

# KUNNAN ROOLIA VAHVISTAMALLA

Miten liikunnasta kunnan merkittävä vetovoimatekijä?

Helsinki

# Osallistaminen ja osallisuus asiakasymmärryksen välineenä

Helsinki

# Asiakaslähtöisyys

## Miksi tehdä asiakaslähtöisesti?

Eläytymällä kaupunkilaisten arkeen, hänen tekemiinsä valintoihin ja motiiveihin

**Voimme** suunnitella **paremmin** erilaisten ihmisten **tarpeita vastaavia** kokonaisuuksia.

**Tavoitteena, että palvelu on** asiakkaan näkökulmasta haluttava ja helppokäyttöinen

**Organisaation näkökulmasta** fiksu, tarkoituksenmukainen ja tehokas



# Kaupunkilaisprofiilit

- Perinteinen segmentointi, ikä-tai tilastopohjainen ryhmittely ei avaa syitä käyttäytymisen taustalla, eikä vastaa kysymyksiin, miksi joku käyttää tai ei käytä jotakin palvelua.
  - Motivaatioperustaisessa profiloinnissa kohderyhmät luokitellaan eri ryhmiin, joita yhdistävät arvot ja motiivit, jotka muodostavat heidän tapansa katsella maailmaa ja elää arkea.
- > kaupunkilaisprofiilit tarjoavat meille mahdollisuuden astua asiakkaan saappaisiin
- > kun ymmärrämme asiakkaan esteitä, mahdollisuuksia sekä kiinnostuksen kohteita löydämme oikeat palvelukehityskohdat



# Miksi profiilityökalu?

**Kulttuuri –ja vapaa-ajan toimialan yhteinen ymmärrys asiakkaista:** Käyttäjäprofiloinnilla tuodaan palvelun kohderyhmät “eloon” organisaation sisällä, lisätään organisaation asiakaslähtöisyyttä ja jokaisen kykyä tuoda asiakasymmärrys osaksi omaa työtä.

**Tarve-ja palvelukohtainen hyödyntäminen:** Mahdollisuus soveltaa ja räätälöidä, väline omien palveluiden kehittämiseen kohderyhmiä ymmärtäen

**Aidosti työtä tukeva työkalu:** Profiilit kulkevat kaiken suunnittelun rinnalla—oli kyse sitten strategisesta suunnittelusta, viestinnästä tai palvelukehityksestä. Profiilit toimivat käyttäjän äänen muistutuksena läpi palvelun kehitysprosessin.

**Motivaatioperustaisuus:** Yksi kaupunkilainen kuuluu ihmisenä aina moneen profiiliin, koska motivaatiot on sidottu tilanteisiin, tarpeisiin –ja palveluihin

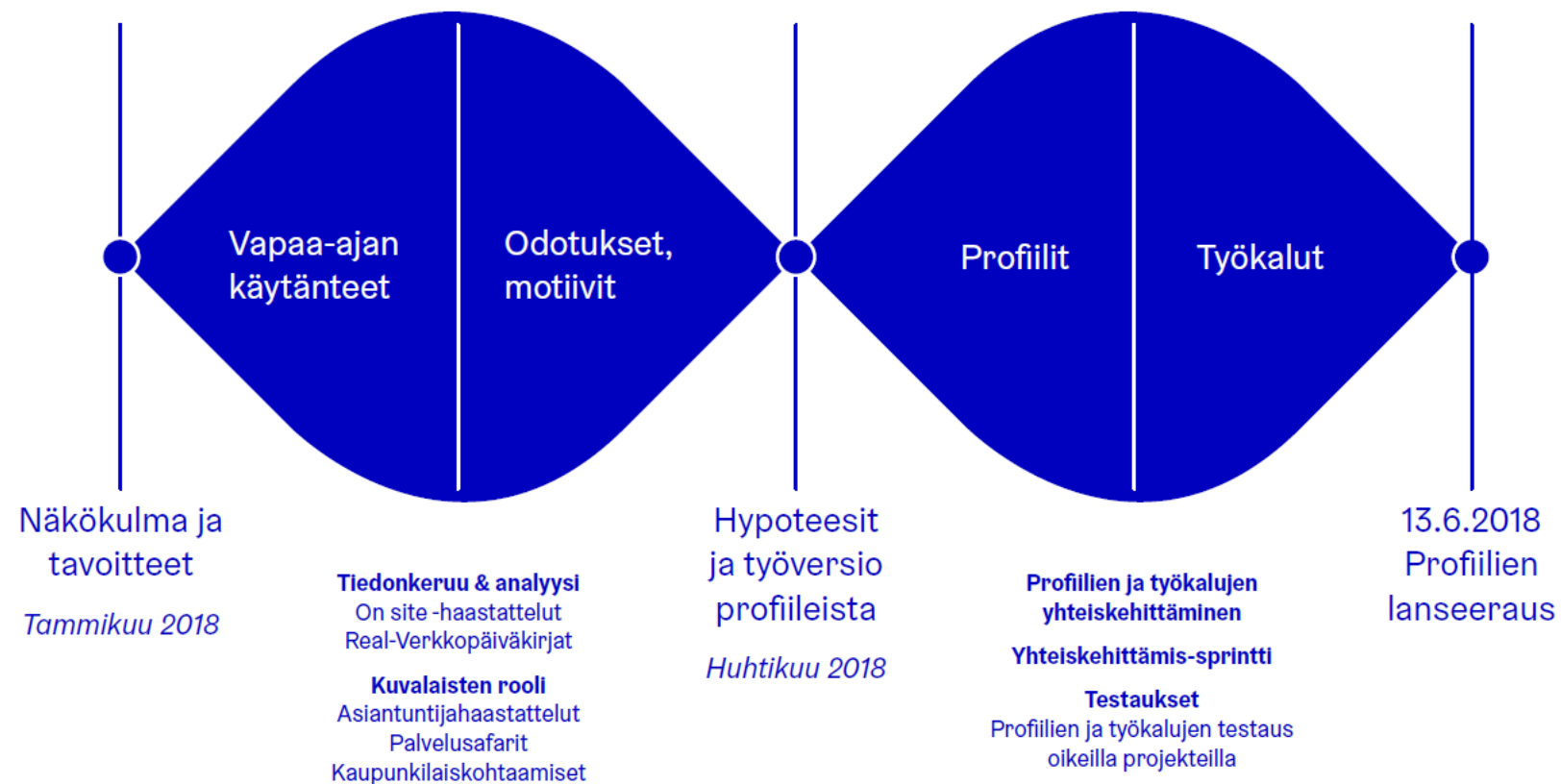
**Päivitettävyyys:** Kokonainen ja valmis, muttei muuttumaton ja jäykkä

# Kuinka kaupunkilaisprofiilit syntyivät?

Helsinki

## Ymmärryksen kerryttäminen

## Profilien luominen



1

### **Kaupunkilaisten osallistaminen**

- Asiakasymmärrys kokemuksista kaupunkilaisuudesta ja ihmisten ajankäytöstä sekä kaupungista palveluiden tarjoajana Real-verkkoalustan kautta

2

### **Palvelusafari**

- Asiakasymmärryksen kartuttaminen kaupunkilaisten haastatteluilla eri palveluissa
- Palveluympäristön havainnointi
- Menetelmän testaaminen työkirjaa varten

3

### **Kaupunkilaiskohtaamiset**

- Asiakasymmärryksen kartuttaminen Kuvan palveluiden ulkopuolella eri puolilla kaupunkia
- Kuvalaiset testaavat Kaupunkilaiskohtaamista eli haastattelumenetelmää työkirjaa varten

4

### **Asiantuntijahaastattelut**

- Asiasrajapinnassa toimivien henkilöiden haastattelut Kuvan eri toimipisteissä

5

### **Tuorein asiakastieto**

- Tuoreimman ja tärkeimmän asiakastiedon hyödyntäminen ja syntetisointi



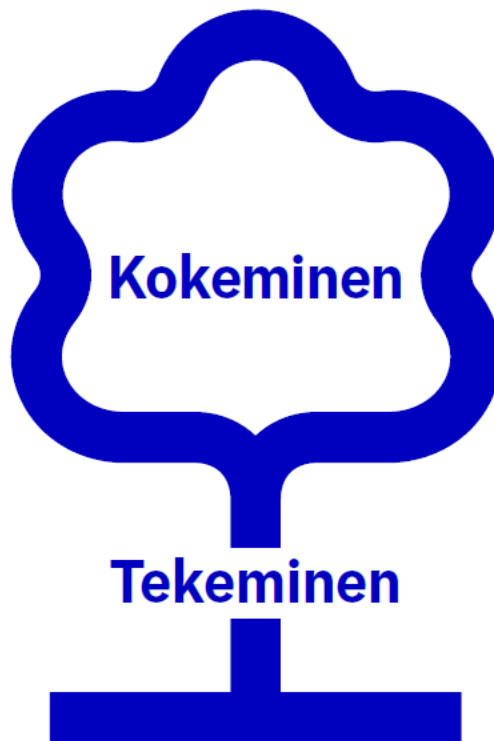
## Kaupunkilaisosallistamisista opimme, että vapaa-aikaa luonnehtii...

### Kokemus hyödyllisyydestä

- Uusien taitojen oppiminen
- Itsensä kehittäminen

### Vastapaino työlle ja vastuille

- Rauhoittuminen ja rentoutuminen



### Monimuotoisuus

Sopiva sekoitus sosiaalisuutta ja yksinoloa, aktiivisuutta ja passiivisuutta, suunnitelmallisuutta ja spontaaniutta

### Elämyksellisyys

- Inspiroituminen ja innostuminen
- Ajan katoaminen
- Uudet kokemukset

### Vapaus toteuttaa omia mielihaluja

- Aito mahdollisuus valita itse
- Mahdollisuus spontaaniuteen

## Mitä vapaa-ajalta toivotaan? Keskeisimmät motivaatiotekijät

Kaupunkilaiset toivovat palveluilta eri asioita. Motivaatiotekijät auttavat tunnistamaan, mitä eri profiilit kaipaavat: arvostaako asiakkaamme esimerkiksi ajankohtaisia ja vaihtuvia sisältöjä pysyvyyden sijaan? Entä viehättääkö häntä ohjattu toiminta omaehtoisuuden sijaan?

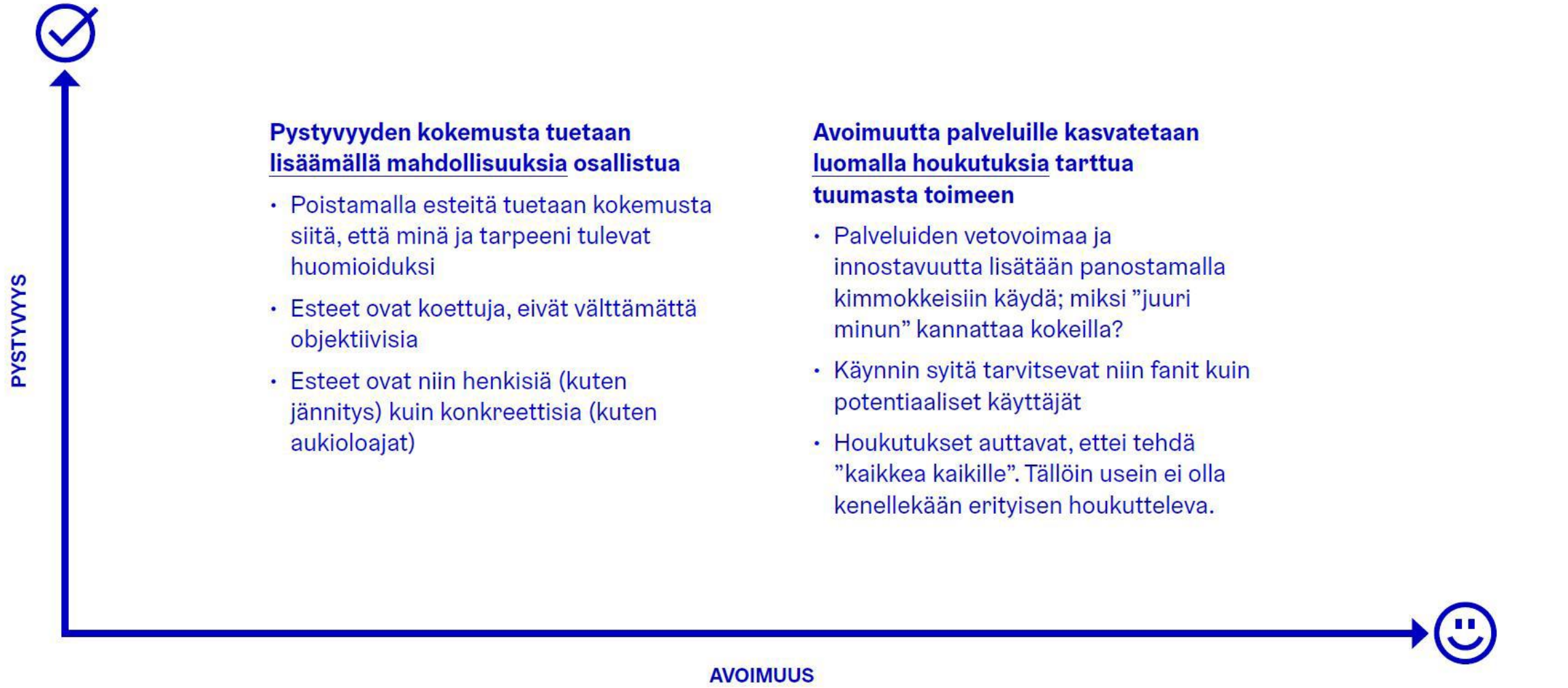
Motivaatiotekijöihin vastaamalla luodaan houkutuksia ja lisätään osallistumisen mahdollisuuksia.



# Kaupunkilaisprofiilit: elävä muuttuva työkalu

Helsinki

Kuvan tapa vastata tarpeisiin: Houkuttaminen ja Mahdollistaminen

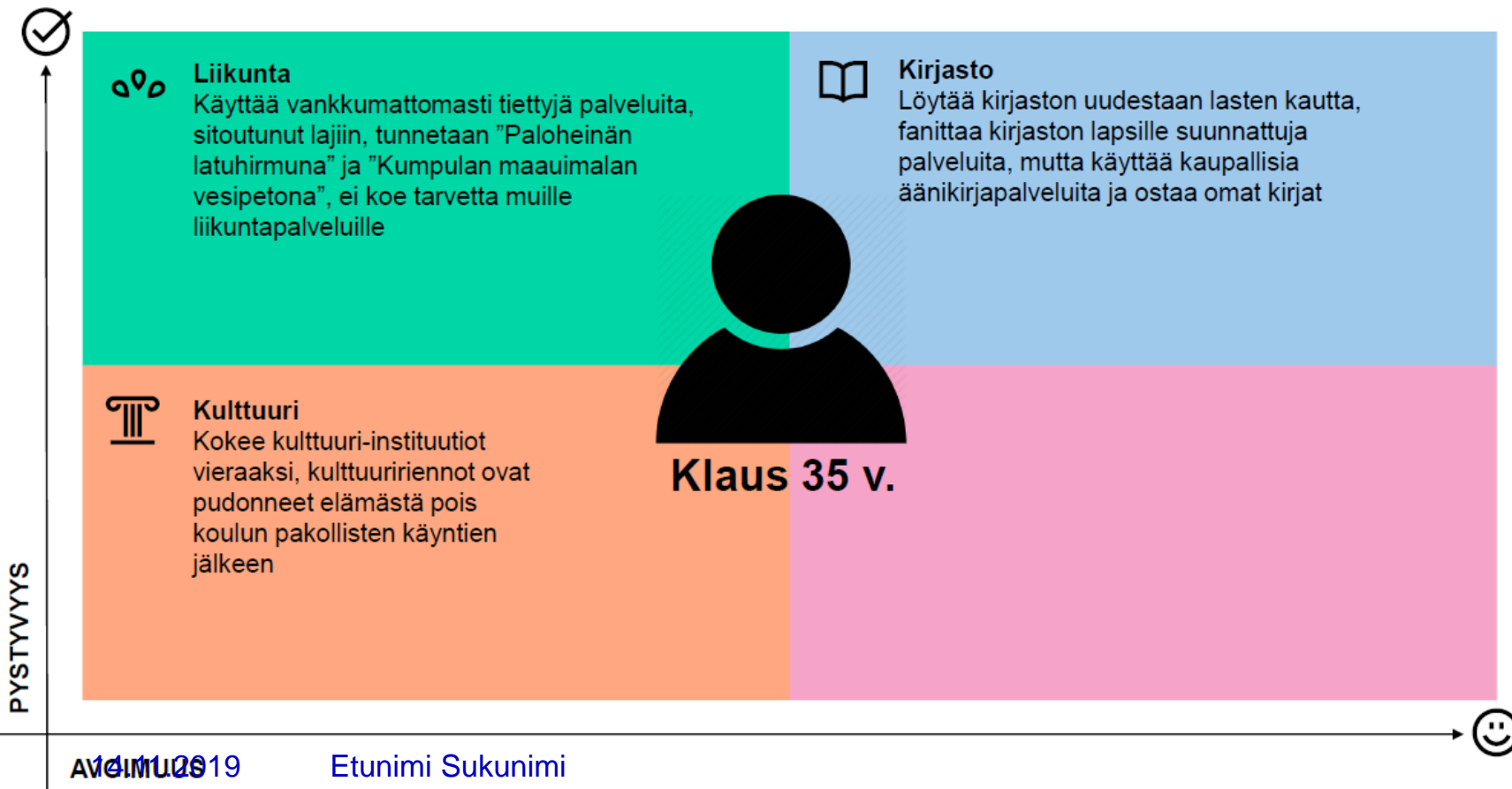


## Samassa profiilissa voi olla sekä nykyisiä että potentiaalisia käyttäjiä



# Yksi kaupunkilainen kuuluu ihmisenä moneen profiiliin.

## Motivaatiot ovat sidottu tarpeisiin ja palveluihin



# Esimerkki

Helsinki

# Kuvalaisten profiileille tunnistamia käyttökohteita

## Palvelut

- Palvelupolkujen ja –prosessien parantaminen
- Potentiaalisten käyttäjien tarpeisiin vastaaminen
- Digitaalinen asiakkuus: digitaalisten palvelujen kehittäminen ja kohdentaminen
- Uusien palveluiden kehittäminen

## Viestintä&markkinointi

- Markkinoinnin kohdentaminen
- Uusien käyttäjien houkuttelevuus
- Uuden palvelun lanseeraaminen
- Uusien kohderyhmien tavoittaminen

## Sisällöt

- Sisältöjen kehittäminen ja uudistaminen
- Tapahtumatoiminnan ideointi, suunnittelu, kohdentaminen, jne.
- Kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen suunnittelu
- Näyttelyiden sisältöjen uudistaminen
- Museopedagogiikan kehittäminen

## Yhteistyö

- Toimialojen välisen yhteistyön kehittäminen
- Kumppaniyhteistyön sujuvoittaminen, asiakkuuksista kommunikoiminen

## Fyysiset puitteet

- Tilojen kehittäminen ja uudistaminen
- Palveluympäristöjen kehittäminen, opasteet ja tilaorientaatio
- Saavutettavuuden ja käytettävyyden parantaminen

## Johtaminen

- Tietoperustaisuus ja asiakasymmärrys
- Tavoitteiden asettaminen ja valintojen tekeminen
- Kohdentaminen, toiminnan suunnittelun painopisteet
- Resursointi – mihin panostetaan?



# Liikuntapalveluiden osallistava kehittäminen

- Uuden, osallistavan työtavan opetteleminen
- Yhdessä tekeminen; esimiehet, suunnittelijat, liikunnanohjaajat, hanketyöntekijät
- Kaupunkilaisten ääni kuuluviin palveluiden suunnittelussa
- Aito vuorovaikutus kuntalaisten kanssa

# Kaupunkilaisprofiili

## Persoonat 1/2

Palvelukokonaisuus:

Profiili (Innostettavat jne): INNOSTETTAVA

Kehitettävä kokonaisuus: LIIKKUNISOHJELMAN MARKKINOINTI

Asiakas / potentiaalinen asiakas (ympyröi)

Persoonan motto:

"HIIVAA  
HIIVAA TULEE"



Kerro, mikä on viimeksi yllättänyt  
persoonan iloisesti:

"TÄMÄN HAAT  
KESÄLLÄ"

Kuvan kaupunkilaisprofiilit - Työpohjat

Nimi: MARI KUUSISTO

Elämäntilanne: PELITEKILLINEN  
3 MUCISTA VOTA  
toimihenkilö, 55, istuu paljon  
työssään

Arvot  
PEUTE  
RAUHA

Työt, mielenkiinnonkohteet,  
harrastukset: KIRJANPITÄJÄ,  
PUUTARHANKOITTO,  
LENDOKELLY JOSEUS  
RISTIKOT  
LUKE MINEN

Luonnehdi muutamalla sanalla  
miten persoona käyttää muita  
palveluita (Kuvan tai ei)

Liikunta  
JOSEUS KÄYNYT VESIJUM-  
PISSA JA UOSKATEISSA

Kulttuuri  
JOSEUS NO PAICAN  
MENOISSA TEATERI

Kirjasto  
UKTEN KANSSA AIEMMIN  
MIT MUUTAMIN KERRA V.

Nuoriso  
EI ENÄÄ N. 10 VUOTEEN  
NUORISO PALVECWA PECHEESSÄ  
Ympyröi sopivat motivaatiotekijät  
suhteessa kehitettävään palveluun:



Kirjoita lyhyt kuvaus persoonasta  
ja hänen suhteestaan  
kehitettävään palveluun:

MARI ON RAUHALINEN JA  
HIIVAINEN NAINEN, ONNE-  
LINEN ELÄMÄSSÄÄN JA  
SAA ILOA KUN LAPSET JA  
PUUTARHA VAI KUVIIN.  
PITÄÄ ANGLINTO, HYVÄ  
SELUNEN, MIESKÄN  
EI JUURI HARRASTA.

VÄHÄN KUULESTUNUT PER-  
VEUDESTÄ, KÄÄNNYMI-  
SESTÄ JA VAREKAIN TUL-  
LEISTA KILOISTA.

EI KOMPENKAAAN HALUA  
SOORTA MUUTOSTA ELÄMÄÄN,  
KUN KAIKKI ON NIIN  
KUVIIN @

Helsinki

# Kaupunkilaisprofiili

## Persoona 2/2

LIIKKUMISOHJELMA / MARI KUUSISTO

Ideoikaa, miten voisi **mahdollistaa** kyseisten persoonien palveluiden käyttöä, mitä esteitä heillä on ja miten niitä voitaisiin poistaa?

1. MAHDOLLISIMMAN LÄHELLÄ OLEVA VESIJUMPPA TAI JUMPPA. ESIM. JOS EI OLE LIIKUNTAPAIKKA LÄHELLÄ NIIN KIRKKO, KAUPPAKESKUS, & PALVELOTALO, TARJOISI TILAT TOIMINTA. KOKOUKSTA, MAHDOLLI-  
SESTI SEKARYHMÄT.
2. SEKARYHMÄ JOITA MIESKIN VOI TULLA.
3. ARJISIN ALUEILTA, TAI VIKONLOPPUISIN KUN  
ON AIKAA.

Ideoikaa, miten persoonia voisi **houkutella** Kuvan palvelun käyttäjiksi, mikä heitä kiinnostaisi ja innostaisi?

1. TALKOO POUTARHAKOIT. ESIM. VIKKISSÄ HYÖNYLII-  
KUNTA VIKONLOPPI SIN PEREÄLLÄ YHDESSÄ  
LONNONHOITO TÖITÄ. VOI TULLA LUMOTTAVUUN  
SILLOIN KUN HALUAA. SEKSUISIN SAON KOEJUUTA.  
VOISI TOINIA VERTAIS OHOAJANA UUNIKOILLE.
2. LIIKKUMISEN AVUSSI, INNOSTAJAKSI, TUOTETTUNA  
PODCASTEJA EKI ALUEILLE. VIKKIIN, & ALUEEN  
VAKKOIHIN, UTEKAAN jnp. "KOONTELE, TUTUS-  
TU ALUEESEEN JA KÄVELE".
3. PARIJUMPPA / PARITANSIT UHIMUASSA KAU-  
PUNGIN TOIMIPISTESSÄ / KAUPPAKESKUKSESSÄ.

# Havainnointi

## Havainnoi / Työpohja

### Henkilökunta

Onko henkilökunta saatavilla? Tervehdittiinkö sisään astuttaessa? Kirjatkaa alle huomiotanne hyvistä ja huonoista asioista:



### Palvelut

Mitä palveluita kohteessa tarjotaan? Onko tiloissa oheispalveluita kuten kahvilaa tms?



## ASIAKAS-KOKEMUS

### Tilat ja fyysiset elementit

Onko tiloihin helppo saapua? Toimiiko opastus? Miten luonnehtisit tilojen tunnelmaa?



### Kommunikaatio

Tunnistatko helposti oikean paikan? Miten tarjottavista palveluista viestitään tiloissa?



Helsinki

Helsinki

14.11.2019

Etunimi Sukunimi

# Haastattelu

Haastattelu / Työpohja 1

## Aktiviteetti, jota on tultu tekemään kohteeseen

KOHDE		
Paikka, missä palvelusafari toteutetaan:		
HAASTATELTAVAN TIEDOT		
Etinimi:	Ikä:	Kotikaupunginosa:
AKTIVITEETIN KUVAUS		
Mitä olet tullut tekemään tänne? Kuvaile mitä kaikkea aktiviteettiin kuuluu, miten se suhteutuu arkeesi, onko se toistuvaa tekemistä vai satunnaista jne.		
SEURA		
Yksin vai jonkun kanssa? Kenen kanssa?	Onko sinulle tärkeää tulla juuri yksin tai seurassa? Miksi	

FIILIS	
Minkälainen tunnelma on? Mitä tunteita tekeminen sinussa herättää?	
MOTIIVI	
Mitä odotat käynniltä täällä?	Mikä tai mitkä asiat tässä ovat parasta?
	Onko se syy tulla tänne? Vai tuletko jostain muusta syystä, mistä?
KEHITYSKOHEET	
Miten kokemuksesta voisi parantaa entisestään? Mitä muuttaisit täällä?	

Helsinki

14.11.2019

Etunimi Sukunimi

# Tuloksena

- TILAISUUDET
- 3 koulutustilaisuutta (Pirkkola, Töölön kisahalli, Liikuntamyly)
- 56 osallistujaa
  
- ASIAKASYMMÄRRYKSEN KERÄÄMINEN
- 45 haastattelua
- 28 havainnointia
- 24 loppukeskustelua
- 15 kaupunkilaisprofiilia

# Löydökset

- **LIIKUNNAN MERKITYS**
- Hyvä fiilis
- Koko kansan toimintaa
- Rytmiä ja rutiineja
- Suomen kielen taito
- Monipuolisen yhteistyön hyödyntäminen
  
- **TILAT**
- Monipuolinen käyttö –lasten näkökulma
- Asiakkaiden huomioiminen ja kannustaminen
  
- **VIESTINTÄ JA MARKKINOINTI**
- Monipuoliset opasteet, huomioiden erityisen tuen tarpeessa olevat
- Viestinnän ja markkinoinnin tulisi olla näkyvämpää, erottuvampaa ja monipuolisempaa

# Muista

## Kaupunkilaisprofiilityökalu

- on yhdessä tekemisen väline
- vaatii aikaa
- tuo esiin hiljaista tietoa. Koko organisaatio mukaan!
- tarjoaa oivallusta ja inspiraatiota
- käy keveään ideointiin ja osaksi laajempia kehityshankkeita
- voi käyttää yksin tai yhdessä muiden menetelmien kanssa

**[digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit](https://digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit)**



# KÄYTÄ LIKKUMISVARASI

Helsingin liikkumishjelma

# POISTETAAN LIKKUMISEN ESTEITÄ MÄÄRÄTIEOISESTI

Helsinki nostaa liikkumisen lisäämisen terveyden ja hyvinvoinnin edistämisen pilottihankkeeksi.

Liikkumishjelma palauttaa fyysisen aktiivisuuden helpoksi ja houkuttelevaksi osaksi jokapäiväistä elämää.

Liikkuminen on koko kaupungin yhteinen asia.



14.11.2019

Etunimi Sukunimi



26

[helsinkiliikkuu.fi](http://helsinkiliikkuu.fi)

GAPPA, Globa action plan on physical activity 2018-2030 WHO



# LIIKUMISOHJELMAN TAVOITTEET



Tietoisuus lisääntyy  
(4 toimenpidettä)



Pienet lapset omaksuvat  
liikunnalliset perustaidot  
ja -tottumukset  
(4 toimenpidettä)



Ikääntyneet  
liikkuvat enemmän  
(6 toimenpidettä)



Systeminen muutos:  
yhdessä, innovatiivisesti  
(11 toimenpidettä)



Liikunnallisuus on osa  
lasten ja nuorten elämää  
(8 toimenpidettä)



Liikkumista  
hyödynnetään  
sairauksien ennalta-  
ehkäisyssä, hoidossa  
ja kuntoutuksessa  
(7 toimenpidettä)



Kaupunkiympäristö  
kannustaa liikkumaan  
(11 toimenpidettä)



Kaupungin työntekijät  
liikkuvat enemmän ja  
istuvat vähemmän  
(6 toimenpidettä)

# Kaikki syyt lähteä liikkeelle ovat arvokkaita.

14.11.2019

Etunimi Sukunimi