

1. Teenuse, mille arendamiseks on teenusedisaini protsessi kasutatud, tutvustus

Projekti eesmärk oli tõsta Eestis tegutsevate metsaühistute usaldusväärust. Selleks loodi ühtne teenusekonseptsioon ning selle rakenduspõhimõtted. See motiveerib metsaomanikke liituma kohalike metsaühistutega, neid omakorda võtma kasutusele katusbrändi. Lisaks tõusab ühiskondlikul tasandil üldine teadlikkus, milleks on metsaühistuid vaja ning et metsa on võimalik vastutustundlikult majandada.

Teenuse korrastamine ning toimiva katusbrändi loomine lubab metsaomanikel oma varast suuremat tulu teenida ning vähendab kohalike metsaühistute kommunikatsioonikuluseid.

2. Kirjeldage täpset probleemi, mida hakati lahendama

Eestis on hulk metsaühistuid, metsaomanikul on neid raske leida, ära tunda, samuti pole täpselt teada, millega need täpselt tegelevad. Samuti on probleeme usaldusväärusega, vastutustundlike tegijaid on raske eristada ebaausatest „abimeestest“. Lahendasime probleemi nimelt metsaomaniku vaatenurgast, luues Keskühistu võrgustikku kuuluvatele Metsaühistutele ühtse teenusestandardi ning visuaalse näo.

Selleks jagasime metsaomanikud kolme rühma, vähese kogemusega metsapärijatest kuni teadlike, selge ärvisioniga valdajateni. Nende vajadused metsa kasvatamisel ja realiseerimisel on erinevad, kuid kõik vajavad ühtviisi abi paberimajanduse ajamisel.

Tuli selgitada Metsaühistu rolli – ta on kui perearst, kes on kursis oma hoolealuse seisundi ja vajadustega ning suunab teda vajalike teenuste juurde. Lisaks hoolitsevad enamus ühistuid ka metsatööde vahetu korraldamise eest. Ühistrustamise ja tootmishangete abil tekitatakse massiefekt, mis võimaldab väikeomanikel suuremat tulu teenida. See teadlikkus oli projekti algfaasis madal.

3. Disainiprotsessi lühikirjeldus: selgitage ja illustreerige disainiprotsessi algusest lõpuni: Milliseid teenusedisaini metoodikaid ja tööriistu kasutati?

- Intervjuud metsaomanikega;
- intervjuud metsaühistute juhtidega ning nende vajaduste/võimaluste kaardistamine;
- osalusvaatlus metsaühistus, tööprotsesside kaardistamine nii kontoris kui metsas;
- metsaomanike kogemus metsaühistuga: puutepunktide maatriksi loomine;
- metsaomaniku klienditeekonna kaardistamine - kogutud kogemuslugude analüüs ja ühiste puutepunktide asetamine klienditeekonna teljele.

Kuidas kasutajad on olnud protsessi kaasatud?

- Telefoni- ja neljasilmaintervjuud metsaomanike ja metsaühistute juhtidega;
- metsaomanikega nende metsas käimine;
- metsaühistute töötajate igapäevatöö jälgimine kohapeal.

Kuidas teenusekontseptsiooni kasutajatega testiti?

Tegemist on iteratiivse protsessiga – esimesed liitujad (nt Läänemaa Metsaühistu, Põlvamaa Metsaühistu) on ühtlasi ka testkasutajad. Nende tagasiside põhjal parandatakse ning vajadusel muudetakse sõnastusi, protsessikirjeldusi ning rakendusi.

4. Milline on olnud projekti mõju?

- Kaubamärgiga on liitunud 1/4 tegutsevatest metsaühistutest (7);
- kuna pooled metsaühistud ei vasta vajalikule teenusestandardile, motiveerib see neid oma taset tõstma – Metsaühistu on muutumas valdkonna kvaliteedimärgiks;

- metsaomanikud pöörduvad metsa hoolduseks ja realiseerimiseks üha enam teenusestandardiga liitunud Metsaühistute poole – toimub selge liikumine ühtse Metsaühistu standardiga teenuse tagamiseks üle Eesti;
- erametsaomanikud astuvad Metsaühistute liikmeteks, üksikliikmete arv on tõusnud 2622-lt (jaanuar 2015) 3461-ni (juuni 2016).

Kuidas disain on teenusele väärtust lisanud?

- Avardunud on teenuse mõiste – metsaomanikud ei näe Metsaühistu väärtust ainuüksi metsa müüjana;
- selgelt joonistub välja Metsaühistu roll metsa terviklikul ja jätkusuutlikul majandamisel – korraldamisel, kasutamisel, kasvatamisel ning kaitsel;
- kokku on toodud metsamajanduse erinevad osapooled – metsaomanikud ja -töötajad, kohalikud ühistud ning riik.

Milline on otsene kliendikasus?

- Metsaomaniku paranenud teadlikkus metsamajandamise võimalustest;
- metsaomaniku parem arusaam ühistegevuse kasust – nii emotsionaalselt kui majanduslikult;
- metsaomaniku teadmine, et tal on metsaasjades kindel partner ja nõuandja;
- metsaomaniku jaoks arusaadavalt vormistatud metsamajandamise täisteenus (nö „võtmed kätte“);
- väikemetsaomaniku jaoks madalamate kuludega raietööd ning kõrgem müügitulu tänu raiemahtude ühendamisele.

Kasu organisatsioonile?

- Kohalike metsaühistute ühele lainele jõudmine, et pakkuda ühtse kvaliteediga teenust üle Eesti;
- ühtne teenusestandard, mis teeb kõigi metsaühistute töö tõhusamaks;
- sünergia ja sääst tootmissisendite ning turunduse ühishangetest ja -korraldusest;
- suurem liikmete tuntus tänu ühtsele visuaalsele identiteedile.

Äriline kasu?

- Metsaühistu kui organisatsiooni eesmärk on liikmete majandushuvide toetamine ja suurem kasum, see suureneb tänu ühisele majandustegevusele (kuni 25% suurem tulu kui ise metsa müües);
- sääst tänu tööprotsesside ja -vahendite ühishangetele;
- optimaalsemad tööprotsessid.

Kasu ühiskonnale või kogukonnale?

- Tänu läbipaistvale metsamajandusteenusele muutub kogu valdkond usaldusväärsemaks;
- metsaomanikud saavad valdkonnast paremini aru;
- selged lähteülesanded ja hanked kohalikele pakkujatele edendavad kohalikku majandust;
- Eesti erametsad on heaperemehelikult hoitud ja kasutatud, nende väärtus tervikuna kasvab.

5. Kliendi tagasiside.

„Kasutegur – üks protsess, ühine puidumüük. Ühtset kaubamärki kasutades teeme palju rohkem koostööd. Metsaühistud on järgmisel ühistegevuse tasandil – tunneme end kui ühine organisatsioon, kaubamärk on meid üheks sidunud.“

Standardiseeritud tööprotsessid – ühine langihaldustarkvara ja muud IT-lahendused, metsa sertifitseerimine, kõik teevad asju ühtemoodi. Metsaomanik saab aga liitunud Metsaühistust standardiseeritud kvaliteediga teenustepaketi.

Kommunikatsiooni ja atribuutika tellimine on ühine – väga käegakatsutav efektiivsuse tõus. Kohalike metsaühistute töötajad ei pea tegelema asjadega, milles neil ei ole teadmisi ega oskusi, vaid saavad keskenduda põhitegevusele – olla abiks metsaomanikele.“

Kokkuvõtte telefoniintervjuust Tarmo Leesiga 10. augustil 2016