

Liikuntalääketieteen päivät 16.-17.11.2022

Kohderyhmien tunteminen ja segmentointi vaikuttavan yhteisen työn lähtökohtana

Jonna Heliskoski, Johtava asiantuntija, Sitra Lab

5 tärkeää

- 1. Eduskunnan lahja** 50-vuotiaalle Suomelle. Edelleen suoraan eduskunnan alainen.
- 2. Riippumaton tulevaisuustalo:** ennakoija, herättelijä, visionääri, kehittäjä, kokeilija, rahoittaja, yhteistyökumppani, kouluttaja ja verkottaja.
- 3. Tehtävänä huomisen menestyvä Suomi,** visiona reilu, kestävä ja innostava tulevaisuus, jossa ihmiset voivat hyvin maapallon kantokyvyn rajoissa.
- 4. Toiminta rahoitetaan peruspääoman ja sijoitusten tuotoilla.**
- 5. Visiota toteuttamassa kolme teemaa ja satoja hankkeita.**

+ se tärkein

Tulevaisuustyö on yhteistyötä.





Esityksen sisältö

1. Esityksen lähtökohdat
 - A. Vaikuttavuusajattelu
 - B. Sosiaalinen markkinointi ja positiivinen vaihtokauppa
 - C. Kohderyhmien segmentointi
2. Kohderyhmien tunteminen ja segmentointi vaikuttavan työn suunnittelun eri vaiheissa
 - A. Vaikuttavuustavoite
 - B. Muutostavoitteet ja yhteisen työn suunnittelu
 - C. Yhteisen työn ratkaisujen priorisointi
 - D. Vaikuttavuuden todentaminen ja terävöittäminen
3. Yleisön kysymykset ja huomiot

ESITYKSEN LÄHTÖKOHDAT

Vaikuttavuusajattelu, sosiaalinen markkinointi ja kohderyhmien segmentointi

Vaikuttavuus jalan- ja kädenjälkenä



**Vaikuttavuuden jalanjälki –
Teemmekö asioita oikein?**

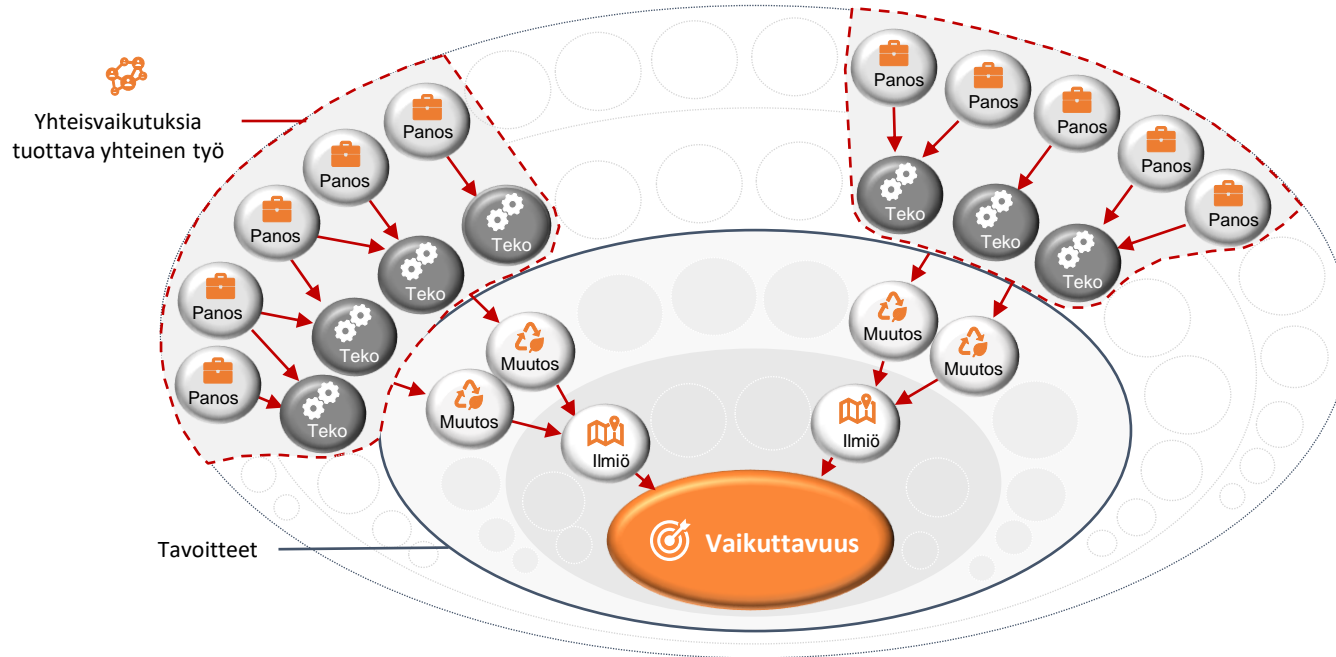
Vaikuttavuus (effectiveness) on **kykyä tuottaa tarvittavia muutoksia** kustannustehokkaasti



**Vaikuttavuuden kädenjälki –
Teemmekö oikeita asioita?**

Vaikuttavuus (impact) **suuntaa yhteistä työtä** tavoitteena olevien yhteiskunnallisten muutosten toteuttamiseksi

Vaikuttavuus syntyy vaikuttavuuden ekosysteemissä



80 %

Yhteistä työtä

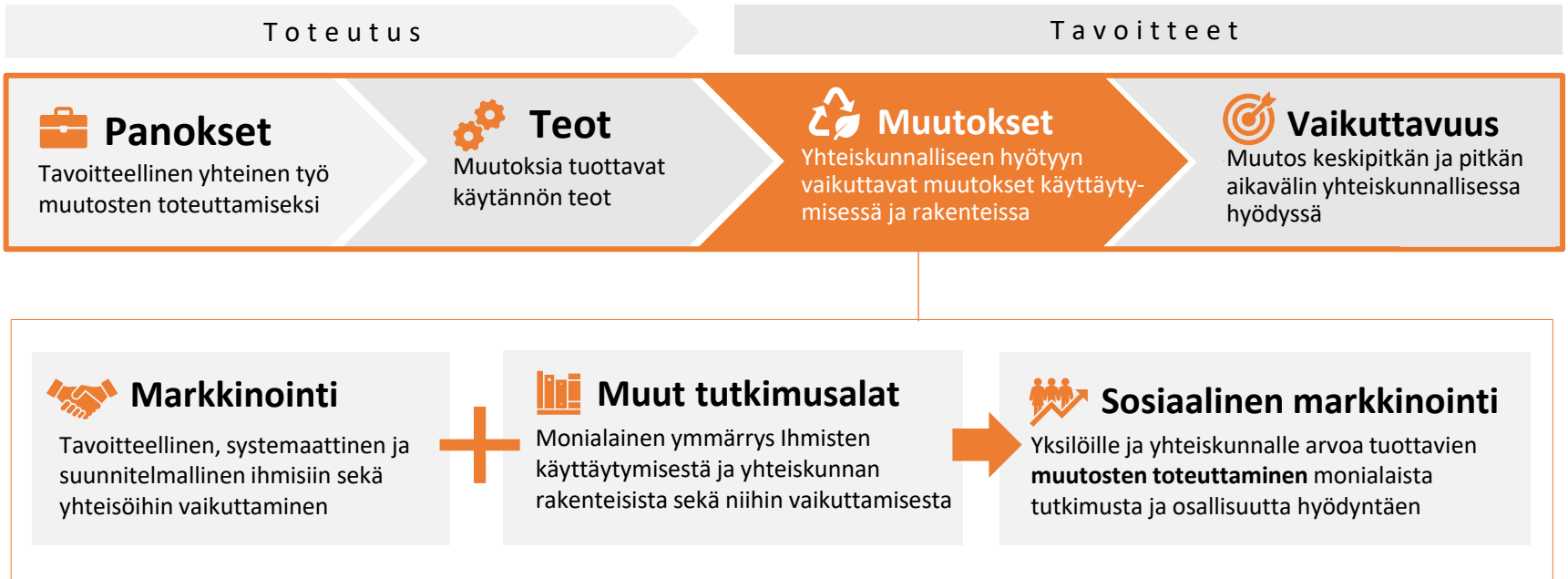
90 %

Nykyisiä tekoja

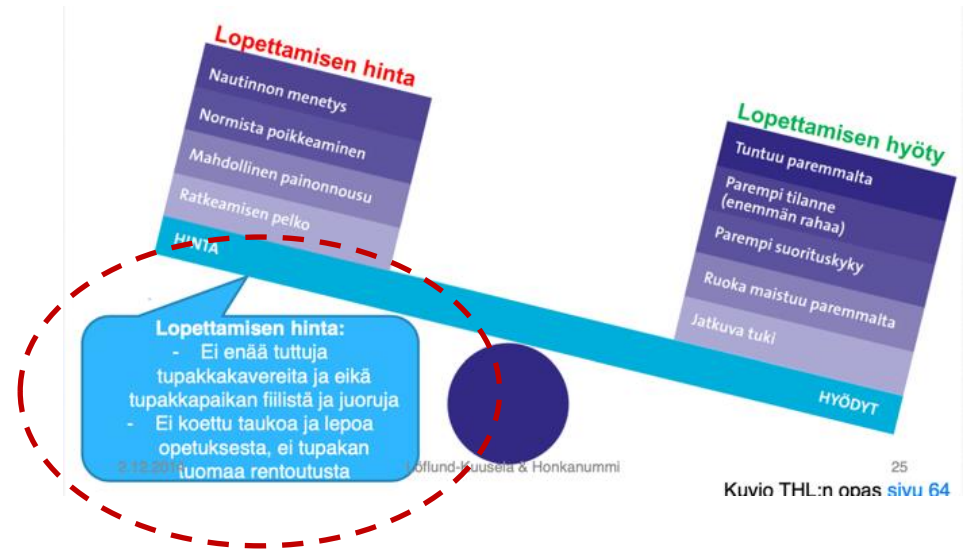
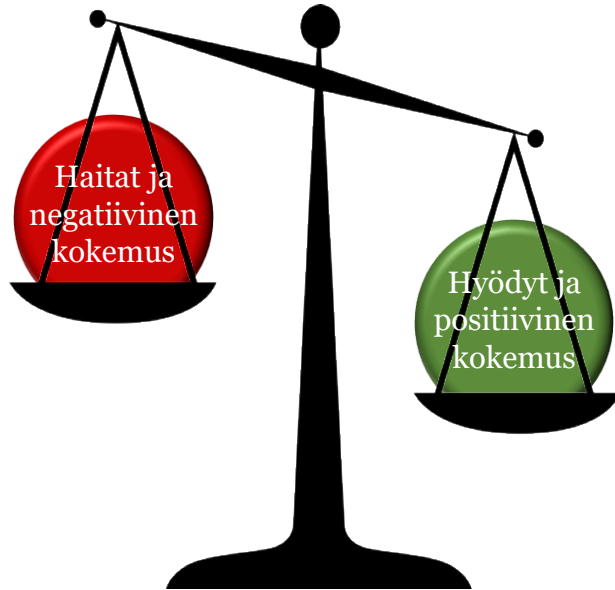
100 %

Luottamuksen vahvistamista

Sosiaalinen markkinointi vaikuttavuuden työvälineenä

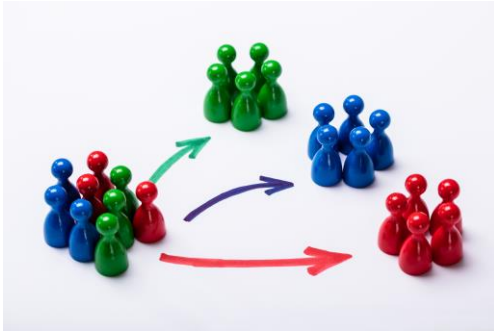


Positiivinen vaihtokauppa



25
Kuvio THL:n opas sivu 64

Kohderyhmien segmentointi



Kohderyhmien segmentointi on **työväline** rajallisten **resurssien kohdentamiseen** siten, että tavoitteet voidaan saavuttaa

- A. Vaikuttavuuslähtöisessä työssä kohderyhmien segmentointia tehdään vaikuttavuusketjun **kaikissa vaiheissa**
- B. Segmentoinnin tulee olla niin selkeä, että se **rajaa ja suuntaa** konkreettista työtä
- C. Segmentoinnin **kriteerit** riippuvat sen käyttötarkoituksesta

Limitations of Demographics

Behavior and needs can vary significantly within segments



Ozzy Osbourne

- ▶ Male
- ▶ Born in 1948
- ▶ Grew up in England



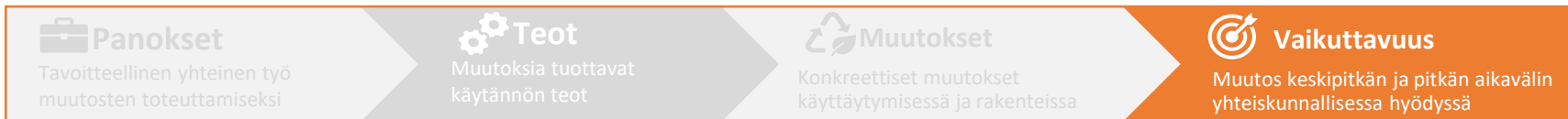
Prince Charles

- ▶ Very Wealthy
- ▶ Successful in Business
- ▶ Real Estate Owner
- ▶ Spends Winter Vacation in the Alps

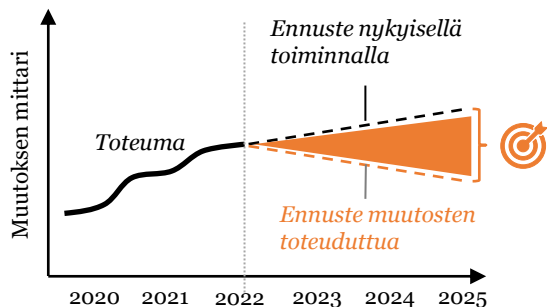
KOHDERYHMIEN TUNTEMINEN JA SEGMENTOINTI VAIKUTTAVAN TYÖN SUUNNITTELUN ERI VAIHEISSA

Tavoitteista vaikuttavaan yhteiseen työhön

Vaikuttavuustavoitteen määrittely



Tavoite kuvaa muutoksen **kohteen, suuruuden ja aikaikkunan**



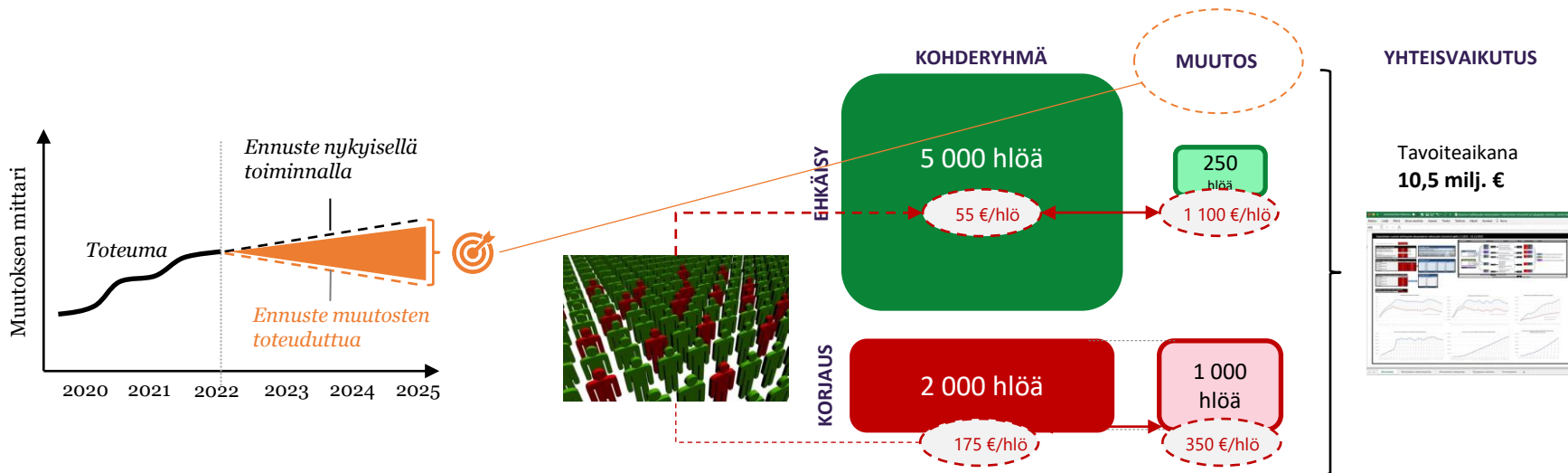
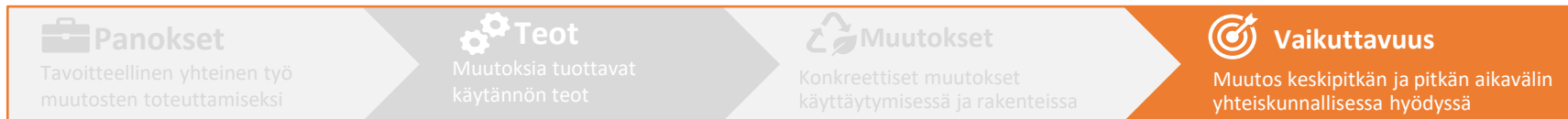
Kohderyhmien osalta tulee määritellä

1. Kohderyhmien suhteelliset **osuudet** tavoitteena olevasta muutoksesta
2. Kohderyhmien **tarpeet** ja tilanteet muutoksen näkökulmasta

Kohderyhmien osalta tulee lisäksi ymmärtää

1. Toiminnan kohteena olevien kohderyhmien **laajuus**
2. Kohderyhmien **tavoittamisen mahdollisuudet**

Kohderyhmien rooli tavoitteen saavuttamisessa

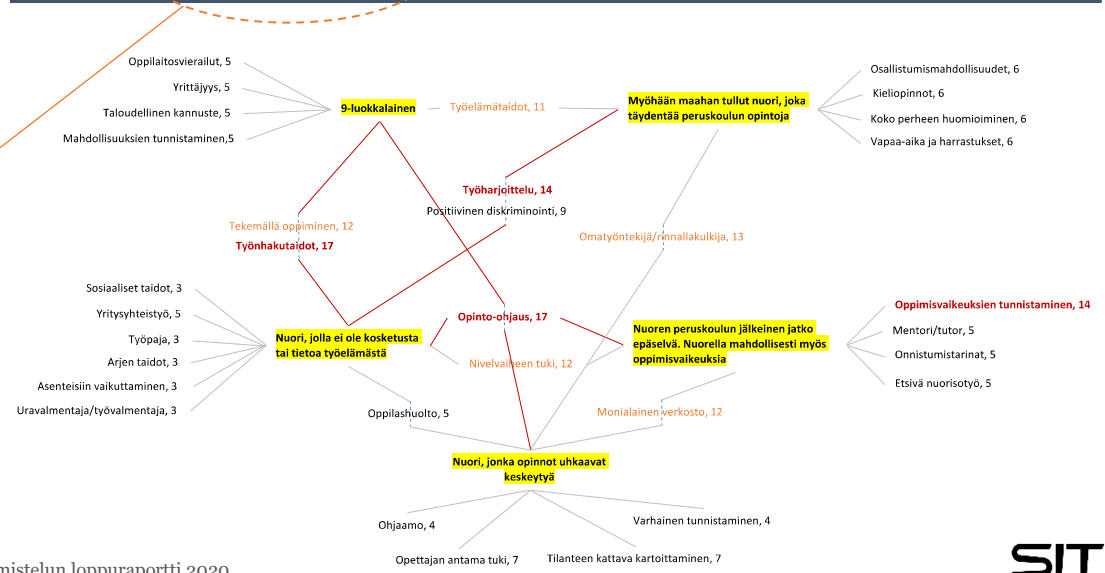
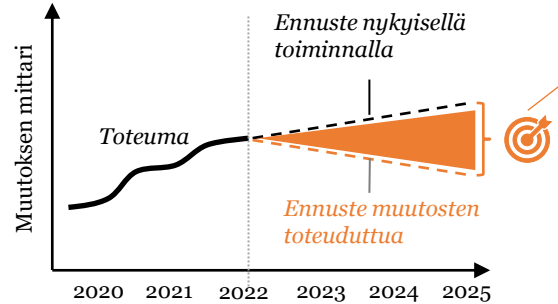


Kohderyhmien tarpeiden tai tilanteiden tunnistaminen



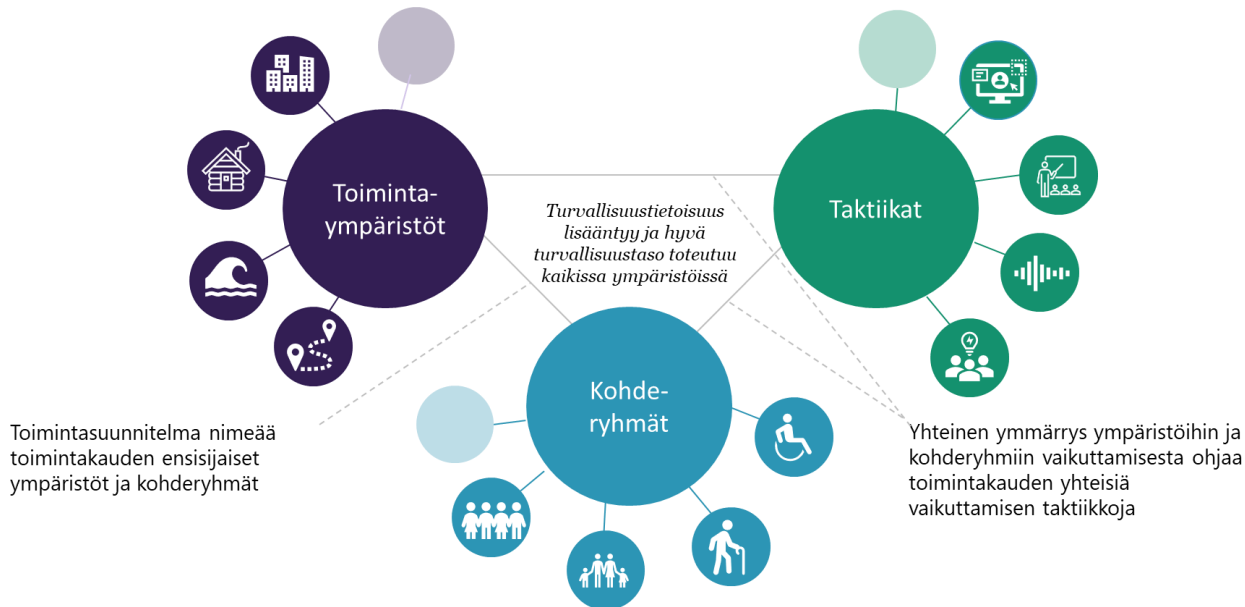
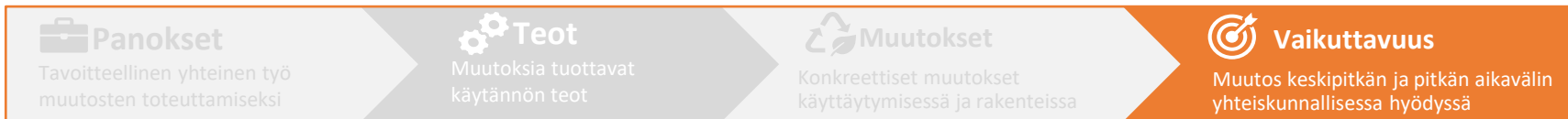
15-19-vuotiaat (kohderyhmän koko: 234 nuorta/kk*)

Toimenpiteet TOP 3
Toimenpiteet TOP 10



Esimerkin lähde: Espoolaisten nuorten työllisyyden ekosysteemin valmistelun loppuraportti 2020

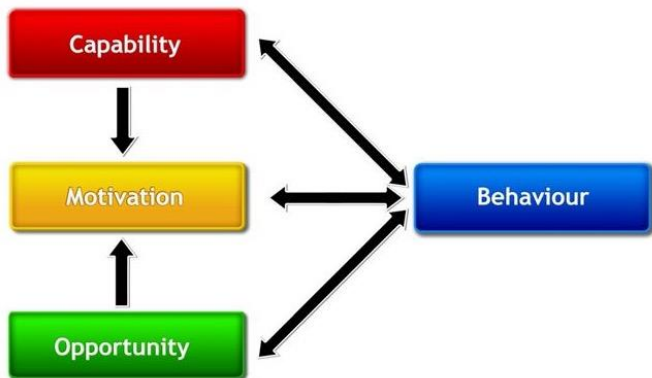
Yhteiset ympäristöt, kohderyhmät ja taktiikat



Muutostavoitteet ja yhteisen työn suunnittelu



The COM-B model of behaviour



Kun kohderyhmä on nimetty ja sen tilanne/tarve tunnetaan, tavoitteena oleva käyttäytymisen muutos voidaan määritellä esim. seuraavia kriteereitä hyödyntäen:

- 1. Muutos:** uusi käyttäytyminen, käyttäytymisen muokkaaminen, käyttäytymisen estäminen, käyttäytymisen ehkäisy
- 2. Tilanne:** Poikkeuksellinen, säännöllinen, rutiini
- 3. Konteksti:** Yhdessä, yksin

Muutoksen hahmottamisessa kannattaa hyödyntää muutosteoriaa tai –mallia, joka auttaa tunnistamaan tarvittavat teot

Tieto ja käyttäytyminen leviävät eri tavoin

Panokset

Tavoitteellinen yhteinen työ muutosten toteuttamiseksi

Teot

Muutoksia tuottavat käytännön teot



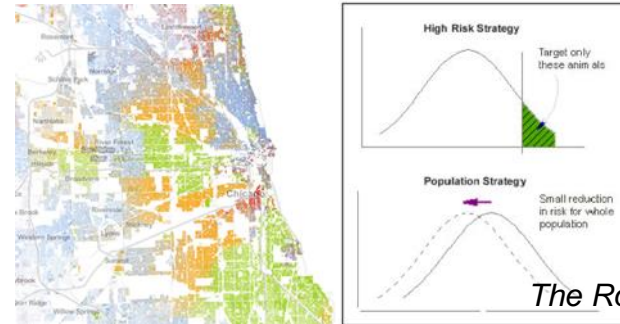
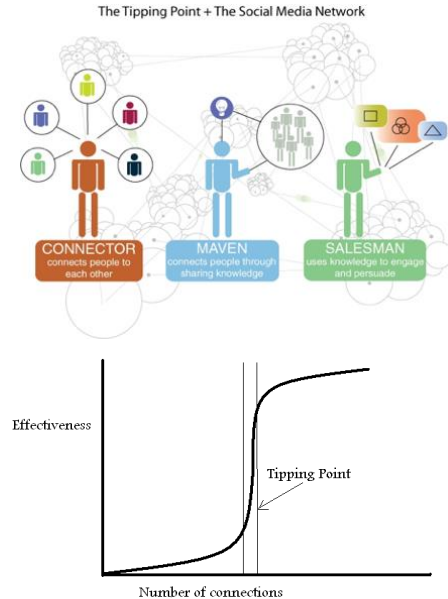
Muutokset

Konkreetit muutokset käyttäytymisessä ja rakenteissa



Vaikuttavuus

Muutos keskipitkän ja pitkän aikavälin yhteiskunnallisessa hyödyssä



Katso mm. Damon Centola: "How Behavior Spreads": <https://www.youtube.com/watch?v=oofDeUJMzKI>

The Rose Insight: Rose G. Sick Individuals and Sick Populations. *Int J Epidemiol.* 1985; 12:32-38

Kuvien lähteitä: <http://www.jon-tang.com/schelling>, <https://www.rvc.ac.uk/review/vetepi/introduction/workbook.htm>

Muutosverkoston tunnistaminen ja sitouttaminen

Panokset

Tavoitteellinen yhteinen työ muutosten toteuttamiseksi

Teot

Muutoksia tuottavat käytännön teot



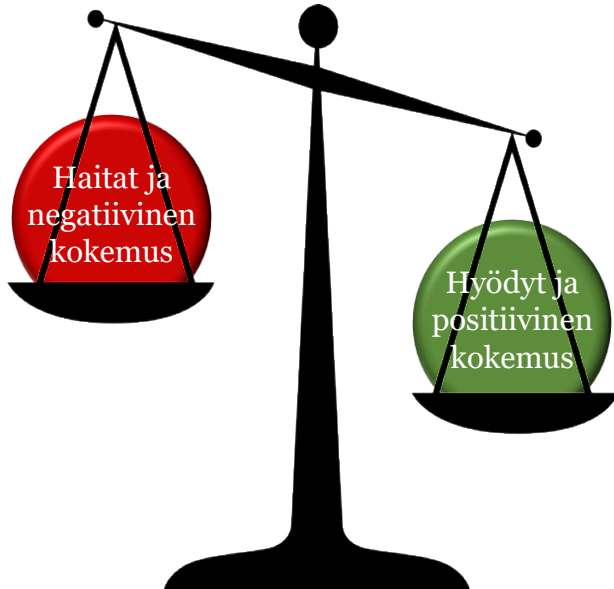
Muutokset

Konkreettiset muutokset käyttäytymisessä ja rakenteissa



Vaikuttavuus

Muutos keskipitkän ja pitkän aikavälin yhteiskunnallisessa hyödyssä



Kun muutos on määritelty, voidaan siihen osallistuvat toimijat nimetä. Kunkin toimijan osalta kannattaa määritellä ainakin:

1. Toimijan nimi
2. Rooli muutoksen toteutuksessa / yhteisessä työssä
3. Motivaatio tai hyöty yhteiseen työhön osallistumiseen

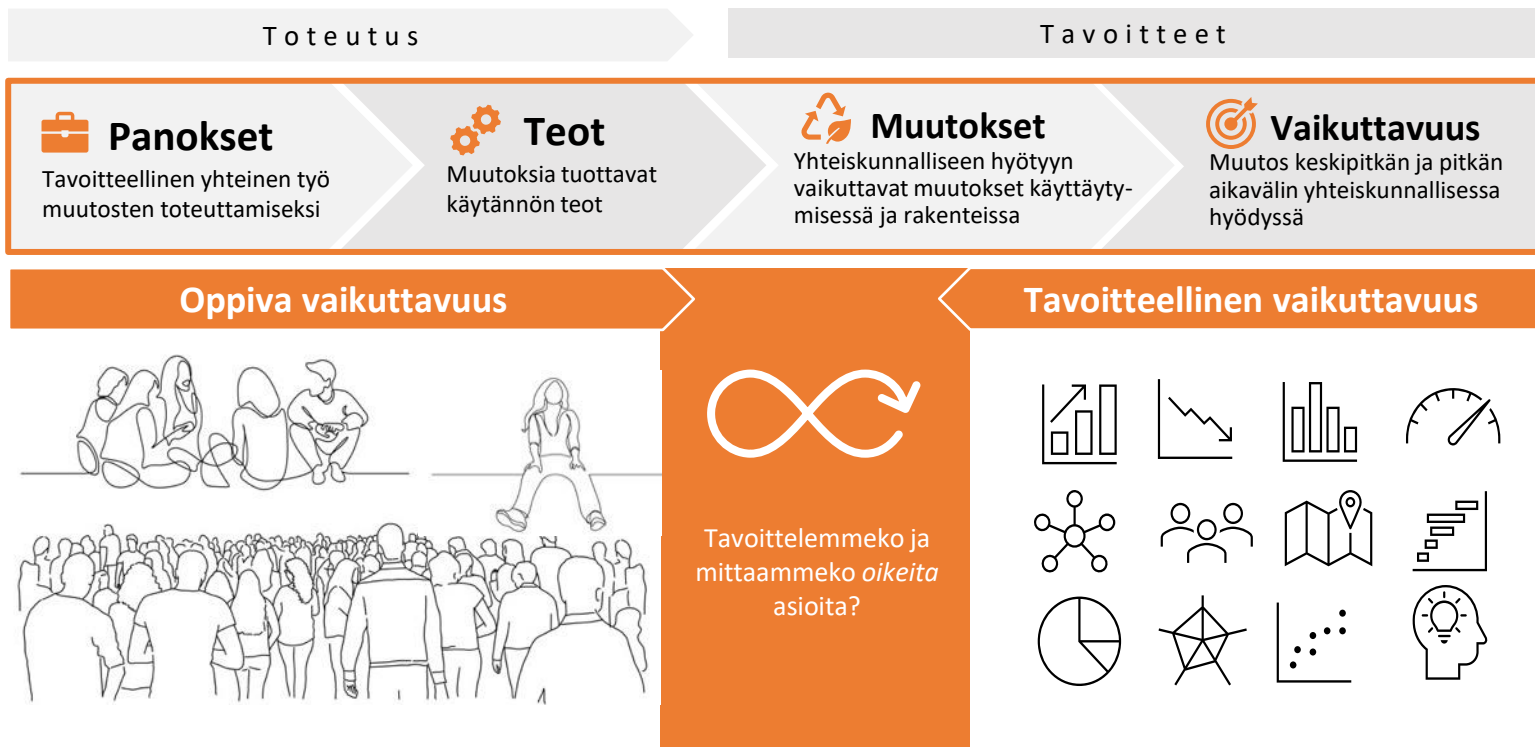
Yhteiseen työhön tarvittavien toimijoiden mukaan kutsumisessa ja sitouttamisessa voi hyödyntää. Myös hyötyjen näkyväksi tekemisellä on myös tärkeä rooli toimijoiden välisen luottamuksen vahvistamisessa.

Vaikuttavuus edellyttää luottamuksen vahvistamista



- Luottamuksen ja oikeudenmukaisuuden kokemukset ovat jokaisen elinkelpoisen suhteen elinehto
 - Vaikuttavuuden kannalta ratkaisevaksi muodostuvat osapuolilleen **todennettavasti lisäarvoa tuottavat** kumppanuudet
 - Merkitykselliset suhteet eivät myöskään rajaudu vain kohderyhmien ja palvelujen tuottajien välille
-
- ✓ Tavoitteena tulee olla toimijoiden välisen luottamuksen vahvistaminen
 - ✓ Toiminnan kohderyhmille tavoite näkyy aitona osallisuutena
 - ✓ Kysymys on tunteesta

Vaikuttavuuden todentaminen ja terävöittäminen



**HYVÄÄ
HUOMISTA,
SUOMI!**

