



käyttäjät mukaan tuotekehitykseen

Ryhmäkeskustelu

Sanat ryhmäkeskustelu, ryhmähaastattelu tai focus group voivat viitata monenlaisiin menetelmiin. Yhteistä niille on, että käyttäjät osallistuvat noin 5-10 henkilön ryhmänä keskusteluun, jossa on etukäteen suunniteltu teemarunko. Keskustelulla on vetäjä, joka esittelee keskusteltavat teemat ja huolehtii hienovaraisesti, että keskustelu pysyy asiassa ja että kaikki saavat tilaisuuden puhua. Keskustelua varten voidaan etukäteen lähettää erilaista virikemateriaalia tai sitä voi olla tarjolla paikan päällä (esimerkiksi tuotekuvauksia).

Menetelmää käytetään erityisesti silloin, kun halutaan ymmärtää mielipiteiden taustoja tai erilaisten toimintatapojen syitä ja kun osallistujille halutaan antaa tilaisuus pohtia asioita monipuolisesti. Vuorovaikutustilanteessa osallistujat voivat myös esittää toisilleen kysymyksiä ja tarkentaa omia näkemyksiään keskustelun kuluessa. Kun ryhmäkeskustelua käytetään tuotekehityksen tai markkinoinnin tukena, yrityksen edustajat voivat olla mukana keskustelussa kuuntelemassa ja antamassa tarvittaessa lisätietoja.

Esimerkki: puheentunnistuspalveluja koskevan ryhmäkeskustelun runko

- Hankkeen, keskustelun vetäjien, ja mukana olevien tuotekehittäjien esittely sekä teemojen läpikäynti
- Lähdetään liikkeelle siitä, että jokainen voisi esitellä itsensä (ihan lyhyesti vain etunimi) ja kertoa, mikä innosti ilmoittautumaan tähän keskusteluun.
- Palataan siihen kokeiltavana olleeseen terveystieteiden palveluun.
 - Mitä ajatuksia kokeilu herätti: vastasiko sähköpostikirjeen herättämiä odotuksia, vai oliko siinä jotain yllättävää?
 - Tuleeko teille mieleen jotain teknisiä tai muita asioita, johon kiinnititte huomiota palvelussa? Onko ideoita, miten voisi parantaa ja sujuvoittaa?
- Siirrytään sitten automaattisen puheentunnistusteknologian hyödyntämiseen muissa palveluissa eli mitä mahdollisuuksia siihen liittyy:
 - Mitä muita ko. teknologiaa hyödyntäviä palveluja voisit käyttää?
 - Milloin ko. palvelut olisivat parempia kuin nykyiset palvelut?
 - Mitä palveluja et haluaisi käyttää ko. teknologiaan perustuen?
 - Milloin ko. palvelut ovat huonompia kuin nykyiset palvelut?
 - Mikä olisi *tärkeää*, jotta palvelut ovat mukavia ja niitä halutaan käyttää?
 - Pitäisikö kuluttajille tarjota jotain *lisähoukuttimia* (kuten esim. ilmainen palvelunumero tai vuorokauden ympäri avoinna oleva palvelu)?
- Lopuksi voitaisiin pohtia laajemmin tällaisten palvelujen yleistymistä yhteiskunnassa.
 - Mitä hyötyä tai mitä haittaa näkisitte olevan automaattista puheentunnistusteknologiaa hyödyntävien palvelujen yleistymisestä?

Lisätietoja ryhmäkeskustelusta/focus group-menetelmästä

Heiskanen, E., Järvelä, K., Pulliainen, A., Saastamoinen, M. & Timonen, P.: Kuluttajat äänessä! Kokemuksia ryhmäkeskustelusta kuluttajatutkimuskeskuksen toiminnassa. Teoksessa Leskinen et al. (2005). Vox Consumptoris – Kuluttaja ääni. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005. http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/4789/vuosikirja2005_kokemuksia_ryhmakeskustelusta.pdf

Parviainen, L.: Fokusryhmät. Teoksessa Ovaska, S., Aula, A. & Marjaranta, P. (2005). Käytettävyyystutkimuksen menetelmät. Tampereen yliopisto, Tietojenkäsittelytieteen laitos B-2005-1. <http://www.cs.uta.fi/kurssit/usabsem/luvut/4-Parviainen.pdf>

Bruseberg, A. & McDonagh-Philp, D. (2002). Focus Groups to support the Industrial/Product Designer: A review based on current literature and designers' feedback. Human Factors in Technology and Society, 33(1), pp 27-38. Luonnosversio vapaasti ladattavana tästä: <http://www.cs.bath.ac.uk/~anneb/applied%20ergonomics%20designers%20draft.pdf>