

VAIKUTTAVUUDEN EKOSYSTEEMI TARVITSEE KAIKKIA – VAIN YHDESSÄ VOIMME ONNISTUA!

HYVÄÄ HUOMISTA, VAIKUTTAVUUSINVESTOIMINEN! 31.5.2017

Jonna Heliskoski

Markkinointi- ja viestintäjohtaja, Museovirasto ja Suomen kansallismuseo

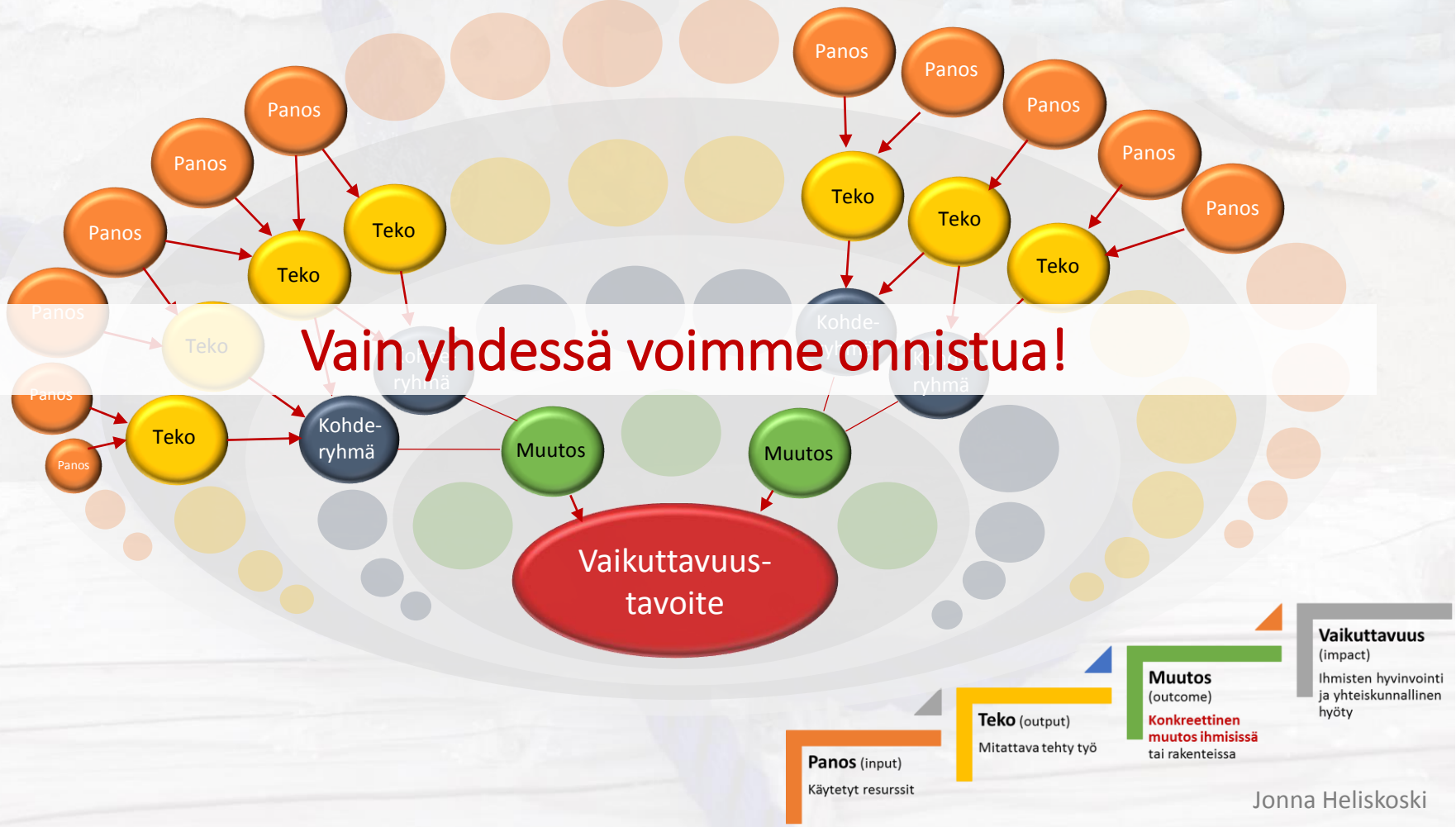
PhD candidate, Hanken School of Economics

Omistaja, Leadcons Oy

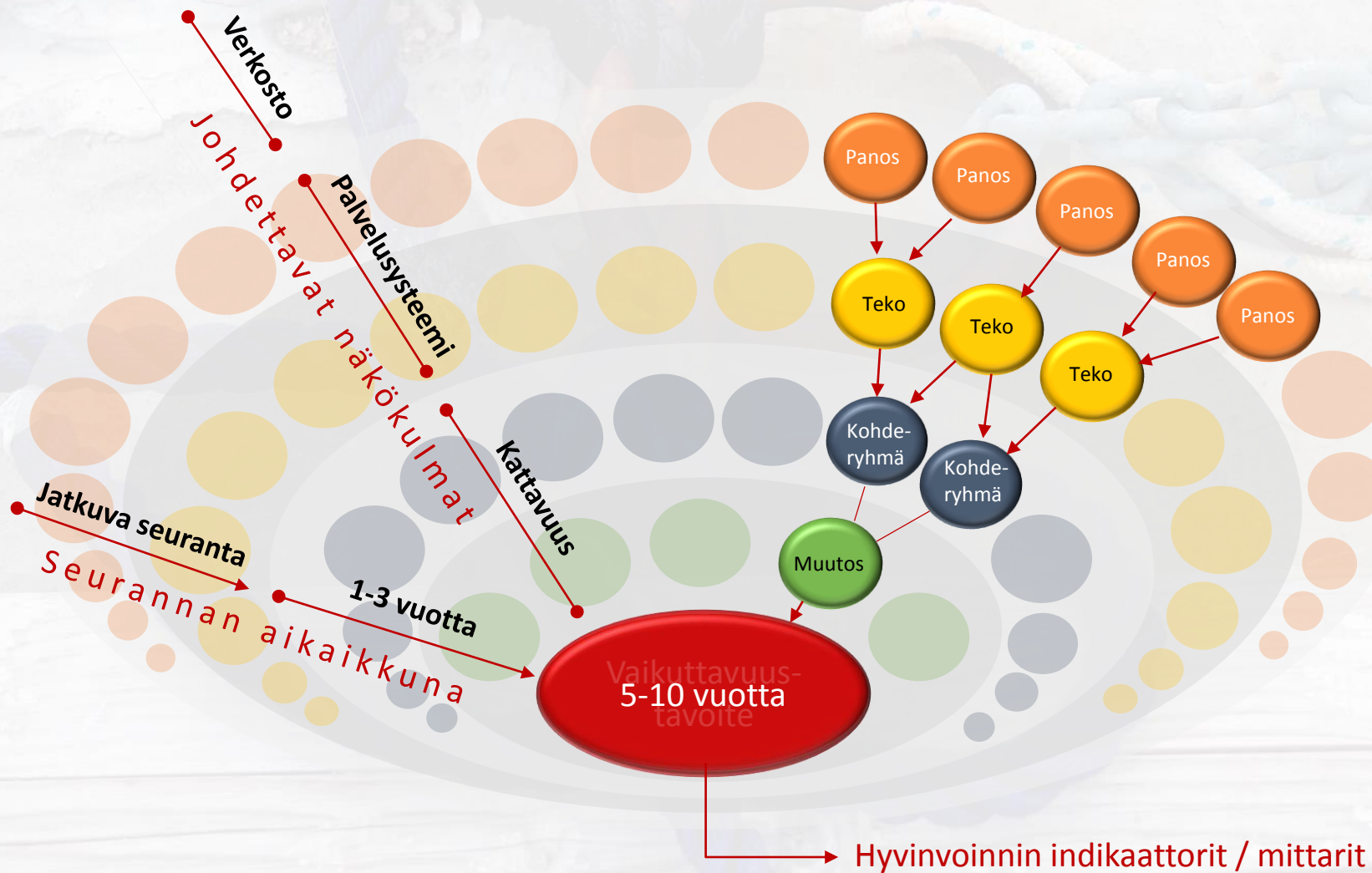
Yhteiskunnallinen markkinointi vaikuttavuuden terävöittämisen ja mallintamisen *työvälineenä*



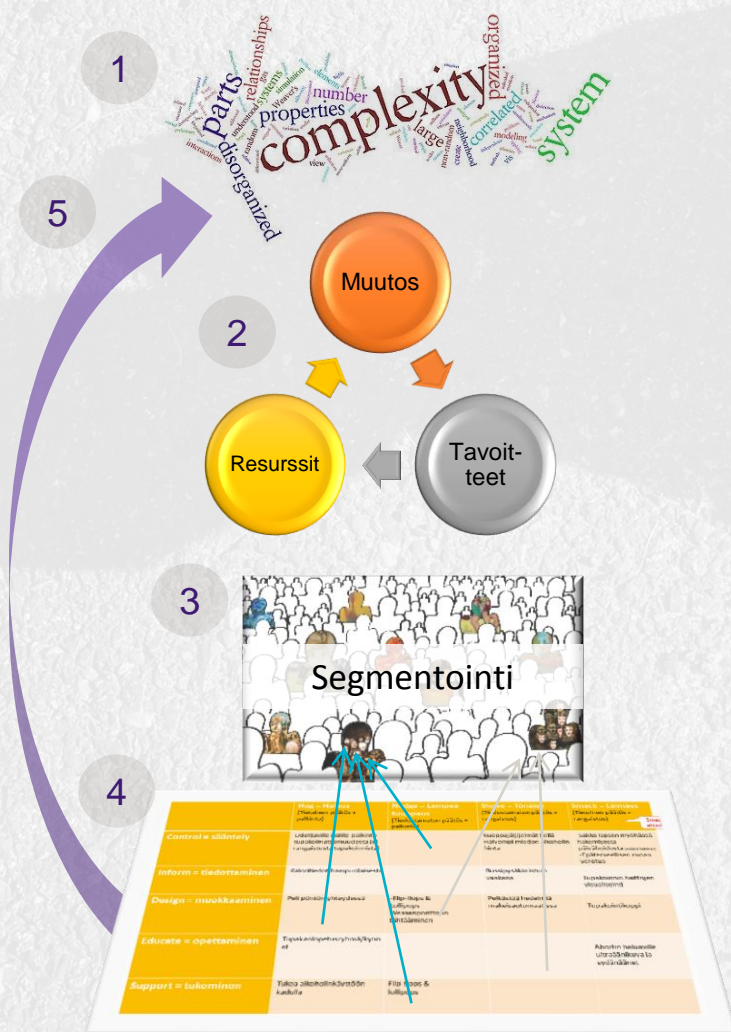
Vaikuttavuuden ekosysteemi



Vaikuttavuuden ekosysteemi



Vaikuttavuuden terävöittämisen vaiheet



VAIHEET

1. Vaikuttavuustavoitteen määrittely
2. Muutostavoitteiden tunnistaminen
3. Kohderyhmien kirkastaminen
4. Tekojen suunnittelu ja kohdentaminen
5. Muutosten ennakointi ja todentaminen

PANOS

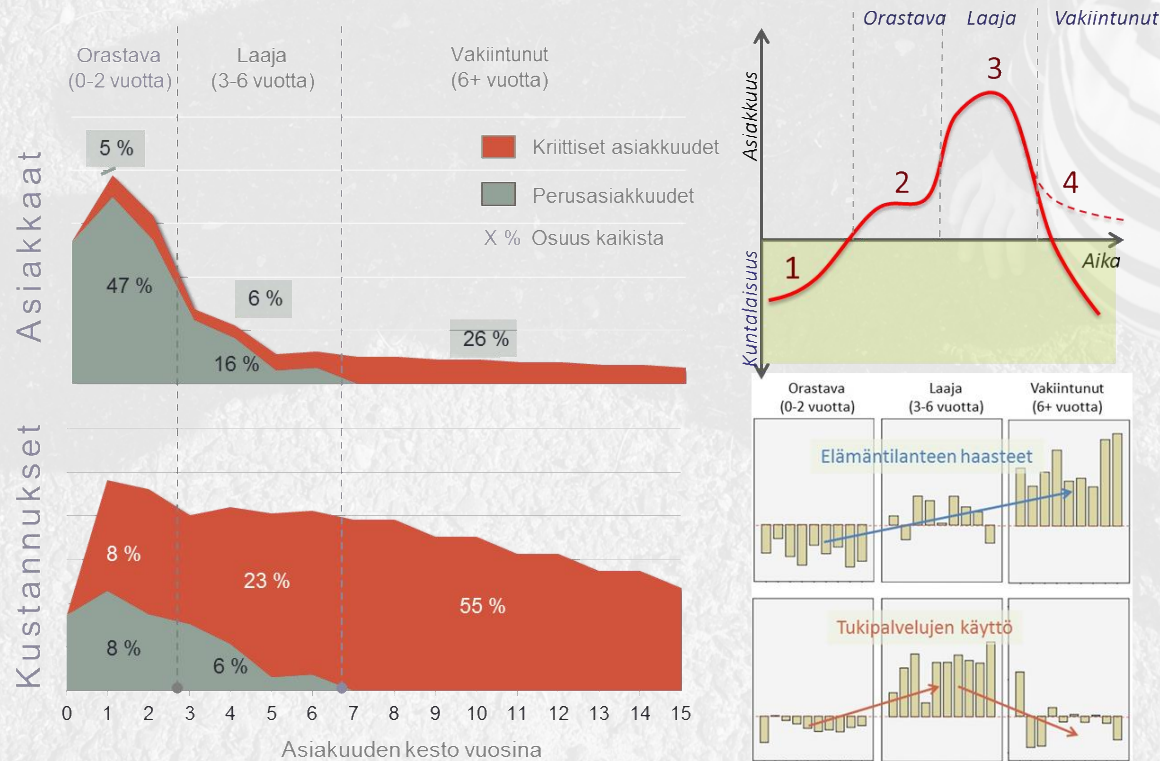
TEKO

KOHDERYHMÄ

MUUTOS



1. Vaikuttavuustavoitteen määrittely



Tunnista tavoitteena olevan ilmiön

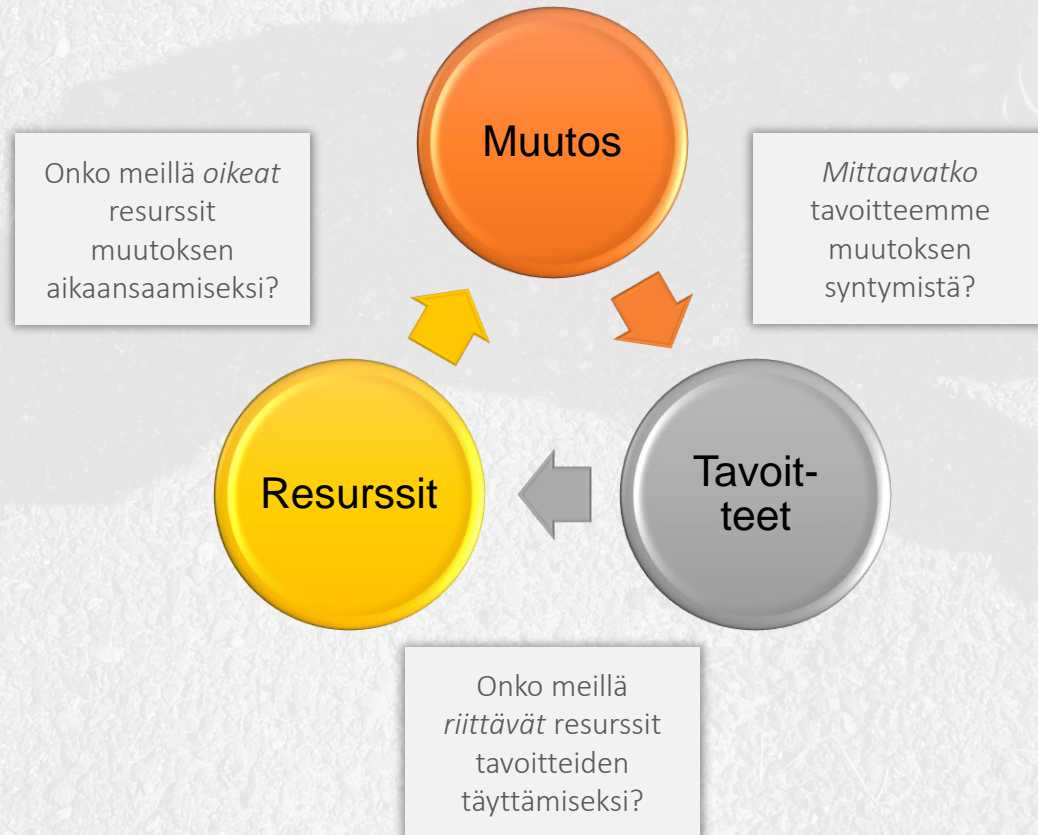
- Rajaus
- Keskeiset tekijät (juurisyyt)
- Rakenne / dynamiikka

Hyödynnä tutkimusta ja kyseenalaista vallitsevat käsitykset!

CASE

Lapsiperheiden tukipalvelujen kustannusten hallittavuuden lisääminen palvelujen vaikuttavuutta parantamalla.

2. Muutostavoitteiden tunnistaminen

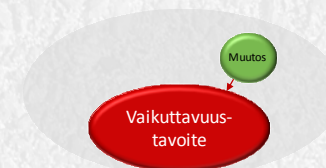


1. Tunnista mitkä konkreettiset muutokset ihmisissä tai rakenteissa edesauttavat tavoitteena olevan vaikuttavuuden toteutumista.

2. Valitse muutoksista se, jonka haluat mallintaa.

CASE

Paljon tukea tarvitsevien perheiden varhaisempi ja vaikuttavampi tuki.



3. Kohderyhmien kirkastaminen



1. Tunnista mitkä tekijät erottelevat kohderyhmiä tavoitteen kannalta merkityksellisellä tavalla.

2. Jaa kohderyhmä segmentteihin siten että voit kohdentaa rajalliset resurssisi tehokkaasti.

CASE

5 tunnistettua kohderyhmää mahdollistaa interventioiden kohdentamisen kustannusten ja asiakkuuden vaiheen perusteella.



4. Tekojen ketterä ja kokeileva suunnittelu

| | Hug = Halaus (Tietoinen päätös + palkinto) | Nudge = Lempeä tuuppaus (Tiedostamaton päätös + palkinto) | Shove = Tönäisy (Tiedostamaton päätös + rangaistus) | Smack = Läimäys (Tietoinen päätös + rangaistus) |
|-------------------------------|---|--|---|---|
| Control = sääntely | Odottaville äidille palkinto tupakoimattomuudesta (ei rangaistusta tupakoinnista) | | Kuoppajäljijelmät tiellä Halvempi miedon alkoholin hinta | - Sakko lapsen myöhässä hakemisesta päivähoidosta (maksu takaisin) - Epäterveellisen ruoan verotus |
| Inform = tiedottaminen | Kaloritiedot hampurilaisesta | | Bussipysäkin istuin vaakana | Tupakoinnin haittojen visualisointi |
| Design = muokkaaminen | Peli pöntön yhteydessä | - Flip-flops & Lollipop - Vessapönttöön tähtääminen | Pelkääntää hedelmiä makeisautomaatissa | Tupakointikoppi |
| Educate = opettaminen | Tupakanopetusryhmä/kynnet | | | Abortin haluaville ultraäänikuva ja sydänään |
| Support = tukeminen | Tukea alkoholinkäyttöön kadulla | Flip-flops & lollipop | | |

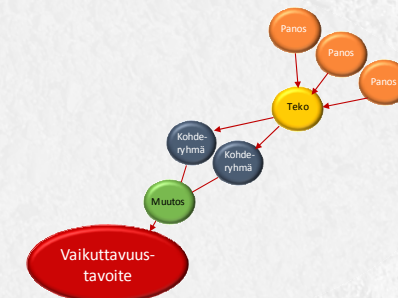
Tekojen suunnittelun avainsanoina

1. Vaihtokauppa ja
2. Ketterät kokeilut

Uskalla myös epäonnistua mutta tee se älykkäästi oppien!

CASE

Perhekumppanimallin suunnittelu ja kokeilu yhteistyössä asiakasperheiden kanssa.



4. Tekojen ketterä ja kokeileva suunnittelu



Varkaudessa kokeillaan kolmea perhekumppania, jotka auttavat seitsemää perhettä. Olli Koistinen on yksi heistä. © RIIKKA HURRI



Olli tuli apuun: Varkaudessa perhekumppani ohjaa hakemaan tukia, asuntoja ja harrastuksia

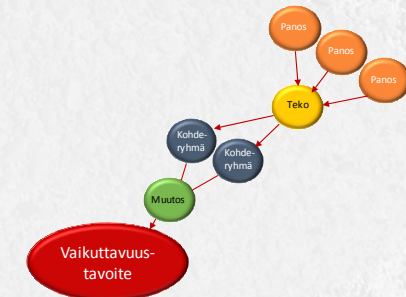
Tekojen suunnittelun avainsanoina

1. Vaihtokauppa ja
2. Ketterät kokeilut

Uskalla myös epäonnistua mutta tee se älykkäästi oppien!

CASE

Perhekumppanimallin suunnittelu ja kokeilu yhteistyössä asiakasperheiden kanssa.



5. Muutosten ennakointi ja todentaminen

Kumppanuusmallin kustannusten laskenta

| | |
|-----------------------------|-----------|
| Kumppaneita kpl | 15 |
| Rahapalkka/kumppani/kk | 2 500 € |
| Henkilösivukustannuskertoin | 50 % |
| Yleiskustannuskertoin | 20 % |
| Kustannukset/kk yhteensä | 63 750 € |
| Kustannukset/vuosi yhteensä | 765 000 € |

Kumppaneiden kohdentuminen asiakkuuksiin

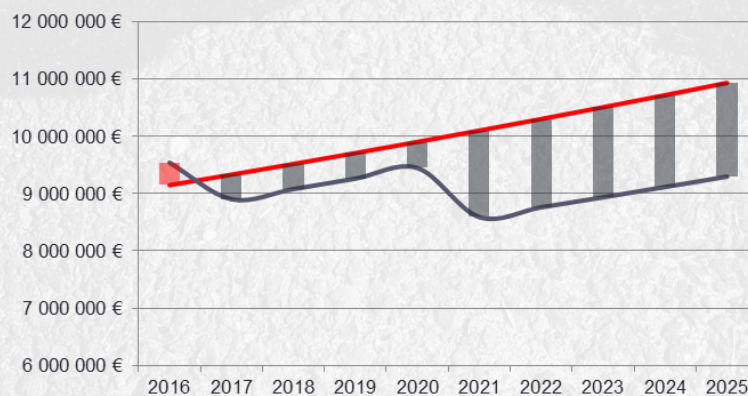
| | |
|-----------------------------------|------|
| Asiakkuudet kpl/ kumppani | 20 |
| Kumppaneiden asiakkuudet yhteensä | 300 |
| Orastaviin asiakkuuksiin | 40 % |
| Laajoihin asiakkuuksiin | 40 % |
| Vakiintuneisiin asiakkuuksiin | 20 % |

Kumppaneiden vaikutus asiakkuuksiin

Kumppanuus vähentää... **15 %** asiakkuuksien orastavan ja laajan vaiheen kustannuksista.
30 % asiakkuuksien siirtymä laajaan ja vakiintuneeseen vaiheeseen.
30 % asiakkuuksien vakiintuneen vaiheen kustannuksia.

Kustannussäästöt interventioista - interventioiden kustannukset

Interventioiden kustannukset

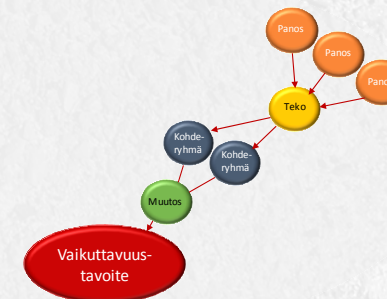


Return on Social Intervention (ROSI)

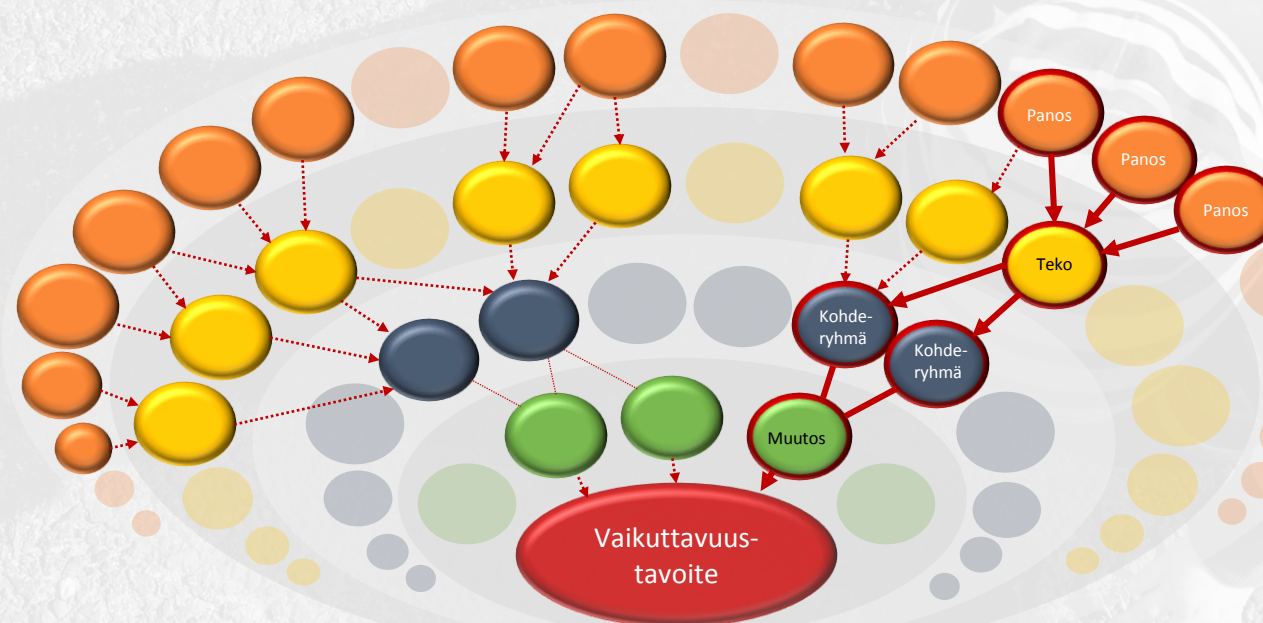
$$ROSI_1 = -112 \%$$

$$ROSI_5 = 42 \%$$

$$ROSI_{10} = 126 \%$$



Vain yhdessä voimme onnistua!



Vaikuttavuus syntyy yhteistyössä. Ekosysteemin mallintaminen auttaa tavoitteita, resursseja ja tekoja kohtaamaan.



Menestystä vaikuttavuustyöllenne!
Muutetaan maailma yhdessä.