

# Kuvan kaupunkilais- profiilit

Motivaatioperustaiset asiakasprofiilit – kulttuuri- ja vapaa-ajan palveluiden kehittämisen yhteinen työkalu

Helsinki

Päivitys 115.1.2019

# Kirje työkaverille

## Maailman toimivin kaupunki ei ole organisaatio, vaan paikka.

Hyvä, pane siis silmäsi kiinni ja kuvittele ympärillesi tämä paikka, missä kirjoitan kirjettäni sinulle – toivottavasti kevääsi on sujunut mukavasti. Ollaan metroreitin varrella. Pysäkillä näyttää samalta kuin missä tahansa pikkukaupungissa: koululaiset myyvät mokkapaloja, vanhukset kulkevat muita hitaammin, katusoittaja virittelee kitaraansa. Mutta jokin on myös toisin: isä komentaa tokaluokkalaistaan kurdiksi, isoäiti puhuu kukkienmyyjälle englantia, katusoittajan biisi ei ole Satumaa-tango vaan jotain jazzin ja progen väliltä. Käänny ohj kulkevien nuorten puoleen: anteeksi, voinko kysyä, mitä kieltä puhutte? He kääntävät nopeasti puheensa itselleni vierasta kielestä suomeen, ja vastaavat: jotain siltä väliltä.

Jotain siltä väliltä. Ehkä näillä sanoilla useimmat meistä vastaavat, jos joku kysyy tarpeistamme tai kiinnostuksenkohteistamme. Elämäntapamme

eriytyvät ja sirpaloituvat, Helsinki erilaistuu muuta maata nopeammin. Valinnanmahdollisuuksien lisääntyminen on johtanut siihen, että mm. arvioimme yhä tarkemmin mihin aikamme – ja vapaa-aikamme – käytämme. Samalla myös työn ja vapaa-ajan rajat ovat liudentuneet, työelämää leimaava suorittamisen vaatimus ujuttautuu vapaa-ajallekin. Tutkija Anu Valtonen kirjoittaa, että ”Vallitsevan käsityksen vapaa-ajasta aikana, jolloin voi tehdä mitä haluaa, voisikin kärjistäen muuntaa ajaksi, jolloin voi ajatella mitä haluaa.” (Rethinking Free Time: A Study on Boundaries, Disorders, and Symbolic Goods, 2004).

Minusta kaupungissa asumisen parhaita puolia on se, että kaikki eivät ole matkalla samaan suuntaan, näytä samalta tai puhu samaa kieltä. Työkaverini sanoitti sen näin: ”Hyvä kaupunki vaikuttaa ensisilmäyksellä sellaiselta, ettei siitä oikein saa selvää – että se vaikuttaa kaaokselta”. Tässä projektissa syyleilimme kaaosta, menimme kaupunkilaisten luo. Teimme havainnointeja ja haastatteluja Kaupunkilaiskohtaamisten ja Palvelusafarien muodossa, kutsuimme kaupunkilaisia Real-verkkoalustalle. Safarit ja kohtaamiset suunniteltiin niin, että samalla jokainen tutustui uuteen työkaveriin. Täälläkin kävimme, metroreitin varrel-

la, vierailijoina kaupunkilaisten arjessa, ottamassa selvää heidän tarpeistaan ja odotuksistaan. Kiitos jokaiselle 194 kaupunkilaisille, jotka kertoivat meille elämästään.

**Kuvan palvelut tarkoittavat samaan aikaan kalastuslupaa, konserttia ja kaupunkiseikkailuleiriä. Yhteisenä suuntana on tehdä palveluja, jotka ovat sekä houkuttelevia että vastaavat ihmisten todellisiin tarpeisiin. Toimialauudistuksen hyöty on se, että asioita voidaan paketoita kaupunkilaisille helpommiksi käyttää ja löytää. Tällaiset tavoitteet edellyttävät meiltä palvelujen tuottajilta kaupunkilaisten elämästä ja tarpeista ponnistavia ratkaisuja. Ja osataksemme tuottaa niitä, tarvitsemme parempaa tietämystä ja ymmärrystä kaupunkilaisten arjesta. Sitä tarjoavat Kaupunkilaisprofiilit.**

Kaupungit eivät voi suunnitella kaikkea valmiiksi etukäteen – niiden tehtävä on luoda mahdollisuuksia. Tilanneherkkyys on tärkeitä kaupungeille siksi, että ne muuttuvat jatkuvasti, ne ovat jotain siltä väliltä. Mitä paremmin ymmärrämme kaupunkilaisten näkökantoja, sitä enemmän avautuu

ratkaisuja palveluihin ja uusia avauksia, sitä enemmän meillä on mahdollisuuksia tehdä huomisen kaupunkia, joissa helsinkiläisten elämä on mukavampaa ja vaivattomampaa.

Kaupunkilaisprofiilit ja työkirja ovat kuvalaisilta kuvalaisille. Niitä on ollut tekemässä reilu 170 kuvalaista. Tässä kohtaa kiitos kaikille heille – työkaverille. Vaikka työkaveria ei tunne läpikotaisin, tuntee työkaverin ympärilleen luoman ilmapiirin. Tässä projektissa tähtäsimme maaliin yhdessä - jonne emme olisi millään päässet myöskään ilman maailman toimivinta ja parasta kumppaniamme Pentagon Designia.



**Virve Hyysalo**

*Vuorovaikutusasiiantuntija*

*Kulttuuri ja vapaa-aika  
Helsingin kaupunki*



## Kaupunkilaisprofiilit + työkirja - asiakslähtöisen palvelukehityksen reseptit yhdessä paketissa

**Ennakkopaljastus:** Kaupunkilaisprofiilit eivät ole taikasauva(sekoitin), jota heilauttamalla kaikki muuttuu paremmaksi hetkessä

**Käyttöohje:** Profiilien käyttö alkaa sujua, kun lähtee rohkeasti harjoittelemaan.

**Reseptit:** Kaikki työkirjassa tarjolla olevat menetelmät on testattu. Ne esitellään selkein ohjein, jotta voit tarttua niihin tilanteessa kuin tilanteessa. Jälkisotkun vaaraa on tuskin lainkaan, tiskaajakin pääsee vähällä.

**Tarvittavat raaka-aineet:** Asennetta ja toimintaa. Asennetta siten, että uskaljetaan heittäytyä uusiin tilanteisiin ja kokeilla erilaisia menetelmiä tietämättä suoraan, mitä niistä syntyy. Toimintaa siten, että oppiminen usein tapahtuu tekemisen kautta ja hyväksytään, että kokeilevuus on osa tekemistä. Nämä kaksi ainesosaa nostavat jälkimaun uudelle tasolle.

**Bonusherkku:** Haukkaa ensimmäinen suupala ja aloita tutustumalla Kaupunkilaisprofiileista kertoviin videoihin:

<https://vimeo.com/270663954>

<https://vimeo.com/270664035>

(Salasana: KaikkienKuva)

## Profilityötä ohjannut ydintiimi:

**Vetovastuu:** Vimpa

**Kumppani:** Pentagon Design Oy

**Ydinryhmä:** Jussi Kaisjoki & Anne Euramaa (Vimpa), Antti Pakarinen (ICT), Marja-Liisa Komulainen & Pirjo Mattila (kehittäminen), Kaisa Laine & Hannele Haverinen (liikunta), Tuuli Tokkola (kulttuuri), Nanne Raivio (HAM), Saara Ihamäki (kirjasto), Sauli Seppälä (kaupunginmuseo), Sini Perho & Johanna Laukkanen (nuoriso)

**Hankkeen vetäjä:** Virve Hyysalo (Vimpa)

**Keskeisimmät kumppaniyksiköt**

**Kuvassa:** ICT, kehittämispalvelut

# Sisällys

Helsinki

<i>Kirje työkaverille</i>	<i>i</i>
<b>1 Projektin esittely</b>	<b>1</b>
<i>1.1 Miksi ymmärtää kaupunkilaista paremmin?</i>	<i>2</i>
 <i>1.2 Mitä profiileilla saavutetaan?</i>	<i>3</i>
<i>1.3 Työn lopputulemat</i>	<i>4</i>
<b>2 Miten profiilit tehtiin?</b>	<b>5</b>
<i>2.1 Kaupunkilaisprofilointi Kuvalaisilta Kuvalaisille</i>	<i>6</i>
<i>2.2 Näin projekti eteni</i>	<i>7</i>
<i>2.3 Kaupunkilaisäkökulmaa viidellä tavalla</i>	<i>8</i>
<i>2.4 Vapaa-ajan merkitykset kaupunkilaisille</i>	<i>14</i>
<b>3 Kaupunkilaisprofiilit</b>	<b>20</b>
 <i>3.1 Profilointi perustuu motivaatioihin ja tarpeisiin</i>	<i>22</i>
 <i>3.2 Akselit profiloinnin pohjalla</i>	<i>23</i>
 <i>3.3 Kuvan tapa vastata tarpeisiin</i>	<i>27</i>
 <i>3.4 Neljä kaupunkilaisprofiilia</i>	<i>31</i>
<i>3.5 Huomioita profiileista</i>	<i>41</i>

 = Ota profiilit haltuun nopeasti: lue ainakin nämä!

## 4 Profiilien käyttäminen 45

*Mitä profiileilla voi tehdä?* *46*

 *Aika ryhtyä hommiin!* *48*

Kuvan kaupunkilaisprofiilit

# 1

## Projektin esittely

Helsinki

### 1.1

Miksi ymmärtää  
kaupunkilaista  
paremmin?

### 1.2

Mitä profiileilla  
saavutetaan?

### 1.3

Työn lopputulemat

# 1

## Projektin esittely

# 1.1

## Miksi ymmärtää kaupunkilaista paremmin?

### Olemme kaupunkilaisia varten

Kaiken asiakaslähtöisyyden perusta on asiakkaiden tunteminen. Siihen tarvitaan sekä tietoa että empatiaa, kykyä ja tapoja ymmärtää kaupunkilaisia: mikä heidän mielestään on kiinnostavaa ja hyödyllistä?

Aito asiakaslähtöisyys pohjautuu organisaation arvoihin – siihen, mitä varten olemme olemassa, mitä hyötyä meistä on ja mitä pitää huomioida, että heillä kaikilla on aidosti yhdenvertaiset mahdollisuudet nauttia Kuvan tarjonnasta?

### Parannamme osumatarkkuutta

Tekeminen on vaikuttavampaa, kun se perustuu tietoon oletusten tai stereotyyppien sijaan. Kaupunkilaisten asemaan asettuminen avaa ajattelua ja tarjoaa uusia näkökulmia, jotka auttavat keskittymään olennaiseen ja tuottamaan yhä paremmin tarpeisiin vastaavia palveluita.

Aito asiakaslähtöisyys parantaa myös työntekijäkokemusta: Tarpeisiin hyvin osuvat palvelut ovat antoisia sekä kaupunkilaisille että kovalaisille.

### Tavoitamme laajemmin

Ottamalla ymmärryksen kohteeksi kaupunkilaiset laajennamme näkökulman nykyisistä asiakkaista myös niihin, jotka eivät asiakkaitamme vielä ole.

Tekemällä palveluita houkutteleviksi erilaisille kaupunkilaisille erilaisissa tilanteissa ja poistamalla esteitä palveluiden käytöltä voimme kehittää tarjontaamme palvelemaan yhä laajempia kaupunkilaisryhmiä.

# 1

## Projektin esittely

# 1.2

## Mitä profileilla saavutetaan?

### Yhteinen näkemys ja kieli Kuvan asiakaista

Profiilit toimivat Kuvan yhteisenä ja jaettuna näkemyksenä asiakaista. Yhteinen kieli auttaa kommunikoimaan läpi organisaation, kenelle palveluita tehdään.

Kuvan palveluja erottaa moni asia, mutta niitä yhdistää kaupunkilainen ja hänen tarpeensa.

### Työkalu strategisiin päämääriin

Kaupunkilaisprofiilit lähestymistapana tarjoaa keinoja ymmärtää kaupunkilaisten motivaatioita, joka antaa suunnan kehittämiselle. Ne tarjoavat keinoja kehittää palveluita houkuttelevammiksi ja poistaa esteitä niihin osallistumiselta.

Panostusten kohteet ja valinnat tehdään erikseen – profiilit eivät itsessään määrää, keneen tai keihin meidän tulee keskittyä.

Pikakatsaus profileihin jatkuu [sivulla 22](#)



### Asiakaslähtöisen ajattelun vakiinnuttaminen

Profiilit ja niiden kanssa käytettävä työkirja tarjoavat käytännön työkaluja ihmislähtöiseen ajatteluun ja palveluiden kehittämiseen. Samalla ne vakiinnuttavat ihmislähtöisyyttä tekemisen tavaksi.

Profiilit ja palvelumuotoilun menetelmät antavat kasvat kaupunkilaisille, jolloin heihin on helpompi samaistua. Ne ohjaavat tekemistämme, innostavat ja saavat aikaan muutosta. Näin asiakastietoa voidaan entistä paremmin kanavoida osaksi palvelukehitystä.

# 1

## Projektin esittely

# 1.3

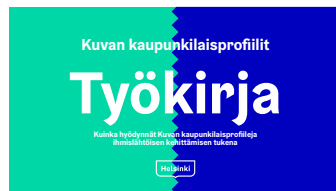
## Työn lopputulemat

Profilointiprojektin lopputulemana syntyivät itse profiilit sekä niiden käyttöön ohjaava työkirja. Tässä esityksessä esitetään itse profiilit – tutustu niihin ensin! Kun olet tullut profiilien kanssa tutuksi ja on aika käydä toimeen, tartu Työkirjaan. Työkirjan löydät ladattavista materiaaleista.



### Profiilit

- Motiiveihin perustuva profilointi kaupunkilaisista



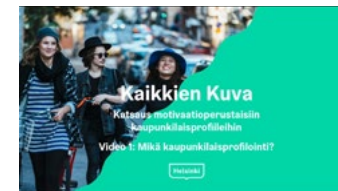
### Työkirja

- Palvelumuotoilun menetelmien työkirja, joka mm. tukee profiilien hyödyntämistä ja käyttöönottoa



### Ladattavat materiaalit

- Esitykset, työpohjat, taustamateriaalit jne.  
[digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit](https://digi.hel.fi/kaupunkilaisprofiilit)



### Profilivideot

- Tiivit introvideot profiilien perusteista
- 1: <https://vimeo.com/270663954>
- 2: <https://vimeo.com/270664035>
- Salasana: KaikkienKuva





# 2

## Miten profilointi tehtiin?

Helsinki

### 2.1

Kaupunkilais-  
profilointi Kuvalaisilta  
Kuvalaisille

### 2.2

Näin projekti eteni

### 2.3

Kaupunkilais-  
näkökulmaa viidellä  
tavalla

### 2.4

Vapaa-ajan merkityk-  
set kaupunkilaisille

## 2

### Miten profilointi tehtiin

# 2.1

## Kaupunkilais- profilointi Kuvalaisilta Kuvalaisille

## Profilointi on Kuvalaisilta Kuvalaisille

Kaupunkilaisprofilointi luotiin alkuvuoden 2018 aikana Kuvan asiakaslähtöisen tekemisen tueksi. Koska profiloinnin tavoitteena on tukea ja levittää asiakaslähtöistä ajattelua, oli alusta asti selvää, ettei myöskään profiileja työstettäisi tutkijankammioon sulkeutuneina. Sen sijaan työhön otettiin tiiviisti mukaan niin Kuvan työntekijöitä (profiloinnin käyttäjiä) kuin kaupunkilaisiakin (Kuvan asiakkaita).

Profilointi onkin luotu tiiviissä yhteistyössä kuvalaisten kanssa, huolehtien myös organisaation eri osien edustuksesta. Kuvalaiset ovat osallistuneet profilointiprojektiin monipuolisesti sen eri vaiheissa:

- Asiakasymmärryksen kartuttaminen (Palvelusafarit ja Kaupunkilaiskohtaukset)
- Profiloinnin testaaminen ja hiominen työpajoissa
- Profiilien käyttöönottoa tukevan työkirjan menetelmien testaaminen ja kehittäminen

Samalla...

- Kynnys kaupunkilaisten osallistamiseen ja kohtaamiseen madaltui
- Syntyi palvelualueiden välisiä kohtauksia sekä tiedon ja ideoiden ristiinpölytystä

Profiilien tekoprosessin tuloksena syntyi siis paitsi käytännölliset työkalut asiakaslähtöiseen tekemiseen, myös uutta osaamista, oivalluksia ja uusia tuttavuuksia kuvalaisten kesken.



## 2

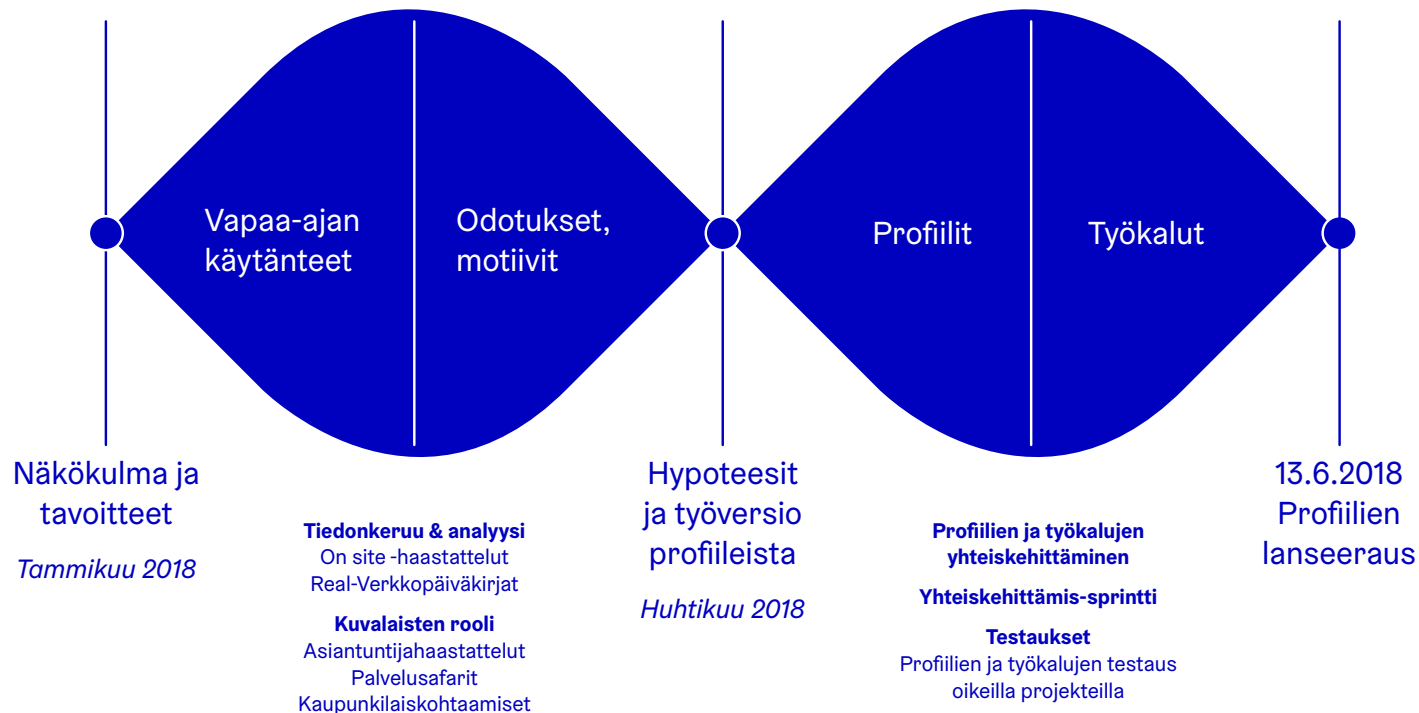
Miten profilointi  
tehtiin

# 2.2

Näin projekti  
eteni

### Ymmärryksen kerryttäminen

### Profiilien luominen



## 2

Miten profilointi  
tehtiin

### 2.3

**Kaupunkilais-  
näkökulmaa  
viidellä tavalla**

## 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

### **Kaupunkilais- kohtaamiset**

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

## 4

### **Asiantuntijahaas- tattelut**

- Asiasrajapinnassa toimivien henkilöiden haastattelut Kuvan eri toimipisteissä

## 5

### **Tuorein asiakastieto**

- Tuoreimman ja tärkeimmän asiakastiedon hyödyntäminen ja syntetisointi

## 2

Miten profilointi  
tehtiin

## 2.3

Kaupunkilais-  
näkökulmaa  
viidellä tavalla

## Kaupunkilaisten osallistaminen verkossa REAL-verkkoalustalla

Profiloinnin päähenkilöt, kaupunkilaiset itse, pääsivät ääneen verkkopäiväkirjojen muodossa. Verkkopäiväkirjoissa syvennyttiin kaupunkilaisten vapaa-aikaan ja sitä ohjaaviin motivaatioihin heidän itsensä kertomana. Verkkopäiväkirjat muodostivat pohjan profiloinnille.

- Toteutettiin maaliskuussa 2018
- Osallistujina n, 35 henkilöä
- Syntyneet 1938–1997
- Asuvat ympäri kaupunkia
- Voittopuolisesti suomenkielisiä, muita äidinkieliä ruotsi ja dari
- Eläkeläisiä, sairaseläkeläisiä, kaikenlaisia työntekijöitä, työttömiä, opiskelijoita, yrittäjiä
- Kimppa-asujia, lapsiperheitä, pariskuntia, yksin asuvia



## 2

Miten profilointi  
tehtiin

# 2.3

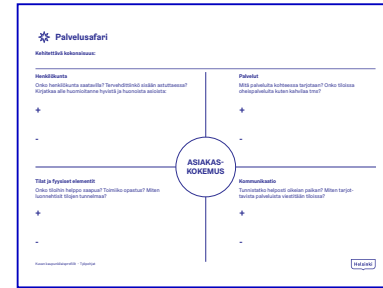
**Kaupunkilais-  
näkökulmaa  
viidellä tavalla**

## Palvelusafarit – kaupunkilaisten haastattelut ja havainnointi Kuvan palveluissa

Safarissa kuvalaiset lähtivät tutkimusretkelle oman palvelun ulkopuoliseen palveluun, tavoitteenaan asettua palveluja käyttävien kaupunkilaisten asemaan: kuunnella ja ymmärtää sitä, mitä palvelujen käyttäjät tarkalleen ottaen haluavat ja hakevat. Safari lisää ymmärrystä palvelujemme käyttäjistä – sekä nykyisistä että potentiaalisista. Safari on menetelmä, jota voidaan käyttää kuvan toiminnan kehittämisessä myös jatkossa ja kanavoida safareissa synnytetty tieto ja näkemys osaksi Kuvan kehittämistyötä.

### Miten toteutettiin?

- 54 Kuvan työntekijää
- 18 eri palvelua
- 127 osallistettua kaupunkilaista



## 2

Miten profilointi  
tehtiin

### 2.3

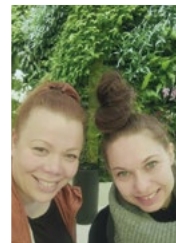
**Kaupunkilais-  
näkökulmaa  
viidellä tavalla**

## Kaupunkilaiskohtaamiset – kaupunkilaisten haastattelut heidän arkisessa ympäristössään

Kaupunkilaiskohtaamisissa kuvalaiset jalkautuivat kokonaan kuvan palveluiden ulkopuolelle, kohtaamaan kaupunkilaisia heidän omissa arjen ympäristöissään. Kaupunkilaiskohtaamisten tavoitteena on avata näkökulmaa omien palveluiden ulkopuolelle: päästä lähemmäksi kaupunkilaisten arjen käytäntöjä sekä ymmärtää paremmin motivaatioita, jotka ohjaavat heidän toimintaansa.

### Miten toteutettiin?

- 13 Kuvan työntekijää
- 9 kohtaamispaikkaa
- 32 osallistettua kaupunkilaista



## 2

Miten profilointi  
tehtiin

### 2.3

**Kaupunkilais-  
näkökulmaa  
viidellä tavalla**

## Asiantuntijahaastattelut: Kuvan asiantuntijoiden asiakasymmärryksen kerääminen

Kuvan palveluissa piilee valtavasti tietoa kaupunkilaisista ja heidän tarpeistaan liittyen Kuvan palveluihin. Tätä hiljaista tietoa kerättiin profiloinnin tueksi asiantuntijahaastatteluilla.

Asiantuntijahaastattelut toteutettiin seuraavissa kohteissa:

Maunula-talo, Stoa, Kanneltalo, Tapanilan ja Kallion kirjastot, Nuorisopalvelu ja Reaktori, Kuvan markkinointi ja viestintä, Liikuntamyylly ja Kisahalli, Merelliset palvelut, HAM ja Matkailu





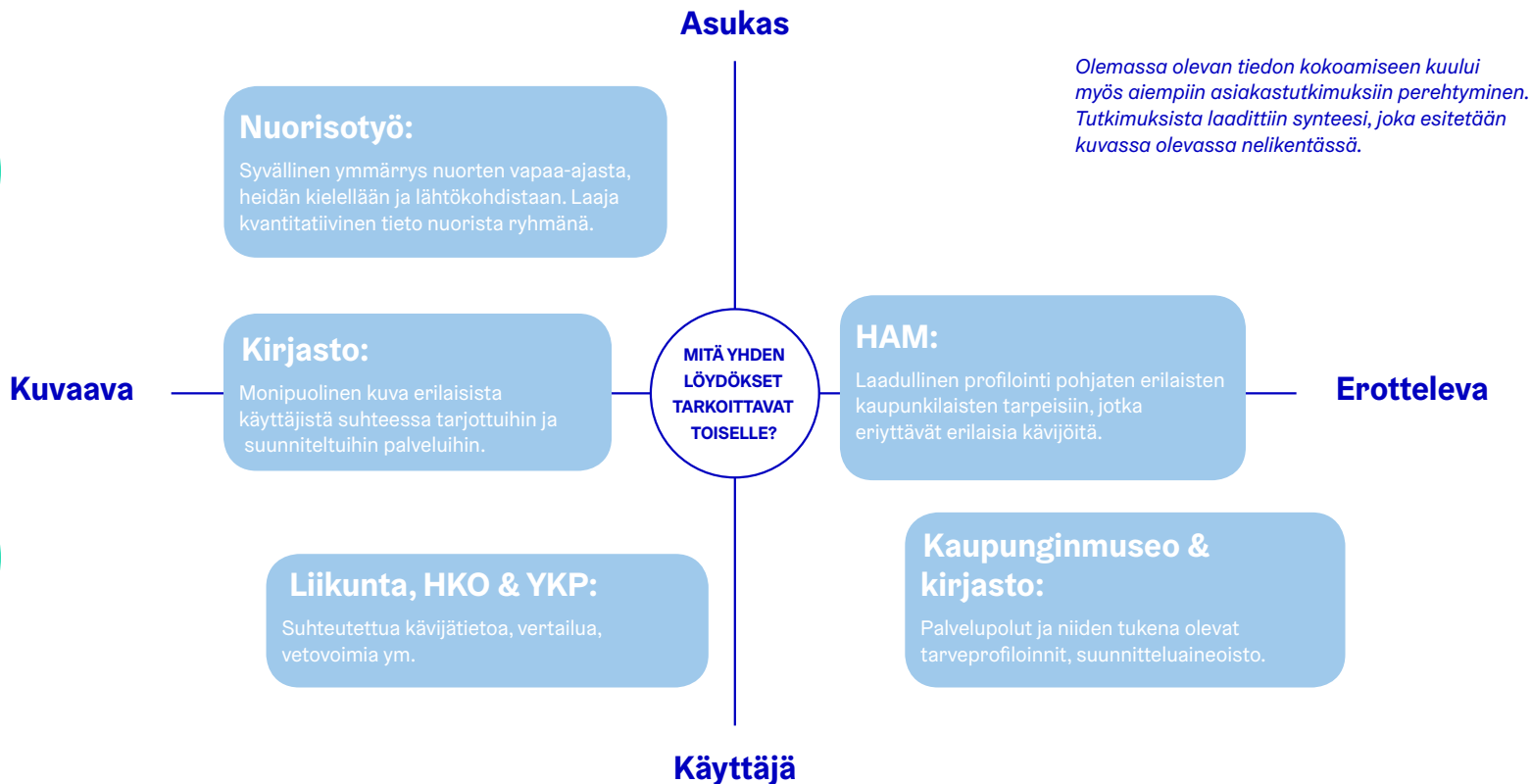
## 2

Miten profilointi  
tehtiin

# 2.3

**Kaupunkilais-  
näkökulmaa  
viidellä tavalla**

## Palvelukokonaisuuksissa tehdyistä asiakasymmärrystutkimuksista tehty synteesi



## 2

Miten profilointi  
tehtiin

# 2.4

Mitä vapaa-  
aika merkitsee  
kaupunki-  
laisille?

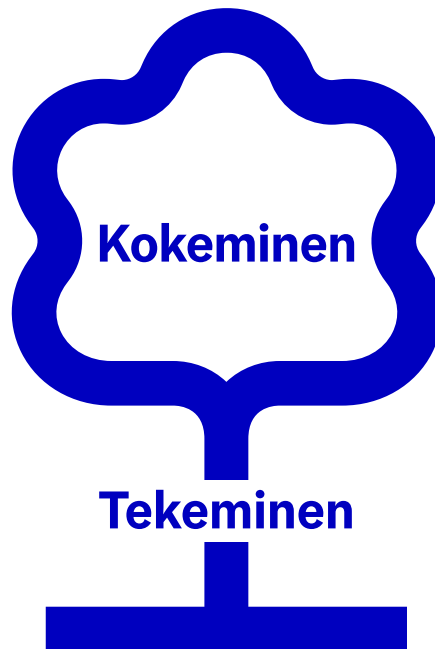
**Kaupunkilaisosallistamisista opimme, että vapaa-aikaa luonnehtii...**

### 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

## 2

Miten profilointi  
tehtiin

# 2.4

Mitä vapaa-  
aika merkitsee  
kaupunki-  
laisille?

## 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.

PITKÄAIKAISUUS, PYSYVYYS ↔ AJANKOHTAISUUS, UUTUUS

PAIKKASIDONNAINEN ↔ KOKO KAUPUNKI

SPONTAANI ↔ SUUNNITELMALLINEN

OMAEHTOINEN ↔ OHJATTU

AJANVIETE ↔ TAVOITTEELLINEN

YHDESSÄOLO KESKIÖSSÄ ↔ SISÄLLÖT KESKIÖSSÄ

2

Miten profilointi  
tehtiin

## 2.4

Mitä vapaa-  
aika merkitsee  
kaupunki-  
laisille?

**”Vapaa-aika on sitä kaikkein tärkeintä aikaa, ja pyrinkin erittäin aktiivisesti kieltäytymään kaikista kalenterisitoumuksista, jotta voin spontaanisti tehdä, mitä milloinkin huvittaa. Hyvä vapaa-aika on juuri sitä, mitä se semanttisesti tarkoittaa, eli täysin vapaata aikaa ilman sitoumuksia. Sinänsä on toissijaista, mitä vapaa-ajalla tekee, vai tekeekö yhtään mitään.”**

*Mies -79*

2

Miten profilointi  
tehtiin

## 2.4

Mitä vapaa-  
aika merkitsee  
kaupunki-  
laisille?

**”No ollakseen kunnon ihminen/ajassa mukana niin on hyvä jos silloin tällöin käy teatterissa, museossa, lukee romaanin. Kahvipöytäkeskusteluissa on hyvä pystyä kehumaan jotain näyttelyä. Toki rakastan taidetta, mutta ruuhkavuosissa siinä on myös pieni suorittaminen.”**

*Nainen -82*

**”Hyvää vapaa-aikaa ei aina jaksu viettää. Lisäksi lapset ei aina innostu siitä, minkä kokee hyväksi vapaa-ajaksi, vaan haluavat lusmuilla kotona tai kotipihaassa.”**

*Mies -74*

2

Miten profilointi  
tehtiin

## 2.4

Mitä vapaa-  
aika merkitsee  
kaupunki-  
laisille?

**”Vapaa-aika voi olla joko täysin rentoutumista ja akkujen lataamista tai sitten energisöivää ja innostavaa (kulttuuri, kaverit, urheilu). Mielentilasta ja vuodenajasta riippumatta tavoitteena on saada viikon aikana kumpaakin tasapuolisesti. Jos siinä ei onnistu pitkään aikaan, niin alkaa vähän masistella.”**

*Nainen -89*

2

Miten profilointi  
tehtiin

## 2.4

Mitä vapaa-  
aika merkitsee  
kaupunki-  
laisille?



**”Kaupungin kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut ovat tietysti tarkoitettu kaikenlaisille ikäryhmille pienimmän yhteisen nimittäjän mukaan, joten ne ovat tällaisen puolivallattoman keskivartalolihavan kolmekymppisen miehen näkökulmasta jokseenkin puisevaa tavaraa. Vesivärikurssit, kuorolaulu, kirjastot ja sauvakävely eivät oikein innosta, ja sellainen mielikuva minulla kaupungin järjestämisestä tapahtumista on. Toivoisin, että kaupungilla olisi jotain K-18 sisältöäkin tarjottavana, kuten vaikkapa viininmaistelua tai sinkkuiltamia”**

*Mies -79*

Kuvan kaupunkilaisprofiilit

# 3

## Kaupunkilais- profiilit

Helsinki

### 3.1

Profilointi perustuu motivaatioihin ja tarpeisiin

### 3.2

Akselit profiloinnin pohjalla: pystyvyys ja avoimuus

### 3.3

Kuvan tapa vastata tarpeisiin: mahdollistaminen ja houkuttelu

### 3.4

Neljä kaupunkilaisprofiilia

### 3.5

Huomioita profiileista



# 3

## Kaupunkilais- profiilit



### Näin tutustut profiileihin

Profilointi kiteytyy nelikenttään, jonka akselit esittelemme seuraavilla sivuilla. Tutustu akseleihin huolellisesti, sillä niiden ymmärtäminen on välttämätöntä profiloinnin ymmärtämisen kannalta.

Akseleiden esittelemisen jälkeen kerromme, miten kaupunkilaisten tarpeet vaihtelevat sen mukaan, mihin kohtaan akseleita he sijoittuvat. Kerromme myös, miten erilaisia kaupunkilaisia voidaan tämän ymmärryksen pohjalta tavoittaa.

Akseleista muodostuvaan nelikenttään syntyy neljä erilaista profiilia – Kuvan kaupunkilaisprofiilit. Esittelemme profiilit ensin yhdessä. Sitten syvennymme tarkemmin kunkin profiilin erityispiirteisiin, motivaatioihin ja tarpeisiin.

Introvideot profiileista (salasana: KaikkienKuva):

<https://vimeo.com/270663954>

<https://vimeo.com/270664035>

Lisää materiaalia profiilien käyttöön löydät myös [ladattavista materiaaleista](#)

Kokemuksia ja vertaistukea voi jakaa ja saada Facebook-ryhmästä [HKI Kuva Asiakasprofiilit](#)



### 3

## Kaupunkilais- profiilit

# 3.1

## Profilointi perustuu motivaatioihin ja tarpeisiin

Kuvan profilointi kertoo kaupunkilaisista ja heidän motivaatioistaan ja tarpeistaan. Tämä eroaa perinteisestä tavasta segmentoida asiakkaat esimerkiksi ikäryhmän, sukupuolen tai muun demografisen piirteen mukaan. Yksi kaupunkilainen voi siten kuulua moneen profiliin riippuen siitä, minkä palvelun näkökulmasta häntä tarkastelemme: erilaiset motivaatiot ja tarpeet korostuvat eri tilanteissa, tarpeissa ja palveluissa. Motiivipohjaisella profiloinnilla on monta etua:

### KAUPUNKILAISEN NÄKÖKULMA YHDISTÄÄ KUVAA

- Kuvan palvelut ovat moninaisia – mutta kaikkia yhdistävä nimittäjä on kaupunkilainen. Jaettu profilointi luo Kuvalle yhteistä kieltä puhua asiakkaista ja heidän tarpeistaan.

### KAUPUNKILAISEN NÄKÖKULMA KATTAA SEKÄ KÄYTTÄJÄT ETTÄ EI-KÄYTTÄJÄT

- Kaupunkilaisista puhuminen mahdollistaa sekä käyttäjistä että ei-käyttäjistä puhumisen (toisin kuin esimerkiksi pelkkien asiakkaiden profilointi). Motiiveihin perustuva profilointi auttaa sekä nykyisten että mahdollisten tulevien asiakkaiden houuttelemisen.

### PROFILOINTI ELÄÄ KAUPUNKILAISTEN MUKANA

- Profilointi on suunniteltu alusta asti päivitettäväksi ja kuvalaisten muokattavaksi. Se on valmis käytettäväksi, mutta ei muuttumaton ja jäykkä. Kun kaupunkilaiset ja heidän tarpeensa muuttuvat, profilointi muuttuu heidän mukanaan.



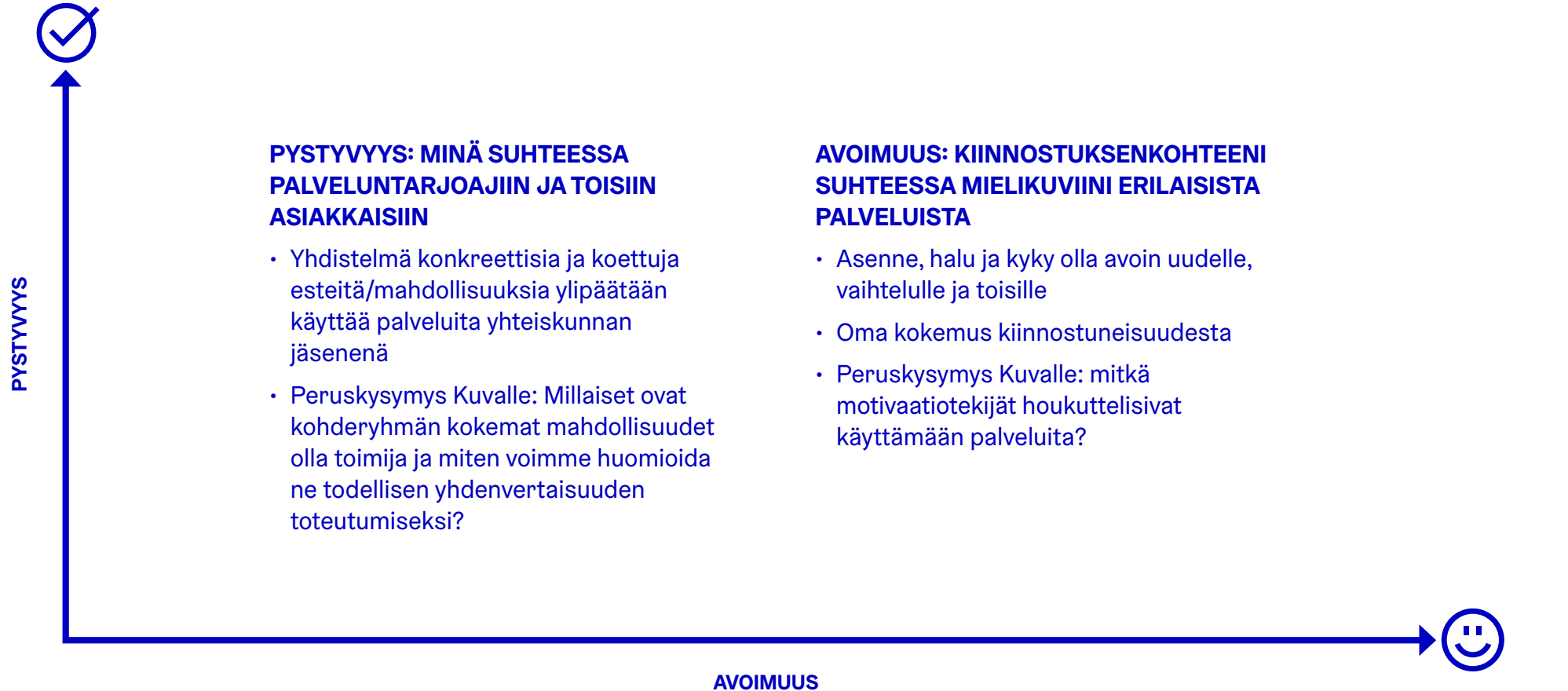
3

**Kaupunkilais-  
profiilit**

**3.2**

**Akselit  
profiloinnin  
pohjalla**

# **Akselit profiloinnin pohjalla: pystyvyys ja avoimuus**



### 3

## Kaupunkilais- profiilit

# 3.2

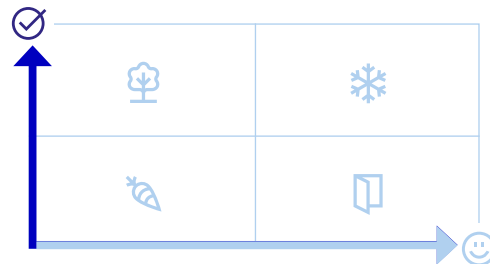
## Akselit profiloinnin pohjalla

## Pystyvyys

Pystyvyys kuvaa ihmisen mahdollisuuksia toimia ja hänelle tarjoutuvaa valinnanvaraa. Erilaiset mahdollisuudet vaikuttavat myös kykyyn osallistua Kuvan palveluihin tai hyödyntää niitä. Pystyvyys-akselilla liikutaan, kun pohditaan näitä mahdollisuuksia ja niiden rajoitteita, toisin sanoen, aidon yhdenvertaisuuden toteutumista.

### Pystyvyyteen voivat vaikuttaa esimerkiksi...

- Kielen ja kulttuurin tuntemus
- Rahalliset resurssit
- Liikkumisen mahdollisuudet, esteettömyys ja saavutettavuus



- Elämäntilanne esim. pienten lasten tarpeet
- Sosiaalinen pääoma kuten sosiaalisten koodien tuntemus ja siitä kumpuava varmuus toimia eri tilanteissa
- Teknologiset taidot, kyky ja varmuus käyttää digitaalisia välineitä

### Tavoite pystyvyyden huomioimiselle: Tehdä aidosti mahdolliseksi valita palvelu

- Yhdenvertaisuuden toteutumiseksi ei riitä, että “tehdään kaikille” tai “kaikki ovat tervetulleita”. On myös osattava tunnistaa, mitkä asiat luovat esteitä, ja miten niitä voidaan poistaa.
- Fyysisten esteiden poistamisen lisäksi myös yhdenvertaisella kohtelulla ja avoimella asenteella kaikkia kohtaan luodaan turvallista ja avointa ilmapiiriä.

### Peruskysymys Kuvalle:

- Millaiset ovat kohderyhmän kokemat mahdollisuudet olla toimija ja miten voimme huomioida ne?



### 3

## Kaupunkilais- profiilit

# 3.2

## Akselit profiloinnin pohjalla



## Avoimuus

Kuvan palvelujen käyttö perustuu vapaaehtoisuuteen, omaan vapaaseen haluun hyödyntää palveluita. Siksi avoimuus-akseli kuvaa avoimuutta, vapaata halua käyttää Kuvan palveluita ja kokeilla uutta.

### Avoimuuteen voivat vaikuttaa esimerkiksi...

- Persoonallisuuteen liittyvä kiinnostus uuden kokeilemiseen ja kokemiseen
- Elämäntilanne ja sen tarpeet
- Yleinen jaksaminen
- Suhtautuminen kaupungin palveluihin tai



viranomaisiin yleisemmin

### Tavoite avoimuuden huomioimiselle: Tehdä mahdollisimman monenlaisille ihmisille houkuttelevaksi valita palvelu

- Esteiden poistamisen lisäksi on huolehdittava myös aktiivisesta syystä tulla. Avoimuus-akselilla liikutaan aina, kun pohditaan erilaisten ihmisten houkuttelemista mukaan.

### Peruskysymys Kuvalle:

- Mitkä motivaattorit houkuttelisivat käyttämään palveluita?





3

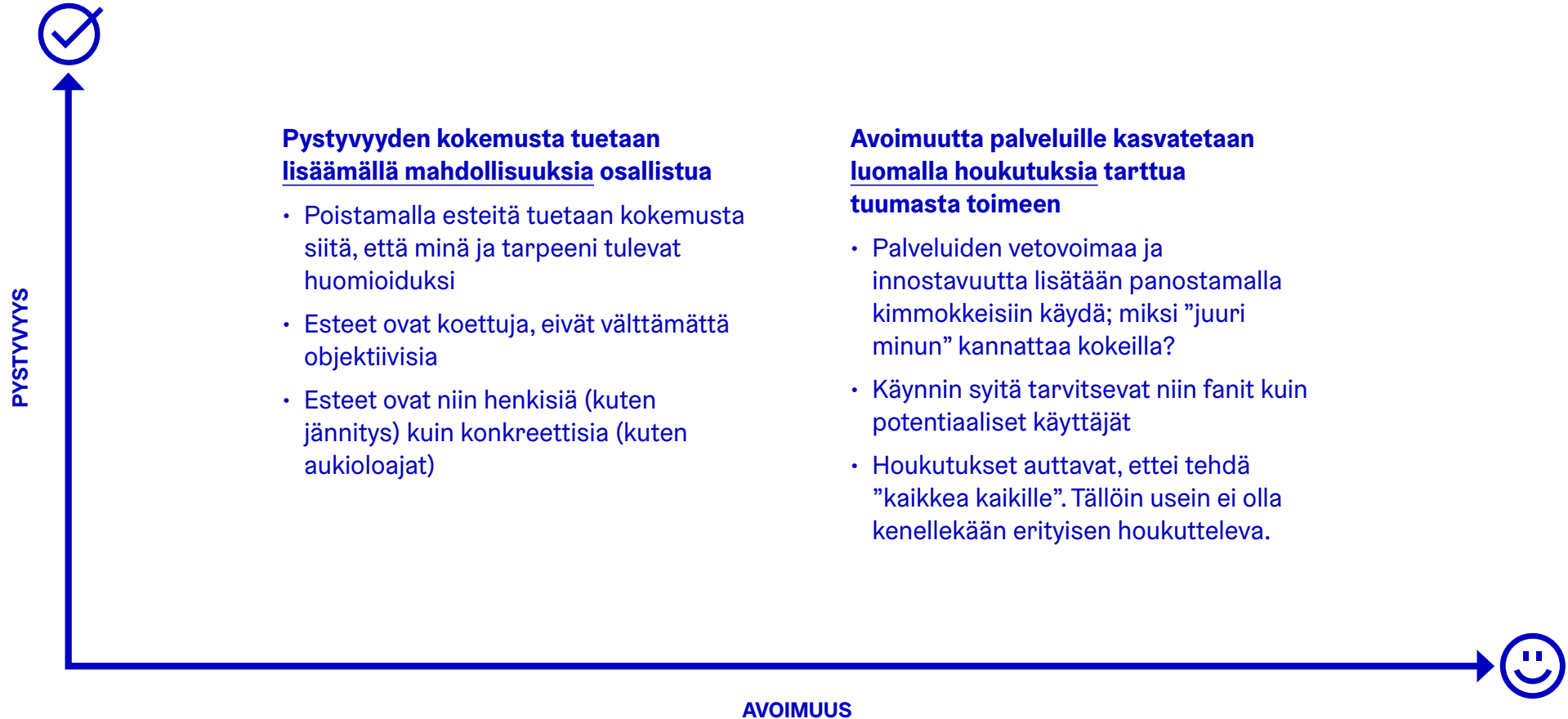
**Kaupunkilais-  
profiilit**

**3.3**

**Kuvan tapa  
vastata  
tarpeisiin**

# **Kuvan tapa vastata tarpeisiin: Houkuttaminen ja Mahdollistaminen**

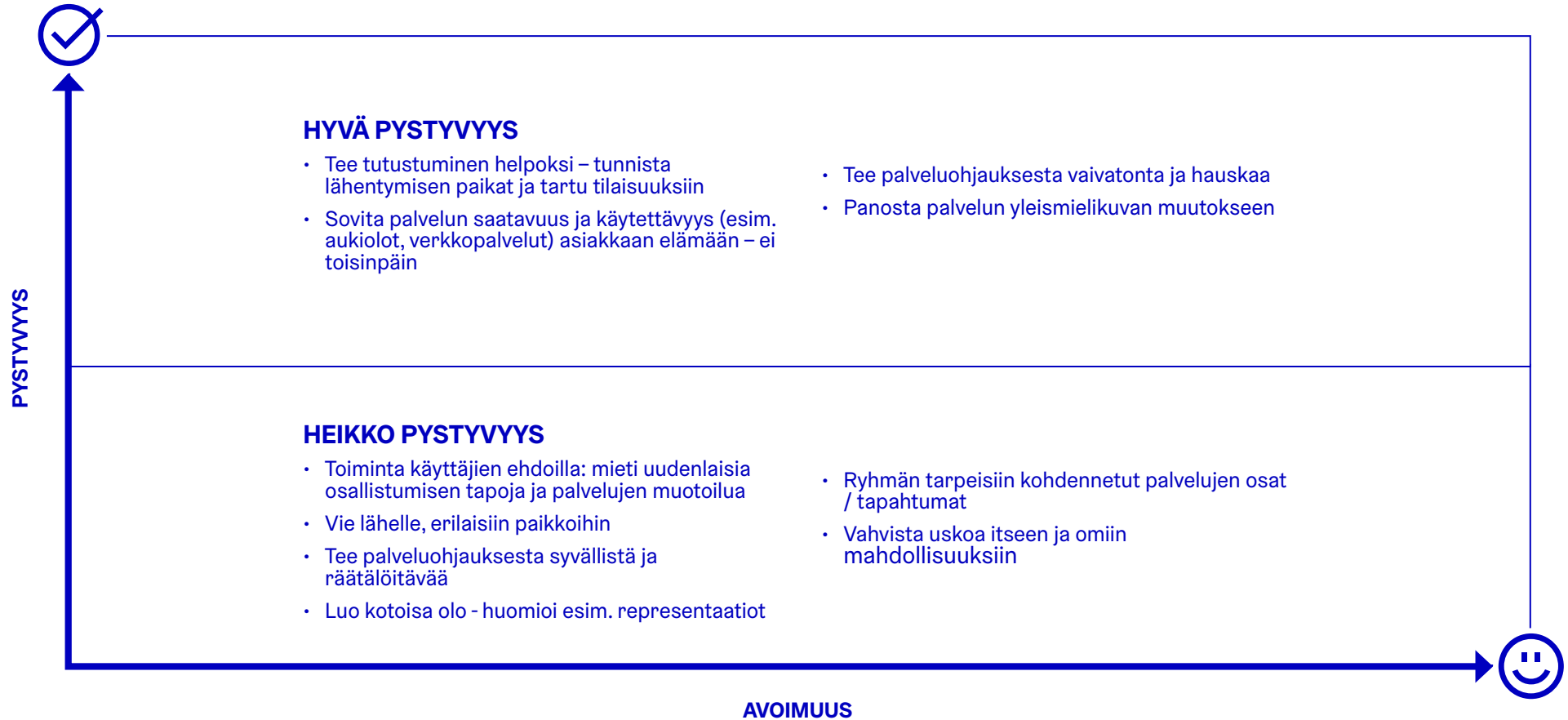
## 3.2 Kuvan tapa vastata tarpeisiin: Houkuttaminen ja Mahdollistaminen







# Pystyvyys: mahdollista!





3

**Kaupunkilais-  
profiilit**

**3.4**

**Neljä  
kaupunkilais-  
profiilia**

**Näiden akseleiden  
pohjalta syntyy neljä  
kaupunkilaisprofiilia.**



## Kaupunkilaisprofiilit



### Järkkymättömät

Pystyviä, mutta eivät kovin avoimia – järkkymättömät ovat oman tiensä kulkijoita.

He ovat kuin kotonaan oman juttunsa parissa, mutta kokevat itsensä vieraaksi muualla. Järkkymätön saattaa olla hyvin sitoutunut johonkin aiheeseen, alueeseen, harrastepaikkaan tai jopa ohjaajaan – leimallista hänelle on vähäinen halukkuus vaihtaa tai varioida.

Järkkymättömän aktivoimisen haaste on, että hän viihtyy omalla alueellaan eivätkä helposti koe tarvetta laajentaa piiriään.



### Hemmotellut

Avoin, kiinnostunut ja pystyvä – hemmotellut ovat kaupunkilaisia, joille monet mahdollisuudet ovat avoinna ja jotka myös hyödyntävät niitä innokkaasti.

Hemmotellut ovat aktiivisia ja suhteellisen vapaita seuraamaan kiinnostuksiaan. He ovat nähneet paljon ja ovat tietoisia tarjonnasta. Siksi heidän kriteerinsä ovat hioutuneet korkeiksi ja vaatimukset palveluille ovat korkeat.

Koska hemmotelluille tarjoutuu paljon vaihtoehtoja, on yksittäisen palvelun kyettävä erottumaan joukosta ja viestimään ainutlaatuisuuttaan.



### Innostettavat

Innostettavat ovat kaupunkilaisia, joilla on aitoja rajoitteita, jotka tekevät palvelujen käytön mahdollisuudesta etäisen (niin Kuvan kuin muidenkin).

Rajoitteet saattavat olla selkeitä ja tiedostettuja (kuten raha, liikkuvuus tai kielitaito), tai vaikeammin hahmotettavia (kuten usko omiin mahdollisuuksiin ja kelpaamiseen tai sosiaaliset taidot joita osallistuminen saattaa vaatia).

Innostettavien tavoittamisen haaste on, että kokemuksia omien mahdollisuuksien rajoitteista on kertynyt paljon. Omat odotukset on sovitettu niihin eikä omista ympeyröistä mielellään uskaltauduta ulos.



### Toiveikkaat

Toiveikkaat ovat kiinnostuneita ja innostuneita, mutta osallistumista hidastaa jokin selkeä este.

Rajoitteet saattavat liittyä elämäntilanteellisiin syihin kuten rahatilanteeseen (esim. työttömyys tai opiskelu), perhetilanteeseen (esim. pienet lapset kotona), terveystilanteeseen (esim. liikkumisen rajoitteet ja esteettömyys). Ne eivät kuitenkaan saa Toiveikkaita heittäämään pyyhettä kehään: kiinnostus osallistua on vahva.

Toiveikas on siitä kiitollinen tavoiteltava, että itselle sopivia palveluita uskalletaan yhä toivoa ja vaatiakin. Toiveikkaiden esteet on vain tunnistettava ja autettava toiveikas niiden yli.

PYSTYVYYS

AVOIMUUS



### 3

## Kaupunkilais- profiilit

# 3.4

## Neljä kaupunkilais- profiilia

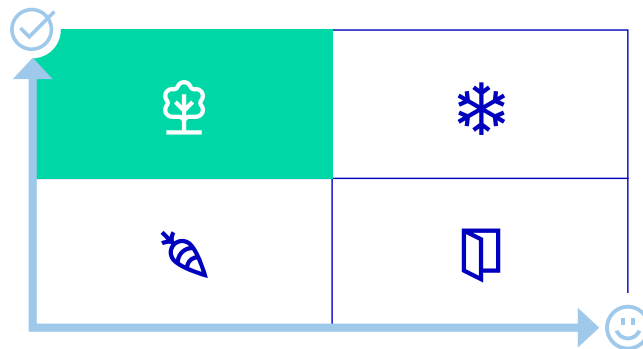


### Järkkymättömät

#### Hyvä pystyvyys, mutta vähäinen avoimuus

Kykeneviä, mutta eivät kovin avoimia – järkähtämättömät ovat oman tiensä kulkijoita, jotka tietävät mistä pitävät.

Järkkymätön on vahvasti sitoutunut omaan juttuunsa – esimerkiksi aiheeseen, alueeseen, harrastepaikkaan tai vaikka tiettyyn ohjaajaan. Keskeistä on hänen vähäinen halukkuutensa vaihtaa, varioida tai kokeilla. He ovat kotonaan oman juttunsa parissa, mutta kokevat itsensä vieraaksi muualla.



#### Suhde Kuvan palveluihin

Järkkymättömien mielikuva kaupungin palveluista on melko pysyvä ja korostuneesti oman (mahdollisen) käytön värittävä.

#### Haaste Kuvalle

Järkkymättömän aktivoimisen haaste on, että he eivät juuri koe tarvetta laajentaa piiriään.

#### Houkuta & mahdollista

Järkkymättömät täytyy houkutella mukaan heidän omilla ehdoillaan, omien kiinnostuksen kohteittensa ja suosimiensa osallistumistapojen kautta. Kokeilemaan saaminen on korkein kynnyks – mutta parhaimmillaan järkkymättömästä voi sukeutua uskollinen kanta-asiakas.

3

Kaupunkilais-  
profiilit

3.4

Neljä  
kaupunkilais-  
profiilia



## Järkkymättömät omin sanoin

*”En ole kyllä Kaupunginorkesterin konserttien kävijä. Palautunee lähinnä siihen, ettei ihan istu siihen musiikkityyliin, jota kuuntelen. (...)Siis en koe, että Kaupunginorkesterissa on vikaa tai että minkään pitäisi muuttua, että juuri minut saataisiin paikalle.”*

*”Käytän kirjastoa lähes yksinomaan kirjojen lainaamiseen. Arvostan muitakin kirjaston palveluita ja sitä, että minulla on tarvittaessa mahdollisuus käyttää niitä - mutta toistaiseksi en ole kokenut tarvetta.”*

*”Koska olen jo Elixian jäsen, minun kannattaa hyödyntää siihen liittyvät palvelut. Kodistani muutaman kilometrin säteellä on yhdeksän Elixian salia ja kymmeniä eri tunteja päivittäin.”*

### 3

## Kaupunkilais- profiilit

# 3.4

## Neljä kaupunkilais- profiilia

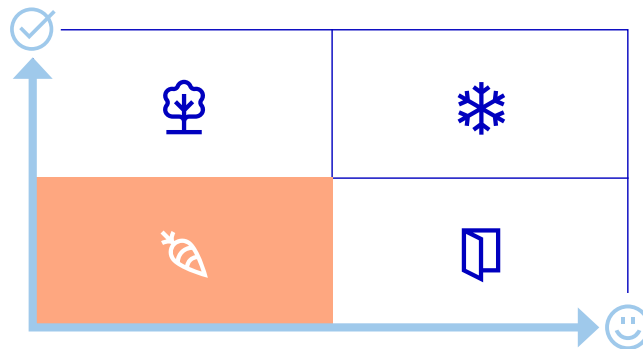


### Innostettavat

#### Heikko pystyvyys, vähäinen avoimuus

Innostettavilla on sekä tiedostettuja että tiedostamattomia esteitä, jotka tekevät palvelujen käytön mahdollisuudesta etäisen (niin Kuvan, kuin muidenkin tarjoamana). Avoimuutta uudelle heikentää se, että rajoitteisiin ollaan ajan myötä sopeuduttu ja odotukset sovitettu niihin.

Rajoitteet saattavat olla selkeitä ja tiedostettuja (kuten rahalliset resurssit, elämäntilanne, liikkuvuus, kielitaito), mutta myös hienosyisempiä ja vaikeammin



tunnistettavia (kuten usko omiin kykyihin ja kelpaamiseen, tai sosiaaliset taidot ja kulttuurinen osaaminen, joita osallistuminen saattaa vaatia).

#### Suhde Kuvan palveluihin

Mielikuva kaupungin palveluista on etäinen.

#### Haaste Kuvalle

Tavoittamista vaikeuttaa se, etteivät Kannustettavat helposti huomaa mahdollisuuksia, vaikka niitä olisi. Omista ympyröistä ei mieluusti uskaltauduta ulos.

#### Houkuta & mahdollista

Kuuntele arvostavasti passiivisen omia kiinnostuksia: miten hän haluaa viettää aikaa? Mahdollista menemällä lähelle, uskaltautumalla ulos omien seinien sisältä. Mieti myös, miten pitkällä tähtäimellä vaikuttaa lossulkeviin mielikuviin.



3

Kaupunkilais-  
profiilit

3.4

Neljä  
kaupunkilais-  
profiilia



Innostettavat omin sanoin



*”Musiikilla on aina ollut melko keskeinen osa elämässäni. Pelkään tosin kovasti, että konserttiin täytyy tälläytyä keskimääräistä siistimpiin vaatteisiin, mikä ei oikein tyyliini kuulu. Ihan noin huumorimelessä voisi olla esimerkiksi mainoskampanja, jossa frakkiin pukeutunut kapellimestari toivottaa Musiikkitalon aulassa Hankkija-lippikseen, kumisaappaisiin ja likaiseen verkkopaitaan pukeutuneen ukonrähjän tervetulleeksi kuuntelemaan Stravinskyn Kevätuhria.”*

*”Olen koululiikunnan 80-luvulla traumauttama. En usko, että mikään koskaan saa minua ohjatun liikunnan pariin.”*



### 3

## Kaupunkilais- profiilit

# 3.4

## Neljä kaupunkilais- profiilia

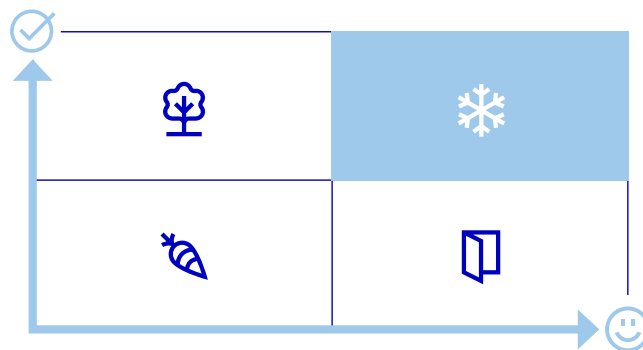


## Hemmotellut

### Korkea pystyvyys, suuri avoimuus

Avoin, kiinnostunut asenne ja runsaasti resursseja – hemmotelluille mahdollisuudet ovat avoinna ja niitä hyödynnetään innokkaasti.

Hemmotellut ovat aktiivisia altistamaan itseään erilaisille virikkeille ja suhteellisen vapaita seuraamaan kiinnostuksiaan. He ovat nähneet paljon ja ovat tietoisia tarjonnasta. Siksi heidän kriteerinsä ovat hioutuneet korkeiksi ja vaatimukset palveluille ovat korkeat.



### Suhde Kuvan palveluihin

Suhtautuminen kaupunkiin ja sen palveluihin on puheissa myönteinen. Kuitenkin itse asioidessa vaativuus ja valinnan kriittisyys on huipussaan, eivätkä tarjotut palvelut aina käytännössä yllä hioutuneisiin vaatimuksiin.

### Haaste Kuvalle

Koska hemmotelluille tarjoutuu paljon vaihtoehtoja, on yksittäisen palvelun kyettävä erottumaan joukosta ja viestimään ainutlaatuisuuttaan. Siksi heitä kiinnostavat paitsi palvelut itsessään, myös ilmiöt joihin ne kytkeytyvät ja jotka tekevät niistä erityisiä.

### Houkuta & mahdollista

Hemmotellut pitää houkutella mukaan tekemällä palveluista lippulaivoja vertaistensa joukossa. Osallistuminen pitää myös tehdä helpoksi: hemmotelluilla ei ole syytä tyytyä hankaliin aukioloaikoihin tai epäkäytännöllisiin sijainteihin.

### 3

## Kaupunkilais- profiilit

# 3.4

## Neljä kaupunkilais- profiilia



## Hemmotellut omin sanoin

*”Käyn kulttuuritapahtumissa, konserteissa, lauluesiintymiskeikoilla, leffoissa, teatterissa, tanssiesityksissä, taidelähtöillä, festareilla, workshopeissa, seminaareissa, verkostoitumistilaisuuksissa ym. (Kaikki näistä eivät ole välttämättä pelkästään pk-seudulla.): Saan ideoita, impulsseja ja inspiraatiota erilaisiin elämäntilanteisiin. Saan taukoa peruskuvioista. Voin jakaa kokemuksia muiden kanssa joko livenä tai somessa. Ymmärrän paremmin muita ja itseäni. Saan toteuttaa itseäni ja kokea läheltä muiden itsensä toteutukset.”*

*”Kirjastot ovat muuttuneet monitoimipalvelutaloiksi ja tätä kehitystä on syytä kehittää. Sähköisiä palveluja (lehdet, kirjat) käytän suhteellisen paljon ja ne ovat erinomaisia. Kirjastossa voisi olla varattavia kokoontumistiloja esim. pienten yhdistysten hallitusten kokouksia varten. Sieltä voisi olla lainattavissa erilaisia tuotteita, joita tarvitsee satunnaisesti: niiden ei tarvitsisi olla kuitenkaan ilmaisia.”*

### 3

## Kaupunkilais- profiilit

# 3.4

## Neljä kaupunkilais- profiilia

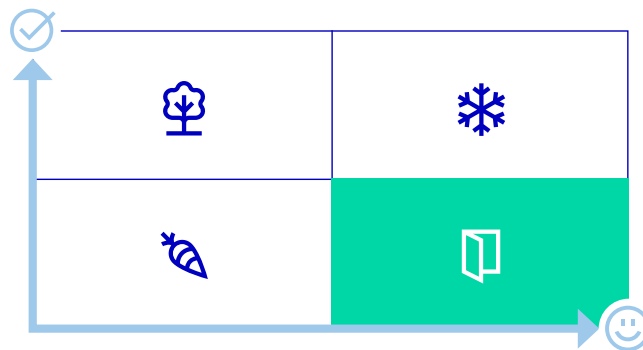


## Toiveikkaat

### Heikko pystyvyys, mutta suuri avoimuus

Toiveikkaat ovat asenteensa puolesta valmiina tarttumaan toimeen ja tulemaan paikalle, mutta osallistumista hidastaa itse tunnistettuja esteitä.

Palvelut siis voisivat kiinnostaa, mutta jokin estää tai hidastaa hyödyntämistä. Rajoitteet saattavat liittyä elämäntilanteellisiin syihin kuten rahatilanteeseen (esim. työttömyys tai opiskelu), perhetilanteeseen (esim. pienet lapset kotona), terveystilanteeseen (esim. liikkumisen rajoitteet). Toiveiden



ja mahdollisuuksien ristikkäisyys leimaa Toiveikkaiden suhdetta palveluiden käyttöön.

### Suhde Kuvan palveluihin

Mielikuva kaupungin palveluista odottavan kriittinen: vaikka taustalla on pettymyksiäkin, itselle sopivia palveluita uskalletaan yhä toivoa ja vaatiakin.

### Haaste Kuvalle

Kun taustalla on pettymyksiä kohdatuista esteistä, voi olla haastavaa palauttaa usko palveluiden saavutettavuuteen itselle. Toisaalta sisältöjen ollessa riittävän kiinnostavia Toiveikkaiden innokas asenne takaa kuitenkin kiinnostuksen.

### Houkuta & mahdollista

Osallistumisen esteet tulee tunnistaa ja poistaa. Se ei kuitenkaan riitä, vaan muutoksesta on myös tiedotettava – ja tiedotuksen on tavoitettava oikea kohderyhmä.



3

**Kaupunkilais-  
profiilit**

**3.4**

**Neljä  
kaupunkilais-  
profiilia**

40 • Kuvan kaupunkilaisprofiilit



## Toiveikkaat omin sanoin

*”Pidän opastetuista kierroksista, mutta työttömälle ne ovat liian kalliita muuten kuin satunnaisesti.”*

*”Toivoisin käyväni useammin kirjastossa, sillä viihdyn kirjaston ilmapiirissä. Koen kuitenkin olevani liian kiireinen käydäkseni kirjastossa arkisin ja siksi käyntini ovat supistuneet noin kertaan kuukaudessa.”*

*”Pyörätuolin lainaaminen museovierailun ajaksi niin, että saisi museolta avustajan mukaan työntämään tuolia ja mahdollisesti opastamaan näyttelyä läpi. Tällaiseen en ole vielä missään Helsingin museossa törmännyt. Pyörätuoleja on saatavilla mutta kaikki muu tarvittava oltava omasta takaa, joka on tylyä ja vaikuttaa huomattavasti kokonaisvaltaiseen kokemukseen. Tällä nykyisellä systeemillä en koe itseäni tervetulleeksi ja halutuksi vieraaksi museoon, tasavastaa puhumattakaan.”*

Pikakatsaus profileihin jatkuu sivulla 47



Eetu Ahonen / Helsinki Marketing

**Helsinki**

3

**Kaupunkilais-  
profiilit**

**3.5**

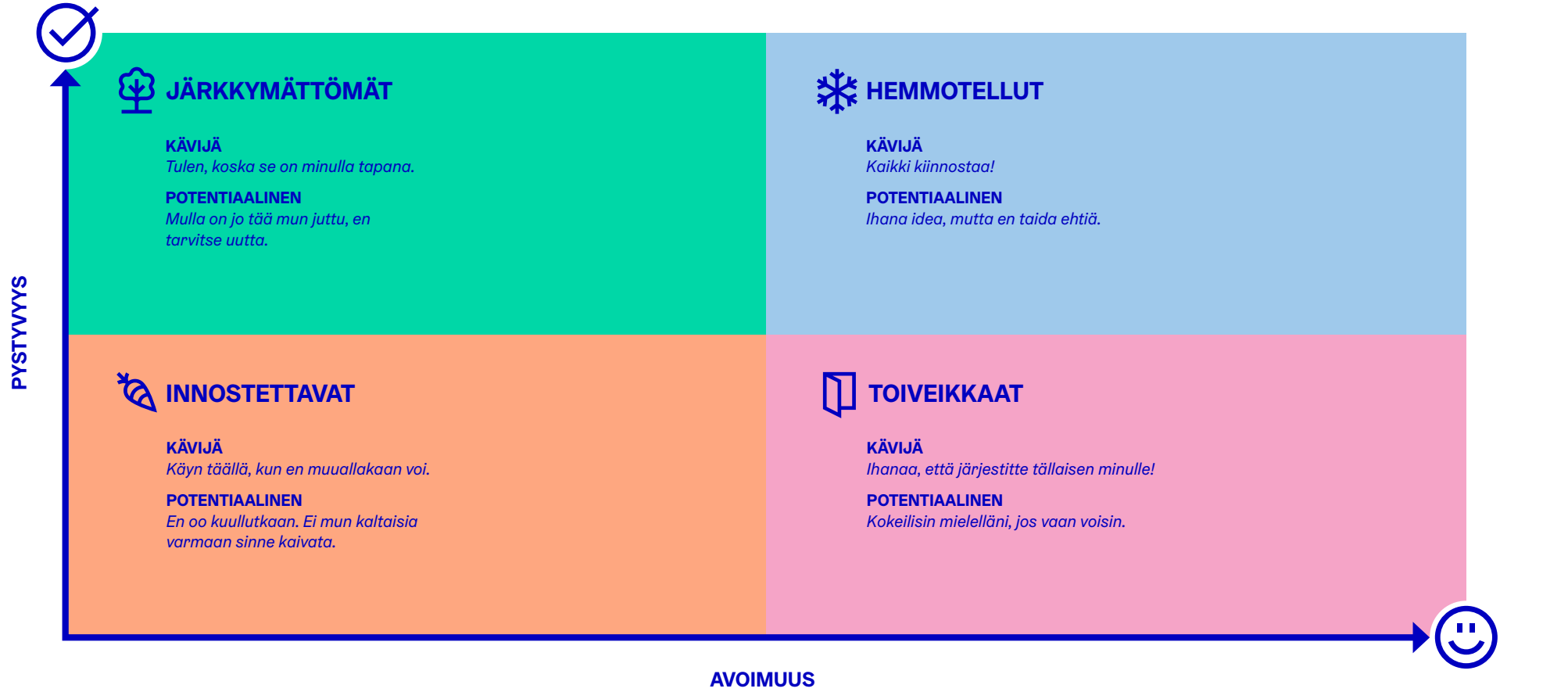
**Huomioita  
profiileista**

# Tarkentavia huomioita profiileista

**Yksi kaupunkilainen kuuluu ihmisenä aina moneen profiiliin. Motivaatiot on sidottu tilanteisiin, tarpeisiin – ja palveluihin.**



## Samassa profilissa voi olla sekä nykyisiä että potentiaalisia käyttäjiä



## Muista nämä käyttäessäsi profileja

**Profilointi kuvaa ihmistä suhteessa Kuvan palveluihin ja tilanteisiin. Siksi sama ihminen voi sijoittua eri laatikkoon eri palveluiden näkökulmasta.**

**Profilointi ei kuvaa ihmistä kokonaisuutena tai muuttumattomana. Kukaan ei ole aina ja kaikkialla vain yhtä profiilia.**

**Jokaisen profiilin sisällä löytyy sekä ei-käyttäjiä että käyttäjiä.**

**Profiloinnin tavoite ei ole siirtää ihmisiä laatikosta toiseen tai muuttaa heitä, vaan auttaa palvelemaan sekä nykyisiä että potentiaalisia käyttäjiä.**

**Profilointi on väline hahmottaa tapoja, joilla erilaisia ihmisiä voidaan palvella ja saavuttaa paremmin.**

**Profilointi ei aseta päämääriä tai anna vastauksia siihen, keitä meidän pitäisi palvella – se tarjoaa vain välineet minkä tahansa ryhmän tai ryhmien palveluiden kehittämiseen, joihin halutaan keskittyä.**



Kuvan kaupunkilaisprofiilit

# 4

## Profiilien käyttäminen

Helsinki

## 4.1

Mitä profileilla voi tehdä?

## 4.2

Aika ryhtyä hommiin!

# 4

## Profiilien käyttäminen

# 4.1

## Mitä profileilla voi tehdä?

# Kaupunkilaislähtöisen suunnitteluprosessin eteneminen

## 1) Määritä tehtävänanto



## 2) Lähde kehittämään

### Miksi tehdään?

Mikä tekee kyseisestä palvelusta merkityksellisen kaupunkilaisille? Tunnista motiivit palvelun kehittämisen takana ja linkitä ne kaupungin strategiaan.

### Mitä tehdään?

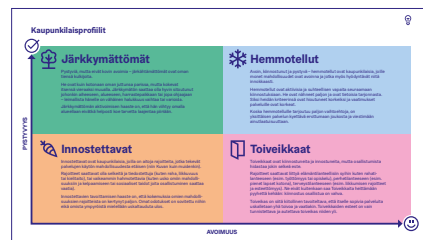
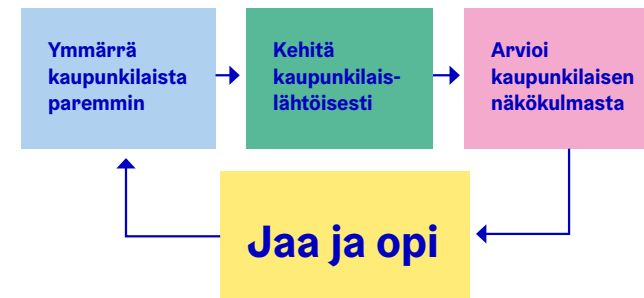
Määritä projektin fokus ja onnistumisen mittarit. Tarkastele olemassa olevaa tietoa aiheeseen liittyen ja kartoita henkilökunnan näkemystä suunniteltavasta asiasta.

### Kenelle tehdään?

Hyödynnä olemassa olevaa asiakastutkimusta ja -tietoa ja käytä profiilieta apuna määrittämään mille kohderyhmälle palvelua suunnitellaan ja mihin ymmärryksen lisääminen tulisi seuraavassa vaiheessa kohdentaa.

### Miten tehdään?

Valitse kyseiseen kehityskohteeseen parhaiten sopivat menetelmät. Käytä apuna työkirjan valmiita menetelmiä.



# 4

## Profiilien käyttäminen

# 4.1

## Mitä profileilla voi tehdä?

Profiilit ovat monipuolinen työkalu, joka auttaa tuomaan kaupunkilaisen tekemisen keskiöön eri tasoilla.





## 4

### Profiilien käyttäminen

## 4.2

### Aika ryhtyä hommiin!

# Tarkemmat ohjeet profiilien käyttöön löydät Työkirjasta

Lähtivätkö ideat jo lentoon? Haluatko jo päästä kokeilemaan profiilien hyödyntämistä käytännön työssä? Hienoa!

Profiloinnin on tarkoitus tulla kuvalaisten käyttöön ja jokapäiväisen työn avuksi, ei jäädä akateemiseksi harjoitukseksi. Siksi sen käyttöönottoa tukemaan on luotu erillinen työkirja.

Työkirja tarjoaa Kuvan käyttötarkoituksiin valikoituja käytännöllisiä työvälineitä siihen, miten motivaatioperustaisia asiakasprofileja voidaan hyödyntää Kuvan toiminnan kehittämisessä aina pienistä käytännön toimista isompiin kokonaisuuksiin ja pidemmän aikavälin palvelukokonaisuuksien suunnitteluun asti.

Työkirjassa kerrotaan mihin käyttötarpeeseen mitäkin menetelmää kannattaa soveltaa ja mitä niiden avulla voidaan saavuttaa. Asiakasprofileja ja työkirjassa kuvattuja menetelmiä käytetään yhdessä.

Erilaisten työmenetelmien sisältö kuvataan selkeästi ja havainnollisesti. Kuvauksien lisäksi työkirjasta löytyy valmiit työpohjat ja ohjeet, joiden avulla menetelmät on helppo ottaa osaksi omaa työskentelyä.

Löydät työkirjan [ladattavista materiaaleista](#).

Innostavia hetkiä profiilien käytön parissa!

Helsinki