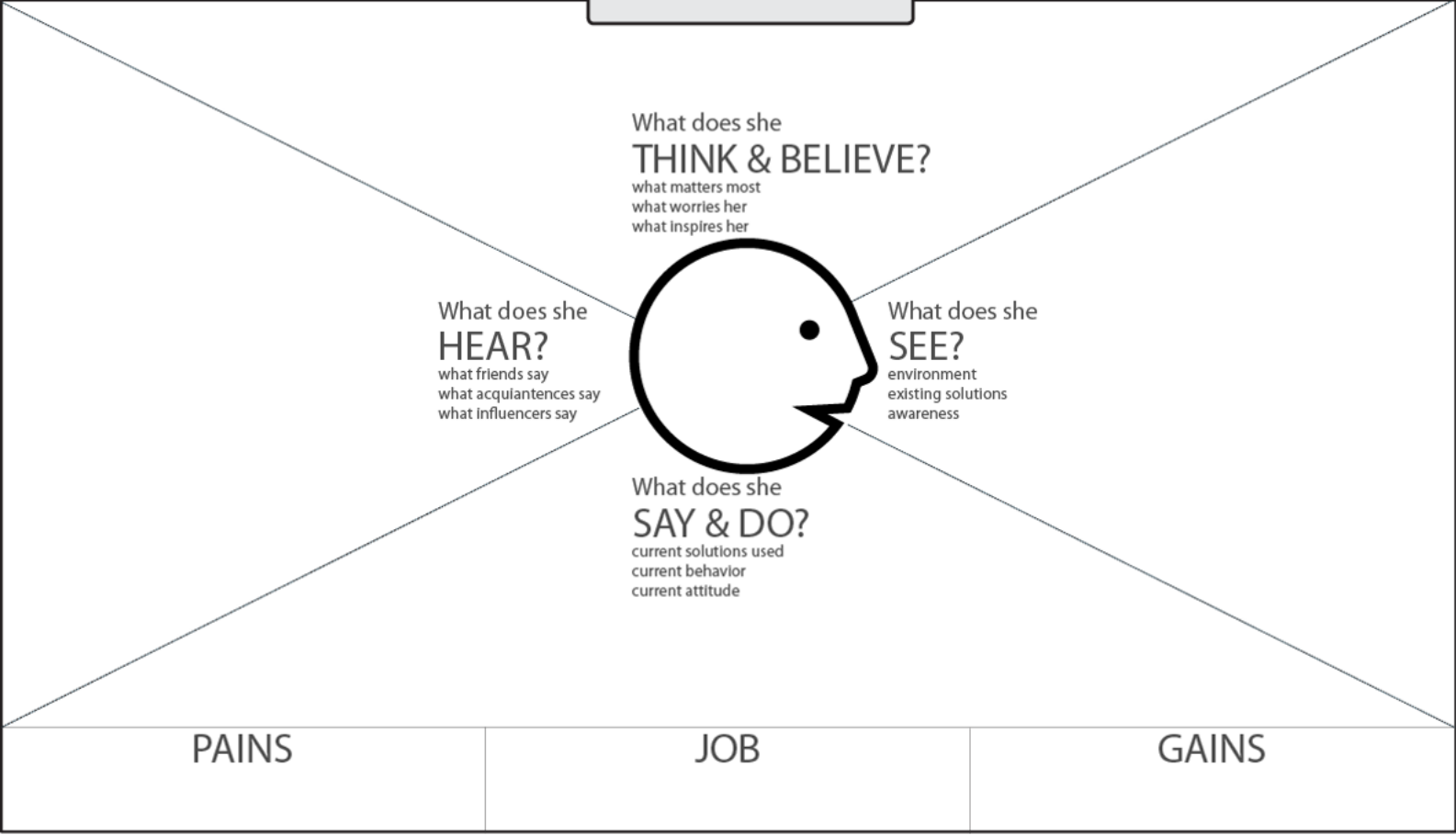
What = The Result

What do you do? The result of Why. Proof.

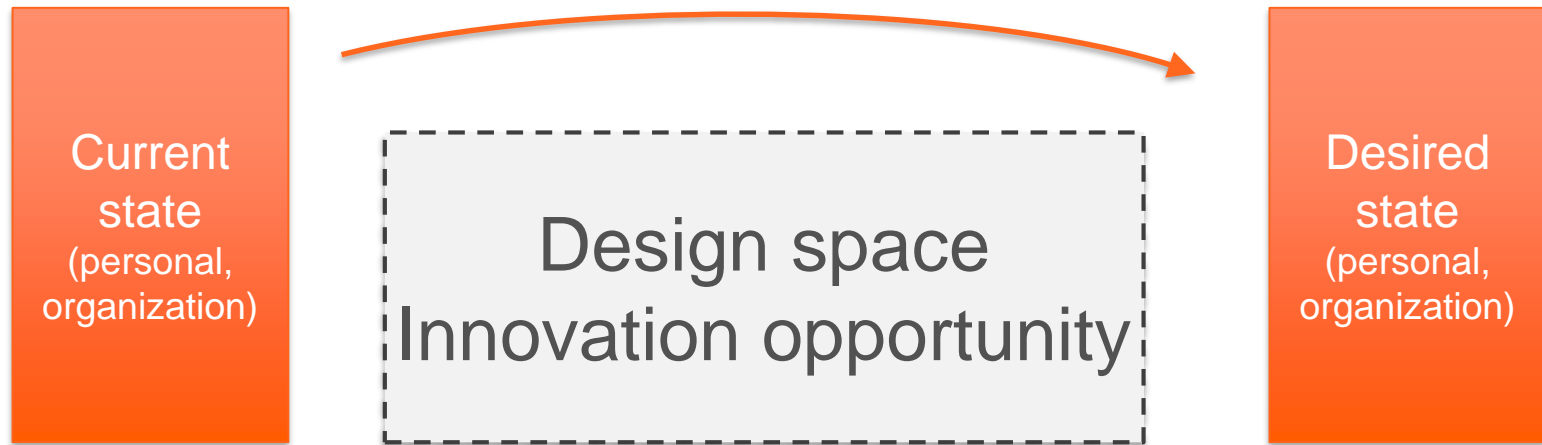
Apple: We make computers

The Customer Empathy Map

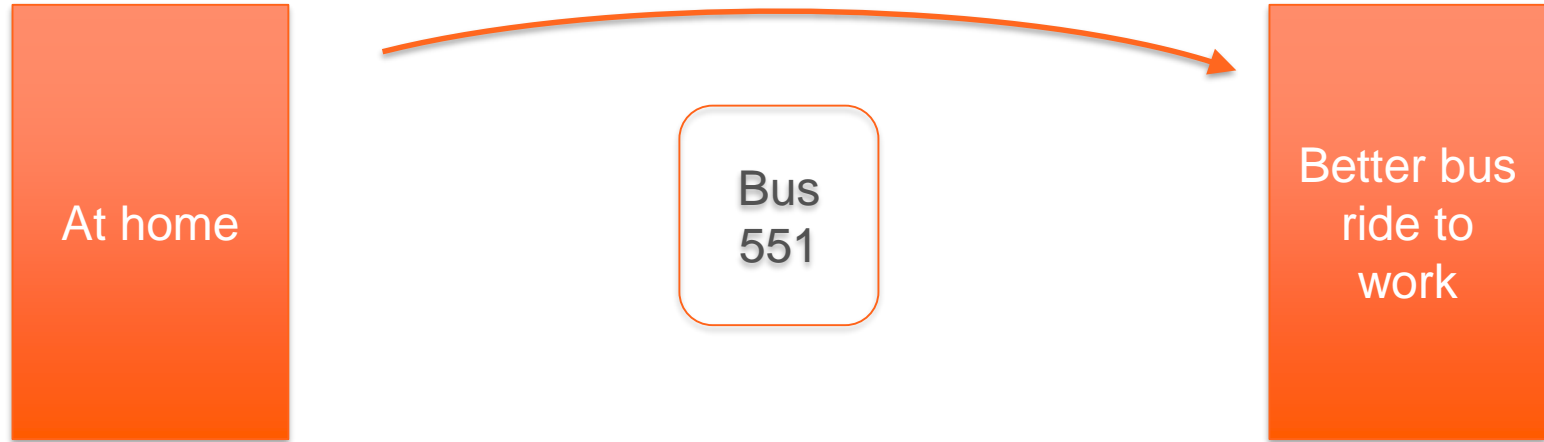
Customer Name



Job to be done



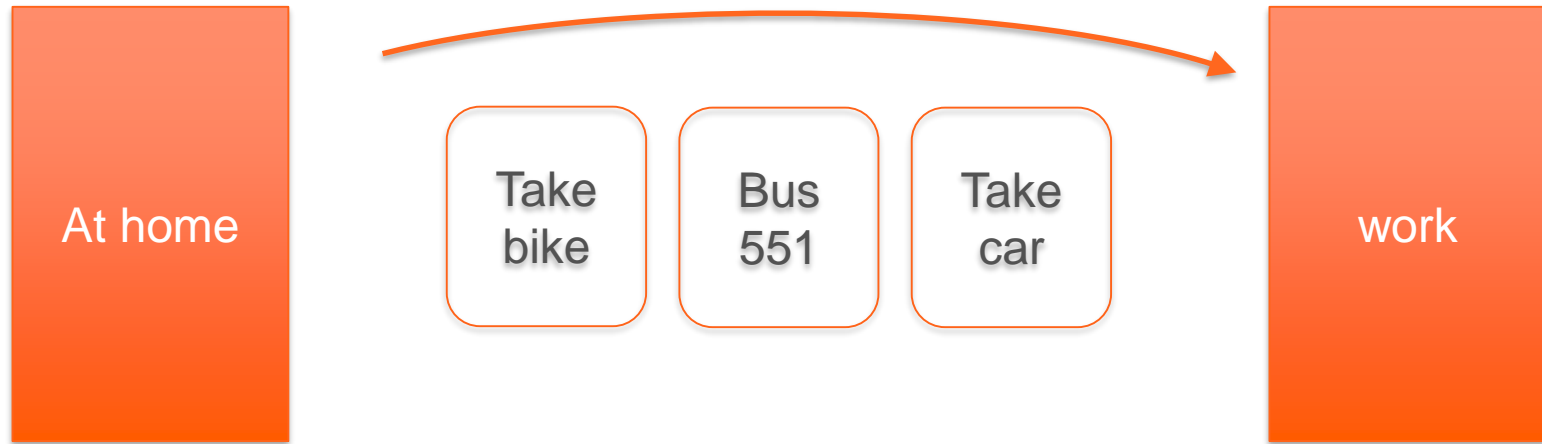
Example



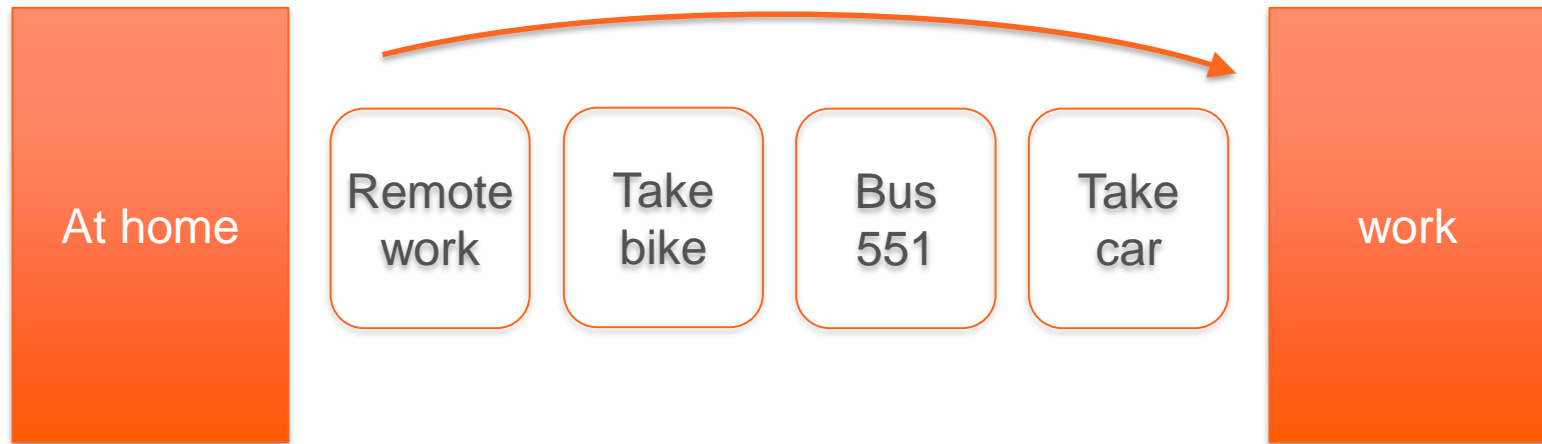
Example – cont.



Example – cont.



Example – cont.



Harjoitus

- Keskustelkaa ryhmissä
 - Mitä ovat teidän tuotteellanne “jobs-to-be-done”
 - Mitä kilpailevia tuotteita on markkinoilla
 - Miksi asiakkaat valitsevat juuri tämän tuotteen

20 mins

How to create products and
services customers want.
Get started with...

Value Proposition Design

strategyzer.com/vpd

Written by
Alex Osterwalder
Yves Pigneur
Greg Bernarda
Alan Smith

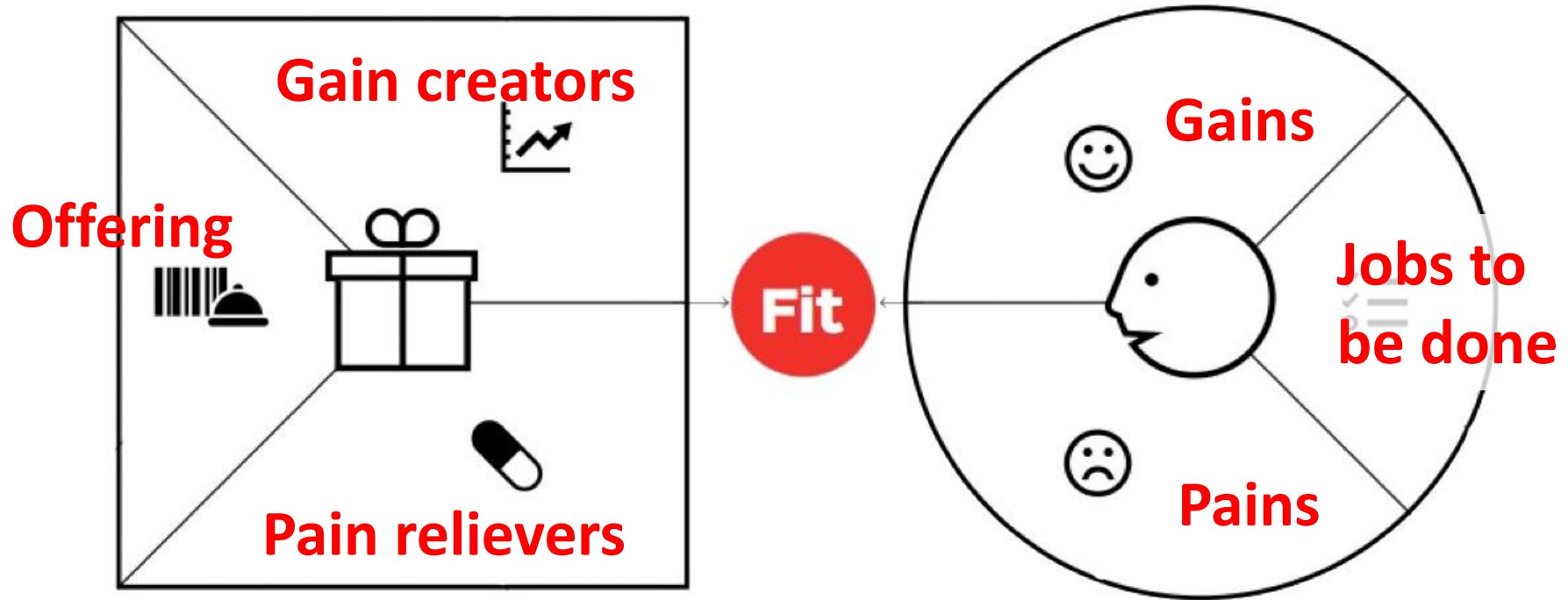
Designed by
Trish Papadakos

WILEY



Pages 1-100: <https://strategyzer.com/value-proposition-design>

Value Proposition Canvas



Tehtävä

- “Täytä” Value Proposition Canvas
- Jos on useampi job-to-be-done, tee jokaiselle oma canvas.

15 mins

Make contact with the customer



Image CC <https://www.flickr.com/photos/gdsteam/>

Customer research phases

1. Gather info

- interview
- survey
- observations
- prototyping
- data testing
- beta testing
- customer feedback

Raw data

2. Analysis

- categorization (affinity map)
- mapping
- stakeholders
- customer journey

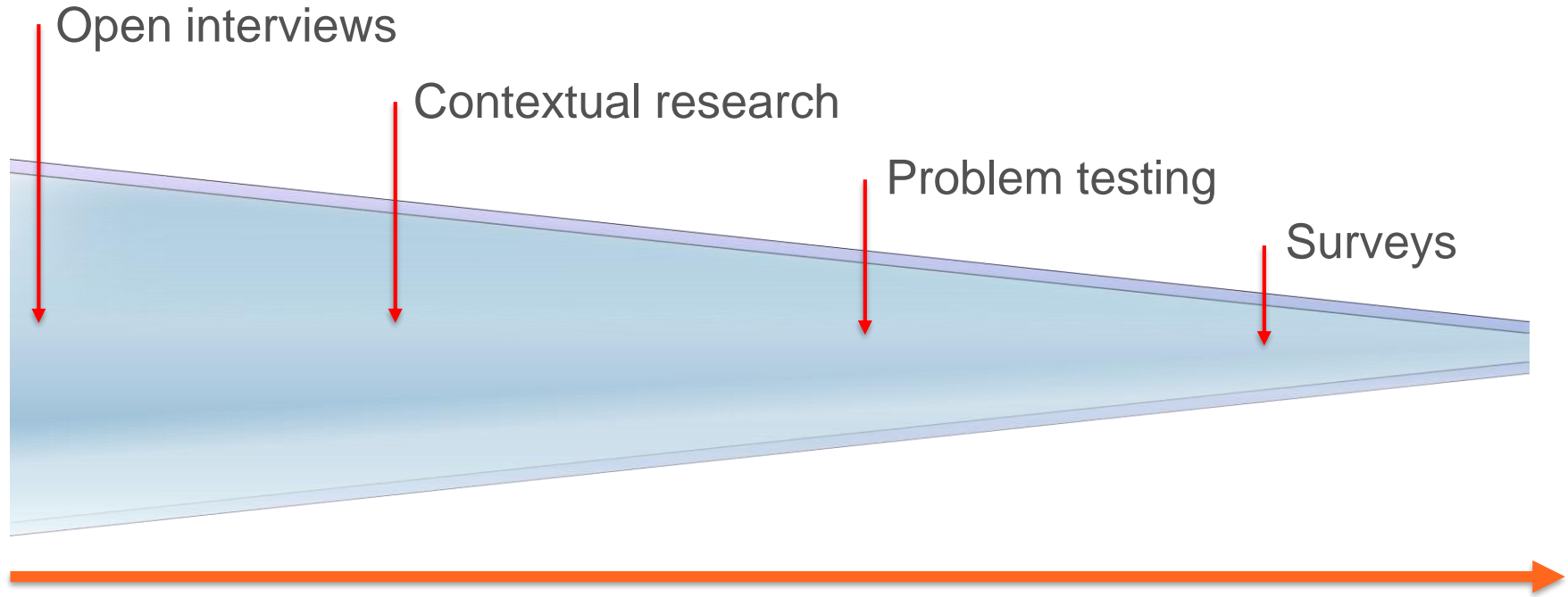
Insights

3. Use

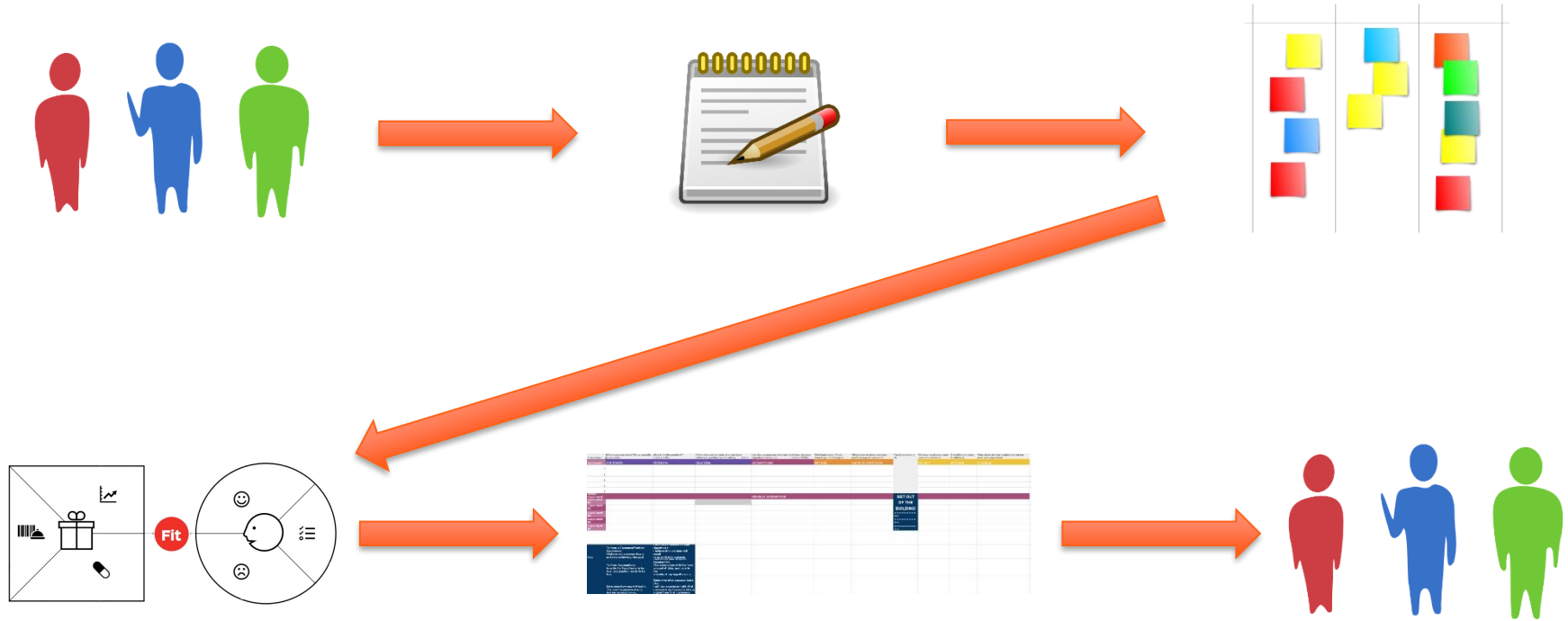
- design
- storytelling
- presentations
- training
- marketing

Impact

User interview funnel



Interviews are an iterative process





**Startup
Weekend**

Powered by Google for Entrepreneurs

How to Ask a
Question:
**get better
answers**



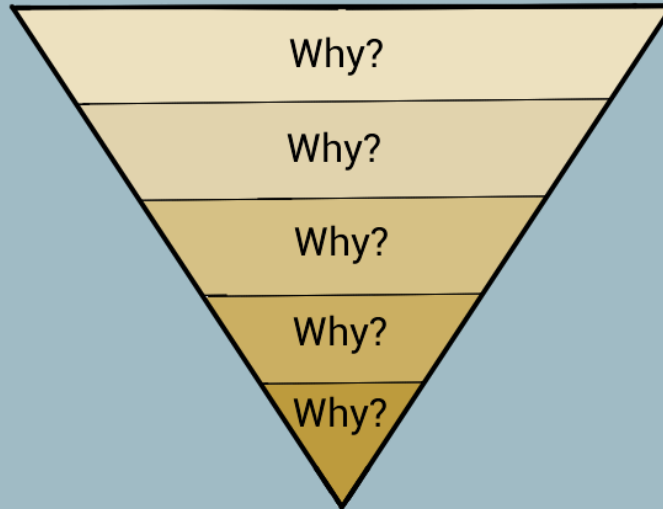
Recap

- Look for the story
- Ask about behavior *or* observe behavior
- Follow-up questions

- Don't
 - Lead the witness
 - Ask for feedback
 - Ask about future

5 Whys

Problem



Root Cause

(Koti)tehtävä 1

- Keskustelkaa tiimissänne työskentelytavoistanne ja arvoistanne.
- Kirjoittakaa ryhmällemme arvoperiaate.
 - Tiivis
 - Helposti ymmärrettävä
 - Kaikki sitoutuvat

Kotitehtävä 2

- Suunnitele käyttäjätutkimus
 - Minkälaisia tutkimusmahdollisuuksia
 - Alustava haastattelurunko
 - Voit päivittää runkoa, kun etenet haastatteluissa
- Haastattele tuotteen asiakkaita, käyttäjiä ja/tai kilpailevan tuotemerkin käyttäjiä.
 - 4 haastattelua per henkilö. Saa tehdä enemmänkin.
 - Pareittain tai max 3. hlö. Toinen henkilö tekee muistiinpanoja.