

Noora Suvanto

VERA SAAPUI KIRJASTOON

Vera-asiakkuuden markkinointia Oulaisten kaupunginkirjastossa

VERA SAAPUI KIRJASTOON

Vera-asiakkuuden markkinointia Oulaisten kaupunginkirjastossa

Noora Suvanto

Opinnäytetyö

Syksy 2014

Kirjasto- ja tietopalvelun ko.

Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelma

Tekijä: Noora Suvanto
Opinnäytetyön nimi: Vera saapui kirjastoon: Vera-asiakkuuden markkinointia Oulaisten kaupunginkirjastossa
Työn ohjaaja: Jorma Niemitalo
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2014
Sivumäärä: 54 + 16 liitesivua

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii Oulaisten kaupunginkirjasto, ja aiheen valinnan taustalla onkin kirjastolta esitetty toive. Oulaisten kirjasto on mukana Celia-kirjaston kanssa toimivassa Kirjasto kaikille -kumppanuusprojektissa. Projektin myötä Oulaisten kirjastolla on käytössään Celia-kirjaston äänikirjakokoelma, joka on tarkoitettu lukemisesteisille henkilöille. Opinnäytetyöni tarkoitus ja tavoite on luoda toimiva markkinointisuunnitelma sekä markkinoida menestyksekkäästi uutta äänikirjapalvelua sekä kirjaston jo ennestään olemassa olleita lukemisesteisten palveluita. Äänikirjapalvelusta käytetään opinnäytetyössä nimeä Vera-asiakkuus.

Tietoperustaan on koottu tietoa markkinoinnista, saavutettavuudesta, Oulaisten kirjastosta sekä Celia-kirjastosta. Tietoperustan lähteinä on lähinnä painettuja ja sähköisiä lähteitä, mutta tukea on haettu myös kirjaston henkilökunnan haastattelulla. Opinnäytetyössä on käytetty toiminnallista menetelmää, sillä sen tuloksena on raportin lisäksi syntynyt kirjallista markkinointimateriaalia, markkinointiesityksiä sekä tapahtuma.

Markkinointi sujui mielestäni jouhevasti, vaikka siinä olikin omat haasteensa. Haastavimmaksi koin kohderyhmien saavuttamisen sekä aikataulutuksen. Kuitenkin markkinointisuunnitelmani muodosti mielestäni toimivan kokonaisuuden, jota kirjasto voi hyödyntää myös tulevaisuudessa. Palkitsevinta opinnäytetyön tekemisessä oli ihmisten positiivinen vastaanotto sekä työelämälähtöisyys.

Tulevaisuuden kannalta on tärkeää, että kirjaston henkilökunnalla on tarpeeksi tietoa Vera-asiakkuudesta. Kirjastolla olisi hyvä olla myös yksi vastuhenkilö, jolla olisi palvelusta laajempi tietämys. Kirjaston kotisivuille kannattaisi koota asiakokonaisuus, josta kävisivät ilmi kaikki kirjaston saavutettavuutta edistävät palvelut. Kotisivuilta sekä asiakkaiden että kirjaston henkilökunnan olisi helppo tarkastaa, millaisia saavutettavuutta parantavia palveluita kirjasto tarjoaa. Jatkotoimenpiteenä olisi hyvä tutkia esimerkiksi vuoden 2015 alussa, pitäisikö palvelua markkinoida taas aktiivisemmin ja toimia päätelmien tai tulosten mukaan.

Asiasanat: kirjastot, markkinointi, saavutettavuus, lukihäiriöt, Celia-kirjasto

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Library and Information Services

Author: Noora Suvanto

Title of thesis: Vera came to library: marketing Vera service for the Oulainen City library

Supervisor: Jorma Niemitalo

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2014

Number of pages: 54 + 16

The request for this thesis came from the Oulainen City Library. The Oulainen City Library is part of the Library for All -project with the Celia Library and many other public libraries. The project allows the Oulainen City Library to use the Celia Library's talking book collection, which is provided for people who have difficulties in reading standard printed books. The aim of this thesis is to create a functioning marketing plan and to successfully market the new talking book collection and other services that improve the accessibility in the Oulainen City Library. In this thesis the talking book collection and its use is called the Vera service.

The background knowledge applied consists of marketing, accessibility, the Oulainen City Library and the Celia Library. Materials that I used consist mainly of printed books and internet sources but I also interviewed some of the staff of the Oulainen City Library. I used functional method because the results of this thesis are written marketing materials, marketing presentations and a small event.

In my opinion marketing went smoothly even though it had its challenges. The most challenging part was not only to find the proper target groups but also to create a functioning schedule. However, the marketing plan constitutes a good basis which the library can also use in the future. The most rewarding part of making this thesis was the positive reception of the people and the feel of working life.

In the future it is important that all the staff members of the Oulainen City library have enough knowledge of Vera service. It might be good to have one responsible person who has deep knowledge of the Vera service. Library's home page should include all the information related to the accessibility of the services in the Oulainen City Library. This enables that both the customers and the library staff could check what accessible services the library provides. In the beginning of the year 2015, the next step could be to evaluate if the Vera service needs more marketing efforts and to act accordingly.

Keywords: libraries, marketing, accessibility, dyslexia, Celia library

SISÄLLYS

| | |
|---|----|
| 1 JOHDANTO | 7 |
| 2 KIRJASTOJEN MARKKINOINTI | 9 |
| 2.1 Markkinointisuunnitelma | 10 |
| 2.2 Markkinointiesityksen suunnittelu | 11 |
| 2.3 Sosiaalinen media markkinoinnissa | 12 |
| 3 SAAVUTETTAVUUS | 14 |
| 3.1 Saavutettavuuden osa-alueita | 14 |
| 3.2 Kirjastopalveluiden saavutettavuus | 16 |
| 4 OULAISTEN KAUPUNKI JA KIRJASTOPALVELUT | 18 |
| 4.1 Oulaisten kaupunginkirjasto | 18 |
| 4.2 Oulaisten kaupunginkirjaston palveluiden nykytila | 18 |
| 4.2.1 KirjaVirkku | 19 |
| 4.2.2 Kotipalvelu | 21 |
| 4.2.3 Koulukirjastot | 22 |
| 5 CELIA-KIRJASTO | 23 |
| 5.1 Celian palvelut | 23 |
| 5.2 Kirjasto kaikille | 24 |
| 5.2.1 Pilottikirjastot ja Vera-asiakkuus | 25 |
| 5.2.2 Oulaisten kaupunginkirjasto pilottikirjastona | 26 |
| 6 MARKKINOINTISUUNNITELMA | 28 |
| 6.1 Analyysi | 28 |
| 6.1.1 Markkinoitava palvelu | 28 |
| 6.1.2 Tämänhetkiset asiakkaat | 29 |
| 6.1.3 SWOT-analyysi | 29 |
| 6.1.4 Tavoitteet | 31 |

| | |
|---|----|
| 6.2 Strategia | 32 |
| 6.2.1 Kohderyhmät | 32 |
| 6.2.2 Markkinointiesitykset | 35 |
| 6.2.3 Markkinointitempaus: SeniorSurf | 36 |
| 6.2.4 Markkinointimateriaalin suunnittelu | 37 |
| 6.2.5 Aikataulu | 38 |
| 6.3 Toteutus | 38 |
| 7 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÄÖKSET | 42 |
| 7.1 Markkinointisuunnitelman onnistuneisuus | 42 |
| 7.2 Toteutetun markkinoinnin onnistuneisuus | 44 |
| 8 POHDINTA | 47 |
| LÄHTEET | 51 |
| LIITEET | 55 |

1 JOHDANTO

Saavutettavuus ja sen parantaminen ovat nykyään tuttua jokaisen organisaation toiminnassa, niin myös kirjastojen. Tänä syksynä yleisillä kirjastoilla on ollut loistava mahdollisuus parantaa aineistonsa saavutettavuutta, sillä 15.9.2014 käynnistettiin Kirjasto kaikille -kumppanuusprojektin pilotoitinvaihe. Kirjasto kaikille -projekti on Celia-kirjaston sekä usean yleisen kirjaston yhteistyöprojekti, joka sai alkunsa jo vuonna 2013. Projektin tarkoitus on syventää Celia-kirjaston sekä yleisten kirjastojen yhteistyötä tuomalla Celian internetissä oleva äänikirjakokoelma yleisten kirjastojen kautta laajempaan käyttöön. Äänikirjakokoelma on Celianetissä, johon yleiset kirjastot voivat lisätä Vera-asiakkaita joilla on oikeus käyttää kokoelmaa. Myöhemmin tässä opinnäytetyössä Celianetin Vera-asiakkaille suunnatusta palvelusta käytetään termiä Vera-asiakkuus. Koska opinnäytetyö sisältää paljon ammatillista termistöä, löytyy opinnäytetyön liitteestä 1 sanasto.

Opinnäytetyön tarkoitus on luoda Kirjasto kaikille -projektin pilottikirjastona toimivalle Oulaisten kaupunginkirjastolle toimiva markkinointisuunnitelma projektin tuomien uusien palveluiden markkinointiin sekä toteuttaa markkinointia, eli opinnäytetyössä käytetään toiminnallista menetelmää. Toiminnallinen menetelmä yhdistää käytännön toteutuksen ja sen raportoinnin tutkimusviestinnän keinoja käyttäen, toiminnallinen opinnäytetyö voi olla vaikkapa tapahtuman järjestäminen ja toteutustapana voi olla esimerkiksi kotisivut (Vilka & Airaksinen 2003, 9). Toiminnallinen opinnäytetyö on työelämälähtöinen sekä käytännönläheinen, ja siinä tulee ilmi tekijän alan tiedot ja taidot. Toiminnallinen opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta: raportista sekä tuotoksesta eli produktista. (Vilka & Airaksinen 2003, 10, 65.) Tässä opinnäytetyössä produktit koostuvat kirjallisista tuotoksista, jotka on esitetty liitteissä, sekä SeniorSurf-tapahtumasta ja markkinointiesitysten pitämisestä. Markkinointia suunnitellessani pyrin pitämään näkökulmana markkinoinnin kohderyhmän eli lukemisesteisten näkökulman, jotta markkinointimateriaali tulisi mahdollisimman ymmärrettävään muotoon.

Opinnäytetyön tietoperusta koostuu neljästä osasta: kirjastojen markkinoinnista, saavutettavuudesta, Oulaisten kaupungista ja kirjastopalveluista sekä Celia-kirjastosta. Rajasin markkinointia koskevan tietoperustan osuuden koskemaan pelkästään kirjastojen markkinointia. Tämä johtuu siitä, että markkinoinnista on saatavana paljon materiaalia mutta suurin osa siitä kohdistuu voittoa tekeville organisaatioille, enkä kokenut sellaista tietoa niinkään merkitykselliseksi opinnäytetyöni kannalta. Saavutettavuus päätyi mukaan opinnäytetyön tietoperustaan koska Celia-kirjaston ää-

nikirjojen tuleminen osaksi yleisten kirjastojen aineistoa parantaa mielestäni huomattavasti yleisten kirjastojen aineistojen saavutettavuutta. Oulaisten kaupunki ja kaupunginkirjasto toimii markkinoinnin ympäristönä, joten oli tärkeää selvittää sen tarjoamat lähtökohdat sekä mahdollisuudet. Myös Celia-kirjastoa koskeva tietoperusta on tärkeä, sillä se on merkittävä osa markkinoitavaa Vera-asiakkuutta.

Aiheen valinnan taustalla on Oulaisten kirjastolta saatu ehdotus aiheesta. Uuden Vera-asiakkuuden markkinointi on heille todella ajankohtaista, mutta resursseja markkinoinnin toteuttamiseksi ei juuri muiden kiireiden vuoksi ole. Siksi opinnäytetyö tulee todelliseen tarpeeseen ja käyttöön. Opinnäytetyö lisää myös omaa ammatillista osaamistani suuresti, sillä olen opinnäytetyön tekemisen myötä perehtynyt Celia-kirjaston toimintaan, Kirjasto kaikille -projektiin sekä saavutettavuuteen ja markkinointiin. Lisäksi markkinoinnin toteutus tuo minulle arvokasta kokemusta esiintymisestä ja eritoten erityisryhmille esiintymisestä, ja uskon tämän kokemuksen olevan tärkeää myös tulevaisuuden kannalta. Kirjastoja ja niiden palveluita markkinoidaan yhä enemmän, ja opinnäytetyön myötä sekä tietämykseni että kokemukseni markkinoinnista on kasvanut. Olen myös huomannut, että vaikka en lähtökohtaisesti ole markkinoinnin ammattilainen, voi omalla innokkuudella korvata paljon.

2 KIRJASTOJEN MARKKINOINTI

Markkinointi on nykyään osa päivittäistä elämää. Organisaatioille markkinointi on tärkeää, sillä ilman markkinointia omia tuotteita ja palveluita on vaikea saada asiakkaiden tietouteen ja sitä kautta kulutukseen. Markkinoinnista on hyötyä myös asiakkaille, sillä sen avulla voi saada tietoa ja vertailla tarjolla olevia tuotteita sekä palveluja. Mainonnan lisäksi markkinointi on esimerkiksi tuotekehittelyä ja asiakassuhteiden luomista, ja asiakkaiden tarpeet ovatkin markkinoinnin lähtökohta. Markkinoinnilla mahdollistetaan palvelun tarjoajan ja kuluttajan välinen vuoropuhelu, jonka tavoitteena palvelujen tarjoajan puolelta on paitsi myydä tuotettaan myös kehittää asiakassuhteita. Markkinointi on tärkeää liiketoiminnan lisäksi myös kuntien toiminnassa, kuten kirjastoissa. (Bergström & Leppänen 2007, 9–10, 12.)

Mielestäni Helinsky tiivistää kirjastojen markkinoinnin idean hyvin muutamaan lauseeseen. Hänen mukaansa kirjastojen tarkoitus ei ole markkinoinnillaan pyrkiä voittoon ja hyödyn maksimointiin, vaan paremminkin lisäämään tietoisuutta kirjastosta ja sen palveluista. Tavallaan markkinoinnin päätarkoitus on siis auttaa ihmisiä ja organisaatioita löytämään toisensa. (Helinsky 2012, 13–14.) Kirjastojen markkinointi on myös muuttunut vuosien varrella. Vielä vuonna 1998 markkinointiviestintä käsitettiin yksisuuntaisena kirjastosta kirjaston käyttäjälle. Vaikka tietyt keinot markkinoinnissa, kuten esimerkiksi oheismateriaalin jakaminen, ovat edelleen hyviä markkinointikeinoja, on markkinointiviestinnän käsitys nykyään erilainen. Nyt kohteena on asiakas, joka ei välttämättä ole edes kirjaston käyttäjä. Viestintä ei myöskään tapahdu enää pelkästään kirjastosta asiakkaille, vaan myös asiakkaat osallistuvat siihen sekä viestivät keskenään. Myös uusia markkinointikanavia on tullut. Tällaisia kanavia ovat esimerkiksi sosiaalinen media ja kirjaston kotisivut. Kirjaston kotisivut ovat suoramarkkinointia, ja näin ollen keskeinen markkinoinnin väline. Niiden kautta ihmiset saavat päivitettyä tietoa kirjaston sen hetkisistä palveluista. (Juntunen & Saarti 2014, 70–72, 74.)

Tämän opinnäytetyön tarkoitus ei ole luoda Oulaisten kaupunginkirjastolle kaikkia palveluja kattavaa markkinointisuunnitelmaa, vaan suunnitella Kirjasto kaikille -projektien tuomien palveluiden sekä jo ennestään kirjastolla olemassa olevien lukemisesteisten palveluiden markkinointia ja toteuttaa osa markkinoinnista. Markkinointisuunnitelmaan ei täten sisälly uusien toimintatapojen ja palveluiden innovointia, vaan tietyn palvelukokonaisuuden markkinointia.

2.1 Markkinointisuunnitelma

Suunnittelu on tärkeä osa markkinointia siksi, että muutoin markkinoinnissa tehtäisiin asioita miettimättä niitä loppuun saakka. Markkinointisuunnitelma auttaa selkeyttämään markkinointia ja pakottaa miettimään asioita tarkemmin, lisäksi sen seuraaminen tekee markkinoinnista johdonmukaisempaa. Markkinointia suunniteltaessa olisi hyvä keksiä uusia toimintatapoja ja markkinoinnin muotoja, jotta ei jäätäisi toistamaan vanhoja kaavoja. Markkinointi vaatii tekijältään siis uskallusta tehdä uusia asioita. Vanhoja tapoja kannattaa käyttää osana markkinointia, mutta Ropen mukaan ”- - toimintamalli pitäisi olla valittu siitä huolimatta, että niin on ennenkin toimittu, ei sen ansiosta, että niin on aina toimittu”. (Rope 1999, 205, 207.)

Helinsky suosittelee kirjastojen markkinointiin käytettäväksi neljää askelta: analyysiä, strategiaa, toteutusta sekä arviointia. Analysointivaiheessa tarkoituksena on saada kokonaiskuva organisaation todellisesta tilanteesta. Analysointivaiheeseen kuuluu organisaation analysointia ja kartoitus, jonka perusteella tiedetään mitä halutaan saada aikaan ja löydetään ongelmakohdat. Organisaation analysoinnissa voi käyttää erilaisia analysointimenetelmiä, esimerkiksi SWOT-analyysiä. SWOT-analyysin nimi tulee sen eri osa-alueista: vahvuudet (strengths), heikkoudet (weaknesses), mahdollisuudet (opportunities) ja uhat (threats). Mallissa osa-alueet jaetaan nelikenttään, jossa vahvuudet sekä heikkoudet sijoittuvat yläreunaan ja kuvaavat nykytilaa sekä sisäisiä tekijöitä, ja mahdollisuudet sekä uhat alareunaan kuvaamaan tulevaisuutta ja ulkoisia tekijöitä. Strategiaa tehtäessä huomioidaan organisaation tuotteen ja palvelut sekä asiakkaat, ja selvitetään tarjoaako organisaatio oikeaa palvelua oikeille asiakasryhmille. Strategiaa laatiessa voi käyttää erilaisia menetelmiä kuten analysoinnissakin. Kun suunniteltu markkinointi on toteutettu, on myös arviointi ja palautteen kerääminen tärkeää. Helinsky korostaa myös rehellisyyden tärkeyttä kaikissa vaiheissa, sillä muuten toiminta kuvaillaan sellaisena kuin sen haluttaisiin olevan ja kaunistella. Toiminta pitää kuvailla sellaisena kuin se on, jotta voidaan kehittyä ja korjata epäkohtia. (Helinsky 2012, 18, 21, 38, 64.)

Yritystulkin Markkinointisuunnitelman laatimisoppaassa on jaoteltu markkinointi kuuteen osaan: nykytilan analyysi, strategianvalinta, tavoitteiden asettaminen, toimintasuunnitelma, toteutus ja seuranta (Yritystulkki 2014, 3). Jotta markkinointisuunnitelmasta tulisi kattava, pyrin opinnäytetyössäni soveltamaan sekä Helinskyn ohjeita että käyttämään lisäapuna Yritystulkin opasta. Yritystulkin oppaan kuusi kohtaa käyvät pitkälti yhteen Helinskyn ohjeiden kanssa, mutta Yritystulkin oppaassa on myös paljon kilpailuun liittyviä asioita. Mielestäni kilpailunäkökulma on turha puhut-

taessa lukemisesteisten palveluista, sillä kyseisiä palveluja ei voi olla eikä ole liikaa ja näin ollen kilpaileminen muiden kanssa on turhaa. En siis ota mahdollisia kilpailijoita huomioon markkinointisuunnitelmassa. Yritystulkin opasta on käytetty tukena tämän opinnäytetyön analyysivaiheen tekemiseen: oppaan mukaan analyysissa on tärkeä kertoa tämänhetkisestä liikeideasta, asiakkaista ja tuotteesta (Yritysoapas 2014, 4). Kyseinen tieto löytyy kappaleista 6.1.1 Markkinoitava palvelu sekä 6.1.2 Tämänhetkiset asiakkaat.

2.2 Markkinointiesityksen suunnittelu

Tilaaja toivoi opinnäytetyön tuloksena syntyvän ainakin muutaman markkinointiesityksen, jotka myös esittäisin. Esitykset pidetään määritellyille ryhmille, ja esityksistä löytyy tietoa kappaleessa 6.2.2 Markkinointiesitykset.

Helinsky jakaa kirjassaan esityksen suunnittelun neljään osaan. Ensimmäisessä osassa määritellään esityksen tavoite; mikä on se ydinajatus jonka haluaa kuulijoille välittää? Toisessa osassa tehdään tilanneanalyysi. Tilanneanalyysiä tehtäessä mietitään esimerkiksi keistä kuulijakunta koostuu ja millainen on tila jossa esitys pidetään. Kolmannessa vaiheessa mietitään esityksen muotoilu, eli millaisia teknisiä apuvälineitä käyttää. Yleisin näistä on PowerPoint, jota rakennettaessa kannattaa muistaa pitää diat selkeinä ja fonttikoot suurina jotta kaikki erottavat mitä dioilla lukee. Neljäs vaihe on esityksen opettelu, jossa Helinsky rohkaisee käyttämään harjoitteluun aikaa mutta välttämään ulkoa opettelua. (Helinsky 2012, 90–92.)

Hyvässä esityksessä tulisi olla aloitus, keskikohta sekä yhteenveto ja lopetus. Hyvä aloitus vangitsee kuulijoiden huomion. Aloitus tulisi tehdä itselle hyvältä tuntuvalla tavalla, ja sellaiseksi riittää esimerkiksi yleisön tervehtiminen, itsensä esitteleminen ja kiittäminen mahdollisuudesta puhua tilaisuudessa. Jos varmuutta esiintymisestä löytyy, voi aloitusta maustaa vaikkapa kertomalla vitsin mutta myös kysymyksen esittäminen yleisölle on toimiva ratkaisu. Keskikohdassa esitystä on tärkeää ylläpitää kuulijoiden mielenkiinto. Äänen käyttö ja myös puheen tauottaminen ovat hyviä keinoja huomion kiinnittämiseksi, mutta myös kehonkielellä on suuri vaikutus. Kuulijoita tulisi tarkkailla, jotta esitystä voi mahdollisesti muuttaa tarvittaessa. Esityksen lopuksi olisi hyvä tehdä lyhyt yhteenveto esityksestä, mutta lopetus tulisi pitää lyhyenä sillä silloin kuulijoiden ajatukset ovat todennäköisesti jo siirtyneet muihin asioihin. (Helinsky 2012, 92–94.)

2.3 Sosiaalinen media markkinoinnissa

Sanastokeskus TSK määrittelee sosiaalisen median seuraavasti: ” tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita” (Sanastokeskus TSK ry 2010, 14). Lisäksi sosiaalisessa mediassa ryhmässä tekeminen ja yhteisöllisyys on usein yleistä. Sosiaalisia medioita ovat esimerkiksi blogit, yhteisöpalvelut kuten Facebook ja kuvapalvelut kuten Pinterest. (Haasio 2013, 9–10.)

Sosiaalinen media antaa kirjastoille mahdollisuuden luoda uudenlaista kirjastokulttuuria verkossa, ja sen kautta voikin edistää markkinointia eri kohderyhmille. Nykyään ihmisillä on paljon vaihtoehtoja toimintaa vapaa-ajalleen, joten kirjaston olisi hyvä näkyä ja kuulua. Sosiaalisen median avulla kirjastolla on mahdollisuus tavoittaa monenlaisia kohderyhmiä tehokkaasti ja edullisesti. (Haasio 2013, 14–15.)

Yksi suosituimpia sosiaalisia medioita on tällä hetkellä Facebook, ja se on käytössä myös Oulaisen kaupunginkirjastolla. Kun kirjasto perustaa Facebook-sivun, sillä on vaihtoehtona joko maksuton organisaatiolle tehty oma sivu tai maksullista mainontaa hyödyntävä oma sivu. Yleisin toiminta mitä kirjastot sivuillaan tekevät on tiedottaminen, esimerkiksi palveluista tai tapahtumista. Kirjastot voisivat kuitenkin myös herättää keskusteluja ja kommentointia Facebookissa asiakkaidensa kanssa. Vasta kun ryhmän jäsenet keskustelevat keskenään se siirtyy kohti yhteisöllisyyttä. Yhteisöllisyys on tavoiteltavaa kirjastojen sivustoilla ja vasta silloin voidaan puhua elävästä Facebook-yhteisöstä. Olisikin siis tärkeää ottaa myös asiakkaat osaksi Facebook toimintaa: reagoida käyttäjien kommentteihin ja pyrkiä tekemään julkaisuja joita käyttäjät voivat kommentoida. Kirjastojen tulisi myös seurata toisiaan Facebookissa ja jakaa muiden hyviä päivityksiä myös omille asiakkailleen. (Haasio 2013, 37–38.)

Facebookiin on mahdollista luoda myös ryhmiä. Ryhmän perustaminen ei ole kuitenkaan suositeltavaa organisaatioille. Facebook-ryhmä ja Facebook-sivu eroavat toisistaan siten, että sivun voi luoda ainoastaan organisaation virallinen edustaja, ryhmän voi perustaa kuka vain. Sivut ovat julkisia joten sinne pääsee kuka vain toimimaan, mutta ryhmät voivat olla joko avoimia tai suljettuja. Jos ryhmä on suljettu, vain ryhmän jäsenet näkevät mitä ryhmässä tapahtuu. Kirjaston kannalta sivun hyvä puoli on se, että sen kävijätietoja voi seurata, toisin kuin ryhmässä. (Haasio 2013, 48–49.)

Oulaisten kirjaston käyttämät sosiaaliset mediat ovat Facebook sekä Twitter. Facebookissa kirjasto toimii Jokilaaksojen kirjastojen sivuilla (<https://www.facebook.com/pages/Jokilaaksojen-kirjastot/151109698216>). Lisäksi Oulaisten kirjaston mediapajalla on olemassa oma Facebook-sivu Oulaisten kirjaston mediapaja (<https://www.facebook.com/mediapaja.oulainen?fref=ts>) ja Twitter-tili MediapajaOulainen (<https://twitter.com/MediaOulainen>), mutta ne ovat keskittyneet Mediapajan toimintaan. Oulaisten kirjaston asiakkailta on myös olemassa Facebook-ryhmä Oulaisten kirjasto, jonka ylläpitäjänä toimii kirjaston asiakas. Sosiaalinen media tullaan ottamaan huomioon tämän opinnäytetyön markkinointisuunnitelmassa. Kuitenkin opinnäytetyössä kyseessä oleva kohderyhmä, lukemisesteiset ihmiset, tuovat haasteensa sosiaalisessa mediassa markkinointiin. Siksi onkin tärkeää pyrkiä löytämään uusia ryhmiä ja sivustoja, esimerkiksi Facebookista, joita eritoten lukemisesteiset oulaistelaiset saattaisivat käyttää.

3 SAAVUTETTAVUUS

Kulttuuripalvelujen yhteydessä käytettävä saavutettavuuden käsite on tullut yleiseen käyttöön Suomessa vasta 2000-luvun vaihteessa. Saavutettavuuden ja esteettömyyden käsitteitä on käytetty Suomessa paljon rinnakkain, mutta nykyään saavutettavuutta pidetään esteettömyyttä laajempana terminä. Kulttuuripalvelun ollessa hyvin saavutettava, kaikilla ihmisillä on mahdollisuus käyttää sitä yksilön erilaisista olemuksista riippumatta. Kulttuuria kaikille -työryhmä toteaaakin että: ”Saavutettavuus syntyy poistamalla liikkumisen, näkemisen, kuulemisen ja ymmärtämisen esteitä”. (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 13.6.2014.) Esteettömyys käsitetään monesti fyysiseen ympäristöön liittyväksi, esimerkiksi että kaikkien on helppo päästä kerroksesta toiseen vammasta riippumatta. Vaikka esteettömyydellä tarkoitetaan usein rakennetun ympäristön esteettömyyttä, tarkoittaa se myös sitä että kaikki ihmiset voivat sujuvasti osallistua vaikkapa harrastuksiin ja työntekoon. (Invalidiliitto Ry 2010, viitattu 12.8.2014.) Esteettömyyttä voidaan siis pitää saavutettavuuden osa-alueena.

3.1 Saavutettavuuden osa-alueita

Saavutettavuus on todella laaja käsite, mutta se voidaan jakaa osa-alueisiin (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 13.6.2014). Alla on listattu saavutettavuuden eri osa-alueet.

Fyysinen saavutettavuus

Fyysisellä saavutettavuudella tarkoitetaan tilojen soveltumista kaikenlaisille ihmisille. Tiloja voi parantaa esimerkiksi rakentamalla riittävän suuria hissejä, liikkumisesteisille soveltuvia wc-tiloja sekä vastaanottotiskeille matalia osia (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 16.6.2014).

Saavutettavuus eri aistien avulla

Saavutettavuudella eri aistien avulla tarkoitetaan sitä, että otetaan huomioon kaikkien ihmisten hyötyminen aistimismahdollisuuksien monipuolisuudesta. Aistien avulla saavutettavuutta voi parantaa esimerkiksi selkeillä kulkuopasteilla, tekstityksillä videoissa tai vaikkapa induktiosilmukoilla. (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 16.6.2014.) Kuuloliitto ry:n verkkosivujen mukaan ”Induktiosilmukka on kuulovammaisen apuväline, joka siirtää magneettikentän välityksellä äänen suoraan kuulolaitteen vastaanottokelaan” (Kuuloliitto ry 2009, viitattu 12.8.2014). Tietoa välitettäessä ei kannata turvautua pelkästään äänen tai visuaalisen viestin varaan, vaan molemmat kei-

not tulisivat olla valittavissa asiakkaan tarpeiden mukaan (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 16.6.2014).

Tiedollinen saavutettavuus

Tiedollinen saavutettavuus on tiedon ymmärtämisen tekemistä helpommaksi. Ymmärtämistä voidaan helpottaa vaikkapa selkokieltä käyttämällä, tai kuvituksen lisäämistä kirjoitetun kielen tueksi. (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 16.6.2014.) Tiedollista saavutettavuutta parantaa myös tutustumistilaisuus, jossa asiakkaat pääsevät tutustumaan esimerkiksi rakennukseen ja työntekijöihin. Tutustumistilaisuudet sopivat monille ihmisryhmille, esimerkiksi lapsille, mielenterveyskuntoutujille ja kehitysvammaisille. Tutustumistilaisuudet helpottavat palvelun käyttöä koska tilaisuuden ympäristö on sen jälkeen tuttu. (Vammaiset ja kulttuuri -toimikunta 2004, 23, viitattu 16.6.2014.)

Tiedottamisen saavutettavuus

Tiedottamisen saavutettavuus tulee esille esimerkiksi esitteissä, verkkosivuissa tai mainonnassa. Tiedottamisen saavutettavuutta on tieto saavutettavuudesta ja esteettömyydestä, esimerkiksi liikkumisesteettömyydestä ilmoittaminen pyörätuolisymbolia käyttäen. (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 16.6.2014.) Jotta asiakkaat osaisivat hyödyntää tarjolla olevia palveluja, on niistä tiedotettava. Tiedotuksessa on otettava huomioon, millä tavalla palvelu on saavutettava ja siitä on kerrottava asiakkaille. Tällainen palvelu voisi olla esimerkiksi liikkumisesteetön ympäristö. Tiedottamisen saavutettavuus tarkoittaa myös tiedottamisen suuntaamista niille tahoille, joiden kautta haluttu asiakaskunta tavoitetaan. Tiedotusmateriaalin tulee myös olla suunniteltu ottaen huomioon esimerkiksi yleisön näkövammaisuuden tai huonokuuloisuuden. (Vammaiset ja kulttuuri -toimikunta 2004, 15–16, viitattu 16.6.2014.)

Taloudellinen saavutettavuus

Taloudellinen saavutettavuus tarkoittaa sitä, että palvelujen hinnat on suunniteltu niin, että kaikilla on mahdollisuus käyttää palvelua. Esimerkiksi lippujen hintaa on voitu porrastaa tai valita ajan-kohtia, jolloin liput ovat halvempia. (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 16.6.2014.)

Sosiaalinen ja kulttuurinen saavutettavuus

Sosiaalinen ja kulttuurinen saavutettavuus kertoo toiminnan sisällöstä. Kun toiminnan sisältö on saavutettava, se heijastaa valitun kohderyhmän kiinnostuksen kohteita. (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 16.6.2014.)

Asenteellinen saavutettavuus

Asenteellisella saavutettavuudella tarkoitetaan esimerkiksi toimintojen suunnittelijoiden ja rahoit-

tajien valveutuneisuutta ja kaikkien potentiaalisten käyttäjäryhmien huomioon ottamista. Tämä johtaa saavutettavuutta lisääviin tuloksiin (Kulttuuria kaikille -työryhmä 2002, viitattu 16.6.2014).

3.2 Kirjastopalveluiden saavutettavuus

Burgstahlerin mukaan kirjastopalvelut pitäisi suunnitella sellaisten ihmisten tarpeiden mukaan, jotka tarvitsevat jonkinlaista erityispalvelua, esimerkiksi vamman tai iän vuoksi. Kun kirjaston palvelut on suunniteltu soveltumaan erityisapua tarvitsevien ihmisten mukaan, voivat myös tavalliset käyttäjät asioida siellä ongelmitta. (2012, 1.)

Burgstahler on listannut ohjeita, joita noudattamalla kirjastosta tulee saavutettavampi. Fyysisen ympäristön tulisi olla helppokulkuinen ja turvallinen. Esimerkiksi kirjaston sijainti sekä lainaustiskin korkeus ja säädettävyys vaikuttavat fyysiseen saavutettavuuteen. Henkilökunnan täytyy pystyä työskentelemään kaikenlaisten asiakkaiden kanssa riippumatta esimerkiksi heidän kulttuuritautastaan tai toimintakyvystään ja tietää heille suunnatuista apuvälineistä joita kirjastossa on tarjolla. Tietolähteiden ja teknologian tulisi olla sellaisissa muodoissa, että ne ovat kaikenlaisten asiakkaiden käytettävissä. Esimerkiksi kirjaston tietokannan ja kotisivun tulisi olla saavutettavissa vaikkapa ruudunlukuohjelmalla, ja kirjaston kotisivulta ja esitteistä tulisi ilmetä kirjaston pyrkimys saavutettavana olemisesta. Myös kirjaston tapahtumien tulisi olla saavutettavia. Kaikkien tulee tuntee olevansa tervetulleita kirjaston tilaisuuksiin ja tilaisuuden sijainnissa tulee ottaa erityispiirteet, esimerkiksi liikkumisesteiset, huomioon. (Burgstahler 2012, 2–4.)

ESOK-verkoston sivuilla on nostettu Burgstahlerin tekstistä esille lisäksi apuvälineteknologian ja lainauspalvelun merkittävyys kirjaston saavutettavuudessa. Apuvälineistä korostetaan suurenusohjelmaa sekä ruudunlukuohjelmaa, ja kirjaston työntekijöiden tietoisuutta niin sähköisten kuin muidenkin palveluidensa saavutettavuusominaisuuksista. Lainauspalvelun tulisi palvella monilla tavoin sekä niitä asiakkaita jotka pääsevät kirjastoon, kuin niitäkin jotka eivät kirjastoon pääse. Kirjastoon pitää siis saada yhteys puhelimella ja sähköpostilla. (Esok.fi 2014, viitattu 1.8.2014.)

Selkokieli on hyvä keino tehdä kirjastojen markkinointimateriaaleihin helposti ymmärrettävää tekstiä. Selkokielen lähtökohtana ovat kielenhuollon suositukset sekä kirjoitusohjeet, mutta myös kirjoittajan luova panos on tärkeä. Selkokielen kirjoittamiseen pätevät suurilta osin samat säännöt kuin yleiskielenkin kirjoittamiseen, sillä se on suomen kielen muoto. (Virtanen 2012, 68–70.) Selkokielen määritelmä on muuttunut vuosien varrella, mutta Selkokeskuksen uusin määritelmä sel-

kokielestä on seuraava: ”Selkokieli on suomen kielen muoto, joka on mukautettu sisällöltään, sanastoltaan ja rakenteeltaan yleiskieltä luettavammaksi ja ymmärrettävämmäksi. Se on suunnattu ihmisille, joilla on vaikeuksia lukea tai ymmärtää yleiskieltä” (Selkokeskus 2014, viitattu 13.10.2014).

Mielestäni Kirjasto kaikille -projekti, jota esitellään tarkemmin luvussa 5.2 Kirjasto kaikille, edistää paljon yleisten kirjastojen aineiston saavutettavuutta. Varsinkin pienemmillä paikkakunnilla aineistoa voi olla vaikea hankkia tasavertaisesti myös lukemisesteisille ihmisille, sillä ei välttämättä tiedetä edes kuinka paljon lukemisesteisiä ihmisiä paikkakunnalla on. Näin ollen lukemisesteisille voi olla kirjastossa tarjolla vähemmän materiaalia kuin olisi kysyntää. Varsinkin äänikirjojen puolella tämä voi olla ongelma, sillä kustantajilta saatavien äänikirjojen valikoima on suppeampi kuin Celian tarjoamilla äänikirjoilla. Näin ollen Kirjasto kaikille -projekti tuo pilottikirjastoille materiaalia, joka tekee kirjaston palveluista aineiston osalta saavutettavamman.

4 OULAISTEN KAUPUNKI JA KIRJASTOPALVELUT

Oulainen on Pohjois-Pohjanmaalla sijaitseva kaupunki. Sen väkiluku oli vuoden 2013 lopussa 7772, joista 65 vuotta täyttäneitä oli 21,5 % väestöstä (Tilastokeskus 2014, viitattu 6.6.2014). Pelkästään yli 75-vuotiaiden määrän ennustetaan kuitenkin nousevan yli 15 %:iin väestöstä vuoteen 2030 mennessä (Mölläri 2012, 7). Näin ollen vanhusten määrä Oulaisissa tulee todennäköisesti kasvamaan.

Omien kokemuksieni mukaan Oulaisissa on laajat palvelut, joten uskon myös lukemisesteisten ihmisten parissa työskenteleviä tahoja löytyvän kohtuullisen paljon. Celian pilottikirjastojen pääkohderyhminä ovat heikosta näöstä kärsivät vanhukset sekä lapset ja aikuiset, joilla on lukivaikeus (Celia 2014h, viitattu 12.6.2014). Oulaisista löytyy monia vanhuksille suunnattuja palveluja, esimerkiksi palvelukoti Rantakartano, ja lukivaikeuksien kanssa ponnistelevia lapsia uskon löytävän ainakin erityiskoulusta. Lukivaikeudesta kärsiviä aikuisia voi kuitenkin olla vaikeampi tavoittaa. Aihetta käsitellään enemmän luvussa 6.2.1 Kohderyhmät.

4.1 Oulaisten kaupunginkirjasto

Oulaisten kaupunginkirjasto sijaitsee Pyhäjoen rannalla, ja se on osa Tiekkö-kirjastoja. Muut Tiekkö-kirjastot ovat Alavieskan, Kalajoen, Merijärven, Nivalan, Sievin sekä Ylivieskan kirjastot. Kaikki Tiekkö-kirjastot ovat pilottikirjastoina Celia-kirjaston Kirjasto kaikille -projektissa.

Oulaisten kaupunginkirjasto kuuluu Oulun maakuntakirjastoalueeseen. Vuoden 2013 tilastojen mukaan Oulaisten kaupunginkirjastolla oli 7,0 henkilötyövuotta, ja aukiolotunteja 1903 vuoden aikana. Lainaajia oli 41,62 % asukkaista, ja lainoja per asukas 18,68 kappaletta. Kokonaislainaus oli 146 571 kappaletta vuodessa. Vuoden 2013 aikana kirjastossa järjestettiin 153 tapahtumaa, joihin osallistui 2996 henkilöä, ja 125 käyttäjäkoulutusta, joihin osallistui 1879 henkilöä. (Kirjastot.fi 2013, viitattu 12.6.2014.)

4.2 Oulaisten kaupunginkirjaston palveluiden nykytila

Oulaisten kaupunginkirjasto tarjoaa monenlaisia palveluja. Tavallisen lainauspalvelun lisäksi Ou-

laisten kaupunginkirjastossa muun muassa järjestetään tapahtumia, kotipalvelua sekä ylläpidetään Pelihuonetta. Kirjaston palveluihin ovat kuuluneet kirjastoauto sekä Oulaskankaan sairaalan laitoskirjasto, mutta molemmat palvelut on jouduttu lopettamaan. Kirjastolla on kuitenkin jäljellä muita saavutettavuutta parantavia palveluja, ja niitä on myös pyritty kehittämään esimerkiksi KirjaVirku-projektin myötä, jonka seurauksena kirjasto alkoi järjestää KirjaVirku-kotipalvelutoimintaa.

Oulaisten kaupunginkirjaston saavutettavuutta tukevat myös sähköiset palvelut, joilla halutaan kompensoida aukioloaikojen riittämättömyyttä. Sähköisiin palveluihin kuuluvat muun muassa e-kirjat ja asiakkaiden mahdollisuus tarkastella omia tietojaan ja lainojaan verkkokirjaston kautta myös kirjaston ollessa kiinni. Vaikka kirjastoauto ja sairaalakirjasto on lakkautettu, on näiden palveluiden tilalle järjestetty korvaavaa toimintaa eikä kummankaan palvelun lakkauttamisesta ole tullut negatiivista palautetta. Sairaalakirjaston sijasta ylläpidetään kolmea avokokoelmaa, jotka palvelevat suppeaa lukijakuntaa hyvin, ja kokoelmien lainausluvut ovat todella hyviä. Avokokoelmat sijaitsevat Oulaskankaan sairaalassa, terveyskeskuksessa sekä palvelukoti Rantakartanolla. Kirjastoauton palveluja kompensoidaan kyläkoulujen siirtokokoelmilla, mutta aikuisille ja keskustassa yläkoulua käyville nuorille vastaavaa korvaavaa palvelua ei ole. (Petäjäsoja, haastattelu 8.7.2014; Suvanto, haastattelu 8.7.2014.)

4.2.1 KirjaVirku

KirjaVirku on projektityöntekijä Piia Hännisen aikavälillä 11.10.2010–31.11.2011 toteuttama projekti, jonka tarkoitus oli kehittää Oulaisten kaupunginkirjaston kotipalvelutoimintaa sekä tuoda virikkeitä ikäihmisille (Hänninen 2011, 1, 3–4). Mielestäni KirjaVirku-projekti on yksi tärkeä virsitanpylväs, millä Oulaisten kaupunginkirjasto on parantanut saavutettavuuttaan.

Projekti perustettiin, jotta saataisiin välitettyä kirjaston palveluita kunnan liikuntaesteisille ikäihmisille. Tavoitteena oli toteuttaa yhdenvertainen kirjastopalvelujen saatavuus niin kulttuurin kuin tiedonkin osalta ikäihmisille ja liikuntaesteisille, ja täten parantaa Oulaisten kaupunginkirjaston kotipalveluverkkoa. Projektilla haluttiin myös tuoda virikkeitä vanhuksille kirjallisuuden kautta. (Hänninen 2011, 1.)

KirjaVirku-projektia varten haettiin valtionavustusta 15 000 €. Erityisavustus saatiin, ja se käytettiin lähinnä maksamaan projektityöntekijän palkka. Kirjastolle hankittiin projektin aikana myös

kirjastovälineistöä, jotka parantavat heikentyneestä liikuntakyvystä ja näöstä kärsivien asiakkaiden kirjastonkäyttömahdollisuuksia. Tällaisia välineitä olivat suurennuslukulevyt, tukituolit, suurentava valolamppu ja isokirjaiminen näppäimistö asiakaspääteeseen. Lisäksi panostettiin isotekstisten, selko- ja äänikirjojen hankintaan. Kirjastovälineistön sekä kirjallisuushankintojen kustannukset kirjasto maksoi itse. (Petäjäsoja 2011, 1–2.) Kirjastolle tuolloin hankitut kirjastovälineistöt, jotka on tarkoitettu heikentyneestä liikuntakyvystä ja näöstä kärsiville, tulee mielestäni myös ottaa huomioon markkinointisuunnitelmaa tehtäessä, sillä ne voivat soveltua monelle Celia-palvelujen käyttäjälle.

Hännisellä oli kaksi päätehtävää projektinsa aikana; luoda uusia kotipalveluasiakas-suhteita, ja pitää viriketunteja paikallisissa palveluasuntoloissa sekä hoitolaitoksissa. Lisäksi hän piti kirjastossa kaksi lukemisharrastusta tukevaa yleisötilaisuutta. Kotipalvelun ja viriketuntien kautta tavoitettiin 80, ja luennoilla sekä tapahtumilla noin 100 ikäihmistä. (Petäjäsoja 2011, 1.) Yhteistyökumppaneina projektissa toimivat Oulaisten sosiaalitoimen Kotihoito sekä vanhusten Päiväkeskus, Rohtokujan pienkoti ja palvelukoti Rantakartano. Yhteistyötä tehtiin myös Taukokankaan hyvinvointikeskuksessa järjestetyn IKKU-projektin vetäjien kanssa. (Hänninen 2011, 1–2.)

Yksi osa Hännisen työtä oli kartoittaa kotipalvelusta kiinnostuneita asiakkaita. Tämä tapahtui siten, että yhteistyökumppani Kotihoidon hoitajat jakoivat asiakaskäynneillään kirjaston laatimia lupalappuja. Lupalapuissa oli tietoa kirjaston kotipalvelusta, ja lisäksi niissä pyydettiin lupaa tulla asiakkaan kotiin tarjoamaan kirjastopalveluja. Kun asiakas palautti lupalapun Kotihoidon hoitajan välityksellä kirjastolle, Hänninen sopi tapaamisen asiakkaan kanssa. Ensimmäisellä tapaamiskerralla kartoitettiin asiakkaan lukutottumukset ja häntä kiinnostavat aiheet, joiden perusteella toimittava kirjastoaineisto jatkossa hänelle valikoitaisiin. (Hänninen 2011, 1.)

Viriketunnit olivat toinen tärkeä osa projektia. Viriketunteja järjestettiin vanhusten Päiväkeskuksessa, Rohtokujan pienkodissa sekä palvelukoti Rantakartanossa, ja yhteensä niitä pidettiin 150 kertaa. Viriketuntien tarkoitus oli piristää ikäihmisten päiviä kirjallisuuden kautta. Aiheina viriketunneilla olivat vanhoista ajoista kertovat tarinat, juhlat sekä merkkipäivät, ja näiden avulla oli tarkoitus herätellä muistoja sekä keskustelua vanhuksissa, joiden joukossa oli myös muistisairaita. (Hänninen 2011, 2–3.)

Kirjasto järjesti projektin aikana kaksi tapahtumaa. Ensimmäisessä tapahtumassa luennoitettiin lukemisen apuvälineistä näkövammaisille, kerrottiin silmäsairauksista sekä näön heikkenemisestä ja Celia-kirjastosta. Toinen tapahtuma oli Eläkeliiton Oulaisten yhdistyksen kokouksen yhteydes-

sä. Tapahtumassa kerrottiin, mitä kirjastolla on tarjota ikäihmisille. (Hänninen 2011, 4–5.)

Projektin avulla kirjasto kehitti uusia palveluratkaisuja sekä sai uusia asiakkaita. Projektin loputtua kotipalvelutoiminta on jatkunut, mutta viriketuntien järjestämiseen ei ole riittänyt resursseja. Ikäihmiset tulevat olemaan yksi kirjaston erityiskohderyhmistä myös tulevaisuudessa. (Petäjäsoja 2011, 1–3.)

4.2.2 Kotipalvelu

Kirjastojen ylläpitämä kotipalvelutoiminta on yleisten kirjastojen järjestämä palvelumuoto, joka tuo kirjastopalvelut niille kunnan asukkaille, jotka eivät voi käydä kirjastossa esimerkiksi vamman tai sairauden vuoksi. Yleensä kirjastojen kotipalvelutoiminta toimii siten, että kirjastossa valitaan aineistoa asiakkaalle tämän omien mieltymysten mukaan, ja aineisto toimitetaan asiakkaalle joko kirjaston tai jonkun toisen tahon toimesta. Kirjaston kotipalveluasiakkaiden määrän uskotaan tulevaisuudessa kasvavan, sillä väestön keski-ikä on nousussa ja ikääntyneiden määrä kohoamassa. Tulevaisuuden kotipalveluasiakkaiden uskotaan myös olevan koulutetumpia ja kielitaitoisempia. (Laakso 2010, 9–10.)

Oulaisten kaupunginkirjaston kotipalvelutoiminta kulkee nimellä KirjaVirku-kotipalvelu. Se on liikuntaesteisille ja näkörajoitteisille Oulaistelaisille tarkoitettu palvelu. KirjaVirku-kotipalvelu toimittaa asiakkaille kirjastoaineistoa laidasta laitaan, ja palvelu on maksuton sekä sakoton. Kirjastoaineisto voidaan toimittaa kotipalveluasiakkaalle kolmella tapaa: taajamassa asuvalla asiakkaalle aineiston vie kirjaston työntekijä, taajaman ulkopuolella asuville sosiaalitoimen kotihoidon asiakkaille aineiston vie kotihoidon työntekijä, ja palvelutaksilla tai -bussilla keskustassa asioivat kotipalvelun asiakkaat voivat pyytää kirjastolta valmista kirjakassia noudettavaksi kirjaston ovelta. (Oulaisten kaupunki 2011, viitattu 13.6.2014.)

Oulaisten kaupunginkirjastolla on kuusi kotipalveluasiakasta. Oulaisten kirjastossa kotipalvelu koetaan haastavaksi, sillä kotipalveluasiakkaalle suunnattua materiaalia, esimerkiksi kustantajilta tilattavia äänikirjoja, on melko vähän. Lisäksi kotipalvelu työ vaatisi enemmän aikaa. Positiivisena kuitenkin koetaan toiminnan säännöllisyys, sillä kotipalvelukierros tehdään kerran kuukaudessa. Lisäksi Celian Kirjasto kaikille -projektin toivotaan tuovan apua aineiston hankintaan. Kirjaston kotipalvelutoiminta Oulaisissa on kuitenkin hiipunut, ja lisää asiakkaita toivottaisiin saavutettavan. (Suvanto, haastattelu 8.7.2014.) Oulaisten kaupunginkirjaston kotipalvelutoiminnan koetaankin

tarvitsevan jatkuvaa markkinointia jotta tavoitettaisiin uusia sukupolvia. Jatkuvuuden vuoksi myös hoitohenkilökunnalle markkinointi koetaan tärkeäksi. (Petäjäsoja, haastattelu 8.7.2014.)

4.2.3 Koulukirjastot

Oulaisten kaupunginkirjasto ylläpitää kokoelmia kyläkouluilla. Koulukirjastot sijaitsevat Jauhinkankaalla, Lehtopäässä, Matkanivassa sekä Petäjäskoskella. Jokaisella koululla on noin 600–950 kirjaa, ja koulut saavat uusia kirjoja sekä kiertokirjoja neljästi vuodessa. (Oulaisten kaupunki 2011, viitattu 13.6.2014.) Oulaisten koulukirjastoilla on hyvät lainatilastot, ja yhteistyö koulujen kanssa koetaan sujuvaksi (Petäjäsoja, haastattelu 8.7.2014).

5 CELIA-KIRJASTO

Celia-kirjasto on valtion erikoiskirjasto, jonka tavoite on edistää lukemisesteisten tasa-arvoa mahdollistamalla kirjallisuuden ja tiedon saanti saavutettavassa muodossa. Celian asiakkaaksi voivat päästä henkilöt, joilla on vaikeuksia lukea tavallisia kirjoja jonkin vamman tai sairauden vuoksi. Myös laitokset ja yhteisöt, jotka toimivat lukemisesteisten parissa, voivat päästä Celian asiakkaiksi. (Celia 2014a, viitattu 6.6.2014.) Tällä hetkellä Celialla on noin 25 000 asiakasta, mutta Pohjoismaisen arvion mukaan vähintään 250 000 henkilöllä Suomessa on vaikeuksia lukea painettua kirjaa. Tämä tarkoittaa että suomen väestöstä noin viisi prosenttia olisi Celian potentiaalisia asiakkaita, mutta vain 0,5 %:lla suomen väestöstä on tällä hetkellä asiakkuus. (Celia 2014h, viitattu 10.6.2014.)

Celian on perustanut Kirjoja Sokeille -yhdistys vuonna 1890. Vuonna 1978 Celia siirtyi Valtion omistamaksi erikoiskirjastoksi, jonka myötä asiakkaiksi alettiin ottaa sokeiden lisäksi myös muita lukemisesteisiä. Nykyään Celian toimintaa tukevat laki ja asetus näkövammaisten kirjastosta. (Celia 2014g, viitattu 9.6.2014.) Laissa näkövammaisten kirjastosta määrätään muun muassa, että näkövammaisten kirjaston tulee antaa lukemisesteisille mahdollisuus tiedonsaantiin, opiskeluun sekä kirjallisuuden ja taiteen harrastamiseen (Laki näkövammaisten kirjastosta 638/1996 1:2§).

5.1 Celian palvelut

Celian asiakkuutta voivat hakea henkilöt, joilla on jokin lukemiseste. Celia lainaa asiakkailleen kauno- ja tietokirjallisuutta maksutta, mutta se myös valmistaa ja myy oppikirjoja saavutettavassa muodossa. Korkeakoulujen oppikirjat ovat lainattavissa maksutta, mutta peruskoulun, lukion ja ammattioppilaitosten oppikirjoista asiakkaan on maksettava. Celia tekee vuosittain noin 30 % Suomessa julkaistusta kirjallisuudesta saavutettavaan muotoon. (Celia 2014a, viitattu 6.6.2014.)

Celian kokoelmassa on kirjallisuutta monessa muodossa. Kokoelmassa on noin 40 000 äänikirjaa tietokirjallisuudesta elämäkertoihin ja lasten kirjoihin. DaisyTrio-kirjat ovat kirjoja, joissa on äänen lisäksi myös teksti ja kuvia. DaisyTrio-kirjat soveltuvat hyvin lapsille ja nuorille joilla on lukivaikeuksia, ja niitä on lähinnä peruskoulujen oppikirjoina. Kirjaston äänikirjojen joukossa on myös 140 nimekettä selkokielistä äänikirjoja, joiden kieli ja sisältö on muutettu helposti ymmärrettäväksi.

Koskettelukirjat ovat värikkäitä kuvakirjoja, jotka sisältävät eri materiaaleista tehtyjä tunnusteltavia kuvia. Kuvien lisäksi kirjoissa on tekstiä joko tavallisin kirjaimin tai pistekirjoituksella. Luetaan yhdessä -kuvakirjat puolestaan ovat tavallisia kuvakirjoja, joihin on liitetty pisteteksti läpinäkyvälle muoville kirjoitettuna. Celian kokoelmassa on tällä hetkellä noin 4000 pistekirjaa suomeksi, ruotsiksi ja vierailta kielillä. Pistenuotteja puolestaan on noin 500 kappaletta. Kirjaston elektronisissa kirjoissa ei ole ääntä, vaan pelkästään teksti ja mahdollisesti kuvia. Vain näkövammaisten käyttöön tarkoitetut Luetus-kirjat sisältävät ainoastaan tekstin, joka useimmiten kuunnellaan tietokoneen koneäänellä tai luetaan pistenäytöltä. (Celia 2014b, viitattu 6.6.2014.)

Celian ylläpitää Celianet-verkkopalvelua, jonka kautta voi hakea aineistoa sekä lainata sitä, tehdä varauksia sekä tarkastella omia lainojaan ja muuttaa tietojaan (Celia 2014k, viitattu 8.9.2014). Celianetin kautta asiakas voi myös saada lainaamansa kirjat verkon välityksellä, jolloin hänen tulee olla Vera-asiakas. Vera-asiakas voi lainata äänikirjoja suoraan internetistä kuunneltavaksi tai ladata kirjan itselleen. Ladattua kirjaa voi kuunnella erilaisilla laitteilla, esimerkiksi tabletilla, älypuhelimella tai Daisy-soittimella. Koska Celian tuottamat äänikirjat ovat Daisy-formaatissa laitteella, jolla kirjaa kuunnellaan, tulee olla jokin Daisy-formaattia tukeva ohjelma, jotta kirjan kaikki ominaisuudet tulisivat käyttöön. Daisy-formaattia tukeva ohjelma on esimerkiksi AMIS-lukuohjelma. (Celia 2014i, 39–41, viitattu 24.9.2014.) Celian oppikirjavalikoimaan kuuluvia kirjoja voi puolestaan ostaa Oppari-verkkokaupasta. Oppikirjoja on tarjolla äänikirjoina, DaisyTrio-kirjoina, pistekirjoina sekä elektronisina Luetus-kirjoina. (Celia 2014c, viitattu 6.6.2014.)

Celia tarjoaa asiakkailleen lainauspalveluiden lisäksi myös muita palveluja. Celian asiakas voi lainata teoksia myös muista Pohjoismaiden erityiskirjastoista (Celia 2014d, viitattu 9.6.2014). Celian asiakkaille on tarjolla kirjakerhoja, sekä lukuvinkkejä (Celia 2014e, viitattu 9.6.2014). Lapsille tarkoitettu Pikku-Celia on Celia kirjaston lastenosasto, jossa lapset voivat käydä esimerkiksi valitsemassa kirjoja äänikirjoista luetaan yhdessä -kirjoihin. Pikku-Celiassa järjestetään myös satutunteja, ja kirjaston kirjavinkkari käy vinkkaamassa kirjoja Jyväskylän Näkövammaisten koululla sekä Helsingin Svenska Skolan för Synskadadessa noin kerran vuodessa. (Celia 2014f, 9.6.2014.)

5.2 Kirjasto kaikille

Kirjasto kaikille -kumppanuusprojekti alkoi vuonna 2013, ja sen tarkoitus on kehittää yleisten kirjastojen ja Celia-kirjaston yhteistyötä. Projektilla tavoitellaan Celian äänikirjojen aseman vakiin-

nuttamista yleisten kirjastojen palveluiden osaksi ja kirjojen tuomista lähemmäs käyttäjiä. Lisäksi toivotaan yleisten kirjastojen henkilöstön tietoisuuden kasvamista Celian äänikirjoista ja niiden kohderyhmistä. Yleisten kirjastojen näkökulmasta katsottuna tavoitteena on lisätä aineiston saatavuutta ja tämän myötä saada uusia asiakasryhmiä ja kasvattaa lainalukuja. Projektissa on mukana yli 30 pilottikirjastoa, joiden joukkoon mahtuu niin yksittäisiä kirjastoja kuin kirjastokimppejäkin joka puolelta Suomea. Itse pilotit toteutetaan syksyllä 2014 ja keväällä 2015. (Celia 2014h, viitattu 10.6.2014.)

5.2.1 Pilottikirjastot ja Vera-asiakkuus

Syksyllä 2014 pilottikirjastojen henkilökunta saa käyttöönsä Celian kirjastojärjestelmän. Tämän jälkeen yleisen kirjaston henkilökunta voi rekisteröidä asiakkaitaan Celian Vera-asiakkaiksi ilman, että asiakkaan tarvitsee hakea Celian asiakkuutta. Asiakkaaksi hyväksyminen tapahtuu siten, että yleisen kirjaston työntekijä toteaa asiakkaan täyttävän Celian asiakkuuden vaatimukset eikä siitä tarvitse toimittaa kirjallista todistusta. Yleisen kirjaston työntekijä käy asiakkaan kanssa läpi Celian käyttöoikeuteen liittyvät asiat, jonka jälkeen yleinen kirjasto toimii ainoastaan aineiston välittäjänä ja asiakkaalla on vastuu aineiston käytöstä. (Celia 2014i, 43.)

Vera-asiakkaana asiakas voi itsenäisesti lainata äänikirjoja sekä DaisyTrio-kirjoja Celianetistä. Vera-asiakkaalla on kaksi vaihtoehtoa äänikirjojen lainaamiseen: kuunnella kirja suoraan internet selaimella tai ladata kirja koneelle. Jos asiakas lataa kirjan, voi hän kuunnella sitä haluamallaan laitteella eli tietokoneen lisäksi esimerkiksi tabletilla, älypuhelimella tai Daisy-soittimella. Asiakas voi ladata äänikirjan myös esimerkiksi muistitikulle. (Celia 2014i, 38–40.) Jos asiakas ei kuitenkaan syystä tai toisesta pysty käyttämään Vera-asiakkuutta, yleinen kirjasto voi ladata kirjan asiakkaalle käyttäen kirjaston Vera-tunnuksia tai lainata kirjan Celia-kirjastosta cd-rom-muodossa käyttämällä kirjaston cd-levy-käyttäjätunnusten kautta (Celia 2014j, 4).

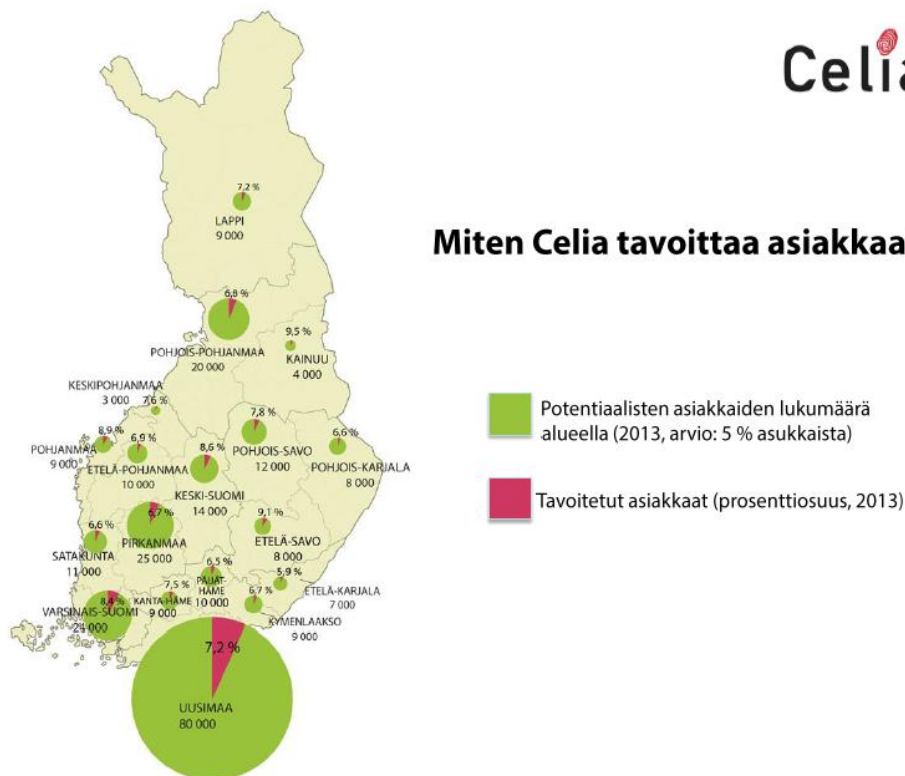
Pilottikirjastot alkavat toimimaan Celia-asiakkaidensa asiakaspalvelupisteinä, eli he eivät ainoastaan toimita äänikirjoja vaan antavat myös neuvontaa asiakkailleen. Celian ja yleisten kirjastojen yhteistyön toivotaan helpottavan potentiaalisten asiakkaiden tavoittamista sekä laajentavan asiakaskunnan ikärakennetta, jolloin Celian palvelujen piiriin saataisiin lisää eritoten lapsia ja nuoria. (Celia 2014i, 9–10.) Celian sisarkirjasto MTM (Myndigheten för tillgängliga medier) Ruotsissa on onnistunut tavoittamaan Suomeen verrattuna suuren määrän lukihäiriöisiä lapsia ja nuoria. Vuonna 2009 avatussa MTM:n verkkopalvelussa oli vuonna 2012 n. 5000 alle 18-vuotiasta käyttäjää,

ja lukema nousi yli 10000 vuoteen 2013 mennessä. (Maarno 2013, viitattu 11.6.2014.)

Yleiset kirjastot voivat entistä paremmin palvella kaikkia kuntalaisia, myös niitä jotka eivät voi lukea painettuja kirjoja. Tämän kautta kirjastot myös edistävät tasa-arvoa ja lukemista. Pilottikirjastot saavat uusien asiakkaiden lisäksi myös laajemman valikoiman äänikirjoja sekä lisää lainoja. Asiakkaat puolestaan saavat henkilökohtaisempaa asiakaspalvelua, ja erityisryhmien oikeus käyttää valtaväestön palveluja paranee. (Celia 2014i, 11–12.)

5.2.2 Oulaisten kaupunginkirjasto pilottikirjastona

Oulaisten kaupunki sijaitsee Pohjois-Pohjanmaalla. Celian koulutusmateriaalista pilottikirjastoille (katso kuvio 1) ilmenee, että Pohjois-Pohjanmaalla olisi noin 20 000 potentiaalista Celian asiakasta eli noin 5 % alueen väestöstä, mikä on arvio vuodelta 2013. Kuitenkin vuonna 2013 Celia tavoitti Pohjois-Pohjanmaalla vain 6,8 % potentiaalisesta asiakasmäärästä, eli 1360 henkilöä. (Celia 2014i, 8.) Tämän perusteella voidaan olettaa, että myös Oulaisissa on paljon potentiaalisia Celian asiakkaita, jotka jäävät vielä Celian palvelujen ulkopuolelle.



KUVIO 1. Miten Celia tavoittaa asiakkaat (Celia 2014i, 8.)

Oulaisten kaupunginkirjasto on jo ennestään toiminut Celian yhteisöasiakkaana. Tällöin kirjastolla on ollut käyttötili Celian verkkopalveluun ja cd-rom-levyjen lainaamiseen, ja kirjasto on voinut välittää omille lukemisesteisille asiakkailleen Celian aineistoja (Celia 2014i, 17). Kirjaston ollessa pilottikirjasto se voi syksystä 2014 lähtien kuitenkin myös rekisteröidä asiakkaitaan Celian Vera-asiakkaiksi. Toisin sanoen kun kirjasto yhteisöasiakkaana toimitti äänikirjoja omille lukemisesteisille asiakkailleen, nyt se voi lisäksi antaa asiakkailleen käyttöoikeudet Celian verkkopalveluihin, joten asiakkaat voivat itsenäisesti lainata äänikirjoja. Mielestäni voidaan sanoa, että Oulaisten kaupunginkirjaston ja muiden pilottikirjastojen saavutettavuus paranee, kun se voi antaa lukemisesteisille asiakkaille laajemmat mahdollisuudet löytää ja lukea kirjallisuutta.

Oulaisten kaupunginkirjaston toivotaan projektin kautta saavan uusia asiakkaita ja asiakaskuntia, jotka eivät ole vielä tietoisia kirjaston tarjoamista lukemisesteisten palveluista ja voisivat tarvita näitä palveluja (Petäjäsöja, haastattelu 8.7.2014). Lisäksi kirjastossa odotetaan Celian tarjoamaa suurempaa äänikirjojen valikoimaa, josta löytyy aineistoa laajemmalle joukolle lukemisesteisiä asiakkaita vauvasta vaariin, sillä kustantajilta tilattavissa olevien äänikirjojen valikoima on Celian äänikirjoihin verrattuna suppea (Suvanto, haastattelu 8.7.2014).

6 MARKKINOINTISUUNNITELMA

Markkinointisuunnitelma tehdään, jotta saataisiin selkeä kuva ja toimintasuunnitelma siitä, miten lukemisesteisten kirjastopalveluita aletaan markkinoida. Suunnitelman teorialueena on käytetty Helinsyn ohjeita markkinointisuunnitelman tekemiseen, ja niihin on haettu tukea Yritystulkin oppaasta. Markkinointisuunnitelman teoriapohja esitellään kappaleessa 2 Kirjastojen markkinointi. Markkinointisuunnitelma on jaettu kolmeen osaan: analyysiin, strategiaan ja toteutukseen. Tulokset ja arviointi esitellään kappaleessa 7 Tulokset ja johtopäätökset.

6.1 Analyysi

Analysoinnin tarkoitus on kartoittaa tämänhetkinen tilanne. Siinä määritellään markkinoitavaa palvelua sekä asiakaskunta, joka on jo saavutettu. SWOT-analyysin avulla pyritään selvittämään, palvelun vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. SWOT-analyysin tulokset ovat apuna strategia vaiheessa kun suunnitellaan tehtäviä toimia. Tulokset auttavat nostamaan esille palvelun vahvat kohdat ja jättämään taustalle mahdolliset heikkoudet tai korjaamaan ne. Markkinoinnin myötä saavutettavaksi toivotut tavoitteet ovat myös kirjattuna tähän kappaleeseen.

6.1.1 Markkinoitava palvelu

Markkinoitavat palvelut ovat Oulaisten kaupunginkirjaston lukemisesteisten palvelut. Nämä palvelut voidaan jakaa kahteen osaan: jo olemassa olevat palvelut ja Kirjasto kaikille -projektin mukanaan tuomat palvelut. Sekä olemassa olevat että uudet palvelut kootaan markkinoitavaksi kokonaisuudeksi, sillä ne tukevat toisiaan. Lisäksi jo olemassa olevia palveluja kuten KirjaVirkku-kotipalvelua ei juurikaan markkinoida kirjastossa resurssipulan vuoksi, joten nyt niitä on otollinen hetki markkinoida Kirjasto kaikille -projektin markkinoinnin ohessa.

Entuudestaan olemassa olevia lukemisesteisille sekä heikentyneen liikuntakyvyn omaaville asiakkaille suunnattuja palveluja ovat suurennuslukulevyt, tukituolit, suurentava valolamppu ja isokirjaiminen näppäimistö asiakaspääteeseen. Kirjaston kokoelmiin kuuluu isotekstisiä kirjoja sekä selko- ja äänikirjoja, ja niitä hankitaan lisää vuosittain. KirjaVirkku-kotipalvelu on kuitenkin tällä hetkellä merkittävin lukemisesteisten ja heikon liikuntakyvyn omaavien palvelu Oulaisten kaupun-

ginkirjastolla, ja se tarvitsisi enemmän markkinointia. Kotipalvelutoiminta onkin tärkeä ottaa suureksi osaksi markkinointia, eritoten ikääntyneille heikkonäköisille markkinoitaessa.

Uudet palvelut, joilla pääpaino markkinoinnista on, ovat Kirjasto kaikille -projektin mukana tulevat palvelut, jotka järjestetään yhteistyössä Celia kirjaston kanssa. Projektin myötä Oulaisten kirjaston henkilökunta voi myöntää asiakkaalleen Celia-kirjaston Vera-asiakkuuden. Vera-asiakkaat lainaavat kirjoja itsenäisesti Celianet-verkkopalvelusta. Lainattuaan kirjan asiakkaat voivat kuunnella kirjaa joko suoraan Internet-selaimelta tai ladata kirjan kuunneltavaksi haluamallaan laitteella. Oulaisten kirjaston henkilökunta kertoo asiakkailleen Celian käyttöoikeuksista, mutta lisäksi he antavat neuvontaa Celiaan ja Vera-asiakkuuteen liittyvissä asioissa. Asiakkaiden kannalta tämä tarkoittaa siis sitä, että he saavat Oulaisten kirjastosta käyttöoikeuden Vera-asiakkuuteen ja lisäksi neuvontaa ja tukea sen käyttämiseen. Oulaisten kirjasto on myös Celian yhteisöasiakas, joten jos Oulaisten kirjaston asiakas ei pysty syystä tai toisesta käyttämään Vera-asiakkuutta, kirjaston henkilökunta voi ladata sen hänelle käyttämällä kirjaston omia Vera-tunnuksia tai lainata sen cd-rom-levynä kirjaston Celia-tunnuksia käyttäen.

6.1.2 Tämänhetkiset asiakkaat

Tämänhetkisiä lukemisesteisiä asiakkaita Oulaisten kaupunginkirjastolla on kohtuullisen vähän. Kirjasto kaikille -projektin kohderyhmät ovat lukemisesteiset lapset ja aikuiset sekä ikääntyneet heikkonäköiset. Oulaisten olemassa oleva lukemisesteinen asiakaskunta koostuu tietävästi kahdesta näkövammaisesta kotipalveluasiakkaasta. Sen sijaan lukivaikeudesta kärsiviä lapsia ja aikuisia ei ainakaan tiedetä olevan asiakaskunnassa. (Suvanto, haastattelu 8.7.2014.) Näin ollen tämä markkinointisuunnitelma on onnistuessaan kirjastolle ja mahdollisille tuleville asiakkaille tärkeä, sillä kirjasto voi sen myötä saada uusia asiakkaita ja asiakkaat heille soveltuvia palveluita.

6.1.3 SWOT-analyysi

SWOT-analyysillä pyritään selvittämään markkinoitavan palvelun vahvuudet ja mahdollisuudet sekä heikkoudet ja uhat. SWOT-analyysi auttaa hahmottamaan sekä tämänhetkistä tilannetta (vahvuudet ja heikkoudet) että tulevaisuutta (mahdollisuudet ja uhat), ja täten se on hyödyllinen työkalu markkinointisuunnitelmaa tehtäessä. Analyysin antama kokonaiskuva kertoo, mitä markkinoinnissa kannattaisi korostaa ja mitä jättää pois. Sen pohjalta ruvetaan ideoimaan ja rakenta-

maan markkinoitavia palveluita, ja pyritään tekemään niistä toimivia.

Tauluko 1 esittää Oulaisten kirjaston lukemisesteisten palveluiden SWOT-analyysin. Vahvuudet, kuten toimiva kotipalvelu ja Celian palvelut, kannattaa nostaa etusijalle markkinoinnissa. Erityisesti lukivaikeuteen kiinnitetään markkinoinnissa huomiota, sillä se on yleinen lukemisesteisyyden ilmenemismuoto. Lukivaikeus pyritään esittämään markkinoitaessa positiivisessa valossa, sillä se on monelle arka aihe. Onnistuessaan markkinointi tuo kirjastolle paljon uusia asiakkaita, jotka todella hyötyvät saamistaan palveluista. Markkinointi täytyy kuitenkin aloittaa melko puhtaalta pöydältä, sillä KirjaVirkku-kotipalvelua ei juuri ole markkinoitu ja Kirjasto kaikille -projektin tuomat palvelut ovat uusia. Lisäksi aihe voi olla herkkä monelle ihmiselle, joten markkinointi vaatii hienovaraisuutta. Uhkana onkin, että palvelua ei oteta myönteisesti vastaan tai että potentiaaliset asiakkaat eivät uskalla hyödyntää palvelua hävetessään sen tarvetta. Markkinoinnin täytyykin siis pyrkiä antamaan positiivinen kuva mahdollisille asiakkaille; kirjasto haluaa juuri sinut asiakkaaksi ja tahtoo palvella sinua tarvitsemallasi tavalla!

TAULUKKO 1. SWOT-analyysi lukemisesteisten palveluista Oulaisten kirjastossa.

| | |
|--|---|
| <p>VAHVUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lukemisesteisten palvelut parantavat lukemisesteisten yhdenvertaisuutta muihin asiakkaisiin nähden. - KirjaVirkku-kotipalvelun kautta saa kirjastoaineistoa vaikka ei pystyisi kirjastoon tulemaan. - Kirjasto kaikille -projektin myötä asiakkaille on tarjottavissa laajasti äänikirjoja. - Tukee elinikäistä oppimista myös lukemisesteisille. - Lukivaikeuteen lapsilla ja aikuisilla kiinnitetään enemmän huomiota. | <p>HEIKKOUEDET</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lukemisesteisten palveluista ei aiemmin ole juurikaan tiedotettu. - Lukivaikeus on arka aihe niin aikuisille kuin lapsillekin. - Lukemisesteisten asiakkaiden määrä on tällä hetkellä pieni. - Resursseja palvelun markkinointiin tulevaisuudessa on rajoitetusti. |
| <p>MAHDOLLISUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kirjasto voi saada uusia lukemisesteisiä asiakkaita. - Asiakkaat ottavat palvelun avosylin vastaan ja käyttävät sitä. - Monet ihmiset haluavat Vera-tunnukset. - Tietoisuus niin Celiasta kuin Oulaisten kirjaston palveluista leviää. - Lukivaikeuteen aletaan kiinnittää aiempaa enemmän huomiota esimerkiksi kouluissa. | <p>UHAT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Palvelu otetaan kielteisesti vastaan eri tahoilla. - Ihmiset eivät uskalla käyttää palvelua. |

6.1.4 Tavoitteet

Tavoitteena on luoda myönteistä kuvaa kirjaston tarjoamista lukemisesteisten palveluista ja levittää tietoa niistä. Lisäksi markkinoinnin toivotaan innoittavan mahdollisimman monta uutta asiakasta tulemaan kirjastoon ja liittymään kotipalveluasiakkaaksi tai Vera-asiakkaaksi. Tavoitteena on myös onnistunut markkinointimateriaali, josta kirjastolle on hyötyä myös tulevaisuudessa ja

jota myös muut kirjastot voisivat markkinoinnissaan hyödyntää.

6.2 Strategia

Strategian pohjalla käytetään analyysivaiheessa koottuja tietoja. Tässä kappaleessa tarkoituksena on määritellä kohderyhmät ja mitä reittejä ne saavutetaan. Strategia vaiheessa myös kootaan markkinointimateriaalia, suunnitellaan markkinointiesitykset sekä mahdolliset tapahtumat ja suunnitellaan tiedottaminen asiakkaille.

6.2.1 Kohderyhmät

Kohderyhmien laajempi segmentointi, eli kohderyhmien jaottelu, on opinnäytetyön kannalta tarpeellista. Tämä johtuu siitä, että markkinoitavan palvelun kohderyhmä on jo selvillä ja nämä kohderyhmät ovat erilaisia lukemisesteitä omaavat oulailaiset henkilöt. Lukemisesteinen ihminen on henkilö, jolle tavallisen painetun kirjan lukeminen on vaikeaa tai mahdotonta vamman tai sairauden vuoksi. Tällaisia syitä voivat olla esimerkiksi luki- ja/tai oppimisvaikeus, kehitysvamma, näkövamma tai heikentynyt näkö, liikkumiseen liittyvät esteet kuten lihassairaudet, kognitiivisiin taitoihin liittyvät esteet kuten muistisairaudet tai keskittymishäiriö sekä tilapäinen lukemiseste, esimerkiksi onnettomuuden jälkeinen toipumisaika. (Celia 2014j, 3.)

Koska Kirjasto kaikille -projektin varsinainen kohderyhmä ovat ikääntyneet heikkonäköiset sekä lapset ja aikuiset joilla on lukihäiriö, keskitytään näihin ryhmiin tarkemmin markkinointisuunnitelmaa tehtäessä. Varsinaisten kohderyhmien lisäksi markkinointia saatetaan toteuttaa myös kohderyhmien omaisille, opettajille tai hoitohenkilökunnalle.

Ikääntyneet heikkonäköiset

Ikä karttuessa monien ihmisten näkö heikkenee jossakin määrin. Näön heikkeneminen voi olla huomaamatonta ja ei välttämättä vaikuta radikaalisti ihmisen elämään, mutta se voi olla myös hyvin radikaalia ja vaikeuttaa henkilön itsenäistä toimimista. Yleisin näön muutos on ikänäköisyys, joka ei vaikuta näkökyvyn laatuun vaan lähelle tarkentamiseen ja se korjaantuu silmälaseilla. Näön heikkenemiseen voivat vaikuttaa myös sairaudet, kuten esimerkiksi diabetes ja harmaa kaihi. (Hyvärinen 2013, 198–199.)

Kuten kappaleessa 4 Oulaisten kaupunki ja kirjastopalvelut todettiin, vanhusten määrä Oulaisissa

tulee tulevaisuudessa kasvamaan. Ihmisten ikääntyessä myös heidän näkökykynsä tulee heikkenemään jossain määrin, joten potentiaalisia heikkonäköisiä ikääntyneitä käyttäjiä Vera-asiakkuuteen todennäköisesti löytyy myös Oulaisista. Oulaisten KirjaVirkku-kotipalvelun piirissä oleville ihmisille kotipalvelutyötä tekevä kirjaston työntekijä voi esitellä uutta Vera-asiakkuutta tarvittaessa, joten palvelua tulisikin markkinoida lähinnä sellaisille tahoille joita kirjaston palvelut eivät tällä hetkellä niin paljoa kosketa. Oulaisten kirjastolta toivottiin, että markkinointiesitys käytäisiin pitämässä palvelukoti Rantakartanon hoitohenkilökunnalle, jotta he voivat kertoa palvelusta myös tulevaisuudessa vanhainkodin asukkaille. Muita potentiaalisia markkinoinnin kohderyhmiä voisivat olla esimerkiksi Kotihoidon henkilökunta, omaishoitajien ryhmä sekä erilaiset senioriryhmät kuten Eläkeläiset ry.

Lapset ja aikuiset joilla on lukihäiriö

Lukihäiriö tai lukivaikeus ei ole kovinkaan harvinainen, ja sen on todettu koskevan noin 5–10 % kustakin ikäluokasta. Lukivaikeus tarkoittaa lukemisen- ja kirjoitustaidon oppimisen ongelmaa, ja se voi olla lievä tai vahvemmin näkyvissä. Joillakin lapsilla lukemisvaikeus voi kadota kehityksen myötä, mutta joillakin ihmisillä lukivaikeus on mukana koko elämän. (Lukimat 2014, viitattu 18.9.2014.) Lukihäiriöitä on olemassa monenlaisia, ja yksi sen ilmenemismuoto on dysleksia. Dysleksian piirteitä ovat esimerkiksi työläs tai virheellinen lukeminen sekä sanojen tunnistamattomuus. (Takala 2006, 66–67.)

Jos lapsen lukihäiriöön ei kiinnitetä huomiota, voivat seuraukset olla merkittäviä hänen tulevaisuutensa kannalta. Opintiellä pysymisen -hankkeessa tehdyn seulontatestin tuloksena todettiin 15,7 % otoksen nuorista olevan lukivaikeus, ja heistä 72,5 % olivat poikia. Testin tuloksista ilmeni, että lukivaikeudesta kärsivät nuoret menestyivät lukuaineissa heikommin kuin muut oppilaat. Huonon koulumenestyksen lisäksi lukivaikeudesta kärsivillä nuorilla oli myös heikentynyt kuva itsestään oppijana eli heidän akateeminen minäkuvansa oli huono. (Holopainen & Savolainen 2006, 208–210.) Yleistäen voitaisiin siis sanoa, että lukivaikeudesta kärsivä nuori hakeutuu todennäköisemmin oppilaitoksiin, joissa lukuaineilla ei ole suurta painoarvoa kuin keskiverto oppilas tai jopa syrjäytyy jatkokoulutuksesta kokonaan. Näin ollen olisi tärkeää tarjota myös lukivaikeudesta kärsiville oppilaille heidän tarvitsemansa lisätuki oppimiseen, jotta heillä olisi samantyyppiset lähtökohdat oppia kuin sellaisilla oppilailla jotka eivät lisätukea tarvitse.

Kun lähdin miettimään sitä, miten lukemisesteiset lapset ja nuoret saavutettaisiin parhaiten, tulin siihen lopputulokseen että kätevin markkinointikanava olisivat koulut. Kaikille Oulaisten koulujen

opettajille puhuminen kirjaston tarjoamasta uudesta palvelusta on käytännössä katsoen mahdollonta ajankäytön rajallisuuden vuoksi. Näin ollen käyn pitämässä markkinointiesityksen ainoastaan pienryhmien opettajille. Myös tilaaja toivoi että markkinointiesitys pidettäisiin pienryhmien opettajille. Kuitenkin pyritään tavoittamaan sekä ala- että yläkoulujen ja paikkakunnalla sijaitsevien toisen asteen oppilaitosten opinto-ohjaajia tai terveydenhoitajia, jotka voisivat omalta osaltaan ohjata Vera-asiakkuutta tarvitsevia lapsia ja nuoria palvelun piiriin.

Halonen (1999, 6) toteaa kirjassaan, että aikuisten oppimisvaikeuksia on alettu tiedostaa vasta 1970-luvulla ja Suomessakin on pitkään ajateltu että kaikki aikuiset osaavat lukea ongelmitta. Vaikka aihetta ei ole laajemmin Suomessa tutkittu, voidaan olettaa että noin 10–15 %:lla suomalaisista aikuisista on lievä tai suurempi luki- ja kirjoitushäiriö. Lukivaikeus voi olla syynä koulun kesken lopettamiseen, ja lukivaikeuksia ilmenee useammin ammattikouluopiskelijoilla kuin lukiolaisilla. Luku- ja kirjoitustaito ovat aikuisopiskelunkin perusta, ja jos näissä taidoissa on ongelmia voivat ne vaikuttaa työpaikalla tapahtuvan koulutuksen omaksumiseen ja tätä kautta johtaa jopa työpaikan vaihtamiseen. (Halonen 1999, 6.) Erilaisten oppijoiden liiton puheenjohtaja Airi Valkama on jopa todennut, että hänen mielestään oppimisvaikeus voi olla masennuksen tai uupumuksen taustalla. Ongelmia saattaa kerääntyä lisää niin kauan kuin vaikeuksiin ei puututa. Ongelmien kasaantuessa kuvioihin voivat tulla myös päihde- tai mielenterveysongelmat. Oppimisvaikeuksia voidaan Valkaman mielestä pitää riskitekijöinä syrjäytymiseen. (Kielikukkanen 2011, viitattu 24.9.2014.)

Lukihäiriöisten aikuisten saaminen kirjaston palveluiden piiriin voi olla haastavaa. Oulainen on pieni kunta joten keinoja löytää aikuisia, joilla on lukihäiriö, on melko vähän. Kirjastossa järjestettävää yleisötilaisuutta, joka on suunnattu lukihäiriöisille aikuisille voi olla turha järjestää, sillä aihe on monelle arka, joten aihetta lähestytään eri kautta. Sopivia paikkoja joissa käydä markkinoimassa kirjaston uutta palvelua voisivat olla esimerkiksi Sosiaalitoimi ja kehitysvammaisten päiväkeskus. Koska lukivaikeudesta kärsivillä aikuisilla on riski syrjäytyä työelämästä, Sosiaalitoimen työntekijöiden asiakkaina voi olla aikuisia joilla on lukivaikeus. Jos Sosiaalitoimen työntekijöillä olisi tieto kirjaston tarjoamasta Vera-asiakkuudesta, he voisivat suositella sitä asiakkailleen. Sosiaalitoimen piirissä olevat henkilöt myös vaihtuvat, joten sitä kautta olisi mahdollisuus saavuttaa useampi ihminen ja luoda jatkuva markkinointiyhteistyö. Kehitysvammaisten päiväkeskuksessa, tai jossain muussa kehitysvammaisten kohtaamispaikassa, on todennäköisesti monta potentiaalista käyttäjää Vera-asiakkuudelle. Jotkut heistä ovat ehkä jo Celian asiakkaana, mutta Vera-asiakkuus tarjoaa heille mahdollisuuden lainata äänikirjoja itsenäisemmin ja tuo erilaisia kuunte-

luvaihtoehtoja. Mielestäni on tärkeää, että puhuttaisiin nimenomaan suoraan kehitysvammaisille aikuisille eikä henkilökunnalle, sillä jotkut henkilöt voivat olla kykeneviä toimimaan omatoimisesti joten pelkästään henkilökunnalle puhuminen olisi kehitysvammaisten aliarvioimista. Toki henkilökunnan on hyvä olla mukana kuuntelemassa tietoa palvelusta, sillä he voivat kertoa siitä myös eteenpäin uusille asiakkailleen.

6.2.2 Markkinointiesitykset

Markkinointiesityksiä tullaan pitämään kahdenlaisia, sillä kohderyhmät ovat erilaisia. Molempien markkinointiesitysten pohjalle luodaan yhteinen PowerPoint-esitys, jota muutetaan kullekin ryhmälle sopivaksi. Erilaiset esitykset tehdään lukivaikkeudesta kärsiville sekä ikäihmisille. Markkinointiesityksen suunnittelussa apuna käytetään Helinskyn luomia ohjeita markkinointiesityksen laatimiseen, jotka koostuvat neljästä osasta. Helinskyn ohjeita voi lukea tarkemmin kappaleesta 2.2 Markkinointiesityksen suunnittelu.

Esityksien tavoitteena on innostaa kuulijoita kokeilemaan uutta Vera-asiakkuutta. Vaikka osa kuulijoista ei olekaan lukemisesteisiä, esimerkiksi hoitohenkilökunta, on tavoitteena että hekin innostuvat palvelusta ja ymmärtävät sen tärkeyden. Kun hoitohenkilökunta ja opettajat ovat innoissaan Vera-asiakkuudesta he todennäköisemmin puhuvat siitä asiakkailleen.

Markkinointiesitysten kuulijakunta muodostuu monenlaisista kuulijoista: erityiskoulun opettajista ja oppilaista, kehitysvammaisista aikuisista, vanhusten palvelujen hoitohenkilökunnasta ja vanhuksesta. Koska kuulijoissa on monenlaisia ihmisiä, tulen tekemään esitykset mahdollisimman selkokielisiksi jotta ne soveltuisivat kaikenlaisille kuulijoille. Tilat joissa markkinointiesityksiä pidetään voivat olla todella vaihtelevia. Lähtökohtaisesti valmistelen jokaiseen esitykseen PowerPoint-esityksen, mutta valmistaudun myös tilanteeseen jossa PowerPoint-esityksen pitäminen ei onnistu. Jos on mahdollisuus näyttää PowerPoint-esitys, voin näyttää myös Celiannetta, jossa Vera-asiakkuus tapahtuu. SeniorSurf-tapahtumaa varten Celiasta tilataan koskettelukirja sekä luetaan yhdessä -kirja, ja näitä voin näyttää ainakin koululaisille. Myös Daisy-soitin voi olla mukana.

PowerPoint-esitystä suunniteltaessa pyrin pitämään diat hyvin selkeinä ja esittämään Vera-asiakkuuden helposti lähestyttävänä. Lisäksi pyrin pitämään dioiden määrän vähäisenä, jotta esitys ei veny turhaan ja kuulijoiden mielenkiinto säilyy. Esitysten pohjalle luotavaan yhteiseen PowerPoint-esitykseen tulevat perustiedot Vera-asiakkuudesta sekä kirjaston yhteystiedot. Vanhuksille ja vanhusten hoitohenkilökunnalle suunnattuun esitykseen lisään tietoa KirjaVirku-

kotipalvelusta (liite 6). Liitteissä on esitetty ainoastaan vanhuksille suunnattu PowerPoint, sillä sen Vera-asiakkuus osuus on yhteneväinen muille ryhmille esitettyjen PowerPointien kanssa. Esitysten pitämisen yhteydessä ryhmille jätetään myös Celiasta saatuja esitteitä liittyen Vera-asiakkuuteen sekä itse tehty esite KirjaVirku-kotipalvelusta (liite 3).

6.2.3 Markkinointitempaus: SeniorSurf

Alkuperäinen suunnitelma oli, että opinnäytetyön toiminnallinen osuus muodostuisi pelkästään markkinointiesitysten pitämisestä. Tilaajan kanssa keskusteltaessa kuitenkin heräsi ajatus myös markkinointitempauksen pitämisestä, ja päiväksi valikoitui valtakunnallinen SeniorSurf-päivä 7.10.2014. SeniorSurf-päivänä Oulaisten kirjastossa esitellään perinteisesti sähköisiä palveluja, ja koska myös Kirjasto kaikille -projektin myötä käyttöön tuleva Vera-asiakkuus on sähköinen palvelu, vaikutti päivä sopivalta.

SeniorSurf-päivän ohjelma löytyy liitteestä 1. Päivän suunnittelun lähtökohtana oli Vera-asiakkuus ja sen esitleminen kiinnostuneille asiakkaille kädestä pitäen. On olemassa mahdollisuus, että kirjastolle ei tule välttämättä yhtään asiakasta varta vasten tutustumaan Vera-asiakkuuteen. Tämän vuoksi tapahtumassa päätettiin järjestää arvontaa, joka houkuttelisi ihmisiä tutustumaan aiheeseen. Arvontaan pyritään hankkimaan kiinnostavia palkintoja, esimerkiksi dvd-elokuvia kirjastolta. Arvontalipukkeessa on muutama kysymys, joiden toivotaan saavan asiakkaat kysymään lisää tietoa aiheesta. Kysymyksiä voisivat olla esimerkiksi Teidätkö mikä on Celia-kirjasto / Vera-asiakkuus? Tunnetko ketään lukemisesteistä henkilöä? Lisäksi tapahtumassa järjestetään yksi esitys Vera-asiakkuudesta sekä KirjaVirku-kotipalvelusta.

Alueella julkaistava Pyhäjokiseutu-aikakauslehti on aiemmin ilmestynyt myös äänilehtenä. Tällä hetkellä äänilehdellä ei kuitenkaan ole lukijaa. Mielestäni Pyhäjokiseudun äänilehteä voidaan pitää merkittävänä osana paikallisten lukemisesteisten palveluita, ja niinpä olisi tärkeää löytää sille uusi lukija tai lukijoita. Pyhäjokiseudun toimitukselta tiedustellaan, haluaisivatko he, että tapahtumassa etsittäisiin samalla uutta lukijaa äänilehdelle. Yhteistyön merkeissä he voisivat myös antaa järjestettävään arvontaan palkinnon.

Tapahtumaa elävöittämään pyydetään erityiskoululaisia tekemään pienimuotoinen taidenäyttely aiheesta "Kirjat ja lukeminen". Lisäksi Celia-kirjastolta tilataan näyttille koskettelukirja sekä luetaan yhdessä -kirja, joihin asiakkaat voivat tutustua.

6.2.4 Markkinointimateriaalin suunnittelu

Celia on tuottanut Kirjasto kaikille -pilottikirjastoille markkinointimateriaalia, johon kuuluu juliste sekä esitteet joiden teemana on lukivaikeus sekä seniorit. Celia-kirjastolta on saatavissa myös tiedote pohja. Näiden lisäksi opinnäytetyön osana luon myös esitteitä ja julisteen, jotka tukevat kirjaston omia palveluita. Kaikissa materiaaleissa olen pyrkinyt esittämään asiat selkeästi ja siten, että myös lukemisesteiset voisivat niitä käyttää. Teen julisteen mainostamaan SeniorSurf-tapahtumaa, ja se löytyy liitteestä 4. Halusin julisteeseen jonkin jujun, jonka toivoin kiinnittävän huomiota. Niinpä piirsin julisteeseen kuvaksi kirjan, joka on korvan mallinen ja siinä lukee teksti ”Lue korvillasi”. Kirjaston henkilökunta oli vastuussa julisteen levittämisestä. KirjaVirkkupalvelusta tehdään oma esite (liite 3), koska siitä ei ole valmista markkinointimateriaalia. KirjaVirkkuesite on tarkoitus tulostaa kaksipuolisena A5 kokoon, mutta liitteissä se löytyy kahdelta A4 sivulta. Lukivaikeudesta halusin hankkia lukivaikeudesta kärsivän lapsen vanhemman sekä itse lapsen tai nuoren kirjoittamat lyhyet tarinanpätkät, joiden tarkoitus on rohkaista ihmisiä tulemaan Vera-asiakkuuden piiriin ennakkoluulotta. Suunnitelma muuttui siten, että lukivaikeudesta kärsivää nuorta tai lasta ei löytynyt, mutta sen sijaan löytyi aikuinen mies joka kertoi myös nuoruuden kokemuksistaan. Tarinanpätkät löytyvät liitteestä 7, ja niitä voidaan jakaa esitteiden yhteydessä. Liite on suunniteltu niin, että se on helppo tulostaa kaksipuoliseksi ja taittaa vihkoseksi. Vera-asiakkuudesta jaetaan myös tiedotetta (liite 5), jonka avulla asiakas voi jättää yhteystietonsa kirjastolle Vera-asiakkaaksi pääsyä vaativaa asiakaskeskustelua varten.

Internetissä markkinointia on tarkoitus toteuttaa kirjaston kotisivuilla, seniorinetissä sekä Facebookissa. Seniorinet on Tiekkö-kirjastojen ylläpitämä sivusto, jonka tarkoitus on tarjota virikkeitä alueen senioreille. Tarkoituksena on kirjoittaa lyhyt infopätkä Vera-asiakkuudesta ja rohkaista ihmisiä tulemaan kirjastoon tutustumaan uuteen palveluun. Facebookissa tekstiä voidaan kirjaston oman sivun lisäksi jakaa esimerkiksi ryhmissä Oulainen sekä Oulaisten kirjasto. Luonnostelen internettiin laitettavat tekstit valmiiksi, mutta todennäköisesti niiden julkaiseminen jää kirjaston henkilökunnan vastuulle.

SeniorSurf-tapahtumaa on tarkoitus markkinoida julisteen lisäksi myös lehtitiedotteella sekä lähettää kutsuja erilaisille yhdistyksille, jotka voisivat sopia Vera-asiakkuuden kohderyhmään. Tällaisia yhdistyksiä ovat esimerkiksi Oulaisten Eläkeläiset sekä Oulaisten Reumayhdistys. Markkinoinnissa on myös tarkoitus jalkautua levittämään esitteitä ja tietoutta oulaistelaisille tekemällä vierailuja Oulaisten yläkoulun, lukion sekä ammattikoulun opinto-ohjaajille sekä kouluterveydenhoitajille.

6.2.5 Aikataulu

Aikataulun tarkoituksena on selkeyttää markkinoinnin kulkua ja samalla toimia muistutuksena siitä, missä järjestyksessä asiat tehdään. Aikataulusta muotoutui lopulta melko tiivis, mutta jos aikataulu pitää ei ongelmia pitäisi olla. Jos muutoksia kuitenkin tulee, niitä käydään läpi kappaleessa 7 Tulokset ja johtopäätökset. Markkinoinnin ei toki ole tarkoitus loppua opinnäytetyön valmistumisen jälkeen, vaan olisi toivottavaa että kirjaston henkilökunta jatkaisi sitä ainakin tarjoamalla asiakkailleen esitteitä. Alla olevassa taulukossa on esitetty markkinointiin käytettävä viikko-aikataulu.

TAULUKKO 2. Viikkokohtainen aikataulu markkinoinnista.

| Viikko | Markkinointi |
|-----------|---|
| viikko 38 | - Seniorisurf-tapahtuman ideointia |
| viikko 39 | - Markkinointimateriaalien luonti - Esitysten sopiminen ryhmien kanssa - Seniorisurf-tapahtuman mainostamista (ilmoitustaulut, lehdet, sosiaalinen media) |
| viikko 40 | - Kutsujen lähettäminen Seniorisurf-tapahtumaan |
| viikko 41 | - Seniorisurf 7.10. - Markkinointiesitysten pitäminen - Esitteiden jakaminen |
| viikko 42 | - Kirjaston kotisivuille sekä seniorinettiin ja facebookiin tulevien tekstien luonnostelu |

6.3 Toteutus

Markkinointiesityspaikkojen valintojen perusteluista löytyy tietoa kappaleesta 6.2.1 Kohderyhmät. Paikkoja, joihin esitystä tarjottiin, olivat Juho Oksan koulun pienryhmien opettajat, Oulaisten

Vammaispalvelut, Oulaisten Kotihoito sekä Palvelukoti Rantakartano. Esitystä oli tarkoitus tarjota myös Oulaisten Sosiaalitoimelle. Henkilö, jonka kanssa esityksestä olisin sopinut, oli kuitenkin lomalla joten päätin viedä Sosiaalitoimeen esitteitä ja jättää esityksen pois myös oman ajan puutteeni vuoksi. Jokaisessa paikassa suhtautuminen esitelmää kohtaan oli myönteinen, mutta aika-taulut tiukat. Pienryhmien opettajat olivat esityksestä todella innoissaan, ja halusivat myös oppilaidensa kuulevan sen. Niinpä myös oppilaat olivat mukana kuuntelemassa esitystä. Kotihoidon puolella esitysaikaa ei saatu vielä sovittua, mutta he aikoivat ottaa yhteyttä jos aika järjestyy myöhemmin syksyllä. Vammaispalveluiden puolella onneksi aikaa kuitenkin löytyi, ja sitä kautta sain jopa neljä paikkaa jossa käydä esittelemässä Vera-asiakkuutta.

Kirjasin markkinoinnin kulun ja tunnelmia päiväkirjaan, joka löytyy liitteestä 8. Sain kaikki materiaalit valmistettua ajallaan, ja myös Celia-kirjastosta tilatut esitteet saapuivat sopivasti. Ryhmät, joille lopulta kävin pitämässä markkinointiesityksen, olivat Juho Oksan koulun pienryhmä A ja B sekä heidän opettajansa, kehitysvammaisten palvelukoti Koivulan henkilökunta, kehitysvammaisten työkeskus Puutexin väki, kehitysvammaisten asuntolan väki ja lisäksi JEDU:n (Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymä) Oulaisten ammattiopiston seniori talouskoulun ryhmä kävi vierailulla kirjastolla (kuva 1). Opinnäytetyön valmistuttua tarkoitukseni on vierailla vielä kehitysvammaisten avotyöntekijöiden palaverissa. Valitettavasti ainoastaan Juho Oksan koulun ryhmälle ja talouskoulun ryhmälle oli mahdollista näyttää PowerPoint-esitys. Muille ryhmille esitleminen tapahtui suullisesti, mutta toki myös jaoin esitteitä.



KUVA 1. Oulaisten ammattiopiston seniori talouskoulun ryhmä seuraa esitystä KirjaVirkkukotipalvelusta ja Vera-asiakkuudesta.

Palvelukoti Rantakartanon esitys jouduttiin perumaan, sillä heille tuli paloharjoitus. Vein kuitenkin materiaalia ja esittelin palvelua vastaavalle sairaanhoitajalle, joka sanoi ottavansa palvelun esille seuraavassa henkilökunnan kokouksessa.

Vierailujen lisäksi toteutin 7.10.2014 SeniorSurf-tapahtuman. Tapahtuma sujui suurelta osin suunnitelmien mukaisesti, joskin aika oli kirjastossa melko hiljainen. Tapahtumassa järjestettävään arvontaan osallistuivat monet asiakkaat, mutta Vera-asiakkuudesta kiinnostuneita asiakkaita kävi vain kaksi. Suunnitelmat muuttuivat siten, että paikalliselle Pyhäjokiseutu-lehdelle ei etsitty äänilehden lukijaa. Tämä johtui siitä, että äänilehden tuottaminen ei tapahtunutkaan Pyhäjokiseudun toimituksen kautta, kuten olin luullut ja näin ollen en kerennyt löytää tahoja johon mahdollinen lukija voisi olla yhteydessä. Lehden toimituksessa kuitenkin toivottiin, että äänilehdelle löytyisi lukija ja ehdotettiin yhteistyötä kirjaston kanssa esimerkiksi siten että kirjasto tarjoaisi välineet lehden lukijalle. Yhteistyön selvittäminen jäi kuitenkin vielä kesken, mutta toivottavasti se saadaan jossain vaiheessa vireille. Pyhäjokiseutu antoi myös palkintoja arvontaan.

Eniten kiinnostusta kirjaston asiakkaissa herätti pienryhmäläisten värikäs taidenäyttely, joka näkyy kuvassa 2. Pienemmät ryhmäläiset olivat tehneet sanomalehdestä veikeitä kilpikonnia ja isommat taiteellisia kirjanmerkkejä, jotka olivat monen kävijän mieleen. Näyttely jäi esille kirjastoon myös tapahtuman jälkeen, ja on saanut paljon positiivista palautetta.



KUVA 2. SeniorSurf-tapahtuman esittelypiste jossa on mm. pienryhmäläisten taidenäyttely.

Ennen SeniorSurf-tapahtumaa lähetin sähköpostitse kutsuja tapahtumaan. Lähetin kutsut seuraavien yhdistysten puheenjohtajille: Oulaisten Eläkeläiset, Eläkeliiton Oulaisten yhdistys, Oulais-

ten ja Merijärven senioriopettajat sekä Oulaisten Seudun Invalidit ry.

Kiersin myös jakamassa esitteitä ympäri Oulaista eri organisaatioille. Organisaatioita, joihin esitteitä vein, olivat: Juho Oksan koulun terveydenhuolto, Oulaisten yläkoulu, Oulaisten lukio, JEDUN:n Oulaisten ammattiopiston liiketalouden-, ravitsemus- ja puhdistuspalvelu- sekä sosiaali- ja terveysalanyksiköt, Oulaisten sosiaalitoimi sekä Oulaisten terveyskeskus ja neuvola. Kouluilla pyrin viemään esitteet opinto-ohjaajille, muissa paikoissa paikalla olleelle henkilökunnalle.

Kirjaston henkilökunnan tehtäväksi jää markkinoinnin jatkaminen ja huolehtiminen siitä, että sen jatkuvuus säilyy. He saavat käyttöönsä tekemäni materiaalit, joten he voivat esimerkiksi käyttää PowerPoint-esitystä haluamilleen ryhmille. Jotta käyttäjiä Vera-asiakkuuteen saataisiin, on tärkeää tehdä Vera-asiakkuuden markkinoinnista jatkuvaa jolloin se jää ihmisten mieliin ja he osaavat tulla pyytämään palvelua. Esimerkiksi jos palvelu jatkuu vielä syksyllä 2015, esitteiden jakaminen syksyillä kun ihmiset palaavat lomilta arkeen ja uudet koululaiset aloittavat koulun voisi olla hyvä idea.

Tein valmiiksi luonnokset kirjaston kotisivuille, seniornettiin sekä Facebook-sivulle, ja jos niiden julkaiseminen on minulle teknisistä syistä kuten salasanojen vuoksi mahdotonta, jää niiden julkaiseminen kirjaston henkilökunnan vastuulle.

7 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÄÖKSET

Tässä kappaleessa kartoitan sekä markkinointisuunnitelman että toteutetun markkinoinnin onnistuneisuutta. Pyrin myös nostamaan esille, miten Oulaisten kaupunginkirjaston henkilökunta voisi tulevaisuudessa markkinoida Vera-asiakkuutta. Vaikka resursseja palvelun aktiiviseen markkinointiin ei olisikaan, on mielestäni tärkeää pitää esillä niin kirjastossa kuin kirjaston internetsivuilakin tietoa palvelusta. Oleellista on myös kirjastohenkilökunnan tietämys palvelusta: jos asiakas kuulee jotakin kautta Vera-asiakkuudesta ja tulee kysymään lisää kirjastosta mutta henkilökunta ei osaa siitä kertoa, voi myös asiakkaan innostus lopahtaa.

7.1 Markkinointisuunnitelman onnistuneisuus

Markkinointisuunnitelma onnistui mielestäni pääosin hyvin. Suunnitelmat toki muuttuivat hieman matkan varrella, esimerkiksi PowerPoint-esitystä ei ollut mahdollista esittää kaikille joille oli tarkoitus, mutta pääpiirteittäin suunnitelma toteutui. Suunnitelman tekeminen oli mielestäni tärkeää itse markkinoinnista, sillä siihen saattoi palata aina välillä ja tarkistaa mitä on ajatellut tehdä ja milloin se on tarkoitus tehdä. Aikataulu muodostui kuitenkin melko tiiviiksi, mikä oli toisaalta hyvä asia sillä ajankäyttö oli tehokasta. Toisaalta taas ei olisi haitannut vaikka aikataulu olisi ollut hieman väljempikin. Aikatauluun vaikuttivat paljolti myös muiden tahojen aikataulut. Kaikkia ryhmiä joille kävin pitämässä markkinointiesityksen, en saanut sovittua niille viikoille joita olin ajatellut koska ajat eivät käyneet ryhmille. Aikataulutus siis vaati joustamista myös minun puoleltani, mikä osoittautui hieman haastavaksi opinnäytetyöni aikatauluun verrattuna. Kuitenkin loppujen lopuksi aikataulu muodostui toimivaksi.

Markkinointisuunnitelma kattoi mielestäni hyvin Vera-asiakkuuden sekä KirjaVirku-kotipalvelun, mutta sellaiset palvelut jotka eivät varsinaisesti muodosta mitään kokonaisuutta, kuten esimerkiksi suurentavan valolampun omistaminen, jäivät paitsioon. Tämä johtui ehkä siitä, että pääpaino asetettiin Vera-asiakkuudelle sekä KirjaVirku-kotipalvelulle ja niiden esittelemisen miettimiseen kului paljon aikaa. Myös aikataulun tiivydellä saattoi olla vaikutusta asiaan, sillä jos aikataulu olisi ollut löyhempi, olisi pienempiinkin asioihin kerennyt perehtyä paremmin. Mielestäni kuitenkin myös nämä palvelut ovat tärkeitä, ja ne olisi hyvä tuoda esille. Luvussa 3.2 Kirjastopalveluiden saavutettavuus puhutaan siitä, että kirjaston tulisi tuoda ilmi pyrkimyksensä saavutettavana ole-

miseen. Niinpä mielestäni olisi hyvä, että esimerkiksi KirjaVirku-kotipalvelun ja Vera-asiakkuuden yhteydessä kirjaston kotisivuilla olisi listattuna myös muut saavutettavuutta edistävät seikat kirjastossa, kuten esimerkiksi suurentava valolamppu ja suurennuslukulevyt. Kaikista saavutettavuutta edistävästä palveluista voisi koota kokonaisuuden kotisivuille niin, että asiakkaiden olisi helppo löytää tieto niistä. Tällainen kokonaisuus helpottaisi myös kirjaston henkilökuntaa ja esimerkiksi harjoittelijoita, sillä sieltä voisi helposti tarkistaa tiedot jos asiakas sattuu niitä kysymään.

Mielestäni sain SWOT-analyysiin koottua keskeisiä asioita, ja siihen oli helppo palata markkinointisuunnitelman tekemisen sekä itse markkinoinnin toteutuksen lomassa tarkistamaan markkinoinnin lähtökohtia. SWOT-analyysi olisi voinut muodostua laajemmaksi, jos sitä tekemässä olisi ollut useampi henkilö. Suosittelenkin sitä kirjastolle käytettäväksi tulevaisuuden markkinointiin, sillä se on hyvä keino kerätä konkreettisia asioita yhteen paikkaan.

Haasteellisimmaksi osaksi markkinointisuunnitelmaa koin kohderyhmät. Vaikka hahmotin mielestäni, ketä kohderyhmiin kuului, oli haastavaa etsiä ne väylät mitä kautta ryhmät saataisiin tavoitetuksi. Vaikka esimerkiksi ryhmät joille pidin markkinointiesityksen, olisivat voineet osittain olla myös tarkoituksenmukaisempia, sain arvokasta kokemusta siitä, kuinka tarkkaan tällaisia asioita tulisi harkita. Kaikki ryhmät joille pidin esityksen kuuluivat kyllä kohderyhmään, mutta monta ryhmää, joille mielestäni olisi tärkeää puhua asiasta, jäi myös tavoittamatta. Alun perin tilaajan kanssa oli kuitenkin puhe ainoastaan parista ryhmästä, eikä aikani olisi riittänyt enää useammalle ryhmälle kuin mitä jo pidin. Vera-asiakkuutta ja KirjaVirku-kotipalvelua olisi kuitenkin hyvä markkinoida myös tulevaisuudessa jos siihen on resursseja. Mielestäni erittäin hyvä ryhmä, jolle palveluista voisi kertoa, olisivat omaishoitajat. Toisin kuin hoitolaitoksissa olevat hoitajat, omaishoitajat keskittyvät ainoastaan omaan hoidettavaansa ja näin ollen heillä saattaisi olla enemmän innostusta ryhtyä hoidettavansa avuksi Vera-asiakkuuden käyttöön esimerkiksi yhteyshenkilönä olemisen kautta.

Markkinointiesityksiä varten luomani PowerPoint oli mielestäni onnistunut (liite 6). Siihen piti saada paljon informaatiota, mutta ei kuitenkaan niin laajasti että olisi menty tarkkoihin yksityiskohtiin. PowerPoint-esityksissä tulikin ilmi kaikki tarpeellinen. Pidin kirjaston henkilökunnalle PowerPoint-esityksen ennen muita ryhmiä, jolloin he pääsivät vielä vaikuttamaan siihen. He olivat tyytyväisiä sisältöön, mutta halusivat diojen järjestystä vaihdettavan niin että Vera-asiakkuuden sisältö tulee ennen sen perustietoja, ja näin ollen vaihdoin kahden dian paikkaa. PowerPoint on hyödyllinen kirjastolle myös tulevaisuudessa, sillä he voivat käyttää sitä joko sellaisenaan tai muokata tar-

peensa mukaan. Joka tapauksessa pohja Vera-asiakkuuden sekä KirjaVirkkukotipalvelun markkinointiin löytyy valmiiksi tehtynä.

SeniorSurf-tapahtuman sisältö (liite 2) oli mielestäni monipuolinen, ja olen sisältöön tyytyväinen. Tapahtumaan tuli niin asiasisältöä kuin myös mielenkiintoa herättäviä jujuja. Ainut asia mikä tapahtuman suunnittelussa harmittaa oli se, etten ollut selvittänyt tarpeeksi Pyhäjokiseutu-lehden äänilehden lukijaan liittyviä yksityiskohtia. Jos olisin ne selvittänyt, olisi ollut mahdollista etsiä äänilehden lukijaa niin kuin olin alun perin suunnitellut. Toisaalta taas ilman lukijan etsintääkin tapahtumassa oli niin paljon materiaalia, että äänilehden lukijan etsiminen olisi voinut käydä ylivoimaiseksi.

Tein esitteitä markkinointisuunnitelman mukaisesti, ja mielestäni niiden kirjo oli kattava. En tehnyt Vera-asiakkuudesta erillisiä esitteitä, koska ajattelin Celia-kirjaston tarjoamien esitteiden riittävän. Jakaessani esitteitä muun muassa koulujen opinto-ohjaajille huomasin kuitenkin, että myös tietopohjainen esite Vera-asiakkuudesta olisi ollut tarpeellinen. Celian tarjoama esite kun on lähinnä tarkoitettu herättämään mielenkiinto ja sen jälkeen asiakkaan tulisi suoraan ottaa yhteyttä kirjastoon kuullakseen lisää palvelusta. Myös tässä on yksi hyvä syy kertoa Vera-asiakkuudesta kirjaston kotisivuilla: asiakkaat, jotka pääsevät käsiksi Vera-asiakkuuden esitteeseen taikka kuulevat joltain tutultaan palvelusta voivat löytää tietoa itsenäisesti internetistä, heti ei ole pakko lähteä kirjastoon kysymään lisää. Tein yhden esitteen, jossa oli kahden sellaisen henkilön tarina, joilla on lukivaikeus (liite 7). tarinat olivat mielestäni hyvä lisä joka toi myös kosketusta oikeaan elämään. Molempien henkilöiden tarinat olivat erilaiset, ja uskon lukivaikeuden kanssa kamppailevien henkilöiden samaistuvan tarinoihin.

Sosiaalisen median kautta markkinoinnin suunnittelu jäi mielestäni harmittavan suppeaksi, sillä vaikka kuinka etsin, en onnistunut löytämään sellaisia sivuja tai ryhmiä joihin tietoa voisi jakaa. Kuitenkin olen sitä mieltä, että markkinointia kannattaa tehdä kirjaston Facebook-sivulla sekä kirjaston asiakkaan ylläpitämässä Oulaisten kirjasto -ryhmässä. Vaikka tieto ei tätä kautta suoraan lukemisesteisille henkilöille menisikään, saattaa joukossa olla joku jonka läheinen on lukemisesteinen ja hän saattaa vinkata palvelusta eteenpäin.

7.2 Toteutetun markkinoinnin onnistuneisuus

Kappaleessa 6.1.4 Tavoitteet määrittelin tavoitteet markkinoinnilleni. Tärkein tavoitteeni oli luoda myönteistä kuvaa kirjaston tarjoamista lukemisesteisten palveluista ja levittää tietoa niistä. Käytet-

tyyn aikaan nähden olen mielestäni saavuttanut tämän tavoitteen melko hyvin, sillä esitysten kautta olen tavoittanut noin 70 henkilöä ja SeniorSurf-tapahtuman kautta neljä henkilöä. Lisäksi SeniorSurf-tapahtuman arvontaan osallistuneita oli 24 henkeä ja paikkoja, jonne vein esitteitä, oli kahdeksan, jonka lisäksi esitteitä on myös kirjastolla. Otaksun, että osasin esittää asian myös positiiviseen sävyyn, sillä palvelusta innostuttiin ainakin jossain määrin jokaisessa paikassa missä kävin sitä esittelemässä. Toinen tavoitteeni oli saada ihmisiä tulemaan kirjastoon ja liittymään joko Vera-asiakkaaksi tai kotipalveluasiakkaaksi. Uskon tämän tavoitteen täytyneen hyvin, sillä esimerkiksi kehitysvammaisten ryhmät olivat hyvinkin innokkaita tulemaan tutustumaan kirjastoon ylipäätään ja varamaan ajan jopa esittelykierrosta varten. Lisäksi kirjastolta on tullut tieto, että jo kolme ihmistä on käynyt ilmoittamassa halukkuutensa liittyä Vera-asiakkaaksi. Kaksi heistä oli kuulemassa yhtä markkinointiesityksistäni ja yksi tutustumassa palveluun SeniorSurf-tapahtumassa. Mielestäni kolmekin ihmistä on jo paljon, sillä vaikka se ei olisi vielä merkittävä määrä esimerkiksi kirjaston lainauslukujen kannalta, on se merkittävää näille kolmelle henkilöille jotka voivat nyt uppoutua kirjallisuuteen tavalla joka ei ollut heille aiemmin mahdollista.

Kolmas tavoitteeni oli onnistunut markkinointimateriaali, josta olisi hyötyä myös tulevaisuudessa ja ehkä jopa muillekin kirjastoille kuin Oulaisten kaupunginkirjastolle. PowerPoint-esitys, jonka tein, on mielestäni toimiva paikkakunnasta riippumatta. Myös muusta materiaalista on varmasti hyötyä ainakin Oulaisten kirjastossa, mutta esimerkiksi KirjaVirku-kotipalvelun esite ei välttämättä sovellu muille kirjastoille.

Jo ryhmiä sovittaessa selvisi, että mahdollisuuksia varsinaisen markkinointiesityksen pitämiseen PowerPointin avulla ei organisaatioilla ole. Tapaamiset olivatkin monessa paikassa enemmän kahvitteletyypisiä, mikä oli toisaalta hyvä asia sillä se loi esitelmään helpommin lähestyttävän tunnelman. Vaikka PowerPoint-esitystä ei loppujen lopuksi tullut näytettyä niin usein kuin alkuperäinen suunnitelma oli, ei esitysten laatiminen mennyt mielestäni hukkaan. PowerPoint-esityksen tekeminen ja lukeminen selkeyttivät minulle itselleni miten selitän asiani selkeästi. Lisäksi se toimi hyvänä muistilistana. Se myös helpottaa kirjaston henkilökuntaa jos he haluavat esitellä palvelua tulevaisuudessa; nyt heillä on valmis pohja palvelun esittelyyn jota he voivat tarvittaessa muokata.

Pitäessäni markkinointiesityksiä sain huomata, että Vera-asiakkuus ei olekaan niin helposti järjestävissä kuin olin ajatellut. Kehitysvammaisten ryhmien yhteydessä selvisi hyvin pian, että asuntoloissa ei ole käytössä tietokoneita, joiden kautta Vera-asiakkuutta voisi käyttää muut kuin henkilökunta. Tämä oli minulle hieman yllättävä tieto, ainakin Kehitysvammaisten asuntolan yhteydes-

sä. Myös palvelukoti Rantakartanolla oli sama tilanne. Tietokoneen puuttuminen hankaloittaa Vera-asiakkaana toimimista ainakin kehitysvammaisten henkilöiden kohdalta, sillä he eivät voi käyttää palvelua itsenäisesti ilman tietokonetta ja internetyhteyttä. Kuitenkin ryhmien kanssa käytiin läpi, miten juuri he voisivat käyttää Vera-asiakkuutta. Suhtautuminen oli positiivista hankaluuksista huolimatta, ja kuuntelijat vaikuttivat kiinnostuneilta niin Vera-asiakkuudesta kuin kirjastosta ylipäätään.

Kun esittelin palvelua Juho Oksan pienryhmille, kävi pian ilmi että esitettävä asia ja kuuntelijat eivät välttämättä kohtaa. Vaikka olin ottanut mukaan esitykseen havainnollistavaa materiaalia kuten Daisy-soittimen, jolla soitin pienen pätkän kirjaa sekä Celia-kirjastosta tilatun koskettelukirjan, ei lasten mielenkiinto meinannut pysyä yllä. Toisaalta taas kun yritin esittää asiani lapsille sopivassa muodossa, eivät opettajat saaneet ehkä tarpeeksi informaatiota palvelusta. Jätin opettajille kuitenkin paperiversion PowerPointistä, josta löytyy enemmän tietoa. Olisi ehkä ollut parempi jos palvelua olisi esitelty ainoastaan opettajille tai sekä opettajille että lasten vanhemmille, sillä lapsiasiakkaat tarvitsevat joka tapauksessa vanhemman suostumuksen palvelun käyttöön. Käynti oli minulle hyvin opettavainen, ja uskon että jos tulevaisuudessa kohtaan samanlaisen tilanteen osaan valmistautua siihen paremmin.

Olisin halunnut käydä esittelemässä Vera-asiakkuutta laajemmin Sosiaalitoimen henkilökunnalle, mutta en loppujen lopuksi sopinut sille mitään tiettyä esitysaikaa. Tämä johtui siitä, että esitys olisi mennyt loppu vuoteen jolloin opinnäytetyö on jo valmis. Sosiaalitoimen henkilökunta olisi mielestäni kuitenkin hyvä kohderyhmä kyseisen palvelun markkinoinnille, ja heille Oulaisten kirjaston henkilökunta voisi halutessaan esityksen järjestää.

SeniorSurf-tapahtuma sujui ongelmitta, jos ei oteta huomioon suunnitelmien muuttumista Pyhäjökiseudun äänilehden lukijaan liittyen. Valitettavasti tapahtuman aika oli kirjastossa melko hiljainen, joten asiakkaita oli vähän. Kuitenkin neljä asiakasta halusi kuulla tietoa Vera-asiakkuudesta, ja se on hieno asia. Arvontaan osallistuneita oli puolestaan 24, joten heidänkin huomionsa saatiin hetkeksi mutta kiinnostusta palvelua kohtaan ei riittänyt. Tärkeimmäksi seikaksi huomion herättäjänä nousi kuitenkin Juho Oksan koulun pienryhmien taidenäyttely. Aiemmin samana päivänä myös pidin markkinointiesitykseni Oulaisten ammattiopiston seniori talouskoululaisille, ja uskon että he olivat hyvä kohderyhmä esitykselle. Heillä saattaa olla jo jotain iän tuomia rajoituksia jotka oikeuttavat Vera-asiakkuuteen ja vaikka ei olisikaan, sellaisia voi tulevaisuudessa ilmetä. Tällaiset ”nuorekkaat” senioriryhmät joilla on intoa tutustua myös internetin käyttöön, ovat mielestäni oiva yleisö kuulemaan Vera-asiakkuudesta, sillä heillä on valmiuksia käyttää palvelua itsenäisesti.

8 POHDINTA

Opinnäytetyöni tilaajana toimi Oulaisten kaupunginkirjasto, joka on mukana yhteistyössä Celia-kirjaston kanssa toteutettavassa Kirjasto kaikille -kumppanuusprojektissa. Opinnäytetyöni tavoitteena oli luoda toimiva markkinointisuunnitelma Kirjasto kaikille -projektin tuoman Vera-asiakkuuden sekä kirjaston ennestään olemassa olevien lukemisesteisten palvelujen markkinointiin sekä toteuttaa osa markkinoinnista. Olen pitkään ollut kiinnostunut kirjastojen tarjoamista vanhusten palveluista ja hakeutuvasta kirjastotyöstä, ja lisäksi koen markkinoinnin tärkeänä osana kirjastotyötä. Niinpä kun Oulaisten kirjastotoimenjohtaja ehdotti minulle tätä aihetta, tuntui se heti omalta. Lisäksi se seikka, että opinnäytetyöstä on konkreettista hyötyä kirjastolle niin saman tien kuin tulevaisuudessa, on saanut opinnäytetyön tekemisen tuntumaan mielekkäältä.

Opinnäytetyössäni käytin toiminnallista menetelmää, sillä sen tuloksena syntyi raportin lisäksi sekä kirjallista materiaalia että tapahtuma ja markkinointiesityksiä. Tapahtuman ja markkinointiesityksen tunteja olen purkanut päiväkirjaan, joka löytyy liitteestä 8. Uskon sekä materiaalin että tapahtuman ja markkinointiesitysten onnistuneen, sillä ne saivat positiivisen vastaanoton kaikkialla. Suurin merkki onnistumisesta on kuitenkin se, että markkinoinnin tuloksena kirjastoon on ilmoittautunut jo nyt kolme henkilöä, jotka haluavat ryhtyä Vera-asiakkaiksi. Olin tietenkin toivonut että käyttäjiä Vera-asiakkuudelle tulisi, mutta kuitenkin olin valmistautunut siihen että asiakkaita saattaisi tulla vasta myöhemmin. Niinpä olin todella iloinen, että markkinoinnistani on ollut oikeasti hyötyä ja että olen saanut innostettua ihmisiä Vera-asiakkuuden pariin.

Tietoperustaa varten tutustuin niin Oulaisten kaupunginkirjastoon kuin Celia-kirjastoonkin, sekä luonnollisesti markkinointiin ja hieman myös saavutettavuuteen. Tietoperustan luominen antoi minulle paljon uutta tietoa ja lisäksi se loi varmuutta toiminallisen osuuden toteuttamiseen. Lähteisiin pyrin valikoimaan pääosin tuoreita lähteitä, ja ne koostuvat niin painetuista teoksista kuin verkkolähteistäkin. Koska lukemisesteisyys ja esimerkiksi lukihäiriö eivät entuudestaan olleet minulle kovin tuttuja aiheita, tutustuin niihin paljon myös sellaisten lähteiden kautta, jotka eivät loppujen lopuksi päätyneet varsinaiseen lähdeluetteloon. Erittäin tärkeäksi opinnäytetyöprosessin aikana koin myös keskustelut esimerkiksi opiskelutovereiden ja tilaajan kanssa, sillä ne innoittivat tutustumaan uusiin asioihin ja katsomaan asioita eri kantilta.

Opinnäytetyöni aihe oli mielestäni erittäin hyvä, ja se antoi myös minulle paljon. Celia-kirjaston palvelujen tuleminen osaksi yleisten kirjastojen arkea parantaa mielestäni yleisten kirjastojen

aineiston saavutettavuutta suuresti. Vaikka palvelu olisi kuinka hyvä, ei siitä ole mitään iloa jos asiakkaat eivät siitä tiedä. Sen vuoksi palvelujen markkinointi on ensisijaisen tärkeää niin kirjaston kannalta kuin kirjaston käyttäjienkin kannalta. Minusta yksi kirjaston tärkeimmistä tehtävistä on tarjota kaikille ihmisille yhdenvertaiset mahdollisuudet hankkia tietoa ja viihdykettä riippumatta vaikkapa taloudellisesta tilanteesta tai vammasta. Näin ollen on tärkeää tuoda esille kirjaston pyrkimys tarjota aineistoa kaikenlaisiin tarpeisiin jotta asiakkaat, joille palvelu on suunnattu, löytäisivät sen ja voisivat siitä hyötyä.

Uskon, että eritoten ryhmät joille pidin markkinointiesityksen ovat olleet tyytyväisiä esityksiin. Tämä johtuu siitä, että he ovat suhtautuneet positiivisesti asiaani, eivätkä ole tyrmänneet sitä vaikka sen toteuttaminen vaatisikin heiltä toimia. Erityisen positiiviseksi koin sen, että kaikkialla oltiin valmiita pohtimaan juuri heille sopivia tapoja käyttää Vera-asiakkuutta. Iloinen yllätys oli myös kehitysvammaisten ryhmien ja heidän ohjaajiensa mielenkiinto tutustua ylipäätään kirjaston palveluihin, ja minulta toivottiinkin että innostaisin erityisesti kotona asuvia kehitysvammaisia käymään kirjastossa rohkeasti. Oli mukava huomata, kuinka pienellä vaivalla voi saada monta henkilöä innostumaan kirjastosta.

Vera-asiakkuus ja sen käyttö voivat tuntua monimutkaisilta kun niistä ensimmäisen kerran kuulee. Niinpä voi olla, että myös väärinymmärryksiä palvelusta on voinut sattua tai olen voinut selittää joitain asioita liian vähän. Kuitenkin kaikissa ryhmissä, joille Vera-asiakkuutta esittelin, myös kuuntelijat esittivät kysymyksiä, joten toivon että mitään suuria väärinymmärryksiä ei sattunut. Tekemissäni kirjallisissa markkinointimateriaaleissa pyrin käyttämään mahdollisimman selkeää kieltä ja ulkoasua. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että olen tutustunut selkokieleen vasta opin- näytetyötä tehdessäni, joten siinä on varmasti puutteita. Jos materiaalien käytössä ilmenee ongelmia tai puutteita, voisi olla hyvä idea luetuttaa ne jollain paremmin selkokieleen perehtyneellä henkilöllä.

Jotta Vera-asiakkuudesta saataisiin kaikki hyöty irti, suosittelisin kaikkia kirjaston henkilökunnan jäseniä tutustumaan palveluun niin, että hallitsisi ainakin perustiedot. Näin myös asiakkaille tulisi se kuva, että kirjastolla tiedetään mitä ollaan tekemässä ja osataan auttaa. Jos kuitenkin tiukan paikan tullen sattuu unohtamaan miten palvelu toimii, olisi hyvä jos kirjaston nettisivuilla lukisi tietoa palvelusta. Tieto olisi hyvä olla myös asiakkaiden kannalta katsottaessa, sillä kotisivuilta tiedon etsimiseen voi olla pienempi kynnyks kuin mennä tiedustelemaan palvelua suoraan kirjastosta. Kuten jo kappaleessa 7.1 Markkinointisuunnitelman onnistuneisuus totesinkin, voisi olla toimiva idea koota kotisivuille kokonaisuus saavutettavuutta parantavista palveluista. Näin tuotai-

siin esille myös kirjaston halukkuus olla saavutettava. Koska Vera-asiakkuuteen liittyy monenlaisia asioita, saattaisi olla hyvä jos kirjastolla olisi vastuuhenkilö, joka tuntisi Vera-asiakkuuden laajasti. Tämä henkilö voisi olla vastuussa asiakaskeskustelujen pitämisestä silloin kun asiakas liittyy Vera-asiakkaaksi ja neuvoa hänelle palvelun käyttöä sekä auttaa ongelmatilanteissa. Näin ollen kaikkien kirjaston työntekijöiden ei tarvitsisi osata kaikkea, vaan voisi kääntyä tarvittaessa vastuuhenkilön puoleen.

Opinnäytetyöprosessi on ollut minulle opettavaista aikaa, ja olenkin tyytyväinen aikaansaannoksiini. Vaikka en olekaan lähtökohtaisesti markkinoinnin ammattilainen, koen että olen saanut paljon aikaa ja korvannut markkinoinnissa olevat puutteet kirjastoalan tuntemuksella sekä innostuksellani tehdä markkinointia. Jo tietoperustaa tehdessäni tietämykseni niin Celia-kirjastosta, saavutettavuudesta kuin markkinoinnistakin kasvoi. Markkinointia tehdessäni sain huomata, että aina on hyvä olla varasuunnitelma. Tämä kävi varsin hyvin ilmi silloin, kun en voinutkaan käyttää tekemääni PowerPoint-esitystä, ja onneksi olinkin valmistautunut sellaiseen tilanteeseen. Senior-Surf-tapahtumaa ajatellessa oli hyvä, että olin ideoinut tapahtuman sisällön niin laajaksi, koska Pyhäjokiseudun äänilehden lukijan etsimisen poisjääminen ei haitannut tapahtuman järjestämistä ollenkaan. Varasuunnitelmat ja laaja ideoiminen ovat mielestäni hyviä esimerkkejä siitä, kuinka suuri merkitys markkinoinnin suunnittelulla on. Jos en olisi tehnyt pohjatyötäni niin kattavasti kuin tein, olisin joutunut pulaan varsinaista markkinointia toteuttaessani. Vaikka tiedostin tämän jo ennen opinnäytetyön tekemistä, vasta tehdessä kunnolla ymmärsin pohjatyön merkityksen. Toki parannettavan varaa aina on, ja tässä työssä se ilmenee ehkä liian tiukkana aikatauluna. Vaikka aikataulu toteutuikin, olisi sen ollut hyvä olla hieman väljempi. Kaikista arvokkaimman kokemuksen sain kuitenkin pitäessäni markkinointiesityksiä. Olen päässyt jo ennen opinnäytetyöni tekemistä puhumaan niin senioreille kuin koululaisillekin, mutta täysin uusina ryhminä minulle tulivat kehitysvammaiset sekä pienryhmäläiset. Myös hoitohenkilökunnalle puhuminen toi uudenlaisen aspektin asiaan, sillä silloin ei voinut puhua suoraan mahdollisille Vera-asiakkuuden käyttäjille vaan välikädelle, joka vaati esittelyltä puolestaan erilaisia asioita. Paitsi esiintymisvarmuutta, sain siis myös tutustua erilaisiin kohderyhmiin, ja uskon että siitä voi olla minulle tulevaisuudessa apua vaikka käyttäjäkoulutuksien pitämisessä. Mielestäni voikin sanoa, että olen opinnäytetyön myötä saanut paljon ammatillista kokemusta, jota uskon voivani hyödyntää tulevaisuudessa.

Koska Kirjasto kaikille -projekti jatkuu myös keväällä 2015, voisi olla hyvä kehittää markkinointia eteenpäin. Esimerkiksi vuoden 2015 alussa voisi pohtia, mitä markkinoinnilla on jo tähän mennessä saavutettu ja mitä sillä vielä halutaan saavuttaa. Sen perusteella aktiivista markkinointia voisi jatkaa ja miettiä mitkä markkinoinnissa käytetyt keinot todella toimivat ja mitä voisi tehdä

toisin. Myös muiden pilottikirjastojen tekemään markkinointiin kannattaa tutusta ja poimia toimivia ideoita. Käyttämäni markkinointisuunnitelman kaava oli mielestäni toimiva, ja sitä voisi soveltaa myös muiden palveluiden markkinointiin.

LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2007. Markkinoinnin maailma. 8. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Burgstahler, S. 2012. Equal Access: Universal Design of Libraries. Viitattu 30.7.2014, http://www.washington.edu/doit/Brochures/PDF/equal_access_lib.pdf.

Celia. 2014a. Tietoa Celiasta. Viitattu 6.6.2014, <http://www.celia.fi/tietoa-celiasta;jsessionid=4BE7AC81C3A82215B5F8FAC8A8C7793E>.

Celia. 2014b. Tietoa kirjoista. Viitattu 6.6.2014, <http://www.celia.fi/tietoa-kirjoista>.

Celia. 2014c. Osta oppikirjoja. Viitattu 6.6.2014, <http://www.celia.fi/osta-oppikirjoja>.

Celia. 2014d. Asiakkaaksi. Viitattu 9.6.2014, <http://www.celia.fi/asiakkaaksi>.

Celia. 2014e. Lainaa kirjoja. Viitattu 9.6.2014, <http://www.celia.fi/lainaaminen>.

Celia. 2014f. Pikku-Celia. Viitattu 9.6.2014, <http://www.celia.fi/pikku-celia1>.

Celia. 2014g. Celian historia. Viitattu 9.6.2014, <http://www.celia.fi/historia>.

Celia. 2014h. Kirjasto kaikille. Viitattu 10.6.2014, <http://www.celia.fi/kirjastokaikille>.

Celia. 2014i. Koulutusmateriaali projektin pilottikirjastoille. Viitattu 10.6.2014, http://www.celia.fi/c/document_library/get_file?uuid=e29dd5e3-206d-4e5d-83b4-e3bd9bc2a375&groupId=23992.

Celia. 2014j. Celia-yhteistyön käsikirja yleisille kirjastoille. Tekijän hallussa.

Celia. 2014k. Celianet. Viitattu 8.9.2014, <http://www.celia.fi/celianet>.

Esok.fi. 2014. Saavutettava kirjasto. Viitattu 1.8.2014, <http://www.esok.fi/stivisuositus/saavutettava-kirjasto>.

Haasio, A. 2013. Sosiaalinen media ja kirjastot. Helsinki: Avain.

Halonen, M. 1999. Aikuinen oppimassa: lukemisen ja kirjoittamisen harjoituksia oppimisvaikeuk-

- sista kärsiville aikuisille. Helsinki: Opetushallitus.
- Helinsky, Z. 2012. Pieni mutta tärkeä kirja kirjastojen markkinoinnista. Helsinki: Avain.
- Holopainen, L. & Savolainen, H. 2006. Nuorten lukemisen ja kirjoittamisen vaikeudet. Teoksessa M. Takala & E. Kontu. (toim.) Luki-vaikeudesta luki-taitoon. Helsinki: Yliopistopaino, 203–229.
- Hyvärinen, L. 2013. Näkö. Teoksessa E. Heikkinen, J. Jyrkämä & T. Rantanen. (toim.) Gerontologia. 3. uudistettu painos. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim, 198–209.
- Hänninen, P. 2011. KirjaVirku eli virikkeitä kirjallisuudesta. Sisäinen lähde. Tekijän hallussa.
- Invalidiliitto Ry. 2010. Esteettömyys. Viitattu 12.8.2014, <http://www.esteeton.fi/portal/fi/tieto-osio/esteettomyys/>.
- Juntunen, A. & Saarti, J. 2014. Ulos kirjastosta: kirjastojen markkinointiviestintä. Helsinki: Avain.
- Kielikukkanen. 2011. Oppimisvaikeus on yksi syrjäytymisen riskitekijä. Viitattu 24.9.2014, http://www.kielikukkanen.fi/2011/oppimisvaikeus_on_yksi_syrjaytymisen_riskitekija_0511_01.html.
- Kirjastot.fi. 2013. Perustilastot. Suomen yleisten kirjastojen tilastot. Viitattu 12.6.2014, <http://tilastot.kirjastot.fi/fi-fi/perustilastot.aspx?AreaKey=Y2013T2N563>.
- Kulttuuria kaikille – työryhmä. 2002. Kulttuuria kaikille. Esitys vammaiskulttuurin ja kulttuurin saavutettavuuden edistämiseksi. Opetusministeriön työryhmien muistioita 30:2002. Opetusministeriö. Viitattu 13.6.2014, http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/ohjelmat_ja_strategiat/esitys_vammaiskulttuurin_ja_kulttuurin_saavutettavuuden_edistamiseksi.pdf.
- Kuuloliitto ry. 2009. Induktiosilmukka. Viitattu 12.8.2014, <http://www.kuuloliitto.fi/fin/kuulo/apuvalineet/induktiosilmukka/>.
- Laakso, L. 2010. Kirjaston kotipalvelu. Helsinki: BTJ Finland Oy.
- Laki näkövammaisten kirjastosta. 23.8.1996/638.
- Lukimat. 2014. Lukivaikeus. Viitattu 18.9.2014, <http://www.lukimat.fi/lukeminen/tietopalvelu/lukivaikeudet-1>.

Maarno, R. 2013. Monta tapaa lukea — Läsa på olika sätt. Kirjasto kaikille kumppanuusprojektin työblogi. Viitattu 11.6.2014, <http://kirjastokaikille.fi/monta-tapaa-lukea-lasa-pa-olika-satt/>.

Mölläri, M. 2012. Kuntarakenne-esitys Pohjois-Pohjanmaalla. Valtiovarainministeriö. Viitattu 12.6.2014,

https://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/03_muut_asiakirjat/20120313Kuntau/04Rakenneryhman_puheenvuoro_Pohjois-Pohjanmaa.pdf.

Oulaisten kaupunki. 2011. Kirjastopalvelut. Viitattu 13.6.2014, <http://www.oulainen.fi/kirjastopalvelut>.

Petäjäsoja, I. 2011. Raportti KirjaVirku-projektista 2010–2011. Sisäinen lähde. Tekijän hallussa.

Petäjäsoja, I. 2014. Kirjastotoimen johtaja, Oulaisten kaupunginkirjasto. Haastattelu 8.7.2014. Tekijän hallussa.

Rope, T. 1999. 100 keinoa tehdä markkinoinnilla tulosta. Juva: WSOY.

Sanastokeskus TSK ry. 2010. Sosiaalisen median sanasto. Viitattu 12.8.2014, http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_medan_sanasto.

Selkokeskus. 2014. Selkokielen määritelmä. Viitattu 13.10.2014, <http://papunet.net/selkokeskus/teoriaa/maaritelma/>.

Suvanto, H. 2014. Kirjastovirkailija, Oulaisten kaupunginkirjasto. Haastattelu 8.7.2014. Tekijän hallussa.

Takala, M. 2006. Mitä on dysleksia? Teoksessa M. Takala & E. Kontu. 2006 (toim.) Luki-vaikkeudesta luki-taitoon. Helsinki: Yliopistopaino, 63–85.

Tilastokeskus. 2014. Oulainen. Viitattu 6.6.2014, <http://tilastokeskus.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/563.html>.

Vammaiset ja kulttuuri – toimikunta. 2004. Taide tarjolle, kulttuuri kaikille. Vammaiset ja kulttuuri – toimikunnan ehdotus toimenpideohjelmaksi. Opetusministeriön julkaisuja 2004:29. Opetusministeriö. Viitattu 16.6.2014, http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/opm_183_opm29.pdf.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Virtanen, H. 2012. Selkokielen käsikirja. 2., uudistettu painos. Helsinki: Oppimateriaalikeskus Opik.

Yritystulkki. 2014. YT 23 Markkinointisuunnitelman laatimisopas. Business Oulu. Viitattu 11.8.2014 http://yritystulkki.agileus.fi/files/yt23_markkinointi_bussoulu.pdf.

- Celia-kirjasto** Celia-kirjaston on valtion erityiskirjasto lukemisesteisille henkilöille. Se tuottaa ja välittää kirjallisuutta saavutettavassa muodossa ihmisille, joille tavallisen painetun kirjan lukeminen on vaikeaa.
- Lukemiseste** Lukemiseste voi olla esimerkiksi vamman tai sairauden aiheuttama, ja se vaikeuttaa tavallisen painetun kirjan lukemista. Lukemisesteiden kirjo on laaja, mutta esimerkkejä lukemisesteestä ovat lukivaikeus, kehitysvamma tai heikentynyt näkö.
- Celianet** Celianet on Celia-kirjaston ylläpitämä tietokanta. Celianetissä asiakkaat voivat esimerkiksi tarkastella tietojaan, etsiä kirjoja tietokannasta sekä lainata niitä.
- Vera-asiakas** Vera-asiakas on Celia-kirjaston asiakas tai yleisen kirjaston asiakas jolle on myönnetty Vera-asiakkuus. Vera-asiakkaalla on jokin lukemiseste. Vera-asiakas voi lainata äänikirjoja suoraan Celianetistä.
- Oppari** Oppari on verkkokauppa, josta voi ostaa Celian tuottamia oppikirjoja sekä -materiaalia saavutettavassa muodossa. Opparista voi ostaa peruskoulun ja toisen asteen oppikirjoja ja -materiaaleja.
- Daisy-formaatti** Celian tuottamat äänikirjat on tallennettu Daisy-formaattiin. Daisy-formaatti tarjoaa enemmän mahdollisuuksia kuin tavallinen äänikirja, esimerkiksi kirjaan voi jättää kirjanmerkkejä ja siinä on helppo liikkua vaikkapa otsikkotasolla
- Kuunteluohjelma** Celian tuottamien äänikirjojen kuunteluun tarvitsee kuunteluohjelman, jotta kirjan kaikki ominaisuudet olisivat käytössä. Tällainen kuunteluohjelma on esimerkiksi ilmainen AMIS-kuunteluohjelma, joka on saatavissa Celian internetsivuilta.
- Daisy-soitin** Daisy-soitin on Celian tuottamien äänikirjojen kuunteluun tarkoitettu laite, jolla äänikirjojen kaikki ominaisuudet ovat helposti käytettävissä.

- 7.10.2014 klo 15.00–18.00
- Esittelyssä Vera-asiakkuus
 - o näytetään kädestä pitäen miten Vera-asiakkuus toimii kirjaston tunnuksilla
 - o esitellään Daisy-soitinta, kirjan lataamista Celianetistä sekä selainkuuntelua
- Mahdollisuus täyttää lomake jolla voi jättää yhteystiedot kirjastolle Vera-asiakkuus keskustelua varten
- Erityiskoululaisten taidetta aiheesta ”Kirjat ja lukeminen”
 - o jos erityiskoululaiset eivät voi tehdä, niin pyydetään jotain kehitysvammaisten ryhmää
- Tilataan Celia-kirjastosta näyttille koskettelukirja sekä luetaan yhdessä –kirja
- Etsitään Pyhäjokiseudun äänilehdelle uutta lukijaa?
- Yksi esitys KirjaVirku-kotipalvelusta sekä Vera-asiakkuudesta
- Arvonta
 - o lappuun pari kysymystä, esim. Tiedätkö mikä on Celia-kirjasto? Tunnetko ketään lukemisesteistä henkilöä? → mahdollisuus kertoa asiakkaille Celiasta ja lukemisesteistä
 - o muutama hyvä palkinto, esim. dvd-levyjä kirjastolta ja palkinto Pyhäjokiseudulta

Oulaisten kirjaston KirjaVirkku-kotipalvelu

Liikuntaesteisille & näkörajoitteisille
mahdollisuus saada
kirjastoaineistoa kotiin kuljetettuna!

Palvelu on **maksuton, sakoton ja täysin**
luottamuksellinen.

Kirjaston työntekijä valikoi toimitettavan ai-
neiston mieltymystesi mukaan.

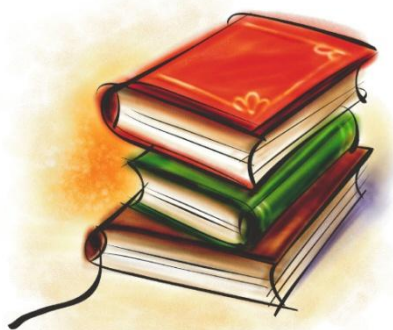
Soita kirjastoon ja pyydä kotipalvelua,
puh. 044-4793245

Aineiston toimitustavat:

Taajaman liikuntaesteisille asiakkaille kirjaston työntekijä tuo aineiston kotiin.

Kotipalvelu kotihoidon liikuntaesteisille asiakkaille sovitun aineiston toimittaa sosiaalitoimen kotihoidon lähihoitaja.

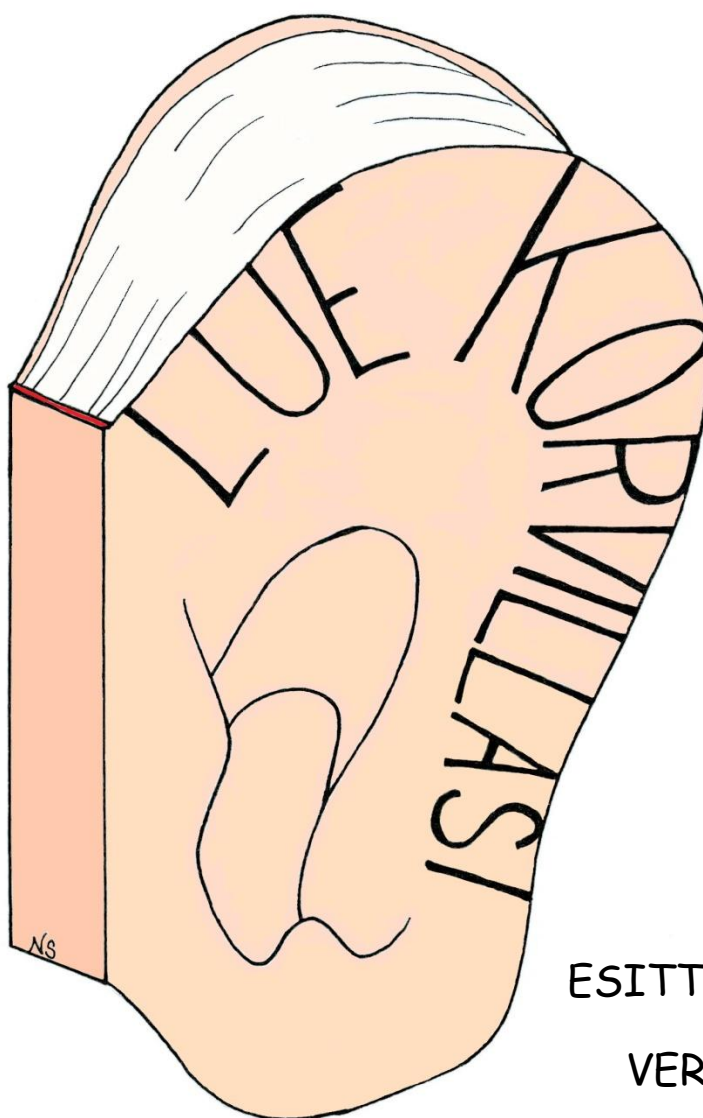
Kirjastokassi-valikoimapalvelu: palvelutaksilla tai -bussilla asioivat voivat pyytää valmiin kirjastokassin kirjaston ovelta noudettavaksi arkisin klo 08-20 ja keskiviikkoisin klo 08-16.



**TULE TUTUSTUMAAN UUSIIN
LUKEMISESTEISTEN PALVELUIHIN
OULAISTEN KAUPUNGINKIRJASTOON!**

7.10. KLO 15-18

**Kirjasto
kaikille**



**OSALLISTU
ARVONTAAN!**

**ESITTELYSSÄ UUSI
VERA-PALVELU**

**Oulaisten kaupunginkirjasto
Sahankatu 2, 86300 Oulainen**

Kirjasto kaikille

LUKEMISESTE? KIRJASTO AUTTAA!

Onko sinulla jokin lukemista hankaloittava asia, esimerkiksi lukivaikeus tai heikentynyt näkökyky? Etkö jaksaisi pidellä kirjaa kauaa kädessäsi? Oulaisten kirjasto haluaa tarjota myös sinulle mahdollisuuden nauttia kirjallisuudesta monipuolisesti!

15.9. alkaen Oulaisten kirjastolla on käytössään Vera-palvelu, joka sisältää 40 000 äänikirjaa. Äänikirjoja on romaaneja, tietokirjoja ja elämäkertoja, niin lapsille, nuorille kuin aikuisille. Äänikirjakokoelmaa pääsevät käyttämään henkilöt, joille tavallisen painetun kirjan lukeminen on vaikeaa.

Äänikirjoja voit kuunnella kahdella tavalla. Jos sinulla on Internet-yhteys, voit joko kuunnella niitä suoraan internetistä tai ladata haluamallasi laitteelle. Jos sinulla ei ole Internetin käyttömahdollisuutta, kirjaston henkilökunta voi toimittaa sinulle äänikirjan cd-rom-levyllä tai muistitikulla.

Kiinnostuitko?

Tule käymään kirjastossa keskustelemassa asiasta lisää! Täytä lomakkeen alareunaan tietosi ja kirjaston henkilökunta ottaa sinuun yhteyttä.

Nimi: _____

Puhelinnumero: _____

Kirjastopalveluita kaikille!

Senioriryhmät

Oulaisten kaupunginkirjasto
Noora Suvanto

**Kirjasto
kaikille**

1

14.10.2014

KirjaVirkku-kotipalvelu

- Liikuntaesteisille ja näkörajoitteisille oulaistelaisille
- Kirjasto tuo kotiisi luettavaa, kuunneltavaa tai katseltavaa aineistoa mieltymystesi mukaan
- Palvelu on maksuton, sakoton ja täysin luottamuksellinen asiakassuhde

2

13.10.2014

Kirjat kolmella tavalla

- Taajaman liikuntaesteiset asiakkaat: kirjaston henkilökunta tuo haluamasi aineiston kotiovellesi
- Kotipalvelu kotihoidon liikuntaesteisille asiakkaille: Oulaisten kylille kirjastoaineiston välittää sosiaalitoimen kotihoito
- Kirjastokassi -valikoimapalvelu: palvelutaksilla tai -bussilla Oulaisissa asioivat oulaistelaiset voivat pyytää kirjastohenkilökuntaa valitsemaan valmiin kirjastokassin kirjaston ovelta noudettavaksi

3

13.10.2014

Vera: äänikirjoja kaiken ikäisille!

- 40 000 äänikirjaa
- Joka vuosi 1 000 kirjaa lisää
- Romaaneja, elämäkertoja, tietokirjoja

4

13.10.2014

Vera-palvelu

- Yhteistyössä Celia-kirjaston kanssa
- Kohderyhmänä lukemisesteiset henkilöt
- Maksuton palvelu
- Vaatii Internet-yhteyden
- Vera-käyttäjätunnuksen voi saada Oulaisten kirjastosta

5

13.10.2014

Vera-palvelun käyttäminen

1. Kirjan kuuntelu suoratoistona
2. Kirjan lataaminen
 - Tietokone, älypuhelin, iPad, Daisy-soitin, mp3...
 - Vaatii kuunteluohjelman, esim. ilmainen AMIS-kuunteluohjelma
3. Kirjasto toimittaa asiakkaalle sopivassa muodossa jos ei ole internetin käyttömahdollisuutta

6

13.10.2014

Tule kirjastoon kysymään lisää!

- Sahankatu 2, 86300 Oulainen
- Puh. 044 - 4793 245
- Sähköposti: oukkp@oulainen.fi

- Aukioloajat:

Ma-Ti, To-Pe 13.00-20.00

Ke 10.00-16.00

La 11.00-15.00

**Kirjasto
kaikille**

13.10.2014

7

TARINAESITE LIITE 7

TULE KIRJASTOON JA TUTUSTU VERA-ASIAKKUUTEEN!

Sahankatu 2, 86300 Oulainen

Puh. 044-4793 245

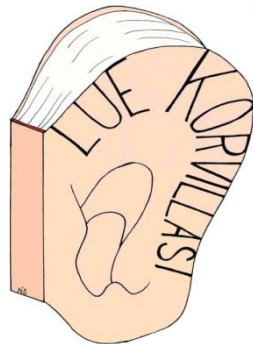
Sähköposti: oukkp@oulainen.fi

Aukioloajat:

Ma-Ti, To-Pe 13.00–20.00

Ke 10.00–16.00

La 11.00–15.00



Kirjasto kaikille

TOMIN TARINA

Pojalleni Tomille todettiin 3. luokalla vaikea lukivaikeus. Lukivaikeuden toteaminen oli pojalle kova paikka, johon kuitenkin löytyi selviytymiskeino äänikirjoista. Lukivaikeuden todennut erityisopettaja kertoi, että koulu voi tilata oppikirjoja äänikirjoina Opparista. Puolihuolimattomasti hän totesi että myös muuta kirjallisuutta voi saada äänikirjana. Olen lukenut lapsilleni aina paljon ääneen, joten päätin tutustua äänikirjoja tarjoavaan Celia-kirjastoon ja vierailin heidän nettisivullaan. Soitin Celiaan, josta ystävällinen asiakaspalvelija kertoi että poika pääsisi heille heti asiakkaaksi, tarvitsisi vaan lähettää todistus lukivaikkeudesta ja sen saimme lukivaikkeuksiin erikoistuneelta psykologilta. Aluksi Celiasta lainattiin lastenkirjoja, mutta melko pian Tomi alkoi lainata nuortenkirjoja. Tomi lukee paljon ja välillä kirjoja menee viikossa parikin. Celiasta saa kyllä mitä vaan, Tomi lainaa sieltä myös paljon englanninkielistä kirjallisuutta kuten Harry Pottereja. Jos vaan voi hehkuttaa poikien uppoutumista seikkailu- ja fantasia-kirjallisuuteen niin meillä se toteutuu! Välillä on törmätty myös ennakkoluuloihin. Pojan, jolla on lukivaikeus, oletetaan helposti olevan kirjallisuudesta kiinnostumaton, mikä ei Tominkaan kohdalla pidä ollenkaan paikkaansa. En tiedä, miten voisin tarpeeksi hehkuttaa Celian henkilökuntaa ja palveluita! Tomi on nyt 16-vuotias, ja edelleen ahkera lukija.

Ulla, Tomin äiti

PEKAN TARINA

Kävin yläasteella erityisopetuksessa, ja silloin minulle todettiin lukuhäiriö. Lukemisen ja oppimisen kanssa ei varsinaisesti ollut ongelmaa, mutta lukeminen oli todella hidasta. Myös aikuisena, kun olen lukenut lapsilleni ääneen, olen huomannut että lukeminen on hidasta ja virheitä tulee paljon. Koulussa lukuhäiriö vaikutti reaaliaineissa, varsinkin vieraissa kielissä. Oppiminen oli minulle erilaista, sillä opin kuuntelemalla paljon paremmin kuin lukemalla, ja oppiminen oli ehkä hitaampaa. Toisaalta matemaattiset aineet tuntuivat minusta helpomilta. Ylioppilaskirjoituksia varten sain virallisen lausunnon lukuhäiriöstä jolla sain helpotusta äidinkielen arviointiin. Tekstihän oli ihan katastrofeja, mutta tärkeintä oli että pääsin läpi. Opiskeluaikoina ongelmia ei juuri ilmennyt, ehkä siksi että valitsin teknisen alan, mutta lopputyölläni oli monta oikolukijaa. Lukuhäiriö vaikuttaa edelleen töissäni, esimerkiksi esitelmien tekemiseen, enkä mielelläni lue tekstejä vaan hankin informaation muuta kautta ja joskus se on haastavaa. Jotkut tekstit ovat vaikeampia kuin muut, on myös olemassa tekstejä joita on helppo lukea. Lukuhäiriö ei ole oikeastaan vaikuttanut uraani. Tai vaikeahan sitä on sanoa kun en koskaan ole ollut ”lukuhäiriötön”, ehkä se olisi erilaista.

Pekka, yksikön johtaja suomalaisessa teknologia yrityksessä

Esitteiden jakaminen: yläkoulu, lukio, Juho Oksan koulu (terveydenhuolto), Sosiaalityö, ammattikoulun (3 yksikköä), terveyskeskus

Jotta muistaisin kaikki kokemukset joita haluan kirjata ylös, päätin kuvata puhelimella lyhyitä videopätkiä jokaisen esityksen ja tapaamisen jälkeen. Tämä osoittautui hyväksi keinoksi, sillä asioita tuli selitettyä kameralle monipuolisesti ja sanottua ääneen myös sellaisia seikkoja, joita pitäisi muilla kerroilla muistaa ottaa huomioon.

6.10. Kehitysvammaisten palvelukoti Koivula

Kävin kehitysvammaisille tarkoitettussa Palvelukoti Koivulassa kertomassa Vera-asiakkuudesta. Koivulan asukkailla on ympärivuorokautinen valvonta. Kuuntelijoihin kuului neljä Koivulan työntekijää. Työntekijät suhtautuivat hillityn kiinnostuneesti palveluun, ja keksivät jo yhden asukkaan jolle palvelu voisi sopia. Esitykseen kului aikaa n. 15 min, jonka aikana esittelin paperiversiona valmistetun PowerPoint-esityksen, jaoin esitteitä sekä näytin Daisy-soitinta sekä sen käyttöä. Daisy-soitin tuntui asukkaille parhaalta vaihtoehdolta, sillä asukkaiden käytössä ei ole ollenkaan tietokonetta ja heidän tavallisella cd-soittimellaan ei voi kuunnella Daisy-äänikirjoja.

7.10. Talouskoulun senioriryhmä

Talouskoulun senioriryhmään kuului 22 henkilöä, joille esittelin Vera-asiakkuuden lisäksi myös Kirja-Virkku-kotipalvelua. Ryhmä tuli katsomaan esityksen kirjaston Pelihuoneeseen, jonka jälkeen Kalle Hautamäki vastaili heidän kysymyksiinsä tietokoneisiin liittyen. Jaoin ryhmäläisille Vera-mainoksia sekä KirjaVirkku-mainoksia. Veraan liittyen esittelin myös Daisy-soitinta sekä näytin Vera-asiakkuuden käyttöä ja selainkuuntelua. Osalle ryhmäläisistä Celia-kirjasto ja Daisy-soitin olivat tuttuja entuudestaan, mutta suurimmalle osalle ne tulivat aivan uusina asioina.

7.10. SeniorSurf klo 15—18

Kaikki suunnitelman osat toteutuivat Pyhäjokiseudun äänilehden lukijan rekrytointia lukuun ottamatta. Tämä johtui siitä, että edellinen lukija oli toiminut yrittäjänä eikä Pyhäjokiseudun palkkaamana. Pyhäjokiseudun toimitus haluaisi äänilehdelle lukijan, mutta he eivät osanneet kertoa varsinaisesta toiminnasta kovin tarkasti tai nimetä yhteyshenkilöä johon mahdollinen lukija voisi ottaa yhteyttä, joten lukijaa ei tapahtumassa etsitä.

Tempaus kesti kolme tuntia, jonka aikana neljä asiakasta, joista kaksi halusi tietää Vera-asiakkuudesta ja ottivat esitteitä mukaan ja kaksi jotka tutustuivat koskettelu sekä luetaan yhdessä -kirjoihin. Arvontaan osallistuneita oli 24. Eräs nainen, joka tutustui myös Vera-asiakkuuteen,

kertoi olevansa pöyristynyt, kun terveydenhuollon henkilökunta ei ollut sanallakaan maininnut Celia-kirjastosta hänelle näköön liittyvän diagnoosin ja ohjeistuksen yhteydessä. Näin ollen päätin viedä esitteitä myös Oulaisten terveyskeskukseen. Pisteellä vierailijoita lukuun ottamatta ihmiset pyrkivät välttämään lähelle tuloa. Aika, jona pistettä pidettiin, oli myös melko hiljainen.

Erytisesti Juho Oksan koulun pienryhmien taidenäyttely oli mielestäni onnistunut. Ryhmä A eli pienemmät lapset olivat tehneet sanomalehdestä värikkäitä kilpikonnia, jotka olivat hyvin sympaattisia. Isommat lapset eli ryhmä B olivat puolestaan valmistaneet kirjanmerkkejä, jotka olivat todella veikeitä.

8.10. Juho Oksan alakoulun pienryhmät A ja B (erityiskoulu)

Huomasin jo esitykseen valmistautuessani, että aineistoa on todella vaikea saada sellaiseen muotoon, että se olisi mielenkiintoinen ja innostava pienryhmäläisille lapsille mutta samaan aikaan tarjoaisi tarpeeksi informaatiota opettajille. Minun oli tarkoitus näyttää pienryhmille sekä heidän opettajilleen ja ohjaajilleen PowerPoint sekä Celianet, Daisy-soitin, koskettelukirja ja luetaan yhdessä -kirja. Kuitenkin minut ohjattiin luokkaan, jossa ei ollut ollenkaan tietokonetta saattikka video-tykkiä. Niinpä päätin jo jättää koko PowerPointin ja Celianetin näyttämisen pois, mutta onneksi opettaja suostui vaihtamaan luokkaa sellaiseen jossa oli myös tietokone ja tykki. Päätin kuitenkin olla näyttämättä PowerPointia, sillä lapset olivat hyvin vilkkaita ja minusta tuntui, etteivät he jaksaa keskittyä paikallaan pysymiseen edes ennen esityksen alkua. Niinpä aluksi kerroin sanallisesti palvelusta ja sitten soitin pätkän äänikirjaa suoratoistona sekä Daisy-soittimella, ja annoin heidän katsoa koskettelukirjaa sekä luetaan yhdessä -kirjaa kädestä. Teksti PowerPointissa olisi ollut lapsille liian vaikeaa, joskin opettajille sopivaa ja näin ollen olisikin ollut ehkä parempi että esitys olisi pidetty ainoastaan opettajille niin kuin oli alun perin tarkoitus, sillä he eivät ehkä saaneet esityksestä niin paljon irti kuin olisivat halunneet. Siksi jätinkin opettajille paperiversiot PowerPointista. Lapset kerkesivät hieman tuskastua jo siinä ajassa, jona esittelin äänikirjoja suoratoistona sekä Daisy-soittimella, mutta olivat hyvin mielissään kun pääsivät selaamaan koskettelukirjaa sekä luetaan yhdessä -kirjaa. Annoin heille myös esitteet kotiin vietäviksi. Informaatio, jota esityksessä olisi pitänyt jakaa, oli kuitenkin sen verran monimutkaista että ainakaan pienemmät lapset eivät sitä pystyneet sisäistämään. Isommat ehkä olisivatkin voineet, mutta he eivät puolestaan jaksaneet keskittyä tarpeeksi, varsinkaan kun lapsia oli paikalla niin paljon. Mutta kaikkiaan ainakin opettajat vaikuttivat ihan myötämielisiltä palvelua kohtaan.

8.10. Työkeskus Puutex

Puutexilla käynti oli aivan mahtava kokemus. Ohjaajia paikalla oli kolme ja työntekijöitä noin 10.

Tilassa ei ollut tietokonetta, joten esittelen palvelua suullisesti, jaoin esitteitä sekä näytin Daisy-soittimen käyttöä ja annoin myös kuulijoille mahdollisuuden kokeilla sitä. Ohjaajat toivoivat, että kertoisin myös muuten kirjastopalveluista ja innostaisin käymään siellä. Samaa toivottiin myös myöhemmin syksyllä olevaan Avotyöntekijöiden kokoukseen, joten sinne kerkeän valmistautua paremmin myös kirjaston esittelyn kannalta. Puutexilla oltiin hyvin innoissaan palvelusta, niin ohjaajien kuin työntekijöidenkin puolesta. Pari työntekijää kokeili Daisy-soitinta ja monia kuuntelijoita kiinnosti kirjastoon tuleminen. He suunnittelivat myös tulevansa kirjastoon porukalla käymään. Yhteisöasiakkuus tuntui heistä ehkä paremmalta vaihtoehdolta kuin Vera-asiakkuus kirjaston kautta, mutta vaikka Vera-asiakkaita ei tätä kautta saataisikaan niin toivottavasti ainakin muuten asiakkaita kirjastoon!

8.10. Kehitysvammaisten asuntola

Siirtyi ensin toiseen ajankohtaan (24.10.), koska hoitaja oli unohtanut että heillä on muskari. Uusi yritys ensi kerralla!

Asuntolan kuulijakuntaan kuului kaksi hoitajaa sekä kahdeksan kehitysvammaisten asuntolan asukasta. Asukkaista kolme oli ollut kuulemassa esitystäni jo Puutexilla. Kuulijat kuuntelivat esityksen alusta loppuun sekä esittivät kysymyksiä, mikä oli mielestäni todella hyvä juttu. Hoitajien kanssa käytiin myös läpi, miten juuri he voisivat Vera-asiakkuutta hyödyntää. Ongelmaksi asuntolassakin muodostui se, että paikalla on vain yksi tietokone, ja sitäkin asukkaat eivät saa käyttää. Aineiston hankkiminen jäisi siis kirjaston vastuulle, ainakin jos hoitajat eivät halua toimia yhteyshenkilönä. Tilaisuus oli mielestäni leppoisaa, ja esityksen jälkeen minulle tarjottiin kahvit joiden aikana jutustelimme vielä asukkaiden kanssa. Tilaisuudesta jäi hyvä mieli. Esille tuli myös asukkaiden innostus käydä kirjastossa, ja kerroin heille myös mahdollisuudesta varata aika kirjaston esittelyyn aukioloaikojen ulkopuolella.

20.10 Palvelukoti Rantakartanon henkilökunnan kokous

Minun oli tarkoitus käydä esittelemässä palvelua Palvelukoti Rantakartanon henkilökunnalle, mutta he joutuivat perumaan ajan koska heillä oli paloharjoitus. Tilaisuudessa ei olisi ollut mahdollisuutta käyttää PowerPointia, joten olisin vain jakanut heille materiaalia ja kertonut palvelusta ilman havainnollistamismateriaalia.

Koska Rantakartanon vastaava sairaanhoitaja, jonka kanssa esityksestä sovittiin, oli kuitenkin paikalla 20.10., päätin käydä viemässä esitteitä hänelle ja kertoa palvelusta. Tämän jälkeen hän saisi päättää kannattaisiko minun tulla seuraavaan henkilökunnan kokoukseen. Hän päätti, että

nostaa itse asian esille seuraavassa kokouksessa. Tämä oli mielestäni hyvä päätös, sillä esitystä varten minun olisi pitänyt matkustaa erillinen kerta Oulaisiin pitämään esitys, jonka pituus ei kuitenkaan olisi saanut olla yli 15 minuuttia. Vastaava sairaanhoitaja vaikutti kiinnostuneelta ja esitti myös kysymyksiä palveluun liittyen.

Kokonaisuudessaan asiakkaat

Koivula: 4, Talouskoulun ryhmä: 22, SeniorSurf: 4 (arvonta 24), Pienryhmät: n. 20?, Puutex: 13, Kehitysvammaisten asuntola: 10

Esitteiden vientiä

Sosiaalitoimistossa oli vaan yksi henkilö jolla ei ollut asiakasta, ja hän ei ollut se henkilö jonka olisin halunnut tavata. He kuitenkin ottivat esitteitä ja pyysivät laittamaan niitä pöydälle.

Seuraavaksi vein esitteitä lukiolle jossa annoin niitä äidinkielen opettajalle sekä rehtorille, jotka vaikuttivat molemmat kiinnostuneilta.

Yläkoululla vein esitteitä opolle, joka otti ne mielellään vastaan ja olisi voinut viedä myös erityisopettajalle mutta hän ei ollut paikalla.

Ammattiopiston liiketalouden yksiköllä vein esitteitä myös opolle, joka totesi että heillä onkin pari oppilasta joilla on lukivaikeus. Hän myös kysyi vienkö esitteitä muihin yksiköihin ja meinasi että he voivat puhua asiasta myös opotiiimissä.

Kouluterveydenhuollossa annoin esitteitä terveydenhoitajalle, joka otti ne ilolla vastaan.

Ammattiopiston ravitsemus- ja puhdistuspalveluyksiköllä ainut paikalla ollut opo oli sama henkilö joka oli edellisenä päivänä käynyt senioriryhmän kanssa kirjastolla kuuntelemassa esitystä. Saoin tässä yhteydessä että mieltä myös nuoria joilla on lukivaikeus.

Ammattiopiston sosiaali- ja terveysalan yksiköllä oli menossa opettajien kokous, joten vein esitteitä yksikön kirjastoon josta kirjaston työntekijä lupasi välittää ne opolle.

Terveyskeskukseen vein seniiori-esitteitä, ja neuvolan puolelle lukivaikeus-esitteitä.