

Podcast: **Vilken nytta har en expert av kunddelaktighet?**

Länk till podcasten, transkriberad nedan: <https://soundcloud.com/user-841203804/mita-hyotya-asiakastosallisuudesta-on-asiantuntijalle?in=user-841203804/sets/tyoekyvyn-palvelupolku>

Lehtinen: Kunddelaktighet betyder att klienten aktivt deltar i planeringen, produktionen, utvecklingen och bedömningen av tjänster. Målet är att behandlingen och tjänsterna ska fungera bättre, i rätt tid och tillgodose kundens behov. Delaktighet förutsätter att kunden verkligen kan påverka serviceprocessen. Vad händer med expertisen när kunden är expert på sin egen fråga och den yrkesutbildade personens partner. Eila Linnanmäki, ledande expert och chef för enheten för jämställdhet och delaktighet vid Institutet för hälsa och välfärd, förklarar vad som döljer sig i begreppen kunddelaktighet och kundorientering. Intervjuad av producent Satu Lehtinen från Arbetshälsoinstitutet.

Eila Linnanmäki, du är ledande expert och chef för enheten för jämställdhet och delaktighet vid Institutet för hälsa och välfärd. Vi talar nu om kunddelaktighet och kundorientering. Och särskilt i situationer där kunden har behov av stöd för arbetsförmågan på grund av sjukdom eller skada. Eila Linnanmäki, vad innebär egentligen kunddelaktighet?

Linnanmäki: Kunddelaktighet är en mycket omfattande och flerdimensionell verksamhetsmetod som genomförs på många olika nivåer. Och då deltar kunderna och påverkar aktivt sina egna angelägenheter, sin egen service, vård, såväl som utveckling, planering och även genomförande av tjänster i vissa situationer. Och sedan en viktig sak, även för utvärdering av tjänster.

Lehtinen: På vilket sätt avviker kunddelaktighet från kundorientering?

Linnanmäki: Kundorientering kan tänkas vara en organisations, oavsett om det är ett företag eller en tjänsteleverantör eller något annat, sådant värde eller sådan princip, som sedan förverkligas i organisationen. Det vill säga målet är att bättre ta hänsyn till kundernas behov och att ge kunderna snabba och smidiga tjänster. Men sedan kunddelaktighet, eller det används så klart en hel del andra termer som är lite parallella, kundernas deltagande och påverkan, och så vidare. Men om vi pratar om detta ganska krävande begrepp som kunddelaktighet, så betyder det verkligen en serie händelser med utgångspunkt från kundens, människans synvinkel, där kunder och patienter också har erfarenhet av en sådan situation. Och att de har en genuin chans att påverka. Och trots allt är ordet kundorientering många gånger lite så där ytligt så att det i slutändan inte riktigt förverkligas ur kundens synvinkel. Men det är redan en stor prestation att det talas så mycket om kundorientering just nu, även inom social- och hälsovårdsbranschen. Så det är sist och slutligen något ganska nytt. Och särskilt om vi pratar om kunddelaktighet.

Lehtinen: Om vi nu tänker på en person som har behov av stöd för arbetsförmågan på grund av sjukdom eller skada, vad kan kunddelaktighet då betyda?

Linnanmäki: Det kan betyda mycket olika saker. Först och främst är det självklart den erfarenhet som fåtts inom den egna servicen och vården. Det vill säga om kunden har bemötts väl, respektfullt, hur detta möte med en expert har varit. Och har det uppstått en situation där kunden faktiskt har möjlighet att påverka sin egen tjänst, som om att fatta ett beslut om vad som händer härnäst och så vidare. Och kan också, så att säga, uttrycka sin egen åsikt om situationen. Och kanske lyfta fram de där egna bakgrundsfrågorna i diskussionen, vilka är mina levnadsvillkor där i bakgrunden? Vilka faktorer påverkar tjänstens eller vårdens kontinuitet eller fortsättningen, det vill säga hur man lyckas tillsammans i denna situation. Men ofta i just denna interaktionssituation, naturligtvis det respektfulla bemötandet och en genuin dialog. Och att man lyssnar på kunden. Men sedan om man tänker på fördelarna med kunddelaktighet, när man liksom kommer upp till nästa trappsteg, det vill säga planering och utveckling av tjänster, servicepaket, tjänstekedjor. Så där borde det med tiden uppstå en hel del fördelar, som sedan återspeglas på enskilda kunder, till exempel vårdens smidighet eller tjänstens smidighet, om människor bllas fram och tillbaka mellan servicepunkterna, eller om det går smidigt. Hur sköts då kontakterna? Finns det tillräckligt med tid för dessa mottagningssituationer och annat. De här är lite som sådana strukturer, strukturella faktorer, i vilka kundernas representanter på sätt och vis deltar i utvecklingsprocesserna och annat. Och därifrån uppstår naturligtvis fördelarna för enskilda kunder.

Lehtinen: Så när man talar om kunddelaktighet talar man om en verkligt stor sak?

Linnanmäki: Ja. Mycket omfattande saker och saker som händer på många plan. Och i själva verket, för att slutresultatet på ett genuint sätt ska bli bra för kunderna, det vill säga att behoven beaktas där det är möjligt, bör det förverkligas som om den här tanken eller den här verksamhetskulturen faktiskt genomsyrar hela organisationen ända fram till ledningen. Med andra ord ger organisationens ledning resurser och möjligheter till detta och skapar så att säga de strukturer, där då detta kundernas medverkan, inflytande, kan förverkligas. Och självklart spelar experterna en stor roll här.

Lehtinen: Tja, vad behöver man då kundens röst för?

Linnanmäki: Det finns säkert mycket att göra här. Och varje expert känner förmodligen mycket väl till bristerna och utvecklingsbehoven inom sitt eget område. Och kunderna vet också att det säkert finns många situationer där det finns utrymme för förbättringar. Man hör ofta att många fäster uppmärksamhet vid, eller när man får negativ respons när vi ber kunden om respons, det här bollandet fram och tillbaka eller långa kötider, eller att man måste vänta mycket, eller att det är svårt att få kontakt. Man vet inte var man kan få hjälp, vart man ska ta kontakt, hur du man gör det. Det är ganska mycket som inverkar på hur man får tillgång till dessa tjänster. Det finns många typer av hinder.

Då har man tyvärr genom att bygga istället byggt hinder, vilket innebär att tillgång till tjänster är en av tröskelfrågorna. Och sedan hör en annan sak samman med dessa servicestigar, hur går det där? Personalomsättning är en sådan sak som kan påverkas. Och sedan många gånger är det just det faktum att om saker och ting har utvecklats, då skulle bedömningen vara det viktiga, att man ännu en gång kontrollerar att saker och ting har förbättrats ur dessa kunders synvinkel. Och sådana processer bör förmodligen avskaffas på ställe som ställe. Naturligtvis kan det också finnas fysiska utrymmen som bör förbättras och så vidare.

Lehtinen: Vad kan det vara som kundens metoder helt konkret påverkar? Vilken typ av metoder finns det?

Linnanmäki: Det finns säkert redan veckligt många som används inom olika servicesektorer. Till exempel är verksamhet med erfarenhetsexpertis redan ganska utbredd i vårt land. Vi har redan systematisk utbildning av erfarenhetsexperter på många platser i Finland. Och sedan har vi den här kamratstödsverksamheten, som också är en del av dessa metoder. Och sedan finns det olika kundpaneler, till exempel kan vi använda metoder för servicedesign när vi börjar utveckla en specifik tjänst tillsammans med kunderna. Och sedan finns det olika deltagande bedömningar, olika metoder tillgängliga. Det finns många metoder om man bara vill använda dem.

Lehtinen: Vilka fördelar skulle detta ge en expert?

Linnanmäki: Ja, det är en bra fråga. Jag tror att detta är en av de saker vi verkligen behöver vara uppmärksamma på i framtiden. Vilka fördelar ger den här verksamheten experterna? Vi har ju faktiskt nu gått igenom fördelarna för kunden, och i själva verket är det ganska lätt att förstå, att detta definitivt händer. Experterna upplever säkert många gånger en sådan kund eller dennes erfarenhetskunskap och erfarenhetsexpertisen vid sidan av sin expertis som ett litet hot mot sin egen expertis. Och här skulle det säkert finnas ganska mycket utrymme för diskussion, så att den erfarenhetsexpertis, erfarenhetskunskapen, inte utgör ett hot mot sakkunskapen, utan att de skulle arbeta sida vid sida och komplettera, berika varandra. Det vill säga, slutresultatet kan också bli bättre för experten om de ibland får överraskande perspektiv från kunder.

Lehtinen: Eila Linnanmäki, hur blir en expert kundorienterad? Kan vi öva på att bli kundorienterade eller hur går det till?

Linnanmäki: Ja säkert. Naturligtvis beror allt på din egen vilja och önskan att utvecklas inom detta område. Men säkert är det möjligt. Men visst kräver det tid och engagemang. Och lyckligtvis har vi säkert ett ökande antal verktyg och utbildningsmöjligheter för detta nya sätt att arbeta. Eller, det här är på sätt och vis inte en ny sak, men å andra sidan är det nog det. Det låter ganska nytt. Säkert de yrkesverksamma som möter kunder, olika typer av kunder och så, kan nog inom denna kompetens möta olika typer av situationer och ofta tuffa frågor och där höra kundens egen röst.

Det är också som att ge upp lite av makten och ge mer ansvar till kunden, så ja, det kräver verkligen utbildning i detta och utveckling av kompetensen. Särskilt inom social- och hälsovårdsbranschen har vi traditionellt mött kunderna mer som patienter och på något sätt från den här synvinkeln, och det kräver en viss typ av tankeprocess, en förändring i tänkande, attitydförändring, när vi nu ger mer ansvar och makt, bestämmanderätt till kunderna själva. Men i andra typer av yrkesuppgifter är det möjligt att ordna utbildning i exakt dessa metoder för kunddelaktighet, till exempel hur man sammankallar en kundpanel. Hur ordnar man dessa saker? Hur får man med erfarenhetsexperter i verksamheten?

Var har man nytta av dem, etc.? Hur kan servicedesignmetoden användas vid utveckling av tjänster tillsammans med kunderna? Vi har alltså ganska många sådana metoder man kan lära sig.

Lehtinen: Kan kunden vara expert? Kan vi alla välja och övervaka våra tjänster?

Linnanmäki: Vi är nog alla den bästa experten på våra egna frågor och vår egen livssituation. Men detta bör inte ses som ett hot mot expertens sakkunskap, utan att dessa kan fungera sida vid sida och komplettera varandra, denna erfarenhetskunskap och sedan expertkunskapen.

Jag kommer att tänka på en sådan synvinkel som experterna ofta har, kanske rädslan för att kunderna har en enorm rösträtt, att om kunderna får ännu mer rösträtt och så vidare, så kommer det att öppna upp en sådan tunna av önskemål eller en sådan bottenlös eller typ Pandoras ask, och de inte på något sätt kan svara på dessa önskemål. En sådan situation uppstår inte i praktiken. Uttryckligen en sådan interaktion och sådana specifika forum som erbjuds för detta arbete som involverar kunder, är ju möjligheten att föra en dialog om ramvillkoren som visas där i expertens arbete? Vilka är de resurser och andra begränsningar som alltid kommer upp? Om experterna känner rädsla för att de inte kan svara på dessa omöjliga, orimliga önskningar som kunden framför, är det bästa sättet att diskutera ramvillkoren, begränsningarna, som sedan begränsar expertens arbete. Även om man skulle vilja hjälpa varenda kund är detta inte möjligt. Men vi kan bara göra vårt bästa för att hjälpa patienter eller kunder med vissa typer av utgångspunkter, patienter eller kunder med olika problem, men ingen kan göra trollkonster.

Lehtinen: Eila Linnanmäki, vet du redan hur dessa har tagits emot bland experterna?

Linnanmäki: Det finns mycket bra exempel i Finland på hur dessa idéer redan har tagits långt. Och dessa uppmuntrande exempel borde vi bara göra hörda mer och mer. Och det är uttryckligen experterna själva som berättar hur, ur deras synvinkel, vilken nytta de har haft av den här verksamheten? Och det skulle också vara bra att lyssna på ledningens röst ur dessa synvinklar. Vad har varit framgångsrikt? Varför har de ursprungligen bestämt sig för att tillhandahålla resurser och genomföra dessa nya arbetssätt? Och det finns bra exempel.

Men kanske måste vi också erkänna direkt, att vi har en lång väg framför oss. Det handlar också mycket om att man nöjer sig med att till exempel samla in kundrespons, men den information man har fått diskuteras inte tillsammans med kunderna. Som för att involvera kunderna i det utvecklingsarbete som utförs tillsammans med kunderna.

Istället går det ofta så här: man samlar passivt in kundrespons och sedan börjar experterna tänka på hur de ska gå vidare med olika frågor. När det borde vara en sådan iterativ process som ständigt utvecklas och förs vidare och aldrig behöver bli perfekt eller komplett. Men vi strävar alltid efter lite bättre än den förra.

Detta är också bra att inkludera i denna diskussion, att experterna också är, de har också erfarenhet och värdefull information. Och de har inte bara denna typ av utbildning och teoretisk kunskap, utan de har också erfarenhet av vad som skulle vara en bättre service och vad som bör göras åt saker och ting. Alltså, just så här. Och sådana sakkunniga, experter som vill engagera sig i denna aktivitet tillsammans med kunder, i denna typ av interaktion och utsätta sig för det faktum att de kanske inte vet allt om saken, men verkligen vet mycket, så det är en stor upplevelse för alla. Man lägger märke till att man själv vet mycket, men inte på något sätt kräver för mycket av sig själv.

Lehtinen: Du lyssnade på en podcastintervju relaterad till regeringens spetsprojekt för personer med partiell arbetsförmåga på väg in i arbetslivet. Social- och hälsovårdsministeriets projekt syftar till att säkerställa att personer med partiell arbetsförmåga fortsätter i arbetslivet eller hittar arbete på den öppna arbetsmarknaden.