

Lämpö-hankkeen asiakasymmärryksen tulokset

Ikääntyneiden ja kulttuurialan
ammattilaisten tarpeiden kartoitus
teknisen alustan ja sen toiminnallisten
ominaisuuksien kehittämiseen

Sisällössä keskitytään ikääntyvien vastauksiin

1. Hankkeen taustaa
2. Asiakasymmärryksen tutkimuksen tavoite
3. Tiedonkeruun menetelmät
4. Potentiaaliset asiakasprofiilit
5. Internetin käyttö ja digitaalisuus
6. Ikääntyviä kiinnostavat sisällöt
7. Lämpö-palvelun esteet ja niiden poistaminen
8. Palvelunohjaus Lämpöön
9. Datan hyödyntäminen palvelun kehityksessä
10. Palvelun maksullisuus

Hankkeen taustaa

- Viiden kaupungin – Helsingin, Turun, Tampereen, Jyväskylän ja Oulun – yhteishanke.
- Tavoite on rakentaa valtakunnallinen ikääntyneiden digikulttuuripalveluita kokoava alusta.
- Budjetti 1 milj. €, josta 850 000 € valtiovarainministeriön kuntien digitalisaation kannustinavustusta ja 150 000 € kuntien yhteistä omarahoitussosuutta.
- Hankkeen kesto tammikuu 2021 – lokakuu 2022.
- Helsinki koordinoi hanketta; se sijoittuu Kumppanuudet ja avustukset -yksikköön.

Asiakasymmärryksen tutkimuksen tavoite

- Ymmärtää ikääntyneiden ja Lämpiön (verkkovälitteisen kulttuurialustan) sisältöjä tuottavien kulttuurialan toiveita, tarpeita ja haasteita kulttuurialustan käyttöön liittyen.
 - Millaiset tarpeet kohderyhmiä luonnehtivat; yhdistävät ja erottavat eletyn elämän näkökulmasta?
 - Millaiset ratkaisut vastaavat heidän tarpeisiinsa?
 - Millaista liiketoimintaa ne mahdollistavat?
- Konkretisoida tieto toimenpiteiksi alustan suunnittelussa, sen tuottamissa sisällöissä ja toiminnallisuuksissa.

Tiedonkeruun menetelmät: kyselylomake, määrällinen data 1/3

Erilaiset osallistumisen tavat, jossa huomioitiin ikääntyneiden toimintakyky ja verkkotaidot, tavoitti laajan joukon ikäihmisiä.

Vastauksia kerättiin:

- postikyselyllä: lähetetty 3000 kpl satunnaisotannalla valituille yli 70-vuotiaille, palautettu 1443 vastausta.
- verkkokyselyllä: 1357 vastausta.

- Kyselyyn vastasi 2800 henkilöä, joista 2765 yli 60-vuotiasta.
- Kyselystä tehtiin kieliversiot (suomi, ruotsi ja englanti).

Tiedonkeruun menetelmät 2/3

kyselylomake, määrällinen data

- Verkkokyselyä markkinoitiin Facebook-kampanjalla (11 000 näyttökertaa, 2228 klikkausta).
- Kyselylinkkiä jaettiin kumppanikaupungeille ja sitä kautta eteenpäin muihin verkostoihin sekä ikääntyneiden yhdistyksille ja säätiöille.
- Hanke neuvotteli erilaisten organisaatioiden kuten Helsingin ruotsinkielisen työväenopiston Arbiksen, Seniorisäätiön, Enter ry:n, Omakotisäätiön kanssa ikäihmisten tukemisesta ja ohjauksen mahdollisuudesta osallistua verkkopohjaiseen kyselyyn.

Tiedonkeruun menetelmät 3/3

asiakasraadit, laadullinen data

Asiakasraadit toteutettiin marras-joulukuussa 2021

- Kuusi raatia.
- Yhteensä 47 osallistujaa.
- Raateja järjestettiin kaikissa kumppanikaupungeissa (Helsinki 2 raatia, Turku, Tampere, Oulu ja Jyväskylä).

Lämpöön asiakasprofiilit

Lämpöön asiakasprofiilit

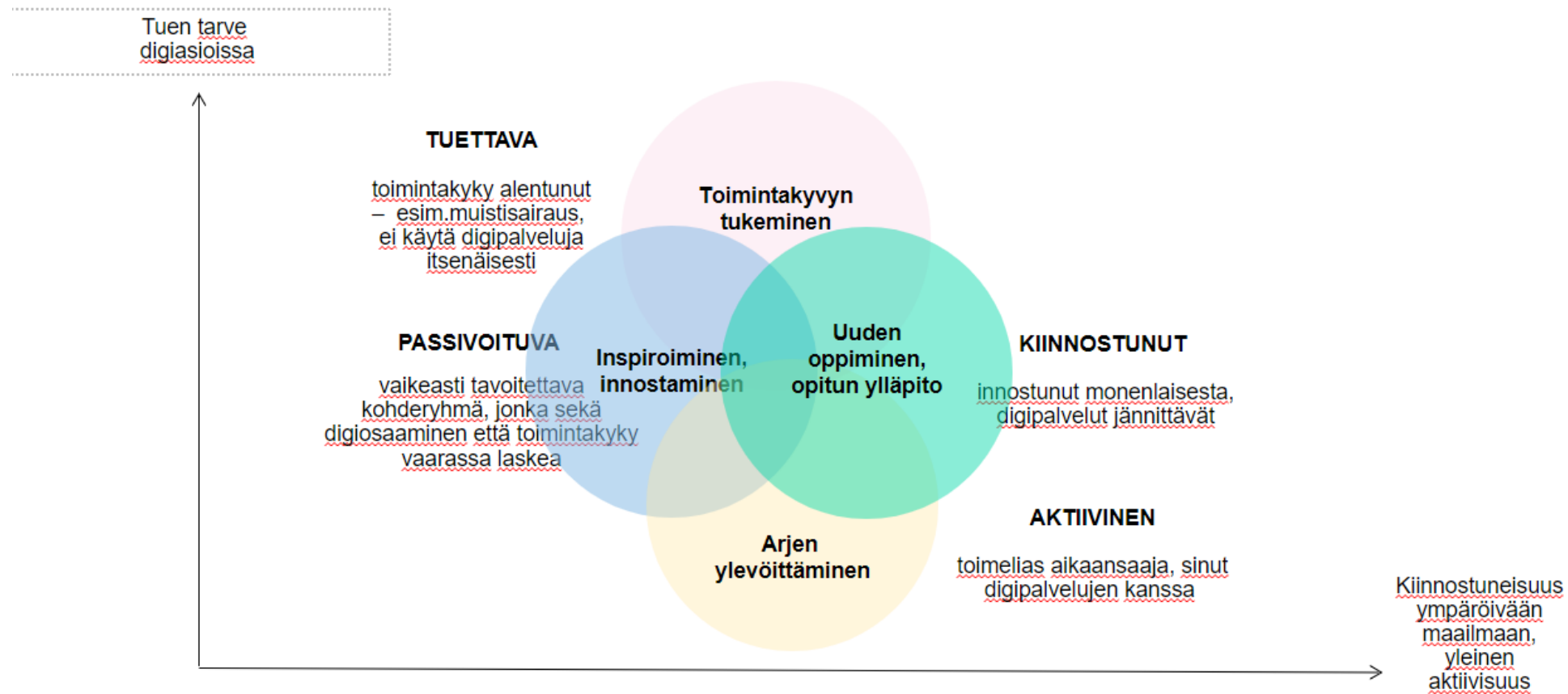
- Ikääntyneet ovat hyvin heterogeeninen joukko.
- Asiakasymmärryksen tutkimuksessa nousi esiin kaksi asiaa, joita alustan ja sen toiminnallisuuksien kehittämisessä tulisi ottaa huomioon:
 - Asiakkaiden **digitaidot**: kuinka hyvät taidot asiakas koki omaavansa ja miten digitaidot vaikuttavat palvelun käyttöön.
 - Asiakkaiden **aktiivisuus ja kiinnostus ympäröivästä maailmasta**: miten kiinnostunut ikääntynyt on ympäröivästä maailmasta ja kuinka aktiivisesti hän seuraa sen ilmiöitä.
- Edellä mainitut tekijät jakavat Lämpöön potentiaaliset yleisöt käyttäytymis- ja tarvepohjaisiksi ryhmiksi:
Aktiivinen, kiinnostunut, tuettava ja passivoituva

Asiakasprofiilien käyttö

- Asiakkaiden motiivit ja tarpeet on kiteytetty asiakasprofiileihin, joissa heitä kuvataan motivaatio- ja käyttäytymisperustein.
- Profiloinnilla pyritään lisäämään tietoisuutta siitä, mikä yleisöjä houkuttelee tai estää käyttämästä palvelua.
- Asiakkailta kerättiin kvantitatiivisessa kyselyssä ymmärrystä Lämpio-palveluun kohdistuvista tarpeista, odotuksista ja palvelun käytön esteenä olevista tekijöistä.
- Asiakasraadeissa ideoitiin yhdessä kohderyhmän kanssa Lämpio-palvelua ja ratkottiin käyttöön liittyviä esteitä keskustelemalla ikääntyneiden kanssa.
- Profiilit muodostettiin kyselystä saadun pohjatiedon päälle ja niitä täydennettiin asiakasraatien kasvokkain järjestetyissä kohtaamisissa.
- Profilointi ei kerro ihmisen pysyvistä ominaisuuksista, vaan hänen motiiveistaan ja tarpeistaan tietyissä tilanteissa: Sama henkilö voi toteuttaa toista profiilia erilaisessa elämäntilanteessa elämäntilanteen muuttuessa.

Arvo, jota Lämpiö kullekin ryhmälle ensisijaisesti

tuottaa: Tuettava: toimintakyvyn tukeminen, Passivoituva: inspiroiminen ja innostaminen, Kiinnostunut: uuden oppiminen/opitun ylläpito, Aktiivinen: arjen elävoittäminen



Yleisön valmiudet ja digikyvykkyys

Lämpöön yleisöjen valmiudet ja kyvykkyudet digitaalisen palvelun käyttöön eroavat toisistaan, joten myös Lämpöön käyttöönottoon tarjottava tuki eri yleisöille on erilaista.

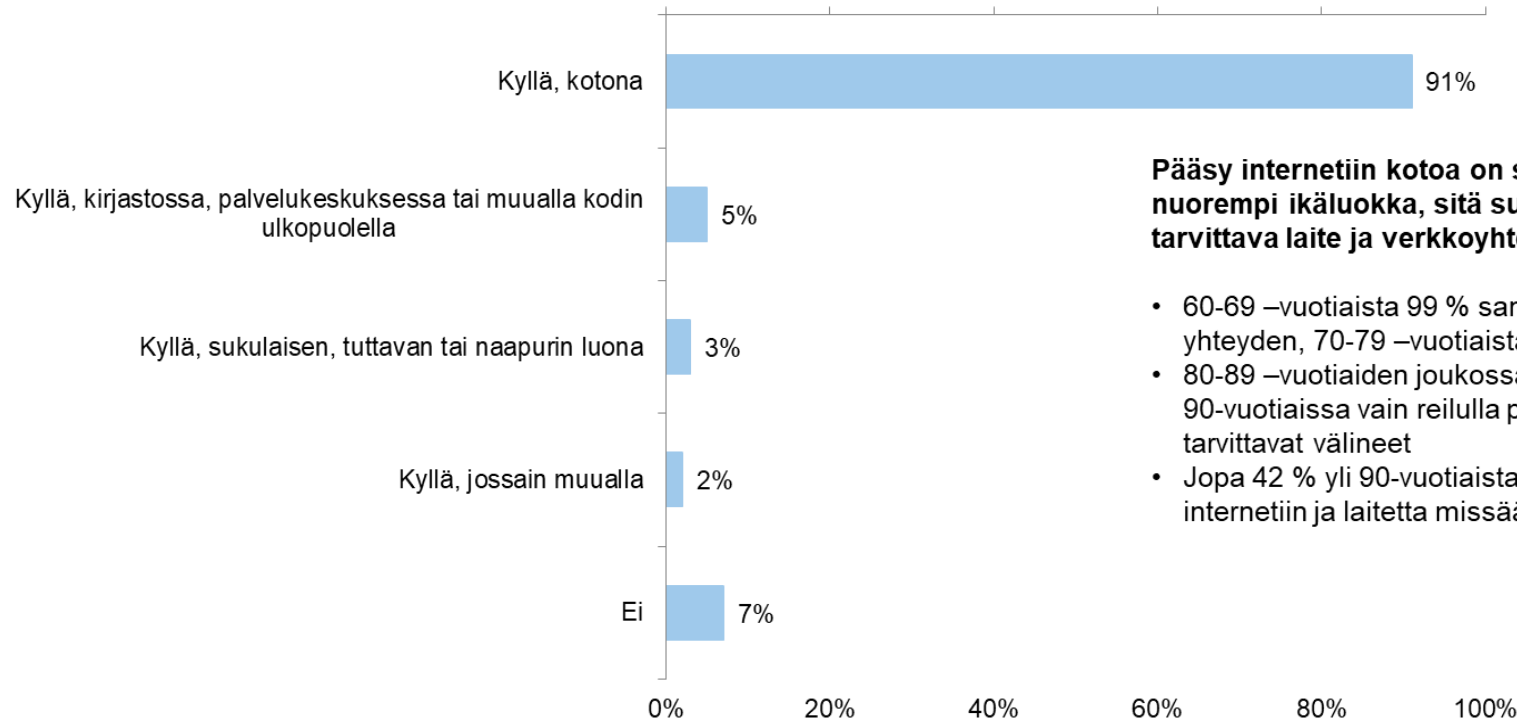
- Osaavimmille (profiili **Aktiivinen**) riittäisi palvelusta kertominen ja siihen ohjaaminen.
- Kiinnostuneille mutta taidoistaan epävarmemmille (profiili **Kiinnostunut**) hyvä tapa tutustua palveluun voisi olla sen käyttäminen porukassa muiden kanssa (järjestäjinä eläkeläisyhdistykset, palvelutalot).
- Enemmän digitukea tarvitseville (profiili **Passiivinen, Tuettava**) apu ja tuki voitaisiin viedä kotiin asti osaavien vertaisvapaaehtoisten avulla.

Internetin käyttö ja digitaalisuus

Lämpio kiinnostaa ikääntynyttä yleisöä

- Kyselytutkimuksen perusteella kaksi kolmannesta (2/3) vastaajista olisi kiinnostunut Lämpion kaltaisesta palvelusta ainakin ajoittain.
- Lämpio herätti kiinnostusta eniten nuorimmissa, alle 80-vuotiaissa ikäluokissa, ja yli 90-vuotiaistakin reilusti yli neljännes olisi ainakin ajoittain kiinnostunut kuvauksen mukaisesta palvelusta.
- Niistä, jotka eivät verkkoa tällä hetkellä käytä, eivät kyselyn perusteella kiinnostuneet myöskään Lämpion kaltaisesta verkkopalvelusta.
- Vajaa neljännes niistä, jotka eivät verkkoa käytä, oli kuitenkin jollain tasolla kiinnostunut Lämpioistä ainakin silloin tällöin, jos saisi apua palvelun käyttöön.
- Oikeanlaisilla sisällöillä ja tarjoamalla tukea palvelun käyttöön Lämpio voisi innostaa verkkoa käyttämättömiä verkkosisältöjen pariin.

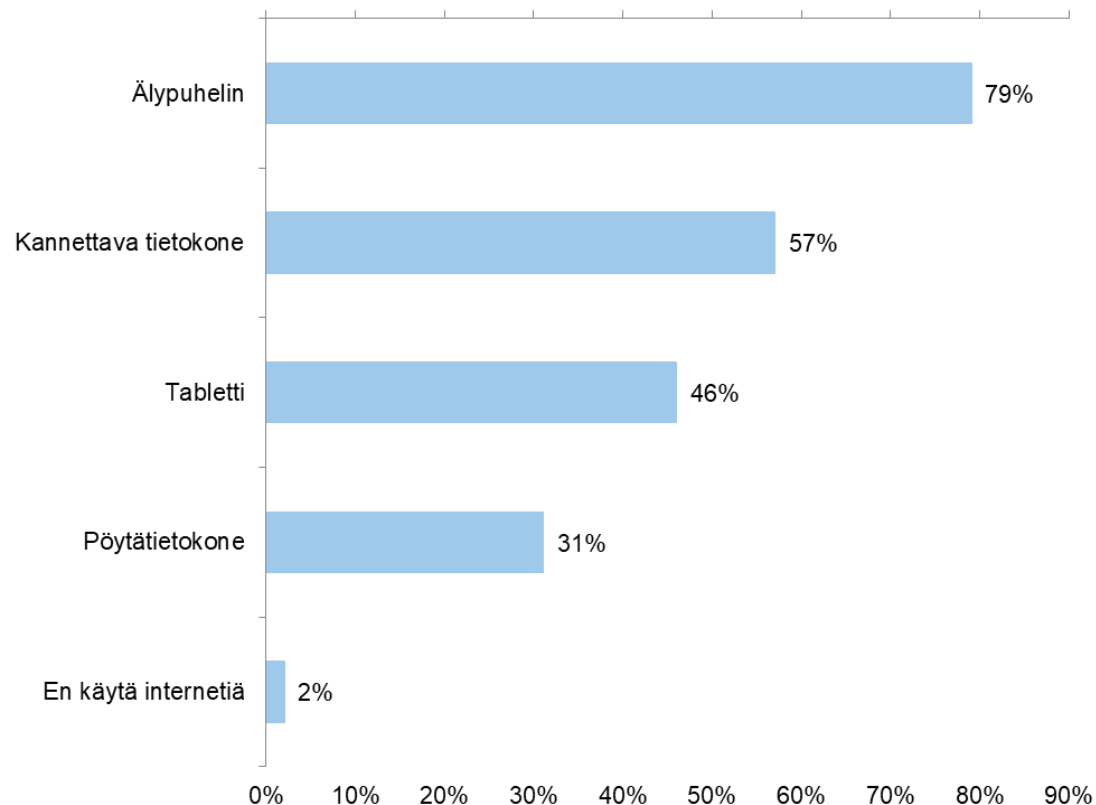
Enemmistö pääsee kotoaan internetiin: Vastaajilta kysyttiin, että onko heillä kotonaan käytössä internetin käyttöön sopiva laite? Vastaajista 91% vastasi ”kyllä”. Pääsy internetiin kotoa on sidoksissa ikäluokkiin. Mitä nuorempi ikäluokka, sitä suuremmalla osalla on kotonaan tarvittava laite ja verkkoyhteys



Pääsy internetiin kotoa on sidoksissa ikäluokkiin: mitä nuorempi ikäluokka, sitä suuremmalla osalla on kotonaan tarvittava laite ja verkkoyhteys.

- 60-69 –vuotiaista 99 % sanoo omaavansa laitteen ja yhteyden, 70-79 –vuotiaistakin 95 %
- 80-89 –vuotiaiden joukossa osuus putoaa 76 prosenttiin ja yli 90-vuotiaissa vain reilulla puolella (55 %) on kotonaan tarvittavat välineet
- Jopa 42 % yli 90-vuotiaista ilmoittaa ettei heillä ole pääsyä internetiin ja laitetta missään annetuista vaihtoehdoista

Internetiä käytetään yleisimmin älypuhelimella lukuun ottamatta vanhimpia asiakkaita. Vastaajilta kysyttiin millä laitteella käytät internetiä. Vastaajista 79% käyttää internetiä älypuhelimella. Mitä nuorempi ikäluokka, sitä voimakkaampi puhelimen voima on internetin käytön välineenä. Vanhemmalla ikäluokalla laitekäytössä on enemmän hajontaa eikä yksittäinen laitetyyppi dominoi yhtä selkeästi



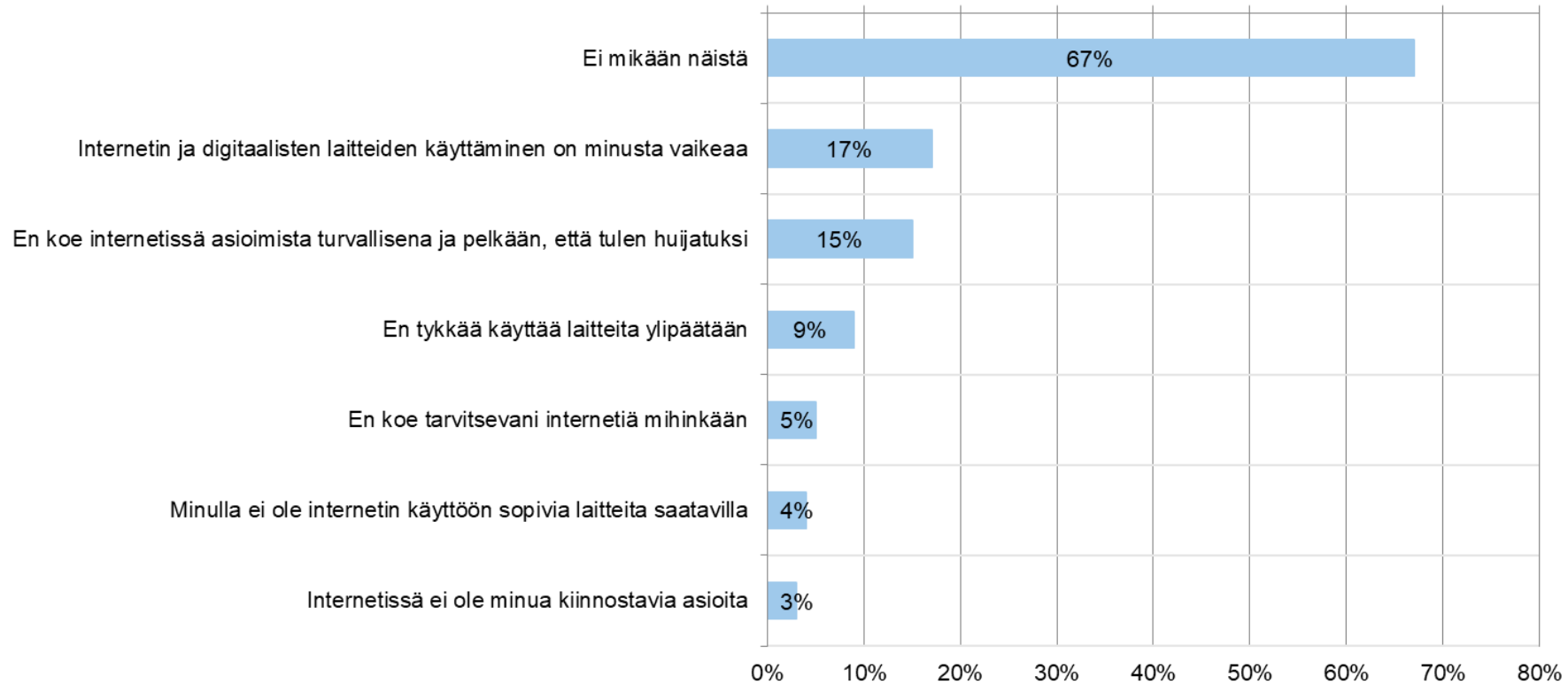
Mitä nuorempi ikäluokka, sitä voimakkaampi on puhelimen ylivoima internetin käytön välineenä

- Alle 90-vuotiailla älypuhelin on ylivoimaisesti yleisin internetin käytön väline. Mitä nuorempi ikäluokka, sitä voimakkaampi on puhelimen ylivoima: 60–69 -vuotiaille (93 %) ja 70–79 -vuotiaille (80 %).

Vanhemmilla ikäluokalla laitekäytössä on enemmän hajontaa eikä yksittäinen laitetyyppi dominoi yhtä selkeästi

- 80-89 -vuotiailla älypuhelin on yhä yleisin, mutta pienemmällä osuudella kuin nuoremmilla (62 %).
- 80-89-vuotiailla keskenään lähes yhtä käytettyjä ovat kannettava tietokone (44 %), tabletti (40 %) sekä pöytäkone (39 %).
- Yli 90-vuotiailla älypuhelimien rooli muuttuu ja tavallisin käytetty laite onkin pöytäkone (43 %).

Reilusti alle viidesosa kokee internetin ja digitaalisten laitteiden käytön vaikeana. Vastaajilta kysyttiin ajatuksia internetin käytämisestä. Internetin ja digitaalisten laitteiden vaikeus jakaa ikäluokkia. 38% yli 90-vuotiaista ja 27% 80–89-vuotiaista kokee niiden käyttämisen vaikeaksi. Vain 8% 60–69-vuotiaista ja 16% 70–79-vuotiaista kokee käytön vaikeaksi. Internetissä toimimisen riskien pelkääminen korostuu myös vanhemmissa ikäluokissa: 20% yli 90-vuotiaista ja 11% 60–69-vuotiaista sanoo, ettei koe netissä asiointia turvallisena



Lämpö voi palvella kaikkia potentiaalisia asiakasprofiileja

- Lämpöillä alustana ja sisältöinä on mahdollisuus palvella kaikkia eri yleisöjä yhtä aikaa, vaikka yleisöjen tarpeet eroavat keskenään.

Tarpeet kohdistuvat:

- alustaan, sen tekniseen toteutukseen ja käytettävyyteen.
- alustan sisältöihin.
- Alustan tekniseen toteutukseen kohdistuvat tarpeet yhdistävät yleisöjä: se, mikä toimii heikoimmille palvelee kaikkia myös iän karttuessa ja tarpeiden muuttuessa.
- sisällöt on suunniteltava ja jäsennettävä niin, että tunnistetaan, mitä yleisöjä kulloinkin palvellaan ja houkutellaan ja keitä sisältötyyppien suunnitteluun on osallistettava.

Ikääntyviä kiinnostavat sisällöt

Minkälaiset sisällöt houkuttelevat palveluun 1/2

- Kyselyn perusteella sisältöinä eniten kiinnostusta herättivät esittävät taiteet kuten musiikki- ja teatterisisällöt, sekä museo- ja näyttelykierrokset.
- Luennot kiinnostivat paljon 60–79-vuotiaita, mutta sitä iäkkäämpiin ryhmiin siirryttäessä kiinnostus vähenee.
- Internetiä käyttämättömiä luonnon seuraamiseen liittyvä sisältö kiinnosti selvästi nettiä käyttäviä enemmän.
- Kyselyyn vastanneiden mielestä sisällön vuorovaikutteisuus ei ole Lämpöön olennainen vetonaula ensivaiheessa.

Minkälaiset sisällöt houkuttelevat palveluun 2/2

- Asiakasraatien yleisöt toivat enemmän esiin arvokkaita näkökulmia siihen, miten vuorovaikutteiset sisällöt vaikuttaisivat kohderyhmien hyvinvointiin; asiakasraadeissa toteutettu digitaalisten kulttuuripalveluiden esittely konkretisoi kuulijalle mistä puhutaan.
- Ero kyselyn ja raatien välillä voi olla myös kyselytekninen: vuorovaikutteisuus ei ehkä ole niin tuttua, eikä yksin kyselyä täyttäessä sen arvoa ole spontaanisti yhtä helppo hahmottaa kuin tutumman, perinteisen ei-vuorovaikutteisen ohjelman.
- Kyselyn perusteella yleisö ei koe olennaista eroa sillä, onko esitys alueellisesti lähellä olevan toimijan tuottama vai kauempaa tuleva.
- Asiakasraatien edustajat pitivät etuna ja arvona sitä, että Lämpinön kautta pääsisi seuraamaan sekä alueellista, että valtakunnallista tarjontaa.
- Käyttöliittymällisesti tämä tarkoittaisi esimerkiksi sisältöjen alueellisen tunnisteiden, filteröinnin ja/ tai haun mahdollistamista.

Suosikkisisällöt ikäluokittain: vastaajista 60–69-vuotiaat olivat eniten kiinnostuneita erilaisista luennoista, vastaajista 70–79-vuotiaat ja 80–89-vuotiaat sekä yli 90-vuotiaat olivat eniten kiinnostuneita konserteista

60-69 –vuotiaat

1. Luennot (kertaluontoiset tai luentosarjat) 76 %
2. Konsertit 57 %
3. Museo- ja näyttelykierrokset 55 %
4. Teatteriesitykset 46 %
5. Kurssit (esim. rakentaminen, taide, käsityöt) 44 %

70-79 –vuotiaat

1. Konsertit 56 %
2. Luennot (kertaluontoiset tai luentosarjat) 54 %
3. Teatteriesitykset 46 %
4. Luonnon seuraaminen (esim. eräkamerat, lintujen bongaus) 45 %
5. Museo- ja näyttelykierrokset 44 %

80-89 –vuotiaat

1. Konsertit 54 %
2. Luonnon seuraaminen (esim. eräkamerat, lintujen bongaus) 51 %
3. Teatteriesitykset 51 %
4. Museo- ja näyttelykierrokset 41 %
5. Luennot (kertaluontoiset tai luentosarjat) 40 %

Yli 90-vuotiaat

1. Konsertit 62 %
2. Museo- ja näyttelykierrokset 45 %
3. Teatteriesitykset 45 %
4. Luennot (kertaluontoiset tai luentosarjat) 34 %
5. Luonnon seuraaminen (esim. eräkamerat, lintujen bongaus) 31 %

Internetin käyttäjät kiinnostuivat hieman eri sisällöistä kuin ei käyttäjät: Internetin käyttäjät olivat eniten kiinnostuneita erilaisista luennoista kun taas ei internetiä käyttävät olivat eniten kiinnostuneita luonnon seuraamisesta

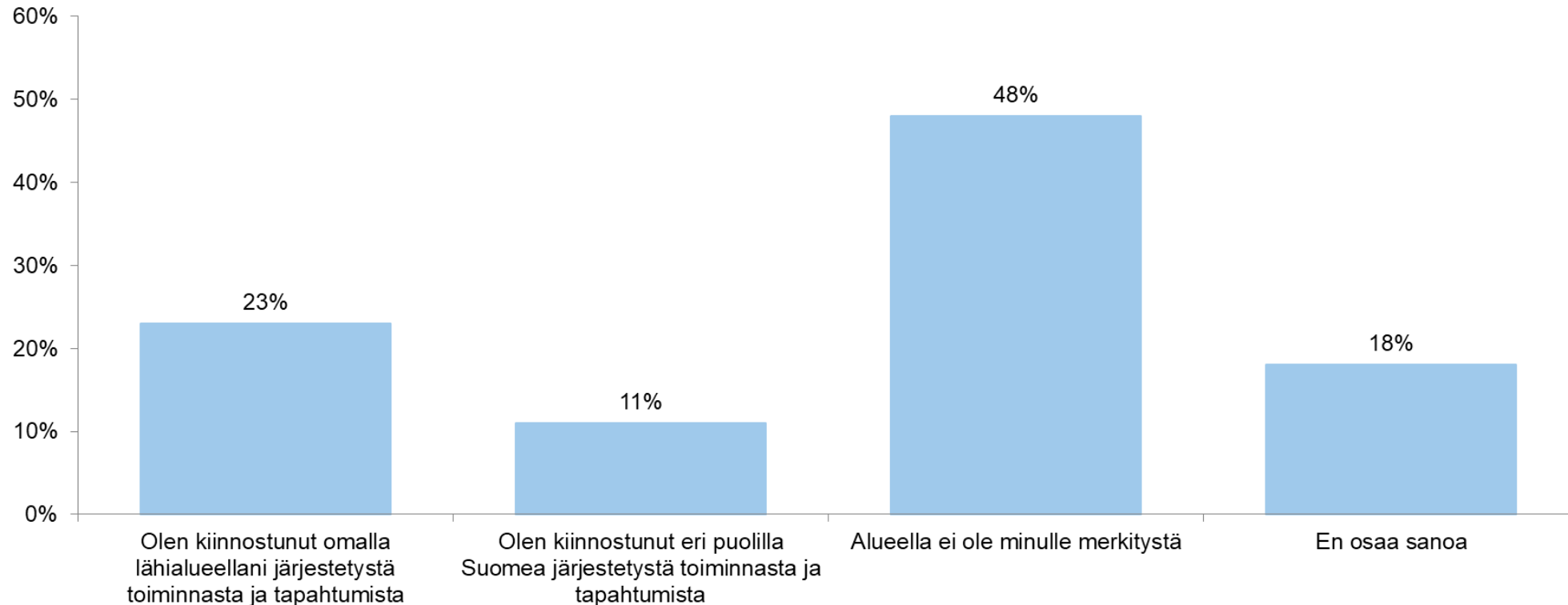
Internetin käyttäjät

1. Luennot (kertaluontoiset tai luentosarjat) 57 %
2. Konsertit 56 %
3. Teatteriesitykset 47 %
4. Museo- ja näyttelykierrokset 46 %
5. Luonnon seuraaminen (esim. eräkamerat, lintujen bongaus) 45 %

Ei internetiä käyttävät

1. Luonnon seuraaminen (esim. eräkamerat, lintujen bongaus) 46 %
2. Konsertit 39 %
3. Teatteriesitykset 39 %
4. Tanssiesitykset 29 %
5. Muut tapahtumat ja tilaisuudet (esim. yhteislauluhetket, itsenäisyyspäivän juhla ym.) 27 %

Alle neljännes kiinnostuisi oman alueen tarjonnasta, lähes puolelle sijainnilla ei ole merkitystä- tämä oli vastaus, kun vastaajilta kysyttiin seuraavasti: Internetin kautta on mahdollista osallistua oman lähialueen toiminnan ja tapahtumien lisäksi myös kauempana järjestettyyn toimintaan ja tapahtumiin. Mistä olisit eniten kiinnostunut?



Lämpö-palvelun käytön esteet ja niiden poistaminen

Lämpö-palvelun käytön esteet 1/2

- Ikääntyneiden digikyvykkyyden eriarvoisuus ja laitteiden puute nousi asiakasraadeissa esiin, taitojen eriyminen arjessa on todellista.
- Asiakasraadeissa ikääntyneet nostivat esiin huolen omien ikäryhmiensä vertaisten passiivisimmat henkilöt – heidät, joita vapaaehtoisten mukaan on vaikea edes tavoittaa, joilla taipumus vetäytyä riennoista/kontakteista neljän seinän sisään.
- Julkiset palvelut koettiin suhteellisen turvallisiksi, mutta nettihuijareiden uudet keinot, esim. Kanta.fi-palvelussa viime syksynä tapahtunut huijaus, pelottavat.
- Verkossa maksaminen koettiin erityisen vaikeana.

Lämpö-palvelun käytön esteet 2/2

- Digitaalisten laitteiden käyttöohjeiden terminologia tai esimerkiksi digitaalisten järjestelmien käyttämä terminologia koettiin vaikeasti ymmärtää.
- Laitteiden saatavuuden haasteet: laitteet kalliita hankkia.
- Laitteiden ja ohjelmistojen nopea muutosvauhti koettiin yhtenä isoimmista tekijöistä digitaalisten taitojen ruostumiselle. Vaikea pysyä vauhdissa mukana, kun ohjelmisto päivittyy tai laite pitää vaihtaa.
- Ikääntyville suunnatut älylaitteet ja niiden “helpottamaan suunnatut älyominaisuudet”, niin sanotut riisutut puhelimet, vievät viimeisetkin mahdollisuuden digitaitojen ylläpitoon osana arjen rutiinien hoitoa.

Käytön esteiden poistaminen 1/9

Selkokieliisyys ja konkreettiset esimerkit

- Selkokieliisyys ohjeistukseen: esimerkiksi suppean sanaston tarjoaminen osana palvelua, joissa selitetään vaikeata terminologiaa, auttaisi palvelun käyttöönotossa.
- Konkreettinen kieli: esimerkiksi “selain”-sanon ikääntynyt korvaisi, ei edes puhumalla “selaimen valinnasta”, vaan ohjaamalla “painamaan kuvakkeesta, joka on tietokoneen työpöydän oikeassa reunassa”, koska vaikeat termit unohtuvat helposti.
- Apukeinona huijaussivustojen välttämiseen olisi hakukoneiden sijaan kirjoittaa palvelun nimi suoraan osoitekenttään eli palvelun nimen tulisi olla helposti muistettava. Ehdotus *Kulttuurikanta.fi* sopisi kulttuurin ja vapaa-ajan yhteen kokoavalle palvelulle.

Käytön esteiden poistaminen 2/9

Arkea tukevat välineet

- Normaalin älypuhelimien omistaminen koettiin huomattavasti parempana, kunhan vain sen käytön kanssa autettaisiin alkuun.
- Apua laitteiden asennukseen saatiin joko omilta lapsilta ja laitteita myyviltä yrityksiltä.
- Arvokkaana koettiin esimerkiksi omien käytetyimpien palvelujen tuomista pikakuvakkeiksi älypuhelimien etusivulle, joista niihin pääsisi suoraan. Myös Lämpiölle toivottiin näppärää kirjanmerkiksi taipuvaa kuvaketta.
- Laitteiden puutteeseen kaivattiin myös julkishallinnon apua. Helsingin asiakasraatilaiset huomauttivat Ranskassa tehdystä hankkeesta, jossa ikääntyneille kustannettiin digilaitteisto arjen asiointia varten.

Käytön esteiden poistaminen 3/9

Käyttöliittymän tarjoama tuki

- Käyttöliittymän systemaattisuus ja toiston elementit helpottavat omaksumista: palvelun suunnittelun kannalta käyttöliittymäpolkujen ja toimintojen systemaattisuus helpottavat muistipolkua.
- Käytön vaiheittainen omaksuminen. Kaikkea ei tarvitsisi oppia kerralla.
 - helpot perusominaisuudet ja sisältöihin pääsy ensin.
 - monimutkaisemmat ja esim. vuorovaikutuksellisemmat toiminnallisuudet myöhemmin, pikkuhiljaa ja ihmisen omalla vauhdilla.
- Palvelun käytön selkokielen tukimateriaali /opas.
- Opetusvideot aihealueittain.
- Palvelun käytön demoversio palveluun tutustumista varten.

Käytön esteiden poistaminen 4/9

Ikääntyneiden digitaalisten toimintavalmiuksien kasvattaminen

- Asiakasraatien osallistajat näkivät Lämpiön istuvan hyvin ikääntyneiden digitaalisten toimintavalmiuksien parantamisen isompaan kuvaan.
- Ikääntyneet ehdottivat, että Lämpiö voisi olla se innostava verkosta löytyvä sisältö, joka rohkaisi heitä tietokoneen, tabletin tai puhelimen käyttöön, johon ikäviltä tuntuvat asiointipalvelut eivät motivoi.
- Lämpiön käytön myötä aktivoituvat digitaitojen ylläpito tai niiden karttuminen hyödyttäisi laajemmin kertyvänä käytön varmuutena ja digitaalisen mukavuusalueen kasvuna.
- Lämpiön käyttö keräisi rohkeutta ja varmuutta. Ikääntyneet voisivat omaksua helpommin myös muita palveluja.

Käytön esteiden poistaminen 5/9

Digituen muotojen moninaisuus olennaista

- Perheenjäsenien tuki korostuu kyselyssä ja asiakasraadeissa.
- Digituen antaja on usein oma lapsi tai sukulaiset.
- Ikääntyneet toivovat digitukeen muiden tahojen antamaa tukea
 - Syitä on monia: perhesuhteet, omilla lapsilla omat kiireet, ikääntyneellä ei ole lapsia.
- Digituen ja ohjauksen parhaaksi lähteeksi nostettiin vertaiset ja vapaaehtoisten apu: opastuksen henkilökohtaisuus ja luottamus tuttuun ihmiseen.
- Vertaistuessa tärkeää on neuvonnan rytmin/ tahdin verkkaisuus ja sen sopivuus ikäihmiselle.

Käytön esteiden poistaminen 6/9

Lämpöön käytön opastuksen kehittämisehdotukset

Keinot riippuvat potentiaalisen asiakkaan tuen määrästä

- Profiili **Aktiivinen**: palvelusta kertominen ja siihen ohjaaminen.
- Profiili **Kiinnostunut**: taidot epävarmemmat, tutustuu palveluun porukassa esim. eläkeyhdistyksessä tai jossain muussa ryhmässä, esim. palvelutalolla; ohjaajat toimivat yhteistilaisuudessa koneen käyttäjinä.
- Tukea palvelun käyttöön voisi saada etänä siten, että ikääntyneen nimetty vapaaehtoinen Kulttuuriluotsi käyttäisi Lämpö-palvelua omalta koneeltaan etänä ja ikääntynyt omalta koneeltaan.
- Palvelun käyttäjissä voisi olla vertaistutor-käyttäjiä, joille voisi heidän linjoilla ollessaan lähettää viestiä omassa käytön pulmassaan.

Käytön esteiden poistaminen 7/9

Ikääntyneiden ehdotukset Lämpöön käytön opastukseen

- Profiilit **Passiivinen ja Tuettava**: apu ja tuki voitaisiin viedä kotiin saakka osaavien vertaisvapaaehtoisten avulla. Tämän avun asiakasraatilaiset nimesivät *digitrainer*-tukipalveluksi. Palvelua voisi tehdä tunnetuksi myös ostoskeskuksiin jalkautumalla.
- Palvelun käytön toistuvuuden varmistaminen esimerkiksi toistuvia sisältötyyppejä tarjoamalla edistäisi opitun kertausta ja säilyttäisi sen mielessä.

Käytön esteiden poistaminen 8/9

Nykyisten tahojen yhteistyön parantaminen ja jatkuvuuden varmistaminen

Ikääntyvien listaamaat digituen ja opin antajat:

- Enter ry
- Verkosta virtaa –toiminta (vapaaehtoisten vertaisopastajien digiohjausta ikääntyneille. Järjestäjätaho Eläkkeensaajien keskusliitto ja STEA)
- Kuntien vanhusneuvostot
- Kansalaisopistojen digikerhot
- Kirjasto: kirjaston järjestämä ikääntyneille suunnattu digitaalisen osaamisen etäkurssi.
 - Tarvittiin monia kokoontumiskertoja ja kärsivällisyyttä, ennen kuin asiat alkoivat sujua!
- Kaupunkien asukastalot (tai lähitalot, Jyväskylässä Kortteliklubi)
- Kiertävät digineuvontaa antavat bussit (Esim. Tampereen Digi-Nysse)
- Mukanetti

Käytön esteiden poistaminen 9/9

Nykyisten tahojen yhteistyön parantaminen ja jatkuvuuden varmistaminen

Ikääntyneet kokivat, etteivät nykyiset resurssit aina kohdistu parhaalla mahdollisella tavalla, jos esimerkiksi laitteita ja koneita tarjoavat toiset tahot ja tukea käyttöön tarjoavat toiset tahot eivät kommunikoi keskenään. Digituen tarjontaa voisi parantaa tahojen paremmalla yhteistyöllä keskenään.

Voisiko Lämpiöllä olla roolia myös eri tahojen yhteentuomisessa?

Päälöydökset: Palvelunohjaus Lämpioon

Miten Lämpio-palvelu löydetään

Mistä ikääntyneet hakevat tietoa

- Ikääntyneet jakavat tietoa vertaistuen avulla, sekä hakevat tietoa lehdistä, kirjastoista, kaupungin sivuilta ja Facebookista.
- Ikääntyvät kokivat, että tietoa vapaa-ajan sisällöistä on vaikea löytää, koska se on hajallaan useissa paikoissa, ja on vaikea tietää mistä edes lähteä liikkeelle.
- Tarve kokoavalle palvelulle on siis todellinen. Lämpiöllä on suuri potentiaali tuoda yhteen kulttuuripalveluiden tuottajat ja kuluttajat paremmin kuin nykyään. **Tekijöiden ja yleisöjen yhteen tuominen onkin yksi Lämpiön tärkeimmistä mahdollisuuksista.**

Miten tehdä Lämpiö tutuksi ikäihmisille?

Lämpöön tutuksi tekemisessä on hyödynnettävä sekä laajaa että kohdennettua puhuttelua.

Laaja tavoitavuus

- Sanomalehdet tärkein tietolähde kulttuuripalveluista, myös TV tavoittaa ikäihmiset.
- Kulttuuripalveluiden mainontaa ei vierasteta, sitä pikemminkin toivotaan.

Kohdennettu tavoitavuus

- Ikäihmisten omat verkostot ja järjestöt ja niiden kanavat.
- Kunnalliset palvelut, erityisesti kirjastot.
- Kulttuuripalveluiden tuottajat kuten museot, orkesterit, konserttitalit, teatterit ja niin edelleen.

Ikääntyneiden ehdotukset markkinointiin

- Mainos/ilmoitus paikalliseen sanomalehteen selkeine tietoineen, mistä on kyse, ja mistä palvelun löytää.
- Lämpö-palvelusta kertova flyeri/postikortti, jossa olisi palvelusta kuvaus, internet-sivu ja siihen johtava QR-koodi, pidettiin hyvänä ideana.
- Televisio: palvelusta tulisi saada juttu Ylen Aamu-TV:hen ja Puoli Seitsemään.
- Myös Lämpö-brändin monikanavaistamista ehdotettiin: jos joitakin sisältöjä voitaisiin jakaa myös TV:n kautta, se tekisi Lämpöä asiana tutuksi potentiaalisille uusille asiakkaille, joille digipalvelut ovat vieraampia, mutta TV:n katselu tavanomaista.
- Tunnetut henkilöt suosittelijoina: verrokkina raatilaiset toivat esiin ARMAS-festivaalin tuottaman [opetusvideon](#), jossa Kristiina Halkola esittää, miten etsiä kulttuuria verkosta. Mainosten sisältöinä kaivattiin juuri palveluun tutustuttamisen aspektia.
- Kaivattuja julkkiksia olivat Auvo Vihro, Seela Sella ja Rita Magga-Kumpulainen etenkin saamenkielisten sisältöjen puolesta. Lisäksi Jenni Haukiota ehdotettiin palvelun mainostueksi.

Datan hyödyntäminen palvelun kehittämisessä

Palvelun maksullisuus ja maksamisen tavat

Sisältöjen kehittäminen yhdessä ikääntyvien kanssa

- Sisältöjen jatkuva kehittäminen yhdessä ikääntyneiden kanssa varmistaa niiden kiinnostavuuden ja palvelun relevanssin pitkällä aikavälillä.

Tähän Lämpiö voi tarjota sisältöjen luonnin tueksi:

- Palvelun käytöstä kerättävän analytiikan.
- Palautteenkeruun mekanismin osana alustaa edistämään jatkuvaa vuoropuhelua palvelun käyttäjään.
- Analytiikalla saadaan tietoa sisältöjen suosituimmuudesta esim. kävijämäärissä. Kohdennetulla palautteen kerulla (laadullinen ja määrällinen) voidaan ymmärtää sisältöjen laatua ja merkityksellisyyttä spesifeille käyttäjäryhmille/yleisöille.

Palvelun maksullisuus ja maksamisen tavat

- Hinta on yksi suurimpia esteitä kulttuuripalvelujen saavutettavuudelle. Maksuvalmius verkkovälitteisistä taide- ja kulttuurisisällöistä pienempi kuin paikan päällä nautittavista sisällöistä (esim. käynti teatterissa vs. streamin katsominen)
- Palvelun alkuvaiheessa yleisö voi olla maksullisuudelle hintaherkkä. Maksuttomien sisältöjen tarjoamisen merkitys korostuu ennen kaikkea palvelun ja sen hyötyjen tutuksi tekemisen vaiheessa.
- Matalampi hintapiste voi olla myös etu ja saavutettavuuden tekijä. Lämpimön kautta pystyttäisiin tuottamaan kulttuuripalveluja saataville maksuttomasti/edullisemmin, jolloin se voi poistaa osalta ikäihmisiä esteitä palveluiden kuluttamiselle.
- Todennäköisesti lisäisi eniten valmiiksi aktiivisten kulttuurin kuluttamista.

Ikääntyneiden ehdotukset maksamisen tavoille

- Kaikki lämpion oleellisiin yleisöihin kuuluvista ikäihmisistä eivät välttämättä osaa, halua tai uskalla maksaa verkossa luottokortilla tai pankkitunnuksilla.
- Vaihtoehtoiset maksamisen tavat ehdottoman tärkeitä.
- Maksutapoihin ehdotettiin analogisen ja digitaalisen maailman yhdistämistä.
 - Esimerkkinä Lämpion koodilipuke: koodin syöttäminen sisällön aktivoimiseksi
- Kirjastot, R-kioskit tai museot käyttäjien suosimina koodilipukkeiden lippukauppoina.

Yhteenveto

- Lämpio-palvelu herättää laajaa kiinnostusta ikääntyvien parissa.
- Lämpion alustan ja sen toiminnallisuuksien kehittämisessä tulisi ottaa huomioon ikääntyneiden digitaidot ja digikyvykyys.
- Sisällöistä eniten kiinnostusta herättivät erilaiset luennot, esittävät taiteet, musiikki- ja teatterisisällöt sekä museo- ja näyttelykierrokset.
- Käyttöliittymässä olisi hyvä olla hakumahdollisuus, jonka kautta käyttäjä voi hakea kulttuuritarjontaa alueellisesti ja valtakunnallisesti.
- Oikeanlaisilla sisällöillä ja tarjoamalla tukea palvelun käyttöön Lämpio voisi innostaa verkkoa käyttämättömiä verkkosisältöjen pariin.

Ikääntyneet haluavat olla aktiivisia kansalaisia, vaikuttaa yhteiskunnalliseen keskusteluun ja palveluiden uudistamiseen. Se, että esteitä nähtiin erittäin vähän suhteessa hyötyihin on erinomainen osoitus siitä.

Kiitos!

Virve Hutchinson
Lämpöön hankevastaava,
projektikoordinaattori

Kulttuuri ja vapaa-aika
Helsingin kaupunki
mobile +358 40 664 1758
virve.hutchinson@hel.fi