

# Inhimillistä tietoa

Rikas ymmärrys ikäihmisten elämästä ja kokemuksesta  
palveluiden kehittämisen lähteenä

Esitys Mind the Gap -seminaariin

25.4.2023

Laura Perjo

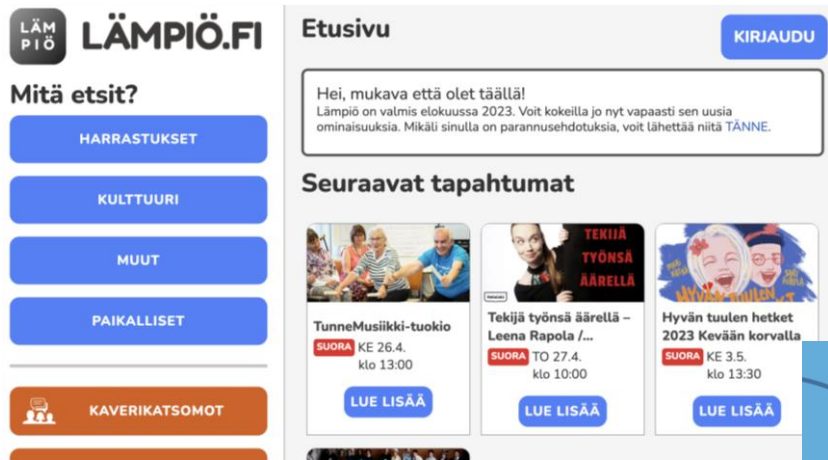
**PENTAGON  
DESIGN**

**PENTAGON  
INSIGHT**

**Miksi hyödyntää  
laadullista tietoa  
ikäihmisten palveluiden  
kehittämisessä?**

# Miksi hyödyntää laadullista tietoa ikäihmisten palveluiden kehittämisessä?

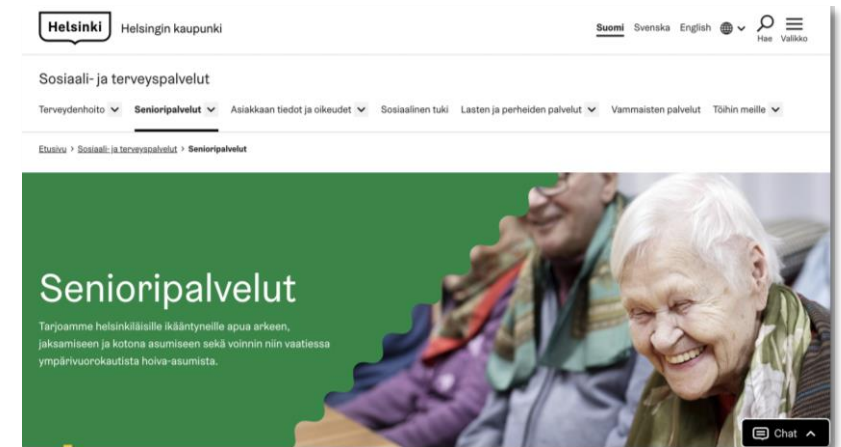
## Lämpö.fi -alustan asiakasarvo



## DVV:n Digitaalio- raportti ja oppimis- motivaation esteet



## Hel.fi -sivuston Senioripalveluiden uudistaminen



# Mitä laadullinen tutkimus on?

## Määrällinen (kvantitatiivinen) tutkimus

- Vastaa kysymyksiin yleisyydestä, useudesta, laajuudesta, syy-seuraussuhteista
- Tiedonkeruun menetelminä esim. kyselyt, määrällinen havainnointi, analytiikka, olemassa olevat tilastoaineistot
- Analyysimenetelminä tilastolliset menetelmät
- Tavoitteena yleistettävä kuva ilmiöistä

## Laadullinen (kvalitatiivinen) tutkimus

- Vastaa kysymyksiin laadusta, ominaisuuksista, merkityksistä
- Tiedonkeruun menetelminä esim. haastattelut, fokusryhmät, etnografinen havainnointi
- Analyysimenetelminä esim. teemoittelu, sisällönanalyysi, visuaalinen analyysi
- Tavoitteena syvä, kontekstuaalinen ymmärrys ilmiöistä

**Laadullisen tiedon  
lähtökohta:  
Omin sanoin  
kerrottu kokemus**

# **3 syytä hyödyntää laadullista tietoa ikäihmisten palveluiden kehittämisessä**

Kolme tapausta, joissa  
laadullinen tieto toi ratkaisevia  
oivalluksia:

- 1. Lämpimän asiakasarvon määrittely**
- 2. DVV:n Digitaitoraportti ja oppimismotivaation esteet**
- 3. Hel.fi -sivuston Seniori-palveluiden uudistaminen**

# 1. Ymmärrät, mikä yleisöäsi liikuttaa

Case: Lämpöön asiakasarvon määrittely

# 1. Ymmärrä, mikä yleisöäsi liikuttaa

Lämpöön asiakasarvon määrittely

Mitä tutkittiin?

**Mitä ikäihmiset tarvitsevat uudelta, digitaalisia kulttuuri- ja vapaa-ajan sisältöjä tarjoavalta alustalta?**

Menetelmät

**Asiakasraadit, segmentointi**

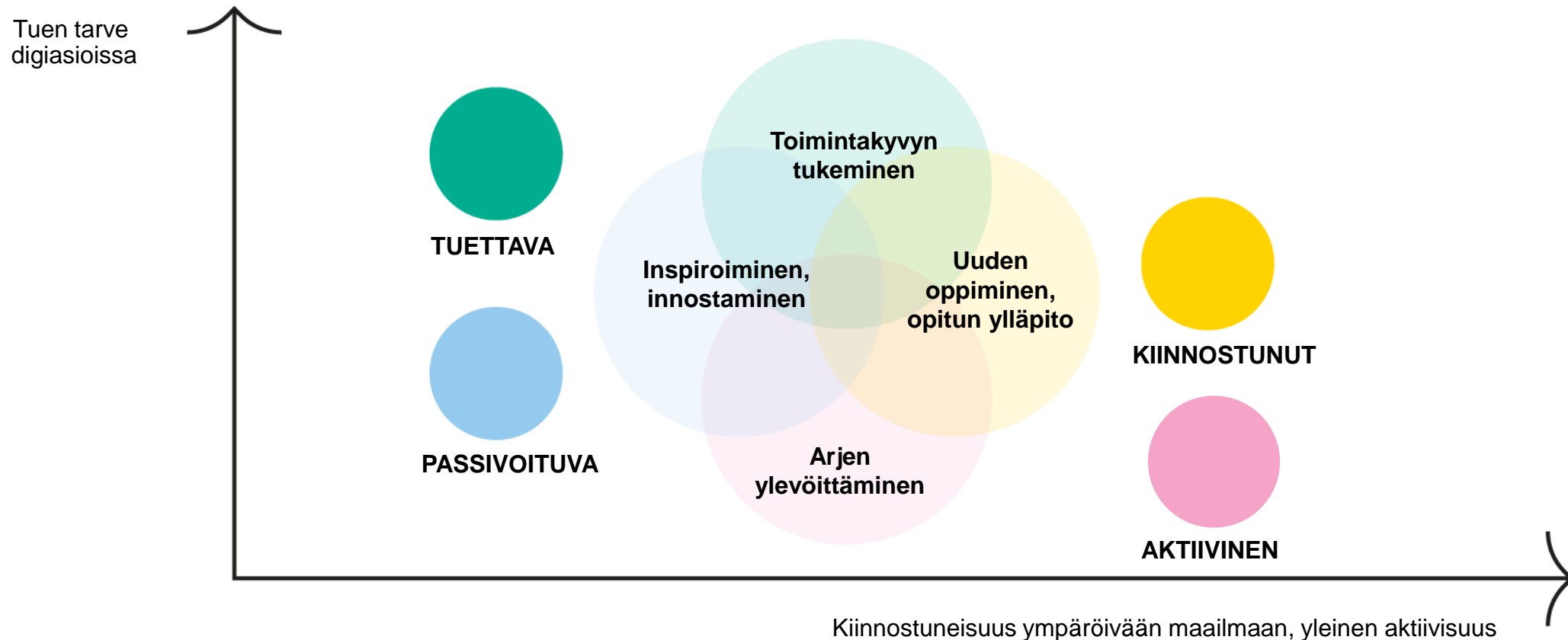
Mitä löydettiin?

**Lämpöön kohderyhmä jakautuu neljään segmenttiin, joita erottaa digitaitojen ja aktiivisuuden taso.**

**Eri asiakassegmentit nostivat Lämpöalustassa kiinnostavina eri asioita.**



# Arvo, jota Lämpiö kullekin asiakasryhmälle tuottaa



# 1. Ymmärrä, mikä yleisöäsi liikuttaa

Lämpión asiakasarvon määrittely

Mitä tutkittiin?

**Mitä ikäihmiset tarvitsevat uudelta, digitaalisia kulttuuri- ja vapaa-ajan sisältöjä tarjoavalta alustalta?**

Menetelmät

**Asiakasraadit, segmentointi**

Mitä löydettiin?

**Lämpión kohderyhmä jakautuu neljään segmenttiin, joita erottaa digitaitojen ja aktiivisuuden taso.**

**Eri asiakassegmentit nostivat Lämpio-alustassa kiinnostavina eri asioita.**

Mitä opittiin?

**Sama palvelu tuottaa eri arvoa erilaisille ikäihmisille.**

**Ymmärtämällä, mikä asiakkaalle on tärkeää, voidaan valita oikein kehittämisen suunnat, markkinoinnin kärjet ja tavoittamisen tavat.**

# 2. Ratkot oikeita haasteita

Case: DVV:n Digitaitoraportti ja digimotivaation haasteet

# 2. Ratko oikeita haasteita

DVV:n Digitaatoraportti ja digimotivaation haasteet

Mitä tutkittiin?

**Miksi osa ikäihmisistä  
ei motivoitu ottamaan  
digitaitoja haltuun?  
Miten motivaatiota  
voidaan kehittää?**

Miten tutkittiin?

**Puolistrukturoidut  
teemahaastattelut  
(verkossa ja  
puhelimitse)**

**"En luota siihen, että kun sähköpostitse tai viestillä lähetetään, niin koska luetaan ja vastataan, se on tosi työlästä. Ei ole tietoa. Kun puhelimesta puhuu, niin vastataan kun kysytään."**

# 2. Ratko oikeita haasteita

DVV:n Digitaatoraportti ja digimotivaation haasteet

Mitä tutkittiin?

**Miksi osa ikäihmisistä ei motivoitu ottamaan digitaitoja haltuun? Miten motivaatiota voidaan kehittää?**

Miten tutkittiin?

**Puolistrukturoidut teemahaastattelut (verkossa ja puhelimitse)**

Mitä löydettiin?

**Digiasioinnin opettelua vältellään, jos siihen liitetään riskejä tai tavoitteet koetaan saavutettavan varmemmin ei-digitaalisilla keinoilla.**

**Motivaatio kohdistuu asian hoitamiseen, ei digitaidon oppimiseen.**

Mitä opittiin?

**Este olikin aivan muualla kuin mistä sitä etsittiin.**

**Oikea este löydettiin ratkaistavaksi. Huomio suunnattiin oppimisen olosuhteiden kehittämiseen ja tuen tarjoamiseen, ei yksilön motivaation lisäämiseen.**

# 3. Varmistat emotionaalisen saavutettavuuden

Case: Hel.fi Senioripalveluiden sivuston uudistaminen

# 3. Varmista emotionaalinen saavutettavuus

Hel.fi Senioripalveluiden sivuston uudistaminen

Mitä kysyttiin?

**Miten**

**senioripalveluiden**

**verkkosivut palvelisivat**

**parhaalla tavalla**

**ikäihmisiä ja heidän**

**omaisiaan?**

Miten tutkittiin?

**Verkkohaastattelut**



**”Hän neuvoi, mitä pitää tehdä, ja muistan kiittäneeni häntä siitä. Mieleeni ei kuitenkaan tallentunut, mikä se neuvo oli, joten en tehnyt asialle käytännössä mitään. Olin tietenkin shokeerattu ja peloissani, mutta en tuolloin vielä ymmärtänyt, miten voimakkaasti reagoinkaan.”**

# 3. Varmista emotionaalinen saavutettavuus

Hel.fi Senioripalveluiden sivuston uudistaminen

Mitä kysyttiin?

**Miten senioripalveluiden verkkosivut palvelisivat parhaalla tavalla ikäihmisiä ja heidän omaisiaan?**

Miten tutkittiin?

**Verkkohaastattelut**

Mitä löydettiin?

**Senioripalveluista etsitään tietoa tilanteissa, joissa on kyse elämän perusasioista.**

**Tilanteen nostattamat tunteet vaikuttavat siihen, miten tietoa kyetään vastaanottamaan.**

Mitä opittiin?

**Kun ymmärretään tunnetilaa, jossa asiakas palveluita lähestyy, voidaan kohtaaminen ja viestintä muotoilla hänen tarpeisiinsa vastaavaksi – emotionaalisesti saavutettavaksi.**

# Miksi hyödyntää laadullista tietoa ikäihmisten palveluiden kehittämisessä?

## 1. Ymmärrät, mikä yleisöäsi liikuttaa

### **Ymmärrä arvoa.**

Ikäihmiset ovat moninainen ryhmä erilaisine tarpeineen.

Tunnistamalla, mitä arvoa palvelu eri kohderyhmille tuottaa, herätetään kiinnostus ja motivaatio osallistua.

## 2. Ratkot oikeita haasteita

### **Ymmärrä järkeä.**

Ihmisen toiminta on yleensä rationaalista hänen omasta näkökulmastaan. Asenteesta kumpuavien esteiden takana on usein järkeenkäyvä selitys.

Kontekstuaalinen käytöksen ja asenteiden ymmärrys paljastaa oikeat ratkaistavat haasteet.

## 3. Varmistat emotionaalisen saavutettavuuden

### **Ymmärrä tunteita.**

Tunteet vaikuttavat siihen, miten tulkitsemme ympäröivän maailman.

Ymmärtämällä, minkälaisessa tunnetilassa ihminen saapuu palvelun äärelle, hänet voidaan kohdata oikein.

---

**Laura Perjo**

**Laura.perjo@pentagoninsight.fi**

**Kiitos!**