

# Hyvinvointialan Metaversumipalvelut



SAVONIA



14.8.2025

## Raportti Oulun asuntomessujen prototyypikokeilusta

Paikka: Oulun asuntomessut

Aika: 12.-13.8

Hyvinvointialan metaversumihankkeen kokeilu järjestettiin Oulun asunto-messuilla 12.-13.8. esittelypisteellä 22. Kokeilussa testattiin verkkosivu-pohjaista prototyyppiä kodin suunnittelutyökalusta, jonka tarkoituksena on osallistaa kuluttajia kodin hyvinvoinnin suunnitteluun ja edistämiseen. Kokeilussa osallistettiin messukävijät innovointiprosessiin prototyypin esittelyn ja haastattelun avulla.



Kuva 1 - Kokeilupisteen henkilöstöä

LUT-yliopisto  
LUT University

Yliopistonkatu 34  
FI-53850 Lappeenranta

Mukkulankatu 19  
FI-15210 Lahti

lut.fi

tel +358 294 462 111

Y-tunnus 0245904-2  
ALV/VAT FI 02459042

### **Kokeilun kysymykset:**

- Mitä kodin hyvinvointi tarkoittaa sinulle?
- Mikä tässä ideassa/palvelussa on mielestäsi kiinnostavaa, arvokasta tai hyödyllistä? Miksi juuri se?
- Tuntuuko tämä ratkaisevan sinulle tärkeää ongelmaa? Jos kyllä, mitä? Jos ei, niin mitä ongelmaa toivoisit ratkaistavan?
- Miten tätä palvelua tulisi mielestäsi kehittää? Mitä puuttuu? Mitä tekisit toisin?
- Oletko nähnyt tai kokeillut vastaavaa palvelua muilla toimialoilla? Missä ja kenen palvelu oli kyseessä?
- Haluaisitko olla mukana jatkokehityksessä? Jos kyllä, millä tavalla?

### **Kokeilun olettamukset:**

- Erityisesti nuoret kuluttajat ja digityökaluja säännöllisesti käyttävät segmentit ovat kiinnostuneita kodin hyvinvoinnin edistämisestä digitaalisilla työkaluilla
- Kuluttajille hyvinvointi käsitteenä ei ole yksiselitteistä, mutta oletetaan olevan tärkeää
- Kuluttajille kodin hyvinvointi on merkityksellistä
- Verkkosivupohjainen tietokoneen selaimessa toimiva palvelu vastaa parhaiten kuluttajien tarpeisiin
- Uusi ja immersiiivisiä teknologioita hyödyntävä innovatiivinen työkalu herättää kiinnostusta

## 1. Prototyypin kuvaus

Prototyyppi on selaimessa toimiva verkkosivunäkymä, joka kuvaa palvelua missä kuluttaja pystyy itsenäisesti tekemään valintoja kodin hyvinvointiin liittyviin teemoihin. Kuluttaja pystyy esimerkiksi vaihtamaan ikkunoita ja ovia sekä näkemään että miten niiden vaihtaminen vaikuttaa esimerkiksi kuuluvuuteen, viihtyvyyteen sekä turvallisuuteen. Prototyypissä kodin hyvinvointia on kuvattu viisikulmiolla, jossa jokaista kulmaa edustaa yksi hyvinvoinnin näkökulma. Palvelussa kodin hyvinvoinnin edistämistä kuvataan ohjaavan tekoälyavatar, joka antaa palautetta ja vinkkejä kodin hyvinvoinnin teemoihin liittyen sekä kustannusarvioita muutostöihin liittyen.

Asuntomessuilla prototyypin esittely tehtiin niin että asiakkaat pääsivät seuraamaan prototyypin käyttöä näytöltä mutta eivät aktiivisesti testanneet sen käyttöä itsenäisesti.



Kuva 2 - Asuntomessuprototyyppi

## 2. Kokeiluun osallistuneet ja aineistot

Kokeilussa kerättiin neljätoista haastatteluaineistoa. Kokeiluun osallistui yksittäisten ihmisten lisäksi pariskuntia, sekä pieniä ryhmiä, jotka valikoituivat haastateltaviksi ja kokeiluun osallistuviksi kiinnostuksensa perusteella. Messukävijöistä kerättiin heidän suostumuksensa mukaan tunnistetiedot profiloimista ja jatkokehittämistä varten.

Osallistujat olivat hyvin heterogeeninen joukko eri ikäisiä ja ammattitaitaisia henkilöitä. Osa kokeiluun osallistuneita oli kodin suunnittelun ammattilaisia ja loput satunnaisia messukävijöitä. Erityisesti nuoret 26-45 vuotiaat messukävijät olivat hyvin edustettuina kokeilussa. (77% haastateltavista)

## 3. Kooste haastattelujen keskeisistä havainnoista

### - ***Mitä kodin hyvinvointi tarkoittaa sinulle?***

Kokeilun keskeisimpänä havaintona on, että kodin hyvinvointi koetaan hyvin subjektiivisena asiana ja lähes jokainen kokeiluun osallistunut näki kodin hyvinvoinnin hyvin eri tavoin.

Vastauksissa kodin hyvinvointi yhdistyy ennen kaikkea siisteyteen, mukavuuteen ja viihtyisyyteen sekä rauhalliseen ja turvalliseen ilmapiiriin. Moni korostaa palautumista, lepoa ja kiireettömyyttä sekä hyvää ilmanlaatua, valoa ja lämpöä. Tärkeitä ovat myös hyvä äänieristys, toimivat ja selkeät tilaratkaisut, riittävä säilytystila ja esteettisyys. Kodin toivotaan olevan paikka, jossa on järjestystä, ei liikaa tavaraa, ja jossa ulkoiset häiriöt, kosteus ja epäpuhtaudet pysyvät poissa. Lisäksi mainitaan yhteys muihin ihmisiin, kuten naapureihin, ja kodin tarjoama oma rauha perheen kesken.

### - ***Mikä tässä ideassa/palvelussa on mielestäsi kiinnostavaa, arvokasta tai hyödyllistä? Miksi juuri se?***

Vastauksissa idean tai palvelun kiinnostavuus ja hyödyllisyys liittyy erityisesti siihen, että käyttäjä voi itsenäisesti ja rauhassa suunnitella sekä kokeilla erilaisia vaihtoehtoja ilman, että täytyy olla yhteydessä muihin tai siivota paikkoja näyttöä varten. Visualisointi ja havainnollistaminen koetaan tärkeiksi: niiden avulla näkee miltä muutokset näyttäisivät, saa paremman käsityksen tilasta ja voi arvioida eri ratkaisuja konkreettisesti. Tämä helpottaa päätöksentekoa, suunnittelua ja myös asunnon myyntiä tai lisävarusteiden tarjoamista. Erityisen arvostettua on räätälöitävyys, monikäyttöisyys ja mahdollisuus hahmottaa materiaaleja, valaistusta ja muita yksityiskohtia etukäteen. Lisäksi mainitaan, että tällainen työkalu säästäisi aikaa ja toisi selkeyttä suunnitteluprosessiin.

### - ***Tuntuuko tämä ratkaisevan sinulle tärkeää ongelmaa? Jos kyllä, mitä? Jos ei, niin mitä ongelmaa toivoisit ratkaistavan?***

Kokeilussa ilmeni, että osa kokee ratkaisun hyödylliseksi erityisesti päätöksenteon, hahmottamisen ja vaihtoehtojen vertailun helpottamisessa. Se auttaa esimerkiksi ikkunoiden ja muiden mallien valinnassa, mielikuvien luomisessa, mallintamisessa ja tilankäytön suunnittelussa. Työkalu voisi myös tukea myyntiä ja ostamista poistamalla epävarmuustekijöitä ja tarjoamalla lisätietoa. Joillekin tärkeää on visuaalinen esittäminen,

energiansäästöön havainnollistaminen ja mahdollisuus tehdä suunnittelua kotona omassa rauhassa. Osa vastaajista kuitenkin koki, ettei ratkaisu tällä hetkellä vastaa heidän tarpeisiinsa, esimerkiksi vuokra-asumisen vuoksi tai he kokeneet muuten olevansa kohderyhmää?

- ***Miten tätä palvelua tulisi mielestäsi kehittää? Mitä puuttuu? Mitä tekisit toisin?***

Messukävijöiden kommentteissa korostui palvelun helppokäyttöisyys. On paljon palveluita, joita on olemassa kodin suunnitteluun, mutta ne ovat yleensä ammattilaisille suunnattuja. Kuluttajille suunnatun palvelun pitäisi olla yksinkertainen käyttää.

Palvelulta toivottaisiin lukuja ja euromääräistä tietoa muutostöiden hinnoista, takaisinmaksuajoista sekä säästöistä.

Uutena näkökulmana korostui, että onko tietokone- tai selainpohjainen palvelu välttämättä nykypäivänä paras alusta tällaiselle palvelulle vai olisiko puhelimesta toimiva sovellus parempi alusta erityisesti nuorten kuluttajien ja asunnon omistajien tavoittamiseen.

Uutena näkökulmana korostui myös tarve lisätyn todellisuuden palvelulle, jossa kuluttaja pystyisi puhelimen kameraa hyödyntäen testaamaan esimerkiksi ikkunoita ja ovia omassa kotiympäristössään. Tässä yhteydessä korostui myös tarve koko tuotekatalogien löytymiselle palvelusta. Kuluttajat toivoivat, että yksittäisten tuotteiden sijaan pitäisi löytyä palveluita isännöivien yritysten laajat valikoimat, joita voisi halutessaan kokeilla omaan kotiinsa.

Lisäksi toivottiin mahdollisuutta hyödyntää omaa kameraa huoneiden ja tilojen mallintamiseen, sekä palvelun laajentamista koskemaan muitakin elementtejä kuin ovia ja ikkunoita. Moni halusi nähdä erilaiset materiaalit, pinnat, heijastukset ja valaistusolosuhteet realistisesti mallinnettuina. Palvelussa toivottiin myös energialaskelmia, kulutustietoja, kustannusten hallintaa ja mahdollisuutta vertailla eri vaihtoehtoja helposti. Yksityisyyden ja yhteisöllisten toimintojen yhdistäminen nähtiin tärkeänä, ja joillekin oli olennaista saada tarvittaessa ammattilaisen apua suunnittelun tueksi. Myös mahdollisuus tehdä nopeita luonnoksia ja testata kaikki vaihtoehdot koettiin hyödylliseksi.

- ***Oletko nähnyt tai kokeillut vastaavaa palvelua muilla toimialoilla? Missä ja kenen palvelu oli kyseessä?***

Vastaavanlaista palvelua ei tunnustettu ainakaan ovi- ja ikkunamarkkinassa eikä hyvinvointinäkökulmassa. Vastaajien kokemukset vastaavista palveluista liittyivät pääasiassa sisustuksen ja tilasuunnittelun työkaluihin sekä pelillisiin ympäristöihin. Mainittiin esimerkiksi Homebyme, IKEA:n suunnittelutyökalut, Keittiömaailman ja muiden keittiösuunnitteluohjelmien palvelut, sekä kattopeltifirman käyttämä ratkaisu. Lisäksi esimerkkinä nousivat Flythroughs, Simsin pelimaailma ja erään vaatebrändin palvelu.

Lisätyn todellisuuden näkökulmasta ei osattu sanoa onko tähän markkinasegmenttiin osuvaa palvelua olemassa mutta esimerkiksi Googlen AR tunnustettiin potentiaaliseksi vaihtoehdoksi.

- ***Haluaisitko olla mukana jatkokehityksessä? Jos kyllä, millä tavalla?***

Osa kokeiluun osallistuneista oli kiinnostuneita kuulemaan prototyypin jatkokehityksestä sekä saamaan uutiskirjeitä. Muutama kokeiluun osallistunut ilmoitti myös kiinnostuksesta aktiivisempaan osallistumiseen.

## 4. Johtopäätökset ja jatkokysymykset

### Verkkosivupohjaisuus vai puhelinsovellus

Kokeilun tulokset korostavat, että virtuaalinen 3D-malli on kiinnostava ja kuluttajat voivat käyttää palvelua, mikäli se on toteutettu helppokäyttöisesti. Kuluttajat haluavat nähdä konkreettisia säästölaskelmia ja vertailuja eri toimenpiteiden (esim. ikkunoiden vaihto, lisäeristys) välillä sekä ovat kiinnostuneita myös muista lisäarvopalveluista.

Kokeilussa heräsi kuluttajilla kysymys siitä, että onko palvelu kuitenkaan paras toteuttaa verkkosivulla vai voisiko puhelinsovellus tavoittaa jopa laajemman kuluttajakunnan.

### Lisätty todellisuus

Asuntomessukävijöistä sekä edustajayrityksen jälleenmyyjistä lähtenyt ajatus lisätyn todellisuuden palvelusta on kiinnostava. Sekä kuluttajia että jälleenmyyjä kiinnostaisi palvelu jossa tuotteita pystyttäisiin lisätyn todellisuuden avulla viemään asuntoon suoraan ilman että asuntoa muutettaisiin 3D-malliksi. Etuna nähtiin se että tällainen ei vaatisi jälleenmyyjiltä mallin-  
nusoasaamista sekä kuluttajien näkökulmasta tällainen vaikuttaa helppokäyttöiselle ja havainnollistavalle.

### Selkeät käyttöliittymät

Sujuva ja visuaalinen käyttöliittymä verkkoselaimessa auttaa kuluttajia ymmärtämään muutostyöt jo ennen tuotteiden hankkimista. Tekoälyn, pe-  
lilliset tai muiden immersiiivisten elementit voivat lisätä kiinnostavuutta, mutta erityisesti palveluiden helppokäyttöisyys korostuu tavoiteltaessa kuluttajia palveluiden käyttäjinä. On myös huomioitava että vaikka huomio kiinnittyy erityisesti nuoriin kuluttajiin niin myös heille palvelua suunniteltaessa palveluiden on oltava intuitiivinen ja yksinkertainen.

### Jatkokysymykset:

*Käytätkö enemmän verkkopohjaisia vai puhelinsovelluspohjaisia palveluita?*

*Kumpaa käyttäisit mieluummin (prototyypit puhelinsovelluksesta ja verkkosivupalvelusta)?*

*Toisiko lisätty todellisuus lisäarvoa kodin hyvinvoinnin suunnitteluun?*

*Pystyisikö lisäkaupantekemisen ja liidien hankinnan kytkemään myös lisätyn todellisuuden palvelualustaan?*

*Miten voidaan hyödyntää metaversumitekniologiaa jotta palvelu vastaisi kuluttajien tarpeita ja tukisi heidän päätöksentekoaan?*

*Metaversumitekniologioiden hyödyntämisen mahdollisuudet?*

*Mitä tämä tarkoittaa tähän mennessä demonstroituihin verrattuna?*

## 5. Millainen seuraavan kokeilun ja prototyypin tulisi ja keitä kokeiluun pitäisi osallistaa ja miten, jotta saadaan vastauksia jatkokysymyksiin

Edellä mainittuihin kysymyksiin vastaamiseksi on järjestettävä seuraava kokeilu, jossa voidaan esimerkiksi ottaa testiin lisättyyn todellisuuden liittyvä palvelu, joka on sovellettavissa tarvittaessa kohdeyritysten toimintakenttään. Kokeilu kannattaa tehdä tapahtumassa tai paikassa, jossa on riittävä kävijävirta runsaan otoskoon saavuttamiseksi. Prototyyppiä on myös hyvä kehittää että kuluttajien aktiivinen osallistaminen prototyyppien testaamiseen itsenäisesti mahdollistuu.

Valinta jatketaanko edetyllä polulla vai onko syytä kartoittaa muita teknologisia ratkaisuja palvelun toteuttamiseksi?



Kuva 3 - Messupisteen roll-up mainos