

#Digitie-hankkeen loppuraportti

1.9.2018 – 31.3.2021

LAB-ammattikorkeakoulu



#Digitie-hankkeen projektipäällikkö

Lotta Toivonen

LAB-ammattikorkeakoulu

SISÄLLYSLUETTELO

1 TOTEUTTAJAN NIMI.....	4
2 HANKKEEN NIMI JA HANKETUNNUS.....	4
3 yhteenveto hankkeesta.....	5
4 RAPORTTI.....	6
4.1 HANKKEEN TAVOITTEET.....	6
Ylemmän tason tavoitteet.....	6
Hankkeen tavoitteet.....	7
4.2 HANKKEEN TOTEUTUS.....	8
a. Toimenpiteet.....	9
Työpaketti 1: Alueellisten maaseutuyritysten kehittäjäverkostojen aktivointi ja tiedonkeruu hankkeen tarpeisiin.....	10
Työpaketti 2: Maaseudun yrityksille tarkoitettut digimarkkinoinnin työpajat.....	13
Lahden valmennus keväällä 2019.....	15
Heinolan valmennus syksyllä 2019.....	25
Lahden valmennus keväällä 2020.....	33
Kvalitatiivinen tutkimus.....	47
Pedagoginen malli.....	51
Kertaustyöpajat syksyllä 2020.....	53

Työpaketti 3: Yritysryhmähankkeiden rakentaminen.....	60
Työpaketti 4: Hankkeen viestintä.....	61
Digitaaliset viestintäkeinot.....	62
Perinteisen median keinot.....	64
Julkaisut.....	65
Digimarkkinoinnin opas pienyrittäjille.....	66
#Digitie-hankkeen loppuseminaari.....	67
b. Aikataulu.....	68
c. Resurssit.....	68
d. Toteutuksen organisaatio.....	68
e. Kustannukset ja rahoitus.....	69
f. Raportointi ja seuranta.....	69
g. Toteutusolehdukset ja riskit.....	70
4.3 Yhteistyökumppanit.....	73
4.4 Tulokset ja vaikutukset.....	74
5 ESITYKSET JATKOTOIMENPITEIKSI.....	76
6 ALLEKIRJOITTAJAT JA PÄIVÄYS.....	77

HANKKEEN TIEDOT

01

1 TOTEUTTAJAN NIMI

Hankkeen hallinnoija:

LAB-ammattikorkeakoulu Oy (1.1.2020–31.3.2021)

Y-tunnus: 2630644-6

Yliopistonkatu 36

FI-53850 Lappeenranta

Nimenmuutokset 1.1.2020 alkaen

Lahden ammattikorkeakoulu ja Saimaan ammattikorkeakoulu yhdistyivät 1.1.2020 uudeksi LAB-ammattikorkeakouluksi.

02

2 HANKKEEN NIMI JA HANKETUNNUS

#Digitie – Digiosaamista maaseudun yrittäjille

Hankkeen kesto: 1.9.2018–31.3.2021

Hankenumero: 75672



03

YHTEEENVETO HANKKEESTA

VALMENNUSKIERROSTA

3

MAASEUDUN YRITYSTÄ

26

LAB-ammattikorkeakoulun #Digitie-hanke vastasi Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman 2014-2020 strategiseen tavoitteeseen tukea maaseudun elinvoimaisuutta yrittäjyyden sekä yritysverkostojen edistämisen kautta. Hankkeen tavoite oli edistää maaseudun yritysten digitaalisen markkinoinnin ja verkkoliiketoiminnan osaamista sekä luoda edellytykset niiden hyödyntämisen jatkuvuudelle. Hankkeella tavoiteltiin maaseudun yritysten liiketoiminnan kasvua sekä uusien yritysverkostojen muodostumista. Lisäksi tavoitteena oli löytää aihioita digitaaliseen markkinointiin ja verkkoliiketoimintaan liittyville yritysryhmähankkeille.

Hankkeen keskeisimpänä sisältönä syntyi Päijät-Hämeen maaseudun yrityksille suunnattu ajankohtainen digimarkkinoinnin koulutus- ja valmennussarja, jonka kautta valmennukseen osallistuneiden 26 yrityksen taidot hyödyntää digitaalista markkinointia kehittivät. Valmennuskierros järjestettiin kolme kertaa hankkeen aikana. Koulutukset koostuivat kaikille avoimista tietoisuista sekä pienemmälle ryhmälle järjestettävästä käytännönläheisestä valmennusohjelmasta, johon osallistujia haettiin avoimen haun kautta. Kolmeen #Digitie-valmennukseen osallistui yhteensä 26 yritystä Päijät-Hämeen maaseudulta: yksi yritys Artjärveltä, kaksi yritystä Asikkalasta, seitsemän yritystä Hollolasta, kolme yritystä Heinolasta, kolme yritystä Hämeenkoskelta, yksi yritys Kalliolasta, neljä yritystä Orimattilasta, kaksi yritystä Sysmästä, yksi yritys Urajärveltä, yksi yritys Villähteeltä ja yksi yritys Vääksystä. Koulutuksiin osallistui toimialoiltaan kirjava joukko yrittäjiä. Mukana oli osallistujia muun muassa käsityö ja taide alan, maatalouden, teollisuuden sekä matkailu ja majoitusalan toimialoilta.

Valmennusmallia kehitettiin kokemusten ja yrityksiltä kerätyn palautteen pohjalta. Tietoisuusuusista luovuttiin viimeisellä valmennuskierroksella, koska niiden ei katsottu tuovan lisäarvoa osallistujille. Hankkeessa järjestettiin kertausvalmennuksia #Digitie-valmennuksiin osallistuneille kolmen valmennuskierroksen jälkeen.

#Digitie-hankkeen tuloksista toteutettiin [digimarkkinoinnin opas](#), joka auttaa pienyrittäjiä kehittämään suunnitelmallisesti digimarkkinointia. Oppaaseen on koottu keskeisimpiä asioita digitaalisen näkyvyyden rakentamisen kannalta. [YouTubessa julkaistusta loppuseminaarissa](#) tiedotettiin hankkeen tuloksista sekä tarjottiin asiantuntijapuheenvuoroissa käytännönläheisiä vinkkejä digimarkkinointiin sekä tarinallistamisen hyödyntämiseen yrityksen markkinoinnissa.

04

RAPORTTI

4.1 HANKKEEN TAVOITTEET

Ylemmän tason tavoitteet

#Digitie – digiosaamista maaseudun yrittäjille koulutushanke vastasi Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman 2014–2020 strategiseen tavoitteeseen tukea maaseudun elinvoimaisuutta yrittäjyyden sekä yritysverkostojen edistämisen kautta. Maaseudun kehittämisohjelmassa korostetaan, että yrittäjiltä vaaditaan tänä päivänä laaja-alaista osaamista ja kykyä reagoida nopeasti ympäröivän yhteiskunnan muutoksiin. Digitalisaatio on yksi suurimmista muutosvoimista, joka vaikuttaa yrittäjyyden lisäksi ympäröivään yhteiskuntaan. Koulutushankkeen tavoitteena oli lisätä maaseudun yrittäjien osaamispääomaa digitaaliseen markkinointiin ja verkkoliiketoimintaan liittyen. Koulutushankkeen alatavoitteita olivat yrittäjyyden, osaamisen ja uusien yrittäjätaitojen kehittäminen. Tavoitteisiin vastattiin Manner-Suomen Maaseutuohjelman toimenpiteellä 2. Koulutus ja tiedonvälitys. Hankkeessa tavoitteita edistettiin yrittäjien koulutuksilla ja työpajoissa tapahtuvilla valmennuksilla, joiden tarkoitus oli kehittää yritysten markkinointitaitoja erityisesti digitaaliseen markkinointiin ja verkkoliiketoimintaan liittyen.

Koronapandemia on korostanut verkkoliiketoiminnan merkitystä. Ihmiset välttävät kivijalkakaupoissa asiointia ja tekevät enemmän ostoksia verkon välityksellä. Päijät-Hämeen maaseudun yritykset hyötyvät uudenlaisista kaupankäynnin muodoista. Hämeellä on myös logististen yhteyksien kannalta ihanteellinen sijainti, joten verkkokaupan hyödyntäminen voisi tuoda kilpailuetua monille Päijät-Hämeen maaseudun yrityksille.

Hankkeen tavoitteena oli monipuolistaa maaseudun elinkeinoja ja parantaa työllisyyttä kehittämällä yritysten kilpailukykyä uuden digitaaliseen liiketoimintaan liittyvän osaamisen kautta. Lisäksi koulutukset edistivät koulutukseen osallistuvien yritysten välistä verkostoitumista, mikä on yksi Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman tavoitteista.

Maaseudun pk-yritysten kouluttaminen digitaalisuuden teemoihin edisti mukana olevien yritysten osaamista, millä on todennäköisesti tulevaisuudessa positiivinen vaikutus yritysten liiketoimintaan. Hankkeen kautta saavutettujen tulosten viestinnällä kannustetaan myös muita maaseudun pk-yrityksiä hyödyntämään digitaalisuutta liiketoiminnassa.

Hankkeen tavoitteet

Hankkeen päätavoitteena on edistää maaseudun yritysten digitaalisen markkinoinnin ja verkkoliiketoiminnan osaamista sekä luoda edellytykset niiden hyödyntämisen jatkuvuudelle.

Tavoite 1: Maaseudun yritysten liiketoiminnan kasvu

#Digitie-hankkeen tavoitteena oli edistää maaseudun yritysten digitaalisen markkinoinnin ja verkkoliiketoiminnan osaamista ja mahdollistaa tämän avulla yritysten liiketoiminnan kasvu. Tavoitteena oli myös luoda yrityksille edellytykset digitaalisen markkinoinnin ja verkkoliiketoiminnan hyödyntämisen jatkuvuudelle.

Tavoite 2: Edistää yritysten välistä verkostoitumista.

Hankkeessa tavoiteltiin valmennuksessa mukana olleiden yritysten välistä verkostoitumista. Tavoitteena oli aikaansaada kolme alueellista digitaalisen markkinoinnin verkostoa, jotka mahdollistavat vertaistuen, yhteismarkkinointitoimenpiteet sekä muun yhteistyön.

Tavoite 3: tunnistaa hankkeen aikana 2-3 kpl yritysryhmähankkeiden aihioita.

Hankkeen kolmas tavoite oli tunnistaa hankkeen aikana 2-3 kpl yritysryhmähankkeiden aihioita ja löytää yritysryhmiä, jotka voivat viedä yhdessä jotakin digitaalisen markkinoinnin teemaa käytäntöön. Kullekin ryhmälle oli tarkoitus hakea hankerahoitusta Maaseuturahastolta.

Vaikuttavuus

Viestimällä koulutushankkeen kautta toimintaansa kehittäneiden yritysten saavuttamista tuloksista pyrittiin vaikuttamaan myös laajemmin maaseudun yritysten innokkuuteen hyödyntää digitaalista markkinointia toiminnassaan.

4.2

HANKKEEN TOTEUTUS



a. Toimenpiteet
b. Aikataulu
c. Resurssit
d. Toteutuksen
organisaatio

e. Kustannukset ja
rahoitus
f. Raportointi ja seuranta
g. Toteutusoletuks
riskit



Hankkeessa toteutetut toimenpiteet esitellään työpakettien mukaisessa järjestyksessä.

A.

Toimenpiteet

Hankesuunnitelman mukaiset toimenpiteet olivat:

Työpaketti 1: Alueellisten maaseutuyritysten kehittäjäverkostojen aktivointi ja tiedonkeruu hankkeen tarpeisiin.

Toimenpide 1.1: Selvitetään ajankohtaisimmat digimarkkinoinnin käytänteet ja koulutustarpeet hyödyntäen hanketoimijoiden asiantuntijaosaamista, ajankohtaisia tutkimustuloksia, sekä benchmarking-menetelmää.

Toimenpide 1.2: Järjestetään alueellisesti “kick-off” -tilaisuudet 2-3 kuukautta ennen koulutuksen käynnistymistä kohdealueella. Tilaisuudessa on tarkoitus vahvistaa yritysverkostoa, kerätä tietoa valmennustarpeista ja vahvistaa ymmärrystä hankkeen tavoitteista. Tilaisuudessa pyritään lisäksi löytämään valmennusryhmä, joka osallistuu työpajoihin.

Työpaketti 2: Maaseudun yrityksille tarkoitetut digimarkkinoinnin työpajat.

Toimenpide 2.1: Digimarkkinoinnin koulutusten ja työpajojen sarjan suunnittelu

Toimenpide 2.2: Avoimet alueelliset digimarkkinoinnin tietoiskut kolmella alueella kattaen koko Päijät-Hämeen

Toimenpide 2.3: Maaseudun pk-yritysten valmennus

Työpaketti 3: Yritysryhmähankkeiden rakentaminen

Työpaketti 4: Hankkeen viestintä

Työpaketti 1: Alueellisten maaseutuyritysten kehittäjäverkostojen aktivointi ja tiedonkeruu hankkeen tarpeisiin.

Hankkeessa suunniteltiin ja toteutettiin Päijät-Hämeen maaseudun yrityksille suunnattu digitaalisen markkinoinnin ja verkkoliiketoiminnan koulutusmalli, joka järjestettiin kolme kertaa hankkeen aikana. Valmennusmallia kehitettiin jokaisen kierroksen jälkeen yrittäjiltä saadun palautteen perusteella.

Ensimmäisellä kahdella valmennuskierroksella koulutukset koostuivat kaikille avoimista veloituksettomista tietoisuista sekä pienemmälle ryhmälle järjestettävästä käytännönläheisestä maksullisesta valmennusohjelmasta, johon osallistujia haettiin avoimen haun kautta. Tietoisuusosiosuoksista päätettiin luopua kolmannella valmennuskierroksella vähäisen osallistujamäärän vuoksi.

Toimenpide 1.1 Ajankohtaisten digimarkkinoinnin käytänteiden ja koulutustarpeiden selvittäminen

Hankkeen alussa tehtiin selvitystä ajankohtaisia digimarkkinoinnin käytänteistä ja koulutustarpeista valmennuksen suunnittelua varten. Valmennusohjelman aihepiireihin liittyvää tutkimusta tehtiin jo hankkeen suunnitteluvaiheessa ja valmennusteemat oli määritelty pääpiirteittäin jo hankesuunnitelmassa. Syksyllä 2018 hanketiimi tutustui aihepiirejä käsittelevään kirjallisuuteen sekä verkosta löytyviin materiaaleihin. Hanketta varten tehtiin selvitystä pk-yritysten digitalisoitumisen tasosta, ja tämän pohjalta yrittäjille toteutettiin alkukartoituskysely, jossa selvitettiin yrittäjien digitaalisuuteen liittyvää osaamistasoa. Lisäksi syksyn aikana tutustuttiin erilaisiin maksuttomiin digimarkkinoinnin työkaluihin ja IT-alustoihin, ja tutkittiin niiden soveltuvuutta valmennusohjelman tarpeisiin.

Syksyn aikana tehtiin vertailuanalyysia digitaaliseen markkinointiin liittyvien koulutusten ja valmennusten osalta tutkimalla verkosta löytyviä esittelyjä ja aineistoja sekä osallistumalla maksuttomiin tapahtumiin. Tutkimuksessa keskityttiin erityisesti sisältöihin, toteutustapoihin ja hintoihin. Selvitysten perusteella havaittiin, että suurimmassa osassa tapahtumista ei opetettu konkreettisia asioita osallistujille, vaan digimarkkinoinnista puhuttiin hyvin yleisellä tasolla. Huomioiden pohjalta muotoutui hankkeen ydinviesti kokonaisvaltaisesta ja käytännönläheisestä digimarkkinoinnin valmennuksesta.

Toimenpide 1.2: Alueellisten “kick-off” -tilaisuuksien järjestäminen

Hakkeessa järjestettiin kolme alueellista kick-off -tilaisuutta ennen alueellisten koulutusten käynnistymistä. Kaikissa tilaisuuksissa esiteltiin #Digitie-hanketta ja sen tavoitteita sekä esiteltiin tulevan #Digitie-valmennuksen sisältöä. Tilaisuuksien tavoite oli vahvistaa yritysverkostoa sekä markkinoida tulevaa alueellista #Digitie-valmennusta. Tavoitteena oli löytää valmennukseen sitoutuneita osallistujia, joilla on halu yhteiseen kehittämistyöhön. Kaikki kick-off tilaisuudet olivat epämuodollisia aamupalatilaisuuksia, joissa yrittäjien oli mahdollista verkostoitua aamupalan lomassa muiden yrittäjien kanssa. Tapahtumat sisälsivät asiantuntijapuheenvuoroja digimarkkinoinnista sekä yrittäjätarinoita digitaalisen markkinoinnin hyödyntämisestä. Puheenvuorojen tavoitteena oli varmistaa osallistuvien toimijoiden yleinen ymmärrys digitaalisen markkinoinnin yleisperiaatteista ja kannustaa maaseudun yrittäjiä hyödyntämään digimarkkinointia. Kaikki Digillä kasvua kick-off-tilaisuudet olivat avoimia kaikille aihealueesta kiinnostuneille, mutta tapahtuman markkinointi kohdennettiin Päijät-Hämeen maaseudun yrittäjille.

Lahden kick-off 2018

Hankkeen ensimmäinen kick-off -tilaisuus järjestettiin 14.12.2018 Lahden Tiedepuistossa. Tilaisuudessa oli puhumassa kaksi yrittäjää (Kinnarin Tilan yrittäjä Terhi Kinnari ja Marimarin yrittäjä Mari Nieminen), joilla molemmilla on omakohtaista kokemusta digimarkkinoinnin hyödyntämisestä. Tilaisuuden keynote-puhujaksi valittiin digimarkkinoinnin asiantuntija Ossi Ahto, jolla on vaikuttava ura aihepiirin parissa. Tapahtumaan osallistui 52 ihmistä ja viisi heistä ilmaisi kiinnostuksensa osallistua valmennukseen. Hollolan Sanomat julkaisi tapahtumasta uutisen tammikuussa 2019.



Heinolan kick-off 2019

Alueellinen kick-off tilaisuus järjestettiin Heinolassa 24.5.2019. Tapahtumapaikkana toimi Heinolan SPOTTI, jossa myös #Digitie-valmennus järjestettiin. Tilaisuus järjestettiin yhteistyössä Euroopan Unionin Sosiaalirahaston hankkeen Design Venture Ohjelman kanssa, koska hankkeiden väliltä löytyi yhtäläisyyksiä. Heinolan Heilan toimitusjohtaja Minna Ikonen kertoi tilaisuudessa Heilan digimarkkinoinnin kasvutarinasta sekä keinoista, joita Heila hyödyntää. Tilaisuuden pääpuhujana toimi Kuuki Marketing LABin Ulla Ristkari-Ryynänen. #Digitie-valmennuksen esittelyn yhteydessä omista

valmennuskokemuksistaan kertoi yleisölle hankkeen ensimmäiselle valmennuskierrokselle osallistunut Heli Jokivuori Kukkakauppa Heliästä. Tilaisuudessa jätti yhteystietonsa kolme yrittäjää, jotka olivat kiinnostuneita #Digitie-valmennuksesta. Kun heille palattiin asiaan valmennuksen lähestyessä, kaikki kuitenkin peruivat osallistumisensa.



Lahden kick-off 2020

Hankkeen kolmas kick-off-tilaisuus järjestettiin 7.2.2020 ennen hankkeen kolmatta valmennuskierrosta Lahden Tiedepuistossa. Omista digimarkkinoinnin kokemuksistaan tapahtumassa puhui taas #Digitie-hankkeen ensimmäisen valmennusryhmän osallistuja Heli Jokivuori. LAB-ammattikorkeakoulun opiskelija-yhteistyötä ja sen mahdollisuuksia yrittäjille esitteli LAB-ammattikorkeakoulun Ninni Andelin. Tilaisuuden pääpuhujana toimi kevään 2020 valmennuskumppaniksi valitun Kuuki Marketing LABin Ulla Ristkari-Ryynänen. Tilaisuudessa yhteystietonsa jätti kolme yrittäjää, jotka kaikki osallistuivat #Digitie-valmennukseen.



Työpaketti 2: Maaseudun yrityksille tarkoitetut digimarkkinoinnin työpajat

Hankkeessa suunniteltiin ja toteutettiin digimarkkinoinnin tietoiskujen ja työpajojen sarja, joka oli hankesuunnitelman mukaan tarkoitus järjestää kolmella alueella: pohjoisessa, keskisessä ja eteläisessä Päijät-Hämeessä. Suunnitelma oli, että Päijät-Hämeen alueen yrittäjillä on mahdollisimman vaivaton pääsy koulutustilaisuuksiin, ja kynnys osallistumiseen olisi mahdollisimman pieni. Hankkeen edetessä suunnitelmaa kuitenkin muutettiin, sillä Heinolan valmennukseen oli vaikeuksia saada mukaan yrittäjiä. Huomattiin, että eniten kysyntää riitti Lahdessa järjestettävälle valmennukselle. Työpajojen tarkemmista sisällöistä vastasivat hankkeen suunnittelutiimi projektipäällikön johdolla sekä ulkopuoliset asiantuntijat. Työpaketin 2 osalta toimenpidekokonaisuudet esitellään kronologisessa järjestyksessä: Lahden #Digitie-valmennus / kevät 2019, Heinolan #Digitie-valmennus / syksy 2019, ja Lahden #Digitie-valmennus / kevät 2020. Lopuksi esitellään kertaustyöpajat syksyltä 2020, joiden järjestämisestä päätettiin yhdessä hankkeen ohjausryhmän kanssa.

Toimenpide 2.1: Digimarkkinoinnin koulutusten ja työpajojen sarjan suunnittelu

Hankkeen alussa toteutettiin selvitys digimarkkinoinnin uusimmista käytänteistä ja tärkeimmistä koulutustarpeista. Lisäksi valmennusten alussa selvitettiin valmennusryhmän tarpeita sekä osaamistasoa. Näiden pohjalta suunniteltiin Päijät-Hämeen maaseudun yrityksille suunnattu ajankohtainen digimarkkinoinnin koulutus- ja valmennussarja.

Toimenpide 2.2: Avoimet alueelliset digimarkkinoinnin tietoiskut kolmella alueella kattaen koko Päijät-Hämeen

Valmennusten yhteydessä järjestettiin alueellisia tietoiskuja lähellä maaseudun yrittäjiä. Tietoiskut koostuivat valmennusten teemoista, ja ne olivat avoimia kaikille halukkaille. Tavoite oli, että tietoiskuluennnoille saadaan paikalle laajasti alueen yrittäjiä ja tätä kautta tietoisuus digimarkkinoinnin hyödyistä ja mahdollisuuksista kasvaa maaseudun yritysten keskuudessa. Tietoiskusarja oli tarkoitus järjestää kolme kertaa hankkeen aikana pohjoisessa, keskisessä ja eteläisessä Päijät-Hämeessä. Tietoiskuosuuksista päätettiin luopua viimeisellä valmennuskierroksella vähäisen osallistujamäärän vuoksi.



Toimenpide 2.3: Maaseudun pk-yritysten valmennus

Hankkeessa järjestettiin kolme kertaa hankkeen aikana valmennussarja, johon haettiin mukaan yrityksiä alueellisen tiedotuksen sekä alueellisten kick-off tilaisuuksien kautta. Haku valmennuksiin oli avoin kaikille maaseudun yrityksille. Tavoitteena oli, että valmennuskierroksille saadaan yhteensä noin 30 osallistujaa. Mukana valmennuksissa oli 26 yritystä. Lisäksi #Digitie- ja VENLA-hankkeiden yhteisiin kertaustyöpajoihin osallistui yrittäjiä, joista kaksi #Digitie-valmennusryhmän ulkopuolisista oli Päijät-Hämeen maaseudulta.

#Digitie-valmennusmallia kehitettiin valmennusten edetessä kokemusten ja palautteen perusteella. Toimintamallia on mahdollista hyödyntää myös jatkossa alueen yritysten digimarkkinoinnin kehittämisessä. #Digitie-valmennusten koulutussisältöjen pohjalta toteutettiin digimarkkinoinnin opas pienyrittäjille <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-827-355-7>, joka jää maaseudun yrittäjien hyödynnettäväksi myös hankkeen jälkeen.

LAHDEN VALMENNUS KEVÄÄLLÄ 2019



KOULUTUSPÄIVÄÄ

9

Lahden #digitie-valmennuksen teemat

1. Digimarkkinointisuunnitelma (sovittuna ajankohtana)
2. Kotisivu ja verkkokauppa (8.2.2019)
3. Analytiikka tulosten mittaamisessa (22.2.2019)
4. Sosiaalinen media (8.3.2019)
5. Kohderyhmälähtöinen sisällöntuotanto (22.3.2019)
6. Googlen markkinointityökalut (5.4.2019)
7. Asiakassuhteiden ylläpito (12.4.2019)
8. Markkinoinnin automaatio (26.4.2019)
9. Vastuullisuus verkossa (10.5.2019)

MAASEUDUN YRITYSTÄ

10

Kevään 2019 valmennukseen osallistui yhteensä kymmenen yritystä Päijät-Hämeen maaseudulta:

- 4 yritystä Hollolasta,
- 2 yritystä Hämeenkoskelta,
- 1 yritys Kalliolasta
- 2 yritystä Orimattilasta
- 1 yritys Sysmästä

Maatalousalan, luontaistuotealan, kaksi matkailu- ja majoitusalan, kolme taide- ja käsityöalan, yksi harrastusseuratoiminnan ja yksi elintarvikealan asiantuntija-alan yritys.



Toimenpide 2.1: Digimarkkinoinnin koulutusten ja työpajojen sarjan suunnittelu

Ensimmäinen valmennusohjelma päätettiin järjestää Lahdessa, Lahden ammattikorkeakoulun uudella Mukkulan kampuksella. Sijaintiin päädyttiin, sillä Lahteen on helppoa saapua ympäristökunnista. Valmennusohjelman osalta päädyttiin, että tilaisuuksien määrä pyritään pitämään mahdollisimman pienenä, jotta valmennuskertojen määrä ei nousisi yrittäjille esteeksi.

Digimarkkinointisuunnitelmaa koskevaa tietoa päätettiin sisällyttää kick-off tilaisuuden keynote-puheeseen sekä yrityskohtaisiin alkukartoitustapaamisiin, jossa tarkoitus olisi käydä läpi yritysten osaamistarvetta. Tähän liittyy oleellisesti yrityksille tehtävä taustaselvitys yrityksen, kohderyhmistä, strategiasta, tavoitteista sekä nykyisin käytössä olevista digitaalisen markkinoinnin työkaluista. Myöskään monikanavaisesta markkinoinnista ei nähty olevan yksittäisenä aiheena suurta hyötyä yrittäjille, vaan se tulisi sisällyttää valmennuksiin läpileikkaavana teemana. Muutoin hankesuunnitelmassa esitellyt aihepiirit päätettiin pitää vastaavina.



1. Digimarkkinointisuunnitelma (sovittuna ajankohtana)
2. Kotisivu ja verkkokauppa (8.2.2019)
3. Analytiikka tulosten mittaamisessa (22.2.2019)
4. Sosiaalinen media (8.3.2019)
5. Kohderyhmälähtöinen sisällöntuotanto (22.3.2019)
6. Googlen markkinointityökalut (5.4.2019)
7. Asiakassuhteiden ylläpito (12.4.2019)
8. Markkinoinnin automaatio (26.4.2019)
9. Vastuullisuus verkossa (10.5.2019)

Valmennusohjelman hinta määriteltiin hankkeen asiantuntijoiden ja LAMKin tiimipäällikön aiempien kokemusten pohjalta, ja hinnaksi päätettiin asettaa 345 € + alv. Hinnan uskottiin olevan tarpeeksi alhainen pienemmillekin yrittäjille. Yksittäisiin valmennuksiin oli mahdollista osallistua halutessaan 100 euron hinnalla. Yksittäisten valmennusten hinta haluttiin tarkoituksella pitää melko korkeana suhteessa koko valmennukseen, koska yrittäjät haluttiin ohjata pääasiassa valitsemaan kokonaisen valmennuksen. Yksittäisiä valmennuksia haluttiin silti tarjota, jotta ajankäyttö ei nousisi kenellekään kynnyskysymykseksi harkitessaan osallistumista #Digitie-valmennukseen.

Ensimmäisellä valmennuskerralla päädyttiin hankkimaan ulkopuoliset valmentajat kaikkiin valmennuskertoihin. Ulkopuolisten valmentajien uskottiin tuovan uutta näkemystä ja ajankohtaista tietoa kaikkiin käsiteltäviin teemoihin. Lisäksi hankkeen asiantuntijat olisivat vapaina tukemaan valmennusryhmän yrittäjiä valmennustilaisuuksissa. Tulevien valmennusohjelmien osalta päätökset valmentajista oli tarkoitus tehdä ensimmäisestä valmennusohjelmasta saatavien kokemusten perusteella. Tarkemmat valmennuspäivien sisällöt tarkentuivat vielä kevään 2019 aikana. Valmennuskertojen suunnittelussa huomioitiin valmennusryhmän tietotaitotaso sekä alkukartoituskyselyssä esiin nousseet asiat. Kaikkien ulkopuolisten valmentajien kanssa pidettiin palaveri ennen valmennuspäivää, jossa keskusteltiin valmennuksen tarkemmasta sisällöstä. Tavoitteena oli, että valmennukset keskittyisivät niihin teemoihin ja kanaviin, jotka ovat kaikista hyödyllisimpiä valmennuksessa mukana oleville yrittäjille. Keskusteluissa painotettiin lisäksi valmennusosuuden käytännönläheisyyttä.

Hankkeen ensimmäisessä ohjausryhmän kokouksessa ehdotettiin, että opiskelijat voisivat tukea yrittäjiä valmennustilaisuuksissa. Tämän takia digitaalista markkinointia opiskelevat opiskelijat päätettiin osallistaa valmennuksiin. Tarkoitus oli varmistaa, että valmennuksiin osallistuvat opiskelijat ovat sellaisia, joilla on jo valmiiksi digimarkkinoinnin osaamista, jotta he osaavat tukea oikealla tavoin valmennusryhmäläisiä.

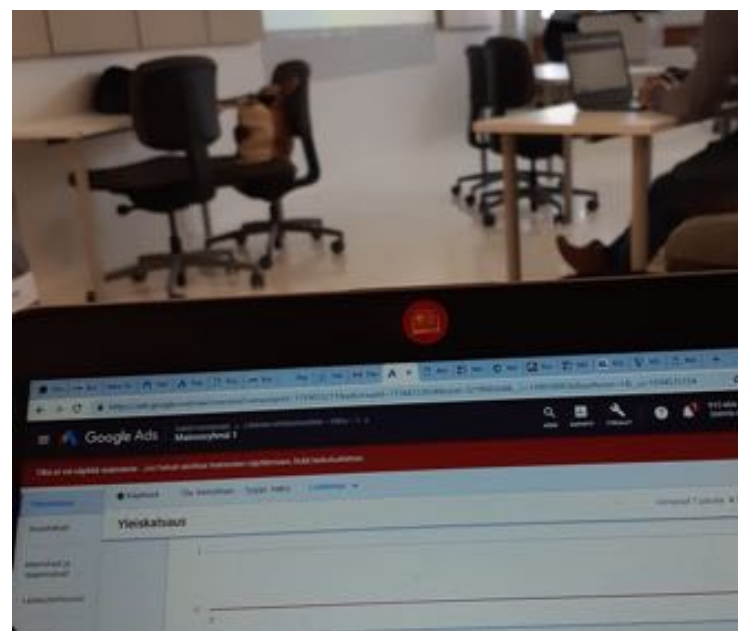
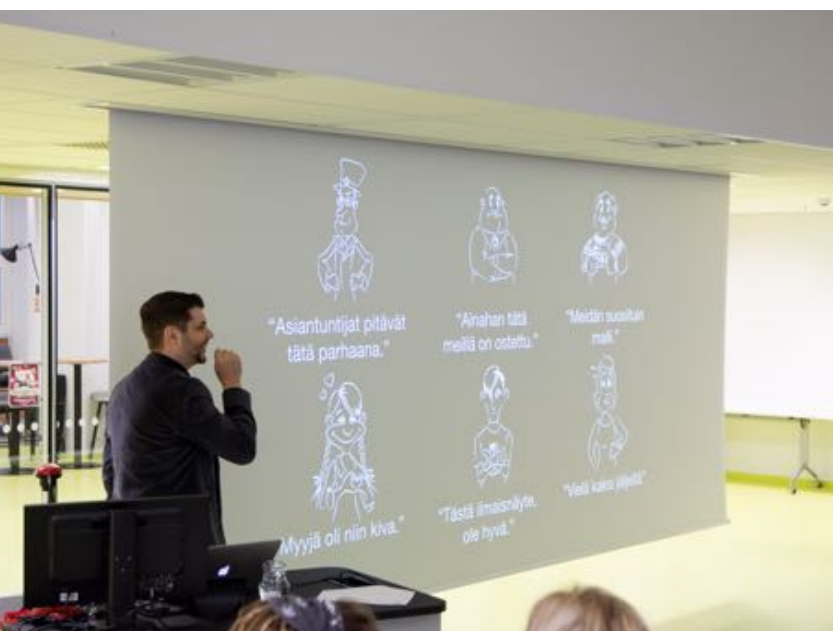
KOTISIVU JA VERKKOKAUPPA

Osallistujat: 8 yrittäjää + 1 ulkopuolinen

Ensimmäisestä valmennuksesta vastasi mainostoimisto Hoopin Jani Kiviranta. Tietoiskuosuus (klo 9–9.45) käsitteli hyvän kotisivun ominaisuuksia sekä verkkosivun käytettävyyttä asiakkaan näkökulmasta. Lisäksi luennolla tutustuttiin ostajien profilointiin sekä sivuston hakukoneoptimointiin.

Valmennusosiossa (klo 10–12) valmentaja analysoi erilaisia verkkosivuja. Esimerkiksi hän valitsi mukanaolevien yritysten omia kotisivuja.

Projektipäällikkö ohjasi tilaisuuden lopussa yrittäjät analysoimaan omien yritystensä kotisivuja yhdessä sparraamassa olevien opiskelijoiden kanssa. Ne yrittäjät, joilla kotisivuja ei vielä ollut, pohtivat, mitä kotisivuja perustettaessa tulisi ottaa omalla kohdalla huomioon. Yhdessä opiskelijoiden kanssa yrittäjät havaitsivat tarvittavia kehityskohteita verkkosivuihin liittyen.



ANALYTIKKA TULOSTEN MITTAAMISESSA (22.2.2019)

Osallistujat: 7 yrittäjää + 1 ulkopuolinen

Päivän valmennuksesta vastasi Kuuki Marketing Labin Tomi Kaitarinne.

Tietoiskuosiossa (klo 9-9.45) käytiin läpi perusasioita web-analytiikkaan liittyen. Luennossa esiteltiin lisäksi Google Analyticsin ominaisuuksia, kuinka se toimii, ja mitä hyötyä siitä on yritykselle.

Valmennusosiossa (klo 10-12) osallistujat perehtyivät Google Analyticsin käyttöön demotilin avulla. Valmennuksessa tutkittiin Google Analyticsin valikkorakennetta ja erilaisia ominaisuuksia, joita se mahdollistaa sivustoliikenteen mittaamiseen.

SOSIAALINEN MEDIA (8.3.2019)

Osallistujat: 8 yrittäjää + 3 ulkopuolista

Sosiaalisen median valmennuksesta vastasi Näkemystehdas MBE:n Aino Pokela.

Tietoiskuosiossa (klo 9-9.45) valmentaja esitteli erilaisten esimerkkien kautta, miten sosiaalista mediaa on mahdollista hyödyntää, ja mitä siinä tulee ottaa huomioon. Lisäksi valmentaja kertoi sopivien kanavien valinnasta ja antoi ohjeita sosiaalisessa mediassa toimimiseen.

Valmennusosiossa (klo 10-12) pureuduttiin vielä konkreettisemmin yksittäisiin kanaviin ja yrittäjille annettiin konkreettisempia ohjeita eri sosiaalisen median kanavissa toimimiseen (Facebook, Instagram LinkedIn ja lyhyesti Twitter). Käsiteltävät kanavat valikoitiin osallistuvien yrittäjien näkökulmasta. Tilaisuus oli keskusteleva, ja yrittäjät pohtivat eri kanavien mahdollisuuksia omassa toiminnassaan.

VERKKOSIVUJEN KORVAAVA VALMENNUS 15.3.2019

Osallistujat: 6 yrittäjää + 1 ulkopuolinen

Verkkosivujen korvaavasta valmennuksesta vastasi #Digitie-hankkeen IT-asiantuntija Taru Itäpelto.

Taru Itäpellon täydentävä valmennus järjestettiin korvaamaan 8.2. järjestettyä verkkosivuvalmennusta, josta puuttui käytännönläheinen harjoittelu. Valmennuksessa käsiteltäväksi alustaksi valikoitui Wordpress, koska se oli suurimmalla osalla yrityksistä käytössä tai vaihtoehtoisesti he olivat ottamassa sellaista käyttöönsä. Valmennuksessa osallistujat suunnittelivat omaa verkkosivustoa ja toteuttivat opiskelijaryhmien avustuksella Wordpressin käyttöön liittyviä harjoituksia.

KOHDERYHMÄLÄHTÖINEN SISÄLLÖNTUOTANTO (22.3.2019)

Osallistujat: 9 yrittäjää

Sisällöntuotannon valmennuksesta vastasi Näkemystehdas MBE:n Aino Pokela.

Tietoiskuosiossa (klo 9-9.45) perusteltiin sisällöntuotannon merkitystä markkinoinnissa, ja kerrottiin mikä sen rooli ja hyöty on. Osiossa kerrottiin myös tavoitteellisesta sisällöntuotannosta sekä tulosten mittaamisesta. Lisäksi luennossa nostettiin esiin viestinnän sävyn ja brändin merkitys.

Valmennuksessa (klo 10-12) pohdittiin keinoja vaikuttavaan sisällöntuotantoon, ja valmentaja antoi lukuisia vinkkejä erilaisiin sisällöntuotannon työkaluihin. Lopuksi yrittäjät suunnittelivat päivityksen sosiaaliseen media, jossa he pohtivat kuvaa, tekstiä, avainsanoja sekä julkaisun tavoitteita ja niiden seuraamista.



GOOGLEN MARKKINOINTITYÖKALUT (5.4.2019)

Osallistujat: 7 yrittäjää

Googlen markkinointityökalut -valmennuksesta vastasi Kuuki Marketing Labin Ulla Ristkari-Ryynänen.

Tietoiskuosiossa (klo 9-9.45) käsiteltiin Google Ads mainosverkostoa, ja minkälaisia erilaisia mahdollisuuksia sen kautta on mainostaa. Lisäksi valmennuksessa nähtiin esimerkkejä erilaisista mainoksista sekä kuultiin, mitä mainostaessa tulee ottaa huomioon.

Valmennuksessa (klo 10-12) Google Ads mainostiliin tutustuttiin käytännössä. Kuuki Marketing Lab loi kaikille osallistujille tunnukset työkaluun, jonka kautta yritykset pääsivät harjoittelemaan työkalun ominaisuuksia. Valmennuksessa opittiin myös, miten Google Ads mainos toimii hakukoneessa, ja miten sille voi asettaa erilaisia hakusanoja, joiden perusteella käyttäjät löytävät mainoksen ja sitä kautta yrityksen sivuston.

ASIAKASSUHTEIDEN YLLÄPITO (12.4.2019)

Osallistajat: 6 yrittäjää + 1 ulkopuolinen

Asiakassuhteiden ylläpitoa koskevasta valmennuksesta vastasi Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy:n Kirsi Mikkola.

Tietoiskuosiassa (klo 9–9.45) käsiteltiin Asiakassuhteiden ja asiakastiedon hallinnan perusteita Case –esimerkkien avulla. Lisäksi tutustuttiin erilaisiin käsitteisiin ja keinoihin ylläpitää asiakassuhteita.

Valmennusosuudessa (klo 10–12) tutustuttiin asiakassuhteiden peruseräilyä yrittäjien välillä sekä yrityksen ja loppuasiakkaan välillä kaupankäynnissä. Yrittäjät pohtivat ryhmissä, minkälaiset asiat ovat tärkeimpiä asiakaspalvelussa ja mitä kriteereitä asiakaspalvelun tulisi täyttää.

Lisäksi valmennuksessa kerrottiin asiakastiedon keruuseen tarkoitettuista pienyrityksen ratkaisista sekä aihepiiriä koskevasta lainsäädännöstä.

MARKKINOINNIN AUTOMAATIO (26.4.2019)

Osallistajat: 8 yrittäjää + 2 ulkopuolista

Markkinoinnin automaation valmennuksesta vastasi Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy:n Kirsi Mikkola.

Tietoiskussa (klo 9–9.45) tutustuttiin markkinoinnin automaation käsitteeseen ja kuultiin case-esimerkkejä pien- ja mikroyritysten markkinointiautomaation käytöstä.

Valmennuksessa (klo 10–12) yrittäjät harjoittelivat yrityksen asiakkaan palvelupolun kuvaamista. Opiskelijat avustivat yrittäjiä palvelupolun muotoilussa. Tämän lisäksi valmennuksen lopussa tutustuttiin yhteen markkinoinnin automaatiohjelmaan (Mailchimp), ja harjoiteltiin sen käyttöä käytännössä. Valmennuksessa tutustuttiin valmentajan opastuksella ohjelman käyttöliittymään, sekä tutustuttiin sen erilaisiin ominaisuuksiin.

VASTUULLISUUS VERKOSSA (10.5.2019)

Osallistujat: 6 yrittäjää + 1 ulkopuolinen

#Digitie-valmennuksen viimeisestä valmennuksesta vastasi LAMKin liiketalouden ja matkailun alan lehtori Mari Kempas.

Tietoiskuosiossa (klo 9–9.45) kerrottiin tärkeimmästä digimarkkinointia koskevasta lainsäädännöstä (mm. tietosuojalaki, kuluttajansuojalaki, GDPR). Lisäksi valmennuksessa annettiin käytännön esimerkkejä erilaisista digimarkkinointiin liittyvistä case-esimerkeistä.

Valmennusosiossa (klo 10–12) yrittäjät tutustuivat yhdessä opiskelijoiden kanssa Suomen Yrittäjien tietosuojaoppaaseen, ja pohtivat yrityksen kannalta keskeisimpiä kysymyksiä lainsäädäntöön liittyen oman yrityksen näkökulmasta. Valmentaja ohjasi valmennustilaisuudessa ryhmiä ja auttoi esiin nousevien kysymysten tulkinnessa sekä lain soveltamisessa.

Valmennuksen materiaalit löytyvät tiedigiin.fi-verkkosivulta lukuun ottamatta Googlen markkinointityökalut ja Vastuullisuus verkossa -valmennuksia (Valmentajien pyynnöstä) www.lab.fi/digitie



YHTEENVETO VALMENNUKSESTA

Ensimmäisen valmennuksen aikana toteutettiin väli- ja loppupalautekyselyt. Välipalautekyselyyn vastasi kahdeksan osallistujaa kymmenestä (n=8). Jälkimmäiseen kyselyyn osallistui ainoastaan viisi vastaajaa (n=5). Molemmissa kyselyissä osallistujia pyydettiin vastaamaan ainoastaan niitä valmennuksia koskeviin kysymyksiin, joissa vastaajat olivat itse olleet mukana. Osallistajat arvioivat valmennuksen osa-alueita arvosanoilla 1-5. Kysymyksissä vastaajat arvioivat tietoiskujen ja valmennusten sisältöä, aihealueiden hyödyllisyyttä, omaa oppimista sekä käytännön järjestelyjä. Kyselyn lopussa pyysimme vastaajia antamaan kokonaisarvosanan valmennukselle. Välipalautekyselyssä keskiarvoksi muodostui 3,5 ja loppukyselyssä 3,4.

Vastausten perusteella havaittiin, että ulkopuolisia valmentajia pidettiin hyvinä tietoiskuosuuksissa, mutta valmennusosuuksissa he eivät vakuuttaneet. Teimme itse valmennuksen edetessä saman huomion. Vaihtuvat valmentajat eivät tiedä tarpeeksi hyvin yritysten lähtötilannetta, vaikka tilanne kerrotaisiin heille hyvin ennen valmennusta. Suurin osa valmentajista ei myöskään omaksunut käytännönläheistä työskentelytapaa, jossa asioita opeteltaisiin käytännössä, vaan monella valmennusosuus oli tietoiskun kaltainen luento, jossa osallistujat laitettiin ryhmissä pohdiskelemaan välillä erilaisia kysymyksiä.

Palautekyselyssä havaittiin, lisäksi, että Google Analytics oli yrittäjille aiheena liian haastava. Aihealuetta pidettiin tärkeänä, mutta se olisi hyvä oppia vasta hieman myöhemmin, kun perusasiat ovat kunnossa. Myös markkinoinnin automaatio koettiin aihealueena hyödyttömämpänä, kuin muut aihealueet.

Valmennukseen oltiin keskimäärin melko tyytyväisiä, mutta digitaaliseen markkinointiin liittyviä kehittämistarpeita silti jäi. Uusien asioiden haltuun ottaminen muutaman tunnin valmennuksessa on hyvin haastavaa. Digimarkkinointia olisi toteutettava myös valmennusten ulkopuolella.

HEINOLAN VALMENNUS SYKSYLLÄ 2019



KOULUTUSPÄIVÄÄ

9

Lahden #digitie-valmennuksen teemat

1. Digimarkkinointisuunnitelma 27.9.2019
2. Kotisivu 11.10.2019
3. Verkkokauppa 18.10.2019
4. Asiakassuhteiden ylläpito 1.11.2019
5. Sisällöntuotanto 8.11.2019
6. Sisällöntuotanto 15.11.2019
7. Sosiaalinen media 22.11.2019
8. Digitaaliset mainosratkaisut 29.11.2019
9. Vastuullisuus verkossa 13.12.2019

MAASEUDUN YRITYSTÄ

6

Syksyn 2019 valmennukseen osallistui yhteensä kuusi yritystä Päijät-Hämeen maaseudulta:

- 2 yritystä Asikkalasta
- 3 yritystä Heinolasta
- 1 yritys Urajärveltä

Kaksi matkailu- ja majoitusalan, yksi metsä-, puu- ja metallialan, kaksi kahvila ja ravintola-alan sekä yksi urheiluseuratoiminnan yritys.

Toimenpide 2.1: Digimarkkinoinnin koulutusten ja työpajojen sarjan suunnittelu

Heinolan valmennuksen suunnittelussa otettiin huomioon asioita, jotka nousivat keväällä 2019 Lahdessa järjestetyn valmennuksen palautekyselystä. Valmennuksen osallistujien kommenttien sekä omien havaintojen perusteella tehtiin päätelmä, että ulkopuoliset valmentajat eivät vakuuta #Digitie-valmennuksen valmennusosuuksissa. Tämän vuoksi valmennukset päätettiin järjestää pääosin itse, myös tietoisikujen osalta. Lisäksi valmennusteemoihin tehtiin aiempien kokemusten perusteella pieniä muutoksia. Google Analytics ja markkinoinnin automaatio jätettiin aihealueina kokonaan pois ja sisällöntuotannolle varattiin kaksi kertaa, jotta aikaa olisi paremmin käsitellä sekä visuaalista että viestinnällistä sisällöntuotantoa. Myös asiakassuhteiden ylläpidolle varattiin toinen valmennuspäivä. Tarkoitus oli, että toisena päivänä voitaisiin sivuta lyhyesti myös poisjätettyä markkinoinnin automaatiota. Kevään 2019 valmennuksen perusteella tehtiin myös havainto, että valmennuspäivien välissä ei tarvita väliviikkoa, vaan osallistujat pysyvät paremmin digimarkkinoinnin aiheessa kiinni, jos valmennukset pidetään joka viikko.

Heinolan valmennuksen hinnaksi asetettiin alussa 485 euroa. Hintaa nostettiin, koska valmennuksen laatu oli parempi ensimmäisen valmennuskierroksen pohjalta tehtyjen muutosten ansiosta. Lisäksi meidän oli tärkeää kerryttää yksityisrahoitusosuutta (10 % hankkeen kustannuksista), josta oltiin nyt jäljessä.

Valmennuksen aloitusvaiheessa oli useampia haasteita. Toukokuussa Heinolassa järjestetty kick-off tilaisuus ei tuonut valmennukseen yhtäkään osallistujaa. Vaikka kiinnostuksensa oli osoittanut kolme yrittäjää, he peruivat ilmoittautumisensa elokuussa yhteyttä ottaessa. Valmennuksen mainokset tai alueiden yrittäjäjärjestöjen ja elinkeinoasiamiesten tiedotteet eivät myöskään tuoneet yhteydenottoja. Tämän vuoksi hintaa päätettiin laskea samaan kuin edellisenä keväänä (345 €).

Valmennusta alettiin markkinoimaan Heinolan lähistökuntien yrittäjille kylmäsoittojen avulla. Tämä ei kuitenkaan tuonut yhtäkään osallistujaa. Puheluissa selvisi, että suurin osa yrittäjistä oli kuullut jo aiemmin valmennuksesta, mutta aikaa ei ollut osallistumiseen tai sitten valmennusta ei pidetty tarpeeksi hyödyllisenä. Valmennusta yritettiin myydä myös Heinolan keskustassa toimiville yrityksille kiertämällä liiketiloja ja jakamalla esitteitä kiinnostuneille. Tätäkään kautta ei kuitenkaan saatu yhtään osallistujia. Valmennuksen aloitusta päätettiin siirtää viikolla eteenpäin, koska osallistujia ei ollut tarpeeksi. Vähän ennen valmennuksen alkua hankkeen verkkosivujen kautta saatiin muutama yhteydenotto kiinnostuneilta yrittäjiltä. Lisäksi valmennukseen löydettiin muutama osallistuja ottamalla yhteyttä yrittäjiin, joista oli saatu suosituksia muilta osallistujilta. Valmennukseen löytyi viisi yritystä valmennuksen alettua, ja yksi osallistuja tuli mukaan valmennuksen toisesta kerrasta lähtien.

Valmennuksen aloitusta hankaloitti lisäksi se, että IT-asiantuntija jäi pois hankkeesta syyskuun lopussa. Sekä valmennusryhmän kokoon saaminen että IT-asiantuntijan poisjääminen aiheuttivat aikataulumuutoksia. IT-asiantuntijan oli tarkoitus vastata verkkosivua, verkkokauppaa ja asiakassuhteiden hallintaa koskevista valmennuksista. Verkkosivuihin liittyvää valmennusta siirrettiin viikolla eteenpäin, koska IT-asiantuntijan oli tarkoitus palata sairaslomalta. Lopulta hän ei kuitenkaan enää palannut takaisin, joten valmennukset päätettiin toteuttaa muiden hankkeen asiantuntijoiden toimesta. Valmennusten siirrosta johtuen asiakassuhteiden hallintaa käsittelevä valmennus päädyttiin toteuttamaan yhden valmennuspäivän aikana. Valmennuksen osallistujilta varmistettiin, että he hyväksyvät toisen kerran poisjättämisen.

Heinolan valmennuspaikkana toimi Heinolan elinkeinopalvelujen yhteydessä toimiva SPOTTI <https://www.heinola.fi/spotti>, joka tarjoaa avointa maksutonta työskentely- ja kokoustilaa yrittäjille ja sekä yrittämistä harkitseville. Myös Heinolan valmennuksessa hyödynnettiin digimarkkinoinnin opiskelijoita yritysten opastamisessa sekä sparraamisessa eri digimarkkinoinnin osa-alueissa. Opiskelijoille annettiin tällä kerralla hieman suurempi rooli valmennusten järjestämisessä. Keväällä 2019 HAMKin DigiCoach-hankkeen projektipäällikön, Outi Mertamon kanssa käydyn keskustelun pohjalta valmennuksessa päätettiin kokeilla opiskelijoiden toimimista valmennuksen kouluttajina. DigiCoach-hankkeessa oli havaittu, että diginatiiveilla opiskelijoilla on paljon sellaista osaamista, josta on apua yrittäjille. Hankkeessa oli hyödynnetty samantapaista toimintamallia. Tämän vuoksi päätimme antaa digimarkkinoinnin opiskelijoille mahdollisuuden kouluttaa työpajoissa digitaalisia sisällöntuotannon työkaluja sekä sosiaalisen median käyttöä.



Toimenpide 2.2: Avoimet alueelliset digimarkkinoinnin tietoiskut Heinolassa syksyllä 2019

Heinolassa tietoiskut järjestettiin edelleen valmennuspäivien yhteydessä perjantai- ja lauantai-iltoina ja niistä vastasivat valmennuspäivien teemojen kouluttajat. Tietoiskuista viestittiin aktiivisesti muun muassa sosiaalisessa mediassa, mutta tilaisuuksiin ei yhtään ulkopuolista osallistujaa koko syksyn aikana.

Toimenpide 2.3: Maaseudun pk-yritysten valmennus Heinolassa syksyllä 2019

Toisen #Digitie-valmennusohjelman teemoiksi valikoituivat:

Digimarkkinointisuunnitelma 27.9.2019

Kotisivu 11.10.2019

Verkkokauppa 18.10.2019

Asiakassuhteiden ylläpito 1.11.2019

Sisällöntuotanto 8.11.2019

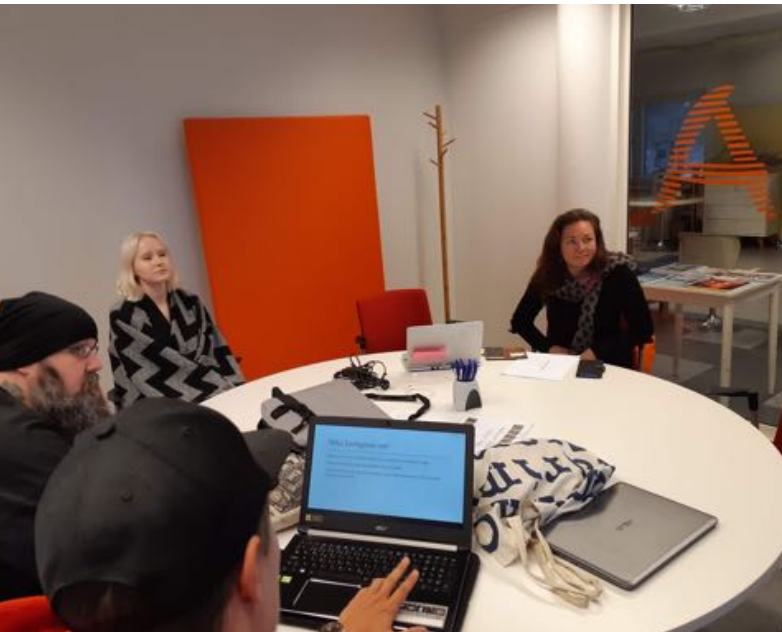
Sisällöntuotanto 15.11.2019

Sosiaalinen media 22.11.2019

Digitaaliset mainosratkaisut 29.11.2019

Vastuullisuus verkossa 13.12.2019





DIGIMARKKINOINTI-SUUNNITELMA (27.9.2019)

Osallistujat: 4 yritystä (1 etänä)

Digimarkkinointisuunnitelmaan liittyvästä valmennuksesta vastasivat #Digitie-hankkeen projektipäällikkö Lotta Toivonen ja markkinoinnin asiantuntija Riku Nummikoski.

Tietoiskuosio (klo 9–9.45) alkoi Lotta Toivosen osuudella, jossa esiteltiin digimarkkinoinnin suunnittelun hyötyjä ja periaatteita. Tämän jälkeen Riku Nummikoski esitteli suunnittelun vaiheita.

Valmennuksessa klo (10–12) yrittäjät harjoittelivat suunnittelemaan digimarkkinointia hyödyntämällä markkinointisuunnitelma-canvasia (Niku Creative), jonka hyödyntämiseen valmennuksessa pyydettiin lupa yritykseltä.

KOTISIVU (11.10.2019)

Osallistajat: 5 yritystä

Kotisivuihin liittyvästä valmennuksesta vastasivat #Digitie-hankkeen projektipäällikkö Lotta Toivonen ja markkinoinnin asiantuntija Riku Nummikoski.

Tietoiskuosiossa (klo 9–9.45) Riku Nummikoski aloitti kertomalla verkkosivuston roolista osana markkinointia. Lisäksi hän esitteli erilaisia strategisia keinoja hyödyntää verkkosivustoa yrityksen toiminnassa sekä näihin liittyviä tavoitteita. Tämän jälkeen tietoiskussa pohdittiin, mitä yrittäjän tulee ottaa huomioon hankkiessa verkkosivua ja minkälaiset ominaisuudet takaavat hyvän verkkosivun. Lotta Toivosen osuudessa tutustuttiin hakukonenäkyvyyteen ja erilaisiin mahdollisuuksiin hyödyntää sitä.

Valmennuksessa klo (10–12) yrittäjät pohtivat yhdessä opiskelijoiden kanssa erilaisia keinoja verkkosivuston optimointiin ideoimalla sekä hyödyntämällä erilaisia annettuja työkaluja ja keinoja.

VERKKOKAUPPA (18.10.2019)

Osallistajat: 3 yritystä

Verkkokauppa- valmennuksesta vastasi Bitfactor Oy:n Full-Stack Developer sekä ohjelmistoyrittäjä Kalle Laakso.

Tietoiskuosiossa (klo 9–9.45) tutustuttiin eri tarkoituksiin soveltuviin verkkokaupparatkaisuihin, sekä kriteereihin, jotka vaikuttavat niiden valintaan. Lisäksi tietoiskuosuudessa kerrottiin tärkeistä osa-alueista, joita verkkokaupan suunnittelussa on hyvä ottaa huomioon.

Valmennuksessa klo (10–12) yrittäjien tehtävänä oli arvioida omia verkkosivujaan, pohtia sivuston tavoitetta sekä myynnillisyyttä, ja miettiä, ohjaako sivusto tällä hetkellä käyttäjää kohti tavoitetta.

ASIAKASSUHTEIDEN YLLÄPITO (1.11.2019)

Osallistujat: 6 yritystä

Asiakassuhteiden ylläpitoa koskevasta valmennuksesta vastasivat #Digitie-hankkeen projektipäällikkö Lotta Toivonen ja Lahden ammattikorkeakoulun tietojenkäsittelyn lehtori Aki Vainio.

Tietoiskuosiossa (klo 9-9.45) Lotta Toivonen kertoi asiakassuhteiden hallinnan perusperiaatteista ja hyödyistä. Tämän jälkeen Aki Vainio esitteli erilaisiin tarpeisiin soveltuvia CRM-järjestelmiä. Lisäksi hän kertoi niiden ominaisuuksista, eduista liiketoiminnassa sekä käyttöönotosta.

Valmennuksessa klo (10-12) osallistujat harjoittelivat tärkeimpien kohderyhmien profilointia. Lisäksi he suunnittelivat asiakkuudenhoitomallit tunnistamilleen ryhmille.

VISUAALINEN SISÄLLÖNTUOTANTO (8.11.2019)

Osallistujat: 5 yritystä

Visuaalisen sisällöntuotannon valmennuksesta vastasi #Digitie-hankkeen markkinoinnin asiantuntija Riku Nummikoski.

Tietoiskuosiossa (klo 9-9.45) Riku Nummikoski esitteli kuvien merkitystä digimarkkinoinnissa, ja kertoi, mitä asioita markkinoinnissa käytettävissä kuvissa on tärkeää huomioida. Lopuksi hän osoitti havainnollistavien esimerkkien avulla, kuinka ihmiset tulkitsevat kuvia.

Valmennuksessa klo (10-12) opiskelijatiimit esittelivät yrittäjille erilaisia sisällöntuotantoa helpottavia työkaluja, ja opastivat niiden käytössä.

VIESTINNÄLLINEN SISÄLLÖNTUOTANTO (15.11.2019)

Osallistujat: 6 yritystä

Viestinnällisen sisällöntuotannon valmennuksesta vastasi #Digitie-hankkeen viestinnän asiantuntija Joanna Vihtonen.

Tietoiskuosiossa (klo 9-9.45) Vihtonen opasti hyvän sisällön tuottamisessa. Lisäksi tietoiskussa esiteltiin sisältöstrategiaa sekä sen merkitystä sisällöntuotannossa.

Valmennuksessa klo (10-12) osallistujien tehtävänä oli pohtia viestinnän tavoitteita, kohderyhmiä sekä pääviestejä ja harjoitella sisällöntuotantoa Niku Creativen somekalenterin avulla. Lopuksi sisältöideoita aikataulutettiin sisältökalenteriin.

SOSIAALINEN MEDIA (22.11.2019)

Osallistujat: 6 yritystä

Sosiaalisen median valmennuksesta vastasivat #Digitie-hankkeen projektipäällikkö Lotta Toivonen ja viestinnän asiantuntija Joanna Vihtonen.

Tietoiskuosiossa (klo 9-9.45) käsiteltiin sosiaalisen median markkinoinnin suunnittelua ja tavoitteita sekä tehokasta sisällöntuotantoa.

Valmennusosio (klo 10-12) toteutettiin samalla periaatteella kuin kuvallinen sisällöntuotanto. Opiskelijatiimit toteuttivat yrittäjille sosiaalisen median työpajan, jossa he opastivat yrittäjiä erilaisten sosiaalisen median kanavien hyödyntämisessä. Opiskelijat järjestivät työpajat kanavista, jotka olivat mukana olevien yrittäjien kannalta hyödyllisimpiä. Työpajat käsitelivät Facebook-sivun ominaisuuksia, Facebookin maksullisia ominaisuuksia, Instagramia sekä TripAdvisor.

DIGITAALISET MAINONNAN KEINOT (29.11.2019)

Osallistujat: 3 yritystä

Digitaalista mainontaa koskevasta valmennuksesta vastasi Kuuki Marketing Labin Tomi Kaitarinne.

Tällä kerralla varsinaista tietoiskuosuutta ei ollut, vaan aluksi Tomi esitteli digitaalisen mainonnan peruseräilyatteita, ja miten mainontaa lähdetään luomaan. Tämän jälkeen Tomi esitteli tärkeimpien mainostyökalujen periaatteita ja kohdentamista.

Valmennuksessa käsiteltiin pienyrittäjän näkökulmasta tärkeimpiä mainosmuotoja. Esittelyssä olivat Facebookin, Instagramin ja LinkedInin mainosominaisuudet sekä Google Adsin monipuoliset mahdollisuudet.

VASTUULLISUUS VERKOSSA (13.12.2019)

Verkon välityksellä

Viimeinen valmennus oli niin lähellä joulua, että yrittäjiltä varmistettiin, haluavatko he tulla valmennukseen paikan päälle. Kaikkien kiireistä johtuen valmennus sovittiin järjestettäväksi verkon välityksellä.

Viimeisestä valmennuksesta vastasi LAMKin juridiikan tuntiopettaja Jonathan Bradshaw. Bradshaw toteutti valmennuksen niin, että hän toimitti osallistujille PowerPoint-esityksen tietosuoja-aiheesta sekä materiaaleihin liittyvän tehtävän. Valmentaja pyysi osallistujia vastaamaan tehtävään oman yrityksen näkökulmasta, jonka jälkeen Bradshaw antaa kommentit ja palautteen palautetusta tehtävästä.

Valmennuksen sisältö ei vastannut valmentajan kanssa sovittua. Tarkoitus oli, että valmennus koostuisi joko reaaliaikaisesta tai videona toteutetusta tietoiskuosiosta, jonka jälkeen yrittäjät saavat tietoiskuun liittyvän tehtävän. Ohjauksen olisi pitänyt tapahtua myös reaaliaikaisesti verkkotyökaluja hyödyntäen. Tästä johtuen yrittäjille lähetettiin viesti, että keväällä 2020 tullaan järjestämään heille aiheesta korvaava valmennus.



YHTEENVETO VALMENNUKSESTA

Hankkeen asiantuntijoiden näkemyksen mukaan valmennus toimi paremmin kuin edellisellä kerralla. Hankkeen asiantuntijoiden hyödyntäminen takasi sen, että valmennus oli yhtenäisempi osallistujille sekä käytännönläheisempi. Valmennuksen laatua kuitenkin heikensi hieman se, että hankkeessa ei ollut IT-asiantuntijaa, vaan verkkosivuja, verkkokauppaa sekä asiakkuuksien hallintaa käsiteltiin enemmän markkinoinnin näkökulmasta. Valmennusryhmän taitotaso oli korkeampi kuin edellisenä keväänä. Tästä johtuen Google Analytics olisi voinut tarjota Heinolan valmennusryhmälle merkityksellistä sisältöä. Google Analytics päätettiin sisällyttää taas tulevan kevään valmennukseen. Heinolan valmennusryhmälle aiottiin tarjota mahdollisuus osallistua kevään 2020 valmennusryhmälle järjestettävään Google Analytics valmennukseen.

Valmennusryhmälle ei ehditty toteuttamaan alkukartoituskyselyä valmennuksen aloituksen yhteydessä, koska aikataulua jouduttiin siirtämään useita kertoja ja yrittäjiä tuli mukaan vielä valmennuksen alettua. Osallistuneet yrittäjät myös osallistuivat aiempaa ryhmää heikommin kyselyihin, joita heille toteutettiin. Valmennuksen puolivälissä toteutettuun välipalautekyselyyn ei saatu valitettavasti yhtään vastausta, vaikka vastaamisesta muistutettiin useita kertoja valmennusten yhteydessä. Myöskään loppupalautekyselyä ei toteutettu syksyn 2019 aikana. Viimeinen valmennuskerta, joka liittyi lakiasioihin, ei ollut laadukas vaan yrittäjille luvattiin tarjota korvaava valmennus vuoden 2020 alussa. Loppupalaute haluttiin kerätä vasta viimeisen valmennuskerran jälkeen. Myöskään keväällä 2020 toteutettuun palautekyselyyn ei saatu vastauksia.

LAHDEN VALMENNUS KEVÄÄLLÄ 2020



KOULUTUSPÄIVÄÄ

10

Lahden #digitie-valmennuksen teemat

1. Digimarkkinointisuunnitelma (14.2.2020)
2. Verkkosivu (21.2.2020)
3. Asiakassuhteiden ylläpito (6.3.2020)
4. Sisällöntuotanto (13.3. & 20.3.2020)
5. Sosiaalinen media (27.3.2020)
6. Digitaalinen mainonta (3.4.2020)
7. Google Analytics (17.4.2020)
8. Verkkokauppa (24.4.2020)
9. Vastuullisuus verkossa (8.5.2020)
10. Päätöstilaisuus (15.5.2020)

MAASEUDUN YRITYSTÄ

10

Kevään 2020 valmennukseen osallistui kymmenen yritystä Päijät-Hämeen maaseudulta:

- 3 yritystä Hollolasta,
- 1 yritys Sysmästä,
- 1 yritys Hämeenkoskelta,
- 1 yritys Villähteeltä,
- 1 yritys Artjärveltä
- 2 yritystä Orimattilasta
- 1 yritys Vääksystä

Kaksi konsultointialan, yksi teollisuusalan, yksi tuotteiden valmistuksen, yksi siivousalan, yksi maatalousalan, yksi matkailualan, yksi elintarvikealan, yksi taidealan ja yksi käsityöalan yritys



Toimenpide 2.1: Digimarkkinoinnin koulutusten ja työpajojen sarjan suunnittelu

Kevään 2020 valmennuksen suunnittelu ja markkinointi päätettiin aloittaa hyvissä ajoin, jotta valmennusryhmän kokoamisessa ei tulisi ongelmia viimeisellä kierroksella. Kahden valmennuksen perusteella päädyttiin siihen, että tuleva valmennus järjestetään Lahdessa, jolloin Päijät-Hämeen kaikista kunnista on helppo kulkuyhteys valmennukseen. Alkuperäinen suunnitelma oli järjestää viimeinen valmennus Orimattilassa. Viimeisessä valmennuksessa ei haluttu kuitenkaan ottaa enää riskiä, että osallistujien saaminen Orimattilan lähikunnista muodostuisi ongelmaksi.

Valmennusten teemat ja aikataulutus suunniteltiin syksyn 2019 aikana. Valmennuskertojen suunnittelussa huomioitiin kokemukset aiemmista valmennuksista. Aihepiirit pidettiin samoina, kuin aiemmin, mutta mukaan sisällytettiin uudelleen myös Google Analytics, jonka Heinolan osallistujat olisivat kokeneet hyödylliseksi. Heinolan valmennus osoitti, että jos valmennuksen osallistujien lähtötaso on hieman korkeampi, Google Analytics on aihealueena hyödyllinen. Heinolan valmennusryhmälle tarjottiin mahdollisuus osallistua kevään 2020 valmennusryhmälle järjestettävään Google Analytics valmennukseen. Lisäksi Heinolan ryhmälle tarjottiin mahdollisuutta osallistua Vastuullisuus verkossa -valmennuspäivään, joka oli Heinolan valmennuskierroksella puutteellinen.

Lahden 2020 #Digitie-valmennuksen teemat

Digimarkkinointisuunnitelma (14.2.2020)

Verkkosivu (21.2.2020)

Asiakassuhteiden ylläpito (6.3.2020)

Sisällöntuotanto (13.3. & 20.3.2020)

Sosiaalinen media (27.3.2020)

Digitaalinen mainonta (3.4.2020)

Google Analytics (17.4.2020)

Verkkokauppa (24.4.2020)

Vastuullisuus verkossa (8.5.2020)

Päätöstilaisuus (15.5.2020)

Hankkeen omien asiantuntijoiden käyttäminen aihepiirien valmentajina oli toimiva ratkaisu, mutta osa aihealueista vaatisi hieman syvällisempää aihealueiden ja työkalujen tuntemusta. Aihealueista päätettiin toteuttaa itse: digimarkkinointisuunnitelma, verkkosivu, verkkokauppa, sisällöntuotanto ja vastuullisuus verkossa. Ulkopuolisia valmentajia päädyttiin käyttämään asiakassuhteiden ylläpidossa, Google Analyticsissa, sosiaalisessa mediassa sekä digitaalisessa mainonnassa. Lisäksi valmennukseen päädyttiin lisäämään ensimmäisen valmennuskierroksen palautekyselystä esiin noussut vapaamuotoisempi lopetuskerta, jolla tutustuttaisiin kaikkien yrittäjien aikaansaannoksiin. Aiemmista valmennuksista poiketen kevään 2020 valmennus päätettiin järjestää yhteistyössä yhden digimarkkinoinnin asiantuntijakumppanin kanssa. Ensimmäisen valmennuskierroksen kokemusten perusteella laatua heikensi se, jos valmentajat vaihtuivat, koska tällöin heillä ei olisi laajempaa ymmärrystä valmennuksesta tai mukana olevien yrittäjien lähtötasosta. Heinolan valmennuksessa havaittiin, että hankkeen asiantuntijoiden hyödyntäminen takasi sen, että valmennus oli yhtenäisempi sekä käytännönläheisempi. Tämän takia päätettiin, että osasta valmennuksista vastasi hankkeen omat asiantuntijat ja ainoastastaan osassa aihealueista hyödynnettiin ulkopuolista asiantuntijaa.

Tarjouspyynnössä etsittiin yhteistyökumppania, joka suunnittelee valmennuksen yhteistyössä #Digitie-hankkeen asiantuntijoiden kanssa. Tarjousten perusteella yhteistyökumppaniksi valittiin lahtelainen markkinointitoimisto Kuuki Marketing Lab (www.kuuki.fi). Yrityksen valmentajat saivat aiemmilla valmennuskierroksilla osallistuneilta yrittäjiltä erinomaista palautetta. Valmennuskokonaisuus suunniteltiin yhteistyössä Kuuki Marketing Labin ja #Digitie-hankkeen asiantuntijoiden kanssa. Keskusteluissa painotettiin lisäksi valmennusosuuden käytännönläheisyyttä. Viimeisellä valmennuskierroksella päädyttiin luopumaan aiheeseen liittyvistä tietoiskuluennoista, koska niiden ei nähty tuovan kaikissa valmennustilaisuuksissa osallistujille lisäarvoa. Osa aiheista oli sellaisia, että järkevämpää oli siirtyä heti käytännön harjoitteluun. Hankkeen asiantuntijat tukivat ohjauksella valmennusryhmän työskentelyä yhteistyökumppanin ohella kaikissa valmennustilaisuuksissa. Lisäksi valmennuksessa hyödynnettiin myös viimeisellä kerralla jo hyväksi havaittua opiskelijoiden tukea. Valmennukseen osallistettiin LAB-ammattikorkeakoulussa digitaalista markkinointia opiskelevia opiskelijoita, joiden tehtävänä oli neuvoa ja sparrata valmennuksessa mukana olleita yrittäjiä.

Viimeisen valmennusohjelman hinnaksi päätettiin asettaa aluksi 400 € + alv. Ja yksittäisen valmennuksen hinnaksi 100 € + alv. Tammikuun 2020 aikana saatiin kuitenkin varmistus, että yritysrahoitusosuus 10 % oli lähes täynnä, joten hintaa pystyttiin laskemaan. Tästä johtuen hintaa laskettiin kick-off-tilaisuudessa 200 euroon. Lisäksi päätettiin, että yrittäjiä ei kannusteta ottamaan enää yksittäisiä valmennuspäiviä, vaan valmennukseen suositellaan osallistumaan kokonaisuudessaan. Aiempien valmennuskertojen kautta huomattiin, että yksittäisille valmennuksille ei ole juurikaan kysyntää. Lisäksi suunnittelu vaikeutuu, jos koulutuksessa ei ole pidempää jatkumoa.

Valmennuspaikkana toimi LAB-ammattikorkeakoulun omat tilat Lahden Tiedepuistossa. Aiemmallä Heinolan valmennuskierroksella opiskelijoille annettiin suurempi rooli valmennusten järjestämisessä HAMKin DigiCoach-hankkeen hyvien kokemusten perusteella. Opiskelijoiden osallistaminen valmennuksen järjestämiseen ei kuitenkaan tuonut kokemusten perusteella yrittäjille lisäarvoa, vaan tyytyväisempiä oltiin asiantuntijoiden järjestämiin koulutustilaisuuksiin. Toimintamallista päätettiin siis luopua ja opiskelijoita hyödynnettiin ainoastaan yritysten opastamisessa sekä sparraamisessa.

Toimenpide 2.2: Avoimet alueelliset digimarkkinoinnin tietoiskut

Tietoiskuosuuksista päätettiin luopua viimeisellä #Digitie-valmennuskierroksella. Tietoiskuihin saatiin kahden ensimmäisen valmennuskierroksen aikana ainoastaan muutamia osallistujia. Lisäksi havaittiin, että osassa koulutusteemoista tietoisku ei tukenut valmennusta, vaan hyödyllisempää oli hyödyntää suurempi osa päivästä käytännön harjoitteluun.

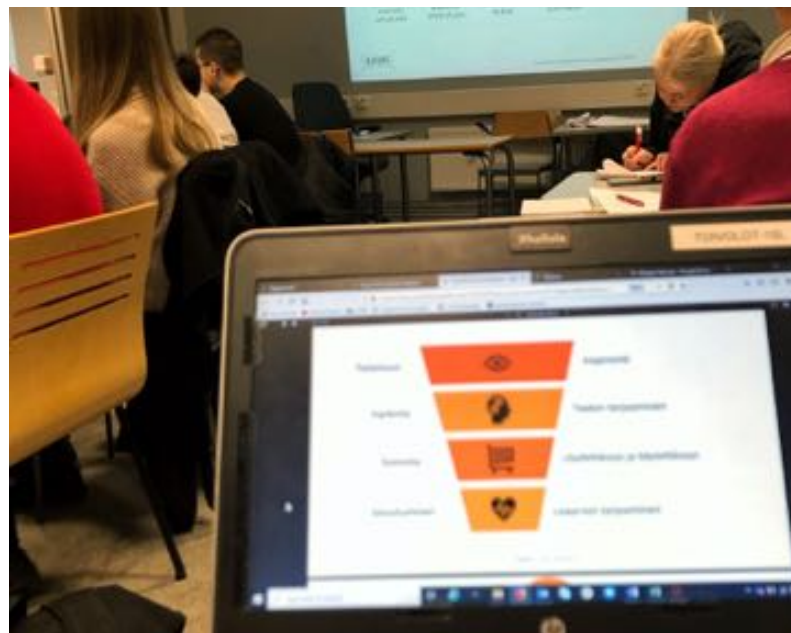


Toimenpide 2.3: Maaseudun pk-yritysten valmennus Lahdessa keväällä 2020

#Digitie-valmennus alkoi 14. helmikuuta 2020. Valmennustilaisuudet järjestettiin kymmenenä kertana, joka toinen viikko. Tämä määrä oli aiempien valmennuskokemusten perusteella tarkoituksenmukainen, eikä noussut osallistumisen esteeksi aiemmilla kerroilla yrittäjille.

Kevään 2020 valmennukseen osallistui yhteensä kymmenen yritystä Päijät-Hämeen maaseudulta:

- 3 yritystä Hollolasta,
- 1 yritys Sysmästä,
- 1 yritys Hämeenkoskelta,
- 1 yritys Villähteeltä,
- 1 yritys Artjärveltä
- 2 yritystä Orimattilasta
- 1 yritys Vääksystä



DIGIMARKKINOINTI- SUUNNITELMA (14.2.2020)

Digimarkkinointisuunnitelmaan liittyvästä valmennuksesta vastasi #Digitie-hankkeen projektipäällikkö Lotta Toivonen.

Lyhyessä tietoisiskuluennossa esiteltiin digitalisaation aiheuttamaa kuluttajakäyttäytymisen muutosta ja sen vaikutuksia markkinoinnin suunnitteluun. Luennossa korostettiin tärkeimpiä digimarkkinoinnin suunnittelun periaatteita ja opastettiin yrittäjiä suunnitelman tekemiseen. Tämän jälkeen yrittäjät harjoittelivat suunnittelemaan digimarkkinointia hyödyntämällä markkinointisuunnitelma-canvasia (Niku Creative), jonka hyödyntämiseen pyydettiin lupa yritykseltä.

VERKKOSIVU (21.2.2020)

Kotisivuihin liittyvästä valmennuksesta vastasi #Digitie-hankkeen IT-asiantuntija Jan-Erik Sandelin

Luento-osuudessa Jan-Erik kertoi tärkeimmistä huomioon otettavista asioista verkkosivujen perustamisessa sekä korosti sivuston ylläpidon tärkeyttä. Luennossa tuotiin esille erilaisia vaihtoehtoja verkkosivuratkaisun hankkimiseen. Luennon lopuksi tuotiin esille tärkeimpiä hakukoneoptimoinnin periaatteita. Yrittäjät saivat valita toteutettavan tehtävän. Yrittäjät, joilla ei ollut verkkosivualustaa saivat halutessaan tutustua yhteen pienyrittäjille soveltuvaan esimerkkialustaan (Odoo). Ne, joilla oli verkkosivu olemassa, saivat pohtia hakukoneoptimointiin liittyen verkkosivuillaan esiintyviä avainfraaseja.

ASIAKASSUHTEIDEN YLLÄPITO (6.3.2020)

Asiakassuhteiden ylläpitoa koskevasta valmennuksesta vastasi Kuuki Marketing Labin Tomi Kaitarinne

Luennossaan Kuuki Marketing Labin Tomi Kaitarinne esitteli tärkeimpiä asiakkuuksien hallinnan periaatteita sekä digitalisaation ja datan mahdollisuuksia siihen liittyen. Lisäksi luennossa tuotiin esille aiheeseen läheisesti liittyvä markkinoinnin automaatio. Yrittäjien käytännön harjoitus liittyi tärkeimpiä kohderyhmiä kuvaavien asiakasprofiilien suunnitteluun.

VIESTINNÄLLINEN SISÄLLÖNTUOTANTO 13.3.2020

Viestinnällisen sisällöntuotannon valmennuksesta vastasi #Digitie-hankkeen viestinnän asiantuntija Joanna Vihtonen.

Luennossa Vihtonen kertoi tärkeimmistä asioista sisällöntuotannossa ja ohjasi yrittäjiä kouluttavan sisällön ideoinnissa. Lisäksi tietoisuudessa esiteltiin sisältöstrategiaa sekä sen merkitystä sisällöntuotannossa. Ensimmäisessä harjoituksessa osallistujien tehtävänä oli pohtia viestintään liittyviä avainfraaseja. Tämän jälkeen tehtävänä oli pohtia viestinnän tavoitteita, kohderyhmiä ja pääviestejä sekä harjoitella sisällöntuotantoa Niku Creativen somekalenterin avulla. Lopuksi sisältöideoita aikataulutettiin sisältökalenteriin.

VISUAALINEN SISÄLLÖNTUOTANTO 20.3.2020 VERKOSSA

Visuaalisen sisällöntuotannon valmennuksesta vastasi #Digitie-hankkeen markkinoinnin asiantuntija Riku Nummikoski ja projektipäällikkö Lotta Toivonen.

Lyhyessä alkuluennossa Riku Nummikoski esitteli kuvien merkitystä digimarkkinoinnissa, ja kertoi, mitä asioita markkinoinnissa käytettävissä kuvissa on tärkeää huomioida.

Valmennuksessa harjoiteltiin ilmaisia kuvankäsittelyyn ja graafisten sisältöjen suunnitteluun soveltuvia ohjelmia, joita yrittäjät olivat toivoneet käsiteltäviksi sisällöntuotannon valmennuksessa. Kuvankäsittelyyn liittyvässä osuudessa harjoiteltiin Googlen omistaman kuvankäsittelyohjelman Sapseedin käyttöä matkapuhelimen sovelluksella. Hankkeen projektipäällikkö Lotta Toivonen esitteli lyhyesti Canvan tärkeimpiä ominaisuuksia. Tämän jälkeen osallistujat ja opiskelijat jaettiin ryhmiin, joissa he pääsivät yhdessä harjoittelemaan Canvan käyttöä ja toteuttamaan visuaalista sisältöä.

SOSIAALINEN MEDIA 27.3.2020 VERKOSSA

Sosiaalisen median valmennuksesta vastasi Kuuki Marketing Labin Ulla Ristkari-Ryynänen.

Sosiaalisen median valmennuksessa keskityttiin Facebookin hyödyntämiseen yrityskäytössä. Kanava valittiin siitä johtuen, että se oli lähes kaikilla yrittäjillä käytössä tai suunnitelmissa ottaa käyttöön. Tällä kerralla varsinaista tietoiskuosuutta ei ollut, vaan valmentajan opastuksella lähdettiin suoraan tutustumaan Facebook- yrityssivun tärkeimpiin ominaisuuksiin, ja mitä asetuksia yrittäjien kannattaa hyödyntää omassa käytössään. Tämän jälkeen valmentaja opasti yrittäjiä Facebook Ads Managerin käytössä.

DIGITAALISET MAINONNAN KEINOT 3.4.2020 VERKOSSA

Digitaalista mainontaa koskevasta valmennuksesta vastasi Kuuki Marketing Labin Ulla Ristkari-Ryynänen

Aluksi Ulla esitteli digitaalisen mainonnan perusteita ja tärkeimpiä mainonnan muotoja. Tämän jälkeen käsiteltiin Google Ads mainosverkostoa, ja minkälaisia erilaisia mahdollisuuksia sen kautta on mainostaa. Ennen käytännön harjoittelua Ulla esitteli hakusanamainonnan tärkeimpiä toimintaperiaatteita ja miten hakusanamainontaa suunnitellaan.

Valmennuksessa Google Ads mainostiliin tutustuttiin käytännössä. Kuuki Marketing Lab loi kaikille osallistujille tunnukset työkaluun, jonka kautta yritykset pääsivät harjoittelemaan työkalun käyttöä. Valmennuksen lopuksi Ulla kertoi vielä mainonnan optimoinnista.

GOOGLE ANALYTICS 17.4. VERKOSSA

Päivän valmennuksesta vastasi Kuuki Marketing Labin Tomi Kaitarinne.

Luento-osiossa käytiin läpi perusasioita web-analytiikkaan liittyen. Luennossa esiteltiin lisäksi Google Analyticsin ominaisuuksia, kuinka se toimii, ja mitä hyötyä siitä on yritykselle.

Harjoituksessa osallistujat perehtyivät Google Analyticsin käyttöön demotilin avulla. Valmennuksessa tutkittiin Google Analyticsin valikkorakennetta ja erilaisia ominaisuuksia, joita se mahdollistaa sivustoliikenteen mittaamiseen.

VERKKOKAUPPA 24.4.2020 VERKOSSA

Verkkokauppavalmennuksesta vastasi hankkeen IT-asiantuntija Jan-Erik Sandelin.

Aloituluennossa Jan-Erik kertoi verkkokaupparatkaisun valinnassa ja suunnittelussa huomioitavista asioista. Luennossa korostettiin käyttäjän huomioimista verkkokaupan suunnittelussa. Lisäksi muistutettiin, että moni käyttäjä tekee verkkokauppaostoksia mobiililaitteilla, joten verkkokauppa tulisi suunnitella mobiilikäyttäjät huomioiden.

Yrittäjillä oli valittavanaan kaksi tehtävää sen mukaan, oliko heillä jo olemassa verkkokauppa vai ei. Yrittäjät, jotka omistivat verkkokaupan, pohtivat verkkokaupan sisältöjä käyttäjän näkökulmasta. Harjoituksessa tehtävänä oli valita sattumanvaraisesti sivu, jolle käyttäjä voi hakukoneesta päätyä, ja analysoida kyseisen verkkosivun sisältöä käyttäjän näkökulmasta. Yrittäjät, joilla ei ollut omaa verkkokauppaa valitsivat jonkin toisen yrityksen verkkokaupan, ja pohtivat omalle yritykselle tarpeellisia ominaisuuksia ja sisältöjä sen avulla.

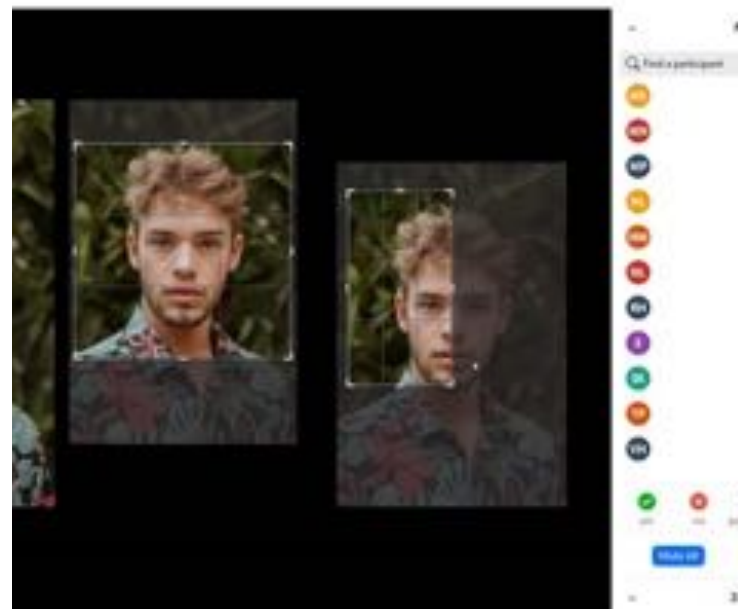
VASTUULLISUUS VERKOSSA 8.5.2020 VERKOSSA

#Digitie-valmennuksen viimeisestä valmennuksesta vastasi hankkeen lakiasiantuntija Päivi Toivola-Rekola

Luennossa kerrottiin tärkeimmästä digimarkkinointia koskevasta lainsäädännöstä, joista erityisesti keskityttiin käsittelemään EU:n yleistä tietosuojasetusta (GDPR), joka astui voimaan vuonna 2018 ja on siitä lähtien vaikuttanut merkittävästi yritysten toimintaan. Käytännön tehtävässä harjoiteltiin tietosuojasuunnitelman laadintaa. Toivola-Rekola ohjasi valmennuksessa suunnitelman tekoa ja auttoi esiin nousevissa kysymyksissä.

PÄÄTÖSTILAISUUS 15.5.2020 VERKOSSA

Päätöstilaisuudessa yrittäjät kertoivat yhdessä opiskelijoiden kanssa kevään koulutuskokemuksista sekä omassa yrityksessä aikaansaaduista digimarkkinointiin liittyvistä kehittämistoimenpiteistä. Tilaisuus oli vapaamuotoinen ja osallistujilla oli mahdollisuus keskustella ja jakaa omia ajatuksiaan kevään valmennuskierroksesta.



YHTEENVETO VALMENNUKSESTA

Hankkeen asiantuntijoiden näkemyksen mukaan viimeinen valmennuskierros oli onnistunein. Hankkeen asiantuntijoiden ja yhden digimarkkinoinnin asiantuntijakumppanin hyödyntäminen takasivat sen, että valmennus oli osallistujille yhtenäinen ja käytännönläheinen. Myös hankkeen aikana toteutetut kyselyt osoittivat, että valmennuksen osallistajat olivat tyytyväisiä valmennuksiin.

Kevään 2020 valmennuksen aikana ja jälkeen toteutettiin väli- ja loppupalautekyselyt. Välipalautekyselyyn vastasi kahdeksan osallistujaa kymmenestä (n=8) ja loppupalautekyselyyn osallistui seitsemän vastaajaa (n=7). Molemmissa kyselyissä osallistujia pyydettiin vastaamaan ainoastaan niitä valmennuksia koskeviin kysymyksiin, joissa vastaajat olivat itse olleet mukana. Osallistajat arvioivat valmennuksen osa-alueita arvosanoilla 1-5. Kysymyksissä vastaajat arvioivat tietoiskujen ja valmennusten sisältöä, aihealueiden hyödyllisyyttä, omaa oppimista sekä käytännön järjestelyjä. Kaikkien osa-alueiden keskiarvot vastausten osalta oli hyviä tai erinomaisia. Loppupalautteessa pyysimme vastaajia antamaan kokonaisarvosanan valmennukselle. Keskiarvoksi muodostui 4,3 (n=7).

Vastausten perusteella voidaan todeta, että valmennuksessa ei ollut merkittäviä puutteita. Valmennusta on kehitetty jokaisella kerralla saatujen palautteiden pohjalta ja ongelmakohtiin on puututtu. Lisäksi yksittäisen valmennuskierroksen suunnitteluun hyödynnettiin yrittäjiltä alussa kerättyä alkukartoituskyselyä. Näin valmennus saatiin vastaamaan mahdollisimman hyvin yrittäjien tarpeita.

Viimeisellä valmennuskierroksella koulutus jouduttiin COVID-19-pandemiasta johtuen siirtämään verkkoon, mutta osallistujien vastausten perusteella tällä ei ollut merkittävää laatua heikentävää vaikutusta. Muutamissa vastauksissa nousi esiin, että olisi kaivattu lähiopetuksessa paremmin hyödynnettävää valmentajien ohjausta, mutta yleisesti verkkojärjestelyt saivat hyvää palautetta. Myös hankkeen asiantuntijoiden kokemukset verkko-opetuksesta olivat positiivisia. Osassa valmennuksista verkko-ohjaus koettiin jopa lähiopetusta tehokkaammaksi. Työskentelyä helpotti se, että yrittäjät pystyivät seuraamaan valmentajan opastusta omalta tietokoneeltaan.

Viimeinen valmennuskierros sai selvästi parhaimmat arviot, eikä sen toteutuksessa havaittu suuria puutteita. Hankkeen omien asiantuntijoiden hyödyntäminen ja yhden ulkopuolisen kumppanin mukaan ottaminen olivat selvästi aiheellisia ratkaisuja. Tietoiskujen poisjättäminen ja luentojen hyödyntäminen tarpeen mukaan oli myös hyvä ratkaisu. Valmennuskierros oli kaikista yhtenäisin ja teemat kulkivat loogisessa järjestyksessä. Opiskelijoiden tukea ohjaustilaisuuksissa pidettiin edelleen hyvänä ratkaisuna.

KVALITATIIVINEN TUTKIMUS

Hankkeen yhtenä tavoitteena on selvittää valmennuksen vaikutuksia osallistujien tietoihin ja osaamiseen sekä heidän digitaalisten käytänteiden ja työkalujen käyttöönottoon. Kolmessa valmennuskokonaisuudessa oli mukana yhteensä 26 yritystä (tavoite 30). Hankkeessa toteutettiin vuoden 2020 aikana haastattelututkimus, jossa selvitettiin osaamisen kehittymistä sekä yrityksissä käyttöön otettuja uusia ratkaisuja.

Tutkimuksen tavoitteena oli haastatella kullekin valmennuskierrokselle osallistuneet valmennettavat eli kyseessä oli kokonaistutkimus.

Valmennuskierroksille 1 ja 2 osallistuneiden haastattelut suoritettiin puhelimitse kesäkuussa 2020, jolloin ensimmäisestä valmennuskierroksen päättymisestä oli kulunut runsas vuosi ja toisen valmennuskierroksen päättymisestä runsas puoli vuotta. Haastatteluiden suorittaminen 6–12 kuukautta valmennuskierrosten jälkeen oli tarkoituksenmukaista, koska tutkimuksella pyrittiin selvittämään

mahdollisia muutoksia käytettyjen keinojen suhteen sekä näiden mahdollisia vaikutuksia toiminnan tuloksiin. Kolmannen valmennuskierroksen haastattelut toteutettiin loka-marraskuussa 2020, nekin siis n. 6 kuukautta valmennuskierroksen päättymisestä.

Kvalitatiivisen tutkimuksen toteutti #Digitie-hankkeen markkinoinnin asiantuntija Riku Nummikoski. Osallistujilta kerättiin tietoa haastatteleamalla heitä puhelimitse.

HAASTATELTAVIEN MÄÄRÄT

Haastatteluihin saatiin viisi osallistujaa ensimmäiseltä valmennuskierrokselta, neljä osallistujaa toiselta kierrokselta ja kuusi osallistujaa viimeiseltä valmennuskierrokselta.

01

VALMENNUSKIERROS 1, LAHTI

Osallistujat: 10

Haastattelujen lukumäärä: 5

02

VALMENNUSKIERROS 2, HEINOLA

Osallistujat: 6

Haastattelujen lukumäärä: 4

03

VALMENNUSKIERROS 3, LAHTI

Osallistujat: 10

Haastattelujen lukumäärä: 6

Tutkimushaastattelun muodoksi valittiin teemahaastattelu, jossa käsitellään tutkimustehtävän kannalta keskeiset aiheet tai teemat. Tavoite on, että haastateltava voi kertoa omin sanoin kuvauksensa kysytystä asiasta tai aiheesta. Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina puhelimitse ja haastatteluiden kesto vaihteli puolesta tunnista tuntiin. Haastattelut nauhoitettiin, jonka jälkeen niiden pohjalta koostettiin haastateltavakohtaiset vastaukset. Tulosten analysointi ja johtopäätökset perustuvat koostettuun aineistoon.



Digimarkkinoinnin osaamisen kehittyminen ja hyöty

Ensimmäisen teeman ensimmäisenä kysymyksenä tiedusteltiin osallistujan digiosaamisen kehittymistä valmennuksen johdosta. Samalla kysyttiin, millaisia asioita osallistuja oli oppinut ja kuinka hyödyllistä osallistuminen oli ollut. Haastateltavat voidaan jakaa vastausten perusteella kolmeen luokkaan. Niihin, joiden kokema hyöty riippui vastaajan aiemmasta tietämyksestä aiheesta, niihin, jotka arvioivat hyötyä lähinnä verraten hyötyä odotuksiin sekä niihin, joiden arviointiin vaikutti se, missä vaiheessa vastaajan yritys oli digitaalisessa kehityksessä. Vastaajien kokemaan hyötyyn vaikutti muun muassa osallistujan alkuperäinen tietämys aihealueesta sekä osallistujan ajalliset resurssit.

Vaikutukset liiketoimintaan ja asiakasmääriin

Vaikutukset liiketoimintaan olivat vastaajien mielestä varsin vähäiset. Tähän vaikutti luonnollisesti Koronaviruspandemian aikaansaama yleinen taloudellisen toimeliaisuuden lasku. Myös valmennusten ja haastattelujen läheisyys (6-12 kuukautta) selittänee, ettei liiketoiminnallisia vaikutuksia ollut suoranaisesti nähtävissä.

Uusien käytänteiden käyttöönotto

Kysyttäessä miten valmennukseen osallistuminen ja sen myötä muuttunut digimarkkinointi ja mahdollisesti käyttöönotetut uudet käytänteet ja keinot olivat vaikuttaneet toimintaan, haastateltavat nostivat esille erityyppisiä asioita. Haastateltavat voidaan jakaa neljään luokkaan siten, että osa ei ollut ottanut toistaiseksi mitään käyttöönsä, mutta suunnitelmissa kuitenkin oli joitakin toimenpiteitä tai ajatuksia. Toinen osa vastaajista oli kokeilumielessä koettanut jotakin toimenpidettä, yhtä tai mahdollisesti useampaa, pienimuotoisesti testausmielessä. Kolmas ryhmä vastaajista oli valmennuksen ansiosta koettanut kehittää ja tehostaa jo olemassa olevia toimintojaan ja neljäs ryhmä vastaajista oli ottamassa käyttöönsä tai jo ottanut käyttöönsä asioita, ainakin tavoitteenaan pysyvästi. Pienimuotoisesti erilaisia toimenpiteitä kokeilleet ja tehneet mainitsivat muun muassa potentiaalisten asiakkaiden kartoittamiseen tai asiakassuhteiden ylläpitoon liittyviä toimenpiteitä. Jo käytössä olevan työkalun käytön tehostaminen ilmeni muutamasta vastauksesta.

Vastaajat, jotka eivät olleet toistaiseksi ottaneet käyttöönsä mitään, ilmoittivat syyksi yleensä joko kiireen tai epävarmuuden osaamisensa suhteen. Kysyttäessä käyttöön otetuista käytänteistä ja työkaluista, lähes kaikki haastateltavista kertoi ottaneensa ainakin kokeilumielessä käyttöönsä yhden tai useampia työkaluja. Työkalut liittyivät muun muassa toiminnan tehostamiseen esimerkiksi ajankäytön tehostamisella ja suunnitelmallisuuden lisäämisellä sekä esimerkiksi viestinnän kehittämiseen niin viestintävälineen kuin sisällön tuottamisenkin käyttöönotolla. Varsin moni osallistujista toi esille asiakasviestinnän tarpeet ja niihin liittyviä toimenpiteitä ja työkaluja, esimerkiksi sisällön tuottamisen.

TULOKSET

Haastattelutulosten perusteella osallistujat voidaan jakaa neljään luokkaan seuraavasti:

- osallistujat, jotka eivät toistaiseksi (haastatteluhetkellä) olleet ottaneet mitään uutta käyttöönsä, mutta kertoivat tietämyksensä ja ymmärtämyksensä digitaalisesta markkinoinnista ja sen käytöstä lisääntyneen
- osallistujat, jotka olivat kokeilleet yhtä tai useampaa toimenpidettä
- osallistujat, jotka olivat lähinnä tehostaneet käytössä olleiden työkalujen käyttöä
- osallistuja, jotka ottivat käyttöönsä uusia käytänteitä ja työkaluja.

Yhteenveto

Osallistujat edustivat eri toimialoja ja olivat liiketoimintansa keston suhteen toisistaan poikkeavia. Luonnollisesti olisi tehokkaampaa ja todennäköisesti osallistujien kannalta mielekkäämpää, mikäli vastaavan tapaisia valmennuksia järjestettäisiin ryhmille, jotka olisivat homogeenisempiä. Tällöin osallistujien tarpeet olisivat yhteneväisempiä ja siten valmennuksen tavoitteet, sisältö ja toteutus voitaisiin suunnitella tarkemmin kohderyhmän tarpeisiin vastaavaksi.

Haastattelujen perusteella eräänä mahdollisen uuden koulutushankkeen aiheena, lähtökohtana, voisi olla asiakasviestintä, niin välineiden käytön kuin sisällön tuottamisenkin näkökulmasta. Onnistunut, tehokas asiakasviestintä yrityksen ja asiakkaan rajapintaan liittyvänä asiana onkin luonnollisesti yrityksen menestymisen perusedellytyksiä.



PEDAGOGINEN MALLI

#Digitie-valmennusmalli perustuu tekemällä oppimisen ja work-based learning -oppimisen pedagogisiin lähtökohtiin.



#Digitie-valmennusmalli perustuu tekemällä oppimisen ja work-based learning -oppimisen pedagogisiin lähtökohtiin. Kehitetty valmennusmalli tukee maaseudun yrittäjiä digimarkkinoinnin kehittämisessä ja parantaa yrittäjien valmiuksia hyödyntää digimarkkinointia liiketoiminnan tehostamiseksi. Mallia kehitettiin kolmella #Digitie-valmennuskierroksella vuosina 2018-2020. Osallistujia oli yhteensä 26 yrityksestä.

Valmennusmallin lähtökohdat ovat käytännönläheisessä opetuksessa ja yhteisöllisessä oppimisessa. Valmennusten edetessä 45 minuutin tietoiskuluentoista luovuttiin, ja niitä hyödynnettiin vain tarvittaessa. LAB-ammattikorkeakoulun digimarkkinoinnin opiskelijoiden tuki koulutustilaisuuksissa koettiin hyödyllisenä. Osassa aihepiireistä hyödynnettiin ulkopuolisia asiantuntijoita ajantasaisen tiedon varmistamiseksi.

COVID-19-pandemian vuoksi viimeisen valmennuskierroksen loppuosa jouduttiin toteuttamaan verkossa Zoom-alustalla. Verkko-opetus onnistui ennakko-odotuksia paremmin, eikä sen koettu heikentävän merkittävästi opetuksen laatua. #Digitie-valmennusten kokemukset osoittavat, että koulutusmalli soveltuu maaseudun yrittäjien käytännönläheisen osaamisen kehittämiseen ja taitojen hyödyntämiseen yritystoiminnassa. Koulutukseen osallistuneet yrittäjät oppivat hyödyntämään digimarkkinoinnin työkaluja käytännössä sekä ymmärtämään digimarkkinoinnin taktiikoiden yhteyden strategiaan. Koulutusmallin kuvaus löytyy kokonaisuudessaan LAB-ammattikorkeakoulun julkaisusta: **Toivonen, L. 2020. Pk-yritysten digitaidoilla kohti kehittyvää maaseutua. LAB-ammattikorkeakoulun julkaisusarja, osa 9, LAB-ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-827-342-7>**

MALLIN PERIAATTEET

#Digitie-valmennuksen pedagogisia lähtökohtien avulla valmennusmallista rakennettiin mahdollisimman hyvin yrityksiä palveleva. Lähtökohtia on kaksi: 1) käytännönläheisyys opetuksessa ja 2) yhteisöllisyys oppimisessa.

01

KÄYTÄNNÖNLÄHEISYYS

#Digitie-valmennuksen valmennusmallin kantavana ajatuksena oli, että digimarkkinointia opitaan käytännön tekemisellä sosiaalisissa vuorovaikutustilanteissa. Käytännönläheisyyteen haettiin vahvistusta myös pedagogiikasta. Valmennusmallissa on piirteitä sekä tekemällä oppimisesta että work based learning (WBL) -oppimisesta. Tekemällä oppimisessa tarkoitus on harjoitella oppimisen kohteena olevia asioita käytännössä. Tekemällä oppiminen opettaa yrittäjille konkreettisia taitoja, joita he voivat hyödyntää työssään. Digitie-valmennuksen harjoituksissa jäljiteltiin erilaisia digimarkkinoinnin tehtäviä, joita pienyrittäjän on hyvä osata tehdä itsenäisesti. Sen lisäksi, että yrittäjille muodostui valmennuksen aikana laaja kokonaiskuva digimarkkinoinnista ja sen osa-alueista, osallistujat oppivat lisäksi hyödyntämään erilaisia digimarkkinoinnin ohjelmia ja teknologioita sekä suunnittelemaan markkinointia strategisesti.

02

YHTEISÖLLINEN OPPIMINEN

Oppimiseen vaikuttaa oppijan yksilöllisten sisäisten tekijöiden lisäksi samanaikaisesti useat sosiaaliset ja fyysiseen todellisuuteen liittyvät tekijät. Opiskelun sosiaalinen ulottuvuus ja ryhmässä käytävät keskustelut jäsentävät oppijoiden ymmärrystä käsiteltävästä aiheesta ja oppiminen syvenee. (Lindblom-Ylänne & Nevgi 2009, 71, 100-102.) Valmennusmallin keskeisenä ajatuksena oli, että oppiminen tapahtuu tehokkaimmin keskinäisessä vuorovaikutuksessa yrittäjien, opiskelijoiden sekä valmentajien kanssa. Kaikilla osapuolilla on paljon aiempaa osaamista ja tietämystä, jota he pystyvät hyödyntämään sosiaalisissa vuorovaikutustilanteissa toisiaan täydentäen.

KERTAUSTYÖPAJAT SYKSYLLÄ 2020 #DIGITIE-HANKKEEN OSALLISTUJILLE

Ohjausryhmän neljännessä kokouksessa 13.2.2020 nousi esiin, että valmennuksiin osallistuneille kannattaisi järjestää kertauskoulutusta aihepiireistä, jotka he kokevat tärkeinä. Täydentävä digimarkkinoinnin koulutus päätettiin järjestää yhteistyössä VENLA-hankkeen kanssa, jolla oli havaittu tarve samantyyppiselle koulutukselle. Työpajoille luotiin projektisuunnittelijan toimesta yhtenäinen visuaalinen ulkoasu, joka mukaili #Digitie- ja VENLA-hankkeiden ulkoasua ja värejä.

Toimenpide 2.1: Digimarkkinoinnin koulutusten ja työpajojen sarjan suunnittelu

Aihepiirit valmennuksiin valikoituivat kevään 2019 ja syksyn 2019 valmennusryhmille tehtyjen haastattelujen pohjalta sekä kevään 2020 ryhmälle toteutetun loppupalautteen vastauksista. Eniten vastauksissa toistuivat kuvankäsittely, uutiskirjetyökalut sekä Facebookin ja Instagramin yrityskäyttö. Tästä johtuen kertauskoulutukset päätettiin järjestää näistä aihepiireistä. Kaikissa koulutuksissa oli tarkoitus keskittyä työkalujen harjoitteluun käytännössä. Valmennuskokemusten pohjalta hyviksi työkaluiksi havaittiin kuvasisällöntuotantoon Canva ja uutiskirjeen toteutukseen Mailchimp. Molemmista työkaluista löytyy ilmaisversiot, ne ovat melko helppokäyttöisiä ja monet yrittäjät hyödyntävät niitä. Tämän takia etsimme asiantuntijakouluttajia, jotka olivat perehtyneet juuri kyseisiin työkaluihin.

Toimenpide 2.3: Maaseudun pk-yritysten valmennus Lahdessa syksyllä 2020

Koulutustilaisuudet haluttiin hyödyntää käytännön harjoitteluun. Tämän vuoksi lähetimme työpajoihin ilmoittautuneille etukäteen lyhyen itseopiskelumateriaalin videona sekä ohjeet ennakkovalmistautumiseen. Nämä lähetettiin noin 1,5 viikkoa ennen koulutuspäiviä, jotta osallistujille jäi tarpeeksi aikaa valmistautumiseen. Kaikki tapahtumat järjestettiin verkon välityksellä Zoomissa.

CANVA – KUVANKÄSITTELY TYÖPAJA (TO 1.10.2020 KLO 9-12)

Ensimmäinen #Digitie- ja VENLA-hankkeiden koulutuksessa harjoiteltiin sisällöntuotantoa Canva-työkalulla. Aihealueen katsottiin soveltuvan hyvin ensimmäiseksi, sillä koulutuksessa tuotettua sisältöä voisi hyödyntää myöhemmissä Facebook, Instagram ja Mailchimp-koulutuksissa. Koulutustilaisuus järjestettiin torstaina 1.10.2020 kello 9-12, ja siitä vastasi www.canvakoulutus.com:in asiantuntija Leena Hannele Huovinen.

Osallistujille lähetettiin valmistautumisohjeet ennen koulutusta. Osallistujia pyydettiin perustamaan ennen koulutusta Canva-tili sekä suunnittelemaan koulutuksessa tehtävään harjoitukseen alustava visuaalinen sisältö ja tekstit. Lisäksi yrittäjiä pyydettiin hankkimaan toteutusta varten tarvittavia kuvia ja logoja sekä varmistamaan yrityksen brändiohjeistuksen mukaisia värejä ja tyyliä, jotta ne olivat helposti löydettävissä koulutustilaisuudessa. Lyhyen videoidun tietoiskun tarkoitus oli muistuttaa yrittäjiä suunnittelun perusteista, jotta koulutuksessa ei tarvitsisi käyttää niin paljon aikaa luennointiin. Videolla kerroimme sisältöjen merkityksestä markkinoinnissa ja annoimme vinkkejä sisällön suunnitteluun:

<https://youtu.be/i63r1uFgeiQ>



Itse työpajassa keskityttiin käytännön harjoitteluun. Kouluttaja piti alussa lyhyen esittelyn, jossa kertoi päivän sisällöistä ja ohjeisti osallistujat työskentelyyn. Harjoitukset koostuivat kouluttajan ohjaamista harjoitteludemoista, joiden aikana osallistujat pystyivät itse käyttämään työkalua. Lopussa osallistujat saivat toteuttaa omaa sisältöä ryhmissä (Zoomin break-out-roomeissa) sekä verkostoitua samalla muiden osallistuvien yrittäjien kanssa. Tehtävänannossa ohjeistettiin Mailchimp-, Instagram- ja Facebook-valmennuksissa tarvittavat kuvakoot. Osallistujat saivat ladata harjoituksen aikana tuotetut sisällöt Padlettiin. Valmennuksen lopussa tutustuttiin sisältöihin, joita osallistujat olivat työstäneet valmennuksen aikana.

Osallistujat:

- Kolme osallistujaa #Digitie-valmennusten ensimmäiseltä valmennuskierrokselta
- Kaksi osallistujaa #Digitie-valmennusten toiselta valmennuskierrokselta
- Neljä osallistujaa #Digitie-valmennusten kolmannelta valmennuskierrokselta
- Neljä muuta osallistujaa

FACEBOOK JA INSTAGRAM TYÖPAJA (TO 8.10.2020 KLO 8.30-12)

Facebookiin ja Instagramiin liittyvä koulutus järjestettiin 8.10.2020 klo 8.30–12.00 Zoomissa. Koulutuksissa perehdyttiin Facebookin mainontaominaisuuksiin ja Instagramin hyötyihin yrityskäytössä. Facebook-mainonnan kouluttajana toimi aiemmissa #Digitie-valmennuksissa mukana ollut Ulla Ristkari-Ryynänen Kuuki Marketing Labista ja Instagramin yrityskäyttöön Aino Pokela Sisältövelhosta. Molemmista kouluttajista oli saatu aiempien valmennusten yhteydessä erinomaista palautetta. Sosiaaliseen mediaan keskittyvän kertauspajan alkuosio klo 8.30–10.00 keskittyi Facebook-mainontaan ja tauon jälkeen koulutuksen loppuosassa klo 10.15–12 käsiteltiin Instagramin yrityskäyttöä.

Yrittäjiä pyydettiin luomaan Facebook- ja Instagram-yritystililit valmiiksi, jos heillä ei ollut niitä vielä valmiiksi käytössä. Lisäksi osallistujia pyydettiin hahmottelemaan etukäteen koulutuksessa toteutettavan Facebook-mainoskampanjan sekä Instagram-julkaisun sisältö sekä hankkimaan toteutusta varten tarvittavia kuvia ja logoja omalle koneelle tai muistitikulle.

Koulutustilaisuuksia varten kuvattiin video, jossa alustettiin aihealuetta ja kerrottiin, mitä pitää ottaa huomioon Facebookin ja Instagramin yrityskäytössä:

<https://youtu.be/OH28NTsgiNU>

Facebookiin liittyvässä työpajassa keskityttiin mainontaan. Valmentaja esitteli ensin omalta näytöltään mainontaan liittyviä osiota Facebook yrityssivun kautta ja tämän jälkeen siirryttiin Facebook Ads Manageriin, joka tarjoaa laajemmat mahdollisuudet mainonnan toteuttamiseen. Lopussa yrittäjillä oli aikaa harjoitella itse kampanjoiden luomista ja valmentaja avusti ja ohjasi mainosten toteuttamista.

Instagram-osuudessa kouluttaja kertoi Instagramista yrityskäytössä ja esitteli case-esimerkkien kautta hyviä käytänteitä. Lopussa oli varattu aikaa oman Instagram-sisällön suunnitteluun ja toteutukseen. Yrittäjillä oli lopussa mahdollisuus esittää kouluttajalle Instagramin käyttöön liittyviä kysymyksiä.

Osallistujat:

- Kolme osallistujaa #Digitie-valmennusten ensimmäiseltä valmennuskierrokselta
- Kaksi osallistujaa #Digitie-valmennusten toiselta valmennuskierrokselta
- Kaksi osallistujaa #Digitie-valmennusten kolmannelta valmennuskierrokselta
- Viisi muuta osallistujaa



MAILCHIMP UUTISKIRJE TYÖPAJA (TO 29.10.2020 KLO 9-12)

Viimeinen kertaustyöpaja järjestettiin torstaina 29.10.2020 kello 9-12. Mailchimp-koulutuksesta vastasi Oppila Oy:n asiantuntija ja Mailchimp Partner Taina Norha. Kouluttaja valittiin Mailchimpin syvällisen osaamisensa ansiosta. Myös viimeisellä kerralla osallistujia pyydettiin perustamaan ennen koulutusta Mailchimp-tili sekä hankkimaan valmiiksi uutiskirjeen toteutukseen tarvittavat visuaaliset materiaalit. Osallistujille lähetettiin myös viimeisellä kerralla aiheeseen johdattava video: https://youtu.be/F88vM_Ir8II

Valmennuspäivän aluksi kouluttaja piti aloitusluennon, jossa hän esitteli yleisesti Mailchimp-uutikirjetyökalua sekä kertoi tärkeimmistä peruskäsitteistä ja asetuksista. Tämän jälkeen hän näytti osa-alueittain Mailchimpin käyttöä. Käsiteltyjä aihealueita olivat kirjepohja ja kampanja, lomakkeet ja laskeutumissivu, Content Studio, Yleisön hallinta sekä raportit. Lopussa yrittäjät saivat harjoitella uutiskirjeen toteuttamista ja valmentaja auttoi heitä toteutuksessa.

Osallistujat:

- Yksi osallistuja #Digitie-valmennusten ensimmäiseltä valmennuskierrokselta
- Yksi osallistuja #Digitie-valmennusten toiselta valmennuskierrokselta
- Neljä osallistujaa #Digitie-valmennusten kolmannelta valmennuskierrokselta
- Kuusi muuta osallistujaa



YHTEENVETO KERTAUSTYÖPAJOISTA

Kertaustyöpajojen jälkeen osallistujilta kerättiin palaute valmennuksista. niiden koulutuspäivien osalta, joihin he itse osallistuivat. Kaikki koulutustilaisuudet saivat erinomaisen arvioinnin asteikolla 1-5:

- Canva-koulutus = 4.4 (n=5)
- Facebook-koulutus 5.0 (n=3)
- Instagram koulutus = 5.0 (n=3)
- Mailchimp koulutus = 4.8 (n=4)

Valmennusten aihepiirivalinnat olivat myös erittäin onnistuneita. Kaikki osa-alueet saivat arvion 5 (asteikolla 1-5). Lisäksi vastaajat kokivat oppineensa aihealueita melko hyvin ja teknisiä järjestelyjä ja ennakko-ohjeistuksia pidettiin hyvinä. Kehittämiskohteina nähtiin käytännönharjoittelu, jonka ohjeistus ei ollut tarpeeksi selkeä, eikä aikaa ollut riittävästi työskentelyyn. Lisäksi yhdessä palautteessa nousi esille aikarajojen venyminen. Muutama koulutuksista ei pysynyt aivan ennakolta määritellyissä aikarajoissa.

Kaiken kaikkiaan kertaustyöpajoille annettiin hyvää palautetta. Kouluttajia pidettiin ammattitaitoisina, aihealueita hyödyllisinä ja koulutukset olivat tarjonneet hyvin konkreettista oppia monelle osallistujalle. Palautteen kautta nousi muutamia kehittämiskohteita. Ajan venyminen nousi esille yhdessä palautteessa eikä osa pitänyt käytännön harjoituksia verkon välityksellä tarkoituksenmukaisina.

03

Työpaketti 3: Yritysryhmähankkeiden rakentaminen

#Digitie-projektin yhtenä toimenpiteenä on yritysryhmähankkeiden valmistelu. Valmennusohjelman aikana tunnistettujen kehittämistarpeiden pohjalta oli tarkoitus rakentaa pienempiä 3 - 8 yrityksen yritysryhmähankehakemuksia, joissa syvennyttään digimarkkinoinnin yritysکوhtaiseen kehittämiseen.

Yritysryhmähankkeiden suunnittelua on hankkeen aikana vaikeuttanut IT-asiantuntijoiden vaihtuminen. Projektipäällikön ja IT-asiantuntijan oli tarkoitus suunnitella hankeideoita valmennusryhmien tarpeista nousseiden teemojen ympärille. IT-asiantuntijan osallistuminen hankeaihioiden suunnitteluun nähtiin välttämättömäksi, koska kyseessä on digitaalinen markkinointi. Syksyllä 2020 vaihtui uusi IT-asiantuntija, jolla ei ollut aiempaa kokemusta #Digitie-valmennuksista.

Hankkeessa toteutetun kvalitatiivisten haastatteluiden yksi tavoite oli koota yrittäjien haastatteluista ajatuksia yritysryhmähankkeiden aihioiksi. Yhdestä haastattelusta nousi loppukevällä 2020 potentiaalinen idea, joka esiteltiin hankkeen ohjausryhmälle 25.6.2020 pidetyssä ohjausryhmän kokouksessa. Tarkoitus oli valmistella hankkeita 30.9. päättyvää Maaseuturahaston hakua varten.

Alustava idea oli toteuttaa luovan alan digitaalinen kauppakeskus, jossa mukaan lähtevä yritysryhmä lähtee rakentamaan yhdessä digitaalista verkkokauppaportaalia sekä näkyvyyttä verkossa. Tavoitteena oli luoda yhdessä yrittäjien kanssa alusta, jossa yrittäjiä ja heidän tekemistään tehdään näkyväksi tarinallisesti. Mahdollinen ajatus oli kehittää samaan yhteyteen matkailupalvelua, joka mahdollistaisi asiakkaiden tutustumisen kädentaitoihin ja tekemiseen myös fyysisesti paikan päällä. Ohjausryhmän mielestä idea oli kiinnostava ja Heinolan elinvoimajohtajan kautta saatiin potentiaalisen yritysryhmän edustajan yhteystiedot. Syksyn aikana oltiin yhteydessä kyseiseen heinolalaiseen yritysryhmään, Pro Agriaan, Päijänne-Leaderiin ja Villähteen Koriin, mutta mikään näistä ponnistuksista ei tuottanut tulosta ja sopivaa yritysryhmää ei ehditty löytää aikarajaan mennessä.

03

Työpaketti 4: Hankkeen viestintä

Hankkeen viestintä oli tärkeässä osassa hankkeen toteutusta, sillä valmennusohjelma piti markkinoida päijäthämäläisille maaseudun yrittäjille kolme kertaa hankkeen toteutusaikana. Lisäksi hankkeen viestinnällä pyrittiin vaikuttamaan laajemmin maaseudun yrittäjien innostukseen hyödyntää digimarkkinointia liiketoiminnassaan.

Hankkeen alussa toteutettiin viestintäsuunnitelma, jossa määriteltiin tavoitteet, kohderyhmät, viestintäkanavat sekä viestinnän sisältö ja aikataulus. Hankkeelle toteutettiin lisäksi graafinen ohjeistus, jossa määriteltiin hankkeen visuaalinen ilme, käytettävät värit ja fontit. Lisäksi hankkeelle suunniteltiin logo, joka näkyy muun muassa hankkeen verkkosivulla



1.1.1 Digitaaliset viestintäkeinot

Hankkeelle perustettiin heti hankkeen alussa verkkosivusto (www.tiedigiin.fi), joka toimi viestintä ja yhteydenottokanavana. Sivustolla tiedotettiin valmennusohjelmasta, tulevista tapahtumista, sekä muista ajankohtaisista uutisista. Hankkeen sivulla oli myös blogi, jossa julkaistiin hankkeen ajankohtaisia uutisia, sekä linkitettiin niitä hankkeen sosiaalisen median kanaviin. Maksetun mainonnan kautta käyttäjiä ohjattiin verkkosivulle tutustumaan valmennuksia koskeviin lisätietoihin ja ilmoittautumaan valmennukseen täyttämällä verkkosivuilla löytyvän yhteydenottolomakkeen. Verkkosivuilla hyödynnettiin referenssinä keväällä 2019 mukana olleiden yrittäjien kommentteja valmennuksesta, jotka toimivat osaltaan laadun takeena valmennuksesta.

”Valmennuksesta tuli loppujen lopuksi ihan älyttömän iso juttu. On mahtavaa, että esimerkiksi verkkosivut ovat nyt kunnossa.”

Heli Jokivuori, Kukkakauppa Heliä
#Digitie-valmennuksen osallistuja

”Sain muun muassa Facebook-sivujen päivittämisestä hyvää tuntumaa ja käytännön opastusta. Myös visuaalisuuden merkitys korostui, esim. miten kannattaa ottaa kuvia.”

Kirsi Simola, Putiikki K&K
#Digitie-valmennuksen osallistuja



Lisäksi hankkeelle perustettiin oma sivu LAMKin verkkosivustolle (www.lamk.fi/digitie). Organisaatiomuutoksen jälkeen (1.1.2020) hankkeelle perustettiin oma sivu LAB-ammattikorkeakoulun verkkosivulle (<https://www.lab.fi/fi/digitie>)

Hankkeelle perustettiin sosiaalisen median sivut Facebookiin (www.facebook.com/tiedigiin) ja Twitteriin (www.twitter.com/tiedigiin). Sosiaalisessa mediassa viestittiin aktiivisesti hankkeen etenemisestä ja tapahtumista. Hankkeen loppupuolella Twitter päätettiin poistaa käytöstä, sillä se ei selvästi tavoittanut kohderyhmää. Hankkeen Facebook sivu toimi hankkeen pääasiallisena tiedotuskanavana, koska huomattiin, että kohderyhmä seuraa sitä aktiivisimmin ja on siellä läsnä. Lisäksi hankkeessa hyödynnettiin maksettua Facebook-mainontaa valmennusten sekä tapahtumien markkinoinnissa.

Hankkeen valmennuksista tiedotettiin lisäksi Päijät-Hämeen alueen elinkeinojohtajia sekä alueen yritysjärjestöjä. Heille toimitettiin materiaalia valmennuksista, jota he voivat välittää alueiden yrityksille. Kertaustyöpajoja markkinoitiin VENLA- ja #Digitie-hankkeiden sidosryhmille sähköpostitse. Lisäksi koulutuksista tiedotettiin Facebookissa. Kertaustyöpajoihin oli tarkoitus saada pääasiassa hankkeisiin jo osallistuneita yrittäjiä, joten koulutusten markkinointiin ei hyödynnetty maksullista mainontaa.



1.1.1 Perinteisen median keinot

Hankkeen kolmea valmennuskierrosta varten suunniteltiin ja toteutettiin flyerit, jotka sisälsivät tietoa valmennusten sisällöistä. Lisäksi hankkeelle toteutettiin hankkeen alkupuolella roll-up juliste, joka on ollut esillä useissa hankkeen tilaisuuksissa. Muutamien tapahtumien markkinoinnissa käytettiin myös sanomalehtimainontaa Päijät-Hämeen maaseutualueen seutulehdissä.

Hankkeen tapahtumista ja #Digitie-valmennuksista on laadittu juttuvinkkejä alueen maaskuntalehdille. Tapahtumista on tiedotettu myös Maaseuturahaston viestintäkanavan Raittiriin kautta. Hankkeesta on kirjoitettu uutisia tiedigiin.fi- sekä lab.fi-sivustoille.



Julkaisut

Kotonen, U. & Toivonen, L. 2018. Digitaalisen markkinoinnin osaamista maaseudun yrittäjille. Lahden ammattikorkeakoulu: LAMKbusiness blogi. Saatavissa: <http://blogit.lamk.fi/lamkbusiness/2018/11/12/digitaalisen-markkinoinnin-osaamista-maaseudun-yrittajille/>

Kettunen, S. & Toivonen, L. 2018. Pienyrittäjän näkyvyys digivirrassa – Mahdoton tehtävä?. Lahden ammattikorkeakoulu: LAMKbusiness blogi. Saatavissa: <http://blogit.lamk.fi/lamkbusiness/2018/12/18/pienyrittajan-nakyvyys-digivirrassa-mahdoton-tehtava> Perinteisen median keinot

Vuoden 2019 aikana julkaistiin kaksi digitaaliseen markkinointiin liittyvää blogijulkaisua:

Kettunen, S. & Toivonen, L. 2019. Onnistuneen asiakaskokemuksen tuottaminen digitaalisissa kanavissa. Lahden ammattikorkeakoulu: LAMKbusiness blogi. Saatavissa: <http://blogit.lamk.fi/lamkbusiness/2019/04/15/onnistuneen-asiakaskokemuksen-tuottaminen-digitaalisissa-kanavissa/>

Kettunen, S. & Toivonen, L. 2019. Vaikuttajamarkkinointi digitaalisen markkinoinnin ilmiönä. Lahden ammattikorkeakoulu: LAMKbusiness blogi. Saatavissa: <http://blogit.lamk.fi/lamkbusiness/2019/04/24/vaikuttajamarkkinointi-digitaalisen-markkinoinnin-ilmiona/>

Lisäksi #Digitie-hankkeesta tehtiin yhteisjulkaisu Euroopan sosiaalirahaston VENLA - Koulutusta verkossa ja langattomasti -hankkeen kanssa.

Toivonen, L. & Vihtonen, J. 2019. Digimarkkinoinnin osaamisella uudenlaisia mahdollisuuksiapk-yrityksille. Lahden ammattikorkeakoulun julkaisusarja, osa 53, Lahden ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/handle/10024/263443>

Vuoden 2020 aikana julkaistiin kaksi pidempää artikkelia. Toinen hankkeen kotisivuilla ja toinen LAB-ammattikorkeakoulun TKI-julkaisussa.

Vuoden 2020 aikana julkaistiin blogijulkaisu verkko-opetukseen siirtymisestä:

Toivonen, L. 2020. Digitie siirtyi digiin. Maaseuturahaston #Digitie-hanke. Saatavissa: <https://www.tiedigiin.fi/ajankohtaista/>

Lisäksi #Digitie-hankkeen valmennusmallista tehtiin julkaisu:

Toivonen, L. 2020. Pk-yritysten digitaidoilla kohti kehittyvää maaseutua. LAB-ammattikorkeakoulun julkaisusarja, osa 9, LAB-ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/handle/10024/354080>

Digimarkkinoinnin opas pienyrittäjille

Toivonen, L. & Vihtonen, J. 2021. Digimarkkinointia tehokkaasti & tuloksellisesti: digimarkkinoinnin opas pienyrittäjille. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-827-355-7>

Maaliskuussa 2021 julkaistiin #Digitie- ja VENLA-hankkeiden yhteisjulkaisu, joka toimii yrittäjän oppaana digimarkkinoinnin ja verkkoliiketoiminnan aloittamiseen ja pyörittämiseen. Opas sisältää lyhyitä artikkeleita eri digimarkkinoinnin osa-alueista, joita on käsitelty #Digitie-valmennuksissa. Lisäksi julkaisussa on kaksi juttua #Digitie-valmennuksiin osallistuneiden yrittäjien kokemuksista digimarkkinoinnin kehittämiseen liittyen.

Digimarkkinoinnin opas päätettiin toteuttaa kahdesta syystä. Julkaisun tarkoitus on koostaa valmennusten tärkein sisältö helposti hyödynnettävään muotoon sekä tiedottaa digimarkkinoinnin hyödyistä pienyrittäjille. #Digitie-valmennusten esitysmateriaalit eivät sellaisenaan ole informatiivisia, koska luento ja ohjaus puuttuvat. Lisäksi useimmat ulkopuoliset kouluttajat toivoivat, että luentomateriaaleja ei jaeta julkisesti. Tämän vuoksi koulutusten sisällöt haluttiin työstää yrittäjille helpommin hyödynnettävään muotoon. Opas on ulkoasultaan selkeä, ohjekirjamainen ja visuaalisesti värikäs. Tekstit ovat lyhyitä ja helppolukuisia ja ne on suunnattu kohderyhmään kuuluville pienyrittäjille. Alla otteita julkaisusta (Taitto Mervi Koistinen)



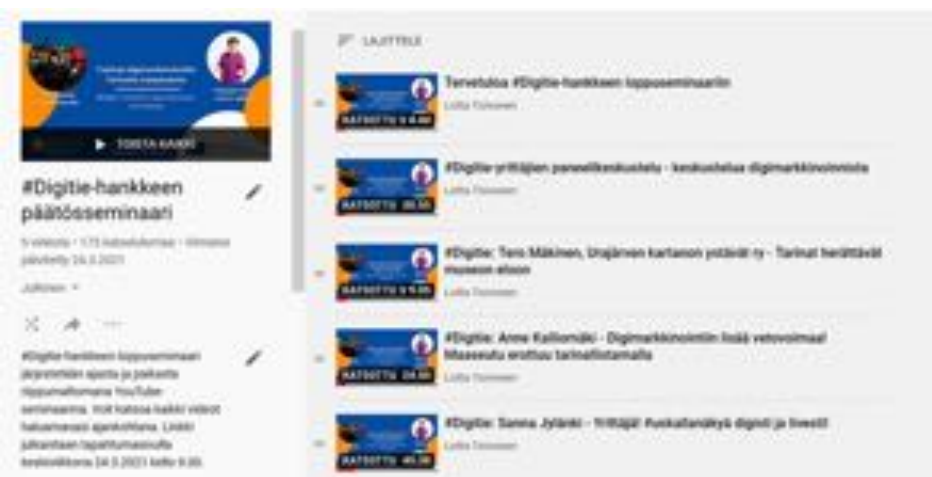
Tuloksia digimarkkinoinnilla! Tarinoita maaseudulta - #Digitie-hankkeen loppuseminaari

https://youtube.com/playlist?list=PLn7PYMb9_a176KZRxi0hNS5u4mh-hFXeC

Hankkeen loppuseminaarin tarkoitus oli tiedottaa hankkeen tuloksista sekä vaikuttaa laajemmin maaseudun yritysten innokkuuteen hyödyntää digitaalista markkinointia toiminnassaan. Tästä johtuen loppuseminaarin sisältö kohdennettiin jo hankkeessa mukana olleille yrittäjille sekä muille sidosryhmille sekä hankkeen ulkopuolisille maaseudun yrittäjille, joille tuodaan esiin digimarkkinoinnin hyötyjä liiketoiminnassa.

Seminaarin sisältöjen suunnittelussa pyrittiin huomioimaan kohderyhmät ja suunnittelemaan sisältöjä, jotka ovat kiinnostavia vasta digitaalista markkinointiaan aloittaville sekä jo valmennukseen osallistuneille yrittäjille. #Digitie-valmennuksiin osallistuneille yrittäjille haluttiin tuoda vielä käsittelemätön teema, joka tukee digimarkkinoinnin toteutusta. Teemaksi nostettiin maaseudun tarinallistaminen, josta on hyötyä digitaalisessa sisällöntuotannossa. Aihe sopii erinomaisesti myös aloittelijoille. Tarinallistamisesta seminaarissa puhui menetelmän kehittäjä Anne Kalliomäki ja lisäksi seminaarissa kuultiin tarinallistamisen esimerkki Urajärven kartanomuseosta. Toiseksi teemaksi nostettiin rohkeus digimarkkinoinnin aloittamiseen ja toteuttamiseen. Aiheesta puhui pitkänlinjan yrittäjä ja pienyritysten sparraaja Sanna Jylänki. Rohkeuden ja tarinallistamisen teemojen lisäksi seminaarissa tuotiin esille #Digitie-valmennusten osallistujia ja heidän näkemyksiään digimarkkinoinnista paneelikeskustelun muodossa.

Hankkeen loppuseminaari järjestettiin ajasta ja paikasta riippumattomana videoseminaarina, joten kaikki videot jäivät hyödynnettäväksi myös hankkeen jälkeen.



B.**AIKATAULU**

Hankkeen alkuperäisen suunnitelman mukainen toteutusaika oli 1.9.2018–31.12.2020, mutta hankkeen toteutusaikaa jatkettiin alkuperäisestä suunnitelmasta muutoshakemuksessa, ja uudeksi päätösajankohdaksi määriteltiin 31.3.2021. Hanke toteutui muutoshakemuksen mukaisessa aikataulussa ja päättyi 31.3.2021.

C.**RESURSSIT**

Hankkeessa työskenteli projektipäällikkö Lotta Toivonen ajalla 1.9.2018–31.3.2021, viestinnän asiantuntija Joanna Vihtonen ajalla 1.9.2018–31.3.2021, markkinoinnin asiantuntija Riku Nummikoski ajalla 1.9.2018–31.12.2020, Tarja Keski-Mattinen ajalla 1.9–31.12.2018, IT-asiantuntija Taru Itäpelto ajalla 1.9.2018–31.8.2019, IT-asiantuntija Aki Vainio ajalla 1–30.11.2019, IT-asiantuntija Jan-Erik Sandelin ajalla 1.1.–31.5.2020 ja Juridiikan asiantuntija Päivi Toivola-Rekola ajalla 1–31.5.2020 sekä projektisuunnittelija Jenny Koivula ajalla 1.2.2020–31.12.2020.

D.**TOTEUTUKSEN ORGANISAATIO**

Hankkeen toteutti Lahden-ammattikorkeakoulun liiketalouden alan asiantuntijat. Hankkeen toteuttajan organisaatiossa tapahtui organisaatiomuutos, kun Lahden ammattikorkeakoulu ja Saimaan ammattikorkeakoulu yhdistyivät LAB-ammattikorkeakouluksi 1.1.2020. LAB-ammattikorkeakoulu vastasi hankkeen toteutuksesta tästä eteenpäin.

LAB-ammattikorkeakoulu on työelämän innovaatiokorkeakoulu, jolla on kampukset Lahdessa, Lappeenrannassa ja verkossa. LABissa on yli 8500 opiskelijaa sekä 500 opettajaa ja TKI-asiantuntijaa. LABin liikevaihto on noin 65 miljoonaa euroa ja se on opiskelijamäärältään Suomen kuudenneksi suurin ammattikorkeakoulu.

LAB-ammattikorkeakoulussa voi opiskella sosiaali- ja terveysalaa, tekniikkaa, liiketaloutta, hotelli-, ravintola ja matkailualaa sekä muotoilua, kuvataidetta ja visuaalista viestintää. Lisäksi LAB-ammattikorkeakoulu tarjoaa kaikille avoimia korkeakouluopintoja avoimessa AMK:ssa sekä täydennys- ja erikoistumiskoulutuksia jo korkeakoulututkinnon suorittaneille.

E.**KUSTANNUKSET JA RAHOITUS**

#Digitie – Digiosaamista maaseudun yrittäjille -hanke tuettiin Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta 90 % rahoituksella. Hankkeen budjetti oli 180 000,16 €, josta tuen osuus on 162 000,14 €. 10 % hankkeen kustannuksista katettiin #Digitie-valmennusten osallistumismaksuilla sekä yritystuella.

Hankkeen kirjanpidon mukaan hankkeen budjetti on käytetty ja se ylittyi hieman. Ylitys on 856,82 €. Hankkeen bujetin toteuma kustannuslajeittain on esitetty alla olevassa taulukossa:

	Budjetti	Toteuma	Jäljellä
Palkat	127 684	127 486,80	197,2
Ostopalvelut	21 672	22 773,35	-1 101,35
Flat rate	30 644,16	30 596,83	47,33
Kustannukset yhteensä	180 000,16	180 856,98	-856,82

F.**RAPORTOINTI JA SEURANTA**

Hankkeen ohjausryhmä seurasi hankkeen toteutusta. Ohjausryhmä kokoontui yhteensä kuusi kertaa: 19.11.2018, 10.6.2019, 3.12.2019, 13.2.2020, 25.6.2020 ja 14.3.2021. Koronasta johtuen kaksi viimeistä kokousta järjestettiin etänä Teamsin välityksellä. Kokouksissa käsiteltiin hankkeen suunniteltuja ja toteutuneita toimenpiteitä sekä taloustilannetta. Hankkeessa tehtiin yhteensä neljä maksatushakemusta ajanjaksoilta 1.9.-31.12.2018, 1.1.2019-31.12.2019, 1.1.2020-31.12.2020 ja 1.1.2021-31.3.2021. Jokaisessa toimintaraportissa avattiin maksatuskauden toiminta ja talous. Lisäksi hankkeen seurantatiedot toimitettiin vuosittain. Hankkeen päättyessä toimitettiin myös tämä kyseinen loppuraportti.

Hankkeessa tehtiin muutoshakemus marraskuussa 2020, jossa hankkeen toteutusaikaa ehdotettiin pidennettäväksi kolmella kuukaudella. Muutoshakemus hyväksyttiin.

Hankkeen ohjausryhmään kuuluivat:

- Sari-Anna Vilander, elinkeinopäällikkö, Hollolan kunta (puheenjohtaja)
- Timo Kukkonen, kehittämispäällikkö, Hämeen ELY-keskus, maaseutuyksikkö (rahoittajan edustaja)
- Antti Pitkänen, asiantuntija, Hämeen ELY-keskus, maaseutuyksikkö (rahoittajan varajäsen)
- Elina Hietala, Digital Marketing Manager, Uponor Infra Oy
- Sami Konsti, puheenjohtaja, Heinolan yrittäjät/tuotepäällikkö, Rakennusbetoni- ja Elementti Oy
- Kalle Laakso, Tech Lead, osakas, Redland Oy,
- Heikki Mäkilä, elinvoimajohtaja, Heinolan kaupunki,
- Jenni Kontto, kehittämispäällikkö, Orimattilan kaupunki
- Ulla Kotonen, TKI-johtaja, LAB-ammattikorkeakoulu
- Lotta Toivonen, projektipäällikkö, LAB-ammattikorkeakoulu
- Joanna Vihtonen, lehtori, LAB-ammattikorkeakoulu (sihteeri)

G.**TOTEUTUSOLETUKSET JA RISKIT****Hankesuunnitelmassa tarkasteltiin toteutukseen liittyviä riskejä.**

Riskeissä huomioitiin mahdollisuus, että koulutukseen ei saada riittävästi yritysosallistujia. #Digitie-valmennusten osalta jäätin hieman 30 yritysosallistujan tavoitteesta, koska Heinolan valmennuskierrokselle saatiin mukaan ainoastaan 6 yritystä tavoitelluista kymmenestä. Hankkeessa järjestettyihin kertaustyöpajoihin kuitenkin osallistui useampia yrittäjiä ja kaksi heistä oli Päijät-Hämeen maaseudun alueelta, eli koulutettujen maaseudun yrittäjien kokonaismääräksi muodostuu 28 yritystä.

Hankesuunnitelmassa ennakoitiin mahdollisuutta, että yritykset eivät sitoudu hankkeen toimenpiteiden toteuttamiseen. Riskiä pienennettiin kertomalla osallistujille etukäteen seikkaperäisesti valmennuksen sisällöstä ja toteutustavasta. Lisäksi valmennuksen osallistumismaksun uskottiin sitouttavan yrittäjiä osallistumaan koulutuspäiviin. Osallistumisaktiivisuudessa ei ollut merkittäviä haasteita, kuin ainoastaan joidenkin yksittäisten osallistujien osalta. Yksi osallistuja joutui jäämään pois valmennuksista viimeisellä valmennuskierroksella koronatilanteen takia. Pääsääntöisesti osallistumisaktiivisuus oli kuitenkin hyvä.

Hankkeen avainhenkilöiden vaihtuminen on aina riskinä hankkeen toteutuksessa. Hankkeen IT-asiantuntijan poisjääminen aiheutti jonkin verran haasteita hankkeen toteutukseen. Heinolan valmennuskierros viivästyi hankkeen IT-asiantuntijan poisjäämisestä johtuen. IT-asiantuntijan vaihtuminen vaikeutti lisäksi yritysryhmähankkeiden suunnittelua. Uusilla työntekijöillä ei ollut kokemusta ja näkemystä aiempiin valmennuksiin osallistuneiden yrittäjien kehittämistarpeista ja toiveista ja näin ollen hankkeiden suunnittelu yhteistyössä oli haastavaa.

Hankkeen aikataulu viivästyi projektipäällikön sairastumisen vuoksi ja hankkeelle jouduttiin tästä johtuen hakemaan kolme kuukautta lisääaikaa. Hanke toteutui muutoshakemuksen aikataulun puitteissa. Hankkeen henkilöstö oli sitoutunut hankkeen toteutukseen alusta lähtien huolimatta pienestä vaihtuvuudesta. Hankkeen ohjausryhmä tuki omalla toiminnallaan hankkeen toteutusta. Ohjausryhmä auttoi toimenpiteiden suunnittelussa, käytännön toteutuksessa sekä kohderyhmien tavoittamisessa ja viestinnässä.

Hankesuunnitelmassa nostettiin esille riskinä yhteistyön puute samankaltaisten hankkeiden kanssa. Hankkeen toteutusvaiheessa huomattiin, että yhteistyömuotojen löytäminen samankaltaisten hankkeiden kanssa oli osittain haastavaa. Johtuen #Digitie-hankkeen rahoitusmuodosta, jossa 10 % hankkeen rahoituksesta tulee saada yrityksiltä, jouduttiin hankkeen valmennuksista veloittamaan osallistumismaksu osallistuvilta yrittäjiltä. Muissa hankkeissa vastaavat koulutukset ja seminaarit olivat maksuttomia, joten tiivistä yhteistyötä oli haastavaa rakentaa. Hankkeen toteutusaikana löydettiin kuitenkin yhteistyömalleja LABin Design Venture- ja VENLA-hankkeiden kanssa.

Hankkeen talouteen liittyviä riskejä ehkäistiin säännöllisillä talouspalavereilla. Yritysrahan kokoamisessa oli haasteita hankkeen edetessä. Tarvittavaa summaa ei saatu kasaan pelkästään valmennusten osallistumismaksuilla. Hankkeen kustannuksia suhteessa yritysrahan kertymiseen seurattiin säännöllisesti, jotta toimenpiteisiin pystyttiin tekemään muutoksia tarvittaessa. Hankkeen toimenpiteet kustannuksineen etenivät kuitenkin suunnitelman mukaisesti. Yritysraha saatiin kasaan tammikuussa 2020.

Hankkeen suunnitteluvaiheessa ei osattu ennustaa maailmanlaajuisia pandemioita ja siihen liittyviä riskejä hankkeen toteutuksessa. Koronan vuoksi valmennukset jouduttiin toteuttamaan suunnitelmasta poiketen verkossa Zoomin välityksellä. Tämän ei kuitenkaan havaittu heikentävän valmennuksen laatua. Suurin osa osallistujista oli tyytyväisiä verkossa toteutettuihin valmennuksiin. Osaltaan verkkototeutus helpotti maaseudun yrittäjien osallistumista ja digitaalisten työkalujen käyttö valmennusten yhteydessä helpottui, kun valmennusta ja käytännön harjoittelua pystyi tekemään omalta kotikoneelta.

Hankesuunnitelmassa nostettiin esille riski, että hankkeen toteuttajan valitsemat toimintatavat olisivat vääriä. Hankkeen aikana kerättiin aktiivisesti palautetta toteutetuista toimenpiteistä, jotta epäkohtiin pystyttiin vaikuttamaan. Oma toimintaa tarkasteltiin kriittisesti ja ohjausryhmän osaamista hyödynnettiin hankkeen toimenpiteiden suunnittelussa. Toimintaa kehitettiin ja sellaisia toimenpiteitä poistettiin, jotka eivät tukeneet hankkeen toteutusta.

Hankkeen tavoite on, että projektin tulokset jäävät elämään hankkeen jälkeen ja vaikuttavuudella varmistetaan Päijät-Hämeen maaseudun yritysten kiinnostus digimarkkinoinnin osaamisen kehittämistä kohtaan. Aktiivisella viestinnällä hankkeen loppuvaiheessa ja sen jälkeen edistetään maaseudun yrittäjien kiinnostusta digimarkkinoinnin ja verkkoliiketoiminnan osaamisen kehittämiseen liittyen. Hankkeen koulutussisältöjen pohjalta toteutettu loppujulkaisu sekä hankkeen sisältöihin liittyvä loppuseminaari jäävät maaseudun yrittäjien hyödynnettäväksi myös hankkeen päättymisen jälkeen.

4.3

YHTEISTYÖKUMPPANIT

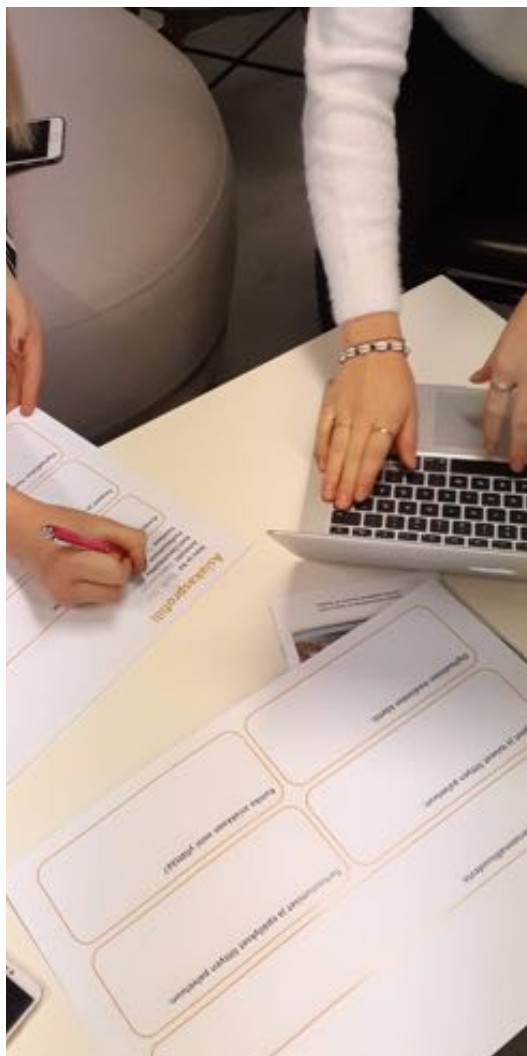
Hankkeen pääasiallinen kohderyhmä olivat maaseudulla toimivat kasvuhakuiset pk-yritykset, jotka haluavat hyödyntää digitaalista markkinointia ja verkkokauppaa liiketoiminnassaan. Valmennuksiin osallistui yrittäjiä Päijät-Hämeestä: Artjärveltä, Asikkalasta, Hollolasta, Heinolasta, Hämeenkoskelta, Kalliolasta, Orimattilasta, Sysmästä, Urajärveltä, Villähteeltä ja Vääksystä.

Hanke toimi Päijät-Hämeen maaseudun alueella. Valmennuskierrokset järjestettiin kaksi kertaa Lahdessa ja yhden kerran Heinolassa. Heinolan valmennusten osalta tehtiin tiivistä yhteistyötä Heinolan kaupungin elinvoimapalveluiden kanssa. Valmennustilaisuudet pidettiin Heinolan Spotissa, joka on tarkoitettu etätyötilaksi ja erilaisiin yritystilaisuuksiin. Heinolan SPOTTI tarjoaa maksuttomia kokous-, neuvottelu- ja ryhmätyötiloja yrityskäyttöön.

Hankkeen sisäisiä yhteistyökumppaneita olivat hankkeen toteutukseen osallistuneet LAB-ammattikorkeakoulun asiantuntijat ja muu henkilöstö sekä opiskelijat. Lisäksi hanke teki syvempää yhteistyötä kahden hankkeen kanssa. Yksi hankkeen kick-off-seminaareista järjestettiin yhteistyössä EAKR-rahoitteisen Design Venture ohjelma 2 -hankkeen kanssa. Hankkeen kertaustyöpajat sekä loppujulkaisu toteutettiin yhteistyössä ESR-rahoitteisen VENLA – koulutusta verkossa ja langattomasti -hankkeen kanssa.

4.4 TULOKSET JA VAIKUTUKSET

Hankkeen keskeisimpänä sisältönä syntyi Päijät-Hämeen maaseudun yrityksille suunnattu ajankohtainen digimarkkinoinnin koulutus- ja valmennussarja, jonka kautta valmennukseen osallistuneiden yritysten taidot hyödyntää digitaalista markkinointia kehittyivät. Hankkeessa tehtiin selvitystä digimarkkinoinnin uusimmista käytänteistä ja tärkeimmistä koulutustarpeista maaseudun yrityksille. Näiden pohjalta suunniteltiin ja toteutettiin valmennusmalli, joka toteutettiin kolme kertaa hankkeen aikana. Valmennusmallia kehitettiin jokaisen valmennuskierroksen jälkeen saatujen kokemusten sekä palautteen perusteella.



#Digitie-valmennuksissa oli mukana yhteensä 26 yritystä (10+6+10). #Digitie-valmennuksen kautta näiden yrittäjien digimarkkinoinnin osaaminen kasvoi ja edellytykset ottaa digimarkkinoinnin uusia käytänteitä toimintaansa parani. Valmennuskierrosten jälkeen toteutettiin haastattelututkimus, jonka avulla selvitettiin valmennuksen vaikutuksia osallistujien tietoihin ja osaamiseen sekä heidän digitaalisten käytänteiden ja työkalujen käyttöönottoon. Vastausten perusteella havaittiin, että osallistujat voidaan jakaa neljään luokkaan seuraavasti:

- osallistujat, jotka eivät toistaiseksi (haastatteluhetkellä) olleet ottaneet mitään uutta käyttöönsä, mutta kertoivat tietämyksensä ja ymmärtämyksensä digitaalisesta markkinoinnista ja sen käytöstä lisääntyneen
- osallistujat, jotka olivat kokeilleet yhtä tai useampaa toimenpidettä
- osallistujat, jotka olivat lähinnä tehostaneet käytössä olleiden työkalujen käyttöä
- osallistujat, jotka ottivat käyttöönsä uusia käytänteitä ja työkaluja.

Osallistujien motivaatio ja kehittämisinto vaikuttivat osaamisen hyödyntämiseen omassa yritystoiminnassa sekä tätä kautta saavutettuihin tuloksiin.

Valmennustilaisuuksien aika oli rajallinen, joten oppeja oli tärkeää viedä käytäntöön myös valmennusten ulkopuolella. Valmennukseen osallistuneet yrittäjät eivät havainneet suoranaista liiketoiminnan kasvua. Tähän vaikutti luonnollisesti koronaviruspandemian aikaansaama yleinen taloudellisen toimeliaisuuden lasku. Myös valmennusten ja haastattelujen läheisyys (6-12 kuukautta) selittänee, ettei liiketoiminnallisia vaikutuksia ollut suoranaisesti nähtävissä. Pienempiä tuloksia, kuten sosiaalisen median seuraajamäärän lisääntymistä havaittiin ja kaikkien ymmärrys digitaalisesta markkinoinnista ja sen käytöstä olivat lisääntyneet.

Hankkeessa syntyi kolme alueellista verkostoa, jotka sitoutuivat hankkeen tavoitteisiin sekä yhteiseen kehittämistyöhön. Koulutushankkeessa osallistujat edustivat eri toimialoja ja olivat liiketoimintansa keston suhteen toisistaan poikkeavia. Tästä johtuen hankkeen aikana ei muodostunut tiiviimpää verkostojen yhteistyötä, eikä hankkeen aikana löydetty yritysryhmien yhteisiä kehittämistarpeita yritysryhmähankkeisiin.

#Digitie-valmennusten koulutussisältöjen pohjalta toteutettiin digimarkkinoinnin opas pienyrittäjille (Digimarkkinointia tehokkaasti & tuloksellisesti), joka jää avoimesti hyödynnettäväksi. Lisäksi koulutusten materiaaleja on julkaistu hankkeen verkkosivulla (www.lab.fi/digitie). Hankkeessa vaikutettiin myös laajemmin maaseudun yrittäjien innokkuuteen hyödyntää digimarkkinointia. Hankkeen tiedotuksen sekä loppu- ja kick-off-seminaarien välityksellä lisättiin Päijät-Hämeen maaseudun yritysten tietoisuutta digimarkkinoinnin hyödyistä ja mahdollisuuksista. #Digitie toimintamallia voidaan hyödyntää jatkossa alueen yritysten digimarkkinoinnin kehittämiseen.

05

ESITYKSET JATKOTOIMENPITEIKSI

Yrittäjiltä saadun palautteen perusteella markkinointiin liittyviä koulutustarpeita jäi edelleen. Hankkeen aikana havaittiin, että suuri osa koulutuksesta kiinnostuneista yrittäjistä on vielä melko alkutaipaleella digimarkkinoinnin hyödyntämisessä. Tästä johtuen valmennus suunniteltiin aloittelijoiden tarpeisiin. Valmennusta tarvitaan kuitenkin myös edistyneemmille. Päijät-Hämeen alueella on vielä paljon yrityksiä, jotka tarvitsevat apua esimerkiksi verkkosivujen ja sosiaalisen median kanavien perustamisessa ja syntyneitä toimintamallia voidaan hyödyntää myös jatkossa näiden yritysten valmennuksessa. Alueella on kuitenkin jo paljon yrityksiä, joilla on olemassa aktiivinen verkkopresenssi, mutta jotka tarvitsevat edistyneempiä ratkaisuja esimerkiksi verkkokaupan liikenteen hankintaan, tilausten hallintaan, analytiikan tulkintaan sekä asiakkuuksien hallintaan. Mahdollinen jatkotoimenpide voisi olla hanke, joka suunnataan aktiivisen verkkopresenssin omaaville yrittäjille.

Koulutushankkeessa osallistujat edustivat eri toimialoja ja ne poikkesivat toisistaan liiketoimintansa keston suhteen. Myös osaamistasossa oli paljon vaihtelevuutta. Voisi olla tehokkaampaa ja osallistujien kannalta mielekkäämpää, mikäli vastaavan tapaisia valmennuksia järjestettäisiin ryhmille, jotka olisivat homogeenisempiä. Tällöin osallistujien tarpeet olisivat yhteneväisempiä ja siten valmennuksen tavoitteet, sisältö ja toteutus voitaisiin suunnitella tarkemmin kohderyhmän tarpeisiin vastaavaksi.

Kvalitatiivisten haastattelujen perusteella eräänä mahdollisen uuden koulutushankkeen aiheena, voisi olla asiakasviestintä, niin välineiden käytön kuin sisällön tuottamisenkin näkökulmasta. Onnistunut, tehokas asiakasviestintä yrityksen ja asiakkaan rajapintaan liittyvänä asiana onkin luonnollisesti yrityksen menestymisen.

06

ALLEKIRJOITAJAT JA PÄIVÄYS

Paikka ja aika

Allekirjoitus ja nimenselvennys

LAUSUNTO #DIGITIE-HANKKEESTA

#Digitie oli mielenkiintoinen hanke. Tuli selväksi, että yrityksillä on tarvetta tällaiselle ja että minkä tyylistä valmennuksen pitäisi olla. On myös hyvä, että erilaista materiaalia, kuten videoita ja julkaisuja, on tuotettu.

Elina Hietala, Digital Marketing Manager, Uponor Infra Oy

Vaikuttava hanke, ja positiivista palautetta on saatu koulutuksiin osallistuneilta yrittäjiltä. Voi olla, että etäkoulutukseen ei osallistunut sellaisia yrittäjiä, joilla it-aidot ovat heikot.

Sami Konsti, puheenjohtaja, Heinolan yrittäjät/tuotepäällikkö, Rakennusbetoni- ja Elementti Oy

Hanke kohtasi haasteita yksityisen rahan saamisessa ja yritysten löytämisessä. Lisäksi korona-aikana valmennuksen oli siirrettävä verkkoon. Siihen nähden hanke on hoidettu hienosti. On jouduttu tekemään paljon sellaisia toimenpiteitä, joita ei normaalitoteutuksessa jouduttaisi tekemään.

TKI-päällikkö Ulla Kotonen, LAB-ammattikorkeakoulu

Tämänkaltaiselle digimarkkinointiosaamiselle on tarve. On ollut ilo katsoa, että sisällöt ovat olleet juuri tätä päivää. Ehkä puolessa vuodessa ei vielä huomaa, mitä kaikkea hyötyä valmennuksesta on ollut yrittäjille.

Kalle Laakso, Tech Lead, osakas, Redland Oy

Hanke oli suunniteltu hyvin käytännönläheiseksi ja käyttäjän lähtötaso huomioitiin hyvin. Toteutusaika oli haasteellinen rajoitusten ja tulevaisuuden epävarmuustekijöiden johdosta, mutta samalla koulutus osoitti tarpeellisuutensa muuttuvassa toimintaympäristössä. Hankkeen lopputuloksena olevat tuotokset jäävät yritysten ja elinkeinoelämän hyödynnettäväksi, ja saadut kokemukset auttavat äärimmäisen tärkeiden jatkopalveluiden kehittämisessä. Kiitos!

Jenni Kontto, kehittämispäällikkö, Orimattilan kaupunki

Digitalisaatio ja digiosaaminen on todella tärkeä aihe, ja hankkeen sisältö oli erinomainen ja koulutus hyvin toteutettu. Oli yllättävää, miten huonosti yrittäjät ottivat hankkeen vastaan, sillä osallistujia ei saatu mukaan odotusten mukaisesti. Ehkä osallistujien saamisessa olisi vielä paremmin voinut tehdä pohjatyötä. Hankkeessa on tehty erinomaisia tuotoksia, kuten valmennusmalli, videot ja oppaat. Lisäksi hankkeessa on hoidettu hyvin henkilömuutokset ja tilanteiden vaihtuvuudet, ja hanketta on tehty suurella asiantuntemuksella.

Timo Kukkonen, kehittämispäällikkö, Hämeen ELY-keskus, maaseutuyksikkö
(rahoittajan edustaja)

Hanke oli erittäin hyvä, hyödyllinen ja ajankohtainen. Haaste oli saada yrittäjät, joiden tarve on suurin irtautumaan työstään koulutuksen ajaksi, vaikka hanke tiedotti, houkutteli ja alueen kunnissa myös tehtiin osallistujien etsimistyötä. Osallistuneiden yrittäjien tyytyväisyys kuitenkin puhuu puolestaan ja jos hankkeen ajoitus olisi osunut korona-aikaan, eivät paikat koulutuksissa olisi riittäneet. Digitaalisten taitojen ja ratkaisujen käyttöönottoaminen ja hyödyntäminen on nyt ajankohtaisempaa kuin koskaan ja tämä hanke on kulkenut ns. ajan aallon harjalla.

Sari-Anna Vilander, elinkeinopäällikkö, Hollolan kunta (puheenjohtaja)