



Urheiluseuran jäsenhankinnan kehittäminen - Case Nurmijärven Taitoluistelijat

Janet Pink

2024 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Urheiluseuran jäsenhankinnan kehittäminen - Case Nurmijärven Taitoluistelijat

Janet Pink
Palveluliiketoiminnan koulutus
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2024

Janet Pink

Urheiluseuran jäsenhankinnan kehittäminen - Case Nurmijärven Taitoluistelijat

Vuosi 2024 Sivumäärä 33

Opinnäytetyössä tavoitteena oli kehittää Nurmijärven Taitoluistelijat ry:n jäsenhankintaa. Tavoitteena oli löytää tehokkaita keinoja uusien luistelijoiden liittymiseksi seuraan ja seuran toiminnan laajentamiseksi. Tutkimusongelma tässä opinnäytetyössä on kohderyhmän tietoisuuden kasvattaminen, jotta tämä monipuolinen harrastus tavoittaa enemmän lapsia.

Aiempi tutkimus kertoo harrastustoiveista alakouluikäisten lasten keskuudessa. Opetus- ja kulttuuriministeriön koululaiskyselyyn (2020) osallistui ennätykselliset 197 040 lasta ja nuorta. Tuloksena oli, että taitoluistelu/luistelu oli alakouluikäisten tyttöjen toiveharrastuksena sijalla yhdeksän.

Tutkimusmenetelminä käytettiin benchmarking-analyysi, jossa vertailtiin Nurmijärven Taitoluistelijat -seuran nykyisiä käytäntöjä muiden vastaavien seurojen menestyksekkäisiin käytäntöihin. Lisäksi tehtiin kyselytutkimus, johon osallistui 16 potentiaalisen harrastajan vanhempaa.

Analyysin tuloksena tunnistettiin avainalueet, joilla seuran jäsenhankintaa voitaisiin parantaa. Keskeisiä suosituksia olivat sosiaalisen median sivujen ja kotisivun päivittäminen, jotta ne heijastavat paremmin seuran arvoja ja houkuttelevat uusia luistelijoina liittymään seuraan. Lisäksi ehdotettiin kohdennettua markkinointia, joka suunnataan erityisesti päiväkotikäisten lasten perheille.

Tutkimus osoittaa, että näillä toimenpiteillä on potentiaalia lisätä seuran jäsenmäärää ja vahvistaa sen asemaa taitoluistelun parissa. Opinnäytetyö tarjoaa Nurmijärven Taitoluistelijat ry:lle konkreettisia kehitysehdotuksia jäsenhankinnan tehostamiseksi ja voi toimia esimerkkinä muille urheiluseuroille.

Asiasanat: jäsenhankinta, urheiluseura, urheilumarkkinointi, taitoluistelu, lasten urheilu- ja harrastustoimintaa

Janet Pink

The Development of Membership Acquisition for a Sports Club - Case Nurmijärven Taitoluistelijat ry

Year 2024 Pages 33

In the thesis, the goal was to develop membership acquisition for Nurmijärven Taitoluistelijat ry (Nurmijärvi Figure Skating Club). The objective was to find effective ways to attract new skaters to join the club and expand its activities. The research problem in this thesis was increasing awareness among the target audience to reach more children interested in this versatile hobby.

Previous research indicates the preferences of elementary school-age children regarding hobbies. According to the Ministry of Education and Culture's student survey in 2020, a record-breaking 197,040 children and youth participated. The results showed that figure skating/ice skating ranked ninth among hobbies for elementary school-age girls.

The research methods included benchmarking analysis, comparing Nurmijärven Taitoluistelijat ry's current practices with successful practices from other similar clubs. Additionally, a survey was conducted with 16 parents of potential hobbyists.

As a result of the analysis, key areas for improving membership acquisition were identified. Key recommendations included updating social media pages and the club's website to better reflect its values and attract new skaters to join. Furthermore, targeted marketing was proposed, specifically aimed at families with preschool-age children.

The research demonstrates that these measures have the potential to increase the club's membership and strengthen its position in the field of figure skating. The thesis provides concrete development suggestions for enhancing membership acquisition at Nurmijärven Taitoluistelijat ry and can serve as an example for other sports clubs.

Keywords: membership recruitment plan, figure skating, sports club

Sisällys

1	Johdanto	7
2	Toimeksiantaja ja lasten ja nuorten harrastustoiminta	7
3	Jäsenhankinta ja markkinointi	9
3.1	Jäsenhankinta urheiluseurassa	10
3.2	Urheilumarkkinointi	11
3.3	Urheiluseuran markkinointi	11
3.4	Kohderyhmän määrittely	12
4	Tutkimusmenetelmät	13
4.1	Benchmarking	13
4.2	Kyselytutkimus	17
4.3	Kyselytutkimuksen tulokset	18
5	Pohdinnat ja kehitysehdotukset	21
6	Johtopäätökset	22
7	Tekoälyn käyttö opinnäytetyössäni	24
	Lähteet	25
	Kuviot	27
	Liitteet	28

1 Johdanto

Urheiluseurojen jäsenhankintaan liittyvät perinteiset keinot ovat tosiaan olleet käytössä pitkään. Mainoksia kiinnitetään yleisille ilmoitustauluille, flyereitä jaetaan postilaatikoihin, ja lajikokeiluja järjestetään messuilla. Paikallislehdet ovat myös suosittu kanava mainostamiseen. Kuitenkin tiedon kerääminen potentiaalisilta jäseniltä voi olla haastavaa.

Viime vuosina sosiaalinen media on noussut yhdeksi suurimmista markkinointikanavista, jota urheiluseurat ovat aktiivisesti hyödyntäneet. Vaikka urheiluseuroilla on usein rajallinen markkinointibudjetti, oikein kohdennettuna sosiaalisen median avulla voidaan saavuttaa merkittäviä tuloksia.

Aiempi koululaiskysely osoittaa Opetus- ja kulttuuriministeriön (2020) aiempaan tutkimukseen jossa, taitoluistelu on suosittu harrastus alakouluikäisten lasten keskuudessa.

Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää Nurmijärven Taitoluistelu seuran jäsenhankintaa, joiden avulla luodaan konkreettisia keinoja uusien jäsenten hankintaan. Tarkoituksena on laatia lista, joka tarjoaa toimeksiantajalle ehdotuksia jäsenhankinnan edistämiseksi. Jäsenhankintasuunnitelma laaditaan ajankohtaisen teoriatiedon ja muiden yhdistysten vertailun pohjalta sekä tutkimuskyselyn analysoinnin tuloksista. Tavoitteena on tarjota toimeksiantajayhdistykselle selkeitä ja konkreettisia ehdotuksia jäsenhankinnan edistämiseksi. Painopiste on verkkosivujen ja sosiaalisen median sisällössä sekä kohderyhmän valinnassa

2 Toimeksiantaja ja lasten ja nuorten harrastustoiminta

Nurmijärven Taitoluistelijat NTL ry on Nurmijärven kunnan alueella toimiva taitoluistelu-seura, erityisesti Klaukkalan jäähallissa. Seura tarjoaa sekä kilpa- että harrasteluistelutoimintaa. Nurmijärven Taitoluistelijoiden tavoitteena on tarjota laadukasta taitoluistelutoimintaa niin muodostelma- kuin yksinluistelussakin. Seurassa luistelee noin 200 lasta, nuorta ja aikuista. Nurmijärven Taitoluistelijat on kehittyvä ja laadukkaan osaamisen taitoluistelu-seura, joka on Suomen Taitoluisteluliiton ja Etelä-Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n jäsen ja noudattaa niiden sääntöjä. Nurmijärven Taitoluistelijat on Olympiakomitean Lasten ja Nuorten sekä Aikuisten Tähtiseura (Nurmijärven Taitoluistelijat 2024).

Taitoluistelun muodostavat neljä eri lajia, joita ovat yksinluistelu, muodostelmaluistelu, jäätanssi ja pariluistelu. Seuraavaksi kerron niistä enemmän.

Yksinluistelu on laji, joka yhdistää urheilun ja taiteellisuuden. Luistelijat aloittavat taitojensa kehittämisen jo pienenä, ja kilpailuihin tähtäävät harjoittelevat säännöllisesti. He treenaavat hyppyillä, pirueteilla ja muilla luistelutaidoilla, jotta voivat menestyä lajin parissa.

Taitoluistelun joukkuemuotoa kutsutaan muodostelmaluisteluksi, jossa ryhmän tavoitteena on esittää ohjelman suorituksensa mahdollisimman yhtenäisesti, luistellen erilaisia askeleita, liukuja, piruetteja ja nostoja samanaikaisesti. Pariluistelussa tärkeintä on yhtenäinen pari: mies ja nainen. Pari suorittaa elementit yhdenmukaisesti ja yhtä aika. Pariluistelu eroaa jäätanssista ja yksinluistelusta elementtien osalta. Jäätanssissa kilpailevat tanssiparit, ja se eroaa pariluistelusta erityisesti nostojen ja piruettien suorittamisen vaatimusten osalta. Jäätanssissa joukkueen on suoritettava piruetteja yhdessä tanssiohjelmassaan. Heittoja ja hyppyjä ei sallita jäätanssissa. Lisäksi partnereiden ei tulisi olla erossa toisistaan enempää kuin kahden käsivarrenmitan verran. Vaikka alun perin partnereiden odotettiin pitävän tanssiote koko ohjelman ajan, nykyaikaisessa jäätanssissa tätä vaatimusta on löysennetty (Suomen Taitoluisteliitto 2024).

Suomen Taitoluisteliitto yhdessä jäsenyhdistystensä kanssa luo turvalliset puitteet taitoluistelun monipuoliselle harrastus- ja kilpailutoiminnalle. Liiton tavoitteena on edistää liikunnallista elämäntapaa. Taitoluistelua arvostetaan urheilulajina, ja se on maailmanlaajuisesti yksi seuratuimmista talviurheilulajeista. Suomi vaikuttaa lajin kehitykseen kansainvälisellä tasolla. Liiton järjestelmällinen maajoukkue-toiminta pyrkii varmistamaan, että suomalaisia taitoluistelijointa nähdään mukana lajin arvokilpailuissa. Muodostelmaluistelussa Suomi on yksi menestyneimmistä maista, ja taitoluistelun puolella on saavutettu useita mitali- ja pistesijoja (Suomen Taitoluisteliitto 2024).

Tähtiseura-ohjelma on Olympiakomitean, lajiliittojen ja aluejärjestöjen yhteinen laatuohjelma, joka tukee suomalaisen urheilun keskeistä vahvuutta: seuratoimintaa. Tähtiseura kehittää kotimaista seurakulttuuria päivittäin kohti parempaan; toimintaa tarkastellaan ja kehitetään säännöllisesti. Tähtiseura on vahva brändi, joka kertoo seuran laadukkaasta ja vastuullisesta toiminnasta. Täällä hetkellä on Suomessa jo yli 600 tähtiseura. (Olympiakomitea 2024).

Etelä-Suomen Liikunta ja Urheilu ry (ESLU) vaikuttaa eteläsuomalaisen liikunnan ja urheilun kehitystyöhön. ESLU valvoo liikunta- ja urheiluseurojen etua vaikuttamalla muun muassa liikunnan olosuhdeasioihin, avustuspoliittikkaan ja maksuihin kunnissa. Lisäksi ESLU pyrkii nostamaan liikunnan asemaa ja arvostusta. Yhdessä Olympiakomitean sekä muiden liikuntajärjestöjen kanssa ESLU vaikuttaa valtion liikuntabudjettiin. ESLU:n äänioikeutettuja jäseniä voivat olla liikunta- ja urheiluseurat, valtakunnalliset liikuntajärjestöt tai niiden oikeuskelpoiset alueorganisaatiot sekä muut liikuntaa, urheilua sekä kansalaisten hyvinvointia ja terveyttä edistävät rekisteröidyt yhdistykset (ESLU 2024).

Liikuntakasvatuksen tavoitteena on tukea lapsen fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista kehitystä. Keskeistä on antaa lapsille kokeilla ja haastaa omia fyysisiä rajojaan sekä kannustaa heitä liikumaan (ESLU 2024).

Harrastukset ovat merkittävä osa lasten ja nuorten elämää. Ne tarjoavat mahdollisuuden oppia uusia taitoja, kehittää luovuutta ja sosiaalisia taitoja sekä pitää mieli ja keho aktiivisina. Harrastukset voivat vaihdella urheilusta taiteeseen ja musiikkiin, ja ne voivat olla tärkeä tapa löytää oma intohimo ja identiteetti. On tärkeää kannustaa lapsia ja nuoria löytämään itselleen mieluisia harrastuksia ja antaa heille mahdollisuus kasvaa ja kehittyä niiden parissa. Harrastaminen edistää terveyttä, hyvinvointia ja elinikäistä liikunnan ja kulttuurin harrastamista. Harrastaminen tärkeä askel kohti lasten ja nuorten yhteisöllisuuden tukemista ja syrjäytymisen ehkäisemistä. Lasten ja nuorten itsenäinen harrastaminen on entistä tärkeämpää. Osaavat ohjaajat mahdollistavat turvallisen ja laadukkaan harrastusympäristön. Harrastuksissa lapsia ja nuoria tulee osallistua toiminnan suunnitteluun ja toteuttamiseen. Kavereiden merkitys lasten ja nuorten elämässä on suuri ja harrastustoiminnan kautta on mahdollisuus saada uusia kavereita. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2019, 13.)

Taitoluistelun harrastamiseen liittyvät yleiset esteet voivat olla moninaisia ja riippuvat usein yksilön olosuhteista sekä paikallisista resursseista. Yleisesti tunnettuja esteitä ovat esimerkiksi taloudelliset esteet, taitoluistelu voi olla kallis laji varusteiden, valmennuksien ja jäähallin käyttömaksujen vuoksi. Esteenä saattaa olla myös saatavuus. Jäähallien ja valmennuksien saatavuus voi olla rajoitettua tietyillä alueilla, mikä voi estää harrastuksen aloittamisen tai jatkamisen. Esteineen saattaa liittyä myös taitotaso. Jotkut seurat saattavat vaatia tietyn taitotason tai kokemuksen ennen liittymistä kilparyhmiin. Lisäksi vammat tai muut fyysiset rajoitteet voivat olla esteenä taitoluistelun harrastamiselle. Psykologiset esteet kuten itsetuottamuksen puute tai pelko esiintymisestä voi vaikuttaa halukkuuteen osallistua. Lisäksi tietyt sosiaaliset tai kulttuuriset näkökohdat voivat vaikuttaa yksilön mahdollisuuksiin osallistua taitoluisteluun (Sportanddev 2024).

3 Jäsenhankinta ja markkinointi

Seuraavissa luvuissa käsitellään urheiluseuraan liittyvä jäsenhankintaa ja markkinointia. Ketkä ovat jäsenet ja miten heidän toimintaansa vaikuttaa seuran toimintaa. Mitä tarkoittaa jäsenhankintaa ja millä tavalla Nurmijärven Taitoluistelijat nykyään toteuttavat jäsenhankinta seurassa. Lisäksi tarkastelen kohderyhmän määrittämistä.

3.1 Jäsenhankinta urheiluseurassa

Jäsenet ovat seuran asiakkaita, jotka maksavat jäsen- ja toimintamaksua sekä osallistuvat talokoiisiin ja muihin seuran järjestämiin tapahtumiin. Lisäksi jäsenet tarjoavat henkilökohtaista panostaan seuralle esimerkiksi talkootöissä. Seuran jäsenet ovat merkittävässä roolissa seuran tulonlähteitä ajatellen, sillä jäsen- ja toimintamaksut muodostavat taloudellisesti merkittävän osan seuran budjetista. Kasvattamalla jäsenmäärää seuralla on mahdollisuus laajentua ja kehittyä.

Urheilun ja liikunnan perusta on hyvä seuratoiminta. Suomessa on toiminnassa tuhansia urheiluseuroja. Seuratoiminta on yhdistystoimintaa, jota säätelee yhdistyslaki. Päätösvalta yhdistyksessä kuuluu jäsenistölle, joka käyttää päätösvaltaansa kokouksissa. Yhdistyksellä on oltava hallitus, joka edustaa sitä. Yhdistyshallitukseen kuuluu vähintään kolme yhdistyksen jäsentä (Yhdistyslaki 1989/503.)

Anttila (2023) kirjoittaa blogissansa jäsenyydestä kuin urheiluseuran ytimestä. Tosin hän laittaa samaan lauseeseen mahtumaan myös sana asiakkuus. Hän kertoo, että välillä viitataan jopa kansalaisuuteen ja kansalaisen perusoikeuksiin. Anttilan mukaan jäsenyys, asiakkuus ja kansalaisuus menevät usein sekaisin, mutta oleellista on huomata, että seuran muodostavat sen jäsenet. Jäsenet toimivat ja päättävät seurassa yhdessä (Anttila 2023).

Jäsenhankinta on yksi yhdistyksen tärkeimmistä tehtävistä. Se voi olla säännöissä määritelty tehtävä, mutta yleensä jäsenhankintaa tarkastellaan edunvalvonnan onnistumisen kautta. Rinne kertoo oppaassa (EHYT:n Yhdistyksen jäsenhankintaopas 2017), että yhdistyksen jäsenellä viitataan yleensä myös vapaaehtoiseen. On järkevää harkita jäsenyyttä hankittaessa, miten jäsen saadaan osallistumaan toimintaan erityisesti aktiivisena vapaaehtoisena.

Yritys voi kasvattaa tulojaan kahdella tavalla: ensinnäkin pyrkimällä lisäämään nykyisten asiakkaiden ostoja ja toiseksi hankkimalla uusia asiakkaita. Uusiasiakashankintaa tarvitaan myös mahdollisten asiakasmenetysten korvaamiseksi. (Bergström & Leppänen 2003, 417.)

Nurmijärven Taitoluistelijat -seuralla on tällä hetkellä useita tapoja hankkia uusia jäseniä aktiivisesti kauden aikana. Jäsenhankinta kohdistuu pääasiassa luistelukoululaisiin, eli ala-aste- tai päiväkotikäikäisiin lapsiin. Tämän vuoksi lähestymistapaa on harkittu tarkasti. Lapset reagoivat perinteiseen markkinointiin hyvin eri tavalla kuin aikuiset, ja usein vanhemmat ovat vastuussa lastensa harrastusten valinnasta. Tämän myötä myös vanhempien rooli tulee huomioida jäsenhankinnassa.

Seuran nykyiset jäsenhankinnan keinot ovat seuraavat:

Kaveriluistelu on luistelutapahtuma, johon nykyiset jäsenet voivat kutsua ystäviään ja tuttaviansa. Heillä on mahdollisuus kokeilla luistelua ja tutustua seuran toimintaan rennossa ilmapiirissä.

Maksuttomat kokeilu kerrat ovat tarkoitettu uusille jäsenille, jotka haluavat kokeilla luistelua ilman sitoutumista seuraan. Seura päättää itse, kuinka monta maksutonta luistelukertaa tarjoavat ja onko ennakkoilmoittautumisen tarvetta.

Koulu-/päiväkoti luistelua seura tarjoaa kunnan päiväkodeille ja koululuokalle mahdollisuuden tulla koko luokan voimiin luistelemaan ja tutustumaan harrastukseen.

Yleisöluistelu/vapaa jää kuntalaisille tarjotaan yhteistyössä Nurmijärven kunnan kanssa. Luistelu mahdollisuus on tarkoitettu kunnassa asuville ja tietyllä aikataululla.

Tapahtumia järjestetään seurassa säännöllisesti. Osa niistä jäähallilla ja osa jäähallin ulkopuolella. Tapahtumia on maksullisia ja maksuttomia.

3.2 Urheilumarkkinointi

Urheilumarkkinointi on urheilun markkinointia ja urheiluorganisaation harjoittamia markkinointitoimintoja. Kaiser & Brauer (2015, 1) mukaan urheilumarkkinointi jakautuu useisiin ulottuvuuksiin, kuten urheilumarkkinoinnin potentiaalisten mahdollisuuksien tunnistamiseen. Esimerkkinä he nostavat esiin sponsorointimahdollisuuksien arvioinnin, yhteistyökumppanuuksien etsimisen ja tapahtumien järjestämisen. Seuraavassa ulottuvuudessa Kaiser & Bauer kertovat strategian kehittamisestä. Heidän mielestään on olennaista määrittää tavoitteet, kohderyhmät ja viestintäkanavat. Lisäksi strategian tulisi tukea urheiluorganisaation brändiä ja liiketoimintaa. Kolmantena ulottuvuutena Kaiser & Bauer keskittyvät eri markkinointikeinojen valintaan. Esimerkkejä ovat mainonta, sosiaalinen media, tapahtumat ja sponsorointi. Seuraava ja viimeinen ulottuvuus Kaiserin & Bauerin mukaan on strategian toteutus ja valvonta. Kun strategia on suunniteltu, sitten on aika laittaa se käytäntöön. Käytännössä tarkoittaa se kampanjoiden toteuttamista, tulosten seuraamista ja tarvittaessa strategian muokkaamista. (Kaiser & Brauer 2015, 1.)

3.3 Urheiluseuran markkinointi

Urheilun monipuolinen tarjonta ja uusien harrastusmuotojen kehittyminen ovat tärkeitä tekijöitä liikunnan edistämisessä. Padel, frisbeegolf tai crossfit ovat erityisen suosittuja trendejä Suomessa, ja niiden suosio on kasvanut huomattavasti viime vuosina. Nämä lajit eivät välttämättä tarvitse erillistä markkinointia, sillä ne ovat jo laajalti tunnettuja.

Kilpailu uusista harrastajista on kuitenkin kovaa, ja saman alan lajin seuroja voi olla useita samassa kaupungissa. Tässä tilanteessa markkinointi voi auttaa urheiluseuran erottumaan

joukosta ja lisäämään näkyvyyttään. Markkinoinnin avulla voidaan myös aktivoida seuran toimintaa ja herättää ihmisten mielenkiintoa osallistua tapahtumiin. Lisäksi markkinoinnin avulla voidaan valistaa ihmisiä terveellisistä elämäntavoista ja vaikuttaa yhteiskuntaan. Urheiluseurat ovat merkittävässä asemassa ihmisten liikkuttamisessa ja terveyden edistämässä. Urheiluseurojen toiminta tarjoaa monipuolisia liikuntamahdollisuuksia eri ikäryhmille ja edistää fyysistä kuntoa sekä sosiaalista kanssakäymistä. Erityisesti lasten liikkumisen väheneminen on huolestuttavaa, ja urheiluseurat voivat omalta osaltaan auttaa lapsia liikkumaan enemmän ja pitämään huolta terveydestään (EHYT 2017).

3.4 Kohderyhmän määrittely

Kohderyhmän määrittely on tärkeä osa markkinointistrategiaa, oli kyse sitten organisaatiosta tai yrityksestä. Tässä yhteydessä puhutaan segmentoinnista, kohdennuksesta ja asemoinnista. Segmentointi vaihe keskittyy markkinoiden tutkimiseen ja niiden jakamiseen pienempiin osiin. Segmentoinnin avulla voidaan ymmärtää paremmin erilaisten asiakasryhmien tarpeita ja kiinnostuksen kohteita. Esimerkiksi voidaan jakaa asiakkaat demografisten tekijöiden, käyttäytymisen tai tarpeiden perusteella eri segmentteihin. Kohdennus vaiheessa tunnistetaan eri asiakassegmentit, seuraava askel on valita, mihin kohderyhmään keskitytään. Tämä voi olla yksi tai useampi segmentti. Lisäksi mietitään, miten tavoitetaan juuri nämä asiakkaat tehokkaasti. Esimerkiksi voidaan valita tietyn ikäryhmän, maantieteellisen alueen tai tietyn käyttäytymismallin omaavat asiakkaat. Asemoinnissa mietitään, millainen halutaan olla kullekin kohderyhmälle. Tämä liittyy organisaation tai yrityksen brändiin ja viestintään. Asemoinnin avulla pyritään erottumaan kilpailijoista ja luomaan selkeän mielikuvan siitä, mitä tarjotaan asiakkaille. (Kotler ym. 2019, 319-320.)

Kohderyhmänä tässä tutkimuksessa ovat Pilke päiväkodin lasten vanhemmat koska vanhemmat ovat hyvin usein ohjaamassa ja kannustamassa lasta johonkin urheiluharrastuksen pariin. Päätös liittyä urheiluseuraan ei aina ole pelkästään lapsen oma, vaan se vaikuttaa myös perheeseen. Vanhempien ja urheiluseuran yhteistyö on tärkeää jäsenyyksien ylläpidon kannalta. Viestintä ja tiedotus ovat keskeinen osa urheiluseuran toimintaa.

Pilke päiväkodit ovat kasvaneet neljäkymmenen vuoden aikana kahdesta perheyriyuksestä valtakunnalliseksi lapsiperheiden palveluja tuottavaksi yritykseksi, jossa on nykyään 221 päiväkotia, esikoulua ja iltapäiväkerhoa ympäri Suomea. Pilke päiväkodit Oy on kestävästi kasvava ja monipuolisesti suomalaisia lapsiperheitä palveleva yritys, joka toimii suomalaisten kuntien kumppanina varhaiskasvatuksessa, koululaisten iltapäivätoiminnassa ja perhepalveluissa. Pilke palvelee myös perheystävällisiä yrityksiä, jotka tarjoavat lastenhoitoa työsuhde-etuna omille työntekijöilleen (Pilke 2024).

Pilke päiväkodeissa on käytössä DaisyFamily -järjestelmä, jonka kautta toimii viestitys päiväkodin henkilökunnan ja lasten huoltajien välissä. Jokaisella käyttäjällä on oma

henkilökohtainen tunnus. Daisy:ssä lapsen huoltajat näkevät lapsen henkilökohtaisen varhaiskasvatussuunnitelman ja he voivat täyttää siitä oman osuutensa (Varhaiskasvatus 2023).

4 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät ovat perusta minkä tahansa tutkimuksen onnistumiselle. Ne tarjoavat systemaattisen tavan kerätä tietoa, analysoida sitä ja tehdä päätelmiä. Tässä tutkimuksessa keskityn kahteen keskeiseen menetelmään: kilpailijanalyysiin ja tutkimuskyselyyn. Seuraavissa alaluvuissa tarkastelen kumpaakin menetelmää yksityiskohtaisemmin, syvennyn näiden menetelmien käytännön soveltamiseen ja tutkin, miten ne voivat auttaa urheiluseuraa saavuttamaan tavoitteita.

4.1 Benchmarking

Benchmarking eli kilpailija-analyysi tarkoittaa käytännössä oman toiminnan vertailua muihin toimijoihin, joilta halutaan ja voidaan ottaa oppia. Impiön (2022) mukaan menetelmän tavoitteena on sisäisen toiminnan kehittäminen esikuvien kautta. Arvioinnin kohteena ovat yleensä omalla alallaan parhaiten toimivat yritykset. Myös eri toimialojen yrityksiä voidaan ottaa vertailun kohteeksi. Vertailu voi johtaa esimerkiksi oman tuotteen tai palvelun parantamiseen, työkalujen vaihtamiseen tai digitaalisen markkinointiviestinnän kehittämiseen. Toisinaan benchmarking voi johtaa merkittäviin muutoksiin sisäisissä toiminnoissa ja prosesseissa (Impiö 2022).

Ojasalon ym. (2014) mukaan vertaamalla oman organisaation toimintaan menestyvän kilpailevan organisaation toimintaan antaa meille nopeasti kuvan toimintamme tasosta. Voidaan soveltaa kilpailijan innovatiivisia toimintatapoja omaan toimintaan ja nopeuttaa organisaation kehittymistä. Jos tunnetaan kilpailijan toimintaa paremmin, kiinnostus kehittämiseen kasvaa ja näin organisaatio voi kehittyä nopeammin ja parantaa omaa kilpailuasemaa. (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 2014, 186.)

Kilpailija-analyysi rajattiin valitsemalla vertailukohteiksi muilla paikkakunnilla toimivia luistelu-seuroja. Ajankohta tässä analyysissä oli tammikuu-maaliskuu 2024. Tähän tutkimukseen on otettiin mukaan Vihdin Taitoluistelijat ry, Etelä-Vantaan Taitoluistelijat ry, Espoon Taitoluisteluklubi ry, Järvenpään Taitoluistelijat ry ja Helsingin Luistelijat ry. Tutkimus keskittyi seurojen jäsenhankintaan ja sen kehittämiseen vertaamalla seurojen kotisivujen ajankohtaisuutta ja ilmoittautumiseen liittyvä tietoa. Lisäksi otettiin vertailuun mukaan seurojen sosiaalisen median sivut - Facebook ja Instagram. Kilpailija-analyysissä pyrittiin ymmärtämään, millaisia taitoluistelu-seuroja lähialueilla toimii. Kotisivujen kautta selvitettiin niiden tarjoamat lajit ja palvelut. Analysoitiin kilpailijoiden toimintaa some-sivujen kautta, pyrittiin kartoittamaan heiden vahvuudet ja heikkoudet. Mitä he tekevät hyvin? Missä heillä on parantamisen varaa?

Voiko Nurmijärven seura tarjota jotain, mitä kilpailijat eivät tarjoa? Erikoistumisella pyrin etsimään tapoja erottua kilpailijoista. Se voi olla ainutlaatuinen valmennusmetodi, erityisesti jäsenetuja tai poikkeukselliset tapahtumat.

Benchmarking						
	VIHDIN TAITOLUISTELIJAT RY	ETELÄ-VANTAAN TAITOLUISTELIJAT RY	ESPOON TAITOLUISTELU KLUBI	JÄRVENPÄÄN TAITOLUISTELIJAT RY	HELSINGIN LUISTELIJAT RY	NURMIJÄRVEN TAITOLUISTELIJAT RY
KOTISIVU	Ytimekäs, ajankohtainen, ilmoittautumiset tapahtumat, palvelukieli pikalinkit someen	Visuaalinen, kätevä, ilmoittautuminen nostettu esiin, järjestelty hyvin	Vaikea seurata, ilmoittautumisen tietoa nostettu esiin, paikka saatavuus,	paljon tietoa etusivulla. Ajankohtaiset uutiset ja pikalinkit laatikoihin, ilmoittautumisia ei ole nostettu esiin,	Ajantasalla- tulevat tapahtumat ja ilmoittautumiset,	Tietoa laatikoihin jaettuna, ei ole hyvin päivitetty, ajankohtainen mainos, ilmoittautuminen etusivulla
FACEBOOK	Aktiivinen, mainokset tapahtumista, pikalinkki ilmoittautumiseen mutta ei päivitystä tai muistutusta siitä	Tapahtumien mainostaminen tärkeä, ilmoittautumisen tietoa ei ole päivitetty,	säännöllinen päivittäminen harrasteryhmiin liittymiseen, tapahtumien mainostaminen on yhdistetty ilmoittautumiseen	tapahtumat ja kilpailut, ilmoittautumistietoa ei ole päivitetty,	ei kovin aktiivinen, säännöllinen päivitys kerran viikossa,	Mainostetaan ahkerasti tapahtumia ja seuran toimintaa,
INSTAGRAM	Mainoiksoa tapahtumista ja kilpailuista,	2 eri sivu, pääpaino tapahtumat	Ilmoittautumisen mainostaminen ja muistutaminen, tapahtumat	Harrasteryhmien mainostamiseen ei ole panostettu	Tapahtumat ja toiminta seurassa	Kilpailut ja tapahtumat,
JÄSENHANKINTA	2 ilmaista kokeilukertaa, perheluistelukoulu, miniluistelukoulu	Kaveriluistelu, kattava tapahtumavaikeoima harrasteryhmille	Kevätjää, luistelukouluun liittyminen kesällä kautta -30%	2 maksutonta kokeilukertaa, kesällä kautta liittyminen -50%	Poikien oma luistelupäivä-tapahtuma,	5x kokeilukortti, maininta kokeilujäistä ja -kursseista.

Kuva 1 Kilpailija-analyysi

Kuvassa 1 on yhteenveto kilpailija-analyysistä. Vihdin Taitoluistelijat ry:n (VTL) kotisivu internetissä on ytimekäs. Etusivulle on koottu kaikki mahdollinen info pieniin palkkeihin. Etusivulta lukee kaikki tarvittava tieto uuden harrastajan liittymiseen seuraan. Tiedustelut ja viestit kokeilukerrasta löytyy suoran linkin takana etusivun keskellä. Etusivulla on visuaalisesti mainostettu tulevia tapahtumia ja ajankohtaisia ilmoittautumismahdollisuuksia eri ryhmiin. Erikseen on nostettu esiin, millä kielellä on mahdollista ottaa yhteyttä. Monikielisyys rikastaa palvelutarjontaa. Seuran sosiaalisen median pikalinkit ovat selkeästi esillä etusivun reunassa. Jäsenhankinta keinona tarjoaa VTL miniluistelukoulu, joka mahdollistaa luistelun aloituksen kesken kauden, sekä kokeilla 4 kertaa alennetulla hinnalla, jonka jälkeen voi päättää haluaako jatkaa luistelua seurassa vai ei. Uusille harrastajille on tarjolla myös 2 ilmaista kokeilukertaa. Lisäksi tarjoaa VTL perheluistelukoulu.

Perheluistelukoulussa aikuinen ja lapsi saavat mahdollisuuden harrastaa luistelua yhtä aikaa samalla jäällä, mutta omilla ryhmässään. Lapset luistelevat oman ohjaajan johdolla ja aikuisilla on vastaavasti oma ryhmä ja ohjaaja. Näin myös aikuiset voivat keskittyä luistelun oppimiseen ja saavat tehokkaan liikuntatuokion. Perheluistelukoulu on myös hyvä mahdollisuus luistelun harrastamiseen niille lapsille, jotka eivät vielä uskalla tulla yksin luistelukouluun, mutta yhteisen harrastuksen myötä rohkaistuvat kokeilemaan luistelua. Kotisivulta löytyvät

selkeät ohjeet uusille harrastajille ja heidän huoltajillensa valmistautumiseen, varusteisiin ja sääntöihin (Vihdin Taitoluistelijat 2024).

VTL Facebook sivu on aktiivinen ja ajankohtainen. Mainosjulkaisuja tulevista tapahtumista ja kuvia kilpailuista löytyy sivulta runsaasti. Vihdin taitoluistelijat ovat yhdistämässä voimia Lohjan Taitoluistelijat seuran kanssa. Seura on käynnistänyt seuran ”nimi&logo”- kisaan aktivointuakseen uusia seuran jäseniä mukaan seuran toimintaan. Liittyminen Lohjan Taitoluistelijat seuran kanssa lisää mahdollisuuksia toimintaan ja mahdollistaa taloudellisesti panostaa enemmän jäsenhankintaan. Facebook sivulta ei löydy mitään tietoa perheluistelukoulusta.

VTL Instagram sivulta löytyy mainoksia tulevista tapahtumista ja runsaasti kuvia kilpailuista mutta tosi vähän julkaisuja ilmoittautumisista, luistelukoulusta tai perheluistelukoulusta. Sivulta löytyi 1 julkaisu vuoden alkupuolelta luistelukouluun ilmoittautumisesta ja 1 julkaisu perheluistelukouluun ilmoittautumisesta. Ajankohtaisena tietona löytyy seuran uusi nimi ja logo, joka on varmasti tärkeä uusien luistelijoiden hankinnassa.

Etelä-Vantaan Taitoluistelijat ry:n (EVT) kotisivu on visuaalinen. On käytetty kuvia tapahtumien mainostamiseen ja ilmoittautumismahdollisuudet ovat selkeästi nostettu esiin. Tietoa on alustavasti tuotu esille ja lisäinfoa löytyy erikseen lopputekstiä klikkaamalla. Helposti on löydettävä aihe ja kiinnostuessa on mahdollista lukea enemmän. VTL mainostaa YouTube kanavaa mutta muiden sosiaalisten kanavilla mainostaminen on vajaa. Jäsenhankinta keinoina löytyy kaveriluistelu ja kattava tapahtumavalikoima harrasteryhmille. Kotisivulta ei löydy mainintaa ilmaisesta kokeilukerrasta tai vastaavasta toiminnasta.

EVT mainostaa kotisivulla rohkeasti YouTube kanavaa mutta viimeiset postaukset ovat vuoden takaiset. Facebook sivulta näkee julkaisua kevätnäytöksestä. Ilmoittautumisen julkaisu on tehty vuoden alussa ja päivityksiä siihen ei ole tehty. Instagram sivuja löytyy EVT: lla 2 eri laista - #etelavantaantaitoluistelijat ja #evtluistelijat. Molemmalla sivulla on muutamia julkaisuja ilmoittautumisesta ja luistelukoulusta, mutta pääpaino on laitettu ajankohtaiseen kevätnäytökseen.

Espoon Taitoluisteluklubi (ETK) kotisivu on vaikea seurata, jos itse ei ole paikallinen asukas. Harjoitustunnit ovat jaettu eri jäähallien välillä ympäri Espoon kaupunkia. Uuden harrastajan huoltajille saattaa olla haastavaa kuljettaa lastansa treeneihin eripuolelle kaupunkia. Tämä saattaa olla kuitenkin hyödyllinen niille, joiden lapsi luistelee viikossa vain kerran ja vain yhdessä jäähallissa lähellä kotia. Ilmoittautuminen kotisivulla on selkeästi nostettu esiin. Ilmoittautumiseen liittyvä tieto on selitetty ymmärtävästi ja yksityiskohtaisesti. Lisäksi on näkyvillä, kuinka monta paikkaa on jäljellä tietyissä ryhmissä. Kotisivulla on ilmoittautumislomake päiväkodin- tai koululuokan ryhmille. Luistelukoulukausi on verrattuna muihin seuroihin lyhyempi, joka on tammikuusta maaliskuun loppuun. Sen jälkeen voi jatkaa ETK:n luistelukoulun kevätjäillä toukokuun lopulle saakka. Tämä vaatii erikseen ilmoittautumista ja lisämaksua.

Tapahtumat ovat esitelty kalenterimuodossa eli kalenterissa on tietylle päivämäärälle merkattu ympyrä ja klikkaamalla aukeaa lisäinfoa tapahtumasta. Tämä auttaa hahmottamaan kalenteria omien suunnitelmien teossa. Jäsenhankinta keinoina voidaan nostaa esiin kevätjään tarjonta ja keskellä kauden ilmoittautuminen luistelukouluun -30 % kausimaksusta.

Facebook sivulla on säännöllisesti vähintään kerran kuussa nostettu esiin ilmoittautumiseen liittyviä postauksia ja muistutuksia. Tapahtumien mainostaminen on yhdistetty ilmoittautumiseen kanssa. Instagram sivu keskittyy ilmoittautumisten mainostamiseen ja muistuttamiseen. Lisäksi löytyy mainos sponsorointi mahdollisuuteen, joka on sovittu K-supermarket Lippulaivan kanssa.

Järvenpään Taitoluistelijat ry: (JTL) kotisivulla on etusivulle koottu tietoa, uutisia ja pikalinkkejä. Kaikki tieto on laitettu eri laatikoihin, että tietoa olisi mahdollisimman selkeästi esitelty. Ilmoittautumiset- sivu ei ole nostettu erikseen esille, joka löytyy harmaalta riviltä muiden linkkien seasta. Ilmoittautumislomake on selkeä ja samalla sivulla näkyy myös ryhmien valikoima sekä vapaiden paikkojen saatavuus. Etusivulta löytyy pikasivu Facebookiin. Jäsenhankinta keinoina nostaisin esiin 2 maksutonta kokeilukertaa ja mahdollisuuden ilmoittautua ryhmiin keskellä kauden puoleen hintaan.

JTL Facebook sivu paino on tapahtumiin ja pääsääntöisesti kilpailutapahtumiin. Ilmoittautumisiin ei ole paljon panostettu. Tammikuun alussa on ilmoitettu harrasteryhmien kevätkauden alkamisesta ja helmikuun puolessa välissä muistutus luistelukoulun jatkumisesta.

Järvenpään Taitoluistelijat ry Instagram sivu jakaa tietoa tapahtumista ja kilpailuista. Ilmoittautumisista on 2 julkaisua, jotka on tänä vuonna julkaistu. Julkaisut ovat hyvin samankaltaisia, eli sama mainos mutta päivämäärä on muutettu.

Helsingin Luistelijat ry:n (HL) kotisivu tarjoaa ajankohtaista tietoa, kuten muodostelmaluistelun avoimet kokeilukerrat aikuisille sekä valmennustiimin uudistukset kaudelle 2024-2025. Lisäksi jaetaan kotisivulla tietoa tulevista tapahtumista ja ilmoittautumista. Harrasteryhmien ilmoittautumisen linkki ei löytyy etusivulta, koska ryhmät ovat täynnä. Ilmoittautuminen tapahtuu erillisen järjestelmän kautta eikä lomaketta HL kotisivulta löytyy.

HL Facebook sivu ei ole kovin aktiivinen verrattuna muihin vertailussa oleviin seuroihin. Tapahtumia mainostetaan pääsääntöisesti kerran viikossa yhdellä julkaisulla. Ilmoittautumisia koskeva tieto on suunnattu aikuisryhmille, koska lasten harrasteryhmät ovat täynnä.

Helsingin Luistelijat Instagram sivulla mainostetaan ”poikien päivä”. Tämä pojille järjestetty luistelutreeni, jossa pojat pääsevät irrottelemaan yhdessä yhteisen alkuverryttelyyn, jääharjoituksen sekä oheistreenin merkeissä. Lisäksi mainostetaan rohkeasti tapahtumia ja toimintaa seurassa.

Nurmijärven Taitoluistelijat ry:n (NTL) kotisivulle on koottu tieto laatikoihin. Tiedotteet ovat vuoden vanhoja ja päivityksiä ei ole tehty. Iso mainos keskellä etusivua on ajankohtainen ja mainostaa kevättapahtuma 2024. Sivun alapuolelta löytyy ilmoittautumislaitte, jossa on pikalinkki harrasteluistelu- ja luistelukoulun sivulle. Ilmoittautumisen lisäksi löytyy hinnasto ja aikataulu. Jäsenhankinta keinoina nostaisin esiin mahdollisuuden osallistua luistelukouluun viiden kerran kokeilukortilla, joka sisältää jäsenmaksun ja vakuutuksen. Kotisivulla mainitaan, että NTL järjestää luistelukoululaisille ja harrastajille erilaisia kokeilujäitä ja kursseja, mutta tarkempia tietoja näistä ei ole saatavilla.

NTL Facebook sivulla mainostetaan tapahtumia ja seuran toimintaa. Mainos luistelukoulun loppukauden ilmoittautumiseen löytyy helmikuun julkaisuista ja julkaisu kevätkauden alkamisesta on jaettu vuoden alussa. Muuten on harrasteryhmien toimintaa jääneet huomioimatta.

Nurmijärven Taitoluistelijat ry Instagram sivulta löytyy paljon julkaisuja kilpailuista tai tulevien tapahtumia koskien, mutta harrasteryhmien toiminnan jakaminen jää kuukausien tai jopa vuosien taakse.

4.2 Kyselytutkimus

Kyselytutkimus on yleinen menetelmä, jolla kerätään tietoa erilaisista yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisten toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista. Tutkijat käyttävät kyselylomaketta, jossa on kysymyksiä, ja vastaajat täyttävät sen. Vehkalahti (2019) mukaan kyselylomake on mittausväline, jota voidaan soveltaa monilla aloilla, kuten yhteiskunta- ja käyttäytymistieteellisessä tutkimuksessa, mielipidetiedusteluissa, katukyselyissä, soveltuvuustesteissä ja palautemittauksissa. Kyselytutkimuksen avulla voidaan saada arvokasta tietoa, joka auttaa ymmärtämään ihmisten käyttäytymistä ja näkemyksiä. Se on tehokas tapa kerätä laajaa tietoa suurelta joukolta ihmisiä. Tutkijat voivat analysoida vastauksia ja tehdä johtopäätöksiä eri aiheista (Vehkalahti 2019).

Ojasalon ym. (2014, 132-133) mukaan kyselylomakkeen suunnittelu perustuu kehittämistyön tavoitteisiin. Ennen lomakesuunnittelun aloittamista on tärkeää, että tekijä ymmärtää selkeästi työnsä tavoitteet. Lomakkeeseen sisällytetään kaikki ja vain ne kysymykset, jotka ovat tarpeellisia tavoitteiden saavuttamiseksi. Lisäksi on huomioitava, että lomakkeen pituus ja ulkoasu vaikuttavat merkittävästi vastaamishaluun - liian pitkä kysely saattaa heikentää vastaajien motivaatiota. Kysymykset on oltava yksiselitteisiä, tarkkoja ja lyhyet. Kyselylomake on välttämätöntä testata.

Kyselytutkimus on paras tapa tavoittaa kohderyhmä. Kyselyllä kerätään tietoa kohderyhmän tiedollisuudesta toimeksiantajasta sekä Nurmijärven Taitoluistelijat -seuran toiminnasta. Kyselyssä kohderyhmä pystyy sanomaan itse mikä estä heidät liittymään seuraan ja halutessaan

esittää toiveita mukaan toimintaa. Kysely lähetetään kohderyhmälle Pilke päiväkotien Daisy-järjestelmän kautta.

Kyselytutkimus toteutettiin Google Forms -kyselyn avulla. Kysely lähetettiin kohderyhmälle keskiviikkona 10.4. ja lomake oli avoinna seuraavaan keskiviikkoon 17.4. asti, eli vastausaika kyselyyn oli yksi viikko. Muistutusviesti kyselyyn osallistumiseen lähetettiin maanantaina 15.4. Kyselyyn luotiin yhteensä 15 kysymystä. Kyselyyn vastaaminen kesti noin 3-5 minuuttia, ja vastaaminen oli anonyymiä. Tutkimuksessa osallistui Pilke päiväkodin kuudentoista lapsen vanhempia.

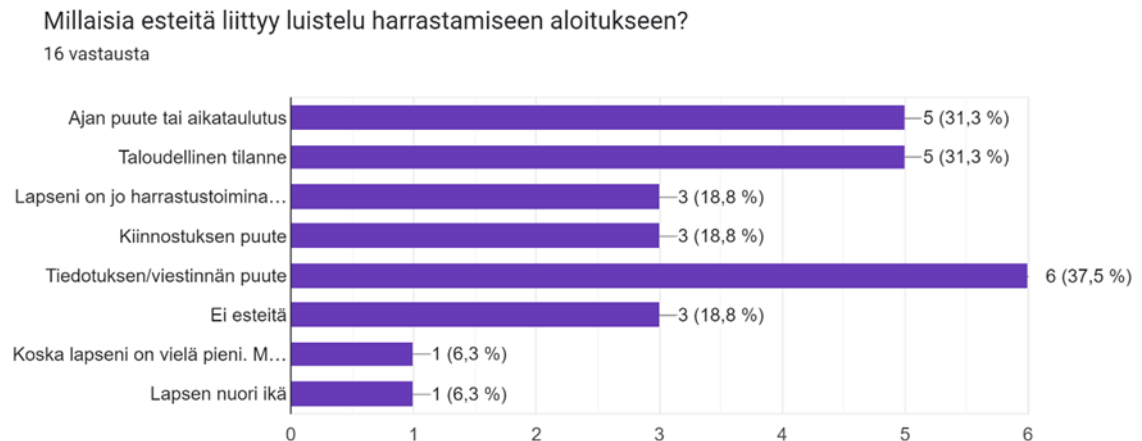
Tutkimuskyselyn kysymykset luotiin yhdessä Nurmijärven Taitoluistelijat seuran harrastevas-
taavan kanssa. Tutkimuskyselyn kysymykset suunniteltiin näin, että niihin olisi mahdollisim-
man helppo ja nopea vastata. Vastauksia ei tarvinnut paljon pohtia koska vastausvaihtoeh-
toina olivat pääsääntöisesti kyllä tai ei -vastaukset. Kyselytutkimuksen kysymykset suunnat-
tiin Nurmijärven Taitoluistelijat seuran markkinointiviestintään sekä toiminnan näkevyyden
yleisesti. Tutkimuskyselyllä kohderyhmältä saatiin monenlaista tärkeää tietoa seuran markki-
nointiviestintään liittyen. Kyselyllä selvitetiin esimerkiksi asenteet ja mielipiteet, eli miten
kohderyhmä suhtautuu seuran markkinointiviestintään ja mitä mieltä he ovat sen eri osa-alu-
eista. Lisäksi viestintäkanavien tehokkuus eli mitkä kanavat tavoittivat kohderyhmän parhai-
ten ja missä muodossa viestintä on ollut tehokkainta. Viestinnän sisältö, eli millainen sisältö
resonoi kohderyhmän kanssa, mikä kiinnosti ja mikä ei. Käyttäytymismuutokset, eli onko
markkinointiviestinnällä ollut vaikutusta kohderyhmän käyttäytymiseen, esimerkiksi ostopää-
töksiin tai brändin suosimiseen. Kyselyllä kerätiin tietoa auttaa seuran kehittämään markki-
nointiviestintäänsä kohderyhmälle entistä kohdennetummin ja tehokkaammin. Tiedon avulla
voidaan myös mitata markkinointiviestinnän onnistumista ja tehdä tarvittavia muutoksia käy-
täntöihin.

4.3 Kyselytutkimuksen tulokset

Ensimmäinen kysymys keskittyy lasten harrastamiseen yleisesti. Mitä mieltä ovat vanhemmat
pienen lapsen harrastamisesta eli ovatko he ollenkaan miettineet lapselleen jotain harras-
tusta? Kaikki 16 vastaajat olivat miettineet lapselleen jotain harrastusta.

Seuraava kysymys tarkentaa edellistä kysymystä: ovatko vanhemmat pohtineet koskaan lap-
selleen taitoluistelua harrastuksena? Kahdeksan vastaajaa eli puolet olivat sitä mieltä, että
tämä harrastus voisi olla taitoluistelu.

Seuraavaksi kiinnostaa minua, millaisia esteitä liittyy luisteluharrastamiseen kohderyhmän nä-
kökulmasta



Kuva 2 Millaisia esteitä liittyy luistelu harrastamiseen aloitukseen?

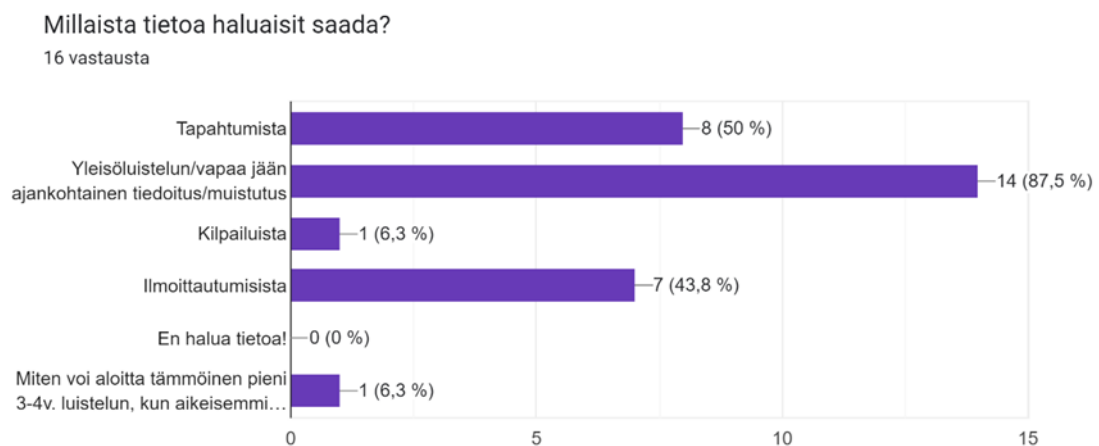
Kuvassa 2 esitellään 2 saadut vastaukset. Kysymykseen vastasi 16 vastaajaa. Vastaajat voivat valita useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon. Ajan puute tai aikataulutus koettiin esteenä viiden henkilön toimesta. Saman verran ihmisiä valitsi esteeksi taloudellisen tilanteen. Kolme vastaajaa ilmoitti, että heidän lapsensa ovat jo harrastustoiminnassa muualla. Kuusi vastaajaa olivat sitä mieltä, että tiedotus ja viestintä on ollut vähäistä. Kolmella vastaajalla ei ole kiinnostusta luisteluun lainkaan, ja saman verran vastaajia vastasi, että he eivät näe esteitä missään näistä vaihtoehdoista. Kaksi henkilöä oli sitä mieltä, että lapsi on vielä liian pieni aloittamaan luistelua.

Seuraava eli neljäs kysymys liittyy lapsen kiinnostukseen luistelua kohtaan. Kaikki kyselyyn osallistuneet vanhemmat vastasivat tähän kysymykseen, ja suurin osa lapsista eli lähes 70 % vastaajista ilmoitti lapsensa olevan kiinnostunut luistelusta. Seuraava kysymys on jatkokysymys niille, joiden lapsi ei ole kiinnostunut luistelusta. Kysymykseen ”Haluaisiko lapsi kokeilla luistelua?” tuli monenlaisia vastauksia. Eräs vanhempi uskoo, että heidän lapsensa haluaisi kokeilla luistelua. Toinen vanhempi kertoi, että heidän lapsensa luistelee vapaa-ajallaan, mutta ei ole kiinnostunut osallistumaan luistelukouluun. Yksi vanhempi oli sitä mieltä, että lapsi ei vielä haluaisi luistella. Yhdellä vanhemmalla ei ollut tietoa lapsen halukkuudesta luistelua kohtaan.

Kuudes kysymys kertoo, millä tavalla saadaan lapsi innostumaan luistelusta vanhempien mielestä. Tähän kysymykseen olen laittanut monta vastausvaihtoehtoa, mutta kyselyyn osallistuja sai valita vain yhden hänen mielestään parhaan keinon saada lapsensa innostumaan luistelusta. Lähes puolet vastaajista löysi maksuttoman kokeilukerran jäähallissa ohjaajien kanssa parhaaksi vaihtoehdoksi valikoimastani. Toiseksi suosituin vaihtoehto oli lajin tutustuminen päiväkodin ympäristössä, josta oli kiinnostunut 25 % vastaajista. Luistelu vanhempien kanssa

ja luistelu kavereiden kanssa saivat ääniä tasavertaisesti 12,5 % vastaajista. Yksi vastaaja li-
säsi tähän oman ehdotuksensa ja kertoi, että kaikki edellä mainitut ovat hyviä vaihtoehtoja.

Seuraavat kysymykset liittyvät seuran toimintaan ja tunnettavuuteen. Yli 60 % vastaajista on
kuullut Nurmijärven Taitoluistelijat -seurasta, mutta seuran toimipaikka, Klaukkalan jäähalli,
tuli uutisena samalle määrälle vastaajia. Lähes 90 % vastaajista haluaa saada lisätietoa seuran
toiminnasta



Kuva 3 Millaista tietoa haluaisit saada?

Kuva 3 on nostettu esiin vastaajien kiinnostuskohteet liittyen seuran tiedotukseen. Kaikkein
eniten kiinnostaa kyselyssä vastaajia yleisöluistelun ajankohtainen tiedotus ja muistutus. Seu-
raavaksi vastaajat ovat kiinnostuneita tapahtumista ja sen jälkeen ilmoittautumisista. Kaik-
kein vähiten kiinnostaa vastaajia kilpailuihin. Eräs vanhempi on huolissaan siitä, miten niin
pieni 3-4-vuotias voi aloittaa luistelun luistelukoulussa, kun hän ei ole aikaisemmin koskaan
luistellut.

Sen jälkeen halusin tietää, mitkä tiedotuskanavat ovat kohderyhmällä käytössä. Kysymykseen
vastasivat kaikki osallistujat, ja puolet eli 50 % vastaajista käyttää tiedotuskanavana sosiaa-
listia mediaa. Toiseksi yli 30 % vastaajista nosti esiin seuran nettisivun tärkeyden. Yksi vas-
taaja luuli ensisijaisesti menevänsä etsimään tietoa suoraan paikallisesta jäähallista, ja yksi
aloittaa tiedonhankinnan googlaamalla.

Seuraavassa kysymyksessä haluan saada tietoa siitä, mistä kyselyssä osallistujat ovat eniten
huomanneet Nurmijärven Taitoluistelijoiden mainoksia. Seitsemän kuudestatoista vastaajasta
ilmoitti, etteivät ole nähneet kyseisiä mainoksia missään. Yksi vastaaja mainitsi, että tämä
kysely on ensimmäinen kerta, kun hän kuulee mainoksista Nurmijärven Taitoluisteliijoista.

Muut vastaajat ovat huomanneet mainoksia sosiaalisessa mediassa, lehdissä ja päiväkodin ilmoitustaululla.

Seuraava kysymys kertoo Nurmijärven kunnan tarjoamasta ilmaisesta yleisöluistelusta. Tähän kysymykseen vastasivat kaikki osallistujat, ja yli puolet eli 62,5 % vastaajista ei ollut tietoisia kyseisestä tarjoamasta.

Sen jälkeen halusin tietää, kuinka moni vastaajista on tietoinen siitä, että luistelukouluun on mahdollista osallistua myös 5x-kortilla. Tähän kysymykseen vastasivat kaikki vastaajat, ja selvisi, että melkein 90 % vastaajista ei ollut kuullut kyseisestä kortista.

Viimeinen kysymys koskee luistelukouluun liittymistä kesken kauden. Tähän kysymykseen vastasivat kaikki osallistujat, ja 87,5 % vastaajista ei ollut kuullut kyseisestä mahdollisuudesta.

5 Pohdinnat ja kehitysehdotukset

Nurmijärven Taitoluistelijat (NTL) on aktiivinen taitoluisteluseura. NTL on tunnettu laadukasta taitoluistelutoiminnastaan sekä muodostelma- että yksiluluistelussa, ja se pyrkii tarjoamaan kannustavan ympäristön uuden oppimiseen ja luistelun iloon. Vaikka NTL on kehittyvä ja laadukkaan osaamisen taitoluisteluseura, jäsenmäärän kasvu on ollut haasteellista. Tässä tilanteessa on tärkeä pohtia, miten jäsenmäärä voisi kasvattaa.

Kehitysehdotukset



Kuva 4 Kehitysehdotukset

Kuva 4 Kehitysehdotukset on luotu tämän tutkimustyön perustella Nurmijärven Taitoluistelijat seuralle. Tutkimuksessa nousi esiin erilaisia keinoja seuran jäsenhankinta toteuttamiseen sekä näkevyyden kasvattamiseen. Verrattessa NTL toimintaa muiden seurojen toimintaan nousi esiin

Nurmijärven seuran suppea palvelutarjoamaa. Nurmijärven Taitoluistelijat ry:n palvelutarjontaan voisi lisätä poikien oman harrasteryhmän. Edellytykset tälle ovat olemassa, koska luistelukoulussa luistelee jonkin verran poikia, ja heille oman ryhmän perustaminen voisi rohkaista muita poikia aloittamaan luistelun ja liittymään seuraan.

Seuraavaksi nousi esiin perheenjäsenten tärkeys harrastamiseen aloitukseen. Lapsen ja vanhemman yhdessä jälle luistelemaan olisi mahtavaa keino saada lapsi innostumaan taitoluistelun pariin. Samalla kannattaa mainostaa rohkeasti yleisöluistelua, joka on kunnassa asuville perheille ilmainen mahdollisuus luistella ympäri vuoden. Tämä voisi innostaa lapsia luistelun pariin. Tutkimuskyselyn mukaan suurin osa vastaajista eivät tiedä yleisöluistelun mahdollisuudesta, joten seuran olisi hyvä mainostaa sitä enemmän ja muistuttaa säännöllisesti tarjolla olevista ilmaisista jäävuoroista.

Tutkimustulokset osoittavat, että taitoluistelun tutustuminen voisi tapahtua päiväkodin ympäristössä. Yhteistyö Nurmijärven Taitoluistelijat ry:n ja esimerkiksi tutkimuksessa osallistuva Pilke päiväkotien välillä on ehdotus, joka kannattaa kokeilla. Lajin tutustuminen hauskan taitoluistelun videon avulla tai rullaluistimilla tapahtuva luisteluesitys päiväkodin urheilusalissa tai päiväkodin pihalla voisi olla mielenkiintoinen tapahtuma lapsille, josta voisi syntyä intohimo taitoluistelun harrastamiseen tai kokeilemiseen. Tämän lisäksi flyereiden jakaminen kotiin olisi hyödyllistä, koska lapset pystyvät itse puhuma esimerkiksi flyerin avulla kokemastaan vanhemmille. Samalla kannattaa hyödyntää yhteistyötä päiväkodin kanssa tapahtumien ja ilmoittautumisten mainostamiseen ja muistuttamiseen. Yhteistyö päiväkotien kanssa voi tuoda seuralle näkyvyyttä, uusia jäseniä ja innostuneita lapsia taitoluistelun pariin.

Tutkimuksen tulosten, omien kokemuksieni ja näkemyksieni perusteella on järkevää suositella, että Nurmijärven Taitoluistelijat ry:n nettisivut ja sosiaalinen media otetaan ensimmäisenä käsittelyyn. Tutkimustuloksista löytyy useita hyviä ehdotuksia ja keinoja tähän tarkoitukseen. Ensinnäkin päivitetään vanhat tiedotteet kotisivulla. Tämä auttaa pitämään yleisön ajan tasalla ja tarjoaa heille ajankohtaista tietoa. Toiseksi panostetaan enemmän sosiaalisen median kanaviin. Säännöllinen vuorovaikutus yleisön kanssa sosiaalisessa mediassa voi lisätä sitoutumista ja tavoittaa uusia ihmisiä. Kolmanneksi muistutetaan yleisöluistelusta, ilmoittautumisista harrasteryhmiin ja tapahtumista. Mielestäni tärkeintä olisi saada nettisivut ajan tasalle ja pitää huolta niiden sekä somekanavien jatkuvasta päivittämisestä. Tämä auttaa ylläpitämään seuran näkyvyyttä ja viestintää nykyaikaisella tavalla.

6 Johtopäätökset

Kilpailija-analyysissä nouse selkeästi esiin Nurmijärven Taitoluistelijat seuran vähäinen panostus uusien jäsenten hankintaan sosiaalisessa mediassa. Harrasteryhmien liittävään

toimintaan julkaisujen määrä on vajaa ja siihen kannatta panostaa rohkeasti ja säännöllisesti, että tämä toimintaa tavoittaa enemmän ihmisiä. Tutkimuksesta nousi esiin, että Nurmijärven Taitoluistelijat seuran kotisivu ei ole päivitettyä säännöllisesti. Sivulla näkyy ajankohtainen mainos tulevasta kevätnäytöksestä, mutta tiedotteet, mainoksen vieressä, ovat jo pari vuotta vanhoja. Lisäksi havaittavissa oleva tieto harrastustoiminnasta on vajaa. Kotisivulla mainitaan koulu- ja päiväkotiluistelusta, mutta tarkempi tieto ei ole saatavilla. Jäsenhankinnan näkökulmasta Instagram sivu ei ole hyödynnetty hyvin. Instagram sivun hyödyntäminen harrastustoiminnan ja ilmoittautumiseen julkaisemiseksi kannattaa panostaa, koska kyselytutkimuksen tuloksena nousi esiin juuri Instagramin mainintaa huomamaan Nurmijärven Taitoluistelijat seuran mainoksia. NTL Facebook sivulla mainostetaan ahkerasti seuran toimintaa ja tapahtumia, mutta tapahtumien määrä Nurmijärven Taitoluistelijat seurassa verrattuna muihin seuroihin on vähäinen. Tapahtumien toteutus riippuu suuresti seuran vapaaehtoisten panostuksesta ja aktiivisuudesta. NTL tarjoaa nykyään useita tapahtumia, jotka toteutetaan vapaaehtoisten voimiin, mutta nämä ei eivät ole tuoneet merkittävästi tuloksia just jäsenhankintaan kannalta katsoen. Jäsenhankinta keinona NTL tarjoaa ilmaisia kokeilukertoja uusille harrastajille, joka ei ole kovin yleinen tarjous pääkaupungissa toimivilla seuroilla. Tutkiessa seurojen eri jäsenhankinta keinoja nousi esiin Vihdin Taitoluistelijat seuran perheluistelu, Helsingin Luistelijat seuran järjestämä ”Poikien päivä”- tapahtuma ja Nurmijärven Taitoluistelijat seuran tarjoama 5 kerran kokeilukortti. Kortti on mahdollista käyttää koko kauden ajan ja tarvittaessa on mahdollista käyttämättömiä kertoja siirtää seuraavaan kauteen. Tämä mahdollisuus anna mahdollisuuden harrastamiseen mutta ei välttämättä sitoo seuraan eikä seuran toimintaan.

Google Forms -kyselyn tulosten perusteella voidaan tehdä seuraavia havaintoja ja analyysyjä. Kaikki vastaajat ovat harkinneet lapselleen harrastusta, ja yli puolet näkee taitoluistelun potentiaalisena vaihtoehtona. Esteitä harrastamiseen löytyy monia. Kolmannes vastaajista kokee esteenä ajan puutetta tai aikataulutusta. Samoin kolmannes näkee taloudellisen tilanteen esteeksi. Lähes puolet vastaajista mainitsee esteenä liittyä seuraan tiedotuksen tai viestinnän puutteen. Muutama vastaaja kertoo lapsensa olevan jo mukana muussa harrastustoiminnassa ja saman verran vastaajia ei näe esteitä, mutta heitä taitoluistelualue ei kiinnosta. Suurin osa vastaajista uskoo, että heidän lapsensa olisi kiinnostunut luistelusta ja lähes puolet arvelee, että maksuton kokeilukerta voisi innostaa lasta. Joka neljäs vastaajista toivoo lajiin tutustumista päiväkodin ympäristössä. Sosiaalisena tekijänä jokunen uskoo, että vanhempien tai kavereiden kanssa luisteleminen voisi innostaa lapsensa taitoluistelun pariin. Seuran tuntemattomuus yllätti. Melko moni ei ole kuullut Nurmijärven Taitoluistelijat ry:stä. Suurin osa ei tiedä, että toiminta tapahtuu Klaukkalan jäähallilla. Tiedonhalu on kuitenkin olemassa. Suurin osa haluaa lisätietoa seuran toiminnasta, erityisesti yleisöluistelusta. Tiedotuskanavina nousivat esiin sosiaalisen median -sivut Facebook ja Instagram. Puolelle vastaajista sosiaalisen median sivut ovat tärkeä tiedotuskanava. Joka kolmas etsii tietoa ensisijaisesti kotisivulta.

Seuran mainosten näkyvyys on heikko. Jokunen ei ole huomannut seuran mainoksia ollenkaan. Vastauksista nousi esiin tietämättömyys ilmaisesta luistelusta, eli moni ei tiedä Klaukkalan jäähallin tarjoavan ilmaista yleisöluistelua. Luistelukoulun joustavuus tuli yllätyksenä suurin osa vastaajille, heillä ei ollut tietoa 5x luistelukortista eikä mahdollisuudesta liittyä luistelukouluun kesken kauden.

7 Tekoälyn käyttö opinnäytetyössäni

Opinnäytetyössäni olen hyödyntänyt Bing Copilot -tekoälysovellusta kielentarkistuksen apuna. Olen kirjoittanut tekstiä tekoälyn avustuksella useaan otteeseen, jotta kieli olisi helpommin luettavaa ja ymmärrettävää, mutta silti välittäisi asiat niin kuin olen ne itse tarkoittanut. Tiedonhaku varten olen käyttänyt tekoälyä apuna hakusanojen ja hakulausekkeiden muodostamisessa. Olen myös huolehtinut sisällön alkuperäisyydestä ja kunnioittanut tekijänoikeuksia. Jos tekoälysovellus on tuottanut tekstiin uusia ideoita, olen aina tarkistanut ne alkuperäisistä lähteistä ja viitannut niihin asianmukaisesti. Englanninkielisen tiivistelmän kirjoittamisessa olen käyttänyt Bing Copilot -tekoälyä kääntämiseen ja kieliasun tarkistamiseen. Olen toiminut vastuullisesti tietosuojan suhteen.

Lähteet

Painetut

Ojasalo, K. & Moilanen, T. Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uudistettu painos. Sanoma Pro Oy, Helsinki.

Sähköiset

Anttila 2023. Jäsenyydestä puhutaan paljon - mitä jäsenyys itse asiassa on. Viitattu 26.03.2024. <https://www.olympiakomitea.fi/2023/09/26/rainer-anttila-jasenyydesta-puhutaan-paljon-mita-jasenyyks-itse-asiassa-on/>

ESLU 2024a. Jäsenyys. Viitattu 11.3.2024. <https://www.eslu.fi/jasenyyks/>

ESLU 2024b. Varhaisvuosien liikunta. Viitattu 11.3.2024. <https://www.eslu.fi/varhaisvuosien-liikunta/>

Impiö 2022. Benchmarking eli kilpailijavertailu auttaa parantamaan pienemmänkin yrityksen tuloksellisuutta. Viitattu 16.3.2024. <https://blogi.oamk.fi/2022/05/16/benchmarking-kilpailijavertailu-auttaa-parantamaan-yrityksen-tuloksellisuutta/>

Kaiser, S. & Breuer, M. 2015. Routledge Handbook of Sports Marketing. Defining Sports Marketing. E-kirja. Routledge, 2015.

Kotler, P., Keller K.L., Mairead, B., Goodman, M.R.V, & Hansen, T. 2019. Marketing Management. E-kirja. Harlow 2019.

Nurmijärven Taitoluistelijat 2024. Seura Viitattu 11.3.2024. <https://ntl.sporttisaitti.com/seura/>

Opetus ja kulttuuriministeriö 2019. Harrastamisen strategia. Viitattu 3.4.2024. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161382/okm_7_2019_Harrastamisen%20strategia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Olympiakomitea 2024. Seuratoiminta. Tähtiseurat. Viitattu 11.3.2024. <https://www.olympiakomitea.fi/seuratoiminta/tahtiseurat/>

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2020. Koululaiskyselyn tulosten esittely. Viitattu 5.5.2024. <https://okm.fi/documents/1410845/40279988/Koululaiskysely+2020+tulosten+esittely+17.12.2020.pdf/483497bd-1e0b-9d43-b51e-eaf926bcbf27/Koululaiskysely+2020+tulosten+esittely+17.12.2020.pdf?t=1608193129578>

Pilke 2024. Me olemme Pilke. Viitattu 20.2.2024. <https://pilkepaivakodit.fi/tietoa-pilkeesta/>

Rinne M. 2017a. Jäsenhankinnanopas. Viitattu 3.4.2024. https://ehyt.fi/wp-content/uploads/2020/06/jasenhankinnan_opas.pdf

Rinne M. 2017b. Yhdistyksen viestintä- ja markkinointiopas. Viitattu 3.4.2024. https://ehyt.fi/wp-content/uploads/2020/06/yhdistyksen_viestinta_ja_markkinointiopas.pdf

Sportanddev 2024. Participation barriers and opportunities. Viitattu 16.4.2024. <https://www.sportanddev.org/thematic-areas/disability/participation-barriers-and-opportunities>

Suomen Taitoluisteluliitto 2024. Lajiesittelyt. Viitattu 11.3.2024. <https://www.stll.fi/tulemukaan/lajiesittely/lajiesittelyt/>

Varhaiskasvatus 2023. Viitattu 10.2.2024 <https://www.hyvinkaa.fi/kasvatus-ja-koulutus/varhaiskasvatus/daisy/>

Vehkalahti, K. 2019. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Viitattu 3.3.2024. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/bc1c2c8a-0eb8-4881-ba8f-510ce386b810/content>

Vihdin Taitoluistelijat 2024. Perheluistelukoulu. Viitattu 4.4.2024 <https://vtl.sporttisaitti.com/luistelukoulut/perheluistelukoulu/>

Yhdistyslaki 503/1989. Viitattu 4.4.2024. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajan-tasa/1989/19890503>

Kuviot

Kuva 1 Kilpailija-analyysi.....	14
Kuva 2 Millaisia esteitä liittyy luistelu harrastamiseen aloitukseen?	19
Kuva 3 Millaista tietoa haluaisit saada?	20
Kuva 4 Kehitysehdotukset	21

Liitteet

Liite 1 Tutkimuskysely 29

Liite 1 Tutkimuskysely

Oletko miettinut lapsellesi harrastusta? *

- Kyllä
- Ei

Oletko miettinut, että tämä harrastus voisi olla taitoluistelu? *

- Kyllä
- Ei

Millaisia esteitä liittyy luistelu harrastamiseen aloitukseen? *

- Ajan puute tai aikataulutus
- Taloudellinen tilanne
- Lapseni on jo harrastustoiminassa muualla.
- Kiinnostuksen puute
- Tiedotuksen/viestinnän puute
- Ei esteitä
- Muu: _____

Olisko lapsesi kiinnostunut luistelusta? *

- Kyllä
- Ei

Jos ei, haluaisko hän kokella luistelua? (Jos vastasit edelliseen kysymykseen "kyllä" jättää kentä tyhjäksi)

Oma vastauksesi _____

Mikä auttaisi lapsesi innostumaan luistelusta? *

- Luistelu kavereiden kanssa
- Maksuton kokeilukerta jäähallissa ohjaajien kanssa
- Luistelu vanhempien kanssa
- Lajiin tutustumineen päiväkodin ympäristössä
- Muu: _____

Oletko kuullut Nurmijärven Taitoluistelijat seurasta? *

Kyllä

Ei

Tiesitkö, että Nurmijärven Taitoluistelijat seuran toiminta tapahtuu päänsääntöisesti Klaukkalan jäähallilla? *

Kyllä

Ei

Haluaisitko saada enemmän tietoa seuran toiminnasta? *

Kyllä

Ei

Millaista tietoa haluaisit saada? *

- Tapahtumista
- Yleisöluistelun/vapaa jäsen ajankohtainen tiedoitus/muistutus
- Kilpailuista
- Ilmoittautumisista
- En halua tietoa!
- Muu: _____

Minkä kanavan kautta menisit ensisijaisesti etsimään tietoa/lisätietoa seuran toiminnasta/tapahtumista tai palveluista? *

- Some-kanavat - Instagram, Facebook, Tik-Tok
- Seuran nettisivu
- Suora paikallisesta jäähallista
- Muu: _____

Missä kanavissa olet huomannut eniten Nurmijärven Taitoluistelijat seuran mainoksia? *

- Some-kanavat - Instagram, Facebook, Tik-tok
- Paikallis lehdessä
- Päiväkodissa/koulussa/kerhossa
- Kirjastossa
- Muu: _____

Tiesitkö, että Klaukkalan jäähalli tarjoaa ilmaista yleisöluistelua kuntalaisille? *

- Kyllä
- Ei

Tiestikö, että luistelukouluun voi osallistua myös 5x kortilla? *

- Kyllä
- Ei

Tiesitkö, että lapsesi saa liittyä luistelukouluun myös keskellä kautta? *

- Kyllä
- Ei