



Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Valmentaja.net- verkkopalvelun kehittämisprojekti

Oleg Jauhonen

Opinnäytetyö

YAMK 2016 koulutusohjelma

2018



Tekijä(t) Jauhonen Oleg	
Koulutusohjelma Liikunta-alan johtaminen ja kehittäminen, YAMK	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Valmentaja.net- verkkopalvelun kehittämisprojekti	Sivu- ja liitesivumäärä 53 + 2
<p>Valmentaja.net on verkkopalvelu, joka toimii digitaalisena alustana liikunnan- ja hyvinvoinnin palveluntarjoajien, sekä palveluita käyttävien asiakkaiden välillä. Palvelun tavoitteena on helpottaa sopivien ammattilaisten löytämistä ja palkkaamista, sekä auttaa heitä työllistymään. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää verkkopalvelua.</p> <p>Kehitystyön ensimmäisessä vaiheessa paranneltiin verkkosivuston palvelupolkua lisäämällä tarpeellista informaatiota ja sisältöä verkkosivustolle. Muutoksien tarkoituksena oli edesauttaa ja helpottaa asiakkaan päätöksen tekoa. Projektin toisessa vaiheessa lisättiin verkkopalvelun bränditietoisuutta luomalla LinkedIn profiili ja kehitettiin jo olemassa olevaa Facebook sivua vastaamaan markkinointi tarpeita. Kolmannessa vaiheessa tehtiin kaksi erilaista Facebook mainosta, joiden tavoitteena oli lisätä tunnettavuutta, verkkosivustoa käyttävien asiakkaiden määrää, sekä liikunnan- ja hyvinvoinnin palveluntarjoajien määrää verkkosivustolla. Työn viimeisessä vaiheessa toteutettiin sähköposti- ja LinkedIn markkinointikampanja, jossa otettiin yhteyttä satoihin eri liikunnan- ja hyvinvoinnin ammattilaisiin ja siten pyrittiin kannustamaan heitä luomaan oma mainosprofiili verkkopalveluun.</p> <p>Verkkopalvelun sisältöä kehitettiin tuomalla sinne olennaista palveluun liittyvää formaatiota ja asiakkaan palvelupolku selkeytyi. Facebook ja LinkedIn sivustoja kehitettiin vastaamaan tämän päivän trendejä ja nykyvaatimuksia, joka edesauttoi toimivan markkinointikampanjan tekemisessä. Markkinointikampanjan avulla saavutettiin satoja uusia kontakteja, sekä verkkovierailuja, ja siten kasvatettiin palvelusivuston bränditietoisuutta. Sähköpostikampanjan avulla saatiin uusia liikunnan- ja hyvinvoinnin ammattilaisia luomaan mainosprofiileja verkkopalveluun.</p> <p>Viikon kestävän Facebook ja sähköpostikampanjan aikana sadat käyttäjät vierailivat verkkosivustolla, joista osa myös päätyi käyttämään kyseistä palvelua. Mainos- ja sähköpostikampanjan yhteisvaikutusten tavoitteet jäivät osittain toteutumatta ainakin palveluntarjoajien määrissä. Monien liikunta- ja hyvinvoinnin ammattilaisten mainosprofiilin teon esteeksi saattoi muodostua se, että he kokivat profiilin teon tekemisen haastavaksi, heillä ei ollut riittävästi aikaa tai heidän työnantajansa on kieltänyt omien yksityisten palveluiden myynnin työn ulkopuolella. Verkkopalvelun kehittäminen tulevaisuudessa vaatii hyviä yhteistyökumppaneita tai rahoittajia, jotka mahdollistaisivat sivun teknisen puolen kehittämisen ja laaja-alaisen markkinoinnin.</p>	
Asiasanat Liikunta, hyvinvointi, verkkopalvelu, yrittäjyys, valmentaja	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Liikunta ja hyvinvointi Suomessa.....	4
3	Urheilun, liikunnan- ja hyvinvoinnin palveluntarjoajat.....	11
3.1	Fysioterapeutti	13
3.2	Urheilulääkäri	14
3.3	Urheilupsykologi.....	15
3.4	Liikunnanohjaaja	16
3.5	Soveltavan- ja lasten liikunnanohjaaja.....	17
3.6	Personal trainer.....	18
3.7	Hieroja	19
3.8	Urheiluvalmentaja	19
4	Yrittäjyys liikunta- ja hyvinvointialalla.....	21
5	Projektin lähtökohdat.....	26
6	Projektin tavoite.....	28
7	Projektin vaiheet ja menetelmät.....	30
7.1	Palvelupolun parantaminen.....	31
7.2	Facebook ja LinkedIn sivun parantaminen	31
7.3	Facebook markkinointi	33
7.4	Palveluntarjoajien lisääminen.....	33
8	Projektin tulokset.....	35
8.1	Palvelupolun muutokset	35
8.1.1	Uudistunut palvelukuvaus	37
8.1.2	Mitä hyötyä on harjoitella henkilökohtaisen valmentajan kanssa?	38
8.1.3	Hinnat	38
8.1.4	Asiakaskokemuksia.....	39
8.2	Uudistunut Facebook sivu	40
8.3	LinkedIn profiili	41
8.4	LinkedIn sivun tuloksia	42
8.5	Facebook markkinointi kampanjat	43
8.6	Facebook markkinoinnin tulokset	45
8.7	Markkinoinnin kokonaistulokset.....	47
9	Pohdinta.....	48
	Lähteet	54
	Liitteet.....	59

1 Johdanto

Suomen kansalaisten keski-ikä nousee ja elintapasairauksien määrä kasvaa kovaa vauhtia. Samanaikaisesti niiden ihmisten määrä kasvaa, jotka haluavat liikkua tavoitteellisesti. Ihmiset ovat kiinnostuneita entistä enemmän omasta terveydestä, kuntoliikunnasta ja optimaalisen suorituskyvyn parantamisesta. Tavoitteellisen liikunnan ollessa megatrendi syntyy merkittävää tarvetta liikuntapalveluille, jotka pystyvät tuottamaan oikeanlaisia palveluita kohdistetuille käyttäjäryhmille. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 15)

Liikunnan asema suomalaisessa yhteiskunnassa on muuttunut merkittävästi viimeisten vuosien aikana. Liikunta-ala on kasvanut nopeasti 2000-luvulla hyvinvointitrendien myötä. Terveyttä hoidetaan yhä useammin liikunnan avulla ja kiinnostus liikunnalliseen elämäntapaan on kiistaton yhä useammalla suomalaisella. Digitalisoituminen ja uudet palvelut ovat helpottaneet ja innostaneet monia liikkumaan. (Viitasaari 2015, 3) Ihmiset ovat alkaneet panostamaan omaan terveyteensä ja hyvinvointiinsa entistä enemmän, osin pakon sanelemana työelämän ja arjen fyysisen aktiivisuuden laskettua. Henkilökohtaisen valmentajan palkkaaminen arkipäiväistyy. Monet sanovat terveyden olevan korvaamaton asia. Valmentajan palkkaaminen on kustannuskysymys, joka on verrattavissa ulkomaanmatkaan panostettavaan rahasummaan. Toisaalta, minkä hintainen on oma terveys? Henkilökohtainen valmentaja on tärkeä apukeino oman terveyden takaisin saamisessa tai terveyden parantamisessa. (Haataja 2016)

Kansainvälinen yhteenliittymä Exercise is Medicine ® vapaasti suomennettuna liikunta on lääkettä ideologia, on rantautumassa Suomeen. Sen tavoitteena on kannustaa lääkäreitä ja muita terveyden ammattilaisia huomioimaan fyysisen aktiivisuuden merkitys potilaan terveydenhoidossa ja hoitosuunnitelmassa. Säännöllinen liikunta voi yleisesti parantaa elämänlaatua terveyden ja kunnon parantuessa. Lääkärin resepteissä tulisi korostaa fyysisen aktiivisuuden merkitystä potilaan hoitosuunnitelmassa. Ideologian tavoitteena on ohjata potilaita liikunta-alan ammattilaisten luokse ja siten parantaa heidän terveyttään fyysisen aktiivisuuden avulla. Mikäli tätä ideologiaa tullaan laajamittaisesti toteuttamaan lähitulevaisuudessa Suomessakin, tulee syntyämään iso tarve henkilökohtaiselle valmennukselle.

Erilaisia liikunta-terveys ja hyvinvointipalveluita tarjoavat yritykset, mutta kasvavassa määrin myös yksittäiset toimijat, joita alkaa olemaan Suomessa jo merkittävä määrä. Näiden erilaisten toimijoiden tavoitteena on terveyden parantaminen, kuntoutuminen, sairau-

denhoito, itsensä haastaminen, elämysten kokeminen tai vaikkapa urheilusuorituksen parantaminen. Palvelut tähtäävät kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Monet näistä palveluntarjoajista ovat siirtymässä sisällöllisesti myös elämäntapavalmennukseen.

Liikunta on suomalaisten suosituin harrastus. Yksilöllistetyt liikunta-, terveys- ja hyvinvointipalvelut, sekä digitaaliset palvelut ovat tärkeässä asemassa. Kansalaisten kiinnostus liikuntapalveluita kohtaan on selvässä nousussa. Hyvinvointi-, elämys ja liikunta-alan ympärille on muodostunut omanlaisensa elämäntapa ja kulutuskulttuuri, jota pidetään kasvavana ilmiönä. Työ- ja elinkeinoministeriön (2014, 12–14) mukaan terveyteen ja hyvinvointiin liittyvissä toimialan palveluissa liikkuu noin 500 miljoonaa euroa. Hyvinvoinnin trendi näkyy niin yksilöiden kuin yhteiskunnan tasolla. Trendi on ollut liikunta-alalle positiivinen asia, koska se on tuonut uusia liikkujia, jotka ovat työllistäneet lisää ammattilaisia. Positiiviselle kehitykselle ei näytä olevan loppua. (Viitasaari, 2015, 7)

Digitaalisuus ja uudet teknologiat ovat osa liikunta- ja hyvinvointi alan muutosta. Niiden osa-alueilla on vahvin kasvun potentiaali. Suomessa hyviä esimerkkejä digitaalisista palveluista ovat liikuntaan ja hyvinvointiin keskittyneet brändit kuten Fitfarm ja Lifted, jotka ovat onnistuneet saaman aikaiseksi toimivia nettivalmennuksia ja tekemään niillä merkittävää tulosta.

Perinteiset kuntokeskukset ovat muuttumassa liikunta- ja hyvinvointipalveluiksi. Oman valmentajan palkkaaminen kuntokeskuksissa on helppoa, mutta asiakas ei kuitenkaan pääse useimmiten valitsemaan valmentajaansa itse, tai vertailemaan helposti erilaisia valmentajia, heidän koulutustaan tai muuta osaamista. Lähes poikkeuksetta kuntokeskukset tarjoavat personal training paketteja kuukausi hintaan. Selkeää tarvetta on palvelulle, jossa kulluttaja voi rauhassa tutustua eri valmentajien hintatasoon, koulutukseen, persoonaan ja kokemukseen, sekä palvelulle, jossa sitoutumisajan valmentajaan voi päättää itse. Kuluttajat ovat myös pitkään toivoneet sellaista palvelua, jossa tarjotaan henkilökohtaista urheiluvalmennusta aikuisille. Valistuneet ja intohimoiset aikuisurheilijat vaativat valmentajilta tänä päivänä monia ominaisuuksia, mutta tärkein niistä on ehkä edelleen kannustava ja innostava persoona.

Suomi on täynnä liikunnan- ja hyvinvoinnin ammattilaisia ja arviolta tavoitteellisia harrastajia on 750 000 - 1.5 miljoonaa. Joka kolmas aikuinen harkitsee tai on harkinnut henkilökohtaisen kunto-ohjaajan palkkaamista. Mutta missä kysyntä ja tarjonta kohtaavat toisensa? Kuinka kauan kestää keskimäärin etsiä esimerkiksi sopiva hieroja tai valmentaja? Tällä opinnäytetyöllä pyritään kehittämään valmentaja.net verkkosivustoa, jonka tavoitteena on helpottaa sopivien liikunnan- ja hyvinvoinnin ammattilaisten löytämistä ja samalla

auttaa heitä työllistymään. Kehityskohteeksi on valittu verkkopalvelun sisällön ja markkinoinnin parantaminen, sekä palveluntarjoajien määrän lisääminen. Näillä toimenpiteillä toivotaan saavutettavan lisää bränditietoisuutta, uusia palveluntarjoajia, sekä verkkosivustolla vierailevia asiakkaita.

2 Liikunta ja hyvinvointi Suomessa

Vuoden 2015 eduskuntavaalinen alla kansalaisten liikkumattomuus nousi valtakunnalliseksi puheenaiheeksi. Liikkumattomuuden merkitys on sen jälkeen ollut esillä enemmän kuin koskaan aikaisemmin. Liian vähäisen liikunnan haitalliset vaikutukset ovat merkittäviä. Liikkumattomuus maksaa Suomelle 1-2 miljardia vuodessa. Pelkästään yksi tunti liikuntaa päivässä yksilötasolla pystyisi tuomaan yhteiskunnalle miljardien säästöt. (Valtonen & Ojajarvi, 2015, 5-7.)

Ihmisten työtä on helpottanut automatisoituminen ja tietotekniikka, joiden ansiosta monet fyysisesti raskaat työt ovat muuttuneet istuma- ja seisomatöiksi. Myös liikkumista ja koti töitä ovat helpottaneet kodinhoitokoneet, hissit, liukuportaat, automaattiovet, kannettavat puhelimet ja kaukosäätimet. Lasten liikuntaa ovat vähentäneet tietokoneet, internet, videot ja tietokonepelit. Kehittynyt moderni teknologia on vähentänyt ihmisten fyysistä aktiivisuutta viimeisten vuosikymmenten ajan merkittävästi. (Fogelholm 2011, 117)

Fyysisen aktiivisuuden lisääminen kansalaisten kaikissa elämänvaiheissa on noussut Suomen terveyspolitiikan tavoitteeksi. Fyysisen aktiivisuuden suosituksia on ryhdytty selvittämään eri ikäryhmille. Vain joka kymmenes aikuisista liikkuu suosituksen mukaan riittävästi. Nuorilla huono fyysinen aktiivisuus näkyy ylipainona ja aloittelevilla varusmiehillä huonona kuntona. Myös ikääntyneiden ihmisten liikunta-aktiivisuus on laskenut. Fyysisen aktiivisuuden kannustamiseen ja edistämiseen on mietittävä kohdennettuja toimia. (Wallin & Risikko, 2011, 5)

Suomalaisten arkielämä muuttuu fyysisesti yhä passiivisemmaksi. Terveysliikunnan suosituksen noudattaminen ei välttämättä edes riitä, sillä runsas päivittäinen istuminen voi heikentää kohtuullisenkin liikunnan terveyshyötyjä. Ihmisillä jotka istuvat paljon eivätkä liiku, on suuri vaara sairastua kansantauteihin, johtuen ylipainosta, huonosta kunnosta ja heikentyneestä aineenvaihdunnasta. Tutkimuksien mukaan huono kunto kertoo enemmän ennenaikaisesta kuoleman vaarasta kuin perinteiset terveyden vaaratekijät. Ehkä myös sen takia on panostettava väestön fyysisen kunnan kohentamiseen. (Hasu, Paronen, Suni & Vasankari 2011)

Suomessa on tavoitteena lisätä työurien pituutta, mutta se edellyttää fyysisen aktiivisuuden lisäämistä. Eläkeikää lähestyvistä ihmisistä suositusten mukaisesti liikkuu enää vain muutama prosentti. Myöskään viidesosa työikäisistä ei liiku riittävästi. Eläkeikäisistä vain yksi kahdestakymmenestä liikkuu suositusten mukaisesti. Fyysinen kunto on ratkaise-

vassa määrin tärkeä eläkeläisten itsenäiselle toiminnalle ja selviytymiselle. Ikäihmisten toimintakykyä pystytään parantamaan ja ylläpitämään järjestämällä heille liikunnanohjausta. Pihapiirien esteettömyydellä, lähiliikuntapaikoilla ja henkilökohtaisilla valmentajilla voidaan lisätä merkittävästi ikääntyvien fyysistä aktiivisuutta. (Hasu ym. 2011)

Liikkumattomuuden taloudelliset merkitykset ovat jo pelkästään diabeteksen osalta Suomessa 700 miljoonan luokkaa. WHO terveystajärjestö on arvioinut että liikkumattomuus on diabeteksen pääasiallinen syy 27 prosentilla sairastuneista. Diabeteksen sairaanhoidon kustannukset kasvavat noin 6 % luokkaa vuosittain Suomessa. Joka kolmas suomalaisten yli yhdeksän päivän työstä poissaoloista johtuu tuki- ja liikuntaelimestön sairauksista. Liikuntaelinsairaudet johtuvat lihavuuden yleistymisestä, ikääntymisestä, väestön fyysisen aktiivisuuden vähenemisestä ja kunnon heikentymisestä. Näiden poissaolojen suorat kustannukset ovat 200 miljoonan euron luokkaa. (Hasu ym. 2011)

Terveys- ja hyvinvointipalveluille riittää kysyntää. Tavoitteellinen liikunta alkaa olla muo-
dissa ja sitä pidetään parhaana ennaltaehkäisevänä terveydenhuoltona. Suomeen voisi tulevaisuudessa rakentaa erilaisia hyvinvointikeskuksia, joissa työskentelevät eri alojen asiantuntijat personal trainereista lääkäreihin. Innovaatioita tarvitaan perinteisten sektoreiden rajapinnoille. Yhdistelemällä osaamista esimerkiksi matkailu-, urheilu- ja pelialoilta voidaan synnyttää uusia menestystarinoita. (Saarinen 2014)

Työ- ja elinkeinoministeriön vuonna 2014 tekemän arvion mukaan liikunta-alan yrityksiä on lähemmäs 900. Tilastollisesti liikevaihto liikuntaliiketoiminta-alalla ylittää jo pelialan. Alalla on vähintään 5.5 miljardin euron markkinat. Vapaavuoren (2014) mukaan liikunta-bisneksestä löytyy liiketoimintaa sellaisilta sektoreilta, jotka eivät ehkä ensimmäisenä tule mieleen. Liikunta-alalla tuntuu olevan paljon mahdollisuuksia. Kasuvia segmenttejä ovat kaikki hyvinvointiin liittyvät tuotteet ja palvelut, kuten liikuntamatkailu ja urheilutapahtumat sekä viihde-, viestintä ja lifestyle tuotteet sekä palvelut. Työpaikat ovat lisääntyneet 20 % vuosivauhtia. Kasvun taustalla on terveystiedon leviäminen sekä länsimaissa lisääntyvät elintapasairaudet ja niiden ennaltaehkäisy. Taantumasta huolimatta ala on ollut voimakkaassa nousussa jo useita vuosia ja siinä hyödynnetään paljon teknologiaa. Tänä päivänä jokaisella on mahdollisuus harjoitella vaikka ympäri vuorokauden virtuaalituntien ja etäyhteyksien avulla. (Kantola 2017, Vapaavuori 2014)

Suomella on hyvät edellytykset lisätä väestötasolla liikunnan aktiivisuutta. Liikunnan harrastaminen on suosittua ja sitä tuetaan sekä sosiaalisesti että aineellisesti, kuten tyky-seleleillä ja useilla työpaikoilla kannustetaan liikkumaan. Väestö tarvitsee yleisten edistämistoimien lisäksi kohdennettuja toimia liikkumattomille ja liikkujille. Henkilökohtainen ohjaus,

liikunnanohjaus ja elämäntapaohjaus ovat kustannustehokkaita keinoja liikkumattomuuden hoitoon. Fyysisen aktiivisuuden lisääminen vaatii usein samanaikaisia ja yhteen sovitettuja toimia kaikilla päätöksenteon ja hallinnon aloilla. Hyötyliikunnasta pitäisi tehdä houkuttelevampaa, muuttamalla esimerkiksi autoilua suosivaa veroetua pyöräilyä tai kävelyä suosivaksi. Maankäytön suunnittelua tulee muuttaa omatoimisen liikkumisen edellytyksin. Suomessa on paljon liikuntaa tarjoavia toimijoita, kuten kunnat, seurakunnat, järjestöt, yhdistykset ja yksityiset toimijat. Palveluiden välistä yhteistyötä tulisi parantaa ja koordinoita. (Hasu ym. 2011)

Liikuntaa ja hyvinvointia käsittelevien artikkelien määrä on kasvanut 2000-luvulla. Liikunnasta puhutaan mediassa paljon. Kiinnostavat aiheet voivat siirtyä mediasta toiseen ja niitä kierrätetään paljon sosiaalisen median verkostoissa. Nykyhetken muutoksia kuvaavia määreitä ovat henkilöityminen, viihteellistyminen, visualisoituminen, markkinoituminen, emotionaalisuuden ja kiinnostavuuden vaatimukset. (Valtonen & Ojajarvi, 2015, 5-7.)

Liikunta-alalla on monipuolista toimintaa ja siten se on synnyttänyt monipuolista palvelurakennetta. Erilaisia hyvinvointi- ja kuntokeskuksia syntyy terveystieteiden ja perinteisen liikunnan välimaastoon. Joka vuosi rakennetaan tai perustetaan useampi uusi kuntokeskus. Nuoria kasvun kynnyksellä olevia yrityksiä on runsaasti. Alalla on myös potentiaalia kovaan kansainväliseen kasvuun. Suurena haasteena on toiminnan laadun turvaaminen, sekä osaamisen esille tuonti. (Hämäläinen-Bister 2017)

1980-luvulla liikunnan ja urheilun julkisuustavoitteet liittyivät aina pääsääntöisesti huippu-urheiluun, jolloin poliittinen eliitti sopi liikunnan ja urheilun linjauksista eli rahanjaosta. Sen ajan toimijoille oli tärkeää sopia henkilösuhteita urheilujärjestöihin, liikuntahallintoon ja muihin asiantuntijoihin. Liikunnan ja urheilun sisäpiirillä oli uskomus, että he toimivat koko kansan hyväksi. (Kanttonen 2017)

80-luvulla alkoi kuitenkin ryhmäliikuntatuntien trendi, joka puolestaan loi tarpeen rakentaa monipuolisia liikuntakeskuksia ja kuntosaleja. Tavalliset kuntoilijat alkoivat käyttämään ahkerasti kuntosaleja kuntonsa kohentamiseen ja sen ylläpitämiseen. Ihmisten jatkuvasti kasvava kiinnostus omasta hyvinvoinnista alkoi vakiintua. (Kanttonen 2017) Muutokseen vaikutti myös liikuntalain voimaantulo, jonka myötä siirryttiin pelkästä urheilusta vapaa-ajan harraste-, terveys- ja ennaltaehkäisevään liikuntaan. Liikunta- ja urheilukulttuuri alkoi monimuotoistua ja laajentua. Hyvinvoinnista alettiin puhumaan myös työpaikoilla.

Ennen kuntosalien megatrendiä liikuntapalvelut olivat pitkään kolmannen sektorin eli urheiluseurojen ja kunnan varassa. Murros tapahtui 2010 vuosikymmenen alussa, jolloin yksityisestä sektorista tuli aikuisliikunnan markkinajohtaja. Tänä päivänä erilaisia kunto- ja hyvinvointikeskuksia on joka tarpeeseen varsinkin suurimmissa kaupungissa. (Kantonen 2017)

Nykypäivän asetelmat ovat muuttuneet ratkaisevasti. Hallinto on alkanut korostamaan koko väestön liikkumistavoitteita. Tämän päivän käsite liikunnasta ei ole pelkästään urheilamista vaan käsitteellä tarkoitetaan kaikenlaista fyysistä aktiivisuutta. Terveellisen elämäntavan tueksi on noussut merkittävässä määrin yksityissektorin liikuntamarkkinat. Myös media on alkanut tukemaan yksilön elämänfilosofiaa ja siihen liittyviä liikuntavalintoja. Kansalaisen toivotaan ottavan entistä enemmän vastuuta omasta liikunnastaan. Iso osa väestöstä haluaakin liikkua enemmän ja tehdä yksilökohtaisempia valintoja oman liikunnan suhteen. Kansalaiset haluavat tietää ja vaikuttaa entistä enemmän. Tämän päivän päättäjiltä vaaditaan entistä enemmän tasa-arvoa, tehokkuutta, läpinäkyvyyttä ja julkisuutta. (Pyykkönen 2015, 4)

Sipilän hallitusohjelmassa ja tarkemmin terveyden ja hyvinvoinnin kärkihankkeessa liikunta on vahvasti mukana. Ohjelman tarkoituksena on luoda uusia oppimisympäristöjä, terveyttä ja hyvinvointia. Liikkuva koulu- ohjelman tarkoitus on laajentua valtakunnalliseksi ja sen tarkoituksena on lisätä tunti liikuntaa jokaisen oppilaan päivään ja tukea liikunnallista oppimista. Tavoitteena on tukea harrastamisen monipuolisuutta, mahdollisuuksien tasa-arvoa sekä laskea kustannuksia. Kärkihankkeen tarkoituksena on loiventaa hyvinvointi- ja terveyseroja lisäämällä terveitä elämäntapoja kuten liikuntaa. Arkiympäristöjä pyritään muuttamaan terveyttä ja hyvinvointia tukeviksi ja mahdollistaviksi. (Niemi-Nikkola & Heikkinen 2017)

Liikuntatottumuksia edistämällä voidaan saavuttaa kansanterveydelle ja kansantaloudelle myönteisiä vaikutuksia, kun vähäisen liikunnan aiheuttamat terveydelliset haitat laskevat, työn tuottavuus paranee, sekä sairaspöissaolot vähenevät ja terveydenhuolto- ja sosiaalikulut laskevat. (Ammattinetti 2018)

Tulevaisuuden keskeisempiä haasteita tulee olemaan työikäisen väestön työkyvyn säilyttäminen. Yhä useampi työnantaja tulee kiinnittämään huomionsa työntekijöidensä liikunnallisuuteen ja hyvinvointiin, koska heidän terveenä pysyminen on tärkeää. Liikunta-alan suurimpia haasteita tulee olemaan ikääntyvän väestön toimintakyvyn säilyttäminen. Toisaalta yhä useampi ikäihminen liikkuu entistä enemmän, koska haluaa pysyä parem-

massa kunnossa ja asua mahdollisimman pitkään kotana. Teini ikäisten osalta ylipaino tulee näyttämään yhä suurempaa roolia, sillä he liikkuvat entistä vähemmän. Yhtenä isona haasteena on teini ikäisten harrastusten jatkaminen murrosiän yli. Urheiluseurojen tulee huomioida sellaisetkin ihmiset jotka eivät tähtää urheilumaailman huipulle. On tärkeää huomioida nuorten motiiveja niin, että liikuntaharrastus jatkuu. (Ammattinetti 2018)

Aikuisväestöstä vain noin 15 % harrastaa liikuntaa urheiluseuroissa. Suurin osa aikuisista harrastaa liikuntaa yksityisissä liikuntapalvelua tarjoavissa yrityksissä. Ikääntyneistä vain muutama prosentti liikkuu urheiluseuroissa. Yleisin tapa harrastaa liikuntaa on omatoiminen liikunta, jota harrastetaan joko omatoimisesti tai pienessä kaveriporukassa. (Ammattinetti 2018)

Tulevaisuuden liikuntapaikoista voi joutua maksamaan yhä enemmän. Kunnat eivät pitkällä aikavälillä pysty ylläpitämään taloudellisen tilanteensa takia kaikkien kalliimpia liikuntapaikkoja. Tämä antaa hyvän mahdollisuuden yksityisille yrittäjille, joiden liikuntatarjonnalle on jatkuvasti enemmän kysyntää. Pienissä kunnissa yrittäjät joutuvat mahdollisesti kilpailemaan urheiluseurojen kanssa. Kuntien tulee tulevaisuudessa tehdä entistä enemmän työtä yrittäjien ja urheiluseurojen kanssa, jottei syntyisi liian paljon päällekkäisiä palveluita. Myös kunnan ja liikuntapalveluiden eroa liikuntapalveluiden järjestämisessä ja tuottamisessa voisi selkeyttää. Erityisesti pienet kunnat tulevat tulevaisuudessa hankkimaan liikuntapalveluita ostopalveluina yksityisiltä yrittäjiltä. (Ammattinetti 2018)

Kansainvälisyys tulee tuomaan alalle uusia kieli- ja kulttuurivaatimuksia. Alalla tulee korostumaan kasvatuksen ja ohjaamisen valmiudet, sekä joustavuus, vuorovaikutus, asiakaslähtöisyys ja yrittäjyys taidot. Liikuntapalveluita hankkivat asiakkaat tulevat kaipaamaan tulevaisuudessa opastusta entistä enemmän perusasioissa liikunnan parissa. (Ammattinetti 2018)

Liikuntaa voidaan pitää terveystottumuksena, jolla on johdonmukaisia yhteyksiä hyvinvointikokemuksiin. Liikunta tuottaa mielihyvää, virkistää, voimistaa, rentouttaa ja vähentää epämieluisia kehontuntemuksia. Myönteiset elämykset lisääntyvät liikuntaan tottumisen myötä. Liikunnan tuottamissa elämyksissä on suuria yksilöllisiä eroja. Moni keskeyttää tai lopettaa liikunnan. Toisilla taas liikkumismotivaatio kasvaa ja liikunta lisääntyy. Säännöllinen fyysinen aktiivisuus, erityisesti liikunta, vähentää masentuneisuutta ja psyykkisen kuormituksen tuntemuksia etenkin keski-ikäisellä ja sitä vanhemmalla väestöllä. Liikuntaan tottuneilla ihmisillä hyvinvointi ei parane liikunnan lisäämisen myötä yhtä selvästi kuin vähän liikkuvilla. (Nupponen 2011)

Hyvinvointi ei tarkoita onnellisuutta, eikä elämän kokemista mielekkääksi tai elämisen arvoiseksi. Kysymys on pikemminkin psykofyysisestä tilasta, jossa oma keho koetaan elävänä ja toimintakykyisenä. Myös mieliala koetaan myönteiseksi, eivätkä huolet tai muut häiritsevät ajatukset häiritse. Tiedon hyvinvoinnista tai sen puutteesta voi saada vain kokevalta ihmiseltä itseltään. Hyvinvoinnin katsotaan lisääntyvän, kun myönteiset tunteet ja havainnot lisääntyvät tai monipuolistuvat. Liikunta lievittää hyvinvoinnin puutteita. Eniten on tutkittu yhden liikuntakerran aikaansaamia hyvinvointielämyksiä. Osa liikunnan hyvinvoinnin elämyksessä koetaan omassa kehossa ja osa lyhytkestoisten tunteiden muodossa. Positiivisia tunteita koetaan hyvän mielen, ilon, energisyyden, ja rentoutumisen muodossa. Kokeelliset tutkimukset ovat osoittaneet yhden liikuntakerran vähentävän negatiivisia tuntemuksia kuten ärtymystä, vihaisuutta, alakuloisuutta ja haluttomuutta. Yksi liikuntakerta voi lisätä myös elinvoimaisuutta ja tuottaa elvyttävän kokemuksen. Kaikki positiiviset vaikutukset eivät tule välttämättä kerralla. Esimerkiksi energisyys voi tulla vasta useamman liikuntakerran myötä. Kokonaisuutena kuitenkin koetulokset osoittavat, että jo yksi liikuntakerta lisää liikkujan kokemaa hyvää oloa. Yksilöllisiä eroja on kuitenkin paljon, johtuen esimerkiksi liikkujan omista odotuksista, sukupuolesta, kunnosta, kuormittavuudesta, ympäristöstä jne. Pääosin liikuntakokemukset ovat kuitenkin myönteisiä. (Nupponen 2011)

Ihminen on nykyään paljon paikoillaan ja harvoin huomaa oman kehonsa huonot tuntemukset kuten ryhdin huononemisen tai kehon jäykistymisen. Ihmisten aistit erottavat nämä tuntemukset ja kehon antamat viestit eroavat yksilöllisesti paljon. Kivun ilmaantuminen on sellainen hälytysmerkki, joka ohjaa voimakkaasti ihmisen haluja. Useimmiten silloin viimeistään ihminen motivoituu tekemään muutoksia kohti hyvinvointia. Vain osa kuitenkin omaksuu liikunnallisen elämäntavan, jonka avulla pystyy muuttamaan omaa hyvinvointiaan. Usea aloittelija tietää liikunnan terveyshyödyt ja pitää niitä tavoittelemisen arvoisena. Liian moni kuitenkin päättää harjoittelunsa ennen kuin varsinaisia hyötyjä on saavutettu tai liikuntatottumus on ehtinyt muodostumaan. Tämä johtuu usein siitä, että liikuntaan tottumaton ihminen kokee negatiivisia tuntemuksia aloittaessaan liikunnan. Ihminen ei useinkaan jatka liikuntaa, ellei saa näitä kielteisiä tuntemuksia saada neutraaleiksi ja myönteisiä tunteita hallitseviksi. Usein liikkumattoman ihmisen ensimmäinen kerta voi tuottaa pettymyksen, kun liikunta osoittautuukin liian raskaaksi tai ei tuota toivottua virkistävää vaikutusta. Jos mielihyvää ja rentoutta ei saavuta ensimmäisille kerroilla voi siitä seurata pettymys ja ristiriitaiset tunteet. Ohjaaja auttaa aloittelijaa tulkitsemaan ristiriitaisia tunteita monipuolisesti. Kun tunteet tulkitaan oikein alkavat myös odotukset muokkautua realistisemmaksi. Ohjaajan avulla elämykset rikastuttavat ja liikunnan jatkaminen käy todennäköisemmäksi. (Nupponen 2011)

Terveysliikuntasuositusten noudattaminen näyttää tukevan parhaiten huonokuntoisten ihmisten psyykkistä hyvinvointia. Osalle ihmisistä liikunta on mielialaa tukeva toiminto. Vapaa-ajan liikunnan on tutkittu olevan yhteydessä myönteisempään mielialaan, yleisen hyvinvoinnin tunteeseen, vähäisempään alakuloisuuteen ja masentuneisuuden merkkeihin. (Nupponen 2011)

Suomessa opetus- ja kulttuuriministeriö ohjaa ja kehittää liikuntapolitiikkaa, jolla edistetään väestön hyvinvointia. Ministeriö on vastuussa myös liikuntapaikkojen rakentamisesta ja kuntien sekä liikuntajärjestöjen toiminnasta. Se päättää myös valtakunnallisista yhteisistä linjauksista jotka edistävät terveyttä ja hyvinvointia liikunnan avulla. Tuoreimpia valtakunnallisia linjauksia ovat liikunnan lisääminen elämäkulussa, arjen istumisen vähentäminen, liikunnan nostaminen keskeiseksi terveyden ja hyvinvoinnin osaksi ja liikunnan aseman vahvistaminen suomalaisessa yhteiskunnassa. (Miettinen 2016)

3 Urheilun, liikunnan- ja hyvinvoinnin palveluntarjoajat

Liikunta- ja hyvinvointialalla työskentelevien tarkkaa lukumäärää on vaikea selvittää, koska alan työpaikat sijaitsevat eri sektoreilla. Alalla on tapana työskennellä paljon sivutoimisesti tai osa-aikaisesti, esimerkiksi tuntityöntekijöinä. Useimmat valmentajat tekevät toista työtä valmennustyönsä ohella. Urheiluvalmennuksen parissa työskentelevien määrä on arviolta 1600 henkeä. Heistä useimmat työskentelevät osa-aikaisina tai sivutoimisin. Palveluita tarjoavat kunto- ja terveystoimintakeskukset, hyvinvointi- ja kuntoutuskeskukset, urheiluopistot, sekä yksittäiset toimijat ympäri suomea. Tulevaisuudessa palveluita tuotetaan myös yhä useammassa yrityksessä ja esimerkiksi yksityissairaaloissa, jotka ovat muuttumassa kokonaisvaltaisiksi hyvinvointikeskuksiksi. Yhä useampi suuryritys palkkaa liikunta-alan ammattilaisen ymmärrettyään siitä syntyvät hyödyt, kuten esimerkiksi sairastomien väheneminen ja elinvoiman lisääminen. (Ammattinetti 2018. Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 15)

Kuntien palvelut työllistävät liikuntatoimissa noin 5000 henkeä. Heistä osa on liikuntapaikanhoitajia, liikunnanohjaajia, asiakaspalvelijoita tai liikunnanopettajia. Yksityiset yritykset työllistävät puolestaan 8000 henkeä. Yksityisten yritysten työpaikat ovat olleet kovassa kasvussa viime vuosina. Liikunnan ammattilaiset perustavat yhä enemmän pienyrityksiä. Alalla on paljon toiminimellä työskenteleviä personal trainereita ja ryhmäliikuntatuntien ohjaajia. He keskittyvät liikuntapalvelujen tarjontaan ja konsultointiin. Osa ammattilaisista työskentelee urheiluseuroissa. Urheiluseuroissa osa työskentelee täysin vapaaehtoisesti. (Ammattinetti 2018)

Hyvinvoinnin, urheilun, liikunnan, sekä muiden terveyden edistämisen palveluiden kirjo on hyvin laaja. Erilaisia koulutuksia on tarjolla hyvin monipuolisesti. Tämä juontuu siitä, että koulutuksia suunnitellaan, markkinoidaan ja luodaan hyvinvoinnista kiinnostuneille ohjaajaopiskelijoille hyvinkin vapaasti. Kouluttaminen on muuttunut myös merkittäväksi liiketoiminnaksi. Kuluttajien valppaus, sopiva kriittisyys ja tieto ovat tärkeitä seikkoja palveluntarjoajia valittaessa. (Keinonen 2017)

Oikeanlaisen koulutuksen saanut liikunnan- ja hyvinvointialan ammattilainen on paras mahdollinen vaihtoehto tarjoamaan palveluitaan. Alalla työskentelevien ihmisten määrä lisääntyy koko ajan. Näissä tehtävissä työskentelevien liikunta-alan koulutus voi olla hyvinkin lyhyt. Monet tehtävät vaativat kuitenkin syvää ymmärrystä esimerkiksi liikunnan vaikutuksista elimistöön. Liikunta-ala kaipaa alalle vaadittavia osaamisen standardeja. Osa-

misen ja koulutuksen standardit nostaisivat alan profiilia. (Viitasaari 2015, 4) Tämän hetken kouluttavat tahot tarjoavat koulutuksia, joiden koulutuksen taso on monen kirjava. Joidenkin tahojen sertifikaatti tai tutkinto voi olla erittäin suppea tai se on ostettavissa pelkällä rahalla. (Haataja 2018)

Tämän päivän liikuntasektori on tuhansien toimijoiden näyttämö. Nykyään voi opiskella esimerkiksi fysioterapeutti-personal traineriksi, hieroja-personal traineriksi, joogaopettajaksi, ravintovalmentajaksi jne. hyvin lyhyelläkin koulutuksella. (Kantonen 2017) Ammattinimikkeet ravintovalmentaja, kuntosaliohjaaja ja personal trainer eivät ole suojattuja. Se tarkoittaa sitä, että kuka tahansa voi alkaa ammatin harjoittajaksi. (Ristmeri 2017)

Uusia työpaikkoja syntyy tällä hetkellä etenkin kuntosalibisnekseen, jossa harrastajien määrä kasvaa nopeasti. Suosio Suomessa on lisääntynyt räjähdysmäisesti tällä vuosituonnilla ja kuntosalin harrastajia arvioidaan olevan jo 600 000. Monet liikemiehet ovat alkaneet liikunta-alan yrittäjiksi. Kuntokeskusalan kokonaisliikevaihto on jatkanut kasvuaan 5-7 % vuosivauhtia jo useamman vuoden ajan. Viimeisen kuuden vuoden aikana Suomeen on perustettu yli 300 uutta kuntokeskusta. Sen myötä on syntynyt selkeää tarvetta liikunnan ohjaajille, personal trainereille, kuntosalivalmentajille, hierojille jne. Koko liikunta-ala on ammattimaistunut nopeasti. Erityisesti ammattivalmentajien määrä on noussut hurjasti. (Turunen 2015)

Yhä useammalla ihmisellä on varaa ja halua palkata henkilökohtainen valmentaja. Väestön ikääntymisen myötä syntyy lisää uusia työtilaisuuksia, koska yhä useammalla on aikaa liikkuu. Ihmiset tulevat käyttämään liikunnan palveluita talouden suhdanteista riippumatta. (Ammattinetti 2018)

Vuosikymmeniä sitten personal training ja muu henkilökohtainen valmennus oli melko tuntematon toimiala. Sitä pidettiin ennen eliitin etuoikeutena. Tänä päivänä se on jalostunut kuitenkin koko kansan terveys- ja elintapavalmennukseksi. Joka toisella suomalaisella työikäisellä kansalaisella on jokin elintapasairaus tai ainakin riski sairastua sellaiseen. Tämä nostaa hyvinvointipalveluiden kysyntää. Kososen mukaan (2017) Kotitalouden yhteensä tuloilla ei näyttäisi olevan suurta merkitystä hyvinvointipalveluiden, kuten pt-palveluiden, hankkimisen kannalta. Palveluita on ryhtynyt hankkimaan hyvätuloisten lisäksi pienituloisimmat kuten opiskelijat ja eläkeläiset. Myös vanhemmat hankkivat lapsilleen kunto-, ravinto- ja fysiikkavalmentajia kilpaurheilun tueksi. Hyvätuloisten satsaukset voivat kuitenkin olla suurempia ja pidempiaikaisia pienempituloisiin verrattuna. (Aalto 2017)

Suomen koulutusjärjestelmä ryhmittelee liikunta- ja hyvinvointialan tutkinnot eri koulutusasteisiin. Koulutussektorin lainsäädännössä määräytyvät kunkin koulutusasteen tavoitteet. Tärkeä osa laadunvarmistusta ovat opettajien kelpoisuutta koskevat säädökset. Korkeimman asteen, eli kolmannen asteen, tutkintoihin opiskeluun pääseminen on vaativaa ja vastaavasti ammattitutkintotasoon eli toiselle tasolle opiskelemaan pääseminen on helppoa. Korkea asteen tutkintoon pääseminen edellyttää aina toisen asteen koulutusta. Alimman tason tutkintoihin kuuluu kaikenlainen muu koulutus joka käydään peruskoulun jälkeen. Näitä tutkintoja voi suorittaa kansanopistoissa ja muissa koulutuskeskuksissa. Tämän tapaisissa koulutuksissa opettajilta ei vaadita lainmukaista opettajatutkintoa ja siten opetuksen tasokin voi vaihdella suuresti. (Opetushallitus 2018)

Mahdollisuudet liikunta- ja hyvinvointialalle kouluttautumiseen ovat erittäin moninaiset. Eniten tutkintoja suoritetaan toisen asteen koulutuksissa, joihin esimerkiksi liikunnanohjauksen perustutkinto kuuluu. Toisen asteen koulutus voi olla myös oppisopimuskoulutus tai erikoisammattitutkinto, joita suoritetaan liikunta-alalla jonkun verran. Kolmannen asteen suosituimpia tutkintoja ovat liikunnanohjaaja AMK-tutkinto, sekä fysioterapian AMK-tutkinto. Yliopistotasolla ja ylemmällä AMK tasolla voi opiskella liikuntatieteiden maisteriksi erikoistuen valmennukseen, pedagogiikkaan ja liikunnan yhteiskuntatieteisiin. Kansanopistot, yritykset ja koulutuskeskukset järjestävät ammatillista koulutusta eri opintolinjoilla, joista voi valmistua esimerkiksi hierojan, erä-oppaan tai nuoriso-ohjaajan ammatteihin. Tällaiset lyhytkurssit antavat hyvän pohjan esimerkiksi alan jatko-opinnoille. (Studentum 2018)

Tässä opinnäytetyössä esiintyvät liikunta- ja hyvinvointialan ammatit on jaettu kolmannen asteen ja toisen asteen tutkintoihin, sekä kapea-alaisempiin opintokokonaisuuksiin, kuten kursseihin ja muihin erikoiskoulutuksiin. Liikunta- ja hyvinvointialoista korkeimman koulutuksen ovat saaneet urheilulääkäri, urheilupsykologi, liikuntatieteiden maisteri, fysioterapeutti sekä liikunnanohjaajan AMK tutkinto. Toisen asteen tutkintoja ovat liikuntaneuvoja/ohjaaja ja erityisliikunnanohjaaja. Alimmalla tasolla on urheiluvalmentaja, hieroja, lasten liikunnanohjaaja sekä personal trainer.

3.1 Fysioterapeutti

Fysioterapeutti on suojattu ammattinimike ja sen toimintaa valvoo Valvira, joka on vastuussa terveydenhuollon ammattihenkilöistä. (Ristmeri 2017) Fysioterapeutti on liikkumisen- ja toimintakyvyn sekä kuntoutuksen asiantuntia. Hän voi työskennellä esimerkiksi sairaalassa, tutkimus- ja hoitolaitoksissa, kuntoutuslaitoksissa, kylpylöissä, työterveyshuollossa, erilaisissa terveys-, liikunta-, vammaisjärjestöissä, ammattiuurheilijoiden kanssa,

kouluissa, päiväkodeissa, palvelutaloissa, yksityisissä yrityksissä ja erilaisissa asiantuntia-tehtävissä. Työssään hän käyttää erilaisia menetelmiä kuten terapeutista harjoittelua, neuvontaa, manuaalista ja fyysistä terapiaa, sekä antaa apuväline palvelua. Ammatti vaatii terapiaosaamista sekä hyviä vuorovaikutus- ja ongelmaratkaisutaitoja. (Ammattinetti 2017)

Fysioterapeutti vastaa oman työnsä suunnittelusta, toteutuksesta, kehittämisestä ja arvioinnista. Työssään hän pyrkii ottamaan huomioon lainsäädännölliset ja eettiset näkökulmat. Useimmiten fysioterapeutti toimii yhteistyössä kuntoutujan ja muiden hoitoon osallistuvien asiantuntijoiden kanssa. Fysioterapian tavoite on saavuttaa asiakkaan kanssa hänelle optimaalinen toiminta- ja liikkumiskyky, ottaen huomioon hänen voimavaransa. (Ammattinetti 2017)

Fysioterapeutteja Suomessa on tällä hetkellä noin 13 200 ja heitä on koulutettu lähimenneisyydessä suuria määriä, joka on johtanut ylitarjontaan julkisella ja yksityisellä sektorilla. Ylitarjonta on heikentänyt myös palkkavaatimusten tehoa. Koulutusta vastaavaa työtä ei ole kaikilla. Todellisuudessa töitä vanhustenhuollossa olisi yllin kyllin, mutta maksaja puuttuu. (Mansikkamäki 2009)

3.2 Urheilulääkäri

Urheilulääkäri työskentelee urheilijoiden ja liikunnan harrastajien parissa. He ovat usein yleislääkäreitä tai erikoisalojen asiantuntijoita, jotka ovat erikoistuneet urheiluvammoihin ja niiden hoitoon. Heitä yhdistää taito ymmärtää urheilijoita ja liikkujia, sekä ymmärtää liikkumiseen liittyviä erikoisongelmia. Hyvä urheilulääkäri ymmärtää eri lajien vammoja. Hänellä on kyky suositella loukkaantumisen tai rasitusvamman saaneelle potilaalle toimenpiteitä, joiden tarkoituksena on urheilijan tai liikkujan nopea paluu lajiin. (Terveystalo 2018)

Urheilulääkäri perehtyy vastaanotollaan liikkujan ongelmiin siten, että se huolehtii jatkotutkimuksista ja toteuttaa tarvittavat toimenpiteet, sekä sopii kuntoutuksesta. Hyvän urheilulääkärin vastaanottoketju tarjoaa kaiken, mitä urheiluterveyteen tarvitaan. (Terveystalo 2018) Moni huippu urheilulääkäri on käynyt liikuntalääketieteen erikoistumisopinnot ja siten ymmärtää kunto- ja huippu urheilijoiden ongelmia. Useimmiten erikoistumisopinnot tehnyt lääkäri toimii lajiliittojen parissa maajoukkueetasolla. (Helsingin urheilulääkäriasema 2018)

3.3 Urheilupsykologi

Urheilupsykologia on nuori tieteenala, joka hyödyntää psykologiaa, kasvatustiedettä, liikuntatiedettä, yhteiskuntatiedettä, sekä urheilijoilta saatua kokemustietoa. Sen kiinnostuksen kohteena on ihmisten motiivien, persoonallisuuden, toiminnan ja valintojen ymmärtäminen urheilu- ja liikuntatilanteissa. Urheilupsykologian asiakkaita voivat olla esimerkiksi yksilö- ja joukkueurheilijat, valmentajat ja lajiliitot. Usein tavoitteena on urheilijan onnistunut valmentautuminen ja valmistautuminen kilpailuihin, sekä kilpailuissa menestyminen. (Jaakkola 2017)

Urheilupsykologian alalla on olemassa kaksi sertifikaattia, jotka ovat urheilupsykologian sertifikaatti ja urheilun psyykkisen valmennuksen ja liikunta aktiivisuuden edistämisen sertifikaatti. Suomessa urheilupsykologina voi toimia siis ainoastaan laillistettu psykologi, jolla on riittävät taidot ja tiedot toimia liikkujien ja urheilijoiden parissa. (Psykologiliitto 2017).

Urheilijat ja liikkujat voivat käyttää psykologin palveluita moniin eri tarpeisiin. Urheilupsykologin vastaanotolla keskitytään kilpailusuorituksen kannalta olennaisiin asioihin, kuten paineensietokykyyn, psyykkisiin tekijöihin, sekä itseluottamuksen ja keskittymisen vahvistamiseen. Samanaikaisesti urheilijaa pyritään tukemaan kaikilla elämän osa-alueilla. Tukea annetaan esimerkiksi harjoitus-, lepo- ja ravintoaikataulujen muodossa, sekä ihmisuhteissa, opiskelussa, töissä jne. (Psykoterapiakeskus 2017)

Urheilupsykologi voi työskennellä hyvin laaja-alaisesti liikunnan ja urheilun parissa ja kohdata hyvin erilaisia asiakkaita. Tehtäviin voi kuulua esimerkiksi jääkiekkoilijan valmistautuminen peleihin, pelin kannalta olennaisiin asioihin keskittymisen opetus, joukkuehengen kohottaminen tai yhteispelin tehostaminen. Lajiliitoissa psykologit ovat mukana suunnittelemassa valmentajakoulutuksia, sekä toimivat valmentajien työnohjaajina. Tapahtumissa urheilupsykologit voivat olla kommentoimassa tapahtumia julkisuudessa. Psykologit työskentelevät myös liikunnan harrastajien ja lasten urheilun parissa. Urheilupsykologiaa voidaan hyödyntää myös työpaikkaliikunnassa, liikuntaryhmissä ja kuntoutujien parissa, jolloin tavoitteena on edistää liikunnan aikana ja sen jälkeen syntynyttä psyykkistä hyvinvointia. (Jaakkola 2017)

Suomen urheilupsykologien liittoon kuuluu reilu sata jäsentä, joilla on alan sertifikaatti. Heistä useimmat työskentelevät päätoimisesti muissa psykologin tehtävissä, kuten tutkijoina yliopistoissa, konsultteina työelämän parissa tai kliinisinä psykologeina. Alalla toimii myös erilaisen koulutusohjan saaneita psyykkisiä valmentajia, joilla ei ole virallista alan

sertifikaattia. Heidän tarkoituksensa on usein lisätä liikkujan hyvinvointia, ymmärtää ihmistä ja auttaa heitä tyytyväisyyteen, sekä tukea harjoittelua. Liikuntapsykologiassa pyritään esimerkiksi vastaamaan kysymykseen miksi ihminen ei liiku. Ei-sertifioituille psykologisille valmentajille Suomen urheilupsykologinen yhdistys on laatinut ammattieettiset suositukset apuvälineeksi ja ohjeeksi heidän toimiessaan asiantuntijan roolissa, joko ammatikseen tai harrastuksenomaisesti. (Suomen urheilupsykologinen yhdistys 2017)

3.4 Liikunnanohjaaja

Liikunnanohjaaja on liikunta-alan asiantuntija, joka voi työskennellä eri tehtävänimikkeillä. Tyypillisiä tehtävänimikkeitä ovat liikuntaneuvoja, toiminnanjohtaja, valmennuspäällikkö, pääsihteeri, järjestöpäällikkö, järjestösihteeri, toiminnanohjaaja, lajipäällikkö, lajihohtaja, kouluttaja, liikuntasuunnittelija, suunnittelija, urheilusihteeri, liikuntasihteeri, toimitsija (urheilu), aluetoimitsija, urheilualmentaja, urheiluohjaaja, kuntovalmentaja, erityisliikunnanohjaaja, liikunnanohjaaja, vapaa-ajanohjaaja, kunto-ohjaaja, aerobic-ohjaaja, uimaopettaja ja ratsastuksenopettaja. (Nuoli 2018)

Liikunnanohjaajan tehtävänä on ohjata ja suunnitella liikuntaa kuntien, järjestöjen, urheiluseurojen ja liikuntapalvelua tarjoavien yritysten palveluksessa. Ohjaaja voi työskennellä monipuolisesti ohjaus-, koulutus ja valmennustehtävissä. Työ voi sisältää suunnittelua, markkinointia, organisointia ja johtamista. Työssä tarvitaan hyviä vuorovaikutustaitoja ja innostavaa asennetta, sekä lajien tuntemusta. Liikunnanohjauksen tavoitteena on edistää eri-ikäisten ihmisten liikuntatottumuksia ja hyvinvointia. (Haaga-Helia 2018)

Liikunnanohjauksen ammattilaiset työskentelevät myös erityisryhmien, koululiikunnan ja työpaikkaliikunnan parissa. Ohjatut lajit vaihtelevat kuntosaliharjoittelusta, aerobicista, laskeuteluun ja vesiliikuntaan. Osa työskentelee myös henkilökohtaisena kuntovalmentajana. Ohjaajien keskipalkka on noin 2303 euroa kuukaudessa (Oikotie 2018). Ohjaaja osaa käyttää työssään eri liikuntavälineitä ja käyttää suunnittelun apuna tietotekniikkaa. Ohjaus tapahtuu useimmiten lajille sopivassa toimintaympäristössä. (Ammattinetti 2018)

Liikunnanohjaajan ammattinimike ei ole suojattu, ja siten kuka tahansa voi periaatteessa toimia ohjaajana. Kuitenkin kunnat ja yksityiset yritykset pyrkivät palkkaamaan työntekijöiksi koulutettuja ihmisiä. Tosin liikunnanohjaajan töitä voi hyvinkin tehdä fysioterapeutti, personal trainer, tai jokin muu liikunta-alan koulutuksen saanut henkilö. (Varmavuori 2013)

3.5 Soveltavan- ja lasten liikunnanohjaaja

Soveltavan liikunnan liikunnanohjaajat toimivat sellaisten ihmisten parissa, jotka ovat vammaan, sairauden, muun toimintakyvyn heikentymisen tai sosiaalisen tilanteena vuoksi vaikeuksissa osallistua tarjolla olevaan liikuntaan. Soveltavan liikunnan kohderyhmänä ovat vammaiset tai vammautuneet henkilöt, sekä pitkäaikaissairaat ja yli 65 vuotiaat henkilöt, joiden toimintakyky on heikentynyt iän tai vaikkapa huonon kunnon takia. (Liikuntatieteellinen seura 2018). Tällaisissa tapauksissa kuntoilu ja urheilu vaativat soveltamista ja erityisosaamista, jossa apuna toimii erityisliikunnan ohjaaja. Erityisliikunnanohjaaja on ammatiltaan useammassa tapauksissa joko liikuntaneuvoja tai liikunnan- ja vapaa-ajan ohjaaja, joka on erikoistumisopinnoissaan keskittynyt soveltavaan liikuntaan. (LiikU 2018)

Soveltavassa liikunnassa puhutaan pääsääntöisesti erityisliikuntakasvatuksesta, kunto- ja virkistysliikunnasta tai kilpa- ja huippu-urheilusta. Soveltavan liikunnan pariin kuuluu yli miljoona suomalaista. Kyseessä on siis yhtä suuri liikuntapalveluiden ryhmä kuin nuoret ja lapset. Suomen väestön ikääntymisen myötä tulee soveltavan liikunnan osuus vielä kasvamaan. Nykyisin soveltavan liikunnan parissa liikkuu noin 250 000 henkilöä. Pääsääntöisesti soveltavaa liikuntaa järjestävät kuntien liikuntatoimet, sosiaali- ja terveyshuollon laitokset, järjestöt sekä koulut. (Liikuntatieteellinen seura 2018)

Soveltavalla liikunnalla on vahva asema julkisessa liikuntatoiminnassa. Tämä johtuu suomen liikuntalaista, jonka mukaan liikunta on jokaisen perusoikeus ja peruspalvelu. Lain tavoitteena on edistää väestön mahdollisuuksia harrastaa liikuntaa, edistää hyvinvointia, terveyttä ja fyysistä toimintakykyä. Soveltavan liikunnan yhtenä isona tavoitteena on järjestää terveyttä edistävää liikuntaa myös niille, joilla terveydellisistä syistä on haasteita liikua terveytensä kannalta riittävästi. (Liikuntatieteellinen seura 2018)

Lasten ja nuorten liikuntaa voi ohjata kuka vain, mutta usein alasta kiinnostuneella ammattilaisella on käyty jokin lasten ja nuorten liikuntaa tukeva koulutus, kuten lasten ja nuorten liikunnanohjaajan koulutus. Koulutuksen tavoitteena on se, että ohjaaja osaa huomioida lapsen tai nuoren taito- ja kehitystason suunnitellessaan ja toteuttaessaan ohjattua liikuntaa. Ohjaaminen on usein myös kasvatustyötä. Ohjaajan tavoitteena on ymmärtää lapsen tai nuoren motivaation ja liikunnalliseen elämäntapaan liittyviä tekijöitä. (Lattu 2018)

Lasten ja nuorten ohjaajat ovat oman alansa asiantuntijoita, jotka hallitsevat erilaisia lasten ja nuoren liikuntaan liittyviä taitoja. Heillä on käsitys erilaisista oppimistyyleistä ja lasten erityispiirteistä. Usein ohjaaja toimii seurassa tai lajiliitossa. Lähivuosina on myös

alettu järjestämään jonkin verran lasten ja nuorten liikuntaa yksityisissä liikuntapalveluyrityksissä. Lasten ja nuorten ohjaajat ovat harvoin päätoimisia, mutta moni heistä haluaisi kuitenkin työskennellä tulevaisuudessa liikunta-alalla lasten ja nuorten parissa. (Nuori Suomi 2018)

3.6 Personal trainer

Personal trainer on liikunta-alan ammattinimike, joka vastaa henkilökohtaista kunto-ohjaa- jaa tai valmentajaa. Henkilökohtaisen valmentajan palkkaamisesta on tullut erittäin suosit- tua, mutta samanaikaisesti ammattilaisen pätevyyden selvittämisestä on tullut hankalam- paa. Personal traineriksi voi ryhtyä Suomessa kuka tahansa sillä ammattinimikkeen käyt- täminen ei edellytä mitään koulutusta. Alan laadun valvonta huolestuttaa ammattilaisia, koska personal trainer ei ole vastuussa tekemisistään viranomaisille ja näin kuluttajasuoja jää heikoksi. Korkeakoulutettu liikuntatieteiden maisteri ja alan harrastaja voivat asettua samalle viivalle ammattinimikkeen suojaamattomuuden takia. (Ristmeri 2017)

Suomessa valmistuu noin tuhat personal traineria vuosittain. Siksi Suomen kunto- ja ter- veysliikunnan yhdistys on laatinut laadunvalvonnan tehostamiseksi APT-hakemiston, jo- hon voi liittyä jokainen auktorisoidun personal trainer koulutuksen käynyt valmentaja. Auk- torisoinnin voi saada käymällä 640 tuntia koulutusta, SKY järjestön hyväksymässä koulu- tustalossa tai tekemällä 800 tuntia todennettua personal trainer työtä. Yhdistyksen tehtä- vänä on laatia laatustandardeja suomessa toimiville koulutusorganisaatioille ja heidän jär- jestämille koulutuksille. Hakemistoon kuuluu tällä hetkellä noin 170 personal traineria. (Hämäläinen-Bister 2017)

Suomessa ei tiedetä tarkkaan personal trainer- liiketoiminnan kokoa, mutta palveluiden markkinapotentiaalin arvioidaan olevan 0.5-1.5 miljardia euroa vuodessa. Kuntokeskus- alan kasvunäkymät ennustavat personal trainer palveluiden kysynnän kasvua. Myös yri- tysten panostus työhyvinvointipalveluihin kasvaa personal training, verkkovalmennuksen ja pienryhmävalmennuksen muodossa. Taloustutkimus Oy:n mukaan joka kolmas 15–79- vuotias suomalainen on kiinnostunut hankkimaan itsellensä henkilökohtaisen kuntoval- mentajan. Erityisesti palveluista ovat kiinnostuneet alla 25-vuotiaat. Naiset ovat miehiä in- nokkaampia palvelun käyttäjiä. Miehet kääntyvät usein personal trainerin puoleen vasta kun heillä ilmenee esim. tuki- ja liikuntaelinvaijoja. Taloustutkimukseen vastanneiden mu- kaan 33 % on valmis käyttämään henkilökohtaisiin valmennuspalveluihin 50–150 euroa kuukaudessa. Keskimääräinen hinta on kuitenkin 250–350 euron välimaastossa. Ainoas- taan 2 % oli valmis maksamaan yli 200e palvelusta. Tämä ristiriita luo kysyntää pienryh-

mävalmennukselle tai verkkovalmennukselle joiden keskihinta on 50–150 euroa kuukaudessa. Ryhmävalmennusta tai verkkovalmennusta ei voida kuitenkaan pitää samana asiana kuin yksilökohtaista ohjausta. (Kosonen 2017)

Personal trainereita työllistävät eniten kaupalliset kuntokeskukset, joita on Suomessa tällä hetkellä 980. Näiden kuntokeskusten keskimääräinen kävijämäärä on 750 asiakasta kuntokeskusta kohden. Kuntosaliharjoittelua suomalaisista harrastaa 13.4 % eli noin 735 000 henkilöä. Personal training- ja kuntosalivalmennuspalveluiden odotetaan kasvavan nopeasti tulevana vuosina. Markkina on laajentumassa myös kuntosalien ulkopuolelle. Tarjontaa on nykyisin myös lääkärikeskuksissa, työterveyspalveluissa, apteekeissa, urheilukaupoissa sekä vakuutusyhtiöissä. (APT 2017)

3.7 Hieroja

Ammattinimikkeen koulutettu hieroja käyttö on sallittu vain niille hierojille, jotka ovat käyneet koulutetun hierojan ammattitutkinnon Suomessa. Ammattinimike on suojattu valtioneuvoston asetuksella. Suomen terveys- ja sosiaalialan valvontavirasto voi myöntää määrättyin edellytyksin oikeuden käyttää nimikesuojattua ammattinimikettä myös, mikäli henkilö on suorittanut vastaavan tutkinnon ulkomailla. Hieroja-nimikkeellä voivat toimia muutkin henkilöt, joilla on riittävä kokemus, koulutus ja ammattitaito. (Koulutettujen hierojien liitto 2017)

Hieroja on terveydenhuollon ammattihenkilö, jonka päämäärä on asiakkaan terveyden edistäminen, terveyden ylläpitäminen, kudosten muokkaaminen, lihasten rentouttaminen, sekä sairauksien ennaltaehkäiseminen. Maailmassa on kaiken kaikkiaan 150 erilaista hierontatekniikkaa, joista tunnetuimmat niistä ovat Suomessa klassinen ruotsalainen hieronta, urheiluhieronta, perinteinen thai-hieronta ja akupainantaan pohjautuva shiatsu. (Oma keho 2017)

Moni suomalainen hieroja työskentelee itsenäisenä yrittäjänä tai toisen palveluksessa erilaisissa terveys- ja liikunta-alan organisaatioissa, kauneussalongeissa, kylpylöissä, sekä kauneus- ja kuntoutuslaitoksissa. Hierojat työskentelevät pääsääntöisesti aikuisten parissa. Nuoria kohdataan pääsääntöisesti valmennusryhmissä, jossa hierojat työskentelevät lihashuollon tehtävissä. (Suomen hierojakoulut 2017)

3.8 Urheiluvalmentaja

Urheiluvalmentajan tulee olla oman lajinsa asiantuntija. Usein heillä on paljon omakohtaista kokemusta lajista tai valmennustehtävästä. Osa urheiluvalmentajista työskentelee

joko urheiluseurassa, lajiliitossa tai yksityisenä yrittäjänä. Valmentajat työskentelevät myös urheiluorganisaatioissa valmennuksen johdossa tai suunnittelu- ja koulutustehtävissä. Valmentajan tavoitteena on vastata urheilijan tai asiakkaan valmennuksesta. Usein asiakas ja valmentaja sopivat yhteisestä tavoitteesta, jonka eteen tehdään töitä. Tavoitteena voi olla kansallinen tai kansainvälinen menestys tai sitten vaikkapa jonkin urheilulajin oppiminen tai lajissa kehittyminen. Urheiluvalmentaja voi vastata myös kokonaisesta joukkueesta tai keskittyä pelkästään esimerkiksi maalivahtien valmennukseen. Joskus valmentajat keskittyvät vain jonkin tietyn alueen kehittämiseen urheilulajista riippuen. (Liikuntakoulutus 2018)

Työnkuvaan kuuluu harjoitusten ja kilpailujen ohjaaminen, sekä suunnittelu. Valmennuksessa pyritään ohjaamaan urheilijaa niin, että hänen tuloksensa kehittyvät. Kenttätyössä valmentaja ohjaa urheilijaa tarkasti laadittujen harjoitusohjelmien avulla. Valmentajien vastuulla on harjoitusohjelmien toteutuminen ja kehityksen seuraaminen. Usein ammattimaisessa urheilussa valmentaja tekee töitä myös lajin sidosryhmien kuten sponsoreiden kanssa. Kontaktien luominen ja tiedotustilaisuuksissa esiintyminen on osa ammattivalmentajan työnkuvaa. (Ammattinetti 2018)

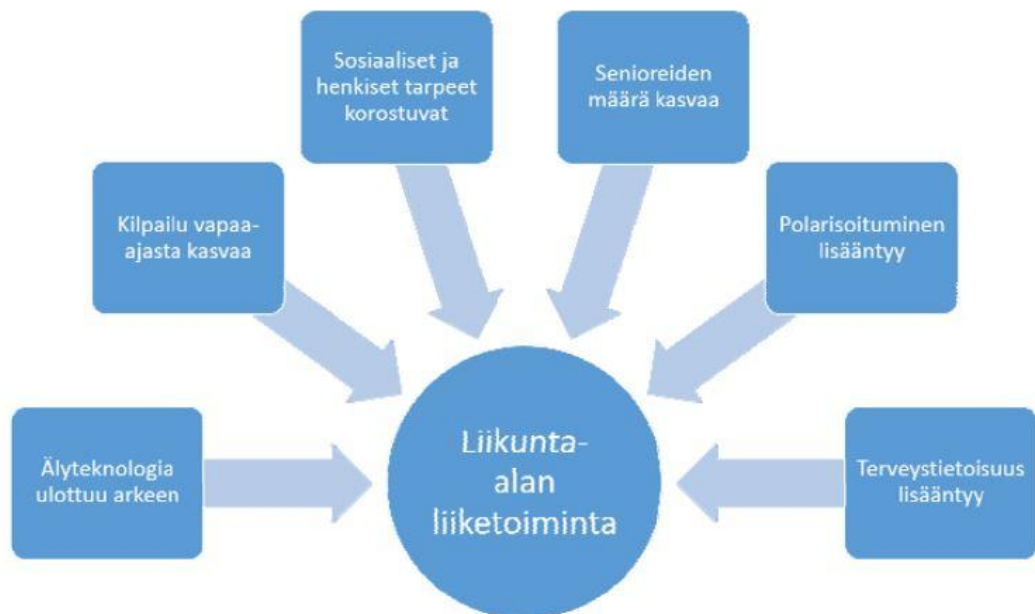
Ammatti edellyttää jatkuvaa opiskelua valmennustiedon lisääntyessä ja lajien kehittyessä. Useimmilla huippuvalmentajilla on useiden vuosien kokemus valmennuksesta. Hyvän valmentajan ominaisuuksiin kuuluu kyky analysoida tuloksia ja tavoitteita, sekä tietää urheilijan psyykkiset ja fyysiset voimavarat. Valmennusosaamisen lisäksi valmentajalla tulee olla kyky luoda kannusta, inspiroiva ja motivoitunut ilmapiiri. Valmentajan on pystyttävä kantamaan myös urheilijan tai joukkueen epäonnistumisia, joka vaatii hyvää henkistä kestävyttä. (Liikuntakoulutus 2018)

Urheiluvalmentajien palkkaerot ovat suuria. Ne ovat usein suorassa suhteessa urheilijan tai valmentajan saavuttamaan menestykseen. Suurten ja ammattimaisten urheiluseurojen valmentajien palkat ovat yleensä korkeammalla, kuin yksittäisten urheilijoiden parissa työskentelevien. Keskiverto urheiluvalmentajan kuukausipalkka on 2500 euroa kuukaudessa (Palkkavertailu 2018)

Suomessa kuka vaan voi toimia urheiluvalmentajana ja valmentajana työskentelemiseen ei tarvita sertifiointia. Todelliseksi ammattilaiseksi voi kuitenkin kouluttautua Jyväskylän yliopistossa ammatilliseen valmennukseen tähtäävässä koulutuksessa tai suorittamalla valmentajan erikoisammattitutkinnon toisen asteen oppilaitoksessa. Koulutus antaa paremmat valmiudet ammattimaiseen valmennukseen. (Liikuntakoulutus 2018)

4 Yrittäjyys liikunta- ja hyvinvointialalla

Liikuntayrittäjyys kasvaa kovaa vauhtia nousevan kuntoilubuumin ja lisääntyvien liikuntatrendien myötä. Terveelliseen elämäntapaan liittyvät palvelut saavat mediassa runsaasti huomiota. Yhteisölliset liikuntamuodot ja fanikulttuuri on alalle ominaista. Kuntokeskuksien määrä on lisääntynyt viime vuosina merkittävästi. Toiminta on tuplaantunut vuodesta 2008 vuoteen 2015 mennessä yritysten, henkilöstömäärän ja liikevaihdon määrällä mitattuna. Liiketoimintaa on eri puolilla Suomea, mutta se keskittyy pääsääntöisesti taloudellisesti hyvinvoiviin kuntiin, kuten Helsinkiin, Ouluun, Tampereelle, Turkuun ja Jyväskylään. (Kiljunen & Niemistö 2017)



Kuvio 1. Liikuntaliiketoimintaan vaikuttavat trendit (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 7)

Kuvio 1 ilmentää hyvin tällä hetkellä alalla tapahtuvaa muutosta, joihin liikunta ja hyvinvointia alan yrittäjien on pystyttävä reagoimaan. Liikuntamatkailu, terveystietoisuus ja hyvinvointi yrittäjyys on mahdollista sulattaa yhteen ja siten houkutella enemmän asiakkaita keskuksiin, joissa on tarjolla lääkäri ja ravitsemuspalveluita, sekä liikuntaneuvontaa, hierontaa ja muita hyvinvointipalveluita saman katon alla. Erityisesti liikuntamatkailu bisneksen kannalta on ymmärrettävä, että liikunnan ja kuntoilun lisäksi asiakas saattaa tavoitella myös kauneushoitoa ja muita hyvinvointipalveluita. Alan palveluntarjoajien on oltava entistä monipuolisempia ja heidän on tehtävä entistä parempaa yhteistyötä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 14)

Liikuntamatkailun merkitys on kovassa kasvussa maailman laajuisesti. Kaikesta matkustelusta liikuntamatkailun osuus globaalisti on noin 10 % luokka. Liikunta- ja hyvinvointimatkailu yhteensä kattaa lähemmäs 25 % kaikesta matkailusta maailmalla. Hyvinvointimatkailumarkkinoiden osuuden arvioidaan olevan noin 440 miljardia dollaria. Liikunta- ja hyvinvointimatkailijoissa erityistä on se, että heidän on tapana käyttää matkoillansa huomattavasti enemmän rahaa tavallisiin matkailijoihin verrattuna. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 14)

Työ ja elinkeinoministeriön selvityksen mukaan (2014, 12) liikunta alan yrityksistä eniten kasvupotentiaalia on kolmessa segmentissä, joita ovat terveys ja hyvinvointi, liikuntamatkailu ja viestintä, sekä viihde ja lifestyle. Näihin kolmeen segmenttiin vaikuttaa vahvasti terveystietoisuuden lisääntyminen, sosiaalisten ja henkisten tarpeiden korostuminen, senioreiden määrän kasvu, sekä polarisoituminen, joka tuo terveyden edistämisen piiriin myös kaikkein huonokuntoisimmat. Liikunta sopii kustannustehokkaana terveyden hoitomuotona kaikille, vaikka ihmisryhmien erot kasvavatkin tällä hetkellä nopeasti. Neljäs kasvun ala on teknologia, joka läpäisee kaikki nämä kolme äsken mainittua segmenttiä. Nopeasti kehittyvät sovellukset, sosiaalinen media, entistä toimivammat internetsivut ja älylaitteet on hyödynnettävä mahdollisimman tehokkaasti. Liikuntaan ja terveyteen liittyviä tietoja voidaan yhdistellä teknologian avulla ja siten tuottaa uutta tietoa hyvinvoinnin edistämiseksi. Kaiken kaikkiaan teknologian innovaatioita voi ja kannattaa käyttää liikunta-, terveys- ja hyvinvointituotteissa. Teknologisoituminen on tämän hetken megatrendi. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 12)

Vuonna 2012 terveys-, liikunta- ja hyvinvointialan liikevaihto oli 500 miljoonaa euroa. Alalla työskentelevien yritysten määrä ja henkilöstö ovat kasvussa (taulukko 1). Pidempään alalla toimineet yritykset ovat kasvaneet 14 % viimeisen neljän vuoden aikana. Ala tulee vielä kasvamaan runsaasti, kun saadaan hyödynnettyä Startup- yrittäjyyden suuri potentiaali. Monilla yrityksillä on hyvät kasvun mahdollisuudet kansainvälisesti. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 13)

Taulukko1. Yritysten lukumäärä, henkilöstö ja liikevaihto 2008–2015 (Kiljunen & Niemistö 2017)

	YRITYSTEN LKM	HENKILÖSTÖN LKM	LIIVEVAIHTO MILJ. EUROA
2008	221	1 055	92
2009	267	1 242	113
2010	284	1 363	121
2011	311	1 500	134
2012	341	1 487	148
2013	353	1 677	162
2014	388	1 631	184
2015	426	1 807	198

Markkinatarjonta on monipuolista. Kuntokeskuksia löytyy eritasoisia. Edullisimpiin kuntokeskuksiin pääsee alle 30 eurolla kuukaudessa, mutta näille keskuksille tyypillistä on suppea palvelutarjonta. Hintavimmissa kuntokeskuksissa asiakas pääsee itse räätälöimään omia liikuntapalveluja ja hinnat vaihtelevat 60 ja 100 euron välillä. Personal trainer palvelut maksavat useista sadoista tuhansiin euroihin kuukaudessa. (Kiljunen & Niemistö 2017)

Yritystoiminta liikunta-alalla kiinnostaa monia, mutta osoittautuu useammille haastavaksi. Yrittäjien vaihtuvuus on melko tyypillistä. Osa yrittäjistä lähtee pois alalta, mutta samankaltaisesti tulee paljon uusia yrittäjiä. Useimmalta yrittäjältä puuttuu liikepääoma, jota tarvitaan juoksevien kulujen kattamiseen, kuten vuokra, leasing ja erilaisten tarvikehankintojen kattamiseen. Tämän päivän yrittäjällä täytyy olla kattava osaaminen markkinoinnissa asiakas- ja tulovirtojen saamiseksi. Jos ei ole riittävää tulovirtaa, ei synny hyvää tulosta. Esimerkkinä vuonna 2015 (Taulukko 2) yhdestä kuntokeskukselle maksettavasta eurosta jäi keskimäärin yrittäjälle vain kaksi senttiä. (Kiljunen & Niemistö 2017)

Taulukko 2. Kuntokeskusten keskimääräinen kulurakenne, 2015 (Kiljunen & Niemistö 2017)

Tuotot yhteensä	100
Ostot	-9
Ulkopuoliset palvelut	-3
Henkilöstökulut	-31
Liiketoiminnan muut kulut	-47
KÄYTTÖKATE	9
Poistot	-5
LIIKETULOS	4
Rahoitustuotot ja -kulut	-2
NETTOTULOS	2

Isolla osalla yrityksistä vuonna 2015 käyttökate oli negatiivinen ja nettotuloskin pysyi negatiivisen puolella. Vuonna 2016 yhä useampi yritys onnistui kuitenkin tekemään palvelustaan kannattavan. Liikunta-alaa tuntuvat hallitsevat isot yritykset. Kymmenen suurimman yrityksen yhteenlaskettu liikevaihto oli 95 miljoonaa euroa. Suurimpien yritysten liikevaihdon mediaaniarvo oli 4 miljoonaa euroa (taulukko 3). Vuonna 2015 Koko toimialan henkilöstömäärästä 44 % oli töissä näissä kymmenessä suurimmassa yrityksessä. Isoimpien yritysten tarjonta on erittäin monipuolista ja sitä on saatavilla kellon ympäri. Toimialan tulos on käytännössä kärkikymmenikön varassa. Menestyneimmät kuntosalirytykset tuottavatkin hyvin voittoa ja kasvu näyttää jatkuvan.

Taulukko3. Top 10- Yritysten tunnuslukuja, mediaani 2015 (Kiljunen & Niemistö 2017)

	2013	2014	2015
Henkilöstön lukumäärä	22	23	27
Liikevaihto milj.euroa	2,5	2,9	4
Käyttökateprosentti	15	16	16
Nettotosprosentti	9	13	10

Useiden yrityksen tuottama valmennus tapahtuu ryhmissä, verkossa tai personal trainerin kanssa. Oinaista isoille yrityksille on se että palvelut on hyvin tuotteistettu ja suunnattu erilaisille asiakasryhmille kuten aloittelijoille, laihduttajille, ryhmäliikkuville, kehonrakentajille, perheille ja yrityksille. Tämän päivän tasokas kuntokeskus pystyy tarjoamaan myös hyviä oheispalveluita kuten hieronta- ja fysioterapiapalveluita, sekä muita palveluita, kuten lastenhoitoa ja saunapalveluita. Alan kovimmat tekijät panostavat laatuun ja asiakaskunnan hemmotteluun. Perinteiset kuntokeskukset ovat muuttumassa liikunta- ja hyvinvointipalvelukeskuksiksi. (Kiljunen & Niemistö 2017)

Uudet yrittäjät pyrkivät haastamaan menestyviä toimijoita uusilla tuotteilla ja konsepteilla. Kuntosaleja markkinoidaan vahvoilla mielikuvilla. Esimerkiksi joitakin saleja koristellaan graffitein ja toisissa taas tarjotaan jatkuvaa valmennusta. Kulutuspalveluiden tarjonta on

lisääntymässä. Tilaa ja tarvetta on uusille yrityksille, jotka suuntaavat palvelunsa kohdenetuille asiakasryhmille. (Kiljunen & Niemistö 2017)

Tämän hetken liiketoiminta liikunta-alalla koetaan kokonaisvaltaisesti melko heikoksi. Kyse on yrittäjyyden ja liiketoiminnan perustaidoista, joihin tulisi panostaa tulevaisuudessa enemmän erilaisissa liikunta-alan koulutuksissa. Elintärkeän tuotteistamisen ymmärtäminen alalla on vielä heikkoa. Kansainvälisesti liikuntamatkailua voidaan pitää erittäin potentiaalisena kasvavana alana. (Viitala 2015, 59)

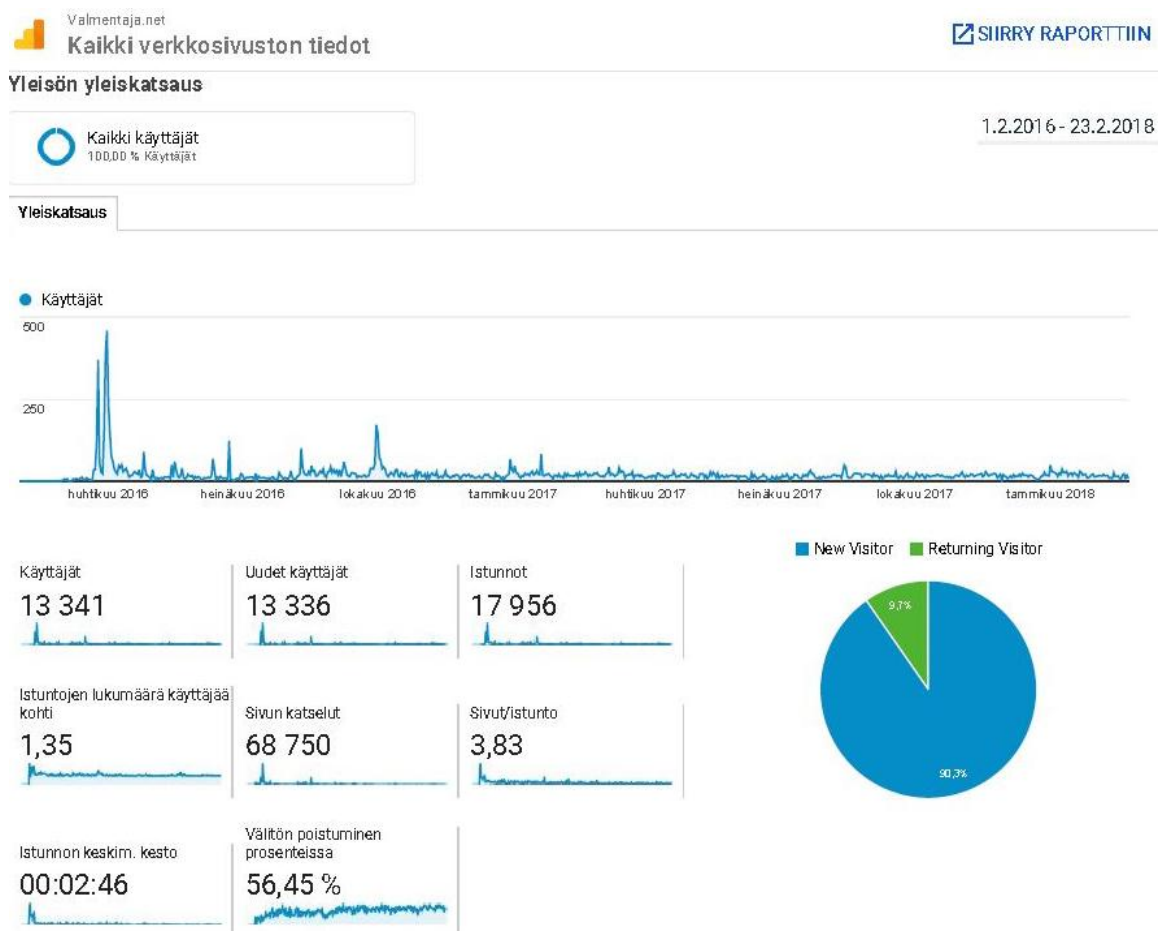
Suomi on maailman johtavimpia terveysteknologian kehittäjiä. Alalla on paljon teknologia yrityksiä, joiden tuotteet palvelevat urheilijoita ja liikkujia. Tunnetuimpia Suomalaisia terveysteknologiaan suuntautuvia yrityksiä ovat Suunto ja Polar, jotka valmistavat rannetietokoneita, joiden tarkoituksena on seurata kunnon nousua ja harjoittelua erilaisin mittarein. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 16)

Teknologiaa pidetään lapsia ja nuoria eniten passivoivana asiana, mutta sillä voi olla myös käänteisiä vaikutuksia. Teknologia voi innostaa liikkumaan. Sen avulla voi helpottaa oppimista, auttaa taitojen oppimisessa ja edistää ryhmän toimintaa. Sen avulla on myös helpompaa usein seurata mitä ja miten paljon on tehnyt. Liikkumisen edistämiseen ja kannustamiseen sopivia sovelluksia on paljon. Yksi tämän hetken käytetyimpiä urheilusovelluksia on Sports Stracker. Se helpottaa ohjaajaa analysoimaan tehtyä työtä ja laatimaan jatkosuunnitelmia. Useat laitteet myös mittaavat ja sitä kautta lisäävät aktiivisuutta. Virtuaalitekhnologia voi myös muuttaa liikunta-alaa. Jo nyt urheilija voi pukea päällensä virtuaalilasit ja nähdä maailman esimerkiksi jääkiekkomaalivahdin silmin. Harjoittelun luonne voi muuttua nopeasti teknologian kehityksen myötä. (Edu 2014)

Lääkäreitä ja muita terveydenhuollon ammattilaisia kannustetaan tekemään päätöksensä tarkkaan ja pitkäaikaisesti tieteellisesti mitattuun tietoon. Huippu urheilijalle on tähän asti riittänyt suuntaa antava tieto. Liikkujien tietotaso kuitenkin kasvaa jatkuvasti ja he ovat entistä valveutuneimpia. Mitä parempia liikunta-alalla työskentelevät ihmiset haluavat olla, sen paremmin heidän on pystyttävä mittaamaan liikkujien terveyttä ja kuntoa, sekä analysoitava tuloksia. Kaiken tekemisen pitää perustua myös liikunta-alalla pitkäaikaiseen tieteellisesti tutkittuun tietoon, jotta tulokset olisivat mahdollisimman hyvät. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 16)

5 Projektin lähtökohdat

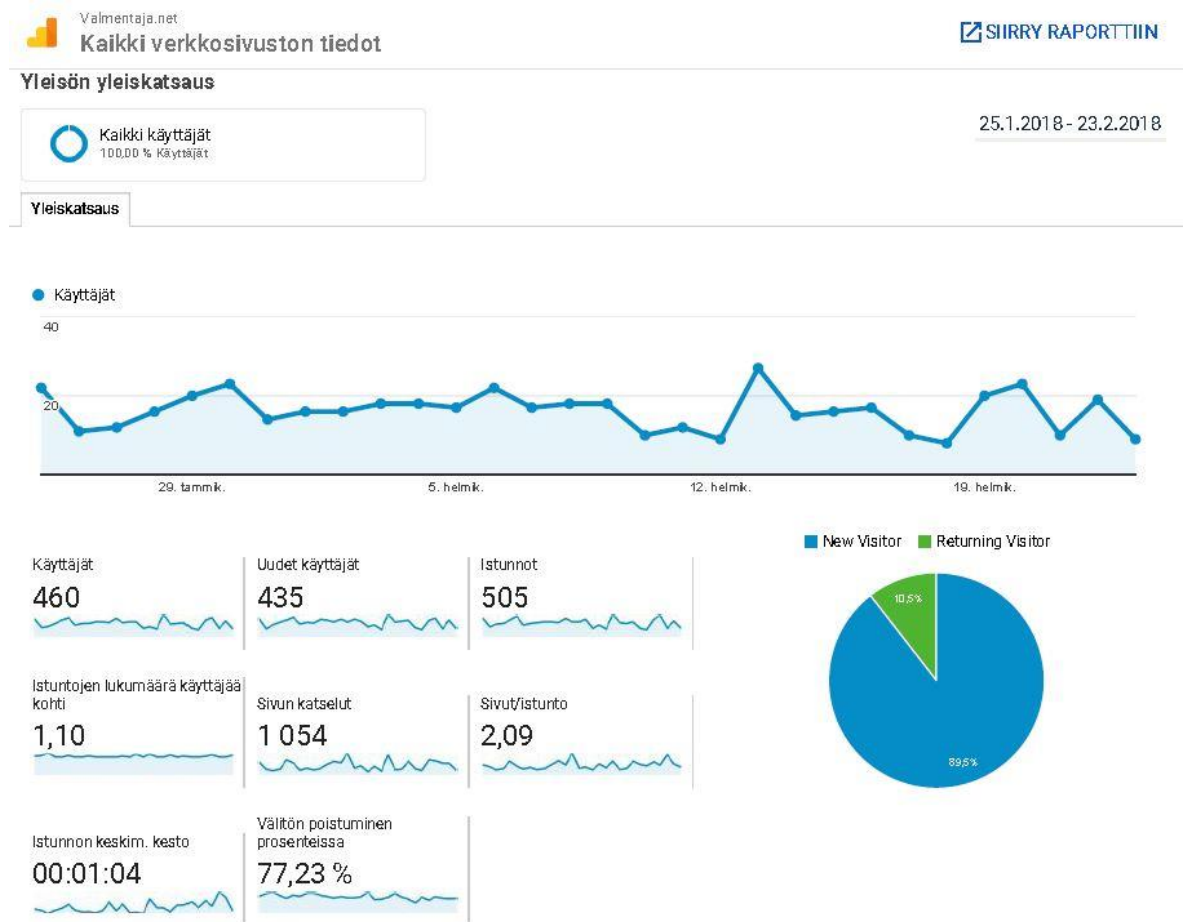
Sivuston auettua vuonna 2016, se saavutti jokseenkin suurta mielenkiintoa, ainakin liikunnan- ja hyvinvoinnin palveluntarjoajissa. Parhaimmillaan sivustoklikkauksia oli yhdessä päivässä lähes 500 (kuvio 2). Alkuviikoilla palvelusta kiinnostuneet palveluntuottajat loivat noin 60 profiilia. Alkuinnostuksen jälkeen sivuston kävijämäärät ovat laskeneet tasaisesti ja profiilejakin tehdään keskimäärin 1-2 kuukaudessa. Tämän hetkinen profiilien määrä 26.12.2018 on 110, joista suurin osa on personal trainer palveluiden tarjoajia.



Kuvio 2. Yleiskatsaus käyttäjätilastoihin välillä 1.2.2016–23.2.2018.

Kuvio 2 antaa hyvän kuvan verkkopalvelun historiasta mm. kävijämäärien, poistumisprosenttien ja keskimääräisen vierailun kestosta. Koko verkkopalvelun olemassaolo ajan istuntoja on ollut lähes 18 000 tuhatta ja sivun on nähnyt lähes 70 000 ihmistä. Vierailijoiden

keskimääräinen vierailuaika sivustolla on ollut 2 minuuttia ja 46 sekuntia, jota voidaan pitää kohtalaisena arvona. Tilastoista kuitenkin näkee, kuinka kävijämäärähuippuja lukuun ottamatta, kävijämäärät ovat pysyneet varsin pienenä ja ovat olleet laskemassa koko ajan.



Kuvio 3. Kuukasitilasto raportti aikavälillä 25.1–23.2.2018.

Vuoden 2018 tammi ja helmikuun aikana (kuvio 3) sivustolla oli vierailut noin 450 kävijää, joiden keskimääräinen istunnon pituus oli ollut 1 minuutti ja 4 sekuntia. Vierailuaikaa voidaan pitää sen verran lyhyenä, että voidaan ainakin osittain olettaa palveluntarjoajien käyneen tarkistamassa oman profiilinsa tai asiakkaiden käyneen tutustumassa palveluun nopealla vilkaisulla.

6 Projektin tavoite

Tämän kehittämistyön tavoitteena oli kehittää valmentaja.net verkkopalvelua erilaisilla toimenpiteillä, jotka kehittävän sivustoa monipuolisesti kohti entistä parempaa tunnettavuutta ja käytettävyyttä. Tavoitteena oli lisätä sivuston informatiivisuutta, helppokäyttöisyyttä, sekä edistää kävijämäärien kasvua. Verkkosivuston vierailijoita ovat tässä tapauksessa sivustoa käyttävät asiakkaat ja palveluntarjoajat. Kävijämääriä ja sivustoklikkauksia pystytään lisäämään muun muassa hyvällä markkinoinnilla, johon tässä opinnäytetyössä paneudutaan kehitysprojektin myötä.

Käytettävyyttä pyritään parantamaan kehittelemällä selkeämpi palvelupolku, johon liittyy informaation esilletuominen ja helppokäyttöisyys. Verkkoportaalin suurempia haasteita ovat olleet tähän asti huono kansallinen tunnettavuus, löydettävyys, uskottavuus, luotettavuus ja epäselvyydet palvelun käytön kanssa. Tarkoituksena oli parantaa verkkosivun käytettävyyttä ja informatiivisuutta, ja siten synnyttää luottamusta ja houkutellessa asiakkaita käyttämään palvelua.

Kynnys käyttää palvelua oli ollut suuri. Palveluprofiilin luominen oli ollut palveluntarjoajille aikaa vaativaa ja haastavaa. Monella liikunta-alan ammattilaisella on vaikeuksia toimia yrittäjinä, kun riittävää osaamista yrittäjyyden suhteen ei ole. Halua toimia kevytyrittäjänä löytyy kuitenkin monella. Yhtenä ongelmana oli jään rikkominen palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä. Moni palveluntarjoaja ei tiedä tai osaa hinnoitella palveluaan. Toisesta näkökulmasta asiakkaat eivät vielä kunnolla tiedä kuinka paljon maksaa palvelusta. Palvelun selkeyttä ja helppoutta täytyy siis kehittää ja se olikin yhtenä tämä kehittämisprojektin tavoitteena. Yhtenä tavoitteena oli tuoda selkeitä esimerkkejä, kuinka toimia sivustolla. Tämä tavoite palveli yleisen käytettävyyden helpottamista.

Kehityskohteiksi oli valittu verkkosivuston palvelupolun parantaminen, kävijämäärien lisääminen markkinoinnin avulla, sekä yrityksen Facebook ja LinkedIn sivun parantaminen. Tämän lisäksi pyrittiin lisäämään palveluntarjoajien määriä sähköpostimarkkinoinnin ja LinkedInin markkinoinnin avulla. Jo aikaisemmin sivustoa yritettiin kehittää moninaisilla kehittämistoimenpiteillä, mutta tämän työn osalta oli tarkoitus kohdistaa toimenpiteet vain edellä mainittuihin asioihin.

Koko tämän työn ja verkkosivuston tavoite oli palvella liikunnan- ja hyvinvoinnin palveluntarjoajia, sekä palveluita tarvitsevia asiakkaita mahdollisimman hyvin. Tarkoituksena oli että, mahdollisimman moni pienyrittäjä, valmentaja ja harrastuksena työn ohella palveluitansa tarjoava ammattilainen tekisi mainosprofiilinsa verkkopalveluun ja sitä kautta saisi

asiakkaita. Moni ei kuitenkaan tiedä verkkosivuston olemassaolosta ja täysi potentiaali on vielä saavuttamatta. Yhtenäinen ja standardi palvelunkäyttö sivusto palvelisi satoja huippu-osaavia liikunnan- ja hyvinvoinnin ammattilaisia ja tuhansia tavoitteellisia harrastajia, jotka eivät löydä tai tiedä mistä etsiä itsellensä sopivaa palvelua. Tämä olisi eduksi kaikille niille, jotka ovat liikunnan ja hyvinvoinnin kanssa tekemisissä. Tämän verkkosivuston kokonaistavoite oli uudistaa liikunta- ja hyvinvointialojen palveluiden löytäminen uudelle tasolle.

Tarkempina tavoitteena markkinoinnin osalta oli lisätä sivun kävijämääriä 50 % ja hetkellisesti 400 % mainoskampanjan avulla. Sivuston päivittäisiin kävijämääriin tavoitellaan noin 100 ihmisen kävijämäärää keskimäärin. Sivuston kokonaistavoitteena oli se, että palveluitansa tarjoavat ammattilaiset saisivat sivuston avulla asiakkaita ja siten työllistyivät. Verkkopalvelu oli kuitenkin toteutettu toistaiseksi niin, ettei vielä pystytä todentamaan sitä, kuinka moni oli saanut asiakkaansa verkkosivuston avulla. Google Analytics ohjelman avulla pystytään kuitenkin seuraamaan profiiliin kohdistuvia klikkauksia, mikä kertoo henkilöön kohdistuneesta mielenkiinnosta.

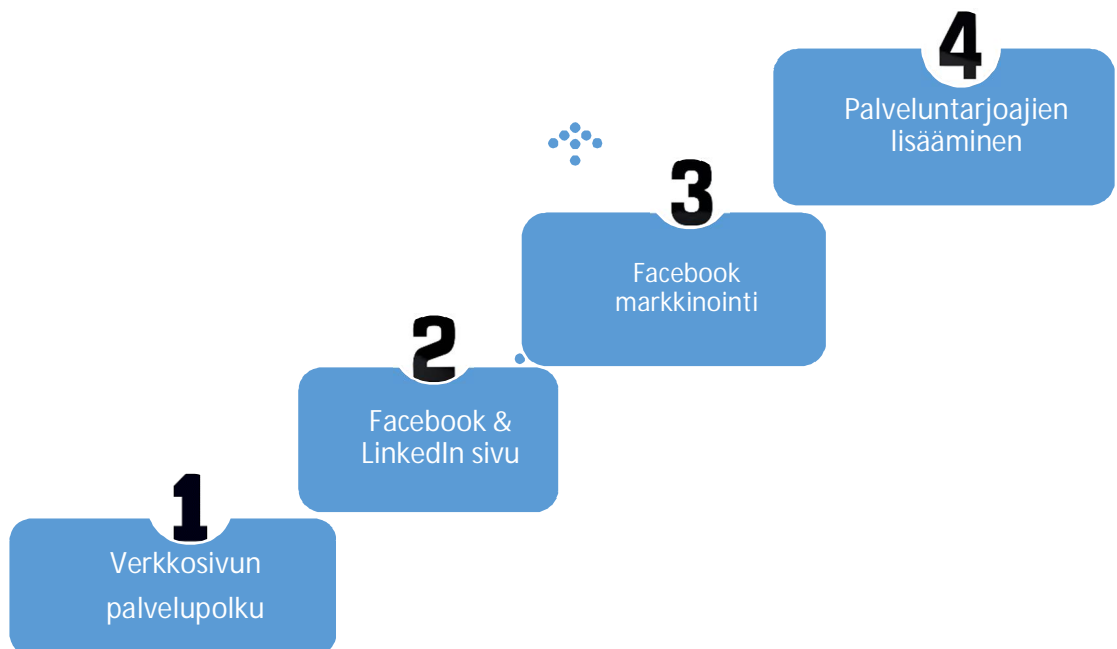
Palvelutarjoajien lisääminen oli tärkeä tavoite, sillä ilman runsasta ja monipuolista joukkoa palveluntarjoajia verkkosivu ei pysty takaamaan monipuolista palvelua esimerkiksi eri urheilulajien osalta. Tämän hetken noin 110 palveluntarjoajaa oli tarkoitus tuplata vuoden 2018 aikana riittävän laadun varmistamiseksi. Tämän kehityshankkeen ja toimenpiteiden osalta tavoitteena oli palvelujentarjoajien lisääminen 25 %, mikä tarkoittaa noin 20 uutta palveluntarjoajaa toukokuuhun 2018 mennessä.

Palvelupolun parantaminen oli yksi työn tavoitteista ja se on mahdollisesti tärkein kehitystoimenpide sivuston käyttäjien näkökulmasta. Sen parantaminen kasvattaa kokonaisvaltaista asiakaskokemusta ja lopulta ratkaisee sen, miten palvelu pärjää ja menestyy. Onnistuneesti rakennettu palvelupolku ja muutenkin hyvin rakennettu verkkosivusto, sekä hyvä asiakaskokemus rohkaisee ja motivoi asiakasta tekemään ostopäätöksensä. Tässä kehitystyössä pyrittiin selkeyttämään myös sitä miten asiakkaan tulisi toimia tehdessään profiilia tai ostaessaan palvelua. Tavoitteena oli muuttaa sivun sisällön rakennetta ja informaatiota sivun toimintatavasta ja perusideasta.

Tämän kehitystyön tavoitteet oli valittu tarkkaan siten, että ne palvelevat mahdollisimman paljon verkkosivuston ja liiketoiminnan kehitystä. Ilman näitä toimenpiteitä asiakkaat eivät löydä palvelua tai koe sitä toimivaksi ja luotettavaksi. Liikeideaa ja koko konseptia täytyi pystyä kehittämään mukautuen tämän päivän trendeihin, sekä nykyhetken kaupankäynnin lainalaisuuksiin.

7 Projektin vaiheet ja menetelmät

Kehitysprojekti koostui neljästä päävaiheesta (kuvio 4). Projekti aloitettiin palvelupolun parantamisen muutoksilla, mikä tarkoittaa vaihe vaiheelta verkkosivuston muutoksia nykyisestä asetelmasta kohti selkeämpää, informatiivisempaa ja houkuttelevampaa verkkosivustoa. Projektin toisessa vaiheessa paranneltiin yrityksen Facebook ja LinkedIn sivua, jonka tarkoituksena oli lisätä bränditietoisuutta, kiinnostumista liikunta- ja hyvinvointia kohtaan ja ennen kaikkiaan tuoda asiakkaita varsinaiselle verkkosivustolle. Tämän jälkeen houkuteltiin uusia asiakkaita Facebook kampanjalla, jonka tavoitteena oli saada satoja tai jopa tuhansia uusia asiakkaita käyttämään uudistunutta verkkopalvelua. Samanaikaisesti Facebook kampanjan kanssa pyrittiin saamaan lisää palveluntarjoajia verkkopalveluun lähettämällä kiinnostava sähköpostiviesti tai LinkedIn yhteydenottopyyntö sadoille liikunnan- ja hyvinvoinnin ammattilaiselle.



Kuvio 4. Projektin vaiheet

Näihin menetelmiin päädyttiin puhtaasta tarpeesta uudistaa verkkosivua, jotta ihmiset entistä paremmin ymmärtäisivät tultuaan sivustolle, mistä palvelussa on kyse ja saisivat helposti tietoa mahdollisiin kysymyksiinsä, mutta ennen kaikkea päätyisivät palkkaamaan valmentajan palvelun kautta. Samalla he kokisivat palvelupolun helpoksi ja selkeäksi. Markkinoinnin toimenpiteisiinkin päädyttiin puhtaasta tarpeesta saada lisää palveluntarjoajia ja heitä tarvitsevia asiakkaita. Kokonaisuudessaan näillä menetelmillä pyrittiin kasvattamaan kävijämääriä, bränditietoisuutta ja pitkällä aikavälillä houkuttelemaan mainostajia, jotka voisivat tuottaisivat rahaa verkkosivuston omistavalle yritykselle.

Verkkosivuston muokkaamisessa käytettiin Wordpress ohjelmaa ja lisäksi erilaisia kuvankäsittelyohjelmia, jotka erityisesti soveltuivat mainostekstien tekoon. Kuviksi valikoituvat ne kuvat, jotka parhaiten kuvailivat liikuntaa ja hyvinvointia, sekä herättivät mielenkiintoa ja innostavia mielikuvia.

7.1 Palvelupolun parantaminen

Tässä työssä pyritään parantamaan palvelupolkua käytännönläheisellä suunnittelulla. Palvelupolun keskiössä on asiakkaan kokemus siitä hetkestä lähtien, kun hän saa kontaktipisteen valmentaja.net verkkopalvelusta. Oli kyseessä sitten ensimmäinen kohtaaminen verkkosivustolla, Facebookissa, LinkedInissä tai missä tahansa muualla. Tässä osassa kehittämishanketta keskitytään verkkosivuston palvelupolun parantamiseen. Palvelupolun loppupäämääränä on se, että asiakas löytää etsimäänsä palvelua mahdollisimman pienellä vaivalla ja on tyytyväinen löytämäänsä palveluun. Palvelupolulla on tärkeä merkitys, koska sillä havainnoidaan palvelun toimivuus ja se minkälaisen kokemuksen asiakas saa. Kokonaisuudessa siinä hahmottuu palvelun rakenne ja sen osatekijät. Jotta asiakkaat olisivat tyytyväisiä, pitää käyttökokemuksen olla mahdollisimman hyvä. Palvelun on kohdattava asiakkaansa kaikissa kontaktipisteissä, jotka vaikuttavat päätökseen hankkia henkilökohtaista palvelua, oli kyseessä sitten valmentajan tai hierojan palkkaaminen. Juuri siksi palvelupolun täytyy olla mahdollisimman hyvin tehty.

Palvelupolku auttaa sivuston tuottajaa luomaan palvelukokonaisuuden. Tässä kehittämissätyössä pyritään selkeyttämään asiakkaan palveluprosessia lisäämällä informaatiota verkkosivustolle ja johdattelemalla asiakas päätöksentekoon. Mielenkiintoista informaatiota sijoitetaan verkkosivustolla näkyvälle paikalle, jotta teksti olisi helposti klikattavissa ja luettavissa. Asiakkaalle on tarkoituksena tuoda ilmi, minkälaisesta palvelusta on kysymys, paljonko keskimäärin tulisi maksaa eri palveluista ja minkälaisia asiakaskokemuksia edellisillä asiakkailla on.

7.2 Facebook ja LinkedIn sivun parantaminen

Nykyisin ihmiset käyttävät paljon sosiaalista mediaa. Lähes jokaisella huippuyrityksellä on oma Facebook sivustonsa, joka toimii informaatiopaikkana, uutispaikkana, markkinointipaikkana ja linkkinä yrityksen varsinaisen verkkosivuston välillä. Erityisen tärkeää on toimiva Facebook sivusto silloin kuin tekee mainoksia Facebookissa, koska moni mainoksen

nähty klikkaa ensimmäisenä yrityksen omille Facebook sivuille ollessaan jo valmiiksi Facebookissa. Tästä syystä on erityisen tärkeää että sivu on selkeä, antaa riittävää tietoa yrityksen toiminnasta ja toimii linkkinä varsinaiseen palvelun ostopaikkaan.

Facebook sivun luomisessa ja sen parantamisessa on otettava huomioon, mitä sivulla tavoitellaan. Tässä tapauksessa valmentaja.net tavoittelee sivuston kautta julkisuutta, medianäkyvyyttä ja tunnettavuutta. Erityisen tärkeää on, että vierailija ymmärtää, mistä palvelusta on kyse ja kiinnostuu palvelusta. Tavoitteena on, että asiakas vieraillee Facebook sessionsa aikana valmentaja.net verkkosivustolla ja ideaalitapauksessa käyttää sieltä löytämäänsä palvelua.

Erilaisten toimintojen avulla Facebook sivustolla voi luoda painikkeita, joiden avulla asiakas voi soittaa yritykselle, katsoa mainosvideon tai tutustua muuten verkkopalveluun. Sivuston avulla voi seurata kävijämääriä, julkaista tietoa, kirjoittaa ja vastaanottaa asiakkaiden viestejä, luoda tapahtumia jne. Yrityssivun avulla voi tarkastella parhaimmillaan ihmisten kuluttajakäyttäytymistä, mielenkiinnon kohteita tai vaikkapa sukupuolijakaumaa, kun tehdään esimerkiksi markkinointikampanjaa.

Tämän kehitystoimenpiteen tavoitteena oli optimoida Facebook sivu vastaamaan tämän päivän tarpeita, sekä tehdä siitä mielenkiintoinen ja informatiivinen.

LinkedIn on puolestaan sosiaalinen mediakanava, joka on suunnattu ammatilliseen verkostoitumiseen. Siellä on noin 300 miljoonan ammattilaisen profiilit, joista Suomalaisia on 900 000. Samalla tavalla kuin muissa sosiaalisen median kanavissa, voidaan LinkedInissä tehdä maksullista markkinointia. LinkedInin etuna ovat sen tarkat kohdennusmahdollisuudet, jolla voi saada näkyvyyttä yritykselle. Mainoksia on mahdollista kohdentaa maantieteellisen sijainnin, työnimikkeen ja toimialan mukaan.

Mainoksen hinta määräytyy LinkedIn palvelussa samoin periaattein kuin Google AdWordsissa, eli joko klikkausten tai näyttökertojen perusteella. Pääsääntönä on, että mitä tarkempi kohdennus, sitä kalliimpi hinta. Minimihinta on vähintään 2 euroa per klikkaus tai per 100 näyttöä ja päiväkohtainen minimibudjetti on vähintään 10 euroa. Oikea markkinointi kohdennus vaatii testausta eri kohderyhmille.

LinkedInissä on mahdollisuus myös mainostaa orgaanisesti, esimerkiksi verkostoitumalla eri ihmisten ja yritysten kanssa ja laittamalla heille mainosviestiä. Tämä ei ole kovin tehokasta markkinointia, mutta toisinaan se saavuttaa tuloksia, koska varsinaisia kontaktipyynnöitä ei välttämättä pidetä mainoksina. Esimerkkinä Personal Trainer Finland hakusanalla,

löytää LinkedIn yli tuhat personal trainer ammattilaista, jotka ovat luoneet LinkedIn profiilin. Lähettämällä kontaktipyynnön heille, voi herättää heidän mielenkiintonsa.

Tämän kehitystyön tavoitteena oli luoda LinkedIniin sponsoroitua sisältöä, joka johdattelee liikunta ja hyvinvointia-alan ammattilaisia valmentaja.net verkkosivustolle. Tavoitteena oli, että ammattilaiset kiinnostuisivat luomaan profiilinsa sivustolle. Tässä kehitystyön vaiheessa päädyttiin tekemään vain orgaanista eli maksutonta markkinointia taloudellisista syistä.

7.3 Facebook markkinointi

Markkinoinnin suoria verkkosivustoon kohdistuvia tuloksia pystytään seuraamaan google Analytics ohjelman avulla. Ohjelman avulla pystytään seuramaan mm. verkkosivustoon kohdistuvia klikkauksen määriä, verkkosivustolla vietettyä aikaa ja ihmisten käyttäytymistä eli polkua verkkosivustolla. Facebook markkinoinnilla tavoitellaan brändin tunnettavuuden ja maineen rakentamista, sekä houkutellaan asiakkaita tutustumaan palveluun. Oikein rakennettu kampanja on kustannustehokas ja sillä voidaan päästä hyviin tuloksiin. Sen avulla voidaan tavoittaa helposti tuhansia ihmisiä ja kohdistaa markkinointia esimerkiksi tietynlaisiin ihmisiin iän, sukupuolen, kiinnostuksen kohteiden ja muiden muuttujien perusteella. Facebookin mukaan mainoksella pystytään tavoittamaan parhaillaan 90 000 ihmistä, jotka ovat kiinnostuneet kuntoilusta ja hyvinvoinnista kohdistamalla mainos oikein. Kaiken kaikkiaan Suomessa on 2.5 miljoonaa Facebook käyttäjää.

Tässä työssä tehdään 2 markkinointikampanja ja analysoidaan niiden saavuttamia tuloksia Facebookin oman tulosohjelman avulla, sekä Google Analytics ohjelman avulla. Näiden tulosten kokonaisvaikutus on ratkaiseva markkinointikampanjan menestymisen kannalta. Ensimmäisen markkinointikampanjan tarkoitus on parantaa tunnettavuutta ja selkeyttää verkkopalvelun toimintatapaa. Se avulla pyritään parantamaan ihmisten mielikuvia siitä, miten helppoa ja kätevää palvelun käyttäminen on. Toisen kampanjan tavoitteena on saada palveluntarjoajat näkemään verkkopalvelun hyödyn heille, ja samalla houkutella uusia asiakkaita.

7.4 Palveluntarjoajien lisääminen

Tässä opinnäytetyössä palveluntarjoajina tarkoitetaan kaikkia niitä, jotka voivat tehdä profiilin valmentaja.net verkkopalveluun. Useimmiten he ovat personal trainereita, urheiluvallmentajia, hieroja ja muita liikunta- ja hyvinvoinnin palveluntarjoajia. Palveluntarjoajia

tässä työssä on tarkoitus lisätä erilaisin toimenpitein. Näitä toimenpiteitä ovat suora yhteydenotto mahdollisiin palveluntarjoajiin sähköpostitse, yhteydenotto LinkedInin kautta ja Facebook yhteydenotto.

Projektin alussa kerättiin useampi sata sähköpostiosoitetta googlessa käytettävillä sopivilla hakusanoilla esimerkiksi personal trainer, valmentaja, hieroja jne. Tämän jälkeen luotiin sopiva lähestymisteksti, joka lähetettiin sähköpostitse. Asiakaan lähestymistekstiä kirjoittaessa käytettiin apuna liikkeenjohdon konsulttia Juha Pitkärantaa VPR Consulting Oy:stä. Ratkaisuun päädyttiin siksi, että sähköpostimarkkinoinnissa ensimmäisillä sanoilla ja otsikolla on valtava merkitys sen kannalta, avaako kyseinen henkilö saamaansa sähköpostin vai siirtääkö suoraan lukematta roskakoriin. Konsulttiyhtiön Juha Pitkäranta oli nimenomaan perehtynyt täsmällisiin ja tehokkaisiin viesteihin.

8 Projektin tulokset

Tässä kehittämistyössä onnistuttiin kehittämään erityisesti verkkosivuston sisältöä ja sen ulkoasua, sekä varsinaista verkkosivustoa tukevia sosiaalisia medioita Facebookia ja LinkedIniä. Facebook seuraajien määrä kasvoi lähes 100:llä seuraajalla yltäen tämänhetkiin lähes tuhanteen seuraajaan. LinkedInissä onnistuttiin verkostoitumaan yli 300 liikunnan- ja hyvinvoinnin ammattilaisen kanssa. Facebookin mainoskampanjat tuottivat 2770 uutta verkkosivusto vierailua. Sähköpostimarkkinoinnin avulla saatiin 13 uutta palveluntarjoajaa verkkosivustolle.

8.1 Palvelupolun muutokset

Palvelua onnistuttiin parantamaan merkittävästi tuomalla hyvin olennaista palvelusisällön kuvausta ja informaatiota verkkosivustolle. Nykyinen palvelupolku selkeyttää ja helpottaa asiakasta tekemään päätöksiä palveluntarjoajien palkkaamisessa. Verkkosivustolle muutoksia tehdessä on pyritty näkemään kaikki sellaisen asiakkaan silmin, joka astuu verkkosivustolle ensimmäistä kertaa eikä myöskään tiedä juurikaan mitään siitä, mikä palvelu on kyseessä ja miten hän voisi mahdollisesti hyötyä tästä palvelusta. Olennainen informaatio pyrittiin tuomaan asiakkaan eteen keskeiselle paikalle ensimmäisillä vierailusekunneilla (kuva1). Näitä tekstejä ovat uudistunut palvelunkuvaus, oikean henkilön löytäminen, liity palveluntarjoajaksi, mitä hyötyä henkilökohtaisesta valmentajasta, asiakaskokemuksia ja hinnat. Tekstien sisällöt ja kuva verkkopalvelun etusivusta on katsottavissa alla.



Kaikille ilmainen liikunnan ja hyvinvoinnin hakupalvelu

Suomi on täynnä huippuosaavia liikunnan ja hyvinvoinnin ammattilaisia ja arviolta **750 000 - 1,5** miljoonaa tavoitteellisia harrastajaa, jotka eivät löydä itselleen sopivaa apua. Valmentaja.net uudistaa liikunta-alan palveluiden löytämisen uudelle tasolle.

> Personal training



ETSI

> Urheiluvalmennus



ETSI

> Liikunnanohjaus



ETSI

> Hieronta



ETSI

> Ravintovalmennus



ETSI

> Fysioterapia



ETSI

> Mentaalivalmennus



ETSI

> Testaus



ETSI

> Urheilulääkäri



ETSI

> Lasten liikunta



ETSI

> Erityisliikunta



ETSI

> Yrityspalvelut



ETSI



Kuva 1. Valmentaja.net verkkopalvelun etusivu

8.1.1 Uudistunut palvelukuvaus

Verkkosivuston etusivulle on lisätty karuselli (kuva 2), eli toiminto, jossa kuva ja teksti näkyvät sivustolla vieraileville vain hetken aikaa, jonka jälkeen kuva ja teksti vaihtuvat. Karusellissa vaihtuvat yhteensä kolme kuvaa ja tekstiä, joiden tarkoituksena on viestiä mahdollisimman hyvin asiakkaalle mistä palvelusta on kysymys. Jokaisesta kuvaa voi klikata ja ne on linkitetty vastaamaan kuvan sisällä olevaa tekstiä. Esimerkiksi klikkaamalla liikunnan- ja hyvinvoinnin palveluntarjoajille tarkoitettua kuvaa, se vie verkkosivulla vierailevan luomaan profiilia ja vastaavasti klikkaamalla asiakkaille tarkoitettua kuvaa, se vie asiakkaan vertailemaan erilaisia palveluntarjoajia.

Ensimmäisen kuvan teksti (kuva 1):

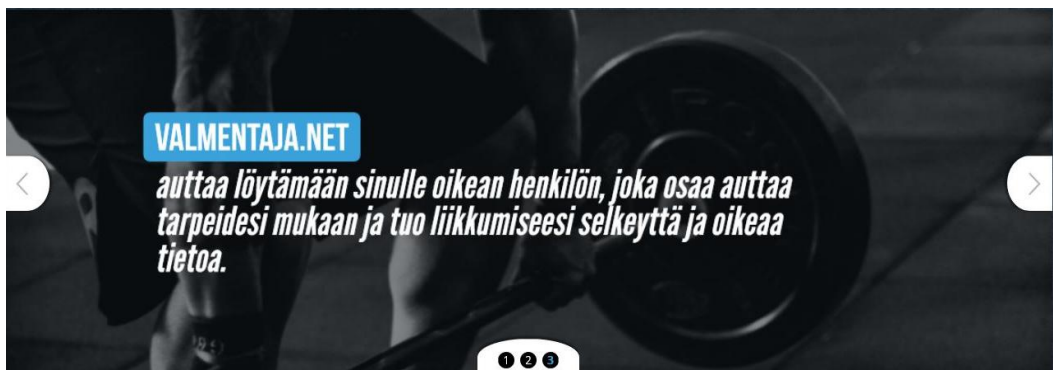
”Valmentaja.net on netissä toimiva markkinapaikka, jonka kautta liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneet asiakkaat voivat helposti etsiä ja löytää itsellensä sopivaa palvelua.”



Kuva 2. uudistunut palvelukuvaus

Karusellin toinen teksti (kuva 3):

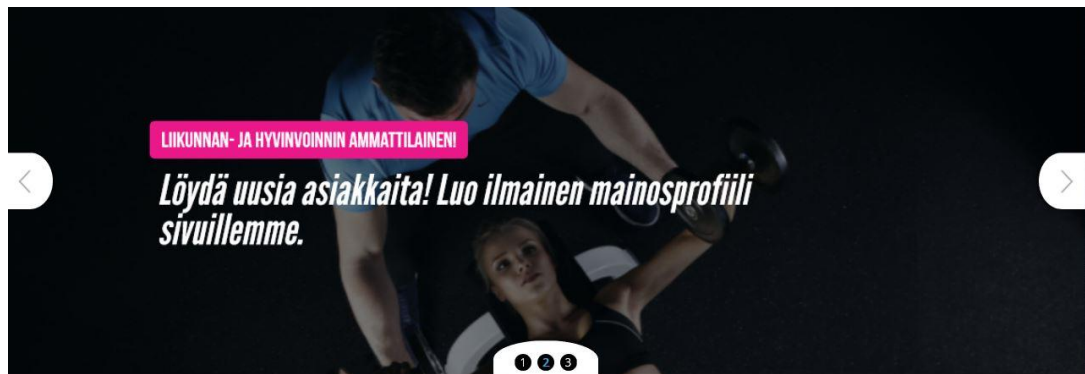
”Valmentaja.net auttaa löytämään oikean henkilön, joka osaa auttaa tarpeiden mukaan ja tuo liikkujille selkeyttä ja oikeaa tietoa. Samalla liikunta-alan ammattilaiset löytävät itselle asiakkaita.”



Kuva 3. Oikean henkilön löytäminen palvelun avulla

Karusellin kolmas teksti (kuva 4) houkuttelee liikunnan- ja hyvinvoinnin palveluntarjoajia tekemään oman profiilin. Teksti:

”Löydä uusia asiakkaita! Luo ilmainen mainosprofiili sivuillemme.”



Kuva 4. Liity palveluntarjoajaksi

8.1.2 Mitä hyötyä on harjoitella henkilökohtaisen valmentajan kanssa?

Valmentaja.net-sivustolla asiakkaalle kerrotaan harjoittelun hyödyistä henkilökohtaisen valmentajan kanssa:

”Harjoittelu henkilökohtaisen valmentajan kanssa lisää harjoittelun turvallisuutta, tehokkuutta ja sitoutuneisuutta. Saavutat varmasti parempia tuloksia lyhemmissä ajassa kuin itsenäisesti harjoitellessasi. Henkilökohtainen valmentajasi kannustaa ja tukee sinua harjoittelun eri vaiheissa, sekä lisää motivaatiota. Harjoittelemisen valmentajan kanssa perustuu aina tieteellisesti tutkittuihin menetelmiin.

Henkilökohtainen valmennus sopii kaikille tavallisista kuntoilijoista huippu-urheilijoihin. Valmentaja opettaa sinulle oikeat suoritustekniikat ja rytmittää harjoittelusi oikeille päiville. Valmennusjakson lopussa pystyt harjoittelemaan opituilla tekniikoilla itsenäisesti.

Yhteistyö alkaa aina alkukartoituksella, jossa selvitetään missä kunnossa olet ja minkälaisia toiveita ja tavoitteita sinulla on harjoittelun suhteen. Seuraavaksi laaditaan harjoitusohjelma, joka käydään läpi yhdessä. Sovit valmentajasi kanssa koska harjoitellaan ja miten. Olet paljon sitoutuneempi ja motivoituneempi harjoittelemaan, kun sinulla on henkilökohtainen valmentaja.

Kaiken harjoittelun ei tarvitse tapahtua kuntosalilla tai missään nimetyssä liikuntapaikassa. Valmennus ja harjoittelu voi tapahtua ulkona tai kotonasi. Haluatko harjoitella kumppanisi, kaverisi tai perheenjäsenen kanssa? Voit sopia siitä valmentajasi kanssa. Silloin hintakin on usein huokeampi. Ei muuta, kun valitsemaan sopivaa valmentajaa!”

8.1.3 Hinnat

Valmentaja.net-sivustolla (Taulukko 4) asiakkaalle kerrotaan palveluntarjoajien keskimääräisistä hinnoista.

”Henkilökohtaisen valmentajan tai muun hyvinvoinnin asiantuntijan palkkaaminen maksaa keskimäärin 20–100 euroa per tapaaminen, riippuen siitä kuinka monta tapaamista teillä on sovittuna. Yksittäiset valmennuskerrat usein maksavat enemmän kuin pakettivalmennukset. Usein voit sopia valmentajasi kanssa pakettihinnan esimerkiksi 5 kerran, 10 kerran tai 20 kerran valmennuksesta. Jotkut palveluntarjoajat tarjoavat myös rajatonta 1-6 kuukauden yhteistyösopimusta, jossa saat niin monta tapaamiskertaa kuin haluat.”

Taulukko 4. Hintojen vaihtelu eri palvelutarjoajilla

<p>Hieronta</p> <p>30min 20-50€ 45min 30-60€ 60min 35-100€ 90min 60-120€</p>	<p>Personal trainer</p> <p>1 tapaaminen 30-100€ 5 tapaamista 150-300€ 10 tapaamista 300-500€ 1kk 300-500€ 3kk 400-900€</p>
<p>Urheiluvalmentaja</p> <p>1 tapaaminen 15-65€ 5 tapaamista 100-300€ 10 tapaamista 200-500€ 1kk 150-500€ 3kk 250-900€</p>	<p>Ravintovalmennus</p> <p>Ravintokartoitus 25-80€ Ravintoneuvonta 60-150€ Ravintoanalyysi 90-150€</p>
<p>Yrityслиikunta</p> <p>Työhyvinvointivalmennus 100-200€ Työpaikkaliikunta 50-100€/h Inbody mittaus 25-75€ Kuntotestaus 50-75€/ hlö Työhyvinvointipäivä 100-500€ Painonpudotusryhmät 75-120€ Personal training 50-75€/ kerta</p>	<p>Fysioterapia</p> <p>45min 50-75€ 60min 55-70€ 75min 75-100€</p>

8.1.4 Asiakaskokemuksia

Asiakaskokemukset ovat hyvin tärkeitä lähes minkä tahansa liiketoiminnan kannalta. Tässä kehitystoimenpiteessä haluttiin tuoda esille hyviä kokemuksia ja tarinoita, jotka kannustavat ja innostavat ihmisiä palkkaamaan henkilökohtaisia kunto-ohjaajia, valmentajia ja muita palveluntarjoajia. Se miten asiakas kokee saadun palvelun, määrittää sen mihin suuntaan yrityksen brändi ja maine kehittyy. Asiakaskokemukset koostuvat kohtaamisista, mielikuvista ja tunteista. Asiakkaiden onnistumiset, elämykset ja saavutukset viestivät nopeasti muille ihmisille toimivasta palvelusta ja siten pystytään saavuttamaan orgaanista tunnettavuutta. Asiakkaiden määrät kasvavat ja ihmiset alkavat käyttämään palvelua entistä enemmän.

Asiakaskokemukset ovat luettavissa liitteestä 1.

8.2 Uudistunut Facebook sivu

Facebook sivun kehittämisessä lähdettiin liikkeelle sivun ulkoasusta. Ensimmäisenä muokattiin kansikuvaa. Osuvalla kansikuvalla pyrittiin viestimään asioita, jotka viittaavat uudistumiseen ja terveelliseen elämäntapaan. Toisaalta taas kansikuvan teksti kertoo asiakkaalle mistä tässä verkkosivustossa on kyse:

”Valmentaja.net on netissä toimiva markkinapaikka, jonka kautta liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneet asiakkaat voivat helposti etsiä ja löytää itsensä sopivaa palvelua.”

Seuraava toimenpide oli ”katso video”-painikkeen luominen ja mainosvideon lisääminen. Mainosvideoksi valittiin triathlon valmentajan ja fysioterapeutin Kim Harjun (kuva 5) kertomus siitä, miten valmentaja.net sivusto on hyödyttänyt häntä ja miten palvelu toimii.



Kuva 5. Katso video-painike

Facebook antaa mahdollisuuden kertoa yrityksen toimintavoista, tuotteista ja palveluista. Seuraava toimenpide oli kertoa yrityksen tarina (kuva 6), johon Facebookiin sivuilla vierailleva asiakas voi millä hetkellä tahansa tutustua. Tarinan on tarkoitus avata asiakkaalle, miten palvelu toimii ja rohkaista käyttämään palvelua.



Kaikille maksuton liikunnan ja hyvinvoinnin hakupalvelu!

VALMENTAJA.NET · 26. HELMIKUUTA 2018

Valmentaja.net on netissä toimiva markkinapaikka, jonka kautta liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneet asiakkaat voivat helposti etsiä ja löytää itselle sopivaa palvelua.

Asiakkaana voit vertailla palveluntarjoajien kokemusta, hintaa ja osamista. Palvelun käyttäminen on kaikille ilmaista. Maksat vain valmennuksesta valmentajallesi!

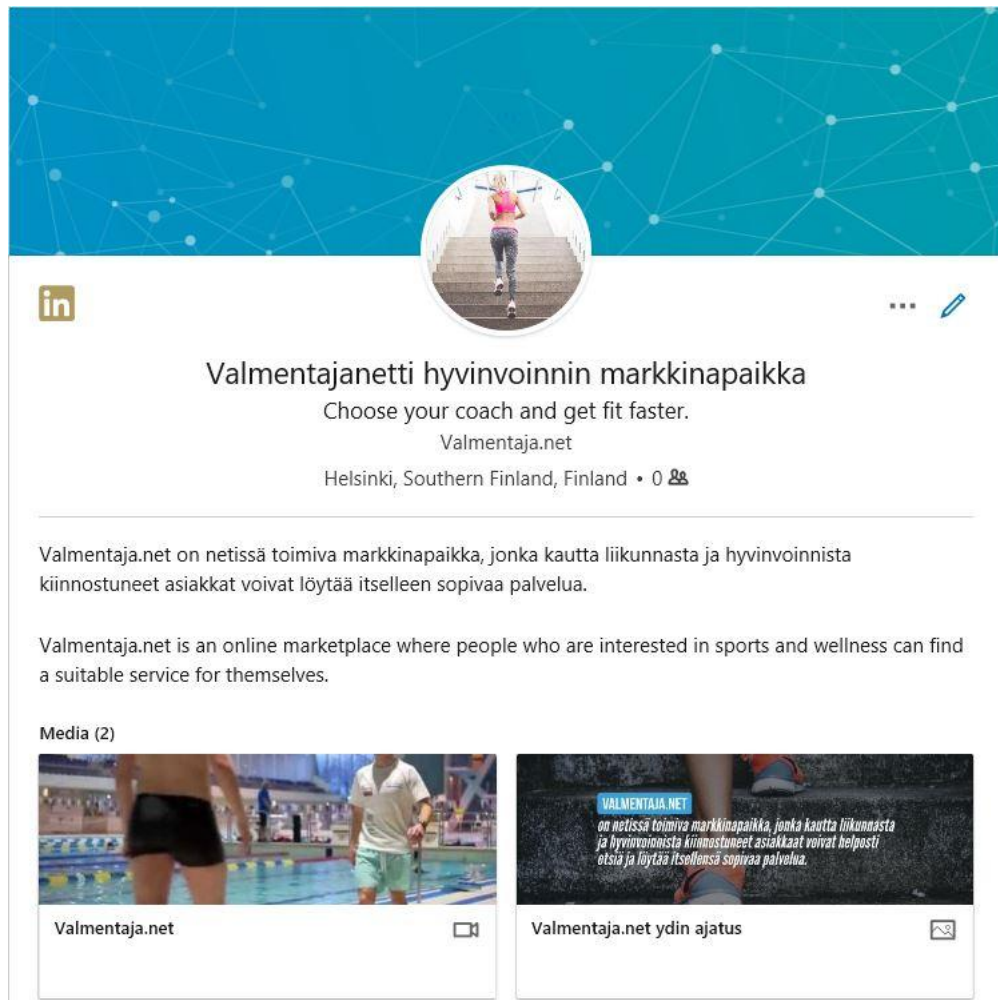
Liikunnan tai hyvinvoinnin ammattilaisena voit tehdä ilmaisen profiilin sivustollemme, jonka jälkeen pääset palveluntarjoajaksi ja voit saada uusia asiakkaita.

Kuva 6. Yrityksen tarina

Facebook sivulla tehtiin tarvittavat muutokset, jotta vierailijan silmin yritys näyttää hyvin ylläpidetyltä ja selkeältä. Sivustosta saa tarvittavaa tietoa ja käyttäjä pystyy tutustumaan ennakkoon erilaisiin mainosvideoihin, sekä lukemaan liikuntaan ja hyvinvointiin liittyviä viikokkaisia julkaisuja. Sivustoa kehitettiin niin, että vierailija pystyy soittamaan yritykseen suoraan puhelin painikkeesta näppäilemättä numeroa tai vierailemaan varsinaisella verkkopalvelusivustolla suorasta linkistä.

8.3 LinkedIn profiili

Tässä kehitystyön vaiheessa luotiin LinkedIn profiili (kuva 7), jotta pystytään tekemään suoria kontaktipyynnöitä niihin henkilöihin, jotka ovat ilmoittaneet olevansa liikunta- tai hyvinvoinnin ammattilaisia. Aluksi otettiin LinkedInin profiiliin käyttöön luomalla yrityskuvaus, taustakuvat, osaamisalueet, työskentelykentän ja muut LinkedIniin liittyvät yhteystiedot. Ammattimaista markkinointia varten otettiin käyttöön maksullinen LinkedIn Premium palvelu määrääjäksi.



Kuva 7. LinkedIn profiili

8.4 LinkedIn sivun tuloksia

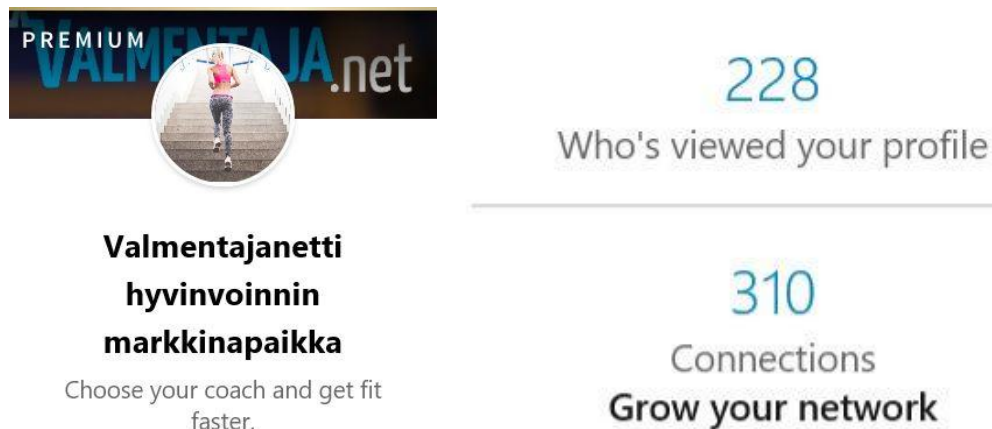
LinkedIn haussa hakusanalla Personal Trainer Finland löydettiin yli tuhat personal trainer nimikkeellä olevaa henkilöä. Osalle heistä lähetettiin yhteydenottopyyntö, joka toimii samalla markkinointi keinona ja ikään kuin vinkkinä mahdollisuudesta luoda profiili verkkosivustolle. Yhteydenottopyyntöjen tekeminen ja niiden lähettäminen on kuitenkin kohtalaisen hidasta. Kontaktipyntöjä lähetettiin kuitenkin useita satoja.

Kontaktipyntöjen lisäksi LinkedIn mahdollistaa 20 viestin lähettämisen kuukaudessa täysin tuntemattomalle henkilölle. Tässä hakkeessa kohdistettiin nuo 20 viestiä juuri niille henkilöille, jotka todennäköisemmin olisivat kiinnostuneita luomaan valmentaja.net profiilin verkkosivustolle. Kyseisille henkilöille lähetettiin seuraava viesti:

”Tutustu valmentaja.net palveluun ja luo maksuton profiili sivullemme. Voit saada lisää asiakkaita ja hyödyntää ammattitaitoasi.

Valmentaja.net on netissä toimiva markkinapaikka, jonka kautta liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneet asiakkaat voivat helposti etsiä ja löytää itsellensä sopivaa palvelua. Sivuston avulla asiakas voi vertailla eri palvelun tarjoajia ja ottaa heihin yhteyttä. Palvelun käyttäminen on kaikille ilmaista, asiakas maksaa sinulle vain valmennuksesta.”

Näiden suorien viestien lisäksi lähetettiin satoja yhteydenottopyyntöjä, joista yli 300 ihmistä hyväksyi yhteydenottopyynnön ja heistä 228 tutustui profiiliin (kuva 8). Siirtymisiä varsinaiselle verkkosivustolle pystyttiin seuraamaan vain Google Analytics ohjelman avulla.



Kuva 8. LinkedIn kontaktien määrä.

8.5 Facebook markkinointi kampanjat

J&L Olet valinnut kohdentamiseen **miehet ja naiset, 24–60**, joiden asuinpaikkana on **1 sijainti** ja joilla on **6 kiinnostuksen kohdetta**.

Sijainti – asuu paikassa:
Suomi: 60,18 (leveys), 24,95 (pituus), Helsinki (+44 km)
Uusimaa

Poissuljetut yhteydet:
Sulje pois sivusta valmentaja.net tykkäävät ihmiset

Ikä:
24–60

Sulje pois:
Kiinnostuksen kohteet: Teollisuus

Ihmiset, jotka vastaavat näitä:
Kiinnostuksen kohteet: Urheilu, Kuntoilu, Ravitsemus, Liikunta, Kuntosalit tai Hyvinvointi

Vastaavat myös näitä:
Kiinnostuksen kohteet: Liikunta, Vapaa-aika, Valmentaja tai Henkilökohtainen kunto-ohjaaja ja Tehtävänimike: personal trainer

[Piilota koko yhteenveto](#)

Tätä markkinointia näytetään 7 päivää

Tämän markkinoinnin kokonaisbudjetti on 35,00 USD

valmentaja.net
Sponsoroitu

Helppo ja kätevä liikunnan ja hyvinvoinnin hakupalvelu

VALMENTAJA.NET
on netissä toimiva markkinapaikka, jonka kautta liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneet asiakkaat voivat helposti etsiä ja löytää itsellensä sopivaa palvelua.

valmentaja.net
Julkinen palvelu
906 henkilöä tykkää tästä.

Tykkää sivusta

Kuva 9. Facebook markkinointikampanja, Kuvamainos

Näiden mainoskampanjoiden (kuva 9 ja 10) tavoitteena oli kohdistaa mainos juuri sopivalle ikäryhmälle ihmisiä, joiden kiinnostuksen kohteet vastaavat mahdollisimman tarkasti verkkopalvelun tarjontaa. Ikäjakaumaksi valittiin 24–60-vuotiaat henkilöt, joiden kiinnostuksen kohteina ovat urheilu, kuntoilu, ravitsemus, liikunta, kuntosali ja hyvinvointi. Tämän lisäksi mainosta kohdennettiin ihmisille jotka ovat kiinnostuneita liikunnasta, vapaa-ajasta, valmentajista, kunto-ohjaajista ja personal trainereista. Näiden mainosten markkinoinnin kokonaisbudjetiksi asetettiin 35 dollaria per mainos ja kestoksi 7 päivää. Mainos kohdistettiin näkymään Uudellamaalla, koska arvioitiin, että sillä alueella löytyisi eniten palvelun mahdollisia käyttäjiä. Tavoitteena oli myös saada palvelu tunnetuksi aluksi pääkaupunkiseudulla ja Etelä-Suomessa. Kuvamainoksen avulla tavoiteltiin niitä ihmisiä, jotka mahdollisesti kiinnostuvat palvelusta ja ovat potentiaalista palvelun käyttäjäryhmää. Facebook arvioi, että juuri edellä mainittujen hakusanojen avulla pystytään tavoittamaan parhaimmillaan 200 000 ihmistä. Tämä on kuitenkin vain arvio siitä, kuinka isolla osalla ihmisistä on kiinnostuksen kohteena kyseiset hakusanat. Varsinaisia verkkovierailujen määräksi Facebook arvioi 3-6 päivässä per mainos, mikä vaikuttaa pieneltä määrältä.

Saa ihmiset katselemaan videosi

- Kohdentamisen kautta valitsemasi ihmiset
- Sivustasi tykkäävät henkilöt
- Sivustasi tykkäävät henkilöt ja heidän kaverinsa
- Hyvinvointi ja liikunta [Muokkaa](#)

Sijainti – asuu paikassa: Suomi: 60,18 (leveys), 24,95 (pituus), Helsinki (+44 km) Uusimaa

Poissuljetut yhteydet: Sulje pois sivusta valmentaja.net tykkäävät ihmiset

Ikä: 24–60

Sulje pois: Kiinnostuksen kohteet: Teollisuus

Ihmiset, jotka vastaavat näitä: Kiinnostuksen kohteet: Liikunta, Valmentaja, Vapaa-aika tai Henkilökohtainen kunto-ohjaaja, Tehtävänimike: personal trainer

Vastaavat myös näitä: Kiinnostuksen kohteet: Kuntoilu, Ravitsemus, Liikunta, Urheilu, Hyvinvointi tai Kuntosalit

[Vähemmän](#)

Pääkaupunkiseutu

[Näytä kaikki 6](#) | [Luo uusi kohderyhmä](#)

Instagram

Esitä mainos Instagramissa

PÖYTÄKONEEN UUTISET MOBIILIN UUTISET INSTAGRAM

valmentaja.net
Sponsoroitu · ©

Valmentaja.net on netissä toimiva markkinapaikka, jonka kautta liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneet asiakkaat voivat helposti etsiä ja löytää itsellensä sopivaa palvelua. Sivuston avulla asiakas voi vertailla eri palveluntarjoajien kokemusta, koulutusta ja hintoja. Palvelun käyttäminen on kaikille ilmaista, asiakas maksaa vain valmennuksesta valitsemalle valmentajalle.

Löydä oma valmentajasi!

Klikkaamalla Markkinoi hyväksyt Facebookin käyttöehdot | ohje- ja tukikeskuksessa

[Peruuta](#) [Markkinoi](#)

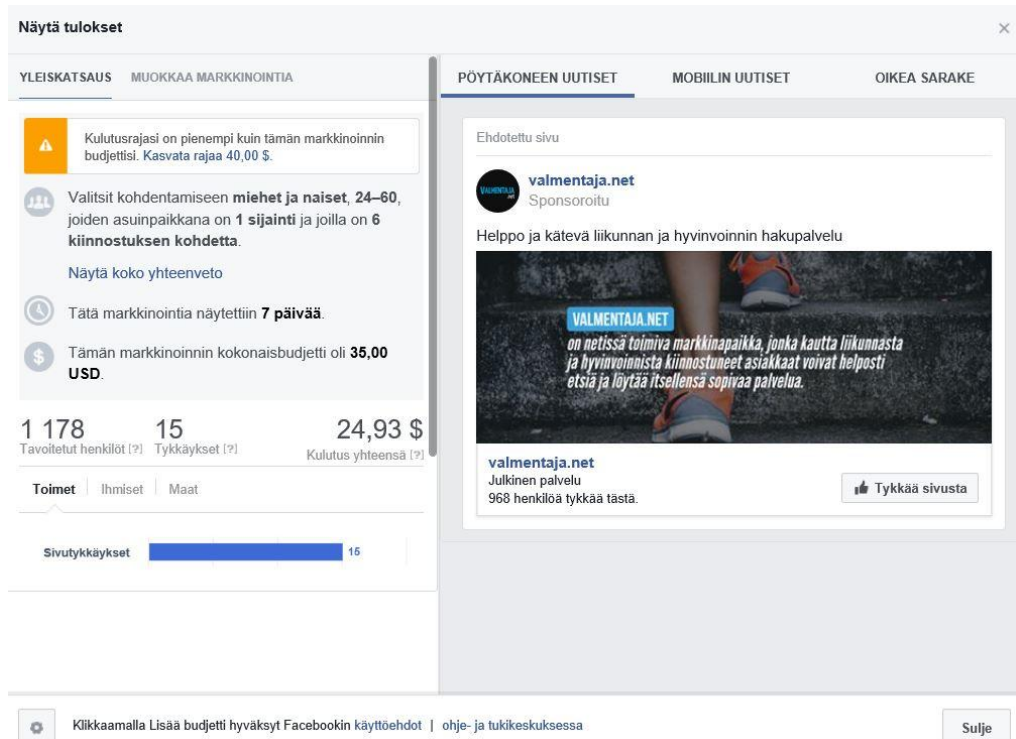
Kuva 10. Facebook mainoskampanja, Videomainos

8.6 Facebook markkinoinnin tulokset

Facebook markkinoinnin tulokset kuvamainoksen osalta jäivät varsin pieneksi, verrattuna saman hintaluokan videomainokseen. Kuvamainos (kuva 11) tavoitti 1178 henkilöä, joista 15 henkilöä alkoi valmentaja.net Facebook sivun seuraajaksi. Reilusta tuhannesta ihmisestä päätyi verkkosivuston vierailijaksi vain pieni osa. Kuva mainos onnistui tavoittamaan selkeästi enemmän naisia, kuin miehiä. Kokonaisuudessaan 67.5 % mainoksen katsojista oli naisia ja 32,5 % miehiä (kuvio 5). Tästä johtopäätöksenä voidaan olettaa, että tämän tyyppinen mainos vetoaa enemmän naisiin kuin miehiin. Tämä tilasto saattaa kertoa myös palvelusta kiinnostuneiden sukupuolijakaumasta.



Kuvio 5. Kuvamainoksen sukupuolijakauma



Kuva 11. Kuvamainoksen tulokset

Videomainos (kuva 12) onnistui tavoittamaan neljä kertaa enemmän kohdehenkilöitä, kun kuvamainos. Videolla tavoitettiin 4411 henkilöä, joista 20,3 % oli naisia ja 79,7 % oli miehiä. Tämän tyyppinen video onnistu vetoamaan selkeästi enemmän miehiin kuin naisiin. Videon näyttökertoja kertyi 1943 kappaletta. Valmentaja.net linkkiä klikkasi 8 ihmistä.

Näytä tulokset

YLEISKATSAUS MUOKKAA MARKKINOINTIA

PÖYTÄKONEEN UUTISET MOBIILIN UUTISET INSTAGRAM

Arvioi markkinoinnin tehokkuutta.
★★★★★

Kulutusrajasi on pienempi kuin tämän markkinoinnin budjetiksi. Kasvata rajaa 40,00 \$.

Valitsit kohdentamiseen miehet ja naiset, 24–60, joiden asuinpaikkana on 1 sijainti ja joilla on 6 kiinnostuksen kohdetta.
Näytä koko yhteenveto

Tätä markkinointia näytettiin **7 päivää**.

Tämän markkinoinnin kokonaisbudjetti oli **35,00 USD**.

4 411 Tavoitetut henkilöt **8** Klikkaukset **20,38 \$** Kulutus yhteensä [?]

Toimet Ihmiset Maat

eoiden näyttökerrat **1 943**

Linkin klikkaukset **8**

valmentaja.net
Sponsoroitu · €

Valmentaja.net on netissä toimiva markkinapaikka, jonka kautta liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneet asiakkaat voivat helposti etsiä ja löytää itsellensä sopivaa palvelua. Sivuston avulla asiakas voi vertailla eri palveluntarjoajien kokemusta, koulutusta ja hintoja. Palvelun käyttäminen on kaikille ilmaista, asiakas maksaa vain valmennuksesta valitsemalle valmentajalle. Saavutat paljon parempia tuloksia lyhemässä ajassa palkkaamalla valmentajan!

Löydä oma valmentajasi!

Katso lisää

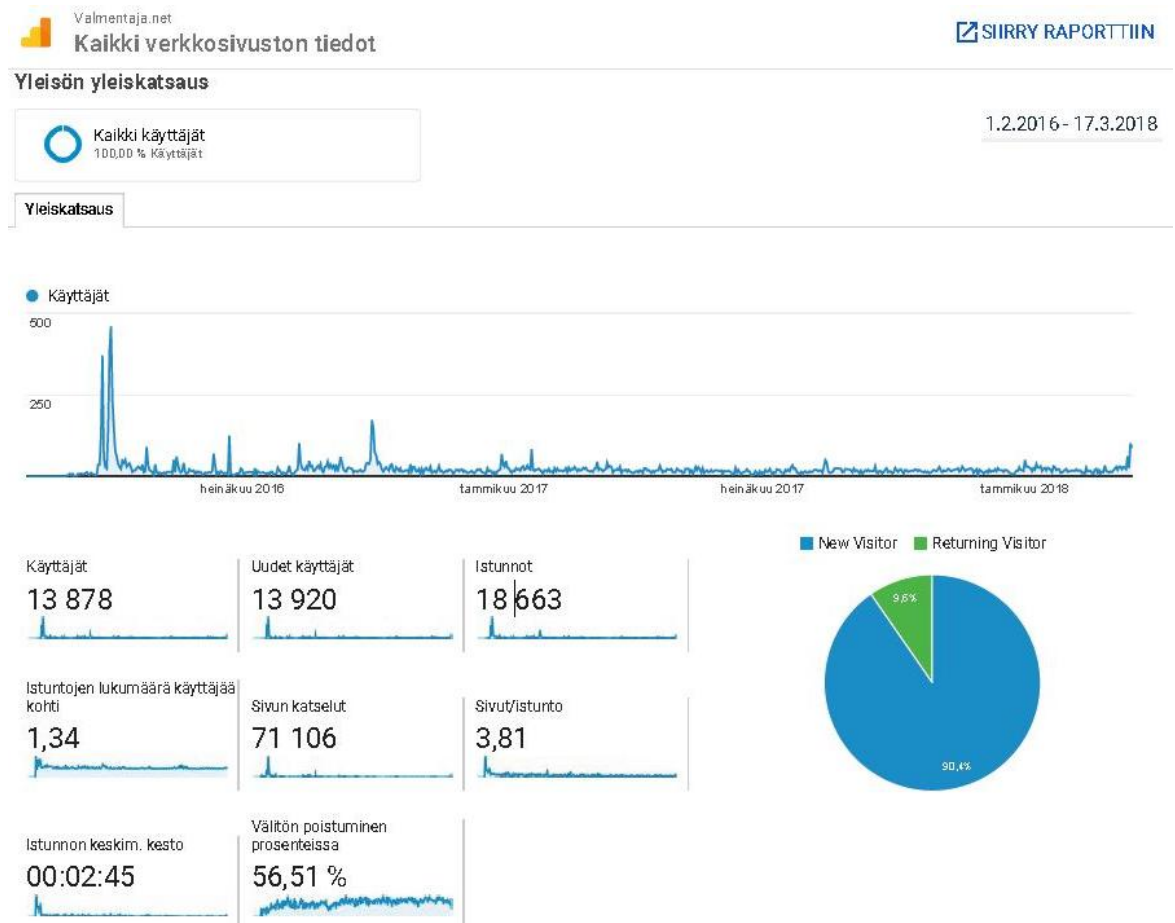
Klikkaamalla Lisää budjetti hyväksyt Facebookin käyttöehdot | ohje- ja tukikeskuksessa

Sulje

Kuva 12. Videomainoksen tulokset

8.7 Markkinoinnin kokonaistulokset

Noin kuukauden kestänyt sähköposti ja markkinointikampanjat tuottivat 2770 uutta vierailijaa verkkosivustolle. Sivuston välitön poistumisprosentti oli 56 % ja se pysyi samana kuin ennenkin. Istunnon keskimääräinen kesto lyheni yhdellä sekunnilla. Suurimman kävijämääripiikin tuotti Facebookin videokampanja. Se kohotti hetkellisesti verkkosivuston kävijämäärää noin 80 prosentilla.



Kuvio 6. Yleiskatsaus kävijätilastoihin aikavälillä 1.2.2016–17.3.2018

Google Analytics tilastojen mukaan Facebook, LinkedIn ja sähköposti markkinoinnin kokonaistulokset vaikuttivat kasvattavan verkkosivun kävijämääriä merkittävästi. Tulokset olivat kuitenkin huonommat verrattuna verkkosivuston ensimmäiselle kampanjalle, joka toteutettiin vuonna 2016. Silloin kävijämäärät olivat parhaimmillaan lähes 500 (kuvio 6), kun nyt päästiin parhaimmillaan 120 kävijään päivässä. Silloin videomainoksissa käytettiin tosin julkisuuden henkilöitä. Tämä antaa selkeätä vertailupohjaa eri mainosten tehokkuudesta. Verkkopalvelusivustolle tehtiin 13 uutta palveluprofiilia, ja sei jäi hieman tavoitellusta 20 profiilista.

9 Pohdinta

Tässä työssä onnistuttiin jatkokehittämään valmentaja.net verkkopalvelua, joka tässä laajuudessaan on ainutlaatuinen Suomessa. Verkkopalvelusta tekee ainutlaatuisen seikka, että tarjolla on palveluntarjoajia monipuolisesti eri kategorioista, joita ei muilla samantapaisilla sivuilla ole. Missään muussa vastaavanlaisessa sivustossa ei pystytä löytämään yhtä helposti henkilökohtaista urheiluvalmentajaa, joka on erikoistunut esimerkiksi juoksuun, uintiin tai mihin tahansa toiseen urheilulajiin.

Kehitystyössä onnistuttiin etenkin parantamaan ja selkeyttämään sivuston ulkoasua ja informatiivisuutta. Nämä olivat erittäin tarpeellisia toimenpiteitä. Verkkosivustolla vierailevan asiakkaan on entistä helpompi ymmärtää, mistä palvelusta on kyse, lukea muiden asiakkaiden kokemuksia, perusteluita henkilönkohtaisen valmentajan palkkaamisen hyödyistä, sekä vertailla hintoja erilaisista palveluista. Varsinaisen verkkosivuston lisäksi viimeisteltiin muitakin rajapintoja kuten Facebook ja LinkedIn, joissa kontaktien määrää onnistuttiin kasvattaman merkittävästi. Kokonaisuudessaan koko tuotemerkki ja palvelun saatiin parannettua uudelle tasolle. Nämä olivat tärkeitä ja tarpeellisia toimenpiteitä nykyhetkeä ja tulevaisuutta ajatellen, sillä mitä selkeämpää, helpompaa ja yksinkertaisempaa palvelun ymmärtäminen ja käyttäminen on, sitä suuremmalla todennäköisyydellä palvelua myös tullaan käyttämään nyt ja jatkossakin.

Yhtenä tavoitteena oli kasvattaa valmentaja.netin tunnettavuutta ja sitä onnistuttiin kasvattamaan erilaisin kehitystoimenpitein. Uusien verkkosivustolla vierailevien ihmisten määrä kasvoi. Mitä useampia ihminen tietää sivuston olemassaolosta, sitä todennäköisempää on, että sivuston palveluita käytetään. Kasvoiko uusien verkkosivustojen vierailijoiden määrä riittävästi? Pienillä resursseilla onnistuttiin kasvattamaan kävijämääriä, mutta kokonaisuuden kannalta vierailijoita ei ole vielä kukaan riittävästi. Verkkosivulla täytyisi vierailla useampi sata, ellei tuhat ihmistä päivässä, jotta palvelun käyttö ylittäisi täyteen potentiaaliinsa. Silloin sivuosta kiinnostuisivat myös muut yhteistyökumppanit ja mainostajat, jolloin mahdollisuudet toimivaan ansaintalogiikkaan olisivat paremmat. Tällä verkkosivustolla on mahdollisuudet paljon suurempiin kävijämääriin, mutta palvelun markkinointi on epäonnistunut tai se on koettu hyvin kalliiksi, eikä yritys ole saanut taakse merkittävää rahoittajaa. Myöskään markkinointia ei ole tehnyt markkinoinnin ammattilainen. Pelkästään se, että on hyvä idea, ei riitä takaamaan palvelun menestystä. Ehkäpä koko verkkosivustoa perustessa olisi pitänyt saada tiimiin verkkosivun tekemiseen ja markkinointiin erikoistuneita ammattilaisia.

Todellisten ammattilaisten avulla oli mahdollista toteuttaa verkkosivulla esimerkiksi palveluntarjoajien varaus- ja maksujärjestelmä, joka muuttaisi palvelun luonnetta täysin tämänhetkisestä. Maksujärjestelmä mahdollistaisi myös provisiopalkkion, joka hyödyntäisi verkkosivustoa pyörittävää yritystä. Taitava verkkosivuston ohjelmoija voisi lisäksi luoda sijaintiin perustuvia ehdotuksia vapaista palveluntarjoajista ja siten palvelu olisi entistä tehokkaampi. Verkkosivuston muokkaamisessa on muutenkin ollut teknisiä haasteita, kun osamista ohjelmoinnista ei ole ollut riittävästi. Moni yksityiskohta on jäänyt toteuttamatta.

Tässä kehittämistyössä oli voinut tehdä myös hakusanaoptimointia, jonka tärkeimpiä tavoitteita on tehdä verkkosivuston löydettävyyttä helpommaksi. Ihmisten hakiessa liikunta- ja hyvinvointipalveluita olisi optimaalista, että valmentaja.net verkkoportaali listautuisi 1-5 ensimmäisen klikattavan vaihtoehdon joukossa, jolloin palvelua käyttämään päätyisi mahdollisimman moni. Google-näkyvyys on erittäin tärkeä osa mitä tahansa verkossa toimivaa palvelua, sillä tutkitusti yli 80 % ostopäätöksistä alkaa google haulilla ja vastaavasti 77 % etusivun klikkauksista saavat ne linkit, jotka ilmenevät ensimmäisellä hakusivulla. Ennen kehityshankkeen rajaamista tutkittiin tätäkin vaihtoehtoa, mutta lopulta todettiin sen liian kalliiksi ja taloudellisesti mahdottomaksi. Ehkä sivusto nousee google hakusanoissa korkeammalle lisääntyvien kävijämäärien ja klikkauksien myötä tulevaisuudessa. Sivun isompia haasteita on muutenkin ollut merkittävän rahoittajan puute. Taloudellinen turva mahdollistaisi erittäin monen asian kehittämisen sen vaatimalle tasolle.

Yksi isommista verkkosivun ongelmista on myös se, että liian moni palveluntarjoajaksi haluava liikunnan- tai hyvinvoinnin ammattilainen jättää profiilin teon kesken. Profiilin tekeminen kestää kokonaisuudessaan jopa 20–40 minuuttia ja vaatii kirjoittamisen taitoa, itsensä hinnoittelua ja oman osaamisensa esille tuontia. Profiilien tekemisen on jättänyt kesken yli 40 palveluntarjoajaa. Lukua voidaan pitää isona, mutta mikä on lopulta pielessä? Onhan yli 100 profiilin tarjoajaa onnistunut luomaan profiilin onnistuneesti. Onko täytettäviä kohtia liikaa? Erikoisena voidaan pitää myös sitä, ettei kovin moni palveluntarjoaja ole osannut hinnoitella omia palveluita riittävän hyvin ja osa on taas jättänyt kokonaan hinnoittelematta. Tämä seikka vaikeuttaa palveluntarjoajien hintojen vertailua asiakkaan näkökulmasta. Hyvin harva ostaa nettikaupasta esimerkiksi television, jos ei tiedä minkä hintainen se on.

Yhtenä kehitystyön tavoitteesta oli verkkopalvelun markkinointi Facebook-kampanjan avulla. Niin kuin kaikessa markkinoinnissa yleensäkin, tuloksia ei voida tietää tarkkaan ennakoon. Vasta markkinointikampanjan jälkeen voidaan todeta onko kampanja ollut onnis-

tunut, epäonnistunut tai saavuttanut vain osittain haluttua tulosta. Haasteellisinta Facebook markkinoinnissa oli se, että siellä pitää testata useampaa mainosta, jotta pääsisi tavoiteltuun tulokseen ja nähtäisiin, että juuri tämän tapainen mainos vetoaa kohdeyleisöön ja tuo asiakkaita sisälle verkkosivustoon käyttämään palveluita. Huonot kampanjat kannattaa ajaa alas ja toimivia kampanjoita lisätä. Jokainen mainos kuitenkin maksaa, joten testausta ei voi tehdä loputtomiin.

LinkedIn kontaktien avulla saatiin yhteys niihin palveluntarjoajiin, jotka eivät vielä ole luoneet profiilia sivustolle, eivätkä mahdollisesti ole koskaan kuulleet verkkosivustosta. Tämän tapainen markkinointi tuntui hyvin konkreettiselta, eikä siitä tullut kustannuksia. Kontaktien määrää voi lisätä lähes loputtomiin ja kun yhteys on luotu, on mahdollisuus laittaa henkilökohtainen viesti mahdolliselle palveluntarjoajalle. On vaikeaa ennakoida, onko se tehokasta markkinointia. Kun vertailupohjaa ei ole, ainoa tapa todeta markkinoinnin vaikutus on palveluntarjoajien määrän lisääntyminen verkkosivustolla ja kävijämäärien selkeä kasvu. Silloin ei pitäisi tehdä muuta markkinointia samanaikaisesti. LinkedIn markkinointi todettiin kuitenkin tehokkaammaksi kuin sähköpostien lähettäminen, sillä moni sähköposti siirtyy suoraan lukemattomana roskapostiin.

Uusia palveluntarjoajien etsiminen on vaikeaa. Moni palveluntarjoaja empii oman profiilin tekemistä, koska ei ole varma omista taidoistaan tai ei omista omaa toiminimeä/yritystä. Kuntokeskukset ovat vaikeuttaneet ulkopuolisten valmentajien valmennusmahdollisuuksia omilla saleilla kieltämällä ne kokonaan. Monella palveluntarjoajalla ei yksinkertaisesti ole paikkaa missä valmentaa. Vain kaupungin kuntosalit ja liikuntapaikat, sekä jotkut kuntokeskukset sallivat ulkopuolisten yrittäjien liiketoiminnan harjoittamisen. Ilmiö on sen verran uusi, ettei siihen osata kaikkialla varautua.

Liikunta- ja hyvinvointiala kasvaa kiistatta kovaa vauhtia. Uusia yrityksiä syntyy paljon ja kokeilukulttuuri lisääntyy Start Up- yrittäjyyden myötä. Digitalisoituminen mahdollistaa monien uusien yritysten syntyminen ennennäkemättömällä tavalla. Vuosittain tulee myös useita kymmeniä uusia liikunta- ja hyvinvointialan sovelluksia, joiden tarkoituksena on tehdä liikunnasta helpommin lähestyttävää, mielenkiintoisempaa, henkilökohtaisempaa ja siten lisätä hyvinvointia.

Ihmisten kunto ja hyvinvointi on laskemassa passiivisen elämänlaadun myötä. Kilpailu erilaisesta palveluntarjonnasta kasvaa tarpeen syntyessä. Trendit viittaavat siihen, että liikunnasta ja hyvinvoinnista on tulossa entistä yksilöllisempää. Yhä useampi ihminen haluaa harjoitella oman valmentajansa kanssa, kasvattaa omaa kuntoa, laihtua tai vaikkapa kehit-

tyä paremmaksi jossakin liikuntalajissa. Aikuiset aloittavat entistä enemmän uusia harrastuksia ja panostavat niihin paljon rahallisesti. Ryhmäliikuntatuntien suosio on laskemassa, lukuun ottamatta joitakin uusia trendejä. Elämme yksilöllisen kehittymisen nousukautta. Jopa ne ihmiset joilla ei ole suhteessa kovinkaan paljon rahaa satsaavat henkilökohtaiseen valmentajaan, koska kokevat oman hyvinvoinnin sen verran tärkeäksi ja samalla haluavat haastaa itseään. Myös ulkonäköpaineet korostuvat jatkuvasti lisää ja moni haluaa näyttää urheilulliselta. Yhä useampi sijoittaa rahansa henkilökohtaiseen valmentajaan.

Monet merkit viittasivat siihen, että tarve valmentaja.net tyyppiselle verkkosivustolle oli olemassa. Verkkosivulle, jossa asiakas pystyy vertailemaan eri palvelutarjoajia, hintoja, koulutuksia, osaamista, persoonallisuutta ja vertailunsa perusteella palkkaamaan itselleen sopivimman palveluntarjoajan. Moni apua tarvitseva asiakas ei löytänyt tarvitsemaansa apua helposti tai ollenkaan. Sivua luotiin kattamaan sitä tarvetta, jossa liikunnan- ja hyvinvoinnin ammattilaiset pystyisivät maksutta mainostamaan ja tarjoamaan omia palveluita ja vastaavasti heitä tarvitsevat asiakkaat voisivat helposti löytää tarvitsemaansa palvelua. Tähän asti yli sata ihmistä oli luonut profiilin sivustolle ja osa heistä olikin saanut useita asiakkaita. Verkkosivuilla vieraillee jatkuvasti ihmisiä ja koko olemassa olon ajan sivustolla on vierailut kymmeniä tuhansia ihmisiä. Toistaiseksi henkilökohtaisen valmentajan valitseminen ei useammassa palveluissa ole ollut kovinkaan henkilökohtaista, sillä lähes kaikki kuntosaliketjut tarjoavat juuri sitä valmentajaa kuka sattuu juuri sinä hetkenä olemaan vapaana tai valmentaja myy kuntosalilla oman palvelunsa ikään kuin osana hänen työtänsä. Silloin ei mielestäni tapahdu aitoa valintaa ja asiakas tietää hyvin vähän siitä ihmisestä, jonka on juuri palkannut henkilökohtaiseksi valmentajaksi. Toki aina on ollut palveluntarjoajia, joilla on ollut omat nettisivut, mutta valmentaja.net verkkopalvelun myötä ammattilaisten vertailu ja etsiminen on muuttunut helpommaksi kuin aikaisemmin ja siitä hyötyy moni palvelua etsivä asiakas.

Verkkopalvelun perustamisvaiheessa tehtiin tarkkaa taustatutkimusta ja todettiin, että täysin vastaavanlaista verkkopalvelua Suomessa tai maailmalla ei ollut. Oli ollut olemassa paljon erilaisia sivustoja, jossa listautuvat personal trainerit tai esimerkiksi triathlon valmentajat, mutta kokonaisvaltaista palvelua, jossa voi vertailla ja etsiä kaikkia liikunnan ja hyvinvoinnin palveluntarjoajia ei löytynyt. Maailmalla erottuivat kuitenkin kaksi verkkopalvelua (Entrenar 2018) ja (Yourtrainer 2018), jotka tuntuvat menestyvän muita peremmin. Nämä edellä mainitut sivut toimivat pääsääntöisesti Espanjassa ja Pohjois-Amerikassa. Heidän sivuillaan toimii tuhansia personal training ammattilaisia ja heidän tavoitteensa on laajentua pikaisesti Eurooppaan ja Latinalaiseen Amerikkaan. Kyseisten yritysten taustalla on merkittävää rahoitusta ja hyvin monipuolinen henkilökunta. Markkinoita ei ole kuitenkaan vielä valloitettu, sillä yksikään toimija ei dominoi alaa täysin.

Turusen 2015 mukaan liikunnan megatrendi on kasvattamassa ammattivalmentajien kysyntää räjähdysmäisesti. Omasta terveydestä on kiinnostunut yhä suurempi joukko. Työpaikoillakin on alettu liikkua ja palkkaamaan ammattilaisia. Aallon 2015 mukaan henkilökohtaisen valmentajan palkkaaminen ei ole enää eliitin etuoikeus. Edullisimmat hinnat ja uudenlaiset arvot ovat vaikuttaneet ihmisten kuluttajakäyttämiseen. Maailmanlaajuinen ilmiö kuluttaa rahaa elämyksiin ja palveluihin on vahvistumassa. Yhä harvempi arvostaa rahalla hankkimaansa materiaa enemmän, kuin elämyksiä tai palveluita.

Valmentaja.net verkkopalvelun suosio isoilla paikkakunnilla tukee (Kiljusen & Niemistön 2017) väitettä siitä, että liikunta alan yrittäjyyttä on enemmän niissä kunnissa, missä voidaan taloudellisesti hyvin, sillä suurin osa kaikista verkkopalvelun palveluntarjoajista sijoittuu pääkaupunkiseudulle ja muutamalle muulle isolle paikkakunnalle.

Kuntosaliketjut muodostavat ankaraa kilpailua personal trainereiden välille, koska useimmat ketjut pystyvät tarjoamaan palveluitansa erittäin halvalla. Tämä johtuu puolestaan siitä, että mielenkiinto liikunta-alan ammatteja kohtaan on korkealla ja tekijöitä on erittäin paljon. Ketjut tarjoavat personal trainerin työstä minimipalkkaa ja silti työntekijöitä riittää. Lähes kaikki kuntokeskukset rajoittavat omia ohjaajiaan ja valmentajiaan tarjoamasta omia liikuntapalveluita kuntokeskusten ulkopuolella. Rangaistuksena on irtisanominen. Tällaisia ennakkotapauksia on ollut jo useampia. Tämä seikka rajaa satoja, ellei tuhansia palveluntarjoajia liittymästä valmentaja.net verkkopalvelusivustoon ja siten tekee palveluntarjoajien saamisen sivustolle erittäin haasteelliseksi. Palveluun voi teoriassa liittyä vain oman yrityksen omaava henkilö.

Liikunta- ja hyvinvointiala on sillä tavalla monimutkainen, että monilta toimialoilta puuttuu sertifiikatit, jolloin kuka tahansa voi tarjota liikunta- ja hyvinvointialan palveluita. Asiakas ei myöskään osaa riittävän hyvin arvostaa tai vertailla eri tutkintoja, koska useimmiten hänellä ei ole riittävää tietoa niistä. Liikunta-ala on hyvin pirstaloitunut ja kaikenlaisia työntekijöitä riittää joka lähtöön. Koulutuksen tasoa liikunta- ja hyvinvointialalla ei osa vielä arvostaa Suomessa riittävästi kuluttajien keskuudessa.

Tässä työssä saavutettiin sellaisia tuloksia, joihin voi olla varsin tyytyväinen. Ilman tätä työtä tarvittavia muutoksia ei välttämättä koskaan olisi tullut tehtyä. Etenkin voi olla tyytyväinen verkkosivuston uudistuneeseen ulkoasuun ja entistä toimivampaan palvelupolkuun. Työn tekeminen pakotti siirtymään pois mukavuusalueelta ja haastamaan itseä tutustumalla esimerkiksi sosiaalisen median markkinointi tapoihin ja lainalaisuuksiin, sekä

verkkosivuston ohjelmointiin. Tavoitteeseen ei päästy uusien palveluntarjoajien hankkimisessa, kun heitä ei saatu sivuille tavoitteisiin nähden riittävästi. Tämä saattoi johtua siitä, että moni lähetetty sähköpostiviesti tai yhteydenottopyyntö päätyi roskakoriin tai ihmiset jättivät ne lukematta. Maksullisen Mailchimp sähköpostiohjelman avulla olisi voinut seurata sähköpostien aukaisu- ja lukemisprosentteja, mutta siihen ei taloudellisesti ollut varaa.

Verkkopalvelun tulevaisuuden tärkeimpiä tehtäviä tulee olemaan rahoituksen ja yhteistyökumppaneiden hankkiminen, jotta pystytään tekemään markkinointia isolla mittakaavalla. Silloin markkinoinnin vaikuttavuus olisi hyvin paljon merkittävämpi. Rahaa tulisi käyttää myös Googlen hakusanaoptimointiin, jotta mahdollisimman moni päätyisi hankkimaan valmentajan juuri tämän verkkosivun avulla. Verkkosivusto itsessään kaipaa myös sellaista ohjelmointia, johon yrittäjien osaaminen ei riitä. Siihen tarvitaan ohjelmoinnin huippuammattilaista. Markkinointia pitää tehdä myös sosiaalisen median ulkopuolella, jolloin kontakti syntyy myös niihin ihmisiin, jotka eivät käytä sosiaalisen median kanavia. Vain aika ja tulevaisuuden resurssit näyttävät mihin kaikkeen tämä verkkosivusto vielä pystyy. Olisihan se ihannetilanne, jos tämä verkkosivusto auttaisi mahdollisimman monia ihmisiä liikkumaan ja voimaan paremmin, sekä kokemaan urheilullisia elämyshetkiä.

Lähteet

Aalto, R. Trainer4you. 2017. 3 Syytä miksi personal training ala tulee kasvamaan lähivuosina. Luettavissa:

<https://www.trainer4you.fi/blogi/3-syyta-miksi-personal-training-ala-tulee-kasvamaan-lahivuosina/> Luettu: 13.11.2017

Ammattinetti. 2017. Fysioterapeutti. Luettavissa:

http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/253_ammatti?link=true Luettu: 15.11.2017

Ammattinetti. 2018. Liikunnanohjaaja. Luettavissa: http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/306_ammatti?link=true Luettu: 9.1.2017

Ammattinetti. 2018. Liikunta ja urheilu. Luettavissa: http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/306_ammatti?link=true Luettu 9.1.2018

APT. 2017. Personal training- palveluille on nyt kysyntää enemmän kuin koskaan. Auktorisoitu personal trainer. Luettavissa:

<http://apt-personaltrainer.fi/2017/10/23/personal-training-palveluille-on-nyt-kysyntaa-enemman-kuin-koskaan/> Luettu: 13.11.2017

Edu.fi. 2014. Teknologia liikunnan opetuksessa. Luettavissa: http://www.edu.fi/perusopetus/liikunta/teknologia_liikunnanopetuksessa Luettu 19.1.2018

Entrenar 2018. Your site for personal trainers and fitness centers. Luettavissa: <https://entrenar.me/en> Luettu: 6.1.2018

Fogelholm, M. 2011. Terveysliikunta. Kustannus Oy Duodecim. Helsinki. Luettavissa:

<https://www.jyu.fi/sport/materiaali> Luettu 2.11.2017

Haaga-Helia 2018. Liikunnan ja vapaa-ajan koulutus, Liikunnanohjaaja AMK. Luettavissa:

<http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus/ammattikorkeakoulututkinnot/liikunnan-ja-vapaa-ajan-koulutus-liikunnanohjaaja-amk?userLang=fi> Luettu 9.1.2018

Haataja, O. 2016. Vuoden 2017 liikuntatrendit esittelyssä. Luettavissa:

<https://kunnonsesonkia.yhteishyva.fi/vuoden-2017-liikuntatrendit/> luettu 2.1.2018

Hämäläinen-Bister, R. 2017. Auktorisointi. Auktorisoitu personal trainer. Luettavissa:

<http://apt-personaltrainer.fi/auktorisointi/> Luettu: 13.11.2017

Hasu, P. Paronen, O. Suni, J. Vasankari, T. 2011. Suomalaisten fyysinen aktiivisuus ja kunto 2010. Terveyttä edistävän liikunnan nykytila ja muutokset. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja. Tampere.

Helsingin urheilulääkäriasema 2018. Luettavissa:

<http://www.hula.fi/L%C3%A4%C3%A4k%C3%A4rienvastaanotto.aspx> Luettu 9.1.2018

Jaakkola, M. 2017. Urheilupsykologia. Innergame Oy. Luettavissa:

<http://www.innergame.fi/urheilupsykologia/> Luettu 19.12.2017.

Keinonen, K. 2017. Vaikuttamisväittämät: kuka valvoo vai valvooko kukaan? Osa 1. Trainer4you. Luettavissa:

<https://www.trainer4you.fi/blogi/vaikuttavuusvaittamat-kuka-valvoo-vai-valvooko-kukaan-osa-1/>

Kiljunen, M. Niemistö J. Tieto ja trendit. 2017. Kuntosalibisneksessä vain harva yritys on rautaa. Luettavissa:

http://tietotrendit.stat.fi/mag/mag/article/246/#_ga=2.94401242.799446150.1513338082-1979366143.1505286632 Luettu 15.12.2017

Kiljunen, M. Niemistö J. Tieto ja trendit. 2017. Kuntokeskusten kärkikymmenikköön on tunkua. Luettavissa:

<http://tietotrendit.stat.fi/mag/article/251/> Luettu 2.1.2018

Kosonen, A. 2017. Personal trainerin palveluille on tarvetta. Taloustutkimus Oy. Luettavissa:

<https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/personal-trainerin-palveluille-on-tarvetta.html> Luettu: 13.11.2017

Kantonen, P. 2017. Suomessa terveyspommi? ”Tarve vielä kymmenille tuhansille liikunnan ammattilaisille”. Helsingin uutiset. Helsinki.

Koulutettujen hierojien liitto. 2017. Hierojaa koskeva lainsäädäntö. Luettavissa:

<http://www.khl.fi/archives/690> Luettu: 11.12.2017

Lattu, L. 2018. Lasten ja nuorten liikunnan ohjaus-koulutus. Luettavissa:

<https://vierumaki.fi/koulutukset/lasten-ja-nuorten-liikunnan-ohjaus> Luettu 10.1.2019

LiikU. 2018. Soveltava liikunta. Luettavissa:

<https://www.liiku.fi/kouluille/koulupaivanaikana/opettajille/erityisliikunta/> Luettu 9.1.2019

Liikuntatieteellinen seura. 2018. Soveltava liikunta. Luettavissa:

<http://www.lts.fi/soveltava-liikunta> Luettu 9.1.2018

Liikuntakoulutus. 2018. Liikuntakoulutus yliopistossa. Luettavissa: http://www.liikuntakoulutus.com/Liikuntakoulutus_yliopistoissa_d4563.html luettu 12.1.2018

Liikuntakoulutus 2018. Liikunta ja urheilu. Luettavissa: https://www.aikuis-koulutus.fi/koulutushaku/liikunta_urheilu_306_.html#moreAboutSearch Luettu 12.1.2018

Miettinen, M. 2016. Liikunta. Sosiaali- ja terveysministeriö. Luettavissa:

<http://stm.fi/liikunta> Luettu 2.11.2017

Mansikkamäki, T. 2009. Ajatuksia herättäviä lukuja (lehti 5/2009). Suomen fysioterapeutit. Luettavissa:

https://www.suomenfysioterapeutit.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=80 Luettu 15.11.2017

Niemi-Nikkola, K. Heikkinen, S. 2017. Linjaukset ja kehittäminen. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Luettavissa:

<http://minedu.fi/liikunta/linjaukset> Luettu 2.11.2017

Nupponen, R. 2011. Terveysliikunta. Kustannus Oy Duodecim. Helsinki. Luettavissa:

<https://www.jyu.fi/sport/materiaali> Luettu 2.11.2017

Nuoli 2018. Nuoriso- ja liikunta-alan asiantuntijat. Liikunnanohjaajat. Vähimmäispalkka-suositus yksityiselle sektorille.

Nuori Suomi. 2018. Lapsi ohjattavana. Luettavissa:

http://www.suunnittelenliikuntaa.fi/NuoriSuomi/Evaita_ohjaamiseen/nuorisuomi/Lapsi/ Luettu 10.1.2018

Oikotie 2018. Liikunnanohjaajan palkka. Luettavissa: <https://tyopaikat.oikotie.fi/palkkaverailu/Liikunnanohjaaja> Luettu 9.1.2018

Oma kehot. 2017. Hieronta. Luettavissa:

<http://omakeho.org/hieronta/> Luettu 14.12.2017

Opetushallitus. 2018. Kasvatus, koulutus ja tutkinnot. Luettavissa:

http://www.oph.fi/koulutus_ja_tutkinnot Luettu 12.2.2018

Palkkavertailu 2018. Urheiluvalmentajan keskipalkka kuukaudessa. Luettavissa:

<https://palkkavertailu.com/palkka/urheiluvalmentaja> luettu 3.1.2018

Psykologiliitto. 2017. Urheilupsykologian alan sertifikaatit. Luettavissa:

http://www.psyli.fi/tietoa_psykologeista/urheilupsykologian_sertifikaatit

Psykoterapiakeskus. 2017. Urheilupsykologia. Kohtia parempia suorituksia. Luettavissa:

<https://vastaamo.fi/psykoterapia/urheilupsykologia>

Pyykkönen, T. 2015. Liikunnan mediajulkisuus ja päätöksenteko. Liikuntatieteellinen seura. Helsinki

Ristmeri, A. 2017. Kuka tahansa voi ryhtyä personal traineriksi, ja se huolestuttaa ammattilaisia- "Menisitkö lääkärille, joka on käynyt viikonloppukurssin". Helsingin Sanomat. Helsinki. Luettavissa:

<https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005343239.html> Luettu: 13.11.2017

Saarinen, J. 2014. Yli viiden miljardin euron liikuntabisnes kestää heikot ajat. Helsingin Sanomat. Helsinki. Luettavissa:

<https://www.hs.fi/urheilu/art-2000002743223.html> Luettu 2.11.2017

Studentum. 2018. Liikunta-alan koulutus. Luettavissa:

Luettavissa: <https://www.studentum.fi/koulutushaku/liikunta-alan-koulutus#moreAbout-Search> Luettu 30.1.2018

Suomen Urheilupsykologinen yhdistys. 2017. Media.

Luettavissa: <http://supy.org/wordpress/media/> Luettu: 15.2017

Suomen hierojakoulut. 2017. Kenelle hierojakoulutus sopii? Luettavissa:

<https://suomenhierojakoulut.fi/koulutus/kenelle-hierojakoulutus-sopii/> Luettu 15.12.2017

Terveystalo 2018. Urheilulääkäri. Luettavissa:

<https://www.terveystalo.com/fi/palvelut/urheilijat-ja-aktiiviliikkujat-sport/vastaanotto/urheilu-laakari/> Luettu: 9.1.2018

Turunen, T. 2015. Näin kuntokeskus vie rahasi. Savon sanomat. Kuopio. Luettavissa:

<http://www.savonsanomat.fi/paakirjoitukset/N%C3%A4in-kuntokeskus-vie-rahasi/525219>

Luettu 2.11.2017

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014. Elinkeino- ja innovaatio-osasto. Liikuntaliiketoiminnan ekosysteemin muutokset. Luettavissa:

<https://tem.fi/documents/1410877/2871099/Liikuntaliiketoiminnan+ekosysteemin+muutokset+03072014.pdf> Luettu 15.1.2018

Urheiluvallmentaja 2018. Liikuntakoulutus. Luettavissa:

http://www.liikuntakoulutus.com/Urheiluvallmentaja_d4582.html luettu 3.1.2018

Yourtrainer 2018. Find the perfect trainer for you. Luettavissa: <https://yourtrainer.com/>

Luettu: 6.1.2018

Viitasaari, J. 2015. Liikunta-alan korkeakoulutuksen tarveselvitys- raportti. Luettavissa:

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/99014/Liikunta-alan%20korkeakoulutuksen%20tarveselvitys.pdf?sequence=1> Luettu 10.1.2018

Vapaavuori, J. 2014. Työ- ja elinkeino ministeriö tiedote. Helsinki. Luettavissa:

<http://valtioneuvosto.fi/tiedotteet?oid=420853> Luettu 2.11.2017

Varmavuori, M. 2013. Kunto-ohjaajaksi ryhdytään jopa ilman koulutusta. Luettavissa:

<https://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/102497-kunto-ohjaajaksi-ryhdytaan-jopa-ilman-koulutusta> Luettu 9.1.2018

Valtonen, S. & Ojajärvi, S. 2015. Liikunnan mediajulkisuus ja päätöksenteko. Liikuntatieteellinen seura. Helsinki.

Wallin, S. & Risikko, P. 2011. Suomalaisten fyysinen aktiivisuus ja kunto 2010. Terveyttä edistävän liikunnan nykytila ja muutokset. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisu. Tampere.

Liitteet

Liite 1. Asiakaskokemukset

Minna

”Otin yhteyttä personal traineriin ja sain sovittua tutustumiskäynnin nopealla aikataululla. Saavutin tuloksia jotka näkyy, tuntuu ja pysyy. Yllätin myös ystävänäni tekemällä loistotuloksia ennätysajassa. Työkaverini huomasivat muutoksen ja antoivat siitä positiivista palautetta.”

Lue Minnan koko tarina tästä:

<http://personaltrainervantaa.fi/tarinat/keho-kiinteaksi-minnan-matka-kohti-sporttisia-muotoja/>

Taina

”Olin uupunut laihduttamiseen ja aikaisempiin ”epäonnistuneisiin laihdutusyrityksiin”. Päätin tehdä asialle jotain ja otin yhteyttä personal traineriin. Sain vastauksen jo samana iltana. Aloitimme alkukartoituksella ja ensihaastattelulla, joka oli perusteellinen. Lähtiessäni olin varma että olin tehnyt elämäni parhaan päätöksen. Omasta personal trainerista tulikin seuraavaksi puoleksi vuodeksi yksi tärkeimmistä hahmoista elämässäni. Selvisin kaikki karikat ja kuopat ammattitaitoisen ja aidosti hengessä mukana olevan valmentajani avulla.”

Lue Tainan koko tarina tästä:

<http://personaltrainervantaa.fi/tarinat/pysyva-laihutus/>

Ari

”Lähdimme liikkeelle valmentajani kanssa tavoitteen asettelusta. Minulla oli edessä paljon töitä, sillä huoleton elämäntapani ja ruokavalioni alkoi näkyä jo kehonkoostumuksessa. Lisäsimme ruokalautaselle kasviksia, lopetettiin turhien kalorien juonti ja laitettiin treeni pyörimään. Onnistuttiin pudottamaan painoa 3 kuukaudessa 9 kiloa ja rasvaprosentti saatiin pudotettua 7.5%.”

Lue Arin koko tarina tästä:

<http://personaltrainervantaa.fi/tarinat/painonpudotus/>

Anni

”Olin käynyt säännöllisesti uimassa kymmenen vuoden ajan, mutta uintitekniikkani oli huono sillä etenin hitaasti ja kärsin usein niskakivuista. Otin yhteyttä uintivalmentajaan ja sovimme yhden valmennustunnin. Pienillä muutoksilla uinti alkoi tuntua paremmalta ja vauhtini kasvoi. Innostuin asiasta niin, että sovin valmentajani kanssa kymmenestä valmennustapaamisesta. Saavutin siinä ajassa valtavia muutoksia ja nyt uin aina nopeiden uimareiden radalla 😊.”

Tarja

”Olin usein väsynyt, tyytymätön ja kärsin pää- ja hartiakivuista. Aloin pohtia henkilökohtaiseen valmennukseen hakeutumista ja tein päätöksen. Olin aina juossut paljon, mutta nyt teki mieli kokeilla jotain muuta. Vertailin hieman valmentajia, jonka jälkeen löysin itselleni sopivan. Hän laati minulle ohjelman useammaksi viikoksi henkilökohtaisten tarpeitteni mukaisesti. Pääpaino oli lihasvoiman parantamisessa, lihashuollossa, sekä liikkuvuuden ja tasapainon hallinnassa. Tämän lisäksi sain ohjeita kestävyysharjoitteluun, syömiseen ja nukkumiseen.

Pää- ja hartiasärky katosivat ja särkylääkkeiden kulutus loppui. Ryhti paranoi, kun aloin tekemään liikkeitä oikein. Lihastasapaino, lihasvoima ja keuhonhallinta ovat tänä päivänä aivan eri luokkaa.

Kaiken kokemani perusteella aion jatkaa valmennettavana!”

Lue Tarjan koko tarina tästä:

http://primifit.fi/artikkelit/tarjan_kokemuksia.html

Lotta

”Tuntuu että olen oppinut matkan varrella paljon itsestäni myös ihan ihmisenä. Joskus kannattaa mennä epämukavuusalueelle, jos haluaa jotain muutoksia. Suorittaminen ei kannata. Lepää hyvin. Minä saan epäonnistua, aina voi yrittää uudelleen. Vähemmän on enemmän. Niin ja se leuanvetokin onnistuu jo!”

Lue Lotan koko tarina tästä:

http://primifit.fi/artikkelit/lotta_leiwo_kokemuksia.html