

LUC

# Digiosaamisen kehittäminen yritysten ja oppilaitosten välisellä yhteistyöllä

Digitaalisuus yrittäjyyskoulutuksen voimavarana – hankkeen julkaisu

22.10.2021

Tarvitsen ideoita,  
ajatuksia, tukea  
ja osaamista  
liiketoiminnan  
kehittämiseen.

Haluan saada  
työelämävalmiuksia:  
kehittää osaamistani  
ja luoda kontakteja.

Tuen ja edistän  
opiskelijoiden  
oppimista,  
osaamisen  
kehittymistä  
ja työelämä-  
valmiuksia.



Yrittäjä



Opiskelija



Opettaja

## Sisällys

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tiivistelmä .....                                                             | 2  |
| Digitaalisuus lappilaisessa liiketoiminnassa ja yrittäjyyskoulutuksessa ..... | 4  |
| Digitalisaatio ja liiketoiminta .....                                         | 4  |
| Lappilaisten yritysten digitalisaatio .....                                   | 6  |
| Digitalisaatio ja yritysysteistyö yrittäjyyskoulutuksessa .....               | 7  |
| Hankkeen eteneminen.....                                                      | 9  |
| Toiminnan käynnistyminen ja tausta-aineiston hankinta .....                   | 9  |
| Seminaarit ja työpajat.....                                                   | 10 |
| Nopeat kokeilut .....                                                         | 12 |
| Viestintä ja jalkauttaminen.....                                              | 13 |
| Hankkeen tulokset .....                                                       | 14 |
| Digiteemat, jotka ovat tärkeitä viedä opetukseen .....                        | 14 |
| DYVA toimeksianto-oppimismenetelmä .....                                      | 16 |
| Lopuksi .....                                                                 | 20 |
| Lähteet.....                                                                  | 23 |
| Liitteet.....                                                                 | 24 |

## Tiivistelmä

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kohderyhmät</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lappilaiset yrittäjät, yrittäjyysopiskelijat, opetushenkilöstö ja yritystoiminnan kehittäjät</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Tavoitteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lapin korkeakoulukonsernin liiketalouden ja yrittäjyysopintojen <i>sisältöjen ja menetelmien</i> kehittäminen niin, että ne vastaavat työelämän tarpeita ja antavat osaamista digitalisaation hyödyntämiseen yritystoiminnassa</li> <li>Samalla on vastattu tarpeeseen kehittää yrittäjien ja korkeakoulujen välistä yhteistyötä</li> </ul>                                                                                                                                                                       |
| <b>Toimenpiteet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hankkeessa vuorovaikutteinen kehitystoiminta on perustunut kohderyhmien edustajista muodostetun niin sanotun asiantuntijaryhmän seminaareihin, työpajoihin ja nopeisiin kokeiluihin, joista on kerätty ajatuksia yrittäjyysopintojen sisällölliseen ja menetelmälliseen kehittämiseen</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Tulokset</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hanke on toimintansa aikana kehittänyt hankkeeseen osallistuneiden digiosaamista ja yhteistyötä</li> <li>Hankkeessa on täsmennetty keskeiset digitalisaatioon liittyvät sisällöt, jotka ovat tarpeen viedä yrittäjyysopetukseen huomioiden, että digitaalisuus muuttaa muotoaan jatkuvasti, jonka myötä myös tarpeet muuttuvat</li> <li>Hankkeessa on kehitetty toimeksianto-oppimismenetelmä, jolla kohderyhmien digiosaamisen kehittyminen ja yhteistyö saadaan jatkumaan hankkeen päättymisen jälkeen</li> </ul> |

Taulukko 1. DYVA-hankkeen tiivistelmä

Digitaalisuus yrittäjyyskoulutuksen voimavarana -hankkeessa (DYVA) on kehitetty Lapin korkeakoulukonsernin tarjoamien liiketalouden ja erityisesti yrittäjyysopintojen *sisältöjä ja menetelmiä* niin, että ne vastaavat työelämän tarpeita ja antavat osaamista digitalisaation hyödyntämiseen yritystoiminnassa. Samalla on vastattu tarpeeseen kehittää yrittäjien ja korkeakoulujen välistä yhteistyötä. (Kts. Arene ry:n, UNIFI ry:n ja Suomen Yrittäjät ry:n 2018.)

Hankkeen kohderyhminä ovat lappilaiset yrittäjät, yrittäjyysopiskelijat, opetushenkilöstö ja yritystoiminnan kehittäjät. Hankkeessa vuorovaikutteinen kehitystoiminta on perustunut kohderyhmien edustajista muodostetun niin sanotun asiantuntijaryhmän seminaareihin, työpajoihin ja nopeisiin kokeiluihin, joista on kerätty ajatuksia yrittäjyysopintojen sisällölliseen ja menetelmälliseen kehittämiseen. Toimintaan osallistuminen on ollut avointa myös muille hankkeen kohderyhmien edustajille. Sen lisäksi, että hanke on jo toimintansa aikana kehittänyt hankkeeseen osallistuneiden digiosaamista ja yhteistyötä, on hankkeessa kehitetty käytäntöjä, joilla kohderyhmien digiosaamisen kehitystä ja yhteistyötä jatketaan hankkeen päättymisen jälkeen.

Tässä julkaisussa tarkastellaan alkuun digitalisaatiota lappilaisessa yritystoiminnassa ja yrittäjyyskoulutuksessa. Tämän jälkeen kerrotaan DYVA-hankkeen toteutusmuodoista, jonka

jälkeen esitellään hankkeen tulokset. Julkaisussa kuvataan, mitkä ovat sellaiset keskeiset digitalisaatioon liittyvät sisällöt, jotka ovat tarpeen viedä yrittäjyysopetukseen. Lisäksi julkaisussa esitellään hankkeessa mallinnettu toimeksianto-oppimismenetelmä ja sen hyödyntäminen opetuksessa. Lopuksi tehdään johtopäätöksiä hankkeen toiminnasta. Toivomme julkaisun tarjoavan lukijalleen ymmärrystä digiosaamisen tarpeista ja kehittämisestä lappilaisessa yritystoiminnassa ja yrittäjyysopetuksessa DYVA-hankkeen näkökulmasta. Kiitämme kaikkia niitä yrittäjiä, asiantuntijaryhmän jäseniä, yrittäjyysopettajia- ja opiskelijoita, hankkeen ohjausryhmää sekä muita sidosryhmiä, jotka ovat edesauttaneet hankkeen tulosten aikaansaamisessa.

## Digitaalisuus lappilaisessa liiketoiminnassa ja yrittäjyyskoulutuksessa

### Digitalisaatio ja liiketoiminta

Digitaalisuus on tunnistettu suurimmaksi yritysten toimintaympäristöä ja liiketoimintaa muuttavaksi tekijäksi (Tihinen & Kääriäinen, 2016). Digitalisaatio vaikuttaa kaikkiin yrityksiin ja kaikkeen yritysten liiketoiminnassa, niin myyntiin ja markkinointiin, tuotteisiin ja palveluihin, työkalutuuhiin ja ylipäänsä liiketoiminnan sisäisiin ja ulkoisiin prosesseihin sekä jopa yrityksen kehitysvaiheisiin. (Tihinen & Kääriäinen, 2016; Roisin et al. 2020; Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2020:15.) Digitalisaatio on tuottavuuden ja kannattavan liiketoiminnan ratkaiseva väline ja uudistumisen ajuri (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2020:15).

Digitalisaation hyödyntäminen johtaa parhaimmillaan yrityksen resurssien säästöön, joustavuuteen ja kilpailukykyyn. Vastaavasti puutteellisten digitaitojen on koettu vaikeuttavan liiketoimintaa. Digitaalisesti edistyneet yritykset ovat uudistumiskyvyltään merkittävästi paremmassa asemassa vastaamaan ympäristö-, kasvu- ja tuottavuushaasteisiin kuin digitaalisesti hitaasti edenneet (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2020:15.) Yritysten digitalisaation nykytila tai digitalisaation taso on kirjallisuuden mukaan erittäin keskeinen kilpailukyvyllä oikeastaan lähes kaikille toimialoilla. Tätä digitalisaation nykytilaa pyritään myös arvioimaan erilaisten kypsyysmallien avulla (Kuusisto et al. 2021). Vielä vuonna 2019 kansainvälisten tilastojen valossa vain 17% pienistä ja keskisuurista yrityksistä ovat digitalisaatiossaan korkealla tasolla (European Court of Auditors, 2020). Yleisesti Suomi menestyy kuitenkin digiosaamisessaan hyvin verrattuna muihin EU-maihin (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2020:15).

Digitalisaatio on osoittautunut erityisesti pienille yrityksille vaikeaksi tehtäväksi ja haasteena on etenkin sen mukanaan tuomat jatkuvat kehitymisvaatimukset. Pienten yritysten huomio on pääosin päivittäisessä liiketoiminnassa (Kuusisto et al. 2021). Pk-yritykset kaipaavat apua erityisesti digitarpeidensa määrittelyyn ja oikean digiratkaisun valitsemiseen. Suomessa haasteena on digitalisaation mahdollistaman uuden arvonaluonnin hidas omaksuminen, mihin liittyy tosin toimialakohtaisia ja alueellisia eroja. Harva suomalaisyritys on tunnistanut, miten digitalisaatio voisi tuoda uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Tuottavuuskehitykselle tärkeä aiheeton arvonaluonti ja markkinapalveluiden sektori on Suomessa alikehittynyt ja ICT-investointien osuus kaikista tuotannollisista investoinneista on vain 12 prosenttia, missä esimerkiksi Ruotsi ja Yhdysvallat ovat Suomen edellä. Nämä investoinnit painottuvat muutamiin suuriin yrityksiin ja startup-yrityksiin. Digikuilun syveneminen on Suomelle merkittävä kansallinen riski (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2020:15.)

Viimeisten vajaan kahden vuoden aikana Covid-19-virus -pandemiasta johtuvat rajoitukset ovat aikaansaaneet valtavan digiloikan, joka on kasvattanut ja konkretisoinut digitalisuuden merkityksen liiketoiminnassa. Yritykset ovat olleet pakotettuina liiketoiminnan digitalisoimiseen selvitäkseen. Yritystoiminta ja palvelut ovat siirtyneet vauhdilla sähköisille alustoille. Poikkeustilanne on lisännyt etätyöskentelyä, verkkokauppaa ja esimerkiksi erilaisia kotiinkuljetuspalveluita sekä muita digitaalisia palveluita. On huomattu, että organisaatioilla on kehitettävää valmiuksissaan ottaa nopeasti käyttöön uusia digitaalisia palveluita ja toimintamalleja siten, ettei turvallisuudesta ja toimintavarmuudesta tarvitse tinkiä (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2020:15.)

Digitalisaatiota pk-yrityksen toiminnassa voidaan tarkastella esimerkiksi seuraavien osa-alueiden kautta:

### 1. Markkinointi

Markkinoinnin digitalisaation taso yrityksissä on yksi kriittinen tekijä kilpailukyvyn kannalta. Markkinoinnin digitalisoituminen on mahdollistanut pienillekin yrityksille isomman näkyvyyden, mikä aiemmin oli vain suurten yritysten saavutettavissa. Digitaalisen markkinoinnin avulla pienet yritykset pystyvät tuomaan tuotteitaan ja palveluitaan paremmin esille jopa kansainvälisellä tasolla, niin B2B- kuin B2C-markkinoilla. Pienissä yrityksissä usein omistaja ja hänen markkinointiosaamisensa ratkaisevat sen, kuinka laajasti ja hyvin digitaalisen markkinoinnin mahdollisuuksia hyödynnetään. (Nikunen et al. 2017.)

### 2. Tuotteet ja palvelut

Digitalisaatio mahdollistaa uusien tuotteiden ja palveluiden rakentamisen ja sitä kautta täysin uutta liiketoimintaa (Rosin et al. 2020). Tuotteiden digitalisoiminen voi liittyä myös palvelulistamiseen, jolloin tuotteen ympärille rakennetaan digitaalinen palvelu lisämyynnin saamiseksi.

### 3. Operatiivinen toiminta

Yrityksen sisäisten prosessien digitalisoituminen mahdollistaa toiminnan tehostumisen ja voi osittain korvata työntekijöitä. Digitalisaation keinoin jokin palvelu tai toiminta voidaan toteuttaa myös paljon laajempaan kuin työntekijävoimin (esimerkiksi chat botit asiakaspalvelutyössä). Digitalisaatio mahdollistaa tiedon nopean kulun ja datan keruun sekä analysoinnin paljon kattavammin ja tehokkaammin lyhyemmässä ajassa, mikä mahdollistaa toiminnan tehokkaan kehittämisen. (Rosin et al. 2020.)

### 4. Työkulttuuri

Digitalisaatio muuttaa yrityksen sisäistä ja ulkoista kommunikaatiota ja yhä useammalla on pääsy yrityksen tietoihin ja dataan. Tämä ei ole paikka- tai aikasidonnaista, vaan monella tapaa työn tekeminen vapautuu, jolloin etätyö on mahdollista, ja ylipäänsä työolosuhteiden joustavuus kasvaa. (Rosin et al. 2020).

## 5. Yrityksen kehitysvaiheet

Digitalisaatio vaikuttaa yritysten kehitysvaiheisiin synnyttäen jopa uusia vaiheita yrityksen kehitys- ja kasvupolulla. Digitalisaatio luo uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja sitä myötä uusia yrityksiä. Nämä suoraan digitalisaation harjalle syntyneet yritykset eivät välttämättä noudata aiemmin tunnettuja kasvumalleja. (Kraus et al. 2019.) Yleisesti esimerkiksi digitaalisten tuotteiden kehitykseen ja myyntiin keskittyneiden yritysten kasvu voi olla todella nopeaa ja sykäksittäistä, koska erityisesti tuotteen jälleenmyynti ja levittäminen eivät toimi perinteisellä tavalla (Pekkala, 2013).

### Lappilaisten yritysten digitalisaatio

Vielä kymmenen vuotta sitten lappilaiset yritykset eivät hyödyntäneet liiketoiminnassaan digitalisaatiota kovinkaan laajasti. Vuonna 2013 valmistuneessa selvityksessä (Pekkala, 2013) todettiin, että digitaalisten kanavien lisäksi monet lappilaiset yritykset korostivat avoimissa vastauksissaan epävirallisten markkinointikanavien eli ”puskaradion” merkitystä jopa tärkeimpänä liikevaihdon lähteenään. Perinteisesti Lapissa yritykset ovat korostaneet oman kiinteän myyntipaikan ja oman myyntihenkilöstön merkitystä omia nettisivuja ja verkkokauppaa enemmän (Pekkala, 2013).

Ennen pandemian aikaa toteutetussa Lapin DigiStep -hankkeessa (2018) nousi esiin monia huomioita lappilaisten yritysten digitalisaation tasosta ja Lapin vahvuuksista digitalisaatiossa. Lapin yritykset ovat jo soveltaneet digitaalista teknologiaa laajasti ja digitalisaation kärkeijoukossa Lapissa on etenkin matkailuala. Yritysten keskeiset kehitystarpeet ovat hyvin samankaltaisia toimialasta riippumatta ne liittyvät esimerkiksi osto-osaamisen kehittämiseen, työvoiman saatavuuden parantamiseen, uusien teknologioiden haltuunottoon, datan parempaan hyödyntämiseen, tietoliikenneyhteyksien parantamiseen, toimialakohtaisen ICT-osaamisen kehittämiseen (mukaanlukien uudet teknologiat) sekä digitalisaation ulkopuolella olevien yritysten aktivoimiseen. Hankkeen mukaan Lapilla on omat vahvuutensa digitalisaatiossa, kuten esimerkiksi pelillistäminen ja Lapin yliopiston vahva osaaminen palvelumuotoilussa, joka on nouseva trendi kaikessa palvelutaloudessa. Lapissa investoidaan digi-intensiivisille aloille, kuten matkailuun sekä energia-, bio-, kiertotalous-, ja kaivosalalle. Näillä aloilla osaamista on jo luotu muun muassa etävalvontaan ja -hallintaan ja robotiikkaan liittyen. On hyvä tunnistaa digitalisaation mahdollisuudet ja skaalata näihin liittyvää, jo olemassa olevaa osaamista. Ark-tinen testaaminen eteenkin ajoneuvoihin liittyen on vahvasti kasvava ala Lapissa. Tätä voidaan tukea esimerkiksi kehittämällä alalle koulutusta niin, että yhä suurempi osa testaamis-osaamisesta syntyy Lapissa. (Lapin DigiStep, 2018.)

## Digitalisaatio ja yritysysteistyö yrittäjyyskoulutuksessa

Yrittäjyysopinnoissa on opetusmenetelmien ja teknologian osalta hyödynnetty digitalisatiota jo pitemmän aikaa. Opetus on perustunut yli vuosikymmenen ajan etä- ja hybridiopeutukseen. Lisäksi digitalisaatio on ollut teemana useilla eri opetusjaksoilla. Lapin korkeakoulu-konsernin yrittäjyysopinnoilla on potentiaalia antaa opiskelijoille valmiuksia hyödyntää digitalisaation mahdollisuuksia työelämässä ja liiketoiminnassa. Yrittäjyysopetuksesta vastaavilla tulisi olla osaamista havainnoida jatkuvasti muuttuvia työelämän tarpeita ja vaatimuksia sekä suunnitella miten ne voitaisiin huomioida opetuksessa, siten yrittäjyyskoulutuksen kehitystyön tulisi olla jatkuvaa. Digitalisaatio on muuttanut opiskelu- ja opetustapoja sekä opettajan ja opiskelijan rooleja. Digitalisaatio mahdollistaa opiskelun ja opettamisen mistä päin maailmaa tahansa, tiedon saannin lukemattomista eri lähteistä ja tiedon tuottamisen uudella tavalla (kts. Ratten & Usmanji 2020). Tällainen muutoksen aikakausi luo epävarmuutta mutta myös mahdollisuuksia.

Korkeakouluilla on tarve edistää yrittäjyyttä sekä kehittää yrittäjien kanssa tehtävää yhteistyötä. Mitä läheisemmässä toiminnassa yhteistyötä kehitetään, sitä vaikuttavammat ovat tulokset ja sitä paremmin korkeakoulu palvelee erilaisia yrityksiä. Mitä yrittäjäläheisempiä oppimispalveluita korkeakoulu tarjoaa, sitä paremmat lähtökohdat yrittäjillä on pysyä uuden talouden aallonharjalla. Mitä kattavampaa ja jatkuvampaa yhteiskehittäminen on, sitä varmemmin yrityssektorin tuottavuus kehittyy ja korkeakoulun resurssit vahvistuvat. (Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry:n, Suomen yliopistojen rehtorineuvosto UNIFI ry:n ja Suomen Yrittäjät ry:n yhteiset suositukset korkeakoulujen yrittäjyyttä edistävään työhön, 2018.) Myös korkeakouluopiskelijoilla on tarve saada yrittäjyysopintoihin lisää yritysysteistyötä sekä monialaista yhteistyötä elinkeinoelämän kanssa (KARVI:n Yrittämään oppii yrittä-mällä -julkaisu, 2018). Kansallisen koulutuksen arviointikeskus KARVI suosittelee, että yrittäjyysopintoihin, esimerkiksi digitaalisissa oppimisympäristöissä toteutettuihin, tulee sisällyttää yritysten kanssa tehtävää yhteistyötä.

Lapin alueen yrittäjyysopetuksen kehittämisen paikallisiin tarpeisiin sisältyy entistä vaikuttavampien LUC-yrittäjyysopintojen kehittäminen. Kehitykseen ajaa myös yrittäjyyttä aiempaa enemmän korostavat yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen rahoitusmallit. Syksystä 2020 alkaen yrittäjyysopinnot perusopinnoissa on toteutettu yhteistyössä Lapin yliopiston ja Lapin ammattikorkeakoulun kesken. Opinnot profiloituvat siten Lapin korkeakoulukonsernin (LUC) opinnoiksi. LUC-yrittäjyysopinnoissa opetuksesta vastaavat sekä Lapin yliopisto (erityisesti Yhteiskuntatieteiden tiedekunta ja Avoin yliopisto) että Lapin ammattikorkeakoulu. Myös opiskelijat ovat näistä molemmista oppilaitoksista. Lisäksi Avoin yliopiston kautta myös muilla on mahdollista osallistua koulutukseen. Aiemmasta taustasta johtuen tällä hetkellä pääosa

opiskelijoista tulee Lapin yliopistosta, mutta tulevaisuudessa opintosuunnitelmien muuttuessa Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden osuus kasvanee.

Lapin korkeakoulukonsernin yrittäjyysopinnoissa on toteutettu yritysyhteistyötä esimerkiksi toimeksiantotyöskentelyn kautta. Toimeksiantotyöskentely on hyvä käytäntö edistää yhteistyötä ja siinä on potentiaalia eri osapuolten digiosaamisen kehittämiseen. Tästä johtuen toimeksiantotyöskentelyn menetelmää on hyvä kehittää ja systemaattisesti jalkauttaa osaksi opintoja.

## Hankkeen eteneminen

DYVA-hankkeessa on vastattu kohderyhmien, eli lappilaisten yrittäjien, yrittäjyysopiskelijoiden ja -opettajien sekä muiden yritystoimijoiden digiosaamisen sekä yhteistyön kehittämisen tarpeeseen seuraavien työpakettien mukaisesti:

1. Toiminnan käynnistyminen ja tausta-aineiston hankinta
2. Seminaarit ja työpajat
3. Nopeat kokeilut
4. Viestintä ja jalkauttaminen

### Toiminnan käynnistyminen ja tausta-aineiston hankinta

Hankkeessa muodostettiin kohderyhmien edustajista koostuva niin sanottu asiantuntijaryhmä ja johon hankkeen alussa sitoutettiin 23 yritystä. Hankkeen aikana sen toimintaan osallistuneiden kohderyhmän jäsenten kokoonpano on kuitenkin vaihdellut. Kaikkiaan hankkeen toiminnassa on ollut mukana noin 90 yrittäjää/yrityksen edustajaa, 50 opiskelijaa, 10 elinkeinojen kehittämisorganisaatioiden edustajaa ja 20 opetushenkilöstön edustajaa. Asiantuntijaryhmän toiminnassa ja yhteistyössä on tutustuttu digitalisaation ilmiöön ja kehitetty yrittäjyysopintoja uudistumiskykyiseksi, asiakaslähtöisesti ja tulevaisuuden tarpeita vastaavaksi niin, että opinnot tukevat ja laajentavat opiskelijoiden ymmärrystä ja osaamista liittyen liiketoiminnan kestävään kehitykseen uusimman tiedon ja teknologian tarjoamin mahdollisuuksin.

Hankehenkilöstö on kartoittanut yrittäjien digiosaamisen tarpeita ennen hankkeen käynnistymistä ja välittömästi käynnistymisen jälkeen sekä hankkeen toiminnan myötä. Tarpeita on kartoitettu tutustumalla tutkimus- ja muuhun kirjallisuuteen (mm. Tihinen & Kääriäinen 2016, Nikunen et al. 2017, European Court of Auditors 2019, Rosin et al 2020, Kraus et al 2019, Kuusisto et al 2020, Ratten & Usmanji 2020), ajankohtaiseen keskusteluun, aiempien hankkeiden antiin (mm. DigiStep) ja lisäksi hankkeen järjestämissä tilaisuuksissa kohderyhmien toiminnassa. Asiantuntijaryhmän jäsenille on laadittu ja lähetetty kaksi kyselyä 5.9.2019 ja 21.10.2020, joissa on tiedusteltu, mitä digitaalisia osaamistarpeita heillä on olemassa ja mitä näihin tarpeisiin liittyviä nopeita kokeiluita (toimeksiantoja) yrittäjillä on tarjottavana yrittäjyyttä ja liiketoimintaa opiskeleville opiskelijoille (*liite 1*). Hankkeen toimintaa on suunniteltu muun muassa kartoituksessa esiin nousseiden tarpeiden pohjalta.

Lappilaisten yritystoimijoiden digiosaamisen kehitystarpeita hankkeen tekemien kartoitusten mukaan:

- Tarve ymmärtää asiakaskeskeisyyttä digitalisaatiossa
- Tarve kehittää yrityskulttuuria joustavampaan ja kokeilevampaan suuntaan
- Tarve saada datan keräämiseen ja hyödyntämiseen liittyvää osaamista
- Tarve saada teknologisten sovellusten hankintaan, käyttöönottoon ja hyödyntämiseen liittyvää osaamista yritystoiminnassa ja opetuksessa
- Tarve saada yritysten käytössä olevat tai uudet tieto- ja toiminnanohjausjärjestelmät sekä teknologiat tukemaan aiempaa paremmin liiketoimintaa
- Tarve saada uusien digitaalisten palveluiden rakentamiseen liittyvää osaamista
- Tarve saada digimarkkinointiin liittyvää osaamista
- Lappilaisten yritysten ja oppilaitosten yhteistyö digitalisaatiossa
- Tarve saada ymmärrystä lappilaisen digitalisaation tulevaisuuden haasteista ja mahdollisuuksista
- Tarve lisätä osaamista verkkokaupan perustamiseen ja ylläpitämiseen

## Seminaarit ja työpajat

Hankkeessa kohderyhmien vuorovaikutuksellinen kehitystyö on tapahtunut seminaareissa ja työpajoissa, joissa digitalisaation haasteita on pohdittu ja täsmennetty yrittäjyysopintoihin siirrettäväksi. Hankkeen aikana on pidetty kahdeksan 30-40 osallistujan seminaaria, jotka ovat tuottaneet tietoa digitalisaation mahdollisuuksista liiketoiminnassa. Hankkeen aikana työpajoja on järjestetty seitsemän ja niissä on ollut keskimäärin 10-20 osallistujaa. Työpajoissa on arvioitu opetussisältöjä ja hankkeessa kehitettyä ja mallinnettua toimeksianto-oppimismenetelmää. Hankkeen järjestämät tilaisuudet on suunniteltu kohderyhmien tarpeiden mukaan ja niiden alustajiksi on tarpeen mukaan hankittu teemojen mukaisia kärkiasiantuntijoita Suomesta. Hankkeen aikana toteutettujen seminaarien ja työpajojen (luettelo alla) tarkemmat kuvaukset huomioineen löytyvät *liitteestä 2*.

5.11.2019 Digitaalisuus ja uusien palvelujen rakentaminen

3.12.2019 Digitaalisen liiketoiminnan palvelumuotoilu -työpaja

12.2.2020 Digitaalisuus ja asiakkuuksien hallinta -seminaari

23.4.2020 Digitalisaation mahdollisuudet liiketoiminnalle ja liiketoiminnan rahoitus pandemiassa

12.5.2020 Somemarkkinoinnin webinaari

17.6.2020 DYVA –hanke oli mukana Pk-yritysten vertaistuellalla tulevaisuuteen –hankkeen järjestämässä Uutta liiketoimintaa –mahdollisuuksien Afrikka –webinaarissa

15.9.2020 Uusi teknologia liiketoiminnassa ja opetuksessa seminaari ja työpaja

6.-7.10.2020 “ICT Meets the Arts” Hybridiseminaari järjestettiin yhteistyössä eri toimijoiden kanssa

5.11.2020 Digitalisaation tulevaisuuden haasteet ja mahdollisuudet –webinaari

30.11.2020 Virtuaaliympäristöt ja niiden mahdollisuudet –webinaari

11.12.2020 Yhteistyön uudet mahdollisuudet –webinaari järjestettiin yhteistyössä Business ladies ja Pk-yritysten vertaistuellalla tulevaisuuteen –hankkeiden kanssa

18.2.2021 Liiketoiminnan digikehittämisen tapausesimerkkejä -työpaja

27.5.2021 Bisnekset pelittämään! -webinaari

1.10.2021 LUC -yrittäjyysopintojen kehittämistyöpaja

28.10.2021 Digivaikuttajamarkkinointi -webinaari

DYVA-hankkeen toiminnassa tutustuttiin hankesuunnitelman mukaisesti virtuaalitodellisuuden ratkaisuihin. Hanke hankki ostopalveluna viiden kuukauden lisenssin virtuaaliseen työtilaan (Glue) ja sen kokeiluja varten 4 kpl Stand Alone -VR-laseja. Opiskelijaryhmät kokeilivat ja tutustuivat lasien ja työtilan käyttöön sekä suunnittelivat ja tekivät liiketoiminnan kehittämiseen liittyviä tehtäviä VR-ympäristössä joulukuussa 2019 sekä tammikuussa 2020. Myös asiantuntijaryhmäläiset kokeilivat laseja 12.2.2020 tilaisuudessa ja VR –teema oli esillä asiantuntijaryhmälle myös 15.9.20 ja 30.11.20 tilaisuuksissa. Yrittäjät pääsivät kokeilemaan laseja toisen hankkeen tapahtumassa (Lapin mikroyrittäjien kasvuverkosto) 19.2.2020.

VR-lasien käyttäjät kokivat virtuaalitekniikan mahdollistavan etätyöskentelyn ja -opiskelun ja tuovan lisäarvoa esimerkiksi pelkkään äänikommunikointiin verrattuna, kun osallistujat saadaan etänä “samaa tilaan”. Todentuntuisuus koettiin myös plussana. VR-tekniikan ajateltiin olevan vielä paljon hyödyntämättä ja uutuusarvo koettiin jännittävänä. Monet kokivatkin lasien käytön inspiroivana ja uskoivat niiden mahdollisuuksiin toiminnan kehittämisessä. Samalla, kun virtuaalitekniikkaa voidaan hyödyntää opetuksessa tuoreena ja hedelmällisenä oppimismenetelmänä, opiskelijat voivat tulla tutummaksi VR-tekniikan kanssa ajatellen sen hyödyntämistä liiketoiminnassa. Yrityksille VR-tekniikka avaa mahdollisuuksia edellä mainitun lisäksi esimerkiksi uudenlaisten virtuaalisten palveluiden kehittämiseen ja tarjoamiseen. Kokeiluissa aika meni tekniikkaan tutustuessa ja kun se tulee tutummaksi, voi sen mahdollisuuksia hyödyntää laajemmin.

Glue-VR-työtila koettiin kokeilijoiden keskuudessa myös inspiroivana ja uudenlaista työskentelyä ja ideointia mahdollistavana. Kokeilijat kokivat VR-teknologiaan tutustumisen tärkeäksi tulevaisuuden liiketoimintaosaamista ajatellen ja sen nähtiin täydentävän yrittäjyysopintoja. Moni näki siinä potentiaalia ja heillä oli halua tutustua teknologiaan lisää. Kritiikkiäkin nousi esiin ja koettiin, että teknologiassa ja sen käytettävyydessä on vielä kehitettävää. Järjestelmä on kömpelöähkö, lasien mukavuudessa on parannettavaa, osalle tuli käytön aikana pahoinvointia sekä muut virtuaalimaailmaan uppoutumisen mahdolliset haitat kuten se, että aitouden tunnetta kaivattiin lisää. Tietoturvallisuusasiat lisäksi mietityttivät kokeilijoita.

## Nopeat kokeilut

Keskeinen kohderyhmien yhteistyön ja digiosaamisen yhteiskehittämisen ja vertaisoppimisen muoto DYVA-hankkeessa on ollut niin sanotut nopeat kokeilut. Nopeat kokeilut ovat toimintaa, jossa opiskelijat työstävät yritysten aitoihin digitarpeisiin perustuvia liiketoiminnan kehittämisen tapausesimerkkejä oppimistehtävinään. Hankkeen aikana työstettiin 12 tapausesimerkkiä ja niitä käsiteltiin avoimesti hankkeiden järjestämissä tilaisuuksissa. Nopeiden kokeilujen kautta hankkeessa kehitettiin kohderyhmien digiosaamista ja yhteistyötä tukevaa ja vahvistavaa toimeksianto-oppimismenetelmän mallia yrittäjyys- ja muissa opinnoissa hyödynnettäväksi myös hankkeen jälkeen. Hankkeen aikana työstettyjen nopeiden kokeilujen (luettelo alla) kuvaukset ja niistä tehdyt huomiot löytyvät *liitteestä 3*.

- Verkkokaupan kehittelyyn liittyvät toimeksiannot, esim. Toimeksianto liittyen digitalisaation mahdollisuuksien pohtimiseen kampaamoyrittäjän toiminnanohjauksessa/asiakkuudenhallinnassa
- Virtuaaliseen kauppakeskukseen keskittyneet toimeksiannot
- Matkailualan digitaalisten asiakkuudenhallinnan järjestelmien hankintaan liittyvä kartoitustoimeksianto, Saamelaismuseum Siida
- Opiskelijamatkapaketin ja sen digitaalisen markkinoinnin suunnittelutoimeksianto (Visit Levi)
- Digitaalisen asiakaspolun suunnittelu potentiaalisille aurinkosähköpaneelien ostajille
- Toimeksianto digitaalisten alustojen mahdollisuuksista palvelumuotoilussa/ryhmätyöskentelyssä
- Verkkokurssin sisällöntuotto- ja markkinointisuunnitelma Lashlovers Oy:lle
- Digimarkkinointisuunnitelma Domretor Oy:lle
- Digitaalisten palveluiden hankinta ja sähköinen tarjousmenettely
- Online-tilanvarausjärjestelmän kehittämisen kartoitus (Seniortek Oy)

- Myynti- ja markkinointiorganisaatioiden verkkosivujen tarkastelu ja benchmarkkaus (Visit-organisaatiot)
- Vastuullisen vaatebrändin digimarkkinoinnin suunnittelu (Heideq)

## Viestintä ja jalkauttaminen

DYVA-hankkeen aikana Lapin korkeakoulukonsernissa on kehitetty yrittäjyysopintoja yliopiston ja ammattikorkeakoulun opiskelijoiden yhteiseksi opinnoiksi. Hanke on osallistunut kehitystyöhön opintojen menetelmällisen ja sisällöllisen kehityksen kautta. Hankkeen toiminnasta on koostettu aineistoa yrittäjyysopintojen kehittämisen tueksi.

Hankkeessa arviointi ja vuorovaikutteinen viestintä on ollut osa jatkuvaa oppimisprosessia kaikkien osallistujien kesken. Hanke on edennyt rinnakkain LUC-yrittäjyysopintojen suunnittelun ja toteutuksen kanssa, mikä on mahdollistanut hankkeen tulosten samanaikaisen jalkauttamisen (sisäinen viestintä).

Ulkoista viestintää on kohdistunut hankkeen kohderyhmille, yritysjärjestöille ja toisiin oppilaitoksiin. Viestintää ja hyvien käytäntöjen jalkauttamista varten hankkeessa on järjestetty osallistava aloitus-, väli- ja lopputapaaminen kohderyhmien edustajien kesken. Hankkeen toiminnassa tuloksia on tulkittu yhdessä sekä suunniteltu tarvittavia toimenpiteitä ja näin viestintä on ollut ajantasaisista. Jalkauttaminen on tapahtunut osana LUC –yrittäjyysopintojen kehittämisprosessia hankkeen toiminnassa. Tämä työ on aloitettu jo hankkeen suunnitteluvaiheessa.

Hankkeen toiminnassa on jaettu kokemuksia ja oppeja sekä kehitetty niitä. Korkeakoulukonsernin opetushenkilöstö (yliopisto ja ammattikorkeakoulu) on yhdessä keskustellut hankkeessa kehitetyn oppimismallin viemisestä käytäntöön ja yrittäjyysopintojen ajantasaisuuden ja systemaattisen kehittymisen huolehtimisesta tulevaisuudessakin. Hankkeessa kehitetty oppimismalli soveltuu hyödynnettäväksi oppilaitoksissa laajemminkin. Jatkuvuuden varmistamiseksi on keskusteltu mahdollisista vastuuhenkilöistä oppilaitosten ja yritysten välisen yhteistyön jatkumiseksi ja kehittymiseksi edelleen. Lisäksi keskusteluissa on suunniteltu toimenpiteitä opintokokonaisuuden jatkuvan parantamisen toteutumisesta ja tarvittavasta rahoituksesta.

## Hankkeen tulokset

DYVA-hanke on jo lyhyellä tähtäyksellä tuottanut digitaalisen osaamisen vahvistamista asiantuntijaryhmän ja muiden hankkeeseen osallistuneiden kohderyhmien edustajien (yrittäjät ja muut yritysten edustajat, elinkeinojen kehittäjät, opettajat ja opiskelijat) keskuudessa. DYVA-hankkeen oppimismalli perustuu hankkeeseen osallistuneiden toimintaan ja erityisesti yrittäjyysopetukseen suunnattuihin nopeisiin kokeiluihin. Nopeat kokeilut ovat edesauttaneet digiosaamista ja yhteistyötä vahvistavan toiminnan tuomista opetukseen ja yritystoimintaan. Lisäksi hankkeen järjestämät avoimet seminaarit ovat jakaneet hankkeen kohde- ja sidosryhmille tietoa digitalisaation mahdollisuuksista liiketoiminnassa ja opetuksessa.

Pitkän aikavälin tuloksena hankkeessa on kehitetty vuoropuheluun perustuva käytäntö (oppimismalli), jossa yritykset, kehittämissyhtiöt ja oppilaitokset vahvistavat toistensa digitaalista osaamista osana tavanomaista toimintaansa. DYVA-hankkeen oppimismalli toimii aloitteellisen suunnannäyttäjänä digitaalisuutta edistävälle yritysten ja oppilaitosten välisille nopeille kokeiluille. Hankkeen aikana tapahtunut oppimismallin jalkauttaminen Lapin yliopiston yrittäjyysopinnoista korkeakoulukonsernin yrittäjyysopintoihin ja myöhemmin muihin oppilaitoksiin edesauttaa muodostettavan oppimismallin laajempaa omaksumista.

DYVA-hanke on käynnistänyt Lapissa elinkeinoelämän ja yrittäjyysopetuksen välille vuoropuhelujen käytännön, jonka keskiössä ovat uusien innovaatioiden ja digitaalisten ratkaisujen samanaikainen omaksuminen niin liiketoiminnassa kuin yrittäjyysopetuksessa. Molemmissa on samankaltaiset haasteet pysyä ajan tasalla ja kyetä hyödyntämään uusimman teknologian tarjoamia mahdollisuuksia. DYVA-hankkeen aloittama nopeisiin kokeiluihin perustuva yritysten ja oppilaitosten välinen yhteiskehittäminen jää elämään myös hankkeen jälkeen, siitä aiheutuvien synergiaetujen vuoksi: DYVA hanke osoittaa tämänkaltaisesta yhteistyöstä aikaan saatavat hyödyt. Hankkeen toiminnassa mukana olleet useat yritykset ovat ilmaisseet kiinnostustaan yhteistyön jatkamiseen hankkeen jälkeen.

Toiminnan pysyvyyttä ja laajenemista tukee myös jo hankkeen aikana tapahtunut toiminnan laajeneminen ensimmäisenä toimintavuotena (2019) Lapin yliopiston yrittäjyysopinnoista seuraavana vuonna (2020) korkeakoulukonsernin yrittäjyysopintoihin. Hankkeen toiminnassa on ollut mukana oppilaitosten edustajia ja toimeksianto-oppimismenetelmästä viestittää myös muuten toisten oppilaitosten edustajille, millä tavoitellaan oppimismallin levittämistä vähitellen muihin oppilaitoksiin.

## Digiteemat, jotka ovat tärkeitä viedä opetukseen

Koska digitalisaatio vaikuttaa kaikkeen liiketoimintaan, on se myös yrittäjyysopinnoissa syytä huomioida osana kaikkia sisältöjä, ei ainoastaan yhtenä opintokokonaisuutena. Hankkeen toiminnassa on kerätty huomioita niistä digiosaamisen teemoista, jotka perustuvat

kohderyhmien tarpeisiin. Sen lisäksi, että havaittujen digitarpeiden pohjalta on suunniteltu ja toteutettu hankkeen toimintaa, samalla nämä ovat sellaisia teemoja, joita on hyvä käsitellä yrittäjyysopinnoissa jatkossa, jotta näihin teemoihin liittyvä osaaminen kehittyy. On kuitenkin huomioitava, että digitaalisuus muuttaa toimintaa jatkuvasti ja samalla tarpeet voivat muuttua nopeastikin, joten sisältöjä on arvioitava jatkuvasti. Lisäksi eri yrityksillä tarpeet painottuvat eri tavoin, riippuen siitä kuinka pitkällä yritys on digitalisaation hyödyntämisessä. Alla on lueteltu ne hankkeen aikana havaitut digiosaamisen tarpeet, joita yrittäjyysopinnoissa olisi syytä käsitellä, esimerkiksi tässä julkaisussa esiteltävän toimeksianto-oppimismenetelmän kautta, jotta yrittäjät ja opiskelijat saavat työelämässä tarvittavaa digiosaamista ja -ymmärrystä:



Kuva 1. DYVA-hankkeen huomioidut lappilaisten yritysten digitarpeista.

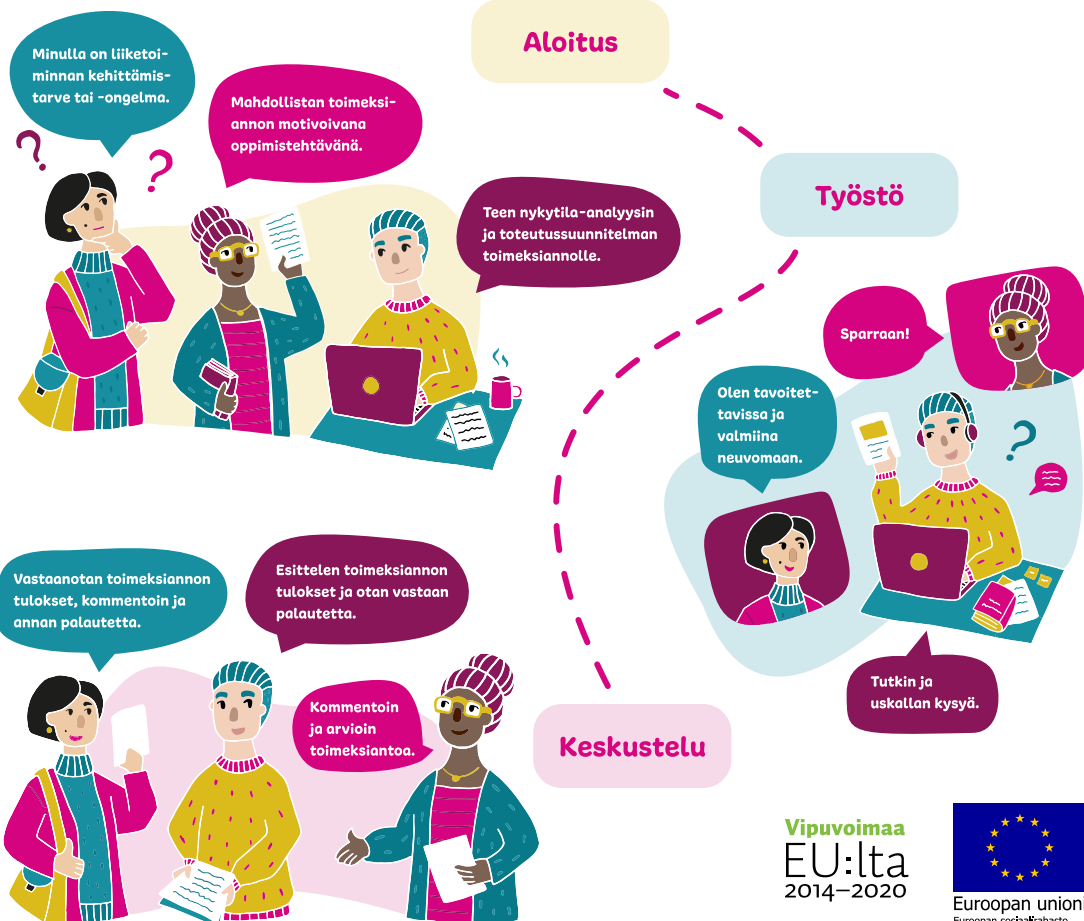
## DYVA toimeksianto-oppimismenetelmä

2019–2021  
**DYVA** DIGITAALISUUS  
 YRITTÄJYYSKOULUTUKSEN  
 VOIMAVARANA

### Toimeksianto-oppimismenetelmä

Oppimismenetelmä, jossa opiskelijat työstävät yritysten aitoja digikehittämishaasteita oppimistehtävinään.

#digiosaaminen  
 #työelämäyhteistyö  
 #vertaisoppiminen



Vipuvoimaa  
 EU:lta  
 2014–2020



Kuva 2. DYVA toimeksianto-oppimismalli.

DYVA-hankkeen toiminnassa kohderyhmien vuorovaikutuksessa nopeissa kokeiluissa on kehitetty ja mallinnettu toimeksianto-oppimismenetelmää, jonka tarkoituksena on osapuolten, eli lappilaisten yrittäjien ja muiden yritystoimen kehittäjien, yrittäjyysopiskelijoiden sekä -opettajien digiosaamisen ja yhteistyön vahvistaminen. DYVA-hankkeessa havaittuihin digiosaamisen tarpeisiin on pyritty vastaamaan jo hankkeen toteutuksen aikana toimeksianto-oppimismenetelmää mallintamalla ja tätä vuorovaikutuksellista oppimismenetelmää on tarkoitus hyödyntää jatkossakin kohderyhmien digiosaamisen ja yhteistyön edistämiseksi. Toimeksianto-oppimismenetelmä soveltuu erinomaisesti edellisessä luvussa esiteltujen hankkeen aikana keskeiseksi ymmärrettyjen digiteemojen käsittelyyn ja niihin liittyvän osaamisen kehittämiseen.

Toimeksianto-oppimismalli on oppimismenetelmä, jossa opiskelijat työstävät yritysten aitoja digikehittämishaasteita oppimistehtävinään. Oppimismallista ilmenee työskentelyn osapuolet, työskentelyn hyödyt osapuolille ja työskentelyn vaiheet. Oppimismallista tehdyllä visuaalisoinnilla levitetään, vakautetaan ja jalkautetaan toimintatapaa. Alla olevassa taulukossa avataan oppimismallia vaiheittain.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Yrittäjä/muu yritystoimen-kehittäjä</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Opiskelija/opiskelijat</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Opettaja</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>MOTIIVI</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Tarve saada ideoita, ajatuksia, tukea ja osaamista liiketoiminnan kehittämiseen                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Halu saada työelämävalmiuksia: kehittää osaamistaan ja luoda kontakteja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Tarve tukea ja edistää opiskelijoiden oppimista, osaamisen kehittymistä ja työelämävalmiuksia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>ALOITUS</b><br><br><b>Osapuolten kohtaaminen ja toimeksianton muodostaminen sellaiseksi, että se palvelee eri osapuolia tarkoituksenmukaisesti</b><br><br><b>Käytännön toteutuksesta sopiminen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tavoitteet</b></li> <li>• <b>Näkökulma</b></li> <li>• <b>Laajuus</b></li> <li>• <b>Aikataulu ja eteneminen</b></li> </ul> | <b>Liiketoiminnan kehittämistarve tai -ongelma</b><br><br><i>Antaa toimeksiantannon a) opiskelijalle b) opettajalle c) muulle nimetyille taholle/ yhdyshenkilölle tai alustalle</i><br><br><i>Yrityksen kehitystarpeiden tunnistaminen ja muotoilu toimeksiantonoksi:</i><br><i>Mikä on se asia/toiminto, johon kaivataan muutosta, ratkaisua ja/ tai parempaa toteutusta?</i> | <b>Nykytila-analyysi ja toteutussuunnitelma toimeksiannolle</b><br><br><i>Löytää toimeksiantajan a) opettajan esittelemistä vaihtoehdoista, b) olemalla itse yhteydessä yrityksiin, yhdistyksiin ja muihin organisaatioihin, tai c) käyttää toimeksiantotyöskentelyyn tarkoitettua alustaa, mikäli sellainen on tiedossa</i><br><br><i>Sopii toimeksiantotyöskentelystä toimeksiantajan ja vastaavan opettajan kanssa</i><br><br><i>Oman osaamisen ja kehitystarpeiden</i> | <b>Toimeksianto motivoivana oppimistehtävänä</b><br><br><i>Huomioi toimeksiannon tarpeen opetussuunnittelussa ja toimeksiantotyöskentelyn sopivuuskriteerit (Toimeksiannon sisällön vastaavuus kurssin teemaan, toimeksiannon laajuus suhteessa siihen varattuihin opintopisteisiin, haastavuus suhteessa opiskelijan osaamiseen, mahdollinen toimeksiannon jatkuminen toiselle kurssille)</i><br><br><i>Tiedottaa toimeksiantotyöskentelystä hyvissä ajoin eri osapuolille.</i><br><br><i>Voi kartoittaa ja kysellä sopivia toimeksiantajia ja</i> |

|                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Yhteydenpito</b></li> <li>• <b>Lopputulos</b></li> <li>• <b>Raportointi</b></li> <li>• <b>Esitysmuoto</b></li> </ul> |                                                                                                                                                                                                  | <p><i>tunnistaminen toimeksiannon muotoilussa tai valinnassa: onko toimeksianto sopivan haastava opiskelijalle ja tukeeko se hänen osaamisensa ja työelämävalmiuksiensa kehittämistä</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p><i>toimeksiantoja olemalla yhteyksissä kontakteihinsa, yrityksiin ja yhdistyksiin.</i></p> <p><i>Opettaja varmistaa, että toimeksianto tarkennetaan osapuolten kanssa vastaamaan laajuudeltaan ja sisällöltään kurssin ja osapuolten tarpeita.</i></p> <p><i>Toimeksiannon pitää muodostaa opiskelijalle/opiskelijatiimille houkutteleva haaste. Tässä vaiheessa kiinnitettävä huomioita toimeksiannon markkinointiin opiskelijoiden suuntaan (jos toimeksianto on opettajalta lähtöisin eikä opiskelijalta) Kehitystarpeiden tunnistamisessa ja toimeksiannon muotoilun tueksi opettaja voi ohjata osapuolet vastaamaan erilaisiin kysymyksiin/ tehtäviin (näitä löytyy valmiina-kin)</i></p> |
| <p><b>TOTEUTUS</b></p> <p><b>Toimeksiannon työprosessi</b></p>                                                                                                   | <p><b>Tavoitettavuus ja neuvontavalmius</b></p> <p><i>Yritys on prosessin aikana yhteydessä muihin osapuoliin antaakseen kommenttejaan, ajatuksiaan työn ohjaamiseksi haluttuun suuntaan</i></p> | <p><b>Tutki ja uskalla kysyä</b></p> <p><i>Tausta-aineistoon tutustuminen muodostaakseen kattavan kuvan toimeksiantajasta ja toimeksiannon aiheesta</i></p> <p><i>Toimintaympäristöön tutustuminen</i></p> <p><i>Tutkimustietoon ja -kirjallisuuteen tutustuminen</i></p> <p><i>Ideointi/ aivoriihi</i></p> <p><i>Benchmarkkaus: edelläkävijät, innovaatiot</i></p> <p><i>Sparraus, myös muiden opiskelijoiden kommentit</i></p> <p><i>Yhteydenpito yritykseen ja opettajaan</i></p> | <p><b>Sparraus</b></p> <p><i>Opettaja voi osoittaa opiskelijoille sopivia lähteitä</i></p> <p><i>Opettaja ohjeistaa opiskelijoita prosessin aikana sovitulla tavalla</i></p> <p><i>Järjestää mahdollisen välitapaamisen osapuolten kanssa</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>KESKUSTELU</b></p> <p><b>Työn esitys, keskustelu, vertaisoppiminen, arviointi, palautteenanto ja mahdollinen jatkoideointi</b></p> | <p><b>Toimeksiannon tulosten vastaanottaminen, kommentointi ja palaute</b></p> <p><i>Yrittäjä antaa palautteen työskentelystä ja saa myös itse palautetta muilta osapuolilta</i></p> <p><i>Jos esittelytilaisuudessa käsitellään useampia toimeksiantoja, yrittäjällä on mahdollisuus oppia muista toimeksiannoista</i></p> | <p><b>Toimeksiannon tulosten esittäminen ja palaute</b></p> <p><i>Opiskelija työstävää toimeksiannon esitettäväksi ja raportoitavaksi</i></p> <p><i>Opiskelija esittelee työn osapuolille, jolloin toimeksiannosta oppivat myös muut</i></p> <p><i>Opiskelija voi oppia myös toisten opiskelijoiden työstämistä toimeksiannoista</i></p> <p><i>Opiskelija saa palautetta työstä muilta osapuolilta ja antaa itse palautetta toisille osapuolille toimeksiantoprosessista</i></p> <p><i>Opiskelija arvioi omaa suoritustaan ja oppimistaan</i></p> | <p><b>Toimeksiannon kommentointi ja arviointi</b></p> <p><i>Varmistaa, että työ ja sen tulokset esitellään sovitulla tavalla</i></p> <p><i>Huolehtii esitystilaisuuden järjestämisestä. Esitystilaisuus on parhaallaan vertaisoppimisen tilanne, kun siinä käsitellään useita toimeksiantoja</i></p> <p><i>Antaa yleiset ohjeet esimerkiksi esityksen sisältöön, rakenteeseen ja aikaraamiin liittyen</i></p> <p><i>Esitystilaisuudessa osallistuu keskusteluun</i></p> <p><i>Opettaja huolehtii arvioinnista ja suorituserkinnöistä</i></p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Taulukko 2. DYVA toimeksianto-oppimismallin kuvaus

## Lopuksi



Kuva 3. Kokemuksia ja palautetta hankkeesta

Tässä julkaisussa olemme esitelleet DYVA-hankkeen taustaa, toteutusmuotoja ja tuloksia. DYVA-hanke on tehnyt yhdessä kohderyhmiensä kanssa työtä lappilaisen liiketoimintakentän digiosaamisen eteen luomalla ratkaisuja yrittäjyysopintojen sisällölliseen ja menetelmälliseen kehittämiseen. Hankkeessa on pohdittu tärkeitä digiosaamisen teemoja yrittäjyysopinnoissa käsiteltäväksi ja kehitetty vuorovaikutuksellista oppimismenetelmää näiden digiosaamisen taitojen harjoitteluksi ja yritystoimijoiden ja oppilaitosten välisen yhteistyön tukemiseksi. Hankkeen toiminta on tähännyhin siihen, että kohderyhmien digivalmiudet ja yhteistyön tekeminen jatkuu ja kehittyy myös hankkeen jälkeen.

Koronapandemia vaikutuksineen osui DYVA-hankkeen toteutusajalle. Pandemian aikana kohderyhmien sitoutuminen hankkeen toimintaan laski ja eri kohderyhmäläiset eivät osallistuneet etätapaamisiin toivottavan aktiivisesti, minkä vuoksi keskustelu tilaisuuksissa jäi välillä yksipuolisemmaksi. Alkuperäisessä hankkeen toimintaan sitoutetussa asiantuntijaryhmässä lukuisat henkilöt vaihtoivat toisiin tehtäviin tai esimerkiksi valmistuivat jättäytyen pois hankkeen toiminnasta. Näin ollen hankkeen tavoitteiden mukainen läpi hankkeen kulkeva asiantuntijaryhmän pitkäjänteinen vuorovaikutuksellinen kehitystyö liittyen digitaalisten oppimismenetelmien rakentamiseen, yrittäjien ja korkeakoulujen yhteistyön tiivistämiseen ja kohderyhmän elinikäisen oppimisen tarpeeseen vastaamiseen ei ollut erityisesti hankkeen toisena toimintavuotena mahdollisimman tehokasta. Samalla hankkeen merkitys ja ajankohtaisuus kuitenkin korostui entisestään, kun toimintaympäristön muutokset kasvattivat hankkeen kohderyhmien digiliiketoimintaosaamisen ja yhteistyön tarpeita. Myös Lapin yliopiston yt –

neuvottelut ja hankehenkilöstön vaihdokset odottamattomuudellaan vaikuttivat hankkeen toiminnan tehokkaaseen toteuttamiseen heikentävästi.

DYVA-hankkeen neljän kuukauden jatkoaika syksyllä 2021 mahdollisti tarkoituksenmukaisten tilaisuuksien huolellisen suunnittelemisen ja toteuttamisen. Jatkoajalla hankkeessa jatkettiin määrätietoista työskentelyä ja toimintaa tavoitteiden saavuttamiseksi ja tulosten jalkauttamiseksi. Kaiken kaikkiaan hankkeessa on edetty hankesuunnitelman mukaisesti, hankkeen tilaisuuksissa on ollut hyvin osallistujia ja hankkeessa on onnistuttu tekemään työtä yrittäjyysopintojen kehittämisen eteen.

Hankkeen toimintaa on sen toteuttamisen aikana kehitetty kohderyhmien tarpeiden mukaan. Palaute ja arviointi on kulkenut mukana osana hankkeen jatkuvaa toimintaa. Lisäksi hanke on kerännyt palautetta asiantuntijaryhmältä Webropol-kyselyllä syksyllä 2021. Tarkoituksena oli saada tietoa hankkeen viimeisten kuukausien toiminnan tehostamista varten ja lisäksi myös muita mahdollisia tulevia hankkeita varten. Kyselyllä haluttiin tavoittaa nekin henkilöt, jotka eivät olleet aktiivisesti osallistuneet hankkeen toimintaan, jotta saataisiin mahdollisesti arvokasta tietoa kohderyhmien sitoutumisesta toimintaan. Sitoutuminen vaikuttaa olevan haaste muissakin hankkeissa. Kyselyyn vastasi 12 henkilöä, joista suurin osa oli yrittäjiä ja muut opettajia tai koulutuksen suunnittelijoita, kunnan edustajia tai yrittäjäjärjestöistä. Vastausten mukaan hankkeen teemat on koettu hyödyllisiksi ja vastaajat ovat kokeneet hyötynensä hankkeesta. Tilaisuuksissa käydyt keskustelut ja verkostoituminen on koettu antoisiksi ja ymmärrys digitalisaatioilmiöstä on laajentunut. Vastaajien mielestä hankkeesta tiedottaminen on ollut onnistunutta ja merkittävin syy sille, miksei hankkeen tilaisuuksiin ole osallistuttu säännöllisesti, on ollut sopimattomat ajankohdat. Voi tietenkin olla, että ne henkilöt, jotka eivät ole kokeneet hanketta tarpeeksi hyödylliseksi itselleen, ovat myös jättäneet vastaamatta. Näkisimme, että sitoutuminen edellyttää sitoutujan vakuuttumista osallistumisen mukanaan tuomista hyödyistä ja siksi tähän tulee luonnollisesti kiinnittää paljon huomiota hankkeen markkinoinnissa, mutta myös sisällöissä. Kyselyssä kerättiin lisäksi kohderyhmien toiveita hanketilaisuuksien ajankohdista, toteutustavoista ja -muodoista. Näihin liittyviä vastauksia voi tarkastella *liitteestä 4*.

DYVA-hankkeessa on mallinnettu ja kehitetty toimeksianto-oppimismenetelmää, joka jää hankkeen jälkeen elämään muun muassa yrittäjyysopinnoissa. Toimintamallina toimeksianto-oppimismenetelmä on koettu erittäin mielekkäänä ja hyödyllisenä osapuolten keskuudessa, koska sen hyödyt ovat parhaimmillaan hyvin konkreettiset. Palautteen mukaan hankkeen järjestämään toimeksiantotyöskentelyyn osallistuminen ollut opiskelijan opintojen antoisin osuus ja saavutetusta osaamisesta on ollut hyötyä työelämässä. DYVA Nopeisiin kokeiluihin osallistuminen on toisen opiskelijan kohdalla johtanut jopa työllistymiseen. Yrittäjille työskentelyyn osallistuminen on antanut esimerkiksi uudenlaisia lähestymistapoja, ideoita ja ajatuksia liiketoimintansa kehittämiseen ja useat yrittäjät ovat tuoneet esiin halukkuutensa jatkaa yhteistyötä myös hankkeen jälkeen. Toimeksianto-oppimismallissa haasteena on sen vakiinnuttaminen käytäntöön ihmisten vaihtuessa. DYVA-hankkeessa vakiinnuttamista on tehty reaalijassaan hankkeen toimiessa tiiviissä yhteistyössä LUC-yrittäjyysopintojen toteuttamisen

kanssa. Lisäksi tulosten vakiinnuttamista on tehty pilotoimalla toimintaa osallistujien keskuudessa. DYVA-hankkeessa oppimismallista tehtiin visualisointi, joka edesauttaa oppimismallin markkinointia kohderyhmille ja levittämistä eri opintoihin ja oppilaitoksiin. Jatkossa toimeksi-antotyöskentelyn vakiinnuttamisen kannalta voi olla tarpeenmukaista kehitellä toimiva ja helppokäyttöinen digitaalinen alusta.

Hanke tarjosi monelle kohderyhmäläiselle ainutlaatuisen mahdollisuuden tutustua VR-lasien hyödyntämiseen liiketoiminnassa. Kokeilut herättivät paljon inspiroitunutta keskustelua VR-tekniikan vielä pitkälti hyödyntämättömästä potentiaalista. VR-Kokeiluja tullaan jatkamaan yrittäjyysopinnoissa hankkeen jälkeen. On tärkeää, että yrittäjyysopetuksen sisältöihin ja menetelmiin pyritään tuomaan uusimpia digitaalisia teknologioita jatkossakin.

Hanke on ollut myös hankehenkilöstölle antoisa ja kehittävä oppimismatka sekä tilaisuus laajentaa ymmärrystään digitalisaation mahdollisuuksista liiketoiminnassa ja yrittäjyysopinnoissa.

## Lähteet

Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry, Suomen yliopistojen rehtorineuvosto UNIFI ry: ja Suomen Yrittäjät ry (2018). Korkeakoulujen yrittäjyysuositukset.

Digiloikasta vauhtia uuteen kasvuun ja hyvinvointiin (2020). Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 2020:15.

European Court of Auditors (2020). Annual reports concerning the financial year 2019.

Huusko, M., Vettenniemi, J., Hievanen, R., Tuurnas, A., Hietala, R., Kolhinen, J. & Rusko-vaara, E. (2018). Yrittämään oppii yrittämällä: Yrittäjyys ammatillisessa koulutuksessa ja korkeakouluissa -arviointi. Kansallinen koulutuksen arviointikeskus KARVI.

Kraus, S., Roig-Tierno, N., & Bouncken, R. B. (2019). Digital innovation and venturing: an introduction into the digitalization of entrepreneurship.

Kuusisto, O., Kääriäinen, J., Hänninen, K., & Saarela, M. (2021). Towards a Micro-Enterprise-Focused Digital Maturity Framework. *International Journal of Innovation in the Digital Economy (IJIDE)*, 12(1), 72-85.

Lapin DigiStep -Hanke (2018). Lapin digitalisaatio. Tiekartta Lapin pk-yritysten digitalisaatioon.

Nikunen, T., Saarela, M., Oikarinen, E-L., Muhos, M., Isohella, L. (2017). Micro-Enterprises' Digital Marketing Tools for Building Customer Relationships. *Management* 12(2), 171-188.

Pekkala, J. (2013). Monikanavainen markkinointi & verkkokauppa lappilaisissa yrityksissä. Lapin yliopisto, Lapland Sales Academy.

Ratten, V. & Usmanji, P. (2020). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction?. *The International Journal of Management Education*.

Rosin, A. F., Proksch D., Stubner, S. & Pinkwart A. (2020). Digital new ventures: Assessing the benefits of digitalization in entrepreneurship. *Journal of Small Business Strategy*. 30(2)59-71.

Tihinen, M. (toim.), Kääriäinen, J. (toim.), Ailisto, H., Komi, M., Parviainen, P., Tanner, H., Tuikka, T., Valtanen, K., & et al. (2016). The Industrial Internet in Finland: on route to success? VTT Technical Research Centre of Finland. VTT Technology No. 278.

## Liitteet

Liite 1 Kartoituskyselyt asiantuntijaryhmän jäsenille

Liite 2 Seminaarit ja työpajat

Liite 3 Nopeat kokeilut

Liite 4 Palautekysely asiantuntijaryhmälle 2021

## Liite 1 Kartoituskyselyt asiantuntijaryhmälle

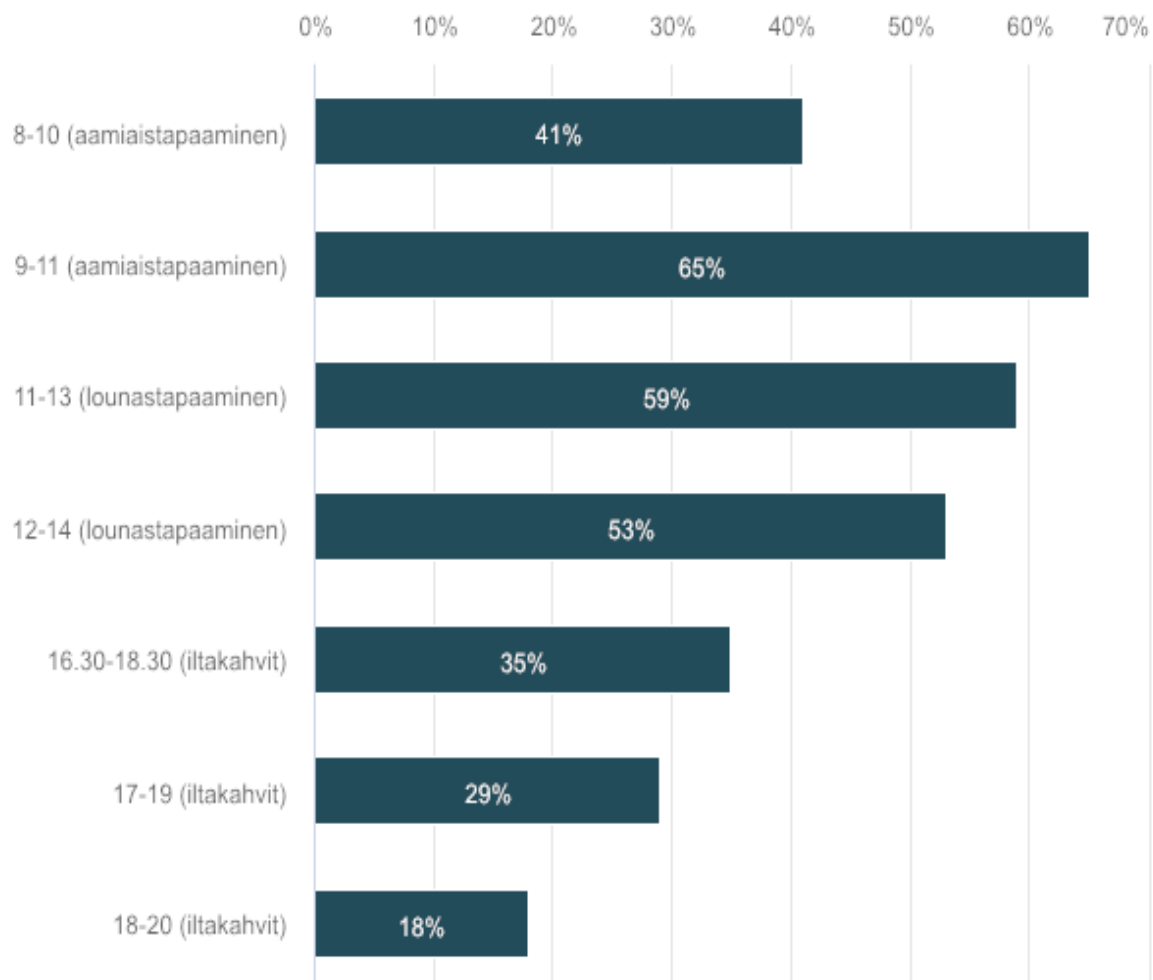
Kartoituskyselyt asiantuntijaryhmälle (5.9.2019 ja 21.10.2020)

**DYVA- kysely yrityksille 5.9.2019**

Vastaajien kokonaismäärä: 17

**1. DYVA -hankkeen toiminta perustuu pitkälti asiantuntijaryhmien tapaamisiin. Mikä/ mitkä seuraavista tapaamisajoista sopii teille? (Kokoontumisissa tarkastellaan osallistuvien yritysten digitaalisuushaasteita sekä ratkaisuja, joita näihin haasteisiin on kehitetty yrittäjyysopinnoissa sekä esim. kuullaan asiantuntijapuheenvuoroja digi-ratkaisuista, kuullaan ulkopuolisten yrityscasejen digi-ratkaisuja, etsitään laajempia oppimis- ja yhteistyömalleja yrittäjyysopetuksen ja elinkeinoelämän välisen yhteistyön tiivistämiseksi digitalisaation omaksumisessa)**

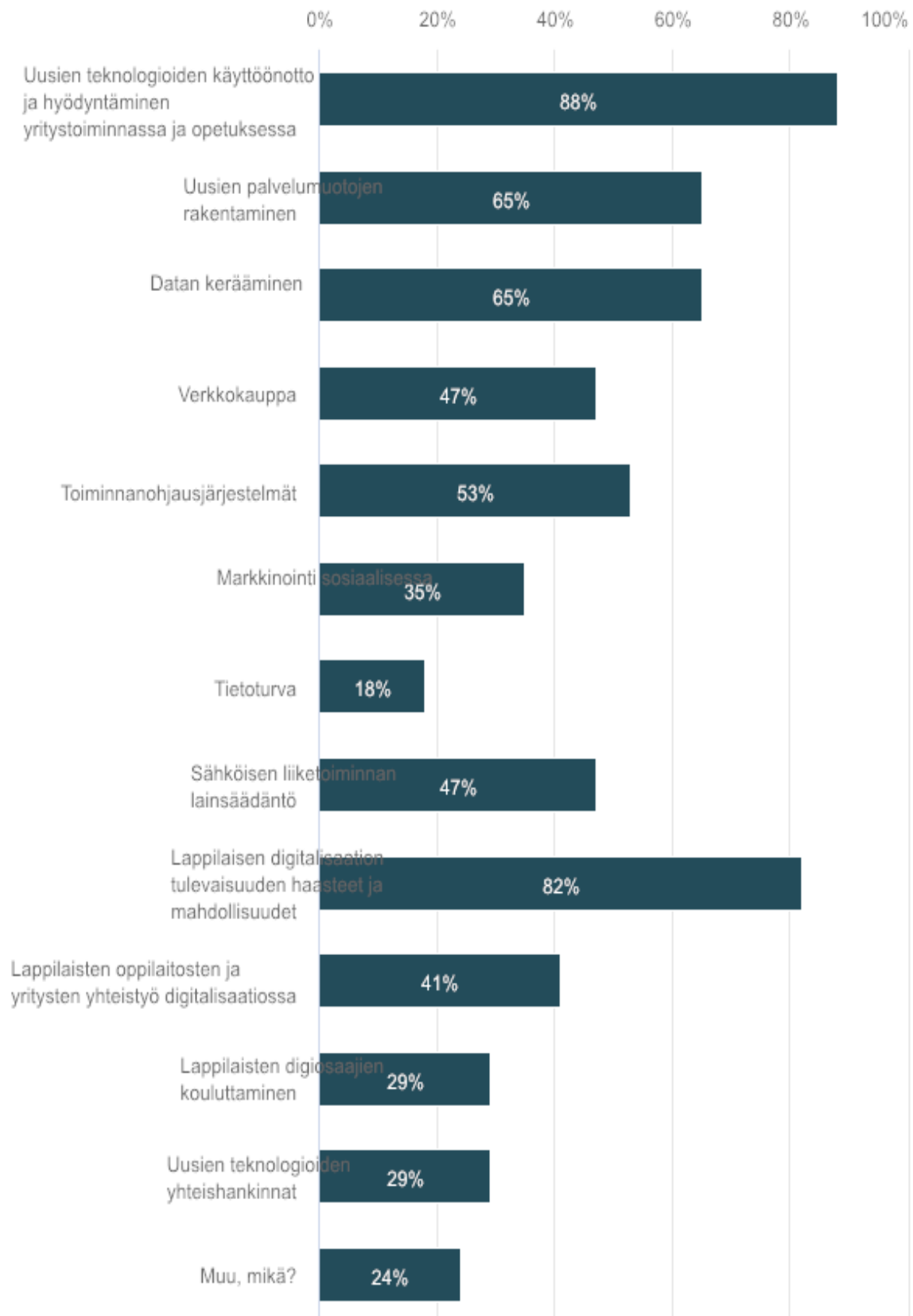
Vastaajien määrä: 17, valittujen vastausten lukumäärä: 51



|                          | n  | Prosentti |
|--------------------------|----|-----------|
| 8-10 (aamiaistapaaminen) | 7  | 41,2%     |
| 9-11 (aamiaistapaaminen) | 11 | 64,7%     |
| 11-13 (lounastapaaminen) | 10 | 58,8%     |
| 12-14 (lounastapaaminen) | 9  | 52,9%     |
| 16.30-18.30 (iltakahvit) | 6  | 35,3%     |
| 17-19 (iltakahvit)       | 5  | 29,4%     |
| 18-20 (iltakahvit)       | 3  | 17,6%     |

**2. Mitä seuraavista aiheista tulisi mielestänne käsitellä asiantuntijatapaamisissa? (Voitte valita useampia vaihtoehtoja)**

Vastaajien määrä: 17, valittujen vastausten lukumäärä: 106



|                                                                                           | n  | Pro-<br>sentti |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|----------------|
| Uusien teknologioiden käyttöönotto ja hyödyntäminen yritystoiminnassa ja ope-<br>tuksessa | 15 | 88,2%          |
| Uusien palvelumuotojen rakentaminen                                                       | 11 | 64,7%          |
| Datan kerääminen ja hyödyntäminen                                                         | 11 | 64,7%          |
| Verkkokauppa                                                                              | 8  | 47,1%          |
| Toiminnanohjausjärjestelmät                                                               | 9  | 52,9%          |
| Markkinointi sosiaalisessa mediassa                                                       | 6  | 35,3%          |
| Tietoturva                                                                                | 3  | 17,6%          |
| Sähköisen liiketoiminnan lainsäädäntö                                                     | 8  | 47,1%          |
| Lappilaisen digitalisaation tulevaisuuden haasteet ja mahdollisuudet                      | 14 | 82,4%          |
| Lappilaisten oppilaitosten ja yritysten yhteistyö digitalisaatiossa                       | 7  | 41,2%          |
| Lappilaisten digiosaajien kouluttaminen                                                   | 5  | 29,4%          |
| Uusien teknologioiden yhteishankinnat                                                     | 5  | 29,4%          |
| Muu, mikä?                                                                                | 4  | 23,5%          |

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

| Vastausvaihtoehdot | Teksti                                                    |
|--------------------|-----------------------------------------------------------|
| Muu, mikä?         | Asiakaskokemus ja asiakasdatan hallinta (CRM ja SCRM))    |
| Muu, mikä?         | Markkinoinnin automaatio                                  |
| Muu, mikä?         | Vaikuttajamarkkinoinnin hyödyntäminen somemarkkinoinnissa |
| Muu, mikä?         | erilaistensysteemien rajapinnat toimiviksi                |

**3. DYVA -hankkeessa on mahdollisuus antaa yritystoimeksiantoja opiskelijoiden ratkaistavaksi. Olisiko organisaatiollanne jokin toimeksianto tähän tarkoitukseen? Kuvailekaa tarkemmin mahdol-  
lista toimeksiantoanne tekstikenttään.**

Vastaajien määrä: 13

| Vastaukset                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Varmasti monenlaisiakin joko suoraan oman organisaation tai asiakasorganisaatioiden kautta. Mieleen tulee heti erilaisten järjestelmien ja järjestelmäperheiden selvittäminen sekä niihin mahdollisesti liittyvät integraatiot. Datan jalostuksen kehittäminen ja erilaiset simulaatiomallit.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Asiakkuuksien hallinnan moniulotteisuus ja hyödyntämisen mahdollisuudet lappilaisissa yrityksissä.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Ei ole tällä hetkellä.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Tällä hetkellä digitalisaatio markkinoinnissa ja myynnissä on niin valtavan laaja tarjonnaltaan että yrittäjänä on jo suuria haasteita poimia tarjonnasta itselle parhaiten sopivat tuotteet / toimijat. Sikäli jos asiaa on ymmärtänyt oikein, on mahdollista linkittää eri digitalisaation tuotteita toimimaan saumattomasti yhteen mutta se onkin jo iso haaste. Eli haaste opiskelijalle > Miten / millä tuotteilla meidän yrityksen kannattasi lähteä kehittämään digitali myyntiä ja markkinointia tulevaisuuden kärki tasolle. Kerätä yhteen vaihtoehdot ja raportoida ne yrityksen johdolle ja lopulta viedä kehitys projekti maaliin > Tulevaisuuden digitaalinen myynti ja markkinointi kanava meidän yritykselle. |
| Tässä vaiheessa ei ole toimeksiantoja annettavana. Niitä voi tulla myöhemmin.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Toiminnanohjausjärjestelmän kehittäminen, teknologian hyödyntäminen ja sen käytön järjeistäminen,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Sähköisen markkinoinnin kehittäminen ja sosiaalisen median hyödyntäminen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Verkkokaupan uudistaminen, ideat miltä sen tulisi näyttää                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Valitettavasti ei tässä vaiheessa. Voi tulla mahdolliseksi myöhemmin.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Verkkokaupan perustaminen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| SOME-mainonta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Markkinointi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Rahoitus                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Syksyn opiskelijamatkojen ohjelman (esim. golf-, ruska-, vaellus- tai revontuliteemalla) ja some-markkinointisuunnitelman tuottaminen yhdessä Visit Levin ja alueen toimijoiden kanssa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Organisaatiomme toiminta on murrosvaiheessa ja tällä hetkellä ennen sen uudelleenjärjestelyä potentiaalisia toimeksiantoja on vaikea hahmottaa. Uudelleenjärjestelyn toteuduttua tai kun tiedämme, miten tuleamme uudelleenjärjestäytymään, voimme ehkä palata asiaan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Teknologiaan liittyvät haasteet liittyvät usein käyttäjälähtöiseen muutosvastarintaan. Digitaalisten palveluiden ostaminen on suhteellisen helppoa uuden järjestelmän käyttöönottoon verrattuna.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

Kuinka yritykset saavat koko henkilöstön käyttämään uutta järjestelmää tehokkaasti ja niin kuin se on tarkoitettu? Entä uusien ominaisuuksien käyttö? Uskon, että tätä on tutkittu jonkin verran, mutta en ole vielä löytänyt helposti lähestyttävää materiaalia aiheeseen liittyen.

varausjärjestelmä, kassat ja laskutus/kirjanpito toimimaan yhdessä --> ehdotuksia kuinka se saadaan aikaiseksi

audioguide järjestelmä nettiin (suljettu järjestelmä? toimisi vain talossa sisällä)

#### 4. Muita mahdollisia toiveitanne/ ajatuksianne DYVA -hankkeeseen ja asiantuntijaryhmien toimintaan liittyen?

Vastaajien määrä: 7

##### Vastaukset

Opettajan näkökulmasta olisi hyvä saada näkemystä tulevaisuuden trendeistä. Toisaalta myös tietoa siitä, miten alan yrittäjät näkevät tulevaisuuden. Näitä asioita voidaan sitten viedä eteenpäin tulevaisuuden osajille.

Kiinnostaa digitaliset ratkaisut, joita on otettu käyttöön eri toimialojen yrityksissä ja joiden avulla on kehitetty uutta liiketoimintaa toiminnallisen tehokkuuden parantamisen lisäksi. Kiinnostaa mitattavissa olevat hyödyt ja konkreettiset tulokset.

Pidetään verkostoituminen muihin toimijoihin tärkeällä sijalla / jätetään sille tilaa.

Kokoukset mielellään iltapäivällä/illalla.

Opiskelijalähtöinen, yrittäjyyttä esille tuova yhdistys LES eli Lapland Entrepreneurship Society olisi myös kiinnostunut mahdollisesta yhteistyöstä.

Yrittäjien/käyttäjien kuuleminen säännöllisesti matkan varrella tärkeää lopputuloksen käyttökelpoisuuden kannalta.

Voisiko osa tapaamisista ainakin olla skype tmv yhteydellä?

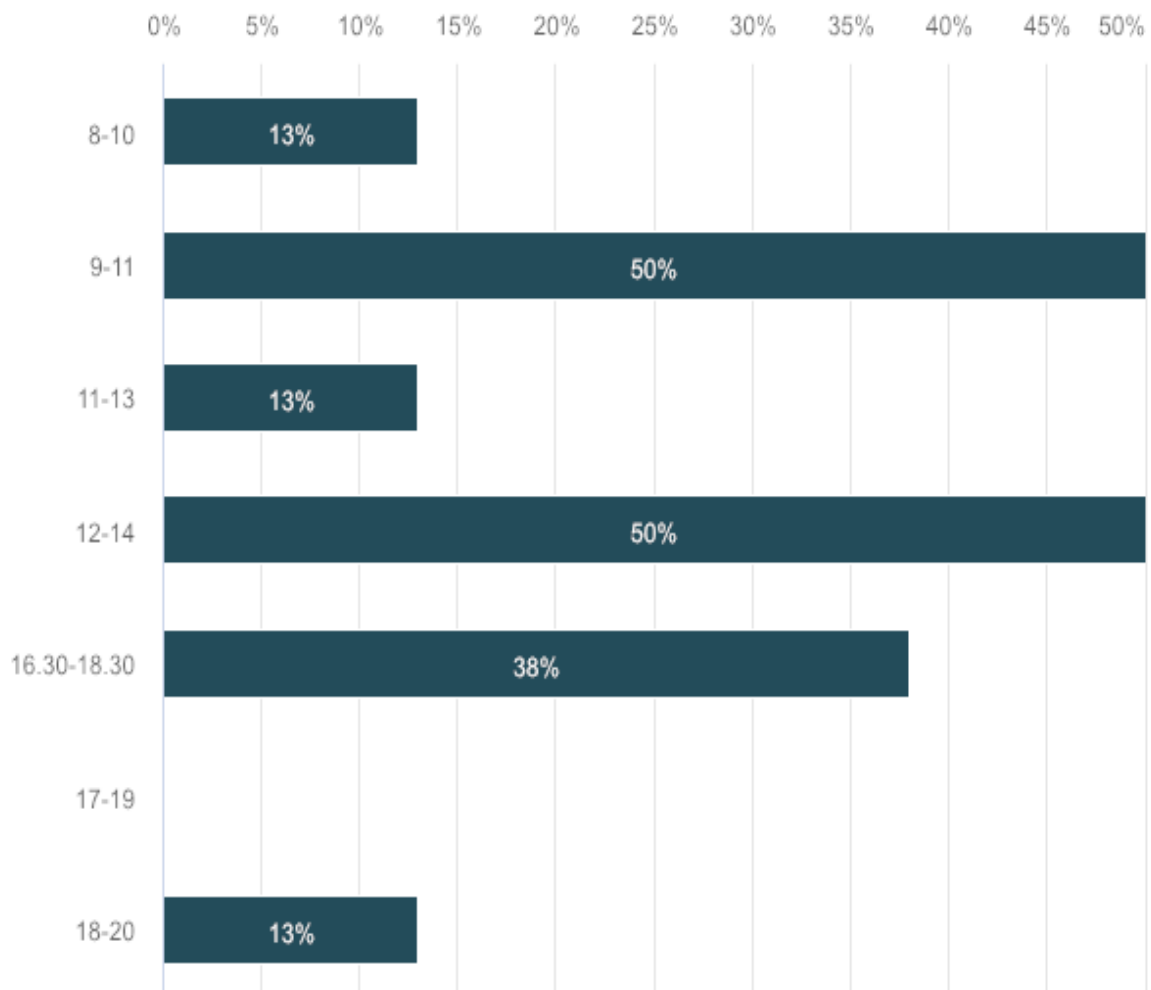
Olemme täällä melko kaukana ja kestävän kehityksen mukaista olisi käyttää tekniikkaa apuna matkustamisen minimoijana.

**DYVA- kysely yrityksille 21.10.2020**

Vastaajien kokonaismäärä: 8

**1. DYVA -hankkeen toiminta perustuu muun muassa asiantuntijaryhmien tapaamisiin. Vuosi sitten lähetimme vastaavanlaisen kyselyn asiantuntijaryhmälle. Covid-19 on muuttanut kokoontumiskäytäntöjä ja hankkeen järjestämät tapahtumat ja kokoontumiset ovat pääsääntöisesti verkossa, - esim. seuraava Digitalisaation tulevaisuuden haasteet ja mahdollisuudet - seminaari 5.11. 2020 - puhujana mm. Timo Savolainen, tietokirjailija, Senior Advisor, Sofigate - järjestetään klo 9:30-11:30 verkossa. Mikä/ mitkä seuraavista tapaamisajoista sopii teille etänä? (Kokoontumisissa tarkastellaan osallistuvien yritysten digitaalisuushaasteita sekä ratkaisuja, joita näihin haasteisiin on kehitetty yrittäjyysopinnoissa sekä esim. kuullaan asiantuntijapuheenvuoroja digi-ratkaisuista, kuullaan ulkopuolisten yrityscasejen digi-ratkaisuja, etsitään laajempia oppimis- ja yhteistyömahdollisuuksia yrittäjyysopetuksen ja elinkeinoelämän välisen yhteistyön tiivistämiseksi digitalisaation omaksumisessa)**

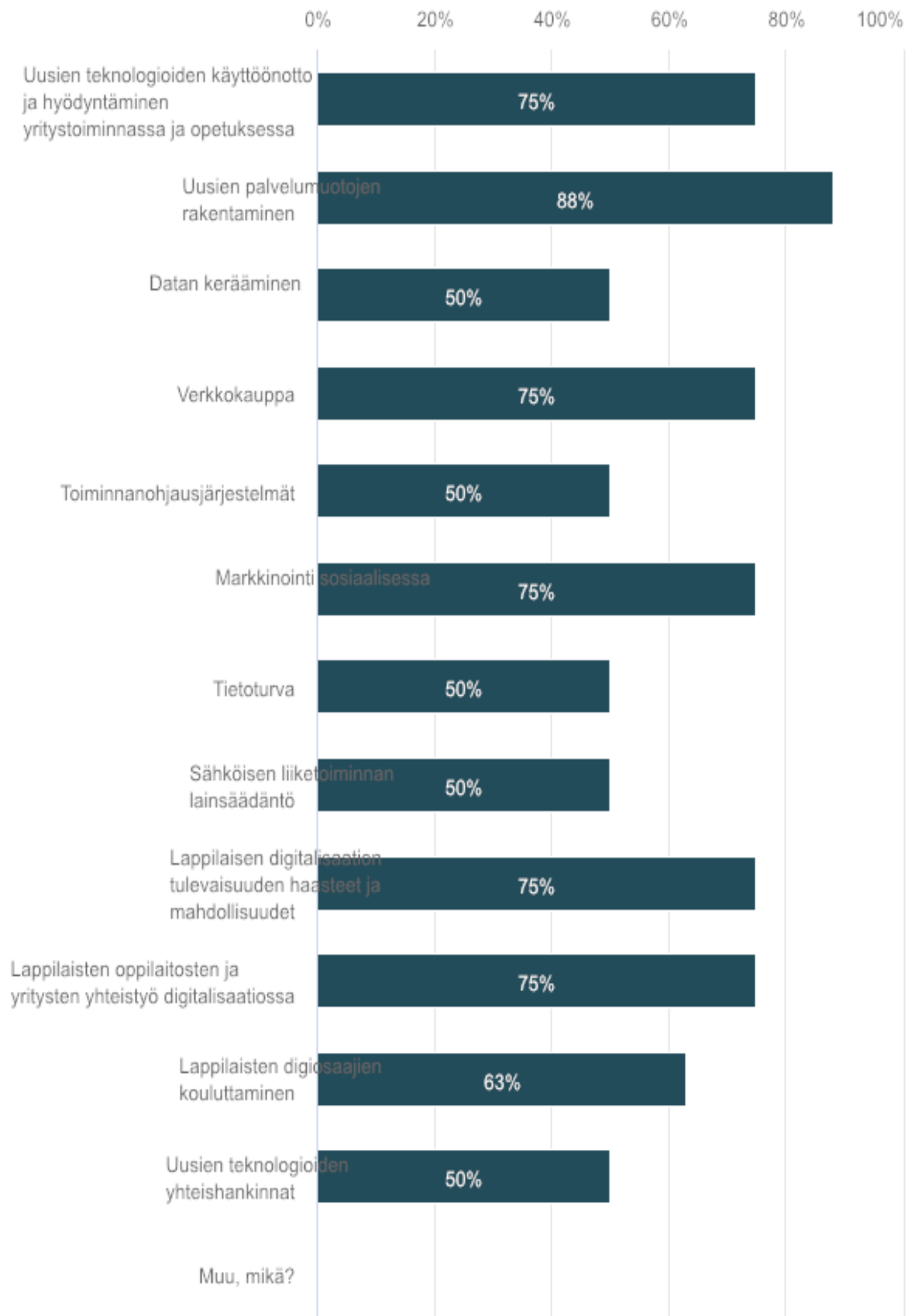
Vastaajien määrä: 8, valittujen vastausten lukumäärä: 14



|             | n | Prosentti |
|-------------|---|-----------|
| 8-10        | 1 | 12,5%     |
| 9-11        | 4 | 50,0%     |
| 11-13       | 1 | 12,5%     |
| 12-14       | 4 | 50,0%     |
| 16.30-18.30 | 3 | 37,5%     |
| 17-19       | 0 | 0,0%      |
| 18-20       | 1 | 12,5%     |

**2. Myös tiedon tarpeet ovat voineet muuttua. Mitä seuraavista aiheista tulisi mielestänne käsitellä asiantuntijatapaamisissa? (Voitte valita useampia vaihtoehtoja)**

Vastaajien määrä: 8, valittujen vastausten lukumäärä: 62



|                                                                                       | n | Pro-sentti |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---|------------|
| Uusien teknologioiden käyttöönotto ja hyödyntäminen yritystoiminnassa ja ope-tuksessa | 6 | 75,0%      |
| Uusien palvelumuotojen rakentaminen                                                   | 7 | 87,5%      |
| Datan kerääminen ja hyödyntäminen                                                     | 4 | 50,0%      |
| Verkkokauppa                                                                          | 6 | 75,0%      |
| Toiminnanohjausjärjestelmät                                                           | 4 | 50,0%      |
| Markkinointi sosiaalisessa mediassa                                                   | 6 | 75,0%      |
| Tietoturva                                                                            | 4 | 50,0%      |
| Sähköisen liiketoiminnan lainsäädäntö                                                 | 4 | 50,0%      |
| Lappilaisen digitalisaation tulevaisuuden haasteet ja mahdollisuudet                  | 6 | 75,0%      |
| Lappilaisten oppilaitosten ja yritysten yhteistyö digitalisaatiossa                   | 6 | 75,0%      |
| Lappilaisten digiosaajien kouluttaminen                                               | 5 | 62,5%      |
| Uusien teknologioiden yhteishankinnat                                                 | 4 | 50,0%      |
| Muu, mikä?                                                                            | 0 | 0,0%       |

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

| Vastausvaihtoehdot | Teksti |
|--------------------|--------|
|--------------------|--------|

**3. DYVA -hankkeessa on mahdollisuus antaa yritystoimeksiantoja opiskelijoiden ratkaistavaksi - myös varsin nopealla aikataululla. Olisiko organisaatiollanne jokin toimeksianto tähän tarkoitukseen? Kuvaile tarkemmin mahdollista toimeksiantoanne tekstikenttään.**

Vastaajien määrä: 8

| Vastaukset                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| tällä kertaa ei ole                                                                                                                                                                       |
| Verkkokauppa toimeksianto<br>Verkkokauppatavaratalo                                                                                                                                       |
| Toiminnaohjausjärjestelmä/verkkokauppa olisiko fare harbour meille hyvä?, some-kalenteri, nettisivujen optimointi, google suiteen käyttöönotto                                            |
| Meillä on suunnitteilla tarjouspyyntötutkimus verkkosivustojen uusimisesta. Tavoitteena on ymmärtää osaamisen ja hintatarjousten tasoa eri puolilla Suomea. Tarkoitus olisi pyytää isolta |

määrältä markkinointitoimistoja (isoja ja pieniä) kautta Suomen erittäin tarkasti määritelty tarjous verkkosivujen uusimisesta modernilla tavalla "taiteen sääntöjen mukaan", vaatimusmäärittelyyn pohjautuen.

Tarjouspyyntö rakennettaisiin meidän toimesta, opiskelijaa tarvittaisiin käsittelemään tarjouspyyntöihin liittyvät kysymykset, vetämään johtopäätelmät tarjouksista ja suosittelemaan parasta hinta-laatusuhdetta. Tässä olisi hieno mahdollisuus opiskelijalle käytännönläheiseksi lopputyön aiheeksi, kun nyt saamme asiakkaan kanssa varmistettua, että tähän pienimuotoiseen tutkimukseen todella ryhdytään (asiakas oli alustavasti kiinnostunut).

Minulla on patenttikirja: Lumen valmistaminen kesällä. Opiskelijat voisivat kysellä yritysten halukkuutta ja mahdollisuuksia lisenssin hankkimisesta innovaation hyödyntämiseen. Innovaation kautta avautuu mahdollisuus olla tekemässä lunta Pekingin Talviolympialaisissa 2022. Finnveran Risto Koskiniemi kertoi että laitteistolla voisi tehdä Kiinassa lunta niin paljon kuin ehtii.

<https://patent.prh.fi/patinfo/Tiedot.asp?NroParam=20185182&NID=&offset=&Inx=>

Minulla on patenttikirja innovaatiosta: Menetelmä ja järjestelmä keinolumen valmistamiseksi. Patentti FI 128600 B. 31.08.2020.

<https://patent.prh.fi/patinfo/Tiedot.asp?NroParam=20185182&NID=&offset=&Inx=>

Opiskelijat voisivat toimeksiantona selvittää rahoituksen saamisen em. innovaation tekniseen toteuttamiseen. Rahoitustarve on noin 350 000 - 500 000 €. Lisäksi lumentuotantovaiheessa tarvittaisiin ammattitaitosta työvoimaa noin 20 henkilöä.

Lisäksi opiskelijat voisivat tiedustella yritykseni, Arctic Snowmen Oy mahdollisuutta eri toimijoilta osallistua "ilmastotalkoisiin" asentamalla erilaisia lämpöpumppuja mm. vesi-ilma -lämpöpumput, maalämpöpumput, ilmalämpöpumput, hybridijärjestelmät. Minulla on kylmäluvat ja olen työskennellyt lämpöpumppujen parissa vuodesta 1984 lähtien. Olen mm. mitoittanut erilaisia lämpöpumppuja eri toimijoille v 2008 alkaen yli 5000 kpl mitoitus-tehoja 25 kW .... 1000 kW Suomeen, Baltiaan, Saksaan, Puolaan jne. Lisäksi viime kesänä ilmeni tarvetta lisätyövoimalle kun asensin "etätyöpisteisiin" eli koteihin jäädytyslaitteita eli ilmalämpöpumppuja. Niitä olisin saanut pääkaupunkiseudulla asentaa niin paljon kuin olisin ehtinyt, mutta en mistään saanut huolelliseen työskentelyyn valmiuksia omaavia kylmäasentajia. Ihmisten koteihin en suvaitse asennettavan laitteita "miten sattuu". Siisti työn jälki tuo lisää tilauksia. Niitä saa tehdä taas ensi kesänä. Ja nyt voi kaupata öljylaitteistojen tilalle vesi-ilma -lämpöpumppuja.

Ei tule mieleen äkkipäätä, pitää miettiä ja palata asiaan, mitä voisi ilmetä.

Eipä ole.

**4. Muita mahdollisia toiveitanne/ ajatuksianne DYVA -hankkeeseen ja asiantuntijaryhmien toimintaan liittyen?**

Vastaajien määrä: 4

| Vastaukset                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Olisi mukava oppia tuntemaan ryhmässä olevia muita asiantuntijoita tarkemmin. Itse olen ollut estynyt tulemaan paikan päälle Rovaniemelle, mutta varmasti muuten olisi mahdollista tutustua verkostoitumismielessäkin. |
| Poikani puoliso työskentelee tällä hetkellä etänä Rovaniemeltä palvellen Nordean suurasiakkaita. Voisiko hän halutessaan olla mukana?                                                                                  |
| tähän asti ollut mielenkiintoisia aiheita ja niiden käsittelyjä                                                                                                                                                        |
| Jos opastaminen Fb-markkinointiin on maksutonta, niin olen kiinnostunut. Jos maksullista, en ole kiinnostunut.                                                                                                         |

## Liite 2 Seminaarit ja työpajat

Hankkeen seminaarit ja työpajat vuosien 2019-2021 aikana:

### 5.11.2019 Digitaalisuus ja uusien palvelujen rakentaminen

Tilaisuus toimi sekä hankkeen aloitustapaamisena että ensimmäisenä asiantuntijaryhmän seminaarina ja siinä keskusteltiin hankkeen tulevasta toiminnasta ja kohderyhmäläisten digitarpeista. Tilaisuuteen hankittiin asiantuntemusta digiliiketoiminnan muotoilun ammattilaiselta Saija Viitalalta. Tilaisuus johdatti yritystoimijoiden digiosaamisen kehittämisen teemaan sekä tuotti tietoa asiakaslähtöisyydestä ja sen merkityksestä digitalisaatiossa.

Tilaisuuden tuloksena muodostui käsityksiä digitaalisten palveluiden rakentamisesta asiakaslähtöisyyden ehdoin. Tilaisuudessa esiin tulleita huomioita kohderyhmille liiketoiminnan kehittämistä varten ja yrittäjyysopintoihin opetusharjoitusten sisällöiksi:

Kehityksen esteenä on usein se, että yritys ei todella ymmärrä asiakkaan tarpeita ja toiveita, koska yritys ei esimerkiksi ole kehittänyt toimintaa ja testannut palveluita yhdessä asiakkaiden kanssa, joten:

Tieto on valtaa, tutki asiakasta --> Asiakasdatan hyödyntämisen harjoittelemineen

Asiakas haluaa suosituksia ja kustomointia, tekoälyä tuntee asiakkaan --> Tekoälyn toimintaan ja hyödyntämiseen tutustuminen

Asiakkaat haluavat nähdä, mitä muut ovat mieltä ja kertoa myös oman mielipiteensä --> Tutustutaan läpinäkyvien asiakasarviointien toteuttamisen tapoihin osana digitaalista markkinointia

Asiakkaalle kustomointiin tutustuminen

Dynaamiseen hinnoitteluun tutustuminen

Digitaalista palvelua vaikeuttavien "siilojen" tunnistaminen ja poistaminen, jotta palvelupolku on asiakkaalle mahdollisimman helppo ja mutkaton.

Asiakaskeskeisyyden "huoneentauluksi":

Tutki asiakasta

Asetu asiakkaan asemaan

Kehitä yhdessä asiakkaiden kanssa

Testaa ideoita varhain ja jatkokehitä

Tilaisuudesta edettiin joulukuun palvelumuotoilun työpajaan, jossa edellä mainitun tiedon kautta lähdettiin asiantuntijaryhmän kanssa palvelumuotoilun menetelmin ja digityökaluin tekemään erilaisia liiketoiminnan kehittämisharjoituksia.

### 3.12.2019 Digitaalisen liiketoiminnan palvelumuotoilu -työpaja

Tämä oli asiantuntijaryhmälle järjestetty ensimmäinen DYVA –hankkeen työpaja, jossa testattiin palvelumuotoilun periaatteiden mukaisia oppimis- ja kehittämismenetelmiä ja digitaalisia työkaluja asiantuntijaryhmän digitalisaation liittyvien haasteiden työstämisessä. Tilaisuuteen hankittiin palvelumuotoilun ja digiliiketoiminnan kehittämisen asiantuntijan Simo Rontin osaamista.

Tilaisuuden alkuun kerrattiin digiliiketoiminnan kehittämisen "to do" -listaa, joka auttaa kohderyhmäläisiä kehittämään menestyvää digiliiketoimintaa asiakaslähtöisyyden ehdoin. Nämä asiat oppimisharjoituksiin yhdistettynä kehittävät myös yrittäjyysopiskelijoiden ymmärrystä ja osaamista asiakaslähtöisyydestä ja menestyvästä digiliiketoiminnasta:

Ymmärrä asiakasta

Mitä pyrkii saamaan aikaseksi tai tehdyksi? Miten tarjoamme tätä edistävän vaihtoehdon?

Mitä hyötyä asiakas tavoittelee? Miten maksimoimme tämän?

Mitä haluaa välttää? Miten minimoimme tämän?

“Suunnittele ensin verbit, sitten subjektiivit”

Ei teknologia, vaan asiakkaan tavoite edellä: “ensin tavoite, sitten digitaalinen ratkaisu”

Hyödynnä myös ulkopuolista näkökulmaa ja testaa palvelupolku itsekin

Testaa ketterästi ja benchmarkkaa

Konkretisoi jo vajailla tiedoilla

Benchmarkkaa ja testaa lähimmällä jo olemassa olevalla ratkaisulla

Julkaise “Minimum Viable Product” -versio ja valjasta se palautteen/ datan keruuseen

Helpota ostamista

Paketoiki kokonaisuuksia asiakkaan kannalta houkutteleviksi kokonaisuuksiksi

Poista riskin tunne

Minimoi digitaalisen ostopolun vaiheet

Hoida poikkeustilanteet

Tunnista tyypillisimmät poikkeustilanteet

Asiakkaan toiminnassa

Henkilökunnan toiminnassa

Teknologian toiminnassa

Tarjota asiakkaalle mahdollisuus edetä tavoitettaan kohti myös poikkeustilanteessa

Hyvitä ja kompensoi --> Muuta arvostelija suosittelijaksi, tarjota “vau” -elämys

Aloituksen jälkeen tilaisuudessa siirryttiin työskentelemään seuraavilla palvelumuotoilun periaatteiden mukaisilla menetelmillä ja vaiheilla, joiden avulla pohditaan ja täsmennetään liiketoiminnan digitaalisen kehittämisen tarpeita jatkotyöstämistä varten. Tilaisuus viritti yrittäjien keskuudessa ajatuksia mahdollisista toimeksiannoista DYVA-hankkeelle ja yrittäjäyyskoulutukseen, mikä lopulta tuotti uusia yritysten tarjoamia digitaalisuuteen liittyviä toimeksiantoja, joita myös osin toteutettiin. Yleisemmin työpajassa käytiin läpi yritysten ja yrittäjäyyskoulutuksen välisen yhteistyön erilaisia polkuja sekä pohdintoja yhteistyön tiivistämismahdollisuuksista.

### 12.2.2020 Digitaalisuus ja asiakkuuksien hallinta -seminaari

Tilaisuuden tarkoituksena oli tuottaa tietoa ja osaamista digitaalisten palveluiden mahdollisuuksista liiketoiminnassa, erityisenä fokuksena oli asiantuntijaryhmän tarpeiden mukaisesta asiakkuuden hallinnan järjestelmien hyödyntäminen liiketoiminnassa. Seminaarissa asiantuntijana toimi Kirsi Mikola.

Tilaisuuden huomioita:

Asiakkuuden hallinta eli CRM käsittää:

Asiakastietojen hallinnan: keruu, tallennus ja säilyttäminen, hyödyntäminen

Asiakassuhteiden hallinnan: BtoB ja BtoC toiminta

Asiakkuuden hallinta voidaan jakaa operatiiviseen ja analyttiseen

Asiakkuuden hallinnan digitaaliset järjestelmät sisältävät usein pienimuotoisen operatiivisen ja analyttisen CRM -ympäristön

Asiakkuuden hallinnassa tulee ensin muodostaa vahva ymmärrys ja kokonaiskuva yrityksen toiminnasta, "digitaalisen ekosysteemin" hahmotus, jotta voidaan valita yrityksen tarpeita parhaiten palvelevat järjestelmät.

Seminaarin tietoa asiakkuuden hallinnan järjestelmien mahdollisuuksiin liittyen hyödynnettiin hankkeessa toteutetussa nopeassa kokeilussa, jossa asiantuntijaryhmän jäseniä osallistui pohtimaan ja kartoittamaan matkailualan yrityksen digitaalisen asiakkuuden hallinnan järjestämistä.

### 23.4.2020 Digitalisaation mahdollisuudet liiketoiminnalle ja liiketoiminnan rahoitus pandemiassa

Webinaarilla haluttiin reagoida nopeasti DYVA –hankkeen puolesta yritysten muuttuneisiin tarpeisiin toimintaympäristön dramaattisessa muutoksessa pandemiassa. Tämä oli samalla ensimmäinen DYVA-hankkeen tarjoama tapahtuma, joka toteutettiin pelkästään digitaalisilla etäratkaisuilla. Tilaisuus tuotti tietoa siitä, mitä mahdollisuuksia digitalisaatio voi tarjota yllättävissä toimintaympäristön muutoksissa ja miten digitaalisia ratkaisuja voidaan rahoittaa. Lapin yrittäjien Mona Kajander puhui digitaalisten viestintäkanavien hyödyntämisestä kriisin aikana, Matti Vatasen (Lapin amk) puheenaiheena oli yritysten teknologisten haasteiden ratkaiseminen ja prototyyppien tekeminen nopeasti ja

joustavasti. Business Rovaniemen Merja Majanen kertoi puolestaan koronakriisin rahoitusmahdollisuuksista.

#### 12.5.2020 Somemarkkinoinnin webinaari

Tilaisuus tarjosi uusinta tietoa digitaalisesta markkinoinnista ja erityisesti Some-markkinoinnista hankkeen kohderyhmille. Teema oli erityisen tärkeä sellaisille lappilaisille yrittäjille, joiden myynti on tapahtunut merkittävästi messujen ja muiden tapahtumien yhteydessä. Koronan myötä yrittäjien huomio on muutoinkin siirtynyt sähköisiin kanaviin ja someviestintään myyntikanavana, mutta myös digitaalisia maksullisia palveluita kehitettäessä.

Tilaisuudessa käsiteltiin muun muassa seuraavia somemarkkinoinnin osa-alueita:

Someviestinnän perusteet

Asiakkaat huomion keskipisteenä

REANE -malli: digimarkkinoinnin kokonaisuuden haltuunotto

Eri kanavien tunteminen ja valitseminen.

Eri kanavien työkalujen haltuunotto ja hyödyntäminen

Mietityn viestin välittäminen

Henkilöbrändin rakentaminen sosiaalisessa mediassa (social selling)

Tavoitteellinen toiminta ja onnistumisen mittaaminen

#### 17.6.2020 DYVA –hanke oli mukana Pk-yritysten vertaistuellla tulevaisuuteen –hankkeen järjestämässä Uutta liiketoimintaa –mahdollisuuksien Afrikka –webinaarissa

Tilaisuus tuotti tietoa teknologisista innovaatioista ja yhteiskehittämisestä käyttämällä esimerkkinä sitä, miten digitalisaatiota on hyödynnetty Afrikkaan suuntautuvassa liiketoiminnassa. Tilaisuus oli myös verkostoitumistilaisuus, jossa tarjottiin tietoa mahdollisuuksista, mutta myös varteenotettavista uhista, jotka liittyvät uuden teknologian vientiin ja siihen kytkeytyvään yhteistyöhön uusilla kaukaisemmilla markkina-alueilla. Osallistujina ja puhujina oli sellaisia toimijoita, jotka pyrkivät osallistamaan edistämään yliopistollisia yrittäjyysopintoja Afrikassa sekä etsimään yhteistyömahdollisuuksia suomalaisen ja afrikkalaisen yliopistollisen yrittäjyyskoulutuksen välille myös toimeksiantojen muodossa.

Tilaisuudessa käsiteltyjä asioita oli muun muassa:

Innovointi yritystoiminnassa

Liiketoiminnan yhteiskehittäminen sekä sen hyödyt ja uhat

Kansainvälisen yliopistotasaisen yrittäjyysopetusyhteistyön mahdollisuudet

#### 15.9.2020 Uusi teknologia liiketoiminnassa ja opetuksessa seminaari ja työpaja

Tilaisuudessa esiteltiin sosiaalisen median ja virtuaalitodellisuuden opetuskäytön lisäksi nopeita keinoita sekä yleisesti että kahden esimerkkinä olleen opiskelijatoimeksiannon avulla. Samoin tapahtumassa esiteltiin työpajamaisesti digitaalisen palvelumuotoilualustan käyttömahdollisuuksia.

#### 6.-7.10.2020 "ICT Meets the Arts" Hybridiseminaari järjestettiin yhteistyössä eri toimijoiden kanssa

Tilaisuus tuotti tietoa digitalisaation kokonaisvaltaisesta kietoutumisesta liiketoimintaan ja sen eri osa-alueisiin. Seminaarissa oli mukana puhujina Arman Alizad, Mikko Hyppönen, Paula Ylisassi ja Sani Leino.

Puheenvuorot tuottivat tietoa muun muassa:

Digiliiketoiminnan tietoturvallisuudesta ja kyberhyökkäyksistä

Myynnin ja markkinoinnin automaatiosta

Digitaalisesta myynnistä ja markkinoinnista oman henkilöbrändin ja aktiivisen toiminnan kautta, eli social selling:stä

Tekoälyn mahdollisuuksista liiketoiminnassa

Inhimillisyydestä digiliiketoiminnan aikakaudella

#### 5.11.2020 Digitalisaation tulevaisuuden haasteet ja mahdollisuudet –webinaari

Tähän hankkeen webinaariin hankittiin Timo Savolaisen asiantuntemusta. Hänen ajankohtainen puheenvuoronsa koski digitalisaation muutosta ja sen tuottamia haasteita ja mahdollisuuksia yrittäjyyteen eri toimialoilla. Hän toi esiin digitalisaation yhä kiihtyvää muutostahtia.

Tilaisuudessa esiteltiin bisnesteknologiamallia (btmalli.fi), avointa johtamisen viitekehystä, jolla teknologian johtaminen voidaan organisoida ja koordinoita yrityslajuisesti. Bisnesteknologiamalli voi auttaa varmistamaan teknologian optimaalisen käytön yrityksessä siten, että asiakkaiden tarpeiden ja odotusten täytyminen on toiminnan keskiössä.

#### 30.11.2020 Virtuaaliympäristöt ja niiden mahdollisuudet –webinaari

Webinaarin aiheena oli virtuaalinen todellisuus liiketoiminnassa: haasteet, mahdollisuudet ja konkreettinen kaupallinen hyödyntäminen. Lisäksi tilaisuudessa käsiteltiin virtuaalisen todellisuuden hyödyntämistä oppimismenetelmänä. Tilaisuus tuotti tietoa siitä, kuinka virtuaaliympäristöjä voidaan hyödyntää ja on jo hyödynnetty liiketoiminnassa. Tällä kertaa painopistealueena oli erityisesti matkailutoimiala. Esimerkkeinä tutustuttiin Husky-tilan videopohjaiseen päiväkirjaan sekä matkailun portaaliin, jonka kautta voi varata niin reaali maailmassa kuin virtuaalisesti videopohjaisia matkailu- ja elämyspalveluita Lappiin. Webinaarissa tuli ilmi virtuaalisten palveluiden ansaintamallin haasteellisuus.

#### 11.12.2020 Yhteistyön uudet mahdollisuudet –webinaari järjestettiin yhteistyössä Business ladies ja Pk-yritysten vertaistuellla tulevaisuuteen –hankkeiden kanssa

Tilaisuudessa haluttiin tuoda yhteen eri hankkeiden toimijoita verkostoitumaan ja ajatusten vaihtoon. Osallistujina oli myös lapissa toimivia maahanmuuttajayrittäjiä. Esille nousseita teemoja olivat esimerkiksi:

Innovointi, uusien palveluiden rakentaminen ja näiden rahoitus

Käytännön liiketoiminnan kytkös tutkimusmaailmaan ja tutkittuun tietoon.

Tutkitun tiedon kautta yrittäjä voi lisätä ymmärrystään toiminnasta ja sen perusteista ja saada virikettä muutokseen. Tiedon määrä on valtava ja sen haarukoimiseen ja kriittiseen tarkasteluun tarvitaan osaamista. On olemassa digitaalisia alustoja, jossa tutkimustieto on yrittäjien saavutettavissa

Tilaisuudessa esiteltiin näitä digitaalisia alustoja esimerkinomaisesti

#### 18.2.2021 Liiketoiminnan digikehittämisen tapausesimerkkejä -työpaja

Tässä työpajassa käsiteltiin kuutta aitoihin kohderyhmien digiliiketoiminnan kehittämisen esimerkinomaisiin toimeksiantoihin perustuvaa nopeaa kokeilua, joita yrittäjyys- ja muut liiketoiminnan opiskelijat olivat mukana työstämässä.

Tilaisuudessa työstettiin seuraavia nopeita kokeilua:

Online -tilanvarausjärjestelmän kehittämisen kartoitus (Seniortek Oy)

Verkkokurssin sisällöntuotto ja digimarkkinoinnin kehittäminen (Lashlovers Oy)

Digimarkkinoinnin kehittäminen (Domretor Oy)

Vastuullisen vaatebrändin digimarkkinoinnin suunnittelu

Myynti- ja markkinointiorganisaatioiden verkkosivujen tarkastelu (Visit –organisaatiot)

Digitaalisten palveluiden hankinta ja sähköinen tarjousmenettely

### 27.5.2021 Bisnekset pelittämään -webinaari

Webinaari tuotti tietoa pelillistämisen mahdollisuuksista liiketoiminnassa ja opetuksessa. Tilaisuuteen hankittiin Peter Vesterbackan asiantuntemusta ja lisäksi tilaisuudessa puhujina olivat Panu Kalmi Vaasan yliopistosta ja Petri Hannula Lapin ammattikorkeakoulusta. Vesterbacka puhui pelillistamisestä yleisemmin johdatellen ja inspiroiden kohderyhmiä pelillistämisteemaan ja käsitellen suomalaista kansainvälistä menestystä pelitoimialalla. Panu Kalmi toi esiin yritysten ja yliopistojen välisen yhteistyön kehittämistä pelillistämisen kautta ja pelillistämisen hyödyntämistä liiketoiminnassa ja opetuksessa. Esimerkit Kalmi antoi aiheisiin liittyvistä hankkeista, joissa on ollut mukana (Peli yläkoulun talousopetuksessa 2016-2018, Digiconsumers - työpaketti pelillisistä menetelmistä ja digitaalisista työkaluista talousopetuksessa 2019-, Pelilliset energia- ja kiertotalousratkaisut 2019-2021). Petri Hannula kertoi lappilaisesta pelitoimialasta ja Lapin AMK:n järjestämistä peliopinnoista, joihin pelillistamisestä kiinnostuneet voivat hakea taustastaan riippumatta.

### 1.10.2021 LUC -yrittäjyysopinnojen kehittämistyöpaja

Tilaisuudessa keskusteltiin entistä vaikuttavampien LUC-yrittäjyysopinnojen kehityksestä. Keskityttiin erityisesti pohtimaan, miten LUC-opinnot parhaalla tavalla palvelee opiskelijoita ja tukee heidän menestymistään liiketoiminnan kentällä. Lisäksi keskusteltiin DYVA-hankkeessa tehdystä kehitystoiminnasta ja huomioista.

Tilaisuudessa käytyä keskustelua:

Mikä LUC-yrittäjyysopinnoissa on erityisen hyvää ja toimivaa?

- Viime vuonna perus- ja aineopinnot: Sisällöt tuntuneet hyviltä ja sopivilta kerton tarpeisiin. Digitaalisuus ei ehkä erityisesti painottunut kurssilla
- Opettajat eri puolilta: yhteissovittaminen haasteena: ei saatu kaikkia osapuolia koolle. Riippuu opettajasta paljon millaiseksi kurssi muotoutuu
- Digitaalisuutta käyty esimerkkien kautta: innovaatioista ja disruptioista puhuttu paljon.
- LUC-yrit.opinnot ovat kattava poikkileikkaus yrittäjyyteen: tuodaan kasvatuksen ja tutkimuksen ja käytännön näkökulmaa. Pirittan kanssa tuotu joka luenolla myös yrittäjyystutkimuksen artikkeleita. Monissa korkeakouluissa painotus käytännön ja tutkimuksen puolella: kannattaa korostaa: laaja näkökulma, josta löytää ja valita omien intressien mukaan
- yksi opiskelija sanonut, että pitäisi painottaa tutkimuksen näkökulmaa yrittäjyyteen. Suurin osa puolestaan käytännössä kiinni, eli haaveilee yrittäjyydestä tai heillä on yritysidea hautumassa. reilu 70 ilmoittautunutta monesta lähtökohdasta
- Tutkimusperustaisuuden toteuttamisesta opinnoissa: esim. kurssille muutama pakollinen artikkeli liittyen aiheeseen: mitä siitä sai omaan yrittäjämäisyyteen. henkilökohtaisen tilanteen kautta käsittely.

- Opinnoista yleensä: opinnot tehtiin yhteistyössä eri osapuolten kanssa. Tärkeää tekemisessä on yhteisten linjojen vetäminen ja opettajien keskinäinen yhteistyö. Mikä on minun tonttini?

Miten (opetushenkilöstön) keskinäistä yhteistyötä pidetään yllä?

- Yhteistyö ei toteudu parhaalla mahdollisella tavalla teknisessä mielessä (eri järjestelmät) Tätä on todella syytä miettiä
- Joskus luennoitsijat vierailleet toistensa luennolla esittäytymässä

Keskustelua oppimismallista:

- Toimeksiantotyöskentelyä syytä jatkaa
- Voisiko oppimismallissa viitata myös tutkimusperustaisuuteen, esim. opettajan roolissa?
- Haasteena se, mihin yrittäjä ottaa yhteyttä halutessaan alkaa toimeksiantotyöskentelyyn
  - Oppimismallista viestiminen yrittäjäjärjestöille
  - Markkinointi ylipäänsä tärkeää
  - Business Rovaniemen kanssa yhteistyö
- Toimintamallin eroavaisuus Arcta:n toimintaan:
  - ero Arcta:n: maksuttomuus, avoimuus, sidos yrittäjyysopintoihin
  - Yrittäjille tieto avoimuudesta ja maksuttomuudesta
  - Voisiko mallia mainostaa Arctan sivuilla yrittäjyysopintojen toimeksiantona?
- Sanamuotoilu tärkeää, jotta malli on yrittäjille lähestyttävä
- ”Ihminen haluaa puhua ihmiselle” ”osoitetaan tehtävä ihmiselle”, mutta kuka on se henkilö, joka toimeksiannon toiminnasta huolehtisi?

Hankkeen huomioidut niistä digiosaamisen tarpeista, jotka tulisi huomioida osana yrittäjyysopintoja:

- Asiakaskeskeisyys digitalisaatiossa
- Työkalukulttuurin ja työskentelytapojen kehittäminen mahdollistavampaan, kokeilevampaan ja joustavampaan suuntaan
- Digimarkkinointiosaaminen
  - Markkinointi sosiaalisessa mediassa
- Uusien digitaalisten palveluiden ja liiketoiminnan rakentaminen ja olemassa olevien tuotteiden palvelullistaminen
- Verkkokaupan perustaminen ja ylläpito
- Digitaalisen datan kerääminen ja hyödyntäminen
- Digitaalisten toiminnanohjauksen hyödyntäminen liiketoiminnassa
- Muiden teknologisten sovellusten ja digitaalisten palveluiden hankintaan, käyttöönottoon ja hyödyntämiseen liittyvä osaaminen (myös mahdolliset yhteishankinnat)
  - Esimerkiksi virtuaalitodellisuus
- Tekoälyn hyödyntäminen liiketoiminnassa
- Ymmärrys lappilaisen digitalisaation haasteista ja mahdollisuuksista
- Tietoturvan ja lainsäädännön huomioiminen digiliiketoiminnassa
- Yritysviestintä digitalisaatiossa

Keskustelu edellä mainituista digitarpeista ja niiden huomioimisesta opinnoissa:

- ”Joitain aiheita ehkäpä otettu opinnoissa esille”
- Markkinointiosaamista tuodaan esiin ja jonkin verran datan hyödyntämistä

Osa näistä tulevat esille, osa eivät”

- Tarvitaan systemaattisuutta, kuka käsittelee mitään!
- LUC-konsernille palkataan Start-up yhdyshenkilö TKI toimintaan. Hänelle tämä voisi olla hyvä tehtävä: Mitä ratkaisuja korkeakoulukonsernilla on näihin tarpeisiin. Aloittelvalle yrittäjille osaamista. Listasta jalostettu taulukko, miten näistä tiedoista saat lisää tietoa.
- Start-up yhdyshenkilön tehtävä jalkautua ja viestiä näistä asioista ja mahdollisuuksista
- Jatkossa tarpeissa ajan tasalla pysymiseksi voidaan hyödyntää esim Lapin yrittäjien 1-2 kertaa vuodessa tekemää barometria yrittäjien tarpeista.
- Digitaalisuus on yrittäjän työkalu, mikä aiemmin oli lyijykynä/ taskulaskin
- Tarpeet voivat olla erilaiset riippuen siitä, onko kyseessä esim. startti- vai startup-yrittäjät kohteena
- Startup -toiminnassa paljon kehitettävää lapin yliopistossa: Lapissa voitaisiin keskittyä paljon nykyistä enemmän, myös rahoitusta tällaiseen yliopistoperusteiseen innovaatio-toimintaan tarjolla

Yrittäjyysopintojen kehityksen jatkaminen hankkeen jälkeen:

- Yhteistyön tekeminen yli ”raja-aidan” (Lapin AMK ja yliopisto)
- Yritys-/yrittäjyys-/yrittäjävarjostus esim. Ensimmäiseen kurssiin
- Yhteistyö rahoittajiin
- Start-up henkilö
- ”älykäs työnjako”
- Hanketoimintaa syytä hyödyntää jatkossakin: Yrittäjyysopintojen kokonaisuuden kirjastaminen
  - Myös Konsernitasoinen hanke voisi olla tarpeen: innovatiivisuutta oppilaitoksiin
- Ylin johto mukaan kehittäelytyöhön, tuki keskustelulle
- Peppi-järjestelmältä odotetaan yhtä yhteistyötä tukevaa tekijää
- Yhteistyö yrittäjäjärjestöihin säilyy: toimeksiantotyöskentely, keskusteluyhteys, jatkuva peilaus työelämän tarpeisiin (barometrikartoitukset) esim. 1-2 kertaa vuodessa
- Yrittäjyysopettajien kokoontuminen vähintään kerran vuodessa
- Oppimismalli yrittäjyysopintojen verkkosivuille, sekä mahdollisesti Arcta:n sivuille

28.10.2021 Digivaikuttajamarkkinointi-webinaari

**Tilaisuuden ohjelma ja aikataulu:**

10.00-10.10 Tilaisuuden avaus

10.10-10.35 DYVA-hankkeen tulosten esittely

10.35-11.15 **Jonna Joutsen:** Tärkeintä on tunne - Tämä kaikki sinun tulee tietää vaikuttajamarkkinoinnista

11.15-11.55 **Heidi Alariesto:** Henkilöbrändäys ja verkostoituminen somessa - lisää myyntiä!

11.55-12.00 Tilaisuuden päättäminen

### **Dyva-hankkeen tulosten esittelyä**

- Kohderyhmät
- Tavoitteet
- Toimenpiteet

Tulokset:

- kehitetty digiosaamista ja yhteistyötä
- tärkeät digisisällöt, jotka tärkeää ottaa yrittäjyysopintoihin mukaan
  - tarpeet voivat kuitenkin muuttua nopeasti, mikä tärkeää ottaa huomioon
- Toimeksianto-oppimismenetelmä
  - oppimismallia käyttämällä kehitetään osallistuvien digitaitoja ja yhteistyötä

Käytiin tarkemmin läpi teemoja, jotka tärkeää viedä opetukseen

- teemat, hankkeen aikana tehtyjä havaintoja, jotka voivat muuttua nopeasti ja niitä on arvioitava jatkuvasti
- Digitaalisuus huomioitava kaikessa yrittäjyysopetuksessa

Esiteltiin toimeksianto-oppimismalli

Kerrottiin, että julkaisu laitetaan Dyva:n nettisivuille

Esiteltiin Dyva-hankkeeseen osallistuneiden kokemuksia ja palautteita

### **Jonna Joutsenen puheenvuoro**

Oma tausta vaikuttajamarkkinoinnissa

Mikä on vaikuttaja?

Tiivis suhde on pohja bisnekselle

- vaikuttaja tuntuu kaverilta, häneen samaistutaan, häntä ihaillaan ja hänen suosituksiaan kuunnellaan

Kaupallinen yhteistyö

- Julkaisu jonka vaikuttaja tekee some tililleen palkkiota vastaan
- Aina merkittävä ”Kaupallinen yhteistyö”, tai vielä paremmin ”Mainos”
- Pr-lahjaan ei sisälly velvollisuutta tehdä sisältöä tuotteista, vaan se on vapaaehtoista

Esimerkkejä Joutsenen omista vaikuttajamarkkinoinnin yhteistöistään

Hyödyt yhteistyökumppanille

- Mitä yritys ostaa?
  - Yritys ostaa sisällön, eli vaikuttajan kanavassa julkaistavan sisällön
  - Näyttökertoja valitussa yleisössä
  - Yritys ostaa yleisön hetkeksi käyttöönsä
  - Mahdollisesti myös oikeus käyttää kuvia yrittäjän omissa kanavissa
- Mitä vaikuttajilta ei saa?
  - Vaikuttaja tarjoaa mainospaikan mutta hänen vastuulla ei ole tuotteen myyminen

Mitä yhteistyökumppani voi odottaa?

- Aidosti tuotteesta kiinnostuneen yleisön
- Näyttökertoja ja tykkäyksiä
- Vaikuttajan näköisen toteutuksen
- Myyntiä (ei kuitenkaan vaikuttajan vastuulla)
- Raportointi kampanjan onnistumisesta

Kuinka valita oikeanlainen vaikuttaja?

- Millainen budjetti on?
- Millaista sisältöä vaikuttaja haluaa?
- Kenelle?
- Visuaalinen ilme?
- Kielioppi, viestinnän taso
- Vaikuttajan ammattimaisuus yhteistyön merkitsemiseen liittyen

Lisäksi kannattaa kiinnittää huomiota

- Miten vaikuttaja perustelee yhteistyön hyödyllisyyden
  - Miten yrittäjä yhteistyöstä hyötyy
- Mikä vaikuttajaa itseään yhteistyössä motivoi?
- Antaako vaikuttaja konkreettisia lukuja?
  - ammattilaiset pystyvät näitä antamaan

**Osallistujan kommentteja:**

- Itse en koe kovin helppona yhteistöiden tekemistä
- Vaikuttajat, jotka eivät ole suostuneet avaamaan tekemistään
- Tilaajan pitää tiedostaa se, että rahaa on laitettava riittävästi, jotta yhteistyö voidaan toteuttaa haluamallaan tavalla
- Helsingin sanomiin tarjottu mainos 6000e A4
- Ulkomainonta, missä on muutaman sekunnin mainos useita tuhansia
- Ostin bussin, jossa teippaukset (maksoi noin 20 000e) ja ajan sen Helsingin keskustaan
  - liittyy cyber-turvallisuuteen
- Paljonko panostan ja paljonko saan sillä panostuksella
- Parempi jos maksan enemmän, jos se mitä saan, on myös enemmän

Jonna:

- Bussi-idea todella hyvä tapa saada näkyvyyttä
- Parkkisakot pientä sen rinnalla, että asiakkaita tulee

(Esim. Boxi app -johon yritykset voivat laittaa yhteistyöhakua)

#### **Osallistujan kommentteja:**

- 1,5-vuotta sitten aloitettu yhteistyö
- Pyritty maksimoimaan näkyvyys
- Ei mun mielestä niin hyvä lähtökohta, eikä meillä toiminut
- Vaikuttajan sitoutuminen ei ole hyvää, kun ostetaan vain esim. satunnaisia storyja
- Tavoitteena tehdä vuosiyhteistyö tarkkaan valitun vaikuttajan kanssa, jotta vaikuttajan sitoutuminen säilyy
- Kun ei ole oltu pääyhteistyökumppaneita, niin olemme jääneet huonommalle sijalle

#### **Osallistujan kommentteja:**

- Myyn myös mainostilaa omaan bussiin ja siinä on myös kokoustilat

Jonna jatkaa:

Tärkeää siis lisäksi

- Vaikuttaja antaa konkreettisia lukuja
- Kertoo miten edelliset yhteistyöt sujuneet
- Kannattaa pyytää mediakorttia

Engagement rate eli vuorovaikutusprosentti

- Yleisön sitoutumisaste
  - Postaukseen reagoineiden määrä ja tykkäyksien määrä
  - alle 1% huono, 1-3,5% on keskiverto, yli 3% jo hyvä, yli 6% jo todella laadukas tili

#### **Osallistuja:**

- LinkedIn:ssä yli 10 000 seuraajaa
- Koirakuvasta tykkäsi 9000
- Asiapostauksesta vain 3000

Jonna:

- Jos julkaisen todella henkilökohtaisen päivityksen, tykkäyksiä tulee todella paljon
- Jos teen kaupallisen yhteistyön, siitä tykätään todella paljon
- Hienoa, että ihmiset tekee toimeentulonsa jostain uudesta some-alustasta
- Tykkään antaa sydämiä vaikuttajille ns. hyväntekeväisyytenä kun tekevät yhteistöitä

Oman yleisön Instagram muutos

- Vasta pari vuotta tehnyt IG:tä tavoitteellisesti
- Aloittanut päivittämään 2015

- Oma tili alkoi kasvaa nopeasti, sillä oli vielä uusi alusta
- Tuli paljon ulkomaalaisia seuraajia ja myös sellaisia, jotka eivät kohderyhmää
- Parhaimmillaan 17 000, nyt 10 000 seuraajaa
- On miettinyt, millaista sisältöä haluan tehdä
- Isoin seuraajaryhmä ovat miehet
- Olen itse poistanut seuraajia, sillä haluan saada tietyn seuraajaryhmän haltuun
- Vaikka seuraajia olisi 17 000 ja vain 10% olisi suomalaisia ja niistä pienin osa naisia, niin ne eivät auta jos haluaa tehdä vaikuttajamarkkinointia esim. kosmetiikan ja kauneuden parissa
- Kivulias prosessi vähentää seuraajia, sillä ihmiset arvelevat, että ei ole kiinnostava
- Tärkeämpää kun voi kertoa yhteistyökumppanille, että suurin osa vaikuttajista on juuri sitä kohderyhmää esim. naisia

#### Hintaan vaikuttaa

- Yleisön koko ja laatu
- Vaikuttajan brändi ja uskottavuus omalla alallaan
  - esim. kalastaja lähtee tekemään yhteistyötä uistinmerkin kanssa, niin vaikuttaa siihen, kuinka paljon yhteistyöstä voi pyytää

#### Hinnoittelu (Tarkista nämä, ei näkynyt pp-esitys)

- Karkeasti jos lähdetään tekemään feed-julkaisua esim. kuvaa vaikuttajan. profiilissa
- Raameja
  - 10 000 seuraajaa: 100-500€
  - 10 000-30 000 seuraajaa: 500€-800€
  - 30 000-75 000 seuraajaa: 800€-1000€
  - 75 000- 250 000 seuraajaa: 1000-5000€

#### Osallistujalta:

- Tekee vaikuttajamarkkinointia
- 700 seuraajaa
- Oikeaa kohderyhmää
- Vaikeuksia kun on niin uusi, niin monet yritykset eivät ole valmiita maksamaan
- Mihinkin kannattaa vetää raja siinä, että tekee vain palkkaa vastaan, eikä vain saatua tuotetta
- Joutuu kuitenkin maksamaan verot

#### Jonna:

- Rajanveto hankalaa
- Jotkut yritykset käyttävät ihmisten halua tehdä hyväkseen
- Sanovat, että saat tuotepalkkion ja katsotaan sitten, miten menee
- Vaikuttajan vastuullahan ei ole tuotteen myyminen
- Inhottavaa että onnistuminen mitataan vain ostokonversiolla
- Verot voi välttää laillisesti
- Voit tehdä vaihtolaskun yrityksen kanssa

- Määrittelet palvelun tietyn hintaiseksi ja yritys määrittelee hinnan saman hintaiseksi
- Tällöin ei tarvitse veroja maksaa

Osallistuja:

- Jos on pieni yritys niin noin saattaa toteuta
- Iso yritys haluaa tulosta, eikä kiinnosta lyhyet ja nopeat jutut, vaan pitkäjänteiset yhteistyöt
- Kokonaisvaltainen palvelu halutaan
- Annetaan raamit ja budjetti

Osallistuja:

- Perustettiin ystävän kanssa IG tili
- Alettiin kilpailemaan polkujuoksussa
- Saatiin iso sopimus maahantuojaan kanssa, jotka tekevät varusteita
- Kun menestyttiin kisoissa, saatiin seuraajia paljon
- Tätä kautta päästiin lajin suurimpiin podcasteihin ja tuotekehitykseen mukaan

Jonna:

- Ei se yleisön määrä, vaan se laatu

Osallistuja:

- Jatkanko agenttien kanssa vai suoraan vaikuttajien kanssa
- Ammattimaisuuden taso ei kaikilla ole niin korkea, joten sopimus olisi järkevää tehdä agentuurien kanssa

Jonna:

- Toimistojen kulut voivat olla aika suuret
- Toimistojen kautta voi tulla jäykkä brief aiheesta
- Toimistot eivät anna vaikuttajille niin vapaita käsiä, kuin mikä kampanjan onnistumisen kannalta olisi tärkeää
- Content Corner Oy vaikuttajien itsensä perustama yritys
- Riippuu siis siitä, millaista sisällöllistä toteutusta lähdetään tekemään
- Jos luodaan jotain uniikimpaa, niin suosittelee että olisi tarkemmin yhteydessä

## Heidi Alarieston puheenvuoro

Henkilöbrändäys ja verkostoituminen somessa

Mitä verkostoituminen on minulle?

- Se on tapa tehdä työtä
- Rakentanut verkostonsa numeroiden kautta
- Tuottaa säännöllisesti sisältöä ja vastaa myös kommentteihin
- Seuraajina yrittäjiä, kiinteistöalan toimijoita
- Koulutukselta Kasvatustieteiden maisteri ja pääaineena mediakasvatus

**Vinkki 1. Luo mittarit****Vinkki 2. Brändää itsesi**

Miten oma henkilöbrändini rakentuu

- Haluaa, että ihmisille jää hänestä hyvä tunne ja energia
- Joillakin ihmisillä visuaalisesti rakennettu brändi
- Usein ensivaikutelma todella olennainen
- Nainen lapista
- Omassa tarinassa haluaa havahduttaa kuulijat, että on neljä poikalasta
- Voi kertoa omista unelmista
- Kerro ensitapaamisessa, että haaveena on olla Piilaaksossa töissä
- Osaltaan voi henkilöbrändiä rakentaa tietoisesti, osaltaan ei
- Henkilöbrändi on se, mitä sinusta puhutaan selän takana
- Suomi on pieni maa ja aina kannattaa miettiä, mitä sanoo
- Lähtenyt rakentamaan omaa brändiään
  - Kertoo FB:ssä jonkin verran henkilökohtaisia asioita
  - Jonkin verran työelämän juttuja NONNA Groupista
  - Jos kertoo, että henkilökohtainen elämä on ihanaa, se on tylsää
  - On hyvä, jos tarinat ovat rosoisia
  - Rakkaimmat jutut eivät pääse someen

**Vinkki 3. Etsi oma klaani**

- Oma klaani löytynyt vaikuttajien parista
- Tekee sosiaalialan bisnestä ja on tiedettävä miten tietyllä alueella ihmiset voi
- Verkostot ovat valuuttaa
- Jos haluat olla hyvä sisustaja, pitää löytää oma klaani ja laittaa heille kaveripyyntöä menemään
- Jos haluat alkaa valokuvaajaksi, kerro se kaikille
- Kysele ja hyödynnä verkostoja
- Ihmiset miettivät vain omassa päässään
- Esimerkiksi jos haluaa tehdä sarjakuvia, niin tee sarjakuvia ja ala jakamaan niitä
- Sitä kautta potentiaaliset asiakkaat ja työmahdollisuudet löytyvät

Rohkeasti oppimaan -esimerkkejä

Parhaat kaupat

- Kohtaa kaikki ihmiset samalla tavoin, sillä se nurkassa oleva nuhjuisen näköinen henkilö voi olla se tärkein

**Vinkki 4. Yhdistä ihmisiä aina kun voit**

- Auta ihmisiä verkostoitumaan ja löytämään yhteistöitä

Pikaluottamus

- Tuntee jonkun yrityksen, joka etsii sosiaalisen median vaikutuskanavaa

- Suosittelee hänelle vaikuttajaa
- Yrittäjä luottaa ja tarttuu tähän

#### Verkostoituminen

- Tapaa kasvokkain
- LinkedIn ja Fb
- Sähköpostilla yhteystiedot
- Pitää yllä suhteita tekemällä päivityksiä
- Ihmiset kiinnostavat, firmat ei
- Varusteleka poikkeus tässä
- Yleensä ihminen firman takana on se mielenkiintoinen asia

“Fake it til you make it”

#### Osallistuja:

- oman strategian mukaista
- Kun miettii, että mikä olisi pahinta mitä voisi tapahtua, niin silloin uskaltaa toimia

#### Kertaus vinkeistä:

Vinkki 1. Luo mittarit

Vinkki 2. Brändää itsesi

Vinkki 3. Etsi klaanisi

Vinkki 4. Yhdistä ihmisiä aina kun voit

#### Virtuaalisen todellisuuden laseista saadut kokemukset

Hankkeessa kokeiltiin virtuaalitodellisuuden ratkaisuja ja hankittiin ostopalveluna lisenssi virtuaaliseen työtilaan (Glue) ja sen kokeiluja varten 4 kpl Stand Alone –VR –laseja. Opiskelijaryhmät kokeilivat ja tutustuivat näiden lasien ja työtilan käyttöön sekä suunnittelivat ja tekivät liiketoiminnan kehittämiseen liittyviä tehtäviä VR -ympäristössä. Asiantuntijaryhmäläiset kokeilivat laseja 12.2.2020 tilaisuudessa ja VR –teema oli esillä asiantuntijaryhmälle myös 15.9.20 ja 30.11.20 tilaisuuksissa. Yrittäjät pääsivät kokeilemaan laseja toisen hankkeen tapahtumassa (Lapin mikroyrittäjien kasvuverkosto) 19.2.2020.

VR-lasien käyttäjät kokivat virtuaalitekniikan mahdollistavan etätyöskentelyn ja -opiskelun ja tuovan lisää esimerkiksi pelkkään äänikommunikointiin verrattuna, kun esimerkiksi osallistujat saadaan etänä “samaan tilaan”. Todentuntuisuus koettiin myös plussana. VR-tekniikan ajateltiin olevan vielä paljolti hyödyntämättä ja uutuusarvo koettiin jännittävänä. Monet kokivatkin lasien käytön inspiroivana ja uskoivat niiden mahdollisuuksiin toiminnan kehittämisessä. Samalla, kun virtuaalitekniikkaa voidaan hyödyntää opetuksessa tuoreena ja hedelmällisenä oppimismenetelmänä, opiskelijat voivat tulla tutummaksi VR-tekniikan kanssa ajatellen sen hyödyntämistä liiketoiminnassa. Yrityksille VR-tekniikka avaa mahdollisuuksia edellä mainitun lisäksi esimerkiksi uudenlaisten

virtuaalisten palveluiden kehittämiseen ja tarjoamiseen. Kokeiluissa aika meni luonnollisesti teknologiaan tutustuessa ja kun se tulee tutummaksi, voi sen mahdollisuuksia hyödyntää laajemmin.

Teknologian potentiaalia ei ole vielä tunnistettu ja osalle VR-lasit ja niiden käyttö oli aivan vierasta eikä sen mahdollisuuksia osata ajatellakaan ja siksi onkin tärkeää tutustuttaa teknologiaa tuleville yrittäjille, etteivät he jää kehityksen jalkoihin. VR –työtila koettiin myös inspiroivana ja uudenlaista työskentelyä ja ideointia mahdollistavana. Kokeilijat kokivat VR-teknologiaan tutustumisen tärkeäksi tulevaisuuden liiketoimintaosaamista ajatellen ja sen nähtiin täydentävän yrittäjyysopintoja. Moni näki siinä potentiaalia ja heillä oli halua tutustua teknologiaan lisää. Kritiikkiäkin nousi esiin ja koettiin, että teknologiassa ja sen käytettävyydessä on vielä kehitettävää. Järjestelmä on kömpelöähkö, lasien mukavuudessa on parannettavaa, osalle tuli käytön aikana pahoinvointia sekä muut virtuaali-maailmaan uppoutumisen mahdolliset haitat kuten se, että aitouden tunnetta kaivattiin lisää. Tietoturvallisuusasiat lisäksi mietityttivät kokeilijoita.

### Liite 3 Nopeat kokeilut

Hankkeessa työstetyt nopeat kokeilut vuosien 2019-2021 aikana:

#### Verkkokaupan kehittelyyn liittyvät toimeksiannot, esim. Toimeksianto liittyen digitalisaation mahdollisuuksien pohtimiseen kampaamoyrittäjän toiminnanohjauksessa/ asiakkuudenhallinnassa

Digi-haaste: Yrityksen toiminnan (mm. aikataulutus) ja markkinoinnin kehittäminen. Markkinoinnin haasteena on oikean asiakasryhmän (yli 30-vuotiaat naiset) tavoittaminen. Haasteena on myös sosiaalisen median kanavien käyttö ja ammattimaisen sisällön luominen.

Digi-ratkaisu:

Vaikuttajamarkkinointi

Maksullinen markkinointi sosiaalisen median kanavissa

#### Virtuaaliseen kauppakeskukseen keskittyneet toimeksiannot

Digi-haaste: Digitaalisen kauppahuoneen muodostaminen suomalaisille yrityksille Ruotsin markkinoille, mahdollisesti myös Suomen markkinoille ruotsalaisille yrityksille. Vertailu muihin kaupallisiin digitaalisiin alustoihin/kauppahuoneisiin/sähköisen kaupan alustoihin

Digi-ratkaisut: Sähköisen kaupan alustojen sommittelut ja vertailut, ruotsalaisen asiakaskunnan ominaisuudet yleisesti ja suhteessa digitaalisiin alustoihin (asiakasanalyysi)

#### Matkailualan digitaalisten asiakkuudenhallinnan järjestelmien hankintaan liittyvä kartoitustoimeksianto (Saamelaismuseum Siida)

Digi-haaste: Digitaaliset varaus- sekä kassajärjestelmän ja taloushallinnon järjestelmät eivät integroidu keskenään, joka tuottaa turhaa ylimääräistä työtä. Miten kehittää ja löytää varausjärjestelmä, joka palvelee parhaalla mahdollisella tavalla sekä yritystä että asiakasta?

Digi-ratkaisu: Johku järjestelmänä vastaa hyvin Siidan esittämiä toiveita ja integraatio Bókunin kanssa on merkittävä etu. Integraatio Netvisorin kanssa ja miltei sataprosenttinen automaatio taloushallinnossa vastaavat hyvin Siidan toivetta saada paperinkäyttö minimiin. Siidan tulee huomioida, miten järjestelmäteknologiat sopivat yhteen organisaation strategian kanssa ja tarvitaanko esimerkiksi henkilöstökoulutusta varausjärjestelmiin liittyen tai miten huomioidaan käyttöönotossa tarvittava aika, kustannukset ja henkilöstöresurssit.

Huomioita: Asiakkuudenhallinnan ja sähköisen asiakkuudenhallinnan järjestelmien käyttö on yksi nopeimmin kasvavista teknologisista kehityksistä. On hyvä huomioida, että varausjärjestelmän

käytettävyyden pitää olla korkealla tasolla, koska sen kautta asiakkaat kokevat hyvin vahvoja positiivisia ja negatiivisia tunteita.

#### Opiskelijamatkapaketin ja sen digitaalisen markkinoinnin suunnittelutoimeksianto (Visit Levi)

DIGI-haaste: Visit Levin tavoitteena oli rakentaa opiskelijoille suunnattu syysmatka Levin alueelle sekä matkaan liittyvä somemarkkinointi. Alkukartoituksessa mm pohdittiin, mitä sosiaalisen median kanavia Visit Levillä on käytössä some-kanavista

DIGI-ratkaisu: pääkanaviksi määrittyi Facebook ja Instagram. Itse matkan aikana somenäkyvyys ja näin markkinoinnillinen hyöty kohteelle olisi varmasti suurta. Opiskelijat somettaisivat matkan aikana ja jälkeen (esimerkiksi #Levitutkinto, #Erämaisteri, #Levi).

#### Digitaalisen asiakaspolun suunnittelu potentiaalisille aurinkosähköpaneelien ostajille

DIGI-haaste: Asiakaspolun kehittäminen (Aurinkopaneelit): miten digitaalisella markkinoinnilla voidaan kehittää myyntiä ja lisätä asiakasymmärrystä sekä miten asiakaspolku rakentuu.

DIGI-ratkaisu:

1. Sosiaalisen median kanavien (etenkin Facebookin ja Instagramin) kehittäminen, jotta asiakkaat saisivat vaivattomammin informaatiota haluamistaan asioista.
2. Informaation pelillistäminen yrityksen nettisivuille.

#### Toimeksianto digitaalisten alustojen mahdollisuuksista palvelumuotoilussa/ ryhmätyöskentelyssä

Opiskelijaryhmä tutustui monipuolisesti erilaisiin ryhmätyöskentelyyn soveltuviin digitaalisiin alustoihin ja esitteli alustoja asiantuntijaryhmälle ja muille osallistujille 15.9. 2020 tilaisuudessa.

#### Verkkokurssin sisällöntuotto- ja markkinointisuunnitelma Lashlovers Oy:lle

DIGI-haaste: Entistä laajemmat verkkokoulutusmahdollisuudet ja verkkokaupan käyttökokemuksen optimointi, joiden kautta pyritään tarjoamaan asiakkaille entistä parempaa palvelua.

DIGI-ratkaisu: Toimeksiannossa tehtiin suunnitelma verkkokurssin (myyntikoulutus) sisällöntuotosta ja digimarkkinoinnista. Myyntikoulutukseen kehiteltiin neljä ulottuvuutta: 1. Myyntitaidot: 4 vinkkiä 2. Asiakasprofilointi: persoonallisuustyyppit 3. Kuvapankki 4. Beyond.fi verkkokaupan käyttö. Digi-markkinoinnin suunnittelussa verkkokurssin digimarkkinointikanavina keskityttiin suoramarkkinointiin ja sähköpostiin, Instagramiin, influencereihin, webinaareihin ja verkostoitumistapahtumiin. Muussa yrityksen digimarkkinoinnissa ja brändiarvon kehityksessä keskityttiin LinkedIn:n,

Instagramin piilohakusanujen ja brändinhallintavälineiden hyödyntämiseen, Google my Businessiin ja lisäksi Beyond.fi verkkokaupan kehittämiseen. Beyond.fi verkkokaupan kehittämiskohteiksi nähtiin: Suoran osoitteen hyödyntäminen, kävijämäärän seuraaminen, hakukonenäkyvyyden kehittäminen (ostetut hakusanat ja hakusanamainonta), kanta-asiakkailla lähetettävä digitaalinen suoramainonta, ulkopuoliset digitaaliset mainoskampanjat, kumppaniverkostot, erityiskampanjat, konversion kasvattaminen, keskiostoksen lisääminen ja toiminta sosiaalisessa mediassa.

#### Digimarkkinointisuunnitelma Domretor Oy:lle

DIGI-haaste: Digimarkkinoinnin kehittäminen olemassa oleville asiakassegmenteille. Kehityksellä tavoiteltiin uusia asiakkaita ja kasvua.

DIGI-ratkaisu: Toimeksiannossa verkkosivuja kehitettiin, otettiin käyttöön uutiskirje, otettiin käyttöön sosiaalisen median kanavia ja tehtiin sisällönsuunnittelu sekä luotiin kuvapankki. Tavoitteena oli lisätä viestintää ja markkinointia potentiaalisten asiakkaiden suuntaan. Tavoitteena oli myös kehittää verkkosivuja myynnin kanavaksi, avata B-to-B-markkinalle keskeiset sosiaalisen median kanavat tunnettuuden lisäämistä ja verkostoitumista varten sekä laatia digitaalisen markkinoinnin sisältösuunnitelma ensimmäiselle vuodelle.

#### Digitaalisten palveluiden hankinta ja sähköinen tarjousmenettely

DIGI-haaste: Digiliiketoiminnan palveluiden hankkiminen. Digipalvelut ovat usein kalliita ja yritykset eivät välttämättä ymmärrä, mistä ja minkä verran palveluista kannattaa maksaa

DIGI-ratkaisu: Toimeksiannon tarkoituksena oli tutkia, millä hinnoilla yritykset tarjoavat palveluitaan liittyen nettisivujen uudistukseen. Yritysten välillä voi olla suuria eroja hinnoittelussa ja tarjonnassa, joten tarjouspyyntö kannattaa laittaa useammalle yritykselle.

Huomioita: Laaja tarjouspyyntö saattaa näyttäytyä yrityksille työläänä ja hankalana ja yksinkertaistettu ja tiiviimpi versio voisi tuoda enemmän vastauksia. Jos yrityksille jätetään enemmän tulkinnanvaraa tarjousten sisältöön, tulosten analysointi vaikeutuu, sillä eri yritykset voivat sisällyttää eri osa-alueisiin eri asioita ja tämän vuoksi projektissa oli oleellista selittää tarkasti ja laajasti osa-alueet auki.

#### Online -tilanvarausjärjestelmän kehittämisen kartoitus (Seniortek Oy)

DIGI-haaste: Kohderyhmien tarve saada lisää ymmärrystä digitaalisten palveluiden rakentamisesta. Toimeksiantona tässä nopeassa kokeilussa oli Seniortek Oy:n uuden varausjärjestelmäpalvelun B2B-myyntimateriaalin suunnittelu ja toteutus sekä loppukäyttäjärvojen selvittäminen tilavarausjärjestelmiin liittyen.

DIGI-ratkaisu: Toteutettiin taustatutkimus, jonka pohjalta saatiin tietoa toimeksiannon b2b-myyntimateriaalia varten. Muotoiltiin palvelupolku, joka toimii visualisoituna myös hyvänä osana

myyntimateriaalia. Suunniteltiin myyntimateriaali, jossa painotettiin yritysasiakkaan saamia hyötyjä ja arvoja Seniortekin tuotteesta, mutta tuotiin esiin myös loppukäyttäjälle tärkeitä hyötyjä. Esiin tuotiin vahvasti palvelun ominaisuuksia ja etenkin sitä, mitä kilpailuetua tuotteella on sekä mitä konkreettista hyötyä tuotteen ominaisuudet tuovat yritysasiakkaalle sekä loppukäyttäjälle. Myyntimateriaali koostui teemoista, jotka olivat 1. Yrityskuvaus 2. Yleinen tuote- ja palvelukuvaus 3. Keskeisimmät ja kriittisimmät ominaisuudet 4. Asiakkaan palvelupolku 5. Referenssit 6. Tuotteen skaalautuvuus/soveltuvuus 7. Tuotteen arvot loppukäyttäjälle 8. Tuotteen hyödyt yritysasiakkaalle.

### Myynti- ja markkinointiorganisaatioiden verkkosivujen tarkastelu ja benchmarkkaus (Visit –organisaatiot)

DIGI-haaste: Benchmarkkauksen hyödyntämisen ymmärtäminen kohderyhmien digiliiketoiminnan osaamisen ja ymmärryksen kehittämisessä.

DIGI-ratkaisu: Asiakaskokemuksen muodostaminen tarkastelemalla neljän eri matkailualueen organisaation verkkotoimintaa. Digitaalisella asiakaskokemuksella tarkoitetaan digitaalisissa kanavissa syntyvää asiakaskohtaamista, mielikuvien ja tunteiden summaa, jonka asiakas matkailualueen toiminnasta muodostaa.

Huomioita:

Visit Tampere

"Discover Tampere, Finns' favourite city"

Nettisivuilla kaikille jotakin helposti löydettävissä

Informatiivinen ja aktiivinen Instagram

Sovellus

Digitrack –hanke

My Helsinki

"Your local guide to Helsinki", sivuston kaikki sisällöt kaupunkilaisten kokoamia

Visuaalisesti hienot nettisivut

Tieto helposti löydettävissä ja aihealueet jaettu eri kategorioihin

MyHelsinki Chat, toimiva, vastauksia kysymyksiin nopeasti

Nettisivuilla paljon virtuaalisia mahdollisuuksia tutustua Helsinkiin

Instagram-profiili aktiivinen

Visit rovaniemi – the official home of santa claus

Tavoite: alueen matkapalvelut yhteen paikkaan katsottavaksi ja ostettavaksi & alueella toimivien yritysten digitaalisen myynnin kehittäminen

Dreaming: visuaalisuus & kuvat

Planning: info, tips

Booking: linkit

Experiencing: täyttykö odotukset?

Sharing: aktiivinen repostaus somessa

Visit Salla

Slogan: In the middle of nowhere

Brändiuudistus

Nettisivut ja some auttavat luomaan mielikuvia, mikä on tärkeää etenkin asiakaspolun alkupäässä

Nettisivut

Aikajana / looginen järjestys

Helppo löytää etsimänsä

Tarinallinen ja aktiivisesti päivitetty some

#### Vastuullisen vaatebrändin digimarkkinoinnin suunnittelu (Heideq)

DIGI-haaste: Vastuullisuuden huomioon ottaminen kohderyhmien digimarkkinoinnissa.

DIGI-ratkaisu: Yritykselle suunniteltiin muotokielitaulu. Benchmarkingissa tarkasteltiin erityisesti sitä, mistä ja miten brändin vastuullisista valinnoista ja ekologisista materiaaleista löytyy tietoa ja miten vastuullisuus näkyy viestinnässä ja muussa markkinoinnissa. Kohderyhmästä muodostettiin asiakasprofiileja. Kyselytutkimuksella selvitettiin potentiaalisten käyttäjien eli Heideqin Instagram seuraajien kiinnostusta ja asenteita vastuullisuusmarkkinointia kohtaan. Vastuullisuuden kaikista osa-alueista puhuminen on aloitettu jo luomisvaiheessa ja sitä jatketaan tuotteiden valmistusvaiheessa puhumalla mm. ympäristövastuusta, sosiaalisesta vastuusta sekä "slow fashionista". Puhutaan myös kulutusvaiheesta (vaatteen käyttö ja huolto) osana vastuullisuutta. Someviestintään mukaan myös vastuullisuuden teemalla ytimekkäät isku-/mietelauseet.

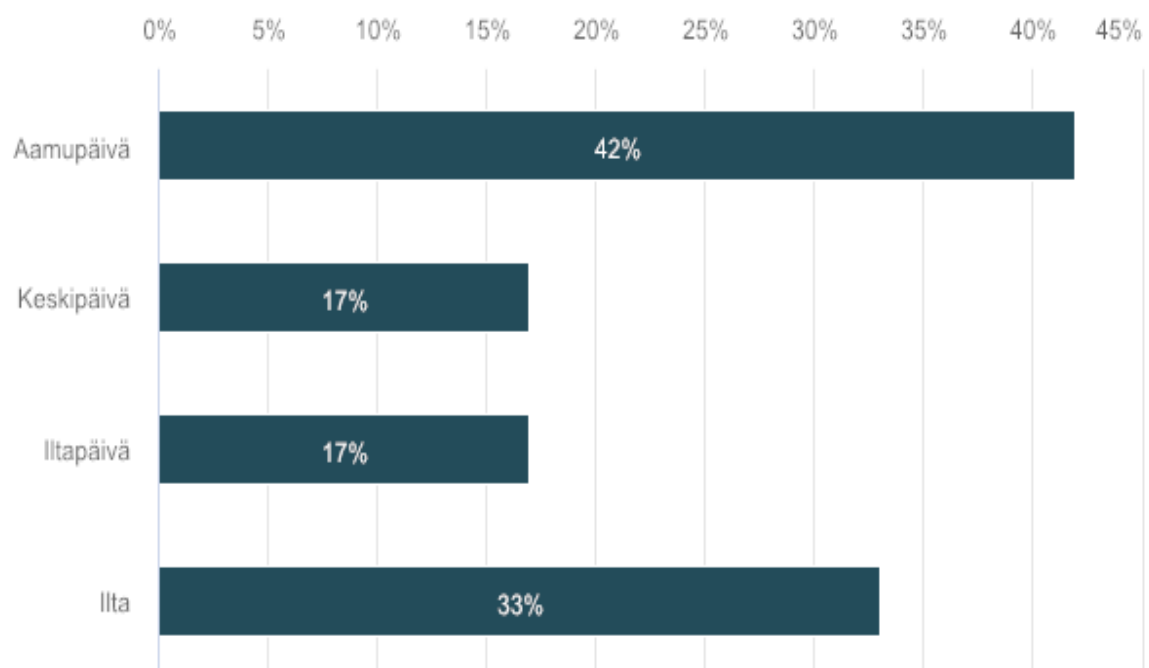
## Liite 4 Palautekysely asiantuntijaryhmälle 2021

**DYVA- kysely asiantuntijaryhmälle 2021**

Vastaajien kokonaismäärä: 12

**1. Mikä/ mitkä seuraavista DYVA-hankkeen tapaamisajoista sopivat teille etänä tai lähitapaamisena? (Voit tarkentaa vastaustasi tekstikenttään)**

Vastaajien määrä: 12, valittujen vastausten lukumäärä: 13



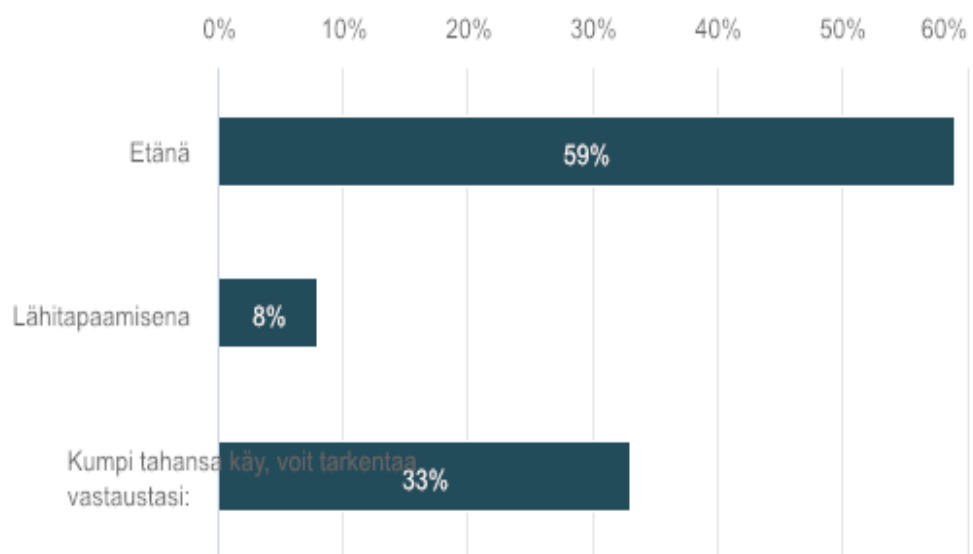
|            | n | Prosentti |
|------------|---|-----------|
| Aamupäivä  | 5 | 41,7%     |
| Keskipäivä | 2 | 16,7%     |
| Iltapäivä  | 2 | 16,7%     |
| Ilta       | 4 | 33,3%     |

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

| Vastausvaihtoehdot | Teksti |
|--------------------|--------|
| Keskipäivä         | 11-12  |

## 2. Syksyn 2021 tapaamisien tulisi olla ensisijaisesti

Vastaajien määrä: 12



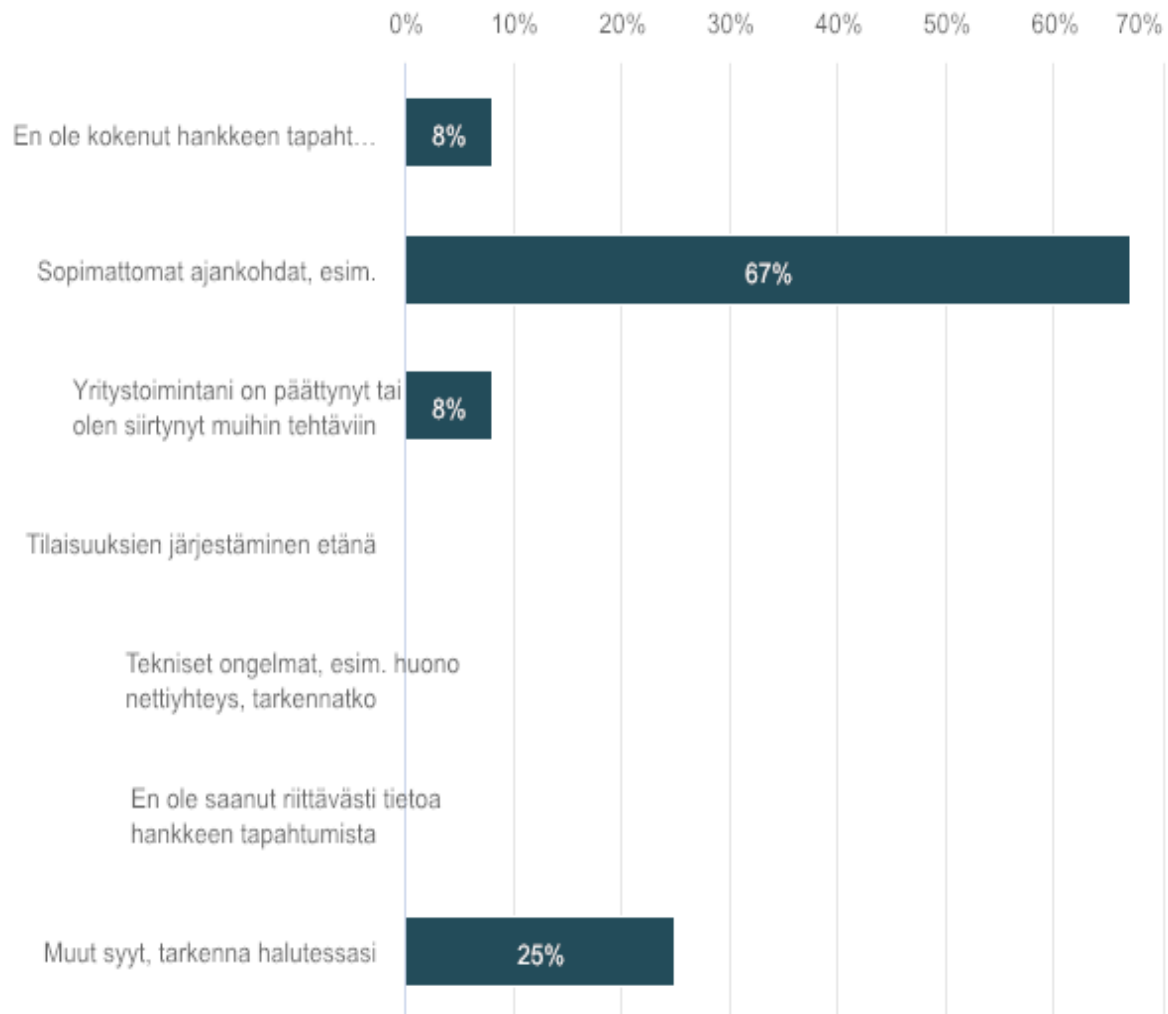
|                                                | n | Prosentti |
|------------------------------------------------|---|-----------|
| Etänä                                          | 7 | 58,4%     |
| Lähitapaamisena                                | 1 | 8,3%      |
| Kumpi tahansa käy, voit tarkentaa vastaustasi: | 4 | 33,3%     |

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

| Vastausvaihtoehdot | Teksti |
|--------------------|--------|
|--------------------|--------|

**3. Dyva-hankkeen järjestämissä tilaisuuksissa on ollut varsin hyvin osallistujia. Kuitenkin osallistujien vaihtuvuus on ollut suurta. Mitkä ovat olleet tärkeimmät syyt, miksi et ole säännöllisesti osallistunut hankkeen tilaisuuksiin?**

Vastaajien määrä: 12, valittujen vastausten lukumäärä: 13



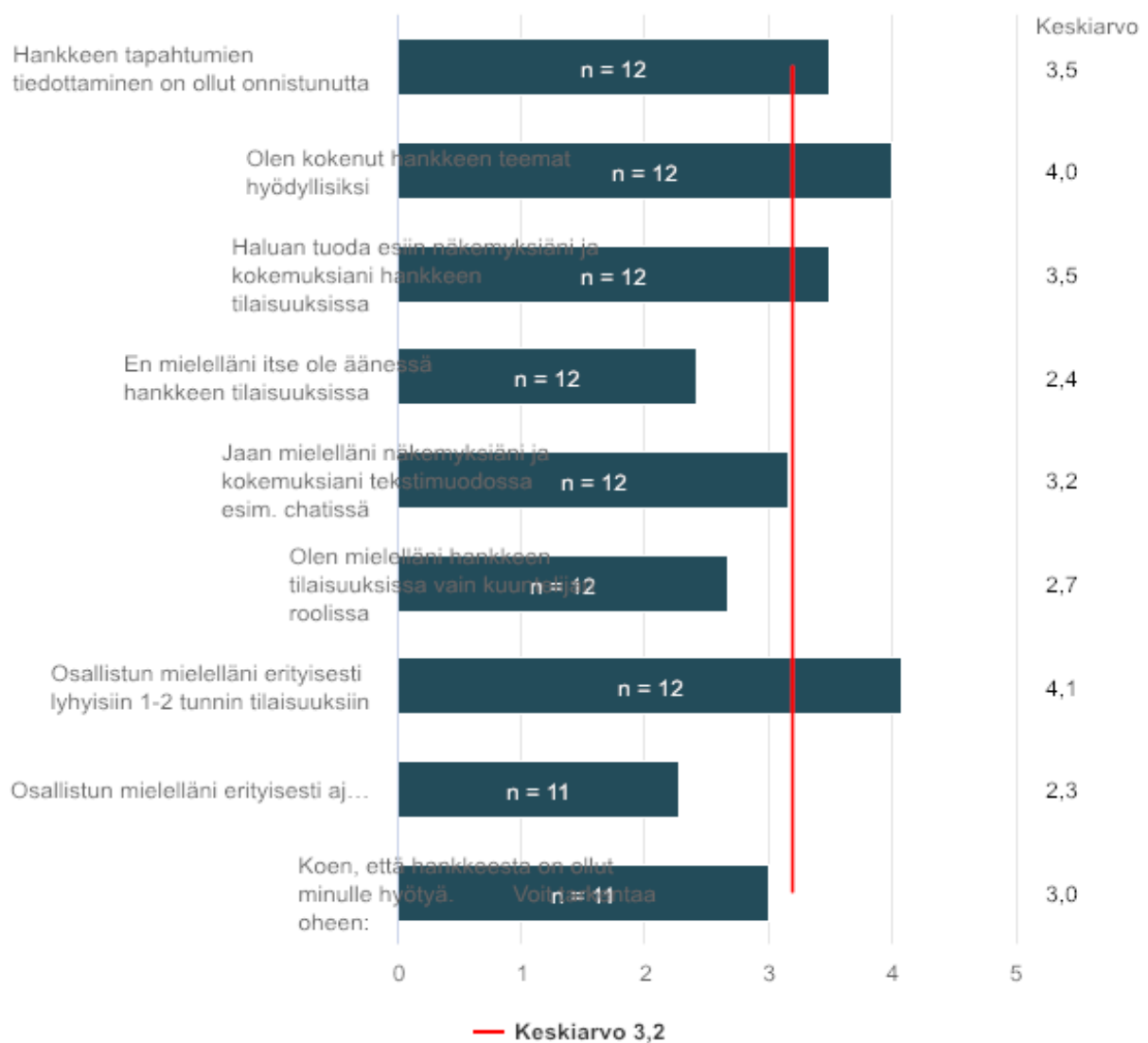
|                                                                                                             | n | Pro-sentti |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------|
| En ole kokenut hankkeen tapahtumien aiheita itselleni hyödyllisiksi, mitä aiheita olisit kaivannut enemmän? | 1 | 8,3%       |
| Sopimattomat ajankohdat, esim.                                                                              | 8 | 66,7%      |
| Yritystoimintani on päättynyt tai olen siirtynyt muihin tehtäviin                                           | 1 | 8,3%       |
| Tilaisuuksien järjestäminen etänä                                                                           | 0 | 0,0%       |
| Tekniset ongelmat, esim. huono nettiyhteys, tarkennatko                                                     | 0 | 0,0%       |
| En ole saanut riittävästi tietoa hankkeen tapahtumista                                                      | 0 | 0,0%       |
| Muut syyt, tarkenna halutessasi                                                                             | 3 | 25,0%      |

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

| Vastausvaihtoehdot              | Teksti                                               |
|---------------------------------|------------------------------------------------------|
| Muut syyt, tarkenna halutessasi | Asiakastyöt                                          |
| Sopimattomat ajankohdat, esim.  | aktiivisesti työelämässä toimivana on tullut esteitä |

**4. Mitä mieltä olet seuraavista DYVA-hankkeen toimintaan liittyvistä väitteistä (1= täysin eri mieltä, 5=täysin samaa mieltä)**

Vastaajien määrä: 12



|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Keskiarvo | Mediaani |
|--|---|---|---|---|---|-----------|----------|
|  |   |   |   |   |   |           |          |

|                                                                                                                                       |       |       |       |       |       |     |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|-----|
| Hankkeen tapahtumien tiedottaminen on ollut onnistunutta                                                                              | 0,0%  | 0,0%  | 58,4% | 33,3% | 8,3%  | 3,5 | 3,0 |
| Olen kokenut hankkeen teemat hyödyllisiksi                                                                                            | 0,0%  | 0,0%  | 25,0% | 50,0% | 25,0% | 4,0 | 4,0 |
| Haluan tuoda esiin näkemyksiäni ja kokemuksiani hankkeen tilaisuuksissa                                                               | 0,0%  | 16,7% | 25,0% | 50,0% | 8,3%  | 3,5 | 4,0 |
| En mielelläni itse ole äänessä hankkeen tilaisuuksissa                                                                                | 16,6% | 41,7% | 25,0% | 16,7% | 0,0%  | 2,4 | 2,0 |
| Jaan mielelläni näkemyksiäni ja kokemuksiani tekstimuodossa esim. chatissä                                                            | 0,0%  | 33,3% | 33,3% | 16,7% | 16,7% | 3,2 | 3,0 |
| Olen mielelläni hankkeen tilaisuuksissa vain kuuntelijan roolissa                                                                     | 25,0% | 25,0% | 16,7% | 25,0% | 8,3%  | 2,7 | 2,5 |
| Osallistun mielelläni erityisesti lyhyisiin 1-2 tunnin tilaisuuksiin                                                                  | 0,0%  | 0,0%  | 16,7% | 58,3% | 25,0% | 4,1 | 4,0 |
| Osallistun mielelläni erityisesti ajallisesti laajempiin tapahtumiin (esim. koko päivä tai tapahtuman sijoittuminen usealle päivälle) | 27,3% | 36,3% | 18,2% | 18,2% | 0,0%  | 2,3 | 2,0 |
| Koen, että hankkeesta on ollut minulle hyötyä. Voit tarkentaa oheen:                                                                  | 0,0%  | 18,2% | 63,6% | 18,2% | 0,0%  | 3,0 | 3,0 |

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

| Vastausvaihtoehdot                                                   | Teksti                              |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Koen, että hankkeesta on ollut minulle hyötyä. Voit tarkentaa oheen: | En ole juurikaan ehtinyt osallistua |
| Koen, että hankkeesta on ollut minulle hyötyä. Voit tarkentaa oheen: | Hyötyä on vaikea määritellä         |

**5. DYVA -hankkeessa keskeistä on toimeksiantotyöskentely eli opiskelijat ratkaisevat organisaatioiden aitoja digihaasteita. Toimintamallia on tarkoitus jatkaa myös hankkeen jälkeen. Millaisia ajatuksia, kokemuksia, ideoita, toiveita ja kysymyksiä sinulla on toimeksiantotyöskentelyyn liittyen?**

Vastaajien määrä: 5

|                   |
|-------------------|
| <b>Vastaukset</b> |
|-------------------|

Korona on valitettavasti muuttanut toimintaa paljon ja on joutunut jättämään osan työn teke-  
mättä/siirtämään myöhempään. Haaste myös on että osa työntekijöistä on siirtynyt uusiin kuvioi-  
hin. Opiskelijat on tervetulleet yritykseen miettimään asioita uusiksi, sillä toimintaympäristö on  
muuttunut paljon 1,5v aikana.

Yrityksiä olisi ohjattava siihen, että ne antavat hyviä tarkkoja ja selkeitä toimeksiantoja. Se paran-  
taa niiden toteutusta ja lopputulosta.

Yrityksiltä voisi hakea ennakoon kehittämistarpeita ja niiden tulisi olla aika basic-tason tarpeita,  
koska opiskelijoiden kokemus ja osaaminen ei vielä riitä kovin laaja-alaiseen digitekemiseen.

toimintamalli on hyvä, koska siitä hyötyvät molemmat osapuolet sekä yritys että opiskelija

Toimeksiannoille tulisi olla selkeä pohja, esim strukturoitu, lyhyehkö verkkolomake, jonka täyttä-  
mällä niitä voisi antaa opiskelijoille tarjolle. Mikäli tällainen on olemassa, itse en ole siitä tietoinen:  
lisää viestintää asiasta oikeille kohderyhmille. Yritysten voi olla todella haastava luoda toimeksian-  
toa, mikäli se pitää antaa täysin abstraktissa muodossa.

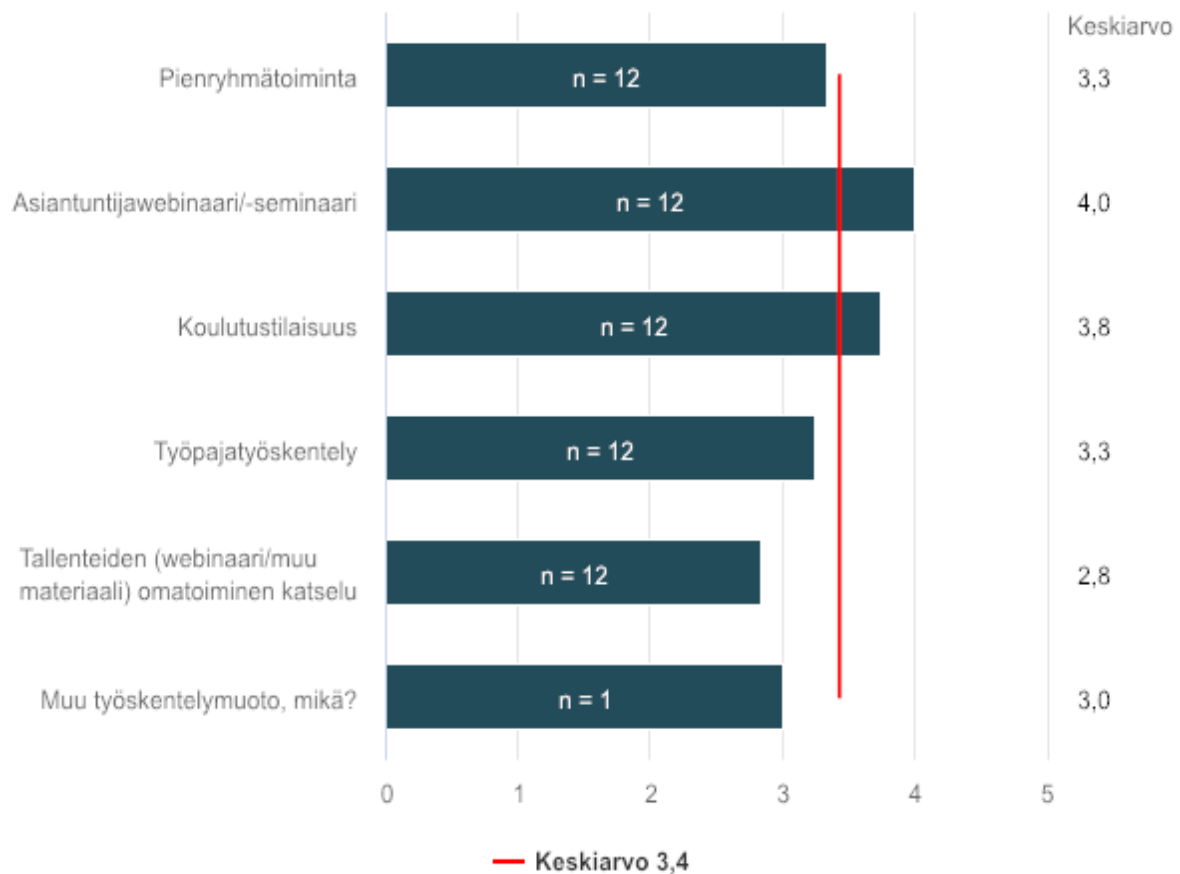
## 6. Mitä muita mahdollisia toiveita, ideoita, kysymyksiä ja kommentteja sinulla on DYVA -hankkeeseen liittyen?

Vastaajien määrä: 0

Vastaukset

## 7. Kuinka mielelläsi osallistut seuraaviin työskentelymuotoihin?

Vastaajien määrä: 12



|                                                             | 1=En mielelläni | 2     | 3      | 4     | 5=Erittäin mielelläni | Keskiarvo | Mediaani |
|-------------------------------------------------------------|-----------------|-------|--------|-------|-----------------------|-----------|----------|
| Pienryhmätoiminta                                           | 0,0%            | 16,7% | 41,7%  | 33,3% | 8,3%                  | 3,3       | 3,0      |
| Asiantuntijawebinaari/-seminaari                            | 0,0%            | 0,0%  | 25,0%  | 50,0% | 25,0%                 | 4,0       | 4,0      |
| Koulutustilaisuus                                           | 0,0%            | 8,4%  | 33,3%  | 33,3% | 25,0%                 | 3,8       | 4,0      |
| Työpajatyöskentely                                          | 0,0%            | 16,7% | 50,0%  | 25,0% | 8,3%                  | 3,3       | 3,0      |
| Tallenteiden (webinaari/muu materiaali) omatoiminen katselu | 33,3%           | 16,7% | 8,3%   | 16,7% | 25,0%                 | 2,8       | 2,5      |
| Muu työskentelymuoto, mikä?                                 | 0,0%            | 0,0%  | 100,0% | 0,0%  | 0,0%                  | 3,0       | 3,0      |

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

| Vastausvaihtoehdot | Teksti |
|--------------------|--------|
|--------------------|--------|

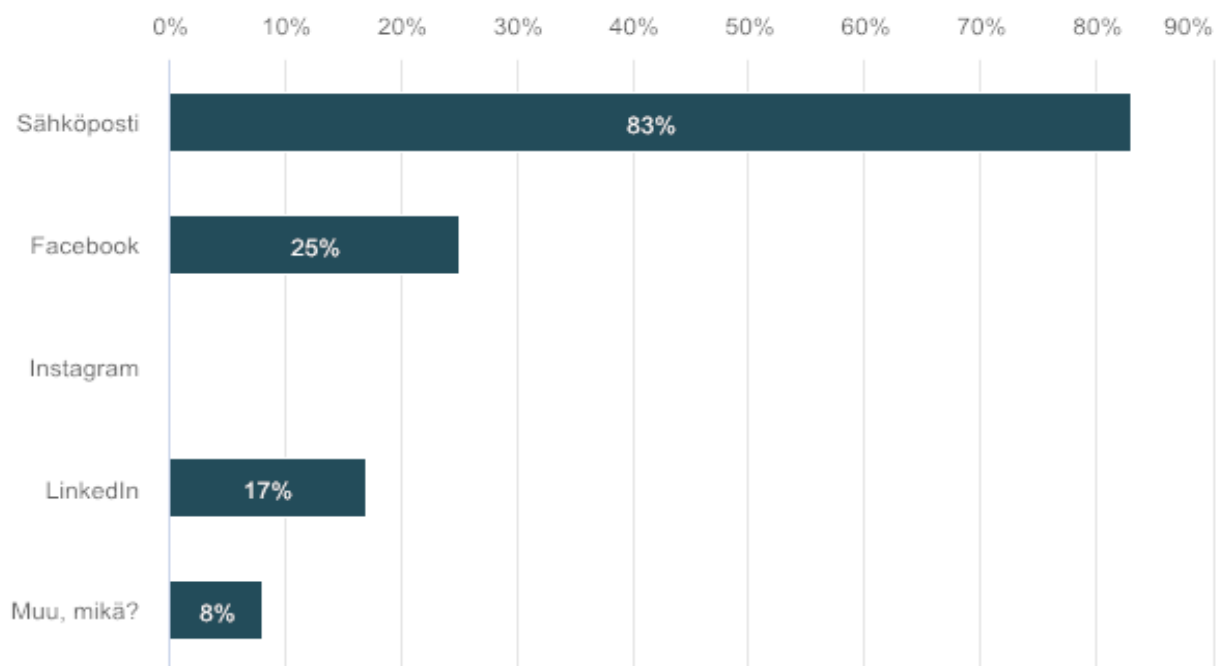
### 8. Mikä hankkeessa on ollut sinulle hyödyllistä?

Vastaajien määrä: 3

| Vastaukset                                          |
|-----------------------------------------------------|
| Asian laajentunut ymmärrys.                         |
| Keskustelut                                         |
| Verkostoituminen, uusi tieto joillakin osa-alueilla |

### 9. Mitä viestintäkanavia käyttäisit mieluiten esim. hanketiedottamiseen liittyen? (Voit halutessasi valita useampia vaihtoehtoja)

Vastaajien määrä: 12, valittujen vastausten lukumäärä: 16



|            | n  | Prosentti |
|------------|----|-----------|
| Sähköposti | 10 | 83,3%     |
| Facebook   | 3  | 25,0%     |
| Instagram  | 0  | 0,0%      |
| LinkedIn   | 2  | 16,7%     |

|            |   |      |
|------------|---|------|
| Muu, mikä? | 1 | 8,3% |
|------------|---|------|

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

| Vastausvaihtoehdot | Teksti                            |
|--------------------|-----------------------------------|
| Muu, mikä?         | Uutiskirje, jossa aiheet kootusti |

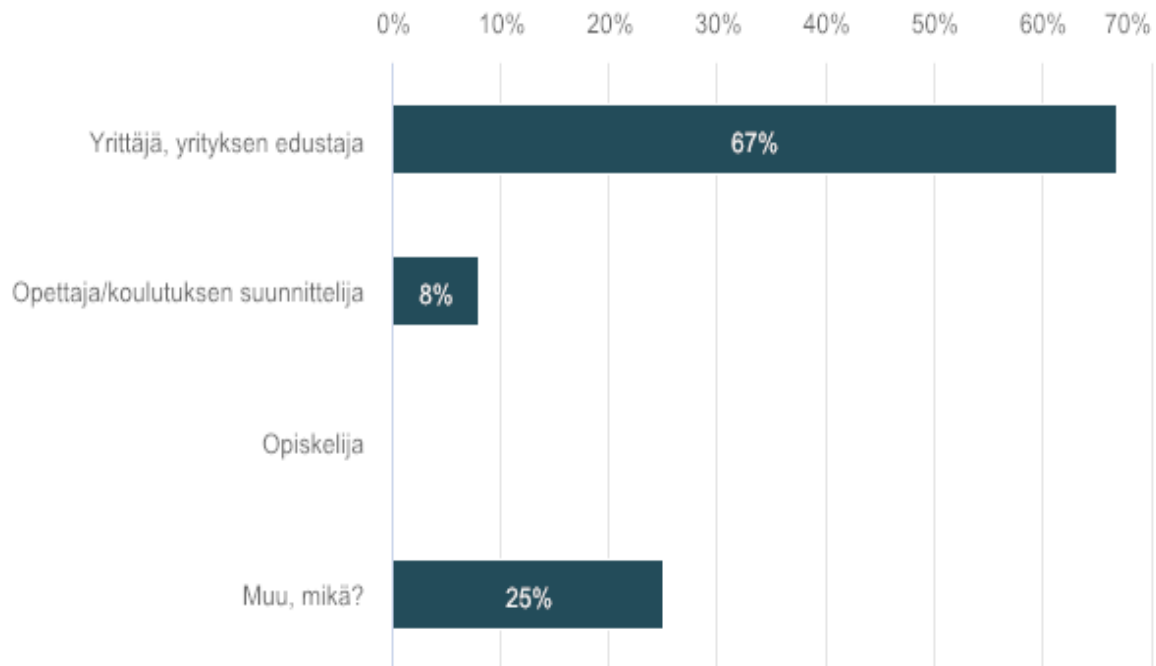
#### 10. Mikä on mielestäsi tämän hetken tärkein digitaalisuuden kehittämistarpeesi?

Vastaajien määrä: 6

| Vastaukset                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Verkkokauppa.                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Verkkokaupan perustaminen                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Tieto muuttuu entistä enemmän digitaaliseen muotoon. Pelkkä tiedon tuottaminen ei riitä, vaan on oltava aikaa ja osaamista tiedon käsittelyyn.                                                                                                                                     |
| IAsiakastiedon kerääminen, hallinta ja hyödyntäminen                                                                                                                                                                                                                               |
| Dataohjautuva myynti ja markkinointi                                                                                                                                                                                                                                               |
| Digitaalisen infrastruktuurin sirpaleisuus: ohjelmistot (esim taloushallinto) , tietokannat (CRM jne) ja viestintätyökalut eivät keskustele keskenään ja jos se olisi mahdollista, en osaa itsenäisesti luoda tarvittavia API-rajapintoja, vaikka ohjelmissa olisi siihen valmius. |

#### 11. Olen DYVA-hankkeen asiantuntijajäsenenä lähinnä seuraavassa roolissa:

Vastaajien määrä: 12



|                                    | n | Prosentti |
|------------------------------------|---|-----------|
| Yrittäjä, yrityksen edustaja       | 8 | 66,7%     |
| Opettaja/koulutuksen suunnittelija | 1 | 8,3%      |
| Opiskelija                         | 0 | 0,0%      |
| Muu, mikä?                         | 3 | 25,0%     |

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

| Vastausvaihtoehdot | Teksti             |
|--------------------|--------------------|
| Muu, mikä?         | Kunta              |
| Muu, mikä?         | ohjausryhmän jäsen |
| Muu, mikä?         | yrittäjäjärjestö   |