

Tehtävä 1: User Need Statement (Käyttäjän tarpeen kuvaus)

Kirjoita oma User Need Statement, eli lause, johon tiivistyy kehittämäsi tuotteen käyttäjä, joka tarvitsee kehittämäsi palvelua, koska hänellä on tarve.

- **Kaava:** (käyttäjä), joka tarvitsee (tarve), koska (syy).
- **Esimerkkejä:**
 - o **Wolt:** Yliopisto-opiskelija (käyttäjä), joka tarvitsee Woltista ruokaa (tarve), koska hän opiskelee myöhään kirjastossa (syy).
 - o **Oura:** Urheilija (käyttäjä), joka tarvitsee Ouran älysormusta (tarve), koska hän haluaa seurata untan ja hyvinvointiaan tarkasti (syy).
 - o **Smartly.io:** Markkinointipäällikkö (käyttäjä), joka tarvitsee Smartly.io:n työkaluja (tarve), koska haluaa automatisoida ja tehostaa sosiaalisen median mainontaa (syy).
 - o **Solar Foods:** Kasvissyöjä (käyttäjä), joka tarvitsee Solar Foodsin proteiinituotteita (tarve), koska hän haluaa eettisen ja ympäristöystävällisen vaihtoehdon eläinperäisille proteiini lähteille (syy).

Tehtävä 2: Tuotteen/palvelun tarpeellisuuden arviointi - onko tuote välttämätön vai ”mukava lisä”?

Harjoitus auttaa tunnistamaan, onko tuote/palvelu jotain minkä asiakas ehdottomasti tarvitsee vai enemmän vain mukava lisä. Tee seuraavat harjoitukset miettien edellisissä harjoituksissa valitsemaasi käyttäjää tai kohdeasiakasta.

Tarkastellaan, onko ratkaistava ongelma/puute/tarve:

1. sietämätön
2. kiireellinen
3. väistämätön
4. alipalveltu

Vastaa seuraaviin kysymyksiin omaan ideaasi liittyvää ongelmaa/tarvetta pohtien. Kirjoita vastaukset kysymysten alla olevaan laatikkoon.

1. Ongelman/tarpeen/puutteen sietämättömyys

Varmistaa, että ongelman ratkaiseminen on keskeistä, koska se aiheuttaa asiakkaille merkittävää haittaa, jos sitä ei ratkaista.

1. Mitä tapahtuu, jos ongelmalle ei tehdä mitään?
2. Mikä on ongelman perimmäinen syy?
3. Ovatko nykyiset ratkaisut liian kalliita, tehottomia tai epäkäytännöllisiä?
4. Kuinka merkittäviä ovat tähän ongelmaan liittyvät tappiot tai haasteet?
5. Kuinka paljon vaivaa tai kustannuksia tämä ongelma aiheuttaa asiakkaille?

2. Ongelman/tarpeen/puutteen kiireellisyys

Määrittää, onko ongelman ratkaiseminen asiakkaille tärkeä prioriteetti.

1. Onko tämän ongelman ratkaiseminen asiakkaiden tärkein prioriteetti?
2. Kuinka kriittistä yrityksille tai yksilöille on ratkaista tämä ongelma nyt?
3. Mitä välittömiä hyötyjä ongelman ratkaiseminen toisi?
4. Onko ongelman ratkaisemiselle kiireellinen aikataulu (esim. kausiluonteinen kysyntä, alan trendit)?

3. Ongelman/tarpeen/puutteen väistämättömyys

Vahvistaa, että ongelma on toistuva ja sitä ei voi ohittaa.

1. Onko tämä ongelma, jonka kaikki kohtaavat ennemmin tai myöhemmin?
2. Onko olemassa ulkoisia tekijöitä (esim. sääntely, trendit), jotka tekevät tästä ongelmasta väistämättömän?
3. Takaisiko tämän ongelman ratkaiseminen pitkän aikavälin merkityksellisyyden ja kilpailukyvyn?
4. Onko markkinoilla tai lainsäädännössä muutoksia, jotka lisäävät ongelman ratkaisemisen kiireellisyyttä?



4. Ongelman/tarpeen/puutteen ratkaisu on alipalveltu

Osoittaa ovatko nykyiset ratkaisut riittämättömiä ja onko markkinoilla selkeä tarve paremmalle vaihtoehdolle.

1. Mitkä olemassa olevat tuotteet tai vaihtoehdot ratkaisevat tätä ongelmaa tällä hetkellä?
2. Ovatko nykyiset ratkaisut riittämättömiä tai eivätkö ne vastaa asiakkaiden tarpeita?
3. Onko markkinoilla selkeä aukko, jonka parempi ratkaisu voisi täyttää?
4. Kuinka tyytymättömiä asiakkaat ovat nykyisiin ratkaisuihin?
5. Mitä ainutlaatuisia etuja ratkaisu voi tarjota alipalvelulle asiakassegmentille?

