

Markkinointitutkimus

Case Pohjoisen Keski-Suomen ammattiopisto

Laura Aaltonen, M3633

Helen Finnilä, M3315

Henna Järvinen, M2460

Pilvi Rinneaho, L4791

Projektiraportti

HTLM2004 Markkinointitutkimus, Nina Välimäki

13.12.2019

Liiketalouden ala

Sisältö

1	Johdanto	2
2	Ongelman määrittely	2
3	Tutkimussuunnitelma	3
4	Aineistonkeruu	5
5	Analysointi	6
5.1	Taustoittavat kysymykset	6
5.2	Oppilaiden mielikuva POKE:sta	7
5.3	POKE:n somekanavat.....	9
6	Yhteenveto	12
	Lähteet	14
	Liitteet	15
	Liite 1 Kyselylomake.....	15
	Liitteet 2: Power Point esitys	18

Kuviot

Kuvio 1.	Miksi valitsit POKE:n?	7
Kuvio 2.	Mielikuva väittämät.....	8
Kuvio 3.	Sukupuolen vaikutus näkemykseen POKE:sta.....	8
Kuvio 4.	POKE:n somekanavien mielenkiintoisuus	10
Kuvio 5.	Sukupuolen vaikutus YouTuben mielenkiintoon.....	11
Kuvio 6.	Mitä POKE:n somekanavissa halutaan nähdä	12

Taulukot

Taulukko 1.	Sukupuolen vaikutus somekanavien mielenkiintoon	11
-------------	---	----

1 Johdanto

Markkinointitutkimuksen tarkoitus on kerätä ja analysoida tietoa liittyen yrityksen markkinointiin, imagoon, maineeseen tai mainontaan. Markkinointitutkimuksen prosessi alkaa ongelman määrittelystä yhdessä toimeksiantaja yrityksen kanssa. Kun ongelmasta saadaan jäsennettyä yksittäinen lause sekä erilaisia hypoteeseja, voidaan siirtyä tutkimuskonseptin luomiseen eli kuinka ongelmaa on tehokkainta lähestyä. Näiden työvaiheiden jälkeen kerätään itse data ennalta päätetyltä kohderyhmältä sekä analysoidaan se käyttäen eri mittareita ja työkaluja. Tulokset koostetaan lopuksi toimeksiantajan nähtävälle ymmärrettävään muotoon. Tutkimuksen haasteena on saada tarpeeksi kattava otanta ja koostaa datasta tulos, joka oikeasti kuvaa alkuperistä tutkimuskysymystä.

Tässä raportissa tutkimme Pohjoisen Keski-Suomen ammattiopiston brändimielikuvaa. Vertailemme tutkimuksessa jo toteutettua brändimielikuvakyselyn tuloksia ammattiopiston henkilöstöltä ja vertaamme niitä ammattiopiston nykyisten oppilaiden mielikuvaan oppilaitoksesta. Työskentelemme ammattiopiston yhteyshenkilön kanssa, joka varmistaa, että saamme oikeat pohjatiedot ja lähdemme tutkimaan aihetta oikeasta näkökulmasta. Tavoittemme tässä markkinointitutkimuksessa on tuottaa reliaabelia ja validia dataa Pohjoisen Keski-Suomen ammattiopistolle, josta on myös jatkossa hyötyä heidän rekrytoidessa uusia opiskelijoita.

2 Ongelman määrittely

Pohjoisen Keski-Suomen ammattiopisto eli POKE on aiemmin toteuttanut yhteistyössä markkinointitoimisto Aava&Bangin kanssa brändimielikuva selvityksen oppilaitoksen henkilökunnalle. Henkilökunnan 220 henkilöä osallistui erilaisiin työpajoihin, joiden pohjalta Aava&Bang laati koosteen, josta käy ilmi POKE:n identiteetti. Tämä selvitys toimii oman tutkimuksemme esitutkimuksena.

Omassa markkinointitutkimuksessamme haluamme selvittää, vastaako POKE:n opiskelijoiden näkemys henkilöstön näkemystä. Tutkimuskysymyksemme ovat ”vastaako POKE:n opiskelijoiden mielikuva henkilökunnan mielikuvaa POKE:sta” ja ”mitä mieltä opiskelijat ovat POKE:n markkinointiuudistuksista”. POKE on tehnyt viime talvena markkinointiuudistusta mm. uudistamalla nettisivunsa sekä lisäämällä aktiivisuuttaan sosiaalisessa mediassa, erityisesti Instagramissa ja Facebookissa. Syynä brändimielikuvan tutkimiselle on se, että POKE:n tavoitteena on tehdä sellaista markkinointia, joka kiinnostaa nuoria ja lisäksi tätä kautta myös hakijoita.

Oman tutkimuksemme kohderyhmä on POKEn nuoriso-opiskelijat eli noin 16-18 – vuotiaat ammattikoululaiset. POKE:ssa opiskelee myös aikuisopiskelijoita, mutta heitä ei tässä tutkimuksessa huomioida. POKE:ssa opiskelee noin 1500 opiskelijaa, joista noin 1000 on nuoria. Loput ovat aikuisopiskelijoita. Hypoteesinamme on, että opiskelijat ajattelevat POKE:sta samalla tavoin kuin henkilökunta. Henkilökunta ajattelee POKE:n olevan energinen, lämminhenkinen, asiakaslähtöinen ja käytännönläheinen koulu, jolle ympäristöarvot ja kestävä kehitys ovat tärkeitä. Näkemyksenä on myös että POKE antaa valmiudet niin elämään kuin ammattia varten.

Haasteena tutkimukselle on saada luotua tarpeeksi lyhyt ja ymmärrettävä kyselylomake, jotta siihen olisi helppo vastata. Lomakkeen tulee myös olla sellainen että kerätyt vastaukset todella vastaavat tutkimuskysymykseen. Toinen haaste liittyy myös vastaamiseen, sillä vastaajien määrä saattaa helposti jäädä hyvin alhaiseksi, riippuen siitä, missä kyselylomakkeen julkaisee. Vastaajien keräämiseen saamme kuitenkin apua yhteyshenkilöltämme, POKE:n viestintäkoordinaattori, Tuija Tiitiseltä. POKE:lla on mahdollisuus arpoa vastaajien kesken jokin palkinto, kuten lahjakortti, tarvittavan vastausmäärän takaamiseksi. Kolmas haaste on rajallinen aika, sillä kovin syvällistä tutkimusta ei kurssin aikana ole mahdollista toteuttaa.

3 Tutkimussuunnitelma

Sekundaarinen ja syndikoitu data

Aiomme hyödyntää tutkimuksessamme sekundääristä ja syndikoitua dataa eli muista kuin omasta tutkimuksestamme saatua tietoa. Aiomme hyödyntää oman tutkimuksemme pohjana Aava&Bangin POKE:n henkilökunnalle tekemää tutkimusta, sekä

nuorten mediakäyttämiseen liittyviä tutkimuksia (Aava&Bang). Esimerkiksi tutkimus SoMe ja Nuoret 2019 saattaa antaa meille arvokasta tietoa nuorten suosimista palveluista verrattuna POKE:n käyttämiin palveluihin (Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2019). Nämä tutkimukset auttavat meitä vertaamaan omia tuloksiamme aiemmin kerättyyn tietoon sekä löytämään niitä kanavia, joita kohderyhmämme ikäiset henkilöt käyttävät.

Tutkimusote

Tutkimusotteemme on kvantitatiivinen eli määrällinen. Tutkimus suoritetaan kyselytutkimuksena valitulle joukolle, tässä tapauksessa POKE:n nuorille opiskelijoille. Datat keräys suoritetaan strukturoidusti, valmiin kyselyn avulla. Tämän jälkeen käytämme erilaisia mittareista, joiden avulla analysoimme keräämämme datan.

Aineistonkeruumenetelmä

Teemme kyselyn Webropolissa, koska sähköinen kysely on helpompi ja halvempi toteuttaa suurelle joukolle, kuin paperinen kysely, minkä lisäksi Webropolin käyttö oli yksi kurssitehtävän vaatimuksista. Lähetämme valmiin kyselylomakkeen linkin Tuija Tiitiselle (POKE:n viestintäkoordinaattori), joka pyytää muita opettajia kannustamaan oppilaita vastaamaan kyselyyn. Ideana on, että opettajat käyttäisivät noin 10 minuuttia tunnin alusta siihen, että antavat oppilaille aikaa vastata kyselyyn. Tällä pyrimme vähentämään vastauskatoa, sillä kato on suurin riski tutkimuksemme toteuttamisessa. Kysely lähetetään Wilman/ sähköpostin kautta oppilaille.

Otantamenetelmä

Tutkimuksen havaintoyksikkönä ovat POKE:n nuoriso-opiskelijat. POKE:n aikuisopiskelijat jäävät otannan ulkopuolelle. Koska kysely tehdään sähköisesti ja sen lähettäminen sähköisesti on mahdollista, se lähetetään koko koulun oppilaille.

Perusjoukko pitää sisällään kaikki POKE:n nuoriso-opiskelijat, joita on noin 1000. Koska kysely lähetetään koko perusjoukolle, on kyseessä kokonaistutkimus. Tavoitteena on saada 600 vastausta, jotta tulokset olisivat erittäin luotettavia ja yleistettävissä.

Mitta-asteikkojen käyttö

Kyselyssämme hyödynnämme kolmea erilaista datan mittaustapaa. Likertin asteikkoa käytämme kuvaamaan, kuinka vahvasti annettu väittämä liittyy vastaajan mielestä POKE:en. Likertin asteikkoa on helppo analysoida asenteita mittaavassa kysymyksessä. Osa kysymyksistä on monivalintakysymyksiä, joissa vastaaminen on kuitenkin rajattu vain yhteen vaihtoehtoon. Näin varmistamme, ettei tutkimuksesta saatu data näiden kysymysten osalta ole liian hajanainen. Käytämme myös vapaamuotoisia vastauksia, sillä ne ovat tutkimuksen kannalta pakollisia, joksikin työläitä analysoida ja luokitella. Mitta-asteikkojemme tyypit ovat epäjatkuvia eli ne sisältävät vain kokonaislukuja.

Alustavat analysointimenetelmät

Joudumme todennäköisesti esikäsittelemään dataa ennen sen varsinaista analysointia, esimerkiksi poistamalla epämääräiset vastaukset. Analysointivaiheessa on myös otettava huomioon poikkeamat.

Tarkastelemme tärkeimpiä tutkimuskysymyksiä ja teemme niistä yhteenvetotaulukon sekä perusanalyysit, kuten ristiintaulukointi. Suodatamme taulukoita saadaksemme selville erilaisten muuttujien vaikutukset. Tämän jälkeen keräämme numeraaliset ja prosentuaaliset tiedot. Pyrimme selvittämään erilaisia trendejä vastauksista. Lopuksi arvioimme vielä tutkimuksen luotettavuutta sekä teemme johtopäätökset. Teemme tuloksista myös visuaalisia kuvioita ja grafiikoita tulosten ymmärtämiseksi ja esittämiseksi.

Analyysin tärkeimmät teemat ovat opinnot, somekäyttäytyminen sekä POKE:n imago. Jaamme vastauksia sukupuolen sekä opintojen mukaan, selvittääksemme näiden muuttujien vaikutuksia.

4 Aineistonkeruu

Teimme kyselyn Webropolissa, jonka lähetimme Tuija Tiitiselle, joka välitti kyselyn eteenpäin oppilaille. Pyrimme tekemään kyselystä lyhyen ja selkeän, parantaaksemme vastausprosenttia. Palkinnon avulla pyrimme myös saamaan lisää vastauksia kyselyyn. Kysely lähetettiin opiskelijoille 26.11. ja vastausaikaa oli 1.12. asti. Koska

emme olleet paikalla aineistonkeruutilanteessa, emmekä tiedä miten/millaisin saatesanoin kysely lähetettiin oppilaille, emme voi olla varmoja onko ulkopuoliset tekijät vaikuttaneet vastauksiin. Kyselyyn vastanneiden määrä oli 352. Vastanneista naisia oli 56,3% (n=198) ja miehiä 41,8% (n=147), minkä lisäksi ”en halua vastata” ja ”muu” kategorioihin tuli vastauksia yhteensä 7 kappaletta.

5 Analysointi

Käytimme analysoinnissa apuna peruseräraporttia ja ristiintaulukointia. Ristiintaulukointimenetelmä on hyvä työkalu tutkittaessa tulosten välistä riippuvuutta. Ristiintaulukointi tutkii siis eri muuttujien jakautumista ja niiden välistä riippuvuutta. Tutkimme ristiintaulukoinnissa sukupuolen vaikutusta vastauksiin Khiitoseen testin avulla. Khiitoseen testissä tarkastellaan frekvenssien erotusten suuruutta. Testin tulokset tiivistyvät p-lukuun. P-luvun ollessa alle 0.05, on ero tilastollisesti merkitsevä. (Ristiintaulukointi 2004.)

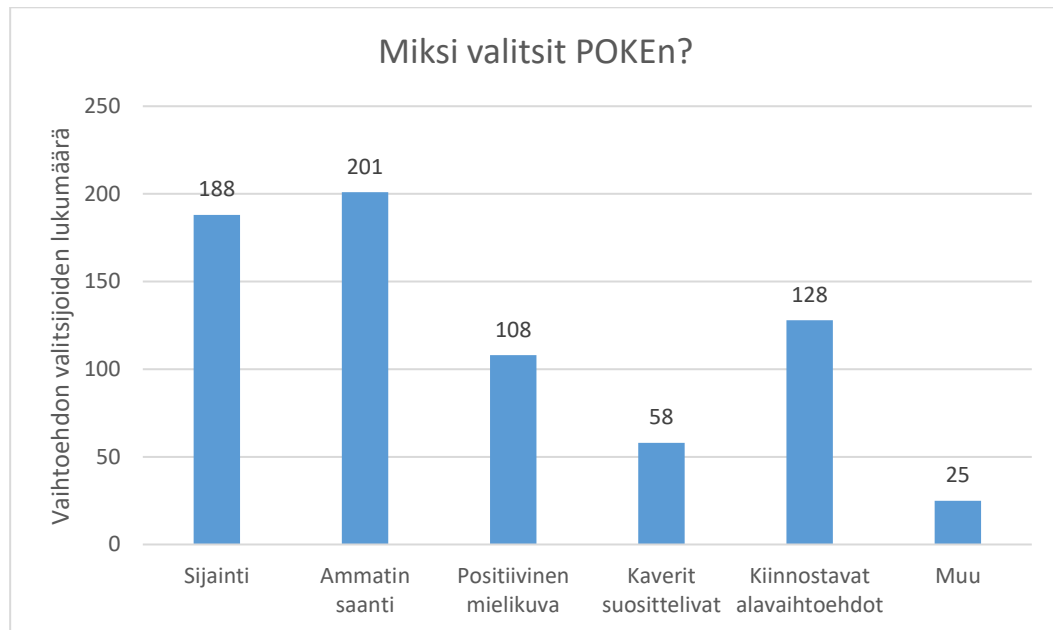
5.1 Taustoittavat kysymykset

Kyselymme alussa kysyimme taustoittavina kysymyksinä vastaajan sukupuolen, koulutusalan sekä sen miksi opiskelija valitsi opiskelupaikakseen juuri POKE:n. Sukupuolen osalta saimme hyvin tasaisen jakauman eli miehiä kyselyssämme oli noin 42% ja naisia 56% vastaajista. Tämän perusteella voimme olettaa, että tuloksemme eivät ole vääristyneitä ainakaan toisen sukupuolen yliedustuksen ja toisen aliedustuksen takia. Koulutusala oli kysytty antamalla valmiit alavaihtoehdot ja tämä kysymys auttoi meitä etsimään alojen välillä esiintyviä mahdollisia eroja myöhemmässä oppilaiden mielikuvia kartoittavassa kysymyksessä.

Opiskelupaikan valinnan osalta annoimme opiskelijoille useita vaihtoehtoja, joista valita. Opiskelijat saivat rastittaa niin monta vaihtoehtoa kuin vain halusivat. Lisäksi opiskelijan oli mahdollista kirjoittaa mikä muu asia valmiiksi annettujen vaihtoehtojen lisäksi sai hänet valitsemaan juuri POKE:n.

Suosituimmiksi valmiiksi annetuista vaihtoehtoista nousivat sijainti, ammatin saanti sekä kiinnostavat alavaihtoehdot. Myös positiivinen mielikuva ja kaverien suosittelu saivat ääniä. (Kuvio 1.) Vaihtoehdon muu valinneissa esiin nousevia teemoja olivat

muiden kuin kaverien suosittelu, sijainti kyytien kautta sekä pakon edessä tehty valinta.

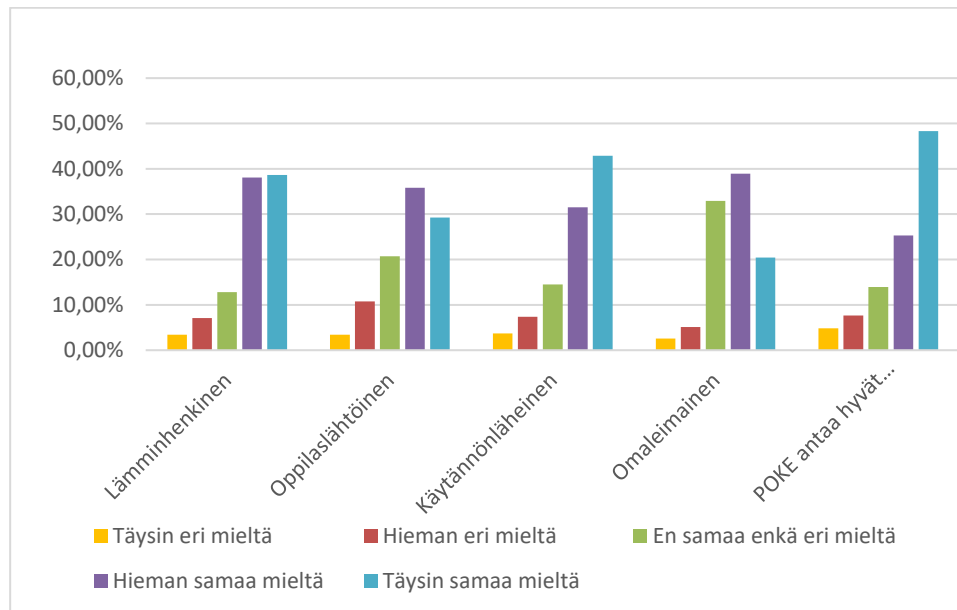


Kuvio 1. Miksi valitsit POKE:n?

5.2 Oppilaiden mielikuva POKE:sta

Lähdemateriaalista saamia väittämiä POKE:sta hyödynnettiin teetetyssä kyselyssä monivalintakysymyksen muodossa. Väittämät olivat suoraan henkilökunnan antamia adjektiiveja, jotka liittyivät POKE:sta muodostuvaan mielikuvaan.

Kaaviosta (Kuvio 2) voidaan nähdä, kuinka jokainen väittämä on saanut vastaajilta melko saman määrän vastauksia ”Täysin samaa mieltä” sekä ”Hieman samaa mieltä” valinnoissa sekä vastaavasti ”Täysin eri mieltä” ja ”Hieman eri mieltä” ovat saaneet yhtä lailla vastauksia keskenään. Tulosten perusteella voidaan todeta opiskelijoiden olevan samaa mieltä henkilöstön kanssa. Varsinkin konkreettiset asiat painottuvat opiskelijoiden vastauksissa eli käytännölläisyys ja hyvät työelämävalmiudet koetaan erittäin hyväksi. Mikäli tämän tuloksen perusteella lähdetään kehittämään esimerkiksi POKE:n somea ja viestintää potentiaalisille opiskelijoille, kannattaa se tehdä työmahdollisuudet ja -valmiudet edellä ja korostaa kuinka juuri POKE on käytännönläheinen opiskelupaikka.



Kuvio 2. Mielikuva väittämät

Vastauksissa oli eroa sukupuolten välillä. Ristiintaulukoinnissa (Kuvio 3) kävi ilmi, että väittämässä ”POKE on oppilaslähtöinen”, ”POKE on käytännönläheinen” ja ”POKE antaa hyvät valmiudet työelämään” oli tilastollisesti merkittäviä eroja sukupuolten välillä. Kuten kuviosta 3 voidaan nähdä, suurin ero sukupuolten välillä on väittämässä ”POKE antaa hyvät valmiudet työelämään”, jossa p-arvo on 0.002.

		Sukupuoli		
Variables		Sukupuoli	Min Expected	Fraction < 5
Lämminhenkinen	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaav	6.96 (p=0.138)	5.113	0 %
Oppilaslähtöinen	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaav	11.82 (p=0.019)	5.113	0 %
Käytännönläheinen	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaav	13.57 (p=0.009)	5.5391	0 %
Omaleimainen	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaav	3.55 (p=0.471)	3.8348	10 %
Antaa hyvät valmiudet työelämään	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaav	17.13 (p=0.002)	7.2435	0 %

Kuvio 3. Sukupuolen vaikutus näkemykseen POKE:sta

Alan vaikutus mielikuvaan

Tutkimuksessamme selvitettiin myös, onko eri alojen opiskelijoiden välillä eroa siinä, millaisena POKE nähdään. Opiskelijat vastasivat viiteen väittämään POKE:sta viisipor- taisella asteikolla. Yleisesti ottaen kaikkiin kysymyksiin vastattiin positiivisesti, niin että väittämien kanssa oltiin joko hieman tai täysin samaa mieltä, mutta joitain eroja- kin löytyi.

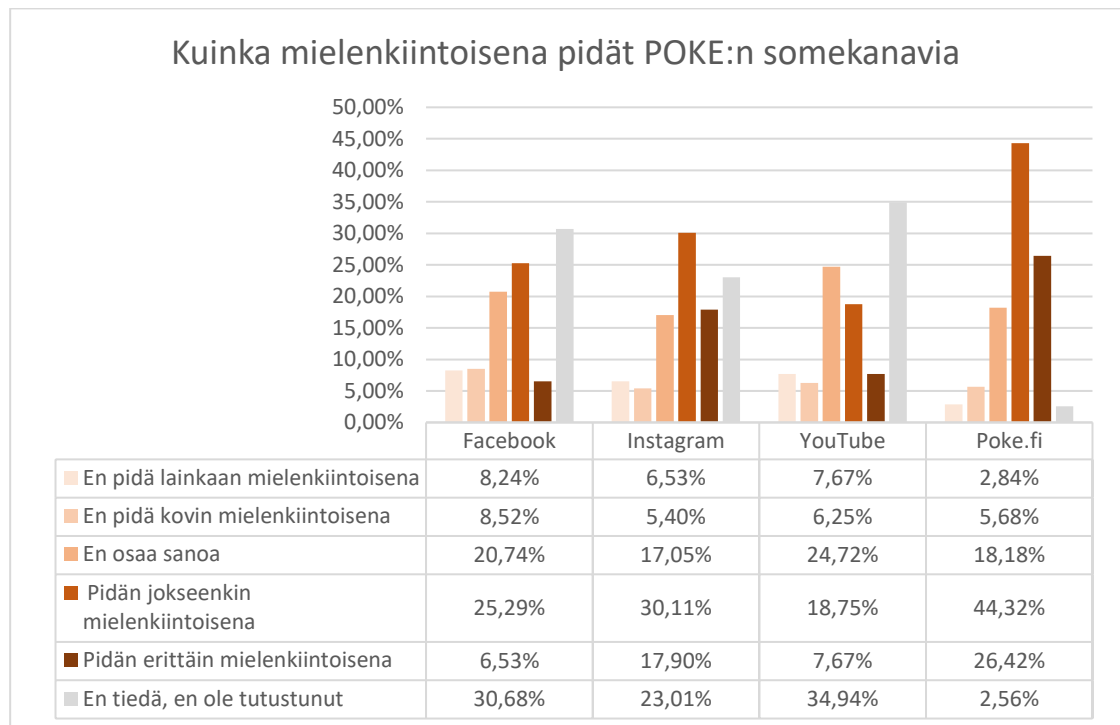
Ensimmäisen väittämän ”Poke on lämminhenkinen” suhteen kaikkien alojen opiskeli- jat olivat suurimmalta osin joko hieman samaa mieltä tai täysin samaa mieltä. Toisen väittämän ”POKE on oppilaslähtöinen” ja kolmannen väittämän ”POKE on käytännön- läheinen” kohdalla oli hiukan enemmän hajontaa, niin että sosiaali- ja terveystal- vastaajat olivat vastanneet hieman eri mieltä tai ei samaa eikä eri mieltä muita aloja enemmän. Kuitenkin heidänkin vastauksensa painottuivat kysymyksen kohdalla posi- tiivisen puolelle. Neljäs väittäjä ” POKE on omaleimainen” oli selvästi hankala kysy- mys käsittää, sillä 33 % kaikista vastaajista vastasi en samaa enkä erimieltä. Muuten kysymykseen oli vastattu kaikilla aloilla yleisesti ottaen positiivisesti niin että suurin osa vastauksista oli joko hieman samaa mieltä tai täysin samaa mieltä.

Mielenkiintoisinta alavertailussa oli viimeisen eli viidennen väittämän ”POKE antaa hyvät työelämävalmiudet” kohdalla esiintyvät alakohtaiset vastauserot. Täysin eri mieltä tai hieman eri mieltä väittämän kanssa oli muilla aloilla alle 8 henkilöä per ala, mutta sosiaali- ja terveystalalla negatiivisemmat vaihtoehdot oli valinnut yhteensä 17 henkilöä (22% alan vastaajista). Tähän eroon voi olla monta syytä, joita voisi lisätutki- muksella selvittää tarkemmin.

5.3 POKE:n somekanavat

Kyselyyn vastanneet oppilaat pitävät POKE:n sosiaalisen median kanavia melko mie- lenkiintoisina. Mielenkiintoisimpana kanavana kyselyyn vastanneet pitivät POKE:n verkkosivuja (Poke.fi). Vastaajista 70,74 % piti verkkosivuja jokseenkin tai erittäin mielenkiintoisina. Lähes kaikki olivat tutustuneet verkkosivuihin, vain 2,56 % vastaa- jista ei ollut tutustunut niihin. Instagramia pidettiin toiseksi mielenkiintoisempana ka- navana, vastaajista 48,01 % piti Instagramia jokseenkin tai erittäin mielenkiintoisena. YouTube sai vastaajilta eniten ”En osaa sanoa” sekä ”En tiedä, en ole tutustunut”

vastauksia ja jakoi vastaajien mielipiteen muutenkin voimakkaasti, saman verran vastaajia (7,67 %) piti sitä erittäin mielenkiintoisena ja ei lainkaan mielenkiintoisena. Facebookin sai eniten ”En pidä lainkaan mielenkiintoisena” tai ”En pidä kovin mielenkiintoisena”. 16,76 % ei pitänyt kovin mielenkiintoisena tai lainkaan mielenkiintoisena, kun taas 31,82 % piti sitä jokseenkin mielenkiintoisena tai erittäin mielenkiintoisena.

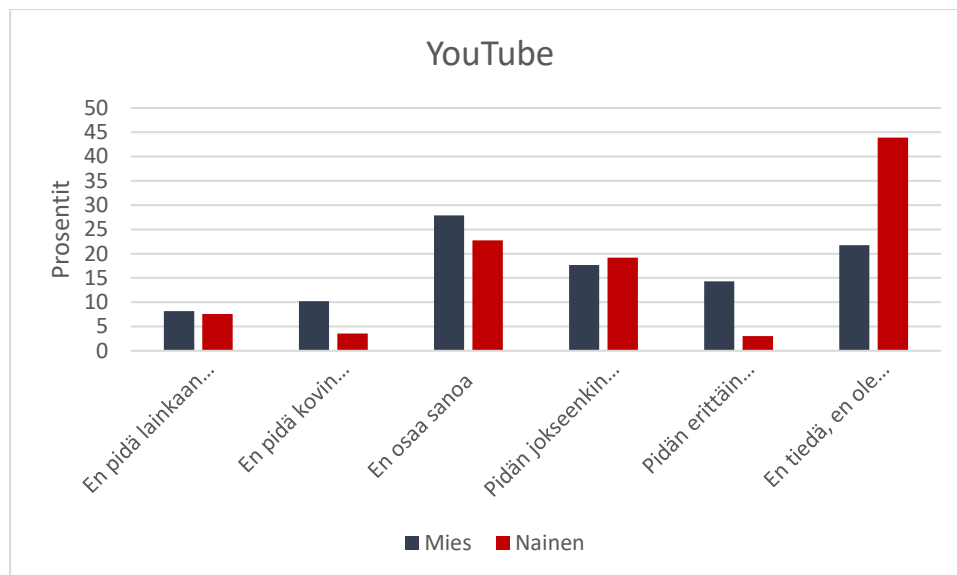


Kuvio 4. POKE:n somekanavien mielenkiintoisuus

Kyselytutkimuksen perusteella tehdyn ristiintaulukoinnin avulla kävi ilmi, että sukupuoli ei vaikuttanut muissa kanavissa, kuin YouTubeissa siihen, kuinka mielenkiintoisina kyselyyn osallistuneet pitivät POKE:n sosiaalisen median kanavia (kuvio 5). Miehet vastasivat naisia useammin pitävänsä kanavaa erittäin mielenkiintoisena, kun taas naiset vastasivat useammin ”En tiedä, en ole tutustunut”. Kuten taulukosta 1. nähdään, p-arvoksi tuli 0.000, eli ero on merkittävä. Suurin hajonta oli vastausvaihtoehdossa ”Pidän erittäin mielenkiintoisena”, sillä sen valitsi miehistä 14,29 % ja naisista 3,03 %. Miehistä 21,77 % ja naisista 43,94 % vastasivat ”En tiedä, en ole tutustunut” vaihtoehdon.

Taulukko 1. Sukupuolen vaikutus somekanavien mielenkiintoon

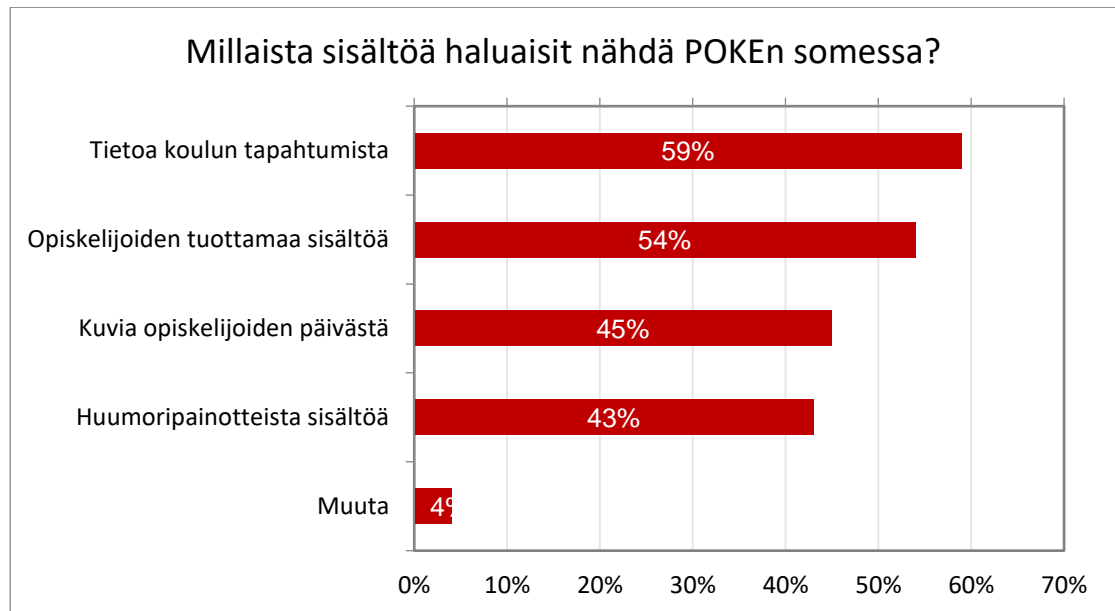
	Sukupuoli	Min Expected	Fraction <5
Facebook	2.99 (p=0.702)	9.3739	0
Instagram	5.59 (p=0.348)	9.0957	0
YouTube	32.61 (p=0.000)	9.3739	0
Poke.fi	6.48 (p=0.262)	3.4087	25



Kuvio 5. Sukupuolen vaikutus YouTube mielenkiintoon

Poke:n somekanavissa halutaan nähdä jatkossa tietoa erityisesti koulun tapahtumista. Suurin osa (59%) vastanneista toivoi, että POKE jakaisi tietoa koulun tapahtumista. Yli puolet vastanneista halusi, että oppilaat tuottaisivat sisältöä koulun kanaviin. Kysymykseen, jossa kysyttiin mitä muuta oppilaat haluaisivat nähdä POKE:n somekanavissa tuli vastauksia 11. Muita asioita, joita opiskelijat haluaisivat nähdä POKE:n somekanavissa olivat: kuvia Tarvaalan eläimistä, oppilaiden töitä, työilmoituksia sekä koulun ulkopuolista toimintaa. Kahdeksan vastaajista ei joko osannut sanoa, ei ollut kiinnostunut tai ei halunnut nähdä mitään. Yksi vastaajista toivoi, että POKE keskittyisi enemmän opettamiseen eikä imagon luomiseen: ”Tahtoisin Poke:n

keskittyvän tärkeimpään eli opettamiseen. Tuntuu että keskittyvät liiaksi hyvän ulkoisen kuvan kiillottamiseen, vaikka sisältö ei toimi”.



Kuvio 6. Mitä POKE:n somekanavissa halutaan nähdä

6 Yhteenveto

Opiskelijoiden näkemykset POKE:sta vastaavat suurimmaksi osaksi henkilökunnan näkemyksiä. Kaikissa väittämässä ”Täysin samaa mieltä” tai ”Hieman samaa mieltä” saivat yli puolet vastauksista. Eniten ”Täysin samaa mieltä” vastauksia sai väittämä ”POKE anta hyvät työelämävalmiudet”, joten sitä kannattaa korostaa myös markkinoinnissa. Myös sijaintia, ammatin saantia ja kiinnostavia alavaihtoehtoja kannattaa korostaa, sillä ne saivat eniten ääniä kun kysyttiin syitä POKE:n valinnaksi opiskelupaikaksi.

POKE:n sosiaalisen median kanaviin oltiin myös keskimäärin tyytyväisiä. POKE:n verkkosivuja pidettiin mielenkiintoisimpana kanavana, joten uudistukset ovat selvästi olleet hyviä. Youtube-kanavaan oli tutustuttu vähiten, joten sitä kannattaa mainostaa eri sosiaalisen median kanavissa ja julkaista aktiivisesti videoita, mikäli

seuraajamäärää halutaan kasvattaa. Suosituin sosiaalisen median kanava POKE:n verkkosivujen jälkeen oli Instagram, joten sen sisältöön ollaan keskimäärin tyytyväisiä. Vähiten mielenkiintoisena pidettiin POKE:n Facebook-sivua, joten sen sisältöä kannattaa kehittää jotenkin. Toisaalta Instagram on nykyään suositumpi nuorten keskuudessa kuin Facebook (Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2019), mikä saattaa selittää sitä, että Instagram-tiliä pidetään mielenkiintoisempana kuin Facebook-tiliä.

Projektityön tekeminen auttoi ymmärtämään tutkimuksen eri vaiheet ja niiden tärkeyden koko tutkimuksen kannalta. Opimme, kuinka tutkimus suunnitellaan, toteutetaan ja kuinka tuloksia analysoidaan. Projekti oli toteutettu hyvin jaksotetusti, jolloin suureen kokonaisuuteen oli helpompi tarttua.

Lähteet

Aava&Bang. N.d. Markkinoinnin konsepti-tukimusmateriaali - Pohjoisen Keski-Suomen ammattiopisto.

Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut. 2019. Suomessa asuvien 13-29 -vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo. Viitattu 9.10.2019. <https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/>.

Ristiintaulukointi. 2004. KvantiMOTV. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu 10.12.2019. <https://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/ristiintaulukointi/ristiintaulukointi.html>.

Liitteet

Liite 1 Kyselylomake

1. Sukupuoli

*mies

*nainen

*muu

*en halua vastata

2. Mitä opiskelet

PERUSTUTKINNOT

Autoalan perustutkinto, Hius- ja kauneudenhoitoalan perustutkinto, Kasvatus- ja ohjauksen perustutkinto, Kone- ja tuotantotekniikan perustutkinto, Liiketoiminnan perustutkinto, Logistiikan perustutkinto, Maatalousalan perustutkinto, Metsäalan perustutkinto, Prosessiteollisuuden perustutkinto, Puhtaus- ja kiinteistöalan perustutkinto, Rakennusalan perustutkinto, Ravintola- ja cateringalan perustutkinto, Sosiaali- ja terveystieteiden perustutkinto, Sähkö- ja automaatioalan perustutkinto, Talotekniikan perustutkinto, Tieto- ja tietoliikennetekniikan perustutkinto, Tieto- ja viestintätieteiden perustutkinto.

3. Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat mielestäsi POKEa (asteikolla 1-5)

Täysin eri mieltä, hieman eri mieltä, en samaa enkä eri mieltä, hieman samaa mieltä, täysin samaa mieltä.

*POKE on lämminhenkinen (1-5)

* POKE on oppilaslähtöinen (1-5)

* POKE on käytännönläheinen (1-5)

* POKE on omaleimainen (1-5)

*POKE antaa hyvät työelämävalmiudet (1-5)

4. Valitse tärkein syy miksi valitsit opiskelupaikaksesi POKEn?

- *Sijainti
- *Ammatin saanti, ammattitaidon täydennys
- *Positiivinen mielikuva
- *Kaverit suosittelivat
- *Kiinnostavat alavaihtoehdot
- *Muu, mikä

5. Mihin seuraavista POKEn somekanavista olet tutustunut?

- *Facebook
- *Instagram
- *Youtube
- *Poke.fi
- *En ole tutustunut POKEn somekanaviin

6. Jos et ole tutustunut POKEn somekanaviin, millainen sisältö saisi sinut kiinnostumaan niistä? (avoin kysymys) ei pakollinen kysymys HUOM**7. Kuinka mielenkiintoisena pidät POKEn somekanavia? (asteikko 1-5)**

Pidän erittäin mielenkiintoisena, Pidän jokseenkin mielenkiintoisena, En osaa sanoa, En pidä kovin mielenkiintoisena, En pidä lainkaan mielenkiintoisena.

Facebook (1-5)

Instagram (1-5)

Youtube (1-5)

Poke.fi (1-5)

8. Millaista sisältöä haluaisit tulevaisuudessa nähdä näillä kanavilla (avoin kysymys)? (pystyy valitsemaan monta vaihtoehtoa)

*Tietoa koulun tapahtumista

*Opiskelijoiden tuottamaa sisältöä

*Kuvia opiskelijoiden päivästä

*Huumoripainotteista sisältöä

*Muuta, mitä_

9. Yhteystiedot

Nimi ja (mikä muu yhteystieto)

Liitteet 2: Power Point esitys

Case Pohjoisen Keski-Suomen ammattiopisto

Tulosten esittely



Laura Aaltonen, Helen Finnilä, Henna Järvinen, Pilvi Rinneaho

Tutkimusongelma

- Esitutkimuksena Aava&Bang:n tekemä brändimielikuva selvitys POKE:n henkilökunnalta
- Tutkimuskysymykset:
 - Vastaako POKE:n opiskelijoiden mielikuva henkilökunnan mielikuvaa?
 - Mitä mieltä opiskelijat ovat POKE:n markkinointiuudistuksista?



Tutkimusongelma

- Tavoite?
 - Tuottaa reliaabelia ja validia dataa
 - Jatkossa hyötyä rekrytoidessa uusia opiskelijoita
 - Osataan kehittää oikeaan suuntaan jatkossa



Tutkimusaineisto

- Webropol-kysely
- Yhteyshenkilö oppilaitoksella
- POKE:n nuoriso-opiskelijat (16-18-vuotiaat)
- Aineiston koko 352
- Tietoja kerättiin 26.11.-1.12.2019



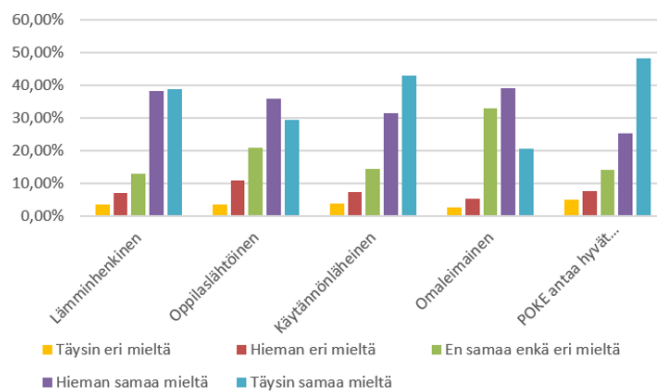
Kyselylomake

- [POKE kysely](#)



Tutkimuksen tulokset

- Tutkimuksen kohteena POKEn nuoriso-opiskelijat
- Opiskelijoiden mielikuva POKE:sta:



Tutkimuksen tulokset

- Sukupuolen vaikutus mielipiteeseen POKE:sta:

		Sukupuoli		
Variables		Sukupuoli	Min Expected	Fraction < 5
Lämminhenkinen	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat	6.96 (p=0.138)	5.113	0 %
Oppilaslähtöinen	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat	11.82 (p=0.019)	5.113	0 %
Käytännönläheinen	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat	13.57 (p=0.009)	5.5391	0 %
Omaleimainen	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat	3.55 (p=0.471)	3.8348	10 %
Antaa hyvät valmiudet työelämään	Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat	17.13 (p=0.002)	7.2435	0 %

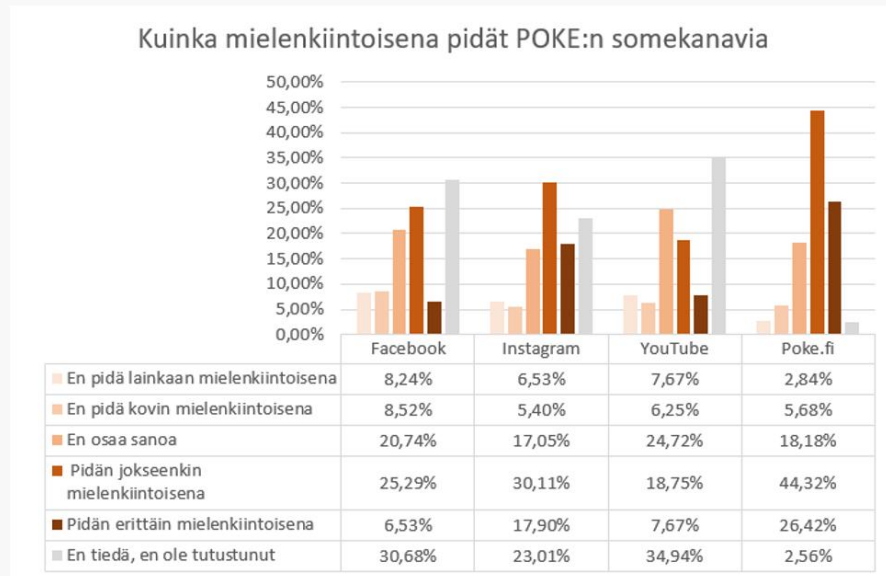


Tutkimuksen tulokset

- Eri alojen opiskelijat yleisesti yhtä mieltä väittämistä
 - Suurin osa oli väittämien kanssa joko hieman samaa tai täysin samaa mieltä
- Isoin eroavaisuus kysymyksessä 5: POKE antaa hyvät valmiudet työelämään
 - Sosiaali- ja terveystieteillä täysin tai osittain eri mieltä väittämän kanssa oli 17 henkilöä (22% alan vastaajista)
 - Muilla aloilla näin oli vastannut alle 8 hlö per ala



Tutkimuksen tulokset

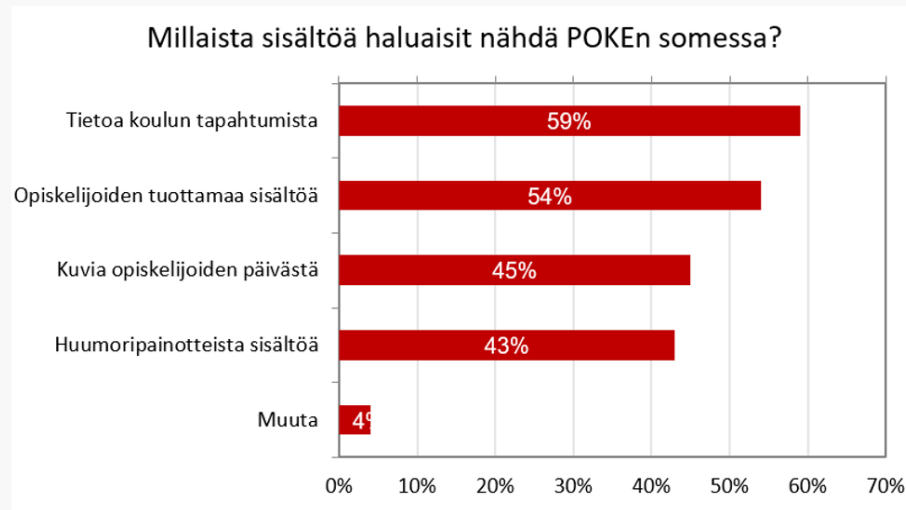


Sukupuolen vaikutus tuloksiin

Taulukko 1. Sukupuolen vaikutus somekanavien mielenkiintoon

	Sukupuoli	Min Expected	Fraction <5
<i>Facebook</i>	2.99 (p=0.702)	9.3739	0
<i>Instagram</i>	5.59 (p=0.348)	9.0957	0
<i>YouTube</i>	32.61 (p=0.000)	9.3739	0
<i>Poke.fi</i>	6.48 (p=0.262)	3.4087	25

Tutkimuksen tulokset



Tutkimuksen yhteenveto

- Saimme vastaukset tutkimuskysymyksiin
 - Vastaako POKE:n opiskelijoiden mielikuva henkilökunnan mielikuvaa?
 - Mitä mieltä opiskelijat ovat POKE:n markkinointiuudistuksista?