

LIKKUVA AIKUIINEN

Liikuntaneuvonnan onnistunut verkkoviestintä

LIKKUVA AIKUINEN

Elokuu 2020

Liikkuva aikuinen -ohjelma
Lutakonaukio 1
40100 Jyväskylä
info@liikkuva aikuinen.fi

Katja Lindeman
katja.lindeman@liikkuva aikuinen.fi

Katariina Tuunanen
puh. 040 635 1026
katariina.tuunanen@liikkuva aikuinen.fi

Sisällys

Johdanto	1
Tiivistelmä	2
Selvityksen tarkoitus ja menetelmät	3
Tulokset ja johtopäätökset	5
Löytyykö liikuntaneuvonnasta tietoa verkosta?	5
Kertovatko verkkosivut kenelle liikuntaneuvonta on ja mitä siellä tapahtuu?	9
Motivoivatko verkkosivut asiakasta?	11
Vinkkejä vaikuttavampaan verkkoviestintään	15
Lähteet	16

Johdanto

Noin 80 prosenttia suomalaisista aikuisista ei liiku terveytensä kannalta riittävästi. Tietoa liikkumisen terveysvaikutuksista on, mutta liikkeelle lähteminen voi olla silti vaikeaa. Liikunta sairauksien ennaltaehkäisyssä ja hoidossa tiedostetaan yhä paremmin, ja yksilöllinen asiakkaan arvoja korostava neuvonta on vakiintumassa perinteisen valistuksen tilalle. Vuonna 2019 lähes joka toinen (46 %) kunta tarjosi asukkailleen liikuntaneuvontaa. Kansallisena tavoitteena on, että tulevaisuudessa jokaisessa kunnassa on suositusten mukaista liikuntaneuvontaa ja jokainen saa tukea liikunnallisen elämäntavan löytämiseksi. Liikkuva aikuinen -ohjelma on mukana työssä, jota tämän tavoitteen saavuttamiseksi tehdään.

Liikuntaneuvonnalla tarkoitetaan yksilöön kohdistuvaa, terveyden ja hyvinvoinnin edistämisen ammattilaisen antamaa ohjausta liikunnalliseen elämäntapaan. Liikuntaneuvonta on prosessi, jonka tavoitteena on terveytensä ja hyvinvointinsa kannalta liian vähän liikkuvien ihmisten saaminen aktiivisen arjen ja liikunnan pariin. Liikuntaneuvonnassa asiakasta tuetaan tunnistamaan omat vahvuutensa ja mahdollisuutensa, liikkumisen mieltymykset ja merkitykset sekä asettamaan realistiset tavoitteet liikunnan lisäämiseksi. Liikuntaneuvonta toteutuu poikkihallinnollisena yhteistyönä saumattomassa palveluketjussa.

Kansallinen terveyden ja hyvinvoinnin ohjausryhmä (Tehyli) 2017

Liikuntaneuvonnan markkinoinnilla ja viestinnällä on merkitystä, koska kuntalaiset tarvitsevat tietoa liikuntaneuvonnan olemassaolosta pystyäkseen hyödyntämään sitä. Myös sosiaali- ja terveydenhuollon parissa työskentelevät ammattilaiset tarvitsevat tietoa kunnan liikuntaneuvonnasta, jotta he osaavat ohjata potentiaalisia liikuntaneuvonnan asiakkaita eteenpäin. Kunnan verkkosivut eivät välttämättä ole ensisijainen markkinointi- ja viestintäkanava, mutta palvelu on tärkeää tehdä näkyväksi myös verkossa. Jos kunnan liikuntaneuvonnasta ei löydy tietoa verkosta, voi syntyä virheellinen käsitys, ettei palvelua ole kunnassa tarjolla.

Liikuntaneuvontaa voidaan ajatella myös palveluna, jonka pariin potentiaalisia asiakkaita pyritään houkuttelemaan palvelua markkinoimalla. Viestintä luo aina mielikuvaa palvelusta. Liikuntaneuvonnasta viestimisen tulisikin herättää asiakkaissa tarvetta palvelulle sekä luoda liikuntaneuvonnasta kiinnostava mielikuva, jotta ihmiset innostuisivat hakeutumaan liikuntaneuvonnan pariin. Liikuntaneuvonnan näkyvyys kunnan palvelutarjottimella tekee toiminnan ja tavoitteet näkyväksi myös paikallisille ja alueellisille toimijoille. Aktiivisempi viestintä ja liikuntaneuvonnan tunnettuuden lisääntyminen edistävät alussa mainitun tavoitteen saavuttamista, jonka mukaan jokaisessa Suomen kunnassa tulisi tulevaisuudessa olla liikuntaneuvontaa.

Tiivistelmä

Selvityksessä tarkasteltiin 115 kuntaa, joissa vuonna 2019 oli tarjolla liikuntaneuvontaa. Tietoa kuntien liikuntaneuvonnasta etsittiin Google-hakukoneella käyttäen hakusanoina ”*kunnan nimi* liikuntaneuvonta” ja ”*kunnan nimi* elintapaohjaus”. Tiedonkeruu toteutettiin vuoden 2020 toukokuun aikana. Selvityksessä haettiin vastauksia muun muassa seuraaviin kysymyksiin:

- Löytyykö verkkosivuilta tietoa kunnan liikuntaneuvonnasta sekä yhteystiedot liikuntaneuvontaan?
- Onko verkkosivuilla määritelty liikuntaneuvonnan kohderyhmää ja avattu liikuntaneuvonnan prosessia?
- Onko verkkosivuilla kiinnitetty huomiota asiakkaan kiinnostuksen herättämiseen?

Suurimmasta osasta kuntia (77 %) löytyi verkkosivut, joissa oli tietoa liikuntaneuvonnasta sekä tarvittavat yhteystiedot, mutta vain 14 prosenttia näistä verkkosivuista oli sellaisia, joissa oli kiinnitetty huomiota myös asiakkaan kiinnostuksen herättämiseen ja motivointiin. Verkkosivuston arvioitiin herättävän kiinnostusta ja motivoivan asiakasta, jos sieltä löytyi tarvittavat yhteystiedot liikuntaneuvontaan, liikuntaneuvonnan prosessia avattiin, asiakasta puhuteltiin ja hänen tarvettaan liikuntaneuvontaan heräteltiin sekä visuaalisuutta, kuten kuvia ja videoita hyödynnettiin mielikuvan luomisessa. Kunnista 16 prosenttia oli sellaisia, joiden liikuntaneuvonnasta löytyi jonkinlaista tietoa verkosta, mutta esimerkiksi selkeät yhteystiedot liikuntaneuvontaan puuttuivat. Kaikkiaan 7 prosenttia kunnista oli sellaisia, joiden liikuntaneuvonnasta ei löytynyt Google-haun perusteella ajantasaista tietoa, vaikka vuoden 2019 selvityksen perusteella kunnan liikuntaneuvonnan toiminta oli raportoitu vakiintuneeksi.

Vaikka verkkosivut eivät olisikaan liikuntaneuvonnan ensisijainen markkinointikanava, on palvelun tekeminen näkyväksi verkossa tärkeää. Koska sekä asiakkaat että ammattilaiset ovat tottuneet etsimään tietoa internetistä, voi kunnan liikuntaneuvonnan tilanteesta syntyä käsitys, ettei palvelua ole tai se on lopetettu, jos palvelusta ei löydy tietoa verkosta. Sen lisäksi, että verkkosivut välittävät tietoa liikuntaneuvonnasta, ne tarjoavat myös mahdollisuuden motivoida asiakkaita liikuntaneuvonnan pariin. Verkkosivujen viestinnän tyyliin, sisältöön ja mielikuvan luomiseen olisikin jatkossa hyvä kiinnittää aikaisempaa enemmän huomiota.

Selvityksen pohjalta kunnille laadittiin vinkit vaikuttavampaan verkkoviestintään. Nykytilaselvitys auttaa Liikkuva aikuinen -ohjelmaa kehittämään myös syksyllä 2020 julkaistavaa Liikuntaneuvonta.fi-verkkosivustoa sekä luomaan kunnille suunnattuja viestinnän tukitoimia.

Selvityksen tarkoitus ja menetelmät

Verkkoviestintäselvityksen tarkoituksena oli kartoittaa, löytyykö kuntien liikuntaneuvonnasta tietoa Google-hakukonetta käyttäen sekä selvittää, kuinka kunnat liikuntaneuvonnasta verkkosivuillaan viestivät. Vastauksia haettiin muun muassa seuraaviin kysymyksiin:

- Löytyykö verkkosivuilta tietoa kunnan liikuntaneuvonnasta sekä yhteystiedot liikuntaneuvontaan?
- Onko verkkosivuilla määritelty liikuntaneuvonnan kohderyhmää ja avattu liikuntaneuvonnan prosessia?
- Onko verkkosivuilla kiinnitetty huomiota asiakkaan kiinnostuksen herättämiseen ja motivointiin?

Menetelmät

Selvitykseen valittiin tarkasteltavaksi 116 kuntaa, joissa vuonna 2019 oli tarjolla liikuntaneuvontaa¹. Vuoden 2020 alussa tapahtuneen yhden kuntaliitoksen vuoksi selvityksessä oli lopulta tarkasteltavana yhteensä 115 kuntaa.

Koska kunnissa tarjotaan liikuntaneuvontaa sekä erikseen että osana elintapaohjausta, käytettiin molempia termejä hakusanoina. Tietoa kuntien liikuntaneuvonnasta etsittiin Google-hakukoneella käyttäen hakusanoina ”*kunnan nimi liikuntaneuvonta*” ja ”*kunnan nimi elintapaohjaus*”. Googlen hakutuloksista käytiin läpi ensimmäisen sivun tulokset. Tiedonkeruu toteutettiin vuoden 2020 toukokuun aikana. Hakujen perusteella koottiin tulostaulukko, johon kirjattiin kunnittain seuraavat tiedot:

- Löytyykö tieto hakusanalla liikuntaneuvonta? (verkkosivujen osoite)
- Löytyykö tieto hakusanalla elintapaohjaus? (verkkosivujen osoite)
- Käytetäänkö termiä liikuntaneuvonta vai elintapaohjaus?
- Löytyykö tieto, milloin verkkosivut on viimeksi päivitetty?
- Mainitaanko verkkosivuilla kohderyhmä + kuvaus kohderyhmästä?
- Onko liikuntaneuvonnan prosessia kuvattu ja miten?
- Löytyykö yhteystiedot ja ohjeet yhteydenottoon?
- Mainitaanko, missä liikuntaneuvontaa annetaan?
- Motivoidaanko asiakasta verkkosivuilla?
 - Käytetäänkö asiakasta puhuttelevaa tyyliä?
 - Pyritäänkö nettisivuilla herättämään asiakkaan tarve liikuntaneuvontaan?
- Onko nettisivuilla käytetty visuaalisuutta?
 - Minkälaisia kuvia, videoita ja esitteitä on käytetty?
- Käykö liikuntaneuvonnan poikkihallinnollisuus ilmi verkkosivuilta?

Lopuksi verkkosivuille annettiin yleisarvosana asiakkaan näkökulmasta asteikolla nollassa kolmeen (0–3). Yleisarvosanassa huomiota kiinnitettiin etenkin siihen, löytyykö verkkosivuilta kuntalaisen näkökulmasta

riittävästi tietoa liikuntaneuvonnasta, onko yhteystiedot helposti saatavilla, onko ohjeistus liikuntaneuvontaan hakeutumisesta selkeästi esillä ja yritetäänkö verkkosivuilla herättää kiinnostusta ja motivoida kohderyhmää hakeutumaan palvelun pariin.

- Arvosana 0 annettiin niille kunnille, joiden liikuntaneuvonnasta ei Google-haun perusteella löytynyt ajantasaiselta vaikuttavaa tietoa.
- Arvosana 1 annettiin niille kunnille, joista Google-haun perusteella kävi ilmi, että kunnassa on liikuntaneuvontaa, mutta esimerkiksi yhteystiedot liikuntaneuvontaan hakeutumiseksi eivät olleet selkeästi esillä.
- Arvosana 2 annettiin niille kunnille, joiden liikuntaneuvonnasta löytyi tarvittavaa tietoa sekä yhteystiedot liikuntaneuvontaan hakeutumiseksi, mutta sivustoa ei ollut kohdistettu asiakkaille.
- Arvosana 3 annettiin niille kunnille, joiden verkkosivuilla yhteystiedot olivat helposti saatavilla ja liikuntaneuvonnan sisältöä oli avattu sekä sen lisäksi kiinnitetty huomiota asiakkaan kiinnostuksen herättämiseen käyttämällä asiakasta puhuttelevaa sävyä, herättämällä tarvetta liikuntaneuvonnalle ja hyödyntämällä visuaalisuutta.

Tulokset ja johtopäätökset

Löytyykö liikuntaneuvonnasta tietoa verkosta?

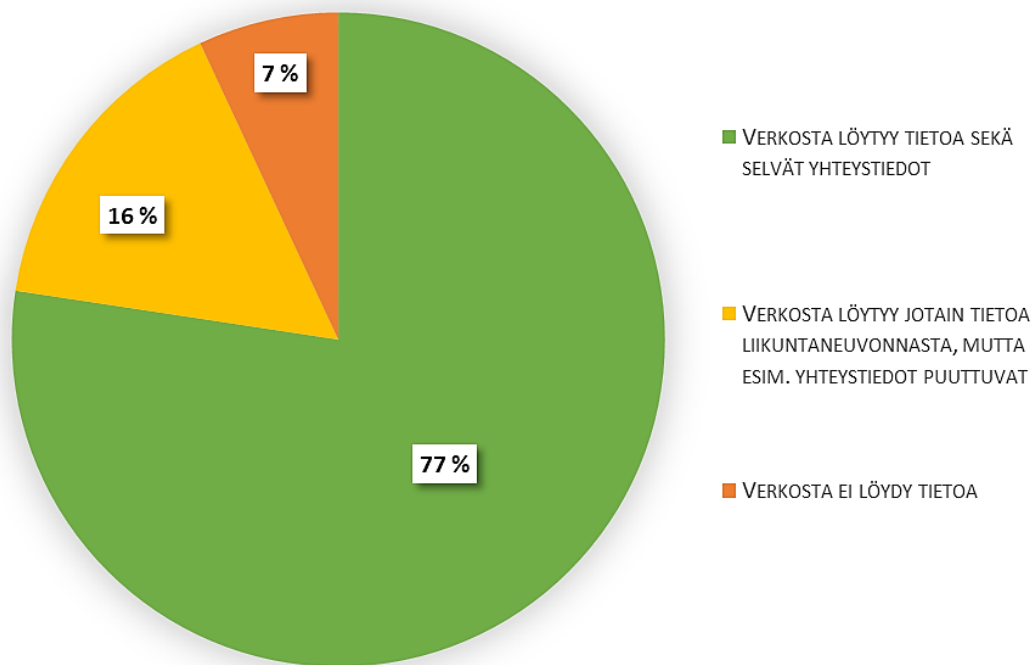
Tulokset

- Suurimmasta osasta (77 %) kuntien verkkosivustoja löytyi sekä tieto liikuntaneuvonnasta että yhteystiedot palvelun pariin hakeutumiseksi. Kuitenkin noin neljäsosa kunnista ei tarjonnut riittävästi tietoa kuntansa liikuntaneuvonnasta.
- Kuntien verkkosivuilla liikuntaneuvontaan viitattiin kaikkiaan kymmenellä eri termillä ja useimmiten tieto löytyi termillä liikuntaneuvonta. Joistakin kunnista tietoa löytyi sekä liikuntaneuvonta- että elintapaohjaus-termeillä. Pelkällä elintapaohjaus-termillä tietoa löytyi harvemmin.

Johtopäätökset

- Sekä asiakkaat että ammattilaiset ovat tottuneet etsimään tietoa internetistä. Jos kunnan liikuntaneuvonnasta ei löydy tietoa verkkosivuilta, voi syntyä käsitys, ettei palvelua ole kunnassa tarjolla.
- Saman alueen eri toimijoiden tulisi käyttää valitsemaansa termiä johdonmukaisesti ja viestiä liikuntaneuvonnasta (tai elintapaohjauksesta) samalla tavalla.
- Jatkossa valtakunnalliselle Liikuntaneuvonta.fi-verkkosivustolle rakennetaan asiakkaille ja ammattilaisille suunnattu hakutoiminto, jolla voi etsiä tietoa oman paikkakuntansa tai alueensa liikuntaneuvonnasta. Myös sen vuoksi on tärkeää, että palvelusta on kerrottu kunnan tai palvelua tuottavan toimijan verkkosivuilla.

Google-haun perusteella kaikkiaan 107 kunnan liikuntaneuvonnasta löytyi jokin maininta internetistä, kun hakusanana käytettiin liikuntaneuvontaa tai elintapaohjausta. Kahdeksan kunnan kohdalla kumpikaan hakusana ei johtanut Google-haussa verkkosivuille, joissa olisi ollut asiakkaalle tarkoitettua tietoa kunnan liikuntaneuvonnasta. Kunnista 89 oli sellaisia, joiden liikuntaneuvonnasta löytyi verkkosivut, joissa oli sekä tietoa palvelusta että selkeät yhteystiedot joko lisätietojen kysymistä varten tai liikuntaneuvontaan hakeutumiseksi. Kunnista 18 oli sellaisia, joiden liikuntaneuvonnasta löytyi jokin maininta verkosta, kuten nettijuttu, mutta esimerkiksi yhteystiedot puuttuivat (kuvio 1).



KUVIO 1. Kuinka kuntien liikuntaneuvonnasta löytyi tietoa verkosta

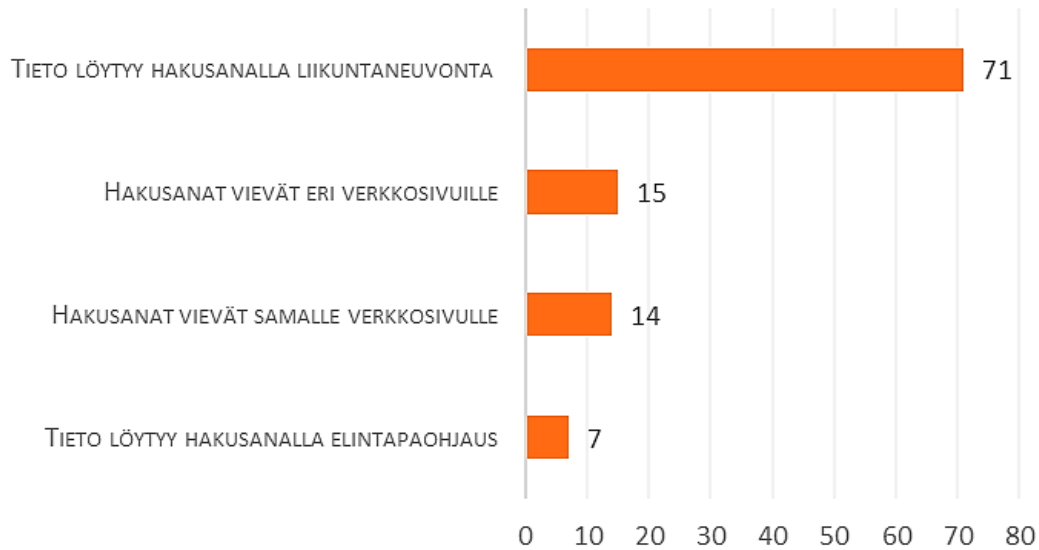
Verkkosivujen yleisimmät ylläpitäjät

Yli puolet liikuntaneuvonnasta kertovista sivuista oli kunnan verkkosivuja. Noin kolmasosasta kunnista tieto liikuntaneuvonnasta löytyi kunnan sosiaali- ja terveyspalvelujen tuottajan verkkosivuilta. Joissakin tapauksissa tietoa löytyi myös sairaanhoitopiirien, Liikunnan aluejärjestöjen tai useamman eri toimijan verkkosivuilta.

Liikuntaneuvontaa, elintapaohjausta vai molempia?

Koska joissakin kunnissa liikuntaneuvontaa annetaan erikseen omana palveluna ja joissakin kunnissa osana elintapaohjausta, on liikuntaneuvonnasta käytössä useita erilaisia termejä. Selvityksen perusteella liikuntaneuvonnasta käytettiin verkkosivuilla kaikkiaan kymmentä eri termiä. Käytetyin termi oli liikuntaneuvonta, jota käytettiin noin 75 prosentissa verkkosivuista. Toiseksi käytetyin termi oli elintapaohjaus, jota käytti vajaa 10 prosenttia verkkosivuista. Edellä mainittujen lisäksi liikuntaneuvontaan viitattiin myös termeillä elintapaneuvonta, hoitoliikunta, liikunta-apteekki ja liikuntalähete sekä yhdistelmätermeillä liikumis- ja elintapaneuvonta, liikunta- ja elintapaneuvonta, liikunta- ja terveysneuvonta sekä liikunta- ja elintapaohjaus.

Kaikkiaan 71 kunnan liikuntaneuvonnasta löytyi tietoa, kun hakusanana käytettiin liikuntaneuvontaa. Hakusanalla elintapaohjaus löydettiin tietoa seitsemästä kunnasta. Molemmilla hakusanoilla tietoa löytyi 29 kunnasta. Hakusanat liikuntaneuvonta ja elintapaohjaus johtivat samalle verkkosivulle 14 kunnassa ja 15 kunnan kohdalla liikuntaneuvonta- ja elintapaohjaus-hakusanat johtivat eri verkkosivuille (kuvio 2).



KUVIO 2. Millä hakusanoilla tieto kunnan liikuntaneuvonnasta löytyi

Selkeät yhteystiedot madaltavat kynnystä yhteydenottoon

Yhteystiedot joko lisätietojen kysymistä varten tai liikuntaneuvontaan hakeutumiseksi oli ilmaistu selkeästi suurimmassa osassa kuntien liikuntaneuvonnasta kertovia verkkosivuja. Useimmiten verkkosivuilta löytyi liikuntaneuvonnan tai siitä vastuussa olevan tahon puhelinnumero ja sähköpostiosoite.

Yleensä liikuntaneuvontaan suositeltiin hakeutumaan joko terveydenhuollon kautta tai ottamalla suoraan yhteyttä liikuntaneuvontaan. Verkkosivujen perusteella joissakin kunnissa liikuntaneuvontaan pääsi vain terveydenhuollon ammattilaisten ohjaamana. Sähköinen ajanvaraus oli käytössä kaikkiaan kuudella verkkosivustolla, joista kaksi oli maakunnan sosiaali- ja terveystieteiden tuottajien ja muut yksittäisten kaupunkien verkkosivustoja. Osassa kunnista oli myös tarjolla niin kutsuttuja ”walk-in”-vastaanottoja, jonne asiakasta ohjattiin tulemaan ilman ajanvarausta tiettyinä päivinä tiettyihin kellonaikoihin.

Liikuntaneuvonnan toimipisteen tarkempi sijainti oli mainittu vain noin 40 prosentissa verkkosivuista. Useimmiten liikuntaneuvontaa mainittiin toteutettavan esimerkiksi kunnan terveysasemalla tai liikuntapalveluiden toimistolla. Joissakin kunnissa myös tarkat yhteystiedot osoitteineen oli saatavilla.

Johtopäätökset tiedon löydettävyydestä

Suurin osa liikuntaneuvontaa tarjoavista kunnista viestii palvelustaan selkeästi verkossa. Kuitenkin neljäsosalla kunnista viestintä liikuntaneuvonnasta on puutteellista tai ristiriitaista. Kaikkiaan kahdeksan kunnan liikuntaneuvonnasta syntyi sellainen mielikuva, ettei palvelua ole tarjolla, koska kunnan liikuntaneuvonnasta ei löytynyt tietoa verkosta.

Koska osa kunnista antaa liikuntaneuvontaa erikseen omana palveluna ja osa kunnista osana elintapaohjausta, löytyi liikuntaneuvonnasta tietoa molemmilla hakusanoilla. Liikuntaneuvonta-termiä käyttävien kuntien viestintä liikuntaneuvonnasta oli yleensä asiakkaan näkökulmasta arvioituna selkeämpää ja tieto kunnan liikuntaneuvonnasta löytyi yleensä yhdeltä verkkosivustolta, jolloin se koettiin myös helpoiten löydettäväksi. Joidenkin kuntien kohdalla haku vei useammille verkkosivustoille, jolloin myös viesti liikuntaneuvonnasta eri sivustojen kesken saattoi erota toisistaan. Esimerkiksi joissakin tapauksissa Liikunnan aluejärjestön verkkosivuilla kerrottiin kunnassa olevan liikuntaneuvontaa, mutta kunnan omilta verkkosivuilta löytyi tietoa elintapaohjauksesta. Asiakkaan näkökulmasta olisi selkeämpää, jos alueen eri toimijat käyttäisivät valitsemaansa termiä yhdenmukaisesti sekä viestisivät liikuntaneuvonnan (tai elintapaohjauksen) sisällöstä samalla tavalla. Yhdenmukaisuus käytetyissä termissä ja viestinnässä luovat asiakkaalle selkeämmän kuvan tarjotusta palvelusta. Yksi vaihtoehto on, että tieto liikuntaneuvonnasta löytyy kootusti esimerkiksi liikuntaneuvonnasta vastaavan tahon verkkosivustolta, johon muut alueen toimijat viittaavat omilla verkkosivuillaan.

Ratkaiseva ensimmäinen yhteydenotto voi jäädä tekemättä, jos asiakkaalle jää epäselväksi, minne ottaa yhteyttä tai mistä kysyä lisätietoja. Liikuntaneuvonnasta vastaavan tai sitä toteuttavan henkilön yhteystiedot koettiin asiakkaan näkökulmasta selkeimmäksi. Myös terveyskeskuksen ajanvarauksen yhteystiedot olivat asiakkaalle selkeät, jos ajanvarauksen liikuntaneuvontaan kerrottiin tapahtuvan terveydenhuollon kautta. Joillakin verkkosivuilla oli liikuntaneuvonnan lisäksi myös paljon muuta informaatiota esimerkiksi kunnan liikuntapalveluista. Jos verkkosivuilla ei käsitellä ainoastaan liikuntaneuvontaa, on erityisen tärkeää, että liikuntaneuvonnan yhteystiedot on ilmaistu selkeästi. Myös niissä tapauksissa, joissa liikuntaneuvontaan pääsee vain terveydenhuollon kautta, olisi kuitenkin hyvä mainita terveydenhuollon yhteystiedot. Asiakkaan näkökulmasta kynnystä yhteydenottoon voivat madaltaa myös useammat erilaiset yhteydenottomahdollisuudet, jolloin asiakkaalla on mahdollisuus valita itselleen luontevin vaihtoehto.

Liikuntaneuvonnan markkinoinnin ja tiedonkulun kannalta on tärkeää, että liikuntaneuvonnasta löytyy tietoa verkosta. Liikuntaneuvonnan onnistumisen edellytykset kunnissa -selvityksen mukaan³ verkkosivut koettiin tärkeäksi mainostamisen kanavaksi. Liikuntaneuvonnan kuvaamisen verkkosivuilla koettiin palvelevan myös tiedonsiirtoa eri yhteistyötahojen välillä. Jatkossa valtakunnallisten Liikuntaneuvonta.fi-verkkosivujen kautta toteutetaan liikuntaneuvonnan hakupalvelu niin asiakkaalle kuin ammattilaiselle. Tästä syystä verkkoviestinnän merkitys korostuu entisestään ja kuntien tulisikin panostaa siihen, että liikuntaneuvonnasta löytyy tietoa niiden verkkosivuilta.

Kertovatko verkkosivut kenelle liikuntaneuvonta on ja mitä siellä tapahtuu?

Tulokset

- Liikuntaneuvonnan kohderyhmä ilmeni suurimmasta osasta (75 %) verkkosivuja. Kolme neljäsosa tarjosi liikuntaneuvontaa terveytensä kannalta liian vähän liikkuville ja yksi neljäsosa jollekin riskiryhmälle, kuten tyyppin 2. diabeetikoille.
- Informaation määrä liikuntaneuvonnan sisällöstä vaihteli paljon eri verkkosivujen välillä.

Johtopäätökset

- Mikäli liikuntaneuvontaa tarjotaan vain tietylle kohderyhmälle, on se hyvä tuoda selkeästi esille verkkosivuilla väärinkäsitysten välttämiseksi.
- Liikuntaneuvonnan prosessin ja sisällön kuvaus viestii tasalaatuisesta palvelusta ja toimii samalla palvelun sisällön markkinointina.

Kenelle liikuntaneuvontaa kunnissa tarjotaan?

Liikuntaneuvonnan kohderyhmä ilmeni 75 prosentista kuntien liikuntaneuvonnan verkkosivuja. Verkkosivujen perusteella suurimmassa osassa kunnista liikuntaneuvonnan kohderyhmäksi oli määritelty terveytensä kannalta liian vähän liikkuvat työkäiset tai kaikki kuntalaiset ikään katsomatta. Noin neljäsosa kunnista oli määritelty liikuntaneuvontaa tarjottavan henkilöille, joilla on jokin kansansairaus tai riskitekijä, kuten tyyppin 2. diabetes, ylipaino tai kohonnut verenpaine. Muutamassa kunnassa liikuntaneuvontaa tarjottiin erikseen lapsille, nuorille, työkäisille sekä iäkkäille. Parissa kunnassa vaikutti verkkosivujen perusteella olevan liikuntaneuvontaa vain esimerkiksi lapsille ja nuorille.

Mitä liikuntaneuvonnassa tapahtuu?

Informaation määrä liikuntaneuvonnasta eri verkkosivuilla vaihteli suuresti. Useimmiten liikuntaneuvonnasta oli kirjoitettu parin lauseen mittainen kuvaus. Joillakin verkkosivuilla liikuntaneuvonnan sisältöjä oli myös avattu käyttäen apuna esimerkiksi ranskalaisia viivoja. Muutamilta sivustoilta löytyi myös havainnollistava kuva kunnan liikuntaneuvonnan palveluketjusta tai liikuntaneuvonnan prosessista.

Useimmiten verkkosivuilta ilmeni, että liikuntaneuvonta on maksutonta, henkilökohtaista ja asiakkaan tarpeisiin perustuvaa tavoitteellista toimintaa, jossa tarkoituksena on laatia yhdessä asiakkaan kanssa suunnitelma kohti aktiivisempaa ja terveellisempää elämäntapaa. Yleensä liikuntaneuvonnan sisällöiksi mainittiin keskustelu asiakkaan lähtötilanteesta ja tavoitteista, henkilökohtaisen suunnitelman laatiminen elämäntapamuutoksen tueksi, tiedon jakaminen kunnan liikuntamahdollisuuksista sekä liikuntaneuvojan tarjoama tuki ja seuranta elämäntapamuutoksen ajan. Joidenkin kuntien verkkosivuilla liikuntaneuvonnan sisältöä avattiin vielä tarkemmin esimerkiksi määrittelemällä liikuntaneuvonnan prosessin kokonaiskesto, tapaamiskertojen lukumäärää ja kestoja sekä liikuntaneuvontaan liittyvää seurantaa ja mittauksia.

Verkkosivujen perusteella osassa kunnista liikuntaneuvonta oli osa laajempaa elintapaohjausta, jossa liikunnan lisäksi käsiteltiin myös muita elintapoja, kuten ravitsemusta, unta ja päihteiden käyttöä.

Useimmiten liikuntaneuvonnalla tarkoitettiin asiakkaan ja liikuntaneuvojan kasvotusten tapahtuvaa vuorovaikutusta. Selvityksen aikana Suomessa elettiin poikkeusaikaa koronavirusepidemian vuoksi, jonka myötä osassa verkkosivuista mainittiin mahdollisuus myös etäneuvontaan. Osassa kunnista liikuntaneuvonta oli hetkellisesti keskeytetty koronaviruksen takia.

Useilla verkkosivuilla hyödynnettiin myös hyperlinkkejä muiden organisaatioiden verkkosivuille, joissa käsiteltiin esimerkiksi liikuntasuosituksia sekä annettiin erilaisia vinkkejä liikunnan aloittamiseen tai terveelliseen ravitsemukseen.

Liikuntaneuvonnan poikkihallinnollisuus verkkosivuilla

Kansallinen terveyttä ja hyvinvointia edistävän liikunnan ohjausryhmä on määritellyt poikkihallinnollisen yhteistyön yhdeksi liikuntaneuvonnan piirteeksi. Liikuntaneuvonnan poikkihallinnollisuudella tarkoitetaan liikunta, sosiaali- ja terveysalan sekä paikallisyhdistysten yhteistyötä. Kohderyhmästä riippuen palveluketjuun kuuluvat muun muassa apteekit, työterveyshuolto, TE-keskus sekä yksityiset palveluntuottajat.

Poikkihallinnollisuus ilmeni noin 60 prosentilla verkkosivuista. Yleensä yhteistyö näkyi verkkosivuilla siten, että terveydenhuollon ammattilaisten todettiin ohjaavan asiakkaita liikuntaneuvontaan, jota kunnan liikuntapalvelut toteuttavat. Sen sijaan paikallisyhdistysten rooli ei tullut esille verkkosivuilla.

Johtopäätökset kohderyhmän määrittelystä ja liikuntaneuvonnan sisällön kuvauksesta

Suurimmassa osassa kuntien liikuntaneuvonnan verkkosivuista liikuntaneuvonnan kohderyhmä oli erikseen määritelty ja se kävi ilmi verkkosivulta. Mikäli kunnan liikuntaneuvonnalla tavoitellaan ensisijaisesti tiettyyn kohderyhmään kuuluvia henkilöitä, on kohderyhmäärkevää tuoda selkeästi esille verkkosivuilla. Näin vältetään turhilta väärinkäsityksiltä ja esimerkiksi liikuntaneuvojaa kuormittavilta ylimääräisiltä yhteydenotoilta.

Liikuntaneuvonnan prosessin ja sisällön avaus muutamalla lauseella tai ranskalaisilla viivoilla on tärkeää, jotta palvelusta lisätietoja etsivä asiakas saa muodostettua käsityksen, mistä liikuntaneuvonnassa on oikeastaan kyse. Kun liikuntaneuvonnan prosessia ja sisältöä on avattu, voi asiakas helpommin arvioida, onko palvelu häntä varten ja mitä palveluun sitoutuminen häneltä vaatii. Joissakin kunnissa liikuntaneuvontaan kuuluvat mittaukset tai liikuntakokeilukerrat voivat myös motivoida asiakkaita palvelun pariin. Lisäksi liikuntaneuvonnan prosessin avaaminen, esimerkiksi kuvaa tai kaaviota hyödyntäen, luo mielikuvaa tasalaatuisesta palvelusta. Työn alla olevat liikuntaneuvonnan valtakunnalliset suositukset tulevat jatkossa ohjaamaan muun muassa liikuntaneuvonnan sisällön ja prosessin kuvausta.

Motivoivatko verkkosivut asiakasta?

Tulokset

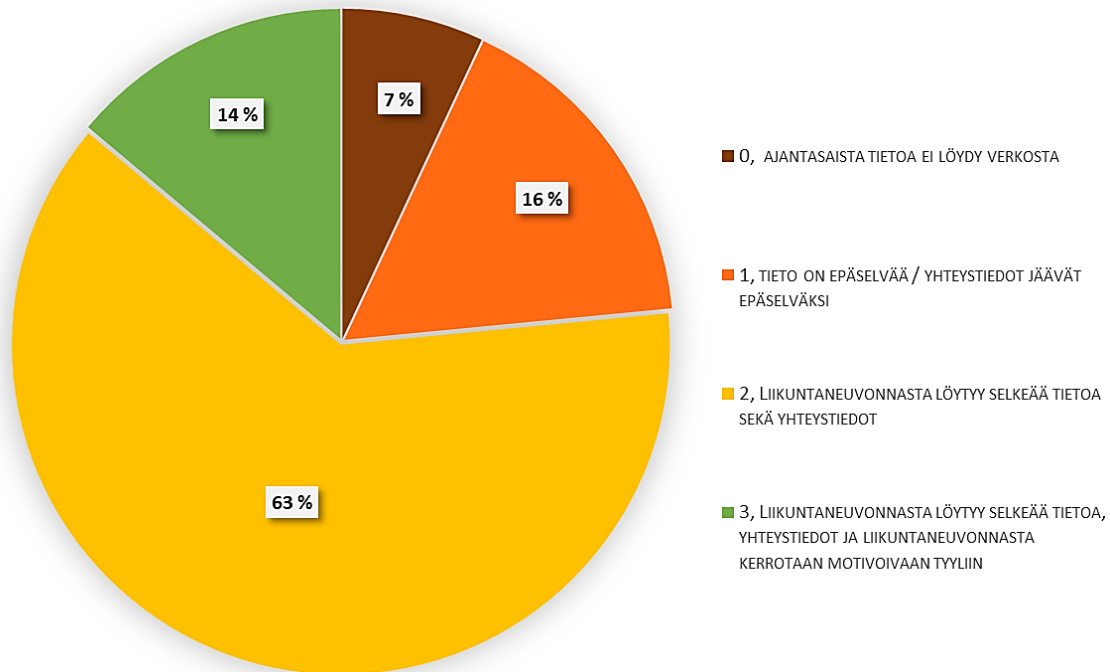
- Kuntien liikuntaneuvonnasta kertovista verkkosivuista vain 14 prosentilla kiinnitettiin huomiota asiakkaan kiinnostuksen herättämiseen ja motivointiin.
- Noin puolet verkkosivuista puhutteli asiakasta ja noin kaksi viidesosaa pyrki luomaan tarvetta liikuntaneuvontaan esimerkiksi perustelemalla liikunnan hyötyjä.
- Visuaalisuutta hyödynnettiin noin 65 prosentissa verkkosivuja. Lisäksi liikuntaneuvonnasta löytyi seitsemän erilaista videota, joihin oli hyperlinkki kaikkiaan 22 verkkosivulta.

Johtopäätökset

- Parhaan arvosanan asteikolla 0–3 saivat ne verkkosivut, joissa yhteystiedot olivat selkeästi esillä ja liikuntaneuvonnan sisältöä oli avattu sekä teksti kirjoitettu asiakasta puhuttelevaan sävyyn, tarvetta liikuntaneuvontaan yritettiin herättää ja visuaalisuutta, kuten kuvia tai videoita, oli hyödynnetty mielikuvan luomisessa.
- Jatkossa Liikuntaneuvonta.fi-sivusto tarjoaa kuvapankin ja videomateriaalia, jota voi hyödyntää kuntien liikuntaneuvonnan verkkoviestinnässä.

Yleisarvosana verkkosivuille asiakkaan näkökulmasta

Jokaiselle kunnalle annettiin liikuntaneuvonnasta kertovien verkkosivujen perusteella yleisarvosana asteikolla nollasta kolmeen. Tietoa liikuntaneuvonnasta sekä selvät yhteystiedot löytyivät 63 prosentista verkkosivuja, mutta vain 14 prosenttia verkkosivuista oli sellaisia, joissa oli informaation tarjoamisen lisäksi kiinnitetty huomiota myös asiakkaan kiinnostuksen herättämiseen ja motivointiin (kuvio 3).



KUVIO 3. Yleisarvosana verkkosivuille kuntalaisen näkökulmasta asteikolla 0–3.

Motivoidaanko asiakkaita hakeutumaan liikuntaneuvontaan?

Verkkosivuista vain noin viidesosa oli sellaisia, joissa oli kiinnitetty huomiota yhteystietojen ja sisällön kuvauksen lisäksi asiakkaan kiinnostuksen herättämiseen ja motivointiin. Sivusto arvioitiin kiinnostusta herättäväksi ja motivoivaksi, jos se oli kirjoitettu asiakasta puhuttelevaan sävyyn, sivustolla yritettiin herättää tarvetta liikuntaneuvontaan ja sivustolla oli käytetty visuaalisuutta, kuten kuvia, esitteitä tai videoita. Joillakin sivustoilla video tai esite olivat ratkaisevassa roolissa kiinnostuksen herättämisessä, vaikka verkkosivut itsessään olivat muuten yksinkertaiset.

Asiakkaan puhuttelu ja tarpeen herättäminen

Noin puolet verkkosivuista käytti asiakasta puhuttelevaa tyyliä. Joillakin verkkosivuilla asiakasta puhuteltiin vain yhden lauseen verran, kun taas jotkin verkkosivut oli kokonaisuudessaan muotoiltu asiakasta puhuttelevaan sävyyn. Osa verkkosivuista ei itsessään puhutellut asiakasta, mutta esimerkiksi sivuilla käytetty esite puhutteli.

Kaksi viidesosaa verkkosivuista pyrki herättämään tarvetta liikuntaneuvontaan. Keinoja tarpeen herättämiseen olivat esimerkiksi listaukset erilaisista sairauksista tai sairauksien riskitekijöistä, joihin liikunnalla voidaan vaikuttaa. Useammille verkkosivuille oli myös koottu linkkejä muille verkkosivustoille, joissa tar-

jottiin lisätietoa esimerkiksi liikuntasuosituksista tai ravitsemuksesta. Osassa verkkosivuista koronaviirus-epidemia ja poikkeusaika oli myös nähty mahdollisuutena kannustaa ihmisiä yhteydenottoon ja kotona tapahtuvan liikunnan lisäämiseen esimerkiksi erilaisten kotijumppaohjeiden avulla.

Visuaalisuus

Noin 65 prosenttia verkkosivuista käytti hyödykseen visuaalisuutta, kuten kuvia. Useimmiten kuvissa oli iloisia ihmisiä harrastamassa liikuntaa erilaisten liikuntamuotojen parissa. Liikuntaa harrastavien ihmisten lisäksi sivuilla oli käytetty kuvia myös muista terveyteen ja hyvinvointiin yhdistyvistä asioista, kuten terveellisestä ruoasta tai liikuntavälineistä. Lisäksi useilla verkkosivuilla käytettiin kuvaa liikuntaneuvontatilanteesta tai liikuntaneuvojasta. Muutamilla verkkosivuilla oli käytetty piirroshahmoja, kuvaa liikuntaneuvonnan prosessista, liikuntasuosituksista tai ryhmäliikuntakalenterista. Joihinkin verkkosivuihin oli myös liitetty kuva liikuntaneuvonnan esitteestä.

Liikuntaneuvonnasta kertovia videoita löytyi kaikkiaan seitsemän. Yhteensä 22 verkkosivulta oli linkki johonkin näistä seitsemästä videosta. Videoiden kestot vaihtelivat noin puolesta minuutista kuuteen minuuttiin. Kahdessa videossa kerrottiin liikuntaneuvonnasta kuvien ja tekstien avulla, kolmessa videossa oli liikuntaneuvonnan asiakas kertomassa omasta kokemuksestaan ja yhdessä videossa oli kuvattu liikuntaneuvojaa ja asiakasta, mutta puhujana oli kertoja, joka kertoi yleisesti liikuntaneuvontaprosessista. Yhdessä videossa kuvattiin liikuntaneuvontaa ja liikuntaneuvonnan palveluketjua piirroshahmojen ja kertojan avulla.

Johtopäätökset verkkosivujen keinoista motivoida asiakkaita liikuntaneuvontaan

Useimmiten liikuntaneuvonnan kohderyhmänä on terveytensä kannalta liian vähän liikkuvat henkilöt, jotka kaipaavat tukea ja apua liikunnallisemman elämäntavan aloittamiseen. Verkkosivuilla käytetty tekstin tyyli sekä visuaalinen ilme luovat mielikuvaa liikuntaneuvonnasta, minkä vuoksi on tärkeää, että palvelusta viestiminen synnyttäisi helposti lähestyttävän sekä asiakasta kiinnostavan ja innostavan mielikuvan.

Asiakasta puhuttelevalla tyylillä voidaan luoda mielikuvaa juuri hänelle kohdennetusta palvelusta. Sen lisäksi puhutteleva sävy voi rohkaista epäröivää henkilöä yhteydenottoon. Kiinnostuakseen liikuntaneuvonnasta asiakkaan tulisi kokea palvelu itselleen tarpeelliseksi. Liikuntaneuvonnan verkkosivut voivat innostaa elämäntapamuutokseen esimerkiksi perustelemalla liikunnan terveyshyötyjä tai tarjoamalla tietoa oman liikuntamäärän arvioimisen tueksi. Kuten aikaisemmin todettiin, liikuntaneuvonnan sisällön kuvaus toimii myös palvelun markkinointina antaen asiakkaalle mahdollisuuden arvioida palvelun hyödyllisyyttä omasta näkökulmastaan.

Visuaalisuus, kuten erilaiset kuvat luovat sivuille tunnelmaa ja synnyttävät mielikuvaa palvelusta. Selvityksen perusteella parhaiten liikuntaneuvonnan viestiä tukevat sellaiset kuvat, joissa on tavallisia ihmisiä harrastamassa liikuntaa joko yksin tai yhdessä. Myös kuva liikuntaneuvontatilanteesta koettiin toimivaksi. Kuvaa valittaessa on tärkeää ottaa huomioon, että kuvassa olevat henkilöt edustavat tavoiteltavaa koh-

deryhmää. Jos verkkosivuilla on kuva esimerkiksi hyvin iäkkään näköisestä henkilöstä, voi liikuntaneuvonnasta syntyä mielikuva vain eläkeläisille suunnattuna palveluna. Jos kuvassa puolestaan on kaksi nuorta ja urheilullisen näköistä henkilöä kuntosalilla, syntyy helposti vääränlainen mielikuva personal trainer -palvelusta.

Video on hyvä viestintäkeino, sillä liikkuva kuva ja ääni herättävät usein mielenkiinnon paremmin kuin pelkkä teksti. Joillekin lyhyen videon katsominen voi myös olla mieleisempi vaihtoehto kuin verkkosivujen lukeminen. Erityisen hyviksi koettiin ne videot, joissa liikuntaneuvonnan asiakas kertoi omista kokemuksistaan tuoden esille, mitä liikuntaneuvontaan on kuulunut ja mitä hän on liikuntaneuvonnasta hyötynyt. Parhailtaan video samaistuttavasta asiakastarinasta tarjoaa tietoa palvelusta, luo tarvetta muutokselle sekä motivoi liikuntaneuvonnan pariin toisen onnistumisen innoittamana.

Liikkuva aikuinen -ohjelman tavoitteena on, että syksyllä 2020 julkaistava Liikuntaneuvonta.fi-verkkosivusto pystyy jatkossa tarjoamaan tukea kuntien liikuntaneuvonnan verkkoviestintään esimerkiksi kuvapankin ja videomateriaalin muodossa.

Vinkkejä vaikuttavampaan verkkoviestintään

1. Huolehdi, että liikuntaneuvonta näkyy kunnan verkkosivuilla

Tänä päivänä verkkonäkyvyys on tärkeää, koska niin asiakkaat kuin erilaiset yhteistyötahot ovat tottuneet etsimään tietoa verkosta. Jatkossa Liikuntaneuvonta.fi-sivustolta voi etsiä tietoa oman kuntansa liikuntaneuvonnasta, minkä vuoksi jokaisen liikuntaneuvontaa tarjoavan kunnan tulisi huolehtia, että heidän palvelustaan löytyy ajantasaista tietoa verkosta.

2. Tarkista, että termistö on yhtenäinen

Tavoitteena on, että liikuntaneuvonnasta (tai elintapaohjauksesta) käytetään samaa termiä alueen eri toimijoiden kesken. Yhtenäinen viestintä ja termistö auttavat asiakasta löytämään tietoa palvelusta.

3. Kerro asiakkaalle selkeästi, mitä liikuntaneuvonnassa tapahtuu

Liikuntaneuvonta on palvelu, johon asiakkaan toivotaan sitoutuvan. Päätöksen tueksi asiakkaalle tulee tarjota riittävästi tietoa siitä, mistä liikuntaneuvonnassa on kyse, kenelle sitä tarjotaan ja kuinka kauan prosessi kestää. Liikuntaneuvonnan sisällön avaus verkkosivuilla viestii myös tasalaatuisesta palvelusta.

4. Kannusta ottamaan yhteyttä

Liikuntaneuvonnan yhteystiedot ja yhteydenottotavat tulisi ilmaista selkeästi verkkosivuilla. Lisäksi asiakasta voi rohkaista yhteydenottoon esimerkiksi kannustavalla lauseella.

5. Puhuttele asiakasta ja luo tarve liikuntaneuvonnalle

Asiakkaan puhuttelu ja kiinnostavan mielikuvan luominen rohkaisevat asiakkaita yhteydenottoon ja haikautumaan liikuntaneuvonnan pariin.

6. Hyödynnä visuaalisuutta

Kuvat, videot ja esitteet tuovat verkkosivuille ilmettä ja luovat mielikuvaa palvelusta. Kuvien ja videoiden kohdalla on hyvä huomioida muun muassa se, minkälaista kohderyhmää tavoitellaan tai minkälaista mielikuvaa palvelusta halutaan välittää.

7. Markkinoi palvelua myös somessa

Ajantasaisia ja informatiivisia verkkosivuja on helppo mainostaa myös sosiaalisen median kanavissa. Jatkossa Liikuntaneuvonta.fi-sivusto pyrkii myös tarjoamaan apua kunnille liikuntaneuvonnan markkinointiin ja näkyvyyden parantamiseen.

Lähteet

1. Tuunanen, K. 2020. Työikäisten liikuntaneuvonnan tila 2019. Liikkuva aikuinen -ohjelma.
2. Husu, P., Sievänen, H., Tokola, K., Suni, J., Vähä-Ypyä, H., Mänttari, A., Vasankari, T. 2018. Suomalaisten objektiivisesti mitattu fyysinen aktiivisuus, paikallaanolo ja fyysinen kunto. Opetus ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2018:30.
3. Kivimäki, S., Turunen, M. & Ansaharju, A. 2018. Liikuntaneuvonnan onnistumisen edellytykset kunnissa -kyselyn tulokset. Kunnossa kaiken ikää -ohjelma.