

Asiakasraatien ohjeistus: kuinka hyödyntää ikämiesraatia museopalveluiden kehittämisessä

Koonti: Tiina Laakso, Maija-Liisa Aronpää, Marju Lindholm

1. Aluksi

Asiakasraati on osallistava ja vuorovaikutteinen toimintamalli, jonka avulla asiakkaat voivat tuoda esiin näkemyksiään, kokemuksiaan ja kehitysehdotuksiaan palveluiden kehittämiseksi. Raadin tarkoituksena on vahvistaa asiakaslähtöisyyttä ja varmistaa, että palveluiden kehittämisessä huomioidaan asiakkaiden tarpeet ja toiveet.

Tämä ohjeistus on laadittu hyödyntäen [CoMe Stronger](#) -hankkeessa 2024–2026 saatuja kokemuksia asiakasraatien toteuttamisesta. Hankkeen tavoitteena oli kehittää museopalveluja siten, että ne houkuttelisivat ikämiehiä museoihin entistä vilkkaammin.

Hankkeen asiakasraadit toimivat Suomessa Naantalin ja Mynämäen museoissa ja Virossa Viron kansallismuseossa (ERM) ja Viron maatalousmuseossa (EPM). Museot halusivat hankkeen aikana ymmärtää, miten tietyn asiakassegmentin näkemyksiä voidaan kerätä asiakasraatia hyödyntäen. Hankkeen yhteistyömuseot ovat eri kokoisia ja näin ollen niillä on myös erilaiset resurssit. Asiakasraadin jäsenille onkin tärkeää tuoda esille, minkä suuruusluokan muutoksia tavoitellaan. Jos tavoiteltu uusi museotuote on esimerkiksi uusi näyttely, on asiakasraadin jäsenten hyvä ymmärtää, kuinka paljon työtä näyttelyn kokoaminen vaatii. Myös museon näkökulmasta on tärkeää ymmärtää, kuinka paljon työpanosta kehittämistyöhön tarvitsee kohdentaa.

Hankkeessa asiakasraadit toimivat keskeisenä näyttämönä palvelujen kehittämiseksi, ja niiden pohjalta luotiin yhteensä kuusi erityisesti ikääntyville miehille kohdennettua museopalvelua (tapahtumaa, näyttelyä ja työpajaa). Asiakasraatien ideomat museopalvelut pilotoitiin ja niistä kerättiin palautetta. Museot pitivät tärkeänä, että hankkeen aikana raadeilta saatuja ideoita saatiin testattua ja niistä kerättyä palautetta myöhempää kehittämistyötä varten.

Ohjeistus on laadittu tukemaan asiakasraadin toimeenpanijoita asiakasraadin valmistelussa ja toteutuksessa. Ohjeistuksesta löydät tietoa raadin toiminnasta, osallistumisen käytännöistä sekä siitä, miten palautetta hyödynnettiin.

Kokemuksemme asiakasraadin toteuttamisesta ovat olleet antoisia puolin ja toisin – asiakasraadin jäsenet olivat innokkaasti mukana ja kokivat panoksensa palvelujen kehittämisessä merkitykselliseksi ja museoiden henkilöstö suhtautui avoimesti ja innokkaasti käyttäjien ideoihin palvelujen kehittämisessä. Hankehenkilöstö oli erityisen tyytyväinen asiakasraadin jäseniltä saatujen ideoiden monipuolisuuteen ja heidän jakamiinsa tarinoihin.

Toivomme, että kokemuksemme ja tämä ohjeistus innostavat myös sinua hyödyntämään asiakasraateja palvelujen kehittämisessä!

2. Asiakasraadien valmistelu CoMe Stronger -hankkeessa

Hankkeen asiakasraatien kokoamiseen käytettiin entuudestaan tuttuja miesryhmiä. Miesryhmät oli koottu aiemmassa CoMe Strong -hankkeessa (Central Baltic 2017-2019, [CoMe Strong -project](#)). Tämä loi hyvän pohjan asiakasraatilaisten ja hanketyöntekijöiden yhteistyölle. Hanketyöntekijät vierailivat miesryhmien luona kertomassa museopalvelujen kehittämishankkeesta ja asiakasraadeista yli puoli vuotta ennen ensimmäistä asiakasraadien toteutumista. Tuleville raatilaistille kerrottiin hankkeesta, asiakasraatityöskentelystä ja mitä työskentelyllä tavoitellaan ja mitä raatilaisten tehtäviin kuuluu. Näin raatilaistiesivät hyvissä ajoin ennen sitoutumistaan, mitä heiltä odotettiin. Tämä auttoi huomattavasti raatityöskentelyä. Kannustammekin etsimään raatilaistiesimerkiksi yhdistyksistä tai muista jo olemassa olevista yhteisöistä.

Hyödynnä olemassa olevia ryhmiä ja yhteisöjä raatien jäsenten löytämiseksi

Kerro etukäteen, mitä asiakasraadien jäseniltä odotetaan

Hanketyöntekijät ja museoiden henkilöstö valmisti asiakasraateja määrittelemällä asiakasraadien tavoitteet sekä laatimalla alustavan toimintasuunnitelman. Suunnittelussa pohdittiin aikataulua: millaisin väliajoin raatit olisi hyvä järjestää ja missä vaiheessa ideoita pitäisi olla riittävästi ja siirrytään museotuotteiden kehittämiseen. Lisäksi pohdittiin jokaisen asiakasraadien kokoontumisen jäsentämistä ja aikataulua. Raatien kooksi päätettiin 5 henkilöä + varajäsenet ja kokoontumisen pituudeksi kaksi tuntia.

Määrittele tavoitteet ja laadi alustava suunnitelma

Asiakasraati ei vaadi osallistujalta erityisosaamista – tärkeintä on halu jakaa kokemuksia ja osallistua yhteiseen kehittämiseen. Jokaisen jäsenen ääni on arvokas, ja yhdessä voimme rakentaa parempia palveluita. Sen sijaan osallistujilta odotetaan aktiivista osallistumista niin läsnäolon kuin keskusteluihin osallistumisen muodossa. Heiltä toivotaan omien ajatusten, kokemusten ja mielipiteiden avointa esille tuomista, vaikka ne poikkeaisivat aiheesta tai projektin alkuperäisistä tavoitteista.

Asiakasraatiin osallistuminen ei vaadi erityisosaamista, vaan halua jakaa kokemuksia ja osallistua yhteiseen kehittämiseen



3. Käytännön järjestelyt ja asiakasraatitapaamisten kulku

Ensimmäisellä asiakasraatikerralla tavoitteena oli tutustuminen toisiin sekä museoon ja siihen, miksi raati oli perustettu. Tavoitteena oli myös motivaation herättäminen yhteiseen työskentelyprosessiin (raatilaiset, museohenkilöstö, hanketyöntekijät). Ajatus ”meidän yhteisestä projektista” on tärkeä motivaation ja sitoutumisen näkökulmasta. Raatilaisille esiteltiin myös aikajana koko asiakasraadın ajalta, jotta asiakasraadissa toimimisen tehtävä ja työmäärä selkiytyi.

Luottamuksellisuus, kunnioitus ja tasavertaisuus ovat periaatteita, joiden avulla asiakasraadeille luotiin avoin ilmapiiri. Tähän sisältyivät avoimuus projektin sisällöstä ja tietojen keruusta, kuin myös jokaisen raatilaisen yhtäläinen oikeus tulla kuulluksi.

Tutustuta raatilaiset toisiinsa, raadin vetäjiin ja museoon

Esitle asiakasraati sekä sen tavoitteet ja aikajana

Luo ajatus yhteisestä projektista

Toisella ja kolmannella kerralla kerättiin palvelujen kehittämiseen liittyviä ideoita erilaisia osallistavia menetelmiä hyödyntäen. Toisella kerralla keskityttiin kokemuksiin aikaisemmista museovierailuista. Kolmannella kerralla keskityttiin museotuotteiden ideointiin. Tapaamisten aluksi oli tärkeää kerrata, mitä edellisellä kerralla oli tehty ja mitä tuloksia hanketyöntekijät olivat edellisestä tapaamisesta kirjanneet. Näin raatilaisille tehtiin näkyväksi työskentelyn eteneminen.

Hyödynnä osallistavia menetelmiä ideoinnin tukena

Tee työskentelyn eteneminen näkyväksi kertaamalla aiemmat aktiviteetit ja ideat

Asiakasraatityöskentelyn palautetta kysyttiin kokoontumisissa keskustellen. Asiakasraatilaisilta saatiin myös suoraan palautetta, jos raatilaisten näkemykset eivät heidän mielestään olleet riittävästi näkyvissä palvelutuoteideoissa. Tämä kertoo ilmapiirin avoimuudesta. Viimeinen raatikerta keskittyi koko asiakasraatityöskentelyn yhteiseen arviointiin ja kiitosten jakamiseen.

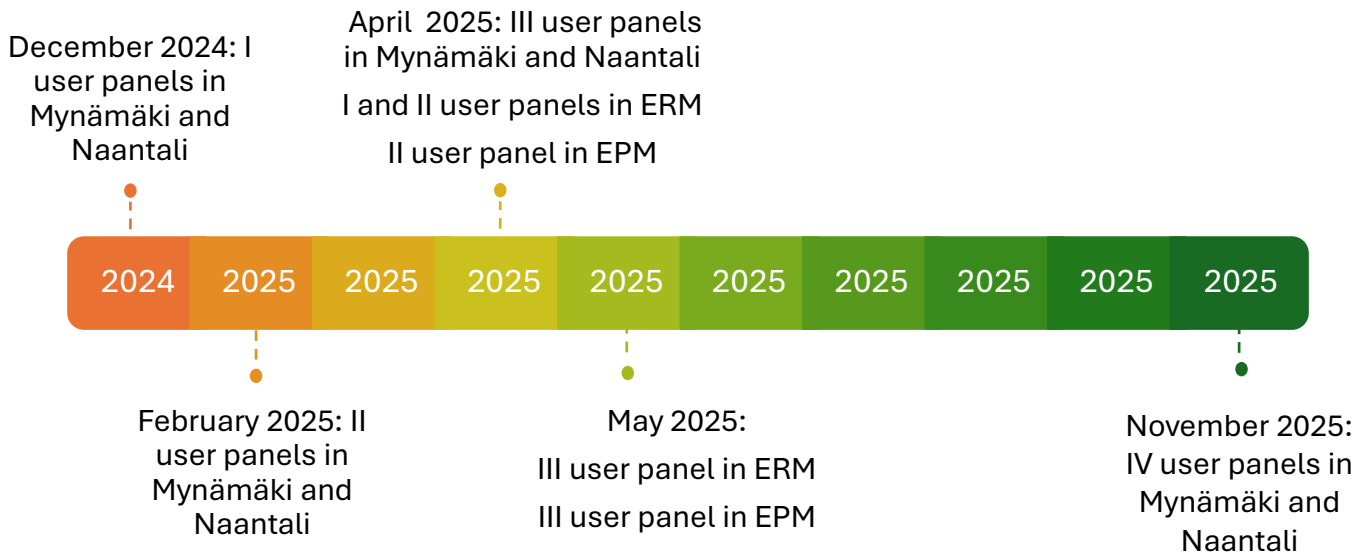
Kerää palautetta työskentelystä ja raatien ajatusten pohjalta muotoilluista kehittämisideoista (uusista palveluista, parannuksista jne.)

Muista myös itse antaa palautetta ja kiittää raatilaisia

Tärkeää:

- Kokoontumispaikka ja tila tulee olla rauhallisia kokoontumisten aikana (esim. neuvottelutila, ei kahvila)
- Tapaamiset kasvokkain ovat tärkeitä tälle asiakasryhmälle
- Todellisen museoympäristön läsnäolo on tärkeää (vaikeaa korvata virtuaalisilla museokierroksilla)
- Ryhmän koko hyvä olla 4–6, jotta kaikkia raatilaisia ehditään kuunnella
- Huomioi saavutettavuus: istumapaikat, isot ja selkeät tekstit, riittävä äänenvoimakkuus, mahdolliset apuvälineet ja muistiongelmat
- Rento ilmapiiri, kahvi tai lounas tapaamisten aluksi ja huumorin käyttö lisäävät avoimuutta
- Viestintä kannattaa pitää selkeänä. Helppointa on käyttää kaikille yhteistä kanavaa: Suomessa hyödynnettiin WhatsAppia ja sähköpostia, Virossa joillakin ainoa soveltuva yhteys oli puhelinsoitto.
- Palkitseminen motivoi ja osoittaa arvostusta (museoliput, museokortit ym.)
- Pyri huomioimaan raatilaisten aikataulut kokoontumisaikoja järjestäessä
- Asiakasraatitapaamisten kesto 2–3 tuntia

Asiakasraatien kokoontumiset aikajanalla



Suosittelava asiakasraadien kokoontumistiheys on vähintään kerran kuukaudessa. Kuten oheisesta kuvioista voi huomata, hankkeessa asiakasraadien kokoontumiset ovat voineet olla harvemmin. Hanketyöntekijät kuitenkin tapasivat raatilaisia muissa hankkeen toiminnoissa (museovierailut ja pilotoinnit) asiakasraatitapaamisten välissä.

Asiakasraadeissa käytetyt menetelmät

Vaikka asiakasraatitapaamisille laadittiin etukäteen aikatauluja, pohdittiin käytettäviä menetelmiä ja laadittiin keskustelurunkoja, tilaisuudet muotoutuivat varsin itseohjautuviksi ja epämuodollisiksi. Käytännössä tapaamisten rakenne mukautui tilanteiden ja osallistujien mukaan. Raatilaiset ohjasivat keskustelua heille itselleen merkityksellisiin aiheisiin. Tarvittaessa fasilitaattori palautti keskustelun käsiteltävään aiheeseen.

Asiakasraadeissa käytettiin palvelumuotoilun menetelmiä. Asiakasraatilaisten osallisuuden huomioiminen menetelmien valinnassa oli tärkeää. Erityisesti narratiivinen menetelmä, eli osallistujien kertomusten kuuleminen ja siitä tärkeimpien asioiden poimiminen, osoittautui tärkeimmäksi. Tärkeässä asemassa olivat myös vapaamuotoiset ryhmäkeskustelut sekä raatilaisten tekemä havainnointi museoissa ja sen pohjalta käyty keskustelu. Merkittävää oli myös hyvän luottamussuhteen rakentaminen raatilaisten kanssa.

Käytettyjä keskusteluun ja mielipiteiden jakamiseen virittäviä menetelmiä:

- Ryhmäkeskustelut ja kuulemiskierrokset
- Museokierrokset valitun teeman ympärillä (esim. saavutettavuus)
- Tähtihetkeni museossa
- Valokuvatyöskentely
- Valitse mielenkiintoisin esine museosta
- Äänestykset (mm. liimalaput tai liikennevalot)
- Muistojen ja tarinoiden keruu (esim. tuo oma esine museoon)

4. Fasilitaattorin rooli ja tehtävät

Fasilitaattorin rooli asiakasraadeissa oli ennen kaikkea **luoda turvallinen ja avoin ilmapiiri, jossa kaikki osallistujat uskalsivat puhua vapaasti ja pääsivät osallistumaan.**

Fasilitaattori toimi ryhmän rinnalla, ei yläpuolella, ikään kuin "kaverina", joka ymmärtää ryhmän dynamiikkaa, ryhmäläisten toimintatapoja ja reagoi tilanteisiin joustavasti – esimerkiksi osallistuu vitsiin, kun sellainen kerrotaan. Keskusteluja ei haluttu liikaa rajoittaa. Fasilitaattorin tehtäväksi jäi poimia oleelliset asiat raatilaisten usein rönsyilevästä keskustelusta.

Keskeisiä fasilitaattorin tehtäviä oli raatilaisten kuunteleminen, motivaation ja luottamuksen rakentaminen, ryhmän havainnointi ja ryhmän ohjaaminen tarpeen tullen (esim. puheenvuorojen rajaaminen, keskustelun palauttaminen aiheeseen) sekä dokumentointi. Tehtäviin kuului myös kysymyksien esittäminen ja aikataulusta huolehtiminen. Lisäksi fasilitaattorin tehtäviin kuului keskustelujen reflektointi ja analysointi oleellisten havaintojen esiin nostamiseksi. Tämä viimeinen toteutui yhteenvetona jokaisen asiakasraatikerran lopuksi, mutta myös dokumentoinnin pohjalta tehtiin vielä uusia huomioita.

5. Asiakasraatien tulokset

Asiakasraatien onnistumisiksi sekä Suomessa että Virossa koettiin ryhmän tuottamat aidot ideat. Näiden näkemysten avulla pystytään tuottamaan ja kehittämään uusia ikämiesten tarpeet huomioivia museopalveluja. Asiakasraatilaiset jakoivat avoimesti näkemyksiään, tarinoitaan, kokemuksiaan ja ideoitaan ryhmässä. Asiakasraadit onnistuivat tuottamaan osallistujille iloa ja merkityksellisyyden kokemusta. Ryhmiin onnistuttiin luomaan ilmapiiri, joka mahdollisti kaikkien aktiivisen osallistumisen ja mielipiteiden ja kokemusten esilletuomisen. Raatilaiset kokivat olevansa mukana jossakin merkityksellisyyttä luovassa prosessissa. Heidän tarinoitaan ja kokemuksiaan halusi joku kuunnella ja niitä pidettiin arvokkaina. Miehet olivat kiinnostuneita näkemään, mihin heidän ideansa ja näkemyksensä johtavat valmiina palvelutuotteena.

Museoiden näkökulmasta onnistumisena koettiin mukanaolo kehittämisprosessissa ja kokemusten saaminen työpajoista ja niiden vetämisestä ikämiesten asiakasryhmälle. Kehitetyt museopalvelut jäävät ainakin Suomen museoissa käyttöön. Esimerkiksi Vaarin kanssa museon -tapahtuma on myös helposti muunneltavissa. Museot ovat kiittäneet fasilitaattoreita luontevasta ikämiesten kohtaamisesta ja rakentavasta yhteistyöstä hankkeessa. Museoiden henkilöstö on museopalvelujen asiantuntijoita, joten ilman heidän aktiivista panostaan ei fasilitaattoreiden työ olisi ollut mahdollista. Museot ovat tehneet myös paljon työtä pilotointien toteuttamisessa.

Vinkit fasilitaattorille

- Hyvä ilmapiiri
- Epämuodollisuus
- Luottamuksen rakentaminen (anna tälle aikaa)
- Ryhmähengen luominen
- Ole joustava ja tilanteessa läsnä
- Hyvä yhteistyö
- Kaikkien huomioiminen
- Vahvista osallisuutta, ylläpidä motivaatiota, anna palautetta
- Valitse selkeä viestintäkanava
- Tasapuolisuus
- Huumori
- Kuuntele tarinoita, reagoi spontaanisti, esitä kysymyksiä, arvosta
- Tunnista asiakasraatiin osallistumisen sosiaalinen merkitys ja vaali sitä
- Palkitse – yhteinen päätöskerta on tärkeä!

Museot voivat muokata palvelutarjontaansa asiakasraadin ideoiden ja mielipiteiden mukaisesti. Miehet kokivat esimerkiksi opastuksen tarpeellisena ja pitivät erilaisia tehtäviä, kuten historiallisia tietovisoja, esineen purkamista ja rakentamista, tarinoiden kertomista ja kuuntelemista itselleen mielekkäinä toimintatapoina.

Asiakasraatikertojen haasteet olivat samoja kuin minkä tahansa ryhmän ohjaamisen haasteet. Ryhmissä on sekä tilaa ottavia että hiljaisempia osallistujia. Fasilitaattorin tehtävä on jakaa huomiota kaikille tasapuolisesti niin, että kaikkien näkemykset tulevat kuulluksi. Ryhmissä keskustelu oli vilkasta. Jonkin verran oli toisten päälle puhumista ja turinointia vieruskaverin kanssa, vaikka ryhmässä oli yhteinen keskustelu käynnissä. Tähän saattaa olla syynä myös kuulemisvaikeudet tai muistiongelmat, jolloin keskustelun seuraaminen on haasteellista. Keskustelun aiheet myös harhailivat käsiteltävästä aiheesta milloin minnekin kiinnostavaan asiaan, jolloin fasilitaattorin tehtävä oli palauttaa keskustelu aiheeseen.

Yhteydenpidon haasteet on myös hyvä ottaa huomioon. Ikäihmisillä ei välttämättä ole sähköpostiosoitteita tai älypuhelimia, joihin voi ladata viestisovelluksia.

Asiakasraatien tulokset

- Museot saivat arvokasta tietoa, miten houkutellessa uusia asiakassegmenttejä museoon
- Konkreettista tietoa asiakasryhmän odotuksista museopalveluihin, esim. opastus, saavutettavuus, kokeileminen ja testaaminen, omien tarinoiden kertominen, toiminnallisuus, kiinnostavat aiheet (meri, ammatit, koneet ja laitteet, sotahistoria, armeija)
- Uudet ideat: kosketeltavat ja kokeiltavat esineet, purettavat ja koottavat esineet, tietovisat, tekeminen (esimerkiksi kynttilä, päre, vanhat lääkkeet), tarinoiden jakaminen
- Sellaiset menetelmät toimivat, jotka mahdollistavat vanhojen muistojen ja tarinoiden kertomisen ja jakamisen, esimerkiksi valokuvat, tuoksut, musiikki, vanhat elokuvat, vanhat kirjeet ja postikortit, vanhat esineet. Tarinoita ei aina tarvitse tallentaa – pelkkä kertominen pienessä ryhmässä on palkitsevaa ja saa ikämiehen tulemaan museoon uudestaan.
- Koska tarinoiden jakaminen on ikämiehille tärkeää, on palvelutuotteissa hyvä olla myös pienryhmille tarkoitettuja kierroksia. Ryhmän koko on kuitenkin pidettävä pienenä (alle 10 henkilöä), jotta kaikkien tarinoita ehditään kuunnella.
- Asiakasraadin toteuttamisessa on huomioitava ryhmädynaamiset seikat. Fasilitaattorin on huolehdittava, että jokaisen mielipiteitä kuullaan ja kaikille on ryhmässä tasapuolisesti aikaa.
- Ikämiehet kokivat asiakasraatitoiminnan mielekkäänä ja yhteiskunnallisesti merkittävänä vaikuttamistyönä. Merkitykselliseksi asiakasraatitoiminnassa koettiin myös uusiin ihmisiin tutustuminen, hyvät keskustelut, kiinnostuksen herääminen museoita ja niiden tekemää työtä kohtaan sekä hyvä yhteishenki raatilaisten, museoiden henkilökunnan ja hanketyöntekijöiden kesken.

Asiakasraadin prosessi

Valmistelu

- **Tavoitteiden määrittely:** Miksi asiakasraati perustetaan? (ikämiesten museokäyntien lisääminen)
- **Kohderyhmän valinta:** Ikääntyvät miehet, vähän museossa käyvät
- **Yhteistyökumppanit:** Museot, hanketyöntekijät, tutkijat



Raadin muodostaminen

- **Rekrytointi:** Tiedossa olevien miesryhmien tavoittaminen: eläkeläisjärjestöt ja muut yhdistykset, yhteisöalojen ilmoitustaulut, ikäihmisten palvelujen tarjoajat
- **Osallistujat:** 5 jäsentä + varajäseniä
- **Kokoontumispaikat:** Museot, rauhallinen tila
- **Kokoontumistiheys:** 3–4 tapaamista vuoden aikana
- **Kokoontumisaika:** 2 tuntia (sisältää kahvin/lounaan)
- **Viestintä:** Tällä asiakasryhmällä ei välttämättä ole älypuhelinlaite käytössä. Jos on, niin WhatsApp tai muu ryhmäsovellus toimii yhteydenpitoon parhaiten.



Tapaamisten toteutus

Rakenne

- Museokierros (ainakin ensimmäisellä kerralla)
- Kahvittelu
- Edellisen kerran keskustelun ja ideoiden kertaaminen
- Tavoitteenmukainen keskustelu tai muu valittu menetelmä
- Yhteenvedo ja seuraavat askeleet

Menetelmät

- Narratiivinen keskustelu
- Ryhmäkeskustelut
- Valokuvatyöskentely
- Museoesineisiin liittyvien muistojen kerääminen
- Tähtihetkeni museossa
- Museokävely jonkin tehtävän näkökulmasta (esim. istumapaikat/tekstien koko, tehtävien laatiminen museoesineisiin liittyen)
- Omat esineet ja niihin liittyvien muistojen jakaminen
- Havainnointi



Fasilitaattorin rooli

- Fasilitaattori vastaa asiakasraatikertojen suunnittelusta, toteutuksesta, dokumentoinnista ja tulosten analysoinnista
- **Ilmapiirin luominen:** Luottamuksen rakentaminen, turvallisuuden varmistaminen, yhteisöllisyyden rakentaminen, kannustavan ja rennon ilmapiirin luominen (esim. reagoi vitsiin kun sellainen kerrotaan), keskustelun vapaamuotoisuus
- **Keskustelun ohjaaminen:** Kaikkien tasapuolinen kuunteleminen ja huomioiminen, keskustelun rajaaminen ja jokaisen puheenvuorojen mahdollistaminen
- **Motivointi ja kiitospuhe,** merkityksellisyyden rakentaminen
- **Havainnointi ja muistiinpanojen kirjaaminen**



Palautteen keruu ja käsittely

- **Keruutavat:** Suullinen palaute, kyselylomakkeet, liikennevalot
- **Analysointi:** Hanketiimi analysoi ja dokumentoi palautteen, palautteen jakaminen museoiden kanssa
- **Viimeinen asiakasraadin kokoontuminen** oli varattu palautteelle: kerrattiin koko asiakasraadin prosessi, pyydettiin ja annettiin palautetta. Raadin jäsenten erityinen muistaminen ja palkitseminen toteutettiin viimeisellä kerralla.



Tulosten hyödyntäminen

- **Museopalveluiden kehittäminen:** 6 uutta museopalvelutuotetta (tapahtumat, näyttelyt, työpajat), muut tärkeät ideat ja palautteet (mm. saavutettavuuteen ja ikääntyviä miehiä kiinnostaviin teemoihin liittyen)
- **Osallistujien informointi:** Näytetään konkreettisesti, mihin ideat johtivat ja mitä ideoita asiakasraadeista jäi muistiin



Jatkokäyttö ja mallin levittäminen

- **Museot voivat:** Soveltaa palvelutuotteita, käyttää asiakasraadin mallia palvelujen kehittämisessä/uusissa projekteissa, laajentaa kohderyhmiä
- Tuotekuvaukset vapaasti hyödynnettävissä, muokattavissa ja sovellettavissa hankkeen nettisivuilla

