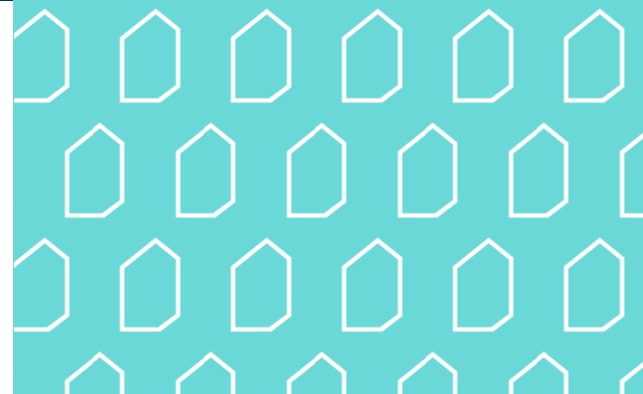


Digiosaamisella kohti onnistumisia

Yritysten ja yhteisöjen digituki



**DIGI- JA
VÄESTÖTIETO-
VIRASTO**



Digiosaamisella kohti onnistumisia Tervetuloa!

Aamupäivän aikana kerromme

- Miten yritysten ja yhteisöjen digitaitoja tulisi kehittää
- Missä tällä hetkellä mennään yritysten ja yhteisöjen digituen kehittämisessä
- Millaisia tuloksia digituen kokeiluista on saatu tähän mennessä

Käytännöistä



Tilaisuus kirjoitustulkataan



Voit esittää kysymyksiä ja kommentteja chatin kautta



Käytähän sosiaalisessa mediassa tunnistetta **#digituki**



Tilaisuus nauhoitetaan ja tallenne julkaistaan lähiviikkoina Suomidigi-sivustolla



Päivän ohjelma

9:00 Tervetuloa!

- Päivän ohjelma ja tavoitteet
- Yritysten ja yhteisöjen digituen kehittäminen
- Kokeileva kehittäminen

9:15 Kokeiluilla lisää tietoa digitaitojen kehittämisen mahdollisuuksista

- Yrittäjien digiprofiilit - digitaitavia, kokeilunhaluisia, rohkaistavia ja tuettavia
- Digituen verkosto - yhteistyöllä kohti sujuvampaa viranomaisasiointia
- Sähköisestä ajanvarauksesta joustavuutta työhön. Case parturi-kampaajat

10:00 Tauko

10:10 Miten yritysten ja yhteisöjen digitaitoja voidaan edistää? Paneelikeskustelu

10:45 Yritysten ja yhteisöjen digituen kehittämisen seuraavat askeleet

11:00 Kiitos!



Yritysten ja yhteisöjen digituki

- Suomessa on noin 324 00 yritystä ja noin 107 000 yhteisöä, joiden toiminnan sujuvuutta tukevat sujuvat digitaidot – digiosaamisen taso kuitenkin vaihtelee.
- Hallitusohjelmassa on asetettu tavoitteeksi, että julkiset palvelut ovat kansalaisten ja yritysten saatavilla digitaalisina vuoteen 2023 mennessä.
- Toimivien palveluiden lisäksi tarvitaan osaavia käyttäjiä - kansalaisten lisäksi yrityksille ja yhteisöille suunnattua digitukea eli opastusta laitteiden ja palveluiden turvalliseen käyttöön ja sähköiseen asiointiin on kehitettävä.
- Kartoitimme syksyn aikana yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa yritysten ja yhteisöjen digiosaamisen tilannetta
 - Millaisia digituen tarpeita yrityksillä ja yhteisöillä on?
 - Millaista tukea digipalveluiden käyttöön on saatavilla?
 - Mitkä tahot tukea tällä hetkellä tarjoavat?



Yritysten ja yhteisöjen digiosaaminen

- 1** Suurin digituen tarve on pienissä, paikallisissa yrityksissä ja yhdistyksissä, jotka painivat yksin digihaasteiden kanssa.
- 2** Digituen tarjonta on yhtä pirstaleista kuin yritysten ja yhteisöjen tarpeet.
- 3** Digituen ongelmat liittyvät löydettävyyteen ja tuen kohdentamiseen. Ongelma-tilanteessa ei tiedetä, mistä tukea voisi hakea tai että sitä ylipäätään on saatavissa.



Mitä kokeilut ovat?



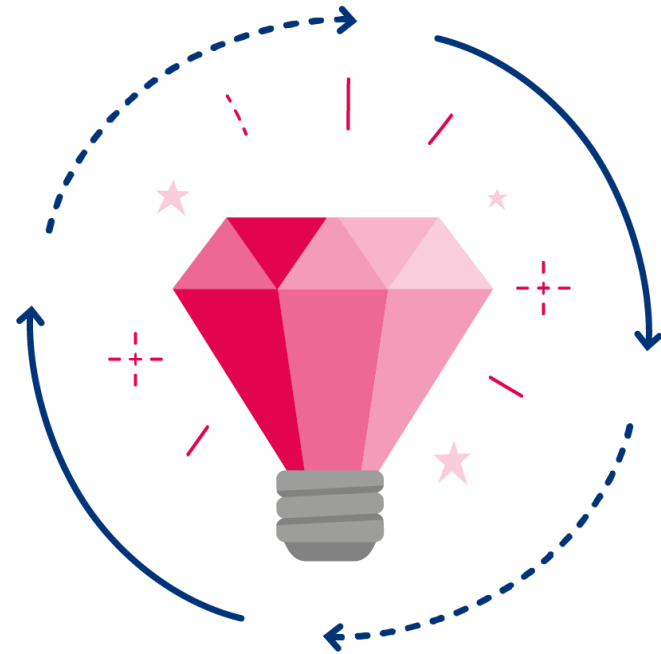
Liian usein

Ensin kehitetään palvelu tai tuote, sitten mietitään kuka sitä haluaa käyttää.



Sen sijaan

Ensin ymmärretään kuka tarvitsee ja mitä, sitten kehitetään iteraatioiden kautta.



Kokeiluilla poistetaan epävarmuutta

Uuden tuotteen tai palvelun kehityksen alussa on usein aika vähän varmoja asioita.

Kokeiluilla kerätään riittävästi ymmärrystä ja näyttöä, jonka perusteella kehittämistä kannattaa jatkaa



Tarvitaanko ja halutaanko tätä?



Pystymmekö toteuttamaan tämän?



Kannattaako meidän toteuttaa tämä?



Pystymmekö ylläpitämään tätä?



Yksi haastavimpia asioita kokeiluissa on tunnistaa ja työskennellä oletusten pohjalta



1 Oletukset ovat usein näkymättömiä



2 Oletuksen tunnistaa usein vasta jälkikäteen



1

Oletuksen pohjalta muodostetaan **hypoteesi**.

2

Hypoteesi auttaa oppimaan; keräämään ymmärrystä ja näyttöä **päätöksenteon** tueksi

3

Kokeilussa hypoteesi käännetään toteutettavaksi tekemiseksi joka tuottaa oppia.

4

Kokeilun jälkeen tehtävä päätös on
1) Jatkaa
2) Muuttaa
3) Lopettaa



Yrittäjien digiprofiilit 2021

Esimerkkejä kokeiluista 1



Yrittäjien digiprofiilit 2021

- Syksyllä 2020 tehtiin laadullinen tutkimus yritysten ja yhteisöjen digiosaamisesta ja digituen tarpeista.
 - Keväällä 2021 jatkotutkimus yhteistyössä Uusyrittäjäkeskuksen kanssa.
- Kyseessä ”kvantitatiivinen esitutkimus”
 - tarkoitus ei ole kertoa profiilien edustavuudesta kohderyhmässä vaan pääasiallinen hyöty on etsiä vahvimmat attribuutit, jotka kuvastavat eri profiilisegmenttejä.
- Toteutettu verkkokyselyllä, joka tulee huomioida tuloksia tulkittaessa – ylemmän digiosaamisen profiilit todennäköisesti korostuvat.
- Vastausmäärä n=114 on kvantitatiiviselle tutkimukselle suhteellisen pieni, mutta tyydyttävä tuottamaan segmentoinnille tarvittavat tilastollisesti merkitsevät tulokset.
- Alaryhmien pilkkomiseen tämä otoskoko ei riitä.



Yrittäjien digiprofiilit

Uusyrityskeskuksen asiakkaat

Digitaitajat

21 %



Korkea digikyvykyys

Kokeilunhaluiset

32 %



Enemmän valintaan liittyvää tukea, ideoita ja vinkejä

Enemmän käyttöön liittyvää tukea, opastusta ja ohjaamista

Digimaailmaan rohkaistavat

23 %



Matala digikyvykyys

Alkuun tuettavat

24 %



Miten segmentit painottuvat teidän asiakaskunnassanne?

Tämä tutkimus antaa eväät toteuttaa vastaava Digiprofilointi eri organisaatioissa yrityksille ja yhteisöille.



Digituen verkosto – yhteistyöllä kohti sujuvampaa viranomaisasiointia

Esimerkkejä kokeiluista 2



Haasteet ja tavoitteet



Olemme tunnistaneet seuraavat **haasteet**

- Tuen tarjoajia, tukimuotoja ja toimintamalleja on kirjavasti.
- Toiminta ja kehittäminen on siiloutunutta.
- Tuen tarjoajilla on kehittämisideoita, joita halutaan jakaa, mutta aina ei ole välineitä tai sopivaa foorumia.



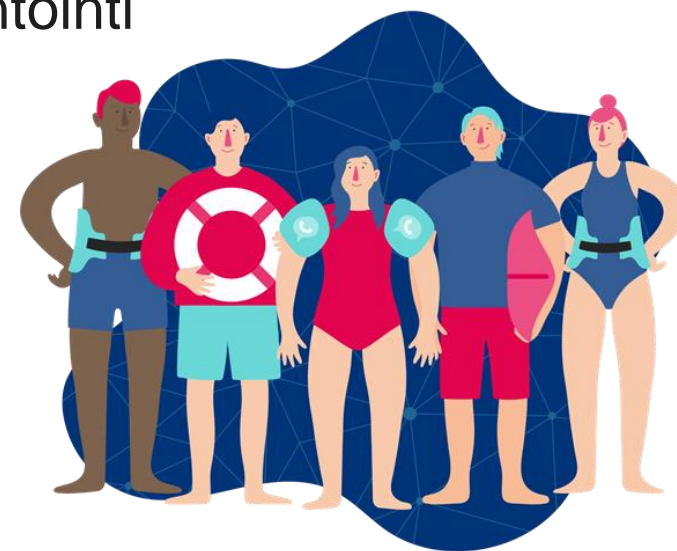
Verkoston kokeilun **tavoitteena**

- Selvittää parhaat tavat ylläpitää ja kehittää digituen valtakunnallista verkostoa.
- Oppia parhaat tavat toteuttaa verkostotyötä.
- Kuvata verkoston toimintamalli rooleineen ja vastuineen.



Digitukea kehitetään yhdessä

- Digituen verkoston toimintatapa tulee perustumaan teemojen ympärillä tehtävään kehitystyöhön.
- Kehitysteemoja verkoston työskentelyyn tunnistettiin kokeilun aikana kuusi:
 - Yhteisten teknisten ratkaisuiden löytäminen digituen tarjoamiseen
 - Digituen tarjoamiseen liittyvän osaamisen kehittäminen
 - Digituen kokonaisuuden kuvaaminen ja dokumentointi
 - Digituen loppukäyttäjien mukaanotto ja äänen kuulumisen varmistaminen kehityksessä
 - Tutustuminen ja verkostoituminen
 - Digituen yhdenmukaistaminen



Tavoitteena sujuva asiointi kaikille

Miksi digitukea annetaan?

Sujuva asiointi on sekä asiakkaan että palveluntarjoajan tavoite. Asiointiin ollessa sujuvaa, aikaa vapautuu muuhun. Digituki on sähköisessä kanavassa asiointiin tarjottavaa apua.

Digituen tavoitteena on:

- Tarjota asiakkaalle mahdollisuus asioida ajasta ja paikasta riippumatta sekä saada tarvitsemansa tuki asiointiin.
- Digituen avulla tuetaan kansalaisia siirtymään sähköiseen asiointiin, kohti digikansalaisuutta.

Missä, milloin ja miten digitukea annetaan?

- Digitukea tulisi antaa siellä, missä asiakas on. Tuen tarvitsijan ei tarvitse lähteä erikseen etsimään tukea, vaan se on saatavilla asiointipalvelussa ilman tunnistautumista.
- Digitukea tarjotaan asiointiin eri vaiheissa silloin kun asiakkaalla on ongelma sekä ennakoiden jo ennen palvelun käyttöä (=digitaitojen kehittäminen).
- Digitukea annetaan videoyhteydellä, chatissa, puhelimitse, sähköpostitse, käyntiasiointipisteiden itsepalvelun koneilla. Digitukea voidaan lisäksi tarjota koulutusten ja oppimateriaalien avulla.



Tavoitteena sujuva asiointi kaikille

Mikä on asiakkaan vastuulla?

- Asiakkaan vastuulla on avun tarpeen ilmaiseminen ja ongelmatilanteen kuvaaminen. Asiakkaan vastuulla on myös toimia annettujen ohjeiden mukaan sekä sitoutua omalta osaltaan digituen eettisten ohjeiden noudattamiseen.
- Viranomaisen vastuulla on palveluiden laadusta ja saavutettavuudesta huolehtiminen, tuen tarjoaminen, sen markkinoiminen ja selkeiden ohjeiden laatiminen. Viranomaisella on myös hallintolakiin perustuva neuvontavelvollisuus opastaa asiakasta asiansa hoitamisessa.

Mikä ei kuulu digituen piiriin?

Laitteiden hankinnoissa, käytössä ja asennuksissa tukeminen ei kuulu viranomaisten tarjoaman digituen piiriin. Muiden tahojen tarjoamissa palveluissa opastaminen.

Ketkä digitukea antavat?

Viranomaisten kohdalla digitukea antavat asiakasrajapinnassa työskentelevät henkilöt.



Sinäkin osaat!

Esimerkkejä kokeiluista **3**



Sinäkin osaat!

Kokeilun tavoitteet ja taustaa

Digiasioissa vähemmän osaavaa kohderyhmää voidaan rohkaista kokeilemaan, yrittämään ja onnistumaan kertomalla samaistuttavaa ruohonjuuritason case-tarinaa omasta viiteryhmästä.

Vertaiscasevideosta rohkaisua ja tutuuden tunnetta

Tätä oletusta lähdettiin testaamaan tuottamalla lyhyt casevideo, jossa helposti lähestyttävä ja samaistuttava kampaajayrittäjä Tiina Kukkohovi Salon TC:stä kertoo omista alkuvaiheen epävarmuuksistaan ja myöhemmistä hyvistä kokemuksistaan nettiajanvarausjärjestelmän käyttöönottoon liittyen.

- Video lähetettiin parille tuhannelle suomalaiselle hiusalan ammattilaiselle sähköpostitse
- Lisäksi Suomen Hiusyrittäjät ry jakoi videolinkin omassa jäsentiedotteessaan
- Videon yhteyteen liitettiin linkki lyhyeen palautekyselyyn



Sinäkin osaat!

Tuloksia

- **Videon h-hetki on heti** vastaanottamisen aikaan. 4/5 katsomiskerroista tapahtui viimeistään vastaanottamista seuraavana päivänä
- **Yritysten digiasteessa oli laajaa hajontaa:**
 - Viidennes vastanneista kuului varsinaiseen ydinkohderyhmään: heillä ei vielä ole nettiajanvarausta käytössä. Kaikki näistä yrityksistä olivat vanhempia, vähintään usean vuoden ikäisiä. Tuoreet yritykset olivat saman tien lähteneet liikkeelle nettiajanvarauksen kanssa
 - 2/5 yrityksistä ei ole edes sähköpostitiliä, vaan omistaja käyttää henkilökohtaista osoitettaan yrityksen asioiden hoitamiseen
- **Videon vastaanotto ja koettu hyöty oli ydinkohderyhmässä korkeampi** kuin niillä, joilla jo on nettiajanvaraus

Kuinka kiinnostavana pidit materiaalia?

Mielestäni tällaisesta materiaalista on hyötyä minulle

Ei nettiajanvarausta

3,6

3,0

On jo nettiajanvaraus

3,1

2,3

- **Videon vaikuttavuus oli hyvä:** videon nähtyään 3/4 kohderyhmästä jäi harkitsemaan nettiajanvarausta ja yli puolet myös keskusteli aiheesta kollegojen, asiakkaiden tai perheen kanssa



Sinäkin osaat!

Opit kohderyhmään liittyen

- Yrityksen tarjoamien palveluiden digitalisaation kannalta digitaalinen asiakaskunta on avainasemassa
- Vaikka asiakaskunnan tai tarjottavien palveluiden vuoksi ulospäin ei olisi tarvetta digitalisoitua, yrityksen sisäisissä asioissa ja viranomaiskontakteissa digitaalisista työkaluista ja kanavista voi silti olla merkittävää apua, kustannushyötyjä ja ajansäästöä
- Viesti kannattaa muotoilla muistaen, että vastaanottajajoukossa on hyvin todennäköisesti myös niitä, jotka eivät aivan osu ydinkohderyhmään

Hyvää työtä!

Tsemppiä työhön. Ihmiset on jääriä ja kaavoihin kangistuneita tavoissaan.



Sinäkin osaat!

Viestinnälliset opit kokeilusta

- Samaistuttava ja maanläheinen vertaiscasevideo vaikuttaa toimivalta lähestymistavalta, kun halutaan rohkaista digiarkaa kohderyhmää ehkä jopa ensimmäisiin digiaskeleisiin
- Kun lähestytään kohderyhmää viestillä, jota he itse eivät ole pyytäneet, avaamiskynnys on pidettävä matalana
 - Mahdollisuus avata/lukea heti
 - Riittävän lyhyt ja selkokielineen
 - Saatteessa tai esittelyssä kannattaa tuoda käyttäjäkeskeisesti arjen hyötyjä esiin
- Mitä konkreettisempaa, sen vaikuttavampaa. Jos mahdollista, näytä käytännössä, mahdollista testaaminen, kerää testimoniaaleja
- Tässä kokeilussa päähenkilövalinta onnistui hyvin. Viestin vaikuttavuuden kannalta on tärkeää, että digiasioita vierastava kampaaja voi kokea päähenkilön helposti lähestyttäväksi ja samaistuttavaksi

Aidot kokemukset palveluista ovat kyllä parhaita mainoksia.

Materiaali oli helposti lähestyttävä, koska se oli tarpeeksi lyhyt - sekä teksti että video.

Olisi ollut kiva nähdä miltä näyttää ajanvarauskalenteri esim tabletilla, sekä asiakkaan että kampaajan puolelta.

TAUKO

Jatkamme paneelikeskustelulla klo 10:10

Tauolle pohdittavaa:

Miten yrityksiä ja yhteisöjä voidaan innostaa digin käyttöön?



DIGI- JA VÄESTÖTIETOVIRASTO



Digitukiviikko

30.8.-3.9.2021

Anna ja vastaanota digitukea etänä –
yhdessä varmistamme sujuvamman arjen.

#digistilähellä
#digituki



DIGI- JA VÄESTÖTIETOVIRASTO



Paneelikeskustelun osallistujat

- **Eeva Jeronen**, asiantuntija, Opintokeskus Sivis
- **Louna Kiuru**, asiakaspalveluesimies, Patentti- ja rekisterihallitus
- **Joonas Mikkilä**, digi- ja koulutusasioiden päällikkö, Suomen yrittäjät



Tarkastelussa yritysten ja yhteisöjen digituen trendit, tavoitteet ja mittaaminen



Yritysten ja yhteisöjen digituen trendit, päätavoitteet, toimenpiteet ja ohjurit

Digituen avaintrendit

- Odotus aika- ja paikkariippumattomasta palvelusta ja asioinnista
- Asiakaspalvelusta itsepalveluun ja automaatioon
- Digitalisoituminen on kaikkialla
- Digitaalinen turvallisuusympäristö monimutkaistuu

Digituen päätavoitteet

- **Määrä:** Viranomaisasioinnin siirtyminen digikanavaan
- **Laatu:** Sujuva asiointi kaikissa kanavissa
- **Osaaminen:** Yritysten ja yhteisöjen digimaturiteetin paraneminen
- **Tarjonta:** Digituen tarjoajat sitoutuvat digitukeen ja sen asiakaslähtöiseen kehittämiseen

Digituen ohjurit

- Digitaalisten palveluiden saavutettavuus
- Digituen tarve asiakassegmenteittäin
- Rahoituksen painotukset

Digituen kehittämisen keskeiset toimenpiteet

- Digituen tarjonnan yhdenmukaistaminen
- Digituen tarjonnan kohdentaminen tarvelähtöisesti
- Digituen tarjonnan valtakunnallisen viestinnän vahvistaminen ja löydettävyyden parantaminen



Digituen tavoitteiden ja mittareiden määrittäminen meneillään vuonna 2021

Digituen päätavoitteet

Määrä

Viraomaisasiointin siirtyminen digikanavaan

Laatu

Sujuva asiointi kaikissa kanavissa

Osaaminen

Yritysten ja yhteisöjen digimaturiteetin paraneminen

Tarjonta

Digituen tarjoajat sitoutuvat digitukeen ja sen asiakaslähtöiseen kehittämiseen

Ylätason mittarit, joiden edistäminen on digituen kehittämisen keskiössä, mittaavat jo tapahtunutta

Ohjaavat tavoitteet

- Digituen asiakaskokemus
- Digituen asiakastarpeen täyttyminen
- Digitaalisten palveluiden ja järjestelmien käyttö
- Digiosaaminen yrityksissä ja yhteisöissä
- Digitaalisten palveluiden tarjonnan kattavuus
- Digitaalisten viranomaispalveluiden laatu

Mittarit, joiden muutos indikoi muutosta avaintavoitteessa, ennakoivat tulevaa

Mittaamisen tavat

- **Digibarometri** – mm.. yritysten digitaalisten järjestelmien käyttö
- **Järjestödigi** – mm. järjestöjen digiosaaminen
- **DVV Digituen asiakkaiden segmentointi** – digituen tarveprofiilit
- **Yritysdigi palvelulupaus** – digitaalisten viranomaispalveluiden tarjonta
- **Määritettävä** – Yhtenäinen digituen määrän mittaaminen
- **Määritettävä** – Yhtenäinen asiakaskokemuksen mittaaminen digipalveluissa

Missä ja miten tavoitteita mitataan?

Kohti yritysten ja yhteisöjen digitukea

- Yritysten ja yhteisöjen digituen tarpeet ovat erilaisia. Käytännön kokeilujen avulla kerätty tieto miten tuen tarjonta ja tarpeet parhaiten kohtaavat ohjaavat digituen toimintamallin kehittämistä
- Toimintamallikokeiluja jatketaan ja syvennetään syyskaudella 2021.
- Digituen löydettävyyteen ja kohdentamiseen liittyviä ongelmia ratkotaan yhdessä digituen tuottajien ja tuen tarvitsijoiden kanssa.
- Tavoitteena on vuoden 2021 loppuun mennessä muodostaa kestävä malli yrityksille ja yhteisöille suunnatun digituen koordinointiin.



**Kukaan ei kaipaa
lähtökohtaisesti lisää
tukea vaan **sujuvuutta**
asioiden hoitamiseen**





DIGI- JA VÄESTÖTIETOVIRASTO

dvv.fi