



# Kulutusjoustoviestintä

Tilanne 9.6.2020

Päivitetty 1.9.2020





# Tavoitteet

Tarjotaan tiedon ohella selkeitä ratkaisumalleja ja kehityspolkuja, joiden avulla erilaiset kuluttajaryhmät voivat toteuttaa joustoa omaan lähtötilanteeseensa sopivalla tavalla.

**MUUTOKSEN  
HYVÄK-  
SYTTÄ-  
VYYYS**

Vahvistetaan sähkömarkkinoilla tapahtuvan muutoksen yhteiskunnallista hyväksyttävyyttä kaikissa kuluttajaryhmissä sekä kuluttajarajapinnassa toimivissa järjestöissä ja yhteisöissä.

**TIETO JA  
RATKAI-  
SU-  
MALLIT**

**YHTEIS-  
TYÖN  
EDISTÄ-  
MINEN**

Ohjataan yhteistyöhön erilaisia toimijoita, kuten energiayhtiöitä, itsenäisiä kulutusjoustopalveluita tarjoavia yrityksiä, kuluttajaneuvonnan ja energianeuvonnan asiantuntijoita välittämään puolueetonta ja yhtenäistä viestiä kehittyvästä älykkäästä sähköjärjestelmästä.



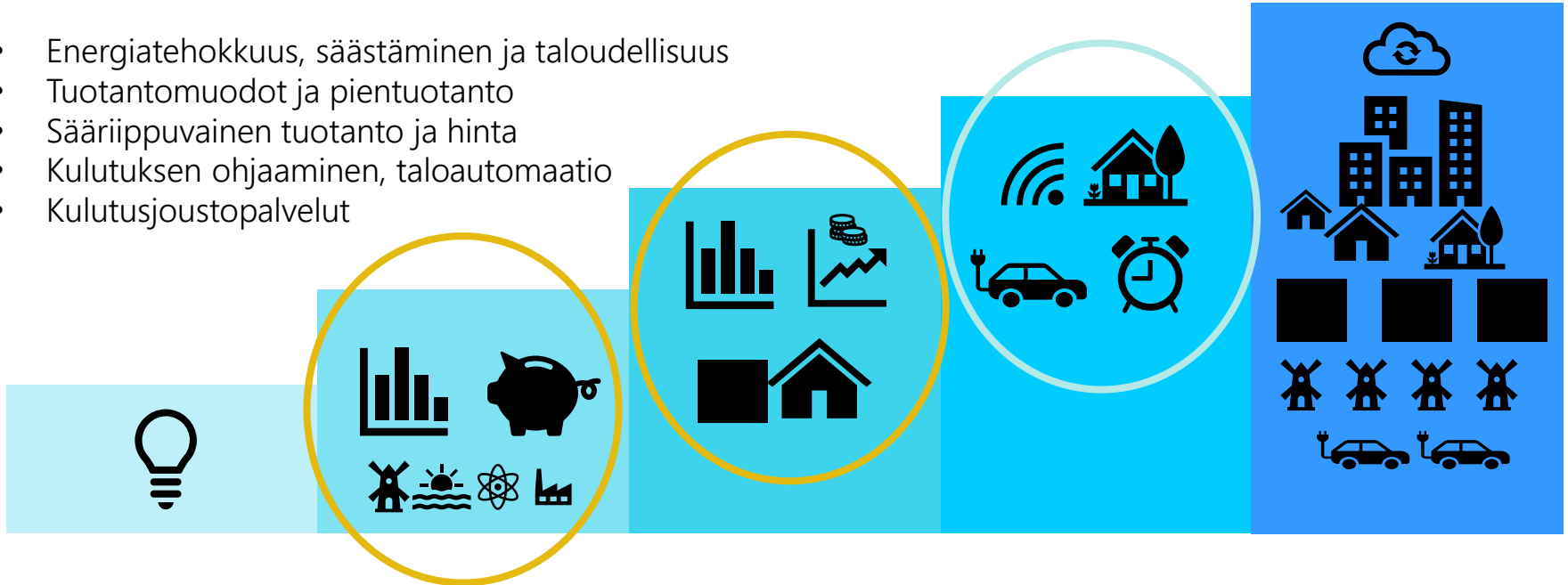
# Tehtävät



# ”Töpselihyödykkeen” käytöstä siirrytään askelittain tiedostavampaan kulutukseen



- Energiatehokkuus, säästäminen ja taloudellisuus
- Tuotantomuodot ja pientuotanto
- Sääriippuvainen tuotanto ja hinta
- Kulutuksen ohjaaminen, taloautomaatio
- Kulutusjoustopalvelut



# Mitä olemme tekemässä nyt?

## Wattimaisterikampanja 10-11/2020



### Sisältö

- Kampanjasivu [www.wattimaisteri.fi](http://www.wattimaisteri.fi) (julkaisu 9/20)
- Kulutuksen seuranta online-palveluissa (animointi)
- Näin luet tietoja + vinkkejä erilaisille kotitalouksille energiansäästöön, sisältää myös "Yksi tavallinen päivä" -animoinnin sähkönkulutuksesta yhden vuorokauden aikana perheessä (lisää ymmärrystä siitä kulutuksen ajoituksen merkityksestä)
- Sähkön alkuperätakuu -animointi
- **Tarinallistettu case-esimerkki kotitaloudesta, jossa aurinkosähkön tuotanto, sähkön kulutuksen ja automaatio toteutettu fiksusti + muita tulevaisuuden ratkaisuja.**

# Mitä olemme tekemässä nyt?

## Wattimaisterikampanja 10-11/2020



### Mitä tapahtuu

- Kampanja käynnistyy **28.9.** ja jatkuu aktiivisena lokakuun ajan
- Wattimaisteri-kampanjoinnissa mukana Motiva, alueellinen energianeuvonta, Martat ja paikallisia energiayhtiöitä (Energiansäästöviikko – Marttailuviikko)
- Pelillistäminen LeadFamily-konseptilla ja työkalulla; Wattimaisteri-tietovisa
- Wattimaisteri-tietovisa myös tulostusversiona (tapahtumat)
- Someviestintää ja -markkinointia (valtakunnallinen + alueelliset tapahtumat)
- Mediatiedotusta (Energiansäästöviikko)
- Informaatio-ohjauksen pilotin ja tutkimuksen tulosjulkarit vkolla 41?

# Wattimaisteri – tavoite ja tulosseuranta



- Tietoisuuden lisääminen kulutusseurannan ja oman kulutuksen ajallisen siirtämisen hyödyistä
  - Online-palvelujen laajempi käyttöönotto ja hyödyntäminen (saadaanko tietoa esim. ET:n kautta?), uutiskirjeviestinnästä saadaan tulostietoja asiakaspalvelupilottien kautta (5/20 – 3/21)
  - Kerätään palautetta energianeuvojien ja Marttojen kautta Wattimaisteri-tilaisuuksista ja viestinnästä
- Palautteita ja seurantaan tarvitaan viestintätoimien ja -sisältöjen kohdentamisessa ja muotoilussa (vaihe 2)



# Seuraavaksi – ratkaisut

- **Viestintää kaivataan konkretiaa, millaisia palveluja ja ratkaisuja on tarjolla – mitä kuluttajalta odotetaan seuraavaksi?**
- **Kootaan tietoa energiayhtiöiden ja muiden palveluntuottajien ratkaisuista**
  - Kyselyt, verkkotapaamiset... miten tieto saadaan koottua?
  - Miten älyverkkofoorumi voisi auttaa Motivaa tässä?
- **Palveluntuottajien ratkaisuja ei ole tarkoitus listata tai markkinoida sellaisenaan, vaan tavoitteena on luokittelujen tai samankaltaisuuksien vs. eroavaisuuksien kautta esittää esimerkkejä erilaisista ratkaisumalleista ja soveltuvuudesta erilaisille kotitalouksille**
  - Haasteellista vai mahdotonta?
  - Muita ehdotuksia, miten ratkaisuista voi kertoa kuluttajille?



# Wattimaisteri jatkuu 2021

- **Wattimaisteri-kampanjan syksyn 2020 sisältöjä hyödynnetään ja markkinoidaan kuluttajaviestinnässä ja –markkinoinnissa**
- Markkinointi kytketään muihin ajankohtaisaiheisiin, esimerkiksi pitkiin pakkasjaksoihin – markkinointi voi siten olla myös alueellista, energiamerkintä uudistukseen tai alkuperätakuuviestintään
- **Tuotetaan uutta kuluttajasisältöä, jonka keskeisenä aiheena kulutusjoustop ratkaisut**
- Ratkaisut, soveltuvuus, milloin on ”oikea hetki” ottaa palveluja käyttöön jne.



**Keskeistä on jatkuvasti seurata viestinnän läpimenoa ja pyrkiä viestimään tilanteissa, joissa kuluttaja luontaisesti on kiinnostunut ratkaisuista!**



# Lisätietoja Motivassa

Asiantuntija Päivi Suur-Uski

[paivi.suur-uski@motiva.fi](mailto:paivi.suur-uski@motiva.fi), puh. 044 300 1369

Viestintäpäällikkö Leila Timonen

[leila.timonen@motiva.fi](mailto:leila.timonen@motiva.fi), puh. 040 5445 992