

Ekoäidistä ikinuoreen - Hyvinvointitalo ILO Oy:n asiakasprofiilit

Aku Vainikainen

Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma
2019



Tekijä(t) Aku Vainikainen	
Koulutusohjelma Liiketalous	
Opinnäytetyön nimi Ekoäidistä eläkeläiseen – Hyvinvointitalo ILO Oy:n asiakasprofiilit	Sivu- ja liitesivumäärä 53 + 1
<p>Opinnäytetyössä kartoitetaan anonyymien hyvinvointikirjallisuutta julkaisevan todellisen kirjakustantamon, ILO Oy:n (<i>nimi muutettu</i>) asiakasprofiileja. Työn tavoitteena on kirkastaa näkemystä siitä, keitä ILO Oy:n asiakkaat ovat, ja mitä mielenkiinnon kohteita ja toiveita heillä on hyvinvoinnin sektorilla. Asiakasprofiilien tunnistaminen mahdollistaa ILO Oy:n tuotteiden, palveluiden ja markkinoinnin räätälöinnin kohderyhmille sopivaksi. Näin yrityksen tuotteet, palvelut ja markkinointi voidaan muotoilla vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita ja toiveita.</p> <p>Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä käytettiin kvantitatiivista menetelmää. Tutkimus suoritettiin verkkokyselynä Webropol-ohjelman avulla talvella 2016-2017. Kyselyyn vastasi yhteensä 203 ILO Oy:n asiakasta. Kyselystä tiedotettiin sähköpostitse ILO Oy:n uutiskirjeen tilaajia sekä yrityksen Facebook-sivuilla.</p> <p>Kyselytutkimuksen pohjalta muodostui neljä asiakasprofiilia ILO Oy:n asiakkaista. Asiakasprofiilit nimesin kuvaamaan profiilien erityispiirteitä: Cityleidit, Ikinuoret, Ekoäidit ja Hyvinvointiäijät.</p> <p>Tutkimus paitsi vahvisti toimeksiantajayrityksen kokemuksen tuomaa näkemystä siitä, että stereotyyppisin toimeksiantajayrityksen asiakas on yli kolmekymppinen, korkeasti koulutettu suomalainen kaupunkilaisnainen, mutta myös antoi uutta tietoa erilaisista asiakasprofiileista, niiden tavoitettavuudesta sekä mielenkiinnon kohteista hyvinvoinnin saralla.</p>	
Kohderyhmä, asiakassegmentti, asiakastutkimus, hyvinvointikirjallisuus, tietokirjallisuus	

Sisällys

1	Johdanto.....	3
1.1	Tutkimusongelma	3
1.2	Tutkimuksen merkitys	4
1.3	Tutkimuksen rajaus	4
1.4	Tutkimuksen rakenne.....	5
2	Teoriatausta	6
2.1	Kuluttajan valinta.....	6
2.2	Maslown tarvehierarkia	7
2.3	Segmentointi	8
2.4	Palvelumuotoilu ja asiakasprofilointi	10
2.4.1	Asiakasprofiilin luominen	11
2.4.2	Asiakasprofiilien rajaus	12
3	ILO Oy:n toimintaympäristö	14
3.1	Kirjakustannusala Suomessa.....	14
3.2	Hyvinvointiala Suomessa.....	15
3.3	Hyvinvointikirjallisuus	17
3.4	ILO Oy:n tuotteet ja palvelut	18
4	Empiirinen tutkimus	20
4.1	Kyselytutkimus	20
4.2	Tutkimuksen aineisto	21
5	Tutkimuksen tuloksia	22
5.1	Sukupuoli- ja ikäjakauma	22
5.2	Asuinpaikka, koulutustausta ja ammatti	23
5.3	Kotitalouksien henkilömäärät	23
5.4	Kiinnostavimmat hyvinvoinnin aiheet.....	24
5.5	Hyvinvoinnin ylläpitäminen	26
5.6	Asiakkaiden tavoitettavuus	27
5.6.1	Suosituimmat ostopaikat.....	28
5.6.2	Suosituimmat hyvinvointitapahtumat.....	29
6	Asiakasprofiilit	30
6.1	Asiakasprofiili A: Cityleidit.....	30
6.2	Asiakasprofiili B: Ikinuoret	36
6.3	Asiakasprofiili C: Ekoäidit	40
6.4	Asiakasprofiili D: Hyvinvointiäijät.....	44
7	Johtopäätökset	49

8 Validiteetti ja reliabiliteetti.....	50
9 Oman oppimisen arviointi	52
Lähteet.....	53
Liitteet	58
Liite 1. Hyvinvointikysely.....	58

1 Johdanto

Opinnäytetyöni aihe löytyi luontevasti yrityksestä, jossa tein suuntautumisharjoitteluni, ja jossa olen ollut vakituksessa työsuhteessa. Opinnäytetyöni tutkii ja muodostaa asiakasprofiileja toimeksiantajayritys ILO Oy:lle (jatkossa ILO tai ILO Oy), jonka päätoimiala on hyvinvointiin keskittyvä kirjakustannus. ILO Oy on kirjakustannuksen lisäksi laajentunut perinteisestä kirjakustantamosta hyvinvointitaloksi, johon kuuluu kirjakustannuksen ohella tapahtumatuotantoa sekä hyvinvointiaiheisia kursseja ja tuotteita.

Ihmisen kokonaisvaltainen hyvinvointi on aihe, joka kiinnostaa ja johon satsataan koko ajan enemmän. Hyvinvointiin panostaminen on ollut kasvava trendi sekä Suomessa että maailmalla, niin yksilön kuin yhteiskunnankin tasolla (mm. Sitra 2015). Myös esimerkiksi tradenomiopintoihini Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa kuuluu kaksi pakollista hyvinvointia käsittelevää kurssia. Tämä trendi on syynä myös toimeksiantajayrityksen toimialan laajentumiseen.

ILO:n työntekijöiden havaintoihin perustuvia kokemuksia asiakaskunnasta lukuun ottamatta, yrityksellä ei ole asiakasprofiileistaan tutkittua tietoa. Tämä tutkimus kerää kyseistä kaivattua tietoa siitä, minkälaiset ihmiset kuluttavat ILO:n hyvinvointikirjallisuutta, kehittävät hyvinvointitaitojaan ja käyvät erilaisilla ILO:n hyvinvointikursseilla tai tapahtumissa. Tutkimus tuottaa myös tietoa kiinnostavimmista hyvinvoinnin aiheista ILO Oy:n asiakkaiden näkökulmasta katsottuna.

1.1 Tutkimusongelma

Tutkimuksen tavoitteena on määritellä ILO Oy:n asiakasprofiileja. Tämä toteutetaan selvittämällä sekä asiakkaiden demografisia tekijöitä, kuten keskimääräinen ikä, sukupuoli, koulustausta, ammatillinen ala, perhetilanne ja asuinpaikka, että psykograafisista tekijöitä, kuten kiinnostuksen kohteet hyvinvoinnin kentällä. Tarkoituksena on, että tutkimusta voidaan käyttää apuna suunniteltaessa toimeksiantajayrityksen palvelutarjontaa ja toimintaa tulevaisuudessa.

Tutkimuksen pääkysymys on: Mitkä ovat ILO Oy:n tärkeimmät asiakasprofiilit?

Tutkimuksen pääkysymyksen apukysymyksiä ovat:

- Mitkä hyvinvointiin liittyvät aiheet ovat kiinnostavimpia ILO Oy:n asiakkaiden keskuudessa tällä hetkellä?
- Mitä asiakkaat toivovat, että ILO Oy tarjoaisi heille tulevaisuudessa?
- Miten ja missä asiakkaat kuluttavat ILO Oy:n tuotteita?

1.2 Tutkimuksen merkitys

ILO Oy haluaa suunnitella ja kehittää toimintaansa mahdollisimman käyttäjälähtöisesti, jotta yrityksen tarjonta ja asiakkaiden tarpeet kohtaisivat yhä paremmin. Kun ILO Oy:n tuotteita, palveluja ja markkinointia kehitetään, on tärkeää tietää, kenelle näitä suunnataan. Sosiodemografisten taustamuuttujien (esim. ikä, sukupuoli) lisäksi on tärkeää kerätä tietoa asiakkaiden kiinnostusten kohteista, kulutustottumuksista, toiveista ja tarpeista. Nämä ovat tärkeitä muuttujia kasvustrategiaa luodessa yritykselle, jotta tarjonta vastaisi kysyntään mahdollisimman hyvin.

Tämän tutkimuksen tuloksia voi hyödyntää paitsi toimeksiantajan yrityksessä kustannettavan kirjallisuuden, myös muiden tuotteiden, kuten tapahtumien ja palvelujen suunnittelussa. Kohderyhmätutkimus voi auttaa toimeksiantajan lisäksi myös hyvinvointialalla olevia yrityksiä markkinoinnin ja myynnin kehittämisessä.

1.3 Tutkimuksen rajaus

Tutkimus rajautuu koskemaan henkilöitä, jotka vastasivat teettämääni hyvinvointikyselyyn talvella 2016-2017. Kyselyn linkki lähetettiin sähköpostitse ILO Oy:n uutiskirjeen tilaajille, joita oli kyselyn markkinointivaiheessa noin 1 400 henkilöä, ja jaettiin yrityksen Facebook-sivuilla, joita seurasi kyselyn markkinointivaiheessa noin 15 000 henkilöä.

Tutkimus keskittyy toimeksiantajayrityksen tuotteiden ja palvelujen loppukäyttäjiin, luonnollisiin henkilöihin, rajaten pois toimeksiantajayrityksen yritysasiakkaat ja jälleenmyyjät.

1.4 Tutkimuksen rakenne

Raportin alussa johdetaan lukijan tutkimukseeni kertomalla tutkimuksen merkityksestä toimeksiantajalle, tutkimuksen tavoitteista ja rajauksesta (luku 1). Tämän jälkeen esittelen työni taustaa, johon kuuluu teoriapohja ja ILO Oy:n toimintaympäristön esittely (luvut 2 ja 3).

Taustan esittelyn jälkeen siirryn kuvaamaan tutkimuksen metodologiaa, ja kuinka olen kerännyt aineistoni (luku 4). Tämän jälkeen seuraa tutkimukseni tärkeimmän aineiston esittely, eli tekemäni kyselytutkimuksen tulokset (luku 5). Tulosten jälkeen kerron minkälaisia asiakasprofiileja olen aineistoni pohjalta muodostanut (luku 6). Lopuksi kuvaan johtopäätöksiäni ja pohdin tutkimukseni luotettavuutta sekä arvioin omaa oppimistani (luvut 7, 8, ja 9). Tutkimuksen lopussa on lisäksi listattuna työssä hyödyntämäni lähteet ja liitteet, mukaan lukien kyselytutkimus vastauksineen.

2 Teoriatausta

Seuraavaksi esittelen tutkimukseni teoriapohjaa ja sen tärkeimpiä käsitteitä. Tutkimuksen pääaineistona toimii toteuttamani käyttäjäkysely. Kyselyaineistoni lisäksi hyödynnän työssäni muista lähteistä hankittua teoreettista tietoa, jota olen käyttänyt yhdessä kyselyn tulosten kanssa vastatessani tutkimuskysymyksiini. Tilastokeskuksen tietoja olen käyttänyt määrittämään potentiaalisen kohderyhmän koon, joka antaa suuntaa yrityksen markkinoinnin segmentoinnille ja myyntipotentiaalille.

Tutkimukseni pohjalla on mikrotaloustieteen perusolettamus kuluttajan valinnasta, jonka mukaan kuluttajat pyrkivät kulutusvalinnoillaan maksimoimaan oman hyödyn. Sen sijaan, että tutkisin ainoastaan, mikä saa kuluttajat tekemään suotuisan kulutusvalinnan toimeksiantajayrityksen kannalta, olen päättänyt tutkia, minkälainen kuluttaja todennäköisimmin on kiinnostunut ostamaan toimeksiantajayrityksen tuotteita tai palveluita.

Viittaukselta Maslown tarvehierarkiateoriaan ei tässä tutkimuksessa vältytä, sillä pohjimmiltaan hyvinvointikirjallisuuden lukemisen tavoite on itsensä kehittäminen. Tutkimus olettaa näin ollen Maslown teorian pohjalta, että kohderyhmän perustarpeet ovat tyydytetyt.

Asiakassegmentoinnin, palvelumuotoilun ja asiakasprofiloinnin teoriapohjaa hyödynnetään tutkimuksessani määriteltäessä toimeksiantajayrityksen asiakasprofiileja.

Esittelen seuraavaksi tarkemmin teorioita kuluttajan valinnasta, Maslown tarvehierarkiasta ja asiakasprofiloinnista.

2.1 Kuluttajan valinta

Kuluttajan valinnan perusteena oletetaan olevan kuluttajan hyödyn maksimointi niillä resursseilla, mitä henkilöllä on käytettävissään (Browning, Finke & Huston 2012). Teorian pohjalla on kolme oletusta ihmisen kulutuskäyttäytymisestä. Ensimmäinen oletus on se, että kuluttaja laskelmoi, mistä tuotteesta hän saa suurimman hyödyn. Toinen oletus on se, että kuluttaminen ei ikinä jätä henkilöä tyydytetyksi, vaan hän janoaa aina lisää kulutettavaa. Kolmas oletus on se, että mitä enemmän henkilö kuluttaa, sitä vähemmän hän saa nautintoa tai hyvinvointia

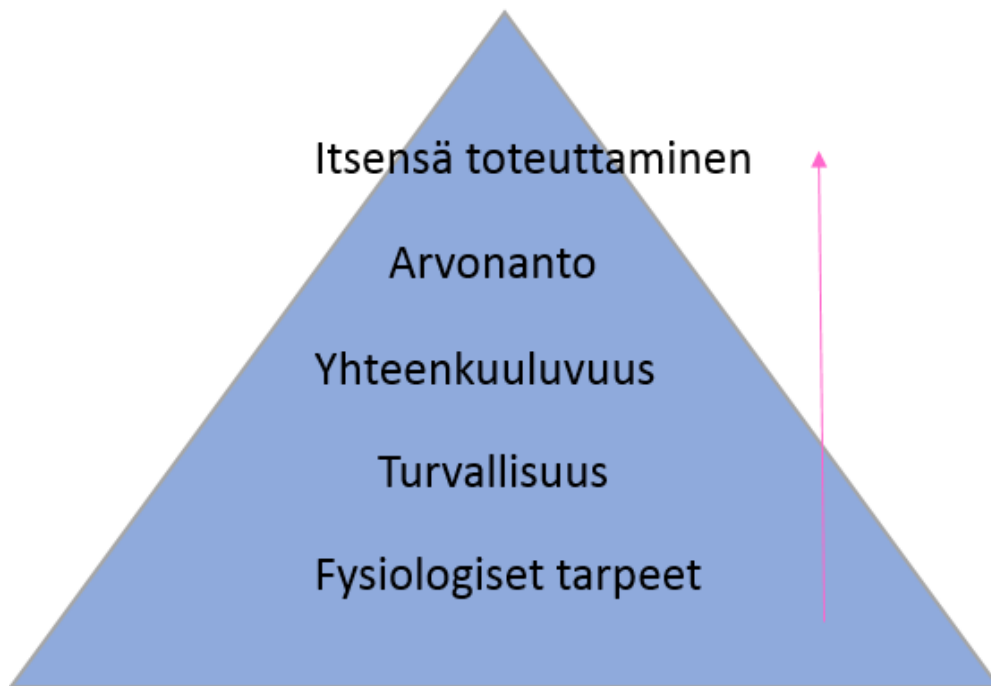
kuluttamistaan tuotteista tai palveluista. (Ecnmy 2018.) Nämä ovat yleisiä olettamuksia, joskin hyödyn teoriaa on kritisoitu siitä, että todellinen kuluttajien käytös ei aina vastaa näitä olettamuksia (mm. Thaler 1979).

Tutkimukseni kannalta on tärkeää ymmärtää kuluttajien käyttäytymistä yleisellä tasolla ja näin ollen on teoria kuluttajan valinnasta ollut analyysini taustalla. Olen kuitenkin suhtautunut teoriaan varauksella, sillä teoreettiset oletukset sisältävät aina riskejä: yksilöt ja myös tietyn tyyppiset ryhmät saattavat käyttäytyä teoriasta poikkeavasti.

2.2 Maslowin tarvehierarkia

Psykologi **Abraham Maslowin** mukaan ihmisen tarpeet muuttuvat tarvehierarkian mukaisesti fysiologisista ja suoraan selviytymiseen vaikuttavista tarpeista kohti itsensä toteuttamisen tarvetta. Tarvehierarkia koostuu seuraavista tarpeista, jotka Maslow on usein esittänyt pyramidimuodossa hierarkiaa selkeämmin kuvatakseen.

- 1. Fysiologiset tarpeet** (ruoka, vesi, koti, lämpö)
- 2. Turvallisuuden tarve** (turva, vakaus, terveys, ei pelkoa)
- 3. Yhteenkuuluvuuden ja rakkauden tarve** (puoliso, perhe, ystävät, seksi)
- 4. Arvonannon tarpeet** (saavutukset, tiedot, taidot, kunnioitus työpaikalla ja yhteiskunnassa)
- 5. Itsensä toteuttamisen tarpeet** (sisäiset kyvyt esim. tiede, taide, urheilu tms.)



Kuva 1. Maslown tarvehierarkiapyramidi (Psychology Today 2017)

Samalla tarpeiden kehittyessä myös ihmisen onnellisuus kasvaa. Kuitenkin Maslow väittää, että uusien tarpeiden tyydyttäminen synnyttää aina vain hetkellistä onnellisuutta. Ihmisellä on taipumus korottaa vaatimuksiaan heti tarpeiden tyydyttämisen jälkeen. Tästä johtuen ihminen on taas lopulta tyytymätön tilanteeseensa. Ikuista tarpeiden tyydytyksestä lähtevää onnea ei hänen mukaansa siis ole olemassa. (Psychology Today 2017.) Mielestäni Maslown tarvehierarkiateoria linkittyy edellä mainittuun kuluttajan valintaan siinä mielessä, että molemmissa tuodaan esiin ihmisen jatkuva vaatimusten ja tarpeiden lisääntyminen ja jatkuva tyytymättömyyden tila, jota ei ole mahdollista tyydyttää pelkästään materiaalla tai palveluilla. Maslown tarvehierarkiateoria on ollut tutkimukseni kannalta tärkeä ja kiinnostava, sillä toimeksiantajayrityksen palvelut ja tuotteet ovat pääasiassa tarvehierarkiateorian ylintä tasoa (*itsensä kehittäminen*).

2.3 Segmentointi

Yrityksen asiakasprofiileja määriteltäessä käytännössä segmentoidaan asiakasryhmiä. Useimmiten yrityksen markkinat kattavat vain rajatun alueen tai ihmisjoukon, sillä eri yksilöillä ja

tahoilla on eroavat tarpeet, toiveet, mielenkiinnon kohteet ja ominaispiirteet. Yritykselle on näin ollen yleensä kannattavampaa toimia rajatuilla markkinoilla suurempien tulosten saavuttamiseksi pienemmillä resursseilla. (Bergström & Leppänen 2009, 150–157.)

Segmentoinnilla tarkoitetaan potentiaalisten ostajien jakamista sellaisiin ryhmiin, joilla on yhteisiä, samanlaisia tarpeita ja jotka reagoivat markkinoijan toimenpiteisiin samoin tavoin (mm. Taloustutkimus 2017). Segmentointi tarkoittaa siis epäyhtenäisten markkinoiden jakamista toisistaan erottuviin kuluttajaryhmiin. Näistä ryhmistä yritys valitsee oman kohderyhmänsä, jolle se suunnittelee ja toteuttaa ryhmän tarpeita ja toimintatapoja vastaavan markkinointiohjelman. (Bergström & Leppänen 2009, 130-131; Kotler 1990, 156.)

Markkinoinnin kannalta on tärkeä miettiä, miten eri segmentit voidaan tavoittaa saatujen tietojen perusteella. Kukin segmentti tarvitsee todennäköisesti yksilölliset markkinointitoimenpiteet. (Bergström & Leppänen 2009, 150-157.) Segmentoidun markkinoinnin vastakohtana voidaan pitää massamarkkinointia, jolloin kaikkiin asiakkaisiin kohdistetaan samat markkinointitoimenpiteet asiakkaiden tarpeiden eroavaisuuksista huolimatta (Ylikoski 1999, 46).

Segmentoinnin lähtökohtana on tieto, että eri asiakasryhmillä on erilaiset valintaperusteet tekemilleen ostopäätöksille. Yrityksen kannalta on yleensä taloudellisempaa ja tuloksellisempaa eriyttää ja kohdistaa markkinointi eri perusteilla ostaville asiakasryhmille kuin yrittää markkinoida tuotteitaan kaikille. (Bergström & Leppänen 2009, 130-131.)

2.4 Palvelumuotoilu ja asiakasprofilointi

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palvelukokemuksen tai tuotteiden suunnittelua siten, että ne vastaavat niiden käyttäjien sekä palvelun tarjoajan tavoitteita. Yksi palvelumuotoilun keskeisimmistä käsitteistä on asiakasprofiili. (Tuulaniemi 2011.)

Asiakasprofiili on kuvaus tietyistä ryhmästä, jonka jäsenillä on samankaltaisuuksia, erityisesti arvoissa (Tuulaniemi 2011, 68). Asiakasprofiileilla tarkoitetaan tietoon tai aineistoon perustuvia stereotyyppisiä tietyn yrityksen asiakkaita. Asiakasprofiilit auttavat yritystä ymmärtämään asiakkaitaan paremmin, sillä ne perustuvat todelliseen demografiseen ja psykografiseen tietoon. (Apsis Finland Oy 2019.)

Yritykset voivat usein kärsiä asiakastiedon puutteesta, sillä asiakasta ei välttämättä tavata fyysisessä ympäristössä. Esimerkiksi verkkokaupat ja jälleenmyyjien kautta tuotteitaan loppuasiakkaalle myyvät yritykset voivat hyötyä merkittävästi asiakastiedon keräämisestä ja profiloimisesta. (Laveri 2006, 8.) Valitusta kohderyhmästä luodaan profiili, jonka määrittelyssä käytetään kyseistä segmenttiä kuvaavia pääominaisuuksia (englanniksi key discriminating features) (Mcdonald & Dunbar 2004, 140). Vaikka asiakasprofiilit ovat stereotyyppisiä ja fiktiivisiä hahmoja, edustavat ne oikeita ihmisiä ja potentiaalisia asiakkaita (Stickdorn & Schneider 2010, 178–179). Asiakasprofiloinnissa voidaan ottaa huomioon esimerkiksi asuinpaikka, kiinnostusten kohteet, harrastukset, koulutus, ammatti ja elämäntilanne (kuva 2). Asiakasprofiilissa otetaan yleensä huomioon ne tekijät, jotka yritys haluaa asiakkaistaan selvittää, ja jotka ovat yrityksen toiminnan kannalta merkityksellisiä (Adcock, Halborg & Ross 2001, 121).

Seuraavalla sivulla on mainostoimisto Kanavan tekemä esimerkki asiakasprofiilista (kuva 2). Esimerkistä nähdään, minkälaisia sisältöjä asiakasprofiiliin on mahdollista liittää.



Kuva 2. Esimerkki asiakasprofiilin sisällöstä (Kanava 2014)

2.4.1 Asiakasprofiilin luominen

Asiakasprofiileja koostetaan yleensä erilaisilla kuluttajatutkimuksilla, joissa kartoitetaan kuluttajien ominaispiirteitä sekä tuotteiden ja palvelujen käyttöä (Bergström & Leppänen 2009, 14). Tässä tutkimuksessa toteutetussa asiakaskyselyssä pyrittiin kartoittamaan tekijöitä, joiden avulla voidaan yhdistää asiakkaiden demografiset piirteet tietoon heidän ostokäyttäytymisestään, mielenkiinnon kohteistaan ja tavoitettavuudestaan. Asiakasprofiileissa käytetty tieto voi markkinoinnin asiantuntijoiden Peelenin ja Beltmanin (2005, 124) mukaan olla laskelmien

tulosta, joten kyselytutkimuksesta generoitu määrällinen analyysi soveltuu tältä osin hyvin asiakasprofilointiin.

Havaintoihin perustuvaa tietoa yksilöiden toimintamalleista voidaan käyttää profiloinnin apuna, mutta hyödyllisempää on löytää koko kohderyhmää yhdistäviä toimintamalleja (Tuulaniemi 2011, 154–155). Yleisiä asiakasprofiiliin liitettäviä ominaisuuksia ovat demografiset tekijät, kuten ikä, sukupuoli, tulotaso, etninen tausta ja elämäntilanne. Elämäntilanteella tarkoitetaan esimerkiksi sitä, onko henkilö perheellinen tai naimisissa (McDonald & Dunbar 2004, 161). Pelkät demografiset tekijät eivät yleensä kuitenkaan riitä, sillä esimerkiksi saman ikäiset tai samaa sukupuolta olevat ihmiset eivät suinkaan välttämättä pukeudu samalla tavalla, lue samoja kirjoja, syö samanlaista ruokaa, tai edusta muutenkaan oman ikäryhmänsä stereotyyppisiä.

Geografiset tekijät voivat täydentää profiilin kuvaa, mutta sekään ei vielä riitä, koska sama asuinpaikka ei tarkoita, että ihmiset olisivat samankaltaisia. (McDonald & Dunbar 2004, 36.) Asiakkaista voidaankin muodostaa profiileja äsken mainittujen tekijöiden lisäksi heidän kiinnostusten kohteiden perusteella (Stickdorn & Schneider 2010, 178–179). Usein tarkastelun kohteeksi valikoituvat asiakkaiden motiivit, sillä se on McDonaldin ja Dunbarin mukaan helppo tapa ymmärtää, miten täyttää asiakkaiden tarpeet (Mt., 36).

Huomion arvoista asiakasprofiilien muodostuksessa on, että lopullinen käyttäjä ja sen ostaja eivät ole aina sama henkilö. Vanhemmat esimerkiksi usein toimivat ostajina, vaikka loppukäyttäjänä olisikin heidän alaikäinen lapsensa. Näin siis lopullisen käyttäjän tarpeet ohjaavat myös ostajan motiiveja. Tästä syystä on tärkeää pohtia, kuka on lopullinen käyttäjä ja toisaalta, kenelle tuotteen tai palvelun markkinointi tulisi suunnata. (McDonald & Dunbar 2004, 78.)

2.4.2 Asiakasprofiilien rajaus

Joissain tapauksissa muodostettavien profiilien määrää on vaikea hallita. Muutama profiili ei välttämättä riitä kuvaamaan kohderyhmää tarkasti, jolloin segmenttiä päädytään kuvaamaan useammilla profiileilla. Mikäli kohderyhmää tutkittaessa paljastuu useampia motiiveja, onkin aiheellista pohtia, kuinka monella asiakasprofiililla ryhmää kannattaa kuvata. Oleellisinta

kuitenkin on, että määritellyt profiilit kuvaavat toimeksiantajayrityksen kohderyhmästä potentiaalisinta ja eniten kuluttavaa enemmistöä. (McDonald & Dunbar 2004, 156–158.) Jotta profiilit olisivat ajantasaisia, tulee niitä päivittää keräämällä jatkuvasti asiakastietoa ja tekemällä tarkennuksia (Pöllänen 1999, 120).

Asiakasprofiloinnin menetelmien valintaa ja profilointiprosessia ohjaa käytännössä toimeksiantajayrityksen tiedontarve – sinänsä oikeaa tai väärää menetelmää asiakasprofilointiin ei ole. (Pöllänen 1999, 121.)

3 ILO Oy:n toimintaympäristö

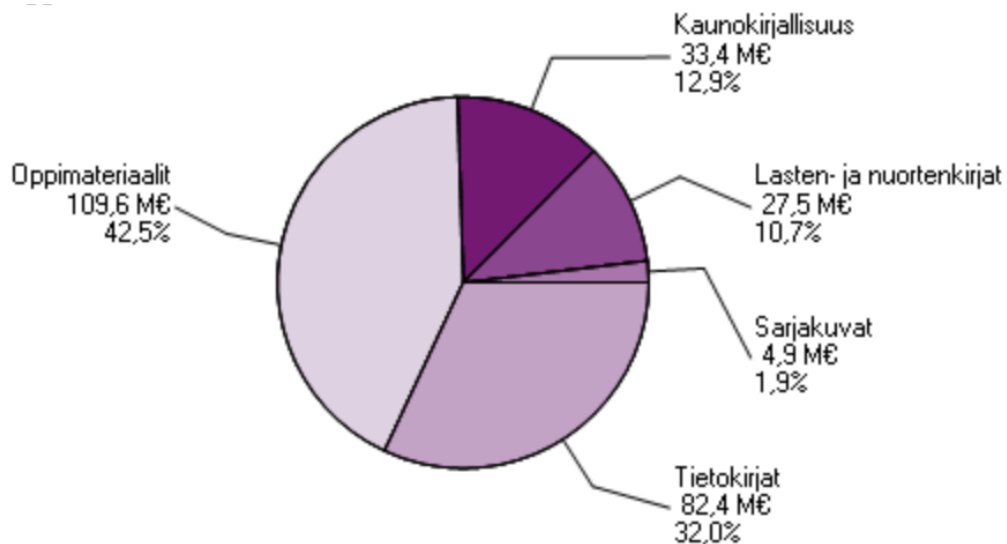
Avaan seuraavaksi hieman ILO Oy:n toimintaympäristöä. Aloitan kertomalla kirjakustannus- ja hyvinvointialasta Suomessa, jonka jälkeen siirryn kuvaamaan ILO Oy:n tärkeimpiä sidosryhmiä, tuotteita ja palveluja.

3.1 Kirjakustannusala Suomessa

Kirjojen myynnit ovat olleet laskusuhdanteessa vuodesta 2008 lähtien (Helsingin Sanomat 2016), vaikka vuosi 2015 teki myönteisen kirjamyyntituloksen pitkälti värityskirjabuumin ansiosta (Helsingin Sanomat 2015). Vielä vuonna 2009 kirjamarkkinoiden kokonaismyynti kuluttajakaupassa oli noin 575 miljoonaa euroa, kun se vuonna 2014 oli noin 500 miljoonaa euroa (Tilastokeskus 2019a). Tämän jälkeen korjausliikettä on tapahtunut ja Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2017 kokonaiskirjamyynnit olivat noin 545 miljoonaa euroa.

Kirjakustantamojen kirjamyynneistä vuonna 2018 noin 15 prosenttia (33,2 miljoonaa euroa) oli suoramyyntiä kuluttajille. Loput myynneistä koostuvat kirjamyynneistä jälleenmyyjille (Suomen Kustannusyhdistys 2019a). Suomen kustannusyhdistyksen (2019b) julkaisema diagrammi (kuva 3) osoittaa, että vuonna 2018 kirjojen kokonaismyynneistä 42,5 prosenttia oli oppikirjallisuutta, 32 prosenttia tiedekirjallisuutta, 12,9 prosenttia kaunokirjallisuutta, 10,7 prosenttia lasten- ja nuortenkirjallisuutta ja 1,9 prosenttia sarjakuvia.

ILO Oy:n päätuotteet kuuluvat tietokirjallisuuden piiriin, mutta lukuisia teoksia voi käyttää myös oppikirjallisuutena erilaisilla hyvinvointia käsittelevillä kursseilla. Kirjamyyntien las-
kiessa hyvinvointiala on nousussa, ja tähän myös ILO Oy on lähtenyt panostamaan.



Kuva 3. Kustantajien kirjamyynnit kategorioittain Suomessa (Suomen kustannusyhdistys 2019)

Digitalisaatio näkyy myös kirjojen kuluttamisessa. Sähköiset e- ja äänikirjat ovat kasvattaneet viime vuosina osuuttaan kokonaismyynnistä ja vuonna 2017 niiden osuus kaikkien julkaisujen kokonaismyynnistä oli 13,5 prosenttia. (Suomen Kustannusyhdistys 2019c.)

Verkkokauppa on kasvattanut osuuttaan kaupantekopaikkana kivijalkaliikkeiden myyntien las-
kiessa. Isoin suomalainen ja jopa pohjoismaiden suurin verkkokirjakauppa on Adlibris. (Ad-
libris 2019.)

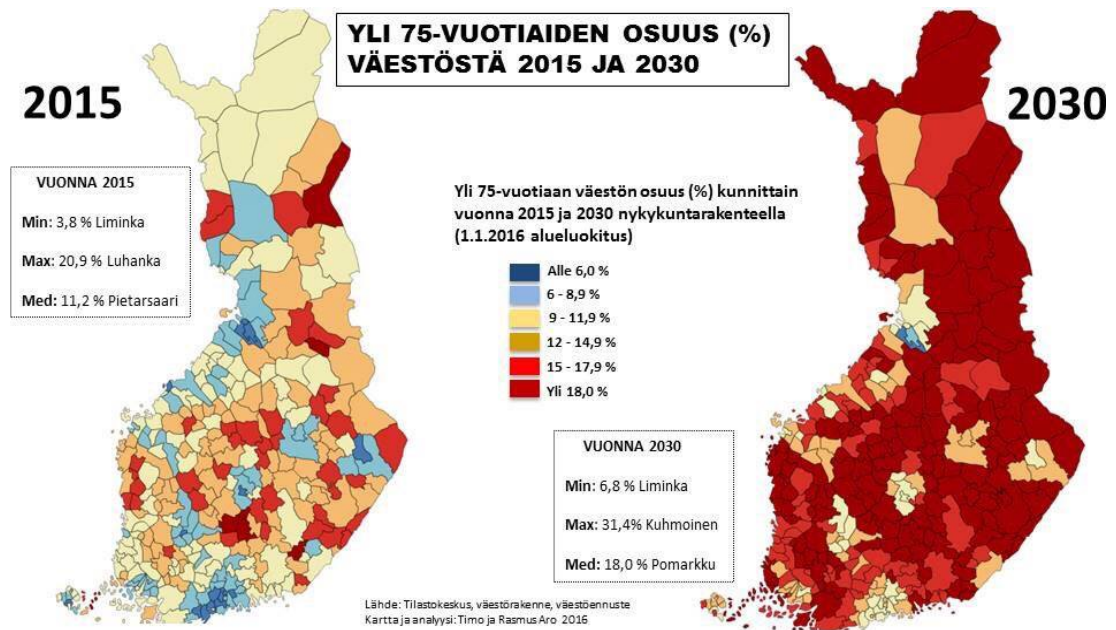
3.2 Hyvinvointiala Suomessa

Hyvinvointialan käsitteen alle kuuluu sekä koulutukseen, vapaa-aikaan, viihtymiseen ja sosi-
aali- ja terveysalaan liittyviä palveluja ja toimintoja. Hyvinvointipalveluja ovat Suomen kunta-
liiton (2014) mukaan esimerkiksi kansalaisopistot, kirjastot, koulutus, kulttuuri- ja vapaa-aika-
palvelut, sosiaali- ja terveysterveystoimet sekä liikuntatoiminta. Jos edellä mainittujen palvelujen
kysyntä kasvaa, on mahdollista, että myös hyvinvointia edistävälle kirjallisuudelle on tulevai-
suudessa yhä enemmän kysyntää.

Tilastokeskuksen vuonna 2009 tekemän ennusteen mukaan 65 vuotta täyttäneitä henkilöitä tu-
lee vuoteen 2030 mennessä olemaan 26 prosenttia väestöstä. Tilastokeskus ennustaa myös,

että vuoteen 2030 mennessä Suomen väestö on kasvanut 5 769 032 henkilöön, jolloin eläkeikäisten osuus (olettaen, että eläkeikä alkaa 65 ikävuodesta) tulisi olemaan noin 1,5 miljoonaa. (Tilastokeskus 2009.) Väestön ikääntymisestä johtuva terveydenhuolto- ja sosiaalipalvelujen kasvava tarve voi ennakoida myös kasvavaa kysyntää hyvinvointikirjallisuudelle, -tapahtumille ja -kursseille.

Alla oleva kuva arvioi ja vertailee yli 75-vuotiaiden osuutta väestöstä vuosina 2015 ja 2030.

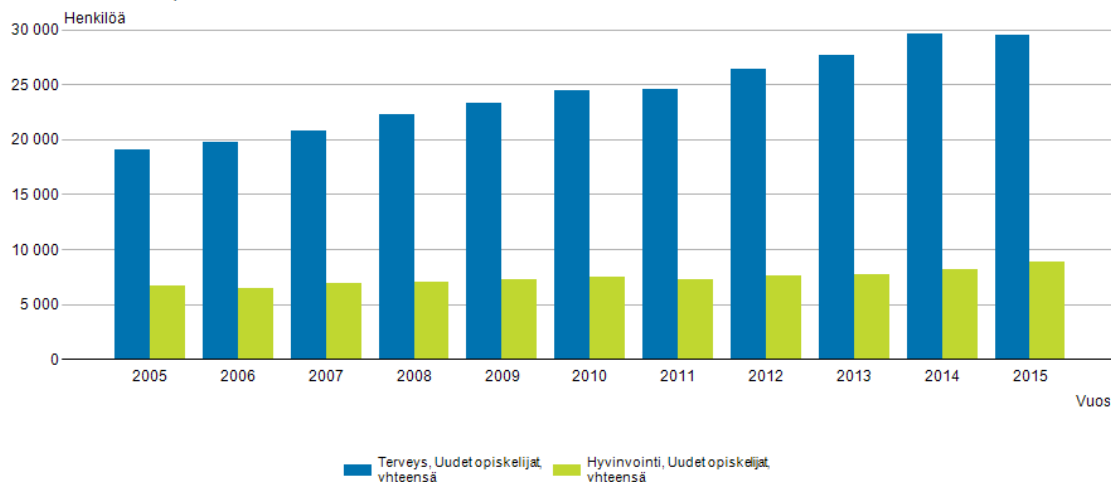


Kuva 4. Yli 75-vuotiaiden osuus (%) väestöstä 2015 ja 2030 (Tilastokeskus 2016a)

Edellä esitetty on toimeksiantajayrityksen asiakasprofiloinnin kannalta olennaista, koska ILO-sarjaan kuuluu runsaasti myös ikääntyville ihmisille suunnattuja kirjoja. Nämä käsittelevät muun muassa sairauksien ehkäisyä ja itsehoitoa, sekä esimerkiksi ”irtipäästämisen taitoa” ja kuoleman kohtaamista.

Hyvinvointialalle on kouluttauduttu enenemässä määrin lähivuosina. Alla Tilastokeskuksen (2016) pylväsdiagrammi kuvaa uusien opiskelijoiden määriä vuosina 2005-2015 hyvinvoinnin ja terveyden aloilla. Siitä voi huomata, että sekä terveyden että hyvinvoinnin aloilla opiskelijamäärät ovat kasvaneet, vaikka hyvinvoinnin aloilla kasvu on ollut maltillisempaa.

Tutkintotavoitteisen koulutuksen uudet opiskelijat koulutusalueen ja koulutuksen (kansallinen koulutusluokitus) mukaan 2005-2015



Lähde: Tilastokeskus

Kuva 5. Terveysalan uudet opiskelijat vuosittain 2005-2015 (Tilastokeskus 2016b)

Painopiste kuntien tuottamista hyvinvointipalveluista on siirtymässä yhä enemmän yksityisten toimijoiden tuottamiin palveluihin. Hyvinvointipalvelujen yksityistämisen vuoksi alalle tarvitaan yhä enemmän yrittäjiä ja uudet innovaatiot, teknologia, luovuus, kulttuuri ja yhteistyö eri toimijoiden kanssa nähdään olennaisena osana hyvinvointialan tulevaisuutta. (Keski-Suomen liitto & Keski-Suomen ELY-keskus 2017.)

Yllä esitetyn perusteella voi varovaisesti ennakoida, että hyvinvointia edistävän tiedon kysyntä tulee kasvamaan, jolloin oppi- ja tietokirjoja aiheen ympäriltä tullaan lukemaan yhä enemmän. Myöhemmin tämän tutkimuksen tuloksissa onkin nähtävissä, että sosiaali- ja terveysalalla työskentelevät ovat runsaassa määrin edustettuna kyselytutkimuksen vastaajissa.

3.3 Hyvinvointikirjallisuus

Hyvinvointia käsittelevät kirjat kuuluvat kategorisesti tietokirjoihin tai oppikirjoihin. Kohdeyrityksen kustantama hyvinvointikirjallisuus lukeutuu ainakin toistaiseksi yksinomaan tietokirjoihin (ILO 2017).

Hyvinvointikirjallisuus on usein kirjoitettu normatiiviseen, oppaan kaltaiseen muotoon, jonka tavoitteena voi olla esimerkiksi auttaa, kehittää, antaa näkökulmia tai jakaa tietoa

hyvinvointiin liittyvistä teemoista. Hyvinvointiin liittyvien teemojen skaala on lähes loputon. Teemat voivat liittyä esimerkiksi ruokavalioon, kuntoiluun, psyykkisiin sairauksiin, stressiin, parisuhteeseen, opiskeluun, työelämään ja niin edelleen.

Puhuttaessa hyvinvointikirjoista, käytetään usein nimitystä elämäntaito-oppaat, jonka lisäksi Yhdysvalloista Suomenkin puhekieleen on rantautunut termi ”Self-help” (Helsingin Sanomat 2014). Self-help -kirjallisuus kuvaakin osuvasti, mitä hyvinvointikirjallisuus lukijoilleen tarjoaa; mahdollisuuden auttaa ja kehittää itse itseään kirjallisuuden avulla. Hyvinvointikirjallisuuden suosio on ollut viime vuosina kasvussa (YLE 2017).

3.4 ILO Oy:n tuotteet ja palvelut

Yritys sijaitsee fyysisesti Helsingissä, mutta sen toimintakenttä kattaa koko Suomen. Yksi tärkeimmistä sidosryhmistä on luonnollisesti yrityksen asiakkaat. Yrityksen asiakkaat ovat suomenkielisiä yksityisiä, julkisia tai yritysasiakkaita: kirjojen lukijoita, tapahtumayleisöä, kirja-kauppiaita verkossa sekä kivijalkaliikkeissä, kirjastot, koulut, yhdistykset, konsulttiyritykset ja niin edelleen. Asiakkaiden lisäksi toisen tärkeän sidosryhmän muodostavat toiset kustantamot, jotka ovat kilpailun lisäksi usein myös yhteistyökumppaneita esimerkiksi tapahtumien järjestämisen organisoinnissa.

ILO Oy tarjoaa hyvinvointikirjallisuuden lisäksi kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin liittyviä tapahtumia, kursseja ja oheistuotteita. Tapahtumia ovat esimerkiksi ILO –messut, jotka kokoavat viikonlopun ajaksi eri hyvinvoinnin osa-alueiden asiantuntijoita ja palveluntarjoajia samankatun alle. Messuviikonloput pitävät sisällään luentoja ja esityksiä, sekä mahdollisuutta tutustua monipuolisesti satoihin näytteilleasettajiin.

Muita tapahtumia ovat esimerkiksi ILO:n klubi-illat, joita on järjestetty yrityksen tiloissa viikoittain. Klubi-iltaan kutsutaan asiantuntijoita pitämään inspiroivia hyvinvointiaiheisia luentoja. Klubi-illoissa on myös mahdollista ostaa kirjoja alennettuun hintaan, ja tyypillisesti ILO Oy on esiintyjien teoksien julkaisija. (ILO 2017.).

Tapahtumista on tullut toimeksiantajayritykselle hyvin tärkeä osa liiketoimintaa. Tästä kertoo myös se, että 203:sta kyselyyn vastanneesta 158 ilmoitti osallistuneensa tai haluavansa

osallistua hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin tai kursseille. Kysyttäessä vastaajilta, millaisiin hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin tai kursseille he ovat osallistuneet, tai haluaisivat osallistua, saatiin 171 vastausta. Vastaukset viittaavat vahvasti siihen, että henkilöt, jotka lukevat hyvinvointikirjallisuutta, kuluttavat myös hyvinvointituotteisiin -ja palveluihin. Samaan aikaan 22 henkilöä 203:sta vastaajasta ilmoitti, että ei ole lukenut ainuttakaan ILO -sarjan teosta.

Kyselytutkimuksen tuloksia avataan tarkemmin luvussa 5.

4 Empiirinen tutkimus

Tämä tutkimus on luonteeltaan kvantitatiivinen. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta, sillä tavoitteena oli saada määrällisesti laaja otos vastaajien taustoista ja mielenkiinnon kohteista luotettavien käyttäjäprofiilien kartoitusta varten.

Verkossa toteutettu kyselytutkimus oli tehokas tapa tiedon keräämiseen verrattuna esimerkiksi asiakashaastattelujen tekemiseen. Sähköisen kyselyn toteuttaminen oli hyvin luonteva vaihtoehto, sillä yrityksen uutiskirjeentilaajien ja Facebook -sivujen tykkääjien tavoittaminen oli nopeaa ja vastaaminen vaivatonta. Tämän lisäksi vastausten sähköinen käsittely ja analysointi tekevät työnteosta haastatteluja tehokkaampaa.

Tutkimustyön kohderyhmänä oli ILO Oy:n uutiskirjeen tilaajat ja ILO:n Facebook -sivujen seuraajat. Tavoitin vastaajat sähköisellä uutiskirjeellä ja kyselyyn johtavalla päivityksellä ILO Oy:n Facebook -sivujen seinältä. Uutiskirjeen tilaajia oli uutiskirjeen lähetyshetkellä marraskuussa 2016 noin 1 350 henkilöä ja ILO Oy:n Facebook -sivujen tykkääjiä noin 15 500 henkilöä.

4.1 Kyselytutkimus

Aineisto on kerätty sähköisellä kyselylomakkeella Webropol -palvelussa. Raportin lopusta löytyy lomakkeen kysymykset ja vastaukset kokonaisuudessaan. Käsittelin aineistoa Excel-ohjelman ja Webropolin tarjoamien työkalujen avulla tehden vastauksista analyyskejä muun muassa vastanneiden ikään, sukupuoleen, asuinpaikkaan, koulutustaustaan/ammattiin ja perhe-tilanteeseen liittyen. Psykograafista analyysia tein muun muassa ryhmittelemällä vastaajia heidän kiinnostusten kohteiden perusteella. Tutkimustyön toteuttaminen vaati resursseiksi tietokoneen Internetillä, ILO Oy:n asiakasrekisterin, Mailchimp -ja Webropol-palvelun, Excel-ohjelman ja runsaasti aikaa.

Kyselyyn vastaamisen kannustimeksi tarjosin vastanneille mahdollisuuden voittaa noin 90 euron arvoisen kirjapalkinnon, joka sisälsi kolme ILO -kustantamon teosta. Näitä kirjapaketteja arvottiin vastanneiden kesken kolme kappaletta.

4.2 Tutkimuksen aineisto

Kyselyyn vastasi yhteensä 203 henkilöä, joiden vastausten pohjalta kartoitin ILO Oy:n asiakaskunnan ominaispiirteitä ja toiveita liittyen hyvinvointiin ja ILO -brändiin. Vastanneista kaikki eivät vastanneet kyselyn jokaiseen kysymykseen. Kysymysten vastausmäärät vaihtelivat välillä 167-203. Vähiten vastauksia (167 vastaajaa) sai avoin kysymys, jossa kysyttiin, mistä hyvinvoinnin aiheista vastaaja haluaisi enemmän tietoa. Eniten vastauksia (203) keräsivät sukupuoleen, ikään ja mistä hyvinvointikirjallisuutta ostetaan liittyvät monivalintakysymykset.

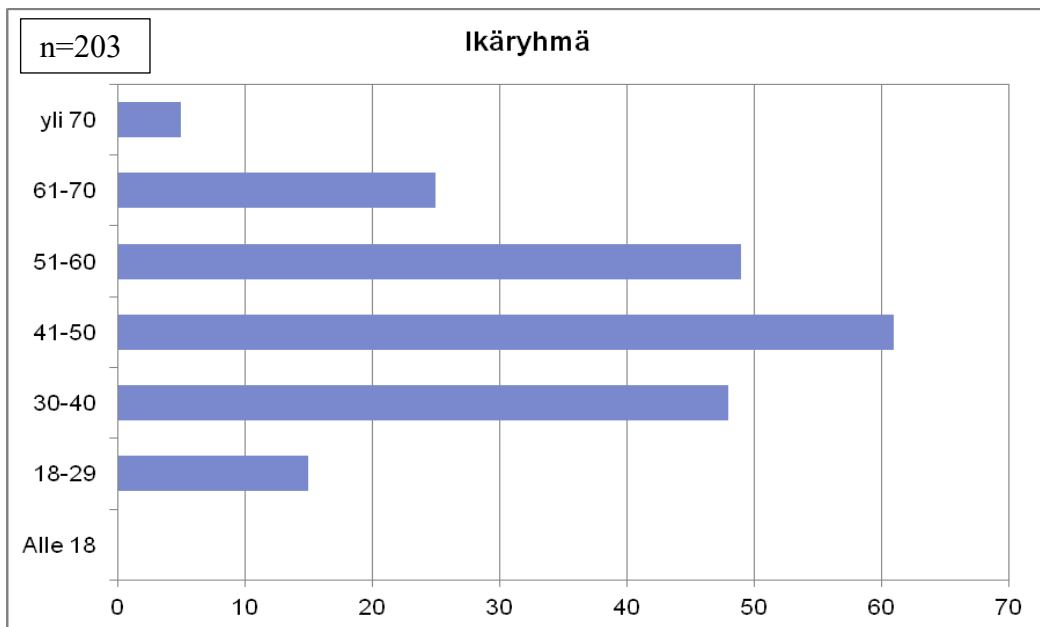
Sähköpostitse lähetetyn uutiskirjeen kautta kyselyyn vastasi 130 henkilöä, eli noin 10 prosenttia kaikista uutiskirjeen tilaajista. Loput 73 vastaajaa löysivät kyselyn linkin yrityksen Facebook-sivuilta. Uutiskirjeen tilaajat olivat selkeästi sitoutuneempi vastaajaryhmä verrattuna ILO Oy:n seuraajiin Facebookissa.

5 Tutkimuksen tuloksia

Vastaajien taustatiedoista katsoimme toimeksiantajayrityksen ja tutkimuksen kannalta oleelliseksi tietää vastaajan sukupuoli, ikäryhmä, koulutustausta, ammatti, asuinkunta ja talouden henkilömäärä. Taustatietojen analyysia hyödynnetään myöhemmässä luvussa 6, jossa muodostan kyselyn tuloksien perusteella merkittävimmät asiakasprofiilit toimeksiantajayrityksen kannalta.

5.1 Sukupuoli- ja ikäjakauma

Suurin osa kyselyyn vastanneista (noin 88 prosenttia) oli naisia. Kaikkien vastanneiden ikäryhmät jakaantuivat seuraavanlaisesti:



Kuva 6. Kyselyyn vastanneiden ikäryhmät

Kyselyyn vastasi yhteensä 179 naista, joista lähes 80 prosenttia (141 vastaajaa) oli iältään 30-60 vuotta. Kaikkien vastanneiden kesken suurin ikäryhmä sukupuolen mukaan oli 41-50-vuotiaat naiset, heitä oli 56, eli lähes kolmannes kaikista vastaajista.

5.2 Asuinpaikka, koulutustausta ja ammatti

Kaikista vastaajista noin 32 prosenttia ilmoitti asuvansa pääkaupunkiseudulla, joista 75 prosenttia Helsingissä. Tampereella asuvia vastaajia oli noin 10 prosenttia ja seuraavaksi eniten vastaajia asui Kuopiossa (3 prosenttia) ja Lahdessa (2 prosenttia). Yleisesti vastaajat asuivat kaupungeissa ympäri Suomea, jonka lisäksi kaksi vastaajaa ilmoitti asuvansa ulkomailla.

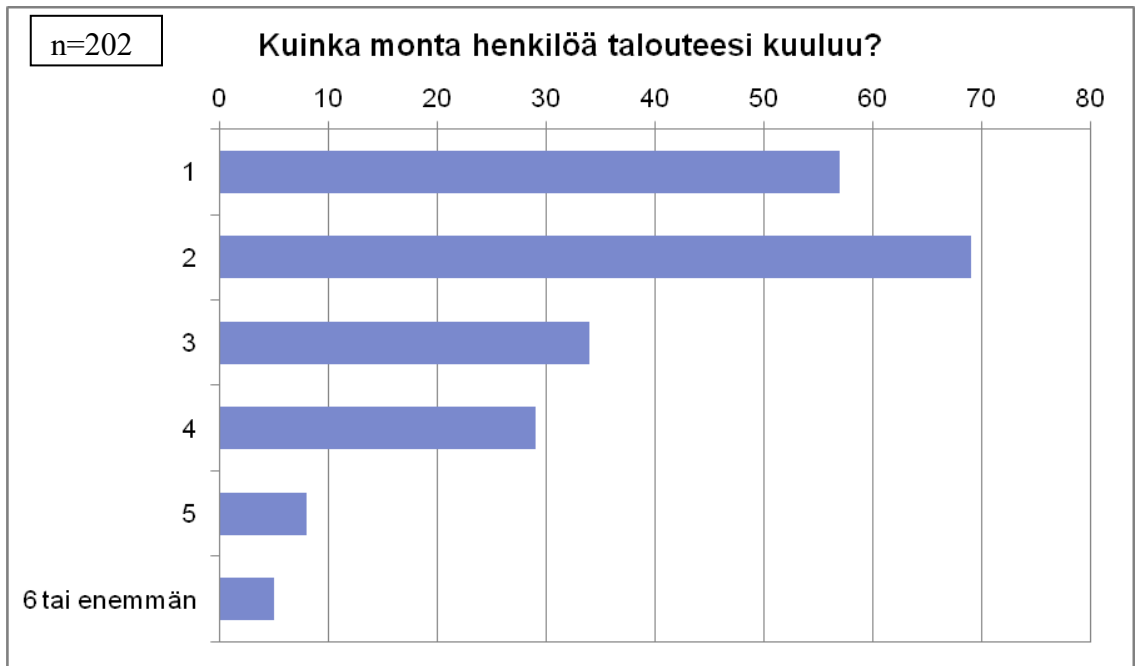
Yli puolella (104) vastaajista oli korkeakoulututkinto, muilla vastaajilla oli koulutustaustana ammattitutkinto (70), ylioppilastutkinto (15) tai opistotason tutkintoja. Vain neljällä vastaajalla oli koulutus pohjana peruskoulu.

Kysymys vastaajien ammatista keräsi 190 vastausta. Ammateissa korostuivat sosiaali- ja terveysalojen ammatit sekä yrittäjäyys. Yksittäinen ammatti, joka toistui vastauksissa useimmiten, oli lähihoitaja (14 vastaajaa). Toiseksi yleisin yksittäinen vastaus oli yrittäjä (11 vastaajaa). Lisäksi 18 vastaajaa ilmoitti olevansa eläkkeellä ja 5 työttömänä. Muita laajasti eri aloilta mainittuja ammatteja olivat muun muassa artesaani, artemoni, graafinen suunnittelija, toimistotyöntekijä, toimitusjohtaja, oopperalaulaja, opettaja, konsultti, maanviljelijä ja pankkivirkailija.

5.3 Kotitalouksien henkilömäärät

Tämä taustatieto kiinnosti toimeksiantajayritystä, sillä kokemuksemme mukaan kirjoja ostetaan paljon lahjaksi perheenjäsenille, ja tapahtumiin tullaan usein puolison ja/tai lasten kanssa. Vanhemmuus on myös teema, johon ILO Oy:n kirjakustannus on panostanut. Näin ollen luonnollisesti kiinnostavaa saada tietoa siitä, kuinka suuri osa asiakkaista on vanhempia.

Vaikka vastaukset eivät sinänsä kerro, onko vastaajalla lapsia vai ei – sillä kysymyksessä kysytään ainoastaan vastaajan talouden henkilömäärää, tulokset viittaisivat siihen, että ainakin noin 38 prosenttia vastaajista ovat vanhempia. Prosenttiluvussa on huomioitu ne, jotka kertoivat kotitaloutensa henkilömääräksi 3, 4, 5 ja 6 henkilöä tai enemmän.

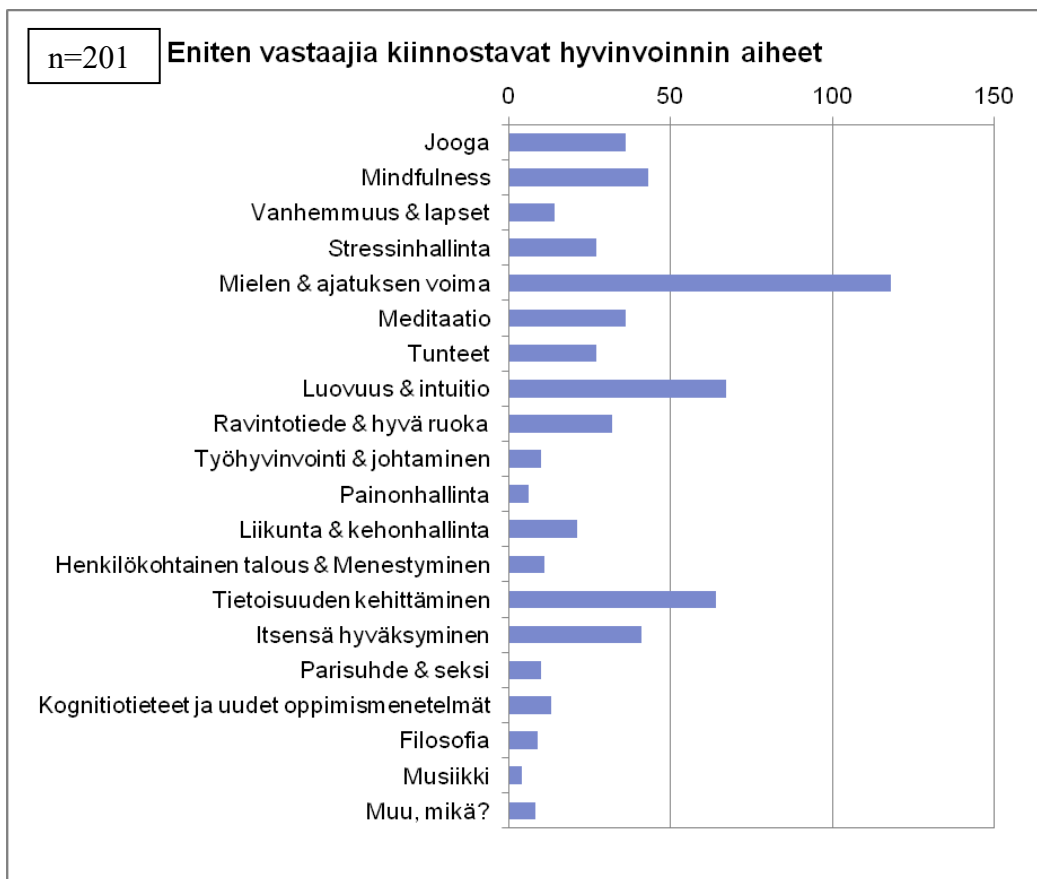


Kuva 7. Kyselyyn vastanneiden talouksien henkilömäärät

5.4 Kiinnostavimmat hyvinvoinnin aiheet

Kyselyn avulla selvitettiin, mitä toiveita ja kiinnostuksen kohteita kyselyyn vastanneilla on liittyen henkilökohtaiseen hyvinvointiin. Kyselyn tulokset antavat suuntaa muun muassa siitä, minkälaisen kirjallisuuden julkaisemiseen ILO Oy:n kannattaisi tulevaisuudessa keskittyä.

Kysyttäessä vastaajilta kiinnostavimpia hyvinvoinnin aiheita, 201 vastaaja rastitti kolme mielestään kiinnostavinta hyvinvoinnin aihealuetta. Vastaajalla oli myös mahdollisuus lisätä listasta puuttuva aihealue vapaasti kohtaan *muu, mikä?* Vastaukset jakaantuivat seuraavanlaisesti:



Kuva 8. Vastaajien kiinnostuksen kohteet

Selkeästi kiinnostavimpana aihealueena vastaajamäärän puolesta nousi *mielen & ajatuksen voima* (118 henkilöä). Tähän teemaan liittyen ILO on julkaissutkin useita kirjoja, joiden myyntiluvut vahvistavat kyselytulosta (ILO 2016).

Toiseksi ja vain pienellä erolla kolmanneksi eniten vastauksia keräsivät aiheet *luovuus & intuitio* (67 henkilöä) sekä *tietoisuuden kehittäminen* (64 henkilöä). Myös nämä vastausmäärät mukailevat ILO Oy:n kustantamia kyseisten aiheiden kirjamyntejä (ILO 2016).

Vaihtoehtoon *muu, mikä?* vastaajat olivat kirjanneet aiheet: buddhalaisuus (2 henkilöä), energia (2 henkilöä), energiahoidot, kvanttifysiikka, kehotietoisuus, seremoniallinen magia, rituaalit sekä terveenä ja hyväkuntoisena pysyminen iän karttuessa.

5.5 Hyvinvoinnin ylläpitäminen

Toimeksiantajayritystä kiinnosti myös, mitkä asiat yleisesti ottaen auttavat asiakkaita voimaan paremmin. Alla oleva sanapilvi nostaa esiin vastaajien useimmin toistuneet sanat vastauksissa avoimeen kysymykseen: *Mitkä asiat auttavat sinua voimaan paremmin? Mainitse 3 tärkeintä asiaa.* Mitä suurempaa sana näkyy, sitä useammin sana esiintyi vastauksissa kysymykseen vastaajan ammatista. Kysymykseen vastasi 197 henkilöä.



Kuva 9. Sanapilvi asioista, jotka auttavat vastaajia voimaan paremmin

Vastaajien hyvinvointia edistävinä asioina sanapilvestä nousee selkeästi esiin liikunta, ystävät, ravinto (puhdas, terveellinen, oikea), luonto, meditaatio ja jooga. Toimeksiantajayrityksen päätuotteen, eli kirjojen osalta vastaajat antoivat ainakin 13 suotuisaa vastausta (lukeminen tai kirjat).

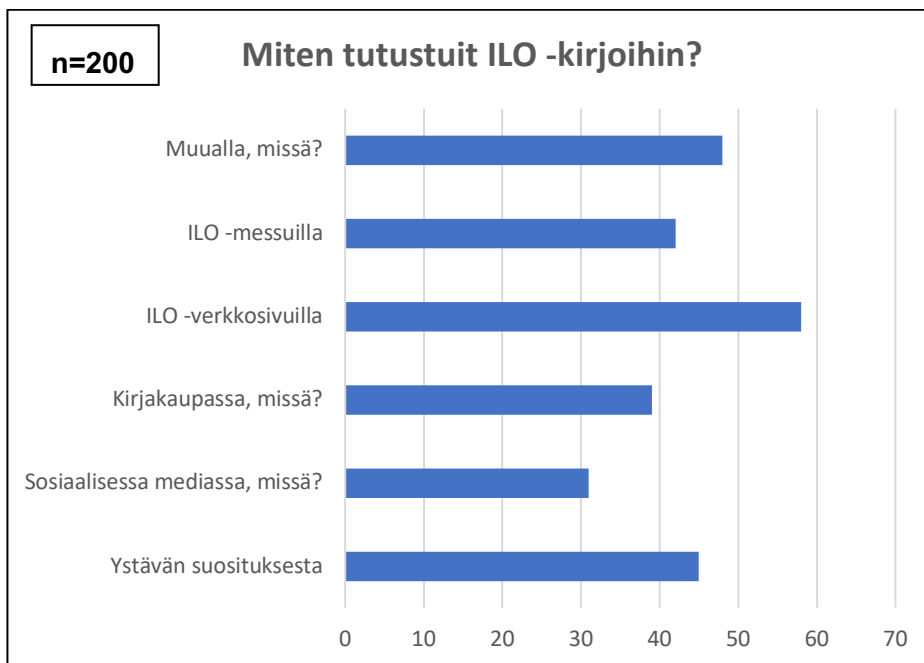
Kysyttäessä vastaajilta, mistä hyvinvoinnin aiheista he haluaisivat enemmän tietoa, eniten esille nousseet aiheet vapaissa vastauksissa olivat mielen ja ajatuksen voima, sekä näiden hallinta. Mielenhallintaan liittyy myös meditaatio, jooga ja mindfulness, jonka suosio on kasvanut viime aikoina myös suomalaisessa yritysmaailmassa (Kauppalehti 2016). Vastaajat haluaisivat siis yleisesti ottaen kehittää itseään hallitsemalla ja ymmärtämällä mieltään paremmin.

5.6 Asiakkaiden tavoitettavuus

Merkittävää toimeksiantajayrityksen kannalta on tietää, miten nykyiset asiakkaat ovat tutustuneet ILO:n kirjoihin, mistä he hankkivat hyvinvointikirjallisuutta ja minkälaisiin hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin he ovat osallistuneet, tai haluaisivat osallistua.

Näitä tietoja kartoitettiin kyselyssä kahdella monivalintakysymyksellä: *Miten tutustuit ILO -kirjoihin? Mistä ostat hyvinvointikirjallisuutta?* sekä yhdellä avoimella kysymyksellä: *Millaisiin hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin tai kursseille olet osallistunut, tai haluaisit osallistua?*

Suosituin vastaus ensimmäiseen kysymykseen oli *ILO-verkkosivuilla*, mutta muutoin vastaukset jakaantuivat melko tasaisesti viiden vaihtoehdon välillä (kuva 10).



Kuva 10. Vastajien tutustumispaikat toimeksiantajan kirjoihin

Vaihtoehto *Muualla, missä?* oli toiseksi suosituin vastaus. Suurin osa tämän vaihtoehdon valinneista henkilöistä oli tutustunut ILO -kirjoihin kirjastossa, jonka lisäksi yleisiä vastauksia olivat erilaiset tapahtumat ja koulutukset tai aikakauslehtien kautta.

Vaihtoehtoon *Sosiaalisessa mediassa, missä?* selkeästi yleisin täydentävä vastaus oli Facebookissa. Vain yksi vastaaja kertoi tutustuneensa kirjoihin erään kirjailijan ylläpitämän blogin kautta.

Vaihtoehtoon *Kirjakaupassa, missä?* täydennysvastaukset olivat kirjakauppoja ympäri Suomen. Enemmistö kertoi tutustuneensa kirjoihin pääkaupunkiseudun *Suomalaisessa Kirjakaupassa* tai *Akateemisessa Kirjakaupassa*.

5.6.1 Suosituimmat ostopaikat

Kuluttajat ovat siirtyneet yhä kasvavassa määrin verkkoon (Postnord 2017), ja myös hyvinvointikirjallisuudesta kiinnostuneet tekevät kyselytutkimuksen mukaan kirjaostoksensa suurimmaksi osaksi verkossa:



Kuva 11. Vastaajien hyvinvointikirjallisuuden ostopaikat

Myös kivijalkaliikkeet puolustavat paikkaansa etenkin varttuunempien asiakkaiden keskuudessa. Yli puolet vastaajista, jotka kuuluivat ikäryhmiin välillä 30-70 vuotta, ilmoittivat ostavansa hyvinvointikirjallisuutta kivijalkaliikkeistä, kun vastaava prosentti ikäryhmän 18-29 vuotta kohdalla oli 33. Ikäryhmään yli 70 -vuotiaat kuului yhteensä vain 5 vastaajaa, joista 4 kertoi ostavansa hyvinvointikirjallisuutta verkkokaupoista, mutta yksikään ei kertonut ostavansa kirjoja kivijalkaliikkeistä. Vastaukset eivät sulkeneet pois muita vastausvaihtoehtoja, eli vastaajat saattoivat kertoa ostavansa kirjoja useista ostopaikoista.

74 vastaajaa 203:sta ilmoitti ostavansa hyvinvointikirjallisuutta messuilta, joka on varsin merkittävä luku, sillä toimeksiantajayrityksen myyjien kokemuksen mukaan messukävijät ostavat kerralla enemmän kirjoja kuin kivijalkaliikkeissä asioivat. Tätä kokemusta tukevat myös luvut vuosittaisen messujen kirjamyyntien osuudesta ILO Oy:n kokonaisliikevaihdosta. Messumyynnit muodostavat noin 10 prosenttia ILO Oy:n kokonaiskirjamyynneistä. (ILO 2017.)

Kaikista vastaajista 17 (8 prosenttia) ilmoitti joko lainaavansa kirjoja kirjastoista ja ystäviltä, tai ostavansa kirjoja divareista, antikvariaateista tai tapahtumista, kuten ILO:n klubi-illoista, koulutuksista tai festivaaleilta.

5.6.2 Suosituimmat hyvinvointitapahtumat

Kyselyyn vastanneista 158 ilmoitti osallistuneensa tai haluavansa osallistua hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin tai kursseille, eli noin 78 prosenttia kaikista kyselyyn osallistuneista. Toisin sanoen kyselyn perusteella tapahtumille riittää yleisöä. Toimeksiantajayrityksen kannattanee siis jatkossakin tarjota asiakkailleen kirjojen lisäksi inspiroivia tapahtumia, sillä tutkimuksen perusteella hyvinvointikirjoista kiinnostunut asiakas on todennäköisesti halukas myös osallistumaan hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin.

Avoimen kysymyksen: *Millaisiin hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin tai kursseille olet osallistunut, tai haluaisit osallistua?* vastauksissa toistuvat etenkin jooga -ja mindfulness -aiheiset kurssit, sekä messutapahtumat, kuten ILO Oy:n omat messut, Work Goes Happy, I Love Me ja Minä olen -messut. Muita mainittuja kursseja, joihin vastaajat ovat osallistuneet, olivat muun muassa NLP (englanniksi neuro-linguistic programming) -kurssit, liikunta -ja ravitsemuskurssit, energiahoidot ja erilaiset itsetuntokurssit.

Edellä mainituista tapahtumista ylivoimaisesti suurimmat ovat kauneuteen ja terveyteen keskittyneet I Love me -messut, jotka keräsivät vuonna 2016 lokakuussa yli 53 000 kävijää viikonlopun aikana Helsingin messukeskukseen (Cailap 2016).

6 Asiakasprofiilit

Ennen kyselytutkimuksen tuloksia minulla oli vain yksi ennako-olettama siitä, että vastaajista suuri osa tulisi olemaan aikuisia korkeasti koulutettuja naispuolisia henkilöitä pääkaupunkiseudulta. Olettama osoittautui oikeaksi, mutta minulla ei ollut ennakkoon käsitystä, minkälaisia kiinnostuksen kohteita kyselyyn vastanneilla on, tai mitä muita asiakasryhmiä tuloksista voisi muodostaa.

Päädyin lopulta muodostamaan neljä asiakasprofiilia, joita yhdistää sekä taustatiedot että hyvinvointiin liittyvät mieltymykset ja kiinnostuksen kohteet hyvinvoinnin aihepiirissä. Profiilit on ryhmitelty kyselyaineiston perusteella käyttäen ryhmittelevinä tekijöinä ikäryhmiä, sukupuolta ja kotitalouksien henkilömääriä. Ryhmittelyn jälkeen on määritelty profiilien ominaispiirteitä hyödyntäen ryhmiin kuuluvien vastauksia psykograafisiin kysymyksiin koskien muun muassa kiinnostuksen kohteita ja ostokäyttäytymistä. Tämän lisäksi kuvaa profiileista on täydennetty hyödyntäen aineiston ulkopuolisia kirjallisia lähteitä ja toimeksiantajayrityksen kautta nousseita havaintoja ja kokemuksia asiakaskohtaamisista.

Muodostetut neljä asiakasprofiilia menevät osittain ristiin toistensa kanssa. Kaikissa ikäryhmissä voi esimerkiksi olla eri asiakasprofiilien edustajia. Asiakasprofiilit edustavat ILO Oy:n asiakaskunnan arkkityyppejä, mutta useampiakin profiileja olisi ollut aineistosta mahdollista muodostaa.

6.1 Asiakasprofiili A: Cityleidit

Ensimmäistä muodostamaani asiakasprofiilia kutsun cityleidiksi ja käytän profiilista myös lyhennettä ”A”. Cityleidi on noin 41-50 -vuotias suomalainen nainen, joka asuu todennäköisesti pääkaupunkiseudulla tai jossain Suomen suurimmista kaupungeista, ja on todennäköisesti korkeasti koulutettu (taulukko 1 ja 2). Kyselytutkimukseeni osallistui viiteen eri ikäryhmään kuuluvia vastaajia, joista suurimman ryhmän sukupuolen ja ikäryhmän mukaan muodostivat 41-50 -vuotiaat naiset: heitä oli 56, eli lähes 28 prosenttia kaikista vastaajista.

Taulukko 1. Kyselyyn vastanneiden cityleidiä asuinpaikat

Asuinpaikka	Nainen, 41-50 v. (n=55)	%
Pääkaupunkiseutu	29	53
Suomen suurimmat kaupungit, top 10	18	32
Muut paikkakunnat	8	15

Taulukko 2. Kyselyyn vastanneiden cityleidiä koulutustaustat

Koulutus	Nainen, 41-50 v. (n=55)	%
Korkeakoulututkinto	30	54
Ammattitutkinto	18	33
Ylioppilas	6	11
Muu, mikä?	1	2
Peruskoulu	0	0

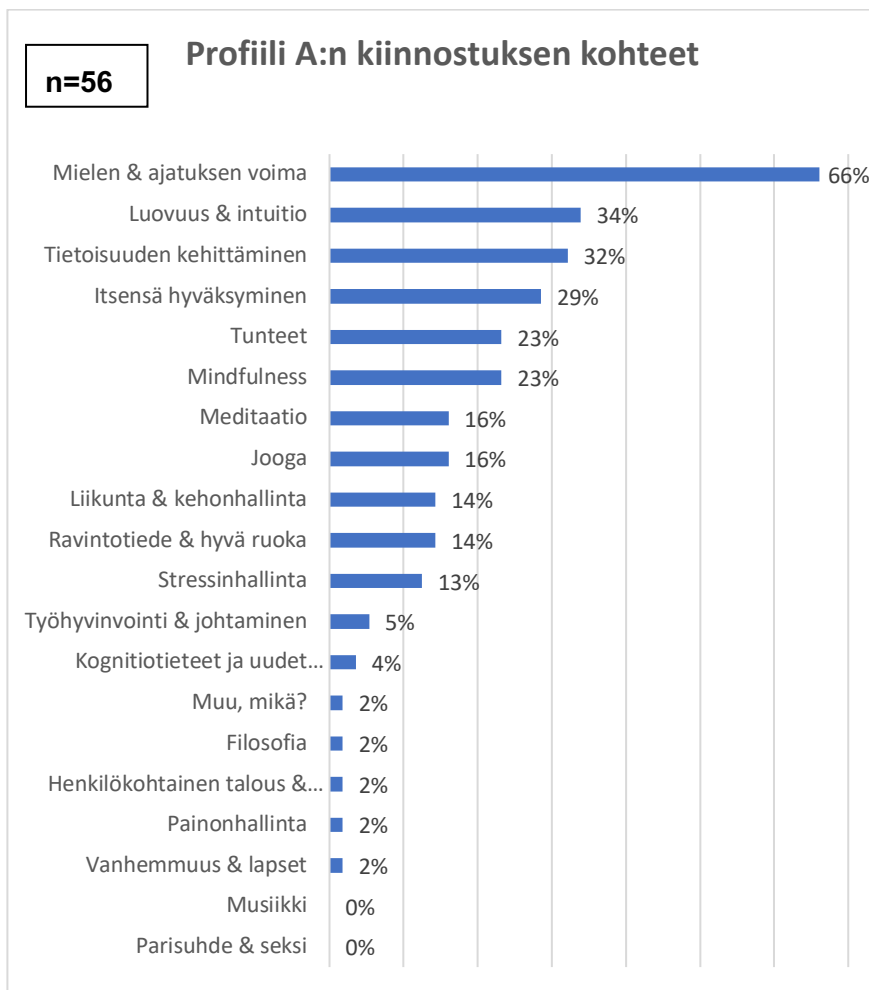
*muu, mikä? -avoimen kentän vastaus: ammattikorkeakoulututkinto

Cityleiden profiilissa yrittäjyys on melko yleistä (yli 10 prosenttia vastaajista), jonka lisäksi sosiaali- ja terveysala työllistää merkittävän osan profiiliin kuuluvista. Alla oleva sanapilvi havainnollistaa kyselyyn vastanneiden ammatteja.



Kuva 12. Sanapilvi A:n profiilin vastaajien ammasteista

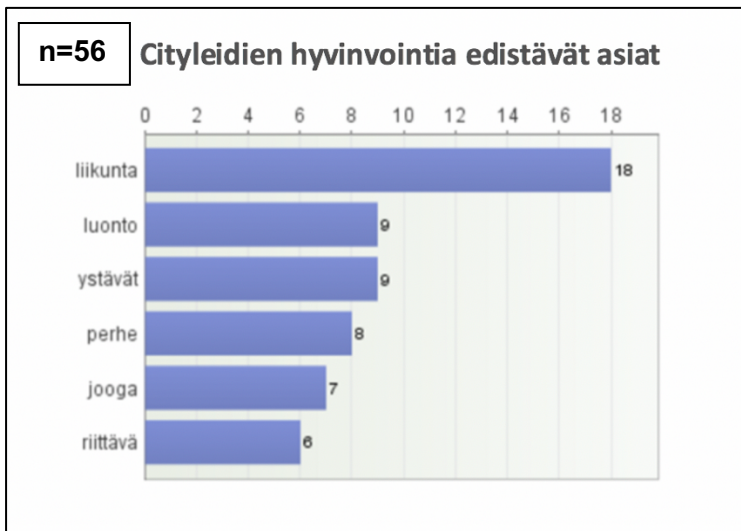
Cityleiden profiiliin kuuluvat ovat kiinnostuneita itsensä kehittämisestä - etenkin mielen ja ajatuksen voima nousee heitä kiinnostavana aiheena ylitse muiden. Luovuus ja intuitio, tietoisuuden kehittäminen ja itsensä hyväksyminen esiintyi myös noin kolmanneksessa cityleiden vastauksista (kuva 13).



Kuva 13. Cityleidiä vastaukset kysymykseen *Mitkä seuraavista aihealueista kiinnostaa sinua eniten? Valitse 3*

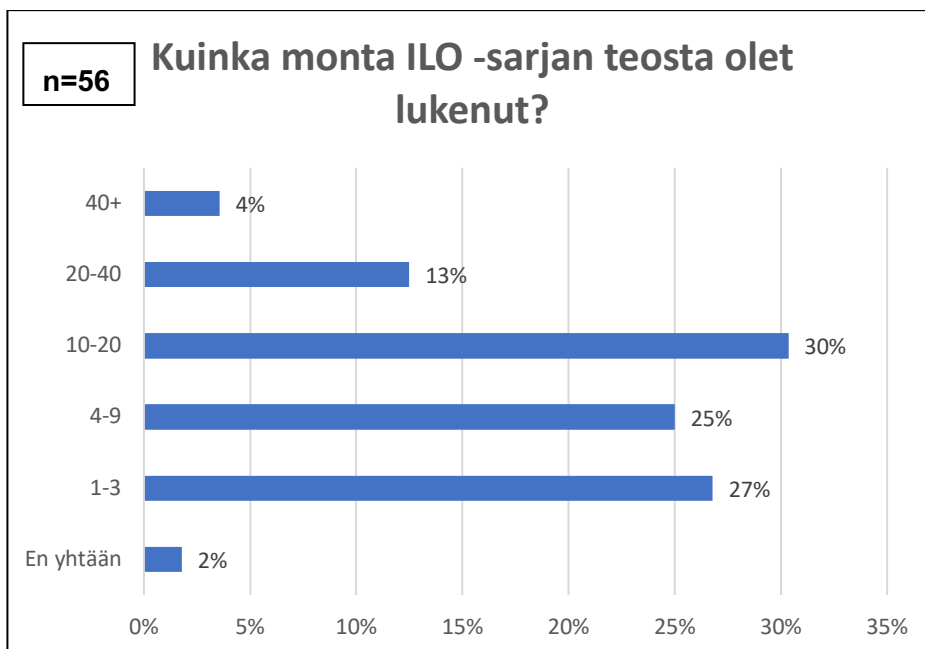
Yksi kiinnostava huomio profiili A:n kohdalla on se, että vähiten kiinnostavat hyvinvoinnin aihealueet olivat parisuhde ja seksi, musiikki, vanhemmuus ja lapset, painonhallinta sekä henkilökohtainen talous ja menestyminen. Vaikka vastauksista ei voi päätellä, että edellä mainitut aihealueet olisivat vastaajille merkityksettömiä, on toimeksiantajayrityksen kannalta huomionarvoista, että aineiston mukaan cityleideillä ei syystä tai toisesta ole suurta kiinnostusta hakea lisäinfromaatiota näistä aiheista.

Ystävät, luonto, perhe ja liikunta ovat cityleideille tärkeimpiä asioita hyvän olon edistämisen kannalta. Tämä kävi ilmi vastauksista kysymykseen *Mitkä asiat auttavat sinua voimaan paremmin?* (kuva 14).



Kuva 14. Yleisimmin esiintyneet sanat Cityleidiä vastauksissa kysymykseen *Mitkä asiat auttavat sinua voimaan paremmin?*

Kiinnostava huomio cityleideistä on se, että he ovat hyvin aktiivisia ILO -sarjan lukijoita (kuva 15). Vain yksi tähän profiiliin kuuluva vastaaja ilmoitti, ettei ole lukenut yhtään ILO -sarjan teosta, ja suurin osa (30,4 prosenttia) oli lukenut vastaushetkellä jopa 10-20 toimeksiantajayrityksen kirjaa.



Kuva 15. Profiili A:n vastaukset kysymykseen ILO -sarjan lukumäärästä

Peräti 80 prosenttia cityleideistä ilmoitti käyvänsä hyvinvointiaiheisissa tapahtumissa, ja he ostavatkin verkkokauppojen ja kivijalkaliikkeiden jälkeen kolmanneksi eniten kirjoja messuilta (24 vastaajaa). Tapahtumissa käynti sopii A:lle myös siksi, että hän on sosiaalinen: 24 vastaajaa 56:sta ilmoitti tutkimuksessa hyvinvointinsa kannalta kolmen tärkeimmän asian joukossa toiset ihmiset (ystävät, läheiset, ihmissuhteet, perhe, parisuhde jne.).

Potentiaalista kohderyhmää muuttujilla *korkea koulusaste* ja *nainen* on Suomessa hyvin paljon. Tilastokeskuksen tietojen mukaan vuonna 2015 Suomessa eli noin 515 000 naista, jotka olivat iältään 40-54 -vuotiaita (Tilastokeskus 2017a). Heistä korkeasti koulutettuja oli noin 28 prosenttia, eli noin 142 000 naista (Tilastokeskus 2017b).

Yhteenvetoa profilista A

Suurin osa toimeksiantajayrityksen asiakkaista lukeutuu siis tutkimukseni mukaan yllä mainittuun väestöryhmään. Tutkimukseni tulosten pohjalta tämä väestöryhmä on toimeksiantajayrityksen kohderyhmänä merkittävä, koska siihen kuuluu todennäköisimmin henkilöitä, jotka haluavat lukea runsaasti hyvinvointikirjallisuutta ja osallistua aktiivisesti myös hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin ja koulutuksiin. Tähän profiiliin kuuluvilla on myös korkean koulutuksen vuoksi keskimääräisesti hyvät tulot, joka mahdollistaa suuremman rahallisen panostamisen hyvinvointituotteisiin ja palveluihin.

Cityleidiä ryhmä nousee näin ollen tutkimuksessani ensisijaiseksi ryhmäksi, jolle hyvinvointiaiheisia (erityisesti *mielen & ajatuksen voima*) kirjoja ja palveluita kannattaa toimeksiantajayrityksen näkökulmasta tällä hetkellä suunnata.



Kuva 16. Esimerkkiprofiili cityleidistä perustuen kyselyn tuloksiin

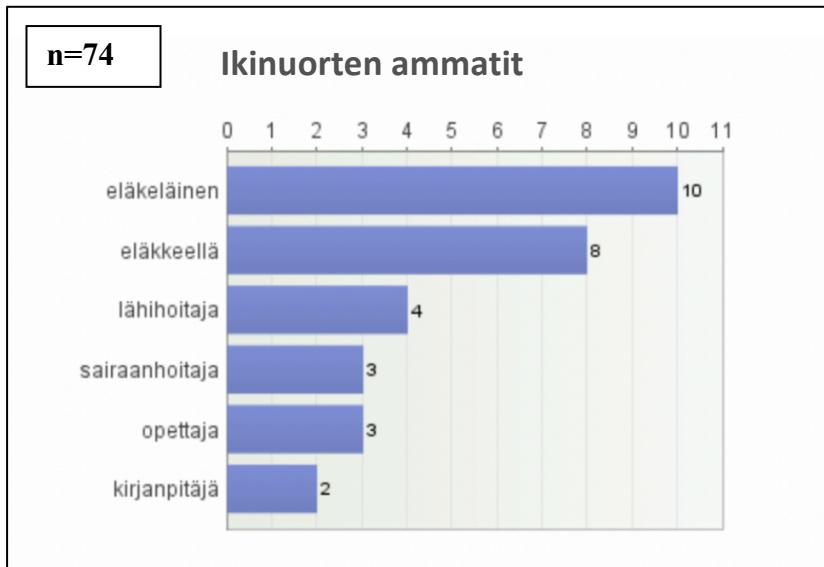
6.2 Asiakasprofiili B: Ikinuoret

Tähän asiakasprofiiliin kuuluvat suomalaiset 51 -vuotiaat tai vanhemmat henkilöt, joista suurin osa (noin 90 prosenttia vastaajista) on naisia. Ikinuoriin kuuluvia vastaajia oli yhteensä 79. Enemmistö tähän ryhmään kuuluvista vastaajista oli vastaushetkellä 61-70 -vuotiaita (25 vastaajaa).

Profiili B:n vastaukset kyselytutkimuksessa olivat monilta osin saman tyyppisiä profiili A:n kanssa. Kuten cityleidit, myös tähän ryhmään kuuluvat ovat kiinnostuneita mielen ja ajatuksen voimasta, luovuudesta ja intuitiosta, sekä tietoisuuden kehittämisestä. Ikinuoret myös ostavat kirjansa verkkokaupoista, ovat muita profiileja aktiivisempia sosiaalisessa mediassa ja asuvat tavallisesti suurissa kaupungeissa ympäri Suomea.

Erona cityleideihin, ikinuoret ovat matalammin koulutettuja. Heistä suurin osa (53 prosenttia) on suorittanut peruskoulun, opistotason tutkinnon tai ammattitutkinnon ja 47 prosenttia on

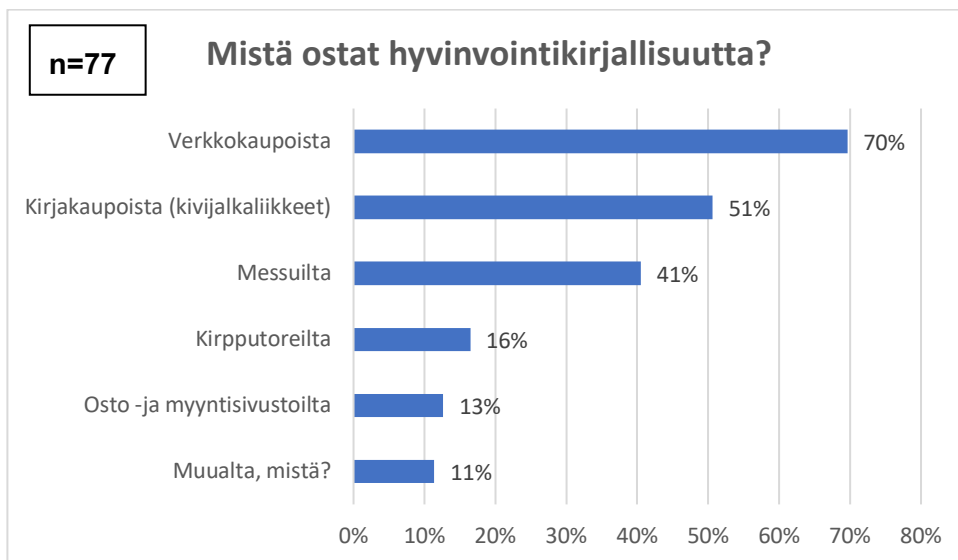
suorittanut korkeakoulututkinnon. Ryhmään kuuluvat työskentelivät monipuolisesti eri ammateissa, mutta suurin osa vastaajista on eläkkeellä, tai sosiaali- ja terveysalalla (kuva 17).



Kuva 17. Ikinuorten yleisimmin esiintyneet sanat vastauksessa kohtaan 11. *Ammatti*.

Kiinnostava tulos on myös se, että tähän profiiliin kuuluvat ovat todennäköisemmin kuulleet ILO -kirjoista sosiaalisen median kautta kuin muihin profiileihin kuuluvat (21 prosenttia vastaajista). Tämä kertoo sosiaalisen median tärkeydestä myös vanhempien potentiaalisten asiakkaiden tavoittamisessa ja tuotteiden markkinoinnissa.

Ikinuoret ostavat useimmin kirjansa verkkokaupoista, tapahtumista, tai kirjakaupoista: 66 prosenttia profiiliin kuuluvista ilmoitti ostavansa kirjoja verkkokaupoista, 50 prosenttia ostaa kirjoja kivijalkaliikkeistä ja 43 prosenttia ostaa kirjoja tapahtumista, kuten messuilta. Muita vastauksia olivat osto -ja myyntisivut (13 prosenttia profiiliin kuuluvista), kirpputorit (10 prosenttia profiiliin kuuluvista), ystäviltä lainaus (3 prosenttia) ja ILO -klubi-illoista (3 prosenttia) (Kuva 18).

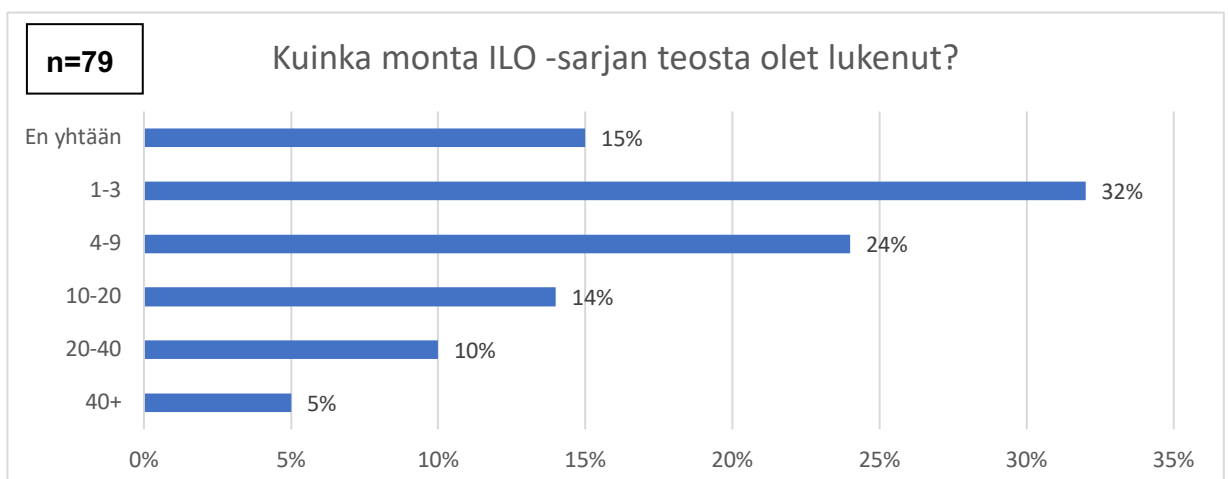


Kuva 18. Ikinuorten hyvinvointikirjallisuuden ostopaikat

Tämä profiili on iän puolesta suurin ja nopeimmin kasvava asiakasryhmä, koska eläkeläiset ovat nopeimmin kasvava väestöryhmä, kuten luvussa 3.2 nähtiin. 65 vuotta täyttäneiden henkilöiden määrä Suomessa vuoden 2015 lopussa oli 1 123 103, eli noin joka viides henkilö oli vähintään 65-vuotias (Tilastokeskus 2016a).

Ikinuoret ovat aktiivisia kävijöitä hyvinvointiaiheisissa tapahtumissa. Peräti 57 vastaajaa 67:stä ilmoitti osallistuneensa tai haluavansa osallistua hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin.

Kaikista Ikinuoriin kuuluvista 85 prosenttia ilmoitti lukeneensa ILO-sarjan teoksia (kuva 19).



Kuva 19. Ikinuorten vastaukset kysymykseen *Kuinka monta ILO -sarjan teosta olet lukenut?*

Vaikka ikinuoret ovat verrattain aktiivisia ILO -sarjan lukijoita, 15 prosenttia ilmoitti, ettei ollut lukenut yhtään kyseisen sarjan teosta. Tämä on melko suuri osuus, joka kertoo mahdollisesti siitä, että vastaajat ovat vasta hiljattain tutustuneet toimeksiantajarytykseen.

Yhteenvetoa profilista B

Tämä asiakasryhmä on syytä ottaa jatkossa yhä paremmin huomioon hyvinvointikirjallisuutta kustantavassa yrityksessä, sillä kuten aiemmin kappaleessa 3.2 on mainittu, tulee hyvinvointipalvelujen ja tiedon kysyntä mahdollisesti kasvamaan väestön ikääntyessä. Ikinuoret ovat aktiivisia lukijoita ja verkkokauppa-asiakkaita, he käyvät usein tapahtumissa ja pyrkivät jatkuvasti kehittämään itseään. Yksi tärkeä nykypäivän megatrendi onkin elinikäinen oppiminen (Sitra 2019) ja tämän trendin manifestoitumisesta ikinuoren asiakasprofiiliin kuuluvat henkilöt ovat malliesimerkkejä.



Kuva 20. Esimerkkikuvaus ikinuoresta perustuen kyselyn tuloksiin

6.3 Asiakasprofiili C: Ekoäidit

Lapsiperheiden vanhemmat, etenkin noin 30-40 -vuotiaat äidit, ovat kyselytulosten mukaan yksi asiakasryhmä, joka toimeksiantajan kannattaa huomioida erikseen. Tässä tutkimuksessa annettiin kyseiselle profiilille nimeksi *ekoäidit*. Kuvaava nimi perustuu kyselyaineiston lisäksi toimeksiantajan ja tutkijan kokemukseen asiakaskunnasta. Lisäksi ekologisen trendin myötä (Aamulehti 2016) on nähtävissä, että luonnonmukainen vanhemmuus, johon kuuluu tyypillisesti luomuruoat, vastuullisesti tuotetut tuotteet, kestovaipat, kierrätys ja pyrkimys itsensä kehittämiseen on lisääntynyt kuluttajien keskuudessa.

Kaikista vastaajista 38 prosenttia (76 vastaajaa) kertoi kotitaloutensa henkilömääräksi enemmän kuin kaksi henkilöä, joka kertoo, että heillä on oletettavasti jälkikasvua. Näistä vastaajista 89 prosenttia (68 vastaajaa) oli naisia. Lisäksi 34 prosenttia (69 vastaajaa) kaikista kyselyyn osallistuneista kertoi, että heidän kotitaloudessaan on kaksi henkilöä, ja todennäköistä on, että osa näistä talouksista on yksinhuoltajatalouksia, sillä Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2016 kaikista suomalaisista perheistä 21,6 prosenttia oli yksinhuoltajaperheitä. Lisäksi suurin osa kaikista vastaajista asuu pääkaupunkiseudulla, jossa yksinhuoltajaperheiden osuus on muita alueita korkeampi: vuonna 2014 yksinhuoltajaperheitä oli kaikkiaan 20,9 prosenttia Suomen kaikista perheistä, mutta samaan aikaan Helsingissä vastaava luku oli 28,3 prosenttia. (Tilastokeskus 2019b)

Kaikkiaan vastanneista merkittävä osa – mahdollisesti jopa puolet ovat vanhempia. Tämä voi kustantajan kannalta olla hyödyllistä ottaa huomioon, koska itsensä kehittämisen lisäksi ekoäidin profiiliin kuuluvat haluavat luonnollisesti parasta jälkikasvulleen. Näin ollen vanhempia kiinnostava aihealueiden kenttä voi olla pelkästään itsensä kehittämistä laajempi. On helposti ymmärrettävissä, että vanhemmuutta käsittelevät kirjat kiinnostavat erityisesti vanhempia.

Vanhemmat ovat yksi merkittävä asiakaskunta, jotka ostavat ja joille ostetaan kirjallisuutta. Kirja-alalla on yleisesti tunnettua, että äitienpäivää edeltävä viikko on kirjamyynneissä yksi merkittävä sesonki (mm. Helsingin Uutiset 2016) unohtamatta myöskään isänpäivää edeltävää sesonkia.

Kyselyaineiston pohjalta voidaan olettaa, että suuri osuus toimeksiantajayrityksen

kohderyhmästä on vanhempia. Näin siis myös lastenkirjallisuuteen, jota vanhemmat luonnollisesti lapsilleen hankkivat ja lapsilleen lukevat, voi olla kannattavaa panostaa. Toimeksiantajan katalogista on löytynytkin lapsille suunnattuja tietokirjoja hyvinvointiin liittyvistä aiheista, kuten mindfulness lapsille. Vuonna 2018 kaikesta kirjamyynnistä 10,7 prosenttia muodostui lasten- ja nuorten kirjoista (Suomen kustannusyhdistys 2019).

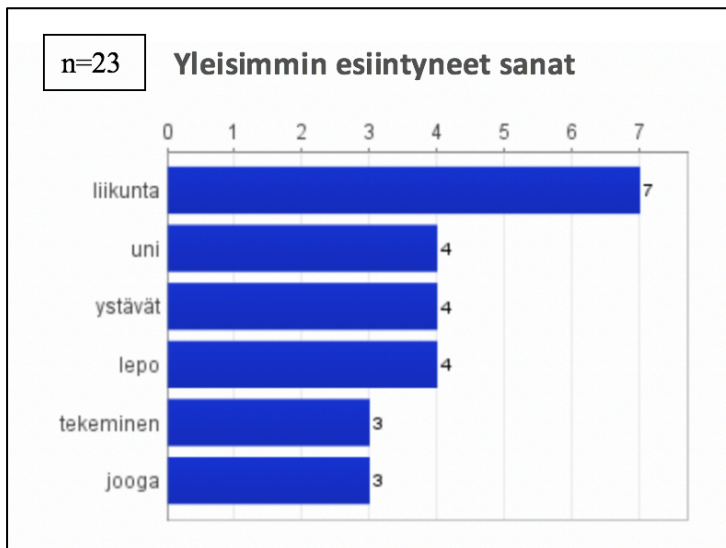
Ekoäitejä, eli noin 30-40 vuotiaita naisia, jotka asuivat vastaushetkellä yli kaksi henkisessä taloudessa, oli 25 vastaajaa. Suurin osa ekoäideistä (34 prosenttia) oli vastaushetkellä lukenut 1-3 toimeksiantajan ILO -sarjan teosta ja 12 prosenttia heistä ilmoitti, että ei ollut lukenut vielä yhtään ILO -sarjan teosta. ILO -sarjan lukemattomuus on cityleidejä (2 prosenttia) huomattavasti yleisempää, joka voi kertoa esimerkiksi siitä, että lapsiperheiden vanhemmilla ei ole yhtä paljon aikaa lukea hyvinvointikirjallisuutta – tai kirjallisuutta ylipäätään kuin muilla kohderyhmillä. Tämä voi toisaalta kertoa myös siitä, että vanhemmat seuraavat ILO:n toimintaa muista syistä, kuin kirjat – he ovat saattaneet osallistua esimerkiksi ILO:n monipuolisiin hyvinvointitapahtumiin.

Hyvinvoinnin aihealueista mielen ja ajatuksen voiman jälkeen ekoäitejä kiinnostaa eniten stressinhallinta sekä vanhemmuus ja lapset, joka on helposti ymmärrettävissä ottaen huomioon perhe-elämän ja sen usein kiireisen elämänrytmin. Myös kiinnostus aihealueisiin kuten, mindfulness, meditaatio, tietoisuuden kehittäminen ja itsensä hyväksyminen kielii edelleen ekoäitien tarpeesta saada elämään lisää mielenrauhaa ja rentoutta (kuva 21).



Kuva 21. Ekoäitien hyvinvointiaiheiset kiinnostuksen kohteet

Vastauksissa kohtaan *Mitkä asiat auttavat sinua voimaan paremmin? Mainitse 3 tärkeintä asiaa*, eniten esiintyivät sanat *liikunta, uni, ystävät, lepo, tekeminen* (mielekäs, mieluisa ja lasten kanssa tekeminen) sekä *jooga*.



Kuva 22. Ekoäitien vastauksissa yleisimmin esiintyneet sanat kysymykseen *Mitkä asiat auttavat sinua voimaan paremmin?*

Uni ja lepo olivat liikunnan ohella suosituimpia asioita ekoäideille heidän hyvinvoinnin kannalta. Toisaalta, kysyttäessä ekoäideiltä, mistä hyvinvoinnin aiheista he haluaisivat enemmän tietoa, yleisimmin esiintyi aiheet, kuten ravitsemus, parisuhde ja henkisyys. On siis huomioitavaa, että asiat, jotka auttavat eri profiileihin kuuluvia voimaan hyvin, ei välttämättä ole samoja asioita, joista profiiliin kuuluvat kokisivat tarvitsevansa lisätietoa hyvinvointikirjallisuuden kautta.

Yhteenvetoa profiilista C

Lasten vanhemmat ja profiilia kuvaavat ekoäidit ovat asiakasryhmänä huomionarvoinen, sillä ainakin 40 prosenttia tutkimukseen osallistuneista ovat oletettavasti vanhempia, joka kertoo vanhempien aktiivisesta pyrkimyksestä elämänlaadun parantamiseen hyödyntäen kirjallisuutta. Lahjakirjoja ostetaan myös paljon erityisesti jouluna sekä äitien- ja isänpäiväksi. Hyvinvointikirjallisuuden kustantajan näkökulmasta tätä profiilia kiinnostavista aiheista tulisi erityisesti huomioida mielen ja ajatuksen voima, stressinhallinta, sekä vanhemmuus ja lapset.

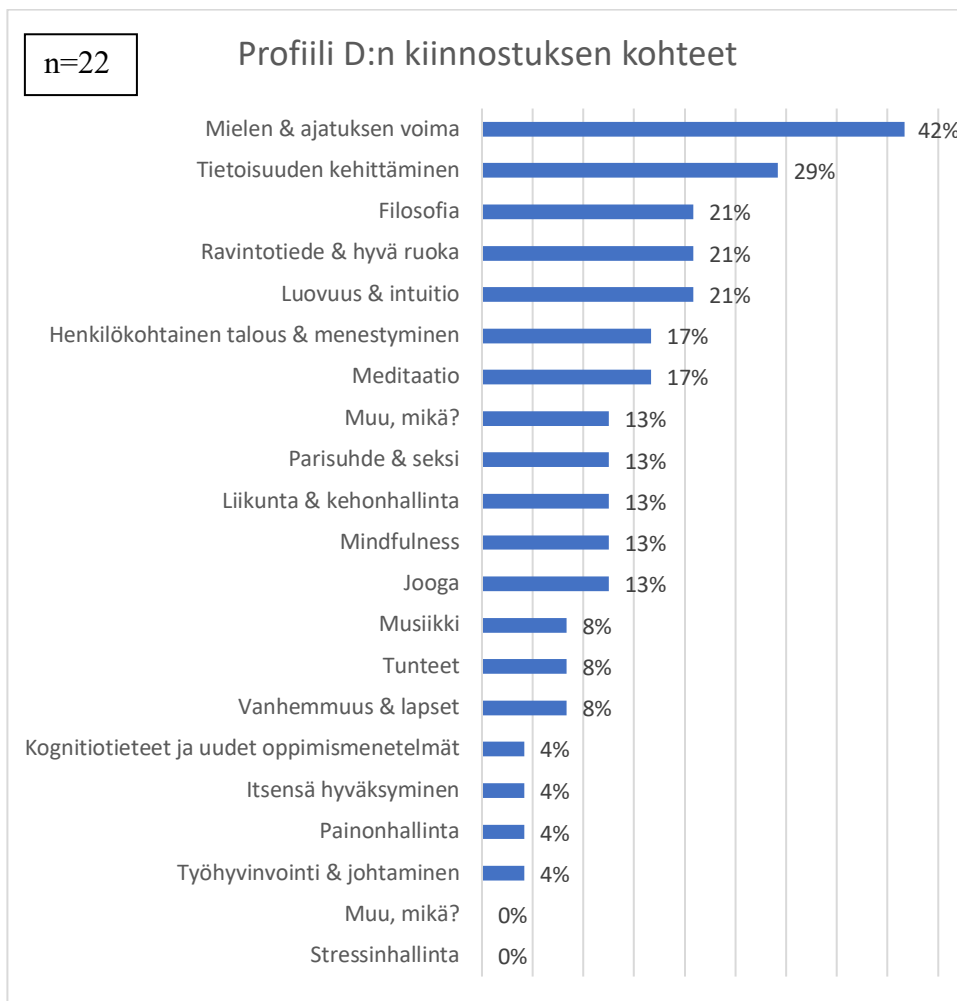


Kuva 23. Esimerkkikuvaus ekoäidistä perustuen kyselyn tuloksiin

6.4 Asiakasprofiili D: Hyvinvointiäijät

Tähän profiiliin kuuluvat miehet – *hyvinvointiäijät* ja heidän läheiset, sillä kirja on yhä yksi suosituimmista lahjatavaroista etenkin jouluisin (YLE 2017). Tästä syystä, vaikka miesten vastausprosentti tutkimukseen on verrattain pieni (noin 12 prosenttia) ja ensisijaisesti naiset ostavat hyvinvointikirjallisuutta, on miesten asiakasprofiili syytä määritellä ja ottaa huomioon suunniteltaessa toimeksiantajayrityksen tarjontaa.

Kuten naisvastaajat, myös hyvinvointiäijät ovat kiinnostuneita erityisesti mielen ja ajatuksen voimasta (42 prosenttia vastanneista), tietoisuuden kehittämisestä (29 prosenttia vastanneista), sekä luovuudesta ja intuitiosta (21 prosenttia vastanneista). Kyselyyn vastanneiden miesten kiinnostuksen kohteet ovat tasaisemmin jakautuneet kuin naisten, ja miehiä kiinnosti selkeästi naisia enemmän aihealueet kuten filosofia, parisuhde ja seksi sekä musiikki.



Kuva 24. Kyselyyn vastanneiden miesten hyvinvointiaiheiset kiinnostuksen kohteet

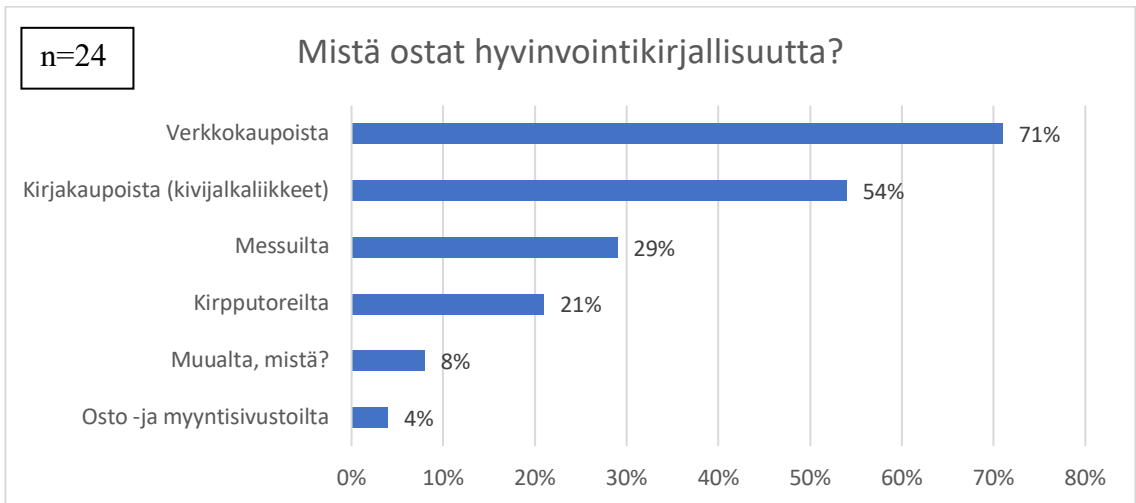
Useimmin toistuneet sanat hyvinvointiäijien vastauksissa kysymykseen *Mitkä asiat auttavat sinua voimaan paremmin? Mainitse 3 tärkeintä asiaa* näkyvät seuraavassa sanapilvessä:



Kuva 25. Sanapilvi asioista, jotka auttavat Hyvinvointiäijää voimaan paremmin

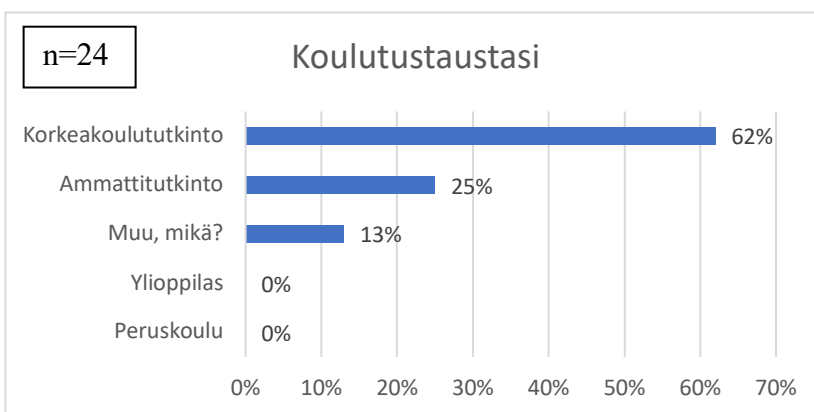
Liikunta, ravinto ja ruoka olivat hyvinvointiäijien kolme eniten hyvinvointia lisäävää asiaa.

Useimmin hyvinvointiäijät ostavat kirjansa verkkokaupoista. Toiseksi yleisin ostopaikka on kirjakaupat (17 vastaajaa kertoi ostavansa hyvinvointikirjallisuutta verkkokaupoista, 13 vastaajaa mainitsi ostopaikaksi kirjakaupat).



Kuva 26. Profiili D:n hyvinvointikirjallisuuden ostopaikat

Hyvinvointiäijät asuvat pääsääntöisesti Helsingissä, Tampereella tai Turussa, heillä on korkeakoulututkinto ja he ovat iältään 30-70 vuotiaita. Yleisimmin hyvinvointiäijät asuvat kahden tai yhden henkilön taloudessa.



Kuva 27. Hyvinvointiäijien koulutustausta

Kyselyyn vastanneita naisia useammin hyvinvointiäijät vastasivat kyselyyn sähköpostitse lähetetyn uutiskirjeen linkin kautta. Naisista 60 prosenttia vastasi kyselyyn uutiskirjeen kautta ja miehistä 82 prosenttia. Naisia useammin, miehet myös tutustuivat ILO-sarjan kirjoihin toimeksiantajayrityksen verkkosivuilla (naisista 28 prosenttia ja miehistä 39 prosenttia). Vastavasti miehet tutustuivat huomattavasti harvemmin ILO -sarjan kirjoihin sosiaalisessa mediassa kuin naiset. Tämä voi olla kannattavaa ottaa huomioon miehille suunnatun hyvinvointikirjallisuuden markkinoinnissa.

Yhteenvetoa profiilista D

Miesten vähäisempi aktiivisuus sosiaalisessa mediassa ja hyvinvointiaiheisissa tapahtumissa selittää osaltaan myös toimeksiantajayrityksen kokemuksen tuomaa käsitystä siitä, että miehet pitävät ”matalampaa profiilia” mitä tulee hyvinvointikirjallisuudesta puhumiseen julkisesti. Tämä voi myös selittää miesten huomattavasti pienempää osallistumisprosenttia teettämääni kyselytutkimukseen.

Kuitenkin miehille suunnattu hyvinvointikirjallisuus saattaa myydä siinä missä naisillekin suunnatut kirjat, joka jälleen muistuttaa siitä, että kirjoja ostetaan lahjoiksi, mutta myös siitä, että miehetkin ostavat hyvinvointikirjallisuutta.



Kuva 28. Esimerkkikuvaus hyvinvointiäijästä perustuen kyselyn tuloksiin

7 Johtopäätökset

Tutkimus paitsi vahvasti toimeksiantajayrityksen kokemuksen tuomaa näkemystä siitä, että stereotyyppisin toimeksiantajayrityksen asiakas on yli kolmekymppinen, korkeasti koulutettu suomalainen kaupunkilaisnainen, mutta myös antoi uutta tietoa erilaisista asiakasprofiileista, niiden tavoitettavuudesta sekä mielenkiinnon kohteista hyvinvoinnin saralla. Määrällisesti nopeimmin kasvava asiakasryhmä on *ikinuoret*. Merkittävä huomio tutkimuksessani on, että nuorten asiakkaiden lisäksi myös keski-ikäiset ja eläkeläiset asiakkaat viettävät tänä päivänä runsaasti aikaa sosiaalisessa mediassa, ja tekevät ostoksensa verkkokaupoissa.

Kaikkia profiileja yhdistää muun muassa kaupunkikeskeisyys, kiinnostavin hyvinvoinnin aihealue (*mielen & ajatuksen voima*) ja verkkokaupat yleisimpänä ostopaikkana. Verkkosivusto oli myös yleisin paikka, jossa toimeksiantajayrityksen kirjoihin tutustuttiin. Digitaalisen markkinoinnin merkitys on siis korostunut yhä enemmän myös hyvinvointikirjallisuuden kentällä.

Aineistosta olisi mahdollista muodostaa myös toisenlaisia profiileja, kuin mihin olen tutkimuksessani päätenyt, mutta muodostamani profiilit ja niitä kuvaavat nimet perustuvat kyselyn tulosten lisäksi kokemukseen asiakaskohtaamisista kirjakaupoissa ja tapahtumissa. Itsensä kehittäminen on luontaisesti jokaisen ihmisen pyrkimys, mutta lähtökohtaisesti kaikkia ihmisiä ei puhuttele hyvinvointi- ja ”self-help” -kirjallisuus. Tässä tutkimuksessa on määritelty tyypillisimmät asiakasprofiilit, joita hyvinvointikirjallisuutta julkaisevan kannattaa kerätyn aineiston ja tulosten perusteella tavoitella.

8 Validiteetti ja reliabiliteetti

Mielestäni tutkimukseni luotettavuus on tutkimuksen kohderyhmän ja kysymysten puolesta kohtalaisen hyvä, sillä vastaajamäärä oli verrattain suuri (203 henkilöä) ja heidän vastausaktiivisuus kysymyksiin oli runsasta: kaikki 15 kysymystä keräsivät yhteensä 2738 vastausta, joka tarkoittaa, että liki 90 prosenttia kyselyyn osallistuneista vastasi jokaiseen esitettyyn kysymykseen.

Saadaksemme käsityksen toimeksiantajayrityksen asiakasprofiilien ominaispiireistä, on verkkopohjainen kyselytutkimus sen asiakkaille myös loogisesti validi menetelmä: kun kysymyksiä on paljon, tiiviit ja mahdollisimman vähätulkinnalliset vastaukset ovat tutkimuksen jäsentelyn ja hallittavuuden vuoksi suotavia. Kyselytutkimuksen kysymyksen suunniteltu sellaisiksi, että niillä saatiin kerättyä vaadittavia tietoja asiakasprofilointiin, joten voidaan todeta, että kerätty aineisto on tutkimuskysymyksen kannalta validia.

Kyselyn tulokset ovat tarkastettavissa Webropol-palvelussa, ja koska kyselytutkimuksen kysymykset ja vastaukset on esitetty läpinäkyvästi myös tämän tutkimuksen liiteosiossa, voidaan tutkimusta pitää myös luotettavana. Kyselytutkimus olisi lisäksi helposti toistettavissa tänäkin päivänä tai tulevaisuudessa.

Kuitenkin on tärkeää, että tutkimukseni tuloksiin suhtaudutaan tietyllä varauksella. Saattaa olla, että kyselyyn ovat vastanneet tietyntyyppiset ILO Oy:n asiakkaat, eikä aineiston pohjalta tehdyt asiakasprofiilit välttämättä kuvaa toimeksiantajayrityksen asiakkaiden suurta massaa. Aineistossa nousi esiin esimerkiksi, että monet asiakastyypit käyttävät mielellään verkkokauppaa ostotensa tekemiseen. Tämä saattaa johtua siitä, että kyselystä tiedotettiin sosiaalisessa mediassa sekä sähköisen uutiskirjeen avulla, ja näin voidaan olettaa kyselyyn vastanneiden olevan aktiivisia internetissä.

Tutkimuksen tulosten luotettavuutta parantaisi se, että kohderyhmän kanssa olisi mahdollista käydä keskusteluja, joissa paikoitellen yleiselle tasolle jääneitä asioita aineistossani olisi mahdollista tarkentaa ja reflektoida. Keskusteluja voisi käydä esimerkiksi hyödyntämällä syvähaastattelun menetelmää tai tapaamalla ihmisiä hyvinvointitapahtumissa. Näin mahdollisia

virheellisiä tulkintoja olisi mahdollista korjata, ja vastaajilla olisi mahdollisuus tarkentaa antamiaan vastauksiaan.

9 Oman oppimisen arviointi

Tutkimukseen ryhtyessäni minulla oli epäily, että tutkimuksen voi tehdä sekavaksi hyvinvointikirjallisuuden aiheiden laajan kirjon aiheuttama hajonta kohderyhmän mieltymyksissä. Minulla oli kuitenkin vahva uskomus siitä, että kohderyhmän sisältä löytyisi selkeitä demo- ja psykografisia trendejä, mitä tulee vastaajien ikään, sukupuoleen ja mieltymyksiin hyvinvoinnin alueella. Olen tyytyväinen, että olettamukseni oli oikeassa ja aineistoni tarjosi kiinnostavaa tietoa ILO Oy:n asiakaskunnasta, ja minun oli mahdollista tehdä sen pohjalta johtopäätöksiä ILO Oy:n asiakasprofiileista.

Käytin tutkimuksen tekoon verrattain paljon aikaa, palaten aineistoon aika ajoin löytääkseni tekijöitä, joiden avulla muodostaa mahdollisimman luotettavia profiilikuvauksia. Opin ennen kaikkea tutkimuksen aikana kärsivällisyyttä, jota tutkimuksen tekemiseen tarvitaan.

Jatkotutkimuskysymyksenä ehdottaisin tarkempaa syventymistä niihin aiheisiin, joista teettämäni kyselytutkimukseen vastanneet olivat kiinnostuneita. Esimerkiksi ylivoimaisesti suosituin aihealue hyvinvoinnin saralla oli *mielen & ajatuksen voima*. Tämä on hyvin laaja tema. Näin ollen toimeksiantajayrityksen näkökulmasta olisi kiinnostavaa tietää esimerkiksi minkälaiset hyvinvointikirjojen otsikot ja sisällöt asiakkaita erityisesti puhuttelevat. Näin kustantaja voisi suunnitella tarjottavan kirjakatalogin yhä asiakaslähtöisemmin ja kaikki voittaisivat.

Lähteet

- Aamulehti 2016: *Ekologisuus on nyt trendi – ”Ihmiset haluavat toimia vihreiden arvojen mukaisesti”*. <https://www.aamulehti.fi/kotimaa/ekologisuus-on-nyt-trendi-ihmiset-haluavat-toimia-vihreiden-arvojen-mukaisesti-23826335>. Luettu: 31.1.2019.
- Adcock, D; Halborg, A & Ross, C. 2001: *Marketing: Principles and Practice*. London. Pearson Education.
- Adlibris 2017: *Kirjoja myydään verkossa enemmän kuin koskaan – tulevaisuudessa kasvua haetaan myös muista tuoteryhmistä*: http://www.mynewsdesk.com/fi/adlibris_finland/pressreleases/kirjoja-myydaeaen-verkossa-enemman-kuin-koskaan-tulevaisuudessa-kasvua-haetaan-myo-es-muista-tuoteryhmista-1793957. Luettu: 16.5.2019.
- Apsis Finland Oy 2019: *360-asteinen asiakasnäkemyks: Asiakasprofiilit ja markkinoinnin automaatio*: <https://www.apsisfinland.fi/blogi/360-asteinen-asiakasnakemys-asiakasprofiilit-ja-markkinoinnin-automaatio>. Luettu: 28.1.2019.
- Bergström, S & Leppänen, A. 2009. *Yrityksen asiakasmarkkinointi*. 13. Uudistettu painos. Edita. Helsinki.
- Browning, C. & Finke, M. & Huston, S. 2012: *Rational Choice with Complex Products: Consumer Valuation of Annuities*. Journal of Financial Counseling and Planning, Vol. 23, No. 2: <https://ssrn.com/abstract=2220826>. Luettu: 12.2.2017.
- Cailap 2016: *I love me -messujen tunnelmia*: <http://cailap.com/blogi/i-love-messujen-tunnelmia/>. Luettu: 17.4.2017.
- Ecnmy 2018: *What is consumer choice theory?* <https://www.ecnmy.org/learn/your-home/consumption/what-is-consumer-choice-theory/>. Luettu: 21.2.2018.
- Helsingin Sanomat 2014: *Suomi sekosi self-helpistä: Toimittaja yritti elää myyntilistat vallanneiden oppaiden neuvoilla*: <https://www.hs.fi/nyt/art-2000002785858.html>. Luettu: 31.1.2019.

Helsingin Sanomat 2015: *Aikuisten värityskirja on myydyin tietokirja*: <http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002832502.html>. Luettu: 12.1.2017.

Helsingin Sanomat 2016: *Kirjamyynni kääntyi kasvuun ensimmäistä kertaa sitten vuoden 2008 – lasten- ja nuortenkirjat veturina*: <http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002882430.html>. Luettu: 12.1.2017.

Helsingin uutiset 2016: *Nyt voi sanoa oho! Vuosia taantunut kirjamyynni kääntyi kasvuun*: <https://www.helsingin uutiset.fi/artikkeli/383790-nyt-voi-sanoa-oho-vuosia-taantunut-kirjamyynni-kaantyi-kasvuun>. Luettu: 31.1.2019.

ILO 2016 & 2017: ILO Oy:n henkilöstön jakamat kokemukset ja myyntitilastot, anonyymiteetin vuoksi ei julkisesti luettavissa.

Kanavan asiakasprofiili 2014: Turku: Kanava.to. <http://www.kanava.to/kanavan-asiakasprofiili/>. Luettu: 12.1.2018.

Kauppalehti 2016: *"Aivot rasittuvat, ja luovuus alkaa kadota" - mindfulnessin suosio räjähti*: <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/aivot-rasittuvat--ja-luovuus-alkaa-kadota---mindfulnessin-suosio-rajahhti/DMj9M4va>. Luettu: 10.1.2017.

Keski-Suomen liitto ja Keski-Suomen ELY-keskus 2017: *Ammattinäkömät Keski-Suomessa*. <http://millealalle.fi/index.php/ammattialat-valikko/hyvinvointi.html>. Luettu: 10.1.2017.

Laveri, J. 2006: *Käyttäjien profilointi verkkokaupoissa. Viitekehysmalli profilointimenetelmien vertailuun*. Tietojärjestelmätieteen pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto, Tietojenkäsittelytieteiden laitos, Jyväskylä. <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/12475>. Luettu: 2.9.2017.

M. & McDonald, M. 2007: *Marketing in a Nutshell, Key concepts for nonspecialists*. Oxford, UK: Elsevier.

McDonald, M. & Dunbar, I. 2004: *Market segmentation – how to do it, how to profit from it*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Minä Olen 2017: *Minä Olen messut*: https://www.facebook.com/pg/MinaOlenMessut/about/?ref=page_internal. Luettu: 17.4.2017.

Peelen, E. & Beltman R.: *Customer Relationship Management Strategies in the Digital Era* IGI Global.

Postnord 2017: *Verkkokauppa pohjoismaissa*: http://www.postnord.fi/globalassets/suomi/tutkimukset/verkkokauppa_pohjoismaissa_2017.pdf. Luettu: 17.4.2017.

Psychology Today 2017: *Our Hierarchy of Needs*: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/hide-and-peek/201205/our-hierarchy-needs>. Luettu: 17.5.2019.

Pöllänen, J. 1999: *Yksilömarkkinointi- Oppivan asiakassuhteen rakentaminen*. Helsinki: Kauppa-akari.

Sitra 2015: *Sitran trendit: Hyvinvointi korostuu*: <http://www.sitra.fi/uutiset/megatrendit/sitran-trendit-hyvinvointi-korostuu>. Luettu: 10.1.2017.

Sitra 2019: *Kohti osaamisen aikaa – 30 yhteiskunnallisen toimijan yhteinen tahtotila elinikäisestä oppimisesta*: <https://www.sitra.fi/julkaisut/kohti-osaamisen-aikaa/>. Luettu: 17.5.2019.

Stickdorn, M., Schneider J., co-authors. 2010: *This is service design thinking basicstools-cases*. Amsterdam: BIS Publishers.

Suomen Kustannusyhdistys 2019a: *Suomen kustannusyhdistys 2019: Myynti jakeluteittäin ja kirjallisuuslajeittain, painetut kirjat, (1 000 €) 2018*: <http://tilastointi.kustantajat.fi/PublicReporting/Yearly.aspx?reportName=YearlySalesEurByDistributors.xml&language=FIN>. Luettu: 16.5.2019.

Suomen Kustannusyhdistys 2019b: *Kokonaismyynti 2012-2017, arvonlisäveroton nettomyynti kirjallisuuslajeittain, (1 000 €)*: <http://tilastointi.kustantajat.fi/PublicReporting/Yearly.aspx?reportName=SalesHistoryGenresPrintAndDigital-C.xml&language=FIN>. Luettu: 9.2.2019.

Suomen Kustannusyhdistys 2019c: *Myynnin jakautuminen kirjallisuuslajeittain 2018*: <http://tilastointi.kustantajat.fi/PublicReporting/Yearly.aspx?specialReport=InANutshell&language=FIN>. Luettu: 4.5.2019.

Taloustutkimus 2017: *Mitä segmentointi tarkoittaa ja mitä sillä tekee*: www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/mita-segmentointi-tarkoittaa-ja-mita-silla-tekee.html. Luettu: 19.5.2019.

Thaler, Richard (1979): *Toward a positive theory of consumer choice*: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.454.6386&rep=rep1&type=pdf>. Luettu: 17.4.2017.

Tilastokeskus 2016a: *Väestörakenne, väestöennuste, kartta ja analyysi*: Timo ja Rasmus Aro 2016: <https://bit.ly/2YBqrPi>. Luettu 22.2.2017

Tilastokeskus 2016b: *Tutkintotavoitteisen koulutuksen opiskelijat ja tutkinnot koulutusalueen ja koulutuksen (Kansallinen koulutusluokitus) mukaan 2000-2017*: http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_kou_opiskt/stat-fin_opiskt_pxt_001.px/chart/chartViewColumn/. Luettu: 22.2.2017.

Tilastokeskus 2017a: *Väestörakenne*: http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_vrm_vaerak/055_vaerak_tau_124.px/table/tableViewLayout1/?rxid=c356d0ec-5fc6-44cf-81c2-d7638da33907. Luettu: 14.4.2017

Tilastokeskus 2017b. *Väestörakenne*: http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_kou_vkour/010_vkour_tau_101.px/table/tableViewLayout1/?rxid=29ea2b2b-9cef-4792-82e5-c01920121144. Luettu: 14.4.2017

Tilastokeskus 2019a: *Suomen virallinen tilasto (SVT): Joukkoviestintä [verkkojulkaisu]*. ISSN=1798-3215. Helsinki: Tilastokeskus: <http://www.stat.fi/til/perh/index.html>. Luettu: 24.1.2019.

Tilastokeskus 2019b: *Suomen virallinen tilasto (SVT): Perheet [verkkójulkaisu]*. ISSN=2323-6329. Helsinki: Tilastokeskus: <http://www.stat.fi/til/jvie/kas.html>. Luettu: 16.5.2019.

Tuulaniemi, Juha (2011): *Palvelumuotoilu*. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino. (sähkökirja).

YLE 2017: <https://yle.fi/uutiset/3-9967584>. Luettu: 25.1.2019.

YLE 2017: *Hyvinvointikirjat ovat kasvava bisnes – suorittaminen ei enää käy, nyt haetaan henkistä voimaa*: <https://yle.fi/uutiset/3-9420838>. Luettu: 31.1.2019.

Ylikoski, Tuire (1999): *Unohtuiko asiakas*. Espoo: AYY-Palvelu Oy.

Liitteet

Liite 1. Hyvinvointikysely

Vastaajien kokonaismäärä: 203

1. Mitkä seuraavista aihealueista kiinnostaa sinua eniten? Valitse 3.

Vastaajien määrä: 201, valittujen vastausten lukumäärä: 597

	n	Prosentti
Jooga	36	17,91%
Mindfulness	43	21,39%
Vanhemmuus & lapset	14	6,97%
Stressinhallinta	27	13,43%
Mielen & ajatuksen voima	118	58,71%
Meditaatio	36	17,91%
Tunteet	27	13,43%
Luovuus & intuitio	67	33,33%
Ravintotiede & hyvä ruoka	32	15,92%
Työhyvinvointi & johtaminen	10	4,98%
Painonhallinta	6	2,99%
Liikunta & kehonhallinta	21	10,45%
Henkilökohtainen talous & Menestyminen	11	5,47%
Tietoisuuden kehittäminen	64	31,84%
Itsensä hyväksyminen	41	20,4%
Parisuhde & seksi	10	4,98%
Kognitiotieteet ja uudet oppimismenetelmät	13	6,47%
Filosofia	9	4,48%
Musiikki	4	1,99%
Muu, mikä?	8	3,98%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	energiat, ylösnousemusprosessi
Muu, mikä?	Kehotietoisuus
Muu, mikä?	Seremoniallinen magia, rituaalit
Muu, mikä?	Buddhalaiset opetukset
Muu, mikä?	buddhalaisuus
Muu, mikä?	Energia, energiahoidot, kvanttifysiikka
Muu, mikä?	Terveenä ja hyväkuntoisena pysyminen iän karttuessa
Muu, mikä?	kaunokirjallisuus, klassikot

2. Mitkä asiat auttavat sinua voimaan paremmin? Mainitse 3 tärkeintä asiaa.

Vastaajien määrä 197

Vastaukset
energiahoito
meditaatio
rakkaan ihmisen kanssa eläminen
Ystävät ja rakkaat, metsä, lepo
Reiki, meditaatio ja hyvä ruoka
Lasten kanssa tekeminen, jooga, rauhoittuminen
Sosiaaliset kontaktit, liikunta, kuuluminen ryhmään
Läheiset, luonto ja hyvät ystävät
Kehosta huolehtiminen, yksin mietiskely ja itseni ilmaisu.
Terveellinen ruoka, luonnossa liikkuminen, itsensä rakastaminen ja hyväksyminen.
Itsensä kuunteleminen, riittävä lepo, hyvät ihmissuhteet
harrastukset, luonto, lepo
rakkaus

jooga/meditaatio
liikunta
Hiljaisuus,Rauhallisuus ja Rakkauden valo
Meditoiminen, tunteiden ja ajatusten hyväksyminen ja niistä irrottautuminen, riittävä uni, jooga, ravinto, läheisten kanssa ajan viettäminen
1. Riittävä uni/raitis ilma
2. Terveellinen ruoka
3. Hyvät ihmissuhteet
Perhe/ystävät, luonto ja ravinto
Mielen-/stressinhallinta esim. arjen oivallukset, liikunta, perhe ja ystävät
Läheiset, ulkoilu, meditaatio
läheiset ihmiset,työ koti
Läheisyys, luovat harrastukset, ulkoilu
- Laadukas ravinto (ei kallis) ja uni sekä liikunta
- Oppositio politiikkaa joka ajaa kaikkien ihmisten etua eikä vaan mammonan
- Ympäristöasioiden kohentumista koskevat uutiset
Parisuhde, luonto, jooga.
Toimivat suhteet läheisiin ihmisiin
Itseni suvaitseminen
Eettinen ja ekologinen ravinto
Seksi, liikunta ja itseluottamus.
Oma aika, kiireettömyys, uni
Jumala, mietiskely, hiljaisuus
Käsityöt, hyvät kirjat ja luonto
kiireettömyys, luonnonrauha, hyvä ravinto
luonto, itsenäisyys, rohkeus elää omanlaista elämää
Jooga&pilates, meditointi, lukeminen
Työ,parisuhde ja muutamat ystävät
Ulkoilu säännöllisesti tehtynä.
Hyvä parisuhde
Hiljaisuus, itsensä puhdistaminen entisistä elämästä ja lapsuudesta
Parisuhde. ystävyssuhteet. Liikunta

Hyvät ihmissuhteet, liikunta ja luonnossa liikkuminen
Perhe, onnellisuus, työ
Kotieläimet ja ystävät, luonto, liikunta
Liikunta, itseni kehittäminen, lepo
Liikunta, lapseni sekä mieheni
Itsensä kuunteleminen Armollisuus itseä kohtaan Yin jooga
Eläimet, kulttuuri, liikunta
Liikunta, ulkoilu, yksinolo
Meditaatio, luova ilmaisu, omien tunteiden tunnistaminen
Lepo, liikunta, itsensä hyväksyminen
läheiset, voimauttavat ihmissuhteet liikunta mielekäs tekeminen
hyvä vuorovaikutus perhe, ystävät kirjat
Läheisten kanssa oleminen, onnistumisen tunteita tuottava liikunta, jooga
Ohjatut meditaatiot, rakkaus ja perhe
Itsensä tunteminen ja hyväksyminen sekä luottamus elämään
riittävä uni, hiljaisuus, toistan auttaminen
Hyvät ystävät, liikunta ja nautinnolliset ateriahetket.
Jooga, meditaatio ja hyvä ravinto
Mindfulness-harjoitukset, huumori, nukkuminen
Terveellinen ruoka, oikeanlainen liikunta, kiinnostava tekeminen.
Luonto, läsnäolo, liikunta
Oikea ruoka, ulkoilu luonnossa, kulttuuri eri muodoissaan.
Rentoutuminen saunassa, terveellinen ruoka ja päivittäinen ulkoilu

Lukeminen, urheilu ja läsnäolo lapsille.
Ruoka, ystävät ja metsä.
Teen juominen. Lukeminen. Ajattelu.
Oma aika, ystävät, parisuhde
Liikunta, meditaatio ja läheiset
Meditaatio, keskusteleminen, kirjoittaminen
Vielä en tiedä.
Kiittäminen, Ystävät, läheisten huomioiminen
Ulkoilma, perhe, motivoiva työ
rauhottuminen, läsnäolo, kundaliinijooga
jooga, meditaatio, kirjoittaminen (ym luovuus)
Uni, omien arvojen kautta eläminen, liikunta
Positiivisuus, terveet elämänavat (liikunta+ravinto)
Jooga, liikunta, terveellinen ravinto
luonnossa liikkuminen, hyvät kirjat/lukeminen, perheen kanssa yhdessäolo
Meditointi, ulkoilu, rauha
Hyvä ja riittävä uni Mielenkiintoinen arkielämä Loputon usko elämän mielekkyyteen
liikunta, terveellinen ruoka, riittävä uni
Läheiset, liikunta ja toiminta.
Meditaatio, buddhalaiset opetukset, terveellinen ravinto
Meditaatiohetki kaksi kertaa päivässä, (kuoro)laulaminen ja oleskelu luonnossa "yksin"
Työn ja vapaa-ajan suhde, työhyvinvointi, oman elämän hallinta.
Liikunta, musiikki ja mindfulles
Ruoka, Stressinhallinta, homeopatia
Hyvä ruoka ,hyvä uni/ lepo, meditaatio
metsä uni ilo
Liikunta, ystävät sekä musiikki
Puhdas ravinto, mielekäs liikunta ja riittävä uni/lepo.

Luonto jooga ravinto
Mielenhallinta, ystävät, liikunta
Luonto, liikunta, sauna
Lepo, oikea ravinto, liikunta
Rentoutuminen ja meditointi
Rauhallisuus Mielenrauha Onnistumiset
Luonto, koira, perhe
liikunta, lapset, lepo
Ystävät, perhe, harrastukset
oikea ravinto, liikunta, lukeminen
Kehon kuuntelu, kiireen ja levon tasapaino sekä itsensä rakastaminen.
meditaatio, parisuhde, ulkona kävely
buddhalaiset harjoitukset, ystävät, hyvä ravinto ja liikunta
Tunteiden tunteminen, meditointi, kuntoilu
Läheiset ihmiset, liikunta, riittävä uni
Liikunta, uni ja positiivinen ajattelu
Rehellisyys, meditaatio, rakkaat
Päivittäinen rauhoittumishetki, keskustelu ystävien kanssa, Miettimällä, etten ota tehtäväkseni enempää töitä, kuin jaksan.
Meditaatio, hiljentyminen, luovat työt
Mindfulness, meditaatio ja kehotietoisuusharjoitteet sekä liikunta
Kävely, ystävät, lukeminen
Läheisten ihmisten parempi ymmärtäminen, terveellinen ruokavalio, järkevien tavoitteiden asettaminen ja sitä kautta turhautumisen tunteen minimointi
Tietoinen läsnäolo arjessa, itsensä hyväksyminen ja rakastaminen.
Tasapainoinen arki. Aika omalle itselle. Hyvät yöunet.
hiljaisuus luonto

erityisherkkyyden työstäminen voimavarana
Terveellinen ravinto , Liikunta ja Riittävän hyvää lepoa
Ystävät, vapaa-aika, mielenrauha
Mielen tasapaino, metsäkävelyt ,jooga.tietoisuuden kehittäminen.lukeminen.
Tanssiminen, uni ja hyvä ruoka.
Armollisuus itseä kohtaan, mindfulness ja lemmikkieläimet.
Perhe, oma aika, luonto
Uni, toimivat ihmissuhteet, ravinto
Lapset ja lapsenlapset, pitkä parisuhde, mielekäs työ
Rakkaus,läheiset,mielenrauha
Läheiset ihmiset, läheiset eläimet, luonto
Perhe, hyvä terveys ja stabiili talous
Uni, liikunta, ruoka
Uni, rakas aviomies, muiden ihmisten seura.
Oma aika, ystävät, musiikki
Hyvä ruoka,hyvä uni,hyvä kirja.
Liikunta, mindfulness ja lapset
Hyväksyntä, kiitollisuus, anteeksianto
Jooga, hyvät ihmissuhteet ja hyvä ruoka
Henkisen kasvun kirjallisuus, liikunta ja enkelit.
Positiivinen ajattelu, omilla ajatuksillaan voi vaikuttaa elämänsä kulkuun, ravinto
1. Riittävä ja hyvä uni
2. Mindfulness
3. Hyvä ravinto ja täydentävät ravintolisät
Hetkessä eläminen
luonto
ystävät
Jooga, ystävät ja lapseni, tassuterapeutini (koirani)
Liikunta, rentoutuminen, perheen kanssa oleminen
Jooga, meditaatio, itsetuntemuksen kehittäminen
Tasapaino, kiireettömyys ja rauha
Henkisyys, oppiminen, rakkaat ihmiset

hyvä ja riittävä uni, terveellinen ja mieltähivelevä ravinto sekä henkinen tasapaino
1 Hyvä ravinto ja laadukkaat ravintolisät
2 Liikunta ulkona pyöräillen, hiihtäen, kävellen
3 Laadukas uni, joka on seurausta kohdasta 1
Liikunta ystävät opiskelu
Positiivisuus, ystävät, liikunta
Jooga, uni, liikunta, ruokavalio
Luonnossa liikkuminen, musiikki ja meditaatio
Riittävä uni , meditointi , ulkoilu
Perhe, liikunta, unelmat
Hyvä energisoiva ravinto, meditaatio ja jooga.
-
-tasapainoinen olo -ei stressejä -lähimmäisten hyvä olo
Jooga Vesijuoksu, ohjattu Avantouinti
Ihmiset jotka ovat aitoja ja läsnä hetkessä (rauhottavat) Terveellinen ruokavalio (pesco) Hyvänmielen, tai -olon tuottaminen toiselle (vapaa-ajalla/työssä)
Meditaatio, kiitollisuus, auttaminen
Hyvät ihmissuhteet, liikunta ja lepo
jooga ja meditaatio, oma aika ja tila, ihmissuhteet
Liikunta, meditointi, puhdas ruoka
Ystävät, jooga ja mietiskely.
rauhallisuus, luonto, perhe
Säännöllinen ruoka. Säännöllinen uni. Oman ajan ottaminen vähän väliä
taloudellinen tasapaino, ihmissuhteet ja luova , viriikkeellinen ympäristö
Tuon tuosta uudestaan tiedostelu. Oivallukset. Hyvä ruoka.
Kundaliinijooga, läsnäolo, hyväksyminen
Ystävät ja läheiset, hiljaiset hetket, työ (jos sitä jostakin saisi)

Terveellinen ja minulle sopiva ruoka, säännöllinen omalle keholle sopiva liikunta ja sosiaalisuus!
- Mieheni ja meidän sielunkumppanuutemme - Donna Edenin ohjeet energioiden tasapainottamiseksi - Sielullinen hygienia - vältän asioita, joiden tiedän vaikuttavan minuun negatiivisesti ja madaltavan energiatasoani
Zen-meditaatio, uni ja yatäväy
Aidosti terveellinen ruokavalio, läheisten kanssa vietetty aika, huumori
Meditaatio, terveellinen ruoka, riittävä uni
"Käteisraha nykyisyys" Mielenrauha Oikea ravinto
Luonto, läheiset, puhdas ravinto
Perhe, liikunta ja ystävät.
jooga, luonto, taide
jooga
jooga, aurinko, kosmos
Oman terveyden ylläpitäminen, ihmissuhteet ja stressin pitäminen kohtuullisena.
Rentoutuminen, oma aika, hiljaisuus
Musiikki, metsässä kävely, mukava käsillä tekeminen
Hyvä ruoka, luonto, rauhallinen hengittäminen.
Turvallisuus Rakkaus
Rakkaus Luonto Musiikki
Rakkaus Enkelit Kirjan kirjoittaminen
kiireettömyys, perhe, elämän tasapaino
Terveydestä ja jaksamisesta huolehtiminen, hetkessä eläminen, kiitollisuus
Itsensä kehittäminen, terveelliset elämäntavat, armollisuus itseään kohtaan
Jooga, stressinhallinta ja luonto

Luonto, jooga, kirjat, musiikki
1) Kun tiedän, että lapsillani on kaikki hyvin ja kun he vielä ovat lähelläni. 2) Hyvät ystävät ja toivo uudesta hyvästä parisuhteesta 3) Liikkuminen ja kävelenkit sekä kulttuuri
Tietoisuus itsestä ja omasta voimasta sekä se että olen itse vastuussa omasta onnellisuudestani.
Liikunta terveellinen ruoka ja riittävä lepo
Omien tunteiden ymmärtävä hyväksyminen, liiasta kontrollista luopuminen, rakkaudellisen olemuksen muistaminen
Oman kehon kuuntelu ja mielen keskittäminen hyvään.
Musiikki, meditointi ja lukeminen.
Perhe, terveys, mieluisa tekeminen.
Toiveikas, positiivinen mindset
terveys, hyvinvointi, ystävät
Jooga, henkistä kasvua edistävien kirjojen lukeminen, hiljaisuus
Oma aika (lukeminen, hiljaisuus, kiireettömyys), ystävät ja musiikki/elokuvat.
Henkinen tasapaino, läsnäolo ja rentoutuminen.
Musiikki. Luonto. Perhe.
Säännölliset rytmit elämässä ja hyvä unenlaatu.
Ravinto musiikki henkilökohtainen talous

3. Mistä hyvinvoinnin aiheista haluaisit enemmän tietoa?

Vastaajien määrä: 167

Vastaukset
Ravitsemus
Liikunta ja kehonhallinta
Stressinhallinta
Mielen tasapaino, työhyvinvointi
Mielen voima ja tietoisuus, ruoka ja ravinto, kehonhallinta ja jooga, chakrat ja energiat, intuitio ja shamanismi yms.
Miten voisin hallita ja käyttää alitajuntaa paremmin.
Tunteiden hyväksymisestä, empatiasta, keho-mieliyhteydestä

Mielen voima
No shampoo -ilmiö/luonnonmukainen hiustenhoito, kuinka saavuttaa hormonaalinen tasapaino (naiset) esim. kuuakutiskipujen ja aknen hoitoon
Tietoisuus voi muuttaa ruumista/ruumiin ja sielun yhteys Luonnonlakien rinnalla vaikuttavat mystiikan lait
Ravinto, painonhallinta, meditointi, parisuhde
Mielenhallinta, positiivinen ajattelu, ratkaisukeskeisyys
Ravinto, tunteet
Mindfulness
Kaikesta monipuolisesti
Mieln toiminnasta
Mielen voimasta.
Itsetuntemus, läsnäolo, innostuminen
henkinen (hengellinen) hyvinvointi
henkinen tasapaino, ihmisen ja luonnon suhde, seksuaalisuus
rohkeista oman elämänsä kulkijoista. tarinoita ihmisistä jotka poikkeavat valtaväestöstä ja mukana menijöistä
Yllämainituista (rastituista) kolmesta
Mielen ja ajatuksen voima
Intuitiosta ja sen hyödyntäminen Itsensäuhdistamisen tekniikoista
Tietoisuuden kehittämisestä
Oma jaksaminen ja hyvinvointi
Mielen ja ajatusten voima
Stressinhallinta, ravitseminen, parisuhde
Kuntoilu ja terveellinen ruoka
Tunteista, niiden tunnistamisesta, patoamisesta. Minne tunteet varastoituu, miten niitä voi hyödyntää, miten ne ovat haitallisia.
Kasvisruoka
luovan ilmaisun ja hyvinvoinnin yhteys toisiinsa, meditaatio luonnollisena osana jokapäiväistä elämää, maadoitus ja mediaatio luonnossa
Itsemyötätunnosta

mielenhalinta
vuorovaikutus
irtipäästäminen, salliminen, antautuminen
tiedostamaton
jooga, liikunnan vaikutus mindfulness
Miten saavuttaa sieluyhteys ja tasapaino arjessa.
Kuinka tärkeä osa omalla ajatustyöllä on kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin.
ravinnon merkityksestä, meditaatiosta, kehon huollosta
Jaksaminen arjessa, työhyvinvointi, ajatuksen voima.
Hetkessä eläminen, henkisyys, ravinto
Itsensä hyväksymisestä, kipu ja mieli, mindfulness ja teini, asahi
Tällä hetkellä kirjoja pn lukematta vino pino, mutta kokonaisvaltainen hyvinvointi ja ho-mealtistusoireiden kanssa selviäminen on tällä hetkellä eniten pinnalla.
Miten rauhoittaa mieli stressaavina aikoina.
Terveysten ylläpitäminen luonnonmukaisin keinoin.
Henkinen hyvinvointi ja siihen liittyy niin paljon kaikkea, meditaatio, mindfulness, rentou-tus, jne jne
Itsensä kehittäminen, hetkessä eläminen.
Mindfulness ja meditaatio
Intuitiosta, oman polun löytämisestä, rohkeudesta ja vapaudesta
Intuitio
Mindsetista, taloudellisesta menestymisestä
Motivaation kehitys
Luonnon omat lääkkeet, läsnäolon-kuuntelun oppiminen, oikea hyvä ravinto
Tunnesyömisestä
mieli, intuitio, luovuus,
meditaatio, läsnäolo, energiat
Siirtymisestä keski-ikästä vanhuuteen
Intuitiosta ja luovuudesta, erityisherkkyydestä
mielen kehittämisestä
Musiikkimeditaatiosta

Resitoinnista
Sävelläjien vaikutuksista kehoon
Ääniterapiasta
Intuitio, tunteet, liikunta ja ravinto.
kasvisruoka
Kehotietoisuudesta/ kehollisesta läsnäolosta (= "pään sisältä pois pääsemisestä"); itsensä parantamisesta laajasti käsitettynä/ itsehoidosta; aivojen muokkaamisesta/ itsensä uudelleen ohjelmoimisesta ("eroon autopilotista)
Mielen ja ajatuksen maailma
Mindfulnessia tms haluan oppia lisää ts syvemmin
Homeopatiasta ja vaihtoehtohoidoista
?
ravintotiede
Mindfulnessista sekä joogasta
Rastitetut
Psykyeläkkeiden tutkitusti todettuja haittavaikutuksia kognitioon.
Tietoisuustaidoista
Tunteet ja niiden käsittely
Meditaatio
Rehellisyydestä itseään kohtaan
Mielen voimasta
jaa
Mielen toiminnan ymmärtäminen, ihmisen kokonaisvaltaisuuden merkitys hyvinvoinnille ja hyvinvointia tukeva johtaminen
omaan mieleensä vaikuttaminen, vanhemmat ja aikuiset lapset . luovuus, kirjoittaminen
intuitio, vanheneminen ...
Tunteiden käsittely ja tunteminen, intuitio,
Ajatusten vaikutus tunteisiin ja kehoon
Ravitsemuksellisista, vatsan hyvinvoinnista, aivoista
Kaikesta mahdollisesta
Tunteiden ja stressin säätely, positiivinen psykologia ja pedagogiikka
Luovuudesta

Parisuhde ja luottamuksen palauttaminen
Kokonaisvaltaisesti kaikista hyvinvointiin vaikuttavista tekijöistä.
suorittamisesta luopumisesta
Terveellisestä ravinnosta
Terveys, ravinto, henkinen hyvinvointi.
mielen tasapaino miten sen saavutan.
Henkinen kasvu, joutilas vanhemmuus, intuitio
Itsensä hyväksymisestä, eläimen auttavasta voimasta.
Läsnäolosta
Aivotutkimuksista, unesta
Mainitsemistani mielenkiinnon kohteista.
mielen -ja ajatuksen voia mm.
Mindfulness
Kehon puhdistus
Pysyvä elämäntapanmuutos
Tietoisuuden kehittäminen
Jooga
mindfulness
Kaikesta
Mindfulness
Ajatusten voima
Mielen hallinta
Erityisherkkyyys. Käytännön opas empaattiselle ihmiselle.
Tuo mielen hallinta ja tietoisuus ovat tärkeitä.
1. Hyvä, riittävä ja terveellinen ravinto (tosin tietoa on jo paljon saatavilla)
2. Tietoisuustaidoista
...kaikki henkinen kiinnostaa
Luonto voimavarana, jooga, positiivisen ajattelun hyödyt
Positiivisesta ajattelusta, mielen voimasta
Erilaiset kehotyypit ja niille sopivat ruokavaliot ja niiden vaikutukset
Arjen pienet keinot hyvinvoinnin lisäämiseksi .

kaikesta kokonaisvaltaista terveyttä edistävästä asioista, uusimpien trendien/tutkimusten sekä vanhojen toimivien käytäntöjen avulla
Vaihtoehtoiset ja täydentävät hoitomuodot
Ravinto, chakrat, jooga
Mielen ja ajatuksen voima
Vatsaystävällinen ravinto , meditointi
Unesta ja sen voimasta.
-
intuitio
Mindfulness
Ravinnon merkityksestä sairauksiin (autismi, mielenterveysongelmat)
Mielen voima
Tietoisuustaito, parisuhteen hoitaminen, mielen kanssa työskentely
ruoka ja terveys, FODMAP
En tiedä
liikunnasta, kaikessa monimuotoisuudessaan, vaikutuksestaan hyvinvointiin
Mietiskely. Mindfulness. Mielen oppiminen. Uuden oppiminen vanhempana.
hengen , mielen ja kehon yhteisestä integraatiosta , johon on lisätty uusimmat tutkimustulokset. Konkreettisia esimerkkejä ja mahdollisuuksia tutkia ja tarkkailla tätä omassa elämässä.
Terapiaoiden uusista näkökulmista ja mahdollisuuksista henkisyden kannalta.
Sai rastittaa vain kolme. Olisin halunnut lisäksi rastittaa myös: 4.) Meditaatio 5.) Mielen & ajatuksen voima 6.) Stressinhallinta
Ks. Kohta 1
Miten pysyä rauhallisena ja omassa itsessään kaiken kaaoksen keskellä.
Itsensä hyväksymisestä ja rakastamisesta, tahdonvoimasta, kuinka ottaa konkreettisesti askelia kohti unelmiaan.
energiapsykologia tahdon vaikutus kehoon
Zen-koaneista
Erityisruokavalioiden terveysvaikutuksista, ammatillisessa kehittämisessä
Energiahoito; terveellinen, puhdas ruoka

Ekumeniasta
Ravitsemus, henkinen hyvinvointi
Mielenhallinnasta.
hyvä ruoka
intuitio ja työhyvinvointi
mielenkehittäminen ja luovuus
Henkinen hyvinvointi
Tieteen ja uskomusten kohtaaminen.
Mindfulnessista
Henkinen tieto
en osaa eritellä
kuinka opin tuntemaan itseni, itseni voimaannuttaminen, muutoksen merkitys ihmisyydessä
Terveydestä yleisesti
NLP
Kaikesta itsensä kehittämiseen liittyvästä ja hyvään ravintoon liittyvästä.
Tietoisuuden kehittäminen ja toisten kokemuksia asioista.
Hyvinvointi ja perhe-elämä
Tantra meditaatio
Työhyvinvointi, henkilökohtainen talous, slow life.
Vaihtoehtohoidoista.
Huomion suuntaamisen hyödyistä.
Liikunta ja kehonhuolto
Joogasta, stressinhallinnasta
Minua kiinnostaa stressinhallinta ja miten voida arjessa paremmin.
Kognitiot ja emootiot
Ihmissuhteet.
Unesta ja nukkumisesta
Mielen ja ajatuksen voima

4. Kuinka monta ILO -sarjan teosta olet lukenut?

Vastaajien määrä: 203

	n	Prosentti
--	---	-----------

En yhtään	22	10,84%
1-3	63	31,03%
4-9	52	25,62%
10-20	41	20,2%
20-40	19	9,36%
40+	6	2,95%

Keskiarvo
2,95

5. Miten tutustuit ILO -kirjoihin?

Vastaajien määrä: 200, valittujen vastausten lukumäärä: 263

	n	Prosentti
Ystävän suosituksesta	45	22,5%
ILO -verkkosivuilla	58	29%
ILO -messuilla	42	21%
Sosiaalisessa mediassa, missä?	31	15,5%
Kirjakaupassa, missä?	39	19,5%
Muulla, missä?	48	24%

Keskiarvo
3,4

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Kirjakaupassa, missä?	Lukulaari, Tampere
Kirjakaupassa, missä?	Virroilla
Kirjakaupassa, missä?	Era Nova

Kirjakaupassa, missä?	Suomalainen kirjakauppa
Kirjakaupassa, missä?	Akateeminen/Tampere
Kirjakaupassa, missä?	En muista
Kirjakaupassa, missä?	monissa
Kirjakaupassa, missä?	helsingissä
Kirjakaupassa, missä?	Basama book
Kirjakaupassa, missä?	suomalainen kirjakauppa
Kirjakaupassa, missä?	Rosebud
Kirjakaupassa, missä?	Rosebud
Kirjakaupassa, missä?	akateeminen
Kirjakaupassa, missä?	Kirjapörssi
Kirjakaupassa, missä?	Suomalainen kirjakauppa
Kirjakaupassa, missä?	Akateeminen
Kirjakaupassa, missä?	Akateeminen kirjakauppa
Kirjakaupassa, missä?	stadissa
Kirjakaupassa, missä?	helsinki keskusta

Kirjakaupassa, missä?	Suomalainen kirjakauppa Itäkeskus
Kirjakaupassa, missä?	Suomalainen kirjakauppa
Kirjakaupassa, missä?	Juvan Kirja
Kirjakaupassa, missä?	Akateeminen kirjakauppa
Kirjakaupassa, missä?	en muista
Kirjakaupassa, missä?	Suomalainen kirjakauppa
Kirjakaupassa, missä?	Tampereella
Kirjakaupassa, missä?	Zeppeliin Kempele
Kirjakaupassa, missä?	suomalainen
Kirjakaupassa, missä?	Suomalainen kirjakauppa, Turku
Kirjakaupassa, missä?	Helsingissä
Kirjakaupassa, missä?	Basam books
Kirjakaupassa, missä?	Eranova
Kirjakaupassa, missä?	Akateeminen
Kirjakaupassa, missä?	lapeenrannassa
Kirjakaupassa, missä?	Kirjapörssi

Kirjakaupassa, missä?	En muista enää
Kirjakaupassa, missä?	Adlibris
Kirjakaupassa, missä?	Tampere akateeminen kirjakauppa
Kirjakaupassa, missä?	Kirjatori
Muualla, missä?	ILO klubi
Muualla, missä?	Ystävän "kirjahyllyssä"
Muualla, missä?	kirjastossa
Muualla, missä?	Suomen kirjastot
Muualla, missä?	NLP tutustumisillassa
Muualla, missä?	NLP-yhdistyksen kautta
Muualla, missä?	messuilla
Muualla, missä?	esim Voi Hyvin lehdestä
Muualla, missä?	paikallinen kirjasto
Muualla, missä?	kirjastossa
Muualla, missä?	Näin sähköpostin.
Muualla, missä?	en muista enää varmaksi, siitä on niin kauan, ehkä kirjastossa tms.
Muualla, missä?	messut
Muualla, missä?	Koulutuksessa
Muualla, missä?	Kirjanjulkistamistilaisuus
Muualla, missä?	Kirjastossa
Muualla, missä?	kirjastossa
Muualla, missä?	kirjamessut
Muualla, missä?	Magnesia-festivaali
Muualla, missä?	Kirjamessuilla
Muualla, missä?	Kipuhoitajan suosituksesta
Muualla, missä?	Kirjasto
Muualla, missä?	Kirjastossa
Muualla, missä?	selaamalla nettiä

Muualla, missä?	kirjastossa
Muualla, missä?	Ystävän luota löytyi ensimmäinen kirja, johon mielenkiinto heräsin. Pian löysinkin itseni netistä tutustumasta näihin.
Muualla, missä?	Kirjastossa
Muualla, missä?	En ole tutustunut
Muualla, missä?	En muista
Muualla, missä?	Kirjamessuilla
Muualla, missä?	hengen ja tiedon messut
Muualla, missä?	Helsingin kirjamessuilla
Muualla, missä?	Mindfulness-kurssilla
Muualla, missä?	kirjastossa
Muualla, missä?	lehtimainokset
Muualla, missä?	Kirjastossa
Muualla, missä?	kirjastossa
Muualla, missä?	Paperilla tullut mainonta ja kuulopuheet, kauan sitten, Basamin aikoina
Muualla, missä?	Kirjastossa
Muualla, missä?	Suomensin Basam Booksille Kutsu-kirjan
Muualla, missä?	löysin netistä ILO -illat
Muualla, missä?	kirjastossa
Muualla, missä?	kirjastossa
Muualla, missä?	kirjastossa.
Muualla, missä?	Ilon ja valon messuilla
Muualla, missä?	kirjastossa
Muualla, missä?	Coaching koulutus
Muualla, missä?	Kirjamessuilla
Sosiaalisessa mediassa, missä?	nettisivujen kautta
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook

Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook, jonkun kaverin linkkaamana
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Fb
Sosiaalisessa mediassa, missä?	FB
Sosiaalisessa mediassa, missä?	facebookissa
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebookissa
Sosiaalisessa mediassa, missä?	facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	sivuiltanne
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Varmaankin facebookin kautta
Sosiaalisessa mediassa, missä?	facebook

Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Kirjailijan blogista Pauliina Aarva
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Fb
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facessa
Sosiaalisessa mediassa, missä?	facebok
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebook
Sosiaalisessa mediassa, missä?	Facebookissa

6. Mistä ostat hyvinvointikirjallisuutta?

Vastaajien määrä: 203, valittujen vastausten lukumäärä: 411

	n	Prosentti
Kirjakaupoista (kivijalkaliikkeet)	102	50,25%
Verkkokaupoista	152	74,88%
Osto -ja myyntisivustoilta	23	11,33%
Messuilta	74	36,45%
Kirpputoreilta	43	21,18%
Muualta, mistä?	17	8,37%

Keskiarvo
2,65

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muualta, mistä?	Saan niitä lahjaksi
Muualta, mistä?	Divareista

Muualta, mistä?	lainaan ystäviltä
Muualta, mistä?	ystäviltä lainaan
Muualta, mistä?	Milloin mistäkin
Muualta, mistä?	Kirjastosta lainaan
Muualta, mistä?	Tapahtumista, esim natural high healing festarit
Muualta, mistä?	eri paikoista, lainaan myös kirjastoista
Muualta, mistä?	Koulutuksista
Muualta, mistä?	teidän omasta pisteestä Arabiassa
Muualta, mistä?	Lainaan kirjastosta
Muualta, mistä?	Ystäviltä
Muualta, mistä?	lainaan kirjastosta
Muualta, mistä?	lainaan
Muualta, mistä?	ILO klubilta
Muualta, mistä?	ILO -klubilta
Muualta, mistä?	Antikvariaatit

7. Millaisiin hyvinvointiaiheisiin tapahtumiin tai kursseille olet osallistunut, tai haluaisit osallistua?

Vastaajien määrä: 171

Vastaukset
Olen osallistunut meditaatio, energiahoito ja -kanavointikursseihin.
Reiki, eft tapping, mindfulness
ILO klubille Arabiassa, ILO messuille ja mielenterveysmessuille
Joogatapahtumiin. Monenlaiset kiinnostaa.
Messut, luennot, workshopit, netti kurssit, seminaarit
Retriitteihin, joogamessuille, luovaa kirjoitusta. haluaisin osallistua taidekurssille.
Olen osallistunut jooga- ja meditaatio sekä mehtod putkisto -kursseille.
Kaikki henkiseen ja fyysiseen hyvinvointiin ja mielen voimaan liittyvä kiinnostaa.
ILO-messuille olen osallistunut
Minä Olen -messut, ILO -messut, Naisday -messut, Hyvän elämän filosofia ja Ira Progoff-päiväkirjamenetelmä -kurssit/ näille olen osallistunut

Caroline Myssin ja Deepak Chopran kirjojen mukainen ihmiskuva kiinnostaa: tietoisuus, energia, ruumiin ja sielun yhteys; näille tasoille virittäytyminen ja näiltä tasoilta toimiminen
ILO messut <3, Parisuhde paremmaksi, meditointi
ILO -messuille olen osallistunut ja osallistun jatkossakin, oli todella vaikuttava ja hyvä tapahtuma! NLP kiinnostaa, mutta niissä rajoittaa kova hinta. Lisäksi olen osallistunut luennoitsijoiden yhden illan/päivän tilaisuuksiin, liittyen juuri itsensä kehittämiseen/ajatuksen voimaan
NLP-yhdistyksen tapahtumat, psykofyysisen fysioterapian sekä psykofyysisen psykoterapian kurssit, ILO-tapahtumat
messuille kurseille luennoille
Mindfulness, tantra
esim eranovan illat ovat hyviä. Viisaselämäglubit oli hyvät ja joita kaipaamaan lisää ja joihin ei tarvitse järjestää tarjoilua.

Itsetuntokurssi voisi kiinnostaa.
Haluaisin joskus päästä käymään messuilla ja osallistua mindfulness kurssille
bioenergia, värähtelylaulu, hieronta
Kohtuu hintaiset kurssit ovat kiven alla, nämä vaihtoehtois hoidot ym new age tyyppiset kurssit maksavat timantteja.
Luontoretkeilyihin.
luovuuden ja ajattelun, itsetuntemuksen aihe messuille
Olen aika laidasta laitaan osallistunut niin messuille, kurseille kuin esim. Forum Humanum -luennoillekin.
Kehomuistin hyväksikäyttämiseen itseensä tutustumisessa
Hengen ja tiedon messut
Haluaisin osallistua erilaisille kurseille, jotka käsittelee parisuhdetta ja seksuaalisuutta, mieltä, kehoa, mindfulness'ia, ...
Messut, ravinto-, liikunta- ja mielenhallinta-aiheet kurssit
Liikunta & ravitsemus
Jooga ja retriitteihin olen osallistunut

Lähellä olevat pienet tapahtumat kiinnostavat.
Tapahtumiin, joissa meditaatio/maadoitus yhdistyy luovaan ilmaisuun/tunteiden tunnistamiseen. Pienimuotoisiin tapahtumiin, joissa on rauhallinen tunnelma ja lempeää kokemusten vaihtoa.
Mindfulness
messuille, pilates
Minä olen - messut jne. jne. jne.
Joogakursseille, mindfulness-kurssille, ILO -messuille
ILO-messut <3
Oman elämän Level Up, NLP Practitioner, ALH hoitaja
jooga, erilaiset messutapahtumat
Mindfulness kurssi, tre-stressinpurkukoulutus.
Unelmien, intohimon ja tavoitteiden löytäminen ja saavuttaminen. Menestyminen, itsensä löytäminen / johtaminen.
Olen osallistunut kipuryjymään, jossa käytiin läpi kahdeksan viikon ohjattu mindfulness-kurssi ja olen ollut asahissa.
ILO -messuilla ravitsemusluentoja ja joogaa. Kaikki kiinnostaa.
Kiinnostaisi enemmän elämän suuret kysymykset, miksi olemme täällä, mikä on elämän tarkoitus ym.
Erilaisiin messutapahtumiin kuten Jooga-messut, Minä Olen yms.
Mm. ILO messut
TÄYSII-seminaari
Haluaisin osallistua Natural High Healing Festivalille :)
En ole osallistunut.
Joogafestarit, Täysii-seminaari. Hyviä ja inspiroivia puheenvuoroja ajankohtaisista asioista
Reiki 1 ja Oneness
Elämäntaidon valmentaja, Minä olen messut
Kursseille jotka käsittelevät psykologiaa syömisen takia. Ihmismieli kiinnostaa minua.
lyhyet kurssit oman elämän hallinnasta ja tietoisuuden lisäämisestä, hyvinvoinnista

luennot kiinnostaa, ja ohjatut meditaatiot
verkkokursseja, useita. messuja, lähiovetusta mielen hallinnan kursseja, tunnedyamiikka.
Intuitio, haluaisin osallistua meditointi, manifestointi tms. tapahtumiin
Messuille
Olen osallistunut muutamiin luentoisiin. Haluaisin osallistua lyhytkursseille-pitempiin en voi työni puolesta sitoutua.
En ole osallistunut.
Laulujooga, olen osallistunut ja osallistuisin, mutta vetäjänä
Kansalaisopisto,, joogafestivaalit ja messut.
Käyn säännöllisesti meditaatioviikonlopuissa tai pidemmällä leireillä.
Olen osallistunut: ILO -messut, ILO-klubin luennot, Johanna Blomqvistin energiahoitokurssi, NLP, Alexander-tekniikka, akupainanta, mielikuvaharjoittelu ja rentoutuminen jne.
Kaikki "tajuntaa laajentava" (omia uskomuksia kyseenalaistava) kiinnostaa; esim. Esko Valtaojan ja Virolaisten veljesten luennot
ILO messut.
Livenä en jaksa osallistua, koska sairauteni rajoittavat voimavarojani, mutta ehkä netin kautta voisin osallistua. Henkinen hyvinvointi kiinnostaa kaikessa kokonaisuudessaan ja miten psyykkisellä puolella on valtava merkitys fyysistenkin sairauksien hallinnassa tai ylipäättään koko elämänhallinnassa. Kaikki tuontyyppiset kiinnostavat. En ole vielä kursseille osallistunut. Vain itseopiskellut ko aiheista
Jooga, messut, lasnäolotaidot
?
fytoterapia(luento)
Itsetunto kurseille
Messuihin. Verkko-seminaareihin
Herkkyyskurssi
Jooga, hyvinvointi, ravitseminen, henkinen kehittyminen
Messuille
Messuille ja verkkotapahtumiin
Meditaatio.

Arvostan suuresti kaikkea järjestettyä. Itselleni kaikki edulliset ja ilmaiset ovat suuri kiitollisuuden aihe.
Klubi-iltoihin
Moniin..
ultrapäivät, ravintoa käsittelevät, henkinen kehitys
ILO, Work Goes Happy, I love me Vapauta herkkytesi voima (Heli Heiskanen)
Olen osallistunut ILO messuille. ja noin kymmeneen verkkokurssiin (Katri Syvärisen, Sanna Wikströmin, Eevi ja Sami Minkkisen, HIMAn, yms.). jotka käsittelevät henkistä hyvinvointia
Hyvinvointiaiheiset messut
ILO, Magnesia Festival, joogatahtumat
Natural high healing
Ilon Valkeat-messuille Oulussa ja muille samantyyppisiin tapahtumiin Oulussa.
Messuille, ehkä kursseille
En juurikaan ehdi osallistua messuille
Perhekonstellaatiot, messutapahtumat, joogasalien luentotapahtumat
Messuille, kursseille, retiriitteihin ja seminaareihin.
En osaa sanoa, ehkä jonnekin terveystieteiden kursseille.
ILO -messut
Inspis messut. ilonliekit messut.
Henkinen kasvu ja hyvinvointi
Osallistaviin tapahtumiin, luonnon ja hyvinvoinnin yhdistämisen tapahtumiin.
Eriaisille messuille
intialainen päähieronta
Mindfulness, erityisherkkyyteen liittyvät, eläinkommunikointi
hengen ja tiedon messut
Olen osallistunut intuitiivisen kirjoittamisen kursseille.
Hidasta elämää- messuille haluaisin osallistua...
En ole vielä osallistunut
Haluaisin tietoa enemmän luontaishoidoista ja sen hoitomenetelmistä kursseina
Mindfulness (sekä peruskurssi ja jatkokurssi)

Messuille , minä olen-messut, mindfulness-kurssi, retriittiin
Naisten messut
Viimeaikoina olen enemmän osallistunut nettiseminaareihin, mutta tykkään käydä kyllä ihan perinteisillä messuillakin. Valitettavasti Kuopiossa ei ole ollut messuja tarjolla, niin siten on matkattava jollekin toiselle paikkakunnalle. Edellisestä onkin aikaa, muistaakseni Seinäjoella oli Voimaannu messut.
en ole osallistunut valitettavasti koskaan, kiinnostaisi kyllä kovasti
Olen osallistunut: 1. kaikkiin neljään ILO -messuihin 2. Työväen - ja aikuisopistojen kursseille 4. Work Goes Happy -messut 5. I Love Me -messut 6. Joogakoulu Shanti -tilaisuuksiin
...ultrapäivät..ILO,hengen ja tiedon messut,äitimaa yms Tiina Lindholmin kursseille reiki luentoja
Messuille, hyvinvointi viikonloput, erilaiset jooga/ liikunta tapahtumat
Luennot tai Messut olisivat kivoja
Joogakurssit, meditaatiokurssit, raakaruokakurssi
Mindfulness
Moniin, yleensä ilmaisiin verkkokursseihin. Lahden Valonkantajat ry: n toiminta.
messuille
Messut, ravintoon/ravintolisiin liittyvät koulutukset, energiahoidot ja monet muut
Energiahoidot
Joogakurssit, Minä olen -messut, meditaatiokurssit
Mielenvoima, meditaatio kiinnostavat
Erilaiset luennot kiinnostaa esim. Ravinto, henkinen hyvinvointi yks.
En aio
Kokonaisvaltaisiin hyvinvointi luentoihin. Melkein kaikkiin mitä on ollut pääkaupunki seudulla. Viimeksi HIMAn päivään Valkoisessa salissa.
Mielenterveys messut, Minä Olen messut,

-hyvivoitimesset -luennot Basaanbooksin tiloissa
En osaa sanoa
Haluaisin osallistua johonkin mielen harjoitus kurssiin jossa olisi myös mahdollisuus olla aivan hiljaa ja itsekseen.
Menttaalinen valmennus, joogakurssit, kanavointi, meditaatio
I love me messut
Luennot, Messut, Retriitit
En tiedä
Verkkosivuilla ja luennoilla.
erilaisille messuille(ILO, jooga), natural high healing -festareille, hoitomuoto -kurssit kiinnostavat
Olen osallistunut mindfulness kurssiin.
En ole kovin halukas tulemaan isoihin tilaisuuksiin tai kursseille, jossa on paljon ihmisiä .
Viime talvena Basamin messut Järvenpäässä, ja olihan nyt syksyn Kirjamessuillakin Helsingissä monenlaista mielenkiintoista.
ILO -messut
Monenlaisiin haluaisin osallistua, mutta työttömyyden vuoksi mahdotonta
Joogatapahtumiin, reiki-kursseille, vyöhyketerapiakursseille..
Haluaisin osallistua jonkinlaiseen joukkomeditaatiotapahtumaan, joogaretriiteille yms.
- lähinnä nettikursseille
Kaikenlaisiin
haluaisin osallistua ruokavalioihin, menestymiseen, itsensä hyväksymiseen/kehittämiseen liittyviin.
Olen osallistunut Suomen energiahoitajien kursseille, Minä olen -messuille, hengen ja tiedon messuille sekä meditaatiokurssille ja ph-ruokavaliotapahtumaan.
En minkäänlaisiin. Mahdollisuuteni osallistua ovat perin rajalliset, mutta lukeminen on aina ollut rakkain harrastukseni.
Messut, luennot, retriitit
Joogafestivaaleille, I love me-messuille yms.
ZenYoga

ILO, kirjamesut
Viimeksi "Asuuko stressi vatsassasi" - illan tapahtuma Kokkolassa 22.11.2016.
rentoutus ja luovuus haluaisin osallitua vastaaviiv sekä hiljaisuus ja meditaatio9
Kokonaisvaltainen terveys
Erilaisille messuille, joissa on monipuolinen ohjelma ja valinnanmahdollisuuksia.
Olen pitänyt enkelikursseja, selvänäkökurssia ja energiahoitokursseja Opiskelen itse lähinnä verkossa henkisen tiedon ja enkelikorttiluennan kursseilla. Olen osallistunut myös Angelic Reiki koulutukseen
messut lähinnä
Hyvinvointimessuihin Oulun ja Helsingin alueella.
Joskus kävin shoatsun peruskurssi.
Itsensä kehittämisen tapahtumiin
ILO messut 2014 ja 2016.
ILO -tyyppisiin tilaisuuksiin
ILO, Minä olen, Meditaatio, Jooga, Vähän kaikki itsensä kehittämis ja hyvinvointi -messut ja tapahtumat :)
Joogaan ja meditaatioon on tullut lähinnä tutustuttua kursseilla tähän mennessä. Mutta vastaisuudessa voisi kiinnostaa tutkivampi tunnetyö.
ILO messut, retriitti, vapaa nainen kurssi.
Olen osallistunut kaikille ILO-messuille.
-
hyvinvointimessuille olen osallistunut
Haluaisin osallistua jollekin mindset -kursseille.
Messuihin ja luentoihin
Kaikki hyvinvointiin liittyvä kiinnostaa
En ole osallistunut vielä kursseille, ei yksinkertaisesti ole aikaa. Minua kiinnostaa arjessa jaksaminen.
Mindfulness, Naisday, ...
??
Iloa ja valoa-messut, mielenterveysmessut,
En osaa sanoa

8. Mitä kautta vastasit tähän kyselyyn?

Vastaajien määrä: 201

	n	Prosentti
Sain linkin uutiskirjeestä	125	62,19%
Sain linkin Facebookista	70	34,83%
Sain linkin muualta, mistä?	6	2,98%

Keskiarvo
1,41

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Sain linkin muualta, mistä?	ILO sivulta
Sain linkin muualta, mistä?	Sähköpostilinkki
Sain linkin muualta, mistä?	sähköpostista
Sain linkin muualta, mistä?	Sähköposti
Sain linkin muualta, mistä?	s-postilla
Sain linkin muualta, mistä?	sähköposti

9. Asuinkunta

Vastaajien määrä: 199

Vastaukset
Turku
Turku
Nurmijärvi
Espoo
Helsinki
Savonlinna
Tampere
Espoo
Kalajoki
Porvoo
Ähräri
Helsinki
Karstula
Helsinki
Nokia
Lapua
Espoo
Tampere
rautalampi
Helsinki
Espoo
Helsinki
Lahti
Tampere
Keuruu
salo
Kerava
Somero
vaasa
Helsinki
Kotka

Salo
Helsinki
Vantaa
Sastamala
Helsinki
Helsinki
Helsinki
Laitila
Nokia
Sipoo
Tampere
Tampere
Hämeenlinna
pääkaupunkiseutu
Tampere
Helsinki
Tampere
Berliini
Lieto
Helsinki
Raahe
Ikaalinen
Helsinki
Helsinki
Tampere
Imatra
Turku
Tampere
Kuopio
Vantaa
Rauma
Harjavalta

Helsinki
Vantaa
Helsinki
Kauniainen
helsinki
Kuopio
Seinäjoki
Kemi
Helsinki
helsinki
Ilmajoki
Espoo
Järvenpää
Tampere
Kuopio
Porvoo
Valkeakoski
Tampere
Lahti
Helsinki
Hki
Lappeenranta
Töysä
Hki
Tampere
VAASA
Juva
vaasa
Helsinki
Nurmijärvi
Riihimäki
Espoo

Helsinki
Sipoo
Inari
Oulu
Helsinki
Kouvola
Helsinki
Tampere
Lahti
Toivala
PÖYTYÄ
Turku
Kouvola
Muhos
Sipoo
Espoo
Tuusula
Kankaanpää
Järvenpää
hyvinkää
Lappeenranta
Kuopio
Helsinki
Helsinki
Laitila
Helsinki
Kauhava
Nurmijärvi
Mikkeli
Kuopio
Rauma
Helsinki

tampere
Nokia
Loppi
Kuopio
35300
Lahti
Vantaa
Helsinki
Ylöjärvi
Kankaanpää
Tampere
Vahto
Nurmo
Helsinki
Helsinki
espoo
Helsinki
Kotka
Porvoo
Helsinki
Kotka
Tampere
Kolari
Tuusula
Tampere
Helsinki
vaasa
Hyvinkää
Pori
Rauma
Helsinki
Hämeenlinna

Helsinki
Helsinki
Vantaa
Vesilahti
Hyvinkää
lappeenranta
Helsinki
helsinki
Naantali
Kokkola
Simo
Pirkanmaa
helsinki
Espoo
Helsinki
Hamina
vantaa
Oulu
Joensuu
Umeå
Kouvola
Jyväskylä
Pori
Salo
Pyhäjärvi
Espoo
Hyvinkää
Kouvola
Tampere
Järvenpää
Äänekoski
Haapajärvi

Heinola
Espoo
Tampere
Seinäjoki
Ylöjärvi
Pampere
Helsinki
Helsinki

10. Koulutustaustasi

Vastaajien määrä: 201

	n	Prosentti
Peruskoulu	4	1,99%
Ylioppilas	15	7,46%
Ammattitutkinto	70	34,83%
Korkeakoulututkinto	102	50,75%
Muu, mikä?	10	4,97%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	keskiasteen tutkinto
Muu, mikä?	Opisto
Muu, mikä?	terapeutti
Muu, mikä?	AMK
Muu, mikä?	ammattikorkeakoulututkinto
Muu, mikä?	Tiedekorkeakoulututkinto
Muu, mikä?	Opistotaso
Muu, mikä?	Ylempi opisto
Muu, mikä?	opistotaso, merkonomi
Muu, mikä?	yo-merkonomi

11. Ammatti

Vastaajien määrä: 190

Vastaukset
graafinen suunnittelija
Ekologi, opiskelija
osastoapulainen
HR Specialist
toimistosihtööri
Hankevastaava
Media-assistentti
kielten opetusharjoittelija
Yrittäjä
Röntgenhoitaja
Yrittäjä
graafinen suunnittelija
Hoiva-avustaja
Konsultti/asiantuntija
eläkeläinen
Opettaja
Talouскоordinaattori
Fysioterapeutti
terapeutti
Työtön
sair.hoitaja yms., nyt eläkeläinen
Työtön :(
Terveydenhoitaja
kielenkääntäjä (eläkkeellä)
Kirjanpitäjä
maanviljelijä
terveydenhuollo ammattilainen, työ- terv.hoit.
Assistentti
Isännöitsijä
Eläkeläinen, ammatinopettaja

Tj, leadership coach ja valmentaja
Kouluttaja
Lastentarhanopettaja
projektipäällikkö
Lähihoitaja, personal trainer
Lähihoitaja
Fysioterapeutti (yamk) + opettaja
kääntäjä
hortonomi & lähihoitaja
kääntäjä/oikolukija
Sh amk
Sosionomi
freelance
Tutkija
Tradenomi, tarjoilija
Hyvinvointi yrittäjä
eläkeläinen
Lähihoitaja, jalkojenhoitaja,dipl vyöhy- keterapeutti
Lähihoitaja, yrittäjä
Terveydenhoitaja
Opettaja
Esimies
Kiinalaisen lääketieteen terapautti
Myyntipäällikkö
Media-assistentti
Toistaiseksi ei ole.
Pankkivirkailija
Tuottaja
Myyjä
Yrittäjä
ITsuunnittelija (eläkeläinen)

Sosiologi
koulutussihteeri
työtön
oopperalaulaja (eläkkeellä) toimisto- työn tekijä
asiakasneuvoja
Elintarviketyöntekijä
artenomi, suunn.assistentti
tuottaja
Pedagogi, Muusikko
Kääntäjä
Hoivanantaja
ympäristöinsinööri
Kouluttaja
Sairaseläkeläinen
myyjä
informaatikko
Lähihoitaja
En nyt työelämässä.
fysioterapeutti
Merkonomi
Opettaja
Erityisopettaja
Toimitusjohtaja
Sihteeri
Yrittäjä
kokoonpanija
Työsuojeluvaltuutettu (opetus ja kasva- tusala)
eläkkeellä oleva äidinkielen ja kirjalli- suuden opettaja
eläkeläinen

eläkkeellä
Palvelumuotoilija
Lastenhoitaja
Lähihoitaja, hieroja
Perushoitaja
Kirjanpitäjä
Opettajs
Sosiaalityöntekijä
Valosuunnittelija
Yrittäjä
Maanviljelijä
yrittäjä, hyvinvointivalmentaja
Eläkeläinen
Esimies
Kodinhoitaja
opinto-ohjaaja
Kuraattori
Sh, terapeutti
Toimitusjohtaja
Terveystieteiden maisteri, psykoter- apeutti
lähihoitaja
Sosiaaliohjaaja
Aluepäällikkö
sairaanhoitaja
Kääntäjä
Opiskelija
Myymälänhoitaja
Koulunkäynnin ohjaaja
Neuropsykologi
Artesaani
Toimistotyöntekijä

Lähihoitaja
Asiantuntija
eläkkeellä
Liikunnanohjaaja
Fysioterapeutti
Kamppaaja, joogaopettaja
Erityisopettaja
Työtön
kotiäiti
eläkeläinen/hyvinvointialalla vapaana yrittäjänä
Lähihoitaja
Toimistosihtööri
Artesaani
hoitaja
Myyjä
Yrittäjä
Lähihoitaja
toimistosihtööri7/taloudenhoitaja
eläkel/erikoissairaanhoitaja
Sairaanhoitaja
Eläkk. ,ent sosiaalityöntekijä
Sairaanhoitaja
Sovellusasiantuntija

Lähihoitaja
luonto- ja ympäristöneuvoja
Kirvesmies
lastentarhanopettaja, taideterapeutti
eläkeläinen, ajattelija, aktivisti, mielen- terveysaktivisti
Suunnittelija

Osastosihtööri
Matkailualan ammattilainen
Varhaiskasvattaja
Työterveyä
Henkilökohtainen avustaja
Oikolukija, eläkkeellä
Terveydenhoitaja
Työtön/liikunnanohjaaja
opettaja
eläkeläinen
informaatikko
Pankinjohtaja
pankkitoimihenkilö, Kalevalainen jä- senkorjaaja sivutyönä
Erityisopettaja
Ope
Etuuskäsittelijä
Eläkkeellä
Coach
Henkisen hyvinvoinnin kouluttaja, MB-life coach
lähihoitaja
Yrittäjä
Opiskelija
Psykolog
Parturi-kampaaja
Eläkkeellä
ent. johdon sihtööri
Sihtööri
Insinööri
Assistentti
Kotiäiti

Asiantuntija
Vaatetusalan artesaani
Hoitaja (sosiaaliohjaaja)
kirjastovirkailija
Työnohjaaja
Konsultti

Toimistotyöntekijä
projektiassistentti
Yrittäjä.
Lähihoitaja

12. Sukupuoli

Vastaajien määrä: 203

	n	Prosentti
Nainen	179	88,18%
Mies	24	11,82%

13. Ikäryhmä

Vastaajien määrä: 203

	n	Prosentti
Alle 18	0	0%
18-29	15	7,39%
30-40	48	23,65%
41-50	61	30,05%
51-60	49	24,14%
61-70	25	12,31%
yli 70	5	2,46%

14. Kuinka monta henkilöä talouteesi kuuluu?

Vastaajien määrä: 202

	n	Prosentti
1	57	28,22%
2	69	34,16%
3	34	16,83%
4	29	14,36%
5	8	3,96%
6 tai enemmän	5	2,47%

15. Jos haluat osallistua kirjepaketien arvontaan, jätäthän yhteystietosi.

Vastaajien määrä: 200

*Vastaajien yhteystiedot eivät ole julkista tietoa