

ELDA – KIRJALLINEN PROJEKTIRAPORTTI

1 JOHDANTO

Elda on seniori-ikäisille suunnattu digitaalinen yhteisöpalvelu, jonka tavoitteena on helpottaa uusien sosiaalisten suhteiden, harrastusten ja tapahtumien löytämistä omalta alueelta.

Projektin lähtökohtana oli tunnistettu yhteiskunnallinen ongelma: yksinäisyys ja sosiaalisten verkostojen kaventuminen koskettavat merkittävää osaa ikääntyvästä väestöstä.

Samanaikaisesti yhä suurempi osa ikääntyneistä käyttää digitaalisia palveluita osana arkeaan.

Eldan ajatuksena oli rakentaa ratkaisu näiden kahden ilmiön väliin. Palvelun tarkoituksena ei ole toimia deittipalveluna, vaan matalan kynnyksen yhteisönä, jonka kautta käyttäjä voi löytää samanhenkisiä ihmisiä ja mielekästä tekemistä.

Projektin aikana Elda kehittyi alkuvaiheen ideasta kohti pilotoitavaa startup-konseptia.

Projektissa työskentelimme muun muassa asiakasymmärryksen, konseptin, liiketoimintamallin, rahoituksen, markkinoinnin, käyttäjähankinnan, verkostojen ja pilotoinnin parissa. Samalla projekti tarjosi käytännön kokemusta startup-yrityksen rakentamisesta tilanteessa, jossa suuri osa toiminnasta perustuu vielä oletuksiin ja epävarmuuteen.

Tässä raportissa tarkastelemme Elda-projektin lähtökohtia, tavoitteita ja toteutusta sekä vertaamme projektin tuloksia asetettuihin tavoitteisiin. Lisäksi käsittelemme projektin aikana syntyneitä keskeisiä oppeja ja arvioimme kriittisesti projektin toteutusta.

2 PROJEKTIN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Ongelma ja asiakastarve

Eldan lähtökohtana oli havainto siitä, että uusien sosiaalisten suhteiden muodostaminen voi vaikeutua iän myötä. Eläkkeelle siirtyminen, elämäntilanteiden muutokset ja olemassa olevien sosiaalisten verkostojen kaventuminen voivat vähentää luonnollisia tilanteita, joissa uusia ihmisiä tavataan.

Yksinäisyys ei ole ainoastaan yksilön kokemus, vaan myös merkittävä yhteiskunnallinen ja hyvinvointiin liittyvä ilmiö. Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen mukaan yksinäisyydellä on yhteyksiä sekä psyykkiseen että fyysiseen hyvinvointiin (Terveiden ja hyvinvoinnin laitos [THL]). Tämän vuoksi ennaltaehkäisevät ja yhteisöllisyyttä tukevat ratkaisut ovat tärkeitä.

Projektin alkuvaiheessa tunnistimme myös sen, että markkinoilla olevat digitaaliset palvelut eivät välttämättä vastaa juuri tähän tarpeeseen. Sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuden

pitää yhteyttä olemassa oleviin tuttaviiin ja deittipalvelut keskittyvät romanttisten suhteiden muodostamiseen. Eldassa halusimme keskittyä nimenomaan ystävyyteen, yhteisöllisyyteen ja yhteiseen tekemiseen.

2.2 Eldan ratkaisu

Eldan konsepti rakennettiin digitaalisen yhteisön ympärille. Palvelun ajatuksena on mahdollistaa uusien ihmisten löytäminen esimerkiksi kiinnostuksen kohteiden, sijainnin ja tekemisen perusteella.

Käyttäjä voisi löytää Eldasta esimerkiksi seuraa kävelylle, kulttuuritapahtumaan, kahville tai uuden harrastuksen pariin. Keskeistä konseptissa oli tehdä osallistumisesta mahdollisimman helppoa ja turvallista.

Kohderyhmäksi määriteltiin ensisijaisesti yli 65-vuotiaat. Projektissa oli kuitenkin tärkeää välttää oletusta siitä, että ikääntyneet muodostaisivat yhden homogeenisen käyttäjäryhmän. Käyttäjien digitaidot, elämäntilanteet, sosiaaliset tarpeet ja kiinnostuksen kohteet eroavat merkittävästi toisistaan.

2.3 Projektin tavoitteet

Elda-projektin tavoitteena oli selvittää, voidaanko tunnistetusta ongelmasta rakentaa käyttäjille aidosti hyödyllinen ja myöhemmin myös liiketoiminnallisesti toimiva palvelu.

Projektin keskeisiksi tavoitteiksi muodostuivat:

- kohderyhmän ongelman ja tarpeen validoiminen
- Elda-konseptin ja arvolupauksen kehittäminen
- sovelluskehitys
- ensimmäisen pilotin rakentaminen Tampereelle
- ensimmäisten käyttäjien hankkiminen
- yhteisön muodostumisen testaaminen käytännössä
- potentiaalisen liiketoimintamallin selvittäminen
- yhteistyökumppaneiden ja verkostojen rakentaminen
- rahoitusmahdollisuuksien kartoittaminen
- tiimin osaamisen kehittäminen startup-liiketoiminnassa.

Pilotin tavoitteeksi asetettiin noin sadan seniorin tavoittaminen. Pilotin avulla halusimme saada todellista käyttäjädataa siitä, miten kohderyhmä suhtautuu palveluun ja millaiset ominaisuudet tai toimintamallit tuottavat käyttäjille eniten arvoa.

3 PROJEKTIN TOTEUTUS

3.1 Konseptin kehittäminen ja validointi

Projektin ensimmäisissä vaiheissa keskityimme ongelman ymmärtämiseen ja Elda-konseptin kehittämiseen. Startup-toiminnassa alkuvaiheen keskeinen tehtävä on testata liiketoiminnan taustalla olevia oletuksia mahdollisimman aikaisin ennen merkittävien resurssien käyttämistä varsinaisen tuotteen rakentamiseen (Ries, 2011).

Eldassa tämä tarkoitti erityisesti sen selvittämistä, onko kohderyhmällä tunnistamamme ongelma, kokevatko he nykyiset ratkaisut riittämättömiksi ja olisivatko he valmiita käyttämään uudenlaista digitaalista palvelua.

Projektin edetessä ymmärsimme yhä paremmin, kuinka tärkeää on erottaa toisistaan kiinnostus ideaa kohtaan ja todellinen käyttäytyminen. Ihminen voi pitää ideaa hyvänä ilman, että hän lopulta ottaa palvelua käyttöön. Tästä syystä pilotoinnin merkitys kasvoi projektin aikana.

3.2 Liiketoimintamallin kehittäminen

Eldaa kehitettiin alusta asti sekä yhteiskunnallisen ongelman ratkaisuna että mahdollisena liiketoimintana. Projektin aikana pohdimme muun muassa sitä, kuka palvelusta lopulta maksaa ja millä tavalla toiminnasta voidaan rakentaa taloudellisesti kestävää.

Mahdollisia asiakkaita ja kumppaneita voivat loppukäyttäjien lisäksi olla esimerkiksi kaupungit, hyvinvointialueet, järjestöt ja muut ikääntyneiden palveluita tarjoavat organisaatiot.

Projektin aikana yksi merkittävimmistä havainnoista oli, että käyttäjälle tuotettu arvo ja toimiva ansaintalogiikka täytyy pystyä yhdistämään mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Ilman selkeää maksavaa asiakasta hyväkin konsepti voi jäädä hankkeeksi varsinaisen liiketoiminnan sijaan.

3.3 Tampereen pilotin suunnittelu

Projektin keskeiseksi konkreettiseksi tavoitteeksi muodostui Eldan ensimmäinen pilotti Tampereella kesällä 2026.

Pilotin tarkoituksena oli testata palvelua mahdollisimman aidossa ympäristössä ja kerätä tietoa esimerkiksi käyttäjien kiinnostuksesta, käyttäjähankinnasta, yhteisön muodostumisesta ja palvelun käytettävyydestä. Tavoitteena oli saada pilotin piiriin noin 100 senioria.

Pilotin suunnittelussa huomioitavia kokonaisuuksia olivat käyttäjähankinnan lisäksi tietosuoja, turvallisuus, moderointi ja yhteisön toimintaperiaatteet. Erityisesti turvallisuuden merkitys korostui, koska palvelun tarkoituksena on mahdollistaa toisilleen entuudestaan tuntemattomien ihmisten kohtaaminen.

3.4 Markkinointi ja käyttäjähankinta

Yksi projektin keskeisistä haasteista oli löytää tehokkaimmat kanavat kohderyhmän tavoittamiseen.

Käyttäjähankintaa suunniteltiin sekä digitaalisten että fyysisten kanavien kautta. Digitaalisessa markkinoinnissa esimerkiksi Facebook tunnistettiin potentiaalisiksi kanavaksi kohderyhmän tavoittamiseen. Tämän lisäksi projektissa kartoitettiin paikallisia toimijoita ja yhteistyökumppaneita, joiden kautta kohderyhmää voitaisiin tavoittaa.

Projektissa nousi vahvasti esiin ajatus siitä, ettei uuden palvelun käyttäjähankintaa voida rakentaa pelkästään mainonnan varaan. Kohderyhmän luottamuksen saavuttaminen edellyttää myös ihmislähtöistä viestintää, kohtaamisia ja uskottavia yhteistyökumppaneita.

3.5 Rahoitus ja startup-verkostot

Rahoituksen hankkiminen oli merkittävä osa projektia. Eldalle saatiin aikaisemmassa vaiheessa 5 000 euron HUBS-rahoitus, ja Tampereen pilotin toteuttamista varten suunniteltiin noin 8 000 euron rahoitustarvetta.

Projektin aikana tutustuimme startup-rahoituksen toimintalogiikkaan sekä rahoituksen merkitykseen yrityksen eri kehitysvaiheissa. Tavoitteena oli rakentaa pilotista näyttöä, jonka perusteella Eldaa voitaisiin myöhemmin kehittää kohti pre-seed-rahoitusvaihetta.

Elda osallistui myös useampaan tapahtumaan, kuten esimerkiksi Arctic15-startup-tapahtumaan Helsingissä 11.–12.6.2026. Tapahtuma tarjosi mahdollisuuden verkostoitua startup-ekosysteemin toimijoiden kanssa sekä tarkastella Eldaa sijoittajien ja muiden kasvuyritysten näkökulmasta.

Projektin aikana Elda sai myös ulkopuolista tunnustusta, kun se nostettiin sadan tulevaisuutta muovaavan innovaation joukkoon. Tunnustus vahvisti käsitystä siitä, että Eldan ratkaisema ongelma on ajankohtainen ja yhteiskunnallisesti merkittävä.

Samalla opimme erottamaan ulkopuolisen kiinnostuksen varsinaisesta liiketoiminnallisesta validoinnista. Palkinnot, tapahtumat ja positiivinen palaute voivat vahvistaa projektin uskottavuutta, mutta ne eivät vielä osoita, että liiketoimintamalli toimii.

3.6 Tiimin työskentely

Elda oli tiimillemme intensiivinen oppimisprojekti. Startupin rakentaminen edellytti jatkuvaa päätöksentekoa tilanteessa, jossa käytettävissä oleva tieto oli usein puutteellista.

Projektin aikana työskentelimme esimerkiksi konseptin, rahoituksen, markkinoinnin, käyttäjähankinnan, kumppanuuksien ja pilotin suunnittelun parissa. Projektin edetessä myös tiimin sisäisen toiminnan merkitys korostui.

Haasteiksi muodostuivat ajoittain epäselvä fokus, epävarmuus projektin tulevaisuudesta, taloudelliset paineet sekä tiimin kuormittuminen. Nämä vaikuttivat sekä päätöksentekoon että projektin etenemiseen.

Projektin kautta ymmärsimme käytännössä, ettei vahvaan liikeidea yksin riitä. Tiimin täytyy pystyä ylläpitämään luottamusta, jakamaan vastuut tarkoituksenmukaisesti ja muodostamaan yhteinen käsitys siitä, mitä tehdään seuraavaksi ja miksi.

4 TAVOITTEIDEN TOTEUTUMINEN

Elda eteni projektin aikana huomattavasti alkuperäistä ideaa pidemmälle. Konseptia kehitettiin, kohderyhmää tarkennettiin, pilotointia suunniteltiin, rahoitusta hankittiin ja startup-verkostoja rakennettiin.

Kaikki asetetut tavoitteet eivät kuitenkaan toteutuneet suunnitellussa aikataulussa tai laajuudessa.

Erityisesti liiketoiminnan validointi jäi osittain keskeneräiseksi. Projektissa käytettiin paljon aikaa konseptin, rahoituksen ja tulevaisuuden mahdollisuuksien rakentamiseen tilanteessa, jossa kaikkein kriittisimpiä oletuksia käyttäjistä ja maksavasta asiakkaasta ei ollut vielä riittävästi todistettu käytännössä.

Myös sadan käyttäjän pilottitavoite osoittautui kunnianhimoiseksi. Käyttäjähankinnan suunnittelu toi esiin sen, kuinka paljon aikaa, luottamusta ja käytännön työtä täysin uuden palvelun käyttöönotto kohderyhmässä vaatii.

Projektin tavoitteita tarkasteltaessa keskeinen havainto onkin, että etenemistä ei pitäisi arvioida ainoastaan tehtyjen toimenpiteiden määrän perusteella. Startupin näkökulmasta olennaisempaa on se, kuinka paljon epävarmuutta jokainen toimenpide poistaa liiketoiminnan ympäriltä.

5 PROJEKTIN KESKEISET OPIT

Elda opetti tiimillemme startup-liiketoiminnasta enemmän kuin pelkkä teorian tieto olisi pystynyt opettamaan.

Ensimmäinen merkittävä oppi liittyi alkuvaiheen validointiin. Liiketoiminnan tärkeimmät oletukset tulee tunnistaa ja testata mahdollisimman aikaisin. Idean kehittämiseen voidaan käyttää loputtomasti aikaa, mutta todellinen tieto syntyy vasta asiakkaiden käyttäytymisestä.

Toinen keskeinen oppi oli kassavirran merkitys. Projektin aikana ymmärsimme, että alkuvaiheen yrityksen tulisi pyrkiä löytämään tapa tuottaa rahaa mahdollisimman aikaisin. Ulkopuolinen rahoitus voi mahdollistaa kasvun, mutta liiketoimintaa ei voida rakentaa pelkästään oletukselle tulevasta sijoituksesta tai rahoituksesta.

Kolmas merkittävä oppi koski tiimiä. Startupin alkuvaiheessa tiimi on käytännössä yrityksen tärkein resurssi. Jos yhteinen suunta, luottamus tai vastuunjako eivät toimi, myös hyvä idea etenee hitaasti.

Opimme myös priorisoinnin merkityksen. Projektissa tekemistä oli jatkuvasti enemmän kuin käytettävissä olevia resursseja. Tämän vuoksi kaikkea mahdollista ei kannata tehdä. Tiimin täytyy tunnistaa ne toimenpiteet, jotka vievät projektia juuri kyseisessä vaiheessa eniten eteenpäin.

Yksi tärkeimmistä opeista oli myös suhtautuminen ulkopuoliseen rahoitukseen. Rahoitusneuvotteluihin ja sijoittajien kiinnostukseen ei voida suhtautua varmana tulevaisuuden resurssina ennen kuin rahoitus on todella toteutunut.

Lisäksi projekti konkretisoi tiimin jaksamisen merkityksen. Pitkittynyt epävarmuus, korkeat tavoitteet ja jatkuva suorittaminen voivat heikentää päätöksentekoa ja motivaatiota. Pitkäjänteisen yrittäjyyden näkökulmasta tiimin toimintakyky on yhtä todellinen resurssi kuin raha tai aika.

6 POHDINTA

Elda-projektia voidaan pitää onnistuneena erityisesti oppimisen näkökulmasta. Projektissa pääsimme työskentelemään todellisen yhteiskunnallisen ongelman, startup-liiketoiminnan, rahoituksen, käyttäjävalidoinnin ja tiimityöskentelyn parissa.

Samalla projekti osoitti selvästi, missä järjestyksessä uuden liiketoiminnan rakentamista kannattaa tehdä.

Jos aloittaisimme Eldan nyt uudelleen, käyttäisimme projektin ensimmäisessä vaiheessa vielä enemmän aikaa suoraan asiakasvalidointiin ja maksavan asiakkaan tunnistamiseen. Pyrkisimme rakentamaan mahdollisimman kevyen ensimmäisen version palvelusta ja testaamaan käyttäjien todellista käyttäytymistä ennen suurempien resurssien käyttämistä konseptin muihin osa-alueisiin.

Myös liiketoimintamallin testaaminen aloitettaisiin aikaisemmin. Yhteiskunnallisesti merkittävän ongelman ratkaiseminen ei automaattisesti tarkoita, että ratkaisun ympärille syntyy kannattavaa liiketoimintaa. Startupin täytyy pystyä vastaamaan sekä kysymykseen siitä, kenelle se tuottaa arvoa, että kysymykseen siitä, kuka tästä arvosta on valmis maksamaan.

Tiimin näkökulmasta kiinnittäisimme aikaisemmin huomiota rooleihin, yhteiseen fokukseen ja projektin kuormittavuuteen. Selkeämmät vastuualueet ja mitattavat lyhyen aikavälin tavoitteet olisivat voineet vähentää epävarmuutta ja auttaa keskittämään resurssit olennaisimpiin asioihin.

Elda osoitti meille ennen kaikkea sen, että startupin rakentaminen ei ole lineaarinen prosessi. Projektin arvo ei muodostunut ainoastaan siitä, saavutettiinko jokainen alkuperäinen tavoite, vaan myös siitä, kuinka paljon alkuperäiset oletuksemme muuttuivat tekemisen seurauksena.

Projektin tärkeimmäksi lopputulokseksi voidaan nähdä kasvanut ymmärrys siitä, miten uutta liiketoimintaa kannattaa rakentaa: validoi ensin, keskity olennaiseen, rakenna kassavirtaa mahdollisimman aikaisin, älä rakenna tulevaisuutta epävarman rahoituksen varaan ja pidä huolta siitä, että tiimillä on yhteinen suunta sekä voimavarat viedä projekti loppuun.

LÄHTEET

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. (n.d.). *Yksinäisyys ja osallisuus*. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos.