Markkinoinnin digitalisoituminen sote-alalla

30.4.2019

Sote-alan yritykset nostavat yhdeksi keskeisimmäksi kehittämisalueeksi markkinoinnin digitalisoitumisen. Tämä selviää SeAMKin toteuttaman Sote-polku hankkeen selvityksessä. Digitaalista markkinointia ja myyntiä haluttiin kehittää yleisellä tasolla, mutta yrittäjät mainitsivat myös erityisiä markkinoinnin osa-alueita, joita he kokivat kehitettäviksi alueiksi. Nämä liittyivät erityisesti sosiaalisen median alustoihin ja palveluihin. Osalta sote-alan yrittäjistä puuttui kotisivut tai ne kaipasivat päivitystä, toiset taas nimesivät sosiaalisen mediaosaamisen kehittämisen kokonaisuutena tai nimesivät tiettyjä sosiaalisen median kanavia, joita heiltä puuttui.

Toinen kehittämiskohde yrityksillä on sähköisen asiakasjärjestelmän käyttöönotto. Osalta asiakashallintajärjestelmä puuttui kokonaan ja osalta puuttui sen mobiilijärjestelmä. Kolmas tunnistettu kehittämiskohde oli teknisten palvelujen, sovellusten ja työkalujen hyödyntäminen perustyössä. Myös tällä kehittämisalueella osa yrittäjistä mainitsi yleisellä tasolla tarpeen kehittää teknisiä palveluja/sovelluksia perustyössä, kun taas osa nimesi selkeitä teknisiä sovelluksia, mitä he tarvitsisivat. Näitä olivat esimerkiksi yövalvonnassa hyödynnettävä näkö-puheyhteys asiakkaisiin tai sähköinen ajanvarausjärjestelmä. Keskeistä tälle kehittämisalueelle oli se, että tekniset tai digitaaliset työkalut toimisivat apuna perustoiminnassa.

Digitaalisuutta halutaan ymmärtää paremmin

Yrittäjät nostavat esille sen, että digitaalisuusajattelun siirtämien sote-kontekstiin tuntuu haastavalta. Se mihin tai miten digitaalisuutta voisi hyödyntää omassa toiminnassa ei ole selkiytynyt. Yksi selkeä hyödyntämisen kohde olisi asiakkaiden kanssa käytävä vuorovaikutus etä- ja virtuaalitapaamisten kautta. Tämä vaatii kuitenkin henkilöstön digiosaamisen kehittämistä. Kehitettävää on oman henkilöstön yleisessä digiosaamisessa, mutta myös yrityksen sisäisissä prosessissa kuten henkilöstön sisäisessä viestinnässä ja pilvipalvelujen käytössä.

Tunnistetuista kehittämiskohteista voi havaita, että toiset yrittäjien mainitsevat kehittämiskohteet ovat hyvin konkreettisia kuten asiakastietojärjestelmän vieminen sähköiseen muotoon tai kotisivujen päivittäminen, kun taas toiset olivat hyvin laajoja ja osittain epämääräisiäkin, kuten markkinoinnin digitalisoiminen tai koko digitaalisuusajatuksen ymmärtäminen ja haltuunotto. Sosiaali- ja terveysalan yritysten digitalisoitumisen kehittämistä tulisikin tukea monitasoisesti. Toisaalta yrittäjät kaipaavat konkreettista apua esimerkiksi sosiaalisen median kanavien käytössä osana markkinointia tai henkilöstön kouluttamisessa digitaaliseen maailmaan, ja toisaalta laajempaa ja kokonaisvaltaisempaa ymmärrystä digitaalisuuden mahdollisuuksista erityisesti sosiaali- ja terveysalalla.

Sanna Joensuu-SaloEmilia Kangas