



# Asiakasymmärryksen kautta parempaa asiakas- suhteiden hoitoa Crossfit Kirkkonummella



Laurea-ammattikorkeakoulu

# Asiakasymmärryksen kautta parempaa asiakassuhteiden hoitoa Crossfit Kirkkonummella

Tia Laipaik, Laura Määttänen

Liiketalous, Tradenomi

Opinnäytetyö

Toukokuu, 2024

Tässä opinnäytetyössä on keskitytty Crossfit Kirkkonummen asiakassuhteiden kehittämiseen. Työn keskiössä on asiakasymmärryksen syventäminen, jotta voidaan luoda kestävämpiä asiakassuhteita ja siten edistää liiketoiminnan menestystä. Tämä tutkimus on toteutettu Crossfit Kirkkonummen toimeksiannosta.

Kehittämistehtävänä on ollut selvittää, mitkä tekijät motivoivat Crossfit Kirkkonummen asiakkaita liikunnan harrastamiseen. Tämä on tehty asiakaskyselyn ja kilpailuanalyysin avulla, joiden tuloksia on sovellettu teoreettisiin malleihin, kuten Jobs to be Done -teoriaan ja Maslow'n tarvehierarkiaan. Näiden mallien avulla on pyritty ymmärtämään asiakkaiden tarpeita ja toiveita paremmin.

Viitekehyksenä työssä on käytetty crossfitlajin historiaa, Crossfit Kirkkonummen toimintaympäristöä ja kilpailuvertailua. Teoreettisena pohjana on hyödynnetty mainittuja malleja, jotka auttavat hahmottamaan asiakkaan polkua ja liikunnan merkitystä heidän elämässään.

Menetelmällisesti työssä on keskitytty asiakastarpeiden tunnistamiseen ja niiden yhdistämiseen teoreettisiin malleihin. Tämä on mahdollistanut syvällisemmän ymmärryksen asiakkaiden motivaatioista ja siitä, miten Crossfit Kirkkonummi voi vastata näihin tarpeisiin paremmin. Keskeiset tulokset osoittavat, että asiakkaat harrastavat liikuntaa pääasiassa oman hyvinvointinsa ylläpitämiseksi ja että Crossfit Kirkkonummi on onnistunut luomaan yhteisöllisyyttä, joka tukee asiakkaiden motivaatiota ja sitoutumista.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että Crossfit Kirkkonummen tulisi keskittyä entistä enemmän asiakaskokemuksen kehittämiseen ja asiakassuhteiden syventämiseen. Tämä voidaan saavuttaa hyödyntämällä asiakaskyselyn tuloksia ja soveltamalla teoreettisia malleja käytäntöön, jotta asiakassuhteista saadaan pitkäaikaisempia ja liiketoiminta menestyksekkäämpää.

Asiasanat: Asiakasymmärrys, asiakassuhteen hoito, asiakaslähtöisyys, Maslow'n tarvehierarkia, Jobs to be Done

This Bachelor's thesis focused on the development of Crossfit Kirkkonummi's customer relationships. The purpose of the work was to deepen customer understanding to create more sustainable relationships and thus contribute to the success of the business. The thesis topic was provided and supported by the commissioner.

To deepen customer relationships, the aim was to find out what factors motivate Crossfit Kirkkonummi's customers to exercise. This was done with the help of a customer survey and a competitive analysis, the results of which were applied to theoretical models such as the Jobs to be Done theory and Maslow's hierarchy of needs. These models were used to better understand customer needs and wants.

As a basis for analysis, the history of Crossfit, the operating environment of Crossfit Kirkkonummi, and a competitive comparison were utilized. These elements were used as a theoretical background to help outline the customer's journey and the importance of exercise in their lives.

Methodologically, the work focused on identifying client needs and combining them with theoretical models. This enabled a deeper understanding of customer motivations and how Crossfit Kirkkonummi can better meet these needs.

Key findings show that customers exercise mainly to maintain their own well-being and that Crossfit Kirkkonummi had been successful in creating a sense of community that supports customer motivation and engagement.

In conclusion, based on the research, it is recommended that to make the business more successful, the focus at Crossfit Kirkkonummi should be increased on enhancing the customer experience by utilizing the results of the customer survey and applying theoretical models presented in the research. This approach would help to deepen and create long and established customer relationships.

Keywords: Customer understanding, customer relationship management customer centricity, Maslow's hierarchy of needs, Jobs to be Done

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Mitä crossfit on? .....	6
2.1	Crossfitin historiaa .....	8
2.2	Liiketoimintamalli.....	8
3	Crossfit Kirkkonummi .....	9
4	Kilpailijavertailu.....	10
4.1	Kilpailijat.....	10
4.1.1	Joo-Areena .....	11
4.1.2	Crossfit Rannikko .....	11
4.1.3	Crossfit 8000 .....	11
4.2	Korvaavat palvelut .....	12
4.2.1	Kuntosalit .....	12
4.2.2	Verkkovalmennus .....	13
4.2.3	Crossfit ja ORC-Factory.....	13
4.3	Uusien tulokkaiden uhka .....	13
4.4	Toimittajien vaikutusvalta.....	14
4.5	Ostajien vaikutusvalta.....	14
5	Aikuisten liikunnan tarpeet .....	15
5.1	Suosituksset .....	15
5.2	Miten suomalaiset liikkuvat.....	16
6	Asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen teorialat .....	17
6.1	Jobs to be Done (JTBD).....	17
6.2	Maslow´n tarvehierarkia. ....	18
6.3	Arvon elementit .....	18
7	Asiakaskysely.....	20
8	Kyselyn tulosten soveltaminen teoreettisiin malleihin.....	21
8.1	Jobs to be Done .....	21
8.2	Maslow´n tarvehierarkia teoria .....	24
8.2.1	Fysiologiset tarpeet .....	25
8.2.2	Turvallisuuden tarpeet .....	26
8.2.3	Kuulumisen tarpeet .....	27
8.2.4	Itsetunnon tarpeet .....	28
8.2.5	Itsensä toteuttamisen tarpeet .....	29
9	Johtopäätökset .....	30
	Lähteet.....	34
	Kuviot .....	37
	Liitteet .....	38

## 1 Johdanto

Opinnäytetyön tarkoituksena on ollut tutkia Crossfit Kirkkonummen asiakkaiden motivaatioita liikunnan suhteen, jotta saataisiin parempi ymmärrys, miten asiakassuhteista saataisiin pitkäaikaisempia. Työ on toteutettu tutkimuspohjaisen analyysin perusteella, jossa keskitytään ihmisten liikuntatottumuksiin ja heidän motivaatioonsa liikunnan harrastamisessa. Toimeksiantajana on Crossfit Kirkkonummi, joka on opinnäytesuunnitelman tekijöiden oma harraste- paikka.

Jotta syntyisi parempi ymmärrys, millainen liiketoiminta crossfit on, tässä opinnäytetyössä on tutkittu ensin crossfitlajin historiaa yleisesti ja sen jälkeen millaisessa ympäristössä Crossfit Kirkkonummi toimii. Käytetyt menetelmät ovat asiakaskysely, kilpailuanalyysi, asiakastarpeiden tunnistaminen ja lisäksi näiden perusteella on tehty yhteenveto.

Yleinen ongelma useissa liikunta-alan yrityksissä on asiakassuhteiden pitkäaikaisen kestävyys- den haasteellisuus. Crossfit Kirkkonummen toimitusjohtaja Timo-Pekka Koljosen haastatte- lussa nousi esiin hyvin nämä haasteet: Vaikka ihmiset innostuvat helposti uudesta harrastuk- sesta, kuten crossfitista, alkuvaiheen into saattaa haihtua ja motivaatio hiipua, mikä johtaa liikunnan lopettamiseen.

Opinnäytetyön tavoitteena on, että Crossfit Kirkkonummi sekä muutkin liikunta-alan yritykset voisivat hyötyä tutkimuksesta ja saisivat kehitettyä keinoja parempaan ja pysyvämpään asia- kassuhteen hoitoon. Tässä opinnäytetyössä käsitellään aluksi crossfitia lajina sekä sen liike- toimintamallia. Sen jälkeen tarkastellaan paikallisen toimijan crossfit Kirkkonummen toimin- tamallia ja tehdään vertailua kilpailijoihin käyttäen Michael Porterin viiden kilpailuvoiman mallia. Tämä tarjoaa laajan katsauksen kilpailukenttään crossfit Kirkkonummen toiminta- alu- eella. Tämän jälkeen tutkitaan yleisesti liikuntasuosituksia työikäisille ja tarkastellaan niiden toteutumista Suomessa. Näiden suositusten pohjalta sovelletaan teorioita asiakastarpeiden ja motivaation ymmärtämiseksi. Teorioina on käytetty Jobs to be done ja Maslown teoriaa. Ha- vainnoiden tueksi analysoidaan asiakaskyselyn tulokset. Näiden kaikkien perusteella tehdään Crossfit Kirkkonummelle yhteenveto tuloksiin pohjautuen.

## 2 Mitä crossfit on?

Crossfit on monipuolinen intensiivinen harjoittelumuoto, jossa yhdistyvät voimaharjoittelu, kestävyysurheilu ja toiminnallinen liikunta. Crossfit edistää monipuolisesti eri fyysisiä ominai- suuksia, kuten voimaa, nopeutta, kestävyyttä, liikkuvuutta ja kehonhallintaa. Näiden ominai- suuksien kehittäminen johtaa kokonaisvaltaiseen kunnon kehittymiseen. Yksi crossfitin harras- tamisen kulmakivistä on yhteisöllisyys. Fyysisen ja haastavien harjoittelujen lisäksi crossfit on edistänyt yhteisölähtöistä kulttuuria. Crossfitin perusta on, että kuntoilun tulisi olla kaikkien

saavutettavissa, riippumatta heidän urheilutaustastaan tai nykyisestä kuntoilutasostaan. Tämä periaate sopii täydellisesti yhteisön käsitteeseen, sillä crossfit-harrastaja kannustavat toisiaan, juhliivat henkilökohtaisia saavutuksia ja tarjoavat horjumaton tukea jokaisen harjoituksen aikana. Nämä crossfit-salilla muodostetut siteet ulottuvat kauas kuntosalin seinien ulkopuolelle, luoden kestäviä ystävyyssuhteita ja samanmielisten ihmisten verkoston, jotka ovat intohimoisia terveellisestä ja aktiivisesta elämäntavasta. (Adamas Crossfit 2023). Yhteisöllisyys lisää myös motivaatiota ylläpitää aktiivista ja terveellistä elintapaa.

Crossfitin harrastaminen on myös yleensä hyvin tavoitteellista ja omaa kehitystä on helppo seurata crossfit-salien omalla verkossa toimivan WOD-connection alustan avulla. Alusta on suunniteltu seuramaan, hallinnoimaan ja valmentamaan harjoituksia. Crossfitsali kykenee WOD-connection avulla hallinnoimaan sekä laskuttamaan asiakkaita. Valmentaja pystyy katsomaan harjoittelijoiden dataa (jos he ovat sen alustalle syöttäneet) harjoituksista ja näin ollen he ovat paremmin perillä harjoittelijan kehityksestä. Alustalta voidaan varata harjoitukset, jotka näkyvät siellä päivittäin. (Work of the day).

**WOD** WORKOUT ★ ⋮

**Parin kanssa 25 min ajan:**  
 20 punnerrusta  
 40 askelkykyä  
 60 istumaannousua  
 80 cal laite

\*Toinen tekee ja toinen huillaa.  
 \*Jos teet yksin niin puolita määrät.

Add to Journal

Kuvio 1: Work of the Day (Wodconnect 2024).

Alustalle lisätään harjoittelun jälkeen omat tulokset. Seuraavalla kerralla, kun sama harjoitus toistuu, harjoittelija näkee, onko edistystä tullut.



Kuvio 2: Edistys takakykyyn osalta (Wodconnect 2024).

Oman edistyksen seurannan mahdollisuus lisää harjoittelijan motivaatiota lajissa, koska se tekee harjoittelusta enemmän tavoitteellisempaan. (Wodconnet 2024).

Crossfit-lajissa on myös laajat kilpailumahdollisuudet niin Suomessa kuin maailmallakin. Suurin ja tunnetuin kilpailu on Crossfit Games, jossa etsitään maailman kovakuntoisinta miestä ja naista. Kilpailun ensimmäiseen vaiheeseen Open-kilpailuun saa osallistua kuka tahansa riippumatta omasta tasosta ja kyvystään. Open-kilpailu tapahtuu omalla crossfit-salilla ja se on

maailman laajuinen ja omia tuloksia pystyy vertamaan omassa ikäluokassaan maailmanlaajuisesti. Suomalainen Jonne Koski voitti Crossfit openin vuonna 2024. (Crossfit Games 2024).

Harrastukseen liittyy myös paljon kritisointia lajin kiistanalaisen loukkaantumisriskin takia. Harrastuksen parissa tulee ottaa huomioon turvallisesti ja oikealla tavalla suoritettavat liikkeet. Crossfitissa valmentajilla onkin iso rooli, jotta harjoittelu olisi mahdollisimman turvallista harjoittelijalle.

## 2.1 Crossfitin historiaa

Crossfitin kehitti USA:lainen Greg Glassman 16-vuotiaana. Crossfit perustettiin yritykseksi vuonna 1996 nimellä Crossfit Greg Glassman ja Lauren Jenai perustivat Crossfit, Inc:n vuonna 2000. He avasivat kuntosalin Santa Cruzissa, Kaliforniassa vuonna 2001 ja julkaisivat harjoituksensa Internetissä asiakkailleen. Nämä harjoitukset omaksuttiin nopeasti poliisin, sotilaiden ja palomiesten keskuudessa. Crossfit salien määrä kasvoi hyvin nopeasti Yhdysvalloissa. Nykyään lisensoituja saleja on ympäri maailmaa ja harrastajien jäsenmäärän on arvioitu olevan välillä kaksi - viisi miljoonaa (Adamas Crossfit 2023).

Suomeen crossfit rantautui 2007, jolloin ensimmäinen Crossfit sali perustettiin Helsinkiin. Laji sai huomiota, kun Porilainen Mikko Salo voitti crossfit Games -kisan vuonna 2009. Tämän jälkeen crossfit-saleja alettiin perustamaan Suomeen useita. (Kauppinen 2016, 44-45).

## 2.2 Liiketoimintamalli

Crossfityhtiön tulonlähteet ovat affiliaatio, koulutus ja urheilu. Crossfit lisensoi nimensä affiliaatti-saleille vuosimaksua vastaan, joka oli 3000 dollaria vuodesta 2011 vuoteen 2024, jolloin se nousi 4 500 dollariin. Crossfit tarjoaa koulutuskursseja valmentajien ja salinomistajien sertifioimiseksi. Crossfit järjestää myös Crossfit Games -kilpailut ja sen karsintakierrokset. Kaikkien tulonlähteiden tuottaman kokonaistulon crossfitille on arvioitu olevan noin 100 miljoonaa dollaria vuodessa. (eFinancialModels 2023).

Crossfitin liiketoimintamalli perustuu pääasiassa kahteen malliin: Affiliate- ja hybridimalliin. Crossfitin affiliaatiomalli on olennainen osa sen liiketoimintaa, joka yhdistää itsenäiset Crossfit-salit laajaan crossfit-yhteisöön. Tämä malli perustuu siihen, että jokainen Crossfit-sali toimii itsenäisenä yrityksenä, mutta samalla hyödyntää Crossfit brändiä ja yhteisöä. Affiliaatiomallissa crossfit-salit maksavat vuotuisen affiliaatiomaksun. Tämä antaa saleille pääsyn laajaan valikoimaan resursseja ja tukea, kuten valmentajien koulutusta, markkinointimateriaaleja ja liiketoimintaneuvontaa. Lisäksi Crossfit-yhtiö tarjoaa yhteisön, jossa affiliaatit voivat jakaa kokemuksiaan ja ideoitaan keskenään. (eFinancialModels 2023).

Affiliaatiomalli edistää vahvaa yhteisöllisyyttä crossfitin sisällä ja auttaa salien omistajia liiketoiminnassa. Se mahdollistaa itsenäisten crossfit-salien toiminnan osana laajempaa brändiä ja yhteisöä, mikä tukee crossfitin kasvua ja kehitystä maailmanlaajuisesti. (eFinancialModels 2023).

Crossfitin hybridimalli yhdistää perinteisen kuntosalin ja crossfit-harjoittelun saman katon alle. Asiakkaat voivat hyötyä sekä perinteisestä kuntosaliharjoittelusta että monipuolisemmasta ja intensiivisemmästä Crossfit-harjoittelusta. Tämä tarjoaa vaihtoehtoja erilaisille kuntoilijoille ja voi houkuttaa laajempaa asiakaskuntaa. (eFinancialModels 2023).

### 3 Crossfit Kirkkonummi

Crossfit Kirkkonummi on perustettu 2014. Sali perustettiin, sillä perustaja osakas Rebekka Jaakkola itse koki Crossfitin parantaneen hänen terveyttään ja hyvinvointiaan.

Perustajaosakas Rebekka Jaakkola kertoo "Tärkein tavoitteeni on alusta lähtien ollut ihmisten auttaminen." Perustin Crossfit Kirkkonummen tavallisille ihmisille, jotka haluavat järkevää valmennusta ja pysyviä muutoksia tuovia tuloksia treenaamiselta. "(Rebekka Jaakkola. Crossfit Kirkkonummi 2024). Rebekkan lisäksi osakkaita on tällä hetkellä Timo-Pekka Koljonen, Jarno Sainio sekä Visa Korhonen. Rebekka Jaakkola on vuonna 2021 luovuttanut toimitusjohtajan paikan Timo-Pekalle ja on itse jäänyt hiljaiseksi osakkaaksi taustalle. (CrossfitKirkkonummi 2024).

Liikeideana on aina ollut tarjota palveluita erityisesti niille, jotka liikuntaa eniten tarvitsevat. Verrattuna muihin Crossfitsaleihin Crossfit Kirkkonummi haluaa olla matalan kynnyksen sali, jonne kaikki voivat tulla kunnosta huolimatta. Tukeakseen matalan kynnyksen ideaa, vuonna 2019 Crossfit Kirkkonummi perusti erittäin huonokuntoisten ryhmän. Ryhmän tavoite on tukea, niitä kenelle liikunnan harrastaminen on tuntunut haastavalta. Ryhmään voi tulla kuka tahansa iästä tai kunnosta riippumatta. Tämä on ollut erittäin tervetullut ryhmä, jossa riittää harrastajia. (CrossfitKirkkonummi 2024).



Kuva 1: Crossfit Kirkkonummi sali 1 (Crossfit Kirkkonummi 2024).

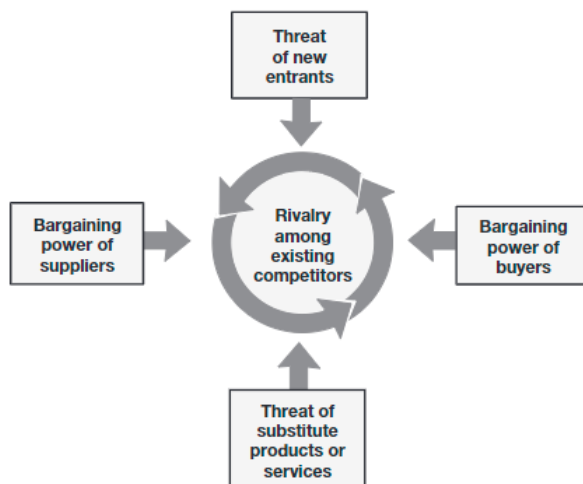
Crossfit Kirkkonummi on joutunut vuosien saatossa muuttamaan kahteen kertaan isompiin tiloihin jäsenmäärään kasvaessa. Suuremmat tilat takaavat kaikille mahdollisuuden harrastaa

turvallisesti. Tämä kertoo lajin suuresta suosiosta. Crossfit Kirkkonummella on omistajien lisäksi kahdeksan valmentajaa, josta jokaisella on vahva liikunnallinen tausta.

#### 4 Kilpailijavertailu

Asiakaskokemuksen sekä asiakastarpeiden parantamisen kannalta tutkittiin Kirkkonummen alueen tarjontaa, Michael Porterin viiden voiman mallin mukaisesti. Kilpailija-analyysissä keskitytään viiteen osa-alueeseen, jotka ovat; kilpailu toimialalla, uusien tulokkaiden uhka, toimittajien valta, asiakkaiden valta, korvaavien tuotteiden uhka. Viiden kilpailuvoiman malli on Michael Porterin rakentama kehikko toimialan ja siellä toimivien yritysten analysointia varten (Porter, 2008).

Industry structure: The five forces



Kuvio 3: The Five forces. (Joan 2011).

Tässä kilpailija-analyysiin alueeksi on valittu Espoo, Kirkkonummi ja sen alueen palveluntarjoajia.

##### 4.1 Kilpailijat

Michael Porterin mukaan kilpailuaste voi rajoittaa alan voittoja, ja se riippuu kilpailun intensiteetistä ja perusteista. Kilpaillaanko samalla ulottuvuudella, jolloin syntyy nollasumma kilpailu. Analyysissä käydään läpi erilaisia tekijöitä, kuten kilpailijoiden lukumäärä. Lisäksi käsitellään kilpailun vaikutusta liikuntapalveluiden kannattavuuteen eri skenaarioissa ja miten kilpailun voi muuttaa positiiviseksi tekijäksi kannattavuuden kannalta. (Porter 2008).

Kirkkonummen alueella on monia vaihtoehtoja liikunnan harrastamiseen. Crossfit Kirkkonummen isoimmat kilpailijat Kirkkonummen alueella ovat; Joo-Areena, Gymstone Masala sekä Sundet Gym, Crossfit Rannikko sekä Crossfit 800.

#### 4.1.1 Joo-Areena

JOO-Areena on perustettu vuonna 2021 tarjoten monipuolisia palveluita liikunnan harrastamiseen. Heidän etunsa on laaja palveluvalikoima, johon kuuluu muun muassa kuntosalipalvelut, joogaa, spinning, painonnosto, voimistelu sekä ohjatut ryhmäliikuntatunnit. JOO-areenalla on mahdollista osallistua WOD-tunneille, heidän omalla boksillansa. Kun tarjontaa verrataan Crossfitkirkkonummen palveluihin, Joo-areenaan järjestämät WOD-tunnit ovat verrattavissa suoraan Crossfittiin, jolloin syntyy nollasummakilpailu tilanne. (Porter 2008).

Yritysesittelyn mukaan JOO-areenan boksilla on kolme valmentajaa. JOO-areenan boksilla keskitytään vahvasti kunnon parantamiseen, joten harjoituksetkin ovat keskittyneet vahvasti intervaleihin sekä voimaharjoitteluun. (Jooareena 2024).

#### 4.1.2 Crossfit Rannikko

Crossfit Rannikko on perustettu vuonna 2020 kolmen ystävyksien voimin Kirkkonummelle Jorvukseen. Kaikki kolme perustajaa ovat entisiä Crossfit Kirkkonummen jäseniä, joista yksi entinen valmentaja. Rannikon etuna on ollut asiakkaiden tuntemus sekä aikaisempi kokemus lajista. Palvelu on verrattavissa Crossfit Kirkkonummen palveluihin, sillä kaikki salit toimivat samalla periaatteella.

Crossfit Rannikolla keskitytään progressiiviseen eli harjoitteluun, minkä perustana on suunnitelmallisuus sekä pitkäjänteisyys harjoittelussa. Crossfit salilla tämä tarkoittaa sitä, että yhden ajanjakson harjoittelut ovat suunniteltu jonkin tietyn liikkeen oppimiseen, esimerkiksi leuanvetoon.” Etenemme aina kaudesta toiseen vaihdellen painotettavia suorituskyvyn ominaisuuksia.” (Crossfitrannikko 2024).

#### 4.1.3 Crossfit 8000

Crossfit 8000 on perustettu vuonna 2012 Espooseen, kolmen innostuneen vuorikiipeilyä harrastaneen nuoren toimesta, heidän ideanansa oli perustaa oma pieni sali, jossa he voisivat itse treenata lajia. Sali sijaitsee hyvällä alueella Espoosta hyvien kulkuyhteyksien varrella. (Crossfit8000 2024).

Crossfit 8000 on vanhin verrattuna Crossfit Kirkkonummeen sekä Crossfit Rannikkoon, näin heillä on pidempi kokemus lajin parissa sekä he ovat kerenneet kerryttämään vuosien varrella isoimman asiakaskunnan. Heillä on kaksi toimipistettä Espoossa sekä Lahdessa.

Crossfit 8000 palveluihin kuuluu kaksi erillistä ohjelmointia, WOD ja Basic WOD. Basic-WOD tarjoaa vaihtoehdon rauhallisempaa treenitahtia etsivälle. (Crossfit8000 2024).

## 4.2 Korvaavat palvelut

Michael Porterin mukaan korvaavien palveluiden- tai tuotteiden uhka käsittää muun muassa sen kuinka sama tai saman kaltainen palvelu voi korvata toisen hieman eri tavalla (Porter 2008). Esimerkiksi nykypäivänä Teams-kokous on matkustamisen korvike ja sähköposti on korvike faksille.

Kun tutkitaan Kirkkonummen alueen korvaavia palveluita, niitä ovat kuntosalit, ryhmäliikuntatunnit, personal training-palvelut, verkkokurssit sekä vastaavanlaiset kovan intensiteetin tunnit.

Kilpailu alalla on suurta ja hyvinvoinnista kiinnostuneille asiakkaille on tarjontaa paljon. Asiakkaille on tarjolla hyvin erilaisia liikunnan muotoja, mikä kasvattaa alueen kilpailua merkittävästi. Kuitenkin asiakkaan motivaatio ratkaisee harrastaako hän liikuntaa vain ei, joten yritysten on kovassa kilpailutilanteessa kyettävä ottamaan tämä huomioon. Crossfit Kirkkonummi on selvinnyt "voittajana" tällä aspektilla, vaikka vastassa on ollut korona ja sota. Hyvä yhteishenki ja valmentajien tuki tilanteessa kuin tilanteessa tuo asiakkaalle turvallisuuden tuntua sekä halua pysyä yhteisössä, jossa jokainen, niin jäsen kuin valmentaja on kaveri sekä tsemppari.

### 4.2.1 Kuntosalit

Kuntosalit tarjoavat vapaata harjoittelu-aikaa, jolloin voidaan harrastaa juuri silloin kuin on aikaa. Kuntosaliharrastus soveltuu niille ketkä haluavat treenata yksin, ilman muiden treenaajien tukea sekä yhteisöllisyyden tunnetta. Kuntosalit ovat edullisempi vaihtoehto, kuin taas esimerkiksi Crossfit, tämä voi olla usealle tärkeä syy aloittaa kuntosaliharrastus. Toki etuna kuntosaleilla on se, että harrastaja tekee juuri itselleen sopivan aikataulun sekä ohjelman. Tähän voidaan saada tukea PT-palveluista, joka tuo harrastukseen pienen lisämaksun. Normaali kuntosalijäsenyys Basic-tasolla maksaa 40-50 € kuukaudessa ja tähän sisältyy salin vapaa-ikäyttö sekä välineet. Kuntosalien etuna usein on mahdollisuus osallistua ryhmäliikuntatunneille, jossa harrastaja pääsee jumppaamaan muiden kanssa ohjaajan valmennuksen alaisena. Vaikka tässä jumpataan ryhmässä, puuttuu siitä usein yhteisöllisyys suuren henkilövaihtuvuuden myötä, tällöin tunteilla usein vaihtuvat kaverit tiuhaan. Kuntosalijäsenyys, joka sisältää kuntosalin sekä ryhmäliikuntatunnit maksavat 65-80 €. Se mitä kuntosalikeskuksilla on etu ovat laaja valikoima erilaisia palveluita sekä eri tason jäsenyydet, jolloin jokaiselle sopiva hintataso löytyy. Haittapuoloina näissä on 12-kuukauden jäsenyys, jota ei voida lopettaa kesken kauden. Jos treeni-innostus loppahtaa, joutuu asiakas silti maksamaan kuukausimaksun jäsenyyden ajan.

#### 4.2.2 Verkkovalmennus

Erilaiset verkkopohjaiset valmennukset nousivat markkinoille korona-aikana, jolloin ei ollut mahdollista osallistua yhteisiin tapahtumiin. Tämä toimii hyvänä esimerkkinä korvaavista palveluista, jossa palvelu siirretään kokonaan verkkoon. Ihmisillä oli kuitenkin halu pitää kuntoa yllä, jolloin ne yritykset ketkä kykenivät mukautumaan tilanteeseen, saivat pidettyä asiakaskunnan tyytyväisenä sekä ovet aukesivat myös uusille jäsenille. Verkossa pidettävät valmennukset ovat usein halvempia kuin muut, sillä ne ovat usein pelkistettyjä nauhoitteita ilman reaaliaikaista tilannetta. Epäkohtana tässä on se, että oikeastaan kuka tahansa voi perustaa oman verkkopohjaisen valmennuksen, ilman laajempaa koulutusta tai erityisiä pätevyyskiä, jolloin ei voida taata turvallista ja terveellistä treeniä.

#### 4.2.3 Crossfit ja ORC-Factory

Muut toiminnalliset palveluntarjoajat kuten crossfit salit sekä ORC-Factory vetävät puoleensa asiakkaita, jotka haluavat ympärilleen ihmisiä sekä monipuolisia liikunnanmuotoja. Lajit sopivat kaiken kokoisille ja ikäisille, sillä jokainen liike voidaan muuttaa jokaiselle sopivaksi.

#### 4.3 Uusien tulokkaiden uhka

Kilpailevien kuntokeskusten ja muiden liikuntapalveluiden helposti saavutettavissa olevuus voi lisätä uusien toimijoiden houkuttelevuutta alalle. Tämä asettaa paineita olemassa oleville yrityksille ja voi vaikuttaa niiden kannattavuuteen. (Porter 1993).

Crossfit-salien toimintaperiaate on kaikilla sama. Crossfit-salin perustaminen vaatii hieman enemmän panostusta kuin perinteisen kuntosalin perustaminen. Crossfit-salin perustamiseen liittyy tarkkoja vaatimuksia, erityisesti Crossfit-nimen käytön suhteen. Lisensoidun Crossfit-salin perustaminen vaatii vähintään Level 1 -tason Crossfit-valmentajakoulutuksen, joka on voimassa 3-5 vuotta ja maksaa 1310 €/henkilö. Ennen kuin nimeä saa käyttää tulee virallinen koulutus olla suoritettuna. Valmentaja koulutus on vaativa, johon sisältyy teoriaa sekä kuntoa. Koulutus ei ainoastaan opeta Crossfitin yleisimpiä liikkeitä, vaan myös tarjoaa syvällistä ymmärrystä harjoitusohjelmoinnista ja Crossfit-harjoittelun taustoista ja vaikutuksista. Koulutuksen läpäiseminen mahdollistaa Crossfit-salin perustamisen sekä sen nimen käytön liiketoiminnassa. (Crossfit 2024).

Toisaalta kuka tahansa voi ryhtyä verkkovalmentajaksi tai personal traineriksi mikä nostaa uusien tulokkaiden uhkaa hieman, mutta ei merkittävästi sillä siitä on vielä pitkä matka päästä Crossfit-salin perustajaksi.

#### 4.4 Toimittajien vaikutusvalta

Toimittajan vaikutusvallalla tarkoitetaan tavarantoimittajia sekä palveluntarjoajia. Tässä tapauksessa toimittajia on paljon, jotka toimittavat samoille yrityksille, jolloin tarjonta ei ole toisistaan riippuvaisia. Esimerkiksi, jokainen kuntosali tarvitsee laitteet, välineet, oheistuotteet ja tilat. Tilat, joita on tarjolla, on rajatusti, jolloin kilpailua voi syntyä. Tavarantoimittajia on paljon ja valinnanvaraa on mistä tuotteet voidaan hankkia, jolloin yritykselle syntyy vaikutusvaltaa valita mistä he välineet ja tuotteet ostavat. Tämä vaikuttaa positiivisesti ostavan yrityksen kannalta hintoihin, jolloin esimerkiksi yritykset saavat tuottoa oheistuotteiden myyntikatteesta.

Crossfit-salit ovat usein korkeita tiloja, joissa ei käytetä tavallisia kuntosalilaitteita. Crossfit-saleilla käytettävät välineet ovat muun muassa levypainot ja tangot, kahvakuulat, käsipainot, köydet, hyppynarut sekä laitteet kuten soutulaite, hiihtolaite sekä pyörä. Välineiden pitää soveltua kovaa räsitusta kestäämään ja näiden tuotteiden toimittajia löytyy markkinoilta muutamia. Heidän asiakkaitaan ovat Crossfit-salit, jolloin tarjota on jokaiselle sama eikä valinnanvaraa ole.

#### 4.5 Ostajien vaikutusvalta

Ostajan vaikutusvalta vaikuttaa Michael Porterin mukaan kilpailuun sekä yritysten kannattavuuteen. Ostajan vaikutusvalta viittaa siihen, kuinka paljon valtaa tai vaikutusmahdollisuuksia ostajilla on määritellä hintoja, laatuvaatimuksia ja muita kilpailutekijöitä tietyillä markkinoilla. Tässä tapauksessa liikuntapalveluissa. (Porter 2008).

Hintataso crossfit-saleilla on hyvin sama kaikissa, ja hinnat ovat kuukaudessa 89-120 € riippuen jäsenyyden pituudesta. Jäsenyyden hinta sisältää jokapäiväisen harjoittelun valmentajan kanssa. Crossfit on hintatasoltaan kalliimpi kuin kuntosalit tai verkkovalmennukset, eikä yli sadan euron kuukausimaksu ole ihan kaikille mahdollinen kuukausittainen kulu. Crossfit-salien jäsenien ei ole pakko sitoutua vaikkapa vuodeksi kuten kuntosaleilla. Jokaisella salilla on kuitenkin mahdollista sitoutua eri mittaisiin jäsenyyksiin, jolloin hinta on hieman matalampi kuin kerran kuussa maksettava jäsenyys. Tässä uhkaksi osoittautuu kerralla maksettava summa jäsenyyden pituuden mukaisesti, jolloin kaikilla ei ole mahdollista ostaa kerralla esimerkiksi kuudenkuukauden jäsenyyttä.

ORC:n hintataso mukailee Crossfitin hintatasoa. ORC:llä on mahdollista myös hankkia 1, 3, 6 tai 12 kuukauden jäsenyydet.

Poikkeuksena JOO-areenan Crossfit tunneille on mahdollista osallistua kuntosalijäsenyyden hinnalla, mutta he eivät tarjoa harrastajille viikossa kuin 25 h- harjoittelu-aikaa mikä on reippaasti yli puolet vähemmän kuin esimerkiksi Crossfit Kirkkonummella.

Yleisesti asiakkailta ei ole juurikaan mahdollisuutta vaihtaa halvempaan crossfit-saliin, jolloin ostajan vaikutusvalta jää pieneksi tällä kyseisellä alalla. Se miten hieman hintavampaan harrastukseen riittää asiakkaita määrittelee pitkälti asiakaskunta.

## 5 Aikuisten liikunnan tarpeet

Liikunta on olennainen osa ihmisen hyvinvointia, ei pelkästään harrastus. Jokainen aikuinen tarvitsee päivittäin liikuntaa ylläpitääkseen terveyttään ja hyvinvointiaan. Tässä kappaleessa tarkastellaan erilaisia näkökulmia ja suosituksia liikkumisen tarpeesta. Suositukset ja tutkimukset aikuisten liikkumisesta tarjoavat arvokasta tietoa siitä mikä on asiakkaan tarve markkinoilla. Asiakkaan tarve ei välttämättä mene yksi yhteen asiakkaan halun kanssa. Yrityksen näkökulmasta tarpeen kartoittaminen on asiakastuntemuksen kannalta erittäin tarpeellista.

### 5.1 Suositukset

Aikuisten liikkumisen merkitys on korostunut entisestään, sillä aktiivinen elämäntapa edistää terveyttä, ehkäisee sairauksia ja parantaa elämänlaatua. UKK- instituutin on määrittänyt viikoittaisen liikuntasuosituksen piirakan, jossa kerrotaan, millainen määrä on hyväksi 18-64-vuotiaille aikuisille. Suositukset ovat uudistettu vuonna 2020 ja siinä on otettu huomioon paremmin, kuinka tärkeää on kevyt liikuskelu, paikallaolon tauottaminen ja unen merkitys. Päivittäinen liikkumisen suositus ottaa entistä vahvemmin hyvinvoinnin kokonaisuuden (UKK-Instituutti 2020).

Suosituksen mukaan aikuisten tulisi harrastaa sydämen sykettä kohottavaa liikettä vähintään 2 tuntia 30 minuuttia viikossa, tai tehokkaampaa liikuntaa 1 tunti 15 minuuttia viikossa. Tämä voi sisältää esimerkiksi reipasta kävelyä, pyöräilyä tai muuta aerobista liikuntaa, jotka kaikki tuovat monia terveyshyötyjä kuten paremman sydän- ja verisuoniterveyden sekä parantuneen mielialan. (UKK-Instituutti 2020).

Lisäksi suositellaan lihaskuntoharjoittelua ja liikehallinnan harjoittamista vähintään kahdesti viikossa. Vahvat lihakset ja hyvä liikehallinta eivät ainoastaan tue arjen toimintakykyä, vaan ne myös ehkäisevät vammoja ja loukkaantumisia, parantaen näin elämänlaatua. (UKK-Instituutti 2024).



Kuvio 4: Viikoittainen liikkumisen suositus 18-64-vuotiaille (UKK-Instituutti 2020)

## 5.2 Miten suomalaiset liikkuvat

UKK-instituutti teettää suomalaisille neljän vuoden välein liikemittaritutkimuksen. Viimeisin tutkimus on tehty 2022 ja se kertoi, suomalaiset liikkuvat koko väestön tasolla vähemmän kuin ennen. Tutkimus on herättänyt huolenaihetta. UKK-instituutin vanhempi tutkija Pauliina Husu on kertonut MTV-utisissa 2022, että työikäisistä aikuisista viettää valvellaolo ajastaan paikallaan ja istuen. Työikäisillä päivittäisiä askeleita tulee noin 7000 askelta päivässä. Rasittavan liikunnan määrä jää kuitenkin vähiin (Niiniaho 2022).

Ihmisillä on tarve liikuntaan, koska se luonnollisesti lisää oma terveyttä ja hyvinvointia. Moni tietää, että liikuntaa tekee hyvää ja sitä olisi hyvä harrastaa, mutta jostain syystä motivaatiota ei vain löydy, vaikka hyödyt olisivat kuinka selvillä. Yleisesti puhutaan, että päivässä olisi hyvä saada noin 10 000 askelta täyteen, vaikka siitä ei ole varsinaista tieteellistä tutkimusta (Niiniaho 2022). Monen on vaikea saada edes tämä määrä liikuntaa päivässä täyteen, saatikka sitten että myös raskaan liikunnan määrää pitäisi lisätä.

Lisäksi nuorten kunnan kehityksessä on tapahtunut vuosien varrella taantumaa. Esimerkiksi varusmiesten Cooperin testituloksissa on havaittu tasaista laskua ja keskipainossa nousua. Vuonna 2022 varusmiesten keskitulos Cooperissa oli 2376 m. Keskipaino on noussut 30 vuodessa 8 kiloa. (Puolustusvoimat 2023).

Nämä kaikki tulokset ovat tietenkin kansanterveyden näkökulmasta huolestuttavia. Selkeästi liikunnan lisäämiselle on suuri tarve ihmisten hyvinvoinnin kannalta.

## 6 Asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen teorialta

Aikaisemmassa kilpailuvertailussa huomattiin, että pelkästään Kirkkonummen alueella toimijoita on paljon ja kilpailu liikkujista on kovaa. UKK-instituutin liikuntasuosituksen mukaan ihmiset tarvitsevat liikuntaa. Monella ihmisellä on kuitenkin kaikkien suositusten mukaan vaikea löytää motivaatiota liikkumiseen. Ihmiset ovat erilaisia ja heitä ohjaavat erilaiset motivaatiot liikunnan pariin. Yrityksen on hyvä tunnistaa näitä motivaatioita, jotta se pystyy tuottamaan asiakkaalleen hänen haluamaansa arvoa. Asiakasarvojen ymmärtämisen perusteella voidaan myös yrittää ymmärtää miksi hyvin alkanut motivaatio saattaa kadota liikunnasta.

Asiakastarpeiden ymmärtämiseen löytyy useita teorioita ja menetelmiä. Kaksi lähestymistapaa, joita voisi käyttää hyväksi ymmärtämään erilaisten asiakkaiden tarvetta ovat Maslow'n tarvehierarkia ja Jobs to be Done JTBD-teoria.

JTBD-teoria että Maslow'n tarvehierarkia käsittelevät ihmisten tarpeita ja motivaatioita, ne ovat kuitenkin kaksi erilaista lähestymistapaa ja ne keskittyvät erilaisiin näkökulmiin (Ulwick 2017), (Foley 2021).

Tähän opinnäytetyöhön on valikoitunut juuri nämä tavat, koska niiden avulla voidaan tunnistaa tarve ja motivaatio. Mikä ajaa aikuiset ihmiset liikunnan pariin ja onko jo teorian avulla havaittavissa tiettyjä avaintekijöitä, joita voisi hyödyntää asiakasymmärryksessä ja sen kautta luoda parempia asiakaskokemuksia. Ensimmäinen on hyvä ymmärtää mihin kumpikin teoria keskittyy.

### 6.1 Jobs to be Done (JTBD)

Jobs-to-be-Done - teorian on ensimmäisenä esitellyt Harvard Business Schoolin professori Clayton Christensen ja se keskittyy pääasiassa siihen, että ihmiset ostavat tuotteita tai palveluita suorittaakseen tiettyjä tehtäviä tai saavuttaakseen tiettyjä tavoitteita elämässään. Se korostaa käytännönläheistä lähestymistapaa asiakkaiden tarpeiden ymmärtämiseen ja auttaa yrityksiä suunnittelemaan tuotteita ja palveluita, jotka vastaavat näitä tarpeita. (Larson 2016).

Perusajatus JTBD-teoriassa on se, että asiakkaat palkkaavat tuotteen tai palvelun suorittaakseen tietyn tehtävän tai saavuttaakseen tavoitteet. Näitä tehtäviä kutsutaan "tehtävänanoiksi" (jobs-to-be-done). JTBD-tarkastelun avulla saavutetaan parempi ymmärrys näitä tehtävänäntöitä kohtaan. (Ulwick 2017).

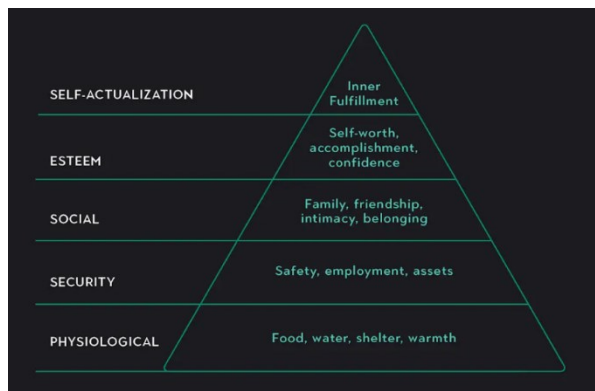
JTBD-teoriaa voidaan hyödyntää monella eri tapaa liiketoiminnan kehittämisessä. Sen neljä toimeksiantoa ovat, tuotekehitys, markkinointi, segmentointi ja innovointi. Tuotekehitys auttaa yritystä kehittämään tuotteita ja palveluita, jotka vastaavat asiakkaan tarpeita paremmin kuin kilpailijat. Tämä auttaa luomaan tuotteita tai palveluita, jotka tuovat todellista arvoa asiakkaille. Markkinointi auttaa ymmärtämään mitä asiakkaat todella haluavat saavuttaa tuotteen tai palvelun avulla, näin markkinointi viestintää voidaan kohdentamaan tarpeisiin. Tämä voi auttaa yritystä erottumaan kilpailijoista ja houkuttelemaan asiakkaita paremmin.

Segmentoinnin avulla voidaan selvittää eri asiakassegmenttejä ja näiden segmenttien ymmärtäminen auttaa yritystä kohdentamaan palveluitaan paremmin eri asiakastarpeisiin. Innovoinnin idea on kehittää tuotteita ja palveluita vastaamaan tarpeita, jotka ovat tulleet ilmi JTBT-teorian avulla.

Yhteenvetona JTBD-teoria auttaa yrityksiä keskittymään enemmän asiakkaan tarpeisiin ja haluihin, mikä voi johtaa parempaan tuotekehitykseen, markkinointiin ja lopulta liiketoiminnan menestykseen. (Clayton et al.,2016).

## 6.2 Maslow´n tarvehierarkia.

Maslow'n tarvehierarkia kehitti yhdysvaltalainen psykologi Abraham Maslow ja se on yksi hänen tunnetuimmista teorioistaan. Hän esitteli sen ensimmäisen kerran vuonna 1943 artikkelissaan "A Theory of Human Motivation". Tarvehierarkia tarkastelee ihmisen motivaatiota ja tarpeita viidellä eri tasolla, alkaen perustarpeista ja nousee kohti korkeamman tason tarpeita. Hierarkia tarjoaa viitekehyksen ihmisen käyttäytymisen ja motivaation ymmärtämiseen ja korostaa yksilön kehittymistä ja itsensä toteuttamista. Maslow'n teoria on ollut vaikuttava ja tunnettu ihmisen motivaation ja tarpeiden ymmärtämisessä (Foley 2021).



Kuvio 5: Maslow´n tarvehierarkia pyramidi (Foley 2021).

Maslown mukaan ihmisellä on perustarpeet, jotka tulee tyydyttää riittävässä määrin, kunnes hän alkaa etsiä tyydytystä korkeammille tarpeille. Yllä olevassa kuviossa näkyy hierarkia järjestyksessä. Maslown mukaan ihmisten hierarkkinen järjestys on seuraavanlainen 1.) fysiologiset tarpeet 2.) turvallisuuden tarpeet 3.) yhteenkuuluvuuden tarpeet 4.) arvoannon tarpeet 5.) itsensä toteuttamisen tarpeet. Maslown hierarkiaa on paljon moitittu epäselväksi, mutta sitä on laajasti hyödynnetty esimerkiksi markkinoinnissa, työpsykologiassa ja johtajakoulutuksessa (Foley 2021).

## 6.3 Arvon elementit

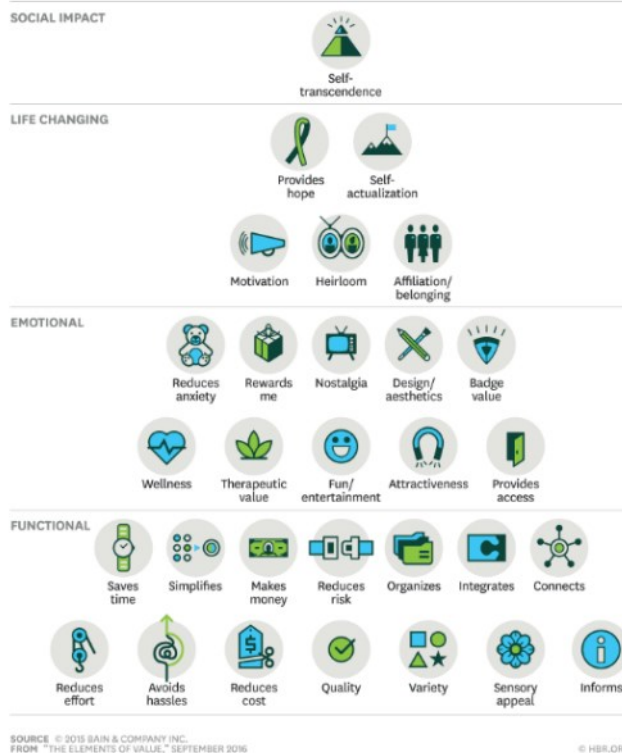
Maslown hierarkiaa on käytetty liikemaailmassa ymmärtämään asiakkaan tarpeita ja näin hienosäätämään tuotteita/tai palveluita. Mielenkiintoisen näkemyksen kuinka Maslown hierarkiaa on käytetty pohjana, tarjoaa Harvard Business Review artikkeli "The Elements of the Value",

jonka kirjoittajat Eric Almquist, John Senior ja Nicolas Bloch ovat laajentaneet Maslown tarvehierarkiaa keskittymällä ihmisiin kuluttajina ja kuvaamalla heidän käyttäytymistään tuotteiden ja palveluiden ympärillä. Kirjoittajat ovat analysoineet yli 10000 kuluttajien arvostelua yli 50 sivustolla ovat tunnistaneeet 30 arvo elementtiä, joita kuluttajat arvostavat tuotteissa ja palveluissa. Nämä elementit ovat jaettu neljään kategoriaan: 1.) Toiminalliset elementit 2.) Emotionaaliset elementit 3.) Elämää muuttavat elementit 4.) Sosiaalisen vaikutuksen elementit. Tutkimuksen mukaan ne yritykset, jotka pystyvät tarjoamaan useimpia näitä elementtejä palveluissaan/tuotteissaan menestyivät paremmin ja saivat korkeat pisteet asiakastytyväisyydessä (NPS). (Almquist et al., 2016).

Tämä 30 elementin arvo tarjoaa mielenkiintoisen lähestymistavan, kuinka yritys voi parantaa palvelua/tuotetta tunnistamalla omassa toiminnassaan arvoja tuottavia elementtejä. On hyvä muistaa, että elementtien merkitys vaihtelee toimialan mukaan kuten myös väestörakenteen mukaan (Almquist et al., 2016). Alla olevasta kuvoista (kuvio 7) näkee artikkelissa tunnistetut arvoelementit. Niin kuin Maslown teoriassakin, niin tässäkin täytyy ensi peruselementtien täyttyä, jotta voidaan tarjota korkeamman tason elementtejä. Teorioiden mukaan huipulla olevat elementit ovat arvojen voimakkaimmat muodot, joihin ihmisen pyrkii. (Almquist et al., 2016).

#### The Elements of Value Pyramid

Products and services deliver fundamental elements of value that address four kinds of needs: functional, emotional, life changing, and social impact. In general, the more elements provided, the greater customers' loyalty and the higher the company's sustained revenue growth.

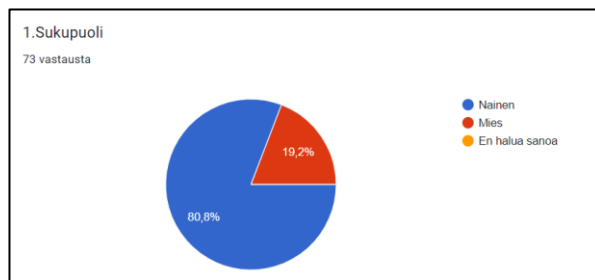


Kuvio 6 : 30 arvon elementtiä. (Almquist et al., 2016).

## 7 Asiakaskysely

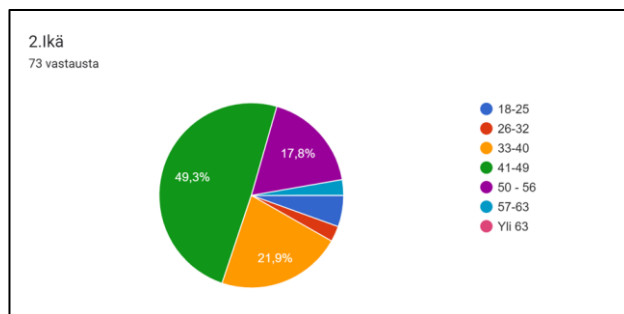
Asiakaskysely (liite 1) on lähetetty kaikille Crossfit Kirkkonummen asiakkaille, kyselyssä tarkasteltiin yleisesti liikuntatottumuksia ja motivaatiota liikuntaan. Asiakaskysely tehtiin avoimena anonyymina linkkinä Crossfit Kirkkonummen Facebook sivulla, joka tavoitti noin 400 Crossfit Kirkkonummen jäsentä.

Kyselyyn saatiin kaiken kaikkiaan seitsemänkymmentäkolme vastausta. Vastanneista 80 % oli naisia ja 19 % miehiä (Kuvio 8.)



Kuvio 7: sukupuoli vastauksissa (Asiakaskysely 2022).

Ikäjakauma kyselyn tuloksissa oli hyvin selkeä, vastaajista 49 % olivat 41-49- vuotiaita. Seuraavaksi korkein vastausprosentti oli ikäluokassa 33-40- vuotiaat, joita oli vastaajista 22 % (Kuvio 9.)



Kuvio 8 : Ikäjakauma vastauksissa (Asiakaskysely 2022).

Crossfit Kirkkonummen suurin asiakasryhmä on 41-49- vuotiaat naiset, joka näkyy myös selkeästi vastauksien tuloksissa. Tämä sama kävi myös ilmi haastattellessa Timo-Pekka Koljosta (Koljonen 2022)

Kyselyn kysymykset muotoiltiin niin, että niiden taustalta kävi ilmi, mitkä motivaattorit saavat asiakkaat liikunnan pariin. Vaikka tiedossa oli jo etukäteen, mikä on suurin asiakassegmentti (41-49-vuotiaat naiset), niin haluttiin myös kyselyn avulla tuoda tämä ikäryhmä esille lukuina. Kirkkonummi on tunnettu siitä, että siellä asuu paljon lapsiperheitä, kuten Ilta-Sanomien artikkelissa jo 2013 todetaan ja määrä on vain vuosien saatossa kasvanut (Alavalkama 2013) Vastaajien ja harrastajien ikäjakauma selittyy siis hyvin paljon alueen demografialla, kuten myös alla olevasta kuviosta näkyy (Kuvio 9).

## Kuntien avainluvut muuttujina Alue 2023, Tiedot ja Vuosi

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Kirkkonummi						
Väkiluku	39 170	39 262	39 586	40 082	40 433	40 722
15-64-vuotiaita, %	63,8	63,7	63,9	64,1	64,1	64,3
Perheitä	10 920	10 958	11 020	11 173	11 306	11 358

Kuvio 9 : Tilastotietoa Kirkkonummen väestöluvuista. (Tilastokeskus 2024).

Kyselyn tuloksia analysoitiin lähinnä kvalitatiivisen vastausten perusteella. Avoimissa kysymyksissä oli kysymys ” Kerro vapaasti mikä saa sinut harrastamaan liikuntaa ja mikä sinua motivoi treenaamisessa” johon kyselyssä saatiin 53 vastausta. Vastauksista ryhmiteltiin eri väreillä niitä vastauksia, joita voitiin panna saman kategorian alle. Vastauksissa oli hyvin paljon samankaltaisia vastauksia ja niitä oli helppo ryhmitellä ja löytää yhtenäisiä motivaattoreita. Kyselyn vastaukset olivat hyvin yleismaailmallisia ja sopivat hyvin ihmisten perustarpeiden määrittämiseen. Esimerkiksi yksi suurimmista liikunnan motivaattoreista oli oman hyvinvoinnin parantaminen, johon liittyy painonhallinta, stressin hallinta ja hyvä olo. Tämä vastaa jo monien ihmisten perustarpeisiin.

## 8 Kyselyn tulosten soveltaminen teoreettisiin malleihin

Asiakaskyselyn analysoinnin perusteella on alettu tutkia, miten asiakastarveteorioita voitaisiin hyödyntää asiakasymmärryksen syventämisessä. Tarkoituksena ei ole ymmärtää, mitkä tekijät ohjaavat ja motivoivat asiakkaita tekemään ostopäätöksiä, vaan selvittää, kuinka asiakassuhdetta ylläpidetään. Voisiko tulosten perusteella luoda paremman asiakaskokemuksen, jotta asiakassuhde olisi kestävämpi. Teorioiden mallintamisessa on hyödynnetty myös UKK-instituutin tarjoamaa tietoa työikäisten ihmisten liikuntasuosituksista ja niiden toteutumisesta. Tämän lisäksi on otettu huomioon alueen kilpailutilanne ja teorioiden avulla on pyritty hahmotamaan, miten voitaisiin saavuttaa kilpailuetua tarjoamalla asiakkaille enemmän arvoa.

Teoreettisiin malleihin on valikoitunut aikaisemmin tässä työssä esitelty Job to be Done -teoria ja Maslown tarvehierarkia -teoria. Kummatkin lähestymistavat ovat tarjonneen uusia ja mielenkiintoisia näkökulmia asiakkaiden motivaatioon ja jopa syihin, miksi motivaatio saattaa hiipua.

### 8.1 Jobs to be Done

Ensimmäisenä lähestymistapana otettiin käyttöön Jobs to be Done -teoria, joka auttaa syventämään ymmärrystä siitä, miksi asiakkaat ostavat tiettyjä palveluita ja tuotteita (Clayton et

al.,2016). Teoriaa tutkiessa on käytetty muunnellusti Courseran mallipohjaa, jossa asiakkaan tarvetta on pohdittu seuraavien kohtien mukaisesti: 1) Job to be done, jossa määritellään asiakkaan tehtävä, joka hänen tulee suorittaa. 2) Motivaatio, jossa selvitetään asiakkaan motivaatiota tehtävän suorittamiseen. 3) Nykytilanne, jossa mietitään miten asiakkaat suoriutuvat tällä hetkellä ilman crossfit Kirkkonummen palveluita. 4) Toivottu tulos, jossa kuvaillaan millaisen lopputuloksen asiakas, haluaa saavuttaa suorittaessaan tehtävän. 5) Ratkaisut, jossa kuvataan kuinka crossfit Kirkkonummi auttaa saavuttamaan toivotun tuloksen. 6) Kilpailuedut, jossa analysoidaan, miksi crossfit Kirkkonummen palvelut olisivat paremmat kuin kilpailijoiden. (Coursera 2023). Edellä mainittujen kohtien avulla, on tehty alla oleva mallinnuskuvio pohjautuen asiakaskyselyn tuloksiin.

<b>Job to be done (tehtävänanto)</b>	Oman hyvinvoinnin ylläpito, liikuntasuosituksen noudattaminen
<b>Motivaatio</b>	Tavoitteet, hyvä olo, stressin väheneminen, oma terveys, painonhallinta, yhteisöllisyys
<b>Nykytilanne</b>	Liikuntasuositukset eivät täyty, kiireellisyys, tavoitteeton liikkuminen,
<b>Toivottu tulos</b>	Liikunnasta tulisi säännöllistä ja se täyttäisi liikuntasuositukset. Oma elämänlaatu paranee.
<b>Ratkaisu</b>	Ammattilaisen tekemä viikkosuunnitelma joka tukee kunnon nousua. Ohjatut tunnit.
<b>Kilpailuetu</b>	Valmentajien henkilökohtainen neuvonta, tuntien alussa kerrotaan liikkeiden vaikutukset hyvinvointiin. Kerrotaan tarkemmin mihin harjoitukset perustuvat. Ravintovalmennus

Kuvio 10 : Jobs to be done mallitaulukko (mukaillen Coursera 2023).

Ensimmäiseen sarakkeeseen pohdittiin tehtävää jonka, asiakkaan on suoritettava. Asiakaskyselyssä esitettiin kysymys: ”Kerro vapaasti, mikä saa sinut harrastamaan liikuntaa ja mikä sinua motivoi treenaamisessa.” Vastauksissa oman hyvinvoinnin ylläpito näytti olevan suurimman osan vastaajien tavoitteena. Yhdistämällä nämä vastaukset UKK-instituutin tutkimuksiin ja suosituksiin voimme päätellä, että asiakkaan tärkein tehtävä on oman hyvinvoinnin ylläpitäminen ja liikuntasuosituksen noudattaminen.

Tehtävän tiedostamisen jälkeen pohdittiin kohtia motivaatio ja nykytilanne. Näiden kohtien avulla yritettiin kartoittaa mitkä tekijät motivoivat asiakkaita suorittamaan tehtävänannon ja mitä esteitä, asiakkaat kohtaavat, etteivät saa tehtävää suoritettua. Kyselyn tuloksissa kävi ilmi, että moni vastaajista halusi hyvää oloa, stressin vähentämistä, painonhallintaa ja lisäksi myös yhteisöllisyyttä.

*”Fyysisen kunnon ylläpitäminen, hyvä olo sekä fyysisesti että henkisesti (Asiakaskysely, 2022).*

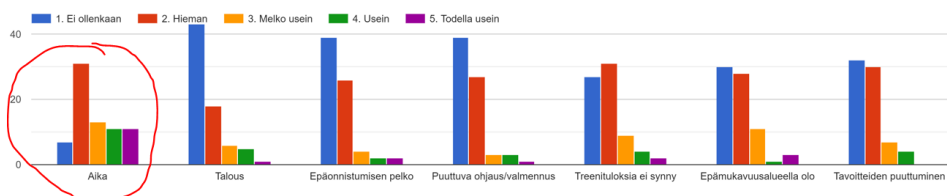
*”Stressin ja painon hallinta, parempi uni, ihana treenin jälkeinen fiilis” (Asiakaskysely, 2022).*

*”Oma hyvinvointi, stressin poisto, yhteisöllisyys. Treenikaverit.” (Asiakaskysely, 2022).*

Monia motivoi treenikavereiden tuki sekä yhteinen tekeminen. Tulokset motivaatio tekijöistä olivat hyvin selkeitä ja konkreettisia ja sellaisia, jotka ovat hyvin tarpeellisia jokaisen ihmisen elämässä.

Nykytilanteen kartoittamisen avulla pohdittiin, millaisia esteitä asiakas kokee, jotta ei saa tehtävää suoritettua. Kyselyn vastauksista kävi ilmi, että aika oli yksi suurin este liikunnan harrastamiseen. Kysely teetettiin crossfit Kirkkonummen jäsenille, joten kyselyn perusteella ei käynyt ilmi, että crossfit Kirkkonummella olisi puuttuva ohjaus tai, että taloudellinen tilanne olisi esteenä liikkumiselle. Yleisellä tasolla voitaisiin kuitenkin ajatella, että nimenomaan puuttuva valmennus ja tavoitteiden puuttuminen olisi este liikunnan harrastamiselle. (Kuvio 11.)

5. Kuinka usein koet seuraavien tekijöiden olevan motivaation esteenä liikkumiselle/treenaamiselle?



Kuvio 11: Motivaation esteet liikkumiselle

Nykytilanteen kartoittamisen jälkeen selvitettiin mikä on toivottu tulos, kyselyn avoimien vastauksien perusteella selvisi, että vastaajat toivovat liikunnan olevan säännöllistä ja täten parantaa heidän hyvinvointiaan. Monet kirjoittavat, että toivovat liikunnan tuovan heille kokonaisvaltaisesti hyvää oloa mikä auttaa jaksamaan paremmin.

*”Se, että voin hyvin, kun treenaan säännöllisesti” (Asiakaskysely, 2022).*

*”Oma hyvinvointi ja terveys” (Asiakaskysely, 2022).*

*”Fyysisen kunnon ylläpitäminen, hyvä olo sekä fyysisesti että henkisesti” (Asiakaskysely, 2022).* Toivottujen tuloksien perusteella analysoitiin ratkaisu ongelmaan. Yleisellä tasolla viitaten UKK-instituutin tutkimuksiin ratkaisut voisivat olla säännöllinen liikkuminen jonkun ohjaamana, niin että liikkumisen tukena olisi seuranta ja tavoitteet, mikä motivoi jaksamaan liikkumaan säännöllisesti. Kyselyn vastauksien perusteella crossfit Kirkkonummen asiakkaat kokevat ratkaisun olevan pitkälti hyvin suunnitellussa ja monipuolisessa harjoittelussa, jossa valmentaja tuki koetaan hyvin tärkeäksi.

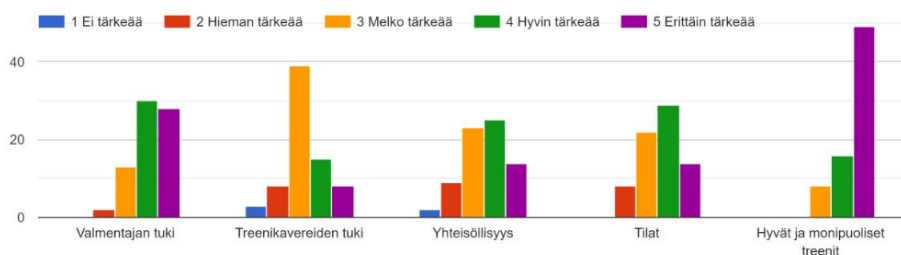
*”Toimintakyvyn ja jaksamisen ylläpito. Yksin ei ikinä venyisi samoihin suorituksiin, ryhmäpaine ja wodconnectin nerokas tapa seurata kehitystä motivoi” (Asiakaskysely, 2022).*

”Se hyvän olon tunne, mikä liikunnasta tulee. Halu pitää itsestä ja huonosta kunnosta huolta. Crossfitkirkkonummi motivoi monipuolisilla treenillä ja huippu ohjauksella. Ei tarvi miettiä, että minkä treenin tekis (en edes osaisi ajatella treenejä monipuolisesti) vaan sen kun mars-sii tunnille ja tekee mitä koutsit suunnitellut. ” (Asiakaskysely, 2022).

”Se on vaan niin älyttömän kivaa, nautin harrastamisesta. Ja on se voimaannuttavaa, kun huomaat että jaksat ja pystyt suoriutumaan eri liikkeistä. Antaa uskoa, että pärjää myös muilla elämän alueilla. Itselleni matka on tärkein, ei niinkään tulokset (vaikka toki on kivaa, jos edistyy)” (Asiakaskysely, 2022).

Ratkaisuksi nähtiin kyselyn vastauksien perusteella olevan ennen kaikkea hyvät ja monipuoliset treenit, valmentajan tuki treenin aikana ja yhteisöllisyys, mitä myös kuviosta 12 voidaan myös päätellä.

10. Crossfit Kirkkonummella koen seuraavat asiat tärkeäksi:

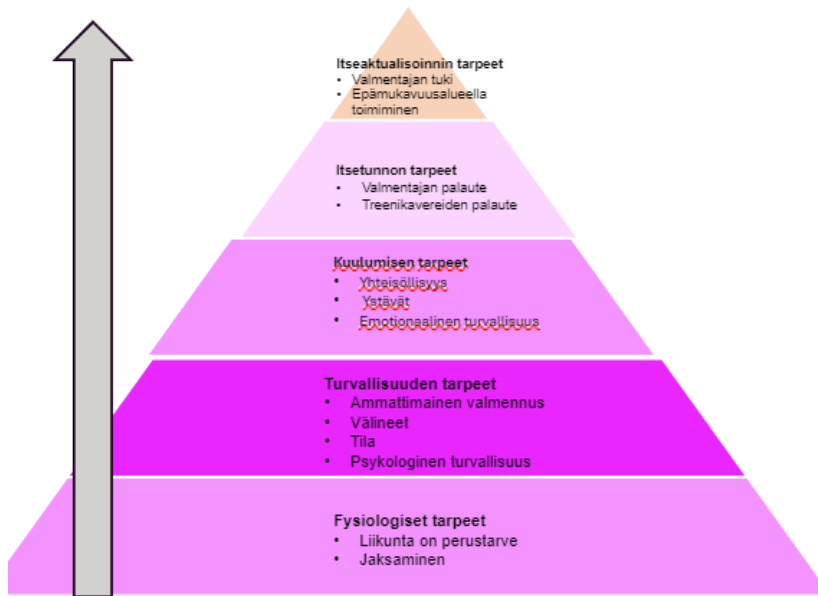


Kuvio 12: Asiakkaille tärkeät motivaation lähteet. (Asiakaskysely 2022).

Lopuksi edellä mainittujen kohtien perusteella pohdittiin mikä olisi crossfit Kirkkonummen kilpailuetu muihin toimijoihin verrattuna. Loppupäätelmänä voitaisiin sanoa, että valmentajien tuki nousee, kyselynkäin perusteella tärkeäksi aspektiksi, joten tähän panostaminen toisi crossfit Kirkkonummelle merkittävän kilpailuedun. Tähän lisäyksenä kyselyssä toivottiin kokonaisvaltaista neuvontaa ja tukea hyvinvoinnin ylläpitoon

## 8.2 Maslow´n tarvehierarkia teoria

Toisena opinnäytetyöhön käytettiin Maslown tarvehierarkian teoriaa. Tämä teoria on Jobs to be Done teoriaa psykologisempi lähetystapa. Teorian kautta voidaan saada ymmärrys mikä saa asiakkaan motivoitumaan ja mitä tarpeita hänellä on. (Foley 2021). Tutkimuksessa käytettiin Maslown tarvehierarkian pyramidia, missä käsitellään asiakkaan tarpeita viidellä eri tasolla, alkaen perustarpeista ja nousemisen kohti korkeamman tason tarpeita. Maslown mukaan ihmisen tarvitsee ensin täyttää perustarpeensa, ennenkuin hän voi edetä kohti korkeimpia tarpeita. Nämä viisi perustarvetta ovat Maslown mukaan: fysiologiset tarpeet, turvallisuuden tarpeet, kuulumisen tarpeet, itsetunnon tarpeet ja itsensä toteuttamisen tarpeet. (Foley 2021). Edellä mainittujen tarpeiden avulla tehtiin alla oleva mallinnuskuvio, jossa käytettiin taustatietona UKK- instituutin tutkimuksia ja crossfit Kirkkonummen asiakaskyselyä.



Kuvio 13: Maslow'n tarvehierarkia mallinus Crossfit Kirkkonummen näkökulmasta (Mukailtu Maslow´n tarvehierarkia pyramidia 2024).

### 8.2.1 Fysiologiset tarpeet

Opinnäytetyössä on tarkasteltu ihmisten tarpeita Maslow'n teorian mukaan alhaalta ylöspäin. Ensimmäiseksi ihmiset pitää täyttää fysiologiset tarpeet. Fysiologiset tarpeet ovat ihmisen perustarpeita, joita ilman ihmisen ei pysty toimimaan esimerkiksi ruoka, vesi, lämpö, hengittäminen. Näillä tarpeilla ihminen pystyy ylläpitämään normaalia elintoimintaa. (Foley,2021) Syventämällä ymmärrystämme asiakkaan perustarpeesta, ottaen huomioon asiakaskyselyn tulokset ja UKK-instituutin suositukset, voimme paremmin ymmärtää asiakkaan tarpeita Crossfit Kirkkonummen toiminnassa. Tämän perusteella voidaan päätellä, että asiakkaan perusfysiologinen tarve on liikkuminen. Liikkuminen tuo ihmiselle hyvinvointia ja ilman liikuntaa ihmisen on vaikea ylläpitää elimistön tasapainoista toimintaa.

*”Haluan elää hyvää, tasapainoista elämää ja siihen kuuluu itsestä huolen pitäminen. Ja tietenkin haluan olla voimakas ja jaksaa perusarkea” (Asiakaskysely, 2022).*

Crossfit Kirkkonummen toiminnan perustana on tarjota liikuntapalvelua asiakkaalle. Liikunta-ala itsessään vastaa ihmisen fysiologiseen perustarpeeseen; liikkumisen tarpeeseen. Jos mietimme samaa asiaa esimerkiksi elintarvikeliikkeiden liiketoimintamallia niin elintarvikkeet (ruoka) on ihmisen perusfysiologinen tarve, joten elintarviketeollisuuden perustana on täyttää ihmisen nälkä, jotta ihmiskeho pystyy toimimaan optimaalisesti.

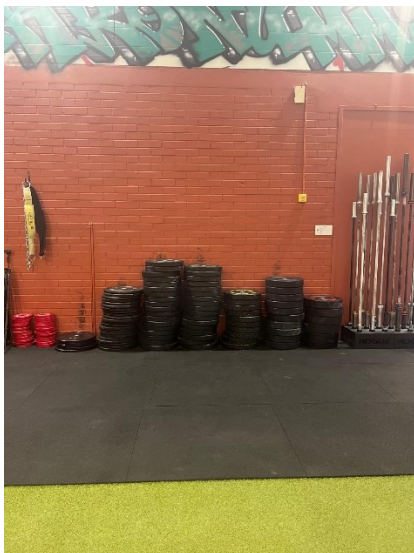
Yksinomaan ihmisen tässä tapauksessa asiakkaan perustarpeen täyttäminen ei tuota liiketoiminnalle varsinaista kilpailuetua. Perustarpeen täytyttyä asiakas alkaa etenemään tarvehierarkiassa eteenpäin kohti koreamman tason tarpeita, jolloin liiketoiminnan on hyvä

kartoittaa myös seuraavien tasojen tarpeet, jotta pystyisi tuottamaan asiakkailleen parempaa asiakaskokemusta. Tämä samaa teoriaa pohdittiin myös aikaisemmin mainitussa Harvard Business Review artikkelissa ”The elements of Value”, jossa tunnistettiin 30 elementtiä, joita lisäämällä voidaan saavuttaa parempia asiakaskokemuksia ja tätä kautta sitouttaa asiakkaita pidempiaikaiseen asiakassuhteeseen (Almquist et al., 2016).

### 8.2.2 Turvallisuuden tarpeet

Maslown tarvehierarkian seuraavalla tasolla on turvallisuuden tarpeet. Turvallisuuden tarpeessa korostuu ihmisen henkilökohtainen turvallisuus. Teorian mukaan tähän tasoon kuuluu emotionaalinen, taloudellinen ja terveyden turvallisuus. Mikäli ihmisellä ei täyty turvallisuuden tunne, niin hän ei lähde etsimään korkeamman tason tarpeita (Foley 2021). Crossfit Kirkkonummen liiketoimintaa peilaten voidaan tarkastella, millaisilla elementeillä ihmisellä täyttyy turvallisuuden tarve.

Asiakkaiden kannalta on hyvä ottaa huomioon niin fyysinen kuin psykologinen turvallinen. Asiakkaan on tunnettava harjoitusten aikana, että hänen fyysinen turvallisuutensa ei ole uhattuna. Fyysistä turvallisuutta pystytään antamaan toimivalla tilalla ja oikeilla välineillä. Ammattimainen valmennus lisää myös turvallisuuden tunnetta. Välineet salilla on oltava ehjiä ja huolletuna. Tilojen pitää olla toiminnalle tarkoituksen mukaisena. Tilat ja välineet saattavat olla monelle asiakkaalle yksistään selvä asia, joita ei edes tule ajatelleeksi, turvallisuuden kannalta ennen kuin asia ei näin olekaan. Liiketoiminnan kannalta onkin hyvin tärkeää, että tilat ja varusteet ovat asianmukaiset. Tilojen ja varusteiden suhteen asiakaskyselyssä ei tullut esille mitään mikä olisi pielessä. Varusteet ja tilat ovat erinomaisessa kunnossa.



Kuva 2: Crossfit välineistöä

Ammattimainen valmennus on yksi turvallisuuden kulmakivistä crossfit-harrastuksessa. Kuten jo crossfit-harrastuksen esittelyssä kävi ilmi, että laji on suhteellisen vaativa ja liikkeet, jotka sisältyvät harrastukseen saattavat olla haasteellisia. Kokonaisuudessaan ammattimainen

valmennus Crossfit-harrastuksessa liittyy turvallisuuden tunteeseen tarjoamalla asiantuntevaa ohjausta, yksilöllistä neuvontaa ja valvontaa, mikä auttaa asiakkaita harjoittelemaan turvallisesti ja tehokkaasti.

*”Se hyvän olon tunne, mikä liikunnasta tulee. Halu pitää itsestä ja huonosta kunnosta huolta. Crossfitkirkkonummi motivoi monipuolisilla treenillä ja huippu ohjauksella. Ei tarvi miettiä, että minkä treenin tekis (en edes osaisi ajatella treenejä monipuolisesti) vaan sen kun marssii tunnille ja tekee mitä koutsit suunnitellut” (Asiakaskysely, 2022).*

Asiakaskyselyssä esille tuli yhden asiakkaan kommentti, jossa toivottiin hieman henkilökohtaisempaa kiinnostusta tekemiseen, oikean tekniikan huomioimiseen ja toppuuttelua painojen suhteen. Kommentista voi päätellä, että kyseinen asiakas etsii sekä fyysistä turvallisuutta että emotionaalista turvallisuutta ja tunnetta siitä, että hänen tarpeensa ja tavoitteensa otetaan vakavasti, ja että hän saa tarvitsemaansa tukea ja ohjausta harjoittelussaan.

*”Odotin että varsinkin alku HK:ssa olisi ollut vähän henkilökohtaisempaa. Ehkä se tarvitseville olikin, itse en kokenut, että kukaan olisi ollut erityisen kiinnostunut tekemisistäni. Mieleen tuli, että ehkä ihan huonokuntoisimmat ainakin olisivat alussa kaivanneet vähän toppuuttelua esim. painojen suhteen. Osa valmentajista kiinnitti tosi paljon huomiota liikkeiden tekniikkaan, ei kaikki. Kukaan ei ole kysynyt mitään tavoitteista tai niiden seuraamisesta” (Asiakaskysely, 2022).*

Emotionaalinen ja psykologinen turvallisuuden tunne ovat äärimmäisen tärkeitä. Liiketoiminnassa onkin tärkeää ottaa huomioon nämä tarpeet, sillä jos asiakas kokee olevansa psykologisesti turvallisessa ympäristössä, hän todennäköisemmin sitoutuu asiakkaana.

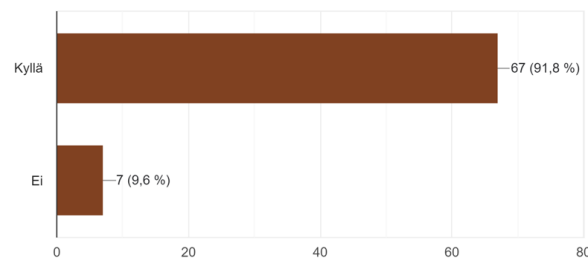
Taloudellista turvallisuutta ei tässä työssä lähdetty kartoittamaan sen tarkemmin. Crossfit Kirkkonummen asiakkaat eivät kokeneet kyselyn mukaan, että taloudellinen tila olisi ollut este liikunnan harrastamiselle. Crossfit Kirkkonummen kuukausimaksu perustuu kerran kuukaudessa perustuvaan jäsenmakuun ja tämä jäsenmaksu ei vaadi pidempiaikaista sitoutumista. Asiakkaan tulee ilmoittaa noin pari päivää ennen seuraavan kuukauden alkua, jos hän haluaa pitää harjoittelusta taukoa. Tämä on joustava ja turvallinen tapa asiakkaille erilaisten elämäntilanteiden varalle.

### 8.2.3 Kuulumisen tarpeet

Asiakkaan tuntiessa fysiologiset ja turvallisuuden tarpeet täytetyksi hän alkaa edetä hierarkiassa eteenpäin ja etsii yhteenkuulumisen tarpeita. Tälle tasolle on ominaista tarve rakastaa ja tuntea itsensä rakastetuksi sekä saada vastavuoroinen tunne yhteenkuuluvuudesta. Maslow ajatteli, että yksinäisyys, masennus ja ahdistus olivat seurauksia siitä, ettei näitä tarpeita pystytä tyydyttämään, joita voimme ajatella ystävyudeksi, läheisyydeksi, luottamukseksi ja rakkaudeksi (Foley 2021).

Crossfit harrastuksen yksi suurimmista elementeistä on yhteisöllisyys (luku 2). Yhteisöllisyyden tarve näkyy myös asiakaskyselyn tuloksissa. Asiakaskyselyn mukaan (kuvio 12) 92 % vastaajista kokivat, että treenikaverit sekä valmentajat ottivat heidät huomioon aloittaessaan crossfit Kirkkonummella, vain 10 % vastaajista olivat erimieltä.

8. Koitko, että sinut otettiin kokonaisvaltaisesti huomioon aloittaessasi CrossFit Kirkkonummella ja sait tarvittavaa apua ja tukea treenin aloittamiseen, sekä valmentajilta että kanssatreenaajilta?  
73 vastausta



Kuvio 14: Kokonaisvaltainen huomioon ottaminen Crossfit Kirkkonummella

Kyselyssä pyrittiin kartoittamaan, miksi osa vastaajista kokivat, etteivät saaneet kokonaisvaltaista huomiota ja tukea aloittaessaan. Yksi vastaajista koki kiusalliseksi paritreeneit, ”Paritreeneissä oli kiusallista etsiä paria, kun ei tuntenut ketään” Tästä huomaa kuinka ihminen tuntee tarvetta yhteenkuuluvuuteen. Yhteisöllisyyden tärkeys näkyy myös asiakaskyselyn tuloksissa. Kyselyn kohdassa ”kerro vapaasti mikä saa sinut harrastamaan liikuntaa ja mikä motivoi sinua treenaamisessa” useat vastaajat ilmaisivat treenikavereiden ja valmentajien tuovan lisäarvoa harjoittelulle.

*”Hyvänolon tunne, itsensä haastaminen ja mukavat treenikaverit saa harrastamaan liikuntaa.” (Asiakaskysely 2022).*

*”Kehittyminen, kaverit” (Asiakaskysely 2022).*

*”Oma hyvinvointi, stressin poisto, yhteisöllisyys.” (Asiakaskysely 2022).*

*”Treenikaverit” (Asiakaskysely 2022).*

*” Yksin ei ikinä venyisi samoihin suorituksiin” (Asiakaskysely 2022).*

#### 8.2.4 Itsetunnon tarpeet

Maslow ajatteli, että kun kolmen ensimmäisen tason fyysiset, sosiaaliset ja henkilökohtaiset tarpeet on tyydytetty, yksilöt voivat tämän jälkeen suunnata energiansa vakaan arvostuksen saavuttamiseen sekä muiden että itsensä taholta (Foley 2021). Mallinnuksessa (Kuvio 11). itsetunnon tarpeeksi on tunnistettu treenikavereiden ja valmentajien tuen tärkeys. Tässä tarpeessa tuen tärkeys ei liity enää yhteisöllisyyteen vaan siihen, että ihminen tarvitsee arvostusta omista saavutuksistaan. Ilman tätä arvostuksen tunnetta ihmisen motivaatio saattaa

kadota harrastamiseen. On tärkeää huomata, että tämä arvostus ei voi olla perustelematonta: sen on perustuttava todellisiin saavutuksiin (Foley 2021). Arvostuksen ja onnistumisen tärkeys nousee kyselyn perusteella tärkeäksi osaksi motivaation ylläpitoon.

*“Motivaatiota tuo onnistumiset ja itsensä ylittäminen” (Asiakaskysely, 2022).*

*“Liikunnan jälkeinen hyvänolon tunne ja se, että tuntee kehittyvänsä. Motivaatio kärsii, jos tuntuu ettei pääse eteenpäin” (Asiakaskysely, 2022).*

*“Fiilis mikä tulee aina treenin jälkeen, itsensä voittaminen ja omien tulosten parantaminen” (Asiakaskysely, 2022).*

Arvostuksen saavutuksia voivat olla myös ulkonäköön liittyvät onnistumiset kuten, painon hallinta, lihaksikas ja treenattu ulkonäkö. Yleisesti ulkonäköön liittyvät saavutukset tuovat arvostuksen tunnetta muilta ihmisiltä.

*“Haluan pysyä kunnossa (koko elämäni) ja se, miltä vartaloni näyttää, on minulle tärkeää” (Asiakaskysely, 2022).*

*“Haluan olla paremmassa kunnossa kuin keskiarvollisesti, Eikä se treenattu kroppa näytä ja tunnu yhtään pahalta 😊” (Asiakaskysely, 2022).*

*“Oma hyvinvointi ja ulkonäkö saa harrastamaan liikuntaa” (Asiakaskysely, 2022).*

*“hyvä olo treenin jälkeen sekä että mahtuu vaatteisiin” (Asiakaskysely, 2022).*

*“Oman kunnan kohoaminen ja laihtuminen/kiinteytyminen. Hyvän olon tunne treenaamisen jälkeen” (Asiakaskysely, 2022).*

*“Haluan parantaa kuntoani, ja pudottaa painoa” (Asiakaskysely, 2022).*

#### 8.2.5 Itsensä toteuttamisen tarpeet

Maslow´n tarvehierarkian mukaan ylimmällä tasolla ovat itsetoteuttamisen tarpeet, jotka voivat ilmetä esimerkiksi tarpeena itsensä kehittämiseen, potentiaalinsa täysimittaiseen hyödyntämiseen ja henkilökohtaiseen kasvuun. Pyrkimys itsensä toteuttamiseen perustuu yksilön tavoitteisiin tai motiiveihin (Foley 2021). Crossfit harrastuksessa nämä tarpeet voivat ilmetä esimerkiksi haluna ylittää omia rajojaan, asettaa ja saavuttaa haasteellisia tavoitteita sekä kehittyä fyysisesti, henkisesti ja sosiaalisesti.

Opinnäytetyössä on asetettu tavoitteet ja motivaatiot peilaamalla asiakaskyselyn tuloksia yleisesti crossfit harrastuksen tavoitteisiin. Täyden potentiaalinsa saavuttaminen vaatii usein yksilöltä omalle epämukavuusalueelle astumista, ja tässä valmentajien tuki ja ammattitaidot korostuvat. Saavuttaakseen tämän potentiaalinsa, liiketoiminnan tulee mahdollistamaan asiakailleen resursseja, tarjoamalla heille monipuolisia harjoitusohjelmia, yksilöllistä

valmennusta ja kannustavaa ilmapiiriä, joka tukee jäsenten kasvua ja kehitystä täyteen potentiaaliin. Yksilöllisessä tukemisessa korostuu valmentajan ammattitaito ja kyky huomata yksilön vahvuudet ja heikkoudet. Näin valmentaja kykenee auttamaan kokonaisvaltaisesti yksilön kehittymistä. Erityisesti asiakkaan epäonnistuminen omalla epämukavuusalueellaan voi olla pelottavaa ja haastavaa, varsinkin jos siihen liittyy vielä arvottomuuden tunnetta. Tämä saattaa johtaa motivaation laskuun ja jopa asiakassuhteen katkeamiseen. Näiden resurssien tarjoaminen tuo lisäarvoa asiakkaille ja sitouttaa asiakkaan pitkäaikaisesti palveluntarjoajaan. Hyvänä esimerkkinä asiakaskyselyn tuloksista nousi näitä huomioita.

*”Treenaan jotta voisin paremmin, eikä niinkään, jotta saisin treenit tehtyä mahdollisimman nopeasti. Ainoa toive bokseille olisi lisätä AMRAP treenejä eikä niin paljon aikaa vastaan tehtäviä. Tulee huono fiilis, kun osa on valmiita, kun toiset vielä tekevät eikä ehdi aikarajan puitteissa” (Asiakaskysely, 2022).*

Yllä olevasta vastauksesta voidaan päätellä, että asiakas tuntee olevansa epämukavuusalueellaan tehdessään nopeita aikaa vastaan harjoituksia. Nämä harjoitukset kuuluvat kuitenkin hyvin vahvasti crossfitkonseptiin sillä ne kehittävät kestävyyttä, voimaa ja kehonkoordinaatiota. Harjoitukset ovat tarkoituksella haastavia ja siinä kuulukin olla epämukavuusalueella. Valmentajan rooli on erittäin tärkeä asiakkaan tukemisessa, ohjauksessa ja motivoinnissa, erityisesti silloin kun asiakas kokee epämukavuutta tai haasteita harjoittelun aikana. Yksilön ei tulisi pelätä epäonnistumista vaan ymmärtää, että haastava harjoitus parantaa hänen omaa kehitystään.

## 9 Johtopäätökset

Oppinäytetyön tarkoituksena on ollut tutkia ihmisten tarpeita ja motivaatiota liikunnan suhteen, jolloin Crossfit Kirkkonummi pystyisi palvelemaan asiakkaitaan vieläkin paremmin ja pystyisi sitouttamaan asiakkaitaan pitkäaikaisiin asiakassuhteisiin. Oppinäytetyön vaiheet ovat edenneet seuraavasti: Aluksi on tutkittu crossfitia lajina, jotta on saatu ymmärrys mihin crossfit harrastuksena perustuu ja mikä on crossfitin liiketoimintamalli. Seuraavaksi on tutustuttu Crossfit Kirkkonummen toimintaan sekä tehty kilpailuvertailu alueen muihin toimijoihin. Ymmärtääksemme paremmin ihmisten liikunnan tarpeita oppinäytetyössä on käytetty pohjatietona UKK-instituutin viimeisimpiä tutkimuksia. Saadaksemme käsityksen Crossfit Kirkkonummen asiakkaiden motivaatiosta liikunnan harrastamiseen tehtiin anonymi asiakaskysely, jonka pohjalta oppinäytetyössä mietittiin millä tieteellisillä teorioilla pystytään syventämään asiakasymmärrystä. Teorioina oppinäytetyössä käytettiin Job to be done ja Maslow´n tarvehierarkia teoriaa. Job to be Done" -teoria keskittyy asiakkaan tarpeisiin ja tavoitteisiin, kun taas Maslow'n tarvehierarkia tarjoaa viitekehyksen ihmisten motivaatiolle ja tarpeille. Yhdistämällä nämä kaksi teoriaa saadaan monipuolinen näkemys asiakkaan motivaatiosta ja tarpeista, mikä auttaa kehittämään palveluita.

Molempiin teorioihin tehtiin mallinnuskuviot, joiden pohjana käytettiin itse teoriaa, asiakaskyselyn tuloksia ja liikuntasuosituksia. Tulokset olivat hämmästyttävän yksiselitteisiä, mutta myös ajatuksia herättäviä, sillä sen avulla voitiin tunnistaa kohtia missä asiakkaan motivaatio saattaa lopahtaa. Asiakaskyselyn tarkoituksena oli alun perin ymmärtää millaisia motivaatioita erilaisilla asiakkailla on harjoitusten suhteen. Kyselyn tulokset olivat kuitenkin hyvin homogeenisiä. Tämä johtunee siitä, että Crossfit Kirkkonummen vastaajista suurin osa oli 41-49-vuotiaita, mikä vastaa Crossfit Kirkkonummen keskeistä asiakasryhmää. Kyselyn tuloksista päätelleen Crossfit Kirkkonummen asiakkaiden perustarve on oman hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen, joka saavutetaan liikunnan avulla. Asiakas ymmärtää, että liikunta on avain henkilökohtaiseen hyvinvointiin. Kuitenkin pelkkä tämän tiedostaminen ei riitä pitämään motivaatiota yllä. Motivaation säilyttämiseksi tarvitaan myös muita tekijöitä. Yhteisöllisyys, muiden hyväksyntä ja arvostus, itsearvostuksen tunne sekä oma kehittyminen ovat keskeisiä elementtejä, jotka tutkimuksen mukaan auttavat ylläpitämään motivaatiota. Motivaation heikentyessä asiakassuhde saattaa päättyä.

Ymmärtämällä nämä elementit Crossfit Kirkkonummi voi tarjota asiakkailleen kokonaisvaltaisempaa asiakaskokemusta ja näin ollen saavuttaa pidempiaikaisempia asiakassuhteita.

Tässä opinnäytetyön yhteenvedossa on tuotu tutkimuksista esiin tulokset, joiden avulla voidaan konkreettisesti tunnistaa seuraavia tärkeitä osa-alueita asiakastyytyväisyyden ja motivaation säilyttämiseksi. Crossfit Kirkkonummella toteutuu liiketoiminnan peruselementit erittäin hyvin. Tilat ja välineet ovat uusia, hyväkuntoisia ja ne takaavat monipuolisen liikunnan harrastamisen turvallisesti. Crossfit Kirkkonummin toimii crossfitlisenssin alaisuudessa, joka takaa valmentajien ammattitaidon. Näiden elementtien ylläpitäminen on yrittäjälle elintärkeää, koska ne ovat asiakkaiden perusodotuksia valmentajien pätevyyden ja salin turvallisuuden suhteen. Epäonnistuessa näissä asioissa voi se vaarantaa asiakassuhteiden kestävyyden ja asiakkaiden luottamuksen.

Opinnäytetyön pohjalta voidaan päätellä, että ihminen haluaa edistyä tavoitteissaan. Tämä tuntuu täysin luonnolliselta ihmisluonnolle. Kummankissankin teoriassa tunnistettiin, kuinka tärkeää on, että ihminen pystyy saavuttamaan haluamansa tavoitteensa. Jobs to be Done teoriassa ihmisen haluaa palkata palvelun itselleen, jotta onnistuu tehtävässään ja Maslown teorian mukaan ihminen etenee tarpeissaan aina ylemmälle tasolle, kun perustasot on täytetty.

Omaan edistymiseen ja kehitykseen liittyy paljon tunteita, jotka ovat ihmiselle arvokkaita motivaation lähteitä. Tutkimuksessa Maslow'n teoria antoi tähän paljon viitteitä kuten myös kyselyn tulokset. Saavuttaessaan harrastuksessaan turvallisuuden ja yhteenkuuluvuuden tunteet, hän alkaa löytää motivaatiota arvostuksen tunteesta, ja tämä voi auttaa häntä saavuttamaan täyden potentiaalinsa. Tutkimuksessa tunnistettiin valmentajien roolin nousevan tärkeäksi osaksi tätä prosessia. Valmentajien tehtävänä on tukea ja kannustaa harrastajia heidän pyrkimyksissään kohti täyttä kehitystä.

Valmentajat voivat auttaa asettamaan realistisia tavoitteita ja tarjoamaan tarvittavaa tukea ja ohjausta matkan varrella. Monipuolisilla ja hyvin suunniteltuina harjoitusohjelmilla asiakkaat saavuttavat tavoitteet. Kyselyn tuloksien perusteella voidaan tehdä johtopäätös, että valmentajien tulisi selittää asiakkaille, miksi tiettyjä liikkeitä ja harjoituksia suoritetaan ja miten ne auttavat heitä saavuttamaan tavoitteensa. (Viitaten kohtaan 8.2.5). Tämä auttaa asiakkaita ymmärtämään harjoittelun merkityksen ja motivoi heitä sitoutumaan prosessiin, vaikka harjoitus tuntuisikin epämiellyttävältä. Lisäksi valmentajat voivat auttaa asiakkaitaan käsittelemään epäonnistumisia ja kannustaa heitä jatkamaan eteenpäin kohti tavoitteitaan.

Yhteisö koetaan crossfitin yhdeksi tärkeäksi kulmakiveksi, joka lisää asiakkaan yhteenkuuluvuuden tunnetta. Tässäkin valmentajien rooli nousee keskeiseksi yhteisön luomisessa ja ylläpitämisessä. Valmentajat voivat toimia esimerkkinä ja luoda positiivisen ilmapiirin salilla omalla asenteellaan ja käytöksellään. Kannustuksen ja rohkaisun kautta valmentajat voivat auttaa asiakkaita ottamaan haasteita vastaan ja tukemaan toisiaan.

Crossfit Kirkkonummen ehdoton kilpailuetu syntyy kokonaisvaltaisella asiakaskokemuksella mikä pitää sisällään kaikki yllä mainitut elementit. Asiakaskokemus ei ole päätös vaan ennemminkin kokemus, sisältäen tunteet ja aistinvaraiset tulkinnat. Tämän vuoksi on mahdollista vaikuttaa, siihen millaisen asiakaskokemuksen yritys haluaa asiakkaalleen tuottaa. (Löytänä, Korteso 1975-2011).

Kokonaisuus vaikuttaa asiakaskokemukseen ei pelkästään asiakaspalvelu, vaikka Crossfit Kirkkonummella asiakaspalvelu nousee erittäin tärkeäksi elementiksi liiketoiminnan luonteen takia. Ihmisten hyvinvointi ja oma terveys ovat henkilökohtaisia tarpeita, joten palvelun on oltava ihmisläheistä. Kokonaisuuteen vaikuttavat kaikki kuten tilat, välineet, siisteys, sujuvuus sekä ennen kaikkea yhteisö. Tunnistamme kyselyn perusteella, että kaikki peruselementit ovat Crossfit Kirkkonummella erinomaisessa kunnossa. Se miten toimintaa voisi vieläkin kehittää on lisäämällä tässä kappaleessa käydyt valmennukselliset lisä elementit, joilla voidaan tuoda asiakkaille lisäarvoa ja ylläpitää motivaatiota. Lyhyesti näiden johtopäätösten perusteella Crossfit Kirkkonummen olisi hyvä ottaa seuraavat asiat huomioon asiakaskokemuksen ylläpidon kannalta.

- **Valmentajien tietämys ja osaaminen:** Varmistamalla valmentajien ammattitaito koulutuksilla, jotta asiakkaat saavat kokonaisvaltaisesti tietoa, miksi tietyt liikkeet ja harjoitukset ovat tärkeitä ja miten ne auttavat heitä saavuttamaan tavoitteensa. Tämä lisää asiakkaiden ymmärrystä ja sitoutumista prosessiin.
- **Valmentajien kommunikaatio:** Valmentajien kannustus ja rohkaisu tavoitteiden saavuttamiseksi epämiellyttävällä alueella. Epäonnistuminen on kasvun mahdollisuus.

- **Yhteisöllisyyden vahvistaminen:** Tapahtumien ja ryhmäaktiiviteettien järjestäminen. Näin asiakkaat kokevat olevansa osa joukkuetta ja saavat tukea toisiltaan, mikä edistää pitkäaikaisten asiakassuhteiden syntymistä.
- **Asiakaspalautteen kerääminen:** Puolen vuoden välein NPS (Net Promote Score) kerääminen asiakkailta, näin nähdään nopeasti asiakastytyväisyyden tilanne.
- **Tavoitteiden asettaminen ja seuranta:** Asiakkaiden auttaminen asettamaan realistisia ja saavutettavia tavoitteita, ja seuraa heidän edistymistään. Näin asiakkaat pysyvät motivoituneina ja sitoutuneina.
- **Positiivisen ilmapiirin ylläpitäminen:** Positiivinen ja kannustavan ilmapiirin, jossa jokainen asiakas tuntee olonsa tervetulleeksi ja arvostetuksi. Tämä auttaa vahvistamaan asiakassuhteita ja lisäämään asiakastytyväisyyttä.

## Lähteet

Löytänä, J., Korteso, K. (1975-2011). Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Talentum.

Porter, M. (1991). Kilpailuetu: Miten ylivoimainen osaaminen luodaan ja säilytetään. 3. painos. Espoo: Weilin + Göös.

Porter, M. (1993). Strategia kilpailutilanteessa. 4. painos. Helsinki: Oy Rastor Ab.

Porter, M. (2008). On Competition. Harvard Business Review Press.

Magretta, J. (2011). Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy. The five forces. Boston, Mass. Harvard Business Review Press.

Kauppinen, A. (2016). Crossfit Suomen jälkimodernissa liikuntakulttuurissa. Pro gardu -tutkielma. Liikutasvatuksen laitos. Jyväskylän yliopisto.

Koljonen, T. (2022) Haastattelu

Adamas Crossfit. (2023). The role of community in CrossFit. Viitattu 25.2.2024.

<https://adamascrossfit.com/the-role-of-community-in-crossfit/>

Adamas Crossfit. (2023). The History of Crossfit. Viitattu 25.2.2024

<https://adamascrossfit.com/the-history-of-crossfit-and-cultural-impact/>

Alavalkama, S. (2013). Täällä asuvat Suomen lapsiperheet. Iltasanomat. Viitattu 27.4.2024.

<https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000001767405.html>

Almquist, E., Senior, J., Bloch, N. (September 2026). The Elements of Value. Harvard Business Review. Viitattu 27.4.2024.

<https://hbr.org/2016/09/the-elements-of-value>

Christensen, C., Hall, T., Dillon, K., Duncan, D. (September 2016). Know Your Customers "Job to Be Done". Harvard Business Review. Viitattu 14.4.2024.

<https://hbr.org/2016/09/know-your-customers-jobs-to-be-done>

Coursera. (2023). Jobs To Be Done: Definition, Examples, and Framework for Your Business. Viitattu 29.3.2024.

<https://www.coursera.org/articles/jobs-to-be-done>

Crossfit Kirkkonummi. Viitattu 24.2.2024.

<https://www.crossfitkirkkonummi.com/>

CrossFit Games 2024. Viitattu 29.3.2024.

<https://games.crossfit.com/>

CrossFit. (2024). Viitattu 3.5.2024.

<https://www.crossfit.com/>

eFinancial Models. (2023). CrossFit Business Models: A How-To Guide. Viitattu 29.3.2024.

<https://www.efinancialmodels.com/crossfit-business-models-a-how-to-guide/>

Foley, R. (2021). Maslow's Hierarchy of Needs. Outlier. Viitattu 27.4.2024.

<https://articles.outlier.org/maslows-hierarchy-of-needs#section-what-is-the-hierarchy-of-needs>

Joo-Areena. Viitattu 2.5.2024.

<https://jooarena.fi/boksimasala/>

Larson, E. (2016) Keys to Understanding The Jobs to Be Done Theory. Harvard Business School, viitattu 17.5.2024

[3 Keys to Understanding Jobs to Be Done Theory | HBS Online](#)

Niiniaho, E. (10.11.2022). Tuore Raportti kertoo karuja tuloksia suomalaisten liikkumisesta. MTV - Uutiset. Viitattu 20.4.2024.

<https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/tuore-raportti-kertoo-karuja-tuloksia-suomalaisten-liikkumisesta-sellainen-pieni-huoli-ja-murhe-siella-on/8533610#gs.8divbv>

Puolustusvoimat. (2023). Viitattu 5.5.2024.

<https://puolustusvoimat.fi/documents/2035479/108172153/VM+kuntotilas-tot+2022.pdf/49c2391d-3825-4868-116d-999f5b1faced?t=1692786073787>

Tilastokeskus. (2024) Viitattu 21.5.2024.

[https://statfin.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/Kuntien\\_avainluvut/Kuntien\\_avainluvut\\_2023/kuntien\\_avainluvut\\_2023\\_aikasarja.px/table/tableViewLayout1/](https://statfin.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/Kuntien_avainluvut/Kuntien_avainluvut_2023/kuntien_avainluvut_2023_aikasarja.px/table/tableViewLayout1/)

UKK-Instituutti. (2022). Liikkumisen suositukset. Viitattu 31.3.2024.

<https://ukkinstituutti.fi/liikkuminen/liikkumisen-suositukset/aikuisten-liikkumisen-suositus/>

Ulwick, T. (2017). Jobs-to-be-Done: A Framework for Customer Needs. Medium. Viitattu 14.4.2024.

<https://jobs-to-be-done.com/jobs-to-be-done-a-framework-for-customer-needs-c883cbf61c90>

Wodconnect. (2024). Viitattu 28.2.2024.

<https://www.wodconnect.com/>

## Kuviot

Kuvio 1: Work of the Day (Wodconnect 2024). .....	7
Kuvio 2: Edistys takakykyyn osalta (Wodconnect 2024). .....	7
Kuvio 3: The Five forces. (Joan 2011). .....	10
Kuvio 4: Viikoittainen liikkumisen suositus 18-64-vuotiaille (UKK-Instituutti 2020).....	16
Kuvio 5: Maslow´n tarvehierarkia pyramidi (Foley 2021). .....	18
Kuvio 6 : 30 arvon elementtiä. (Almquist et al., 2016). .....	19
Kuvio 7: sukupuoli vastauksissa (Asiakaskysely 2022). .....	20
Kuvio 8 : Ikäjakama vastauksissa (Asiakaskysely 2022). .....	20
Kuvio 9 : Tilastotietoa Kirkkonummen väestöluvuista. (Tilastokeskus 2024).....	21
Kuvio 10 : Jobs to be done mallitaulukko (mukailten Coursera 2023).....	22
Kuvio 11: Motivaation esteet liikkumiselle.....	23
Kuvio 12: Asiakkaille tärkeät motivaation lähteet. (Asiakaskysely 2022).....	24
Kuvio 13: Maslown tarvehierarkia mallinus Crossfit Kirkkonummen näkökulmasta (Mukailtu Maslow´n tarvehierarkia pyramidia 2024). .....	25
Kuvio 14: Kokonaisvaltainen huomioon ottaminen Crossfit Kirkkonummella.....	28

Liitteet

Liite 1: Kyselypohja ..... 39

## Liite 1: Kyselypohja

Tutkimuskysely CrossFit Kirkkonummen asiakkaille.

Hei!

Opiskelemme Laurea-ammattikorkeakoulussa tradenomin tutkintoa. Olemme iloksemme saaneet tehdä opinnäytetyömme Crossfit Kirkkonummelle.

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia erilaisten treenaajien motivaatiota liikunnan harrastamiseen ja tätä kautta lisätä vieläkin enemmän asiakasymmärrystä CrossFit Kirkkonummella. Aihe on todella mielenkiintoinen ja innostava ja jotta saamme mahdollisimman kattavan tutkimusaineiston tarvitsimme teiltä CrossFit Kirkkonummen asiakkailta apua. Pyytäisimme teitä vastaamaan alla olevaan kyselyyn, jonka avulla kartoittaa teidän motivaatiotanne liikunnassa ja kuinka ne toteutuvat CrossFit Kirkkonummella.

Ensimmäisessä osassa selvitämme hieman taustatekijöitä ja toisen osion kysymykset liittyvät CrossFit Kirkkonummeen. Kaikki vastaukset ovat anonyymeja. Yritäthän vastatessasi olla mahdollisimman rehellinen itsellesi :) Kysely vie aikaasi noin 5-10 min.

Kiitämme jo etukäteen arvokkaista vastauk-

sistasi! Ystävällisin terveisin  
Laura Määttänen & Tia Laipaik

\* Pakollinen kysymys

1.Sukupuoli \*

Merkitse vain yksi soikio.

N

a

i

n

e

n



M

i

e

s



En halua sanoa

## 2. Ikä \*

Merkitse vain yksi soikio.

- 18-25
- 26-32
- 33-40
- 41-49
- 50 - 56
- 57-63
- Yli 63

## 4. Liikunnassa sinua motivoi enemmän: \*

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

- Yksin treenaaminen
- Ryhmässä treenaaminen
- Molemmat vaihtoehdot yhtälailla

## 3. Minkä verran sinua motivoi liikunnassa: (Asteikolla 1-5) \* \*

*Merkitse vain yksi soikio riviä kohden.*

	1. Ei motivoi	2. Motivoi hieman	3. Motivoi melko paljon	4. Hyvin motivoiva	5. Erittäin motivoiva
Oma hyvinvointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteisöllisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Treenitulokset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lihakset	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Painonhallinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oma kehittyminen liikkujana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kilpailuhenkisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Itsensä ylittäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntotason ylläpito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Välitön hyvinolontunne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 4. Kuinka usein koet motivaation puutetta liikkumisessasi/treenaamisessasi? \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

	1	2	3	4	5
oska En k	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Todella usein					

5. Kuinka usein koet seuraavien tekijöiden olevan motivaation esteenä \*

liikkumiselle/treenaamiselle?

*Merkitse vain yksi soikio riviä kohden.*

	1. Ei ollenkaan	2. Hieman	3. Melko usein	4. Usein	5. Todella usein
Aika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Epäonnistumisen pelko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puuttuva ohjaus/valmennus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Treenituloksia ei synny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Epämukavuusalueella olo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tavoitteiden puuttuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



6. Kuinka kauan olet ollut CrossFit Kirkkonummen jäsenenä? \*

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

- 0-1 vuotta  
 2-3 vuotta  
 4-5 vuotta  
 Yli 5 vuotta

7. CrossFit Kirkkonummi on matalan kynnyksen sali, jossa pyrkimyksenä on, \* että jokaisella olisi mahdollisimman helppoa harrastaa liikuntaa kunnosta riippumatta. Koetko että tämä toteutuu Crossfit Kirkkonummella?

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

- Kyllä  
 Ei

Jos vastasit Ei, niin kerro lyhyesti miksi tämä ei toteudu mielestäsi? (Ei pakollista vastata)

---

---

---

---

---

8. Koitko, että sinut otettiin kokonaisvaltaisesti huomioon aloittaessasi CrossFit \* Kirkkonummella ja sait tarvittavaa apua ja tukea treenin aloittamiseen, sekä valmentajilta että kansatreenaajilta?

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

- Kyllä  
 Ei

Jos vastasit Ei, niin kerro lyhyesti miksi (Ei pakollista vastata)

---



---



---



---



---

9. Jätätkö väliin päivän treenin, jos koet sen epämukavaksi? \*

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

- Kyllä  
 En  
 Toisinaan

10. Crossfit Kirkkonummella koen seuraavat asiat tärkeäksi: \*

*Merkitse vain yksi soikio riviä kohden.*

	1 Ei tärkeää	2 Hieman tärkeää	3 Melko tärkeää	4 Hyvin tärkeää	5 Erittäin tärkeää
Valmentajan tuki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Treenikavereiden tuki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteisöllisyys Ti-	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät ja monipuoliset treenit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 11. Crossfit Kirkkonummella: Asteikolla 1-5 \*

*Merkitse vain yksi soikio riviä kohden.*

	1. Ei lainkaan samaa mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. Ei samaa, eikä eri mieltä	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä
Saan riittävästi kannustusta valmentajilta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan kannustusta treenikavereiltani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uskallan tulla tunneille, vaikka treeni olisikin vaikea ja joudun epä mukavuus-alueelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En pelkää epäonnistumista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Päivän treenit ovat hyvin suunniteltu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valmentajat auttavat minua treenitavoitteisani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen treeniin jälkeen tyytyväinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan valmentajilta tarpeeksi opastusta liikkeisiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minun lähtötasoni otetaan huomioon treeneissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saavutan hyvin asettamani treenitavoitteeni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Kerro vapaasti mikä saa sinut harrastamaan liikuntaa ja mikä sinua motivoi treenaamisessa?

---

---

---

---

---

KIITOS!!

---

