

# YRITYSYHTEISTYÖTÄ YLI RAJOJEN

Opas onnistuneeseen rajat ylittävään yritysyhteistyöhön

## VINKKEJÄ

pienille ja keskisuurille yrityksille  
sekä elinkeinoelämän organisaatioille

**FCS**

FUTURE CLEANTECH SOLUTIONS

**Tämä opas auttaa pieniä ja keskisuuria yrityksiä hyödyntämään parhaalla mahdollisella tavalla paikallisten investointien mukanaan tuomia mahdollisuuksia.**

Opas on suunniteltu pienissä ja keskisuurissa yrityksissä työskenteleville. Se on tarkoitettu myös niille elinkeinoelämän organisaatioissa työskenteleville, jotka haluavat edistää ja tukea paikallista yrittäjyyttä ja kestävää kehitystä.

Opas on tuotettu Interreg Botnia-Atlantica -rahoitetussa Future Cleantech Solutions -hankkeessa, jonka tavoitteena oli tuoda yhteen pieniä ja keskisuuria yrityksiä sekä Merenkurkun alueen suurinvestoijia ja suurteollisuuden toimijoita. Se on täynnä vinkkejä ja hyviä neuvoja, joiden toivomme olevan hyödyksi.

Hyviä lukuhetkiä!

Marraskuu 2021

**Toimitus:** Future Cleantech Solutions -projektiryhmä

**Copyright:** Future Cleantech Solutions -projektioorganisaatiot

**Tuotanto:** Pondus Kommunikation

**Kuvat:** Jonas Westling

**Käännös:** Semantix

**Alkuperäisteos:** Affärssamarbete över gränserna




Tässä oppaassa käsitellään sitä, miten luodaan edellytyksiä pienten ja keskisuurten yritysten ja suurtoimijoiden, kuten suuryritysten, kuntien, kaupunkien ja viranomaisten väliselle onnistuneelle yhteistyölle. Kutsumme tässä oppaassa näitä osapuolia PK-yrityksiksi (pienet ja keskisuuret yritykset) ja suurtoimijoiksi.

## Sisältö



### 1. Keitä me olemme? Tietoa Future Cleantech Solutionsista

SIVU 4




### 2. Kestävät ratkaisut ja osallistaminen osana menestystä

SIVU 6




### 3. Yhteistyö suurtoimijoiden kanssa

SIVU 9




### 4. Yhteistyö pienten ja keskisuurten yritysten kanssa

SIVU 14




### 5. Levitä tietoa: Luo onnistuneita tapahtumia ja markkinointimateriaaleja

SIVU 17



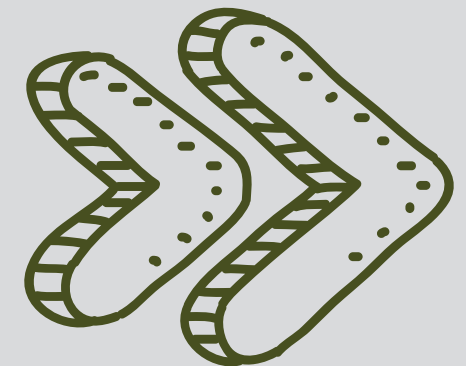
### 6. Aika tavata: Järjestä ja osallistu matchmakingiin

SIVU 22



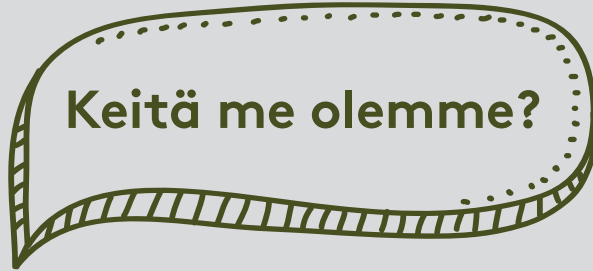
### 7. Katse eteenpäin: Jatkuva kehitys

SIVU 27





# 1. Keitä me olemme? Tietoa Future Cleantech Solutionsista



Keitä me olemme?

## Tietoa Future Cleantech Solutionsista

Future Cleantech Solutions on kolmivuotinen hanke, joka on ollut käynnissä vuosina 2019–2021. Tavoitteena on ollut vahvistaa Merenkurkun alueen kestävää kehitystä luomalla cleantech-yrityksille edellytyksiä hyödyntää uusia liiketoiminta- ja yhteistyömahdollisuuksia. Hanke on toteutettu yhteistyössä alueellisten organisaatioiden ja yritysten kanssa EU:n Interreg Botnia-Atlantica -ohjelman tuella.

**HANKKEEN PAINOPISTEENÄ** on ollut hyödyntää niitä uusia mahdollisuuksia, jotka syntyvät alueella etabloitumisten ja investointien kautta, pääasiassa energian, kestävien älykaupunkien, biotalouden ja kemian osa-alueilla. Hankeryhmä on näin ollen pyrkinyt vahvistamaan suurtoimijoiden sekä pienten ja keskisuurten yritysten välistä arvoketjua. Hankkeen toimintaan on kuulunut kehittää tapoja jakaa käytännön yritystietoja, tukea konkreettista rajat ylittävää yhteistyötä sekä vahvistaa uutta ja olemassa olevaa klusteriyhteistyötä. Tasa-arvon ja osallisuuden edistämistä on myös pidetty tärkeänä kaikissa hanketoimissa.

Hankkeen toteuttajana toimi Kompetensspridning i Umeå AB ja yhteistyökumppaneina olivat Kokkolanseudun Kehitys Oy KOSEK, Skellefteå Science City, Teknologiakeskus Oy Merinova AB, Vaasanseudun Kehitys Oy VASEK ja Örnsköldsvikin kunta.



EUROOPAN UNIONI

**Interreg**  
Botnia-Atlantica

Euroopan aluekehitysrahasto



### ME HANKKEEN PARISSA TYÖSKENNELLEET:

**Kuvassa ylärivissä vasemmalta:** Jon Moraeus, Ylva Billing, Peter Hedman, Lasse Pohjala, Nora Birkman Neunstedt, Sanna Näsström, Maria Lidberg, Triinu Varblane, Nina Rismalm, Mauritz Knuts, Reija Harlamow, Jeanette Holmlund de Miranda.

**Ei kuvassa:** Jenny Åkermark, Peter Sundberg, Sanna Orellano, Johannes Lövdahl, Peter Hellström ja Kjell-Owe Ahlskog.

**FUTURE CLEANTECH SOLUTIONS -HANKETTA** ovat rahoittaneet Interreg Botnia-Atlantica, Pohjanmaan liitto, Västerbottenin lääni, Västernorrlandin lääni, Uumajan kunta, Skellefteån kunta, Örnsköldsvikin kunta, Vaasan kaupunki, Kokkolan kaupunki, Teknologiakeskus Merinova, Vaasanseudun Kehitys Oy VASEK, Kokkolanseudun Kehitys Oy KOSEK, Umeå Energi ja Skellefteå Kraft.



Österbottens förbund  
Pohjanmaan liitto



Region  
Västernorrland



## 2. Kestävät ratkaisut ja osallistaminen menestyksen mahdollistajina

## Kestävät ratkaisut ja osallistaminen menestyksen mahdollistajina

**Olemme keskellä vihreää siirtymää – siirtymää, joka luo yrityksille sekä uusia mahdollisuuksia että uusia haasteita. Puhtaan energian kysyntä lisääntyy ja päästövähennysvaatimukset kasvavat. Samalla kilpailtaessa ammattitaitoisista työntekijöistä on yhä tärkeämpää työskennellä osallistavasti, jotta luodaan tulevaisuuden kestäviä työpaikkoja.**

Lyhyesti sanottuna kestävä kehitys ja osallistaminen ovat ratkaisevia menestystekijöitä yrityksen kehitykselle. Kestävän kehityksen kasvava merkitys näkyy selkeästi myös siinä, että monet suuret yritykset asettavat suurempia vaatimuksia alihankkijoilleen ja yhteistyökumppaneilleen sekä siinä, että YK:n maailmanlaajuisilla kestävyystavoitteilla on vähitellen yhä suurempi vaikutus sääntelyyn ja rahoitukseen.



FUTURE CLEANTECH SOLUTIONS ei ole varsinaisesti tasa-arvohanke – mutta cleantech-alan kehityksen edistäminen edellyttää entistä enemmän keskittymistä tasa-arvoon ja naisten määrän kasvattamista hallituksissa ja johtoryhmissä. Tasa-arvoisilla työpaikoilla voidaan paremmin, niissä on enemmän innovaatiovoimaa ja ne ovat kannattavampia. Future Cleantech Solutionsin tavoitteena on siis ollut olla tasa-arvoisemman Merenkurkun alueen eturintamassa.

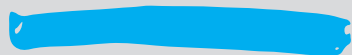
Pohjoismaissa olemme sukupuolten tasa-arvossa edenneet verrattain pitkälle. Paljon työtä on tehty – ja tehdään – jotta sukupuolten välistä tasa-arvoa pidetään itsestään selvänä ja perustavanlaatuisena oikeutena. Alueellisen kilpailukyvyyn vahvistamiseen houkuttelevilla, nykyaikaisilla ja kestäväillä yrityksillä ja työpaikoilla tarvitaan kuitenkin enemmän. Meidän on ennakoivasti vietävä tasa-arvotyötä elinkeinoelämässä seuraavalle tasolle.

Ympäristössä, jossa mielipiteiden ja kokemusten vaihto on vapaata, syntyy luovempia ja innovatiivisempia ratkaisuja, jotka edistävät liiketoiminnan menestystä. Hankkeen puitteissa olemme siis työskennelleet monin tavoin sukupuolten tasa-arvon ja alueen monimuotoisuuden lisäämiseksi. Olemme tehneet tätä muun muassa jakamalla hyviä esimerkkejä yritysten tasa-arvotyöstä, tuomalla sekä miehiä että naisia esiin viestinnässä ja korostamalla alalla työskenteleviä naisia esimerkiksi erilaisissa tapahtumissa.



Future Cleantech Solutions -hankkeen puitteissa olemme tehneet yhteistyötä tulevaisuuden yritysten kanssa ja tukeneet niitä. Olemme keskittyneet yrityksiin, joita olemme pitäneet ilmaston ja ympäristön kannalta kestävinä. Hankkeen aikana olemme myös keskittyneet yhä enemmän sukupuolten tasa-arvoon ja osallisuuteen – yritysten kestäväen johtajuuden vahvistamiseen ja kestävien työpaikkojen edistämiseen tulevaisuudessa.

**”Ympäristössä, jossa mielipiteiden ja kokemusten vaihto voi virrata vapaasti, syntyy luovempia ja innovatiivisempia ratkaisuja, jotka edistävät liiketoiminnan menestystä.”**





# 3. Yhteistyö suurtoimijoiden kanssa

Organisaatioille: Luo edellytyksiä yhteistyölle  
SIVUT 10–11

PK-yrityksille: Luo yhteys suurtoimijoihin  
SIVUT 12–13

## Luo edellytyksiä yhteistyölle

Alueen investointien ja startup-yritysten myötä pienille ja keskisuurille yrityksille luodaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Mahdollisuuksien hyödyntämiseksi on erittäin tärkeää rakentaa suhteita ja helpottaa yhteistyötä investointeja tekevien suurtoimijoiden kanssa. Elinkeinoelämän organisaatioilla voi olla tässä ratkaiseva rooli.

PK-yritysten kanssa toimivilla elinkeinoelämän organisaatioilla on tärkeä ja arvokas tehtävä, kun on kyse kontaktien solmimisesta ja suhteiden mahdollistamisesta suurtoimijoiden, kuten suuryritysten, kuntien ja viranomaisten kanssa. Tällaiset suhteet voivat puolestaan luoda uuden yhteistyön edellytyksiä niille PK-yrityksille, jotka voivat ja haluavat tarjota älykkäitä ratkaisujaan. Kuvaamme alla prosessia, jota käytimme luodaksemme tällaisia edellytyksiä:

- 1. Kerää** tietoja olennaisista suurtoimijoista seuraamalla tiedotuskanavia, kuten sosiaalista mediaa ja uutiskirjeitä.
- 2. Tunnista suurtoimijoiden oikeat yhteyshenkilöt.** Ajattele osallistavasti jo tässä vaiheessa – varmista, että kaikki asiaankuuluvat henkilöt saavat tietoa.
- 3. Varaa tapaaminen** suurtoimijoiden kanssa, ja esitlee sitä, kuinka toimitte PK-yritysten kanssa ja tuette niitä. Pyydä suurtoimijoita puhumaan toiminnastaan ja uusista investoinneistaan. Tutki mahdollista kiinnostusta yhteistyöhön.

- 4. Järjestä sisäinen työkokous** omassa organisaatiossanne valmistellaksesi ehdotusta yhteistyömuodoksi.
- 5. Tapaa suurtoimijat uudelleen** ymmärtääksesi heidän haasteitaan ja tarpeitaan tarkemmin. Kerro, että voitte auttaa heitä oleellisissa PK-kontakteissa. Löydä kullekin toimijalle sopiva ratkaisu.
- 6. Konkretisoi** ja luo organisaatiollesi tehtävä sen perusteella, miten PK-yritykset voivat parhaiten vastata suurtoimijoiden tarpeisiin.

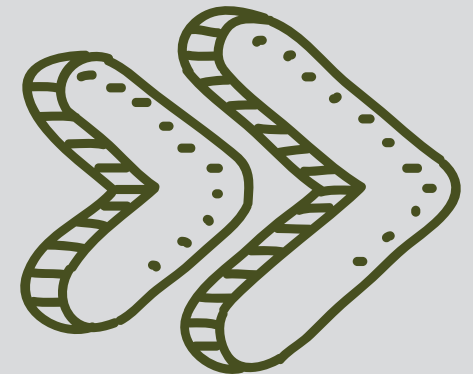
- 7. Suorita tehtävä.** Tästä osasta kerrotaan tämän oppaan kohdissa 5–7 (sivut 17–31).
- 8. Seuraa** tehtävän tuloksia.

On tärkeää aloittaa pitkäaikainen yhteistyö suurtoimijoiden kanssa ja pitää toistuvia tilannekatsauksia kuin vain toimittaa yhteystiedot yksittäisille PK-yrityksille. Muutama vinkki onnistumiseen:

- Luo mahdollisuuksia
- Älä lupaa liikaa
- Mukauta tarjous suurtoimijoiden mukaan
- Aseta tavoitteet yhdessä suurtoimijoiden kanssa



**Muista, että** paikkakunnalla toteuttava suurinvestointi tarjoaa myös paljon epäsuoria liiketoimintamahdollisuuksia. Nämä oheisvaikutukset voivat olla uusia alihankiyrityksiä tai palveluita seudulle. Kuuntele siis myös seudun alihankiyrityksiä ja heidän tarpeitaan!



## Tiedon jakaminen

Kun elinkeinoelämän organisaatio on suorittanut "Luo edellytyksiä yhteistyölle"-prosessin vaiheet 1–6 sivulla 10, on aika jakaa tietoja PK-yritysten kanssa. Tietoa suurtoimijoiden investoinneista ja niiden tarpeesta voidaan jakaa henkilökohtaisissa tapaamisissa PK-yritysten kanssa tai sosiaalisen median, uutisviestien, webinaarien tai fyysisten tapahtumien kautta suuremman yleisön tavoittamiseksi. Kerromme lisää tietojen jakamisesta tapahtumien kautta osassa 5 Levitä tietoa: Luo onnistuneita tapahtumia ja markkinointimateriaaleja.



**On tärkeää, että** viestintä on selkää, jotta sekä suurtoimijat että PK-yritykset ymmärtävät mitä toinen tarvitsee ja mitä toisella on tarjottavanaan.



**MENESTYKSEKÄS YHTEISTYÖ** perustuu sellaisten pitkäaikaisten suhteiden kehittämiseen, jotka perustuvat luottamukseen, molemminpuoliseen hyötyyn, reagoitakykyyn, sitoutumiseen, avoimeen vuoropuheluun ja siihen, että kumppanit ovat hyvin valmistautuneita.

# Ota yhteyttä suurtoimijoihin

Tässä osassa esitellään vinkkejä ja neuvoja PK-yrityksille, jotka ovat kiinnostuneita aloittamaan yhteistyön suurtoimijoiden kanssa.

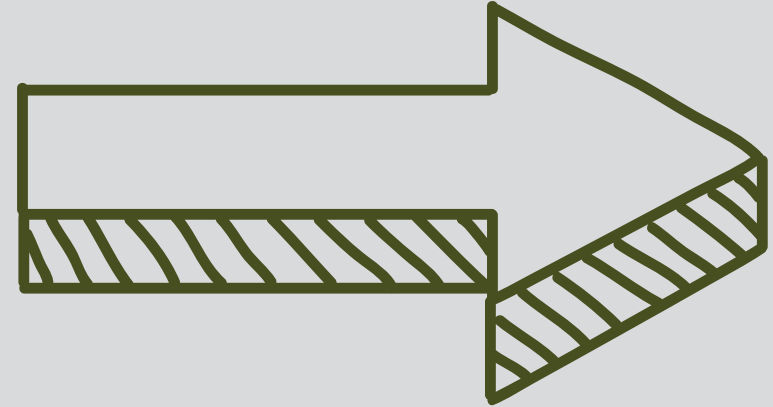
Tässä käsitellään erilaisia lähestymistapoja, jotta voidaan ottaa yhteyttä ja luoda vuoropuhelua suurtoimijoiden kanssa, mikä toivottavasti johtaa konkreettiseen liiketoimintaan. Tässä yhteydessä suurtoimijoilla tarkoitetaan yksityisen sektorin suuryrityksiä, kuntia, kaupunkeja, viranomaisia ja muita organisaatioita, jotka investoivat tietyille alueille.

**Ensimmäinen askel** on etsiä aktiivisesti tietoa siitä, mitä valitsemallanne alueella tapahtuu. Toimi vaikka seuraavasti:

- **Tutki trendejä.** Etsi ulkomaa-ilmasta signaaleja ja merkkejä teemoista, joista voi tulla merkittäviä tulevaisuudessa.
  - Kyse voi olla muotoilemattomista ajatuksista, ammattilehtien artikkeleista, yliopistotutkimuksista, uusista startup-yrityksistä – kyllä, melkein mistä tahansa. Varhaiset trendit voivat näkyä monella tavalla – niille on yhteistä se, että ne ovat ensimmäisiä merkkejä tulevasta muutoksesta.
- **Seuraa ajankohtaisia medioita.** Seuraa alueen uutisia, alan medioita ja sosiaalista mediaa.
  - Oman alueen investoinneista ja perustamisista kirjoitetaan usein paikallisissa tiedotusvälineissä. Artikkeleissa

esiintyvät henkilöt voivat olla tärkeitä yhteyshenkilöitä.

- **Seuraa mielenkiintoisia yrityksiä.** Kun olet tunnistanut kiinnostavan suurtoimijan – seuraa yritystä sosiaalisessa mediassa, seuraa heidän verkkosivujaan, tilaa mahdollisia uutiskirjeitä ja niin edelleen.
  - Jos suurtoimijalla on ostoportaali, voitte rekisteröityä sinne.
- **Käy alueella.** Ehdottomasti paras tapa saada tietoa ja tärkeitä kontakteja on käydä alueella, jossa investointi tehdään. Näin saatte myös käsityksen siitä, miten alue toimii kokonaisuutena. Tällöin on helpompi tunnistaa mahdolliset oheisvaikutukset ja havaita hiljaiset signaalit, joita on tärkeää seurata.



- Pidä silmällä alueen tapahtumia, joita voit yhdistää vierailuusi. Paikan päällä järjestettäviin tapahtumiin osallistuminen tarjoaa usein parhaat mahdollisuudet verkostoitua, solmia kontakteja ja kerätä tietoa.

- **Osallistu verkossa järjestettäviin tiedostustilaisuuksiin ja tapahtumiin.**
  - Monet tapahtumat toteutetaan verkossa, mikä tarkoittaa, että voit osallistua, vaikka et voisi käyttää aikaa ja resursseja, joita paikan päällä käyminen vaatii. Kaikkien järjestettyjen verkkotapahtumien löytäminen voi viedä aikaa, mutta on tärkeää, etteivät ne mene sinulta ohi!

## Luo läsnäoloa ja verkostoja

On tärkeää, että suurtoimijat tuntevat teidät ja tietävät, mitä teillä on tarjottavanaanne. Teidän on löydettävä paikkanne sijoittajien verkostossa ja pyrittävä pääsemään osaksi sitä. Tuokaa itsenne esille mahdollisimman varhaisessa vaiheessa olemalla näkyvissä ja tavoitettavissa sekä avoimissa tapahtumissa että vähemmän epävirallisissa kokouksissa. Paikallisen toimiston hankkiminen lisää luonnollisesti mahdollisuuksia rakentaa verkostoa. Edullisempi vaihtoehto voi olla avata pop-up-toimisto esimerkiksi tiettyjen tapahtumien yhteyteen.

## Liiketoimintamahdollisuudet julkisella sektorilla

Kun tehdään suuria yksityisiä investointeja, kuten rakennetaan suuri tehdas, infrastruktuuria on yleensä myös kehitettävä. Monissa tapauksissa valtio tai kunta on vastuussa infrastruktuurin kehittämisestä suurten yksityisten investointien yhteydessä. Se voi olla rakennettavien kiinteistöjen, sähköverkojen tai logistiikkaratkaisujen valmistelua. Infrastruktuurin kehittäminen tarjoaa yleensä hankintamahdollisuuksia, jotka tarjoavat liiketoimintamahdollisuuksia sekä pienemmille että suuremmille toimijoille.

Lisäksi kunnat ja muut julkiset organisaatiot tekevät jatkuvia hankintoja päivittäiseen käyttöön, mikä myös luo hyviä liiketoimintamahdollisuuksia.

Suuret julkiset hankinnat toteutetaan kilpailuttamalla eri hankintajärjestelmissä. Voit saada hyödyllistä tietoa julkisista hankinnoista vastuuviranomaisten kautta:

- Ruotsi: **[upphandlingsmyndigheten.se](http://upphandlingsmyndigheten.se)**
- Suomi: **[hankinnat.fi](http://hankinnat.fi)**

Julkiset hankinnat löydät myös verkosta, esimerkiksi täältä:

- Suomi: **[hankintailmoitukset.fi](http://hankintailmoitukset.fi)**
- Ruotsi: **[offentligaupphandlingar.se](http://offentligaupphandlingar.se)** tai **[opic.com/upphandlingar](http://opic.com/upphandlingar)**
- EU: Kaikki Euroopan unionin julkiset hankinnat löytyvät eurooppalaisesta järjestelmästä: **[ted.europa.eu](http://ted.europa.eu)**



**Vinkki!** Luo hakuvahti julkisen sektorin kilpailutusten seuraamiseksi.

# 4. Yhteistyö pienten ja keskisuurten yritysten kanssa

Organisaatioille: Tarjoa arvokasta tukea  
SIVU 15

PK-yrityksille: Kysy neuvoa ja tukea  
SIVU 16

## Tarjoa arvokasta tukea

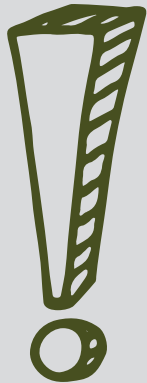
Useimmat pienet ja keskisuuret yritykset tarvitsevat tukea ja neuvoja valmistautuessaan tapaamaan suurtoimijan, edetäkseen keskusteluissa ja tehdäkseen rajat ylittävää liiketoimintaa. Yritysorganisaatiot voivat tarjota arvokasta tukea pitchaukseen valmistautumiseen ja toimia keskustelu- ja ideointikumppanina.

### Elinkeinoelämän organisaatiot: Tarjoa neuvontaa PK-yrityksille

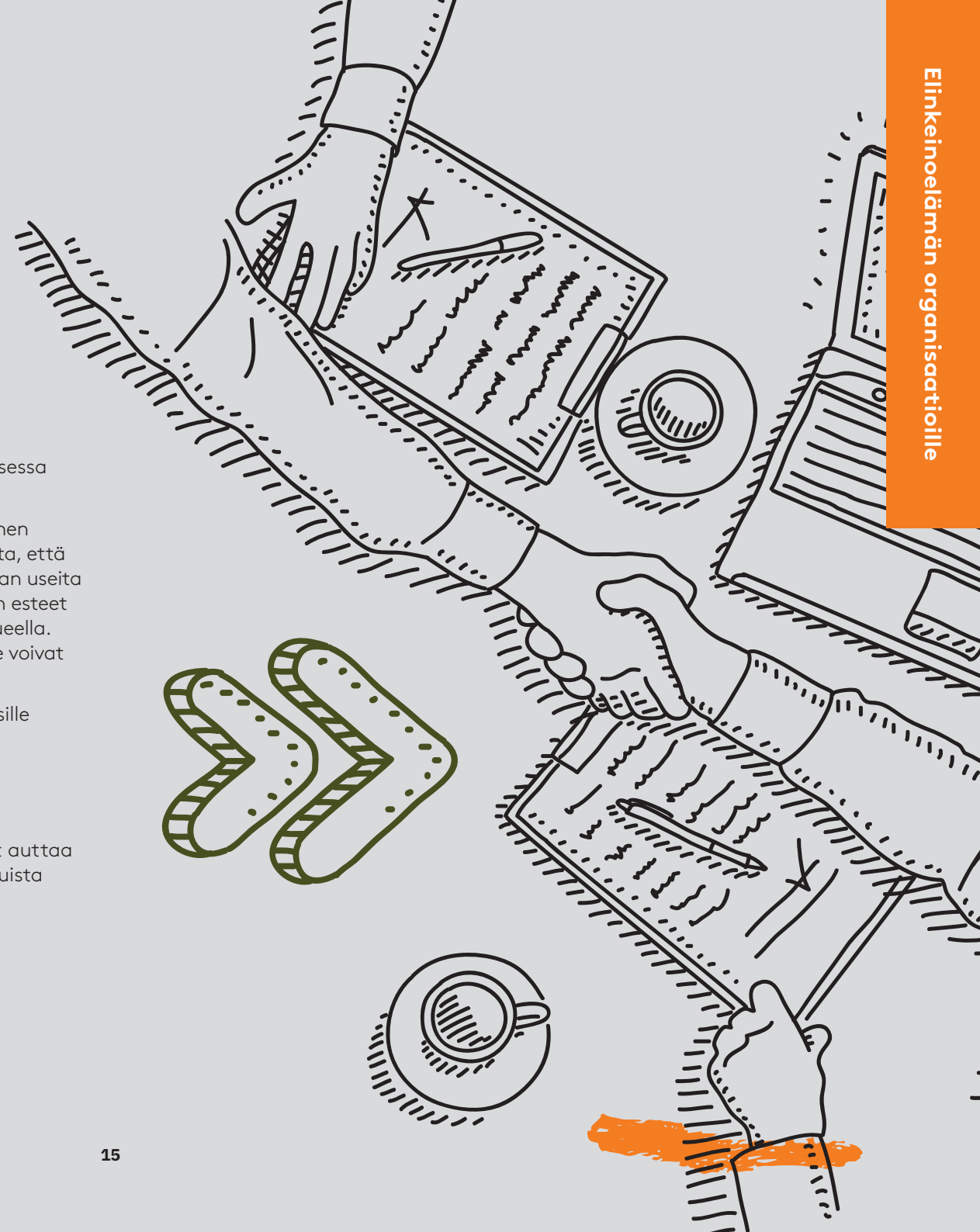
Elinkeinoelämän organisaatioilla on vastuu ja loistava tilaisuus tukea PK-yrityksiä esitysmateriaalin luomisessa ja verkkosivuston tarkistamisessa sekä yrityspitchauksen tai matchmakingin valmisteluissa.

Kokemuksemme mukaan avoin kommunikaatio ja PK-yritysten tukeminen prosessissa askel askeleelta on tärkeää, jotta tuella on vaikutusta. Muista, että jokainen vuoropuhelu on ainutlaatuinen ja että todennäköisesti tarvitaan useita keskusteluja ja jatkuvaa kehitystä. On myös tärkeää tunnistaa yrityksen esteet ja ohjata yritystä asiantuntija-avun pariin tällä nimenomaisella osa-alueella. Alueella työskentelevillä pitäisi olla hyvä kuva kokonaisuudesta, jotta he voivat tukea ja tarjota laajempia näkökulmia ja erilaisia lähestymistapoja.

Seuraavassa on lueteltu joitakin tärkeitä kohtia, jotka tukea PK-yrityksille tarjottaessa kannattaa käydä läpi. Lisätietoja PK-yrityksille on seuraavissa kohdissa.



- Lue lisää suurtoimijoista ja kerää tietoa
- Aloita verkostoituminen
- Kysy neuvoja ja tukea organisaatioilta, jotka voivat auttaa
- Luo materiaaleja tarjoamistasi tuotteista ja palveluista
- Valmistaudu tapaamiseen suurtoimijoiden kanssa
- Seuraa tuloksia ja kehitä liiketoimintaa



## Kysy neuvoa ja tukea

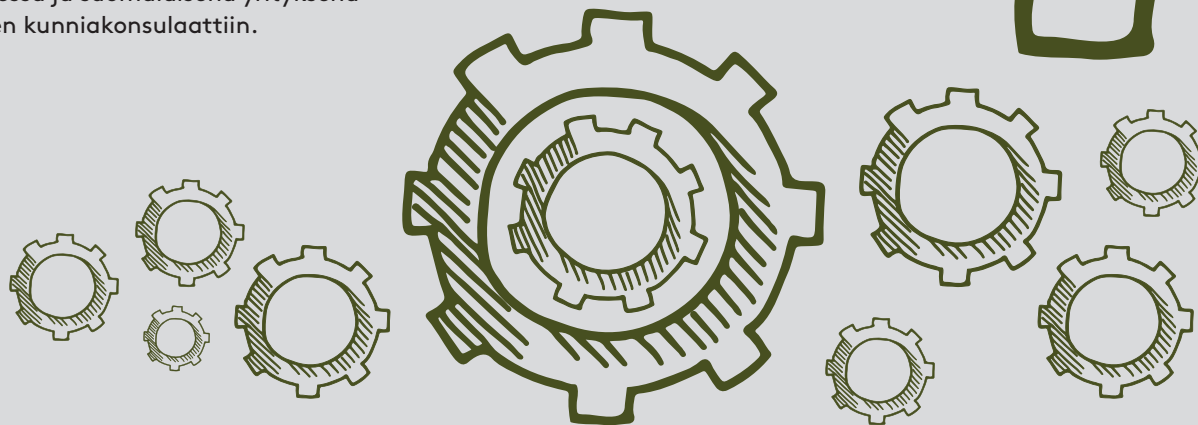
Pienenä tai keskisuurena yrityksenä voi olla vaikea tietää, miten löytää oikeat kontaktit ja liikekumppanuudet uudella alueella. On tärkeää uskaltaa ottaa yhteyttä ja pyytää apua – on monia julkisia ja yksityisiä organisaatioita, joiden tehtävänä on luoda edellytyksiä yritystoiminnalle.

Ota yhteyttä oman alueesi organisaatioihin ja pyydä tapaamista. Tukiorganisaatioiden rakenne on erilainen eri Pohjoismaissa, mutta verkostoon pääsee nopeasti mukaan ensimmäisen yhteydenoton jälkeen. Esimerkkejä organisaatioista, jotka voivat auttaa PK-yrityksiä:

- Business Sweden ja Business Finland
- Kunnan elinkeinoelämästä vastaava taho tai kehitysyhtiö
- Paikallinen kauppakamari ja suomalais-ruotsalainen kauppakamari
- Paikalliset yrittäjäyhdistykset
- Yksityiset konsulttiyritykset, jotka toimivat markkinakehityksen parissa
- Klusteriorganisaatiot, hautomot ja tiedepuistot



**Vinkki!** Pohjoismaissa kunniakonsulaatti on erittäin hyödyllinen, ota mieluusti heihin yhteyttä. Ruotsalaisena yrityksenä voit esimerkiksi ottaa yhteyttä Business Swedeniin Suomessa ja suomalaisena yrityksenä Ruotsissa Suomen kunniakonsulaattiin.





# 5. Levitä tietoa

Organisaatioille ja PK-yrityksille: Luo onnistuneita tapahtumia

SIVUT 18–19

PK-yrityksille: Luo markkinointimateriaalia

SIVUT 20–21

## Jaa tietoa: Luo onnistuneita tapahtumia

**Tapahtuman tai tapahtumasarjan suunnittelu ja järjestäminen vaatii paljon työtä ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen, ja siksi on tärkeää aloittaa suunnittelu hyvissä ajoin etukäteen.**

Onnistuneen tapahtuman luomisessa on ratkaisevan tärkeää, että kaikki mukana olevat tietävät, mikä tapahtuman tavoite on. Siksi on tärkeää viestiä selkeästi ja jatkuvasti ja jakaa tehtäviä kestävällä tavalla. Yhteinen matka suunnittelusta toteutukseen on myös palkitseva ja opettavainen seikkailu, joka vahvistaa yhteistyötä yli kansallisten rajojen sekä tapahtumajärjestäjien välillä että suurten ja pienten yritysten edustajien välillä.

Future Cleantech Solutions -hanketiimi testasi Lean-työkalua tapahtumaprosessin suunnitteluun, kohdentamiseen ja parantamiseen. Tätä kuvataan tarkemmin kohdassa 7: Jatka eteenpäin – Jatkuva kehitys. Haluamme nyt jakaa vinkkejä ja neuvoja tapahtumien kestäväan suunnitteluun ja järjestämiseen.

### Tärkeää pitää mielessä tapahtumaa suunniteltaessa ja järjestettäessä:

- **Aloita suunnittelu** hyvissä ajoin, mieluiten 6–12 kuukautta ennen tapahtumaa.
- **Lyö lukkoon tapahtuman teema ja ajankohta** tärkeimpien toimijoiden kanssa käytyjen keskustelujen perusteella:
  - Pitäisikö tapahtuman olla tiedotustilaisuus, matchmaking vai molemmat samanaikaisesti?
- **Vahvista** tavoite, kohderyhmä, budjetti ja henkilöresurssit, mukaan lukien vastuunjako.
- **Valitse tapahtuman muoto** (fyysinen/virtuaalinen/hybridi):
  - Mikä sopii parhaiten sekä suurtoimijoille että paikallisille PK-yrityksille?
  - Katso luettelo fyysisten ja digitaalisten tapahtumien hyödyistä ja haitoista (sivu 25).
  - Varaa tilat fyysisiin tapahtumiin ja/tai tekninen tuki digitaalisille tapahtumille hyvissä ajoin.

- **Valitse puhujat ja moderaattori:**
  - Ota yhteyttä haluamiisi puhujiin hyvissä ajoin varmistaaksesi, että he ovat käytettävissä.
  - Kutsu mukaan puhujia, jotka huomioivat sekä sukupuolten tasa-arvon että monimuotoisuuden syvempien keskustelujen luomiseksi.
  - Muista valita sopiva moderaattori. Hänellä on tärkeä rooli hyvän tunnelman luomisessa.
- **Määritä tarvittavat AV-laitteet ja tekniset työkalut**, esim. mitä studiota ja mediapalveluiden toteuttajaa käytetään.
- **Valmenna** suurtoimijan edustaja valittuun formaattiin.
- **Markkinoi** houkuttelevasti:
  - Ota markkinointitiimi mukaan alusta alkaen. Luo markkinointisuunnitelma kartoittamalla kohdeyleisö ja mukauttamalla markkinointi sen mukaan.
  - Lähetä "save the date" -viesti heti, kun aika, paikka ja teema on sovittu ja kutsu osallistujat uudelleen, kun tapahtuman ohjelma on valmis.
- Mieti, mikä kanava sopii parhaiten valitulle kohderyhmälle. Sosiaaliset mediat ovat usein tehokkaita.
- Hyvään tapahtumamarkkinointiin tarvitaan usein graafista materiaalia, houkutteleva otsikko ja joissakin tapauksissa myös mainontaa/markkinointia osana markkinointibudjettia. Mieti, miten voitte saada mahdollisimman monet ihmiset jakamaan viestiä tapahtumasta.
- Luo tapahtumaan osallistava tunnelma kuvien valinnalla, vältä stereotyyppioita ja katso, ettei viestintä sulje ketään pois. Katso inspiraatiota ja opastusta tasa-arvoisiin kuviin FCS tasa-arvoraportista. Pyydä raportti lähimmältä projektiorganisaatiolta!
- Jos valokuva- ja videomateriaalia tuotetaan, varmista, että materiaali täyttää GDPR- ja saavutettavuusvaatimukset.
- **Mieti omia resurssianne** ja voimianne – muista, ettei teidän tarvitse hoitaa kaikkea itse. Esimerkiksi graafisen materiaalin ja teknologian osalta paras ratkaisu voi olla ammattivun palkkaaminen.



**Yksi henkilö työryhmästä voi olla vastuussa siitä, että sukupuolten tasa-arvo otetaan huomioon jokaisessa suunnittelukokouksessa.** Roolia kannattaa kierrättää siten, että eri näkökulmat tulevat esille.

**Mieti kestävää kehitystä** myös tapahtumien suhteen. Tähän voi kuulua paikallisten ja ekologisten tuotteiden ja palvelujen käyttö, jätteiden lajittelu ja tapahtumaan liittyvien kuljetusten minimointi.

**Osallistaminen on keskeistä**, jotta kaikki voivat tuntea itsensä tervetulleiksi, nähdyiksi ja kuulluiksi. Jätä aikaa ja tilaa vuoropuhelulle, keskustelulle ja kysymyksille, jotka luovat yhteisöllisyyttä ja helpottavat tiedonkulkua.

**Miettikää**, miten voitte teknisten työkalujen avulla aktivoida ja ottaa yleisön mukaan. Tapahtuman visualisointi työkaluilla, kuten live-kirjoituksella, voi myös lisätä sitoutumista.

## Sinun ja yrityksesi on aika näkyä

Lisäämällä yrityksesi näkyvyyttä lisäät mahdollisuuksia osua suurtoimijoiden tutkaan – ja vähitellen päästä sopimukseen heidän kanssaan. Menestyäkseen tarvitsette erilaisia markkinointimateriaaleja, joita voidaan käyttää eri yhteyksissä ja eri kanavissa. Tarvitaan esimerkiksi painettuja tai digitaalisia materiaaleja, myyntiesitys, yrityksen verkkosivusto, hakukoneoptimointia, sosiaalisen median hyödyntämistä, uutiskirjeitä ja paljon muuta.

### Markkinointimateriaalit

Markkinointimateriaaleja laatiessa on tärkeää kertoa tarjonnastanne konkreettisesti. Tunnista yksilölliset etunne (USP:t eli Unique Selling Pointit) ja muotoile selkeä viesti. Mukaan kannattaa liittää suosituksia aiemmilta tyytyväisiltä asiakkailta, mikä vahvistaa viestiänne.

Teidän on hyvä miettiä materiaalin saatavuutta kohderyhmän kielellä. Harkitkaa myös muita kohderyhmällemme relevantteja kieliä. Siitä on esimerkiksi aina etua, että yhteenveto tärkeimmistä tiedoista on englanniksi. Mukauttakaa materiaali asiakkaalle, jonka tapaatte, ja jos mahdollista – pyytäkää apua ymmärtääksenne, mitä kulttuurieroja teidän tulisi huomioida.

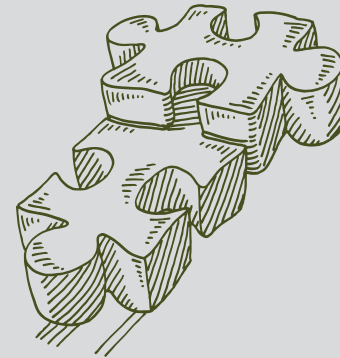
Jos mahdollista, voi olla hyvä hyödyntää ammattitaitoisen viestintätoimiston tai muun asiantuntijan apua myyntimateriaalin hiomiseen.

### Hissipuhe ja myyntiesitys

Varmista, että sinulla on aina valmiina harjoiteltu suullinen esitys, niin sanottu hissipuhe. Sen tulee olla lyhyt, enintään kolme minuuttia. (Siksi nimi – kolme minuuttia on pitkä hissimatka).

Valmistele myös niin sanottu one-pager – kirjallinen yhden sivun esitys, jonka voit lähettää sähköpostitse tai antaa tapaamisen yhteydessä. One-pagerin tulisi herättää kiinnostusta ja kertoa tärkeimmät asiat yrityksestänne.

Kun olet varannut tapaamisen yrityksenne esittelemiseksi, mieti kenelle esittely on suunnattu. Mitä tärkeää kyseisen kohderyhmän on tiedettävä? Kauanko teillä on aikaa? Onko kyseessä fyysinen vai digitaalinen tapaaminen? Mukauta materiaalisi aina asiakkaan mukaan.



Myös video voi toimia hyvin yrityksen ja sen tarjonnan esittelemisessä. Silloin 1–2 minuuttia on juuri sopiva pituus. Kannattaa käyttää ammattimaisia videotuottajia, jotta viesti menee varmasti perille.

Muista "close the deal" eli viedä kaupat maaliin varaamalla uusi tapaaminen asiakkaan kanssa.



**Vinkki!** Paras pitch on tarina tai kertomus. Uskalla olla erilainen. Valmistautuminen tarkoittaa, että voitte pitchata milloin tahansa ja missä tahansa, myös täysin ilman tukimateriaalia.

## Mahdollinen pitch-malli

### 1. Etusivu

→ Perustiedot yrityksestä + kyseisestä tapahtumasta graafisesti hyvin muotoiltuna

### 2. Hook/kiinnostuksen herättäjä

→ Herätä huomiota, luo kiinnostusta

### 3. Tarpeet/ongelmat

→ Kuvaile tarvetta/ongelmaa/toivetta

### 4. Ratkaisu

→ Kuvaile yrityksesi tarjoamaa ratkaisua

### 5. Edut

→ Kuvaile ratkaisunne etuja

### 6. Kilpailu

→ Kuvaa kilpailua suoraan ja välillisesti

### 7. Tiimi/Osaaminen

→ Kuvaile, miksi juuri te onnistutte.

### 8. Call-To-Action

→ Mitä haluatte kuuntelijan tekevän kuunneltuanne teitä? Jaa yhteystiedot.

## Digitaalinen läsnäolo

**Mieti** yrityksesi digitaalista läsnäoloa! Mitä tapahtuu, kun joku etsii yrityksesi nimeä hakukoneesta, kuten Googlesta? Ovatko tiedot oikeat, oleelliset ja ajantasaiset?

**Miltä näyttää** omalla verkkosivustollanne: Onko se helppolukuinen ja tarjonta selkeästi esillä? Onko selvää, mitä hyötyä voitte tarjota? Mitä aiempien asiakkaiden referenssejä voitte esitellä? Mitä kuvanne viestittävät? Ovatko ne oleellisia, osallistavia ja tasa-arvoisia? Varmista myös, että verkkosivusto on ajan tasalla ja, että sieltä löytyy relevantit tiedot ja yhteystiedot ovat selvästi näkyvissä.

**Tarkista myös**, mitä tietoja kävijät löytävät sosiaalisen median

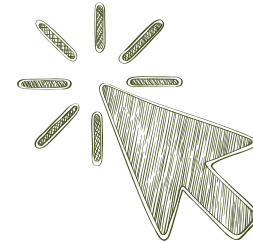
kanavistanne – näiden tulisi toimia digitaalisina käyntikortteina kohderyhmillenne.

**Kun olet selvittänyt** oleellisimmat asiat – että tiedot ovat selkeitä, tarkkoja, oleellisia ja ajantasaisia – kehitä markkinointistrategia, jossa voitte konkretisoida, mitä haluatte saavuttaa digitaalisella viestinnällänne. Jokaisella asiakkaalle/ alihankkijalle/ tuleville työntekijöille suunnatulla kanavalla on oltava selkeä ja harkittu tavoite, ja niiden tulee antaa yhtenäinen kuva yrityksestä. Päivitä sosiaaliseen mediaan mahdollisimman usein oleellisia tietoja, mieluiten vähintään kerran viikossa.

**Mieti myös**, onko teillä johdonmukainen ja asianmukainen graafinen profiili vai kaipaako se tarkistamista.

## Potentiaaliset asiakkaat

käyttävät hakukoneita etsiessään tuotteita ja palveluita, ja siksi myös hakusanoihin on tärkeä paneutua. Suurtoimijat ovat aktiivisia toimittajaverkostoissaan, ja tässä haluatte olla ensimmäisenä jonossa. Siksi voi olla tärkeää tarkastella tarkemmin hakukoneoptimointia (SEO), johon sisältyy menetelmiä ja tekniikoita, joiden avulla voidaan parantaa verkkosivuston hakukelpoisuutta ja saavuttaa parempi asema hakukoneiden tuloksissa.



# 6. Aika tavata

Organisaatioille: Järjestä matchmaking  
SIVUT 23–25

PK-yrityksille: Osallistu matchmakingiin  
SIVU 26

## Aika tavata: Järjestä matchmaking

**Kun suurtoimijan tarpeet on kartoitettu, tiedonjakotapahtuma on toteutettu ja PK-yritykset ovat saaneet neuvontaa – silloin on aika tavata.**

Järjestämällä matchmakingin elinkeinoelämän järjestö voi antaa PK-yritykselle mahdollisuuden tavata suurtoimija liiketapaamisessa. Matchmaking-tapahtuma voidaan järjestää samanaikaisesti tiedon jakamisen kanssa. Kokemuksemme mukaan siitä on kuitenkin etua, että ensin levitetään tietoa ajankohtaisesta suuresta investoinnista ja sen jälkeen järjestetään matchmaking.

Kuten tiedonjakotapahtumissakin, onnistunut matchmaking vaatii paljon valmistelu- ja viestintätyötä sekä suurtoimijan että PK-yritysten kanssa. Jotkut näistä vaiheista ovat samat tapahtuman tyypistä riippumatta, mutta matchmaking vaatii myös tiettyjä erityisvalmisteluja.

### TARKISTUSLISTA järjestäjälle matchmakingia varten

- **Kartoita ja selvitä suurtoimijan tarpeet ja intressit:**
  - Tarvitaanko salassapitosopimuksia (NDA)?
  - Kartoita mahdolliset ajankohdat ja luo aikajana.
  - Sovi, kuinka monta PK-yritystä suurtoimijan on mahdollista tavata samassa tilaisuudessa.
- **Päätä aika ja paikka:**
  - Paikan tulisi sopia moniin lyhyisiin tapaamisiin, joissa on mahdollista keskustella yksityisesti.
  - Tapahtuma voidaan toteuttaa myös digitaalisesti. Valitse tässä tapauksessa helpokäyttöinen alusta ja varmista etukäteen, että siinä on järjestäjän tarvitsemat ominaisuudet.

- **Määritä, missä muodossa PK-yritys voi herättää suurtoimijan kiinnostuksen ja esitellä tarjontaansa:**
  - Esimerkiksi lyhyt esittelyteksti, graafinen one-pager tai lyhyt video.
- **Luo tapahtuma:**
  - Tietoa tapahtumasta ja rekisteröintimahdollisuuden on oltava saatavana verkkosivustolla tai muulla digitaalisella alustalla.
  - Luo tapahtumasivuja eri sosiaalisen median kanavissa, kuten LinkedInissä.
- **Tarvittaessa ohjeista ja coachaa PK-yrityksiä ennen tapahtumaa:**
  - Jos valitset digitaalisen vaihtoehdon – testaa tekniikka (kamera, mikrofoni, valaistus ja internet-yhteys) hyvissä ajoin etukäteen.
- **Laadi esittely PK-yrityksistä ja niiden tarjonnasta:**
  - Yhteenvedon perusteella suurtoimija valitsee, mitkä PK-yritykset se haluaa tavata.
- **Anna suurtoimijalle tarvittaessa lisätietoja:**
  - PK-yrityksen arviointi voi olla vaikeaa. Sinulla voi olla järjestäjänä tietoa, joka helpottaa tätä.
- **Laadi PK-yrityksille tapaamisaikataulu, jota suurtoimija noudattaa:**
  - Lisää pieniä taukoja ja jätä tapaamisten väliin aikaa sujuvia siirtymiä varten.
- **Ota huomioon osallistuvien PK-yritysten mahdolliset odotusajat:**
  - Varmista, että yritys voi hyödyntää koko tapahtuma-ajan.
- **Päätä tapahtuma lyhyeen arviointitapaamiseen suurtoimijan kanssa:**
  - Kuuntele ja kirjaa havaintoja ylös, jotta molemminpuolinen jatkuva kehitys on mahdollista.
- **Ota yhteyttä osallistuneisiin PK-yrityksiin ja tarkista niiden osallistumisen lopputulokset jälkikäteen:**
  - Kerää myös kirjallista palautetta heti tapahtuman jälkeen.
- **Ota yhteyttä osallistuviin osapuoliin uudelleen puolen vuoden kuluessa tapahtumasta pitääksesi suhteen elossa.**



## Hyvän ilmapiirin merkitys

Miten suunnitellaan ja järjestetään yrityslähtöinen tapahtuma siten, että mahdollisimman monet hyötyvät siitä mahdollisimman paljon? Tämä kysymys on vienyt suuren osan hanketiimin ajasta Future Cleantech Solutions -hankkeen puitteissa. Olemme testanneet useita erilaisia menetelmiä – perinteisiä ja innovatiivisia, fyysisiä ja digitaalisia. Tärkeä oppi: Älä aliarvioi hyvän ilmapiirin luomisen merkitystä tapahtuman aikana.

Esimerkkinä hyvän ilmapiirin tärkeydestä voimme mainita yhden Future Cleantech Solutions -hankkeen järjestämän matchmaking-tapahtuman. Tapahtumassa pidettiin ennen varsinaista matchmakingia tunnin yritysesityt, ja me tapahtuman parissa työskennelleet olimme huolissamme siitä, laskisiko tämän tilan energiaa ja vaikuttaisiko se negatiivisesti matchmakingiin.

Siksi päätimme sisällyttää moderaattorin, jonka tehtävänä oli luoda uutta energiaa – ja saada osallistujat näin osallistumaan ja keskustelemaan, muodostamaan suhteita sekä luomaan liiketoimintaa. Energiatason nostamiseksi palkattiin myös trubaduri, joka soitti yleisön toivekappaleita. Yhdessä nämä osat auttoivat luomaan luovan ja energisen ilmapiirin, joka auttoi kuromaan kulttuurieroja yksinkertaisella ja osallistavalla tavalla. Osallistujilta tapahtuman jälkeen saadussa palautteessa nämä elementit korostuivat positiivisina yksityiskohtina ja muistutuksena siitä, että tilan energia voi muuttaa tunnetta ja lopputulosta.



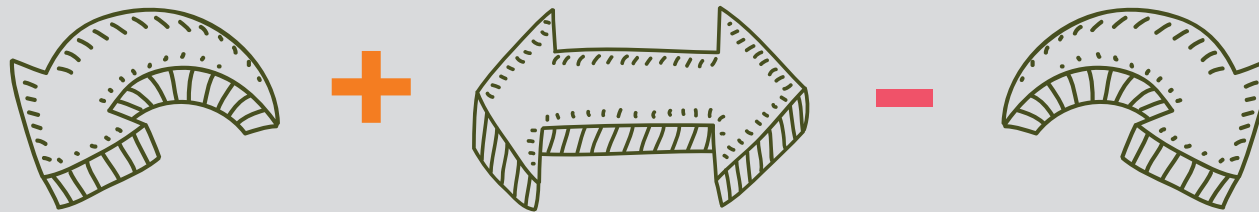
## Fyysisesti vai digitaalisesti?

Digitaalisen, verkossa järjestettävän tapahtuman organisoiminen tarjoaa suuria mahdollisuuksia – mutta myös paljon haasteita. Tämän ovat monet saaneet kokea maailmanlaajuisen koronapandemian yhteydessä, elleivät jo aiemminkin.

Future Cleantech Solutions -hankkeen osalta pandemia iski keskenhankekauden. Yhtäkkiä meidän hankeryhmässä – samoin kuin ihmisten ympäri maailmaa – oli pohdittava uudelleen erilaisia digitaalisia työkaluja ja perehdyttävä niihin, jotta pystyimme jatkamaan tapahtumien ja matchmaking-tilaisuuksien järjestämistä. Saimme näin kuitenkin kokemusta sekä fyysisistä että digitaalisista tapahtumista ja molempien yhdistelmästä, niin sanotuista hybriditapahtumista. Olemme laatineet luettelon eri vaihtoehtojen hyödyistä ja haitoista.



**Priorisoi hyvän ilmapiirin luomista! Kokemuksemme mukaan tämä on näkökulma, joka jätetään usein huomiotta – mutta joka on ratkaisevan tärkeä hyvän tuloksen saavuttamiseksi kaikille asianosaisille.**



### FYYSISTEN TAPAHTUMIEN HYÖDYT

- + Syvempi yhteisöllisyys fyysisten kohtaamisten kautta
- + Mahdollisuus jatkaa keskustelua myöhemmin samassa tilaisuudessa
- + Sujuvampi viestintä ilman digitaalisia työkaluja
- + Fyysisten tapahtumien järjestämisestä voi olla enemmän kokemusta, joten järjestelyt tuntuvat helpommilta

### DIGITAALISTEN TAPAHTUMIEN HYÖDYT

- + Mahdollisuus pikakokouksiin
- + Helpompi kutsua osallistujia muualta maailmasta
- + Yhtäläiset mahdollisuudet ja matala kynnyks, kun jokainen voi osallistua työpöytänsä äärestä
- + Helppo esittää sähköistä esitysmateriaalia ja jakaa materiaalia jälkikäteen
- + Tarpeeton matkustaminen jää pois, mikä säästää resursseja ja on tärkeää kestävän kehityksen kannalta

### FYYSISTEN TAPAHTUMIEN HAITAT

- Aikaa vievää osallistujille
- Pitkien matkojen suuret ympäristövaikutukset
- Korkeammat kustannukset osallistujille
- Osallistaminen ja samojen mahdollisuuksien antaminen kaikille voi olla vaikeampaa

### DIGITAALISTEN TAPAHTUMIEN HAITAT

- Kehonkieltä ja tunteita on vaikeampi lukea
- Kestävien suhteiden rakentaminen on vaikeampaa
- Teknisten ongelmien riski
- Vaaditaan enemmän huolellista suunnittelua, jotta kiinnostusta voidaan ylläpitää
- Voi tuntua oudolta, vaatii erilaista valmistelua ja valmiutta kuin fyysiset tapahtumat

## Osallistu matchmakingiin

Matchmaking-tapahtumaan osallistuminen on hyvä tapa olla suoraan yhteydessä kiinnostaviin asiakkaisiin ja esitellä, mitä voitte tarjota juuri näiden asiakkaiden tarpeisiin. Muista kuitenkin, että hyvä myyjä aloittaa esittämällä kysymyksiä – anna asiakkaan ensin kertoa heidän tarpeistaan! Sen jälkeen on helpompi tietää, voitteko auttaa heitä ja miten.

### Myös messut ovat tapaamispaikka

Sekä fyysiset että digitaaliset messut voivat olla hyviä paikkoja verkostojen muodostamiseen. Valitse, haluatko osallistua kävijänä tai näytteilleasettajana omalla osastolla. Edullisempi vaihtoehto omalle osastolle on jakaa osasto muiden kanssa. Monissa paikoissa on yrityksiä, jotka järjestävät tällaisia mahdollisuuksia. Riippumatta siitä, missä muodossa osallistutte, teidän on suunniteltava osallistumisenne.

Kutsu nykyiset ja potentiaaliset asiakkaat osastollesi hyvissä ajoin ennen messuja. Varmista, että kaikki ovat aktiivisia ja kiinnostuneita, kun tapaatte uusia kontakteja ja muista pitää yhteyttä uusiin kontakteihinne tapahtuman jälkeen!



## Matchmakingin TARKISTUSLISTA PK-yrityksille:

- **Osallistu erilaisiin tapahtumiin, joissa on mahdollisuus tavata asiakkaita**
  - Muista myös pienemmät tapahtumat. Mitä vähemmän osallistujia, sitä helpompaa on saada hyvä yhteys potentiaaliseen asiakkaaseen.
- **Suunnittele osallistumisesi.**
  - Aseta tavoitteet sille, mitä haluatte saavuttaa osallistumisellanne. Tapahtumalla on rajallinen aika, joten käytä se hyvin!
- **Tunnista etukäteen ihmiset, joihin sinulla on eniten tarvetta olla yhteydessä ja etsi aktiivisesti mahdollisuuksia tavata heidät tapahtuman aikana.**
  - Tietyissä tapahtumissa käytetään digitaalisia työkaluja, joiden avulla tapaamiset voidaan varata etukäteen. Näihin kannattaa tutustua ennen tapahtumaa.
- **Muista tehdä läksysi! Varaa kalenterista aika tapahtuman jälkeen uusien kontaktien seuraamista varten.**
  - Jatka käytyjä keskusteluja. Jos olette luvanneet lähettää lisätietoja tai materiaalia, on tärkeää tehdä se mahdollisimman pian.
- **Hyvä tapa jäsentää asioita, jotka on tehtävä tapahtuman jälkeen, on esitellä se sisäisesti yrityksen sisällä – keitä olette tavanneet, mitä olette oppineet, mitä olette sopineet ja mitä mahdollisia liiketoimintoja on seurattava.**
  - Tapahtuman esittäminen sisäisesti vahvistaa sisäistä viestintää ja tarjoaa mahdollisuuden jakaa tehtäviä, jos siihen on tarvetta.
- **Seuraa tapahtuman tuloksia.**
  - Miten etukäteen tekemänne suunnitelmat toimivat? Toimitteko niiden mukaan ja saavutitteko aiemmin asettamanne tavoitteet? Mittaa tuloksia! Kannattaa käyttää samaa suunnitelmaa seuraavalle tapahtumalle, mutta muokkaa ja päivitä sitä kokemuksiinne ja oppienne mukaan.



# 7. Katse eteenpäin: Jatkuva kehitys

# Katse eteenpäin: Jatkuva kehitys

**Sekä yritysten myynti- ja ostoprosessit että elinkeinoelämän hankkeet ovat luonnostaan ajallisesti rajattuja ja ohimeneviä. Se, mikä ehdottomasti pysyy, on jatkuva tarve kehitykselle. Tämä koskee niin PK-yrityksiä kuin myös suurtoimijoita.**

Perusedellytys sille, että voimme oppia tehdystä työstä ja parantaa prosesseja, on se, että ne dokumentoidaan ja niitä seurataan. On myös tärkeää, että kaikki prosessiin osallistuneet osapuolet otetaan mukaan seurantaan, koska se on tärkeä tilaisuus saada arvokasta tietoa, jonka kanssa voidaan jatkaa työskentelyä.

Valitettavasti tämä on usein helpommin sanottu kuin tehty – ja kokemuksemme on, että se jää helposti priorisoimatta. Olemme koonneet alle parhaat neuvomme, jotta seuranta olisi mahdollisimman yksinkertaista ja hyödyllistä.

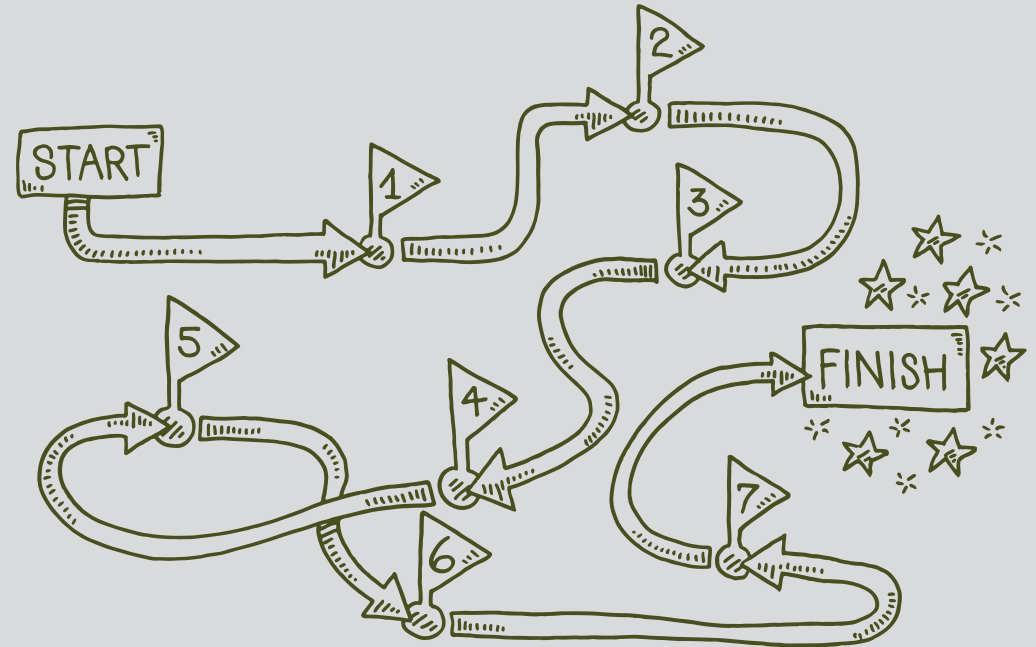
## SEURANTA YHDESSÄ YRITYKSEN KANSSA

- **Esitä kysymys.** Ota myöhemmin yhteyttä PK-yritykseen ja kysy, miten heidän kokouksensa sujui, miten he aikovat jatkaa työskentelyä ja tarvitsevatko he apua etenemisen kanssa. Ota myös yhteyttä suurtoimijoihin ja kysy heidän kokemuksistaan ja mahdollisista uusista tarpeistaan.

## SEURANTA YHDESSÄ YRITYSKEHITTÄJÄN KANSSA

- **Ottakaa yhteyttä** yrityskehittäjään suurtoimijan kanssa järjestetyn matchmakingin jälkeen ja kertokaa, miten koitte tapaamisen. Keskustelkaa siitä, miten aiotte jatkaa työskentelyä ja millaista tukea saatatte tarvita edetäkseenne suurtoimijan kanssa. Käytä yrityskehittäjää keskustelu- ja ideointikumppanina. Ellette ole kuulleet suurtoimijasta, potentiaalisesta uudesta asiakkaastanne, ottakaa yhteyttä ja keskustelkaa myös heidän kanssaan.





## OMAN TYÖNNE SEURANTA

- **Saavutitteko tavoitteenne?**  
Arviokaa omaa työtänne jatkuvasti kokemuksiinne perustuen. Muistaakaa myös kysyä ja hyödyntää palautetta. Mikä toimi hyvin, mikä vähemmän hyvin ja mitä on parannettava? Älkää pelätkö epäonnistumista, tehkää se uudelleen ja paremmin!
- **Työskentelettekö tasaver-  
taisesti ja monimuotoisesti?**  
Sukuvoimien tasa-arvoon ja monimuotoisuuteen liittyviä näkökohtia on seurattava

jatkuvasti. Mitä enemmän erilaisia näkökulmia on, sitä innovatiivisempia ideoita saatte. Uuden ajattelun edellytyksenä on, että työryhmässä on ihmisiä, joilla on erilaisia kokemuksia ja taustoja.

- **Olkaa sopivan innovatiivisia.**  
Jotta toiminta voidaan suorittaa määrättyssä ajassa, on myös tärkeää rajoittaa innovaatiotasoa. Päätäkää yhdessä, mitä alueita pitää kehittää ja mikä on "good enough".

- **Ajattele rajat ylittävästi.**  
Yhteistyössä, jossa on mukana useita organisaatioita tai osastoja, suosittelemme, että yksi osallistuja kustakin organisaatiosta/osastosta osallistuu suunnitteluun. On myös hyvä ottaa mukaan edustajia, joilla on erilaisia työrooleja, jotta kaikki näkökulmat tulevat näkyviksi: viestintä, tekniikka, markkinointi, yrityskontaktit, budjettivastuu ja niin edelleen.



**Kärsivällisyys** on tärkeä ominaisuus. Oikean kontaktin löytäminen ja vahvan suhteen rakentaminen vaatii useita tapaamisia ja voi viedä aikaa. Se ei ole rakettitiedettä, mutta myynti vaatii kovaa työtä, eikä oikoteitä ole.



Future Cleantech Solutions -hankeryhmä on käyttänyt niin sanottua Lean-työkalua aktiviteettien suunnitteluun, kohdentamiseen ja parantamiseen. Koska hankkeessa oli mukana teollisuusyrityksiä ja suuria teollisuusinvestointeja, oli luontevaa käyttää autoteollisuudesta peräisin olevaa, hyväksi havaittua työkalua. Toyota Production System on Lean-ideologian perusta, ja monet kehittämistyökalut ovat saaneet alkunsa siitä. Näin ollen visuaalinen Lean-työkalu "A3" valittiin tapahtumien suunnittelun ja matchmakingin dokumentoinnin ja kehittämisen perustaksi. Ryhmä sääti työkalua jatkuvasti matkan aikana syntyneiden tarpeiden mukaan. Esittelemme tässä tulkittamme A3:sta.

## Työkalu toiminnan suunnitteluun ja kehittämiseen

### KOHDAT 1-5 TÄYTETÄÄN AKTIVITEETTIA SUUNNITELTAESSA

**Aktiviteetti voi tarkoittaa** tapahtumaa, matchmakingia, messumatkaa tai B2B-myyntiä jne. Työkalu soveltuu sekä PK-yrityksille että elinkeinoelämän organisaatioille ongelmien ratkaisemiseen ja prosessien kehittämiseen dokumentoinnin ja visualisoinnin avulla.



Työryhmää kannattaa muistuttaa säännöllisesti suunnittelun aikana valituista toimenpiteistä. A3-menetelmä saa nimensä siitä, että A3-kokoinen muistutusluettelo on mahdollista tulostaa – tätä kannattaa kokeilla!

#### 1. TAUSTA

Tee tausta-analyysi vastaamalla seuraaviin kysymyksiin: Miksi on tärkeää panostaa tähän toimintaan? Miksi juuri nyt?

#### 2. NYKYINEN TILA

Tee tilanneanalyysi näiden kysymysten avulla: Miten vastaavia aktiviteetteja järjestetään tällä hetkellä? Miten se toimii? Mitä tuloksia tänään saavutetaan? Muista tarkistaa aiempien aktiviteettien muistiinpanot hyödyntääksesi aiempia kokemuksia.

#### 3. YLEISET TAVOITTEET

Aseta aktiviteetille selkeät tavoitteet. Mikä on tärkeintä saavuttaa? Aseta esimerkiksi kolme konkreettista tavoitetta (tavoitteita voivat olla esimerkiksi osallistujien määrä, kokousten määrä tai tyytyväisyys).

Jotta voidaan varmistaa, että kestävyys ja sukupuolten tasa-arvonäkökulma sisällytetään kaikkeen toimintaan, suosittelemme myös näiden tavoitteiden asettamista. Aseta yksi mitattavissa oleva kestävä kehityksen tavoite ja yksi sukupuolten tasa-arvoa/monimuotoisuutta koskeva tavoite.

#### 4. NYKYTILANTEEN ANALYYSI

Mieti tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa tavoitteen saavuttamiseen. Luo luettelo haasteista, esteistä ja vahvuuksista käytettävissä olevien tietojen perusteella.

#### 5. RATKAISUEHDOTUKSET & TOIMENPITEET

Laadi luettelo mahdollisista ratkaisuista tunnistamiinne haasteisiin. Valitse sitten joitakin toimenpiteitä, joita voitte testata aktiviteetin yhteydessä. Jotkut toimenpiteet voivat olla sellaisia, joita ette ole aiemmin testanneet, mutta älkää ottako liian monia toimenpiteitä testattavaksi kerralla. Määritä kullekin toimenpiteelle oma vastuhenkilö.

Kohdat 6-8 löydätte seuraavalta sivulta.

# Työkalu toiminnan suunnitteluun ja kehittämiseen

KOHDAT 6–8 TÄYTETÄÄN SEN JÄLKEEN, KUN AKTIVITEETTI ON SUORITETTU



Tallentakaa muistiinpanonne samaan paikkaan ja pohtikaa kehitysprosessia säännöllisesti. On suositeltua aloittaa näistä muistiinpanoista, kun seuraavan kerran saatte suunnitella aktiviteettiä: tapahtumaa tai matchmakingia.

Kohdat 1–5 löydätte edelliseltä sivulta.



On myös tärkeää, että kaikki prosessiin osallistuneet osapuolet otetaan mukaan arviointiin, koska se on tärkeä tilaisuus saada arvokasta tietoa, jonka perusteella työtä voidaan kehittää.

## 6. TULOSTEN ARVIOINTI

Toiminnan arviointi on avain jatkuvaan kehitykseen. Kerää arvioinnin tueksi palautetta eri osapuolilta sekä järjestäjiltä että osallistujilta. Mikä toimi? Mikä ei toiminut? Luo näiden pohjalta yksinkertainen plus- ja miinuslista. Keskity etenkin asetettuihin tavoitteisiin ja testattuihin uusiin ratkaisuihin. Miten näissä onnistuttiin?

Ole rakentava. Kiinnitä erityisesti huomiota kestävään kehitykseen ja sukupuolten tasa-arvoon liittyviin tavoitteisiin, jotta voidaan varmistua ettei näitä näkökohtia unohdeta.

## 7. YHTEENVETO

Kirjoita tulosanalyysin perusteella lyhyt yhteenveto, joka selittää ulkopuolisellekin ne tärkeimmät opetukset, joita aktiviteetista saatiin.

## 8. PARANNUSEHDOTUKSET

Laadi uusi luettelo parannusehdotuksista. Mitä muutoksia suositellaan ennen kuin vastaava aktiviteetti järjestetään seuraavan kerran?



**”Sukupuolten tasa-arvoon ja monimuotoisuuteen liittyviä näkökohtia on seurattava jatkuvasti. Mitä enemmän erilaisia näkökulmia on, sitä innovatiivisempia ideoita saatte.”**



# Ota meihin yhteyttä

Kerrothan, jos jatkoyhteistyö kanssamme kiinnostaa

**Yhteystiedot.** Hankkeeseen ovat osallistuneet seuraavat organisaatiot, ja heidän yhteystietonsa löytyvät parhaiten heidän verkkosivuiltaan. Ottakaa rohkeasti yhteyttä lähimpään organisaatioon tai alueeseen, joka teitä voisi kiinnostaa. [www.northswedencleantech.se](http://www.northswedencleantech.se), [www.merinova.fi](http://www.merinova.fi), [www.vasek.fi](http://www.vasek.fi), [www.kosek.fi](http://www.kosek.fi)

## Tukemassa



EUROOPAN UNIONI

**Interreg**  
**Botnia-Atlantica**

Euroopan aluekehitysrahasto

