



LEADCONS

Passion for Impact

YHTEISKUNNALLINEN MARKKINOINTI – MITEN SAADA
IHMISET KÄYTTÄYTYMÄÄN TURVALLISEMMIN?
Valtakunnallinen turvallisuusseminaari, 24.1.2020

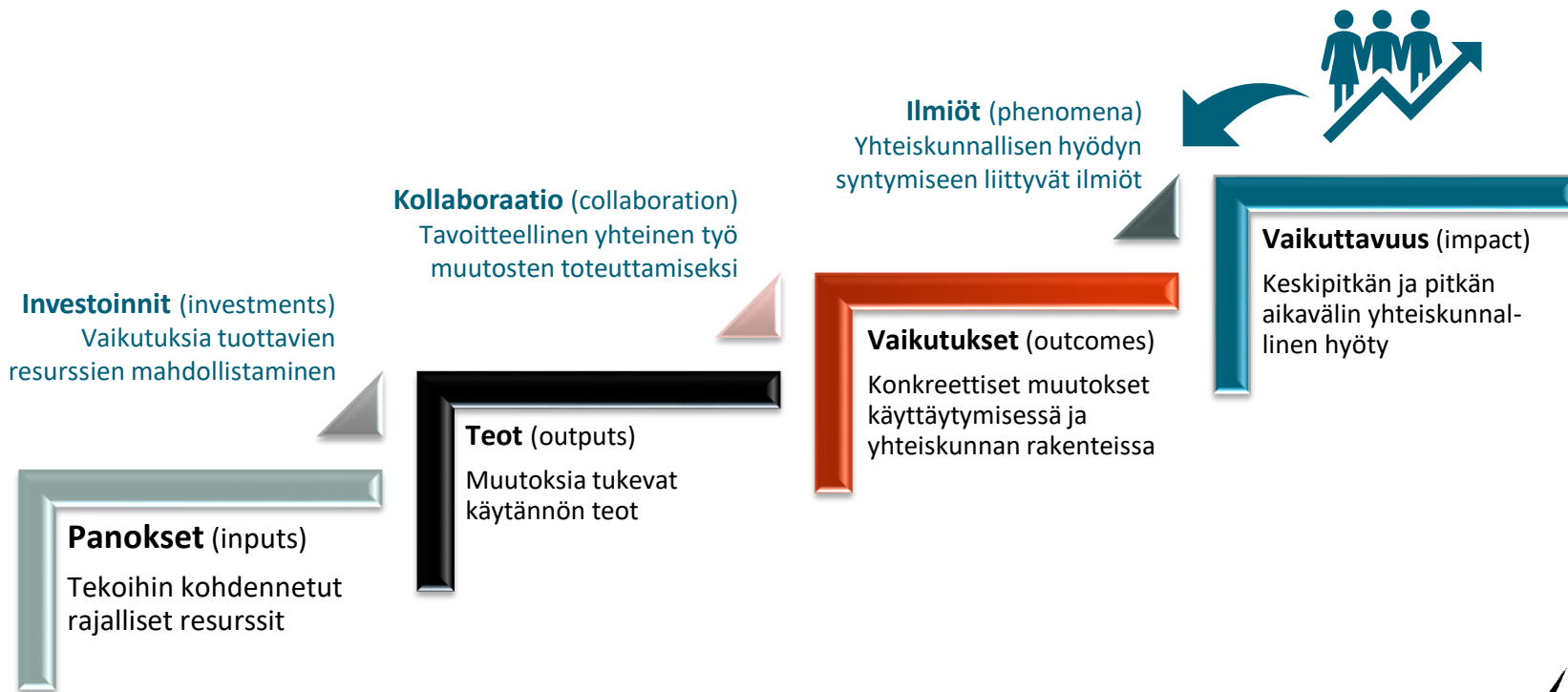
Jonna Heliskoski

CEO, PhD candidate

Yhteiskunnallisen markkinoinnin tavoitteena on ihmisiä ja yhteiskuntaa hyödyttävien muutosten toteuttaminen



Vaikuttavuusketju*



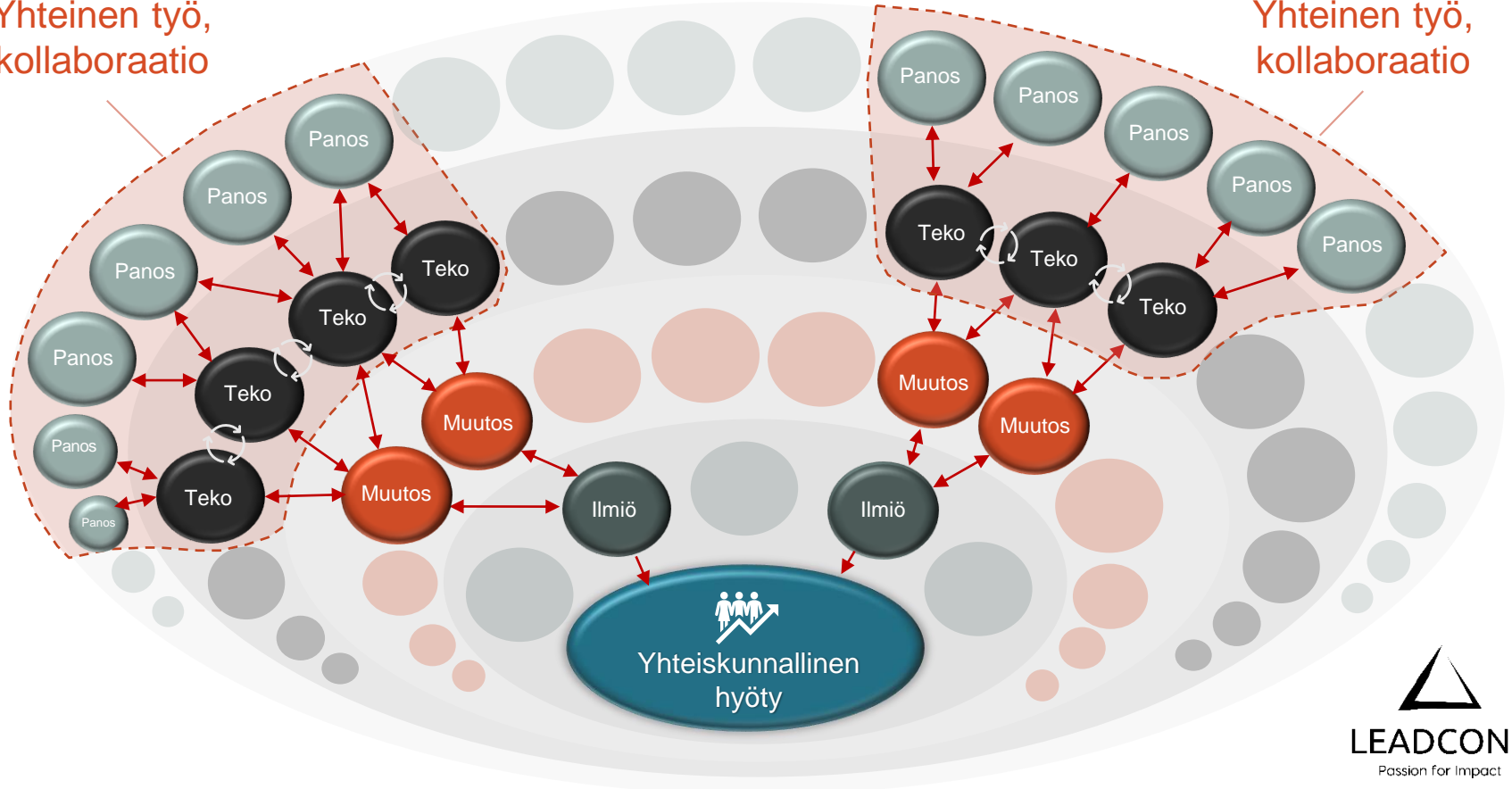
Yhteiskunnallinen markkinointi vaikuttavuuden työvälineenä



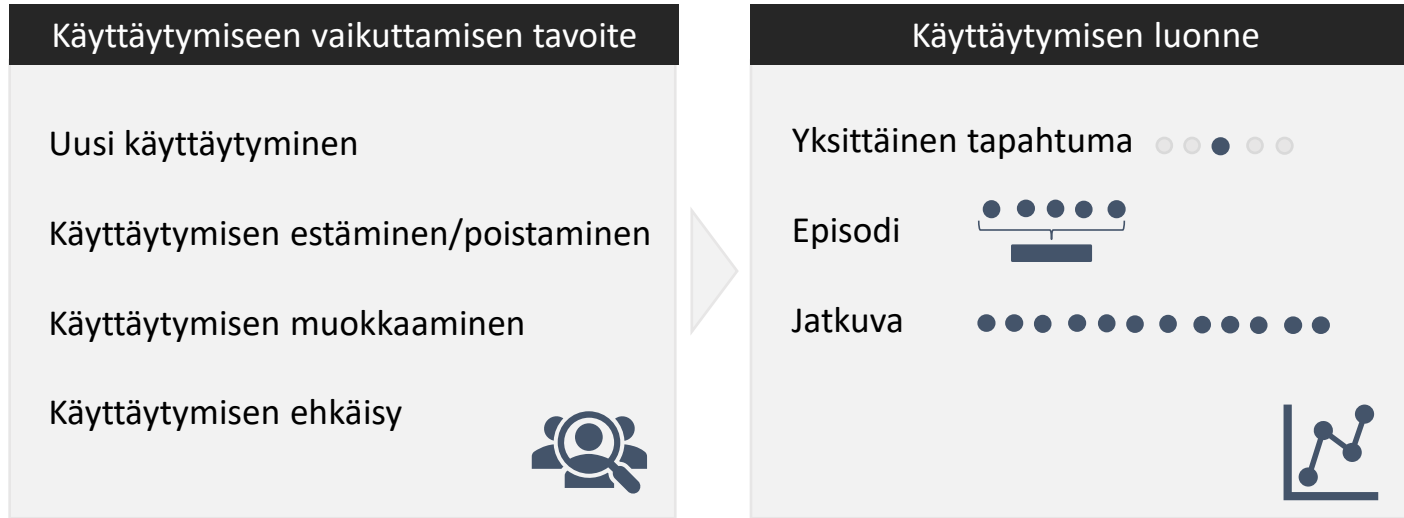
Vaikuttavuuden ekosysteemi

Yhteinen työ,
kollaboraatio

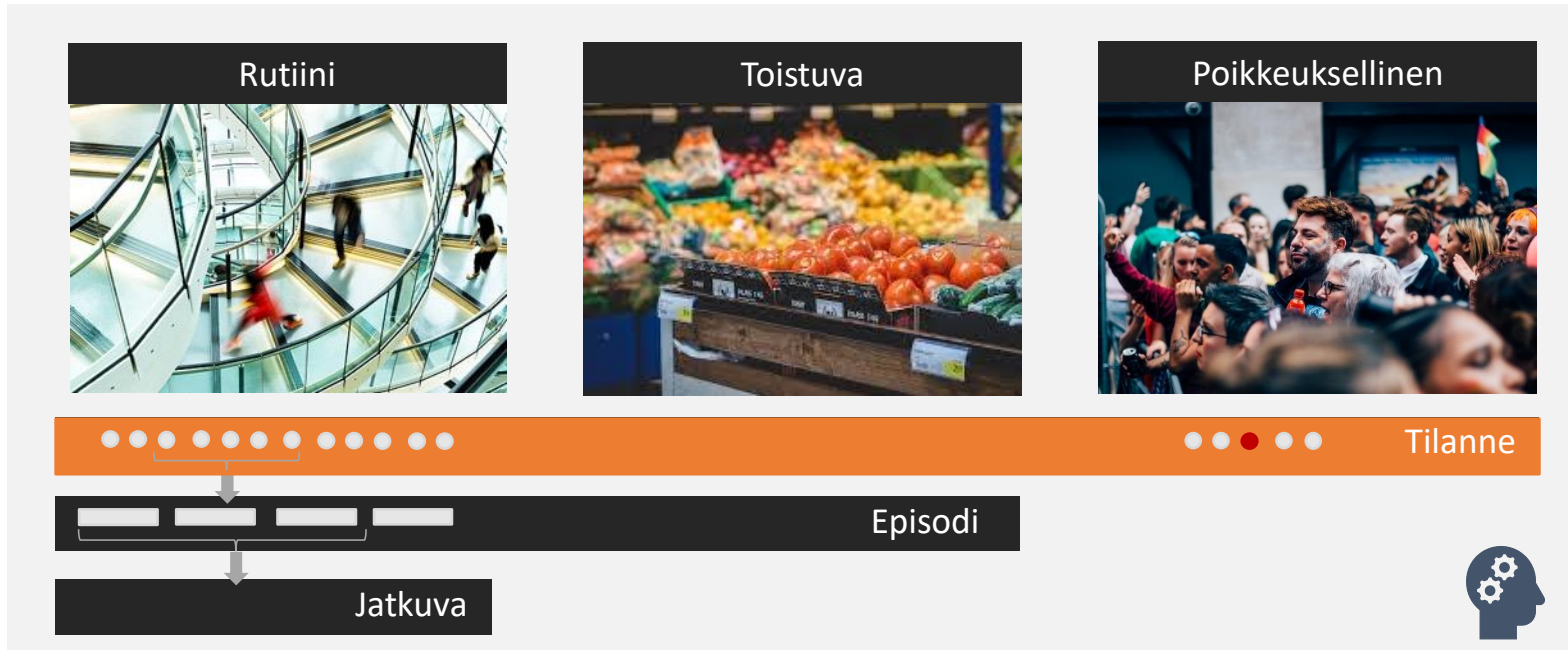
Yhteinen työ,
kollaboraatio



Käyttäytymiseen vaikuttaminen – Mitä?



Käyttäytymiseen vaikuttaminen – Milloin?



Missä tilanteessa kohtaamme ja haluamme vaikuttaa käyttäytymiseen? **Millainen** tilanne on **kohdehenkilön näkökulmasta**?

Käyttäytymiseen vaikuttaminen – Sosiaalinen konteksti



- Ryhmäkäyttäytyminen
- Auktoriteetin valta
- Roolit ja sosiaalinen identiteetti
- Sosiaalinen kognitio
- Valikoiva tarkkaavaisuus
- Sosiaaliset normit
- Käyttäytymisen kynnykset
- Käyttäytymistaloustiede
- Itseorganisoituminen
- Tuupaus
- ...



Käyttäytymiseen vaikuttamisen suunnittelu



Tavoite

Uusi käyttäytyminen
Käyttäytymisen estäminen/poistaminen
Käyttäytymisen muokkaaminen
Käyttäytymisen ehkäisy

4

x



Luonne

Yksittäinen tapahtuma
Episodi
Jatkuva

3

x



Tilanne

Rutiini
Toistuva
Poikkeuksellinen

3

x



Konteksti

Yksin
Sosiaalinen

2

Segmentointi suuntaa resursseja



Segmentointi on **työväline** rajallisten **resurssien kohdentamiseen** siten että tavoitteet voidaan saavuttaa

- A. Segmentoinnin tulee olla niin **selkeä**, että se ohjaa konkreettisia tekoja
- B. Segmentoinnin **kriteerit** riippuvat tavoitteena olevasta muutoksesta
- C. Segmentointikriteereiksi valitaan tekijät, jotka **erottelevat** kohderyhmiä tai kohteita muutoksen kannalta merkityksellisellä tavalla

Limitations of Demographics

Behavior and needs can vary significantly within segments



Ozzy Osbourne

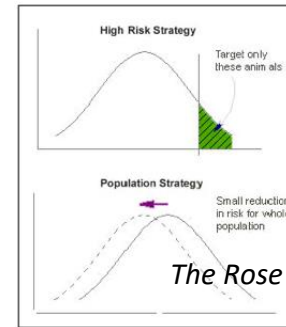
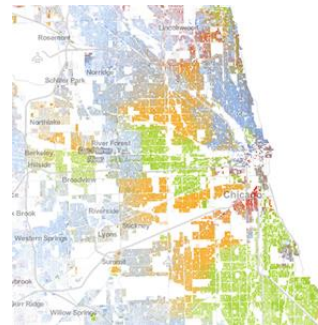
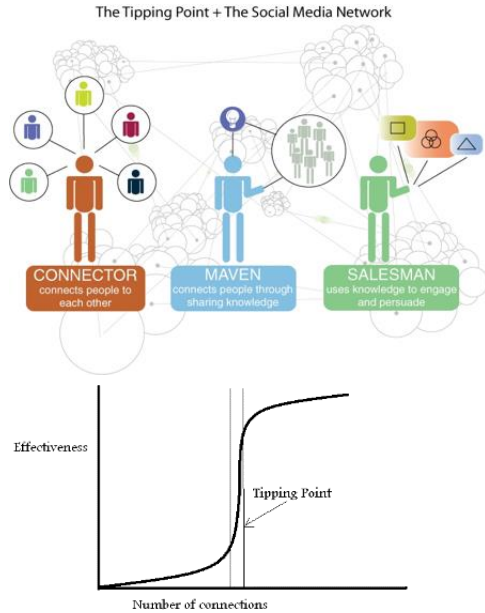
- ▶ Male
- ▶ Born in 1948
- ▶ Grew up in England
- ▶ 2 Children



Prince Charles

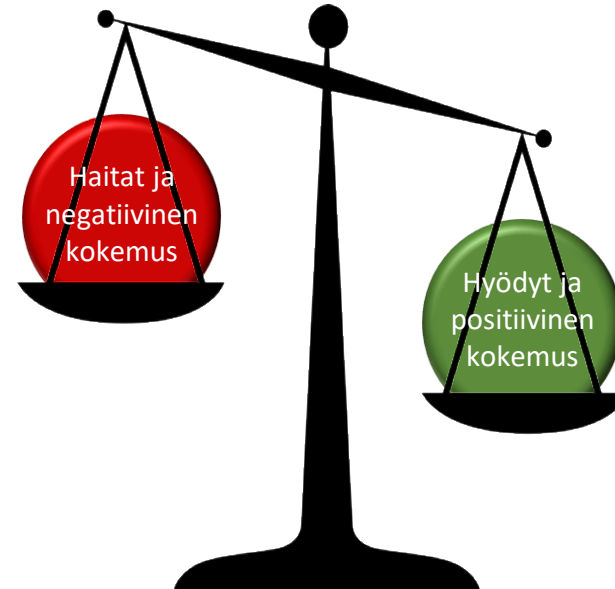
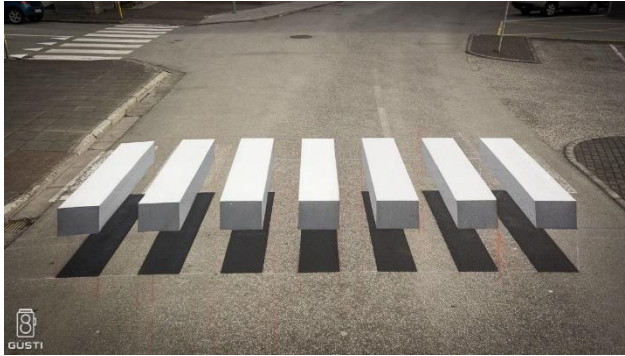
- ▶ Very Wealthy
- ▶ Successful in Business
- ▶ Married for the Second Time
- ▶ Real Estate Owner
- ▶ Spends Winter Vacation in the Alps
- ▶ Likes Dogs

Tieto ja käyttäytyminen leviävät eri tavoin

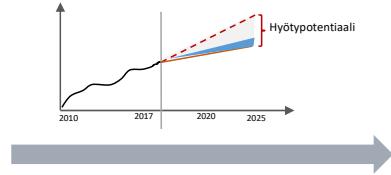
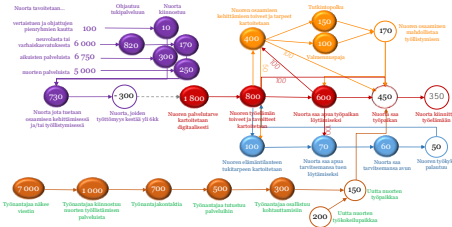


The Rose insight

Positiivinen vaihtokauppa ja ketterät kokeilut



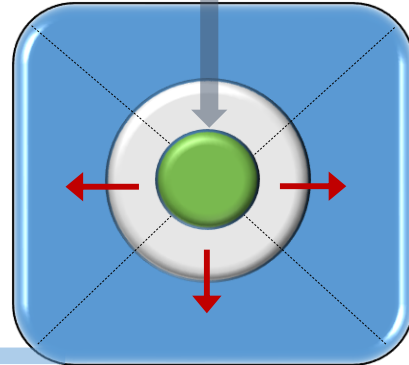
Käyttäytymistä ehkäisevän muutoksen erityispiirteitä



Kohtaamis- tai tarkastelupiste

Aika

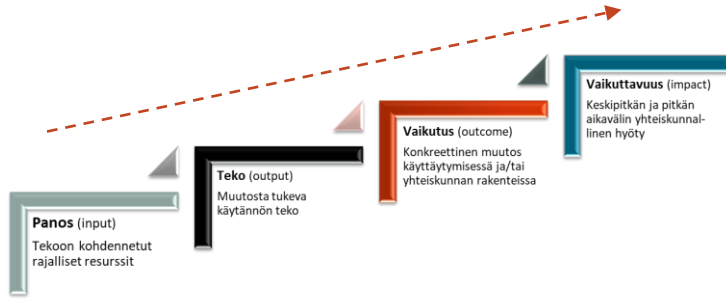
1. Ehkäisevän ja edistävän työn vaikuttavuuden mallintaminen edellyttää yhteiskunnallisen hyödyn juurisyiden tunnistamista
2. Juurisyyt mahdollistavat varhaisen interventiohetken ajoittamisen
3. Ehkäisevä ja edistävä työ edellyttää lähes aina eri toimijoiden yhteistä työtä
4. Ehkäisevän ja edistävän työn investoinnit ja niistä koituva hyöty kohdentuvat usein eri systeemeihin tai toimintaympäristöihin



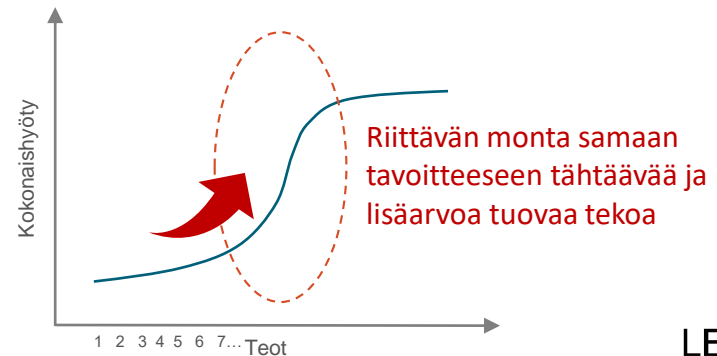
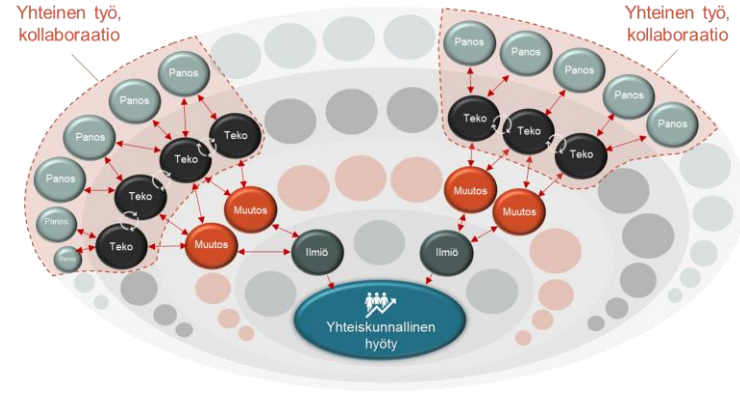
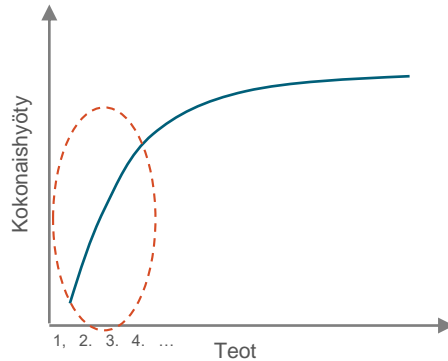
Ihminen
Tarve
Juurisyys

Miten muutos syntyy?

Vaikuttavuusmalli



Hyödyn syntyminen



Ihmisten **turvallisuus**käyttäytymiseen voidaan vaikuttaa tutkimukseen ja aitoon osallisuuteen nojaavalla yhteisellä työllä.

Vaikuttavuus tehdään yhdessä!



jonna.heliskoski@leadcons.fi

[@JonnaHeliskoski](https://www.instagram.com/JonnaHeliskoski)

[@leadcons4impact](https://www.instagram.com/leadcons4impact)

[linkedin.com/in/jonnaheliskoski](https://www.linkedin.com/in/jonnaheliskoski)