

Iina Sainio

OHJAAMON TUNNETTUUDEN STRATEGINEN KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyö

Humanistisen alan ylempi ammattikorkeakoulututkinto

Nuorisokasvatuksen johtamisen ja kehittämisen koulutus
(ylempi AMK)

2025



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Yhteisöpedagogi (ylempi AMK)
Tekijä	Ilina Sainio
Työn nimi	Ohjaamon tunnettuuden strateginen kehittäminen
Toimeksiantaja	Imatran kaupunki, Ohjaamo Imatra
Vuosi	toukokuu 2025
Sivut	70 sivua, liitteitä 15 sivua
Työn ohjaaja	Pekka Penttinen

TIIVISTELMÄ

Ohjaamoiden tarkoitus on mahdollistaa ja vahvistaa moniammatillista työskentelyä sekä helpottaa nuorten palvelupolkuja. Valtakunnallisissa keskusteluissa on nostettu viimeisen vuoden aikana suositus luoda Ohjaamoille viestintä- ja markkinointisuunnitelmat, joita Imatralla ei vielä ole ollut. Pienen kaupungin resurssit ovat melko suppeat ja yksi suurimmista haasteista on ollut asiakaskohjautuvuus. Siksi kohderyhmän osallistamisen avulla opinnäytetyön kehittämistyönä luotu viestintä- ja markkinointisuunnitelman luominen oli ajankoh- taista ja alueellisesti tarpeellista. Jotta asiakasmääriä voidaan lisätä, on teh- tävä toimenpiteitä Ohjaamon tunnettuuden lisäämiseksi niin asiakaskohderyh- män kuin verkoston parissa. Nuorten on tunnettava Ohjaamon mahdollisuudet ja koettava palvelut hyödyllisiksi, jotta niitä käytetään. Kaikki kehittäminen vaa- tii resursseja ja työajan käyttöä esimerkiksi markkinointiin on tehostettava ja toteutettava suunnitelmallisesti.

Tämän tutkimuksellisen kehittämistyön tavoitteena on antaa käsitys Ohjaamon tunnettuuden nykytilasta ja tarjota keinoja sen kehittämiseen strategisesti tule- vaisuudessa. Osallisuus on yksi tärkeimmistä arvoista ohjaamotyössä – palve- lut ovat nuoria varten ja heitä on kuultava, jotta palveluita kehitetään oikeaan suuntaan. Tieto tunnettuuden nykytilasta saatiin kyselytutkimuksen kautta. Webropol -kyselyyn vastasi 105 toisen asteen opiskelijaa. Kyselytutkimus ku- vaa, miten hyvin Ohjaamon tarkoitus ja palvelut tunnetaan Imatralla. Vastaajat olivat suurilta osin nuorempia kuin Ohjaamon keskeisin asiakasryhmä (18–24- vuotiaat), mutta vastaajajoukon vastaukset tarjosivat riittävää tietoa ja ymmär- rystä nykytilanteesta. Kyselyn tuloksia syvennettiin Ohjaamon kehittäjät- nuor- ten ryhmän kanssa. Heidän avullaan viestintä- ja markkinointisuunnitelmaa saatiin vieläkin tarvelähtöisemmäksi pienryhmätyöskentelyn keinoin.

Palvelut tunnetaan kyselyn tulosten mukaan Imatralla melko heikosti. Nuoret uskovat tarvitsevänsä apua tulevaisuudessa mm. Kela-asioihin, opintoihin ja työnhakuun ja kokevat parhaiksi markkinoinnin ja viestinnän kanaviksi kohde- ryhmän tavoittamiseksi sosiaalisen median kanavat sekä jalkautumisen. Oh- jaamon asiakkaista koostuva OK-ryhmä antoi vahvistusta ja selityksiä kysely- tuloksista nousseihin havaintoihin. Saadun tiedon pohjalta luotu viestintä- ja markkinointisuunnitelma on hyödyllinen työväline ja Imatran Ohjaamolle realis- tinen toteuttaa. Strategisesti luodun suunnitelman pohjalta Ohjaamolla on pa- remmat edellytykset vastata pitkäkätäimen tavoitteisiin, kun suunnitelma oh- jaa toimintaa tulevaisuudessa asiakasmääriä kasvattavaan suuntaan. Suunni- telmaa voivat hyödyntää myös muut Suomen Ohjaamot.

Asiasanat: Moniammatillisuus, tunnettuus, osallisuus, strategiatyö, kehittämi- nen

Degree	Master of Humanities
Author	Iina Sainio
Thesis title	Strategic development of Ohjaamo's visibility
Commissioned by	City of Imatra, Ohjaamo Imatra
Time	May 2025
Pages	70 pages, 15 pages of appendices
Supervisor	Pekka Penttinen

ABSTRACT

Ohjaamo is a one-stop guidance center operating in approximately 80 locations across Finland. This thesis focuses on the Ohjaamo center in Imatra, but its findings and outcomes may benefit other centers as well. As a small city, Imatra has limited resources, which makes it essential to use them efficiently and strategically to support young people under the age of 30. The mission of Ohjaamo Imatra is to reach their clients better. To achieve this, young people must be more aware of the services available to them. Enhancing the visibility of Ohjaamo is therefore a key priority and must be further developed. On a national level, local communication and marketing plans have been recommended, and this thesis responds to that need by providing one tailored for the Imatra region.

The objective of this developmental thesis project was to gain insight into the current situation and to find solutions for strategically improving multiprofessional collaboration in the future. Data on the current visibility of Ohjaamo among the target group was gathered through a Webropol survey, which received responses from 105 secondary education students. Although the respondents were slightly younger than the core client group (ages 18–24), they provided valuable insights. To increase youth participation, the survey results were further analyzed with young clients of Ohjaamo. This participatory process brought greater depth and perspective to the findings.

The survey revealed that young people were not as familiar with Ohjaamo's services as expected. It also identified the main areas where support is most needed—such as financial assistance, education, and job seeking—and the most effective communication channels, such as social media and outreach work. Since participation is a core value in youth work, a development group made up of Ohjaamo clients was involved in analyzing the results and drawing conclusions. Their discussions and group work contributed to a more detailed and relevant communication and marketing plan, which is the main outcome of this thesis. The plan is locally grounded and practical, offering all professionals involved in shared services a clear strategy for increasing awareness and client engagement.

Keywords: multiprofessional work, development, marketing, reputation management, participation

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	KEHITTÄMISEN TAUSTA JA TARVE.....	3
2.1	Ohjaamotoiminnan kehittämisen tausta ja tarve.....	3
2.2	Kehittämistarpeet Imatralla.....	5
2.2.1	Palvelutarpeet ja haasteet.....	5
2.2.2	TE24-kysely - imatralaisten nuorten palvelutarpeet.....	7
2.3	Ohjaamotoimintaa ohjaavia strategioita.....	10
2.3.1	Valtakunnallinen nuorisopoliittinen suunnitelma 2024–2027.....	10
2.3.2	Työ- ja elinkeinoministeriön ja KEHA-keskuksen määrittämät Ohjaamon perusteet.....	12
2.3.3	Kuntalaki ja alueelliset strategiat.....	13
3	OHJAAMOTOIMINNAN MONIAMMATILLISUUS.....	16
3.1	Moniammatillinen työskentelytapa.....	16
3.2	Moniammatillinen tiimi Ohjaamossa.....	18
3.3	Etelä-Karjalan Ohjaamosopimus.....	20
3.4	Ohjaamotoiminta Imatralla.....	22
4	NUORTEN PALVELUIDEN TUNNETTUUS JA SEN STRATEGINEN KEHITTÄMINEN	
	23	
4.1	Tunnettuuden elementit Ohjaamotoiminnassa.....	23
4.2	Ohjaamon palveluiden markkinointi.....	24
4.3	Strateginen kehittämisprosessi.....	27
4.4	Ohjaamotoiminnan kehittäminen.....	29
4.5	Osallisuuden hyödyntäminen ohjaamotoiminnassa.....	31
5	OPINNÄYTETYÖN MENETELMÄT.....	34
5.1	Opinnäytetyön toteutus ja tavoite.....	34
5.2	Tutkimuksellinen kehittäminen käyttäjälähtöisesti.....	37
5.2.1	Nykytilan kartoittamisen toteutus.....	37

5.2.2	Strategia- ja markkinointisuunnitelman kehittämisen eteneminen	38
5.2.3	Käyttäjälähtöinen innovointi	40
6	OHJAAMON TUNNETTUUDEN NYKYTILA.....	42
6.1	Käyttöaste ja palveluiden tunteminen	42
6.2	Ohjaamon palveluiden tarpeellisuus asiakasnäkökulmasta	45
6.3	Nuorten suhtautuminen Ohjaamon palveluihin	46
6.4	Yhteenveto	48
7	OHJAAMON TUNNETTUUDEN KEHITTÄMINEN	50
7.1	Strateginen tunnettuuden kehittämisprosessi	50
7.2	Kehittämistoimenpiteet	51
7.2.1	Ohjaamon kehittäjät -ryhmän osallisuus	51
7.2.2	Imatran Ohjaamon viestintä- ja markkinointisuunnitelman sisällöt.....	53
7.2.3	Arviointi ja seuranta	55
8	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	57
8.1	Ohjaamon tunnettuuden strateginen kehittäminen prosessina	57
8.2	Tutkimuksellisen kehittämistyön arviointi	58
8.3	Pohdintaa	60
	LÄHTEET.....	65

KUVALUETTELO

LIITTEET

Liite 1. Webropol-kyselylomake

Liite 2. Ohjaamo Imatran viestintä- ja markkinointisuunnitelma 2025

1 JOHDANTO

Ympäri Suomen sijaitsevat Ohjaamot ovat monialaisia palvelupisteitä, jotka tarjoavat matalan kynnyksen neuvontaa ja ohjausta kaikille alle 30-vuotiaille. Ohjaamo kokoaa saman katon alle monen alan ammattilaisia tavoitteenaan helpottaa alle 30-vuotiaiden polkuja kohti hyvinvointia ja koulutus- tai työelämää. Ohjaamo on edelleen melko uusi palvelumalli, jolla ei ole vielä kaikille alle 30-vuotiaiden sukupolville tuttuuden ja totutun käytön itseisarvoa. Tahtotila on auttaa kaikkia nuoria matalalla kynnyksellä riippumatta heidän tilanteestaan tai tavoitteistaan. Ohjaamon valtakunnallisesti käytetyt sloganit – ”Yksi ovi - monta palvelua” ja ”Kun et tiedä mistä aloittaa, aloita Ohjaamosta” kuvaavatkin hyvin palvelun tarkoitusta.

Ohjaamo-toiminta perustuu moniammatillisuuteen (KEHA, Ohjaamon perusteet, 2025). Ohjaamo on alusta useille nuorten aikuisten tarvitsemille palveluille ja mahdollistaa saumattoman yhteistyön eri toimijoiden välillä. Nuorten palvelutarpeisiin vastaaminen kokonaisvaltaisesti edellyttää usein monen eri organisaation työntekijöiden yhteistä työskentelyä. Jotta Ohjaamon ”Yksi ovi, monta palvelua” -ajatus toteutuu, on eri organisaatioiden työntekijät tuotava saman katon alle. Tämä vaatii organisaatioiden sitoutumista ja resurssin tarjoamista yhteiseen palveluun. Myös tunnettuuden ja asiakasohjautuvuuden edistäminen on osa jokaisen Ohjaamon työntekijän yhteistä vastuuta.

Alle 30-vuotiaiden tietoisuus Ohjaamon tarjoamista palveluista, sijainnista ja käyttömahdollisuuksista on edellytys käyttöasteen kasvattamiseen. Jotta voidaan vastata alle 30-vuotiaiden palvelutarpeeseen, on ammattilaisten osallistettava nuoria palveluiden suunnitteluun ja ymmärrettävä heidän todelliset palvelutarpeensa. Ohjaamot tarjoavat monipuolisesti nuorten hyvinvointia ja työllisyyttä edistäviä palveluita, joita toivotaan käytettävän enemmän. Ohjaamon toiminnassa on erityisen keskeistä matala kynnyks palveluiden käyttöön. Nuorten halutaan näkevän Ohjaamon palveluiden käyttö osana nuorten ja nuorten aikuisten tavallista arkea.

Koulujen ja oppilaitosten ulkopuolella oleva kohderyhmä on hankalaa tavoittaa, eikä kokonaista toisen asteen päättäneitä vanhempaa ikäluokkaa ole mahdollista tutustuttaa Ohjaamoon kokonaisuudessaan. Nyt jo useamman

vuoden ajan kaikki Imatran 9.-luokkalaiset ovat käyneet paikan päällä tutustumassa omaan Ohjaamoonsa, mikä on kirjattu Imatran koulukeskusten opetussuunnitelmaan.

Toimin itse ohjaamokoordinaattorina Imatralla. Työnkuvani on laaja, mutta keskeistä on olla tietoinen nuorten palvelutarpeista, tietoisuuden tilasta alueella, tarjottavien palveluiden hyödystä nuorille, sekä huolehtia matalasta kynnyksestä palvelupisteen käyttöön. Lisäksi verkostoyhteistyön ylläpitäminen ja kehittäminen kuuluvat tehtäviini. Opinnäytetyöprosessin avulla voin saada lisää työkaluja omaan työhöni Ohjaamon tilanteen parantamiseksi. Asiakasmäärien lisääminen tunnettuuden tason edistämisen kautta ja koko palvelukokonaisuuden kehittäminen monisuuntaista hyötymistä lisäten ovat työni keskeisimpiä tavoitteita.

Kuten kaikki uusi vaatii Ohjaamon moniammatillisen toimintamallin sisäistäminen koulutuksia, perehdyttämistä ja tien sinnikästä raivaamista organisaatiotasolla jatkuvasti nyt ja tulevaisuudessa. Imatran Ohjaamon verkosto on käynyt läpi useita valmennuksia ja kehittämispäiviä, mutta työntekijät ovat vaihtuneet sittemmin suurilta osin niin työntekijä- kuin esihenkilötasolla. Siksi kerran tehty työ ei riitä, vaan kyse on enemmänkin ymmärryksen ja toimintatavan ylläpitämisestä jatkuvasti kehittäen. Sama koskee nuoria koskevaa viestintää – se mikä on ollut markkinoinnissa toimivaa vuonna 2015, ei ole sitä välttämättä enää vuonna 2025. Alle 30-vuotiaiden palvelutarpeet muuttuvat jatkuvasti aikojen muuttuessa. Työntekijöiden vastuulla on olla tietoisia kohderyhmän tarpeista ja toiveista, jotta Ohjaamon toimintaa voidaan kehittää vastaamaan palvelutarpeisiin. Siksi osallisuuden pohjalta toteutettu markkinointi ja palveluiden tunnettuus kohderyhmän parissa ovat keskeiset kehittämisen kohteet opinnäytetyössäni.

Opinnäytetyöni toteutuu tutkimuksellisenä kehittämistyönä. Tutkimuksellinen kehittämistyö mahdollistaa sekä uuden tiedon saamisen sekä ratkaisumallien löytymisen vallitsevaan ongelmaan (Toikko & Rantanen, 2009). Tietopohja saadaan kartoittamalla Ohjaamon palveluiden tunnettuuden nykytilaa kyselytutkimuksella, jossa vastaajakohderyhmänä ovat toisen asteen opiskelijat, vaikka opinnäytetyön sisältö muutoin kohdentuu koko alle 30-vuotiaiden asiakasryhmällä. Kyselytutkimus avaa ymmärrystä myös nuorten palvelutarpeisiin.

Varsinaisena kehittämistoimenpiteenä saadun tiedon avulla luodaan Ohjaamolle strategisista näkökulmista laadittu viestintä- ja markkinointisuunnitelma, jonka avulla voidaan edistää tunnettuuden tilaa tulevaisuudessa. Suunnitelman avulla palvelut vastaavat tarpeeseen, ovat nuorille helposti saavutettavissa ja nuoret saavat palveluista tarvittavan tiedon heille sopivimmalla tavalla.

Ohjaamo-toimintaa määrittävän tulevaisuudessakin monet poliittiset, hallinnolliset ja ohjauksen resursointiin liittyvät päätökset. Nuorten osallistuminen Ohjaamo-toimintaan siitä hyötymisen kokemuksen kautta on edellytys toiminnan menestymiselle. Tärkeimpiä arvoja toiminnassa tuleekin olla matala kynnys, vapaaehtoisuus ja nuorten osallisuus. (Kautto ym. 2017, 18.) Ohjaamon palvelut on kohdennettu nuorille aikuisille, joten heidän osallistamisensa on kaikessa Ohjaamoon liittyvässä, kuten tässäkin opinnäytetyössä, keskeisen tärkeyttä. Avaan teoreettisessa viitekehyksessä sekä moniammatillista työskentelytapaa, että osallisuusnäkökulmaa, jotta opinnäytetyön tavoitteita sekä viestintä- ja markkinointisuunnitelmaa on mahdollista ymmärtää laajemmin.

2 KEHITTÄMISEN TAUSTA JA TARVE

2.1 Ohjaamotoiminnan kehittämisen tausta ja tarve

Ennen Ohjaamoiden syntyä tutkimuksissa todettiin, että nuorille suunnatut julkiset palvelut ovat huonosti koordinoituja ja hajanaisia. Esimerkiksi julkaisu *Nuoret luukulla – Kolme näkökulmaa syrjäytymiseen ja nuorten asemaan palvelujärjestelmässä* (Aaltonen ym. 2015) kuvailee, että Suomesta ei löydy tarvittavaa matalan kynnyksen ohjauspalvelua. Apua saadakseen nuori joutui kulkemaan luukulta luukulle, mikä lisäsi syrjäytymisen riskiä voimavarojen ollessa vähäiset. Nuoret kuvasivat kokemuksiaan turhauttavaksi joutuessaan kertomaan samat asiat useaan kertaan eri työntekijöille. Nuoren syrjäytymisen hinta ja työmarkkinajärjestöjen kannanotto eurooppalaisen nuorisotakuun toteutumiseen yhdessä nuorten kokemusten kanssa osoittivat monialaisen matalan kynnyksen palvelun ja julkisten palveluiden koordinoinnin tarpeelliseksi. (Kautto ym. 2017, 14.)

Lokakuussa 2012 työmarkkinajärjestöt esittivät kannanottonsa eurooppalaisen nuorisotakuun toteuttamiseen Ohjaamo-mallin kautta. Sen jälkeen

kehittäminen alkoi työmarkkinajärjestöjen sekä työ- ja elinkeinoministeriön, opetus- ja kulttuuriministeriö sekä sosiaali- ja terveysministeriön kanssa, lisäksi myöhemmin nuorisotakuun sihteeristön yhteistyönä. Valtakunnallisesti toimintaa koordinoi Keski-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Ohjaamo-hankkeet sekä kehittämistä koordinoiva Kohtaamo-hanke aloitti toimintansa vuosien 2014–2020 nuorisotakuun ESR-rahoituksella. (Kautto ym. 2017, 15) Hankeajan jälkeen Ohjaamot ovat useimmissa kaupungeissa, kuten Imatralla, vakiintuneet osaksi kaupungin nuorten palveluiden toimintaa.

Tarve yhteen sovitetuille palveluille sekä palveluohjaukselle aiemmin sekrekoituneessa palvelujärjestelmässä on näyttäytynyt tarpeelliselta jo pitkään. Julkisen talouden ja nuoren palvelukokemuksen kannalta eri sektorit yhdistävä palvelumalli on järkevämpi. Ohjaamo-toiminnan tukeminen onkin tähän mennessä suurin valtakunnallinen satsaus nuorten monialaisten palvelupisteiden luomisessa. (Määttä, 2017, 8.)

Nykyään Ohjaamoilla on valtakunnallinen tuki Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusten sekä työ- ja elinkeinotoimistojen kehittämis- ja hallintokeskuksella (KEHA). Ohjaamot saavat tukea brändin ylläpitämiseen esimerkiksi yhteisten materiaalipohjien ja teemaviikkojen sisältöjen kanssa. Viimeisen vuoden aikana on luotu Ohjaamoiden viestinnästä vastaaville työntekijöille verkosto, jossa käydään läpi ajankohtaisia teemoja ja yhtenäistetään Ohjaamojen toimintaa yhteistä hyvää jakaen. Ryhmän tapaamisissa on esitelty viestintä- ja markkinointisuunnitelmia, jollaisia on suositeltu löytyvän jokaisesta Ohjaamosta. Opinnäytetyön suunnittelu oli jo pitkällä aiheen noustessa valtakunnallisen Ohjaamo-verkoston keskusteluihin, mutta suositukseen vastaaminen liittyy Ohjaamon tunnettuuden edistämiseen osuvasti ja siksi se valikoitui konkreettiseksi kehittämistyön tuotokseksi.

Ohjaamoista on tehty jo jonkin verran tutkimuksia, kuten Valtioneuvoston Tutkimus Ohjaamojen toiminnan vaikuttavuudesta (2020) ja Teemu Vauhkosen tutkimus Ohjaamoiden vaikutuksista (2022). Valtakunnallisesti kerätyt asiakaspalautteet ovat osoittaneen alle 30-vuotiaiden tyytyväisyyden Ohjaamon palveluihin. Vaikuttavuuden todentamisen kautta voitaisiin mahdollisesti vaikuttaa positiivisesti resursseihin ja toiminnan vakituisuuteen tulevaisuudessa. Valtakunnalliset tutkimustulokset ja kyselytutkimukset toimivat pohjana paikalliselle

Ohjaamo-työlle, jonka vaikuttavuuden ja hyödyn arvioimiseen tarvitaan lisää alueellisia tutkimuksia. Lisäämällä moniammatillisen yhteistyön mahdollisuuksia sekä asiakasmääriä voidaan lisätä hyötyjen näkyvyyttä.

2.2 Kehittämistarpeet Imatralla

2.2.1 Palvelutarpeet ja haasteet

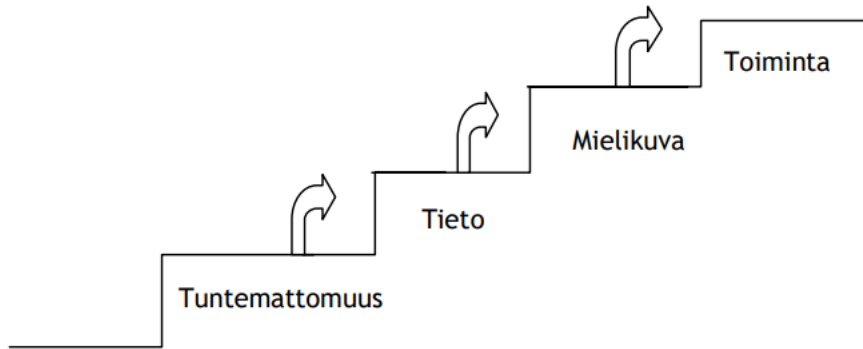
Etelä-Karjalan Ohjaamot -hankeajana 2015–2018 oleelliset toimijat saatiin sitoutettua hyvin mukaan Ohjaamotoimintaan Imatralla, mitä helpotti jo olemassa olevat hyvät verkostosuhteet. Hankeajan päätyttyä yhteistyön jatkuminen turvattiin Etelä-Karjalan Ohjaamo-sopimuksella, jota päivitetään parhailaan. Sitoutuminen on kuitenkin ajoittain rakoilevaa ja resurssi, sekä tila-asiat haastavat toimintaa. Siksi tarvitaan lisää toimenpiteitä ja turvaa toiminnalle, jotta Ohjaamotoiminnan on mahdollista vastata monitasoisesti nuorisopoliittisiin linjauksiin (ks. sivu 10).

Ongelmakohtana Imatran Ohjaamossa koetaan vähäiset kävijämäärät. Asiakkaiden vähyyden Ohjaamossa näyttäytyy ristiriitaisena palvelutarpeisiin nähden. Asiakasmäärät esimerkiksi hyvinvointialueen sosiaalipalveluissa ovat suuret työntekijäresurssiin nähden ja työllistymistä edistävän monialaisen yhteispalvelun asiakkaat joutuvat odottamaan tapaamista useita kuukausia. Toisaalta monialaisuus Ohjaamossa kärsii asiakkaiden vähyyden vuoksi, kun organisaatiot eivät saa tarpeeksi näkyviä perusteluita työntekijöiden työpanoksen antamiseen Ohjaamopäivystyksiin oman perustyön asettaman paineen vuoksi. Samalla asiakkaiden saaminen moniammatilliseen palvelupisteeseen hankaloituu, kun tarjottavia palveluita ei ole riittävästi, eikä nuori välttämättä näe hyötyä käyttäen Ohjaamon palvelupistettä. Yhteinen tahtotila on kehittämispäivien ja TE-uudistukseen liittyneiden työpajojen mukaan se, että yhteistä työtä lisättäisiin, mutta sen toteuttamisen esteenä ovat toistuvasti resurssi- ja tila-asiat. Ohjaamo kaipaa toimintaan paremmin soveltuvat tilat, jotka mahdollistaisivat monialaisen työskentelyn aiempaa tehokkaammin ja useammin. Tila-asioiden sijaan on kuitenkin keskityttävä helpommin kehitettävissä oleviin asioihin, kuten toimivan moniammatillisen työn kulttuurin ja hyvän maineen luomiseen.

Moniammatilliset palvelut pitäisi saada tehokkaammin käyttöön ammattilaisten parissa. Verkoston työntekijöiden tulisi osata hyödyntää muiden verkostossa työskentelevien ammattiosaamista omien asiakkaidensa kanssa. Ohjaamossa työskentelevät voivat hyödyntää toisten osaamista ottamalla heitä mukaan asiakastilanteisiin, mutta myös esimerkiksi oppilaitoksista ja muista yhteistyöverkostoista asiakkaita voisi ohjata Ohjaamon palveluihin paljon nykyistä enemmän. Moniammatillinen työskentelytapa ei kuitenkaan ole kaikille työntekijöille luontainen, ja vaatii siksi koulutuksia ja yhteistä kehittämistä, jotta moniammatillinen palvelupiste voi toimia luontevasti ja asiakkaan edun mukaisesti. Työntekijöiden vastuu Ohjaamon verkoston jäsenenä vaatii hiomista ja roolien selkeyttämistä, mihin kehittämistyöni tähtää yhtenä sivutavoitteenaan osallistaa jokaista Ohjaamon työntekijää Ohjaamon maineen ja tunnettuuden edistämiseen.

Nuorille tehdyistä paikallisista kyselyistä, kuten TE24-uudistuksen Etelä-Karjalan kysely ja tämän opinnäytetyön kyselytutkimus, nousee nuorten toiveena matalan kynnyksen mielenterveys- ja muut ohjauspalvelut, mutta kuitenkin olemassa olevia palveluita ei osata hyödyntää tai niitä ei tunneta. Tarjolla olevat palvelut vastaavat siis tällä hetkellä hyvinkin tarpeeseen, mutta asiakkaat ja palvelut eivät kohtaa tunnettuussyistä riittävän hyvin. On huolehdittava, että nuoret saavat palveluista tarvittavan tiedon heille sopivimmalla tavalla palveluiden käytön kynnyksen madaltumiseksi ja käyttöasteen lisäämiseksi.

Asiakasohjautuvuutta eli asiakasmääriä Ohjaamossa olisi mahdollista lisätä tunnettuuden parantamisen kautta. Tunnettuudessa on kaksi eri näkökulmaa: palveluiden tunnettuus kohderyhmän eli alle 30-vuotiaiden nuorten sekä ammattilaisverkoston parissa. Ohjaamo on walk in -tyylinen palvelupiste, johon nuoret voivat tulla aukioloaikoina ilman ajanvarausta. Nuoria on kuitenkin vaikeaa saada paikalle, mikäli heillä ei ole ymmärrystä siitä, millaisissa asioissa Ohjaamoon voi tulla. Usein juuri tuntemattomuus estää asiakasta estää valitsemasta tiettyä yritystä tai palvelua (Vuokko 2004, 40–42).



Kuva 1. Vaikutuksen portaat. (Vuokko 2004, 40)

Alimmalla portaalla yritystä tai palvelua ei tunneta lainkaan ja toiseksi alimmalla tiedetään yrityksen tai palvelun olemassaolosta jotakin. Kolmas porraskertoo mielikuvasta, eli sitä minkälainen mielipide yrityksestä tai palvelusta henkilölle on syntynyt. Ylin porraskuvastaa sitä, miten henkilö toimii, eli menisikö hän yritykseen tai käyttäisikö sen palveluita. (kuva 1, Vuokko 2004, 40–42.)

Mielikuvat yrityksestä tai palvelusta ovat keskeisiä asiakasohjautuvuudessa. Jotta asiakas toimii siten, että käyttää palveluita, tulee hänellä olla positiivinen mielikuva palvelusta. Oleellinen kysymys on, kokeeko asiakas palvelusta olevan hänelle mitään hyötyä. Hyödyn ja mielikuvan (millaisena palvelu yritys nähdään ulkoapäin) pohjalta tehdään päätös, halutaanko olla mukana yrityksen toiminnassa. Siksi on keskeistä selvittää ja pohtia, millainen mielikuva kohde- ja sidosryhmillä toiminnasta on. (Vuokko 2004, 189–190.) Koska Ohjaamon tarkoitus on auttaa ja tukea kohderyhmää nuoruusvuosien palveluvii-dakossa, ei sillä ole lainkaan käyttöarvoa ilman palveluista hyötymisen kokemusta. Nuorille kaikki on kuitenkin uutta ja asioita hoidetaan ensimmäistä kertaa. Siksi Ohjaamon on tiedotettava avun saannin mahdollisuuksista ja nuoria koskevista teemoista ja ennakkoon, jotta he osaavan oikean hetken tullen suunnistaa tutuksi tulleeseen Ohjaamoon.

2.2.2 TE24-kysely - imatralaisten nuorten palvelutarpeet

TE24- uudistukseen liittyvä nuorten moniammatillisia yhteispalveluita valmisteleva työryhmä teetätti Etelä-Karjalaisille nuorille kyselyn keväällä 2024. Kyselyyn vastasi 481 eteläkarjalaista nuorta, joista imatralaisten osuus oli 147. Vastauksista on nostettu käsittelyyn vain imatralaisten nuorten vastaukset

vastaamaan paikalliseen analyysiin. Imatralaisista 110 vastaajista suurin osa oli alaikäisiä 15–17-vuotiaita. 18–20-vuotiaita vastaajia oli 24, 21–24-vuotiaita 11 ja 25–29-vuotiaita kaksi. Alla olevat suorat lainaukset nuorten avoimista palautteista tuovat esiin keskeisimpiä toiveita nuorten keskuudessa: näkyvyyttä, ymmärrystä, mielenterveyspalveluita ja parempaa tietoisuutta palveluista. Kyselyn tuloksista ja avoimista vastauksista nähdään, että nuoret eivät tunne Ohjaamon tarjoamia palveluita tarpeeksi hyvin. Heidän palvelutarpeisiinsa voitaisiin vastata, mikäli nuoret vain oppisivat käyttämään heille suunnattuja palveluita. Nuoret toivovat palveluille näkyvyyttä niin nuorten alle 30-vuotiaiden, kuin heidän lähipiirinsä parissa:

Palvelulle toivoisin enemmän näkyvyyttä, koska vielä nytkin tulee alle 30v ketkä eivät edes tiedä kaikista palveluista mitä heille on tarjolla. Myös haluis lisätä ymmärrystä niiden nuorten vanhemmille ja ympäristölle mitä palvelu tekee ja mitä mahdollisuuksia on nuorilla. (Voi huomattavasti vähentää vanhempien huolestuneisuutta lapsen tulevaisuudesta, jos vaikkapa koulusta joutuisi eroaman opintojen huonosta edistymisestä. Vanhemmat olisivat tietoisia, että lapsella/nuorella on muitakin vaihtoehtoja kuin mennä kouluun tai työhön.)

Kyselyyn vastanneet nuoret kokevat saavansa laajasti apua eri henkilöiltä ja palveluilta. Eniten nuoret kokevat saavansa apua opinto-ohjaajalta (37 %). Vain 28 % vastaajista kokee saavansa apua Ohjaamosta, mikä kuvastaa jälleen sitä, että palveluita ei tunneta tarpeeksi hyvin. Pienemmillä prosenteilla apua koetaan saavan mielenterveys- tai päihdepalvelun (27 %), vanhemman tai tuttavun (27 %), TE-asiantuntijan (24 %), opettajan (24 %) tai nettisivujen (23 %) sekä nuoriso-ohjaajan / nuorisotyöntekijän (22 %) kautta.

Suurin osa vastaajista (96) on valinnut mieluisaksi asiointitavaksi asioinnin paikan päällä ja 70 verkossa (somekanavat/nettisivut) asioinnin, 37 puhelimitse ja 24 sähköpostilla. Yli puolet kokevat palveluiden **sijainnin saman katon alla** (yksi palvelupiste) helpottavaksi tekijäksi, kun taas vain 9 % vastasivat palvelut omissa erillisissä palvelupisteissä. 51 % kokee **hyvien kulkuyhteyksien**, 39 % **tutun työntekijän**, 39 % **näkyvyyden katukuvassa** ja helpon sisäänkäynnin, 38 % **viihtyisän tilan** (musiikki, mukava ympäristö) helpottaviksi tekijöiksi. Johtopäätelmänä tuloksista voidaan todeta, että näkyvyyteen ja tunnettuuteen sekä työntekijöiden tuttuuteen on kiinnitettävä parempaa huomiota.

Kyselyn vastausten pohjalta on pääteltävissä, että ne, jotka tuntevat Imatran Ohjaamon palvelut ja ovat käyttäneet niitä kokevat ne hyväksi ja kiittelevät palvelutarjontaa:

Mielestäni asiat ovat paremmin, kuin aikaisemmassa asuinkunnassani. Täällä saa apua elämän eri vaiheisiin, kun sitä vain rohkenee pyytämään!

Se että järjestätte kesätyöduuni juttuja on tosi mukavaa.

Koulutus, ohjaus ja vaihtoehtojen määrä valita oma polku kohti omia elämän tavoitteita ovat erittäin hyvällä tasolla.

Tavoitteena on tunnettuuden lisäämisen kautta lisätä tällaisten kokemusten määrää. Vastauksista nousee esiin eniten toive mielenterveyspalveluiden lisäämiselle ja niiden helpommalle saavutettavuudelle. Nuoret kokevat palvelut ruuhkautuneiksi ja vaikeasti saavutettaviksi. Vastauksista nousee esiin kokemukset siitä, että apua ei saa vaikka sitä tarvitsee.

Helpommin saavutettavia mielenterveyspalveluita tarvitaan lisää.

Mielenterveyden palvelut.! Keskustelupalstat huutavat aina ruuhkaa kun yrittää mennä sekaisin-chat.fi tmv paikkaan. Apua ei riitä jokaisen nuoren kädelle. Mielenterveys on vaakalaudalla etenkin 12-20 vuotiailla. Lisäksi Imatraa ei yhtään edesauta se, että täällä on joku LaNu-talo, josta saadut neuvot ovat koettu huonoiksi. Tietoja kirjataan miten sattuu omakantaan ja psykoterapiat ovat esim. Aina varattuja ja täynnä. Palvelut eivät riitä!

Mielenterveyden palvelut.! Keskustelupalstat huutavat aina ruuhkaa kun yrittää mennä sekaisin-chat.fi tmv paikkaan. Apua ei riitä jokaisen nuoren kädelle. Mielenterveys on vaakalaudalla etenkin 12-20 vuotiailla. Lisäksi Imatraa ei yhtään edesauta se, että täällä on joku LaNu-talo, josta saadut neuvot ovat koettu huonoiksi. Tietoja kirjataan miten sattuu omakantaan ja psykoterapiat ovat esim. Aina varattuja ja täynnä. Palvelut eivät riitä!

Nuorten vastaukset osoittavat, että Ohjaamon mielenterveyspalveluita ei tunneta osana palvelutarjontaa. Imatran Ohjaamo tarjoaa tällä hetkellä valtakunnallisesti poikkeuksellisen paljon matalan kynnyksen mielenterveystukea. Ohjaamossa on kerran viikossa tavattavissa Etelä-Karjalan hyvinvointialueen mielenterveys- ja päihdetyön sairaanhoitaja ja lisäksi ohjaamovalmentaja (psykiatrinen sairaanhoitaja) on tavattavissa ajanvarauksella jokaisena arkipäivänä ja ilman ajanvarausta kolmena iltapäivänä viikossa. Tämän lisäksi oppilaitoksilla on toimivat oppilashuolto ja paikkakunnalta löytyy myös esimerkiksi Etelä-Karjalan mielenterveys ry ja Saimaan Kriisikeskuksen palvelupiste. Helposti saavutettavaa apua on siis runsaasti tarjolla. Epätietoisuus liittyy

kuitenkin Ohjaamo-palvelupisteeseen kokonaisuudessaan: ”Toivon avoimia tukipalveluja joihin pääseminen/meneminen ei ole vaikeaa tai stressaavaa.”. Ohjaamo vastaisi kyselyn vastausten perusteella laajalti nuorten palvelutoiveisiin, mutta ei ole vielä löytänyt asemaansa käyttäjäkunnan parissa.

Nuorten palvelutarpeet kohtaavat palveluiden kanssa vasta sitten, kun tietoisuutta ja käyttöastetta saadaan lisättyä. Kun nuoret oppivat käyttämään Ohjaamo kynnuksettömästi, palveluiden saavutettavuuden taso on päässyt tavoitteeseen. TE-kysely vahvistaa tarvetta panostaa opinnäytetyön tavoitteisiin, Imatran Ohjaamon tunnettuuden kehittämiseen ja strategisen viestintä- ja markkinointisuunnitelman luomiseen.

2.3 Ohjaamotoimintaa ohjaavia strategioita

2.3.1 Valtakunnallinen nuorisopoliittinen suunnitelma 2024–2027

”Hallitus laatii laaja-alaisen toimenpideohjelman nuorten syrjäytymisen ehkäisemiseksi, hyvinvointivajeen ja mielenterveyden ongelmien paikkaamiseksi. Vahvistetaan moniammatillista työtä nuorten hyvinvoinnin edistämiseksi” kuvaa hallitusohjelman kirjaus Valtakunnallinen nuorisotyön ja –politiikan ohjelman eli VANUPO:n (OKM, 2024) alkusanoissa. VANUPO on lakisäätäinen, valtioneuvoston nelivuotiskausittain hyväksymä poikkihallinnollinen ohjelma, jonka tavoitteena on edistää nuorten kasvu- ja elinoloja. Nykyisen pääministerin Petteri Orpon hallitus on määritellyt nuorisotyön ja nuorisopolitiikan tavoitteet ja toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi hallituksen ohjelmassa Vahva ja välittävä Suomi 2023. Ohjelman säädösperusta on voimassa oleva nuorisolaki 1285/2016, minkä mukaan nuorisotyö tarkoittaa nuorten kasvun, itsenäistymisen ja osallisuuden tukemista yhteiskunnassa ja nuorisopolitiikka alle 29-vuotiaiden nuorten kasvu- ja elinolojen sekä sukupolvien välisen vuorovaikutuksen parantamista.

Orpon hallituksen ohjelman tavoitteeksi on listattu ”Työelämän ja koulutuksen ulkopuolella olevien nuorten määrä vähenee” (s.78), mikä löytyy samassa muodossa myös VANUPON ohjelman (OKM, 2024) kolmantena tavoitteena (s. 19). VANUPO:ssa mainitaan erikseen Ohjaamot: ”Vahvistetaan nuorten monialaisia matalan kynnyksen palveluja kuten Ohjaamojen ja muiden vastaavien asemaa ja toteutumista alueellisella ja paikallisella tasolla. Tuetaan

Ohjaamotoiminnan monialaisuutta NEET-nuorten tavoittamiseksi ja saattamiseksi työn ja koulutuksen polulle, vahvistamalla hyvinvointialueiden roolia ja läsnäoloa Ohjaamoissa” (kohta 3.2., sivu 20).

Tavoitteissa kuvataan, kuinka jokaisella nuorella tulisi olla edellytykset haaveilemaansa urapolkuun ja hyvään elämään oppimispolkujen ja nopean työllisyyspalveluihin ohjauksen kautta. Kuntien ja hyvinvointialueen yhteistyötä tulee tiivistää, jotta oppilaiden hyvinvoinnin tuen toimivuus voidaan turvata. Yksi keskeisimpiä tavoitteita on vahvistaa hyvinvointia ja vähentää mielenterveyspalveluiden tarvetta. Tavoitteissa tärkeimpinä näkökulmina ovat ennaltaehkäiseminen yhteistyössä oppilaitosten kanssa sekä oikea-aikaiset monialaiset palvelut.

Ohjaamo on kärkijoukoissa vastaamassa tarpeeseen lisätä mielenterveyspalveluiden saatavuutta. Ohjaamo tukee nuoren hyvinvointia monin keinoin, ja myös valtakunnallisesti on panostettu psykososiaaliseen tukeen Onni-hankkeen vakinaistamisen kautta. Imatran Ohjaamossa matalan kynnyksen mielenterveyspalvelun tarjonta parani merkittävästi EU:n rahoittaman kannustinmalli -rahoituksen kautta saadun ohjaamonvalmentaja -nimikkeellä toimivan psykiatrisen sairaanhoitajan työresurssin kautta. VANUPO:n taustatutkimuksessa nousi esiin, että nuoret toivovat laadukkaampia matalan kynnyksen palveluita, sillä he näkevät mielenterveysongelmat keskeisenä syrjäytymisen aiheuttajana. Vuoden 2023 kouluterveyskysely kuvastaa haastavaa tilannetta – 8–9-luokkalaisten ja toisen asteen naisopiskelijoista jopa kolmannes ahdistuneisuutta ja terveydentilansa keskinkertaiseksi tai sitä heikommaksi. Yksi vaikuttava tekijä heikentyneisiin tilastoihin on epäilemättä koronapandemia, kun mielenterveyspalveluihin syntyi pitkiä jonoja, ja nuorten osallisuuden kokemus heikentyi koko ikäryhmässä. (OKM, 2024).

Imatralaisilla nuorilla on opiskeluhuollon palveluiden lisäksi saatavilla kunnalliset Etelä-Karjalan hyvinvointialueen mielenterveyspalvelut ja vuoden 2023 syksystä alkaen Ohjaamon hanketyöntekijänä työskentelevän ohjaamovalmentajan eli psykiatrisen sairaanhoitajan matalan kynnyksen apu. Ohjaamovalmentaja on tavattavissa Ohjaamossa arkisin ajanvarauksella sekä Ohjaamon aukioloaikoina ilman ajanvarausta. Hän toimii myös työparina muille ammattilaisille. Ero kunnalliseen mielenterveys- ja päihdetyön

sairaanhoitajaan on nopea pääsy palveluun sekä se, että ohjaamovalmentaja ei kirjaa nuoren asioita sähköisiin järjestelmiin, vaan ainoastaan tilastoi kävijämäärät. Tie tämän palvelun käyttöasteen lisääntymiseen oli aluksi tahmeahko, mutta kävijöiden määrä alkoi alun jälkeen kasvaa nopeasti. Tämä kuvastaa sitä, että kun palvelu tulee tunnetuksi, sen käyttö lisääntyy. Tällä lisäpalvelulla on pystytty vastaamaan hyvin nuorten matalan kynnyksen mielenterveyspalveluiden tarpeeseen ja helpottamaan painetta muissa palveluissa ensiapumaisella toiminnalla. Sitä saadaanko vastaava palvelu jatkumaan hankeajan jälkeen ei vielä tiedetä.

2.3.2 Työ- ja elinkeinoministeriön ja KEHA-keskuksen määrittämät Ohjaamon perusteet

Ohjaamot toimivat valtakunnallisesti noin 80 eri toimipisteessä. Ohjaamoiden toiminta pohjautuu alun perin Työ- ja elinkeinoministeriön määrittelemiin Ohjaamon perusteet- dokumenttiin (2018), joka päivitettiin keväällä 2025 KEHA-keskuksen toimesta vastaamaan uuteen työllistymisen monialaisesta edistämisestä annettuun lakiin (2023). Ohjaamon perusteet -dokumentissa (2025) määritellään Ohjaamotoimintaa koskeva lakiperusta, eli työllistymisen monialaisesta edistämisestä annettu laki 381/2023, Ohjaamon toimintaperiaatteet sekä toimintaa ohjaavat valtakunnalliset tavoitteet, jotka ovat:

1. Edistää nuorten siirtymiä työhön ja koulutukseen tai muuhun tavoitteelliseen toimintaan.
2. Vahvistaa nuorten osallisuutta, hyvinvointia ja toimintakykyä.

Tavoitteiden etenemisestä kertovat NEET-nuorten määrän väheneminen, nuorten työttömyysjaksojen väheneminen, pitkäaikaisten toimeentulotukiasiakkaiden määrän väheneminen, nuoren oman tulevaisuuden suunnittelukyvyin paraneminen sekä nuoren kokemus hyvinvoinnin ja osallisuuden paranemisesta.

Toimintaperiaatteita ovat verkostotyöhön perustuva toiminnan järjestämisen tapa, mahdollisuus ajanvarauksettomaan asiointiin, monialaisuus, nuorilähtöisyys, saavutettavuus ja yhdenvertaisuus, seurantatiedon tuottaminen sekä valtakunnallinen kehittäminen. Osaamista tulee löytyä Ohjaamon sisältä joltakulta ammattilaiselta seuraavista teemoista: fyysinen ja psyykinen hyvinvointi, toimeentulo, talous ja asuminen, osaamisen kehittäminen ja koulutusmahdollisuudet, urasuunnittelu, työllistyminen ja työnantajayhteistyö, sekä

yrittäjyys. Useilla työntekijöillä on oltava osaamista palvelutarpeen arvioinnin ja palveluohjauksen tekemiseen, sekä seuraaviin teemoihin: arjenhallinta, sosiaalinen hyvinvointi, osallisuus ja vapaa-aika, monikulttuurisuus ja kansainvälisyys sekä verkko-ohjaus. Kaikilla Ohjaamossa työskentelevillä tulee olla perusosaamista nuoren kohtaamiseen, ohjaukseen ja neuvontaan, nuoren itenäistymisen tukemiseen ja oman identiteetin vahvistamiseen, sekä verkostoyhteistyöhön.

Ohjaamon perusteet- dokumentti (2025) antaa myös raamit Ohjaamoiden visuaaliselle ilmeelle ja brändille, joka on valtakunnallisesti luotettava, tunnistettava, helpottaa yhteistä viestintää ja on vetovoimainen työntekijöille. Kokonaisuudessaan se toimii perusteena Ohjaamo-palveluista vastaavien organisaatioiden resurssisuunnitteluun- ja järjestelyyn, ammatillisuuden takaamiseen ja valtakunnallisen laadun turvaamiselle.

2.3.3 Kuntalaki ja alueelliset strategiat

Hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen on lakisääteistä. Kuntalain (2007) mukaan kuntalaisten hyvinvoinnista ja terveydestä huolehtiminen on kunnan perustehtävä. Tehtävät niiden edistämiseksi on määritelty laajasti terveydenhuoltolaissa (Terveydenhuoltolaki 1326/2010). Tavoitteena on THL:n (2021) mukaan hyvinvoinnin, terveyden ja toimintakyvyn lisäämisen lisäksi ehkäistä sairauksia ja syrjäytymistä sekä vahvistaa osallisuutta. Nämä tavoitteet kulkevat käsi kädessä nuorisolain kanssa, jossa on tavoitteena ehkäistä syrjäytymistä ja lisätä hyvinvointia sekä vahvistaa osallisuutta.

Kuntalaki 10.4.2015/410 ohjaa, että kunnan tehtävänä on väestöryhmäkohtaisesti seurata asukkaiden hyvinvointia. Strategisten tavoitteiden perustana on paikallinen tieto, jota tuotetaan esimerkiksi koulutustaustan, sosioekonomisen aseman tai asuinalueen mukaan. Toimenpiteitä seurataan ja niistä raportoidaan vuosittain. Kerran valtuustokaudessa valmistava hyvinvointikertomus on tiivis kuvaus ja koonti kerätystä tiedosta, jossa kuvataan toteutettua hyvinvointipolitiikkaa, palvelujärjestelmän toimivuutta, väestön hyvinvointia ja sen edistämistä kunnassa. Kertomuksen tavoitteet ja toimenpiteet tarkennetaan ja painopisteitä valitaan vuosittain.

Nuorisotyö ja -politiikka kuuluvat nuorisolain 8§ mukaan kunnan tehtäviin. Lasten ja nuorten mahdollisuudesta osallistua ja vaikuttaa kunnan edustukselliseen päätöksentekoon kokoamalla nuorisovaltuustot säädetään kuntalaissa. Nuorisolain 24 § laajentaa kuntien velvoitetta lasten ja nuorten osallistumisessa, vaikuttamisessa ja kuulemisessa. Kunnan on tarjottava ja järjestettävä lapsille ja nuorille mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa paikallista nuorisotyötä ja -politiikkaa koskevien asioiden käsittelyyn. Imatralla kunnan nuorten palvelut ovat osaltaan toteuttaneet tiedonkeruuta tänä vuonna nuorille kohdennetuilla kyselyillä, kuten lisämäärärahan käytöstä laajemmalle kohderyhmälle ja kysely nuorille aikuisille tyytyväisyydestä palveluihin, joiden pohjalta on toimintaa lähdetty viemään toivottuun suuntaan. Imatralla nuorisovaltuuston toiminnasta vastaa kaupungin Nuorten palvelut. Lisäksi Ohjaamon asiakkailta kerätään palautetta ja kaikilla nuorilla on mahdollisuus jättää halutessaan anonyymisti palautetta, toiveita ja kehitysideoita kunnan nuorten palveluiden nettisivujen kautta.

Etelä-Karjalan työllisyysohjelmassa (2022) puhutaan Ohjaamo-toiminnasta. Tekstissä kerrotaan, että Etelä-karjalan kunnat ovat keskeisessä roolissa nuorten työelämä- ja koulutustakuun toteuttamisesta, mistä vastaa mm. Ohjaamot: ”Ohjaamon, joka tarkoittaa sekä palvelupisteitä, että yhdessä tehtävää toimintaa ja palvelukokonaisuutta, tavoitteena on nuorten työllisyyden edistäminen, osaamisen kehittäminen ja syrjäytymisen ehkäiseminen ja vähentäminen”. Työllisyysohjelman kuvauksessa korostetaan nuoren elämän laaja-alaisempaa tukemista, eli sitä, että nuoren elämänhallinnan parantaminen opintojen ja työllistymisen mahdollistamiseksi on tärkeää. Tämä teema puhututti paljon myös TE24-uudistukseen liittyvissä keskusteluissa - jotta nuoresta kasvaa työkykyinen työnhakija, on nuorten palveluissa huomioitava kokonaisuus ja panostettava ennaltaehkäiseviin hyvinvointia tukevat palvelut.

Imatran kaupungin strategiassa viitataan kuntalakiin 2015/410. Kuntalaissa määritetään, että kunnan tehtävänä on edistää asukkaidensa hyvinvointia ja järjestää palvelut asukkaille taloudellisesti, sosiaalisesti ja ympäristöllisesti kestäväällä tavalla. Koska Ohjaamon tavoite on yhdistää voimia, edistää nuorten elämäntilanteita ja työkykyisyyttä. kuvaus voidaan hyvin yhdistää Ohjaamo-palveluun. Ohjaamon toimintaan muita sopivia nostoja Imatran kaupungin strategiasta ovat esimerkiksi ”kaikki mukana, hyvä elämä ja palvelut

kaikille ikäryhmille” ja ”mietimme tekemistämme uudella tavalla ja näemme muutokset mahdollisuuksina”. Ensimmäinen viittaa osallisuuteen sekä hyvän elämän mahdollistamiseen, mikä on Ohjaamotoiminnan tavoite alle 30-vuotiaiden parissa. Toisen virkkeen muutospositiivisuus on erityisen ajankohtainen, sillä Ohjaamon ja sen verkoston rakenteita ollaan parhaillaan rakentamassa uusiksi, kehittämällä palveluita aiempaa tehokkaammaksi niin palveluiden, asiakkaan kuin taloudellisen näkökulman puitteissa.

3 OHJAAMOTOIMINNAN MONIAMMATILLISUUS

3.1 Moniammatillinen työskentelytapa

Opinnäytetyö tutkii ja kehittää Ohjaamon palveluiden tunnettuuden tilaa Imatralla. On hyvä ymmärtää Ohjaamon palveluiden tarkoitusta, luonnetta sekä sisältöjä, jotta kehittämisen toimenpidesuunnitelman tarpeellisuus aukenee paremmin. Ohjaamon perustarkoitus on koota eri alojen ammattilaisia yhteen, jotta nuoren palvelupolku olisi mahdollisimman helppo ja palveluita käytettäisiin matalalla kynnyksellä. Yksi ovi, monta palvelua – ajatuksen toteutukseen vieminen vaatii tietysti toimenpiteitä ja verkostojen sitoutumista toimintaan. Työntekijätasolla sitoutuminen on eritasoista ja moniammatillisen työtavan omaksuminen ei ole kaikille luontaista.

Verkostotyötä kuvattaessa käytetään terminä sekä monialaisuutta, että moniammatillisuutta. Monialaisuus mielletään usein hallinnon- ja tieteenalat yhdistäväksi toiminnaksi, kun taas moniammatillisuuden ajatellaan olevan monen eri alan ammattilaisten toimintaa. Monialaisuus viittaa siis enemmän toimintaan ja moniammatillisuus toimijoihin. (Arkimaa, 2018, 12–14.) Nuorisotyön kentällä puhutaan enemmän moniammatillisuudesta. Esimerkiksi Ohjaamo markkinoidaan ympäri Suomen moniammatillisena palvelupisteenä alle 30-vuotiaille – saman katon alta tavoittaa useiden eri alojen ja organisaatioiden ammattitaidon ja palvelut.

Moniammatillisuus on juurtunut osaksi nuorisotyön kenttää. Se kuvastaa eri alojen ammattilaisten muodostamaa verkostoa, joka toimii tiiminä. Monialainen yhteistyö on määritelty nuorisolaissa, missä se tarkoittaa paikallistasolla toteutettavaa eri toimialojen viranomaisten yhteistyötä. Esimerkiksi perinteisen kunnallisten nuorten palveluiden lisäksi sosiaali- ja terveystoimi, työvoimahallinto ja oppilaitokset tekevät nuorisotyötä. Verkostot tarkoittavat toimijoita, joilla on yhdistäviä tekijöitä, esimerkiksi kohderyhmä. Verkostotyö on moniammatillisen yhteistyön synonyymi. (Vehviläinen, 2002, 42–43.) Yhteiseen toimintaan sitoutuneelle tiimille on ominaista yhteinen päämäärä ja tavoitteet ja toisiaan täydentävät taidot. (Jalava & Virtanen 1995.) Monialainen tiimi voi tuottaa yhteiselle asiakkaalle samaan aikaan palveluita tai koostua työntekijöistä, jotka

auttavat tiettyä asiakasta yhdessä vaiheessa prosessin kokonaisuutta (Kontio, 2010, 13).

Perustavoite moniammatillisessa toiminnassa on uusien näkökulmien saaminen ja tiedon laajentuminen. Nuorisotyön asiantuntemuksella on kasvavissa määrin kysyntää palvelualoilla, joilla nuoret kuuluvat kohderyhmään. Nuorisotyön menetelmien avulla voidaan kohdata asiakas yksilöllisesti ja kartoittaa asiakkaan elämäntilanne kokonaisvaltaisesti. (Vehviläinen, 2002.) Monitasoisten asioiden ymmärtäminen edellyttää laajempaa näkemystä, kuin mitä yksi ammattilainen voi yksin antaa (Kontio, 2010, 6). Vehviläisen (2002) mukaan nuorisotyön vahvuus moniammatillisessa auttajaverkostossa on se, että nuorisotyöntekijällä ei ole virallista asemaa eikä valtaa tehdä virallisia päätöksiä.

Kontio (2010, 9–13) kuvaa nuorten parissa työskentelevien ammattilaisten monialaisuuden olevan näkökulmien yhteensovittamista asiakkaan, asian tai tilanteen edistämiseksi. Se on työtovereiden näkökulmien kuuntelemista sekä oman näkökulman tuomista toisten käyttöön. Se on työtoverin ammattitaidon, ymmärryksen ja oivalluskyvyn kunnioittamista ja arvostamista. Se on avoimena pysyvää dialogia, joka mahdollistaa uuden oivalluksen ja uusien etene-
misteiden löytymisen, ammatillisen osaamisen yhteensovittamista tarkasteltavan asian monipuoliseksi tutkimiseksi. Se on oman osaamisen, tiedon ja taidon jakamista toisten käyttöön tavalla, joka mahdollistaa osapuolten välisen dialogin ja syventää kaikkien osallisten yhteistä ymmärrystä. Parhaimmillaan yhdessä tekemisen, jakamisen ja oppimisen tila synnyttää yhteistä uutta ja tarjoaa nuorille hyvän palvelukokemuksen.

Moniammatillista yhteistyötä voidaan kuvata asiakastyössä eri asiantuntijoiden työskentelytapana, jossa pyritään huomioimaan asiakkaan kokonaisuus. Asiantuntijoiden tiedot ja taidot integroidaan asiakaslähtöisesti yhteen ja tietoa prosessoidaan yhdessä. Tapauskohtaista tavoitetta kohti kuljetaan vuorovai-
kusprosessissa, jossa luodaan yhteinen käsitys tarvittavista toimenpiteistä tai ongelman ratkaisusta. (Isoherranen, 2012.) Moniammatillinen tiimi on ryhmä erilaisen koulutuksen saaneita ja eri organisaatioiden palkkaamia ammatti-ihmisiä, jotka tapaavat toisensa säännöllisesti tarjotessaan yhdelle tai useammalle asiakkaalle palveluita tietyllä alueella (Ovretveit 1995,29).

Vastuun jakaminen ja päätöksentekoon osallistuminen ovat osallisuutta. Osallisuus tarkoittaa ymmärrystä siitä, että kuulumme kokonaisuuteen, jossa pystyy liittymään merkityksellisyyttä lisääviin vuorovaikutussuhteisiin. Osallisuus on vaikuttamista sekä omiin mahdollisuuksiin, että yhteisiin asioihin. Se on liittymistä, suhteissa olemista, kuulumista, yhteisyyttä, yhteensopivuutta, mukaan ottamista, osallistumista, vaikuttamista, demokratiaa, järjestämistä sekä johtamista. (Isola ym. 2017, 3.) Nämä kaikki ovat keskeisiä asioita moniammatillisessa työssä. Jokaisen moniammatillisen tiimin jäsenen on oltava tietoisia yhteisistä asioista, pystyttävä osallistumaan sen kehittämiseen, sitouduttava toimintaan ja koettava olevansa tasa-arvoinen tiimin jäsen. Siksi kaikessa kehittämässä on huomioitava koko verkoston osallisuus.

Käytännön näkökulmasta tarkasteltuna moniammatillisen yhteistyön viisi tärkeintä lähtökohtaa ovat asiakaslähtöisyys, tiedon ja eri näkökulmien kokoaminen yhteen, vuorovaikutustietoinen yhteistyö, rajojen ylitykset ja verkostojen huomioiminen. Yhteistyön synergiaa syntyy silloin, kun ryhmän yhteinen suoritus tuottaa paremman tuloksen kuin ryhmän yksittäisten jäsenten suoritus yhteensä. (Isoherranen, 2005, 14–15.) Määttä (2007, 15) määrittelee moniammatillisen yhteistyön pyrkivän tietojen, taitojen, tehtävien, kokemusten ja toimivallan jakamisella saavuttamaan jokin yhteinen päämäärä. Asiakaslähtöisyys on mainituista lähtökohdista opinnäytetyössäni keskeisin, vaikka tunnettuuden tilan edistäminen verkostotasolla on kaikkien mukana olevien organisaatioiden ja työntekijöiden vastuulla.

3.2 Moniammatillinen tiimi Ohjaamossa

Ohjaamotoiminnan valtakunnallisina tavoitteina on sujuvoittaa nuorten siirtymiä työhön ja koulutukseen tai muuhun toimintaan, edistää nuorten osallisuutta, toimintakykyä ja elämänhallintaa sekä koota yhteen palveluntuottajia monialaiseksi kokonaisuudeksi (TEM, 2018). Ohjaamon toiminta on valtakunnallista, alueellista sekä paikallista. Alueellisesti moniammatillista toimintaa rakensivat kuntien lisäksi erityisesti entiset TE-toimistot, eli nykyiset työllisyysalueet yhdessä esimerkiksi, ELY-keskusten, Kelan ja oppilaitosten kanssa. Paikallisella tasolla ohjaamotoiminnassa ovat mukana kuntien eri palvelut, kuten nuorisopalvelut, työllisyyspalvelut, opetuspalvelut sekä sosiaali- ja terveyspalvelut. (Valtakari ym. 2020.)

Valtakarin ym. (2020) tutkimuksessa mainitaan, että Ohjaamoiden sosiaalisen vaikuttavuuden dynamiikka perustuu moniammatillisen yhteistyön yksilötason vaikutuksiin, jotka näkyvät mm. nuoren kannatteluna ja kiinnittymisenä yhteiskuntaan, sosiaalisten taitojen lisääntymisenä sekä vähentyneenä riskinä joutua yhteiskunnan ulkopuolella. Vaikutukset heijastuvat yhteiskunnan tasolla mm. koulutukseen ja työelämään siirtymisen nopeutumisenä, syrjäytymisen vähenemisenä sekä syrjäytymisestä aiheutuvien haittojen vähenemisenä. Muita vaikutuksia ovat mm. toiminnallinen vaikuttavuus, joka syntyy Ohjaamoissa nuorten palveluiden uudenlaisen organisoinnin ja yksilöllisen asiakasohjauksen kautta. Hajanaisten nuorten palveluiden ja muiden osaamisresurssien yhteen kokoaminen mahdollistaa päällekkäisen työn karsimisen, palvelujen keskinäisen integroinnin sekä voimavarojen yhdensuuntaisen kohdentamisen. Tällöin asiakkaiden palveluun pääsy voi nopeutua sekä nuorten palvelutuotannon ja palvelujärjestelmän toimintakyky parantua.

Parhaimmillaan Ohjaamo tehostaa koko alueen palveluekosysteemin toimintaa ja sen taloudelliset vaikutukset ulottuvat koko yhteiskuntaan. Taloudelliset vaikutukset näkyvät palveluiden kustannustehokkuudessa, työttömyydestä ja syrjäytymisestä aiheutuviissa yhteiskunnallisissa kustannuksien pienentymisessä, työttömyyden alenemisessa ja syrjäytymisen ehkäisystä koituviissa kustannushyödyissä yhteiskunnalle. (Valtakari ym. 2020.)

Pienten kuntien Ohjaamoiden toimintaan vaikuttavat melko vähäiset henkilöresurssit. Joissain Ohjaamoissa työtä tehdään muun perustyön ohella ja vain osittain samanaikaisesti muiden Ohjaamotoimijoiden kanssa. Tällöin toiminta perustuu pitkälti toimijoiden ja palveluiden tarjoajien väliseen verkostoitumiseen muina kuin Ohjaamon aukioloaikoina. Ohjaamoasiakkaisiin ja Ohjaamotoimintaan käytettävää työaika ei ole kuitenkaan tarkoituksenmukaista erottaa muusta työstä, sillä käytännössä kysymys on samasta työstä ja asiakaskunnasta. Ohjaamon voidaan nähdä olevan työkalu omassa työssä ja työn tekemisen paikkana, jossa nuorten asioita voidaan edistää moniammatillisesti. (Valtakari ym., 2020.) Imatralla vakituisia kaupungin täysiaikaisia Ohjaamon työntekijöitä on vain yksi, ohjaamokoordinaattori. Lisäksinä työtä tekee 100 % työajalla hanketyöntekijä ja kahden muun työntekijän työajasta on kohdennettu työaika Ohjaamoon prosentuaalisesti Ohjaamoon noin 20 %. Etelä-

Karjalassa työllisyysalueen Imatran ja Lappeenrannan Ohjaamoille nimettyjen ohjaamokoordinaattoreiden työnkuvasta 50 % kohdentuu Ohjaamo-työhön vuoden 2025 alusta alkaen, mikä on merkittävä lisäresurssi toiminnalle kokonaisuudessaan.

Ohjaamo on Imatralla nuorten parissa toimivia ammattilaisia yhteen kokoava alusta, jonka avulla verkostotoimijat voivat vähentää päällekkäistä työtä, hyötyä toisten erityisosaamisesta ja parantaa nuorten palveluiden laatua ja oikea-aikaisuutta. Moniammatillisessa palvelupisteessä nuoret vastaanottava ohjaamotyöntekijä tekee palveluohjausta ja muuta ohjausta osaamisensa mukaan. Tarvittaessa vastaanottaja saattaa tilanteeseen sopivimman tavattavissa olevan ammattilaisen tai luo tai kokoaa nuoren tilanteeseen sopivan moniammatillisen tiimin. Monialaisesti palveluohjaajia ei välttämättä ole kuitenkaan saatavilla aina oikea-aikaisesti paikan päällä, vaan nuorelle on varattava aika, ohjattava toiselle palvelupisteelle tai hyödynnettävä etäpalveluita.

Verkostotoimijat tuottavat Ohjaamon palveluita osa-aikaisesti, sovitusti viikkokalenterin mukaisesti sekä tilaisuuksien ja tapahtumien muodossa osana muuta työtä. Työntekijöillä on eri taustaorganisaatiot, mutta muodostavat kuitenkin Ohjaamon työntekijöinä oman tiimin. Yhteisen toiminnan kehittäminen ja asiakkaan kohtaaminen työparina vaatii suunnittelua ja opettelua jokaisen Ohjaamon resurssien ja työkuultuurien yhteensovittamiseksi. Suurissa Ohjaamoissa, joissa monialaista palveluprosessia tarjotaan fyysisesti samoissa tiloissa työskentelevien ammattilaisten kesken, tilanne on toinen. Siksi pienemällä paikkakunnalla, kuten Imatralla, resurssien käytön suunnittelu on tärkeää toiminnan tehokkuuden kannalta.

3.3 Etelä-Karjalan Ohjaamosopimus

Etelä-Karjalassa on kaksi Ohjaamoja, Imatralla ja Lappeenrannassa. Imatra (25185 asukasta /2023) on huomattavasti pienempi paikkakunta, kuin Lappeenranta (72595 asukasta /2023), ja näin ollen resurssit ovat hyvin erilaiset. Imatralla on vain yksi vakituinen täysiaikainen ohjaamotyöntekijä, ohjaamokoordinaattori, ja Lappeenrannassa koordinaattorin lisäksi täydellä työajalla Ohjaamossa työskentelee kolme työntekijää. Teemme tiivistä alueellista yhteistyötä, mutta Ohjaamot toimivat erillisinä kokonaisuuksinaan.

Raameina ja turvana toiminnalle toimii Ohjaamon perusteisiin (KEHA, 2025) pohjautuva Etelä-Karjalan Ohjaamoiden yhteistyösopimus, jonka päivitetty versio allekirjoitetaan keväällä 2025. Alueellisen yhteistyösopimuksen sopijaosapuolina ovat Etelä-Karjalan työllisyysalue, Etelä-Karjalan hyvinvointialue (Ekhva), sekä Imatran ja Lappeenrannan kaupungit. Sopimus päivitettiin alkuvuonna 2025 TE24-uudistuksen ja muuttuneiden yhteistyörakenteiden myötä. Varsinaisten sopijaosapuolten lisäksi Ohjaamon lähimpinä yhteistyökumppaneita ovat Etelä-Karjalan muut kunnat ja laajasti myös muita nuorille palveluita tuottavia toimijoita, kuten KELA, oppilaitokset ja 3. sektorin toimijat.

Etelä-Karjalan ohjaamosopimuksessa on määritelty toimintamallin periaatteet ja toiminnan minimiresurssit, joihin osapuolet sitoutuvat. Ohjaamoiden toimintaa koordinoivat kaupunkien nuorisotoimet yhdessä työllisyysalueen kanssa. Sopimuksen ensimmäisen version (2019) myötä tuli nimetä Ohjaamoille koordinaattorit ja selkeyttää koordinaatiotyötä. Kontion (2010, 20–21) mukaan monialaisen yhteistyön aloittamisessa oleellista on tehdä selkeä työnjako ja sopia vastuuhenkilöistä. Hyvä koordinaatio on edellytys toimivalle verkostotyölle. Koska työn motivaatiota lisää se, että saa olla mukana kehittämässä omaa työtään (Kontio, 2010, 17), ohjaamosopimus käytiin läpi ennen allekirjoitusta useaan kertaan koko tiimin kanssa. Kokoamalla kaikki nuorten palvelut yhdeksi kokonaisuudeksi, saamme paremman käsityksen nuorten hyvinvoinnin tilasta ja ilmiöistä. Sopimuksessa on veloitettu, että ”yhteisiä palveluja ja toimintaa kehitetään jatkuvasti asiakaslähtöisesti ohjaamotyöntekijöiden yhteistyönä”. Tuotamme muun muassa tapahtumia yhteistyössä sopijaosapuoltemme kanssa, jotka edistävät nuorten työllistymisvalmiuksia sekä työllistymistä, kuten nyt jo useita vuosia toteutettu Kesäksi duuniin -tapahtuma.

Ohjaamoiden henkilöstön ohjausosaamista ja monialaisen työn valmiuksia tulee kehittää, jotta yhteisen palvelun potentiaali saadaan käyttöön. Monialainen yhteistyö on taito, joka pitää opetella ja se tulee mahdollistaa antamalla työntekijöille valmennusta ja oppimiselle aikaa. Asiakkaiden kannalta monialainen yhteistyö tarkoittaa nopeampaa ja sujuvampaa palvelua. Ammattilaisille se on mahdollisuus oppia uusia näkökulmia ja menetelmiä nuoren auttamiseen – monet Ohjaamoissa työskentelevät ovat kertoneet työn mielekkyyden lisääntyneen ohjaamotyön myötä. (Kautto ym. 2017,19.)

3.4 Ohjaamotoiminta Imatralla

Imatralla on 24632 asukasta vuonna 2025. Asukkaista Ohjaamon kohderyhmän ikäluokkaa eli 15–29-vuotiaita 12,42 prosenttia eli noin 3059 asukasta (Imatran kaupunki, 2025). Resurssit Imatran Ohjaamossa ovat pienet; Ohjaamon vakituinen työntekijäresurssi koostuu yhdestä kokoaikaisesta työntekijästä, nykyiseltä nimikkeeltään ohjaamokoordinaattorista. Ohjaamotyöntekijä on vastannut niin Ohjaamon operatiivisesti koordinoinnista kuin asiakastyöstä ohjaamoneuvoja -nimikkeellä vuodesta 2017 vuoden 2024 syksyyn, jolloin nimeä päivitettiin ohjaamokoordinaattoriksi. Ohjaamon koordinoitivastuu on kuitenkin yhä jaettu kahdelle henkilölle, ohjaamokoordinaattori vastaa operatiivisesta koordinoinnista ja nuorten palveluiden vastaava Ohjaamon sopimussellisista ja hallinnollisista asioista. Pääkoordinoitivastuu on edelleen Imatran kaupungilla, kuten ennen TE24-uudistusta. Sen myötä Ohjaamon koordinoitiin tuli mukaan työllisyysalueen puolelta nimetty ohjaamokoordinaattori 50 % työajalla. Imatran kaupungin puolelta Ohjaamotyöhön on lisäksi kohdennettu 20 % erityisnuorisotyöntekijän työpanoksesta. Imatran Ohjaamolle myönnettiin syksyllä 2023 vahvistusta Ohjaamon henkilöstöön Valtion kannustinmalli -rahoituksen avulla. Psykiatrinen sairaanhoitaja toimii Ohjaamossa psykososiaalisen tuen ammattilaisena vuoden 2026 loppuun saakka ohjaamovalmentaja -nimikkeellä.

Imatran Ohjaamolle on tehty karkea vuosisuunnitelma (vuosikello), mutta varsinaista viestintä- tai markkinointisuunnitelmaa ei ole ollut olemassa. Markkinointi, eli palveluista viestiminen kohderyhmälle, koostuu Ohjaamolla monesta eri palasesta, joita ovat oppilaitosyhteistyö, jalkautuminen, tapahtumat ja sosiaalinen media. Kaikkien palasten tärkeimpänä tavoitteena on lisätä Ohjaamon palveluiden tunnettuutta sekä madaltaa kynnystä niiden käyttämiseen. Työnkuva ohjaamokoordinaattorilla on laaja, minkä vuoksi viestintään, kuten kaikkiin muihinkin työn osa-alueisiin käytettävä aika on melko suppea ja työ hajanaisista. Suurissa Ohjaamoissa voi olla työntekijä, jolla on vastuullaan pelkäämistään viestintään ja markkinointiin liittyvät työtehtävät, mihin Imatran resursseilla ei ole mahdollisuuksia. Siksi työajan kohdistamista ja sen merkityksellisyttä markkinointiin tunnettuuden ja asiakasohjautuvuuden lisäämiseksi on tarpeen perustella. Jotta nykyiset resurssit voidaan hyödyntää

mahdollisimman tehokkaasti, tarvitaan strateginen markkinointi- ja viestintäsuunnitelma, jota voi helposti seurata ja toteuttaa muun työn ohessa.

4 NUORTEN PALVELUIDEN TUNNETTUUS JA SEN STRATEGINEN KEHITTÄMINEN

4.1 Tunnettuuden elementit Ohjaamotoiminnassa

Ohjaamo-brändi on kehitetty Kohtaamo- hankkeen alkutaipaleella yhteistyössä viestintätoimiston ja jyvaskyläläisten nuorten kanssa. Brändistä luotiin nuorille haluttava ja se kuvastaa Ohjaamon palveluiden uudenlaista identiteettiä. (Tiittanen, 2017, 124.) Uutta palvelua lanseeratessa on oleellista tarkkaan kohdennettu ja suunniteltu markkinointi. Markkinointitoimenpiteet tulee olla mitattavissa, jotta voidaan arvioida, saavutetaanko haluttu tavoite (Lampinen, 2017, 20). Valtakunnallisesti tehty työ on ollut hyvä pohja alueellisen toiminnan aloittamiseen, kun brändi on valmiiksi kunnossa. Se on tarjonnut mittareita vaikuttavuuteen; jatkopolkujen tilastointia, valtakunnallisia asiakastytyväisyyskyselyitä ja tutkimuksia. Ohjaamoilla on edelleen vahva valtakunnallinen tuki, kun Kohtaamo-hankkeen päätyttyä 2022 valtakunnallista Ohjaamoiden toimintaa koordinoi KEHA-keskus. Käytössä paljon valmiita markkinointimateriaaleja, mutta paikallinen markkinointi on Ohjaamoiden omalla vastuulla.

Markkinointisuunnitelmalla on oltava mitattavissa olevat tavoitteet ja strategiat. (McDonald, 1995, 224.) Tällaista suunnitelmallisuutta ja markkinoinnin mittamista tehdään Ohjaamon arjen työssä harvoin, jos lainkaan. Tilastointi keskittyy kävijämääriin ja markkinointia tehdään muun työn ohessa, miten ehditään; Usein markkinointi kuitataan julkaisemalla esite sosiaalisessa mediassa. Asiakasmäärien pohjalta voi toki jälkepäin tarkastella tehtyä markkinointia toimintakertomuksesta, mitä on tehty ja mihin suuntaan kävijämäärät ovat menneet. Suoraa palautetta markkinoinnin onnistumisesta voi saada lyhyellä aikavälillä esimerkiksi tapahtumia järjestettäessä – miten markkinoitiin ja kuinka paljon nuoria osallistui. Kuitenkin samat tutut toimintamallit toistetaan herkästi kerrasta toiseen, vaikka osallistujamäärät olisivat olleet tavoiteltua vähäisemmät.

Kuten Van der Beek (2016) kuvaa, tulisi strategiatyöryhmä käynnistää tunnistamalla tärkeimmät sidosryhmät. Ohjaamon tapauksessa Ohjaamossa

toimivien organisaatioiden edustajien lisäksi keskiössä on tietenkin kohde-ryhmä, eli alle 30-vuotiaat. Tässä ydinasia on **osallisuus**. Meillä Ohjaamossa toimii nuorten asiakasraati, Ohjaamon kehittäjät – nuorten ryhmä, joka koontuu noin kerran kuussa, mutta toimintaa on tarpeen laajentaa ja kehittää. Sidosryhmän kanssa työskentelystä saadaan tietoa trendeistä ja muutostarpeista, joihin haetaan yhdessä ratkaisuideoita. Kun nuoret saadaan mukaan toiminnan suunnitteluun, voidaan madaltaa entuudestaan palvelun käyttökynystä. Nuoret voivat toimia vertaismarkkinoijina ja lisätä palvelun **tuttuutta**. Tuttuus on suoraan verrannollinen maineeseen. Maine koostuu mielikuvista, mitkä voivat syntyä kokemuksista ja tarinoista. Mielikuvia voi olla, vaikka yritystä ei tuntisi kovin hyvin, sillä niitä syntyy myös tarinoiden ja muiden kokemusta kautta. Mielikuvien avulla vahvistetaan imagoa ja lisätään tunnettuutta. (Aula & Heinonen 2002.)

Tuttuutta edistäviä toimenpiteitä ovat kouluvierailut, eli markkinointi- ja info-käynnit peruskouluilla ja toisen asteen oppilaitoksissa. Näille käynneille, kuten kaikelle muullekin markkinointityölle, on aikaa aivan liian vähän. Tästä päästäänkin seuraavaan kehityskohtaan; **resurssit**. Opinnäytetyöni tarkoitus on tuottaa Imatran Ohjaamolle mitattua tietoa markkinoinnin hyödyistä ja vaikutuksesta tunnettuuteen, sekä kehittää markkinointia tutkimuksellisessa valossa oikeaan suuntaan luomalla strateginen markkinointi- ja toimenpidesuunnitelma. Taustalla on ajatus perustella päättäjille, miksi tarvitsisimme lisää työntekijäresurssia Ohjaamoon – palvelun käyttöaste paranee ja laatuun voitaisiin panostaa enemmän.

4.2 Ohjaamon palveluiden markkinointi

Imatran Ohjaamo on toiminut paikkakunnalla keväällä 2025 kymmenen vuotta. Hankkeen alkuaikoina kohdeyhmä piti tutustuttaa palveluun ilman minkäänlaista ennakkotietoa. Tukena oli valtakunnallisen brändin graafiset ohjeet ja mainosmateriaalit, joita ei kuitenkaan osattu ehkä silloin hyödyntäkään tarpeeksi hyvin. Mainoksia tehtiin joka kerta erilaisia, eikä valtakunnallisia graafisia ohjeita noudatettu riittävän hyvin. Asiakkaita oli todella niukasti, useina aukiolopäivinä ei lainkaan. Alun nollasta on kuitenkin tultu paljon eteenpäin – Ohjaamon on ainakin nimenä tuttu yhä useammalle alle 30-vuotiaalle kohdeyhmän jäsenelle ja asiakkaita käy Ohjaamossa säännöllisesti. Paljon

kehitettävää on yhä tehtävänä ja edelleen tavoitteena on saada lisättyä asiakasmääriä.

Merkittävä kehitysaskel Ohjaamon markkinoinnissa on ollut kaikkien kaupungin 9-luokkalaisten tutustumiskäynnit Ohjaamoon. Ennen korona-aikaa loppuvuonna 2019 saatiin vuosittaiset keväisin toteutettavat Ohjaamovierailut sisällytettyä osaksi 9-luokkalaisten opetussuunnitelmaa. Vierailujen aloitus viivästyi koronapandemian myötä ja ne aloitettiin lopulta vasta vuoden 2022 keväällä. Jo näiden muutaman vuoden aikana vierailut on todettu tehokkaaksi keinoksi tavoittaa kokonaiset ikäluokat. Vaikka oppivelvollisuuslain myötä peruskoulun päättäneet opiskelijat voidaan tavoittaa toisen asteen oppilaitoksista, on peruskoulun ysiluokkalaiset kohderyhmänä varmempi ja helpompi keino saada nuoret käymään Ohjaamossa paikan päällä. Kuitenkin Ohjaamon käyttäjistä suurin ikäryhmä on yli 18-vuotiaat, joten potentiaalinen käyttökä on vasta myöhemmin. Siksi on merkityksellistä näkyä toisella asteella ja jatkuvasti muistuttaa Ohjaamon olemassaolosta, jotta sinne tuleminen on luontevaa ja helppoa, kun avun tarpeen aika koittaa.

Imatran Ohjaamo jalkautui ensimmäistä kertaa syksyllä 2024 säännöllisesti molempiin toisen asteen oppilaitoksiin Imatralla. Jalkautumiset tapahtuvat kolmen tunnin ajan tiistaisin, joka toinen viikko Imatran yhteislukiolle ja joka toinen viikko Saimaan ammattiopisto Sampolle. Jalkautumisten avulla on tavoitettu huomattavasti enemmän nuoria kuin pitämällä ovia auki Ohjaamossa. Oleellista on tulla tutuksi Ohjaamon työntekijöinä opiskelijoiden parissa. Aiemmin Ohjaamo on osallistunut muutaman kerran kaudessa Lukion ja ammattikoulun kahviparkkeihin. Harvakseltaan käyminen on tietysti parempi kuin ei lainkaan, mutta vasta säännöllisyyden kautta on päässyt paremmin lisäämään palvelun tunnettuutta. Kun mukana on jokin teema tai tekeminen, jonka kautta palvelun käyttömahdollisuuksia ymmärtää paremmin, syntyy tuttuutta ja positiivista mielikuvaa. Jalkautuminen täyttää markkinoinnin tavoitteet silloin, kun sekä henkilö, että palvelu tulee aiempaa tutummaksi. Tällöin potentiaalisen asiakkaan on mahdollista käyttää palveluita tulevaisuudessa matalammalla kynnyksellä, kun hän on saanut sekä tietoa että synnyttänyt mielikuvaa palvelusta henkilön kautta (Vuokko, 2004, 189–190.)

Muuten Ohjaamon markkinointi tapahtuu tällä hetkellä sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median käyttö on epäsäännöllistä ja suunnittelematonta. Ajatuksena on näkyä kanavilla aktiivisesti ja nuoria puhuttelevalla tavalla. Kuitenkaan sosiaalisen median käyttötaito, eikä työaika riitä pääsemään tähän tavoitteeseen. Instagramiin ja Facebookiin lisätään joka viikko viikko-ohjelma, josta näkee, ketä on tavattavissa, tai mitä palveluita käytettävissä Ohjaamossa aukioloaikoina. Tämän lisäksi somekanaville postataan tapahtumamainoksia ja yksittäisiä erilaisiin teemoihin liittyviä julkaisuita. Ohjaamon aktiivisista nuorista on koottu lisäksi sometiimi, jonka kautta nuorilla on mahdollisuus tehdä Ohjaamolle somejulkaisuja WorkPilots-sovelluksen kautta 10e/h palkkiota vastaan. Näitä julkaisuja on saatu tehtyä nuorten panoksella yhteensä vain kourallinen viimeisen vuoden aikana, joten tällaista nuorten osallisuuden määrää on varaa nostattaa.

Kaikkienensa viestintä ja markkinointi ovat niin tärkeitä elementtejä toimivan palvelukokonaisuuden pyörittämisessä, että niitä on kaiken tähän mennessä tehdyn kehittämisen jälkeen edelleen tarvetta kehittää. Erityisen arvokasta olisi tavoittaa toimintamalli, jossa niin sisäinen-, kuin ulkoinen viestintä on sujuvaa, säännöllistä ja aktiivista. Osallisuus on tärkeä arvo, jota tulee arvostaa ja hyödyntää tulevaisuudessa yhäkin enemmän.

4.3 Strateginen kehittämisprosessi

”Tulevaisuuden strategiaa ei luoda ylhäältä alas eikä alhaalta ylös vaan horisontaalissa yhteistyössä” kirjoittaa Piritta Van der Beek (2016) blogitekstissään *Uskalla osallistaa sidosryhmät ja henkilöstö mukaan strategiatyöhön*. Hänen mukaansa sidosryhmien edustajia ja henkilöstöä aktivoimalla mukaan strategian luomiseen saadaan aikaan enemmän tuotoksia kuin mihin yksikään työryhmä tai tutkija yksin omassa kopissaan pystyy. Sidosryhmiltä saadun tiedon pohjalta löydetään oikea suunta ja parhaat ratkaisut. Ihmisiin luodaan näin innostusta ja he sitoutuvat paremmin. Vaikka aikaa luomiseen kuluu enemmän, lopulta aikaa säästyy, kun strategia saadaan nopeammin käyttöön. (Van der Beek, 2016.)

Strategia tarkoittaa sanan merkitykseltään kuljettavaa tietä. Se kuvastaa siis tapaa, jolla pyritään saavuttamaan jokin tietty päämäärä. Visio taas tarkoittaa mielikuvaa tulevaisuuskuvasta. (Sydänmaanlakka, 2007.) Nuorisotyössä strategista kehittämistä voisi ajatella kahdella eri tavalla; kehittämistä nuorten kanssa heitä osallistaen, sekä kehittämistä työntekijäverkoston yhteistyön kanssa. Meillä Ohjaamossa toimii nuorten asiakasraati, Ohjaamon kehittäjät – nuorten ryhmä, joka kokoontuu noin kerran kuussa. Ohjaamossa toimivien työntekijöiden kesken kokoonnumme kehittämään Ohjaamo kerran kaudessa kuukausittaisten kokoustemme lisäksi. Ideaalissa tilanteessa nämä kaksi yhdistyisivät. Opinnäytetyössä kehittäminen lähtee asiakaslähtöisestä näkökulmasta, mutta johtaa työntekijöitä sitouttavaan kehittämiseen.

Strateginen suunnittelu on prosessi, jonka avulla muotoillaan pitkän aikajänneen tavoitteet ja strategiat sovittamalla yhteen yrityksen voimavarat ja mahdollisuudet. Strategisella suunnittelulla pyritään ennakoimaan muutoksia ja siten vähentämään riskejä ja virheitä. (McDonald, 1995, 13.) Strategisesta suunnittelusta alettiin puhua 1970-luvulla ja strategisesta johtamisesta 1980-luvulla. Kun puhutaan strategisesta ajattelusta, kuvataan kykyä käyttää mielikuvitusta siten, että haastetaan ilmeisiä vaihtoehtoja ja mennään tavanomaista analyysiä syvemmälle vaihtoehtoja punniten. Kun opitaan näkemään laajempia kokonaisuuksia, on strategista ajattelua mahdollista syventää ylhäältä alaspäin näkemisen kautta. Strategialla voidaan tarkoittaa esimerkiksi

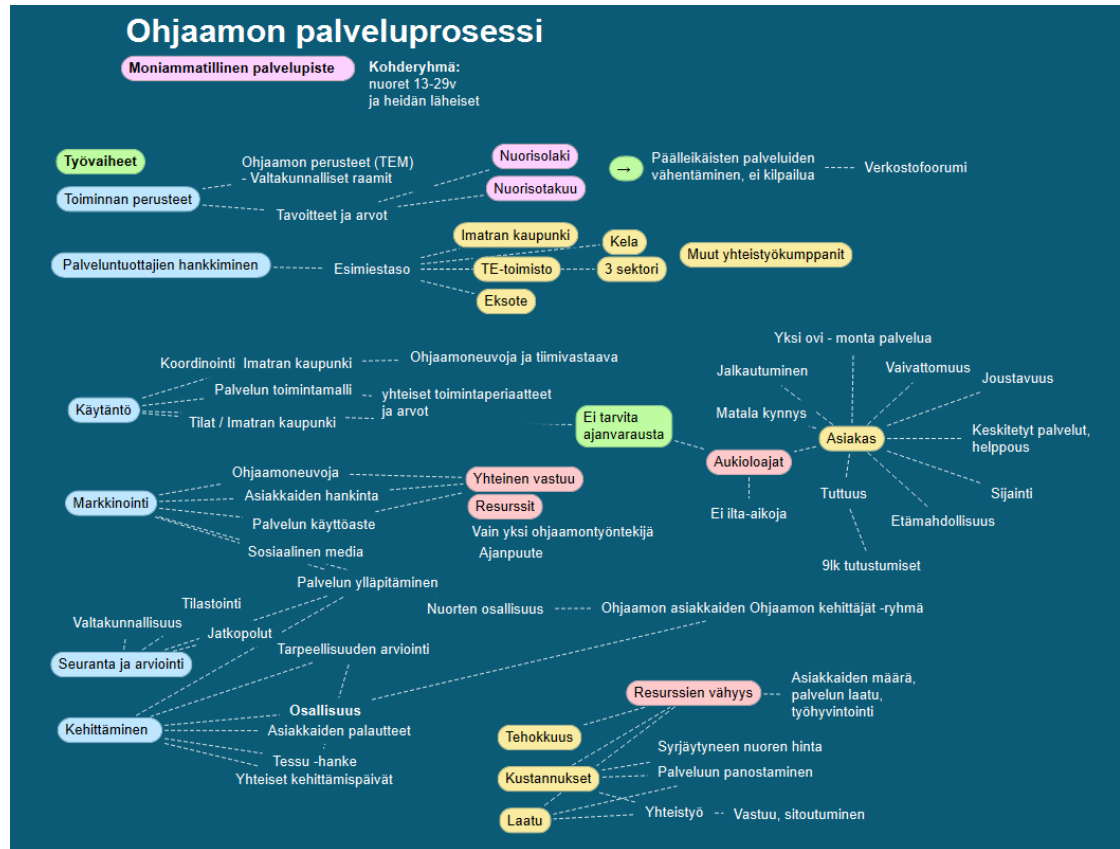
suunnitelmaa, johdonmukaista toimintamallia, organisaation asemoitumista ympäristöönsä tai ideologiaan. (Santalainen 2005.)

Henkilöstön parissa strategisessa kehittämisessä sitoudutaan yhteiseen tekemiseen ja luodaan käsitys nykytilasta sekä tulevaisuuden visiosta. Sidosryhmän kanssa työskentelystä saadaan tietoa ajankohtaisista ilmiöistä nuorten parissa sekä muutostarpeista, joihin haetaan yhdessä ratkaisuideoita. Imatran Ohjaamon työntekijöiden kehittämispäivät on rakennettu niin, että tutustumme toisiimme paremmin, lisäämme yhteisöllisyyttä, sitoudumme yhteisiin arvoihin ja pureudumme yhdessä kehittämään jotakin ajankohtaista teemaa. Päivien toiminta pohjautuu usein Järvensivun (2019) määrittelemään toimivan verkostotyön kaavaan: tunteminen – sitoutuminen – ja luottamus. Kun työntekijät tuntevat toisensa, voidaan sitoutua toimintaan ja synnyttää luottamusta työtöveihin ja palveluihin.

Yhteisessä strategiaprosessissakin tulee selkeyttää ydinkysymykset ja strategisten ratkaisujen pääpiirteet ja kehittämiskohteet. Imatran Ohjaamossa toistuvana ajankohtaisena kehittämiskohteena on ollut Ohjaamon asiakasohjautuvuuden lisääminen. Van der Beekin (2016) suunnitelman mukaan toimenpiteisiin siirtyminen alkaa viestinnästä. Jotta prosessi voi edetä, tulee henkilöstön olla sitoutunutta toimintaan ja kaikilla olla yhteinen ymmärrys strategiasta. Sidosryhmä on mukana yhteisessä tekemisessä ja viestinnän on oltava kunnossa. Toteutetaan konkreettisia toimenpiteitä yksikötason työpajoissa ja tehdään tarvittavat päätökset johtoryhmän toimesta. Opinnäytetyön näkökulmasta tämä tarkoittaa, että toimenpidesuunnitelman valmistuessa on huomioitava, että jokainen Ohjaamon ydinryhmän työntekijä on saanut tiedon ja ymmärryksen sen sisällöstä ja sitoutuu toimimaan suunnitelman mukaisesti.

Jotta asiakasohjautuvuus saadaan nousuun, meidän tulee ymmärtää Ohjaamon palveluiden kohderyhmän tarpeita ja kokemuksia, sekä sitoutua kehittämiseen työntekijätasolla yhteistyötä tehden. Nuorilta saadun tiedon valossa on mahdollista pohtia, mitkä työntekijöiden ajatuksista asiakasohjautuvuuden lisäämiseksi ovat järkeviä ja miten tietoja yhdistämällä voidaan luoda strategisesti toimivia ratkaisuja. Nuorilta saatu tieto ja kokemukset välitetään työntekijätiimille, ja heidän ideoitaan pyritään toteuttamaan mahdollisuuksien mukaan.

Strategian toteutuminen perustuu arjen työhön, jossa kaikki yksilöt toteuttavat uutta strategiaa. Strategian seuranta toteutuu kehityskeskusteluihin, yksikköpalaveriin, kehittämispäivin ja toiminnan jalostamisen kautta. Viestintä sidosryhmille tekee heidän osallisuutensa konkreettiseksi, kun he saavat tiedon heidän panoksensa tuloksista. (Van der Beek, 2016.)



Kuva 2. Ohjaamon palveluprosessi, Kovalainen, 2022.

Kuten yllä olevasta kuvasta (Kovalainen, 2022) on nähtävissä, on Ohjaamon palveluprosessi monimuotoinen ja siihen liittyy paljon erilaisia huomioitavia näkökulmia. Kun jotain lähdetään strategisesti kehittämään, tässä tapauksessa tunnettuutta, ei mikään yksittäinen asia tuota tulosta, vaan on huomioitava koko palveluprosessin kokonaisuus ja löydettävä kohdat, jotka ovat keskeisiä kehittämistulosten saavuttamiseksi.

4.4 Ohjaamotoiminnan kehittäminen

Innovoinnissa on kyse uudistumisesta ja muutoksesta. Yhteiskunnan muutos on jatkuvaa, teknologia kehittyä ja palvelun odotetaan olevan yhä vain parempaa. Erityisen kiinnostava näkökulma oli se, että tulevaisuudessa työntekijät

eivät voi enää toimia omissa siiloissaan, vaan heidän tulee verkostoitua ja toimimaan työtehtävissä joustavammin. (Vehkaperä ym. 2013, 6).

Ohjaamossa on kyse juuri verkostoitumisesta ja tämä totuttujen tehtävärajojen rikkomisen teema on esillä monissa keskusteluissa. Innovaatiopolitiikka on kehittynyt entistä enemmän teknologioiden ja inhimillisten komponenttien yhdistämisestä. Jotta saavutetaan laaja-alaista innovaatiotoimintaa, on panostettava tiede- ja tutkimuslähtöisen sekä käytäntölähtöisen innovaatiotoiminnan yhdistämiseen. (Harmaakorpi ym. 2012, 9.) Imatran Ohjaamon kehittämispäivissä ja -suunnitelmissa kehittämissuuntia haetaan esimerkiksi tilastojen, kokemusten ja palautteiden kautta. Imatralla Ohjaamon verkosto kokoontuu kuukausittain yhteen ajankohtaisten asioiden äärelle vaihtuvin kokoonpanoin ja kerran kaudessa pidetään kehittämisspäivä ajankohtaisten teemojen äärellä.

Innovaatiotoiminta edellyttää verkosto-osaamista, eli kykyä toimia osana tehokasta tiimiä. Verkosto-osaaminen mahdollistaa tiedon liikkumisen ja uuden tiedon luomisen. Toimijoilta vaaditaan uteliaisuutta, kumppanuutta ja vuorovaikutusta muiden toimijoiden kanssa. Eri innovaatiotoimintoja yhdistääkin piirre, että aina tarvitaan motivoituneita ja sitoutuneita työntekijöitä. Innovoinnissa on tärkeää luoda mukava ja yhteistoiminnallinen ilmapiiri. Vielä tärkeämpää on kuitenkin se, että jokainen jäsen tuntee yhteiset tavoitteet ja on halukas toimimaan tarkoituksenmukaisesti osana tiimiä. (Vehkaperä, 2013, 64). Nämä kuvaukset sopivat niin työntekijäverkoston, kuin Ohjaamon asiakkaista koostuvan Ohjaamon kehittäjät -ryhmän kanssa toimimiseen.

Ohjaamosta löytyvä ammattitaito on työntekijöiden osaamisen summa, eikä perustu vain yhden ammattilaisen tietoon ja ohjaukseen. Innovointi on johtanut eri organisaatioiden palveluiden tuomiseen saman katon alle. Mutta käytännössä vasta, kun työntekijä ymmärtää oma tietopohjansa olevan vain osa kokonaisuutta, on mahdollista luoda vuorovaikutteisesti toimivaa uudenlaista toimintamallia. Ohjaamossa saman katon alla työskennellessä työntekijän tulee hyödyntää koko tiimin osaamista, jakaa oma toimisto muiden kanssa osallistaen tilanteessa tarvittavia työntekijöitä ohjaustilanteeseen.

4.5 Osallisuuden hyödyntäminen ohjaamotoiminnassa

Kuten Valtakunnallinen nuorisopoliittinen suunnitelma (OKM, 2024) korostaa, tulee osallisuutta ja demokratiaa vahvistaa. Suomessa pidetään tärkeänä nuorten osallisuuden toteutumista niin paikallisissa, heitä koskevissa asioissa, kuin laajemmin yhteiskunnassa. Nuorten mahdollisuuksia kokea osallisuutta ja aktiivista kansalaisuutta tulee lisätä ja huomioida entistä paremmin, jotta nuorten ääni tulee kaikessa päätöksenteossa kuulluksi. (OKM, 2024, 27.)

Ohjaamon palveluita on kehitetty nuorten toiveiden pohjalta vuoden 2012 alkaen. Palvelukokonaisuuden ja valtakunnallisen brändin kehittyttyä nykyiseen muotoonsa toimintaa pidetään ajantasaisena edelleen asiakkaiden kokemusten ja osallisuuden kautta. Verkostotyön näkökulmasta innovoinnissa keskeinen tavoite on asiakkaan kokeman hyödyn kasvaminen, mikä on Ohjaamon toiminnan perusta. Eri organisaatioiden palveluiden tuominen yhteen paikkaan madaltaa palveluiden tavoitettavuuden kynnystä ja sitä kautta syrjäytymisen ehkäisyä. Siksi innovointimenetelmistä erityisesti käyttäjälähtöinen innovointi on merkityksellinen ja Ohjaamon toiminnalle sopiva näkökulma edistää palveluiden tehokkuutta ja hyötyjä, sekä nuorten osallisuutta.

Ohjaamoille ympäri Suomen on luotu asiakasraadit. Niiden tarkoituksena on osallistaa kohderyhmän jäseniä Ohjaamon toiminnan suunnitteluun, toimintaan ja sen kehittämiseen. Imatran Ohjaamossa asiakasraati toimii nimellä Ohjaamon kehittäjät – eli OK-ryhmä. Ryhmänohjaaja nostaa käsittelyyn erilaisia ajankohtaisia teemoja ja mahdollistaa projekteja, joita nuoret pääsevät suunnittelemaan ja toteuttamaan Ohjaamon teemojen ja toiminnan parissa. Ryhmä on avoin ja ikähaarukaltaan jäsenet ovat 14–29-vuotiaita. Nuoret ovat kehittäneet mm. Ohjaamon markkinointia ja toiminnan sisältöjä jakamalla mielipiteitään ja kehitysehdotuksiaan Ohjaamon toimintaan liittyen. Konkreettista esimerkkejä muutoksista ja uudistamisesta, jotka on tapahtunut nuorten näkemysten pohjalta, ovat sosiaalisen median kanavien käytön tehokkuuden parantaminen nuorten osallisuuden kautta, projekteista Ohjaamolle tehty musiikkivideo ja erilaiset tapahtumat. Asiakaslähtöisesti innovointia on toteutettu osallistavien menetelmin, kuten aivoriihiyöskentelyllä, keskusteluin ja kyselyillä. Mukana olevat nuoret ovat usein Ohjaamon asiakkaita, jotka on pyydetty mukaan joko henkilökohtaisesti tai Webropol-palautteen yhteystietojen kautta.

Osa on kiinnostunut toiminnasta someviestinnän tai jalkautumisten kautta ja ilmoittautunut itse mukaan ryhmään.

Ohjaamollamme on käytössä sähköinen palautteenkeruujärjestelmä, mikä toimii pohjana asiakaslähtöiselle kehittämistyölle. Palautteita kerätään ja niitä käydään läpi kausittain. Niiden pohjalta arvioidaan Ohjaamon toimintaa ja suunnitellaan kehittämistoimenpiteitä. Palautteessa on mahdollista arvioida oman palvelukokemuksen onnistumista, ilmapiiriä ja antaa kehittämisideoita toiminnalle. Halutessaan voi jättää yhteystiedot, jotta olemme yhteydessä esimerkiksi juuri Ohjaamon kehittäjät -ryhmän toimintaan liittyen.

Käyttäjälähtöinen kehittäminen vaatii syvempää asiakasymmärrystä, kuin mitä asiakaspalautteet tai asiakaspalautteet pelkästään tarjoavat. Käyttäjälähtöisessä kehittämisessä asiakkaat osallistuvat aktiivisesti kehittämistyön jokaiseen vaiheeseen. Asiakkaat ovat mukana valitsemassa parasta ratkaisua toiminnan uudistamiseen ja kehittämistyötä toteutetaan yhdessä. Lopulta asiakkaan testatessa palvelua voidaan kerätä käyttäjäkokemusta (Vehkaperä & Pirilä. 2013, 94.) Kokemusperäistä tietoa on kerättävä Ohjaamossa jatkuvasti. Webropol-palautteet ovat tärkeitä, mutta asiakkaista koostuvan kehittäjäryhmän kanssa asioita voidaan konkreettisemmin innovoida käyttäjälähtöisesti. Siksi opinnäytetyön kehittämistuoksen luomisessa hyödynnetään olemassa olevaa asiakkaista koostuvaa kehittäjäryhmää.

Myös Harmaakorpi ym. (2012, 23) puhuvat sitoutumisesta. Innovaatiotoimintaa voidaan edistää luomalla alustoja, joiden avulla voidaan muodostaa innovatiivinen ja eri toimijoita yhdistävä kokonaisuus. Innovaatio ei siis rakennu vain yhden komponentin varaan vaan yhdistelmien ainutlaatuisuudesta. (Harmaakorpi ym. 2012.) Moniääninen dialogisuus mahdollistaa nuorten palveluiden uudelleen järjestelyä eri toimijoiden kanssa.

Ohjaamon asiakkaita pyritään sitouttamaan kehittämistoimintaan tarjoamalla mahdollisuutta vaikuttaa. Useille nuorille se on riittävä porkkana osallistua toimintaan, mutta lisäksi Imatran Ohjaamon kehittäjäryhmäläisille tarjotaan ruuat ja todistus liitteeksi CV:hen aktiivisesti toimintaan osallistuneille. Vehkaperä & Pirilä (2013, 94) nostavat porkkanan tarjoamisen yhdeksi tavaksi saada passiivisista asiakkaista aktiivisia kehittäjiä. Nuoret kuitenkin kokevat

tärkeimmäksi asiaksi sen, että he näkevät konkreettisesti vaikuttamistoimintansa tulokset ja oman kädenjälkensä Ohjaamon toiminnassa tai tuotoksissa. Tärkeintä Ohjaamon kannalta on se, että voimme tuottaa toimintaa tietäen, että se on nuorten näköistä ja perustella uudistuksia sillä, että ne ovat kohde-ryhmän toivomia. Koska meillä on toimiva Ohjaamon asiakasraati Imatralla, on järkevää hyödyntää heidän osallisuuttaan tämän opinnäytetyön toimenpidesuunnitelman valmisteluun.

Imatran Ohjaamolle on tehty aiemmin opinnäytetyö ”Ohjaamo-toimintamallin käyttäjälähtöinen kehittäminen Imatran Ohjaamossa” hankeaikana vuonna 2017. Opinnäytetyön tulokset pohjustavat hyvin osuvasti tätä opinnäytetyötä, sillä tuloksen korostivat monialaista yhteistyötä tulevaisuuden työtapana. Osallistuneet nuoret nostivat haasteiksi Ohjaamon mahdollisen leimautumisen tietynlaisen asiakaskunnan paikaksi. Työntekijöiden puolelta haasteena nähtiin Ohjaamotoiminnan sitovuus ja oman organisaation tuen puute. Kehittämistoimenpiteiksi opinnäytetyössä nostettiin monialaisten palveluiden laajentaminen, nuorten aikuisten tarpeiden huomiointi sekä markkinoinnin tehostaminen. Keskeisenä huomiona kehittämiseen nostettiin nuorten osallisuus ja kuuleminen. (Asikainen & Leskinen, 2017). Tämä opinnäytetyö toimii hyvin vastauksena sekä jatkona aiemmalle työlle, sillä työn tavoitteena on nuoria osallistaen huomioida nuorten aikuisten tarpeet, tehostaa markkinointia ja sen kautta edistää leimaamatonta mainetta.

5 OPINNÄYTETYÖN MENETELMÄT

5.1 Opinnäytetyön toteutus ja tavoite

Tämä opinnäytetyö on tutkimuksellinen kehittämistyö. Tutkimuksellisen kehittämishanke opinnäytetyön tuloksena voi Mäkimurto-Koivumaan ja Kunnarin (2018) mukaan syntyä uutta tietoa tutkittavasta kohteesta, ratkaisu organisaation toimintaan liittyvään ongelmaan tai uusia toimintamalleja, tutkimuskohteita ja – avauksia. Työ mahdollistaa kehittämisen perustuen tutkimukselliseen tietoon. Tässä tapauksessa tutkimuksellinen tieto muodostuu kyselytutkimusaineistosta ja kehittämisen kohteena on Ohjaamon tunnettuuden tilan parantaminen.

- Opinnäytetyössä saadaan uutta tietoa kartoittamalla Ohjaamon palveluiden tunnettuuden nykytilaa kyselytutkimuksella. Ymmärrys kohderyhmän tarpeista toimii pohjana palveluiden kehittämiseksi.
- Kehittämistoimenpiteenä tuotoksena syntyy Ohjaamolle strategisista näkökulmista laadittu viestintä- ja markkinointisuunnitelma, jonka avulla voidaan edistää tunnettuuden tilaa.
- Suunnitelman avulla palvelut vastaavat tarpeeseen strategisesti, ovat nuorille helposti saavutettavissa ja nuoret saavat palveluista tarvittavan tiedon heille sopivimmalla tavalla.

Tunnettuus on liiketaloudellinen termi, jolla viitataan opinnäytetyössä siihen, kuinka hyvin alueen nuoret ja nuoret aikuiset tuntevat Ohjaamon palvelut ja osaavat hyödyntää niitä. Oleellista tunnettuuden lisäksi onkin selvittää, millaisena nuoret palvelut ja Ohjaamon kokevat esimerkiksi käytön kynnyksen, helppouden tai palveluiden hyödyllisyyden näkökulmasta. Ohjaamo on valtakunnallinen brändi, mutta laajempaan brändin tunnettuuteen ei tässä opinnäytetyössä porauduta. Työn tilaajana on Imatran kaupunki, joka tuottaa Imatran Ohjaamon palveluita yhteistyössä Etelä-Karjalan työllisyysalueen ja Etelä-Karjalan hyvinvointialueen kanssa.

Tunnettuuden nykytilasta saadaan käsitys kyselytutkimuksen kautta. Kyselyn tavoitteena on saada tietoa kohderyhmältä Ohjaamon palveluiden tunnettuudesta, saavutettavuudesta ja siitä, kuinka hyvin vastaamme nuorten palvelutarpeisiin. Tällaisen tutkimuksellisen näkökulman valossa palveluiden markkinoinnin näkökulmia ja keinoja on mahdollista kehittää tarvelähtöisesti ja perustellusti oikeaan suuntaan. Kyselyn tulosten ja nuorten osallisuuden pohjalta

luodun käyttäjälähtöisen toimenpidesuunnitelman on tarkoitus muokata ja kehittää Ohjaamon palvelukokonaisuutta enemmän palvelutarpeisiin vastaavaan suuntaan.

Opinnäytetyön kehittämistuotoksena syntyy strateginen toimenpidesuunnitelma, joka perustuu kohderyhmän näkemyksiin ja antaa tärkeää ohjeistusta ja suuntaa, johon Ohjaamon palveluita ja niiden markkinointia tulisi kehittää Ohjaamon ja sen palveluiden tunnettuuden parantamiseksi. Kehittämistyön tavoitteena on luoda toimiva malli, joka ohjaa palveluiden saavutettavuutta ja niiden tunnettuutta kohderyhmän näkökulmasta oikeaan suuntaan. Toimenpidesuunnitelmaa tullaan toteuttamaan vuosittain Imatran Ohjaamon vuosikelloon integroituna.



Kuva 3. Opinnäytetyön rakenne ja sisältö

Kuvassa 3 kuvataan opinnäytetyön tavoitteita ja sisältökokonaisuuksia.

Pinkit sisällöt kuvaavat näkökulmia, jotka määrittävät työn suuntaa ja sisältöä: *Ohjaamotoiminnan tavoitteet* muodostavat toiminnan lähtökohdan sekä määrittelevät työn tarvepohjan. Tunnettuuden *strateginen kehittäminen* on työn keskeinen tavoite sekä toimenpide, mihin liittyvät väistämättä *markkinoinnin* näkökulmat. *Nuorten osallisuus* on keskeinen toimintamalli, mikä

toteutuu tuomalla nuorten ääntä esiin kyselytutkimuksen kautta, sekä osallistamalla kohderyhmää toimenpidesuunnitelman luomisessa.

Turkoosit sisällöt ovat konkreettisia toimenpiteitä ja askeleita, joita työn aikana toteutetaan: *Kyselytutkimuksella* saadaan pohjatietoa ja innovatiivisia avaimia tunnettuuden parantamiseen sekä markkinoinnin tehostamiseen käyttäjälähtöisesti. Kyselyllä kerätyn *tunnettuuden nykytilasta kertovan tiedon* valossa on mahdollista luoda tilanteen parantamiseksi todelliseen tarpeeseen vastaava *toimenpidesuunnitelma*. Toimenpidesuunnitelma on kehittämistyön tulos, joka hioutuu lopulliseen muotoonsa Ohjaamon asiakkaista koostuvan Ohjaamon kehittäjät -nuorten ryhmän osallisuuden kautta. Nuorten osallisuudessa korostuu näkökulmana *käyttäjälähtöinen innovointi*. Myös ohjaamoverkoston työntekijöitä osallistetaan toimenpidesuunnitelman toteuttamiseksi.

Tunnettuuden nykytilan kuvaus ja toimenpidesuunnitelma vastaavat tarpeeseen tehostaa rajallisten resurssien kohdistamista keskeisiin asioihin, jotta asiakasohjautuvuutta ja tunnettuutta saadaan alueellisesti parannettua. Strategia tulee laatia resurssien ympärille, sillä resurssit mahdollistavat strategian toteutuksen (Santalainen, 2005). Työn tulokset hyödyttävät Ohjaamoita moniammatillisena kokonaisuutena, sekä asiakkaiden, että työntekijöiden näkökulmasta. Meidän tulee vastata nuorten tarpeisiin ja toiveisiin ja löydettävä yhteistyöstä kanavat ja keinot, joiden avulla voidaan tarjota oikeanlaiset kohderyhmän saavutettavissa olevat palvelut.

Vaikka jokainen Ohjaamo toimii alueellisten resurssien puitteissa omalla tavallaan, perustuu jokaisen Suomen noin 80 Ohjaamon toiminta samoihin Työ- ja elinkeinoministeriön laatimiin ja KEHA-keskuksen päivittämiin Ohjaamon perusteet – kriteereihin (2018, 2025), joissa mainitaan esimerkiksi matala kynnys ja nuorten osallistaminen. Koska opinnäytetyöni perustuu näihin teemoihin, opinnäytetyö voi olla hyödyllinen valtakunnallisesti ja tarjoaa tietoa myös muille Ohjaamoille.

5.2 Tutkimuksellinen kehittäminen käyttäjälähtöisesti

5.2.1 Nykytilan kartoittamisen toteutus

Opinnäytetyössä kyselytutkimuksen tarkoitus on saada käsitys tunnettuuden nykytilasta. Kehittämiselle on luotava realistiset tavoitteet, jolloin sen vaikuttavuutta voidaan myöhemmin arvioida. Tutkimuksellisen tietopohjan avulla saadaan kehittämistavoitteiden kannalta tärkeää tietoa kohderyhmältä, eli tietoa siitä, mitä käytännössä tarvitsee kehittää.

Toteutin kyselytutkimuksen keväällä 2024. Kyselyn kautta saadaan käsitystä siitä, mikä on tunnettuuden nykytila, kokevatko nuoret Ohjaamon tärkeäksi ja missä asioissa, sekä miten sitä kannattaisi kohderyhmän näkökulmasta markkinoida. Kyselyn vastaajajoukko muodostuu toisen asteen opiskelijoista. Ideaali kohderyhmä olisi korkeakouluopiskelijaikäiset, joilla Ohjaamon palveluiden tarve olisi tilastojen mukaan suurempi (suurin osa asiakkaista iältään 18–24-vuotiaita), mutta koska Imatralla oppilaitokset rajoittuvat toisen asteen oppilaitoksiin, olivat niiden oppilaat ainoa vaihtoehto tavoittaa kerralla suurempi joukko kohderyhmää. Koska ajankohta sattui loppukevääseen, oli suurin osa kolmasluokkalaisista jo lukulomalla tai työharjoittelussa ja parhaaksi kohderyhmäksi jäivät toisen vuosiluokan opiskelijat, jotka olivat tuolloin tavoitettavissa. Vastaajista 46,7 % on lukiolaisia (n 49), ja 53,3 % ammattikoululaisia (n 56). Kaikista vastaajista oli 55 % miehiä, 41 % naisia ja muunsukupuolisia 4 %. Tulokset on analysoitu Webropol -kyselytyökalun avulla. Vastaajaryhmiä on vertailtu niin oppilaitos- kuin sukupuolikohtaisesti. Keskeiset huomiot ja nostot on kirjattu tähän analyysiin. Selkeyttämisen vuoksi osa tuloksista on nähtävillä opinnäytetyön esittelyä varten luotujen yhteenvetodiojen kautta.

Kyselyllä kartoitettiin sitä, kuinka hyvin Imatralla opiskelevat nuoret tuntevat Ohjaamon palvelut, ja miten niiden tunnettuutta tulisi kehittää. Kyselylomakkeen kysymysten tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon tietoa tunnettuuden nykytilasta ja nuorten palvelutarpeista. Kysely ja aineisto muodostuu kolmesta teemakokonaisuudesta 1. Käyttöaste ja palveluiden tunteminen (mitä kautta saatu tietoa, mitä Ohjaamosta tiedetään) 2. Ohjaamon palveluiden tarpeellisuus asiakasnäkökulmasta (palvelutarpeiden ja hyödyn

kokemisen kartoitus) ja 3. Nuorten suhde Ohjaamon palveluihin (avoimet kysymykset. Kysymyksiä on yksitoista:

1. Taustatiedot: Opiskelupaikka (lukio/ammattikoulu), sukupuoli
2. Mistä olet kuullut Ohjaamon toiminnasta? (monivalintakysymys)
3. Mitä Ohjaamon palveluita olet käyttänyt? (monivalintakysymys)
4. Kuinka hyvin tiedät seuraavat asiat Ohjaamosta? (monivalintakysymys)
5. Kuinka todennäköisesti tarvitset apua alle 30-vuotiaana seuraaviin asioihin? (monivalintakysymys)
6. Kuinka helppoa on pyytää apua Ohjaamosta? (liukukytin 0–10)
7. Kuinka hyödyllisenä koet Ohjaamon palvelut sinulle itsellesi? (liukukytin 0–10)
8. Kuinka hyödyllisenä koet Ohjaamon palvelut alle 30-vuotialle yleisesti? (liukukytin 0–10)
9. Mikä saisi sinut käyttämään Ohjaamon palveluita enemmän? (avoin kysymys)
10. Miten Ohjaamon palveluita kannattaa markkinoida? (avoin kysymys)
11. Saitko uutta tietoa tämän kyselyn kautta? (kyllä/en)

Kysymysten sisällöt pohjautuvat Ohjaamon jo olemassa olleisiin markkinointikanaviin ja toiminnan muotoihin, Ohjaamon perusteisiin ja ohjaamotilastot.fi – tilastojen tuottamaan tietoon siitä, millaisissa asioissa alle 30-vuotiaat tarvitsevat apua. Aineiston tuloksista ja yhteenvedoista on koostettu nuorten suhdetta Ohjaamoon avaava kuvaileva analyysi, josta löytyy otteita alta. Vastausten yhteenvedoista nousseet kolme keskeisintä huomiota vietiin jatkotyöstettäväksi nuorten Ohjaamon kehittäjät -ryhmälle, joka on prosessina kuvattu tarkemmin myöhemmin.

5.2.2 Strategia- ja markkinointisuunnitelman kehittämisen eteneminen

Kyselytutkimuksen tulosten pohjalta luon kehittämistuotoksena toimenpidesuunnitelmana viestintä- ja markkinointisuunnitelman, joka perustuu kohderyhmältä saatuun tietoon Ohjaamon tunnettuuden nykytilasta. Prosessia voi kuvata Everett M. Rogersin (2003, 20) mallilla innovaatioiden omaksumisen pää-
töksenteosta:



Kuva 4. Innovaatioiden omaksumisen päätöksenteon portaat, Everett M. Rogers, 2003, 20.

Kehittämistyön tutkimuksellisessa osuudessa kerätään tietoa käyttäjien kokemuksista ja pyritään ymmärtämään asiakkaita ja heidän asenteitaan paremmin (1. porras). Kyselyssä haetaan toisen asteen opiskelijoiden käyttökokeuksia ja näkemyksiä Imatran Ohjaamosta. Tuloksien pohjalta luodaan Ohjaamossa toteutettava strateginen markkinointi- ja viestintäsuunnitelma ja toimivat käytännöt on tarkoitus vakiinnuttaa osaksi Ohjaamon vakituista toimintaa.

Pelkkä kyselytutkimuksella saatu tieto ei ole kuitenkaan yksinään yhtä arvokasta, kuin sen lisäksi nuorten kanssa käydyn keskustelun ja argumentoinnin pohjalta tehtävä kehittäminen (2. porras). Opinnäytetyössä tämä toteutuu Ohjaamon kehittäjät -ryhmän kanssa tehtyjen työpajojen kautta. Nuorilla on mahdollisuus arvioida tiedon pohjalta tehtyä suunnitelmaa ja vaikuttaa siihen, millä tavoin suunnitelmaa lähdetään toteuttamaan (3. porras). Suunnitelman toteutuessa selviää sen käyttökelpoisuus ja laatu. Alkuun on kyse kokeilujaksosta, jonka aikana seurataan sen tehokkuutta ja vaikutuksia esimerkiksi asiakasmääriin (4. porras). Imatran Ohjaamossa viestintä- ja markkinointisuunnitelmaa toteutetaan kokonainen vuosi, jonka jälkeen sen toimivuutta ja tehokkuutta arvioidaan. Kehittäminen ei ole koskaan valmista, sillä elämme jatkuvassa muutoksessa. On seurattava suunnitelman toimenpiteiden hyödyllisyyttä ja muokattava sitä käytännössä saatujen kokemusten mukaan (5. porras). Ensimmäisen vuoden kokemusten perusteella suunnitelmaa muokataan paremmaksi ja kehittämistä toteutetaan jatkossakin vuosittain.

Asiakaslähtöisyys on yksi keskeisimmistä Ohjaamon arvoista, minkä vuoksi kohderyhmän kuuleminen on kehittämisessä avainasemassa. Asiakaslähtöisemmällä toimintamalleilla voidaan lisätä mm. palveluiden kustannustehokkuutta ja asiakkaiden ja työntekijöiden tyytyväisyyttä. (Virtanen ym. 2011, 8). Tästä näkökulmasta markkinoinnin kehittäminen asiakaslähtöisesti on ajankuvaan sopiva tapa lähteä toteuttamaan kehittämistyötä. Virtanen ym. (2011, 37) kuvaavat eroa *asiakaskeskeisen* kehittämismallin ja *asiakaslähtöisen* kehittämismallin välillä siten, että asiakaskeskeisessä lähestymistavassa voidaan toteuttaa esimerkiksi asiakaskysely, kun taas asiakaslähtöisessä mallissa pyritään syvempään asiakkaan ymmärtämiseen ja kehittämistä toteutetaan yhdessä asiakkaiden kanssa. Opinnäytetyössä näkökulmana on siirtyminen asiakaskeskeisestä mallista, jossa palveluntarjoajaideoi, suunnittelee ja rakentaa, asiakaslähtöiseen kehittämismalliin, jossa asiakasymmärrys syvenee, päätetään, suunnitellaan ja toimintaa rakennetaan yhdessä.

5.2.3 Käyttäjälähtöinen innovointi

Käyttäjälähtöisellä palveluinnovaatiolla voidaan uudistaa palveluita systemaattisella tavalla tunnistaa asiakas- ja käyttäjätarpeita kehittämällä täsmällisiä ratkaisuja näihin tarpeisiin. Käyttäjän näkökulma voidaan tunnistaa perinteisten palautekyselyiden lisäksi muillakin tavoin, mutta käyttäjien osallistaminen voi olla haasteellista. (Hennala, L. 2011). Lähtökohtaisesti käyttäjälähtöinen innovointi vähentää epäonnistumisen riskiä, kun asiakkaiden tarpeet ymmärretään paremmin. Se auttaa yrityksen hyvän maineen syntymisessä ja luo lojaaliutta sekä pitkäaikaisia asiakassuhteita. (Aalto, 2011,19)

Käyttäjälähtöinen innovointi tarkoittaa asiakkaiden osallistamista kehittämiseen ja muutoksen luomiseen. Keinoja asiakkaan kuulemiseen on monia. Voidaan toteuttaa haastatteluita, kyselyitä tai havainnointia. Käyttäjällä on mahdollisuus tuoda esiin kehittämissuhteita ja antaa palautetta kokemuksistaan. Ohjaamo on luotu nuoria varten, joten sen tulee vastata heidän tarpeisiinsa ja siksi heitä on kuultava. Sanotaanhan jo nuorisolain 1285/2016 pykälässä 24, että nuorille tulee järjestää mahdollisuus osallistua paikallista ja alueellista nuorisotyötä ja politiikkaa koskevien asioiden käsittelyyn. Nuoria on kuultava heitä koskevissa asioissa.

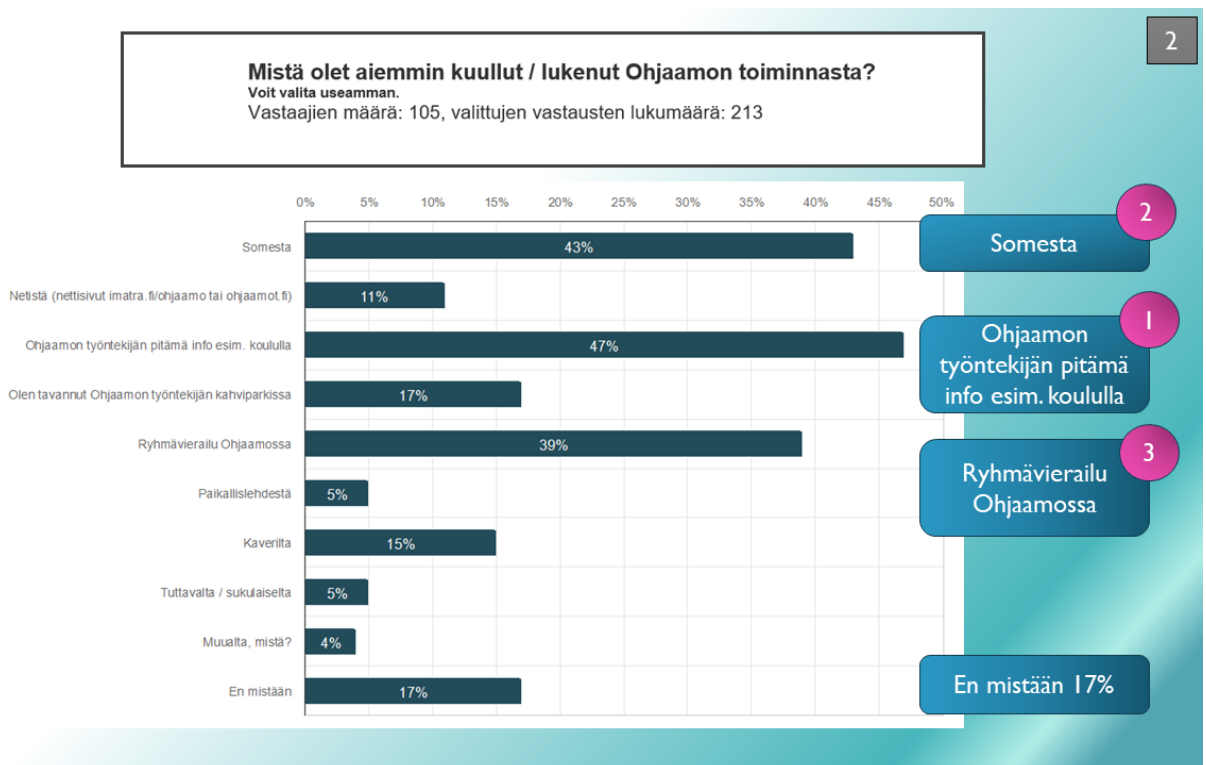
Palveluntuottajien on tunnettava kohderyhmä ja sen tarpeet. Käyttäjälähtöisellä innovoinnilla voidaan hankkia ja kehittää asiakastietämystä, joka on tutkitusti yksi tärkeimmistä yrityksen tietämysvarainnoista. Sen lisäksi, että yritys tai palvelu saa lisää tietoa käyttäjistään, lisää käyttäjälähtöinen osallisuus, asiakkaan tietämystä palvelusta ja edesauttaa siten sen monipuolista käyttöä. (Aalto, 2011, 20). Palveluiden käyttäjä nähdään kokemusasiantuntijana. Palvelujärjestelmän kehittäminen edellyttää yhteistyötä kaikkien niiden kanssa, joita kehittäminen todella koskettaa. Kokemustietoa voidaan kerätä yksittäisesti palvelukokemuksista, mutta kollektiivisen vahvistuksen myötä yksittäiset palvelukokemukset saavat vahvistusta ja kokemuksia jakamalla henkilökohtaisesta tiedosta syntyy sosiaalista tietoa. Käyttäjien osallistaminen voi tarkoittaa vertaistoiminnan kehittämistä, mutta myös kokemustiedon ja ammatillisen tiedon vuorovaikutusta. (Toikko & Rantanen 2009.)

Nuorten osallisuutta hyödynnetään opinnäytetyössä sekä kyselytutkimuksen, että pienryhmätyöskentelyn keinoin. Kyselyllä saadaan tietoa tunnettuuden nykytilasta ja sen lisäksi käsitys nuorten mielikuvasta Ohjaamon palveluista. Kyselyn tulosten pohjalta kehittämisen avaimiksi nostettuihin teemoihin saadaan syvempää ymmärrystä asiakasryhmään kuuluvien nuorten kanssa käyttäjien keskusteluiden kautta.

6 OHJAAMON TUNNETTUUDEN NYKYTILA

6.1 Käyttöaste ja palveluiden tunteminen

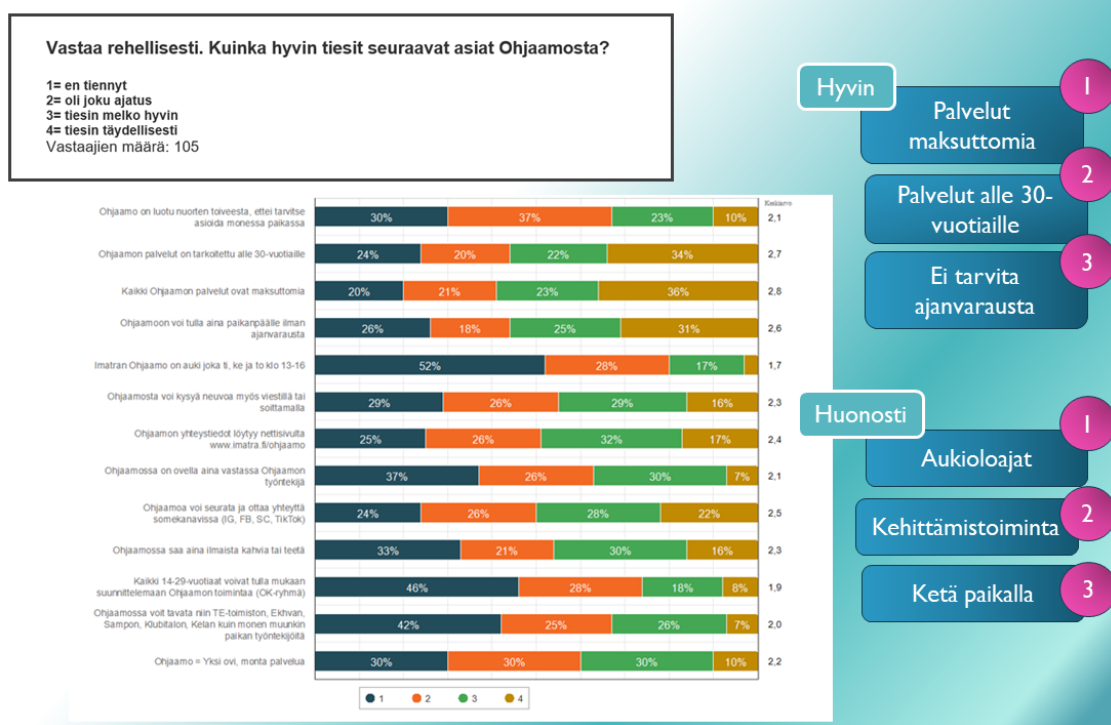
Webropol -kyselytutkimus antaa käsityksen Imatran Ohjaamon tunnettuuden nykytilasta. Nykytilanteen kartoittamiseksi aluksi selvitettiin käyttöastetta kysymyksellä ”mitä Ohjaamon palveluita olet käyttänyt?” 71 % vastasi ”ei mitään”, eli selkeä enemmistö ei ole toistaiseksi tarvinnut Ohjaamon palveluita. Tätä voi selittää se, että Ohjaamon asiakkaista suuri osa suuntaakin kävijätilastojen mukaan palveluihin vasta toisen asteen jälkeen. Käytetyin palveluista oli kesätyöseteli, jota oli hakenut 23 % vastaajista. 9 % vastaajista oli asioinut Ohjaamossa paikan päällä, 4 % osallistunut Ohjaamo järjestämään tapahtumaan (Kesäksi duuniin, Työnhaun pikatreffit) ja 4 % osallistunut Ohjaamon järjestämään ryhmätoimintaan (Ohjaamon kehittäjät -ryhmä, taidepaja ym.). Kysymyksellä saatiin siis tietoa siitä, minkä verran vastaajat olivat konkreettisesti hyödyntäneet Ohjaamon palveluita tähän mennessä. Seuraavissa kysymyksissä nähdään, kuinka hyvin vastaajat tunsivat Ohjaamon palvelut vastausvaiheessa.



Kuva 5, yhteenveto, kuinka hyvin Ohjaamon palvelut tunnetaan.

Tällä kysymyksellä saatiin selville informointikanavat, joista nuoret olivat aiemmin kuulleet Ohjaamon toiminnasta. Kaikista vastauksista eniten valintoja saivat vaihtoehdot ”Ohjaamon työntekijän pitämä info koululla”, ”somesta”, sekä ”ryhmävierailu Ohjaamossa”. Ammattikoululaisten vastaukset olivat jakautuneet tasaisemmin vastausvaihtoehtojen kesken, ja 27 % vastaajista ei ollut Ohjaamon palveluista mitään kautta. Lukiolaisista ”en mistään” -vastauksia oli vain 6 % ja lukiolaisten vastauksista kolme nousivat esiin selkeästi muita enemmän: Ohjaamon työntekijän pitämä info koululla (67 %), some (59 %) sekä ryhmävierailu Ohjaamossa (55 %). Eroja voi selittää ainakin se, että Ohjaamo on mukana Lukion 1. luokkalaisten oppilashuollon esittelytunnilla mukana kertomassa Ohjaamon palveluista, eikä vastaavaa infoa järjestetä ammattikoululla. Toisaalta kaikki imatralaiset ovat käyneet viime vuosina Ohjaamolla tutustumiskäynnillä 9. luokkalaisina, joten vastauksen ”ryhmävierailu Ohjaamossa” eroavaisuudet (Lukio 55 % ja Sampo 25 %) eroavaisuus on joksikin yllättävä. Todennäköisenä vaihtoehtona eroa selittää se, että ammattikoululaisissa on lukiolaisia enemmän muita, kuin imatralaislähtöisiä nuoria. Tuloksista voi tulkita, että lukiolaiset seuraavat todennäköisemmin Ohjaamon somekanavia (59 % lukiolaisista kuullut Ohjaamosta somen kautta ja ammattikoululaisista vain 29 %).

”Kuinka hyvin tiesit seuraavat asiat Ohjaamosta?” -kysymyksellä saadaan näkemystä siitä, mitä tiettyjä asioita Ohjaamosta nuoret tietävät. Seuraavasta kaaviosta voi tarkastella sitä, mihin asioihin tunnettuus keskittyy ja missä asioissa on erityisesti puutteita. Esitetyssä kaaviossa on molempien vastaajaryhmien vastaukset samassa selkeän yleiskatsauksen vuoksi.



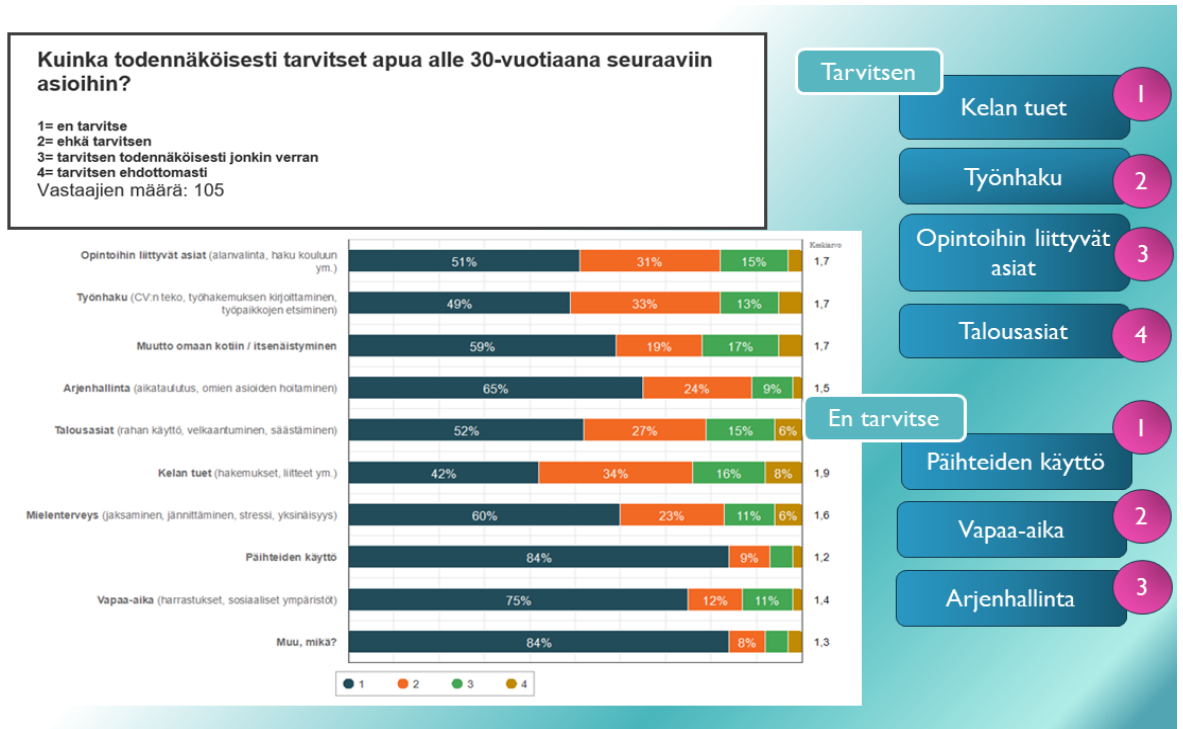
Kuva 6, mitä Ohjaamosta tiedetään hyvin tai huonosti.

Keskiarvojen mukaan parhaiten tiedetään palveluiden maksuttomuus, kohde-ryhmä ja ajanvarauksettomuus. Huonoiten taas aukioloajat, nuorten osallisuustoiminta ja se, ketä Ohjaamossa on tavattavissa. Oppilaitosten välisistä eroavaisuuksista keskeisiä nostoja on ainakin se, että ammattikoululaisista ”en tiennyt” -vastauksia oli jokaisessa kysymyksessä paljon, kaikissa vähintään 32 %, keskimäärin 42 %. Lukiolaisilla taas ”en tiedä” -vastauksia oli keskimäärin 19 %, mutta useissa vastauksissa (palveluiden maksuttomuus, tietoisuus somekanavista) niitä ei ollut lainkaan.

Kaikkien vastausten keskiarvojen ero puhuu lukiolaisten paremman tietoisuuden puolesta, sillä **lukiolaisten vastausten keskiarvo oli kaikissa kysymyksissä korkeampi kuin ammattikoululaisten** (korkeampi keskiarvo=tunnetaan paremmin). Suurimmat erot olivat **maksuttomuuteen ja somekanaviin liittyvissä asioissa**. Suurin keskiarvo, eli parhain tunnettuus oli lauseen ”kaikki Ohjaamon palvelut ovat maksuttomia” kohdalla, jossa lukiolaisten keskiarvo oli 3,1 ja ammattikoululaisten 2,4. Toiseksi suurimmat keskiarvot 3,0 (lukio) ja 2,4 (ammattikoulu) tulivat kohdasta ”Palvelut on tarkoitettu alle 30-vuotiaille”. Kaikista pienimmät keskiarvot tulivat aukioloaikoihin, ja Ohjaamon kehittäjät -nuorten ryhmään liittyvissä kysymyksissä.

6.2 Ohjaamon palveluiden tarpeellisuus asiakasnäkökulmasta

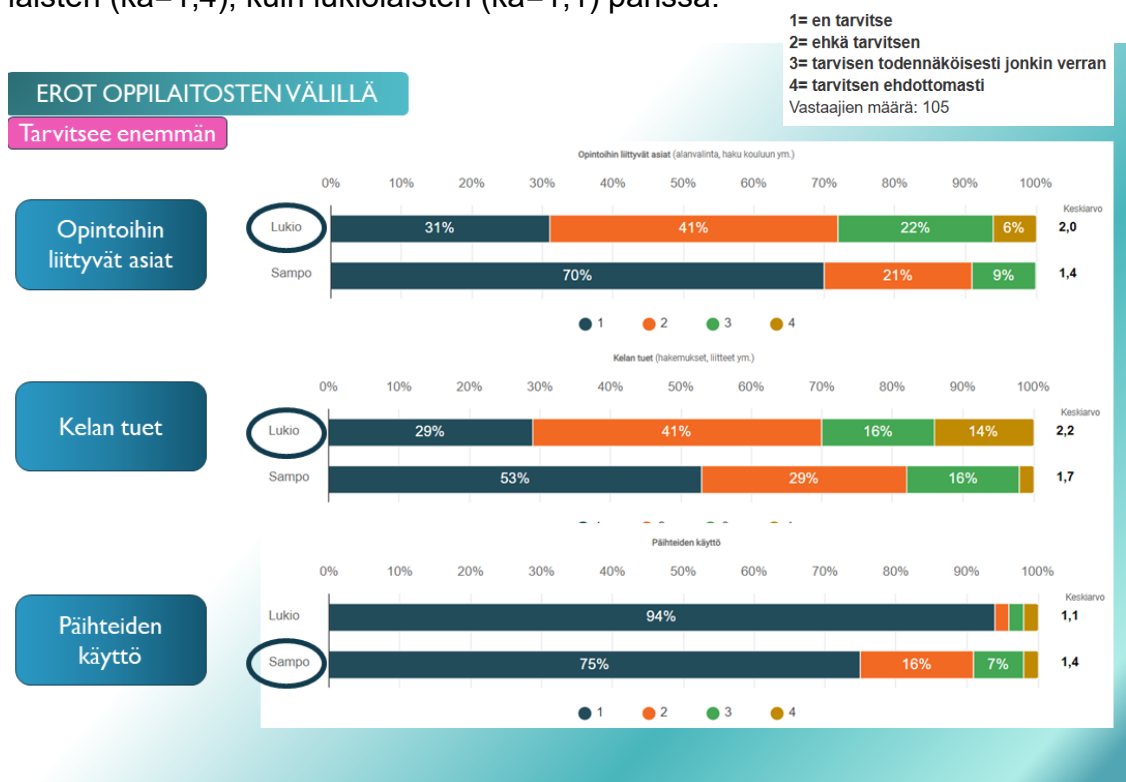
Toisena kokonaisuutena kysely avaa vastaajien palvelutarpeita. Kysymysten kautta saadaan tietoa siitä, millaisiin palveluihin Ohjaamon tulisi panostaa.



Kuva 8, asiat joihin nuoret tarvitsevat apua.

Palveluiden tarpeellisuus – kysymykseen on nostettu keskeisimpiä Ohjaamossa nuorten kanssa käsiteltäviä teemoja. Niiden kautta saamme käsitystä siitä, mitkä palvelut ja aiheet nousevat nuorten tämänhetkisissä ajatuksissa tarpeellisimmiksi. Kaikissa kysymyksissä oli runsaasti ”en tarvitse” -vastauksia (42–84 %), kaikkein eniten kysymyksessä päihteiden käytöstä (Muu, mikä? - vastauksissa ei ollut huomioitavaa sisältöä), seuraavaksi eniten vapaa-aikaan ja arjenhallintaan liittyvissä kysymyksissä. **Asiat, joissa nuoret tarvitsevat todennäköisesti tulevaisuudessa apua eniten olivat kyselyn vastauskeskiarvojen perusteella Kelan tuet (ka=1,9), työnhaku, opintoihin liittyvät asiat ja talousasiat (ka=1,7) sekä mielenterveysasiat (ka=1,6).** Vastaukset ovat melko hyvin linjassa TE24-kyselytutkimuksen vastausten kanssa, jossa imatralaiset nuoret ilmaisivat tarvitsevansa eniten tukea ja neuvontaa koulutukseen (37 %), mielenterveyteen (32 %), työllisyyteen (32 %), talouteen ja raha-asioihin (31 %) sekä kela-asioihin (30 %). Kysymyksen muotoilu on erilainen mutta voimme kuitenkin todeta, että nuorten tarpeellisimmiksi koetut palvelut (top 5) ovat molemmissa kyselyissä samat.

Vastauksissa oli jälleen eroavaisuuksia oppilaitosten välillä; opintoihin liittyvissä asioissa keskiarvo oli lukiolaisilla 2,0 ja ammattikoululaisilla 1,4. On loogista, että koulutuksesta ammattiin valmistuvilla on vähemmän selvittävää opintoihin liittyen, kuin lukiolaisilla, jotka lähtevät toisen asteen jälkeen vielä jatko-opintoihin. Lukiolaiset tarvitsevat kyselyn mukaan enemmän tukea myös Kela-asioihin – keskiarvo oli lukiolaisilla tässä 2,2 ja ammattikoululaisilla 1,7. Kela-asiat koskettavat kuitenkin yhtä lailla kaikkia toisen asteen opiskelijoita, eikä tähän eroon löydy selvää loogista selitystä. Tarve tuen saamiseen päihteiden käyttöön liittyen koetaan vähäiseksi, mutta suuremmaksi ammattikoulu-
laisten (ka=1,4), kuin lukiolaisten (ka=1,1) parissa.



Kuva 9, erot oppilaitosten välillä palveluiden tarpeellisuuden arvioinnissa.

6.3 Nuorten suhtautuminen Ohjaamon palveluihin

”Mikä saisi sinut käyttämään Ohjaamo palveluita enemmän?” -kysymyksen kautta lähdettiin kartoittamaan nuorten suhtautumista Ohjaamoon yleisemmältä tasolta. Vastauksista saatiin selville tekijöitä niin markkinointiin, tarpeellisuuden kuin haasteisiin liittyen. Vastauksista 30 % (32) viitataan palveluihin; nuoret käyttäisivät palveluita, mikäli olisi tarvetta. Jälleen huomioitavaa on se, että tarve Ohjaamon palveluiden käyttöön ilmenee vastaajilla todennäköisesti tulevaisuudessa. Huomioitavissa vastauksissa esiin nousivat lisäksi parempi

markkinointi ja jalkautuminen (8), pidemmät aukioloajat (3), se, että tietäisi missä asioissa Ohjaamoon voisi tulla (2) sekä matala kynnys (2). Puolet nuorista (55) vastasivat ”en tiedä”. Näistä vastaajista 76 % olivat ammattikoululaisia, mikä vahvistaa käsitystä siitä, että he tuntevat Ohjaamon palvelut lukiolaisia heikommin. Muita yksittäisiä mainintoja olivat sijainti (Ohjaamo liian kaukana), maine, ohjausta ulkomaille opiskelemaan lähteville ja positiivisena kommenttina ”Se on tehty hyvin helpoksi. Itse arvostan sitä, että paikanpäälle ei tarvitse välttämättä raahautua”.

Koska tunnettuuden lisäämiseksi edellyttää markkinointia, kyselyssä kartoitettiin nuorten ajatuksia parhaista tavoista sen toteuttamiseen kysymyksellä ”Miten Ohjaamon palveluita kannattaisi markkinoida?”. Kuten edellisessä kysymyksessä, nousevat myös tässä esiin **jalkautumiset**. Sen olivat kirjanneet 24 % vastaajista. Jalkautuva markkinointi onkin keskeinen toimenpide tunnettuuden edistämässä ja nostetaan varmasti osaksi Ohjaamon markkinointi – ja viestintäsuunnitelmaa. **Tärkein markkinointikanava nuorten mielestä on kuitenkin sosiaalinen media**, jonka mainitsivat puolet kaikista vastaajista. Sosiaalisen median kanavista mainittiin TikTok (6), Instagram (3), Facebook (2) ja Snapchat (1). Näiden lisäksi nuoret toivovat kuitenkin lisäksi perinteisiä paperisia mainoksia julkisille paikoille (5).

Tämän kysymyksen kautta saatiin eniten konkreettista tietoa, jota hyödyntää Ohjaamon viestintä- ja markkinointisuunnitelman luomiseen.

Kyselyn lopuksi vastaajia pyydettiin arvioimaan Ohjaamon palveluiden helposti lähestyttävyyttä ja hyödyllisyyttä liukukytinkysymyksiin.

Kysymysten kautta saatiin tietoa siitä, kuinka helpoksi he kokevat avun kysymisen Ohjaamosta, kuinka tärkeiksi kokevat palvelut itselleen sekä yleisesti alle 30-vuotiaille. Huomioitavaa on se, että kyselyyn vastanneet ovat vielä nuorempia, kuin Ohjaamon suurin asiakasikäryhmä (18–24 v., ohjaamotilat), joten kokemus Ohjaamon tärkeydestä voi oleellisesti muuttua tulevina vuosina. Vastaajakohderyhmän tuloksina saatiin kysymykseen ”Kuinka helppoa sinusta on pyytää apua arjen asioihin Ohjaamosta etänä tai paikan päällä?” keskiarvoksi 4,9 asteikolla 0–10. Kysymyksen ”Kuinka hyödyllisenä koet Ohjaamon palvelut sinulle itsellesi?” keskiarvo oli 3,9 ja ”Kuinka hyödyllisenä koet Ohjaamon palvelut alle 30-vuotiaille yleisesti?” 6,3 (mediaani 7,0).



Kuva 10, liukukytkinarviointi Ohjaamon hyödyllisyydestä.

Tuloksista voidaan tulkita, että **Ohjaamo ei ole vastaajien keskuudessa saavuttanut sellaista matalan kynnyksen mainetta, mitä tavoitellaan**. Ohjaamosta avun pyytämisen tulisi olla helppoa jokaiselle ja jokaisen alle 30-vuotiaan tulisi nähdä Ohjaamon palvelut yhtä helposti lähestyttävänä ja kaikille tarkoitettuna – töitä on vielä tehtävänä. Kyselytulosten mukaan Ohjaamon palvelut koetaan yleisesti melko tärkeänä ($ka=6,3/10$), mutta ei niinkään henkilökohtaisesti itselle tärkeänä ($ka=3,9/10$). Vertailuryhmistä huomiona nousi esiin se, että naiset kokevat palvelut helpommin lähestyttävä sekä tärkeämpänä kuin muut sukupuoliyhmät (mies/muu).

6.4 Yhteenveto

Kysely osoittaa, että on paljon asioita, joita nuoret eivät Ohjaamosta ja sen palveluista tiedä. Hyvä tulos saatiin kyselyn viimeisestä kysymyksestä ”Saitko uutta tietoa Ohjaamosta tämän kyselyn kautta” 79 % vastaajista kertoo saaneensa toteutetun kyselyn kautta uutta tietoa Ohjaamosta. Se on hyvä alku, mutta tunnettuuden lisääminen vaatii johdonmukaista pitkäaikaista työskentelyä strategisen suunnitelman pohjalta. Kehittämistä kohdennetaan kyselytutkimuksen osoittamiin haastekohtiin: Nuoret tarvitsevat yleisesti enemmän tietoa ja muistuttelua Ohjaamon palveluista, mutta erityisesti heikoiten tunnetuista aiheista: aukioloajoista, nuorten osallisuustoiminnasta ja siitä, ketä Ohjaamossa on tavattavissa. Ammattikoululaisille on kohdennettava jatkossa aiempaa enemmän markkinointitoimenpiteitä, sillä Sampon opiskelijat tunsivat

Ohjaamon toimintaa huonommin kuin lukiolaiset. Kohderyhmän vastausten analyysi korostaa, että somekanavat ovat keskeisessä asemassa markkinoinnissa, mutta yhtä tärkeää on myös jalkautuminen ja työntekijöiden sekä palveluiden tutuksi tuleminen sen kautta.

Matala kynnys palveluiden käyttöön vaatii työtä, sillä mielikuvat Ohjaamosta eivät olleet tutkimuksen mukaan tarpeeksi helposti lähestyttäviä. Vuokon (2004) kuvaus mielikuvista on huomioitava kehittämisessä - jotta asiakas toimii siten, että käyttää palveluita, tulee hänellä olla positiivinen mielikuva palvelusta ja koettava ne hyödylliseksi. Siksi Ohjaamon maine ja helppokäyttöisyys ovat ehkäpä kaikista tärkeimpiä kehittämiskohteita. Ohjaamon on oltava jokaisen alle 30-vuotiaan helposti lähestyttävä palvelupiste statuksesta ja elämäntilanteesta huolimatta.

7 OHJAAMON TUNNETTUUDEN KEHITTÄMINEN

7.1 Strateginen tunnettuuden kehittämisprosessi

Mauryn (2016) artikkelissa ”Ketterää strategiaa etsimässä: voiko strategia, jota ei tunneta olla ketterä?” puhutaan muutoksesta ja ketterästä strategiasta. Maailma muuttuu nopeasti ja tarvitsemme rutkasti reagointikykyä. Jo tapahtunut ja jatkuvasti tapahtuva muutos tuo haasteita reaali maailman haasteisiin. Organisaation johtamisen tärkeä tavoite on strategisen suunnan antaminen organisaatiolle. Yhteinen strategia tarkoittaa sitä, että organisaatioon on luotu jaettujen merkitysten rakenne ja toimintatavat, jotka toimivat yhteisen tiedon ja ymmärryksen pohjalta. (Maury, 2016, 46–52) Koska Ohjaamossakin tarvitaan ajanhermolla pysymistä, on strategian oltava joustava ja ajantasainen. Kyselytutkimuksen antaman nykytilakuvauksen perusteella voidaan luoda strateginen suunnitelma tilanteen parantamiseksi. Suunnitelman on kuitenkin oltava avoin jatkuvalle kehitymiselle ja se on hiottava valmiiksi yhdessä sitä käytännössä toteutettavien kanssa. Kaavoihin ei saa kangistua, mutta on hyvä luoda toimintaa positiivisesti ylläpitäviä rutiineja.

Yksi nykyajan keskeinen väistämätön muutos on tekniikan murros, digitalisoituminen. Muutosvoimina ovat teknologiset innovaatiot, jotka uudistavat johtamiskäytäntöjä, työelämän palveluita ja organisaatorakenteita. (Vartiainen, Raisio & Lundström, 2016, 227–267). Nuorisotyössä kohtaamme eniten palveluiden ja niiden tuottamisen digitalisoitumisen haasteita, jotka tulevat ja muuttuvat nopeaan tahtiin, kuten Maury (2016) artikkelissaan kuvasi. Työvälineemme nuorten parissa, kuten työyhteisön sisäisessäkin viestinnässä, ovat muuttuneet valtavasti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Sosiaalisen median hyödyntäminen myös työyhteisön sisällä, mobiilien sovellusten käyttö ja pilviteknologia ovat yksiä keskeisiä muutostrendejä digitalisoitumisen muutospainessa (Platanou, Mäkelä, 2016, 19–26). Vartiainen (2016) mukaan digitaaliset palvelut voivat olla ajantasaista tietoa ja neuvoja juuri sen hetkiseen tarpeeseen, sosiaaliin suhteisiin liittyviä merkityksiä ja verkossa tuotettuja artefakteja. Juuri ajantasaisuus on tärkeää kohdennetussa nuorisotyössä; se, että työntekijä tai palvelu on tavoitettavissa nuorelle luontevalla tavalla silloin kun nuori on vastaanottavainen, voi olla ratkaiseva nuoren syrjäytymisen ehkäisyssä.

Ohjaamo saa kehittämistuotoksena strategisen suunnitelman, joka edistää keskeisiä kehittämisen tarpeessa olevia asioita. Suunnitelmassa otetaan huomioon digitalisaation ajankohtainen rooli palveluiden markkinoinnissa. Koska työntekijät eivät voi itsenäisesti osata olla perillä ajankohtaisista ilmiöistä ja sosiaalisen median aalloista, ovat nuoret asiantuntijat mukana suunnitelman tuottamisessa. Jotta tutkimustulosten antava kuvaus tunnettuuden nykytilasta saadaan paremmaksi, lähdetään etsimään ratkaisuja haastekohtiin. Ohjaamon palvelut ja käyttömahdollisuudet tunnetaan kyselyn tulosten valossa melko heikosti, mutta nuorilla on kuitenkin palvelutarpeita. Jotta palvelut ja palvelutarpeet saadaan kohtaamaan, on ulkoisen viestinnän ja markkinointitapojen oltava kunnossa. Tunnettuus on edellytys sille, että Ohjaamo muotoutuu tutuksi, helposti lähestyttäväksi jokaisen nuoren omaksi palvelupisteeksi, millainen sen on tarkoitus Ohjaamon perusteiden mukaisesti olla.

7.2 Kehittämistoimenpiteet

7.2.1 Ohjaamon kehittäjät -ryhmän osallisuus

Everettin (2003) kolmannen portaan mukaisesti tavoitteena oli, että nuorilla on mahdollisuus arvioida tiedon pohjalta tehtyä viestintä- ja markkinointisuunnitelmaa ja vaikuttaa siihen, miten suunnitelmaa lähdetään toteuttamaan. Siksi Ohjaamon kehittäjät- eli OK-ryhmä osallistettiin suunnitelman työstämiseen. Syksyllä 2024 kahdessa tapaamisessa käsiteltiin opinnäytetyöni sisältöjä. Molemmilla kerroilla paikalla oli viisi aktiivista imatralaista nuorta (kaksi samaa, kolme muuta eri kerroilla eri henkilöt).

Ensimmäisellä tapaamiskerralla esittelin nuorten ryhmälle valmistelemäni yhteenvedon ja analyysin kyselyn tuloksista. Tarkoitus oli esitellä työn sisällöt ja tarkoitus. Ryhmän jäsenet kertoivat, että tulokset olivat realistiset ja vastasivat heidän kokemuksiaan esimerkiksi palvelun markkinoinnista. Toisella tapaamiskerralla toteutui varsinainen osallistava työskentely. Olin koonnut nuorille oman yhteenvedon kyselyn tulosten pohjalta tehtävään viestintä- ja markkinointisuunnitelmaan, joita ryhmäläiset saivat pohtia pienryhmissä (2 tai 3 hlö/ryhmä). Pienryhmäkeskusteluun nostetut kysymysten tarkoitus oli tuottaa

kyselyn tulosten pohjalta tekemieni johtopäätösten analysointia, vahvistamista ja lisätiedon tuottamista puutteellisiin tietoihin. Nuorten kirjalliset vastaukset on koottu yhteen ja keskeiset sisällöt tiivistetty alle yhteenvedoksi.

Nuorten kanssa käsiteltäviä kyselytutkimuksen johtopäätöksistä nostettuja teemoja oli kolme:

1. Kohdennetaan viestintää asioihin, jotka nuoret tuntevat heikosti.
2. Kiinnitetään huomiota Ohjaamon maineeseen matalan kynnyksen paikkana.
3. Somekanavien hyödyntäminen tehokkaasti oikein keinoin. Näitä teemoja käsiteltiin seuraavasti.

Tehtävänannot nuorille (ote kyselytutkimuksen analyysistä + jatkokysymys)

1. Kohdennetaan viestintää asioihin, jotka nuoret tuntevat huonoiten (aukioloajat, ketä paikalla) sekä asioihin, joihin nuoret tarvitsevat eniten apua (Kela-asiat, työnhaku, opintoihin liittyvät asiat, talousasiat).
Kysymys nuorille: **Miten näitä asioita kannattaisi markkinoida?**

Nuorten keskusteluiden keskeiset sisällöt: Sosiaalisen median kautta ja jalkautumalla. Tuodaan teemoja erikseen keskusteluihin ja esille somessa ja kouluilla, että tietää missä asioissa Ohjaamo voi auttaa.

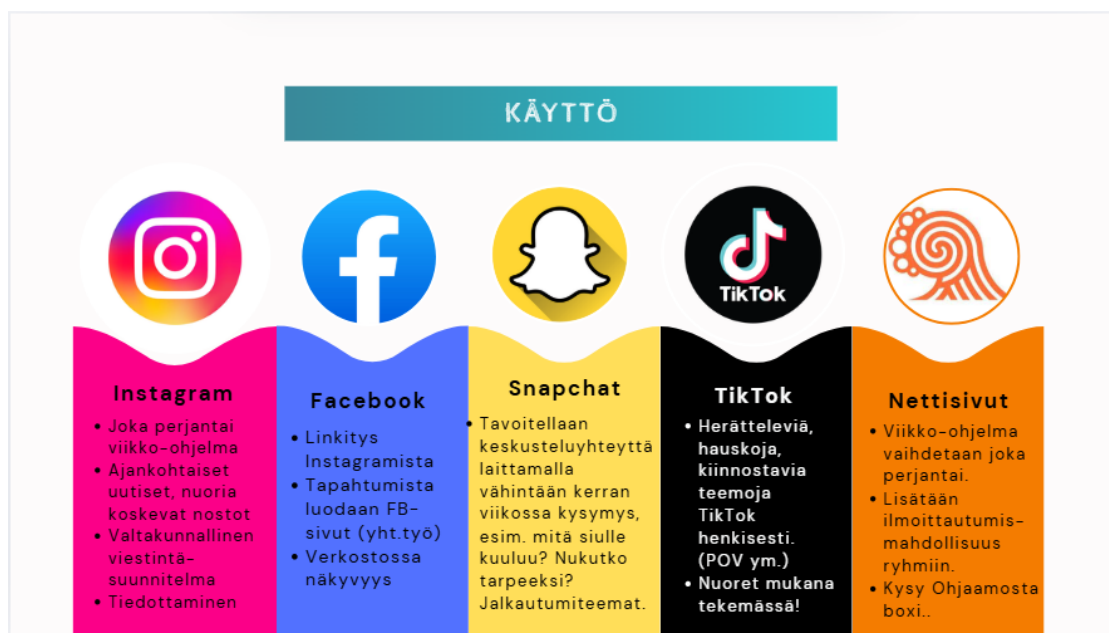
2. Kiinnitetään huomiota Ohjaamon maineeseen ja mielikuvaan matalan kynnyksen paikkana.
Kysymykset nuorille: **Millainen maine Ohjaamolla on? Miten nuoret saisi kokemaan Ohjaamon palvelut omakseen?**

Nuorten keskusteluiden keskeiset sisällöt: Maine on osittain epämääräinen, kun kaikki ei oikein kunnolla tiedä palveluista. Ne ketkä tuntevat Ohjaamon palvelut, kokevat ne kyllä hyväksi ja helposti lähestyttäväksi. Jotkut ajattelevat, että Ohjaamoon tullaan vain, jos on joku ongelma. Siitä pitäisi päästä eroon ja osoittaa, että Ohjaamoon voi tulla kaikki nuoret missä tahansa asiassa ja hoitamaan normaaleja asioita. Se auttaa, että Ohjaamon työntekijät tulevat tutuiksi jalkautumisten kautta ja somesta. Myös se, että nuoret itse kertoo Ohjaamosta ja kerrotaan nuorten kokemuksia Ohjaamossa käymisestä.

3. Markkinoidaan nuorten suosimia viestintäkanavia pitkin: Sosiaalisen median kanavat keskiössä, kouluille jalkautumista + mainoksia + yhteistyötä.
Kysymys nuorille: **Miten somekanavia kannattaa hyödyntää?**

Nuorten keskusteluiden keskeiset sisällöt: Instagram on kaikista tärkein kanava, sinne kannattaa laittaa viikkolukkarit ja muut tärkeät jutut ainakin. Facebookki myös, sitä käyttävät vanhemmat nuoret enemmän ja nuoremmatkin tiedonhakuun. TikTokissa on hyvä näkyä ja Snapchattiä käytetään yksilöviesteihin, mutta se ei ole niin tärkeä.

Keskusteluista ja nuorten mielipiteistä kootut näkökulmat on otettu huomioon viestintä- ja markkinointisuunnitelman luomisessa. Nuorilta saatiin hyviä konkreettisia vinkkejä suunnitelman tueksi. Merkityksellisimpänä somekanavien käyttötarkoitukset on kohdennettu nuorten asiantuntijajoukon ohjeiden mukaisesti, lisäksi merkittävimpänä tavoitteena on Ohjaamon matalan kynnyksen ja helposti lähestyttävän maineen edistäminen.



Kuva 11. Nuorten osallisuuden avulla luotu käyttösuunnitelma somekanaville.

7.2.2 Imatran Ohjaamon viestintä- ja markkinointisuunnitelman sisällöt

Hyvin tehty strateginen toimintasuunnitelma on tärkeä toiminnan laadun, kustannusten sekä tehokkuuden kannalta. Markkinointistrategia ohjaa organisaation tuloksellista toimintaa ja on avain menestykseen. (Tikkanen, Vassinen, 2010.) Suunnitelman sisältöön vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa resurssit, valtakunnalliset kriteerit ja ohjeistukset (Ohjaamon perusteet) sekä asiakaspalautteet. Opinnäytetyöni esittää kehittämisen tarvetta Imatran Ohjaamon viestinnässä ja markkinoinnissa. Se perustelee työajan käyttämistä jalkautuvaan työhön ja sosiaalisen median kanavien ylläpitämiseen.

Kyselytulosten ja osallistavien työpajojen pohjalta rakennettu viestintä- ja markkinointisuunnitelma on ajankohtainen ja tarpeellinen. Valtakunnallisesti useissa Ohjaamoissa on olemassa viestintä- ja markkinointisuunnitelmat, mitä Imatran Ohjaamolle ei vielä ollut aiemmin luotu. Kun se on rakennettu Ohjaamon paikallisten tarpeiden ja tilanteen pohjalta, se on realistinen ja

toteuttamiskelpoinen. Suunnitelma on rakennettava niin, että sen noudattaminen on mahdollista sisällyttää olemassa oleviin resursseihin ja työaikaan. Strategisesti vaikka kuinka loistavan suunnitelman luominen ei ole minkään arvoinen, mikäli sitä ei noudateta säännöllisesti ja pitkälinjaisesti. Suunnitelmaa tulee tarkistella vuosittain ja päivittää muutos- ja kehittämistarpeiden osalta.

Kyselytutkimuksen kautta saatiin tietoa (tulevalta) kohderyhmältä, jonka avulla voimme ohjata markkinointia ja viestintää oikeaan suuntaan toimenpidesuunnitelman välityksellä. Toimenpidesuunnitelma on rakennettu kyselyn teemojen ja kyselytutkimuksen tulosaineiston tuomien näkökulmien perusteella. Suunnitelmaan vaikuttavia kyselystä ja Ohjaamon kehittäjä -ryhmän kanssa käydystä keskustelusta nousseita keskeisiä huomioita ja sisältökokonaisuuksia nousi melko paljon. Keskeisimmät, erilliseen viestintä- ja markkinointisuunnitelmaan siirrettävät sisällöt ovat seuraavat:

- **Luodaan suunnitelmallisia sisältöjä**
 - **Kohdennetaan viestintää asioihin, jotka nuoret tuntevat kyselyn mukaan huonoiten** (aukioloajat, ketä paikalla), sekä niihin teemoihin, joihin nuoret uskovat eniten tarvitsevansa apua.
 - **Palvelutarpeeseen vastaaminen:** Nuorten eniten tarvitsemat palvelut (Kela-asiat, työnhaku, opintoihin liittyvät asiat, talous/raha-asiat)
 - Ohjaamon yksi tehtävä on jakaa tietoa nuorille, kyselyssä nostettuja teemoja tuodaan enemmän esille keskusteluihin sekä markkinointiin.
 - **Tunnettuuden tilan eri tasot:**
 - Markkinointia kohdennetaan siihen kohderyhmään, joka tuntee Ohjaamon palvelut heikoiten; Kyselytutkimuksen mukaan ammattikoululaiset tuntevat Ohjaamon palvelut ja tarkoituksen lukiolaisia heikommin.
 - Sampon starttipäivien (aloittavien ryhmien toimintapäivässä Ohjaamo -piste) lisäksi laajempi Ohjaamon palveluiden esittely ammattikoululaisille ja henkilökunnalle.
 - Markkinointia kohdennetaan teemoihin, jotka nuoret tuntevat heikoiten.
 - a. Aukioloajat
 - b. Ketä työntekijöitä Ohjaamoon voi tulla tapaamaan
- **Jatketaan ja vahvistetaan käytäntöjä, jotka ovat olleet toimivia**

- Ryhmävierailut: 9-luokkalaisten käynnit Ohjaamossa sekä Lukion 1-luokkalaisten oppilashuollon esittelyn oppitunneilla Ohjaamo -esittelyn pitäminen (lukiolaiset tuntevat palvelut paremmin)
 - Sosiaalisen median kanavissa näkyminen
 - Jalkautumiset oppilaitoksiin (aloitettu tehokkaammin jo syksyllä 2024)
- **Kiinnitetään huomiota Ohjaamoon maineeseen ja matalaan kynnnykseen:** Ohjaamon käyttö tulee olla nuorille helppoa ja leimaamattonta. Ohjaamon maine ja mielikuva sen palveluista on saatava helposti lähestyttäväksi ja rennoksi, jotta kaikkien nuorten ja nuorten aikuisten on helppoa ja luontevaa tulla Ohjaamoon. Keino tähän on palveluiden paremman tunnettuuden saavuttaminen viestinnän ja markkinoinnin keinoin.
- **Ohjaamo on kaikille alle 30-vuotiaille tarkoitettu palvelupiste elämäntilanteesta riippumatta.**
 - Ohjaamon asiakkailla ei tarvitse olla ongelmia tai haasteita tulla Ohjaamoon, vaan asiointit voivat liittyä nopeista arkipäiväisten asioiden hoitamisista isoihin tulevaisuuden suunnitelmien tekemiseen tai vaikeiden tilanteiden ratkaisemiseen.
- **Informointikanavat:** Käytetään sellaisia viestinnän keinoja ja kanavia, joiden kautta kohderyhmä saa parhaiten tiedon Ohjaamon palveluista.
1. *Jalkautuminen ja työntekijöiden pitämät infot ovat tehokkaimmat keinot informoida kohderyhmää.*
 2. *Someviestintä on keskeistä. Tärkein somekanava on Instagram, lisäksi nuoret toivovat käytettävän Facebookia ja TikTokia.*
 3. *Toivotaan myös paperisia julisteita.*
- **Suunnitelmaa tulee päivittää:** Viestintä- ja markkinointisuunnitelman tulee vastata ajankohtaisiin tarpeisiin. Siksi sitä tulee tarkastella ja muuttaa/kehittää tarpeita vastaavaksi säännöllisesti muutaman vuoden välein.

Suunnitelmaan liitetään myös olemassa olevat tiedostot ja käytänteet, kuten vuosikello ja viikko-ohjelmat. Suunnitelma sisältää myös kuvaukset sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä sekä verkostoyhteistyön rakenteen. Valmis viestintä- ja markkinointisuunnitelma on nähtävissä opinnäytetyön liitteissä (alla).

7.2.3 Arviointi ja seuranta

Markkinoinnin tehokkuutta ja tuloksellisuutta seurataan erilaisten tehokkuusmittareiden avulla. Varsinaisen vaikuttavuuden seuraaminen vaatii kuitenkin kokonaisvaltaisempaa markkinointianalyysiä ja siksi tarkkaillaan lähinnä työn

tuloksellisuutta. (Tikkanen, Vassinen, 2010.) Ohjaamon toiminnassa vaikuttavuuden laajempi arviointi ei ole nopealla syklillä mahdollista, mutta realistisesti käytettäviä tehokkuusmittareita ovat esimerkiksi uusien asiakkaiden määrä tai asiakasmäärät yleisesti, kontaktit ja käyttäjätyytyväisyys, jota voidaan seurata Webropol- palautelomakkeen avulla.

Tikkasen ja Vassisen (2010) kuvaus markkinointiorientaatiosta on tärkeää muistaa - toiminnan kannattavuus perustuu asiakkaiden tyytyväisyyteen ja uskollisuuteen. Käyttäjätyytyväisyyttä mitataan säännöllisesti kyselylomakkeiden avulla; valtakunnallisesti vuosittain keväällä ja paikallisesti kaksi kertaa vuodessa. Kyselyyn pyydetään vastaamaan kaikkia Ohjaamossa asioimassa käyneitä nuoria ja nuoria aikuisia palautteenkeruujakson (2vko-1kk) ajan. Yritysten tulee analysoida asiakassuhteiden suoria tuloksia, kuten asiakastytyväisyyttä. On kuitenkin mahdollista, että asiakassuhteiden tulokset ovat erinomaisia, mutta toiminta on kuitenkin ontuvaa. Siksi on tarkasteltava kaikkia osa-alueita (Tikkanen, Vassinen, 2010). Ohjaamon näkökulmasta huomioitava näkökulma asiakastytyväisyyden lisäksi on ainakin toimiva verkostoyhteistyö. Sitä tarkastellaan lähemmin kaksi kertaa vuodessa kehittämispäivien yhteydessä, mutta myös arkipäivän yhteistyön toimivuutta arvioidaan ja kehitetään jatkuvasti.

Asiakasmäärät ja kontaktit ovat selkeästi seurattavissa ohjaamotilastot.fi -sivuston kautta, sillä sinne kirjataan tiedot kaikista Ohjaamon yksilöasiakkaista, jalkautumisista ja ryhmätoiminnoista. Asiakastilastojen seuraaminen on yksi kehittämiskohta, mitä tullaan tekemään jatkossa enemmän säännöllisesti. Tunnettuutta on hankalaa mitata säännöllisesti, mutta opinnäytetyössä tehdyn kyselyn vertailupohjaksi olisi mahdollista toistaa kyselytutkimus tulevaisuudessa.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

8.1 Ohjaamon tunnettuuden strateginen kehittäminen prosessina

Kuten jo työn alkukappaleessa mainitaan, on Imatran Ohjaamon tunnettuuden tila heikompi kuin toivoisi. Nyt tehdyn työn valossa ongelma on vielä aiempaa selkeämpi, sillä kyselyn ja muun opinnäytetyöskentelyn myötä ymmärrys Ohjaamon tunnettuuden strategisen edistämisen tarpeesta on lisääntynyt. Viittasin aiemmin Everett M. Rogersin malliin innovaatioiden omaksumisen päätöksenteosta ja kuvasin opinnäytetyöni viestinnän ja markkinoinnin kehittämisprosessia (innovaatiotyön kohde) sen avulla.



Kuva 12. Innovaatioiden omaksumisen päätöksenteon portaat, Everett M. Rogers.

Lähtökohta asiakaslukumäärien lisäämiseksi oli siis innovointityötä koskevan kohderyhmän ymmärtäminen, mikä saavutettiin kyselytutkimuksen ja pienryhmäkeskusteluiden kautta (1. ja 2. porras). Jotta palveluista viestitään tehokkaasti, on oltava käsitys siitä mitkä informointikanavat ovat tehokkaita kohderyhmälle ja mitkä ovat heidän asenteensa ja palvelutarpeensa. Viikko-ohjelman lisääminen Instagramiin ja nettisivulle kerran viikossa ei riitä, vaan toimenpiteitä on tehtävä oikein keinoin, monipuolisesti, tarpeeksi usein ja säännöllisesti. Rappusilla on päästy opinnäytetyön loppuvaiheeseen mennessä kolmannelle, hieman neljännelle portaalle. Tästä eteenpäin jatketaan matkaa innovaation, eli tietoon perustuvien uusien toimintaideoita kuvaavaan toimenpidesuunnitelman käyttöönottoon (4. porras) ja tarkkailuun ja kehittämiseen käytännön kokemusten perusteella (5. porras).

Ohjaamon unelma on saavuttaa sellainen tunnettuuden tila, että jokainen alle 30-vuotias tietää ja kokee olevansa tervetullut hoitamaan mitä tahansa nuoren aikuisen elämään liittyviä asioita aina Ohjaamoon kynnyksettömästi. On tietysti mahdotonta tavoittaa kaikki (eivätkä kaikki tarvitse Ohjaamon palveluita), joten realistisempi saavuteltava tavoite on luoda toimivat yhteistyöverkostot oppilaitoksiin ja muihin nuorten palveluita tuottaviin toimijoihin (TYP/TYM-lain alaiset palvelut, työpajat, oppilaitokset ym.) ja tulla sitä kautta tutuksi niin nuorille kuin työntekijöille. Tavoitteen saavuttamiseksi tarvitaan työntekijöiden sitoutumista toimintaan ja toimivaa verkostoyhteistyötä kaikkien Ohjaamon yhteistyökumppaneiden kanssa.

Muutaman vuoden päästä tehty uusi vastaavan sisältöinen kysely antaisi tietoa siitä, onko opinnäytetyöni kehittämistuotoksena tehty viestintä- ja markkinointisuunnitelma tuottanut tulosta. Olisi myös mielenkiintoista tutkia Ohjaamon roolia ja merkitystä verkostossa syvemmin, sillä näen Ohjaamon potentiaalisena alustana kaikille alueen nuorten palveluille. Matka kohti haavekuvaa ei etene hetkessä eikä yksin. Se ei etene myöskään ilman tarvittavia resursseja, mutta hyödyn todentaminen pienin askelein vie asioita eteenpäin ja mahdollistaa asioita pitkällä tähtäimellä. Nopeasti havaittavin tulos on kävijämäärän nousu, mikä onkin suurin lyhyen aikavälin tavoite Imatralla. Tavoitteen saavuttamiseksi tarvitaan asiakkaisiin kohdistuvan markkinoinnin lisäksi aktiivista yhteistyötä ja sujuvaa viestintää koko Ohjaamon verkoston välillä. Viestinnän kaksi suuntaa tulee huomioida kaikessa toiminnassa – Ohjaamon toiminnan edellytykset ovat niin toimivat asiakaspolut kuin sujuva moniammatillinen yhteistyö.

8.2 Tutkimuksellisen kehittämistyön arviointi

Opinnäytetyöprosessi oli pidempi, kuin oli aluksi suunniteltu. Työn hitaasti edetessä kentällä ehti tapahtua monenlaisia muutoksia. Ajattelen nyt, että tehty työ kestää aikaa paremmin nyt, kun joitain toimenpiteitä on ehditty jo alkaa toteuttamaan ja on päästy suurten muutosepäselvyyksien yli. Esimerkiksi 9-luokkalaisten käynnit Ohjaamossa ja oppilaitoksiin säännöllisesti jalkautuminen on antanut tärkeää ymmärrystä kentältä, jota pystyi hyödyntämään viestintä- ja markkinointisuunnitelman luomisessa. Myös se, että Ohjaamon

palveluiden jatko TE24-uudistuksen muutosmyllerryksessä ehti varmistua, lisäksi työn merkityksellisyyden tunnetta, kun oli saatu varmuus Ohjaamotoiminnan jatkosta. Työstäni olisi voinut rajata pois nuorten ryhmän kanssa työskentelyn, mutta koin sen tärkeäksi viimeistelyvaiheeksi työlleni. Nuorten kanssa käytyjen keskustelujen kautta kyselytutkimuksen tulokset tulivat todemmiksi, kun niille sai vahvistusta ja syvempiä merkityksiä pohdintojen kautta.

Tavoitteena oli suunnitteluvaiheen alusta asti saada tietoa Ohjaamon tunnettuuden ja maineen nykytilasta ja luoda toimenpidesuunnitelma, jonka avulla tunnettuuden tilaa voidaan parantaa tulevaisuudessa. Oli sattumaa, että valtakunnallisesti nostettiin työn valmistelun aikana esiin viestintä- ja markkinointisuunnitelmien käyttö Ohjaamoissa. Oivallettuani selvän yhteyden työhöni, palaset loksahivat paikoilleen ja työn lopputulos oli vieläkin perustellumpi ja tarpeellisempi. Mielestäni opinnäytetyö vastaa asetettuihin tavoitteisiin hyvin. Saimme mielenkiintoista ja käyttökelpoista tietoa kohderyhmältä ja Ohjaamon käyttöön hyödyllisen työkalun. Kohderyhmältä saadun tiedon avulla voitiin luoda ajankohtaiseen tietoon perustuva suunnitelma, jolla lähteä edistämään kehittämisen tarpeessa olevia asioita Ohjaamon markkinoinnissa.

Kuten Mäkimurto-Koivumaa ja Kunnari (2018) kuvasivat, tutkimuksellinen kehittäminen synnyttää esimerkiksi uutta tietoa tutkittavasta kohteesta, ratkaisuja organisaation toimintaan liittyvään ongelmaan tai uusia toimintamalleja. Tämän kehittämistyön tavoitteena oli luoda toimintamalli, jonka avulla palvelut vastaavat tarpeeseen strategisesti, ovat nuorille helposti saavutettavissa ja nuoret saavat palveluista tarvittavan tiedon heille sopivimmalla tavalla. Toisin sanoen kasvattaa palveluiden tunnettuutta. Opinnäytetyössä tutkimuksellinen tieto muodostui kyselytutkimusaineistosta ja kehittämisen kohteena oli Ohjaamon tunnettuuden tilan parantaminen. Koen, että tavoitteet olivat realistiset ja ne täyttyivät.

Lopputuotoksena syntynyt viestintä- ja markkinointisuunnitelma perustuu tutkittuun tietoon ja tarjoaa konkreettisesti uusia toimintamalleja Ohjaamon käyttöön. Strateginen näkökulma kulkee mukana työssä matkan varrella, painotuksena kohdistaa pienet resurssit oikeisiin asioihin kohdennetun kehityksen edistämiseksi. Strategia alkaa toteutua käytännössä, kun suunnitelmaa lähde-tään toteuttamaan arjen työssä (Van der Beek, 2016).

Koska asiakaslähtöisyys on tärkeä strategiaa ohjaava arvo Ohjaamolla, halusin sen olevan osa myös opinnäytetyöprosessia. Sen lisäksi, että asiakaslähtöisemmällä toimintamallilla voidaan asiakkaiden ja työntekijöiden tyytyväisyyttä (Virtanen ym. 2011, 8), voidaan palveluita tuottaa kohderyhmän tarpeisiin vastaten, kun niitä ymmärretään paremmin. Siksi ajattelen, että opinnäytetyön lopputulos on arvokkaampi, kun se on kehitelty loppuun yhteistyössä kohderyhmän edustajien kanssa. Osallisuuden merkitys on keskiössä tulevaisuudessakin toimintasuunnitelman toteutuessa, kun Imatran ohjaamon kehittäjät -nuorten ryhmän toiminnan kautta asiakkaiden vaikuttamiskanava pidetään toimivana säännöllisesti. Työssä osallisuuden rooli näkyy sekä tutkimuksellisessa, että kehityksellisessä osuudessa – kyselytutkimus tuottaa tietoa kohderyhmän palvelutarpeista ja kehitysideoista, joita jatkojalostettiin nuorten ryhmän keskusteluiden kautta.

Toivottavaa olisi ollut tavoittaa laajemmin täysi-ikäisiä vastaajia, jotka ovat Ohjaamon keskeisintä kohderyhmää. Uskon, että tulokset olisivat olleet erityisesti palvelutarpeiden osalta jonkin verran erilaiset, mikäli kohderyhmänä olisivat olleet hieman vanhemmat, itsenäistymässä olevat ja jatko-opintoja pohtivan ikäryhmän edustajat. Suomessa muutetaan omilleen keskimäärin 21,8-vuotiaana (Tilastokeskus, 2021), kun opinnäytetyön kyselyyn vastanneista valtaosa oli 17–18-vuotiaita (2. asteen 2lk opiskelijat). Imatralla tätä ikäryhmää on kuitenkin niin haastavaa tavoittaa korkeakoulujen puuttuessa alueelta, joten toisen asteen opiskelijoiden näkemykset antoivat mahdollisuuksiin nähden kuitenkin arvokasta tietoa. Paremman vastaajajoukon haaliminen olisi siten ollut tarkoitukseen nähden turhan haastavaa tai työlästä.

8.3 Pohdintaa

Ohjaamosta puhuttaessa keskiössä on moniammatillinen työ ja nuorten luukkuttamisen vähentäminen. Yhtä keskeistä tulee olla myös nuorten osallisuus. Me ammattilaiset osaamme kyllä päätellä asioita ja tehdä johtopäätöksiä kyselytutkimuksen tuloksista. Voimme kokeilla erilaisia markkinointitoimenpiteitä ja käyttää työaika sosiaalisen median käyttöön vanhanaikaisesti, eli siten kun sitä itse opimme käyttämään. Kuitenkin nuorten kanssa keskustelu ja syvempi työskentely avaa ymmärrystä eri tavalla kuin anonyymit klikkaukset ja avoimet vastaukset tai omat johtopäätökset. Se, että saamme selkeän käsityksen siitä,

mikä on tehokasta ja järkevää kohderyhmän arjessa, lisää meidän työmme tehokkuutta ja resurssien hyötyjä hukkaamatta työaika kokeiluun. Viestintä ja kommunikointi mahdollistavat tiedon kulkemisen monisuuntaisesti ja lisää jaettava ymmärrystä asioista. Strategiset näkökulmat markkinoinnissa työssä lisäävät työn tehokkuutta ja helpottavat työntekijää siten, että on selkeä polku, jota kulkea, eikä mikään asia ole kenenkään yksittäisen työntekijän luovuuden varassa. Voimme näin hyödyntää yhteistyön synergiaa, mikä tuottaa paremman tuloksen kuin ryhmän yksittäisten jäsenten suorituksen yhteensä (Isoherranen, 2005).

Ohjaamon toisena valtakunnallisena tavoitteena Ohjaamon perusteissa (2025) on vahvistaa nuorten osallisuutta, hyvinvointia ja toimintakykyä. Tavoitteen etenemisestä kertoo perusteiden mukaan nuoren kokemus hyvinvoinnin ja osallisuuden paranemisesta. Nuorten kokemusten arviointi on järjestelmällisesti hankalaa, mutta ainakin yksittäisistä kokemuksista saadaan palautetta ajoittain kerättyjen palautekyselyiden sekä suullisen palautteen kautta. Osallisuudelle annamme mahdollisuuden kaikille halukkaille avoimella kehittäjäryhmällä. Ohjaamo perusteiden (2025) toimintaperiaatteissa on mainittu muun muassa nuorilähtöisyys, saavutettavuus ja yhdenvertaisuus, joihin voimme vastata aiempaa paremmin uuden toimintasuunnitelman avulla.

Ohjaamon viestintä – ja markkinointisuunnitelma on rakennettu tutkimustuloksiin ja osallisuustyöskentelyyn pohjautuen, mutta myös työntekijöiden kokemusten ja ammattiosaamisen kautta. Pienistä palasista on muodostunut kokonaisuus, joka tehostaa Ohjaamon markkinointiin käytettävää työaika suunnitelmallisuuden kautta. Näin ollen voimme saavuttaa strategisen suunnitelman hyödyt, joita avattiin teoreettisessa viitekehyksessä. Työn kautta Ohjaamon palvelurakenteen ympärille on rakennettu tietoon ja ymmärrykseen pohjautuva yhteinen strategia, johon Maury (2016, 46–52) viittasi. Viestintä- ja markkinointisuunnitelma on käyty läpi yhdessä Ohjaamossa työskentelevien kanssa. Strategia ja arvot ovat yhdessä luotuja, joten niihin on helppo sitoutua. Lopputuloks on saanut ydinverkostolta kiitosta, mutta sen toteuttaminen nähdään olevan erityisesti ohjaamokoordinaattorin vastuulla. Siksi työntekijöiden oman roolin näkeminen markkinoinnissa ja viestinnässä vaatii jatkuvaa työstämistä ja muistuttelua.

Lopputuotoksessa on huomioitu digitalisaation kehittyminen ja avoimuus sen jatkuvalla muutoksella keskeisenä työkaluna nuorten asiantuntijuus tekniikan maailmassa. Tekniikan ja digitalisaation muutokset heijastuvat sekä sisäiseen- että ulkoiseen viestintään, kuten Platanou ja Mäkelä (2016) kuvasivat. Tässä korostuu Vartiaisen (2016) nostamat teemat, ajantasaisuus ja oikea-aikaisuus, sillä viestinnän tulee osua oikeaan hetkeen oikealla tavalla, jotta se on tehokasta ja hyödyllistä. Viestinnässä on huomioitava esimerkiksi kellonaika, milloin somepostaus julkaistaan, jotta se tavoittaa mahdollisimman laajasti kohderyhmää. Uusien seuraajien hankkiminen vaatii myös jatkuvaa työtä.

Nuoria tulee osallistaa suunnitteluun, mutta myös toteutukseen. Nuoret diginatiivit ovat luonnostaan edelläkävijöitä tekniikan murroksessa, joten meidän tulee jatkuvasti kouluttautua ja oppia uutta voidaksemme muuttaa työtämme niin, että se on kohderyhmän tasoista ja tavoittaa sen. Uudet sukupolvet elävät digiaikaa syvemmin kuin aiemmat sukupolvet, joten tässä asiassa voimme oppia parhaiten heiltä. Toisaalta meidän vastuullamme on pitää yllä myös perinteisiä livekohtaamisia ja tosielämän kokemuksellisuutta nuorten elämässä. Kuitenkin tavoitteena on pysyä ajan matkassa ja edistää Ohjaamon tunnettuuden kulkua eteenpäin. Hyvä ensiaskel on ollut sometiimin toiminnan aloittaminen. Se tarjoaa nuorille mahdollisuuden tuottaa sisältöä Ohjaamon sosiaalisen median tileille, jolloin saamme nuorten tekemää vetoavampaa kontenttia ja säästämme työaika ja voimavarojamme. Jokaista uutta trendiä ei tarvitse olla työntekijöiden sisäistämässä, kun osaamme hyödyntää sisäpiiriläisten osaamista ja taitoa. Nuorten Ohjaamon kehittäjät -ryhmän jäsenet ovat tietoisia heidän tärkeästä roolistaan toimia Ohjaamon asiantuntijoina muun muassa markkinointiin liittyvissä asioissa ja ovat saaneet nähdä osallisuutensa tuloksia konkreettisesti valmiin viestintä- ja markkinointisuunnitelman muodossa.

Markkinointi tulee pieninä palasina osaksi arkea ja vahvistaa nuorten osallisuutta Ohjaamon kehittämisessä. Nuorten osallisuuden lisäksi on muistettava Ohjaamon työyhteisön ja verkoston roolin merkitys. Strategiaa ei voi toteuttaa yksin, vaan siihen tarvitaan koko yhteisön sitoutumista ja vision täytyy olla yhteinen. Kun pohjimmainen tavoite eli tunnettuuden lisääminen toimenpiteiden kautta toteutuu, on matkan varrella jotain tapahtunut myös maineelle ja mielikuville. Aulan & Heinosen (2002) kuvasivat, että maine koostuu mielikuvista, jotka syntyvät tarinoista ja kokemuksista. Positiiviset mielikuvat luovat

positiivista mainetta, joten asiakkaiden onnistuneisiin palvelukokemuksiin tulee panostaa. Mielikuvat vahvistavat imagoa ja edistävät tunnettuutta. Kaikki kulkevat siis käsi kädessä. Strateginen viestintä- ja markkinointisuunnitelma nitoo eri näkökulmat yhteen laajaksi kokonaisuudeksi, joka toteutuessaan edistää positiivisuuden kehää kohti Ohjaamon hyvää mainetta ja parempaa tunnettuutta.

Viestintä- ja markkinointisuunnitelma oli suositeltu löytyvän jokaisesta Ohjaamosta, ja nyt se löytyy Imatraltakin. Vaikka jokainen Ohjaamo ja alue on omanlaisensa, voi Imatran Ohjaamolle tehdystä tutkimuksesta ja suunnitelmasta olla hyötyä myös muiden alueiden Ohjaamoille. Päälimmäisenä tutkimuksellisesti saadusta tiedosta on nostettava erot oppilaitosten välillä Ohjaamon tunnettuuden suhteen. Onkin mielenkiintoista seurata Ohjaamon kävijämäärien tilanteen kehittymistä nyt, kun markkinointiin panostetaan myös ammattikoulun puolella aiempaa enemmän. Lisäksi kävijämääriä tulee todennäköisesti lisäämään uudistettu alkuvuodesta 2025 alkanut yhteistyömalli Etelä-Karjalan työllisyysalueen kanssa.

Mikäli toiminta jatkuisi Imatran Ohjaamon tulevaisuudessa vähintään nykyisen kaltaisena, tulee aika, jolloin lähtökohtaisesti kaikki alle 30-vuotiaat imatralaiset ovat käyneet Ohjaamossa vähintään kerran 9.-luokkalaisena. Tätä ei kuitenkaan voida jäädä odottamaan, eikä mikään toimenpide yksinään ole riittävä. Siksi oli lähdettävä suunnittelemaan laajempaa toimenpiteiden kokonaisuutta, jolla voidaan vaikuttaa tunnettuuden ja käyttöasteen tilaan.

Kehittämistyö ei lopu tähän, vaan ajankohtaisia tilanteita ja muutoksia on kuunneltava jatkuvasti. Lopulliset kehittämistulokset selviävät tietysti vasta siten, kun suunnitelmaa on toteutettu esimerkiksi vuoden tai parin ajan. On kuitenkin huomioitava toimintaan liittyvät muut haasteet ja rajoitteet, jotka vaikuttavat Ohjaamon toimintaan. Palveluiden jatkuvuus ja toimintaan soveltuvat tilat ovat merkittäviä tekijöitä, jotka rajoittavat kehittymisen kulkua eteenpäin. Toivottavaa on, että opinnäytetyön tuloksena luodut kehittämistoimenpiteet ohjaavat toimintaa oikeaan suuntaan ja tuottaa näkyviä positiivisia muutoksia Ohjaamon markkinointi-ilmeeseen sekä maineeseen ja tuo säännöllisyyttä ja tukea tehokkaaseen palveluiden mainontaan ja kohdentamiseen. Kohdentaminen onkin strategisesti oleellista, sillä rajallisten resurssien osoittaminen

asiakasohjautuvuutta ja tunnettuutta edistäviin asioihin mahdollistavat laaditun strategian toteutuksen (Santalainen, 2005). Resurssit ovat oma työmaansa, joka vaatii ikuista perustelua nykyisten resurssien ylläpitämiseksi ja tarpeellisen lisäresurssin saamiseksi.

Mielenkiintoista olisi toteuttaa opinnäytetyössä toteutettua vastaava kyselytutkimus vuoden tai muutaman kuluttua. Tuloksia vertailemalla voitaisiin arvioida toimenpiteiden vaikuttavuutta kohderyhmän parissa ja Ohjaamon tunnettuuden näkökulmasta. Ehkä toteutan kyselytutkimuksen itse, tai siitä ottaa koppia seuraava opiskelija tai tutkija. Joka tapauksessa asiakasmääriä ja palvelukemuksia kartoittamalla vähintään vuosittaisten asiakastytyväisyyskyselyiden kautta saamme jotakin tietoa toimenpiteiden vaikutuksista toimintaan. Jokainen pisara meressä ja edistysaskel markkinoinnissa tai osallisuudessa edistää matkaa kohti tavoitteita.

LÄHTEET

Aalto, A-M. 2011. Parempi maailma vai paremmat tuotteet? Eksploratiivinen narratiivitutkimus käyttäjälähtöisestä innovoinnista. Aalto-yliopisto. Markkinoinnin laitos/markkinointi/maisterin tutkinto. Pro gradu tutkielma. Aaltodoc-julkaisuarkisto. Saatavilla: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201111181520>. [Viitattu 5.2.2024].

Aaltonen S., Berg P. & Ikäheimo S. 2015. Nuoret luukulla – Kolme näkökulmaa syrjäytymiseen ja nuorten asemaan palvelujärjestelmässä. Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura. Verkkojulkaisuja 84. E-kirja. Saatavissa: <https://edition.fi/nuorisotutkimusseura/catalog/view/320/253/830-1>. [Viitattu 13.3.2024].

Asikainen, M., Leskinen, T. 2017. Ohjaamo-toimintamallin käyttäjälähtöinen kehittäminen Imatran Ohjaamossa. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Ylempi sosiaalialan ammattikorkeakoulututkinto. Opinnäyte. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/133677/Asikainen_Marjut%20Leskinen_Taina.pdf?sequence=1 [viitattu 5.4.2024].

Arkimaa, M. 2018. Monialainen yhteistyö. Työntekijöiden kokemuksia lastenpsykiatrian intensiivisen avohoitomallin toteutumisesta yhteistyössä lastensuojelun kanssa 2015–2017. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Sosiaali- ja terveysalan ylempi AMK tutkinto-ohjelma. Opinnäyte. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/143886/Arkimaa_Paula%20.pdf?sequence=1 [viitattu 4.3.2023].

Aula, P & Heinonen, J. 2002. Maine. Menestystekijä. Helsinki: WSOY.

Etelä-Karjalan työllisyysohjelma. 2022. Etelä-Karjalan työllisyysjohtoryhmä. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.ekhva.fi/wp-content/uploads/2023/06/Etela-Karjalan-tyollisyysohjelma-2022.pdf> [viitattu 20.9.2023]

Helenius, J. Kivimäki, H. 2023. Lasten ja nuorten hyvinvointi - Kouluterveyskysely 2023. Tytöistä yli kolmannes ja pojista joka viides kokee terveydentilansa keskinkertaiseksi tai huonoksi. Tilastoraportti 48/2023. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos THL. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/147270/Lasten%20ja%20nuorten%20hyvinvointi%20Kouluterveyskysely%202023%20Tilastoraportti%2048_2023_korjattu.pdf?sequence=5&isAllowed=y [viitattu 10.11.2023].

Hennala, L. 2011. Kuulla vai kuunnella – Käyttäjää osallistavan palveluinnon lähestymistavan toteuttamisen haasteita julkisella sektorilla. Lappeenrannan teknillinen yliopisto. Väitöskirja. Acta Universitatis Lappeenrantaensis 453. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-265-138-9> [viitattu 15.8.2024]

Harmaakorpi, V. Oikarinen, T. Kallio, A. Mäkimattila, M. Rinkinen, S. Salmi, J. Uotila, T. Innopakki. Käytäntölähtöisen innovaatiotoiminnan käsikirja, 2012. Lappeenrannan teknillinen yliopisto Lahti School of Innovation. PDF-

dokumentti. Saatavissa: <https://www.lut.fi/sites/default/files/media/documents/innopakki-kaytantolahtoisin-innovaatiotoiminnan-kasikirja.pdf> [viitattu 13.11.2023]

Imatran kaupunki, 2025. Väestötilastot. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.imatra.fi/tietoa-imatrasta/tilastot/vaestotilastot> [viitattu 5.5.2025].

Isoherranen, K. 2012. Uhka vai mahdollisuus – moniammatillista yhteistyötä kehittämässä. Helsingin yliopisto. Valtiotieteellinen tiedekunta. Sosiaalitieteiden laitos. Väitöskirja. Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja 2012:18. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/bdb96457-8b02-4488-bd0a-2a08a3d20a03/content> [viitattu 18.9.2024]

Isola, A-M. Kaartinen, H. Leemann, L. Lääperi, R. Schneider, T. Valtari, S. Keto-Tokoi, A. 2017. Mitä osallisuus on? Osallisuuden viitekehystä rakentamassa. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/135356/URN_ISBN_978-952-302-917-0.pdf [viitattu 4.2.2024].m

Jalava, U. & Virtanen, P. 1995. Moniammatillinen projektitoiminta. Avain hyvinvointipalvelujen tulevaisuuteen. Helsinki: Kirjayhtymä.

Järvensivu, T. 2019. Verkostojen johtaminen: Opi ja etene yhdessä. Helsinki: Books on Demand.

KEHA-keskus, 2025. Ohjaamon perusteet. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://keha-keskus.fi/documents/d/quest/ohjaamon-perusteet-2025> [viitattu 30.3.2025].

Kontio, M. 2010. Moniammatillinen yhteistyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://oulu.ouka.fi/seutu/tukeva/moniammatillinen-julkaisu.pdf> [viitattu 17.10.2024].

Kuntalaki 10.4.2015/410.

Lampinen, S. 2017. Miten palvelu lanseerataan onnistuneesti? Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Tradenomi (AMK), yrittäjyyden kehittämisen koulutusohjelma. Opinnäyte. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/140009/Lampinen%20Stiina.pdf?sequence=1> [viitattu 7.8.2023].

Maury, M. 2016. Ketterää strategiaa etsimässä: voiko strategia, jota ei tunneta olla ketterä? Teoksessa Vartiainen, M. Kirjalavainen, A. Viitala, R. Mäkelä, K. Einola-Pekkinen, V. Sydänmaanlakka, P. Salo, M. (toim.) Työn tuuli 1 / 2016. Ketteryyss aallonharjalla. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.henry.fi/media/ajankohtaista/tyon-tuuli/tt-1_2016.pdf [viitattu 4.10.2023].

McDonald, M. 1995. Strateginen markkinoinnin suunnittelu. Porvoo: WSOY.

Mäkimurto-Koivumaa & S. Kunnari, M. 2018. YAMK-opinnäytetyön ja tutkimuksellinen kehittäminen. Lapin ammattikorkeakoulu. Verkkoletti. Lumen

1/2018. Saatavilla: <https://blogi.eoppimispalvelut.fi/lumen-lehti/2018/04/25/yamk-opinnaytetyot-ja-tutkimuksellinen-kehittaminen/> [viitattu 9.2.2025].

Määttä, M. 2007. Yhteinen verkosto? Tutkimus nuorten syrjäytymistä ehkäisevistä poikkihallinnollisista ryhmistä. Helsingin yliopisto. Valtiotieteellinen tiedekunta. Väitöskirja. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://helda.helsinki.fi/ser-ver/api/core/bitstreams/a3f88358-99ed-4f87-86b2-2d26e19bab55/content> [viitattu 10.10.2023].

Määttä, M. 2017. Johdattelu kirjaan, 7–10. Teoksessa Määttä, M. (toim.) Uutta auringon alla. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/162149/Uutta_auringon_alla%20f.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 6.3.2023]

Nuorisolaki 21.12.2016/1285.

Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2024. Vahvistetaan nuorten hyvinvointia monialaisin toimenpitein: Valtakunnallinen nuorisotyön ja -politiikan ohjelma (VANUPO) 2024–2027. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja: 2024:21. Helsinki: Valtioneuvoston kanslia. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/165597/OKM_2024_21.pdf?sequence=4&isAllowed=y [viitattu 9.9.2024].

Ovretveit, J. 1995. Moniammatillisen yhteistyön opas. Helsinki: Hakapaino.

Pitkänen, K. 2001. Yrityskuva ja maine menestystekijöinä. 1. painoksen korjattu lisäpainos. Helsinki: Edita.

Platanou, K. & Mäkelä, K. 2016. HR function at the crossroads of digital disruption, 19-26. Teoksessa Vartiainen, M. Kirjalavainen, A. Viitala, R. Mäkelä, K. Einola-Pekkinen, V. Sydänmaanlakka, P. Salo, M. (toim.) Työn tuuli 1 / 2016. Ketteryys aallonharjalla. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.henry.fi/media/ajankohtaista/tyon-tuuli/tt-1_2016.pdf [viitattu 4.10.2023].

Rogers, E. M. 2003. Diffusion of Innovations (5th ed.). New York: Free Press.

Santalainen, T. 2005. Strateginen johtaminen. Helsinki: Talentum Media Oy.

Sydänmaanlakka, P. 2007. Älykäs organisaatio. Helsinki: Talentum Media Oy.

Terveystieteiden tutkimuskeskuslaki 30.12.2010/1326.

Tiittanen, M. 2017. Ohjaamojen rakentuva brändi ja muotoutuvat palvelut, 121–128. Teoksessa Määttä, M. (toim.) Uutta auringon alla. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/162149/Uutta_auringon_alla%20f.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 6.8.2023].

Pietiläinen, M. 2021. Suomalaisnuoret muuttavat omilleen eurooppalaisittain varhain – koronan vaikutuksia voimme vasta arvailla. Tilastokeskus. Tieto&trendit. Blogi. Saatavissa:

<https://stat.fi/tietotrendit/blogit/2021/suomalaisnuoret-muuttavat-omilleen-eurooppalaisittain-varhain-koronan-vaikutuksia-voimme-vasta-arvailla> [viitattu 3.11.2024].

Tikkanen, H. & Vassinen, A. 2010. StratMark: Strateginen markkinointiosaaminen. 2. painos. Helsinki: Talentum Media Oy.

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Tampere: Tampere: University Press.

Työ- ja elinkeinoministeriö, 2018. Ohjaamon perusteet. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/2934378/Ohjaamotoiminnan+perusteet> [viitattu 6.7.2023].

Työllistymisen monialaisesta edistämisestä annettu laki 23.3.2023/381.

Valtakari, M., Arnkil, R., Eskelinen, J., Mayer, M., Nyman, J., Sillanpää, K., Spangar, T., Ålander, T. & Yli-Koski, M. 2020. Ohjaamot – monialaista yhteistyötä, vaikuttavuutta ja uutta toimintakulttuuria: Monialaisen yhteistyön vaikuttavuus nuorten työllistymistä edistävissä palveluissa. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisuja 2020:13. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162134/VNTEAS_2020_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 7.6.2023]

Van der Beek, P. 2016. Uskalla osallistaa sidosryhmät ja henkilöstö mukaan strategiatyöhön. Blogi. Saatavilla: <https://grapepeople.fi/blogi/uskalla-osallistaa-sidosryhma-henkilosto-strategiatyohon/> [Viitattu 2.10.2023].

Vartiainen, P., Raisio, H. & Lundström, N. 2016. Kompleksisuuden johtaminen – Kohti uutta ymmärrystä, 227–267. Teoksessa Syväjärvi, A. & Pietiläinen, V. (toim.) Inhimillinen ja tehokas sosiaali- ja terveysjohtaminen. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/100410/Syva-jarvi_%26_Pietilainen_OA.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 9.4.2024]

Vauhkonen, T. 2022. Aika näyttää – Tutkimus Ohjaamoiden vaikutuksista. Elinkeino-, ympäristö- ja liikennekeskus (ELY-keskus). PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://11547d3ae7.clvaw-cdnwnd.com/8fac126eb2ded30be96094b57336e28e/200000077-158d9158dc/Aika%20n%C3%A4ytt%C3%A4%20vaikutuksia%20ohjaamoiden%20kautta.pdf?ph=11547d3ae7> [viitattu 4.5.2024].

Vehviläinen, J. 2002. Moniammatillinen nuorisotyö: yksinäisten sankareiden ajasta tiimityöhön. 1. painos. Kauniainen: Nykypaino Oy.

Vehkaperä, U., Pirilä, K. & Roivas, M. (toim.) 2016. Innostu ja innovoi. Käsikirja innovaatioprojektointiin. Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisusarja. Oiva-oppimateriaalit 1 • 2013. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.metropolia.fi/sites/default/files/publication/2019-11/2013_vehkapera_pirila_roivas_Innostu_ja_innovoi_OIVA.pdf [viitattu 9.3.2023]

Vehkaperä, U., Pirilä, K. 2016. Uudistamis- ja kehittämistyön malleja. Teoksessa Vehkaperä, U., Pirilä, K. & Roivas, M. (toim.) Innostu ja innovoi.

Käsikirja innovaatioprojektioihin. Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisusarja. Oiva-oppimateriaalit 1 • 2013. Metropolia Ammattikorkeakoulu, 84–107. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.metropolia.fi/sites/default/files/publication/2019-11/2013_vehkapera_pirila_roivas_Innostu_ja_innovoi_OIVA.pdf [viitattu 10.3.2023]

Vehkaperä, U. 2016. Innovatiivinen tiimi. Teoksessa Vehkaperä, U., Pirilä, K. & Roivas, M. (toim.) Innostu ja innovoi. Käsikirja innovaatioprojektioihin. Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisusarja. Oiva-oppimateriaalit 1 • 2013. Metropolia Ammattikorkeakoulu, 64–83. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.metropolia.fi/sites/default/files/publication/2019-11/2013_vehkapera_pirila_roivas_Innostu_ja_innovoi_OIVA.pdf [viitattu 10.3.2023]

Virtanen, P., Suoheimo, M., Lamminmäki, S., Ahonen, P. & Suokas, M. 2011. Matkaopas asiakaslähtöisten sosiaali- ja terveystalvelujen kehittämiseen. Te-kesin katsaus 281/2011. Helsinki. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/matkaopas.pdf> [viitattu 8.8.2023].

Vuokko, P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi (1. painos). Porvoo: WSOY.

KUVALUETTELO

Kuva 1, Vaikutuksen portaat. Vuokko, P. 2004. Nonprofit -organisaatioiden markkinointi. 1.painos. Porvoo: WSOY.

Kuva 2. Ohjaamon palveluprosessi, Iina Kovalainen, 2022. Palveluprosessit ja niiden johtaminen -opintojaksoon sisältyvä tehtävä, Xamk.

Kuva 3. Opinnäytetyön rakenne ja sisältö -kaavio. Sainio 2023.

Kuva 4 ja Kuva 12. Innovaatioiden omaksumisen päätöksenteon portaat, Everett M. Rogers, 2003, 20.

Webropol-raportti. Opinnäytetyön esittely PowerPoint diat.

Kuva 5, yhteenveto kaikista vastauksista.

Kuva 6, mitä Ohjaamosta tiedetään.

Kuva 7, erot oppilaitosten välillä.


Kuva 8, asiat joihin nuoret tarvitsevat apua.

Kuva 9, erot oppilaitosten välillä.

Kuva 10, liukukytkinarviointi Ohjaamon hyödyllisyydestä.

Kuva 11, somekanavien käyttötarkoitukset, kuva viestintä- ja markkinointisuunnitelmasta.


Liite 1: Webropol -kyselylomake



OHJAAMO

Kysely Imatran Ohjaamon tunnettuudesta

*Opinnäytetyön tekijä: Iina Sainio
Xamk, Yhteisöpedagogi Yamk
Tilaaaja: Imatran kaupunki*

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Vastaa kyselyyn nimettömästi, joten voit olla täysin rehellinen.
Kaikki kehittämissideat otetaan ilolla vastaan!

Vastauksia tullaan hyödyntämään opinnäytetyössä (Ohjaamon tunnettuuden strateginen kehittäminen) ja muussa Ohjaamon kehittämistoiminnossa.

Opiskelen *

Lukiossa
 Ammattikoulussa

Sukupuoli *

Mies
 Nainen
 Muu

Mistä olet aiemmin kuullut / lukenut Ohjaamon toiminnasta?

Voit valita useamman. *

- Somesta
- Netistä (nettisivut imatra.fi/ohjaamo tai ohjaamot.fi)
- Ohjaamon työntekijän pitämä info esim. koululla
- Olen tavannut Ohjaamon työntekijän kahviparkissa
- Ryhmävierailu Ohjaamossa
- Paikallislehdestä
- Kaverilta
- Tuttavalta / sukulaiselta
- Muualta, mistä?
- En mistään

Mitä Ohjaamon palveluita olet käyttänyt?

Voit valita useamman.

- Olen käynyt paikan päällä hoitamassa asioita
- Olen kysynyt apua etänä (somesa, sähköpostilla, puhelimitse)
- Olen hakenut kesätyöseteliä
- Olen osallistunut Ohjaamon järjestämään tapahtumaan (Kesäksi duuniin, Kesäduunikuntoon, Työnhaun pikatreffit, muu)
- Olen osallistunut Ohjaamon järjestämään ryhmätoimintaan (Ohjaamon kehittäjät -ryhmä, taidepaja ym.)
- Muu palvelu, mikä?
- En mitään

Seuraava

Vastaa rehellisesti. Kuinka hyvin tiesit seuraavat asiat Ohjaamosta?

- 1= en tiennyt
 2= oli joku ajatus
 3= tiesin melko hyvin
 4= tiesin täydellisesti *

	1	2	3	4
Ohjaamo on luotu nuorten toiveesta, ettei tarvitse asioida monessa paikassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjaamon palvelut on tarkoitettu alle 30-vuotiaille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaikki Ohjaamon palvelut ovat maksuttomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjaamoon voi tulla aina paikanpäälle ilman ajanvarausta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imatran Ohjaamo on auki joka ti, ke ja to klo 13-16	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjaamosta voi kysyä neuvoa myös viestillä tai soittamalla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjaamon yhteystiedot löytyy nettisivulta www.imatra.fi/ohjaamo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjaamossa on ovelta aina vastassa Ohjaamon työntekijä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjaamoa voi seurata ja ottaa yhteyttä somekanavissa (IG, FB, SC, TikTok)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjaamossa saa aina ilmaista kahvia tai teetä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaikki 14-29-vuotiaat voivat tulla mukaan suunnittelemaan Ohjaamon toimintaa (OK-ryhmä)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjaamossa voit tavata niin TE-toimiston, Ekhvan, Sampon, Klubitalon, Kelan kuin monen muunkin paikan työntekijöitä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjaamo = Yksi ovi, monta palvelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuinka todennäköisesti tarvitset apua alle 30-vuotiaana seuraaviin asioihin?

1= en tarvitse

2= ehkä tarvitsen

3= tarvisen todennäköisesti jonkin verran

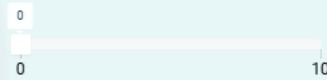
4= tarvisen ehdottomasti *

	1	2	3	4
Opintoihin liittyvät asiat (alanvalinta, haku kouluun ym.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työnhaku (CV:n teko, työhakemuksen kirjoittaminen, työpaikkojen etsiminen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muutto omaan kotiin / itsenäistyminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arjenhallinta (aikataulutus, omien asioiden hoitaminen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talousasiat (rahan käyttö, velkaantuminen, säästäminen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kelan tuet (hakemukset, liitteet ym.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielenterveys (jaksaminen, jännittäminen, stressi, yksinäisyys)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Päihteiden käyttö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vapaa-aika (harrastukset, sosiaaliset ympäristöt)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

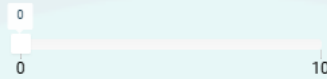
Edellinen

Seuraava

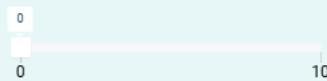
Kuinka helppoa sinusta on pyytää apua arjen asioihin Ohjaamosta?
(etänä tai paikan päällä)



Kuinka hyödyllisenä koet Ohjaamon palvelut sinulle itsellesi? *



Kuinka hyödyllisenä koet Ohjaamon palvelut alle 30-vuotiaille yleisesti?
*



Mikä saisi sinut käyttämään Ohjaamon palveluita enemmän?

Esim. Ohjaamosta saatavat palvelut, ketä työntekijöitä, aukioloajat, sijainti, kohtaaminen, markkinointikanavat, jalkautuminen, maine, mikä luo sinulle matalan kynnyksen ym.) *

Miten Ohjaamon palveluita kannattaisi markkinoida? Mitä kautta saat itse parhaiten tiedon toiminnasta ja palveluista? *

Saitko uutta tietoa Ohjaamosta tämän kyselyn kautta? *

- Kyllä
 En

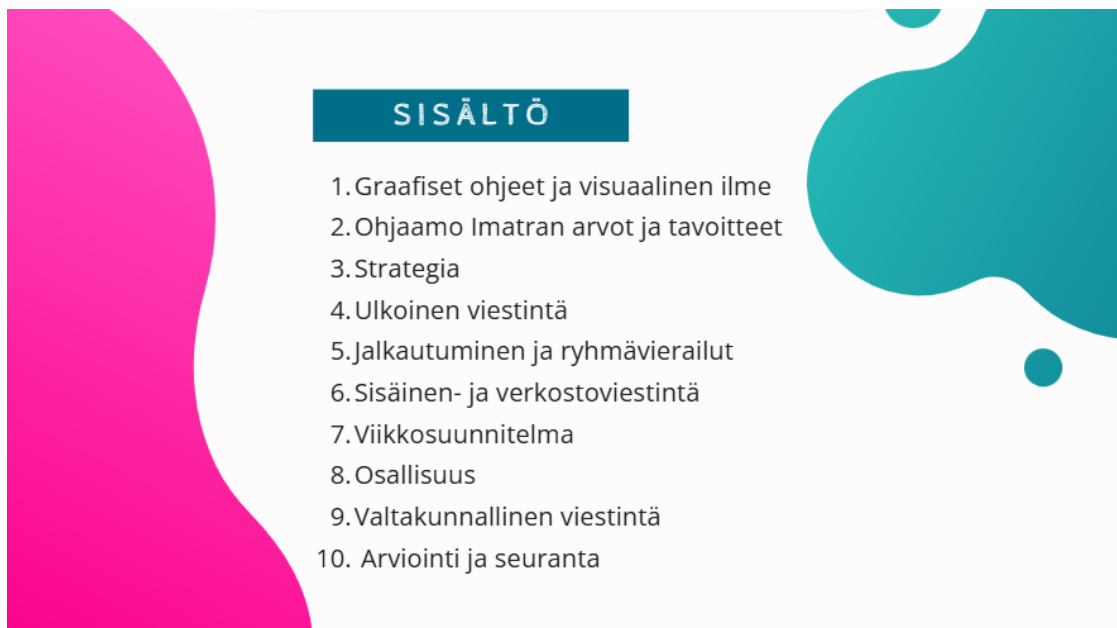
Voit lukea lisää Ohjaamon palveluista sivulta www.imatra.fi/ohjaamo

Kiitos vastauksistasi!

Edellinen

Lähetä

Liite 2: Ohjaamo Imatran viestintä- ja markkinointisuunnitelma 2025



GRAAFINEN OHJEISTUS

Ohjaamojen graafinen ohje 2023

https://www.imatra.fi/sites/default/files/2024-12/ohjaamo_graafinen_ohje_2023.pdf



2 Värit

2.1 PÄIKKÄT

Päivänsä on kolme mitta, perillä ja päällä.

PMS: 3352 CP
CMYK: C:70 M:40 Y:05 K:0
RGB: R:238 G:182 B:180

PMS: 215 CP
CMYK: C:100 M:0 Y:00 K:40
RGB: R:0 G:110 B:137

PMS: 212 CP
CMYK: C:0 M:86 Y:0 K:0
RGB: R:228 G:95 B:190



5.3 ROLL-UPIT

Roll-up pohjat ovat saatavana InDesign-tiedostona. Materiaalissa käytetään Ohjaamojen emio-organisaation logoa.

Printtejä varten läpilyönti on suositeltavaa.

OHJAAMON ARVOT

Asiakaslähtöisyys
Luottamuksellisuus
Ammatillisuus
Ratkaisukeskeisyys
Tasavertaisuus
Osallisuus
Rento ilmapiiri

Ohjaamon arvot

Asiakaslähtöisyys
Me emme oletta! Sinä olet oman elämäsi asiantuntija. Kohtaamme sinut yksilönä ja kunnioitamme kovettasi.

Luottamuksellisuus
Voit luottaa tulevaisuusi koulutuksi. Täällä kaikki keskustelut ovat luottamuksellisia ja tiedät aina mitä tapahtuu. Me huolehdimme tietoturvasta.

Ammatillisuus
Me autamme ja toimimme yhdessä. Ohjaamosta löytyvä ammattitaito on työntekijöiden osaamisen summa.

Ratkaisukeskeisyys
Asiolla on tapana järjestäytyä. Yhdessä löydämme vahvuutesi ja juutat sinulle sopivan ratkaisun tilanteeseesi, sillä aina on toivoa.

Tasavertaisuus
Ohjaamossa paineemme sinua taustasta, tilanteesta, tai muista tekijöistä riippumatta tessa- arvoisesti.

Osallisuus
Mielipiteesi on meille tärkeä! Sinulla on mahdollisuus vaikuttaa Ohjaamon toimintaan. Ohjaamo on meidän kaikkien yhteisen työn tulos.

Rento ilmapiiri
Täällä puhumme kieltä, jota varmasti ymmärrät. Ohjaamossa sinun mielipiteesi on tuoksuu kävi.

Nämä asiat lapaamme sinulle!
-Ohjaamo työntekijät

www.imatra.fi/ohjaamo

VIESTINNÄN JA MARKKINOINNIN TAVOITTEET

- 01 Suunnitelmallisuus
- 02 Säännöllisyys
- 03 Tunnettuuden lisääminen
- 04 Toimiva viestintä



Saman katon alla

Ohjaamo kokoaa palveluita nuoria varten.

Nuoria varten

Ohjaamo kuuntelee nuorten tarpeita.

Kynnyksettömästi

Ohjaamo viestii nuorten näköisesti

STRATEGIA

Ammattilaiset yhdessä
Nuoria varten

Yhteistyö
Osallisuus
Matala kynnyks

TARKOITUS

**Instagram**

- Nuorten eniten toivoma kanava
- Viikko-ohjelma
- Tiedotus, näkyvyys
- Feed: pysyvät julkaisut, ilme
- Storyt: Nopeat tiedotukset
- Kelat: videot

**Facebook**

- Huoltajat sekä nuoret käyttävät tiedonhaun kanavana
- Viikko-ohjelma
- Tiedottaminen
- Linkitys Instagramiin

**Snapchat**

- Tarinoilla herättelyä
- Yksityisviestit Ohjaamolle
- Työntekijät tutuksi / my day / esittelyt

**TikTok**

- Näkyvyys, tuttuus, mielikuva Ohjaamon palveluista
- Ajantasaisuus
- Nuorten osallisuus

**Nettisivut**

- Selkeä, mutta laaja kuvaus Ohjaamon palveluista
- Viikko-ohjelma
- Esitteet, ilmoittautumiset palaute ym.

KÄYTTÖ



Instagram

- Joka perjantai viikko-ohjelma
- Ajankohtaiset uutiset, nuoria koskevat nostot
- Valtakunnallinen viestintäsuunnitelma
- Tiedottaminen



Facebook

- Linkitys Instagramista
- Tapahtumista luodaan FB-sivut (yht.työ)
- Verkostossa näkyvyys



Snapchat

- Tavoitellaan keskusteluyhteyttä laittamalla vähintään kerran viikossa kysymys, esim. mitä siulle kuuluu? Nukutko tarpeeksi? Jalkautumiteemat.



TikTok

- Herätteleviä, hauskoja, kiinnostavia teemoja TikTok henkisesti. (POV ym.)
- Nuoret mukana tekemässä!




Nettisivut

- Viikko-ohjelma vaihdetaan joka perjantai.
- Lisätään ilmoittautumis-mahdollisuus ryhmiin.
- Kysy Ohjaamosta boxi..

HUOMIOITAVAA

- **Kohdennetaan viestintää asioihin, jotka nuoret tuntevat kyselyn mukaan huonoiten**
 - Aukioloajat, ketä työntekijöitä Ohjaamossa
- **Nostetaan markkinointiin nuorten eniten tarvitsemia palveluita**
 - Kela-asiat, työnhaku, opintoihin liittyvät asiat, talous/raha-asiat
- **Kohdennettu markkinointi Saimaan ammattiopisto Sampolle (tunnetaan palvelut huonommin)**
 - Somekampanja
 - Ohjaamon esittely henkilökunnalle
 - Oppilaitoksen sisäisen viestintäjärjestelmän kautta tietoa nuorille



HUOMIOITAVAA

- Kiinnitetään huomiota Ohjaamon matalan kynnyksen maineeseen
 - Ohjaamo on tarkoitettu kaikille alle 30-vuotiaille tilanteesta riippumatta
 - "Ohjaamo on aina oikea paikka"
 - Ei tarvitse olla ongelmia tai haasteita tullakseen Ohjaamoon
 - Nostetaan esiin eri teemoja
 - Työllisyysalueen asiakkaita kutsutaan enemmän Ohjaamoon
 - Avoimia infoja, teematapahtumia
 - Parempi näkyvyys ja maine
 - Imatran kaupungin viestintäkanavissa näkyminen

Aina on hyvä syy käydä Ohjaamossa

- Ilmainen kahvi tai tee
- Nopeat kysymykset
- Sähköinen asiointi
- Lopparin käyttö
- Lomakkeet, hakemukset
- Skannaus / tulostus
- Hakemusten täyttämisen
- Vaihdonpoistojen poittaminen
- Itsenäistymiseen liittyvät asiat
- Ajanvaraukset, soittaminen
- Harrastukset / vapaa-aika
- Työnhaku
- Raha-asiat (tuet, velat)
- Kela-asiat
- Muutto
- Ulkomaille
- Ihmissuhteet
- Verot
- Aiemmin, koulutukset
- Hyvinvointi (stressi, mielenterveys)
- Näpsy-asiat

JALKAUTUMINEN

Kohderyhmä: Toisen asteen opiskelijat

Sampo ja Lukio

Vaihtuvat teemat

Herätellään Ohjaamon palveluihin liittyviin teemoihin

Kynnyksettömyys

Ohjaamo tulee asiakkaiden luokse

- Jalkautaan säännöllisesti
 - Toisen asteen oppilaitokset joka tiistai klo 9-12
 - Parilliset viikot Lukio, parittomat Sampo
 - Verkostoon
- Jalkaudutaan vähintään kerran kaudessa
 - Step-opisto Ruokolahti
 - Sampo Metsäkoulu Ruokolahti
 - Lähikunnat
- Teemalliset vierailut ja oppitunnit esim. kesätyöt.

Jalkautumisen tavoitteet:

- Palvelut tutuiksi
- Työntekijät tutuiksi
- Kynnyksettömyys

Milloin?

- Toisen asteen oppilaitokset joka tiistai klo 9-12

Miten?

- Step-opisto Ruokolahti
- Sampo Metsäkoulu Ruokolahti
- Lähikunnat

Mistä?

- Step-opisto Ruokolahti
- Sampo Metsäkoulu Ruokolahti
- Lähikunnat

Milloin?

- Toisen asteen oppilaitokset joka tiistai klo 9-12

Miten?

- Step-opisto Ruokolahti
- Sampo Metsäkoulu Ruokolahti
- Lähikunnat

Mistä?

- Step-opisto Ruokolahti
- Sampo Metsäkoulu Ruokolahti
- Lähikunnat

RYHMÄVIERAILUT OHJAAMOSSA

9-luokkalaiset

Kaikki Imatran 9-luokkalaiset käyvät Ohjaamossa keväällä.

Ammattilaiset

Verkoston työntekijät on tärkeää saada käymään paikan päällä.

Muut ryhmät

Erilaiset ryhmät ja luokat ovat tervetulleita tutustumaan Ohjaamoon sovitus.

Kutsutaan tutustujat aina mieluiten paikan päälle, jotta seuraavalla kerralla on helpompi astua sisään tuttuun paikkaan.

SISÄINEN & VERKOSTOVIESTINTÄ

Ohjaamo Imatran kokouksia kerran kuukaudessa vaihtuvien kokoonpanoin:

1

1. Ydinverkosto / Ohjaamossa työskentelevät

- Käytännön työhön liittyvät asiat, Ohjaamotoiminnan kehittäminen
- Osallistuu kaikkiin Ohjaamon kuukausikokouksiin (omat 2x kaudessa)
- Viikoittaiset viikkotiimit 30min

1 2

2. Ohjaamon lähiverkosto

- Asiakasyhdyspintaa koskeva tieto
- Yhteistyön kehittäminen

1 2 3

3. Ohjaamon laaja verkosto

- Esihenkilöt mukana
- Tilastoja ja muita ajankohtaisia laajempia Ohjaamotoiminnan sisältöjä

SISÄINEN & VERKSTOVIESTINTÄ

1



Ydinverkosto

Ohjaamossa työskentelevät

- Teams, sähköposti arkiviestintään
- Osallistuu tapaamisiin joka kuukausi, ydinverkoston omat 2krt/kuusi
- Viikottaiset tiimi-palaverit

2



Ohjaamon lähiverkosto

• Asiakasyhdyspinta
-> Yhteistyö, asiakasohjaukset, Ohjaamon tunnettuus

- Kokoukset 4krt vuodessa (2 lähi)
 - Sähköposti ym. viestintä

3



Kehittämispäivä
2x vuodessa
Mukana ydinverkosto +esihenkilöt

Ohjaamon laaja verkosto

- Ohjaamon ajankohtaiset kerran kaudessa 1h
-> Tietoisuutta esihenkilöille
- Sähköpostitiedottaminen
- Uutiskirje 2-4 kertaa vuodessa

SISÄINEN & VERKSTOVIESTINTÄ

Ohjaamo Imatran kokouksia kerran kuukaudessa vaihtuvin kokoonpanoin:

Tammikuu ydinverkosto
Helmikuu lähiverkosto
Maaliskuu kehittämispäivä
Huhtikuu Ohjaamon ajankohtaiset
Toukokuu ydinverkosto
Kesäkuu lähiverkosto

OSALLISUUS

Nuoria osallistetaan toiminnan suunnitteluun, kehittämiseen sekä toteuttamiseen.

SOMETIIMI

- WorkPilots -keikkatyönä 10e/h somejulkaisut Ohjaamon teemojen ja tarpeen mukaisesti

OHJAAMON KEHITTÄJÄT - nuorten ryhmä

- OK-ryhmä kokoontuu kerran kuukaudessa.
- Aktiivisia Ohjaamo-nuoria osallistetaan toiminnan suunnitteluun, kehittämiseen ja toteuttamiseen.



ESITE

- Imatran Ohjaamon esite **ladattavissa/tulostettavissa** PDF-muotoisena nettisivun liitteistä www.imatra.fi/ohjaamo
- Muokattu asialähtöiseksi, poistettu luettelo työntekijöistä ->nuorelle selkeämpi ja helpommin lähestyttävä
- **Esitteet näkyville ja jakoon keskeisille paikoille paperiversioina**
 - Oppilaitoksiin
 - Yhteistyökumppaneiden ilmoitustauluille
 - Kelaan
 - Kauppoihin
- **Ohjaamoverkoston työntekijöiden vastuulla** on huolehtia ajantasainen esite oman organisaation toimitiloihin.

VIKKOLUKKARI

- Ohjaamon esite päivitetty asiointin aiheet pohjaiseksi, paikalta löytyvät työntekijät ilmoitetaan viikoittaisen lukkanin kautta.
- Uusi seuraavan viikon lukkari julkaistaan joka perjantai
 - Ohjaamo Imatra -WhatsApp ryhmässä tarkistusta varten
 - Verkkosivulla www.imatra.fi/ohjaamo
 - Instagramissa ja Facebookissa
- Lukkariissa pysyy sama visuaalinen ilme (valtakunnallinen pohja), mutta lisätään yksityiskohtia ajankohdan ja tilaisuuksien mukaan
- Lukkanin sisältö
 - Ohjaamon aukioloaikojen palvelut
 - Jalkautumiset
 - Tapahtumat



VALTAKUNNALLINEN VIESTINTÄ

- Valtakunnalliset Ohjaamon viestijöiden tapaamiset joka toinen kuukausi.
- Yhteinen vuosikello
- Voidaan hyödyntää toisten Ohjaamojen valmistelemia materiaaleja
- Suunnitellaan yhdessä esimerkiksi valtakunnallista Ohjaamoviikkoa
- Vertaistuki



VIKKOSUUNNITELMA



Viestintä- ja markkinointisuunnitelman sisältö integroidaan osaksi Ohjaamon vuosikelloa ja päivittäistä arkea sen toteutumisen takaamiseksi.

MAANANTAI

- Ohjaamon viikkotiimi
- Nuoren tekemä video TikTokkiin, seuraavan valmistelu

TIISTAI

- Jalkautuminen toiselle asteelle
- Teemakysymys Snapcahtiin

KESKIVIIKKO

- Ohjaamotoimijoiden kokous kerran kuussa

TORSTAI

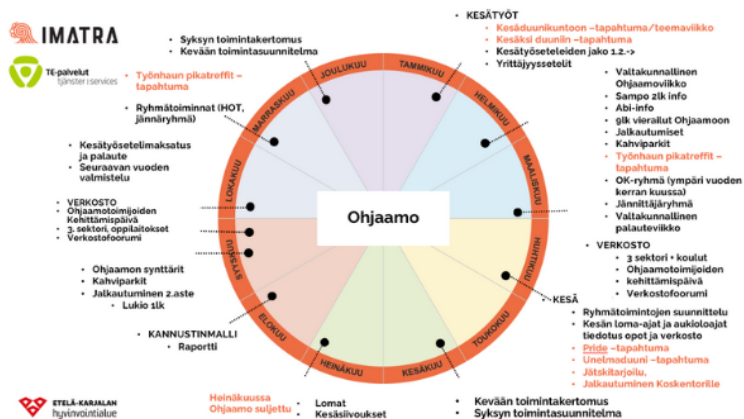
- Moniammatillinen torstai

PERJANTAI

- Seuraavan viikon viikkolukkari työntekijöiden WhatsAppiin/sähköpostiin, verkkosivuille, Instagramiin ja Facebookkiin

VUOSIKELLO

Imatran Ohjaamon vuosikelloon on kirjattu kaikki keskeiset työn sisällöt sekä vuosittain toistuvat teemat ja tapahtumat.



SEURANTA JA ARVIOINTI

- 01 Asiakasmäärät Ohjaamossa
- 02 Kontaktien määrä / jalkautumiset
- 03 Someseuraajien ja keskusteluiden määrä

www.ohjaamotilastot.fi
Säännöllinen seuranta 3kk välein.

