

## PROVOKEN ARKEA:

AJATUKSET  
ULOS LAATIKOSTA

Provoke Oy yhdistää eri alojen osaamista ja muotoilee tuotteita sekä palveluja entistä käyttäjätavallisimmaksi. Yritys perustettiin vuonna 2003 kuuden henkilön voimin – nyt siinä työskentelee yhteensä 20 monialaista osaajaa insinööreistä sosiologiin saakka.

**A**lkuperäinen liikeidea oli auttaa yrityksiä käyttäjäkeskeisissä innovaatioissa. Innovaatio keskittyi aluksi tuotteisiin, ja laajeni siitä aika nopeasti palveluihin. Helppokäyttöisyys ja käyttäjien ongelmien ratkaisu ovat asiakkaillemme tärkeä kilpailuvaltti. Siksi tuomme prosesseihin osallistavan, avoimen innovaation, jossa idean keksimisessä ja kehittämisessä ovat mukana myös loppukäyttäjät, kertoo Provoke toimitusjohtaja **Mikko Kämäräinen**.

Provoke käyttää paljon Design Thinking -mallia: otetaan suunnittelu ja muotoilu maailmasta metodi – ennen kaikkea ajatustapa – ja tuodaan se jonkun muun ongelman tai tarpeen ratkaisuun. Ei keskitytä parantamaan olemassa olevaa, vaan etsitään tarpeen ydin, ja lähdetään ratkaisemaan sitä tyhjältä pöydältä. Mallia käytetään niin teolliseen muotoiluun kuin abstraktiin ongelmanratkaisuunkin. Vastauksia on etsitty esimerkiksi palvelusuunnitteluun, terveydenhoidon kysymyksiin ja sosiaalisiin ongelmiin.

– Metodeihimme kuuluvat muun muassa työpajat, joissa eri alojen osaajat ja käyttäjät pohtivat ongelman perimmäisiä tarpeita ja uusia, laatikosta ulospäin suuntautuvia ratkaisuja. Pyrimme provosoimaan, kyseenalaistamaan ja tuomaan esille enemmän varsinaista käyttäjää.

**Kehittyminen vaatii muutosta**

Palvelumuotoilu tulee Kämäräisen mukaan kehittymään kahdella tavalla: yritykset, jotka eivät vielä käytä palvelumuotoilua, alkavat hyödyntää sitä palvelukokemuksena: palvelupolun ja -tuokioiden sekä kontaktipisteiden suunnitteluun ja brändäykseen. Näin toiminta yhdenmukaistuu ja on asiakkaan kannalta merkityksellistä. Edelläkävijäyritykset puolestaan siirtyvät siihen, että asiakas itse tulee mukaan suunnittelemaan ja jopa toteuttamaan palveluita. – Tämä on suuri henkinen muutos. Suomi on ollut asiantuntija-uskovaisten maa – ajatellaan, että asiantuntija ja yritys tietävät paremmin mitä asiakas tarvitsee. Nyt taas mietitään sitä, kuinka voidaan valjastaa loppukäyttäjät kertomaan mitä tuotteita ja palveluita he haluavat ja tarvitsevat. Yritykset eivät ole enää sanelijoita, vaan asiakkaan tarpeiden mahdollistajia.

Myös ekologisuuden täytyy näkyä kehityksessä. Kämäräisen mielestä asiat saattavat muuttua radikaalisti ja nopeasti.

– Suomessa ollaan hieman hitaita: Saksa, Ruotsi ja jopa Kiina menevät ohitemme vihreän tekniikan kehittämisessä. Se on hassu tilanne. Muualla tehdään aurinkopaneeleja ja uusia innovaatioita sekä laaditaan suuria suunnitelmia valtion ja yritysten tasolla. Nyt pitäisi olla nopea ja investoida ekoon, siellä tarjolla olisivat kattavat tulevaisuuden markkinat, ruotii Kämäräinen.

”Yritykset eivät ole enää sanelijoita, vaan asiakkaan tarpeiden mahdollistajia.”

Provoke on tuottanut asiakkailleen jo 57 patenttia. Päivittäin globaalisti myydään yli 300 000 tuotetta, joissa näkyy yrityksen kädenjälki. Asiakkaita ovat esimerkiksi Nokia, BMW, Senseg, Rocla, liittala, Helo ja Fiskars.