

Satu Fomin-Laine

## **PALVELUTUOTTEEN KONSEPTOINTI JA MARKKINOINTI**

Kohdeyrityksenä Oulaisten Apteekki

## **PALVELUTUOTTEEN KONSEPTOINTI JA MARKKINOINTI**

Kohdeyrityksenä Oulaisten Apteekki

Satu Fomin-Laine  
Opinnäytetyö  
Kevät 2018  
Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen, Liiketalous

---

Tekijä: Satu Fomin-Laine

Opinnäytetyön nimi: Palvelutuotteen konseptointi ja markkinointi

Kohdeyrityksenä Oulaisten apteekki.

Työn ohjaaja: Sirpa Puolakka

Työn valmistuslukukausi ja -vuosi: Kevät 2018

Sivumäärä: 92 + 16

---

Opinnäytetyön keskeisenä tavoitteena oli konseptoida Oulaisten Apteekin uusi liikuntapalvelutuote, liikuntapäiväkirja, ja kehittää uuden palvelutuotteen markkinointia. Opinnäytetyön taustalla oli SoteYBoost- hanke ja kohdeyrityksenä oli Oulaisten Apteekki. Oulaisten Apteekin liikuntapalvelutuotteen kehittäminen on lähtenyt liikkeelle asiakkaiden tarpeesta ja apteekin halusta huolehtia ihmisten kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista. Kohdeyrityksiksi valikoitui ikäihmiset eli yli 65-vuotiaat.

Kehittämistyö sisältää osia kahdesta eri lähestymistavasta eli konstruktiiivisesta tutkimuksesta ja tapaustutkimuksesta. Tutkimusmenetelminä on käytetty kirjoituspöytätyöstä, keskusteluja ja havainnointia. Kirjoituspöytätyöstä on tehty uuden palvelutuotteen kehittämisen osalta aiemmin toteutetun palvelumuotoilun ideatyöpajan materiaaleista, joista saatua tietoa on hyödynnetty palvelukonseptin suunnittelussa ja markkinointiehdotuksen laatimisessa. Opinnäytetyössä toteutettiin Oulaisten Apteekin henkilökunnan markkinointitaitojen kehittämisen työpaja, jonka keskeisimmät teemat olivat liikuntapalvelun puheeksi ottaminen asiakkaiden kanssa, myyntityön merkitys ja henkilöstön tuotetuntemus yrityksen tarjoamista palveluista. Työpaja toteutettiin ryhmäpohdintana.

Opinnäytetyössä on perehdytty apteekkiliiketoiminnan eri suuntauksiin ja kuvattu apteekkialan rakennetta Suomessa. Apteekkien liiketoiminta on laajentumassa ydinliiketoiminnan ulkopuolelle ja toimialan trendinä näkyy tällä hetkellä apteekkien laajentunut palveluvalikoima. Ikäihmisten liikuntapalveluihin perehtymisen kautta on saatu ymmärrys siitä, miksi liikunta on kustannustehokas keino ikäihmisten toimintakyvyn ylläpitämisessä. Valtakunnallisia linjauksia terveyttä ja hyvinvointia edistävästä liikunnasta on tuotu esille, koska kansalaisten terveys ja hyvinvointi ovat kuuluneet Suomen hallituksen kärkihankkeisiin jo vuosia. Uuden palvelutuotteen markkinointi on kuvattu markkinoinnin kilpailukeinojen 7P -mallin mukaisesti. Ennen uuden palvelun käyttöönottoa on ollut tärkeää varmistaa, että yrityksen henkilökunnalla on yhteinen näkemys asiakkaille tarjottavasta palvelusta.

Opinnäytetyön tuloksena Oulaisten Apteekkiin on syntynyt uusi palvelukonsepti ja sisäistä markkinointia on tehty Oulaisten Apteekin henkilökunnan markkinointitaitojen kehittämisen työpajassa. Opinnäytetyön tulokset antavat Oulaisten Apteekille hyvän pohjan uusien palvelujen suunnittelulle ja tuotteistamiselle. Markkinointitaitojen kehittämisen työpajan tuloksia Oulaisten Apteekki voi hyödyntää palveluiden puheeksi ottamisessa ja myyntityössä.

---

Asiasanat: apteekki, ikäihmiset, konseptointi, liiketoiminta, liikuntapalvelu, palvelumuotoilu, palvelukonsepti, markkinointi.

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme in Entrepreneurship and Business Competence

---

Author: Satu Fomin-Laine

Title of thesis: Conceptualizing and Marketing of Service Product. Case Pharmacy in Oulainen.

Supervisor: Sirpa Puolakka

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2018      Number of pages: 92 +16

---

The purpose of the thesis was to conceptualize the new service product for the Oulainen Pharmacy and develop its marketing. The background of the thesis was the SoteYBoost project and the commissioning company was Oulainen Pharmacy. The development of the Oulainen Pharmacy's new service product originated from the needs of the customers and pharmacy to take care of people's overall well-being. The target group was the elderly people, i.e. over 65 years.

Development work includes parts from two different approaches, i.e. constructive research and case studies. The research methods are consisted of desktop research, discussion and observation. Desktop research was carried out using the materials from previously held service design workshop. Consequently, this data was utilized in the planning of the service concept and drafting the marketing plan. In the thesis work was carried out a workshop for the development of marketing skills of the staff of Oulainen Pharmacy. In order to develop marketing skills, a group discussion based workshop for the pharmacy staff was carried out; the themes involved discussing sports services with customers, the importance of sales work and product knowledge about the company services.

The thesis explored the different trends in the pharmacy business and described the structure of the pharmacy industry in Finland. The pharmacy business is expanding outside the core business and the trend in the industry is currently characterized by the expanded service range of pharmacies. By becoming acquainted with older people's exercise services, an understanding of why exercise is a cost-effective way of maintaining the ability of older people to function was achieved. National guidelines for health and wellbeing activity are highlighted since the health and well-being of citizens have been one of the Finnish government's top projects for several years. The marketing of a new service product is described in accordance with the 7P model of marketing competitions. Prior to the introduction of a new service, it was important to ensure that the staff share a common vision of the service offered to customers.

As a result of this thesis, a new service concept was created for Oulainen Pharmacy and internal marketing was explored at the Oulainen Pharmacy Staff's Marketing Skills Workshop. The results of the thesis provides Oulainen Pharmacy with a good foundation for designing and productizing new services. The results of the Marketing Skills Workshop can be used by the Oulainen Pharmacy to provide services and sales.

---

Keywords: business, conceptualization, marketing, pharmacy, service design, service concept.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	7
1.1	Kehittämistyön tarkoitus ja tavoitteet .....	8
1.2	Kehittämistyön menetelmät ja prosessi .....	9
1.3	Toimeksiantajan esittely .....	12
2	APTEEKKILIIKETOIMINTA KEHITTYY .....	14
2.1	Apteekkialan rakenne Suomessa .....	14
2.2	Apteekki osana sosiaali- ja terveydenhuoltoa.....	16
2.3	Apteekkiliiketoiminta ulkomailla .....	18
2.4	Toimialan trendit.....	23
3	IKÄIHMISTEN LIIKUNTA JA LIIKKUMINEN.....	28
3.1	Ikäihmisten terveyttä ja hyvinvointia edistävä liikunta.....	28
3.2	Matalan kynnyksen terveysliikunnan edistämisen työvälineitä .....	31
3.3	Valtakunnalliset yhteiset linjaukset terveyttä ja hyvinvointia edistävään liikuntaan 2020 .....	37
3.4	Keskeisimmät terveyttä ja hyvinvointia määrittelevät lait ja asetukset Suomessa ....	39
4	UUDEN PALVELUTUOTTEEN KEHITTÄMINEN MARKKINOILLE.....	42
4.1	Palvelumuotoiluprosessi.....	42
4.2	Palvelumuotoilu sosiaali- ja terveysalan palvelujen kehittämisessä .....	44
4.3	Uuden palvelutuotteen konseptin suunnittelu .....	45
4.3.1	Asiakkaat .....	46
4.3.2	Uuden palvelukonseptin kuvaus .....	52
5	UUDEN PALVELUTUOTTEEN MARKKINOINTI.....	55
5.1	Markkina-analyysi.....	55
5.2	Markkinoinnin suunnittelua uudelle palvelulle.....	57
5.3	Oulaisten apteekin liikuntapalvelukonseptin markkinoinnin kilpailukeinot 7P -mallin mukaisesti .....	59
5.3.1	Tuote/palvelu .....	61
5.3.2	Hinta .....	61
5.3.3	Saatavuus/jakelu.....	62
5.3.4	Markkinointiviestintä.....	63
5.3.5	Henkilöstö .....	66

5.3.6	Toimintatavat ja prosessit .....	68
5.3.7	Palveluympäristö ja muut näkyvät osat.....	69
5.4	Oulaisten apteekin henkilöstön markkinointitaitojen kehittämisen työpaja.....	70
5.4.1	Työpajan tavoitteet ja toteutus .....	71
5.4.2	Vuorovaikutus asiakkaan kanssa .....	72
5.4.3	OEH-analyysi myyntityön tukena .....	74
5.4.4	Asiakasosaaminen.....	75
5.4.5	Myyntipuhe.....	76
5.4.6	Työpajan loppukeskustelu.....	78
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	80
7	POHDINTA.....	84
	LÄHTEET.....	87
	LIITTEET .....	93

# 1 JOHDANTO

Oulaisten Apteekki on hyvä esimerkki siitä, miten palveluja kehitetään koko työyhteisön voimin. Apteekin palveluvalikoimaa tarkasteltaessa voidaan havaita yrityksen toiminnan laajenneen normaalin apteekkiliiketoiminnan ulkopuolelle. Apteekin ydinliiketoimintaa on lääkejakelu, jonka lisäksi apteekin palveluvalikoimasta löytyy esimerkiksi jalka- ja käsihoitoja ja nyt uutena palveluna tarjottava liikuntaan liittyvä palvelukonsepti. Lisäksi yrityksessä on tarkasteltu työntekijöiden toimenkuvia uudelleen ja tehostettu toimintaa. Apteekkien liiketoiminta on nyt ja tulevaisuudessa monipuolisempaa ja raja-aitoja kaatavaa toimintaa, jossa keskitytään asiakkaan kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin ylläpitämiseen. Terveystieteiden apteekkeilla on tärkeä rooli, sillä ne huolehtivat toimialueillaan lääkehuollon toimivuudesta ja turvallisuudesta asiantuntevasti. Keskeisen roolin vuoksi niitä voitaisiin käyttää enemmän terveyden ja hyvinvoinnin matalan kynnyksen terveys- ja infopisteinä.

Oulaisten Apteekissa asiakkaat otettiin mukaan palvelujen suunnitteluun keväällä 2017 pidetyssä palvelumuotoilun työpajassa, jossa itse en ole ollut mukana. Tässä opinnäytetyössä on hyödynnetty kyseisen työpajan aineistoa. Asiakkaiden näkemykset palveluiden kehittämisessä ovat arvokkaita, koska tällöin yritys pystyy kohdentamaan palveluitaan asiakkaiden tarpeisiin ja tuottamaan asiakkailleen lisäarvoa. Väestön ikääntyessä sosiaali- ja terveysalanpalvelut muuttuvat Suomessa ja tulevan SOTE-uudistuksen myötä joudutaan pohtimaan miten laadukkaat palvelut, jotka pohjautuvat asiakkaiden tarpeisiin, turvataan asiakkaille. Tulevaisuudessa apteekit voitaisiin nähdä palvelualan yrityksinä, jotka huolehtivat ihmisten kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista. Mahdolliseksi tämän tekee apteekit, joiden palveluvalikoimaa on laajennettu tavanomaisen apteekkivalikoiman ja ydinliiketoiminnan ulkopuolelle. Oulaisten Apteekin voidaan sanoa olevan juuri edellä mainitun kaltainen ihmisten kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista huolehtiva tulevaisuuden apteekki. Oulaisten Apteekki toimii liikunnan pariin ohjaavana tahona, jonka tarkoituksena ei ole kilpailla paikkakunnan liikuntapalveluja tarjoavien yritysten kanssa vaan lisätä tietoa liikunnan merkityksestä asiakkaiden hyvinvoinnille.

Suuret ikäluokat Suomessa eläköityvät vauhdilla ja samalla lähikymmenien aikana työikäisten määrä vähenee. Huoltosuhde, joka tarkoittaa vanhuseläkeläisten ja lasten määrää suhteessa työikäiseen väestöön tulee heikentymään tulevaisuudessa. Sosiaali- ja terveysalan haasteena on löytää kustannustehokkaat ja todellisia tuloksia tuovat kehittämiskohteet palvelutarjonnasta. Ikäihmi-

sille tarkoitettujen palvelujen innovaatiot ja palvelutarjonta tulevat lisääntymään jatkossa entisestään. Sosiaali- ja terveysalan laadukkaiden palveluiden osa-alueet ovat asiakaskeskeisyys, palvelujen saatavuus ja saavutettavuus, oikeudenmukaisuus, valinnanvapaus, potilasturvallisuus, korkeatasoinen osaaminen ja vaikuttavuus. (Ahonen 2017, 6-14.)

Innovatiiviset työyhteisöt ovat tuloksellisia, koska niissä halutaan oppia uutta ja muuttua ajan mukana. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tällaisissa yrityksissä reagoitaisiin asioihin nopeasti vaan että niissä voidaan tehdä ennakoitusti rohkeita ratkaisuja toimintojen ylläpitämiseksi ja palvelujen toimivuuden takaamiseksi. Käytännössä tämä tarkoittaa yrityksen jokaisen työntekijän osaamisen kehittämisen lisäksi uusien työmenetelmien kartoittamista, töiden uudelleen organisointia sekä yrityksen johtamisen kehittämistä. Yrityksen johdon tehtävänä on mahdollistaa asioiden tekeminen uudella tavalla ja poistaa mahdolliset esteet. Yrityksen johdon tulisi sallia asiakaskeisten innovaatioiden tekeminen, laajentaa henkilöstön toimenkuvia, edistää oppimista esimerkiksi työtehtäviä vaihtamalla ja muuttaa organisaatorakenteita verkostomaiseen suuntaan. (Urponen 2014, 177–178.)

## **1.1 Kehittämistyön tarkoitus ja tavoitteet**

Tutkimustyössä tulee esittää täsmällisesti tutkimusongelma, tutkimuskysymykset ja tavoitteet. Tutkimusmenetelmät, aineiston keräämisen tapa, teoreettinen viitekehys ja analyysitapa sekä tutkimustapa ja johtopäätökset tulee käsitellä myös perustellusti. Lähdekirjallisuudesta saatua tietoa peilataan tutkimuksen kontekstiin eli tutkimuksen toteutuksen aikaan, paikkaan, tilanteeseen tai kohderyhmään. (Vilka 2015, 39.)

Kehittämistyöni tavoitteena oli konseptoida uusi liikuntapalvelutuote sekä tuoda esiin Oulaisten Apteekin myyntityöhön liittyviä haasteita kuten liikunnan ja liikuntapäiväkirjan puheeksi ottaminen asiakkaan kanssa. Kehittämistyö sisältää palvelukonseptin ja markkinointiehdotuksen, joita voidaan jatkossa hyödyntää myös yrityksen muiden tuotteiden ja palveluiden konseptoinnin ja markkinoinnin pohjana. Konseptin tarkoituksena on yhdenmukaistaa apteekin henkilöstön näkemystä markkinointivasta palvelusta, jolloin jokainen asiakas saa samanlaista tietoa apteekin tarjoamasta palvelusta. Konseptin lisäksi kehittämistyöni tehtävänä oli perehtyä apteekkiliiketoiminnan suuntauksiin, ikäihmisten liikuntapalveluihin sekä miettiä laajemmin liikunta-alaa apteekkiliiketoiminnassa.



Työelämään liittyvä kehittämistyö on lähtökohtana kehittämispohjaiselle oppimiselle. Autenttisuus, kumppanuus, kokemuksellisuus, tutkimuksellisuus ja luovuus ovat kehittämispohjaisen oppimisen keskeisiä piirteitä. Yksi keskeisimmistä tavoitteista työelämään liittyvissä kehittämistöissä on asiantuntijuuden jakaminen uuden tietämyksen siirtämisen ohella osaksi ammatillisia verkostoja ja työyhteisöä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 16.)

Oman oppimisen autenttisuus näkyy mm. siinä, että kehittämistyöni aihe on peräisin työelämästä, jota on yhdessä ideoitu Oulaisten apteekin apteekkarin, SoteYBoost-hankkeen yhdyshenkilöiden sekä opinnäytetyötä ohjaavan opettajan kanssa, jotka kaikki ovat olleet kehittämistyöni keskeisiä kumppaneita. Oulaisten Apteekki on saanut uutta tietoa siitä, miten uusia palveluja voidaan suunnitella ja tuotteistaa ja miten yrityksen tarjoamia palveluita voidaan ottaa puheeksi asiakkaiden kanssa.

#### **Tutkimus- ja kehittämistyöni tutkimusongelmia on neljä:**

- Mihin suuntaan apteekkiliiketoiminta on kehittymässä?
- Millaista on ikäihmisten terveyttä ja hyvinvointia edistävä liikunta?
- Miten palvelutuotteita voidaan kehittää kokeilemisen kautta ja miten sen tuloksena syntyneitä tuotteita markkinoidaan asiakkaille?
- Miten Oulaisten Apteekin henkilökunta voi ottaa liikunnan puheeksi senioriasiakkaiden kanssa?

### **1.2 Kehittämistyön menetelmät ja prosessi**

Tutkimuksellisen kehittämistoiminnan suuntauksia ovat tapaustutkimus, toimintatutkimus, konstrukttiivinen tutkimus, palvelumuotoilu, innovaatioiden tuottaminen, ennakointi sekä verkostotutkimus. Ojasalo ym. mukaan kehittämistyön lähestymistavaksi voi valita oman työn kannalta parhaiten soveltuvan lähestymistavan tai osia eri lähestymistavoista. Opinnäytetyö voi olla siis eri lähestymistapojen muodostama eheä kokonaisuus, joiden tarkoituksena on ollut viedä kehittämistyötä eteenpäin. (Ojasalo ym. 2015, 51.)

Kehittämistyöni eri vaiheita voidaan kuvata tutkimuksellisen kehittämistyön prosessikuvauksen mukaisesti. Prosessikuvauksen ensimmäisessä vaiheessa tunnistetaan kehittämiskohde ja määritellään alustavat tavoitteet. Toisessa vaiheessa perehdytään kehittämistyöhön sekä käytännössä että

teoriassa, jonka jälkeen määritetään kehittämistehtävä ja rajataan kehittämiskohde. Tämän jälkeen on suunniteltu omat lähestymistavat ja mietitty mitä menetelmiä kehittämistyössä käytetään. Tämän jälkeen on toteutettu kehittämistyön toiminnalliset osuudet ja arvioitu lopputulokset. Koko prosessin aikana on muistettava kiinnittää huomiota mm. järjestelmällisyyteen, kriittisyyteen sekä eettisyyteen. (Ojasalo ym. 2015, 24.)

Kehittämistyöni sisältää osia kahdesta eri lähestymistavasta eli konstruktivisesta tutkimuksesta ja tapaustudiumuksesta. Kehittämistyössä on käytetty hyödyksi erilaisia menetelmiä kuten itsetehtyä havainnointia Oulaisten Apteekissa.

### **Konstruktivinen tutkimus**

Konstruktivisen tutkimuksen tavoitteena on ratkaista esimerkiksi jokin käytännön ongelma luomalla sitä varten uusi tuote, ohje tai menetelmä. Konstruktiviselle lähestymistavalle on ominaista teorian ja käytännön tiivis vuoropuhelu. (Ojasalo ym. 2014, 38.)

Kehittämistyöni voidaan todeta olevan konstruktivinen tutkimus, sillä tavoitteena on ollut tuottaa uusi palvelukonsepti Oulaisten Apteekille. Kehittämistyöstäni voidaan nähdä teorian ja käytännön asioiden vuoropuhelu läpi koko työn. Työni teoriaosuudessa olen perehtynyt apteekkiliiketoimintaan, joka oli minulle ennestään tuntematon liiketoiminta-alue. Apteekkiliiketoiminnan viitekehyksen kautta on saatu kokonaiskuva apteekkien liiketoiminnasta ja sen kehittymisen suunnista Suomessa. Tietoa ikäihmisille suunnatuista liikuntapalveluista ja liikunnan merkityksestä päivittäisessä toiminnassa on saatu ikäihmisten liikkumisen viitekehyksen kautta. Teoriassa esitettyjä asioita on peilattu Oulaisten Apteekin toimintaan. Tutkimus- ja kehittämistyöni teoriaosuus eteni kuvion 1 osoittamalla tavalla. Tutkimuksen alussa on keskitytty apteekkiliiketoimintaan ja ikäihmisten liikkumiseen, jonka jälkeen on edetty tuotteistamisen ja konseptoinnin kautta markkinointiin.



Kuvio 1. Työn teoreettisen osuuden eteneminen

### Tapaustutkimus

Tapaustutkimuksessa ei varsinaisesti kehitetä mitään vaan siinä tutkitaan jotain kohdetta sen omassa ympäristössä, jolloin kohteesta saadaan kokonaisvaltainen ja syvälinen kuva. Tapaustutkimuksen tuloksena voidaan saada kehittämissideoita tai ratkaisuehdotuksia. Tapaustutkimuksen, joka pohjautuu aiempiin tutkimuksiin, teorioihin tai metodeihin, tavoitteena on saada tietoa tutkittavasta kohteesta syvälinisesti ja yksityiskohtaisesti. Aineistoa kerätään monenlaisia menetelmiä, kuten havainnointia ja haastattelua, käyttämällä. (Ojasalo ym. 2014, 37, 55)

Kehittämistyöni yhtenä lähestymistapana on käytetty tapaustutkimusta, jossa tutkimusmenetelminä on käytetty **kirjoituspöytätyöstä** Oulaisten Apteekin palvelumuotoilun ideatyöpajan materiaaleista, Oulaisten Apteekin apteekkarin kanssa kahdeksan kertaa käytyjä **keskusteluja**, **itsetehtyä havainnointia Oulaisten Apteekissa** sekä Oulaisten Apteekin henkilökunnalle pidetyn markkinointitaitojen kehittämisen **työpajan** tuloksia. Jotta toimintaympäristön ymmärrys olisi riittävän syvälinen, on käytännön kehittämistyö aloitettu perehtymällä apteekki liiketoimintaan keräämällä tietoa alasta mahdollisimman laajasti. Kerätyn laaja-alaisen tiedon pohjalta on saatu tietoa tulevaisuuden apteekkien kehityssuunnista sekä liikunnan merkityksestä ikäihmisille. Liikunnan merkitys ikäihmiselle on suuri ja tarkoituksena on ollut tuoda esimerkkejä mahdollisuuksista, joita ikäihmisille voitaisiin tarjota myös apteekeista käsin ja joiden seuraamisen välineenä voidaan käyttää liikuntapäiväkirjaa. Laaja-alaisesti kerätyn tiedon lisäksi on tarvittu tietoa asiakasymmärryksestä. Ymmärrysvaiheen lopputulokset ovat toimineet ideoinnin pohjana, josta on syntynyt mallinnettavissa oleva

palvelukonsepti. Tulevaisuudessa apteekit voisivat toimia kuntien ja kaupunkien liikuntapalveluiden infopisteinä keskeisen sijaintinsa vuoksi.

### **1.3 Toimeksiantajan esittely**

Tutkimus- ja kehittämistyöni toimeksiantajana toimi SoteYBoost –hankkeen toteuttaja Oulun ammattikorkeakoulun terveystalon Oulaisten yksikkö. Osatoteuttajana hankkeessa oli Oulun yliopiston Eteläisen instituutin mikroyrittäjyyden tutkimusryhmä. Hankkeen tavoitteena oli tukea sosiaali- ja terveystalon/hyvinvointialan pk- ja mikroyrityksiä palveluiden kehittämisessä ja liiketoiminnan kasvattamisessa. Hanke toimi Oulun eteläisellä alueella: Haapaveden-Siikalatvan, Ylivieskan ja Nivala-Haapajärven seutukunnissa. Kohdeyrityksenä tutkimus- ja kehittämistyössäni toimi Oulaisten apteekki. (SoteYBoost – Sote yrittäjän boosteri, viitattu 9.6.2017).

#### **Oulaisten Apteekki**

Tutkimuskohteena oleva Oulaisten Apteekki on vuodesta 1900 toiminut yksityinen elinkeinon harjoittaja Oululaisten kaupungissa. Omien havaintojeni mukaan Oulaisten Apteekki sijaitsee keskeisellä paikalla uudessa apteekkikiinteistössä Oulaisten keskustassa. Apteekin toimitilat käsittävät apteekin myymälätilat asiakaspalvelupisteineen ja kassalinjana, joiden lisäksi on erillinen hoituhuone, robottitekniikalla varustettu apteekkivarasto, teknisen työntekijän ja apteekkarin työtilat sekä yhteiset sosiaalityötilat ja oman keittiön. Apteekin kiinteistössä ei sijaitse muita yrityksiä. Oulaisten apteekki on avoinna joka päivä, arkisin maanantaista perjantaihin klo 8–20, lauantaisin klo 9–16 ja sunnuntaisin sekä pyhäpäivinä klo 12–16.

Apteekkarina apteekissa toimii Lippe Keskinen, joka on ollut yrittäjänä apteekissa vuoden 2013 marraskuun lopusta lähtien. Oulaisten Apteekin ydinliiketoimintaa on lääkejakelu. Ydinliiketoiminnan tukena Oulaisten Apteekilla on laaja palveluvalikoima, jota yritys on tietoisesti laajentanut normaalin liiketoiminnan ulkopuolelle. Oulaisten Apteekin liikeideana on huolehtia asiakkaiden kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista nyt ja tulevaisuudessa ja tarjota erilaisia palveluja apteekin asiakkaille.

Oulaisten Apteekissa työskentelee viisitoista eri koulutustaustan omaavaa työntekijää, joista kaksi opiskelee liikunnanohjaajiksi. Apteekissa työskentelee apteekkarin lisäksi, farmaseutteja, proviisori, lääketeknikkoja sekä apteekkiemäntä. Lisäksi apteekissa työskentelee sydän-, diabetes-,

astma- ja savuttomuusyhdyshenkilöt, jotka osaltaan rakentavat yhteistyötä muun terveydenhuollon kanssa paremmaksi. Oulaisten Apteekki kehittää yrityksen toimintaa parhaillaan kohden Liikkujan Apteekkiä. Asiakaspalvelu on keskeinen toiminta apteekin liiketoiminnassa ja siksi työntekijöiltä vaaditaan viestintätaitojen lisäksi hyviä ihmissuhdetaitoja. Apteekkiälälle on tyypillistä alan jatkuva kehittyminen, joka tarkoittaa jokaisen työntekijän kohdalla jatkuvaa oman osaamisen kehittämistä. Asiantuntijuuden merkitys lääkkeiden ja lääkehoitojen osalta korostuu jokapäiväisissä farmaseuttisissa tehtävissä Oulaisten Apteekissa. (Oulaisten apteekki, viitattu 9.6.2017.)

Oulaisten Apteekki on tietoisesti kehittänyt toimintaansa normaalin apteekkiliiiketoiminnan ulkopuolelle. Palvelujen tarjonta on laaja-alaista ja useissa apteekkarin kanssa käydyissä keskusteluissa on käynyt ilmi, että asiakkaista halutaan pitää hyvää huolta, palvella heitä hyvin ja huomioida heidän tarpeet ja toiveet yrityksen liiketoiminnassa. Asiakkaan kokonaisvaltainen hyvinvointi on liiketoiminnan keskiössä ja toiminnan kehittämisen lähtökohta. Oulaisten Apteekin henkilökunta tuntee asiakkaansa hyvin kuten pienissä kaupungeissa ja kunnissa on tapana. Asiakkaiden hyvä tuntemus synnyttää kanta-asiakassuhteita ja palvelutapahtumat voivat muodostua hyvin henkilökohtaisiksi, jolloin voidaan helposti ottaa puheeksi esimerkiksi asiakkaan liikuntatottumukset ja -tavat.

Oulaisten Apteekin palvelupaketteja ovat **inhalaatiohoidon tarkistaminen, koneellinen lääkejalkelu, lääkehoitoa tukevat palvelut, reseptien uusimiset sekä Schengen-todistukset**. Palvelupakettien hintahaitari on kolmesta eurosta noin 400 euroon. Oulaisten Apteekissa on tarjolla monenlaisia palvelupaketteja asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin. Apteekki toimii jo nyt eräänlaisena terveys- ja hyvinvointipalveluiden keskipisteenä Oulaisten kaupungissa ja sillä on hyvä maine palveluiden tarjoajana. Apteekissa työskentelee kosmetologi/maskeeraaja, jonka palveluita kuten **käsivoitoja tai meikkausopastusta** voi varata sähköisen ajanvarausjärjestelmän kautta. Erilaisiin **jalkahoitoihin** voi varata aikoja asioimalla apteekissa tai puhelimitse. (Oulaisten apteekki palvelee, viitattu 25.9.2017.)

## 2 APTEEKKILIIKETOIMINTA KEHITTYY

Apteekkiliiketoiminta Suomessa kehittyä ja tulee muuttumaan tulevaisuudessa. Tässä luvussa olen perehtynyt apteekkiliiketoiminnan suuntauksiin ja kuvannut pääpiirteittäin apteekkialan rakennetta Suomessa. Lisäksi olen tuonut esille apteekeissa työskentelevien henkilöiden työtehtäviä, miten apteekit toimivat osana sosiaali- ja terveydenhuoltoa eli mikä on apteekkien rooli tässä toimintakentässä, miten sote-uudistus muuttaisi apteekkien toimintaa ja mitkä ovat hallituspuolueiden apteekkiryhmän tekemiä linjauksia apteekkijärjestelmään. Toimialan trendien kautta voidaan havaita, millainen muutos apteekkiliiketoiminnassa on parhaillaan käynnissä ja mihin suuntaan alalla ollaan menossa. Apteekkiliiketoimintaa ulkomailla on kuvattu Ruotsin ja Norjan apteekkiliiketoiminnan kautta, joissa on ollut havaittavissa samankaltaisia suuntauksia kuin Suomen apteekkiliiketoiminnassa.

### 2.1 Apteekkialan rakenne Suomessa

Suomen apteekkariliiton mukaan Suomessa oli vuoden 2016 lopussa 810 apteekkitoimipistettä mukaan lukien yliopistojen apteekit, joista 610 oli pääapteekkeja ja 200 sivuapteekkeja. Näiden apteekkien lisäksi syrjäseuduilla toimii 133 apteekkien ylläpitämiä lääkekaappeja tai apteekin palvelupisteitä, joissa on myynnissä rajoitettu valikoima itsehoitolääkkeitä. Apteekkariliiton ennusteen mukaan vuonna 2016 apteekit toimittivat noin 58,1 miljoonaa reseptiä, joka on 2,3 miljoonaa reseptiä enemmän edellisvuoteen verrattuna. Reseptuuriin perustuvat tilastot eivät ole vertailukelpoisia vuotta 2015 edeltäviin vuosiin, sillä 1.4.2015 tapahtui muutos apteekkien annosjakelussa ja annosjakelureseptien kirjaamisessa. (Apteekit numeroina, viitattu 12.6.2017.)

Suomen apteekkariliiton mukaan vuonna 2016 yksityisten apteekkien arvioitu liikevaihto oli 2366 miljoonaa euroa, joka on noin 80 000 euroa enemmän vuoteen 2015 verrattuna. Reseptilääkkeiden ennustettu osuus liikevaihdosta vuonna 2016 oli 81 prosenttia, itsehoitolääkkeiden osuus 13 prosenttia ja muun myynnin osuus 6 prosenttia. Apteekkimaksu, vuoden 2017 alusta apteekkivero, jonka apteekit (pois lukien pienet apteekit) maksavat valtiolle vaikuttavat keskeisesti apteekkien talouteen. Apteekkimaksu/-vero on progressiivinen ja sen suuruus perustuu resepti- ja itsehoitolääkemyyntiin liikevaihtoon. Pienet apteekit saavat apteekkimaksun vuoksi hieman suuremman

katteen samasta lääkkeestä kuin iso apteekki. Suomen valtio saa apteekkimaksuista/-verosta yli 170 miljoonan euron tulot vuosittain. (Apteekit numeroina, viitattu 12.6.2017.)

### **Apteekkilupa**

Suomessa apteekkien toiminta on luvanvaraista. Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea julistaa haettaviksi avoimeksi tulleet apteekkiluvat ja myöntää lupia lääkelain kriteerien mukaisesti. Uusien apteekkien ja sivuapteekkien perustaminen on tarveharkintaista ja usein niitä perustetaan kunnan omasta aloitteesta. Apteekkilupia voi hakea muutkin kuin Suomen kansalaiset, edellyttäen että kyseessä on Suomessa laillistettu proviisori. Apteekkialueita isoissa kunnissa ja kaupungeissa voi olla useita ja niillä voi olla useita apteekkilupia. Sijaintialueella apteekit voivat sijoittua vapaasti, poikkeuksena sivuapteekit, joiden sijainti on tarkemmin säädeltyä.

### **Apteekkari**

Apteekkari on lääkelaista johtuen **yksityinen liikkeenharjoittaja, vastaa apteekista sekä taloudellisesti että ammatillisesti**. Apteekkilupia voi apteekkarilla olla kerrallaan korkeintaan yksi, poikkeuksena apteekin vaihdostilanne, ja sivuapteekkilupia kolme. Fimean luvalla apteekkari voi perustaa palvelupisteitä sijaintialueelleen, naapurikunnan haja-asutusalueelle tai kyläkeskukseen jos näillä alueilla ei ole toimintaedellytyksiä apteekille tai sivuapteekille. Lisäksi Fimea voi myöntää apteekkarille luvan verkkopalvelun perustamiseen, jonka kautta voidaan myydä itsehoito- ja reseptilääkkeitä. Apteekkitetjujen perustaminen ei ole Suomessa mahdollista. Apteekkilupa ei voi myydä tai vuokrata sillä lupa on aina henkilökohtainen eikä ulkopuolinen voi hoitaa apteekkilupaan liittyviä velvoitteita kuten lääkkeiden saatavuudesta huolehtimista, joka on apteekkiluvan tärkein velvoite. Apteekkilupa on voimassa siihen saakka, kun apteekkari täyttää 68 vuotta. (Apteekkariliitto vuosikatsaus 2016, viitattu 13.6.2017.)

### **Apteekkitoiminnan eettiset ohjeet**

Suomalaisen apteekkitoiminnan arvomaailma rakentuu Suomen Apteekkariliiton ja Suomen Farmasialiiton hyväksymiin eettisiin ohjeisiin, joiden tehtävänä on tukea ja apteekkien henkilöstöä eettisissä ongelmatilanteissa, päätöksenteossa sekä viitoittaa tietä apteekkitoiminnan tietä tulevaisuudessa osana terveydenhuoltoa. **Apteekkien tehtävänä on turvallisen, tehokkaan ja korkeatasoisen lääkejakelelun lisäksi välittää lääkkeisiin liittyvää tietoa ja edistää apteekin asiakkaiden terveyttä**. Apteekin henkilökunnan tulee kohdella asiakkaita samanarvoisesti, kunnioittaa asiakkai-

den valintoja sekä itsemääräämisoikeutta ja huolehtia että asiakas on saanut riittävästi tietoa valinnan tekemiseksi. Apteekin henkilökunnan tulee asettaa asiakkaan oikeudet omien etujen edelle ja toimia asiakkaan parhaaksi. (Apteekkitoiminnan eettiset ohjeet, viitattu 11.6.2017.)

Apteekkareiden, proviisorien sekä farmaseuttien toiminta ei saa olla ristiriidassa farmasian tai terveydenhuollossa yleisesti hyväksytyjen periaatteiden kanssa. Jotta henkilöstö voi toimia sekä asiakkaan että terveydenhuollon edun mukaisesti, on **apteekissa työskentelevän ammatillinen velvoite kehittää ja ylläpitää omaa ammattitaitoa pitääkseen osaamisensa ajan tasalla**. Päämäärrien saavuttamiseksi asiakkaiden palvelemisessa potilaan etujen mukaisesti on apteekkihenkilökunnan toimittava yhteistyössä muun terveydenhuoltohenkilöstön ja viranomaisten kanssa. Apteekkihenkilökunnan tulee omalla toiminnallaan edistää oman alan arvostusta ja luottamusta yhteiskunnassa. Lääkkeiden oikea ja turvallinen käyttö on apteekkihenkilökunnan vastuullinen tehtävä ja sen lisäksi heidän tulee pyrkiä estämään tahallista lääkkeiden väärinkäyttöä. **Eettisiin ohjeisiin sisältyy myös salassapitovelvollisuus, joka tulee huomioida myös apteekin toimitilojen tarkoituksenmukaisuudessa**. (Apteekkitoiminnan eettiset ohjeet, viitattu 11.6.2017.)

### **Apteekeissa työskentelevien henkilöiden työtehtävät**

Apteekit työllistävät yli 8500 eri ammattinimikkeillä työskenteleviä kuten apteekkareita, proviisoreja, farmaseutteja, lääketeknikoita, lääketyöntekijöitä ja työpaikkakoulutettuja teknisiä apulaisia. Farmaseuttisen koulutuksen eli farmaseutin tai proviisorin tutkinnon on suorittanut noin 60 % apteekkien henkilökunnasta. (Apteekit numeroina, viitattu 12.6.2017.) Apteekeissa työskentelevien työtehtävät ovat monipuolisia ja niihin kuuluu mm. asiakkaiden opastaminen lääkkeiden ja muiden tuotteiden käytössä sekä asiakkaiden neuvominen erilaisissa terveyttä edistävässä asioissa. Farmaseuttien ja proviisorien toimenkuviin kuuluu lääkeneuvonta ja lääkkeiden toimittaminen. Oman osaamisen jatkuva kehittäminen sekä tietojen syventäminen ovat avain asemassa erilaisten lääkahoitojen ja terveyttä tukevien palvelujen asiantuntijuudessa. (Apteekkityö, viitattu 11.6.2017.)

## **2.2 Apteekki osana sosiaali- ja terveydenhuoltoa**

Suomen apteekkariliiton julkaisun mukaan Suomen terveydenhuollon käytetyin lähipalvelu on terveyttä ja säästöjä tuovat avohuollon apteekit. Asiakaskäyntien vuosittainen määrä noin 60 miljoonaa on lähes kaksinkertainen muihin terveydenhuoltopalveluihin verrattuna. Apteekkien roolina on



olla matalan kynnyksen palvelupiste, jossa asiakkaat voivat aikaa varaamatta keskustella terveydenhuollon ammattilaisten kanssa. Apteekkien asiantuntijaosaamista tullaan hyödyntämään tulevaisuudessa enemmän asiakkaiden itsehoidon neuvonnan lisääntyessä apteekeissa. Tällä toimenpiteellä kevennetään terveydenhuollon kuormitusta ja kokonaiskustannuksia Suomessa. (Apteekki & sote 2017, viitattu 13.6.2017.)

Vuonna 2015 valmistuneen asiantuntija-arvion mukaan apteekkien maksuton asiakkaiden itsehoitoon liittyvä neuvontapalvelu pienissä vaivoissa on vähentänyt arvioilta 965 miljoonaa euroa terveydenhuollon kustannuksista vuosittain. Säästöä on arvion mukaan syntynyt erityisesti päivystysmenoissa, kun asiakkaiden ei ole tarvinnut apteekeista saatavan neuvonnan ansiosta lähteä päivystyskäynnille sairaalaan. Apteekkien neuvontapalveluihin kuuluvat neljä ryhmää: lääkehoidon tukeminen eli reseptilääkkeisiin liittyvä neuvonta, kokonaislääkitysten yhteisvaikutusten tarkastaminen, virheiden varalta tehtävä lääkemääräysten tarkistus sekä itsehoitoon ja pieniin vaivoihin liittyvä neuvonta. Selvitystyön pohjalta voidaan todeta apteekkien olevan tärkeitä terveydenhuollon ensipisteitä, jotka neuvovat asiakkaita itsehoidossa, opastavat itsehoitolääkkeiden valinnassa ja niiden käytössä sekä ohjaavat tarpeen vaatiessa asiakkaan lääkäriin. (Asiantuntija-arvio 2015, viitattu 13.6.2017.)

### **Sote-uudistus**

Suomen sosiaali- ja terveysministerinä vuosina 2015–2016 toimineen Hanna Mäntylän mukaan suomalaiset apteekit ovat kiinteässä yhteydessä suomalaiseen terveydenhuoltoon ja niillä on merkittävä rooli erilaisten sairauksien ennaltaehkäisemisessä ja terveyden edistämisessä. Ministerin mukaan Suomen proviisoriomisteinen apteekkitoiminta on toimiva ja riittävän kattava, mutta Suomen apteekkitoiminta tarvitsee sääntelyä, jotta apteekkijärjestelmä pysyisi vakaana ja turvallisena. Apteekkeja tulee johtaa ammattimaisesti, jolloin apteekkitoiminnan terveyspoliittiset tavoitteet tulevat huomioituiksi. Suomalaisen apteekkijärjestelmän kannalta toiminnan sääntely on tärkeää, mutta turhia sääntelyjä ja normeja tulee purkaa, jotta apteekkipalvelut säilyvät maankattavina. Apteekkijärjestelmän purkamisen seurannaisvaikutukset tulee osata arvioida riittävän pitkälle, järjestelmää ei tule purkaa markkinatalouden ehdoilla ja keinoilla. (Apteekkarilehden artikkeli 7.4.2016, viitattu 23.8.2017.)

Sosiaali- ja terveysalaa sitoo vahvasti erilaiset lait ja asetukset, joihin peilaten alalla toimivien yritysten toimintaa tulee tarkastella jatkuvasti ja jossa jokaiselle toimijalle on tarkat säädökset ja puitteet. Alan toimintakenttä on koko Suomi ja asiakaskuntana ovat kaikki suomalaiset. Ikäihmisille

suunnatuissa palveluissa on Ahosen mukaan tavoitteena luoda palvelukokonaisuus, jonka tavoitteina ovat yhdenvertaisuus, saavutettavuus ja valinnanvapaus. Hallituksen kärkihankkeiden aiheita ovat mm. palveluiden asiakaslähtöisyys, eriarvoisuuden vähentäminen ja terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen, sekä ikäihmisten kotihoito. (Ahonen 2017, 26.)

Suomen apteekkariliiton vastuullinen apteekki artikkelin mukaan terveydenhuoltoa uudistettaessa voitaisiin apteekkeja hyödyntää entistä enemmän esimerkiksi antamalla kausi-influenssarokotteita asiakkaille apteekkiproviisorien toimesta. Rokotusten antaminen apteekkeissa lisäisivät apteekkien palvelutarjontaa sekä kausi-influenssan rokotuskattavuutta Suomessa. Useissa maissa rokotuksia annetaan apteekkeissa. Apteekkien terveystoimintaa, joissa yhteistyötä tehdään julkisen terveydenhuollon kanssa tarjoamalla sairaanhoitajan palveluja, on saatu hyviä kokemuksia. Apteekkien terveystoimintojen määrällinen lisääntyminen vähentäisi kuormitusta joka aiheutuu yksinkertaisista hoitotoimenpiteistä. Lisäneuvontaa vaativien itsehoitolääkkeiden valikoiman laajentaminen helpottaisi ihmisten arkea ja myös kuormitusta terveydenhuollossa. Käytännössä tämä tarkoittaisi apteekkien farmaseuttisen henkilökunnan asiantuntijaosaamisen hyödyntämistä nykyistä enemmän. (Vastuullinen apteekki, viitattu 13.6.2017.)

### **Hallituspuolueiden apteekkiryhmän tekemän linjaukset**

Apteekkiryhmän huhtikuussa 2017 laatimien apteekki-alan kehittämistä koskevien ehdotusten lähtökohtana on ”apteekkijärjestelmän näkeminen yhtenä osana terveydenhuoltoa ja lääkehuollon laajaa ketjua. Lähtökohtana on, että suomalainen apteekkijärjestelmä on jatkossakin kotimaisten ammattilaisten vastuulla ja omistuksessa.” Tehdyt linjaukset koskevat lääkkeiden kustannusten ja hinnan muodostumista, apteekkitoimintaa ja apteekkilupia, itsehoitolääkkeitä, apteekkimaksuja sekä muita apteekki-alaa kehittäviä toimenpiteitä kuten esimerkiksi lääkekaappitoimintaa kotihoidossa ja palveluasumisyksiköissä sekä apteekkien roolin vahvistamista tarkoituksenmukaisessa lääkehoidossa. (Hallituspuolueiden apteekkiryhmän linjaukset 24.4.2017, viitattu 23.8.2017.)  
3.7.2017.)

### **2.3 Apteekkiliiketoiminta ulkomailla**

Tässä luvussa olen perehtynyt Ruotsin ja Norjan apteekkiliiketoimintaan ja verrannut niiden toimintaa Suomessa toimiviin apteekkeihin ja niiden palveluvalikoimiin. Tarkastelu on tapahtunut apteek-

kien Internet-sivujen kautta ja useamman apteekin kohdalla löytyi ainoastaan perinteistä apteekki-liiketoimintaa. Tarkemman tutustumisen kohteeksi Suomesta valikoituvat **Oulun III Hansa Apteekki** sekä **Raahessa sijaitseva Härkätorin apteekki**, joiden kohdalla tein benchmarkingia. Molemista apteekeista löytyi laaja palveluvalikoima, joka oli laajentunut ydinliiketoiminnan ulkopuolelle ja ne erottautuvat muista apteekeista positiivisesti. Oulun III Hansa Apteekin liikuntapalvelujen valikoima oli laaja ja se näkyi mm. yrityksessä työskentelevien työntekijöiden ammattinimikkeissä. Merkillepantavaa oli juurikin se, että apteekeissa työskentelee muitakin kuin farmaseuttista henkilökuntaa.

Suomen vahvuutena muihin maihin verrattuna voidaan pitää erinomaista toimitusvarmuutta ja palvelun laatua, sillä asiakkaalle voidaan tilata erikseen tuotteita apteekin valikoiman ulkopuolelta. Norjassa apteekeista 84 % on suurten kansainvälisten ketjujen omistuksessa. Ruotsin apteekeista 79 prosenttia omistavat valtion Apoteket, kauppajätti ICA ja suomalainen Oriola-KD. Apteekkien sääntelyn purkaminen on johtanut muun muassa Ruotsissa farmaseuttisen tason romahtamiseen. (Talouselämä 13.3.2017, viitattu 29.8.2017.)

Benchmarking tavoitteena on oppiminen ja se tarkoittaa käytännössä asioiden tutkimista, havainnointia, vertailua, arviointia ja kiinnostusta muiden organisaatioiden toiminnasta. Benchmarkingin hyötyjä ovat mm. muiden käyttämien hyvien toimintatapojen hyödyntäminen ja muiden tekemien virheiden välttäminen, oma vähän kilpailtu markkina voi löytyä markkinoilta tutkimalla. Lisäksi voidaan tehdä strategiavalintoja, kun tunnetaan kilpailukenttä ja sen toimijat sekä muuttaa yrityksen pelisääntöjä, kun tunnetaan toimialan logiikka. Markkinatarjonnan tunteminen auttaa yritystä erottumaan kilpailijoista positiivisesti (Tuulaniemi 2011, 138–139.)

## **Ruotsi**

Ruotsissa apteekkitoiminta on siirtynyt vuosien 2008–2010 aikana valtion monopolista kilpailuympäristöön. Ruotsin apteekkijärjestelmän nelivaiheinen kokonaisuudistus alkoi vuonna 2008 nikotiinivalmisteiden siirtymisellä myyntiin apteekkien ulkopuolelle. Saman vuoden syyskuussa parannettiin sairaaloiden lääkehuollon tarjoamisen mahdollisuutta. Suurin osa Ruotsin 920 apteekeista myytiin huutokaupalla vuosina 2009–2010 apteekkitetjuille ja yksityisille apteekeille. Myyntiä rajattiin siten, että valtio säilytti omassa omistuksessaan 330, apteekkitetjut saivat ostaa 466 apteekkia ja yksityiset apteekit 150. Ruotsin valtion omistama Apoteket Ab on edelleen suurin toimija Ruotsin apteekkimarkkinoilla. Apteekkijärjestelmän kokonaisuudistuksen neljännessä vaiheessa vuonna 2009 sallittiin itsehoitolääkkeiden myynti apteekkien ulkopuolella. Apteekkien omistus Ruotsissa on

vapaampaa verrattuna Suomeen, rajoituksena on ainoastaan, ettei lääkäri tai lääkeyhtiö voi omistaa apteekkia. Apteekkijärjestelmän muutos on näkynyt apteekkien lukumäärän kasvuna, kasvua on ollut myös syrjäseutujen apteekkien määrässä. (Valliluoto 2012, 38.)

Reseptumin artikkelin mukaan apteekkimonopolin rauettua Ruotsissa syntyi lukuisia pieniä erikois- ja lähiöapteekkeja. Kortteliapteekkien menestyksen takana on niiden asiakkaiden ja heidän tarpeidensa tunnistaminen sekä henkilökohtainen palvelu. Sähköisten reseptien käyttö ja IT-järjestelmät ovat nopeuttaneet toimintaa ja tehneet apteekkien toiminnasta turvallista varsinkin apteekkeissa, joissa on vähän henkilökuntaa. Ammattiapteekkien vahvuutena on neuvontatyö, jossa korostuu henkilökunnan asiantuntijuus. Apteekki toimii terveydenhuollon eri toimijoiden kuten lääkärin, lääkkeiden sekä terveyskeskus- ja sairaalakäyntien välissä solmukohtana, jossa apteekin roolina on katsoa, että kokonaisuus on asiakkaan kannalta toimiva. Ruotsalainen pieni lähiapteekki voi olla asiakkaalle turvapaikka, jossa hänestä pidetään huolta. (Receptum-artikkeli 20.6.2016, viitattu 26.8.2017.)

Ruotsin Apteekkiyhdistyksen julkaiseman raportin mukaan Ruotsalaisissa apteekkeissa korostuvat lääkkeiden korkea saatavuus, asiakastyytyväisyys sekä sähköisen kaupankäynnin kehittyminen. Raportin mukaan sähköisen kaupankäynnin myyntikanavissa on vielä kehitettävää mutta apteekkien verkkokauppojen liikevaihto on kasvanut vuoden 2015 kaupankäynnistä vuoteen 2016 50 prosenttia. Sähköinen kaupankäynti on lisännyt ja lisää apteekkituotteiden saatavuutta ja helpottaa asiakkaita apteekkituotteiden hankinnoissa. Vaikka Ruotsissa suurin osa asiakkaista käyttää fyysisiä apteekkeja, verkkoapteekki luo uusia mahdollisuuksia asiakkaille, etenkin tiheämmin asutuilla alueilla. Verkkokauppojen lisääntyminen Ruotsissa johtuu siitä, ettei apteekkeissa ole riittävästi valikoimaa, jolloin asiakkaat ikään kuin pakotetaan verkkoapteekkeihin. (Apoteksmarknadens Branschrapport 2017, 1-13 viitattu 30.8.2017.)

Ruotsalaisille apteekkeille on ominaista korkea osaaminen ja tuotteiden hyvä laatu, joka luo hyvät edellytykset apteekkien kehittämiseksi osana ruotsalaista terveydenhuoltoa. Ruotsalaista apteekkeissa on asiakkaille tarjolla neuvontaa itsehoidossa, tehostettua vieroitusneuvontaa tupakasta irti pääsemiseksi, ruokavalio- ja liikuntaneuvontaa, verenpaineen mittausta sekä muita palveluita. Kilpailu eri apteekkien toimijoiden välillä on epäselvää, joka johtaa toiminnan jatkuvaan parantamiseen. Tulevaisuudessa ruotsalaiset apteekit haluavat kehittää uusia terveydenhuollon palveluja asiakkaille, kuten lääkehoidon arviointipalveluja ja rokotuspalveluja sekä erilaisia apteekkeissa teh-

täviä testejä, yhteistyössä perusterveydenhuollon kanssa parantaakseen kansanterveyttä, potilasturvallisuutta sekä lääkkeiden oikeaa ja järkevää käyttöä. (Apoteksmarknadens Branschrapport 2017, 1-13 viitattu 30.8.2017.)

**Benchmarking:** Oulun III Hansa Apteekki tarjoaa normaalin apteekkiliiketoiminnan lisäksi terveyttä edistäviä ja sairauksia ennaltaehkäiseviä liikuntapalveluja kuten esimerkiksi kuntotestauspalveluja. Apteekissa toimii **terveys- ja fysiopiste, jossa asiakkaita palvelee fysioterapeutti, terveydenhoitaja, hyvinvointi- ja ravintovalmentaja sekä henkilökunnasta koulutettuja personal trainereita.** Apteekki on laajentanut liiketoimintaansa terveysliikuntapalvelujen tarjoamisella. Apteekin henkilökunta antaa liikuntaneuvontaa, yksilöllistä terveysliikuntavalmennusta sekä fysioterapeuttisia konsultaatioita. Terveysmittauksien lisäksi apteekissa on tarjolla mm. painonhallintaryhmiä. (Apteekkari 28.6.2016, viitattu 13.9.2017.)

Ajanvaraukset terveys- ja fysiopisteisiin, terveysliikuntapalveluihin sekä iho- ja kauneushoitolaan tapahtuu Internet-sivujen nettiajanvarauksen kautta. Terveyspisteessä tehdään erilaisia mittauksia, joista asiakas saa terveydentilastaan monipuolista tietoa ja niiden avulla voidaan seurata pitkäaikaisairauksien hoitotasapainoa. Mittausten lisäksi terveydenhoitajat tekevät pieniä hoitotoimenpiteitä ja antavat rokotteita sekä injektioita. Diabetesneuvontaa tarjotaan tyyppin 2 diabeetikoille mm. Ote diabeteksestä -ryhmävalmennuksen kautta. Apteekin iho- ja kauneushoitola tarjoaa asiakkaille peruskasvohoitoja, erikoishoitoja, ripsi- ja kesto värjäyksiä, ehostuspalvelua sekä vartalo-, jalka- ja kasvohoitoja. (Oulun III Hansa Apteekki 2017, viitattu 14.9.2017.)

**Oulaisten apteekki:** Oulaisten apteekissa asiakasneuvontapalveluna on olemassa ohjausta liikuntaharrastusten pariin. Yhteistyötä apteekki tekee paikkakunnalla toimivien liikuntakeskusten kanssa. Tarkoituksena ei ole kilpailla liikuntakeskusten kanssa vaan ohjata apteekin asiakkaita heidän asiakkaiksi. Terveysliikuntapalveluiden osalta Oulaisten apteekin kannattaa harkita voisiko esimerkiksi painonhallintaryhmän perustaminen olla hyvä palvelu apteekin asiakkaille. Terveysneuvoajan vastaanotto apteekin tiloissa voisi olla hyvä palvelumuoto, jolloin pieniä hoitotoimenpiteitä kuten tikkien poistoja voisi tarvittaessa tehdä apteekkiasioinnin yhteydessä.

## **Norja**

Norjan apteekkijärjestön mukaan Norjassa toimii tällä hetkellä noin 900 apteekkia, jotka kuuluvat kuuteen eri apteekkiketjuun. Suurimpia apteekkiketjuja ovat Apotek 1, Boots apotek, Vitusapotek

ja Ditt apotek. Kolme suurinta kansainvälistä apteekketjua on integroitunut vertikaalisesti lääketukku kaupan kanssa ja omistavat noin 84 prosenttia Norjan apteekkeista. Kolme apteekketjua ovat sidoksissa lääketukku kauppiaalle ja kansainvälisille omistajille. Boots apotek -apteekkien jälleenmyyjä ovat Alliance Healthcare Norge AS ja omistajana on englantilainen Alliance Boot Limited. Vitusapotek -apteekkien jälleenmyyjä ovat NMD Grosshandel ja omistajana saksalainen Celesio AG. Apotek 1 -apteekkien jälleenmyyjä ovat Apokjeden Distribisjon AS ja omistajina suomalainen Tampro Oy ja saksalainen Phoenix. Vuodesta 2001 lähtien Norjassa on ollut vapautettu omistaja perustamisjärjestelmä, joten kuka tahansa voi perustaa tai omistaa aptekin, lukuun ottamatta lääkevalmistajia ja lääkäreitä. Apteekkien omistamisen suhteen ei ole rajoituksia, yhdellä omistajalla voi olla lukuisia apteekkejä. Horisontaalisesti integroidut apteekketjut eivät ole sallittuja. Tukku kauppojen ja apteekkien/apteekketjujen integraatio on sallittu. Norjan apteekketjuissa tarjotaan asiakkaille erilaisia palveluja kuten diabetesseulontoja, verenpaine- ja kolesterolimittauksia. Norjalaiset apteekit ovat pääsääntöisesti yksityisyrittäjiä. Ainoastaan sairaala-apteekit ovat julkisen sektorin omistuksessa. (Apotekforingen 2017, viitattu 16.9.2017.)

**Benchmarking:** Härkätorin apteekki Raahessa tarjoaa asiakkaille **monipuolisia sairaanhoitajan palveluja, kuten rokotuksia ja injektioita, korvahuuhteluja, ompeleiden poistoja ja pienten haavojen tarkistuksia, punkin poistoja sekä virtsatie- ja silmätulehduksen hoitotarpeen toteamisia.** Apteekin muita palveluja normaalin liiketoiminnan lisäksi ovat tukisukkapalvelu, terveyskontrolli, flunssavastaanotto, matkailijan rokotukset sekä aikuistyypin diabeteksen riskikartoitukset. Sairaanhoitaja voi tarvittaessa kirjoittaa flunssa- ja vatsatautipotilaalle oireiden arvioimisen jälkeen selvityksen työnantajaa varten. Lasten vanhemmat voivat saada vastaanotolta sairauslomatoistuksen oman lapsen sairastumisesta akuuttiin kuumeeseen, vatsatautiin tai vesirokkoon. Sairaanhoitajan vastaanotolle voi Raahessa tulla ilman ajanvarausta. (Härkätorin apteekki, viitattu 15.9.2017)

**Oulaisten apteekki:** Härkätorin apteekin palveluvalikoimassa on havaittavissa samanlaisia palveluja kuin Oulun III Hansa apteekin valikoimassa, kuten sairaanhoitajan vastaanotto. Sairaanhoitajan/terveydenhoitajan vastaanotto apteekin tiloissa saattaisi pienentää terveyskeskusten jonoja, kun esimerkiksi pienten lasten vanhemmat voisivat saada apteekin vastaanotolta sairauslomatoistukset akuuteissa tapauksissa. Flunssavastaanoton pitäminen ja matkailijoiden rokotusten antaminen apteekissa voisivat myös lyhentää jonoja terveyskeskuksissa. Oulaisten apteekin kosmetologin tarjoamia palveluja voisi tarvittaessa laajentaa asiakkaiden tarpeiden mukaisesti.

## 2.4 Toimialan trendit

Apteekkitoimialan trendejä Suomessa tällä hetkellä on Liikkujan Apteekki -konseptin mukainen toiminta ja verkkoapteekkien määrän lisääntyminen. Lisäksi apteekkien yhteyteen perustettavien terveyspisteiden määrä on kasvussa, jolloin apteekkien ja muun terveydenhuollon yhteistyö on lisääntymässä. Osa apteekeista on järjestänyt tilat ja laitteet etälääkäreille, joka mahdollistaa lääkäripalveluiden tarjoamisen asiakkaille joiden asuinpaikkakunnalta on vähennetty terveyspalveluja. Tässä kappaleessa olen perehtynyt yllä mainittuihin trendeihin ja tuonut esille niiden keskeisimmät asiat.

MyMeds muistutuspalvelun perustajan Rajiv R. Shah´n mielestä apteekkarit ovat avainasemassa terveydenhuollon kehittämisessä tulevaisuudessa, sillä terveydenhuollon tulisi muuttua järjestelmäkeskeisyydestä enemmän potilaskeskeisyyteen eli asiakaslähtöiseen toimintaan. Terveydenhuollon unelmatiimi koostuisi tulevaisuudessa apteekkareista, lääkäreistä, sairaanhoitajista, erikoislääkäreistä sekä terveysvalmentajista. Tiimipohjainen lähestymistapa asiakkaan hoidossa on tärkeää asiakkaan kokemusten muuttuessa. Apteekkarit voisivat ottaa mahdollisuutena asiakasturvallisuuskokemusten parantamisen innovatiivisten digitaalisten työkalujen avulla. Teknologian kehittyminen mahdollistaa asiakkaiden osallistumisen omaan hoitoon erilaisten digitaalisten terveydenhuollon sovellusten avulla. (Barret, J 7.6.2017, viitattu 16.9.2017.)

### **Liikkujan apteekki**

Liikkujan Apteekki -konsepti on toimintamalli, joka on toteutettu yhteistyössä Kunnossa Kaiken Ikää -ohjelman, Hengitysliiton, Suomen Apteekkariliiton ja Liikunnan aluejärjestöjen kanssa. Tarkoituksena on tuoda terveysliikunta osaksi apteekkien arkea, lisätä erilaisia asiakasneuvontatilanteita sekä luoda lisäarvoa apteekin palveluihin. Terveysliikunta voi olla yksi apteekin palvelutuotteista. Apteekit voivat olla tulevaisuudessa merkittäviä terveyden edistämisen ja terveysliikunnan yhteistyökumppaneita ja toimia kuntien terveys- ja liikuntaneuvonnan palveluketjussa. Apteekit hyötyvät Liikkujan Apteekki -konseptista monin eri tavoin kuten saamalla näkyvyyttä, tuottamalla lisäarvoa asiakkaille, lisäämällä moniammatillista yhteistyötä, kasvattamalla liikuntahyllyn myyntiä, saamalla vaihtelevuutta henkilökunnan työnkuviin sekä tartuttamalla liikunnan kipinän asiakkaisiin. (Liikkujan Apteekki, viitattu 3.7.2017.)

**Liikkujan Apteekki -konsepti** on muodoltaan helppo ja monitasoinen. Konseptin kautta voidaan tarjota terveysliikuntakoulutusta apteekin henkilökunnalle, tuoda käytännön esimerkkejä, miten liikunnan voi ottaa puheeksi asiakkaan kanssa asiakaspalvelutilanteissa, saada puheeksi ottamisen

tueksi erilaisia terveystoimintamateriaaleja, ideoita testi- ja teemapäiville, luoda polku apteekista kunnan liikuntaryhmiin ja liikuntaneuvontaan sekä lisätä tietoa paikallisesta liikuntatarjonnasta. Apteekin henkilökunnalla on merkittävä rooli Liikkujan Apteekki-toiminnassa ja lähtökohtana on, että apteekkari on tehnyt yhdessä henkilökunnan kanssa yhteisen päätöksen Liikkujan Apteekista. Päätöksenteon yhteydessä sovitaan yhdyshenkilöstä, joka yleensä on liikunnasta innostunut asiakaspalveluhenkilö. Yhdyshenkilön tehtävänä, joita voi olla myös kaksi, on hoitaa käytännön asioita ja yhteydenpitoa paikallisiin toimijoihin sekä informoida apteekin henkilökuntaa. Koko henkilökunnan tulee olla perillä Liikkujan Apteekki-toimintaperiaatteista, jotta he osaavat tarjota asiakkaille sopivia terveystoimintamateriaaleja ja ohjata liikuntapalveluiden pariin. Liikkujan apteekki-konseptissa on eri tasoja, joista apteekki voi valita toimintansa kannalta sopivimman tason. Konseptin perustaso on tehty mahdollisimman matalaksi, jotta apteekkien olisi helppo ottaa konsepti osaksi liiketoimintaansa. Konseptin sisältö on kerrottu kuviossa 2. Liikkujan apteekki-konsepti. (Liikkujan Apteekki, viitattu 3.7.2017.)



Perustaso	Lisätaso 1	Lisätaso 2
Apteekissa on esillä painonhallinta- ja terveystuotemateriaalia, kuten KKI-ohjelman Pysyvästi paino hallintaan -opas ja Matka hyvään kuntoon -opas.	Apteekissa on liikuntahylly tai liikuntaan liittyvät tuotteet ja materiaalit ovat muulla tavoin esillä.	Apteekin liikunnan yhteyshenkilö on käynyt terveystuotekoulutuksia.
Apteekissa on esillä liikunnan puheeksi ottamista tukevat tiskikortit ja kampanjatuotteita.	Apteekki järjestää teemapäiviä yhteistyössä kunnan, liikunnan aluejärjestön, kansanterveysjärjestöjen ja yhdistysten sekä yksityisten toimijoiden kanssa.	Liikkujan Apteekki on osa kunnan liikunnan ja hyvinvoinnin palveluketjua.
Apteekissa on esillä kunnan liikuntakalentereita ja paikallisten toimijoiden liikuntaryhmäesitteitä.	Apteekista ohjataan kunnan, yhdistysten ja yksityisen tahon liikuntapalveluiden pariin.	Apteekki järjestää erilaisia terveystuotetapahtumia ja -kampanjoita asiakkailleen itsenäisesti tai paikallisten toimijoiden kanssa.
Apteekissa on järjestöjen liikunta-aineistoa ja potilasoppaita.	Apteekkihenkilökunta osaa kertoa terveystuotteen suosituksista.	Perustason ja lisätason 1 vaatimukset täyttyvät
Apteekin henkilökunta osaa kertoa esillä olevan materiaalin sisällöstä.	Perustason vaatimukset täyttyvät.	
Apteekissa on nimetty liikunnan yhdyshenkilö tai -henkilöt.		
Apteekista ohjataan kunnan liikunta-neuvonnan pariin.		

Kuvio 2. Liikkujan Apteekki –konsepti (Liikkujan Apteekit, viitattu 3.7.2017.)

### Verkkoapteekki

Apteekkien verkkoapteekkipalvelulla tarkoitetaan Fimean mukaan lääkelain 38 §:n 4 kohdan (1112/2010) mukaista lääkkeiden myyntiä asiakkaalle heidän Internetin välityksellä tekemän tilauksen mukaisesti. Suomessa toimii tällä hetkellä noin 100 verkkoapteekkiä, joissa osassa myydään myös reseptilääkkeitä. Lääkkeiden tilaaminen verkkoapteekkeista Suomessa on turvallista verrattuna ulkomaisiin verkkoapteekkeihin, joissa myynnissä voi olla myös väärennettyjä lääkkeitä. Internetmyynnin avulla voidaan parantaa lääkkeiden saatavuutta harvaan asutuilla alueilla. Verkkopalveluita voi asiakkaille tarjota apteekkarit, Helsingin yliopiston apteekki ja Itä-Suomen yliopiston apteekki lääkelain 52 b §:n mukaisesti. Apteekin tulee tehdä ennakoilmoitus apteekin verkkopalvelun ylläpitämisestä Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskukselle. Verkkopalvelutoiminnan apteekki voi aloittaa 60 päivän päästä ennakoilmoituksen tekemisestä, mikäli ei ole saanut lisäselvityspyynnöä tai kieltävää päätöstä toiminnan aloittamisesta. Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskuksen

ajan tasalla oleva luettelo laillisista verkkopalveluista on julkisesti saatavilla verkosta. (Apteekin verkkopalvelu, viitattu 1.7.2017.)

Apteekin verkkopalvelu toimii apteekin tiloissa, jotka soveltuvat lääkkeiden myyntiin ja varastointiin. Apteekin verkkopalvelun kautta myytäviin lääkkeisiin sovelletaan samoja periaatteita kuin apteekin muuhunkin lääkemyyntiin. Asiakkaan tilatessa verkkopalvelun välityksellä lääkkeitä, on hänellä oltava mahdollisuus saada opastusta ja neuvoja apteekin farmaseuttiselta henkilökunnalta ennen tilauksen vahvistamista ja maksamista. Asiakas saattaa tarvita opastusta esimerkiksi lääkkeen oikeasta ja turvallisesta käytöstä sekä lääkevalmisteiden valintaan vaikuttavista seikoista. Mikäli itsehoitolääkkeen myyntiluvan ehdoissa on mainittu tai edellytetty farmaseuttisen henkilökunnan lääkeneuvonta asiakkaalle, ei tilausta saa lähettää asiakkaalle ennen kuin apteekin farmaseutti tai proviisori on ollut yhteydessä asiakkaaseen. Apteekin verkkopalvelusta voidaan toimittaa lääkemääräystä edellyttäviä lääkkeitä sähköisestä lääkemääräyksestä annetun lain (61/2007) mukaisella sähköisellä lääkemääräyksellä. Asiakkaan tilatessa verkkopalvelusta lääkemääräyksen vaativan lääkkeen, tulee hänen osoittaa oikeutensa vastaanottaa lääke sähköisellä tunnistautumisella. Apteekeissa tulee dokumentoida yhteydenotot, jotka liittyvät lääkeneuvontaan kuin myös verkkopalvelun kautta myydyt lääkkeet. (Apteekin verkkopalvelu, viitattu 1.7.2017.)

### **Apteekin terveystipiste - Apteekkien ja muun terveydenhuollon yhteistyö**

Suomessa toimii apteekkien yhteydessä olevissa osakeyhtiöissä tällä hetkellä 12 terveystipistettä. Terveystipisteillä tulee olla aluehallintoviranomaisen myöntämä lupa yksityisen terveydenhuollon antamiseen. Terveystipistekonseptin oikeudet omistaa Suomen Apteekkariliitto, joka kehittää konseptia yhdessä apteekkien kanssa. Terveystipisteet voivat harkitusti toimia erilaisten tuotteiden testauspaikkana. Apteekkien terveystipisteiden kautta esimerkiksi laitetoimittajat tavoittavat asiakkaat nopeasti, jolloin uutta teknologia voidaan jalkauttaa markkinoille nopeasti ja terveystipisteet voivat ottaa uusia palveluja valikoimaansa. (Piste jonoille Apteekkarilehden julkaisu, viitattu 1.7.2017.)

Apteekkien terveystipisteissä voidaan hyödyntää apteekkien ja terveydenhuollon osaamista asiakkaan eduksi. Lisäksi terveystipisteet toimivat lisäresurssina terveyskeskuksille. Terveystipisteissä työskentelee sairaanhoitaja, jonka vastaanotolle tullaan pääsääntöisesti ilman ajanvarausta. Terveystipisteet tulevat lisääntymään apteekeissa tulevaisuudessa, sillä ne ovat asiakkaille ns. matalan kynnyksen palvelupisteitä, joissa voi käydä mm. ottamassa rokotteita, mittauttamassa verenpainetta, hoidattamassa haavoja sekä poistattamassa tikkejä. (Terveystipiste on askel kohti hoitavaa apteekkia, viitattu 1.7.2017.)

### **Etälääkärin ja apteekin yhteistyö**

Apteekkien etälääkäripalvelu ei ole apteekkien omaa liiketoimintaa vaan toimintaa, jolle apteekit järjestävät tilat ja laitteet sekä avustavat toimintaa teknisesti. Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea kannustaa apteekkeja ja paikallista terveydenhuoltoa kokeilemaan yhteistyötä etälääkäripalvelujen tarjoamista asiakkaille. Etälääkäripalvelut mahdollistavat lääkäripalvelujen tuottamisen alueille, joilla saattaa olla ongelmia kunnallisten terveystalujen tarjoamisessa esimerkiksi terveystalujen vähenemisen tai lääkäripulan takia. (Apteekkariliitto vuosikatsaus 2016, viitattu 13.6.2017)

### 3 IKÄIHMISTEN LIIKUNTA JA LIKKUMINEN

Tässä luvussa olen perehtynyt ikäihmisten terveyttä ja hyvinvointia edistävään liikuntaan, ikäihmisten suosituimpiin liikuntalajeihin sekä siihen, miten ikäihmisen liikuntaohjausta ja -neuvontaa tulisi toteuttaa. Lisäksi olen tuonut esille esimerkkejä matalan kynnyksen terveysliikunnan edistämisen työvälineistä, joita voidaan ottaa mukaan Oulaisten Apteekin liiketoimintaan tarvittaessa. Oulaisten Apteekin henkilökunnasta kaksi työntekijää opiskelee parhaillaan liikunnanohjaajiksi, tässä luvussa on kerrottu myös mitä Personal Training tarkoittaa. Kansalaisten terveys ja hyvinvointi ovat kuuluneet Suomen hallituksen kärkihankkeisiin jo vuosia ja tavoitteena on saada eri ikäiset kansalaiset huolehtimaan ja ottamaan vastuuta omasta terveyden tilanteesta. Tästä syystä tässä luvussa on tuotu esille valtakunnallisia linjauksia terveyttä ja hyvinvointia edistävään liikuntaa sekä keskeisimmät lait ja asetukset, joissa on määritelty terveyttä ja hyvinvointia koskevia asioita.

#### 3.1 Ikäihmisten terveyttä ja hyvinvointia edistävä liikunta

Aallon mukaan ikääntyessään ihmiselle tapahtuu muutoksia mm. lihaksissa, luustossa, kehonhallinnassa, tasapainossa, havaintomotoriikassa sekä kestävyudessa. **Tärkeää on tiedostaa, että ihmisen toimintakyvyn kannalta kestävyyttä oleellisempi ominaisuus on ehkäistä ikäihmisen vajaakuntoisuutta.** Lihaskuntoharjoittelu ja liikunta ovat tärkeimmät lihasmassaa säilyttävät tekijät. Hyviä tuloksia voidaan saavuttaa vielä korkealla iälläkin ja huonokuntoisestakin voidaan saada toiminnoiltaan hyväkuntoinen lihaskuntoharjoittelun avulla. (Aalto 2009, 13–29.)

Liikunnalla on useiden tutkimusten mukaan laaja-alaista hyötyä ikäihmisille. **Liikunta on käytännön työssä toimiva ja kustannustehokas keino ennaltaehkäistä ja hidastaa ikäihmisten toimintakyvyn heikkenemistä.** Toimintakyvyltään vahvan ikäihmisen elämänlaatu on parempaa, jolloin tarvitaan vähemmän ulkopuolista apua päivittäisissä toiminnoissa ja voidaan asua omassa kodissa pidempään. Kotona asuminen mahdollisimman pitkään on usean kunnan strategian tavoitteen mukaista. Ikäihmisille suunnattu ohjattu liikuntatoiminta ja sen edistäminen edellyttävät eri sektoreiden ja hallinnon alojen yhteistyötä.

Aallon mukaan liikunnalla ei pystytä estämään vanhenemista mutta sen avulla pystytään ennaltaehkäisemään ja hidastamaan esimerkiksi ikääntymisen aiheuttamia tasapainohäiriöitä. Kaikenlainen liikunta on hyödyllistä, mutta **tasapainon kannalta kävelyn lisäksi suotuisia liikuntamuotoja ovat mm. pallopelit, tanssi ja erilaisiin tasapainoharjoitteisiin yhdistetyt lihaskuntoliikkeet**. Tasapainoharjoitteluvälineiden osalta on huomioitava niiden turvallisuus. Liikunta on suositeltavaa kaikissa muodoissa, sillä liikunnalla ja kuntoilulla on todettu olevan positiivinen vaikutus ihmisen kognitiivisiin toimintoihin. Ikäihmisiä kannattaa ja tulee kannustaa eri keinoin liikunnan pariin. Nykyisin on tiedossa, että aktiivisesti liikkuva ikäihminen pystyy selviytymään itsenäisesti omassa kodissaan jopa 10-20 vuotta passiivista ikätoveriaan pidempään. Syitä ikäihmisten liikkumattomuuteen ovat muun muassa erilaiset sairaudet, väsymys, vammautuminen, liikuntapaikkojen puute tai sijainti, sosiaalisen tuen tai seuran puute sekä uskomukset liikunnan vaarallisuudesta vanhemmalla iällä. **Motivoivia tekijöitä ovat terveyden ylläpitäminen, virkistyksen tuottaminen, voimavarojen lisääntyminen, ulkona liikkuminen sekä sosiaaliset kontaktit ja psykiset syyt**. Osallistuminen ryhmämuotoiseen liikuntaan ikäihmisiä motivoivat ammattihenkilöltä saadut neuvot ja ohjeet. (Aalto 2009, 13–29.)

Vuoren mukaan **liikunnan avulla voidaan edistää onnistuvaa vanhenemista tarjoamalla ikäihmisille erilaisia virikkeitä, haasteita, tavoitteita, mielekästä ajankäyttöä, sosiaalisia kontakteja, yhteistoimintaa, yhteisöllisyyden sekä onnistumisen kokemista**. Liikuntaa ei ole milloinkaan liian myöhäistä aloittaa, sillä liikunnan aloittamisella tai lisäämisellä iäkkäänä on positiivisia vaikutuksia kroonisten sairauksien sekä niiden haittojen ilmenemiseen kuin keski-ikässäkin. Kuitenkin on otettava huomioon, että liikunnan vaikutuksen aste on iäkkäämmällä pienempi ja vaikutukset ilmenevät hitaammin. **Ikäihmisiä tulee kannustaa liikunnan pariin ja se vaatii monien tahojen pitkäjänteistä yhteistoimintaa**. Terveyden edistäminen on siis monimuotoista ja monialaista toimintaa. (Vuori 2011, 97.)

### **Ikäihmisen ohjaaminen ja neuvonta**

Näslindh-Ylispangarin mukaan **ikäihmisen ohjaaminen ja neuvonta tulee toteuttaa ikäihmisen ehdoilla**, jolloin ohjaustilanteessa otetaan huomioon hänen aiemmat terveystilanteet ja -uskomukset. Liikkumiseen ohjaavat ohjaustilanteet voisivat olla **esimerkiksi terveystapaamisia tai elintapaneuvotteluja**, joissa ikäihminen voi jakaa omia kokemuksiaan, tarpeitaan ja toiveitaan hänelle sopivista liikuntamuodoista. Vuorovaikutustilanteessa ohjaavan henkilön, tässä tapauksessa apteekin liikuntavastaavan, tulisi käyttää omia sosiaalisia ja emotionaalisia taitoja luodakseen ikäihmisen kanssa luottamuksellisen ilmapiirin. Luottamuksellisessa tilanteessa asiakas voi keskustella



Tämän lisäksi eläkeikäiset tarvitsevat **lihaskuntoa ja liikehallintaa** kohentavaa liikuntaa vähintään kaksi kertaa viikossa. Tasapainoharjoittelua tarvitaan tämän lisäksi, mikäli liikkumiskyvyssä on ilmaantunut heikentymistä ja kaatumisvaara on noussut. Muutama prosentti eläkeläisistä täyttää sekä kestävyys- että lihaskuntoliikunnan suosituksen. Kestävyysliikuntasuosituksen täyttää noin neljännes eläkeikäisistä, kun taas lihaskuntosuosituksen vain joka kymmenes. Viidesosa eläkeikäisistä ei liiku lainkaan viikoittain. Kansallisen liikuntatutkimuksen mukaan eläkeikäiset liikkuvat oma-toimisesti yksin tai ryhmässä. Ohjattuun liikuntaan, jota harrastetaan kuntien järjestämissä liikuntapalveluissa, osallistutaan vähemmän. (Husu & Paronen & Suni & Vasankari 2011, 41–44.)

### **3.2 Matalan kynnyksen terveystiikunnan edistämisen työvälineitä**

Terveystiikunnan edistämisen tavoitteena on liikuntatottumusten muuttaminen pysyvästi. Tässä luvussa olen perehtynyt terveystiikunnan edistämiseen monella eri tavalla. Tottumusten muuttaminen elämäntavaksi on hidas prosessi, jolloin lyhyelle aikavälille tarvitaan erilaisia tavoitteita. Välitavoitteita voi olla asenteen muuttaminen, kiinnostuksen herättäminen, lisätiedon saaminen sekä myönteiset omakohtaiset liikuntakokemukset. (Aittasalo & Vasankari 2011, 197.)

Käytännön liikunnanedistämistyöhön soveltuvia työvälineitä ovat esimerkiksi liikuntaneuvontakortti, askelmittari, erilaiset kuntotestit sekä osallistuminen erilaisiin tapahtumiin ja tempauksiin yhteistyötahojen kanssa esimerkiksi toimimalla paikkakunnalla niiden järjestäjänä. Edellä mainittuja ideoita voidaan soveltaa esimerkiksi Oulaisten apteekin toimintaympäristössä.

#### **Liikuntaneuvontakortti**

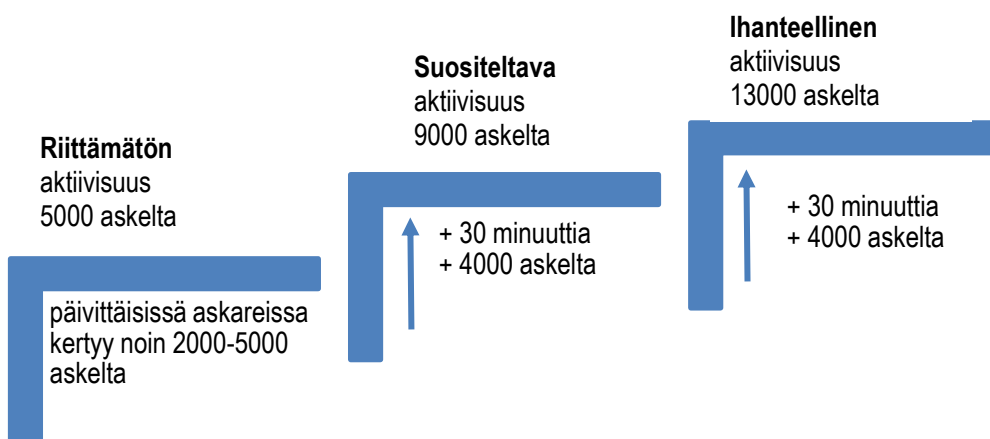
Liikuntaneuvonnan ja asiakkaan kanssa puheeksi ottamisen tueksi voidaan laatia paperinen neuvontakortti, jolloin liikuntaneuvontaa voidaan toteuttaa yhtenäisesti eri toimijoiden kanssa. Tällöin liikuntaneuvonnan vaikutusten seuranta helpottuu ja neuvonta etenee sovitusti. Liikuntaneuvontakortti voidaan toteuttaa kuviossa 3. havainnollistetun viiden A:n periaatteen mukaisesti.

<b>Asses</b>	<b>Arvioi</b> nykyinen liikunta-aktiivisuus, valmius muuttaa liikuntatottumuksia, taidot, asenne, tiedot
<b>Advice</b>	<b>Anna tietoa</b> liikunnan hyödyistä, liikkumattomuuden haitoista, annostelusta, sopivista liikuntamuodoista ja terveysriskeistä
<b>Agree</b>	<b>Aseta</b> asiakkaan kanssa henkilökohtainen tavoite ja laadi konkreettinen suunnitelma
<b>Assist</b>	<b>Auta</b> asiakasta tunnistamaan liikkumisen esteet ja keinot niiden voittamiseksi sekä etsimään sopivat liikuntapalvelut
<b>Arrange</b>	<b>Aikatauluta</b> seurantakäynnit ja suunnittele seurantatapa tai -tavat

Kuvio 3. Liikuntaneuvonnan viiden A:n periaate. (Aittasalo ym. 2011, 198.)

### Askelmittari

Askelmittarin avulla voidaan arvioida kävelyn eli helpoimmin toteutettavan liikkumismuodon kokonaismäärää helposti. Askelmittarit ovat hinnaltaan edullisia ja niitä on helppo käyttää. Askelmittarin kohdalla on todettava, ettei askelmäärään kohdistuva tavoite sovellu kaikille vaan järkevämpää on verrata askeleita ikäihmisen tavanomaiseen askelmäärään, jonka tuloksen avulla voidaan määrittellä kävelyn toteuttamiskelpoinen päivittäinen tavoite. Kuviossa 4. kävelyn portaat on havainnollistettu esimerkin kautta, millaisella liikuntamäärällä päästään riittämättömästä aktiivisuudesta ihanteelliseen määrään lisäämällä askelten määrää ja kestoja.



Kuvio 4. Kävelyn portaat (Aittasalo ym. 2011, 203.)



## **Voimaa Vanhuuteen -terveysliikuntaohjelma**

Säpyskä-Nordbergin ym. mukaan ”hyvällä toimintatavalla tarkoitetaan eettisesti hyväksyttävää liikuntatoimintaa, joka tuottaa hyvää toimintakyvyllään heikentyneelle, iäkkäälle ihmiselle. Hyvä toimintatapa on vanhuskeskeinen ja osallistava, toimiva ja tuloksellinen perustuen seurantaan ja monipuoliseen arviointiin, koetaan toimintaympäristössä toimivaksi, rakentaa siltoja eri toimijoiden ja organisaatioiden ja palvelujen välille, kehittyy ja leviää vuorovaikutuksessa, jossa voidaan oppia ja muodostaa uutta tietoa yhdessä sekä antaa työntekijälle mahdollisuuden tarkastella työtään uudesta ja kehittävästä näkökulmasta. (Säpyskä-Nordberg & Starck & Kalmari & Karvinen 2010, 8.)

Ikäinstituutin koordinoiman Voimaa Vanhuuteen – iäkkäiden terveysliikuntaohjelman tehtävänä on edistää kotona asuvien sekä toimintakyvyllään heikentyneiden yli 75 vuotiaiden ikäihmisten yhdenvertaisia liikkumismahdollisuuksia ja itsenäistä suoriutumista ja osallistumista. Hyviä toimintatapoja otetaan käyttöön liikuntaneuvonnasta, ryhmäliikunnasta ja ulkoilusta ja joiden käyttöönotto toteutetaan sekä ikäihmisten että eri järjestöjen ja julkisen sektorin kanssa yhteistyössä. Voimaa vanhuuteen -ohjelma on sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskuksen STEAn ja opetus- ja kulttuurirahaston rahoittama. (Voimaa Vanhuuteen 2017.) Tavoitteeseen pääseminen on mahdollista lisäämällä ja kehittämällä ikäihmisille suunnattua liikuntaneuvontaa ja liikuntaa sekä ulkoilua ja arki liikunnan mahdollisuuksia. (Voimaa vanhuuteen – iäkkäiden terveysliikuntaohjelma, viitattu 1.9.2017.)

***lääkkäiden ulkoilupäivä*** on Ikäinstituutin tapahtuma, joka haastaa järjestöt, koulut, päiväkodit ja palvelutalot järjestämään valtakunnallisen iäkkäiden ulkoilupäivän ja lisäämään yhteisöllisyyttä ja erilaisuuden ymmärtämistä. Esimerkiksi Helsingissä on toteutettu yhteinen ulkoiluhetki palvelutalon asukkaiden ja Karakallion 9. luokan valinnaisliikuntaryhmän kanssa. (Yhdessä ilman ikärajaa 2017.)

***Vie vanhus ulos -kampanja*** on toteutettu viisi kertaa, joista ensimmäinen vuonna 2011. Kampanja edistää toimintakyvyllään heikentyneiden ikäihmisten säännöllistä ja turvallista ulkoilua. Ikäihmisten ulkoiluystäviksi kampanjassa haastetaan järjestöjen vapaaehtoisia, opiskelijoista, hoitotyön ammattilaisia sekä ikäihmisten läheisiä ja naapureita. Ikäihmisten ulkoilussa tarvitaan yhteistyötä ja tarkoituksena on, että alueen/kunnan avaintoimijat tekevät yhteistyötä. Oulaisten apteekki voisi toimia avaintoimijoiden koolle kutsujana ja olla osallisena tapahtuman järjestelyissä. (Starck & Vuorjoki-Andersson 2016, 3.)

**Porukalla lenkille -ohjatut ulkoiluryhmät** soveltuvat ikäihmisille, jotka tarvitsevat tukea ja kannustusta liikkumiskyvyn ongelmista tai muista syistä. Ulkoiluryhmän ohjaajina voivat toimia sekä ammattilaiset että vertaisohjaajat, lisäksi tarvitaan vapaaehtoisia avustajia esim. liikunnallisia senioreita. Oulaisten apteekin liikuntavastaava voisi osallistua Ulkoilunystäväksi iäkkäälle -koulutukseen. Oulaisten apteekki voisi toimia ulkoiluryhmien koontumispisteenä esimerkiksi kävelylenkin aloitus- ja lopetuspaikkana. Lopuksi voisi olla tietoisu ajankohtaisesta aiheesta, tuote-esittely tai verenpaineen mittaus apteekissa. (Porukalla lenkille 2017.)

**Ulkoiluystäväksi iäkkäälle – vapaaehtoinen ulkoilun tukena.** Yhteistyön tekemisen mahdollisuus esimerkiksi kunnan liikuntatoimen, sosiaali- ja terveystoimen, eri järjestöjen, oppilaitosten ja vapaaehtoisten kanssa. Ulkoilun säännöllisyydestä ja pituudesta voi ikäihminen ja vapaaehtoinen sopia keskenään. Toiminnan koordinointi voisi olla Oulaisten apteekista ja käyttöön voisi ottaa ulkoilukortin, johon merkitään ulkoilusuoritukset. Täysi kortti palautetaan Oulaisten apteekkiin ja osallistuneiden kesken esimerkiksi arvotaan tuotepalkintoja. (Ulkoiluystäväksi iäkkäälle 2017.)

**Liikuntaneuvonta** on ikäihmisten kohdalla tärkeä osa heidän henkilökohtaista terveysneuvontaa. Liikuntaneuvonnan tavoitteena on ikäihmisen oivaltaminen liikunnan merkityksestä omalle hyvinvoinnille ja motivoituminen liikkumaan itselleen mieluisalla tavalla säännöllisesti. Liikuntaneuvonta voi olla yksilöllistä tai tapahtua ryhmässä. Neuvonnan ja keskustelun tukena voidaan käyttää Ikäinstituutin Voimaa vanhuuteen Internet -sivuilta löytyviä materiaaleja kuten esimerkiksi valokuvakortteja, erilaisia aiheita keskustelun tueksi, UKK-instituutin liikuntapiirakkaa sekä liikuntakalenteria. Oulaisten apteekin henkilökunta voi hyödyntää sivuilta löytyviä materiaaleja liikunnan puheeksi ottamisen apuvälineinä ikäihmisen kanssa. Sivuilta löytyy myös haastattelulomake, jota voidaan käyttää keskustelujen pohjana ja lähtötilanteen arvioimisessa. (Liikuntaneuvonta 2017.)

## **UKK-Instituutti**

UKK-instituutti on yksityinen Urho Kekkosen Kuntoinstituuttisäätiön ylläpitämä vuonna 1980 perustettu sosiaali- ja terveysministeriön tutkimus- ja asiantuntijakeskus, joka toimii terveys- ja liikunta-alalla. Instituutin tehtävänä on väestön terveyden ja toimintakyvyn edistäminen terveysliikuntaa lisäämällä sekä vähentämällä suomalaisten liikkumattomuutta ja liikuntavammoja sekä vapaa-ajalla

tapahtuvia tapaturmia. Instituutti on asiantuntijakeskus, joka on sekä kansallisesti että kansainvälisesti tunnettu, osaava, luotettava ja aktiivinen. Instituutti tarjoaa terveydenhuollon ja liikunta-alan ammattilaisille sekä väestölle tutkimustietoon perustuvia, sovellettavia ja jalkautettavia kustannustehokkaita ratkaisumalleja terveystieteiden edistämiseen ja liikkumattomuuden vähentämiseksi. Instituutin verkkokaupasta on mahdollisuus hankkia materiaalia yksilölliseen liikuntaneuvontaan ja liikunnan arviointiin. Ikäihmisten terveystieteiden edistämiseen ja liikuntaneuvontaan löytyy työkaluja Internet-sivujen ammattilaisille osista. (UKK-instituutti – osaamista terveystieteiden edistämiseen.)

**Liikuntaresepti** on UKK-instituutin kehittämä terveydenhuollon ammattilaisille tarkoitettu yhdenmukainen liikuntaneuvonnan työkalu, jonka avulla voidaan arvioida ja kehittää työyhteisön nykyisiä liikuntaneuvonnan käytäntöjä. Liikkumisreseptissä on määritelty liikuntaneuvonnan ydinkohdat, jotka ohjaavat hyvään liikuntaneuvontakäytäntöön. Liikkumisreseptiä voidaan käyttää yhteistyövälineenä esimerkiksi kunnan liikuntatoimen ja terveydenhuollon välillä. (UKK-instituutti – Liikuntaneuvonta yhteiseksi asiaksi.)

Oulaisten Apteekin liikuntaneuvontaa voidaan kehittää esimerkiksi UKK-instituutin liikkumisreseptin avulla. Liikkumisreseptin työkirja on löydettävissä UKK-instituutin Internet-sivuilta ja sen avulla voidaan arvioida ja kehittää nykyisiä liikuntaneuvonnan käytäntöjä ja ottaa yhteiseksi liikuntaneuvonnan työkaluksi Oulaisten apteekissa. Yhtenäinen käytäntö liikuntaneuvonnassa lisää luotettavuutta ja asiantuntijuutta ja tuo kustannustehokkuutta Oulaisten Apteekkiin.

## **Personal Training**

Personal Training tarkoittaa asiakkaan kokonaisvaltaista elämäntapavalmennusta, jolla tuetaan asiakkaan omien liikunta- ja terveystottumusten muutosprosessia. Kuntovalmennuksen lisäksi tavoitteiden asettamisella, asiakkaan motivoimisella, itseluottamuksen ja -tunnon vahvistamisella, vuorovaikutuksella ja henkisellä valmennuksella on suuri rooli Personal Training -asiakassuhteessa. Ikääntyneiden ja jatkokuntoutusasiakkaiden kohdalla on välttämätöntä olla riittävästi osaamista heidän valmentamisestaan ja tarvittaessa voidaan konsultoida alan asiantuntijoita. (Liikuttavia ajatuksia 2011, viitattu 7.9.2017.)

Elintapalääkäriin Vilho Aholan mukaan liikunta-alan koulutuksista personal training -koulutus vastaa parhaiten siihen millaista osaamista lääkäri tarvitsee tuekseen. Aholan mielestä personal trainer -

palveluita tulisi hyödyntää Suomen terveydenhuollossa laajemmin, jolloin personal trainer -valmentajat työskentelisivät esimerkiksi terveyskeskuksissa hoitohenkilökunnan lisäksi. Liikuntaohjaamisen ohella personal trainerit voisivat esimerkiksi toteuttaa perustason ruokavalio-ohjaamista lääkärin tai ravitsemusterapeutin kanssa yhteistyössä. Aholan mukaan personal trainingille on olemassa selkeä tarve ja paikka suomalaisessa terveydenhuollon ja elintapalääketieteen kokonaisuudessa, jossa tarvitaan sekä personal trainingin että terveydenhuollon edelläkävijöitä. (Riekki 2017, viitattu 14.9.2017.)

### **Personal Trainer**

Personal Trainer on asiakkaan muutosprosessin tukihenkilö. Langinkosken mukaan personal trainerit työskentelevät palveluammattissa riippumatta siitä millaisessa ympäristössä he työskentelevät. Personal trainereiden tavoitteena on valistaa, motivoida ja valmentaa ihmisiä terveellisempiä elämäntapoja ja fyysistä suorituskyykyään parempaa kohden. Personal trainerit soveltavat käytännössä työhönsä parhaiten todettuja terveys-, liikunta- ja käyttäytymistieteen näyttöön perustuvia oppeja ja metodeja. (Langinkoski 2016, 19.)

Personal training on asiakkaan yksilövalmennusta asiakkaan tarpeiden mukaisesti. Asiakkaan tarve voi liittyä painonhallintaan, kehon muokkaukseen, oikean ruokavalion löytämiseen, liikunnan oikeaoppiseen aloittamiseen tai yleiseen hyvinvointiin. Personal training -valmennuksessa huomioidaan asiakkaan psyykinen jaksaminen ja hyvinvointi. Valmennus keskittyy asiakkaaseen ja on pitkäjänteistä, systemaattista ja seurannan alaista valmennustoimintaa. Personal trainer valmentaa asiakkaitaan kohden terveyttä ylläpitäviä elintapoja, joka tarkoittaa, että asiakkaalle tehdyt harjoitteluohjelmat ovat suunnitelmallisia ja niissä hyödynnetään liikuntaa asiakkaan terveyden ja/tai suorituskyykyyn edistämiseksi. Harjoitteluohjelmissa huomioidaan ja testataan asiakkaiden mahdolliset liikuntatavoitteet ja erilaiset riskitekijät. Ruokailutottumusten osalta asiakkaita valistetaan ja ohjataan kohden terveellisiä ruokailutottumuksia ravitsemussuositukset huomioiden. Suorituskyykytavoitteiden tukemisessa hyödynnetään ravitsemusta. Personal trainer dokumentoi asiakkaan etenevistä harjoitusohjelmista ja tavoitteisiin pääsemisessä ja noudattaa omassa suunnittelussa lääkärin, ravitsemusterapeutin tai fysioterapeutin ohjeistusta. Ammattitaitoinen personal trainer ymmärtää oman ammattiosaamisensa rajat ja ohjaa asiakkaan tarvittaessa terveydenhuollon ammattilaiselle. (Langinkoski 2016, 19.)

### **Auktorisoitu Personal Trainer APT®**

Suomen kunto- ja terveystoimintakeskusten yhdistyksen SKY ry:n mukaan Suomessa työskentelee noin 2000–3000 päätoimista personal trainereita. Näiden lisäksi lukuisia personal trainereita työskentelee osa-aikaisesti. SKY ry:n mukaan personal trainereiden koulutuksen taso ja laatu sekä osaaminen vaihtelee Suomessa ja kuluttajien on ollut hankalaa vertailla personal trainer -palveluiden tarjoajien luotettavuutta ja ammatillisuutta. SKY ry:n markkinoille tuoman auktorisoitujen personal traineiden hakemiston avulla kuluttajien on helppo löytää koulutettuja personal trainer ammattilaisia Suomessa. Laatustandardien mukaan koulutettu ja auktorisoitu personal trainer, joka voi käyttää nimikettä personal trainer APT®, tuottaa laadukkaita liikunta- ja hyvinvointipalveluja asiakkaille. Auktorisoitu personal trainer on monialainen liikunta- ja hyvinvointialan osaaja, joka on alan standardien mukaan koulutettu tuottamaan laadukkaita liikuntapalveluja. Auktorisoinnista johtuen asiakas saa takuun personal trainerin ammattitaidosta. Alalla työskentelevien auktorisoitujen personal trainer APT® -hakemistosta vastaa SKY ry. Rekisteröityä tavaramerkkiä APT® saa käyttää ainoastaan auktorisoidut koulutusorganisaatiot sekä heidän kouluttamat personal trainerit. (APT – auktorisoitu personal trainer, viitattu 8.9.2017.)

### **Senior Personal Trainer**

Senior personal trainerit keskittyvät ikäihmisen toimintakyvyn harjoittamiseen sekä ikääntymisen tuomiin erityispiireisiin toimintakyvyssä. Yksilöllisen ohjauksen lisäksi senior personal trainereilla on hyvät taidot ja valmiudet ikäihmisten ohjaamiseen erilaisissa toimintaympäristöissä. Senior personal trainingissa on kyse yksilöllisten, monipuolisten sekä ikäihmisen hyvinvointia ja toimintakykyä ylläpitävien palvelujen tarjoamisesta ikäihmisille. Senior personal trainingissa otetaan huomioon asiakkaan kokonaisvaltainen elämäntilanne ja elinympäristö. Ikäihmisille räätälöidään toimintakykyä säilyttäviä, ylläpitäviä sekä edistäviä harjoittelukokonaisuuksia, joiden avulla pyritään aktivoimaan ikäihmisen fyysistä kuntoa sekä rikastuttamaan sosiaalista elämää. (Oulun aikuiskoulutuskeskus 2017.)

### **3.3 Valtakunnalliset yhteiset linjaukset terveyttä ja hyvinvointia edistävään liikuntaan 2020**

Pääministeri Juha Sipilän hallituksen strategisen ohjelman kärkihankkeita ovat terveyden ja hyvinvoinnin osalta mm. **hyvinvoinnin ja terveyden parantaminen** joka tarkoittaa **kansanterveyden, kansalaisten liikkumisen, terveellisten elämäntapojen ja ravintotottumusten edistäminen.**

Edistämistä toteutetaan toimeenpanemalla terveyttä ja hyvinvointia edistävät käytänteet ja toimintamallit yhteistyössä eri järjestöjen kanssa. Hallituksen tavoitteena on vahvistaa terveyden edistämistä poikkihallinnollisesti päätöksenteossa, palveluissa ja työelämässä. Lisäksi tavoitteena on saada eri-ikäiset ihmiset ottamaan vastuuta tuetusti omasta terveydentilasta ja elämäntilanteesta. (Hallituksen julkaisusarja 10/2015, 20–21.)

### **Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisu 2013:10**

Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisun 2013:10 mukaan valtakunnallisiksi terveyttä ja hyvinvointia edistävän liikunnan 2020 kehittämislinjauksiksi on valittu **arjen istumisen vähentäminen ja liikunnan lisääminen elämäntilanteessa, liikunnan nostaminen keskeiseksi osaksi terveyden ja hyvinvoinnin edistämisessä, sairauksien ehkäisyssä, hoidossa ja kuntoutuksessa sekä liikunnan aseman vahvistaminen**. Liikunnan puolesta puhumiselle ja erilaisille toimenpiteille on selkeä tarve, sillä liikkumattomuuden hinta yhteiskunnalle on korkea ja kustannusten ennustetaan kasvavan voimakkaasti tulevaisuudessa. Ikäihmisten kohdalla liikkumattomuudesta aiheutuvia kustannuksia ovat esim. kaatumisista aiheutuneiden vammojen hoitamiskulut. Kansantaloudellinen merkitys fyysisen aktiivisuuden ja liikunnan osalta on suuri, joten sen edistämiseen tulee panostaa ja investoida, koska se kustannustehokas tapa parantaa suomalaisten terveyttä sekä hyvinvointia. (Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisu 2013:10, 4, 14.)

### **Sosiaali- ja terveysministeriön periaatepäätös 2008:10**

Sosiaali- ja terveysministeriön periaatepäätöksen 2008:10 mukaan **ihmisten elintavat kuten ravitsemus ja liikunta ovat avainasemassa kroonisten tautien ennaltaehkäisyssä ja terveyden edistämisessä**. Terveydenhuoltomenojen kasvua voidaan hillitä ja saada aikaan säästöjä menestyksellisellä terveyden edistämisellä. Taloudellisia vaikutuksia saadaan aikaan, kun väestön terveys saadaan kohentumaan, jolloin myös työvoiman saatavuus ja suorituskyky paranevat. Valtioneuvosto on asettanut liikunnan ja ravinnon edistämisen päätavoitteiksi väestön terveyden edistämisessä ja sairauksien ehkäisemisessä. Edistystyössä on tärkeää, että voidaan vaikuttaa kulttuuriin, elinympäristöön, olosuhteisiin, tuotteisiin sekä rakenteisiin. Edistämistyössä on tärkeää varmistaa tietojen ja taitojen riittävyysterveyttä edistävän elämän tavan pohjaksi kaikkien väestöryhmien kohdalla. Erityisesti heikommassa asemassa olevia väestöryhmiä ja yhteisöjä tulee kannustaa, tukea ja ohjata. **Päätavoitteisiin pääsemiseksi on tärkeää, että terveyden kannalta riittävästi liikkuvien ihmisten määrä kasvaa, terveyshaitat vähenevät ja liikunnasta syrjäytyneiden ihmisten määrä saadaan vähenemään**. Lisäksi on tärkeää, että ravitsemussuositukset otetaan huomioon ja syödään suositusten mukaisesti ja lisätään kasvisten, hedelmien ja marjojen

käyttöä. Huomioitavaa on, että terveyttä edistävät ruoka- ja liikuntatottumukset saadaan koskemaan kaikkia väestöryhmiä myös sosioekonomisesti heikommassa asemassa olevia. (Sosiaali- ja terveysministeriön esitteitä 2008:10, 4–5.)

### **Sosiaali- ja terveysministeriön esite 2010:3**

Sosiaali- ja terveysministeriön esitteen 2010:3 mukaan **liikunnan käsitys on muuttunut kilpaurheilusta koko väestön terveyttä edistävään liikuntaan sekä fyysiseen aktiivisuuteen päivittäin**. Liikuntatoimen lisäksi liikunta kuuluu kuntien kaikkien toimialojen tehtäviin. Tärkeää onkin huomioida, että terveysnäkökohdat otetaan huomioon kuntien kaikissa toiminnoissa yhteistyötä tehden muiden kunnissa toimivien tahojen kanssa. Menestyvissä liikuntakunnissa eri toimialat tuntevat ja ymmärtävät roolinsa ja vastuunsa edellytysten luomisen liikunnalle. Yhteistyön avulla kuntalaisille voidaan tarjota hyvät mahdollisuudet liikkumiseen ja liikunnan harrastamiseen. (Sosiaali- ja terveysministeriön esitteitä 2010:3, 7.)

### **Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisu 2017:6**

Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisun 2017:6 mukaan on suositeltavaa, että Suomen kunnissa **tuetaan ikäihmisten terveyttä ja toimintakykyä siten, että toimenpiteillä vahvistetaan ikäihmisten omaehtoista toimintaa, yhteistä tekemistä, tehdään yhteistyötä kunnan eri toimialojen kanssa hyvinvoinnin edistämiseksi ja matalan kynnyksen liikuntaneuvonnan mahdollisuutta**. Kunnissa tulee lisätä mm. ravitsemusneuvontaa, parantaa rokotuskattavuutta ja edistää ikäihmisten terveyttä ja toimintakykyä laadukkaasti. Palvelun laadulla tarkoitetaan palvelun kykyä vastata asiakkaiden tunnistettuihin palvelutarpeisiin kustannustehokkaasti, luotettavasti ja erilaisia säännöksiä noudattaen. Asiakkaan omat kokemukset palvelusta on tärkeä palvelun laadun indikaattori. Hyvälaatuisen palvelut vastaavat asiakkaan palvelutarpeeseen oikeanlaisella ja -aikaisella palvelukokonaisuudella. (Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisuja 2017:6, 16, 36.)

## **3.4 Keskeisimmät terveyttä ja hyvinvointia määrittelevät lait ja asetukset Suomessa**

Terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen on myös lakisääteistä toimintaa. Keskeisimmät lait ja asetukset, joissa määritellään terveyttä ja hyvinvointia koskevia asioita ovat Suomen perustuslaki, kuntalaki, liikuntalaki ja valtioneuvoston asetus liikunnan edistämisestä, terveydenhuoltolaki ja laki ikääntyneen väestön toimintakyvyn tukemisesta sekä iäkkäiden sosiaali- ja terveyspalveluista. Tässä luvussa olen kertonut eri lakien keskeisimmät asiat.

### **Perustuslaki 1999/731**

Suomen perustuslain 16 §:ssä mainitaan sivistyksellisistä oikeuksista: ”Julkisen vallan on turvattava, sen mukaan kuin lailla tarkemmin säädetään, jokaiselle yhtäläinen mahdollisuus saada kykensä ja erityisten tarpeidensa mukaisesti myös muuta kuin perusopetusta sekä kehittää itseään varattomuuden sitä estämättä.” (Suomen perustuslaki 1999/731.) Valtioneuvoston periaatepäätöksen mukaan ”ikäntyvät ylläpitävät omatoimisuutta, toimintakykyä, henkistä vireyttä ja sosiaalisia suhteita päivittäisen liikunnan avulla. Tämä edellyttää, että ikääntyville on tarjolla riittävästi esteettömiä ja turvallisia liikkumisympäristöjä asuinalueellaan, ohjattua liikuntatoimintaa sekä aitoja mahdollisuuksia osallistua kansalaistoimintaan”. (Valtioneuvoston periaatepäätös liikunnan edistämisen linjoista 2009.)

### **Kuntalaki (1995/365)**

Kuntalain mukaan ”Kunta pyrkii edistämään asukkaidensa hyvinvointia ja kestäväää kehitystä alueellaan”. Liikunnalla on merkitystä kuntalaisten työ- ja toimintakyvyn sekä terveyden ylläpidossa ja siksi se on myös hyvinvointipolitiikan väline Suomessa. Kuntalain 2 §:ssä sanotaan, että ”Kunta hoitaa sille laissa säädettyt tehtävät itse tai yhteistoiminnassa muiden kuntien kanssa. Tehtävien hoidon edellyttämia palveluja kunta voi hankkia myös muilta palvelujen tuottajilta,” (Kuntalaki 1995/365.) Ikäihmisille tarkoitettuja liikuntapalveluja voi näin ollen tuottaa myös kolmannen ja yksityisen sektorin toimijat.

### **Liikuntalaki 390/2015**

Liikuntalain tavoitteena on ”edistää eri väestöryhmien mahdollisuuksia liikkua ja harrastaa liikuntaa, väestön hyvinvointia ja terveyttä, fyysisen toimintakyvyn ylläpitämistä ja parantamista, lasten ja nuorten kasvua ja kehitystä, liikunnan kansalaistoimintaa mukaan lukien seuratoiminta, huippu-urheilua, liikunnan ja huippu-urheilun rehellisyyttä ja eettisiä periaatteita sekä eriarvoisuuden vähentämistä liikunnassa. Tavoitteen toteuttamisessa lähtökohtina ovat tasa-arvo, yhdenvertaisuus, yhteisöllisyys, monikulttuurisuus, terveet elämäntavat sekä ympäristön kunnioittaminen ja kestävä kehitys.” (Liikuntalaki 390/2015.)

### **Valtioneuvoston asetus liikunnan edistämisestä 550/2015**

Liikunta-asetus ohjaa liikuntalain nojalla kuntia järjestämään liikuntapalveluja sekä terveyttä ja hyvinvointia edistävää liikuntaa eri kohderyhmät huomioiden. Kuntien tehtävä on tukea kansalais- ja seuratoimintaa sekä rakentaa ja ylläpitää liikuntapaikkoja. (Valtioneuvoston asetus liikunnan edistämisestä 550/2015).



### **Terveydenhuoltolaki 2010/1326**

Terveydenhuoltolain mukaan ”Kunnan tulee edistää ja ylläpitää väestön terveyttä, hyvinvointia, työ- ja toimintakykyä sekä sosiaalista turvallisuutta, toteuttaa väestön tarvitsemien palvelujen yhdenvertaista saatavuutta, laatua ja potilasturvallisuutta, kaventaa väestöryhmien välisiä terveyseroja, vahvistaa terveydenhuoltopalveluiden asiakaskeskeisyyttä sekä vahvistaa perusterveydenhuollon toimintaedellytyksiä ja parantaa terveydenhuollon toimijoiden, kunnan eri toimialojen välistä sekä muiden toimijoiden kanssa tehtävää yhteistyötä terveyden ja hyvinvoinnin edistämiseksi sekä sosiaali- ja terveydenhuollon järjestämisessä.” Lisäksi laissa mainitaan, että kunnan tai sairaanhoitopiiriin kuntayhtymän käytettävissä on oltava riittävästi terveydenhuollon ammattihenkilöitä terveydenhuollon toimeenpanoon kuuluvia tehtäviä varten. (Terveydenhuoltolaki 2010/1326.)

### **Laki ikääntyneen väestön toimintakyvyn tukemisesta sekä iäkkäiden sosiaali- ja terveystal- veluista 2012/980**

Lain tarkoituksena on ”tukea ikääntyneen väestön hyvinvointia, terveyttä, toimintakykyä ja itsenäistä suoriutumista, parantaa ikääntyneen väestön mahdollisuutta osallistua elinoloihinsa vaikuttavien päätösten valmisteluun ja tarvitsemiensa palvelujen kehittämiseen kunnassa, parantaa iäkkään henkilön mahdollisuutta saada laadukkaita sosiaali- ja terveystal-  
veluja sekä ohjausta muiden tarjolla olevien palvelujen käyttöön yksilöllisten tarpeittensa mukaisesti ja riittävän ajoissa silloin, kun hänen heikentynyt toimintakykynsä sitä edellyttää, sekä vahvistaa iäkkään henkilön mahdollisuutta vaikuttaa hänelle järjestettävien sosiaali- ja terveystal-  
velujen sisältöön ja toteuttamistapaan sekä osaltaan päättää niitä koskevista valinnoista.” Kunnalla on velvollisuus huolehtia ikääntyneen väestön hyvinvoinnista, tukea terveyttä, toimintakykyä ja itsenäistä suoriutumista, turvata sosiaali- ja terveystal-  
velujen saatavuus, selvittää iäkkäiden henkilöiden palvelujen tarve sekä vastata ja varmistaa palvelujen laadukkuus. (Laki ikääntyneen väestön toimintakyvyn tukemisesta sekä iäkkäiden sosiaali- ja terveystal-  
veluista 2012/980.)

## 4 UUDEN PALVELUTUOTTEEN KEHITTÄMINEN MARKKINOILLE

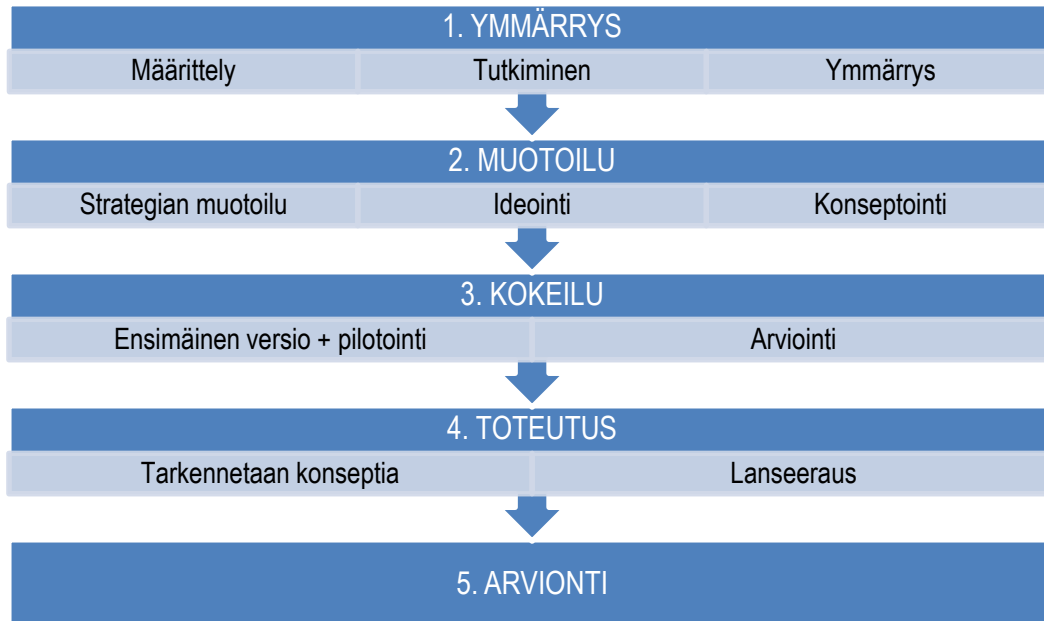
Tämän luvun lähteenä olen hyödyntänyt Oulun ammattikorkeakoulun opiskelijoiden pitämän palvelumuotoilun työpajan materiaaleja. Tässä luvussa mainitsemani henkilöt Arkkila, Hilakivi ja Sarja ovat tehneet harjoitustyön palvelumuotoilun opintojaksoon liittyen ja olleet mukana Oulaisten Apteekin ideatyöpajassa keväällä 2017. Ideatyöpajan lähtökohtana on ollut luoda palveluja, joiden avulla voitaisiin vastata asiakkaan tarpeisiin. Ideatyöpajan tavoitteena oli kehittää uusi, helposti saatavilla oleva kohderyhmän tarpeisiin sopiva liikuntapalvelutuote Oulaisten Apteekin senioriasiakkaille eli eläkeläisille. Palvelumuotoilun työpajan tuloksena syntynyt liikuntapäiväkirja on Oulaisten Apteekin uusi liikuntapalvelutuote, joka täydentää yrityksen laajaa palveluvalikoimaa. Tämän luvun lopussa olevan palvelukonseptin tarkoituksena on määritellä Oulaisten Apteekin uuden palvelun sisältö.

### 4.1 Palvelumuotoiluprosessi

Asiakkaan osallistuminen yrityksen palvelujen kehittämiseen antamalla näkökulmia kehittämistyöhön sitouttaa asiakkaan yrityksen palveluihin. Asiakkaiden mukaan otto kehittämistyöhön lisää innovatiivisuutta työyhteisössä, joka osaltaan lisää yrityksen työntekijöiden työn tekemisen mielekkyyttä. Apteekkien voidaan sanoa olevan asiantuntijaorganisaatioita, joissa asiantuntijoilla on keskeinen rooli palveluiden kehittämisessä. (Mäki 2014, 120.)

Oulaisten Apteekin palvelumuotoiluprosessin lähtökohtana on ollut saada uusia palvelutuotteita apteekin palveluvalikoimaan nopeasti yhdessä ideoimisen kautta. Liikuntapäiväkirja on syntynyt asiakkaiden kanssa yhdessä ideoiden ja kehittämisen Oulaisten apteekin palveluvalikoimaa. Palvelun kehittämisen yhteydessä on jouduttu miettimään, miten uuden palvelun kautta voitaisiin tuottaa asiakkaalle lisäarvoa. Lisäarvo jota asiakas saa liikuntapäiväkirjan kautta on oman hyvinvoinnin lisääntyminen liikunnan ja liikkumisen seurannan kautta, jolloin liikunnasta voi muodostua elämäntapa ja uusi harrastus. Yhdessä kehittäminen voi lisätä asiakkaan luottamusta yrityksen liikuntapalveluun, kun on tietoa siitä, miten palvelu on suunniteltu. Lisäksi kehitystyössä olleet asiakkaat voivat toimia sekä palvelun että yrityksen suosittelijoina, jolla on merkitystä yrityksen tunnettuuteen.

Kuviossa 5. on havainnollistettu Oulaisten apteekin palvelumuotoilun työpajan etenemistä. Havainnollistamisen pohjana on käytetty Ahosen kirjassa Palvelumuotoilu sotessa ollutta sosiaali- ja terveysalalle soveltuvan palvelumuotoiluprosessin kuvausta. (Ahonen 2017, 16.)



Kuvio 5. Oulaisten apteekin palvelumuotoilun työpajan prosessin kuvaus.

Palvelumuotoilun ymmärrysvaiheessa on työpajassa määritelty mihin kysymyksiin haetaan vastausta ja mihin lopputulokseen pyritään. Riittävän tiedon pohjalta on muotoiltu strategia, ideoitu mahdollisia palveluja ja konseptoitu muotoiluvaiheen tuloksia. Kokeiluvaiheessa on tehty ensimmäiset versiot konseptista eli liikuntapäiväkirja ja ruokapäiväkirja, jotka pilotoitiin asiakkaalle. Itse olen tullut mukaan toteutusvaiheessa eli kohdassa neljä, jossa on tarkennettu konseptia ja lanseerataan palvelu asiakkaille. Viidennessä ja viimeisessä vaiheessa arvioidaan palvelun toimivuutta ja jatkuvuutta, jonka osa-alueen olen rajannut tämän kehittämistyön ulkopuolelle.

Työpajan lähtökohtana on ollut saada tietoa senioreiden elämästä ja ajatusmaailmasta sekä miten Oulaisten Apteekin asiakas saadaan liikkumaan ja näin tehostamaan lääkehoidon vaikutusta. Lähtökohtana on ollut myös, miten liikunta otetaan esille asiakkaan kanssa ja miten palvelu toteutetaan resurssitehokkaasti. Työpajaan osallistui paikallisia eläkeläisiä, apteekin henkilökuntaa sekä OAMK:n fasilitaattorit. Asiakasprofiileiksi eli kohderyhmää kuvaaviksi persooniksi oli löydetty kolme erilaista persoonaa; pääasiassa arkiliikuntaa ja kävelyä harrastava Kaija Kävelijä, hikiliikkuja Kalle Kuntoilija sekä TV:n ääressä viihtyvä ja käsitöitä harrastava Leila Leipoja, jolla ei ole todettu olevan

liikunnallisia harrastuksia. Työpajassa palvelumuotoilun työvälineinä oli käytetty empatiakarttaa ja ideapuuta. (Arkkila, Hilakivi & Sarja 2017.)

## 4.2 Palvelumuotoilu sosiaali- ja terveysalan palvelujen kehittämisessä

Sosiaali- ja terveysalalla asiakas on kaiken toiminnan keskiössä, jonka johdosta alan työntekijöillä on vahva ymmärrys asiakkaiden toiveista ja tarpeista. Alalle on tunnusomaista jatkuva kiire, jonka johdosta oman työn tai yrityksen eri toimintojen kehittäminen koetaan työlääksi. Palvelumuotoilun menetelmät sopivat sosiaali- ja terveysalan toimintojen kehittämiseen, sillä palvelumuotoilussa käytetään alalla käytössä olevia menetelmiä kuten esimerkiksi haastatteluja. Palvelumuotoilu on käytännönläheistä yrityksen eri toimintojen näkyvää ja selkeää kehittämistä, joilla voidaan saavuttaa mitattavissa ja arvioitavissa olevia tuloksia. Palvelujen muotoilussa on kuitenkin otettava huomioon sosiaali- ja terveysalaa koskevat lait ja asetukset, sillä alan toiminta perustuu niihin. Lait, jotka tulee huomioida palvelumuotoilussa ovat:

- Laki sosiaalihuollon asiakkaan asemasta ja oikeuksista
- Laki potilaan asemasta ja oikeuksista
- Sosiaalihuoltolaki
- Lastensuojelulaki
- Terveystieteidenhuoltolaki
- Työturvallisuuslaki
- Laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta
- Laki sosiaali- ja terveydenhuollon asiakastietojen sähköisestä käsittelystä
- Laki kunta- ja palvelurakennemuutoksesta. (Ahonen 2017, 66-70.)

Palveluliiketoiminta on ihmisten tuottamaa palvelua toisille ihmisille ja kilpailuedun saavuttaakseen yritykset tarvitsevat uudenlaista ajattelua ja toimintaa, joka ylittää eri toimialojen välillä olevia rajoja. Positiivisen asiakaskokemuksen luomiseksi, yrityksen tulee huomioida asiakkaansa, ymmärtää heidän tilanteensa, pitää asiakkaaseen yhteyttä ja vastata asiakkaan kysymyksiin viipymättä sekä pitää lupauksensa ja palvelun laadun korkeana. Palvelukokemusta ovat luomassa yrityksessä koko työyhteisö mutta avainasemassa ovat ne työntekijät, jotka palvelevat asiakkaita. (Fischer & Vainio 2014, 9–17.)

Sosiaali- ja terveysala on keskittynyt ihmisten auttamiseen ja alalla työskentelevät henkilöt, jotka ovat kiinnostuneita ihmisten auttamisesta ja kokevat empatiaa ihmisiä kohtaan. Oulaisten Apteekin tärkeänä tehtävänä on pitää huolta ihmisistä liiketoiminnan säännöillä kokonaisvaltaisesti. Oulaisten apteekista löytyy runsaasti farmaseuttista erityisosaamista ja asiantuntijuutta, jolla on suuri merkitys tulevaisuudessa apteekkien toimintaympäristöissä. Tulevaisuudessa apteekkien liiketoiminta tulee laajenemaan normaalin liiketoiminnan ulkopuolelle. Palvelumuotoilun ja kokeilemalla kehittämisen avulla voidaan apteekkien liiketoimintaan saada nopeasti uusia palveluita asiakkaille. Molemmat tavat ovat varsin ketteriä ja edullisia tapoja luoda jotakin uutta.

Palvelumuotoilun tarjoamat menetelmät ja työkalut ovat käyttäjäystävällisiä, helppoja menetelmiä joiden avulla voidaan testata esimerkiksi aineettomia palvelukonsepteja konkreettisesti. Palvelumuotoilun avulla palvelukokemuksista voi tulla haluttuja ja helppokäyttöisiä kokonaisuuksia, joilla palveluorganisaatio voi erottautua kilpailijoistaan vaikuttavasti ja kannattavasti. Palvelujen kehittämiseen on palvelumuotoilun myötä saatu syvälinen asiakasnäkökulma sekä kokemuksellisuus, jolloin palvelusta muodostuu asiakkaalle kokonaisvaltainen palvelukokonaisuus, jossa asiakas on kehittämistoiminnan keskiössä. (Ojasalo ym. 2015, 71.)

### 4.3 Uuden palvelutuotteen konseptin suunnittelu

**Konseptoinnilla** tarkoitetaan Ahosen mukaan idean jalostamista toteuttamiskelpoiseen muotoon kuten malliin tai luonnokseen, joka pitää sisällään palvelun keskeiset ominaisuudet. Konseptointia voidaan käyttää esimerkiksi olemassa olevan palvelun parantamiseen tai uuden palvelun tai innovaation luomiseen. Konseptoinnin tuloksena syntyy jotain asiaa tai ideaa selkeästi kuvaava **malli eli konsepti**, jonka johdosta toiminnan suunta ja toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi tulevat selviksi kaikille osapuolille. Palvelukonseptiin kootaan palvelun kannalta tärkeimmät tiedot visuaaliseen muotoon eli mitä, kenelle, miksi ja miten. (Ahonen 2017, 92.)

Oulaisten apteekin palvelukonsepti muodostettiin ideatyöpajassa esille tulleiden ikäihmisten tarpeiden pohjalta ja konsepti on tarkoitettu hyödynnettäväksi Oulaisten apteekin koko palveluvalikoimassa. Palvelukonsepti perustuu kehittämistyön tekijän omaan näkemykseen siitä, miten konsepti kannattaisi toteuttaa. Konseptin luomisessa on otettu huomioon Oulaisten apteekin henkilöstön

ammattillinen osaaminen. Oulaisten apteekin Ideatyöpajassa keväällä 2017 toteutettiin palvelumuotoilua yhdessä kehittämisen kautta. Itse en ole ollut mukana ideatyöpajassa vaan olen tehnyt kirjoituspöytäkirjasta saamistani työpajan materiaaleista.

Palvelujen ja erilaisten liiketoimintamallien suunnittelussa on tärkeää, että asiakkaat sekä heidän palvelukokemukset tunnetaan hyvin. Palvelukokemusten ymmärtäminen on tärkeää, jotta asiakaslähtöisyyden ja palvelumuotoilun välille muodostuu vahva yhteys. Palvelumuotoilu muodostuu asiakasymmärryksestä, palvelun konseptoinnista ja arvioinnista. Asiakkaalle voidaan luoda palvelumuotoilun avulla heidän tarpeitten ja toiveiden mukainen palvelukokemus, jossa on otettu huomioon myös palvelun tuottajan näkökulmat. Lähtökohtana palvelumuotoilulle on palveluun liittyvien asioiden kuten esineiden, tilojen sekä palveluprosessien muotoilu. Palvelumuotoilu voi olla uuden palvelun suunnittelua tai olemassa olevan palvelun kehittämistä. (Miettinen 2011, 31.)

Uuden palvelukonseptin kohdalla on tarkasteltu, miten palvelumuotoilun avulla voidaan konseptista muodostaa lisäarvoa asiakkaalle tuova tekijä Oulaisten Apteekissa. Yhteistoiminnallinen kehittäminen on koettu Oulaisten Apteekissa hyväksi keinoksi laajentaa yrityksen **palvelutarjoomaa**. Uuden liikuntapalvelukonseptin luomisessa on ollut tärkeää ymmärtää **asiakkaan arvomaailmaa**, sillä tietämys siitä miten Oulaisten Apteekki voi olla mukana asiakkaan arjessa luo pohjan yrityksen kilpailuedulle sekä vahvistaa omaa asemaa toimintaympäristössä. Kohderyhmäksi valikoitunut ikäihmisten eli yli 65-vuotiaiden ryhmä on ollut aktiivisesti kehittämässä liikuntapalveluja palvelumuotoilun työpajassa keväällä 2017. Liikuntapalvelun eri osapuolet ovat osallistuneet palvelutoiminnan kehittämisprosessin eri vaiheisiin. Eri osapuolten osallistuminen liikuntapalvelun kehittämistyöhön, on mahdollistanut erilaisten ideoiden luomisen ja esilletuonnin, joita ei muulla tavoin välttämättä saada esille.

#### **4.3.1 Asiakkaat**

Asiakasymmärrys Oulaisten Apteekin senioriasiakkaiden liikkumisen nykytilanteesta on saatu keväällä 2017 apteekin henkilökunnan toimesta pidetyn haastattelun perusteella. Kyselyyn vastasi apteekin 29 asiakasta 58-84 ikävuoden väliltä. Haastatelluista suurin osa eli 59 prosenttia harrasti kävelyä. Seuraavaksi suosituimpia liikuntamuotoja olivat jumppa, uinti ja vesijumppa sekä pyöräily. Yli puolet eli 59 prosenttia haastatelluista harrasti liikuntaa 5-7 kertaa viikossa, 24 prosenttia 1-2

kertaa viikossa ja 14 prosenttia 3-4 kertaa viikossa. Suurin osa eli 73 prosenttia haastatelluista harrastaa liikuntaa yksin ja ainoastaan 27 prosenttia toisten liikkujien seurassa. (Arkkila ym. 2017.)

Palvelun kohdeasiakkaana ovat ikäihmiset. Käyttäjäprofileja eli erilaisia asiakaspersoonia palvelumuotoilun työpajassa löytyi kolme. Näiden kolmen asiakasprofiilin pohjalta voidaan ennakoida millaisia asiakkaita Oulaisten apteekkiin voi tulla. Työpajan asiakasprofileiden Kaija Kävelijän, Kalle Kuntoilijan ja Leila Leipojan kuvaukset on esitetty ohessa.

***Kaija Kävelijän kuvaus:*** Kaija on 70-vuotias, hänellä on takanaan 35 vuoden työura. Kaija harrastaa pääasiassa kävelyä koiransa kanssa ja hän kävelee usein, lähes päivittäin, yleensä rauhalliseen tahtiin. Kaija ei harrasta juurikaan nopeampi sykkeistä sauvakävelyä. Kaija kokee saavansa ulkona liikkumisesta vireyttä, mutta tuntee olevansa hieman yksinäinen. Liikunnan lisäämiseen hänelle antaisi potkua sosiaaliset kontaktit, lenkkikaveri tai ryhmäliikunta. Kaija pitää tanssimisesta ja hänen haaveena olisi löytää ystävä, kenen kanssa voisi harrastaa tanssia. Kaija sydäntä lähellä ovat myös puutarhanhoito ja valokuvaus. Ulkoilu tuo helpotusta myös lievään alakuloon, jota Kaija potee silloin tällöin. Sosiaalinen elämä rajoittuu tietokoneen kautta tapahtuvaan yhteydenpitoon. Kaijalla on oma Facebook profiili, lisäksi hän käyttää Skypeä lasten ja lastenlasten kanssa yhteydenpitovälineenä. Kaijan suurimpana pelkona on terveyden tai liikuntakyvyn heikkeneminen. (Arkkila ym. 2017.)

***Kalle Kuntoilijan kuvaus:*** Kalle on 69-vuotias aktiivinen liikkuja, nyt jo eläkkeellä oleva, entinen autokauppias. Luonteeltaan hän on rento, positiivinen ja valoisa, jolle oma perhe on tärkeä. Kalle on mukana järjestötoiminnassa, harrastaa golfia ja liikunnassa vaativampia sekä raskaampia lajeja, joissa on enemmän haastetta ja syke kohoaa ja hiki nousee pintaa. Harrastaa vesijumpaa ja uintia, kuntojumpaa sekä pyöräilyä. Kalle on tottunut seuraliikuntamuotoihin, mutta voi myös harrastaa liikuntamuotoja yksin. Liikunta on hänellä talvisaikaan pääsääntöisesti sisäpainotteisista. Kesäaikaan golf harrastus vie ulos. Kalle haaveilee loma-asunnosta ”loma-saarilla” sekä lottovoitosta. Hän pitää musiikista, tanssi olisi toiveharrastus, ainoa este on tanssitaidon puute. Hän rentoutuu lukemalla. Kallen suurimpana pelkona on liikuntakyvyn heikkeneminen ja terveyden menettäminen sekä ympäristön tuhoutuminen. (Arkkila ym. 2017.)

**Leila Leipojan kuvaus:** Leila on eläkkeellä oleva 69-vuotias opettaja. Leila tekee paljon kotiaskareita, käsitöitä ja sisustaa mielellään kotiaan sekä on aktiivisesti mukana yhdistystoiminnassa. Hän leipoo mielellään ja seuraa myös ahkerasti Tv-sarjoja. Kotiaskareilta ei ulkoiluun jää aikaa ja ainoastaan pakollinen ulkoliikunta esimerkiksi postilaatikolla käynnit hoituvat. Leila ei ole kiinnostunut juurikaan liikuntaharrastuksista. Hänen sosiaalinen elämä on vilkasta, juhlien järjestämistä, vierailuja ystävien luona ja sukulaisten, lasten ja lasten vierailuja. Leilan saisi liikkeelle hyvä ryhmä, joka vetää Leilan kotiaskareiden ja Tv:n äärestä ulos ja liikkumaan. Haasteena onkin, miten Leila saadaan kiinnostumaan liikunnasta ja saamaan erilaista sisältöä elämäänsä sekä kokemaan liikunnan tuottamaa iloa ja terveyttä? Leila matkustelee mielellään, erityisesti ulkomailla. Leilan suurimpana pelkona on oman terveyden heikkeneminen ja toimintakyvyn menettäminen. (Arkkila ym. 2017.)

Kun asiakaskunta on tunnistettu, voidaan ennakkoon miettiä, miten liikunta voidaan ottaa puheeksi profiilien mukaisten asiakkaiden kanssa ja mistä asioista heidän kanssa voidaan puhua. Palvelumuotoilun työpajassa syntyneitä käyttäjäprofileja olen hyödyntänyt puheeksi ottamisen tueksi laatimissani mallikorteissa, joiden pohjana olen käyttänyt luvussa 3.2 Matalan kynnyksen terveysliikunnan työvälineitä esiteltyä liikuntaneuvontakorttia. Käyttäjäprofileiden kuvauksia voidaan hyödyntää myös Oulaisten apteekin markkinoinnissa, jolloin markkinointi on kohdennetumpaa. Mallikorttien sisältö on tuotu esille kuvioissa 6–8.



## Kaija Kävelijän mallikortti

<b>Kaija Kävelijän liikuntatottumusten arviointi</b>	<p>Nykyinen liikunta-aktiivisuus: Kävelyä päivittäin</p> <p>Liikuntatottumusten muuttamisen valmiusaste: Halukas muuttamaan</p> <p>Taidot ja tiedot: Vähäiset tiedot ja taidot</p> <p>Asenne: Ymmärtää liikunnan merkityksen, pelkona on liikuntakyvyn tai oman terveyden heikkeneminen. Kaija tarvitsee kannustusta liikunnan pariin. Valokuvaus -harrastusta voisi hyödyntää Oulaisten apteekin markkinoinnissa, sillä Kaija voisi toimia asiakastilaisuuksien valokuvaajana.</p>
<b>Anna tietoa</b>	<p>Liikunnan hyödyt: Liikuntakyky paranee ja oma terveys kohenee</p> <p>Liikkumattomuuden haitat: Kaijan pahin pelko voi toteutua</p> <p>Sopivat liikuntamuodot: Kävely,</p> <p>Mahdolliset terveysriskit: esim. II tyypin diabetes</p>
<b>Tavoitteiden asettaminen</b>	<p>Henkilökohtainen tavoite: Fyysisen toimintakyvyn parantaminen</p> <p>Liikuntasuunnitelma: Säännöllinen liikunta</p>
<b>Liikkumisen esteiden tunnistaminen</b>	<p>Sopivat liikuntapalvelut: ryhmäliikuntatunnit esim. Oulaisten kaupungin liikuntapalveluiden tarjonnasta. Tutustutaan tarjontaan esim. tanssi.</p>
<b>Seurantakäyntien aikataulutus</b>	<p>Seurantatapa: Liikuntapäiväkirjan ylläpitäminen kuukauden ajan ja seurantakäynti Oulaisten apteekissa, sovitaan jatkotoimenpiteistä</p>

Kuvio 6. Kaija Kävelijän mallikortti

## Kalle Kuntoilijan mallikortti

<b>Kalle Kuntoilijan liikuntatottumusten arviointi</b>	<p>Nykyinen liikunta-aktiivisuus: Aktiivinen liikkuja</p> <p>Liikuntatottumusten muuttamisen valmiusaste: Haluaa parantaa liikuntatottumuksia, sillä liikunta talvella pääsääntöisesti sisäliikuntaa.</p> <p>Taidot ja tiedot: Tietoa ja taitoa löytyy sillä harrastuksena useita lajeja</p> <p>Asenne: Ymmärtää liikunnan merkityksen, pelkona on liikuntakyvyn tai oman terveyden heikkeneminen. Kalle ei tarvitse kannustaa liikunnan pariin. Kallen järjestötoimintaa voisi hyödyntää Oulaisten apteekin markkinoinnissa, sillä Kalle voisi toimia liikunnan yhteyshenkilönä Oulaisten apteekin ja järjestöjen välillä.</p>
<b>Anna tietoa</b>	<p>Liikunnan hyödyt: Monipuolinen liikunta ja lihashuolto pitää yllä Kallen liikuntakykyä ja terveyttä</p> <p>Liikkumattomuuden haitat: Kalle pelko voi toteutua</p> <p>Sopivat liikuntamuodot: Nykyiset lajit ovat monipuolisia, tanssikurssi</p> <p>Mahdolliset terveystriskit: Onko fyysiset liikuntaharrastukset ohjattua → tarvitseeko Kalle Personal Trainer -palvelua</p>
<b>Tavoitteiden asettaminen</b>	<p>Henkilökohtainen tavoite: Fyysisen toimintakyvyn ylläpito</p> <p>Liikuntasuunnitelma: Säännöllinen liikunta</p>
<b>Liikkumisen esteiden tunnistaminen</b>	<p>Sopivat liikuntapalvelut: ryhmäliikuntatunnit esim. tanssi</p>
<b>Seurantakäyntien aikataulut</b>	<p>Seurantatapa: Liikuntapäiväkirjan ylläpitäminen kuukauden ajan ja seurantakäynti Oulaisten apteekissa, sovitaan jatkotoimenpiteistä</p>

Kuvio 7. Kalle Kuntoilijan mallikortti

## Leila Leipojan mallikortti

<b>Leila Leipojan liikuntatottumusten arviointi</b>	<p>Nykyinen liikunta-aktiivisuus: Liikunta-aktiivisuus on heikko</p> <p>Liikuntatottumusten muuttamisen valmiusaste: Halukas muuttamaan, sillä Leilan saisi liikkeelle mukava liikuntaryhmä</p> <p>Taidot ja tiedot: Vähäiset tiedot ja taidot</p> <p>Asenne: Ymmärtää liikunnan merkityksen, pelkona on liikuntakyvyn tai oman terveyden heikkeneminen. Leilaa tarvitsee kannustusta liikunnan pariin. Leilan yhdistystoimintaa voisi hyödyntää Oulaisten apteekin markkinoinnissa, sillä Leila voisi toimia liikunnan yhteyshenkilönä Oulaisten apteekin ja järjestöjen välillä. Leilan yhdistykset ja Oulaisten apteekki voisivat yhdessä pitää liikuntatapahtuman jossa Leila olisi ”puuhanaisena”.</p>
<b>Anna tietoa</b>	<p>Liikunnan hyödyt: Liikuntakyky paranee ja oma terveys kohenee, jolloin Leila pystyisi jatkossakin matkustelemaan.</p> <p>Liikkumattomuuden haitat: Leilan pahin pelko voi toteutua</p> <p>Sopivat liikuntamuodot: Kävely,</p> <p>Mahdolliset terveystriskit: esim. II tyypin diabetes</p>
<b>Tavoitteiden asettaminen</b>	<p>Henkilökohtainen tavoite: Fyysisen toimintakyvyn parantaminen</p> <p>Liikuntasuunnitelma: Säännöllinen liikunta</p>
<b>Liikkumisen esteiden tunnistaminen</b>	<p>Sopivat liikuntapalvelut: ryhmäliikuntatunnit esim.</p>
<b>Seurantakäyntien aikataulutus</b>	<p>Seurantatapa: Liikuntapäiväkirjan ylläpitäminen kuukauden ajan ja seurantakäynti Oulaisten apteekissa, sovitaan jatkotoimenpiteistä</p>

Kuvio 8. Leila Leipojan mallikortti

Liikuntatottumusten arviointi voidaan tehdä mallikorttien avulla. Liikuntatottumusten arvioinnissa selvitetään asiakkaan nykyinen liikunta-aktiivisuus, omien liikkumiseen liittyvien tietojen ja taitojen arviointi, muutoshalukkuus sekä asenne liikuntaa kohtaan. Arviointitilanteessa asiakkaalle annetaan tietoa liikunnan hyödyistä ja liikkumattomuuden haitoista, mahdollisista terveystriskeistä ja yritetään yhdessä etsiä sopiva liikuntamuoto. Arvioinnin yhteydessä kartoitetaan mahdolliset liikunnan harrastamisen esteet, asetetaan henkilökohtaiset tavoitteet, kerrotaan liikuntapäiväkirjan toimintaperiaatteista ja sovitaan seurantatavat ja tapaamisten ajankohdat. Kartoitustilanteessa selvitetään ydintietojen lisäksi hiljaista tietoa, jotta asiakasta voitaisiin ohjata henkilökohtaisesti. Asiakkaalle annetaan Oulaisten apteekin yhteystiedot ja yhteyshenkilön nimi, jotta asiakas voi jällempäin täydentää tietojaan esimerkiksi puhelimitse tai seuraavassa tapaamisessa.

Ikäihmisten suosituin liikuntalaji on kävelylenkkeily, joten arviointitilanteessa kannattaa asiakkaan kanssa keskustella kävelylenkkeilyn mahdollisuudesta. Asiakkaan kanssa voidaan ottaa puheeksi

myös sauvakävely ja kuntosaliharjoittelu. Arviointikeskustelussa asiakkaalle kerrotaan ikäihmisten terveystuotteen mukaisesta kestävyystyypillisestä liikunnasta, jota pitäisi harrastaa viikossa vähintään 2 tuntia 30 minuuttia tai rasittavasti 1 tunti 15 minuuttia. Yhden liikuntakerran kesto tulisi olla vähintään 10 minuuttia. Samalla mietitään, miten asiakas saavuttaisi suositusta vastaavan tason liikuntamäärässä.

#### **4.3.2 Uuden palvelukonseptin kuvaus**

Palvelukonseptin tarkoituksena on määritellä Oulaisten Apteekin uuden palvelun sisältö. Ideatyöpajassa syntynyt uusi palvelutuote eli liikuntapäiväkirja on sisällytetty Startti terveempään elämään -palvelupakettiin. Liikuntapäiväkirjan sisällyttämien palvelupakettiin tuo asiakkaalle enemmän lisäarvoa kuin tuote yksistään. Tuotteistamisessa on mahdollista yhdistää erilaisia tuotteita ja palveluja keskenään ja siksi liikuntapäiväkirja on yhdistetty isompaan kokonaisuuteen. Liikuntapäiväkirja on helppo sisällyttää useisiin Oulaisten Apteekin tarjoamiin palvelupaketteihin. Liikuntapäiväkirja on ikäihmisen oman liikkumisen seurannan väline, jonka avulla voidaan katsoa liikunnan riittävyttä, kestoja ja monipuolisuutta. Liikunnan seuraamisen kautta voidaan todeta lääkehoidon tehokkuutta ja määrää.

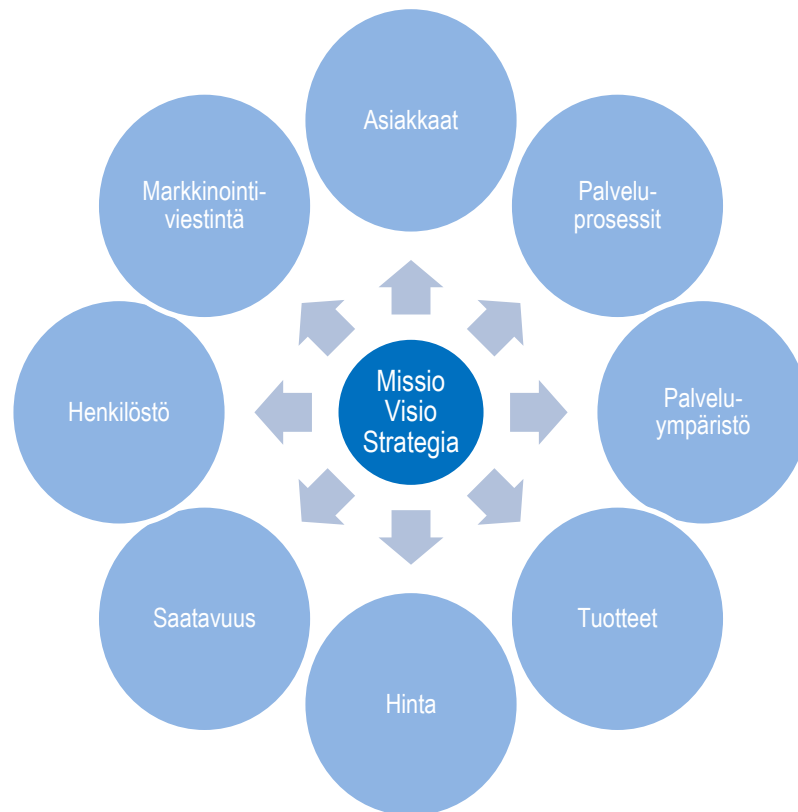
Oulaisten Apteekin liikuntapalvelu on ajanvarauksella toimiva yksilöllinen palvelu, jossa huomioidaan asiakkaan liikuntatarpeet. Palvelutilanteessa kerrotaan liikunnan vaikutuksesta asiakkaan hyvinvointiin, miten liikunta toimii lääkehoidon tukena ja millaiset vaikutukset liikunnalla on esimerkiksi lääkkeiden annostuksiin. Lisäksi palvelutilanteessa kartoitetaan asiakkaan nykyisen liikunnan määrää ja tehdään kehittämissuunnitelma seuranta-aikatauluineen. Liikunnan määrän ja laadun seuraamisen tueksi asiakas saa käyttöönsä liikuntapäiväkirjan. Palvelukonsepti on yksinkertainen ja helposti muunneltavissa oleva malli, jossa kerrotaan, millaisesta palvelusta on kyse ja määritellään markkinoinnin päälinjat.

Konseptin kautta voidaan liikuntaneuvontaa tarjota eri ikäisille asiakkaalle, perehdyttää apteekin henkilöstö tarjoamaan liikuntapalveluja apteekin asiakkaille, antaa käytännön esimerkkejä liikunnan puheeksi ottamisesta asiakkaan kanssa erilaisissa asiakaspalvelutilanteissa, antaa ideoita apteekin asiakastilaisuuksiin ja teemapäiville, ohjata apteekin asiakkaita Oulaisten kaupungin liikun-

taryhmiin ja liikuntaneuvontaan sekä lisätä tietoa paikallisesta liikuntatarjonnasta. Oulaisten apteekin henkilökunnalla on merkittävä rooli konseptin toteuttamisessa ja on tärkeää, että apteekissa on nimetty vastuuhenkilö liikuntapalvelukonseptille.

Puheeksi ottamisen tueksi apteekissa on saatavilla erilaisia terveystietokunnasta kertovia esitteitä ja oppaita omasta liikuntakonseptista aina Oulaisten kaupungin ja paikallisten toimijoiden esitteisiin saakka. Apteekista löytyy liikuntahylly, johon laitettu esille liikuntaan liittyviä tuotteita. Liikunta ja asiakkaan liikuntatottumukset voidaan ottaa helposti esille liikuntahyllyn sisältöä tarkastelevan asiakkaan kanssa. Liikuntahyllyn houkuttelevuuteen ja visuaaliseen ilmeeseen kannattaa siis kiinnittää huomiota, sillä se on kohtaamispiste asiakkaan kanssa.

Oulaisten Apteekin palvelukonsepti on kokeilemalla kehitetty ikäihmisten lääkehoidon tueksi tarjottava palvelu. Konseptin viitekehys on esitetty kuviossa 9, johon on koottu palvelun kannalta tärkeimmät tiedot visuaaliseen muotoon eli mitä, kenelle, miksi ja miten. Viitekehys on kuvattu mukailleen Ahosen esittämää mallia teoksessa Palvelumuotoilu sotessa. Kuvioon on otettu Ahosen mallin lisäksi hinta, markkinointiviestintä ja henkilöstö. Tehtyjen lisäyksien johdosta konseptin viitekehys mukaillee palvelujen markkinointimixin sisältöä. Markkinointimixiä olen kuvannut tarkemmin kappaleessa 5.2 Liikuntapalvelukonseptin markkinoinnin kilpailukeinot 7P -mallin mukaisesti. Konseptia ohjaa viitekehysten keskiössä olevat Oulaisten apteekin missio, visio ja strategia.



Kuvio 9. Konseptin viitekehys. (Ahonen 2017, 92.)

Tuotteistettu palvelu on palvelu, joka on helpompi ostaa, on ominaisuuksiltaan vahvempi, on tehokkaammin markkinoitavissa ja myytävissä sekä sitä voidaan monistaa helpommin. Jari Parantaisen mukaan **tuotteistamisella tarkoitetaan työtä, jonka tuloksena työntekijöiden asiantuntemus tai osaaminen jalostuu myynti-, markkinointi- ja toimituskelpoiseksi palvelutuotteeksi**. Jotta edellä mainitut asiat toteutuisivat, tulee tuotteistajan rakentaa erilaisia apuvälineitä tavoitteiden toteutumiseksi. Ostamisen helpottamisella tarkoitetaan toimenpiteitä, joiden johdosta asiakkaan on helppo tehdä ostopäätös. Palveluiden kohdalla tulee muistaa niiden aineettomuus ja epämääräisyys, sillä palvelua ei voi kokeilla etukäteen. Jotta ostamisesta tulisi helppoa, on pystyttävä erottautumaan kilpailijoista edukseen esimerkiksi Internet-sivustoissa. Internet-sivujen tulisi antaa asiakkaille tietoa, jonka perusteella asiakas voisi tehdä ostopäätöksen ratkaisusta, joka tarjoaa ratkaisua asiakkaan tarpeeseen. Palvelukuvauksessa on tärkeää kertoa: kenelle palvelu on tarkoitettu (kohderyhmä) ja minkälainen ongelma on sen avulla mahdollista ratkaista. Olennaista on olla selvillä, miten kyseinen palvelu eroaa yrityksen muista palveluista. Asiakkaan auttaminen ratkaisun löytämisessä on tärkeää, jotta myyntityössä onnistuttaisiin. Tuotteistamisessa voidaan yhdistää erilaisia palveluja ja tuotteita keskenään. Parantaisen mukaan paketointi voi olla parhaimmillaan asiakkaan, tilanteen tai tarpeen sanelemaa. (Parantainen 2007, 38.)

## 5 UUDEN PALVELUTUOTTEEN MARKKINOINTI

Markkinointi on pitkäjänteistä työtä, jonka lopputulokset näkyvät yrityksen liiketoiminnassa pitkällä aikavälillä. Tässä luvussa olen markkina-analyysin kautta tuonut esille Oulaisten apteekin toimintakentän ja kuvannut Oulaisten apteekin uuden palvelutuotteen markkinoinnin kilpailukeinojen mukaisesti. Tässä luvussa on kerrottu Oulaisten apteekin henkilökunnalle suunnatun markkinointitaitojen kehittämisen työpajan keskeisin sisältö.

### 5.1 Markkina-analyysi

Tässä luvussa olen perehtynyt Oulaisten kaupunkiin, jotta ymmärrys Oulaisten Apteekin toimintakentästä olisi selkeä. Markkina-analyysin tekeminen on tärkeää, jotta saadaan ymmärrys siitä, millaisessa ympäristössä yritys toimii ja millainen on uuden liikuntapalvelutuotteen potentiaalisten asiakkaiden määrä. Tehdyn markkina-analyysin kautta saadaan tietoa mahdollisista Oulaisten Apteekin yhteistyökumppaneista, joiden kanssa voidaan yhteistyössä järjestää esimerkiksi luvussa 3. esille tuotuja tapahtumia.

Oulaisten kaupunki sijaitsee Pohjois-Pohjanmaalla noin 100 kilometriä Oulusta etelään. Oulaisten kaupungin asukasluku on noin 8000 asukasta, joista eläkeläisiä eli ikäihmisiä on reilut 2100. Ikäihmisten eli 65-vuotiaiden määrä on lähes neljännes koko väestöstä, josta voidaan todeta, että potentiaalisia asiakkaita liikuntapalvelun käyttäjiksi on olemassa paljon. Liikenneyhteydet ovat hyvät, sillä kaupunki sijaitsee vilkkaasti liikennöidyn kantatie 86 sekä Pohjanmaan radan varrella. Oulaisten kaupunki tarjoaa asukkailleen hyvät terveydenhuollon, sairaanhoidon ja kuntoutuksen palvelut. (Oulainen syntyy ja tapahtuu esite, viitattu 10.7.2017.)

Oulaisten kaupungin toiminta-ajatuksena on turvata yritystoiminnan harjoittamiselle riittävät edellytykset. Yritystoiminnan harjoittamiselle on kaupungissa hyvät edellytykset kuten kunnossa oleva infrastruktuuri, työvoiman hyvä saanti, vuorovaikutuksellisuus sekä yritysmuuntoinen päätöksentekotapa. (Oulaisten kaupungin elinkeinopoliittinen ohjelma vuosille 2014–2017, viitattu 23.8.2017.)

Oulaisten kaupunki on aktiivinen elinkeinopolitiikan harjoittaja ja tekee tiivistä yhteistyötä paikallisten yrittäjien kanssa. Kaupunki toteuttaa toiminta-ajatustaan muun muassa varmistamalla kuntalaisille hyvät peruspalvelut, huomioimalla ympäristöarvot elinkeinopolitiikassa, tekemällä tiivistä yhteistyötä seutukunnan muiden toimijoiden kanssa ja tunnistamalla elinkeinoelämän tarpeet ja niihin nopea reagoiminen. Palvelurakenteeltaan Oulaisten kaupunki on merkittävä koulukaupunki, sillä kaupungissa sijaitsee Oulun seudun ammattikorkeakoulun Terveysalan yksikkö ja Oulaisten ammattiopisto, joissa opiskelee noin 100 opiskelijaa. Oulaisten kaupunki on Oulun Eteläisen alueen keskus ja kaupungissa sijaitsee Oulaskankaan sairaala, Taukokankaan kuntoutus koti, terveyskeskus ja yksityisiä palvelujen tarjoajia. Oulaisten kaupungissa toimi vuonna 2012 430 yritystä ja tavoitteena on, että vuonna 2020 yritysten lukumäärä on kasvanut 480 yritykseen. Suurimmat työllistäjät ovat sosiaali- ja terveysala, teollisuus, kauppa ja rakennusala. Suurin osa väestöstä on eläkeläisiä (neljäsosa) ja heidän määrä koko väestöstä kasvaa jatkossakin. (Oulaisten kaupungin elinkeinopoliittinen ohjelma vuosille 2014–2017, viitattu 23.8.2017.)

### **Oulaisten kaupungin terveydenhuollon, sairaanhoidon ja kuntouksen palvelut**

Oulaskankaan sairaala kuuluu Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiiriin ja tarjoaa Oulun eteläisen alueen asukkaille myös erikoissairanhoidon palveluja. Hyvinvointisektorilla erilaisia terveydenhuollon, sairaanhoidon ja kuntouksen palveluja tarjoavat myös terveyskeskus, palvelukodit, kehitysvammayksikkö, terveydenhoito-oppilaitos, Oulaisten Apteekki sekä Taukokangassäätiön omistama Taukokangas Oy. Hyvinvointisektorille tulee uusia yrityksiä jatkuvasti ja sektorilta löytyy mm. yksityinen työterveyshuolto, yksityisiä hoivakoteja ja useita hyvinvointiin ja terveyteen erikoistuneita yrityksiä. Ikäihmisille Oulaisten kaupunki tarjoaa monipuolisia palveluja tukeakseen heidän kotona asumistaan mahdollisimman pitkään. (Oulainen syntyy ja tapahtuu esite, viitattu 10.7.2017.)

### **Oulaisten kaupungin liikuntapalvelut**

Oulaisten kaupungissa voi harrastaa liikuntaa monipuolisesti. Kaupungista löytyy jäähalli, uimahalli, urheilu-, tennis-, jalkapallo- ja pesäpallokentät, moottoriurheilukeskus, hiihtokeskus sekä sporting-ammuntarata. Näiden lisäksi liikuntapalveluja tarjoavat eri urheiluseurat. Ikäihmisille Oulaisten kaupungissa on käytössä yli 65-vuotialle maksullinen senioripassi, joka oikeuttaa uimahallikäynteihin tietyinä ajankohtana viikossa sekä jäähallin kuntosalin käytön maanantaista perjantaihin tietyinä ajankohtana. Sisäliikuntapaikkoja tarjoavat koulujen liikuntasalit, jäähalli eli monitoimihalli sekä Taukokangas. (Liikunnallista vapaa-aikaa, viitattu 10.7.2017.)



## **Taukokangas**

Taukokangas Oy on Taukokangas-säätiön omistama Oulaisten kaupungissa toimiva suomalainen hoiva-, kuntoutus- ja terveystalvolyrytyt. Yritykfen palvelutarjontaan kuuluvat monipuoliset kotihoito-, hoiva-, terveys-, kuntoutus- ja tutkimuspalvelut erilaisille asiakasryhmille. Toimintapisteitä Taukokankaalla on kolme, jotka sijaitsevat Oulaisissa, Ylivieskassa ja Kalajoella. Yritykfen toiminnan taustalla on vastuullinen toiminta suomalaisen yhteiskunnan hyväksi, jonka tavoitteena on edistää asiakkaiden terveydentilaa sekä elinikäistä liikunta- ja toimintakykyä. Taukokankaan asiakkaita ovat lapset, nuoret sekä työikäiset ja ikäihmiset eli seniorit. Taukokankaan yhteistyökumppaneita ja sopimusasiakkaita ovat: Kela, Valtionkonttori, Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiiri, kunnat ja kuntayhtymät, Vakuutusyhtiöt, Työterveyshuollon palveluita tuottavat yritykset sekä Työvoimahallinto. Ikäihmisille tarjottavia palveluja ovat kotona asumista tukevat palvelut, asumispalvelut, tehostetut hoito- ja hoivapalvelut, kuntoutuspalvelut sekä terveystorin palvelut. (Taukokangas, viitattu 10.7.2017.)

## **Fysioterapia Tikkanen**

Fysioterapia Tikkanen sijaitsee Oulaisten keskustassa. Yritykfen palvelutarjontaan kuuluu erilaiset fysikaaliset hoidot, erilaiset testit ja testaukset, kuten lihaskunto- ja UKK-kävelytestit sekä työkykyä ja työhyvinvointia lisäävä toiminta. Fysioterapiaan asiakas voi tulla oma-aloitteisesti tai lääkärin lähetteellä, jolloin asiakas on oikeutettu KELA-korvaukseen. Yritykfen tarjoamia fysikaalisia palveluja ovat sähkökipuhoidot, syvälämmöt, manuaalinen terapia, vyöhyketerapia sekä hieronta. (Fysioterapia Tikkanen 2017, viitattu 11.7.2017.)

## **5.2 Markkinoinnin suunnittelua uudelle palvelulle**

Markkinoinnissa tarkastellaan markkinoita useista eri näkökulmista ja on siksi yritykfen liiketoiminnan keskeisimpiä ja tärkeimpiä toimintoja. Markkinoinnissa on kyse kilpailukykyisten markkinoiden ymmärtämisestä, vallitsevista trendeistä, kuluttajien tavoittamisesta oikeilla tuotteilla, oikeaan aikaan, hintaan ja oikeassa paikassa. Ilman oikeanlaista markkinointia ja markkinoiden ymmärtämistä on yritykfen vaikeaa päästä asiakkaan lähelle ja täyttää heidän tarpeitaan ja toiveitaan.

Oulaisten Apteekin liikuntapalvelun markkinoinnissa on tärkeää, että kohderyhmälle eli ikäihmisille on annettava riittävästi tietoa liikkumisesta, liikunnan merkityksestä ja laadusta sekä oman liikkumisen seuraamisesta liikuntapäiväkirjan avulla. Markkinoinnin tehtävänä on saada asiakas tietoiseksi

uudesta palvelusta ja kiinnostumaan kuulemaan siitä lisää. Lisäksi markkinoinnin kautta pyritään lisäämään asiakkaan ymmärrystä siitä, mikä merkitys liikunnalla on lääkehoidon tehostajana ja oman elämän laadun ylläpitäjänä ja sitä kautta saada ikäihmiset harrastamaan liikuntaa. Oulaisten Apteekin harjoittaman markkinoinnin tulee välittää asiakkaalle tietoa siitä, että kyseinen palvelu on tarkoitettu juuri heille. Koska tarkoituksena on saada ikäihmiset liikkeelle, tulisi Oulaisten Apteekin markkinointitoimenpiteiden lisäksi tarjota asiakkaille mahdollisuus testata palvelua käytännössä. Ikäihmisille sopivia markkinointikeinoja ovat esimerkiksi paikallislehtien mainokset, kohdennettu markkinointikirje ja ikäihmisten liikuntatapaamiset Oulaisten Apteekin tiloissa, joihin osallistujat voidaan kutsua puhelimitse. Suurempia asiakasmääriä tavoiteltaessa tai palvelun lanseeraamisessa voidaan järjestää asiaa koskeva teemapäivä. Teemapäivän aikana asiakkaalla on mahdollista kokeilla palvelua, tavata muita liikunnasta kiinnostuneita ikäihmisiä ja keskustella jatkotoimenpiteistä.

Kilpailupaineiden kasvaessa, markkinoinnin tulee olla kohdennetumpaa ja tehokkaampaa kuin aikaisemmin. Useat pienet yrityksen markkinoivat tuotteitaan ja palveluitaan tiedostamatta. Vaikka yritykset eivät mainostaisi palveluiltaan, pyrkivät he tuntemaan asiakkaansa hyvin selvittämällä mitä asiakkaat haluavat ja pyrkivät täyttämään nämä odotukset. Lisäksi on tiedettävä mitä osia alueita olemassa olevissa tuotteissa tai palveluissa on parannettava tai millaisia uusia kokonaisuuksia tulisi kehittää. Markkinoinnissa käsitellään mitä yritys aikoo tuottaa, mihin hintaan, ketkä ovat asiakkaita ja miten yritys kertoo asiakkailleen tuotteistaan ja palveluistaan. Perinteisesti edellä mainitut näkökohdat tunnettiin nimellä **Markkinointimix 4P** eli tuote, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä. Markkinointimix'in elementit ovat avain yrityksen menestykseen. Elementtejä voidaan käsitellä erillisinä, esimerkiksi kehittää tuote mutta samalla tulee miettiä sen hintaa ja miten tavoitetaan asiakkaat. Palveluliiketoiminnalle muotoillut palvelut ovat tärkeämpiä kuin muilla toimialoilla. (The Chartered Institute of Marketing 2009, 3.)

Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulun markkinoinnin professorin Heikki Karjaluodon mukaan markkinointi voidaan määritellä kannattavien asiakassuhteiden rakentamiseksi, johon kuuluvat sekä uusien asiakkaiden hankkiminen tarjoamalla heille ylivertaista arvoa, että maksimoimalla asiakastyytyväisyys nykyisten asiakkaiden palvelemisessa. Perinteinen 4P-viitekehikseen (tuote, hinta, jakelu, viestintä) pohjautuva ns. **perinteinen markkinointimix** -ajattelu on Karjaluodon mukaan väistymässä uuden 4C (Customer solution = asiakkaan ratkaisu, Customer cost = asiakkaan kustannus, Convenience = mukavuus ja Communication = viestintä) ajatusmallin tieltä, joka tarkastelee markkinoinnin johtamista markkinoinnin kohteen eli potentiaalisen tai nykyisen asiakkaan näkökulmasta. Philip Kotlerin näkemys markkinoinnin johtamisen viitekehikseksi ovat sekä 4C että

4P -mallit. Markkinointiajattelun muutosta tuotokeskeisyydestä palvelukeskeisyyteen on esitetty kuviossa 10.



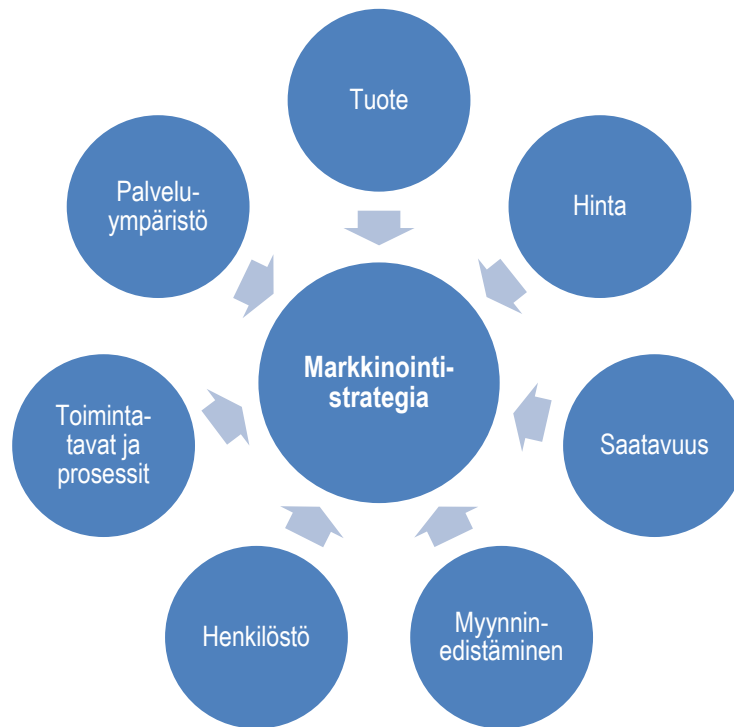
Kuvio 10. Markkinointi ajattelun muutos tuotokeskeisyydestä palvelukeskeisyyteen (Karjaluoto 2013.)

### 5.3 Oulaisten apteekin liikuntapalvelukonseptin markkinoinnin kilpailukeinot 7P -mallin mukaisesti

Tässä luvussa olen käsitellyt Oulaisten apteekin liikuntapalvelukonseptin markkinoinnin kilpailukeinoja 7P-mallin mukaisesti. Luvussa on käyty lävitse Oulaisten apteekin tarjoama liikuntapalvelu, hinta, saatavuus, markkinointiviestintä, henkilöstö, toimintaprosessit sekä palveluympäristö.

Palvelujen markkinointimix'ä kutsutaan myös Boomin ja Bitnerin 7P-malliksi tai 7 P:ksi. Palvelujen markkinointimix laajentaa alkuperäisen markkinointimix-mallin neljästä seitsemään elementtiin. 7 P -malli tunnetaan palveluiden markkinointimixinä, joka menee tuotemarkkinoinnin neljää perusperiaatetta syvemmälle. Palveluilla on ainutlaatuisia ominaisuuksia, kuten esimerkiksi näkymättö-

myys, heterogeenisuus, erottamattomuus sekä pilaantumisherkyys. Fyysisten tuotteiden ja palveluiden käsitys ovat johtaneet perinteisen markkinointimixin laajentamiseen. Neljästä perinteisestä tekijän lisäksi on tullut kolme tärkeää tekijää: henkilöstö, toimintatavat ja prosessit sekä palveluympäristö, jotka muodostavat palveluiden markkinointikokonaisuuden. Palvelujen markkinointimix pitää sisällään asiat, jotka on kirjattu yrityksen markkinointistrategiaan, on esitetty kuviossa 11. (Van Vliet 2013, viitattu 5.9.2017.)



Kuvio 11. Palvelujen markkinointimix. (Van Vliet 2013, viitattu 5.9.2017.)

Yhä useammat yritykset kilpailevat keskenään strategisesti erottautuakseen markkinoilla palvelun laadulla. Menestyvät yritykset keskittävät voimakkaasti palvelumalliin, jossa investoidaan henkilöstöön, teknologiaan, henkilöstöpolitiikkaan ja työntekijöiden palkkaamisjärjestelmiin. Tämä on tärkeää, sillä työntekijöiden viihtyvyydellä on suora vaikutus palvelujen laatuun. Yrityksen henkilöstö ovat sen kasvot ja ääni asiakkaille. He muuttavat palvelujen tarjoamisen palveluksi kaikilla sektoreilla. Palvelujen markkinointimix'ä voidaan soveltaa palveluyrityksiin. (Van Vliet 2013, viitattu 5.9.2017.)

### 5.3.1 Tuote/palvelu

Yrityksen ei kannattavaa kehittää sellaista tuotetta tai palvelua, jota kukaan ei halua ostaa. Menestyvät yritykset selvittävät mitä asiakkaat tarvitsevat tai haluavat ja kehittävät tuotteen, joka vastaa asiakkaiden odotuksia sekä nyt että tulevaisuudessa. Tuotteen ei tarvitse olla konkreettinen tuote vaan se voi olla myös palvelu. Tuote on täydellinen silloin kun se tuottaa asiakkaalle arvoa. (The Chartered Institute of Marketing 2009, 5.)

Oulaisten apteekin perusliiketoimintaan kuuluu päivittäinen lääkemyynti asiakkaille. Perusliiketoimintaa täydentää erilaiset asiakkaille tarjottavat palvelut. Uuden palvelutuotteen voidaan sanoa vastaavan asiakkaiden tarpeita koska se on kehitetty yhdessä asiakkaiden kanssa. Tavoitteena on asiakkaiden kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista huolehtiminen. Liikuntapäiväkirja on osa Oulaisten apteekin Startti terveempään elämään liikuntapalvelukokonaisuutta, johon kuuluvat ravintoneuvonta sekä tupakasta vieroitus -palvelut. Asiakas voi tarpeensa mukaan valita itselleen sopivimmat palvelut tästä kokonaisuudesta. Liikuntapäiväkirjan tarkoituksena on saada asiakas seuraamaan omaa liikkumista ja verrata suorituksiaan yleisiin tavoitearvoihin. Liikuntasuoritusten kirjaaminen ja seuraaminen toimivat asiakasta motivoivana tekijänä sekä mahdollistavat keskustelut seuranta- ja seurauksissa apteekissa. Suoritusmerkintöjen perusteella voidaan seurantakäynneillä katsoa: onko asiakkaan liikunta säännöllistä, millaisia liikuntamuotoja asiakas käyttää ja miten liikunta on vaikuttanut asiakkaan lääkahoitoon. Lisäksi asiakasta voidaan ohjata käyttämään Oulaisten kaupungin tarjoamia liikuntapalveluja laajemmin.

### 5.3.2 Hinta

Hinta on markkinoinnin tärkein tekijä. Tuotteen tai palvelun hinta määräytyy kaikkien tekijöiden perusteella kuten esimerkiksi materiaalikustannukset, markkinaosuudet, tuotteen ominaisuudet, joihin organisaatio investoi tuotteen valmistelun aikana. Tuotteiden tai palveluiden hinta voi nousta tai laskea riippuen ajasta ja tietyn tuotteen tai palvelun hinta saattaa vaihdella markkinoiden kehityksen vuoksi. (Van Vliet 2013, viitattu 5.9.2017.)

Tuotteet ja palvelut pyritään hinnoittelemaan kilpailukykyisesti. Hinnoittelussa otetaan huomioon asiakkaiden maksukyky ja asiakkaalle pyritään tarjoamaan matalan kynnyksen liikuntapalveluja

edullisesti. Hinnoittelua seurataan ja hintamielikuvaa täydennetään hyvällä palvelutasolla. Liikuntapäiväkirja on sisällytetty osaksi Startti terveempään elämään palvelukokonaisuutta. Liikuntapäiväkirjaa ei ole hinnoiteltu erikseen vaan se sisältyy Startti terveempään elämään -palvelun 20 euron kertahintaan. Asiakas voi varata tapaamiskertoja tarpeensa mukaan mutta jo yhden käyntikerran perusteella asiakas voi hyödyntää saamiaan materiaaleja itsenäisesti. Ensimmäisellä käyntikerralla kartoitetaan liikuntatottumusten lähtötilannetta, keskustellaan mahdollisista sopivista liikuntamuodoista ja ohjataan asiakasta Oulaisten kaupungin liikuntatarjonnan pariin. Liikuntapäiväkirja voidaan räätälöidä kuulumaan eri palvelupaketteihin asiakkaan tarpeiden mukaisesti.

Yrityksen tuotteet tai palvelut ovat sen arvoisia, mitä asiakkaat ovat valmiita niistä maksamaan. Tuotteen tai palvelun hintojen tulee olla kilpailukykyisiä, muttei markkinoiden halvimpia. Pienemmät yritykset voivat kilpailla suurempien kilpailijoiden kanssa tarjoamalla asiakkaille henkilökohtaisempaa palvelua, tuottaa arvoa tai parempaa vastinetta asiakkaan rahoille. Hinnoittelussa on muistettava, että yrityksen tulee saada myymistään tuotteista ja palveluista voittoa eli riittävästi liikevaihtoa menestyäkseen. **Hinnoittelu** on markkinoinnin ainoa osa, joka tuottaa yritykselle tuloja. Hinnoittelua tulee tarkastella asiakkaan näkökulmasta, sillä hinta on se tekijä, joka määrittelee yrityksen sijainnin markkinoilla suhteessa kilpailijoihin. Mitä enemmän yritys veloittaa asiakasta tuotteesta tai palvelusta, sitä enemmän on asiakkaalle tuotettava arvoa tai annettava vastinetta asiakkaan rahoille. Mikäli yritys on markkinoiden kallein palveluntarjoaja, asiakkaat odottavat yrityksen tarjoavan parempaa palvelua. Tällöin myös kaiken asiakkaan nähtävissä olevan aineiston kuten esimerkiksi tuotteiden pakkauksien, toimintaympäristön, mainosmateriaalien ja verkkosivujen tulee olla yhdenmukaiset ja heijastaa laadukkuutta. Olemassa olevat nykyiset asiakkaat ovat herkempiä hinnan suhteen kuin uudet asiakkaat. (The Chartered Institute of Marketing 2009, 6.)

### 5.3.3 Saatavuus/jakelu

Tuotteen tai palvelun sijainti tarkoittaa paikkaa, jossa tuote tai palvelu tuotetaan asiakkaalle tai on asiakkaiden käytettävissä. On mahdollista, ettei tuotetta tai palvelua ole saatavana kaikissa paikoissa tai ne on rajattu olemaan saatavilla tietyissä paikoissa tiettyinä aikoina. (Van Vliet 2013, viitattu 5.9.2017.) Tuotteiden tulee olla saatavilla oikeaan aikaan oikeassa paikassa oikeanmääräisenä. Samalla varaston ja varastoinnin sekä jakelukustannukset on pidettävä hyväksyttävällä tasolla. Paikan josta asiakkaat ostavat tuotteen ja johon yrityksen tuotteet toimitetaan, täytyy olla

asianmukainen ja asiakkaalle mielekäs. Asiakastyytyväisyystutkimukset ovat osoittaneet toimitusvarmuuden olevan yksi tärkeimmistä kriteereistä tavarantoimittajan valinnassa. Yrityksen sijainti eli paikka mahdollistaa tuotteiden esittelyn ja esillepanon asiakkaille. Sijainti voi olla fyysinen tila tai verkkokauppa. (The Chartered Institute of Marketing 2009, 6.)

Oulaisten Apteekin liikuntapalvelun saatavuus on tehty asiakkaalle mahdollisimman helpoksi, sillä asiakkaan tulee varata aika puhelimitse tai suoraan apteekista jatkokeskusteluille. Ajatuksena on, että asiakas saa kaiken tarvittavan yhdestä paikasta. Ajanvarauksen kautta voidaan taata asiakkaalle palvelun saatavuus asiakkaan haluamana ajankohtana.

**Ulkoinen saatavuus:** Oulaisten Apteekki on helposti löydettävissä, sillä se sijaitsee keskeisellä paikalla Oulaisten kaupungin keskustassa. Apteekin toimitilat ovat uudet ja viihtyisät ja liiketilassa on asiakkaan helppo liikkua ja asioida. Kehittämisehdotuksena palvelun saatavuuteen on palvelutarjonnan selkeä viestintä esimerkiksi apteekin ikkunoihin mainosteippauksen avulla. Lisäksi diginäytössä voisi olla liikuntapalvelusta kertovia spotteja. Myös apteekin ulkopuolella olevassa katumyyjässä voisi tuoda esille yrityksen tarjoamia liikuntapalveluja.

**Sisäinen saatavuus:** Oulaisten Apteekin palveluympäristön kunnossapitoon panostetaan. Liikuntapalvelut eivät selkeästi tule esille liiketilassa ja liikuntapalvelun näkyvyydessä yrityksen toimitilassa on parannettavaa. Liikuntapalvelusta kertovia esitteitä on apteekin tiloissa saatavilla asiakaspalvelupisteistä. Esitteissä voisi olla selkeästi merkittynä palvelun soveltuvuus ikäihmisille. Liikuntapalvelut ovat saatavilla ympäri vuoden kuitenkin toiminnan selkeyttämiseksi apteekin erilaiset liikuntatapahtumat ja -kampanjat kannattaa merkitä markkinoinnin vuosikelloon. Aikataulutetut tapahtumat sitouttavat henkilöstöä ja lisäävät tietoisuutta yrityksen tapahtumista. Liikuntapalvelun saatavuutta ja tunnettuutta voidaan lisätä esimerkiksi aamujumppa tapahtumalla apteekin tiloissa. Apteekin tiloissa olevat kalusteratkaisut ovat helposti siirrettävissä ja tilaa aamujumppatapahtumalle on järjestettävissä.

#### 5.3.4 Markkinointiviestintä

Tässä luvussa käsitellään Oulaisten Apteekin uuden palvelun markkinointiviestintää, johon kuuluu henkilökohtainen myyntityö, mainonta, myynninedistäminen sekä PR eli suhdetoiminta. Mukaan otetut markkinointiviestinnän toimenpiteet ovat kehittämistyön tekijän omia ehdotuksia Oulaisten

Apteekille uuden palvelun jalkauttamiseksi kohderyhmälle eli ikäihmisille. Näistä ehdotuksista Oulaisten Apteekki voi valita toimintaansa sopivimmat vaihtoehdot.

Markkinointiviestinnän tulee kohdentua eri **asiakassegmenteille** ja siksi onkin tärkeää määritellä seuraavat asiat:

- nykytilanne ja sen mahdollisuudet tai siitä aiheutuvat/aiheutuneet ongelmat
- tavoitteet mihin markkinointiviestinnällä halutaan päästä tai mitä sillä halutaan saavuttaa
- kenelle viestitään ja miten viestitään
- paljonko on rahaa ja resursseja käytettävissä juuri tähän kampanjaan eli laaditaan budjetti
- mitä markkinointiviestinnän muotoja käytetään
- mikä on viestin sanoma ja kanava
- miten kampanja toteutetaan käytännössä eli miten se näkyy esim. Oulaisten apteekissa
- miten tulokset arvioidaan ja mitä niille tehdään. (Vuokko 2003, 134.)

Uuden palvelukonseptin markkinointitoimenpiteet tulee aikatauluttaa Oulaisten Apteekin markkinoinnin vuosikelloon. Vuosikelloon on merkitty konseptin ajankohtaiset teemat, kampanjat ja markkinointitoimenpiteet. Vuosikello tuodaan koko henkilökunnan nähtäville ja ajankohtaisista asioista tiedotetaan hyvissä ajoin. Kun vuoden tapahtumat on kirjattu vuosikelloon, on jokainen työntekijä tietoinen apteekin tapahtumista ja osaa ottaa huomioon nämä asiat omassa toiminnassaan. Vuosittaiset markkinointitoimenpiteet kannattaa suunnitella huolellisesti ja kirjata ylös markkinointisuunnitelmaan. Liikuntapalveluja on tarjolla Oulaisten Apteekissa ympärivuotisesti. Liikuntapalvelukonseptin ajankohtaisten asioiden tiedottaminen on konseptista vastaavan henkilön vastuulla.

**Henkilökohtaisen myyntityön** tärkeys palvelujen tarjoamisessa on huomattava. Henkilökohtaisella myyntityöllä pyritään lisäämään asiakkaiden kiinnostusta apteekin tarjoamia liikuntapalveluja kohtaan. Liikuntapalvelun puheeksi ottaminen asiakkaan kanssa on tärkeää ja siksi asiakkaalle tulee esitellä apteekin tarjoamia palveluja erilaisissa asiakaspalvelutilanteissa säännöllisesti. Puheeksi ottamisen tukena voidaan käyttää myynnin tukimateriaaleja eli Oulaisten Apteekin paperisia esitteitä. Henkilökohtaisessa myyntityössä voidaan asiakkaaseen tarvittaessa olla yhteydessä puhelimitse. Puhelimitse voidaan tehdä liikuntapalvelun käytön seuranta. Puhelinsoiton etuna on, että asiakkaalla on mahdollisuus tehdä kysymyksiä palveluun liittyen.



**Mainonnassa** käytetään sähköisiä viestimiä sekä sanomalehtimainontaa Pyhäjokiseutu nimisessä paikallislehdessä. Oulaisten Apteekin näkyvyyttä voidaan parantaa toimitilojen sisällä mm. ikkunateippausten avulla, digi-näytön hyödyntämisellä, asiakkaille jaettavilla esitteillä, tapahtumista kertovilla flyereilla sekä Roll-Upeilla. Liikuntapalvelusta kerrotaan apteekin Internet-sivuilla ja yrityksen käytössä on sosiaalisen median kanavista Instagram sekä Facebook. Mainonnassa tulee kiinnittää huomiota mainoksen ulkoasuun, selkeyteen, tekstin luettavuuteen sekä mainoksen houkuttelevuuteen. Valokuvien käytössä tulee huomioida, että käytettävät valokuvat ovat kohderyhmän mukaisia eli ilmentävät ikäihmisiä liikunnan parissa. Kirjallisessa materiaalissa kuten esimerkiksi esitteissä ja lentolehtisissä eli flyereissa tulee huomioida selkeä toteutus, yksinkertainen tekstityyli, käytettyjen fonttien riittävä koko, jonka ikäihmiset voivat lukea ilman silmälaseja.

Liikuntapalvelulle on tehty oma A5 kokoa oleva esite, joka noudattaa apteekin markkinointimateriaalien värimaailmaa eli valkoista ja raikkaan vihreää. Liikuntapalvelua markkinoidaan ”Startti terveempään elämään” -nimellä. Markkinointimateriaalien jakaminen on jokaisen työntekijän vastuulla. Oulaisten apteekin liiketilan näkyvälle paikalle on rakennettu liikuntanurkkaus, jossa on esillä ajan tasalla olevia liikuntaan liittyviä esitteitä sekä markkinointimateriaaleja.

Liikuntapalvelun **myyinnedistämistä** kannattaa lisätä erilaisilla kampanjoilla, joista asiakkaalle kerrotaan palvelutapahtumien yhteydessä, apteekin Internet-sivuilla sekä sosiaalisessa mediassa. Oulaisten Apteekki voisi osallistua erilaisiin liikuntatapahtumiin tarvittaessa ja toimia samalla periaatteella myös tapahtumien järjestäjänä. Apteekin tiloissa voisi järjestää erilaisia asiakastilaisuuksia liikuntapalvelujen osalta. Asiakastilaisuuksia kannattaa järjestää säännöllisesti esimerkiksi yksi kerta keväällä ja yksi kerta syksyllä. Asiakastilaisuuksien teemoina voi olla esimerkiksi läkkäiden ulkoilupäivä tai porukalla lenkille -tapahtuma. Näistä esimerkeistä olen kertonut tarkemmin kappaleessa 3.2 Matalan kynnyksen terveystuotteen edistämisen työvälineitä. Asiakastilaisuuksien etuna on ikäihmisten kokoontuminen yhteisen asian eli liikunnan ympärillä, joka mahdollistaa tutustumisen palveluun, kokemusten jakamiseen ja yhdessä tekemiseen. Asiakastilaisuudet voivat madaltaa liikunnan harrastamisen kynnyksiä ja motivoida ikäihmisiä ryhmäliikunnan pariin ja oman liikkumisen seuraamiseen liikuntapäiväkirjan avulla. Markkinoinnissa voidaan tuoda korostetusti esille asiakastilaisuuden sosiaalinen vaikutus eli mahdollisuus tavata toisia ikäihmisiä tutussa ympäristössä apteekin tiloissa.

**PR:n** avulla Oulaisten apteekki pyrkii pitämään hyvät suhteet asiakkaisiin, mediaan, paikalliseen yritysmaailmaan sekä yhteisöihin. Yhteistyötä Oulaisten apteekin ja sen eri sidosryhmien välillä on

pyrittävä kehittämään jatkuvasti. PR:n tavoitteena on lisätä apteekin tunnettuutta yrityksen positiivisella yrityskuvalla sekä asiakkaiden sitouttamisella. Oulaisten apteekki voi tehdä yhteistyötä Oulaisten kaupungin terveydenhuollon, sairaanhoidon sekä kuntoutuksen palveluja tarjoavien tahojen kanssa kuten esimerkiksi terveyskeskuksen, palvelukotien, terveydenhuolto-oppilaitoksen sekä yksityisten toimijoiden kanssa. Yhteistyötä tulee tehdä myös Oulaisten kaupungin liikuntapalvelujen, Taukokangas Oy: sekä fysioterapiapalveluja tarjoavien yritysten kanssa. Yhteismarkkinointia voidaan toteuttaa kaikkien niiden tahojen kanssa joiden tarjoamien palveluja ikäihmiset käyttävät.

Markkinointiviestintä on toimintatapaa, jolla yritys kommunikoi eli mitä se tekee ja mitä se voi tarjota asiakkailleen. Markkinointiviestintä pitää sisällään muun muassa PR:n, yrityksen identiteetin, sosiaalisen median, myynnin johtamisen, erikoistarjoukset, näyttelyt, tuote-esittelyt sekä mainostamisen. Markkinointiviestinnän tarkoituksena on saada asiakkaat huomaamaan yrityksen ja antaa asiakkaalle syyn valita juuri tämän yrityksen tuotteet eikä kilpailijan. Hyvä markkinointiviestintä ei ole yhdensuuntaista vaan sen tulee olla asiakkaan ja yrityksen välistä vuoropuhelua joko henkilökohtaisesti tai verkon kautta. Markkinointiviestinnän avulla tulisi kertoa asiakkaille eduista, joita asiakas saa tuotteista ei ainoastaan tuotteen ominaisuuksista. Yrityksen verkkosivut ovat usein asiakkaan ensimmäinen kokemus yrityksestä ja niiden tehtävänä on tehdä asiakkaisiin hyvä vaikutus. Verkkosivujen ylläpitäminen ja tietojen ajantasaisuus ovat tärkeitä asioita, joten verkkosivuilla olevia tietoja on päivitettävä jatkuvasti. (The Chartered Institute of Marketing 2009, 6.)

### **5.3.5 Henkilöstö**

Henkilöstöllä tarkoitetaan yrityksen työntekijöitä, jotka ovat suoraan tai epäsuorasti mukana tuotteen tai palvelun kaupankäynnissä. Tällaisia ovat pääasiassa asiakaskontakteita hoitavat asiakaspalvelua tekevät työntekijät, muut asiakkaat, henkilökunta ja yrityksen johto. Asiakaskontakteissa olevat henkilöt ovat yrityksen kasvot ja he ovat vastuussa palvelun laadusta ja luovat fyysisiä palveluja, joiden tulokset ovat nähtävissä. Palveluyritykset ovat tietoisia siitä, että heidän on hoidettava tehokkaasti asiakaskontaktit, jotta he voivat seurata palvelun laatua suhteessa asenteisiin ja käyttäytymiseen. Palvelualan yrityksissä tämä asian tiedostaminen ja ymmärtäminen ovat erittäin tärkeässä asemassa, koska asiakkaiden kanssa toimivien asiakaspalvelijoiden suorituskyvyssä saattaa olla suuria eroja suhteessa palvelujen määrään. Palveluyritysten ja asiakkaiden välisen palvelun laatu voi vaihdella voimakkaasti muiden tärkeiden tekijöiden lisäksi. Palvelujen homogeenisuuden puute voi aiheuttaa vaikeuksia palveluyrityksille. Palvelutapahtuma tapahtuu usein asiakkaan

ja yhteyshenkilöiden vuorovaikutuksen aikana, jolloin työntekijän asenne ja käyttäytyminen luovat asiakkaalle käsityksen kokemastaan palvelusta. Tämä havainto voi olla joko positiivinen tai negatiivinen. Se on vieläkin tärkeämpää, koska se voi vaikuttaa asiakastyytyvyyteen ja vuorostaan asiakkaan ostotarkoituksiin. (Van Vliet 2013, viitattu 5.9.2017.)

Oulaisten Apteekissa työskentelee 15 työntekijää erilaisissa työtehtävissä. Yrityksen markkinoinnista vastaa apteekkari ja tekninen työntekijä. Suurin osa apteekin henkilöstöstä on suorassa kontaktissa asiakkaiden kanssa. Apteekkitoimialalla on kuitenkin tarkoin määritelty mistä asioista henkilökunta saa puhua asiakkaan kanssa. Liikunnan voi ottaa puheeksi apteekin jokainen työntekijä mutta jos keskusteluun liittyy esim. lääkkeitä ja lääkehoito, voi keskustelua jatkaa farmaseuttisen koulutuksen omaava henkilö. Liikuntapalvelukonseptin esille tuominen Oulaisten Apteekissa on jokaisen henkilökuntaan kuuluvan velvollisuus.

Yrityksen tulee panostaa sisäiseen markkinointiin, sillä osaava ja ammattitaitoinen henkilöstö on keskeinen kilpailutekijä palveluyrityksessä, jossa ihmiset tuottavat yrityksen palvelut. Yritysten tulisi rekrytoida alan parhaita ammattilaisia, kehittää heidän osaamistaan sekä saatava osaava henkilöstö pysymään yrityksen työntekijöinä. **Uusien ideoiden syntymisen edellytyksenä on, että yrityksen ammattitaitoinen henkilöstö on motivoitunut ja viihtyvät työssään.** Motivoitunut henkilökunta tekee oman työnsä lisäksi parannusehdotuksia toiminnan parantamiseksi, kuuntelevat ja ovat asiakkaista kiinnostuneita sekä palvelevat asiakkaita paremmin. Tyytyväiset asiakkaat toimivat suosittelijoina muille ja yritys saa lisää myyntiä ja kannattavuus paranee. Yrityksen kannattavuuden parantuessa, yritys pystyy panostamaan enemmän henkilöstöön, tuotteisiin, palveluun sekä asiakassuhteiden hoitamiseen. Yrityksen kilpailukyvyn perusta on hyvä henkilöstö ja asiakaspalvelu. (Bergstöm ym. 2015, 154.)

Kaiken minkä asiakkaat haluavat täytyy tehdä heihin vaikutuksen. **Henkilöstöllä voi olla asiakaisiin syvä positiivinen tai negatiivinen vaikutus, jolla on merkitystä asiakastyytyvyyteen.** Yrityksen brändin maine on sen henkilökunnan käsissä. Yrityksen henkilöstön tulee olla asianmukaisesti koulutettu, motivoituneita ja heidän asenteen tulee olla oikeanlainen. Kaikkien työntekijöiden, jotka ovat asiakkaiden kanssa tekemisissä tulisi ymmärtää roolinsa. Sosiaalisen median kautta osa työntekijöistä tulee tunnetuiksi suurelle yleisölle. Online -palveluiden vuorovaikutustilanteissa oli kuitenkin parannettavaa. Tyytyväiset asiakkaat ovat liiketoiminnalle arvokkaita. Jälkimarkkinointi ja asiakkaan neuvominen antavat lisäarvoa asiakkaille ja tuovat yritykselle kilpailuetua. Täl-

laiset palvelut ovat tulleet monille asiakkaille tärkeämmiksi kuin hinta. Säännöllisesti tulisikin katsoa, että tällaisten tuotteiden osuus kokonaisymyynnistä olisi prosentuaalisesti korkea. (The Chartered Institute of Marketing 2009, 8.)

### 5.3.6 Toimintatavat ja prosessit

Monet asiakkaat eivät osta enää vain tuotetta tai palvelua vaan kokemuksia, joka alkaa siitä, kun he löytävät yrityksen, tekevät ostoksia ja sen jälkeisistä asioista. Käytännössä tämä tarkoittaa, että **tuotteen tai palvelun tuottamisprosessi ja henkilöstön käyttäytyminen ovat ratkaisevassa roolissa asiakastyytyväisyydessä.** Käyttäjäystävällinen internetkokemus, lyhyet odotusajat, muut asiakkaat ja henkilökunnan palvelualltius ja asiantuntijuus ovat asioita, jotka pitävät asiakkaat tyytyväisinä. Asiakkaat eivät ole yksityiskohtaisen kiinnostuneita yrityksen toiminnasta, heitä kiinnostaa, että järjestelmä toimii. Asiakkaat haluavat ostaa tuotteita ja palveluja hyvämaineiselta toimijalta. Yrityksen tulisi muistaa hyvän ensivaikutelman arvo, siksi tulisikin tunnistaa kohdat, missä asiakkaat ovat ensikosketuksessa yritykseen ja varmistaa prosessin toimivuus. Lisäksi on varmistettava, että toimintajärjestelmä on suunniteltu asiakkaiden hyväksi eikä lisäämään yrityksen mukavuutta. (The Chartered Institute of Marketing 2009, 8.)

Oulaisten Apteekissa asiakkaiden palveleminen nopeasti ja hyvin on liiketoiminnan keskiössä. Asiakkaiden tyytyväisyys apteekin tarjoamiin palveluihin on hyvä. Omat havaintoni apteekin henkilökunnan palvelualltiuteen kohdistuvat kahteen käynti kertaan apteekin tiloissa. Molemmilla käyntikerroilla minut huomioitiin heti saapuessani apteekin tiloihin. Oma ensivaikutelma apteekista oli positiivinen ja koin, että apteekki ja sen henkilökunta ovat molemmat helposti lähestyttäviä. Oulaisten apteekin palvelu on kohteliasta, asiakasystävällistä ja asiantuntevaa. Apteekin henkilökuntaa on helppo lähestyä ja henkilökunta huomioi jokaisen asiakkaan ja pitää heitä yhdenvertaisina ja arvokkaina. Apteekin henkilökunta palvelee asiakkaita positiivisella asenteella ja on asiakkaan lähellä. Apteekin kaikkia asiakkaita tervehditään heidän tullessa apteekkiin. Apteekin kassalla muistetaan myös lisämyynti ja muistutetaan asiakasta Oulaisten Apteekin liikuntapalvelusta. Apteekkimiljöö on suunniteltu siten, että asiointi on tehty asiakkaalle helpoksi ja vaivattomaksi. Apteekin henkilökunnan erottaa yhtenäisestä työasusta ja nimikyltistä. Järjestämässäni markkinointitaitojen kehittämisen työpajassa henkilökunnan oman alan asiantuntijuus tuli hyvin esille.

**Tehokkaiden ja vaikuttavien palveluprosessien luominen ja niiden hallinta** ovat tärkeitä asioita palveluyritysten olemassaololle. Prosessien hallitsemattomuus johtaa palveluiden heikkenemiseen, joka tarkoittaa, ettei kyseistä palvelua ei voida tarjota asiakkaille. Palvelujen aineettomuudesta johtuen, on muistettava, ettei palveluja voida varastoida, säilyttää uudelleen käytettäväksi tai palauttaa. Siksi onkin tärkeää, että palveluyritykset hallitsevat kysyntää niin hyvin kuin se on mahdollista. Prosessien toinen tärkeä ominaisuus suhteessa palveluihin on standardisoitu tai asiakkaan tarpeisiin tai odotuksiin perustuva lähestymistapa. Asiakkailta saatu palaute tulee nähdä prosessia parantavana tekijänä, jonka tarkoituksena on tyydyttää ja vastata asiakkaan tarpeita. Jake-lujärjestelmän ja työntekijöiden joustavuus ovat kaksi avaintekijää palvelujen onnistuneessa jake-lussa. (Van Vliet 2013, viitattu 5.9.2017.)

### 5.3.7 Palveluympäristö ja muut näkyvät osat

Palvelujen fyysinen toimintaympäristö tarkoittaa palvelujen markkinointimix'in mukaan ympäristöä, jossa **palvelu syntyy työntekijän ja asiakkaan välisestä vuorovaikutuksesta ja johon yhdistyy aineellinen hyödyke**. Fyysiseen toimintaympäristöön sisältyy esitykset yrityksen tarjoamista palveluista esimerkiksi esitteistä, yritystarvikkeista, käyntikorteista, raporteista, yrityksen verkkosivuista jne. Hyvänä esimerkkinä voidaan käyttää hotellia, jossa hotellin suunnittelu, sisustaminen, valaistus ja sisustus sekä työntekijöiden ulkonäkö ja asenteet vaikuttavat tiiviisti palvelun laatuun ja asiakaskokemukseen. (Van Vliet 2013, viitattu 5.9.2017.)

Omien havaintojeni mukaan Oulaisten Apteekin palveluympäristö on uudenaikainen ja viihtyisä toimitila. Apteekki toimii apteekkarin rakennuttamassa apteekin tarpeita vastaavassa toimitilassa. Apteekkirakennus on siisti sekä ulkoa että sisältä ja erittäin toiminnallinen tila. Apteekin sisustus, valaistus ja värimaailma ovat tyylikkään modernit. Apteekin värimaailma koostuu valkoisen, raikkaan vihreän ja ruskean sävyistä. Apteekki rakennus on ulkoapäin puhtaan valkea, joka toistuu apteekin sisällä. Sisätilojen värityksessä korostuu ruskea, jota on käytetty apteekin kalusteissa. Apteekin valaistus on säädettävissä ja tunnelmaa voidaan luoda tarvittaessa.

Oulaisten Apteekin palveluympäristö pidetään houkuttelevana. Pyörillä varustetut kalusteratkaisut mahdollistavat apteekin sisustamisen muutokset. Henkilökunnan tehtävänä olen huolehtia, että palveluympäristössä on riittävästi avointa tilaa ja hyllyjen väleissä asiakkaat voivat liikkua myös

erilaisten apuvälineiden avulla. Kalusteet ovat siirrettäviä, joten apteekin yleisilmettä voidaan tarvittaessa muuttaa helposti toisenlaiseksi. Asiakkailta piilossa pidetään apteekin varasto- ja sosiaalililat. Hoituhuone sijaitsee palvelutiskien välittömässä läheisyydessä. Liikuntapalvelut tuodaan selkeämmin esille rakentamalla liikuntapalvelunurkkaus, jossa asiakkaat voivat rauhassa tutustua palvelun sisältöön.

Palveluympäristö vaikuttaa onko yrityksen tuote tai palvelu vaaraksi asiakkaalle, koska asiakkaat eivät etukäteen tiedä miten hyvä tuote on ennen kuin ovat sen ostaneet. Epävarmuuden poistamiseksi potentiaalisten asiakkaiden tulisi nähdä mitä he ovat ostamassa. Siisti ja hyvin sisustettu palveluympäristö on rauhoittava. Jos fyysiset tilat eivät ole kunnossa, asiakas voi ajatella samoin yrityksen tuotteista tai palveluista. Palveluympäristön tulee vahvistaa asiakkaan odotukset yrityksestä. Asiakas ei voi kokea palvelua ennen ostoa, mutta hän voi keskustella toisten ihmisten kanssa palvelukokemuksista. Muiden asiakkaiden kokemukset voivat vaikuttaa ostopäätöksen tekemiseen ja asiointiin yrityksessä. (The Chartered Institute of Marketing 2009, 9.)

Koska palvelut ovat aineettomia, asiakkaat etsivät jatkuvasti konkreettisia vihjeitä, jotta he voisivat ymmärtää palveluyrityksen luonnetta. Koska palvelu on aineetonta, on tärkeää tehdä palveluympäristöstä konkreettinen asiakkaille. Fyysinen palveluympäristö ja sen toiminnallisuus helpottaa asiakkaiden ja työntekijöiden välistä vuorovaikutusta. Toisena tärkeänä näkökohta ovat tyytyväiset asiakkaat. **Tyytyväiset asiakkaat ovat parasta julkisuutta tarjottaville palveluille tai tuotteille.** Markkinointistrategian on oltava tehokasta, jotta olemassa olevien asiakkaiden tyytyväisyyttä voidaan välittää potentiaalisille asiakkaille. Sosiaalinen markkinointi on tässä yhteydessä hyödyllinen työkalu. Se ei ole konkreettista, mutta sen kautta asiakkaat voivat suositella yritystä muille asiakkaille tai kertoa yrityksen tuotteista ja palveluista. (Van Vliet 2013, viitattu 5.9.2017.)

#### **5.4 Oulaisten apteekin henkilöstön markkinointitaitojen kehittämisen työpaja**

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin Oulaisten apteekin henkilökunnalle suunnattu markkinointitaitojen kehittämisen työpaja. Ennen uuden palvelun käyttöön ottoa on Oulaisten apteekin sisäisessä markkinoinnissa tärkeää varmistaa, että apteekin henkilökunnalla on yhteinen näkemys ja tieto asiakkaille tarjottavasta palvelusta ja sitä koskevasta informaatiosta. Koska ajan käyttö työpajassa oli rajallinen, toteutettiin työpaja ryhmäpohdintana, jossa keskusteltiin ennalta sovitusta aihealueista.

Työpajan sisältö muodostui Oulaisten apteekin apteekkarin kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta, joissa keskeisiksi teemoiksi nousivat liikuntapalvelun puheeksi ottaminen, myyntityön merkitys sekä henkilökunnan tuotetuntemus yrityksen tarjoamista palveluista.

#### 5.4.1 Työpajan tavoitteet ja toteutus

Työpajan tavoitteena oli:

- selventää Oulaisten apteekin henkilökunnan tietoisuutta yrityksen tarjoamista palveluista
- lisätä henkilökunnan käsitystä myyntityön merkityksestä asiakaspalvelutilanteissa
- mataloittaa liikunnan puheeksi ottamisen kynnystä, kun asiakkaana on ikäihminen.

Oulaisten apteekin henkilökunta oli jaettu kahteen ryhmään, joissa molemmissa oli läsnä seitsemän henkilöä. Molemmille ryhmälle pidettiin tunnin mittainen työpaja, jossa käytiin läpi, miten apteekin tarjoamia palveluja esitellään asiakkaalle, harjoiteltiin myyntitilannetta OEH-analyysin kautta, harjoiteltiin yhden mukaisen hissipuheen kirjoittamista apteekin palveluista sekä hiottiin kyselytekniikkaa, jolla saadaan asiakas keskustelemaan myyjän kanssa ja kertomaan tarpeistaan ja toiveistaan. Henkilöstöä motivoitiin tekemään myyntityötä ja rohkaistiin ottamaan liikuntapalvelu puheeksi asiakkaan kanssa. Puheeksi ottamisen tukena on hyvä käyttää yrityksen markkinointimateriaaleja kuten esitteitä.

Grönroosin mukaan sisäisellä markkinoinnilla tarkoitetaan ajatusta jossa yrityksen sisäiset markkinat eli sisäinen kohderyhmä muodostuu yrityksen omista työntekijöistä. Keskeistä tässä ajatuksessa on se, että yrityksen tuotteet, palvelut ja ulkoiset viestintäkampanjat on kyettävä markkinoimaan ensin tälle ryhmälle ja vasta sitten on mahdollista onnistua ulkoisten asiakkaiden kanssa. Onnistuakseen tässä tulee yrityksen henkilöstön uskoa esimerkiksi yrityksen kampanjoissa annettuihin lupauksiin ja edistämään vuorovaikutteista markkinointia. Lisäksi yrityksen kaikkien sisäisten toimenpiteiden tulee olla suunnitelmallista, jotta ulkoinen suorituskyky säilyisi nykyisellä tasolla tai jopa parantuisi. Yrityksen sisäisten suhteiden kannalta on tärkeää, että sisäisiä asiakkaita, tässä tapauksessa yrityksen henkilöstöä, tulee kohdella samalla tavalla kuin ulkoisia asiakkaita. Työntekijöiden palveluhenkisyys ja asiakaskeskeisyys ovat palveluprosessin tärkeimpiä asioita. Tulevaisuudessa työntekijöiden merkitys ja palvelun laatu tulee korostumaan vielä nykyistäkin enemmän,

sillä asiakkaiden kanssa vuorovaikutuksessa työskentelee työntekijöitä joiden päätehtävänä eivät suoranaisesti liity markkinointiin. Asia on tärkeä, koska tällaisten henkilöiden taidot, palveluhenkisyys sekä asiakaskeskeisyys määrittelevät asiakkaan käsityksen yrityksestä ja mahdollisesta asiakassuhteesta. (Grönroos 2015, 443–444, 447.)

#### **5.4.2 Vuorovaikutus asiakkaan kanssa**

Palvelualalla ollaan pääsääntöisesti vuorovaikutustilanteissa kasvokkain asiakkaan kanssa. Oulaisten apteekissa ollaan asiakkaan kanssa vuorovaikutustilanteissa fyysisesti apteekin tiloissa kuin myös puhelimitse. Liikuntapalvelu voidaan ottaa puheeksi monessa eri tilanteessa asiakkaan kanssa. Mahdollisuuksia asian esille ottamiseen on erilaisissa palvelutilanteissa tuotehyllyjen välissä, kassalla sekä kahdenkeskisissä palvelutilanteissa ”looseissa” että hoituhuoneessa. Apteekin henkilökunta tiedostaa liikunnan merkityksen lääkehoidon tukena mutta liikunnasta puhuminen koettiin hankalaksi tai sitä vain ei oltu otettu toimintatavaksi. Puheeksi ottamisen hankaluutena koettiin aiemmat negatiiviset kokemukset asian esille tuomisesta asiakkaiden kanssa. Myyntityössä on kuitenkin tärkeää jatkaa työtä, korjata mahdollisia virheitä ja ottaa niistä opiksi mutta ennen kaikkea ymmärrettävä, että asiakkaiden suhtautuminen myytävään asiaan voi olla negatiivista.

Myyntityössä on tärkeää osata kertoa saatavissa olevista tuotteista, niihin liittyvistä tekijöistä sekä mahdollisista lisäpalveluista. Myyntityössä tarvitaan tuotetietoutta sekä palveluosaamista, jotta voidaan kertoa asiakkaille tarjolla olevista tuotteista sekä palveluista. On myös osattava muuttaa tuotteita tai palvelukokonaisuutta asiakkaalle mieluisaksi ja sopivaksi kokonaisuudeksi. Palvelutilanteissa on ymmärrettävä myös asiakkaiden ostokäyttäytymistä. Oulaisten apteekissa asiakasta palvellaan myymälän tiloissa tuotehyllyjen välissä, palvelutiskeillä sekä hoituhuoneessa. Liikuntapalvelun puheeksi ottamiselle on olemassa siis monta mahdollisuutta palvelutilanteen luonteesta riippuen. Työpajassa pohdittiin millaisissa tilanteissa olisi mahdollista esitellä apteekin liikuntapalvelukonseptia. Apteekin tiloissa oleva hoituhuone todettiin hyväksi paikaksi esitellä asiakkaalle liikuntapalvelukonseptia, sillä erilaisissa hoitotilanteissa asiakkaan kanssa voidaan käydä hyvin henkilökohtaisia keskusteluja rauhallisessa ympäristössä.

#### **Kyselemisen taito**

Yrityksen asiakkaita tulee kannustaa puhumaan myyntitilanteissa. Asiakkaan kanssa tapahtuva myyntikeskustelu tulisi hänen mukaansa nähdä pallopelinä, jossa asiakas haastetaan puhumaan ja



kertomaan myyjälle asioita, joiden pohjalta hän voi lähteä tarjoamaan asiakkaalle sopivaa tuotetta tai palvelua. Kysymykset myyjän tulisi muotoilla siten, että asiakas vastaisi niihin mahdollisimman laajasti, jolloin ”kyllä” tai ”ei” vastauksien määrä jäisi mahdollisimman vähäisiksi tarvekartoitusvaiheessa. Kysymysten tarkoituksena on kannustaa asiakasta puhumaan vapautuneesti ja avoimesti häntä koskevista asioista. Kysetaidon omaksuminen tarvitsee harjoittelua, jotta se muodostuu joka päiväiseksi käytännöksi jokaiselle myyntityötä tekeväälle. (Chitwood 1998, 53, 65.)

Oikeanlaisen kyselytekniikan tarkoituksena on kannustaa asiakasta puhumaan ja kertomaan omista liikuntatottumuksistaan. Asiakkaan kanssa keskustellessa on tärkeää saada asiakas kertomaan häntä koskevista asioista mahdollisimman avoimesti. Työpajassa mietimme kysymyksiä, joiden tarkoituksena on saada asiakas keskustelemaan liikuntatottumuksista. Kysymystekniikkaa voi jokainen Oulaisten apteekin henkilökuntaan kuuluva työntekijä harjoitella esimerkiksi kahvituolla apteekin taukhuoneessa toisten työntekijöiden kanssa. Omaa personallisuutta kannatta tuoda mukana keskustelutuokioihin muuten kysymyksissä voidaan noudattaa sovittua linjaa. Yhdessä voidaan kuitenkin sopia kysymyksistä, jotka esitetään kaikille asiakkaille. Työpajan tuloksena voidaan liikuntapalvelusta puhuttaessa esittää asiakkaalle seuraavanlaisia kysymyksiä:

- Voisitteko kertoa minulle, millaista liikuntaa harrastatte?
- Kuinka säännöllisesti/epäsäännöllisesti harrastatte liikuntaa?
- Voisitteko kertoa mitkä asiat ovat liikunnan harrastamisen esteenä?
- Mikä liikuntalaji on teille läheisin?
- Miten usein harrastatte liikuntaa?
- Oletteko jonkin urheiluseuran/kuntosalin jäsen?
- Mitkä asiat vaikuttavat liikuntamuodon valitsemiseen?
- Mitä mieltä olette liikuntasuosituksista?
- Onko teillä ollut ongelmia liikkumisessa?
- Mitä mieltä olette, jos lääkekustannuksia voitaisiin pienentää liikuntaa lisäämällä?
- Miten seuraatte omaa liikkumista tällä hetkellä?
- Tarvitsetteko liikkumisen tueksi jotain apuvälineitä?
- Oletteko harkinneet mitä vaikutuksia elämäntapojenne muuttamisella olisi terveyteenne?

### 5.4.3 OEH-analyysi myyntityön tukena

Yrityksen asiakkaat eivät osta tuotteita tai palveluita niiden ominaisuuksien vuoksi vaan ostopäätöksen määrittelee se, millaista hyötyä asiakas kokee saavansa tuotteen tai palvelun avulla. OEH-analyysin kautta esitellään myyntipuheessa asiakkaalle analyysin nimen mukaisesti tuotteen tai palvelun ominaisuuksia, etuja ja hyötyjä. Myyntityössä on tärkeää, että myyjä osaa kertoa asiakkaalle, kuinka tuotteen tai palvelun ominaisuudet ja edut vastaavat asiakkaan tarvetta. Palveluiden myynnissä on otettava huomioon palvelujen näkymättömyys, jolloin hyötyjen esittäminen on erityisen tärkeää. Asiantuntevan myyjän erottaa keskivertomyyjästä juuri se, miten hyvin myyjä osaa kertoa ja perustella asiakkaalle tuotteen tai palvelun tarjoamista hyödyistä. Hyödyt kannattaa kertoa asiakkaalle niiden tärkeysjärjestyksen mukaan, joka kuitenkin vaihtelee asiakkaittain. Ennakoon ei voi siis tietää mitä hyötyä asiakkaalle esitellään ensin vaan se selviää, kun asiakkaan kanssa keskustellaan. Myyntityössä on tärkeää yrityksen asiakkaat mutta myös myytävät tuotteet ja palvelut. (Rubanovitsch & Aalto 2012, 106–108.)

Myyntityössä on tärkeää, että myyjä osaa kertoa asiakkaalle tuotteen tai palvelun hyödyistä ei ainoastaan ominaisuuksista, sillä asiakkaan saama kuva palvelun hyödystä auttaa asiakasta tekemään positiivisia ostopäätöksiä. OEH-analyysi myyjän työkalu, jonka pohjalta voi ennakkoon suunnitella mitä etuja ja hyötyjä yrityksen tuotteet ja palvelut mahdollisesti tarjoavat asiakkaille. Tunteamalla yrityksen tuotteet ja palvelut ja niiden tarjoamat edut ja hyödyt tuo myyjä tuo esille sekä oman että yrityksen asiantuntijuuden palvelujen ja tuotteiden tarjoajana. Työpajassa harjoittelimme yhdessä OEH-analyysin tekemistä, jossa listasimme liikuntapalvelutuotteen tärkeimmät ominaisuudet ja mietimme niiden etuja ja hyötyjä asiakkaalle. OEH-analyysin tulokset ovat nähtävissä kuviossa 12.

Liikuntapalvelun ominaisuus, liikuntapäiväkirja	Etu asiakkaalle	Hyöty asiakkaalle
Helppokäyttöinen oman liikumisen seurantaväline	Terveyden ylläpitäminen	Nähdään nykyisen liikumisen laajuus, jonka pohjalta voidaan tehdä jatkosuunnitelmia
	Liikunnan määrän seuraaminen konkreettisesti, taloudellinen säästö jos lääkkeiden määrä pienenee	Nähdään, miten liikunta toimii lääkehoidon tukena → voidaanko lääkkeen annostusta muuttaa
	Toimii liikunnan motivaattorina	Innostaa tekemään merkintöjä
Palvelun räätälöitävyys	Palvelu voidaan räätälöidä asiakkaan tarpeiden ja toiveiden mukaisesti	Asiakkaan ei tarvitse ostaa tarpeettomia palveluja
Henkilökunnan ammattitaitoisuus	Henkilökunnalla tietämys Oulaisten kaupungin liikuntatarjonnasta	Osataan ohjata sopivien liikuntamuotojen pariin
Sosiaalinen tapahtuma	Asiakkaan ja Oulaisten Apteekin yhdistyneen henkilön yhteistyön syveneminen	Ennalta määritellyt seurantakerrat
Asiakastapahtumat	Muiden Oulaisten Apteekin liikuntapalvelua käyttävien tapaaminen	Uusien ystävien löytäminen → motivaation lisääntyminen

Kuvio 12. OEH-analyysin tulokset

#### 5.4.4 Asiakasosaaminen

Palvelualalla **asiakasosaaminen** tarkoittaa erilaisten asiakkaiden kanssa toimimista tilanteen edellyttämällä tavalla ja asiakkaan tarpeiden mukaisesti. Ropen mukaan **palvelumyynnillä**, joka on yksi **toimipaikkamyynnin** avainkäsitteistä, tarkoitetaan yrityksen asiakaspalveluhenkilöstön jokapäiväistä toimintaa, jossa yrityksen tuotteita myydään asiakasta palvellen. Palveluiden myymiseen liittyy vahvasti **lisämyynnin** käsite. Lisämyynnin avulla voidaan varmistaa, että asiakas on yrityksestä hankkinut samalla ostokerralla toisiinsa liittyviä tuotteita/palveluita. Toimipaikkamyynnissä on oleellista se, että yrityksen toimitila on itsessään myyntipaikka. Käytännössä tämä tarkoittaa, että tila mahdollistaa myynnin tekemisen ja tämä on huomioitu esimerkiksi yrityksen esillepanoratkaisuissa, hintatarjouksissa sekä tuote-esittelypisteiden sijainnissa. Henkilökunnan tehtävänä on edesauttaa myynnin tekemistä ja palvella asiakkaita, käytännössä tämä tarkoittaa, että jokaisen asiakaspalvelutyötä tekevän henkilön tulisi nähdä itsensä myyjänä. (Rope 2003, 15–16, 33.)

Oman näkemykseni mukaan asiakasosaaminen palvelualalla on asiakkaitten hyvää tuntemista ja siksi onkin siis osattava ottaa huomioon asiakkaan toiveet, tarpeet sekä arvostukset ja ennen kaikkea on lunastettava ne lupaukset, joita asiakkaalle on annettu palvelutilanteessa. Palvelutilanteet ovat ainutlaatuisia ja mikäli palvelussa tapahtuu jokin virhe, joka on aiheuttanut asiakkaalle pettymyksen, tulee aidosti pahoitella tapahtunutta ja korjaamaan tilanne. Rehellisyys ja vilpittömyys ovat hyvin tärkeitä seikkoja palvelualalla, koska asiakkaan luottamuksen säilyttäminen ja asiakassuhteen jatkuminen ovat tärkeitä asioita. Onnistuneen myyntityön edellytyksenä on, että myyjän tiedot myytävistä tuotteista tai palveluista on ajan tasalla. Myyjän ominaisuudet ja persoona itsessään ovat myyntityössä onnistumisen edellytyksiä. Lisäksi myyjän asenne ja asennoituminen eri asioihin tulee olla kohdallaan. Esimerkiksi palvelualalla on pyrittävä siihen, että asiakkaalle annetaan enemmän kuin mistä asiakas maksaa. Asiakkaan kuunteleminen on myyntityön kannalta tärkeä asia, jotta osattaisiin tuottaa arvoa asiakkaalle. Jostain myyntikoulutuksesta onkin jäänyt mieleeni kolmen koon neuvo: kysy, kuuntele ja kuule. Asiakas kertoo tarpeensa, kun hänelle vain annetaan siihen mahdollisuus. Tästä aihealueesta voi lukea enemmän esimerkiksi Eero Kukkolan kirjasta ”Joukkoja johdetaan edestä – näkökulmia hyvään johtamiseen” (Kukkola 2013.), Hannu Mattisen kirjasta: ”Asiakkuusosaaminen – kuuntele asiakastasi” (Mattinen 2006.) sekä Erica Selinin ja Jarmo Selinin kirjasta: ”Kaikki on kiinni asiakkaasta – Avaimia asiakastyöskentelyn hallintaan” (Selin & Selin 2013.)

#### **5.4.5 Myyntipuhe**

Myyjän tulee osata kertoa asiakkaalle yrityksen tuotteista ja palveluista ja niiden asiakkaalle tuomasta lisäarvosta. Myyntipuheen ei tarvitse olla jokaisen asiakkaan kohdalla samanlainen vaan sen kautta voidaan tuoda esille ne asiat, joilla on merkitystä juuri sillä hetkellä palveltavalle asiakkaalle. Tarkoituksena on siis perustella asiakkaalle miksi tämän kannattaisi valita kyseinen tuote tai palvelu. (Rubanovtsh ym. 2012, 98.)

Työpajassa keskustelimme siitä miten hyvin Oulaisten Apteekin tarjoamat palvelut ovat henkilökunnan hallinnassa. Myyntipuheen tarkoituksena on saada asiakas kiinnostumaan Oulaisten Apteekin tarjoamasta palvelusta. Myyntipuhe -harjoituksen tarkoituksena oli luoda Oulaisten apteekin henkilökunnalle yhteinen näkemys apteekin uudesta liikuntapalvelutuotteesta. Myyntipuhe rakennettiin palvelua kuvaavista asioista, joista muokattiin palvelulle sopiva kuvaus. Myyntipuhetta voidaan tarvittaessa muuttaa tai päivittää mikäli palvelussa tapahtuu muutoksia tai palvelutilanteissa

on tullut esille uusia asioita. Jotta myyntipuheiden laatiminen tulisi tutuksi, tehtävää harjoiteltiin liikuntapalvelun lisäksi kahdelle muulle palvelulle laadittujen myyntipuheiden kautta. Oulaisten Apteekin liikuntapalvelu voidaan ottaa puheeksi esimerkiksi tukisukkapalvelun ja inhalaatiohoidon tarkistuspalvelun yhteydessä. Liikunnan seuraaminen liikuntapäiväkirjan avulla on molemmissa palveluissa tärkeää, koska tukisukkien käyttö voi edistää jokin asiakkaan liikunnan harrastamista ja inhalaatiohoidon yhteydessä voidaan keskustella asiakkaan allergioista tai astmasta, jolloin voidaan etsiä hänelle sopiva liikuntamuoto esim. kylmän talven aikana tai siitepölykaudella.

#### **Liikuntapalvelun myyntipuhe:**

Oulaisten Apteekin liikuntapalvelu on ajanvarauksella toimiva yksilöllinen palvelu, jossa kartoitetaan asiakkaan liikuntatarpeet ja pyritään poistamaan liikkumisen esteitä. Palvelutilanteessa kerrotaan liikunnan vaikutuksesta asiakkaan hyvinvointiin, miten liikunta toimii lääkehoidon tukena ja millaiset vaikutukset liikunnalla on esimerkiksi lääkkeiden annostukseen. Lisäksi palvelutilanteessa kartoitetaan asiakkaan nykyisen liikunnan määrä ja tehdään kehittämissuunnitelma seuranta-aikatauluineen. Liikunnan määrän ja laadun seuraamisen tueksi asiakas saa käyttöönsä liikuntapäiväkirjan.

#### **Tukisukkapalvelun myyntipuhe:**

Oulaisten Apteekin tukisukkapalvelu on yksilöllinen, aamuisin ajanvarauksella toimiva palvelu jossa huomioidaan asiakkaan tarpeet, opastetaan sukkiensa valinnassa ja niiden pukemisessa sekä mahdollisten apuvälineiden käytössä. Tukisukkapalvelun yhteydessä kartoitetaan asiakkaan liikuntatarpeet ja kerrotaan liikunnan vaikutuksesta asiakkaan hyvinvointiin sekä liikkumisen seurannasta helppokäyttöisen liikuntapäiväkirjan avulla.

#### **Inhalaatiohoidon tarkistuspalvelun myyntipuhe:**

Oulaisten Apteekin inhalaatiohoidon tarkistuspalvelussa tarkistetaan oikea ottotekniikka, jotta lääke pääsee vaikuttamaan eikä aiheuta haittoja. Palvelun aikana tarkistetaan apuvälineiden tarve ja käyttötekniikka sekä varmistetaan että asiakkaan käytössä on paras mahdollinen annostelulaite. Palvelua suositellaan myös lääkettä pitempään käyttäjälle. Tämän palvelun yhteydessä kartoitetaan asiakkaan liikuntatarpeet ja kerrotaan liikunnan vaikutuksesta asiakkaan hyvinvointiin. Lisäksi kerrotaan kausiluonteisista liikuntamahdollisuuksista ja liikkumisen seurannasta helppokäyttöisen liikuntapäiväkirjan avulla.

#### 5.4.6 Työpajan loppukeskustelu

Työskentelyn jälkeen keskusteltiin molempien ryhmien kanssa vapaamuotoisesti työpajan tarpeellisuudesta ja ajankohtaisuudesta. Osallistujat olivat sitä mieltä, että vastaavanlaisille koulutusiltoapäiville olisi tarvetta ja ne voisivat olla säännöllisiä tapahtumia. Lisäksi todettiin, että vaikka Oulaisten Apteekin palveluvalikoima on laaja, ei niistä muisteta kertoa asiakkaille riittävästi. Apteekkiälällä on tarkoin määriteltyä kuka saa puhua mistäkin asioista asiakkaiden kanssa. Joidenkin työntekijöiden kohdalla työpaja selvensi asioita, joista he voivat puhua asiakkaiden kanssa. Pelisääntöjen tarkistamisen tuloksena, palveluvalikoimasta ja liikuntapalvelusta voi jokainen työntekijä puhua asiakkaiden kanssa.

Työpajassa sovittiin, että asiakkaiden kanssa käydyissä keskusteluissa tulee hyödyntää Oulaisten Apteekin markkinointimateriaalia. Markkinointimateriaalien käyttö puheeksi ottamisen tukena koettiin hyvänä asiana, varsinkin kun todettiin että materiaaleihin on panostettu ja niihin on kulunut rahaa. Jotta markkinointimateriaaleihin kulutettu raha maksaisi itsensä takaisin, on niitä esiteltävä asiakkaille ja annettava asiakkaan mukaan. Markkinointimateriaalit eivät saa jäädä pölyttymään niitä varten hankittuihin telineisiin.

Liikuntapalveluiden puheeksi ottaminen koettiin haastavaksi, sillä aikaisemmat negatiiviset kokemukset esim. asiakkaan toteamus: ”ethän tuota itsekkään näytä liikkuvan” ovat aiheuttaneet sen, ettei kaikkien ole helppoa puhua aiheesta asiakkaiden kanssa. Jotta palvelujen tarjoaminen ei jäisi vain kaukaiseksi haaveksi, on yhteisillä hissipuheilla merkitystä käytännön työssä. Etukäteen harjoitelluilla ja yhdessä sovituilla ”hissipuheilla” on suuri merkitys yhtenäiseen käytäntöön palveluiden markkinoinnissa. Tällöin jokaisella työntekijällä on samanlaiset valmiudet esillä Oulaisten Apteekin laajaa palveluvalikoimaa. Vaikka ”hissipuheet” ovat yhteisiä, on kuitenkin muistettava, että jokaisen työntekijän persoona ja persoonallisuus vaikuttavat lopputulokseen. Koska persoonat ovat erilaisia, kannattaa jokaisen tarkkailla muita Oulaisten Apteekin työntekijöitä, miten he puhuvat asiakkaan kanssa liikuntapalvelusta ja ottaa omaan toimintaa mukaan niitä asioita mitkä toimivat ja tuntuvat sekä itsestä että asiakkaan näkökulmasta katsottuna hyviltä. Hyviä käytäntöjä ja toimintamalleja kannattaa jakaa sekä kertoa muille työntekijöille erilaisista asiakkaiden kanssa käydyistä keskustelutuokioista esimerkiksi Oulaisten apteekin taukotilassa.

Myyntityöhön kannustavana ja motivoivana tekijöinä voisi toimia erilaiset kampanjat, joiden kannustimena toimisivat erilaiset palkinnot. Myyntikampanjoille voisi asettaa erilaiset tavoiteportaikat,

joihin pääsemiselle olisi luvassa jokin palkkio esim. uudet työkengät, illallinen ravintolassa tai erilaisia hoito- tai tuotepaketteja. Osallistajat olivat sitä mieltä, että palvelutarjontaa Oulaisten Apteekissa on paljon ja jokainen työntekijä tarvitsee riittävät tiedot uudesta palvelusta. Lisäksi innostusta erilaisten tapahtumien ja asiakastilaisuuksien järjestämiselle oli havaittavissa. Oulaisten Apteekilla on runsaasti erilaisia asiakasryhmiä. Liikuntapalvelun puheeksi ottamista henkilökunta voi harjoitella itsenäisesti esimerkiksi taukotilassa markkinointimateriaalien avulla sekä havainnoimalla muiden työntekijöiden palvelu- ja keskustelutilanteita Oulaisten Apteekissa ja ottamalla käyttöön niistä itselle sopivimmat tavat.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tuloksena Oulaisten Apteekille konseptoitiin uusi palvelutuote osaksi yrityksen laajaa palveluvalikoimaa. Konseptin avulla Oulaisten apteekin jokainen työntekijä voi tarjota ikäihmisten asiakasryhmälle liikuntapäiväkirjaa päivittäisen liikunnan seuraamiseen sekä tasalaatuista liikuntaan liittyvää palvelua. Laajan apteekkiliiketoiminnan ulkopuolelle ulottuvan palveluvalikoiman avulla Oulaisten Apteekki voi toimia paikkakunnalla ihmisten kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista huolehtivana yrityksenä. Lisäksi yrityksellä on hyvät edellytykset toimia paikkakunnan liikuntatarjonnan infopisteenä ja erilaisten liikuntatapahtumien koordinoijana. Oulaisten Apteekissa yrityksen palveluja kehitetään koko työyhteisön voimin ja asiakkaat otetaan mukaan palveluiden kehittämiseen.

Oulaisten Apteekilla on keskeinen ja asiantunteva rooli terveydenhuollossa ja ensimmäiset askeleet matalan kynnyksen terveys- ja infopisteenä on otettu. Ensiaskelien ottaminen näkyy yrityksen palveluiden tarjonnan määrässä, ja Oulaisten Apteekin voidaan sanoa olevan palvelualan yritys, joka huolehtii ihmisten kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista. Jatkossa apteekin palvelujen kehittämistä ja palveluvalikoiman laajentamista voidaan työyhteisössä parantaa kehittämällä nykyisiä tai uusia palveluja käytännönläheisten palvelumuotoilun kehittämismenetelmien avulla yhdessä asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa.

Oulaisten Apteekin työ- ja johtamisilmapiiri mahdollistaa kokeilemalla kehittämisen ja henkilöstön ammattitaidon ja asiantuntijuuden hyödyntämisen liiketoiminnassa. Tämä näkyy monipuolisena yrityksen palvelutarjontana sekä yrittäjän rohkeilla ratkaisuilla liiketoiminnassa kuten esimerkiksi uuden liiketilan rakennuttamisena laman keskellä sekä liikunnan ohjaajiksi opiskelevien työntekijöiden asiantuntijuuden hyödyntäminen liikuntapalvelukonseptissa. Kokeilemalla kehittämisen kautta yritys voi nopeasti saada uusia palvelutuotteita valikoimaansa ja tarvittaessa poistaa ne valikoimasta, jos ne eivät ole kannattavia. Kokeilemalla kehittäminen vaatii innovatiivista yrittäjyyttä ja rohkeutta kokeilla erilaisia vaihtoehtoja ja uudistuksia. Oulaisten Apteekin voidaan todeta olevan innovatiivinen yritys, jossa pyritään uudistumaan jatkuvasti ja kokeillaan erilaisia vaihtoehtoja yhdessä henkilökunnan kanssa suunnitellen. Uuden palvelun käyttöön ottamisen kohdalla on muistettava pehdyttää henkilöstö uuteen konseptiin ja organisoida toiminta siten, että jokainen työntekijä on tietoinen uudesta palvelusta.



Opinnäytetyöhön oli määritelty neljä tutkimusongelmaa. Ensimmäiseksi haluttiin selvittää, mihin suuntaan apteekkiliiketoiminta on kehittymässä. Apteekkiliiketoiminta on laajentunut ja on yhä edelleen laajenemassa apteekkien ydinliiketoiminnan ulkopuolelle. Apteekkien palveluvalikoimaan on tullut erilaisia lisäpalveluja, joiden kautta yritys voi erottautua toisistaan positiivisesti. Erottautuminen muista apteekkeista on tärkeää esimerkiksi isoissa kaupungeissa, joissa apteekkeja on olemassa runsaasti ja jotka kilpailevat saman alueen asiakkaista. Apteekkeissa työskentelee tänä päivänä monen eri ammattialan edustajia. Ammatillinen osaaminen on laajentunut apteekkien normaalin liiketoiminnan ulkopuolelle ja se näkyykin laajentuneena ja monipuolisena palveluvalikoimana. Henkilöstön ammatillisen osaamisen hyödyntämisen kautta voidaan apteekkien palveluvalikoimaan kehittää tuotteita ja palveluja, joista voi ajan mittaan kehittyä merkittäviä kilpailutekijöitä. Tulevaisuudessa apteekit tulisi nähdä osana Suomen terveydenhuoltoa ja lääkehuollon ketjua, joka on hallituspuolueiden apteekkiryhmän tekemän linjauksen mukainen tahtotila. Käytännössä tämä tarkoittaisi jatkossa sitä, että suomalainen apteekkijärjestelmä olisi jatkossakin kotimaisten ammatilaisten omistuksessa ja vastuulla.

Toisena tutkimusongelmana oli selvittää, millaista on ikäihmisten terveyttä ja hyvinvointia edistävä liikunta. Liikunnan avulla voidaan hidastaa toimintakyvyn heikkenemistä ja hyviä tuloksia voidaan saada aikaan myös vanhemmallakin iällä. Tästä syystä liikunnan puheeksi ottamisella on suuri merkitys. Erilaisten liikuntapalveluiden avulla voidaan ikäihmisille tarjota mm. virikkeitä, mielekästä ajankäyttöä sekä yhteisöllisyyden kokemusta. Ikäihmisten ohjaaminen liikunnan pariin tulee toteuttaa heidän ehdoillaan ja yhteistoimintana eri tahojen kanssa. Oulaisten Apteekki on omalta osaltaan mukana edistämässä ikäihmisten liikuntaa ja tarjoaa apteekin kautta liikuntapalveluja sekä liikuntapäiväkirjaa liikkumisen seuraamisen välineeksi. Oulaisten Apteekilla on hyvä käsitys paikallakunnan liikuntatarjonnasta, jonka pohjalta he osaavat ohjata asiakkaita eri liikuntapalveluja tarjoavien yritysten pariin. Liikuntaneuvontaa voidaan tehdä apteekissa liikuntaneuvontakorttien avulla viiden A:n periaatteen mukaisesti.

Kolmantena tavoitteena oli ratkaista, miten palvelutuotteita voitaisiin kehittää kokeilemisen kautta ja miten niitä markkinoidaan asiakkaille. Palvelutuotteiden kehittämistä voidaan tehdä yhdessä asiakkaiden kanssa palvelumuotoilun avulla, sillä palvelumuotoilu lähtee liikkeelle asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden ymmärtämisestä. Palvelumuotoilun avulla voidaan kehittää apteekin liiketoimintaan uusia palvelutuotteita nopeasti ja kustannustehokkaasti. Palvelujen kehittämistä ja sitä kautta palveluvalikoiman laajentamista voidaan työyhteisössä parantaa kehittämällä nykyisiä tai uusia palveluja palvelumuotoilun avulla.

Ensimmäisen askeleet kokeilemalla kehittämisestä ja palvelumuotoilusta on Oulaisten Apteekissa otettu ja jatkossa yritys voi kehittää uusia palveluja näiden menetelmien avulla. Palvelumuotoilu on visuaalinen ja käytännönläheinen kehittämismenetelmä, jota voidaan tehdä yhdessä asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa. Sosiaali- ja terveysalalla palvelutuotanto on eettistä, jota palvelumuotoilun asiakasymmärrys tukee hyvin. Palvelut, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeisiin ovat kustannustehokkaita ja säästävät rahaa, jolloin turhan työn tekeminen vähenee. Toimivat, palvelumuotoilun keinoin luodut asiakkaiden tarpeita vastaavat palvelupolut tarjoavat sosiaali- ja terveyshuollon palveluita tehokkaasti ja inhimillisesti. Palvelumuotoilun tullessa osaksi yrityksen toimintojen kehittämistä voidaan työn tekemistä tehostaa ilman työtehtävien määrän tai kiireen lisääntymistä. Oulaisten Apteekin yrittäjä on tietoinen siitä, minkälaista erikoisosaamista yrityksen henkilökunnalla on, millaista osaamista tulevaisuudessa tarvitaan ja miten erikoisosaaminen voitaisiin ottaa huomioon yrityksen päivittäisessä toiminnassa kaupallisessa tarkoituksessa. Palvelutuotetta markkinoidaan ikäihmiselle soveltuvilla tavoilla ja markkinointimateriaaleissa huomioidaan mm. selkokieli-syys sekä kohderyhmän mukaiset kuvat.

Neljäntenä tavoitteena oli tuoda esiin Oulaisten Apteekin myyntityöhön liittyviä haasteita kuten liikunnan ja liikuntapäiväkirjan puheeksi ottaminen asiakkaan kanssa sekä korjata asenteita myyntityötä kohtaan. Asetettuun tavoitteeseen päästiin Oulaisten Apteekin henkilökunnalle järjestetyn markkinointitaitojen kehittämisen työpajan kautta, jossa yhdessä laadittiin OEH-analyyskejä sekä myyntipuheita puheeksi ottamisen apuvälineiksi. Uuden palvelutuotteen myyminen on Oulaisten apteekin jokaisen työntekijän vastuulla. Palvelutuotteen puheeksi ottaminen asiakkaan kanssa tarvitsee rohkeampaa otetta niin palvelun esittelyssä kuin varsinaisessa myyntityössä. Palvelun puheeksi ottaminen on jokaisen työntekijän vastuulla. Yhdessä laadittujen myyntipuheiden ja OEH-analyysin tarkoituksena on kannustaa henkilökuntaa ottamaan uusi palvelu puheeksi asiakkaan kanssa päivittäisissä palvelutilanteissa ja tulevan uudeksi jatkuvaksi käytännöksi asiakaspalvelussa. Apteekkitoiminnan eettisiä ohjeita mukaillen tulee apteekin henkilökunnan toimia asiakkaan parhaaksi ja näin ollen apteekin henkilökunnan tulee varmistaa, että asiakas saa riittävästi tietoa myös liikunnan merkityksestä lääkehoidon tehostaja. Oulaisten Apteekin tarkoituksena on kehittää toimintaansa vastaamaan Liikkujan Apteekki -konseptin sisältöä, jossa tärkeässä roolissa on henkilökunnan aktiivinen muistuttaminen liikunnan merkityksestä. Yhdessä käytyjen keskustelujen mukaan liikunta on luontevinta ottaa puheeksi ensin diabetes- ja tuki- ja liikuntaelinsairauksista kärsivien asiakkaiden kanssa esimerkiksi reseptitoimituksen yhteydessä.

Oulaisten apteekin farmaseuttisella henkilökunnalla on runsaasti asiantuntemusta liikunnan vaikutuksista lääkahoitoon tehostavana tekijänä. Osa henkilökunnasta on lisännyt liikuntatietouttaan kouluttautumalla liikunnanohjaajiksi. On tärkeää, että heidän ammatillista osaamista jaetaan Oulaisten apteekin koko henkilöstölle, jotta voidaan olla varmoja siitä, että liikuntaneuvonta on suunnitelmallista ja tarkoituksen mukaista. Liikuntaan erikoistuneet henkilöt vastaavat uudesta palvelutuotteesta ja sen tietojen päivittäisestä sekä henkilöstön perehdyttämisestä. Ajan tasalla olevaa tietoa tarvitaan muun muassa lainsäädännöstä, suosituksista, oman alueen palvelutarjonnasta, sidosryhmistä ja apuvälineistä.

Menestyminen/onnistuminen myyntityössä on mielestäni suorassa suhteessa asiakkaalle tuotetun arvon määrään. Palveluiden suunnittelussa onkin pyrittävä jatkuvaa **uudistumiseen** ja etsittävä keinoja, joilla voitaisiin saada aikaiseksi parempia palvelukokonaisuuksia ja joilla tuotettaisiin enemmän arvoa asiakkaalle. Myyntityön kehittämisessä kannatta käydä huolella lävitse kaikki myyntiprosessin vaihteet, jotta voidaan pyrkiä **jatkuvaan parantamiseen**. Muistan jonkun sanoneen aikanaan, ettei myyminen ole muuttunut ajansaatossa mutta ostaminen on. Tänä päivänä asiakas ostaa enemmän sellaista jolla on hänellä jonkinlaista arvoa tai jolla hän saa **lisäarvoa**. Lisäksi ostajat ovat tänä päivänä valikoivia ja testaavat tuotteita entistä enemmän. **Tuotetietoisuus** on havaittavissa myös asiakkaiden keskuudessa ja useimmat asiakkaat ovat hyvinkin kriittisiä palveluiden ja tuotteiden suhteen. Toisaalta kriittisiltä asiakkailta saatu palaute ohjaa kehittämään tuotteita tai palvelua sekä mahdollisesti uudistamaan valikoimaa. Myyntityössä on muistettava, että hinta ja laatu ovat jokaiselle meistä erilaisia asioita. Myyjä ei voi määritellä mikä on asiakkaalle tarpeeksi riittävä laatu tai oikea hinta. Mielestäni myyntityössä on myyjän osattava vedota asiakkaan tunteisiin, sillä ihminen ostaa enimmäkseen tunteella, jota sitten perustelee järjen äänellä. Tämä on havaittavissa myös omassa ostokäyttäytymisessä.

Kehittämistyö sisältää palvelukonseptin ja markkinointiehtotuksen, jota voidaan jatkossa hyödyntää myös yrityksen muiden tuotteiden ja palveluiden markkinoinnin pohjana. Laadittu palvelukonsepti yhdenmukaistaa apteekin henkilöstön näkemystä markkinoitavasta palvelusta. Uusi palvelukonsepti muotoutuu tarvittaessa eri asiakasryhmien tarpeisiin ja sitä voidaan monistaa.

## 7 POHDINTA

Kolme vuotta sitten keväällä 2015 hain opiskelemaan yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelmaan. Hakuprosessiin sisältyi ennakkotehtävä, jonka aiheena oli suunnitelman tekeminen opinnäytetyöstä. Ennakkotehtäväni keskeisenä aiheena oli tuottaa toimiva, uudenlainen ja asiakaslähtöinen palvelukonsepti silloiselle työnantajalle. Tarkoituksena oli kehittää yrityksen palveluja sekä palvelun laatua ja liittää palvelukonsepti osaksi yrityksen laatu järjestelmää. Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä olisi korostunut tekijän ammatilliset taidot ja empiirinen osuus omien havaintojen kautta olisi ollut merkittävässä roolissa. Suunnitelmilla on joskus tapana muuttua ja niinä muuttuivat syksyllä 2015, jolloin tapahtui suuria muutoksia silloisessa työpaikassani. Tästä muutoksesta johtuen, opinnäytetyöni silloinen aihe ei tuntunut enää mielekkäältä tai mahdolliselta ja jätin opinnäytetyöasian hautumaan vuoden verran.

Opinnäytetyöprosessini lähti liikkeelle aiheen valinnasta. Aiheen valinta ja sen kiinnostavuus on mielestäni merkittävin asia kaikessa kirjoittamisessa, olipa kyse sitten esseestä, opinnäytetyöstä tai laajemmasta tutkimuksesta. Aiheen valinnan kriteereinä olivat itselleni tärkeiksi kokemat asiat kuten aiheen ajankohtaisuus sekä työn tarkoituksenmukaisuus. Keväällä 2017 keskustelin koulutusohjelmavastaavan kanssa mahdollisista opinnäytetyön aiheista. Keskustelussa tuli esille kaksi mahdollista kehittämistyön aihetta, joista valitsin nyt tehdyn opinnäytetyön aiheen. Nykyinen aihe kuului osittain samaan aihepiiriin kuin ensimmäinenkin mutta toimiala, johon se kuului, oli minulle täysin vieras. Hyppy tuntemattomaan vieraalle maaperälle terveysalalle ja apteekkien liiketoimintaan alkoi toukokuussa 2017 tutustumiskäynnin merkeissä Oulaisten apteekkiin. Tämän käynnin tarkoituksena oli hahmottaa mistä tulevassa opinnäytetyössä olisi kyse.

Aiheen valinnan jälkeen laadin tutkimussuunnitelman, jonka laatimista varten tarkastelin aiheeseen liittyvää kirjallista aineistoa, samankaltaisesta aiheesta tehtyjä mahdollisia aiempia tutkimuksia, opinnäytetöitä, artikkeleita sekä väitöskirjoja. Tutkimuksessa käytetyn teoria-aineiston suhteen olin kriittinen koska tahtotilanani oli käyttää mahdollisimman uutta teoria-aineistoa, jotta opinnäytetyöni tulisi mahdollisimman uudenaikainen toimiva kokonaisuus. Teoria-aineiston sekä suomenkielisen että englanninkielisen valintakriteerinä on minulle, että aineisto on tehty 2000-luvulla. Käyttämällä mahdollisimman uutta tietoa teoriaosuuden pohjalla oli merkitystä tämän tutkimuksen luotettavuuteen eli validiuteen.

Kesällä 2017 keskustelin apteekkien liiketoiminnasta Oulaisten apteekin apteekkari Lippe Keskisen kanssa. Keskustelu oli varsin hedelmällistä ja antoisaa ja ihmetystä herätti suunnattomasti se, että apteekkarit ovat yksityisiä elinkeinon harjoittajia, jotka vastaavat apteekkien toiminnasta kokonaisvaltaisesti. Mielenkiintoista oli lukea Apteekkari -lehden Internet-sivuilta Oulaisten apteekin apteekkarista ja yrittäjästä, joka oli investoinut uuteen apteekkirakennukseen ja rakennuttanut Oulaisten keskustaan oman uuden apteekin.

Kehittämistehtäväni aihealueen koin erittäin mielekkääksi ja tutkijana minun tuli perehtyä hyvin aiheeseen liittyvään teoriaosuuteen ja tuoda työn pääteeman keskeisimmät ajatukset esille teoriassa. Teoriaosuudessa käytin runsaasti kirjallisuutta, jotta pohjatyö olisi mahdollisimman laaja ja kattava. Laaja-alainen perehtyminen esimerkiksi ikäihmisille suunnattuun liikuntaan lähdeaineistoon antoi minulle vankan tietoperustan kehittämistyön luomiselle. Reflektion eli asioiden pohdiskelun ja sen pohjalta tehtyjen johtopäätösten tekemisen koen itseni kohdalla mielekkääksi. Omassa päivittäisessä työssäni joudun miettimään eri asioiden kielellisiä piirteitä, säännönmukaisuuksia, toiminnan ymmärtämistä sekä myös pohtimaan eli refleктоimaan em. asioita useista eri näkökulmasta. Asioiden yksityiskohtiin perehtymisessä oli suuri merkitys asian kokonaisvaltaisen ymmärtämisen kannalta.

Aloitusseminaari pidettiin kesäkuussa 2017, jossa esittelin opinnäytetyön aiheen otsikolla palvelutuotteen konseptin kirkastaminen ja markkinointi. Opinnäytetyön alustavan aikataulun olin suunnitellut etenevän siten, että tietoperusta olisi koottu kesän 2017 aikana, ohjausseminaari syyskuussa 2017 ja esitysseminaari lokakuussa 2017. Jälleen kerran muutokset omassa elämässäni pistivät asiat uuteen järjestykseen ja opinnäytetyön tekeminen siirtyi tuonnemmaksi. Olin kuitenkin saanut hyvin kirjoitettua tietoperustaa mutta varsinainen kehittämistyö siirtyi tuonnemmaksi. Opinnäytetyön ohjaajan kanssa käydyssä keskustelussa kirjottamaani tietoperustaa muunneltiin lähinnä jäsentelyjen suhteen. Pohdittuamme yhdessä mistä tässä opinnäytetyössä oikein on kyse, täsmentyi opinnäytetyön otsikko nykyiseen muotoonsa. Punaisen langan löytäminen oli tärkeää jo siitä syystä, että aloitusseminaarin jälkeen näkökulmia aiheeseen oli useita ja tämä saattoi aiheuttaa sekavuutta sen asian suhteen mitä tässä oikein ollaan tekemässä.

Syksyllä 2017 keskustelin Oulaisten Apteekin apteekkari Lippe Keskisen kanssa opinnäytetyöstä ja keskusteluissa nousi esille, miten liikunta voitaisiin ottaa esille hienovaraisesti asiakkaan kanssa tapahtuvassa palvelukohtaamisessa. Kokevatko asiakkaat liikunnan esille ottamisen ja liikunnan merkityksestä puhumisen ihmisten hyvinvoinnissa ja jaksamisessa palvelutilanteissa kiusalliseksi?

Miten asiasta voitaisiin puhua niin, etteivät asiakkaat loukkaantuisi asian esille tuomisessa. Asiaa pohdittuamme, päädyimme siihen, että tämä asian selvittäminen olisi keskeinen sisältö Oulaisten apteekin henkilökunnalle suunnatussa koulutustilaisuudessa.

Tammikuussa 2018 apteekkarin kanssa käydyssä keskustelussa koulutusiltapäivän sisällöksi täsmentyi henkilökunnan tsemppaaminen palveluiden myyntiin. Koulutusiltapäivä tarkentui markkinointitaitojen kehittämisen työpajaksi. Henkilökohtainen asiakaspalvelu tapahtuu asiakkaan ja henkilökunnan välisessä vuorovaikutuksessa tätä varten rakennetuissa looseissa. Näissä asiakaspalvelupisteissä on saatavilla palveluista kertovia esitteitä erilaisissa telineissä. Haasteelliseksi on muodostunut esitteiden käyttö asiakaspalvelutilanteissa ja vaikka niiden olemassaolo on tiedostettu, ei niitä ole aina muistettu käyttää. Myynnin tukimateriaalin käyttö helpottaisi esimerkiksi liikunnan puheeksi ottamista asiakkaan kanssa. Työpajassa, joka oli ilmapiiriltään avoin ja innovatiivinen, päästiin varsin nopeasti aiheisiin kiinni. Jatkossa kannattaa varata työpajalle enemmän aikaa, sillä yksi tunti ryhmää kohden on hyvin minimaalinen ja vaatii aihealueiden huolellista ennakkosuunnittelua. Työpaja oli onnistunut kokonaisuus toimeksiantajan, apteekin henkilökunnan sekä työpajan pitäjän mielestä.

Opinnäytetyöni oli sekä tapaustutkimus että konstruktiiivinen tutkimus. Opinnäytetyöni pätevyys eli validius voidaan todentaa sillä, että opinnäytetyössä käytetyt tutkimusmenetelmät mittasivat juuri niitä asioita, joita niiden tulikin mitata. Validius on huomioitu mm. määrittelemällä eri käsitteitä ja avaamalla niiden keskeisin sisältö, käytetyn lähdeaineistomateriaalin huolellisella keräämisellä ja sen kriittisellä arvioinnilla. Lisäksi validiuteen vaikutti myös se, kuinka onnistuneesti pystyin yhteensovittamaan teoriaosuuden konseptointiin ja miten onnistunut tämä kehittämistyö loppujen lopuksi oli. Tutkimusmenetelmien valinnassa onnistuin mielestäni hyvin, sillä opinnäytetyö on kokonaisuudessaan teorian, tutkimusaineiston ja omien näkemysten välistä vuoropuhelua, jossa erilaisia havaintoja on yhdistetty toisiinsa. Opinnäytetyöni voin todeta olevan luotettava, sillä tutkimuskohde ja tulkittu materiaali on sovitettu yhteen. Yhteensovittamisen tuloksena Oulaisten Apteekin palvelutuote on konseptoitu, ja sisäistä markkinointia on tehty Oulaisten apteekin henkilökunnan markkinointitaitojen kehittämisen työpajassa. Tehty opinnäytetyö toivon mukaan antaa riittävästi perusteita julkiselle keskustelulle apteekkiliiketoiminnan mahdollisuuksista erilaisten palvelujen tuottajana.

## LÄHTEET

Aalto, R. 2009. Liikkeelle. Hyvänolon opas senioreille. Jyväskylä: Docendo/WSOY.

Aittasalo, M. & Vasankari, T. 2011. Terveysliikunnan edistämisen työvälineitä. Teoksessa Fogelholm, M. & Vuori, I. & Vasankari, T. (toim.). Terveysliikunta. Helsinki: DUODECIM

Ahonen, T. 2017. Palvelumuotoilu sotessa. Palvelumuotoilun käsikirja sosiaali- ja terveysalan palvelujen kehittämiseen. Nummela: Painokiila Oy.

Apotekforingen 2017. Pharmacy trade – A part of the Norwegian health service, viitattu 16.9.2017, <http://www.apotek.no/Default.aspx?ID=8204>

Apoteksmarknadens Branschrapport 2017, viitattu 30.8.2017, <http://www.sverigesapoteksforening.se/wp-content/uploads/Branschrapport2017.pdf>

APT – auktorisoitu personal trainer, viitattu 8.9.2017, <http://apt-personaltrainer.fi/>

Apteekin verkkopalvelu, viitattu 1.7.2017, [http://www.fimea.fi/documents/160140/743657/18533\\_Apteekin\\_verkkopalvelu\\_-maarays\\_2011-05-10.pdf/294d4393-bc6f-4e97-8764-e2c5000686a0](http://www.fimea.fi/documents/160140/743657/18533_Apteekin_verkkopalvelu_-maarays_2011-05-10.pdf/294d4393-bc6f-4e97-8764-e2c5000686a0)

Apteekit numeroina, viitattu 12.6.2017, <http://www.apteekkariliitto.fi/apteekkitieto/apteekit-numeroina.html>

Apteekkari 5.1.2016, viitattu 20.6.2017, <http://www.apteekkari.fi/uutiset/oulaisten-apteekkari-palkittiin-rakensii-uuden-apteekin-ja-tyollistii-lisaa.html>

Apteekkari 28.6.2016, viitattu 13.9.2017, <http://www.apteekkari.fi/uutiset/oulun-hansa-apteekki-avasi-fysiopisteen.html>

Apteekkarilehden artikkeli 7.4.2016, viitattu 23.8.2017, <http://www.apteekkari.fi/uutiset/ministerimantyla-apteekkiala-tarvitsee-saantelya.html>

Apteekkariliitto vuosikatsaus 2016, viitattu 13.6.2017, [http://www.apteekkariliitto.fi/media/3-apteekkariliitto.fi/liitto/vuosikatsaukset/apteekkariliitto\\_vuosikatsaus\\_2016.pdf](http://www.apteekkariliitto.fi/media/3-apteekkariliitto.fi/liitto/vuosikatsaukset/apteekkariliitto_vuosikatsaus_2016.pdf)

Apteekki & sote 2017, Suomen apteekkariliiton julkaisu, viitattu 13.6.2017. [http://www.apteekkariliitto.fi/media/3-apteekkariliitto.fi/apteekkitieto/julkaisut/120934\\_apteekki\\_ja\\_sote.pdf](http://www.apteekkariliitto.fi/media/3-apteekkariliitto.fi/apteekkitieto/julkaisut/120934_apteekki_ja_sote.pdf)

Apteekkitoiminnan eettiset ohjeet, viitattu 11.6.2017, <http://www.apteekkariliitto.fi/apteekkityo/eettiset-ohjeet.html>

Arkkila, S. & Hilakivi, A. & Sarja, J. 2017. Miten apteekin iäkkäät asiakkaat saadaan liikkumaan enemmän ja siten tehostamaan lääkehoidon vaikutuksia. OAMK: Palvelumuotoilun harjoitustyö.

Apteekkityö, viitattu 11.6.2017, <http://www.apteekkariliitto.fi/apteekkityo/apteekkiala.html>

Asiantuntija-arvio 2015 - Apteekkien neuvonnan tuottamat säästöt yhteiskunnalle ja terveydenhuololle, viitattu 13.6.2017, [http://www.apteekkari.fi/media/2-apteekkari.fi/pdf/pwc-raportti\\_lopullinen.pdf](http://www.apteekkari.fi/media/2-apteekkari.fi/pdf/pwc-raportti_lopullinen.pdf)

Barret, J. 7.6.2017, viitattu 16.9.2017, <http://www.pharmacytimes.com/conferences/ashp-summer-2017/what-role-do-pharmacists-have-in-the-future-of-health-care>

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Chitwood, R. 1998. Huipputason myyntitaito: asiakaslähtöisen myyntityön 7 vaihetta. Helsinki: Rastor Oy.

Fischer, M. & Vainio, S. Potkua palvelubisnekseen – Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum Media Oy.

Fysioterapia Tikkanen 2017, viitattu 11.7.2017, <http://www.fysioterapia-tikkanen.fi/index.php>

Grönroos, C. 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: Talentum Media Oy.

Hallituksen julkaisusarja 10/2015. Ratkaisujen Suomi – Pääministeri Juha Sipilän hallituksen strateginen ohjelma 29.5.2015, viitattu 16.9.2017, [http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1427398/Ratkaisujen+Suomi\\_FI\\_YHDISTETTY\\_netti.pdf/801f523e-5dfb-45a4-8b4b-5b5491d6cc82](http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1427398/Ratkaisujen+Suomi_FI_YHDISTETTY_netti.pdf/801f523e-5dfb-45a4-8b4b-5b5491d6cc82)

Hallituspuolueiden apteekkiryhmän linjaukset 24.4.2017, viitattu 23.8.2017, <http://vnk.fi/documents/10616/4578010/Apteekkity%C3%B6ryhm%C3%A4n+esitys.pdf/6c5d52cb-85fb-4765-a87a-3d9bc3e6fc4b>

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Husu, P. & Paronen, O. & Suni, J. & Vasankari, T. Suomalaisen fyysisen aktiivisuuden ja kunto 2010. Terveystta edistävän liikunnan nykytila ja muutokset. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisu 2011:15, viitattu 24.8.2017, [http://www.ukkinstituutti.fi/filebank/588-Suomalaisen\\_fyysisen\\_aktiivisuus\\_netti.pdf](http://www.ukkinstituutti.fi/filebank/588-Suomalaisen_fyysisen_aktiivisuus_netti.pdf)

Härkätorin apteekki, viitattu 15.9.2017, <http://harkatorinapteekki.fi/index.php?p=78>



Karjaluoto, H. 2013. 4P → 4C – markkinoinnin uusi ajatusmalli. Viitattu 18.8.2017, <http://www.amt.fi/static/tietovarasto/42.pdf>

Kukkola, E. 2013. Joukkoja johdetaan edestä – Näkökulmia hyvään johtamiseen. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.

Kuntalaki 1995/365, viitattu 24.8.2017, <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/kumotut/1995/19950365>

Laki ikääntyneen väestön toimintakyvyn tukemisesta sekä iäkkäiden sosiaali- ja terveystalveta 2012/980, viitattu 24.8.2017, <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2012/20120980?search%5btype%5d=pika&search%5bpika%5d=laki%20ik%C3%A4%C3%A4ntyneen%20v%C3%A4est%C3%B6n>

Langinkoski A. 2016. Personal Trainer ammatintausta ja tulevaisuus, viitattu 7.9.2017, <https://www.trainer4you.fi/materiaalipankki/pdf/trainer4you-personal-trainer-ammatin-tausta-ja-tulevaisuus.pdf>

Liikkujan apteekki, viitattu 3.7.2017, [https://www.kkiohjelma.fi/tapahtumat\\_ja\\_kampanjat/liikkujan\\_apteekki](https://www.kkiohjelma.fi/tapahtumat_ja_kampanjat/liikkujan_apteekki)

Liikunnallista vapaa-aikaa, viitattu 10.7.2017, <http://www.oulainen.fi/liikunta>

Liikuntalaki 390/2015, viitattu 24.8.2017, <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/20150390>

Liikuntaneuvonta 2017, viitattu 2.9.2017, <http://www.voimaavanhuuteen.fi/liikuntaneuvonta/>

Liikuttavia ajatuksia 2011, viitattu 7.9.2017, <http://www.liikuttavia-ajatuksia.fi/2011/11/mita-on-personal-training.html>

Mattinen, H. 2006. Asiakkuusosaaminen – Kuuntele asiakastasi. Helsinki: Talentum Media Oy.

Miettinen, S. (toim.) 2011. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Mäki, T. 2014. Asiakkaan kuuntelemisen ja kohtaamisen taito – lupa osallistua muutokseen. Teoksessa T. Pakarinen & T. Mäki (toim.) Henkilöstöjohtaminen kurkiauran kärkeen, uudistumisen sykkettä palveluihin. Porvoo: Bookwell Oy, 120.

Näslindh-Ylispangar, A. 2012. Vanhuksen terveyden, hyvinvoinnin ja hyvän elämän edistäminen. Helsinki: Edita.

Ojasalo, K. & Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Oulainen syntyä ja tapahtuu -esite, viitattu 10.7.2017, <http://www.esitteemme.fi/oulaistenkaupunki/WebView/>

Oulaisten apteekki, viitattu 9.6.2017, <http://oulaistenapteekki.fi/>

Oulaisten apteekki palvelee, viitattu 25.9.2017, <http://oulaistenapteekki.fi/palvelut/>

Oulaisten kaupungin elinkeinopoliittinen ohjelma vuosille 2014–2017, viitattu 23.8.2017, [http://www.oulainen.fi/instancedata/prime\\_product\\_julkaisu/oulainen/embeds/oulainenwwwstructure/15771\\_elinkeinopoliittinen\\_ohjelma\\_2014\\_2017.pdf](http://www.oulainen.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/oulainen/embeds/oulainenwwwstructure/15771_elinkeinopoliittinen_ohjelma_2014_2017.pdf)

Oulun aikuiskoulutuskeskus 2017, viitattu 15.9.2017, <http://www.oakk.fi/uutta-oakklla-senior-personal-trainer-koulutus/>

Oulun III Hansa Apteekki 2017, viitattu 14.9.2017, <https://www.oulunhansaapteekki.fi/>

Parantainen J. 2007. Rakenna palveluista tuote 10 päivässä. Tuotteistaminen 10. Helsinki. Talentum Media Oy.

Piste jonoille 2014, Apteekkarilehden julkaisu, viitattu 1.7.2017, [http://www.kuopioinnovation.fi/uploads/aineistopankki/lehtijutut\\_fi/20140210\\_Apteekkari%2001-2014\\_Piste%20Jonoille.pdf](http://www.kuopioinnovation.fi/uploads/aineistopankki/lehtijutut_fi/20140210_Apteekkari%2001-2014_Piste%20Jonoille.pdf)

Porukalla lenkille 2017, viitattu 2.9.2017, [http://www.voimaavanhuuteen.fi/content/uploads/2016/04/Porukalla\\_lenkille\\_-\\_ohjatut\\_ulkoiluryhmat.pdf](http://www.voimaavanhuuteen.fi/content/uploads/2016/04/Porukalla_lenkille_-_ohjatut_ulkoiluryhmat.pdf)

Receptum-artikkeli 20.6.2016, Ruotsissa kortteliapteekit menestyvät, viitattu 26.8.2017, <http://www.receptum.fi/ruotsissa-kortteliapteekit-menestyvat/>

Rieki, J. 2017. Personal training -osaamisesta vipuvartta elintapahoitoon. Vilho Aholan haastattelu Trainer4You julkaisussa Terveiden edistämisen ammattilainen. Viitattu 14.9.2017. <https://www.trainer4you.fi/materiaalipankki/pdf/Trainer4You-terveyden-edistamisen-ammattilainen.pdf>

Rope, T. 2003. Onnistu myynnissä. Helsinki: WSOY.

Rubanovitsch, M. & Aalto, E. 2012. Myy enemmän – myy paremmin. Helsinki: Johtajatiimi.

Selin, E. & Selin, J. 2013. Kaikki on kiinni asiakkaasta – Avaimia asiakastyöskentelyn hallintaan. Espoo: Hansaprint Oy.

Sosiaali- ja terveysministeriön esitteitä 2008:10. Valtioneuvoston periaatepäätös terveyttä edistävän liikunnan ja ravinnon kehittämislinjoista, viitattu 16.9.2017, <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/71002/Es200810fin.pdf?sequence=1>

Sosiaali- ja terveysministeriö esitteitä 2010:3. Suositukset liikunnan edistämiseksi kunnissa, viitattu 16.9.2017, <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/72797/URN%3aNBN%3afe201504223231.pdf?sequence=1>

Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisuja 2013:10. Muutosta liikkeellä – Valtakunnalliset yhteiset linjaukset terveyttä ja hyvinvointia edistävään liikuntaan 2020, viitattu 16.9.2017, [https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/110504/URN\\_ISBN\\_978-952-00-3412-2\\_korj.pdf?sequence=3](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/110504/URN_ISBN_978-952-00-3412-2_korj.pdf?sequence=3)

Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisuja 2017:6. Laatusuositus hyvän ikääntymisen turvaamiseksi ja palvelujen parantamiseksi 2017–2019, viitattu 16.9.2017, [http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80132/06\\_2017\\_Laatusuositusjulkaisu\\_fi\\_kansilla.pdf?sequence=1](http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80132/06_2017_Laatusuositusjulkaisu_fi_kansilla.pdf?sequence=1)

SoteYBoost – Sote yrittäjän boosteri, viitattu 9.6.2017, [http://www.oamk.fi/hankkeet/kotimaiset\\_kaynnissa/?hanke\\_id=1459](http://www.oamk.fi/hankkeet/kotimaiset_kaynnissa/?hanke_id=1459)

Starck, H. & Vuorjoki-Andersson, E. 2016. Vie vanhus ulos -vinkkivihko, viitattu 2.9.2017, [http://www.voimaavanhuteen.fi/content/uploads/2016/04/VVU\\_vinkkivihko\\_www.pdf](http://www.voimaavanhuteen.fi/content/uploads/2016/04/VVU_vinkkivihko_www.pdf)

Suomen perustuslaki 1999/731, viitattu 25.8.2017. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731#L2P16>

Säpyskä- Nordberg, M. & Starck, H. & Kalmari, P. & Karvinen, E. 2010. Liikuntatekoja iäkkään hyväksi 2- hyviä toimintatapoja voima- ja tasapainoharjoitteluun. Ikäinstituutti. Hyvät käytännöt 1/2010. Helsinki: Ikäinstituutti/WS Bookwell Oy.

Talouselämä 13.3.2017, viitattu 29.8.2017, <http://www.talouselama.fi/uutiset/apteekkialan-kilpailun-avaamishalut-huolettavat-apteekkariliittoa-uutissuomalainen-esimerkiksi-ruotsissa-farmaseuttinen-taso-on-taysin-romahtanut-6632255>

Taukokangas, viitattu 10.7.2017, <http://www.taukokangas.fi/>

Terveydenhuoltolaki 2010/1326, viitattu 24.8.2017, <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2010/20101326>

Terveyspiste on askel kohti hoitavaa apteekkia, viitattu 1.7.2017, <http://www.receptum.fi/terveyspiste-on-askel-kohti-hoitavaa-apteekkia/>

The Chartered Institute of Marketing. 2009. Marketing and the 7Ps. A brief summary of marketing and how it works, viitattu 4.9.2017, <http://www.cim.co.uk/files/7ps.pdf>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

UKK-instituutti – Liikuntaneuvonta yhteiseksi asiaksi. Liikkumisresepti käyttöön, viitattu 3.9.2017, [http://www.ukkinstituutti.fi/filebank/859-liikkumisreseptin\\_ohjekirja.pdf](http://www.ukkinstituutti.fi/filebank/859-liikkumisreseptin_ohjekirja.pdf)

UKK-instituutti – osaamista terveystuotteen edistämiseen, viitattu 2.9.2017, <http://www.ukkinstituutti.fi/instituutti>

Ulkoiluystäväksi iäkkäälle 2017. Vapaaehtoinen ulkoilun tukena, viitattu 2.9.2017, [http://www.voimaavanhuuteen.fi/content/uploads/2016/04/Ulkoiluystavaksi\\_iakkaalle\\_-vapaaehtoinen\\_ulkoilun\\_tukena.pdf](http://www.voimaavanhuuteen.fi/content/uploads/2016/04/Ulkoiluystavaksi_iakkaalle_-vapaaehtoinen_ulkoilun_tukena.pdf)

Urponen, V. T. 2014. Innovatiiviset työyhteisöt ovat tuloksellisia. Teoksessa T. Pakarinen & T. Mäki (toim.) Henkilöstöjohtaminen kurkiauran kärkeen, uudistumisen sykettä palveluihin. Porvoo: Bookwell Oy, 177–178.

Valliluoto, S. 2012. Lääkehuollosta lääkemarkkinoihin – arvoketju ja sääntely. Kilpailuviraston selvityksiä 2/2012. Viitattu 26.7.2017. <https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/selvitykset/2012/kivi-selvityksia-2-2012.pdf>

Van Vliet, V. 2013. Service Marketing mix – 7 P's, viitattu 5.9.2017, <https://www.toolshero.com/marketing/service-marketing-mix-7ps/>

Valtioneuvoston asetus liikunnan edistämisestä 550/2015, viitattu 24.8.2017, <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/20150550>

Valtioneuvoston periaatepäätös liikunnan edistämisen linjoista, viitattu 24.8.2017, <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/76675/opm17.pdf?sequence=1>

Vastuullinen apteekki. Suomen apteekkariliiton julkaisu, viitattu 13.6.2017, [http://www.apteekkariliitto.fi/media/3-apteekkariliitto.fi/apteekkitieto/julkaisut/vastuullinen-apteekki\\_esite\\_screen3.pdf](http://www.apteekkariliitto.fi/media/3-apteekkariliitto.fi/apteekkitieto/julkaisut/vastuullinen-apteekki_esite_screen3.pdf)

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus.

Voimaa vanhuuteen – iäkkäiden terveystuotteenohjelma, viitattu 1.9.2017, <http://www.voimaavanhuuteen.fi/voimaa-vanhuuteen-ohjelma/>

Voimaa vanhuuteen- ohjelma, viitattu 26.8.2017. <http://www.voimaavanhuuteen.fi/medialle/>

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä – merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Vuori, I. 2011. Ikääntyvät ja vanhukset. Teoksessa Fogelholm, M. & Vuori, I. & Vasankari, T. (toim.). Terveystuote. Helsinki: DUODECIM.

Yhdessä ilman ikärajaa 2017, viitattu 1.9.2017. <https://liikkuvakoulu.fi/ilmanikarajaa>

## LIITTEET

Liite 1 Liikuntapalvelukonsepti

Liite 2 Oulaisten apteekin henkilöstön markkinointitaitojen kehittämisen työpajan diat

Oulaisten Apteekin liikuntapalvelukonsepti ja sen markkinointi

## Johdanto

Tämän palvelukonseptin tarkoituksena on määritellä Oulaisten apteekin uuden palvelun sisältö. Uusi palvelu on osa Oulaisten apteekin Startti terveempään elämään –palvelupakettia. Oulaisten apteekin liikuntapalvelu on ajanvarauksella toimiva yksilöllinen palvelu, jossa huomioidaan asiakkaan liikuntatarpeet. Palvelutilanteessa kerrotaan liikunnan vaikutuksesta asiakkaan hyvinvointiin, miten liikunta toimii lääkehoidon tukena ja millaiset vaikutukset liikunnalla on esimerkiksi lääkkeiden annostuksiin. Lisäksi palvelutilanteessa kartoitetaan asiakkaan nykyisen liikunnan määrä ja tehdään kehittämissuunnitelma seuranta-aikatauluineen. Liikunnan määrän ja laadun seuraamisen tueksi asiakas saa käyttöönsä liikuntapäiväkirjan. Palvelukonsepti on yksinkertainen malli, jossa kerrotaan, millaisesta palvelusta on kyse ja määritellään markkinoinnin päälinjat.

Oulaisten apteekin ydinliiketoimintaa on lääkejakelu. Ydinliiketoiminnan tukena Oulaisten apteekilla on laaja palveluvalikoima, jota yritys on tietoisesti laajentanut normaalin liiketoiminnan ulkopuolelle. Oulaisten apteekin liikeideana on huolehtia asiakkaiden kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnista nyt ja tulevaisuudessa ja tarjota erilaisia palveluja apteekin asiakkaille. Oulaisten apteekissa työskentelee viisitoista eri koulutustaustan omaavaa työntekijää, joista kaksi on opiskellut liikunnanohjaajiksi.

Oulaisten apteekki sijaitsee keskeisellä paikalla uudessa apteekkikiinteistössä Oulaisten keskustassa. Apteekin toimitilat käsittävät apteekin myymälätilat asiakaspalvelupisteineen ja kassalinjana, joiden lisäksi on erillinen hoituhuone, robottitekniikalla varustettu apteekkivarasto, teknisen työntekijät ja apteekkarin työtilat sekä yhteiset sosiaalityötilat ja oman keittiön. Apteekin kiinteistössä ei sijaitse muita yrityksiä.

Oulaisten apteekki on avoinna joka päivä, arkisin maanantaista perjantaihin klo 8–20, lauantaisin klo 9–16 ja sunnuntaisin sekä pyhäpäivinä klo 12–16.

## **Konseptin kuvaus**

Oulaisten apteekin palvelukonseptin kautta liikuntapäiväkirja ja liikunta voidaan ottaa asiakkaan kanssa puheeksi erilaisissa asiakaspalvelutilanteissa kuten esimerkiksi lääketojen yhteydessä, liikuntahyllyn tuotteiden esittelyn yhteydessä tai hoituhuoneessa tapahtuvien hoitojen yhteydessä. Puheeksi ottamisen tukena käytetään palvelusta kertovaa esitettä sekä erilaisia terveystoiminta- ja painonhallintamateriaaleja. Liikuntapäiväkirjaan tarjotaan asiakkaalle oman liikkumisen seurannan välineeksi. Palvelukonseptin puitteissa voidaan järjestää erilaisia teemapäiviä ja asiakastilaisuuksia Oulaisten apteekin asiakasryhmille. Palvelukonseptin tarkoituksena on lisätä tietoa paikallisesta liikuntatarjonnasta, jolloin apteekki toimii eräänlaisena infopisteenä Oulaisten kaupungin ja liikuntapalveluyritysten välillä. Oulaisten apteekin henkilökunnalla on merkittävä rooli konseptin toiminnassa ja lähtökohtana, että apteekin henkilökunnan kanssa on yhteisesti päätetty konseptin vastuuhenkilöstä. Yhdys henkilön tehtävänä on perehdyttää apteekin henkilökunta liikuntapalvelukonseptin periaatteisiin, hoitaa käytännön asioita ja yhteydenpitoa paikallisiin toimiin sekä informoida apteekin henkilökuntaa liikunta-asioissa. Koko henkilökunnan tehtävänä on tarjota asiakkaille sopivia terveystoimintamateriaaleja ja ohjata liikuntapalveluiden pariin.

## **Asiakkaat**

Palvelun kohdeasiakkaana ovat ikäihmiset, joiden liikuntatottumuksia kuvaavat Kaija Kävelijän, Kalle Kuntoilijan ja Leila Leipojan asiakasprofiilit. Liikuntatottumusten arviointi voidaan tehdä mallikorttien avulla. Liikuntatottumusten arvioinnissa selvitetään asiakkaan nykyinen liikunta-aktiivisuus, omien liikkumiseen liittyvien tietojen ja taitojen arviointi, muutoshalukkuus sekä asenne liikuntaa kohtaan. Arviointitilanteessa asiakkaalle annetaan tietoa liikunnan hyödyistä ja liikkumattomuuden haitoista, mahdollisista terveysriskeistä ja yritetään yhdessä etsiä sopiva liikuntamuoto. Arvioinnin yhteydessä kartoitetaan mahdolliset liikunnan harrastamisen esteet, asetetaan henkilökohtaiset tavoitteet, kerrotaan liikuntapäiväkirjan toimintaperiaatteista ja sovitaan seurantatavat ja tapaamisten ajankohdat. Kartoitustilanteessa selvitetään ydintietojen lisäksi hiljaista tietoa, jotta asiakasta voitaisiin ohjata henkilökohtaisesti. Asiakkaalle annetaan Oulaisten apteekin yhteystiedot ja yhteys henkilön nimi, jotta asiakas voi jälkepäin täydentää tietojaan esimerkiksi puhelimitse tai seuraavassa tapaamisessa.

Ikäihmisten suosituin liikuntalaji on kävelylenkkeily, joten arviointitilanteessa kannattaa asiakkaan kanssa keskustella kävelylenkkeilyn mahdollisuudesta. Asiakkaan kanssa voidaan ottaa puheeksi myös sauvakävely ja kuntosaliharjoittelu. Arviointikeskustelussa asiakkaalle kerrotaan ikäihmisten



terveysliikuntasuosituksen mukaisesta kestävyystyypisestä liikunnasta, jota pitäisi harrastaa viikossa vähintään 2 tuntia 30 minuuttia tai rasittavasti 1 tunti 15 minuuttia. Yhden liikuntakerran kesto tulisi olla vähintään 10 minuuttia. Samalla mietitään, miten asiakas saavuttaisi suositusta vastaavan tason liikuntamäärässä.

<b>Kaija Kävelijän liikuntatottumusten arviointi</b>	<p>Nykyinen liikunta-aktiivisuus: Kävelyä päivittäin</p> <p>Liikuntatottumusten muuttamisen valmiusaste: Halukas muuttamaan</p> <p>Taidot ja tiedot: Vähäiset tiedot ja taidot</p> <p>Asenne: Ymmärtää liikunnan merkityksen, pelkona on liikuntakyvyn tai oman terveyden heikkeneminen. Kaija tarvitsee kannustusta liikunnan pariin. Valokuvaus -harrastusta voisi hyödyntää Oulaisten apteekin markkinoinnissa, sillä Kaija voisi toimia asiakastilaisuuksien valokuvaajana.</p>
<b>Anna tietoa</b>	<p>Liikunnan hyödyt: Liikuntakyky paranee ja oma terveys kohenee</p> <p>Liikkumattomuuden haitat: Kaijan pahin pelko voi toteutua</p> <p>Sopivat liikuntamuodot: Kävely,</p> <p>Mahdolliset terveysriskit: esim. II tyypin diabetes</p>
<b>Tavoitteiden asettaminen</b>	<p>Henkilökohtainen tavoite: Fyysisen toimintakyvyn parantaminen</p> <p>Liikuntasuunnitelma: Säännöllinen liikunta</p>
<b>Liikkumisen esteiden tunnistaminen</b>	<p>Sopivat liikuntapalvelut: ryhmäliikuntatunnit esim. Oulaisten kaupungin liikuntapalveluiden tarjonnasta. Tutustutaan tarjontaan esim. tanssi.</p>
<b>Seurantakäyntien aikataulu</b>	<p>Seurantatapa: Liikuntapäiväkirjan ylläpitäminen kuukauden ajan ja seurantakäynti Oulaisten apteekissa, sovitaan jatkotoimenpiteistä</p>

<b>Kalle Kuntoilijan liikuntatottumusten arviointi</b>	<p>Nykyinen liikunta-aktiivisuus: Aktiivinen liikkuja</p> <p>Liikuntatottumusten muuttamisen valmiusaste: Haluaa parantaa liikuntatottumuksia, sillä liikunta talvella pääsääntöisesti sisäliikuntaa.</p> <p>Taidot ja tiedot: Tietoa ja taitoa löytyy sillä harrastuksena useita lajeja</p> <p>Asenne: Ymmärtää liikunnan merkityksen, pelkona on liikuntakyvyn tai oman terveyden heikkeneminen. Kallea ei tarvitse kannustaa liikunnan pariin. Kallen järjestötoimintaa voisi hyödyntää Oulaisten apteekin markkinoinnissa, sillä Kalle voisi toimia liikunnan yhteyshenkilönä Oulaisten apteekin ja järjestöjen välillä.</p>
<b>Anna tietoa</b>	<p>Liikunnan hyödyt: Monipuolinen liikunta ja lihashuolto pitää yllä Kallen liikuntakykyä ja terveyttä</p> <p>Liikkumattomuuden haitat: Kalle pelko voi toteutua</p> <p>Sopivat liikuntamuodot: Nykyiset lajit ovat monipuolisia, tanssikurssi</p> <p>Mahdolliset terveystriskit: Onko fyysiset liikuntaharrastukset ohjattua → tarvitseeko Kalle Personal Trainer -palvelua</p>
<b>Tavoitteiden asettaminen</b>	<p>Henkilökohtainen tavoite: Fyysisen toimintakyvyn ylläpito</p> <p>Liikuntasuunnitelma: Säännöllinen liikunta</p>
<b>Liikkumisen esteiden tunnistaminen</b>	<p>Sopivat liikuntapalvelut: ryhmäliikuntatunnit esim. tanssi</p>
<b>Seurantakäyntien aikataulus</b>	<p>Seurantatapa: Liikuntapäiväkirjan ylläpitäminen kuukauden ajan ja seurantakäynti Oulaisten Apteekissa, sovitaan jatkotoimenpiteistä</p>

<b>Leila Leipojan liikuntatottumusten arviointi</b>	<p>Nykyinen liikunta-aktiivisuus: Liikunta-aktiivisuus on heikko</p> <p>Liikuntatottumusten muuttamisen valmiusaste: Halukas muuttamaan, sillä Leilan saisi liikkeelle mukava liikuntaryhmä</p> <p>Taidot ja tiedot: Vähäiset tiedot ja taidot</p> <p>Asenne: Ymmärtää liikunnan merkityksen, pelkona on liikuntakyvyn tai oman terveyden heikkeneminen. Leilaa tarvitsee kannustusta liikunnan pariin. Leilan yhdistystoimintaa voisi hyödyntää Oulaisten apteekin markkinoinnissa, sillä Leila voisi toimia liikunnan yhteyshenkilönä Oulaisten apteekin ja järjestöjen välillä. Leilan yhdistykset ja Oulaisten apteekki voisivat yhdessä pitää liikuntatapahtuman jossa Leila olisi ”puuhanaisena”.</p>
<b>Anna tietoa</b>	<p>Liikunnan hyödyt: Liikuntakyky paranee ja oma terveys kohenee, jolloin Leila pystyisi jatkossakin matkustelemaan.</p> <p>Liikkumattomuuden haitat: Leilan pahin pelko voi toteutua</p> <p>Sopivat liikuntamuodot: Kävely,</p> <p>Mahdolliset terveystriskit: esim. II tyypin diabetes</p>
<b>Tavoitteiden asettaminen</b>	<p>Henkilökohtainen tavoite: Fyysisen toimintakyvyn parantaminen</p> <p>Liikuntasuunnitelma: Säännöllinen liikunta</p>
<b>Liikkumisen esteiden tunnistaminen</b>	<p>Sopivat liikuntapalvelut: ryhmäliikuntatunnit esim.</p>
<b>Seurantakäyntien aikataulutus</b>	<p>Seurantatapa: Liikuntapäiväkirjan ylläpitäminen kuukauden ajan ja seurantakäynti Oulaisten apteekissa, sovitaan jatkotoimenpiteistä</p>

Asiakkaiden liikuntatottumusten kartoitusvaiheessa voidaan asiakasta kannustaa puhumaan erilaisten kysymysten avulla. Kysymysten asettelussa on huomioitava, että kysymykset ovat luonteeltaan sellaisia, joihin asiakas joutuu vastaamaan monisanaisemmin kuin ”kyllä” tai ”ei”. Liikuntapalvelusta puhuessa asiakkaan kanssa voidaan asiakkaalle esittää seuraavanlaisia kysymyksiä:

- Voisitteko kertoa minulle, millaista liikuntaa harrastatte?
- Kuinka säännöllisesti/epäsäännöllisesti harrastatte liikuntaa?
- Voisitteko kertoa mitkä asiat ovat liikunnan harrastamisen esteenä?
- Mikä liikuntalaji on teille läheisin?
- Miten usein harrastatte liikuntaa?
- Oletteko mahdollisesti jonkin urheiluseuran/kuntosalin jäsen?
- Mitkä asiat vaikuttavat liikuntamuodon valitsemiseen?
- Mitä mieltä olette liikuntasuosituksista?
- Onko teillä ollut ongelmia liikkumisessa?
- Mitä mieltä olette, jos lääkekustannuksia voitaisiin pienentää liikuntaa lisäämällä?

- Miten seuraatte omaa liikkumista tällä hetkellä?
- Tarvitsetteko liikkumisen tueksi jotain apuvälineitä?
- Oletteko harkinneet mitä vaikutuksia elämäntapojenne muuttamisella olisi terveyteenne?
- Voisitteko ajatella muuttavanne elintapojanne?

### **Asiakaspalvelu**

Oulaisten apteekin asiakaspalvelu on asiantuntevaa palvelua, joka perustuu asiakaslähtöisyyteen. Apteekin toiminta perustuu asiakaslähtöiseen ajattelutapaan, joka tulisi näkyä ja korostua Oulaisten apteekin kaikissa toiminnoissa. Asiakaslähtöisyys tuo Oulaisten apteekille liiketaloudellista hyötyä. Hyvän ja laadukkaan asiakaspalvelun lähtökohtana on apteekin henkilökunnan myönteinen suhtautuminen omaan työhön ja toisiin ihmisiin ja ennen kaikkea asiakkaisiin. Henkilöstön perustaitoihin kuuluu asiakkaan kuunteleminen sekä luonteva ja reipas asiantuntijuutta korostava asiakaspalvelu. Asiakaspalvelu- ja myyntitaitoja tulee harjoitella, jotta asiakkaalle saadaan aikaan miellyttävä palvelukokemus, joka luo myönteistä mielikuvaa Oulaisten apteekista. Oulaisten apteekin asiakaspalvelu on kokonaisuus, johon kuuluvat laadukas tuote- ja palveluvalikoima, asiakasystävällinen ja positiivinen palvelu, viihtyisät toimitilat ja asiakkaan kokonaisvaltainen huomioiminen.

### **Liikuntapalvelusta kertominen**

Uudesta palvelusta kertominen edellyttää aktiivista ja uskaliasta otetta henkilökunnalta. Liikuntapalvelu otetaan puheeksi ensisijaisesti II tyypin diabetesta sairastavien asiakkaiden kanssa mutta myös tuki- ja liikuntaelinsairauksia sairastavien ikäihmisten kanssa. On myös muistettava, että jokaisessa asiakaskohtaamisessa on mahdollista lisämyyntiin ja siksi asiakkaalle tulee esitellä liikuntahyllyn tuotteita. Oulaisten apteekin henkilökunnan hyvällä tuotetuntemuksella on mahdollisuuksia suositella erilaisia tuotteita ja saada aikaan lisämyyntiä. Liikuntapalvelu otetaan puheeksi myös hoituhuoneessa tapahtuvien hoitotoimenpiteiden yhteydessä ja asiakkaalle annetaan mukaan palvelusta kertova esite. Liikuntapalvelusta kertomisen yhteydessä hyödynnetään OEH-analyysiä, jonka pohjalta jokainen työntekijä pystyy kertomaan asiakkaalle palvelun ominaisuuksien lisäksi hyödyistä ja eduista, joita palvelun käyttäminen tarjoaa asiakkaalle. Oulaisten apteekin henkilökunnan tulee tuntea yrityksen tuotteet ja palvelut, jotta asiakkaan ja yrityksen välille syntyy luottamus asiantuntevasta palvelusta ja osaamisesta.

Liikuntapalvelun ominaisuus, liikuntapäiväkirja	Etu asiakkaalle	Hyöty asiakkaalle
Helppokäyttöinen oman liikunnan seurantaväline	Terveysten ylläpitäminen	Nähdään nykyisen liikunnan laajuus, jonka pohjalta voidaan tehdä jatkosuunnitelmia
	Liikunnan määrän seuraaminen konkreettisesti, taloudellinen säästö jos lääkkeiden määrä pienenee	Nähdään, miten liikunta toimii lääkeshoidon tukena → voidaanko lääkkeen annostusta muuttaa
	Toimii liikunnan motivaattorina	Innostaa tekemään merkintöjä
Palvelun räätälöitävyys	Palvelu voidaan räätälöidä asiakkaan tarpeiden ja toiveiden mukaisesti	Asiakkaan ei tarvitse ostaa tarpeettomia palveluja
Henkilökunnan ammattitaitoisuus	Henkilökunnalla tietämys Oulaisten kaupungin liikuntatarjonnasta	Osataan ohjata sopivien liikuntamuotojen pariin
Sosiaalinen tapahtuma	Asiakkaan ja Oulaisten Apteekin yhdistyneen yhteistyön syveneminen	Ennalta määritellyt seurantakerrat
Asiakastapahtumat	Muiden Oulaisten Apteekin liikuntapalvelua käyttävien tapaaminen	Uusien ystävien löytyminen → motivaation lisääntyminen

### Palveluprosessi

Oulaisten apteekin palvelu on kohteliasta, asiakasystävällistä ja asiantuntevaa. Apteekin henkilökuntaa on helppo lähestyä ja henkilökunta huomioi jokaisen asiakkaan ja pitää heitä yhdenvertaisina ja arvokkaina. Apteekin henkilökunta palvelee asiakkaita positiivisella asenteella ja on asiakkaan lähellä. Apteekin kaikkia asiakkaita tervehditään heidän tullessa apteekkiin. Apteekin kassalla muistetaan myös lisämyynti ja muistutetaan asiakasta Oulaisten apteekin liikuntapalvelusta. Apteekkimiljöö on suunniteltu siten, että asiointi on tehty asiakkaalle helpoksi ja vaivattomaksi. Apteekin henkilökunnan erottaa yhtenäisestä työasusta ja nimikyltistä.

### Palveluympäristö

Oulaisten apteekin palveluympäristö pidetään houkuttelevana. Henkilökunnan tehtävänä olen huolehtia, että palveluympäristössä on riittävästi avointa tilaa ja hyllyjen väleissä asiakkaat voivat liikkua myös erilaisten apuvälineiden avulla. Asiakkailta piilossa pidetään apteekin varasto- ja sosiaalitulitilat. Hoituhuone sijaitsee palvelutiskien välittömässä läheisyydessä. Apteekin värimaailma koostuu valkoisen, raikkaan vihreän ja ruskean sävyistä. Apteekki rakennus on ulkoapäin puhtaan valkea, joka toistuu apteekin sisällä. Sisätilojen väriyksessä korostuu ruskea, jota on käytetty apteekin

kalusteissa. Kalusteet ovat siirrettäviä, joten apteekin yleisilmettä voidaan tarvittaessa muuttaa helposti toisenlaiseksi. Liikuntapalvelut tuodaan selkeämmin esille rakentamalla liikuntapalvelunurkkaus, jossa asiakkaat voivat rauhassa tutustua palvelun sisältöön. Apteekin valaistus on säädettävissä ja tunnelmaa voidaan luoda tarvittaessa.

### **Uuden palvelukonseptin markkinointi**

Uuden palvelukonseptin markkinointi on aikataulutettu Oulaisten apteekin markkinoinnin vuosikelloon. Vuosikelloon on merkitty konseptin ajankohtaiset teemat, kampanjat ja markkinointitoimenpiteet. Vuosikello tuodaan koko henkilökunnan nähtäville ja ajankohtaisista asioista tiedotetaan hyvissä ajoin. Liikuntapalvelukonseptin ajankohtaisten asioiden tiedottaminen on konseptista vastaavan henkilön vastuulla. Liikuntapalvelulle on tehty oma A5 kokoa oleva esite, joka noudattaa apteekin markkinointimateriaalien värimaailmaa eli valkoista ja raikkaan vihreää. Liikuntapalvelua markkinoidaan ”Startti terveempään elämään” -nimellä. Markkinointimateriaalien jakaminen on jokaisen työntekijän vastuulla. Oulaisten apteekin liiketilan näkyvälle paikalle on rakennettu liikuntanurkkaus, jossa on esillä ajan tasalla olevia liikuntaan liittyviä esitteitä sekä markkinointimateriaaleja. Markkinointimateriaaleissa otetaan huomioon kohderyhmän tarpeet kuten riittävän isolla kirjoitettu teksti, kohderyhmän mukaisia kuvia eli ikäihmisiä liikkumassa eri liikuntalajien parissa sekä selkokieliisyys.

*Henkilökohtainen myyntityö on osa Oulaisten apteekin jokaisen työntekijän päivittäistä työtä. Liikuntapalvelu otetaan puheeksi asiakkaan kanssa jokaisessa asiakaspalvelutilanteessa ja asiakkaalta kysytään haluaisiko hän mukaansa palvelusta kertovan esitteen. Henkilökohtainen myyntityö korostuu kahden keskisissä palvelutilanteissa hoituhuoneessa esimerkiksi jalka- tai käsihoidon yhteydessä sekä ”looseissa” tapahtuvissa palvelutilanteissa kuten esimerkiksi lääkkeiden oston yhteydessä.*

*Mainonnassa käytetään sähköisten viestimien lisäksi sanomalehtimainontaa Pyhäjokiseutu nimisessä paikallislehdessä. Palvelun näkyvyyttä toimitilassa on parannettu ikkunateippauksilla, digi-näytön liikunta-aineistolla sekä Oulaisten apteekin Internet-sivuilla. Sosiaalisen median kanavista käytetään Facebookia sekä Instagramia. Ikäihmisille kohdennetussa mainonnassa on kiinnitetty huomiota tekstin luettavuuteen, kohderyhmää kuvaaviin kuviin sekä houkuttelevuuteen.*

*Myyntinedistämistä lisätään säännöllisesti järjestettävillä asiakastilaisuuksilla, teemapäivillä ja erilaisilla tapahtumilla.*

*PR:n* avulla pidetään hyviä suhteita asiakkaisiin, mediaan, paikallisiin yrityksiin ja yhteisöihin. Yhteistyötä kehitetään jatkuvasti Oulaisten apteekin positiivisen yrityskuvan säilyttämiseksi ja tunnettuuden parantamiseksi.

## OULAISTEN APTEEKIN HENKILÖSTÖN MARKKINOINTITAITOJEN KEHITTÄMISEN TYÖPAJAN DIAT

### LIIKKUJAN APTEEKIN ESITTELY

Perustaso	Lisätaso 1	Lisätaso 2
Apteekissa on esillä painonhallinta- ja terveystuotemateriaalia, kuten KKI-ohjelman Pysyvästi paino hallintaan -opas ja Matka hyvään kuntoon -opas.	Apteekissa on liikuntahylly tai liikuntaan liittyvät tuotteet ja materiaalit ovat muulla tavoin esillä.	Apteekin liikunnan yhteyshenkilö on käynyt terveystuotekoulutuksia.
Apteekissa on esillä liikunnan puheeksi ottamista tukevat tiskikorit ja kampanjatuotteita.	Apteekki järjestää teemapäiviä yhteistyössä kunnan, liikunnan aluejärjestön, kansanterveysjärjestöjen ja yhdistysten sekä yksityisten toimijoiden kanssa.	Liikkujan Apteekki on osa kunnan liikunnan ja hyvinvoinnin palveluketjua.
Apteekissa on esillä kunnan liikuntakalentereita ja paikallisten toimijoiden liikuntaryhmäesitteitä.	Apteekista ohjataan kunnan, yhdistysten ja yksityisen tahon liikuntapalveluiden pariin.	Apteekki järjestää erilaisia terveystuotetapahtumia ja kampanjoita asiakkailleen itsenäisesti tai paikallisten toimijoiden kanssa.
Apteekissa on järjestöjen liikunta-aineistoa ja potilasoppaita.	Apteekkihenkilökunta osaa kertoa terveystuotteen suosituksista.	Perustason ja lisätason 1 vaatimukset täyttyvät
Apteekin henkilökunta osaa kertoa esillä olevan materiaalin sisällöstä.	Perustason vaatimukset täyttyvät.	
Apteekissa on nimetty liikunnan yhdyshenkilö tai -henkilöt.		
Apteekista ohjataan kunnan liikuntaneuvonnan pariin.		

### Liikuntapalvelutuote, kenelle ja miksi?

- Ikäihmiset
  - Ikäihmisiä tulee kannustaa liikunnan pariin ja se vaatii monien tahojen pitkäjänteistä yhteistoimintaa.
  - Liikunnan avulla voidaan edistää onnistuvaa vanhenemista tarjoamalla ikäihmisille erilaisia virikkeitä, haasteita, tavoitteita, mielekästä ajankäyttöä, sosiaalisia kontakteja, yhteistoimintaa, yhteisöllisyyden sekä onnistumisen kokemista



### Liikuntapalvelutuote, mitä, miten ja missä?

- Ikäihmisen liikuntaohjaamista ja -neuvontaa ikäihmisen ehdoilla
  - Esimerkiksi terveystapaamisia tai elintapaneuvotteluja
- Liikuntalajeista suosituin on kävelylenkkeily. Suosiotaan ovat lisänneet sauvakävely, kuntosaliharjoittelu ja hiihto.
- Asianmukaisessa, rauhallisessa ja turvallisessa tilassa, jossa asiakasta voidaan neuvoa ja ohjata. Ikäihmisten elintapamuutosten kohdalla on muistettava motivointi, varsinkin alkuvaiheessa.
- Motivoivia tekijöitä ovat terveyden ylläpitäminen, virkistyksen tuottaminen, voimavarojen lisääntyminen, ulkona liikkuminen sekä sosiaaliset kontaktit ja psyykkiset syyt.

### Matalan kynnyksen liikuntapalveluja

- Käytännön liikunnanedistämistyöhön soveltuvia työvälineitä ovat esimerkiksi:
  - liikuntapäiväkirja
  - liikuntaneuvontakortti
  - askelmittari
  - erilaiset kuntotestit
  - osallistuminen erilaisiin tapahtumiin ja tempauksiin yhteistyötahojen kanssa esimerkiksi toimimalla paikkakunnalla niiden järjestäjänä.

### Mistä puhutaan?

<b>Asses</b>	Arvioi nykyinen liikunta-aktiivisuus, valmius muuttaa liikuntatottumuksia, taidot, asenne, tiedot
<b>Advice</b>	Anna tietoa liikunnan hyödyistä, liikkumattomuuden haitoista, annostelusta, sopivista liikuntamuodoista ja terveysriskeistä
<b>Agree</b>	Aseta asiakkaan kanssa henkilökohtainen tavoite ja laadi konkreettinen suunnitelma
<b>Assist</b>	Auta asiakasta tunnistamaan liikkumisen esteet ja keinot niiden voittamiseksi sekä etsimään sopivat liikuntapalvelut
<b>Arrange</b>	Aikatauluta seurantakäynnit ja suunnittele seurantatapa tai -tavat

### Mitä asiakas hyötyy myyjän työstä?

- Myyjän tärkein tehtävä on tuottaa toiminnallaan jotain arvoa asiakkaalle → asiakas tekee ostopäätöksen ja on halukas ostamaan uudelleen.
- Myyjä kartoittaa asiakkaan tilanteen ja tarpeen
  - Pystyy tarjoamaan sopivinta vaihtoehtoa asiakkaalle tarpeen tyydyttämiseksi
- Myyjä osaa esitellä tuotteen hyödyt asiakkaalle → asiakas kokee saavansa arvoa tuotteesta
- Myyjä antaa lisätietoa asiakkaalle ja opastusta → tuotteen käyttö on helpompaa, asiakas osaa toimia oikein ongelmatilanteissa
- Asiakas säästää aikaa, vaivaa ja rahaa
- Myyjä on yrityksen käyntikortti → on siis tärkeässä roolissa, luo positiivista mielikuvaa

### Tuotteen tai palvelun esittely

- Esittele tuote tai palvelu asiakkaalle vasta, jos tarvekysely osoittaa, että tarjoamasi ratkaisu on asiakkaan ongelmaan sopiva
- Kiinnitä huomiota tuotteen hankkimisesta koituviin etuihin eli siihen, mitä hyötyä tuotteesta on ja miten se poikkeaa kilpailevista versioista
- Tunne tuotteittesi ja palveluittesi ominaisuudet ja valitse niistä sopivimmat myyntiperustelut (argumentit) kulloiseenkin tilanteen, asiakkaan ja tuotteen mukaan
- Käytä myynnin apuvälineenä esitettä tai jotain muuta myynnin tukimateriaalia
- Käyttää vain sellaisia perusteluita, joilla on merkitystä asiakkaalle
- Laadi myyntiä varten OEH-analyysin
  - auttaa myyntiperusteluiden (argumenttien) hallinnassa
  - ominaisuuksista koituvat edut ja hyödyt.
- Kerro vain niistä tuotteen ominaisuuksista, eduista ja hyödyistä, joita asiakas arvostaa
- Anna asiakkaan kokeilla tuotetta, jos vain mahdollista *joskus tuotteen saa jopa kotiinkin kokeiltavaksi*
- Asiakas saa esittää kysymyksiä, mielipiteitä, vastaväitteitä ja kommentteja → va-raudu
- Näytä asiakkaalle, miten palvelua käytetään

- Puhu asiakkaan kieltä.
- Tuotteen esittelymateriaalin tulee tukea koko esittelyn ajan myyntiä.
- Muista: asiakas ostaa hyötyä, ei tuotetta!

### OEH-analyysi

OMINAISUUS	ETU	HYÖTY
MITÄ TUOTE/PALVELU TEKEE? MITATTAVAT JA TODENNETTAVAT OMINAISUUDET	MIKÄ MERKITYS OMINAISUUDELLA ON ASIAKKAALLE?	EDUSTA AIHEUTA SYY, MOTIIVI HANKKIA TUOTE/PALVELU?

### Mitä hyötyjä tuote tai palvelu tarjoaa asiakkaalle?

- Tyypillisimpiä ovat:
  - rahan säästö
  - ajan säästö
  - terveellisyys
  - turvallisuus
  - mukavuus
  - mielihyvä

### Myyntipuhe -harjoitus

- Tarkoituksena on saada asiakas kiinnostumaan tuotteesta/palvelusta/yrityksestä
- Yrityksen henkilöstön näkemys tuotteesta tai palvelusta on yhteinen
- Keksitään yhdessä 10 erilaista kuvausta liikuntapalvelutuotteesta
- Muokataan niistä sopiva myyntipuhe, jota voi tarvittaessa muuttaa/päivittää

### Kyselemisen taito

- Kannusta asiakasta puhumaan, parhaiten se tapahtuu esittämällä kysymyksiä.
- Älä käytä kysymyksiä, joihin voidaan vastata ainoastaan sanoilla kyllä tai ei

- Käytä kysymyksiä, jotka pakottavat asiakkaan vastaamaan niihin useammalla sanalla. Mikä? Mitä? Milloin? Kuka? Miksi? Miten? Voitteko? Voisitteko? → saat tietoa, jonka pohjalta voit miettiä miten tuote tai palvelu voisi olla asiakkaalle hyödyksi.
- Harjoittele kyselytaitoa