

Eevin eväitä työkirja!

EEVI-HANKE

Elpyminen, elinvoima ja
verkostoituminen



TOIMINTAMALLEJA JA TYÖKALUJA
LUOVAN ALAN OSAAJALLE



Alku- sanat

EEVI-HANKE

Elpyminen, elinvoima ja
verkostoituminen

TOIMINTAMALLEJA JA TYÖKALUJA LUOVILLE ALOILLE

Onneksi olkoon! Olet saanut luettavaksesi Eevi-hankkeen työkirjan. Tähän julkaisuun on koottu hankkeessa tuotetut luoville aloille suunnatut toimintamallit ja työkalut osaamisen tueksi sekä oman ammattitaidon kehittämistä varten. Luovilla aloilla meitä työskentelee laaja kirjo erilaisia tekijöitä ja meiltä löytyy monenlaista osaamista sekä paljon erilaisia toimintatapoja. Eevin työkirjan harjoitteita voit tehdä itseksesi, mutta myös tiimisi tai kollegojesi kanssa yhdessä.

Uudenmaan liiton rahoittamassa Eevi-hankkeessa (elpyminen, elinvoima ja verkostot) olemme tunnistanee luovien alojen ammattilaisten tarpeita saada henkilökohtaista mentorointia, osata rakentaa laajempia verkostoja ja tarkastella omia sidosryhmiä. Lisäksi osaamista tarvitaan oman tuotteen tai palvelun myynnissä, markkinoinnissa, erilaisten digitaalisten työkalujen haltuun otossa sekä oman brändin rakentamisessa.

Tämän kirjan työkaluja voit käyttää eri tilanteissa ja soveltaa niitä mielesi mukaan. Luovilla aloilla työskennellään sydämellä ja taiteellisella näkökulmalla, mutta yhtä lailla luovasta työstä täytyy saada myös elanto- tämä kirjanen olkoon siis apuna tällä matkallasi.

Eevi-hankkeen projektipäällikkö

Matleena Kaurila ja koko Eevin tiimi



eevi

Webinaarit

Eevi-hankkeessa on tuotettu kaiken kaikkiaan 15 nauhoitettua webinaaria, jotka palvelevat eri luovien alojen ammattilaisia mahdollisimman kattavasti. Webinaarien luennoitsijat ovat olleet hankkeen työntekijöitä ja muita luovan alan asiantuntijoita. Kuuntele ja katsele sinua kiinnostavat tallenteet ja poimi hyödylliset vinkit sekä opit talteen!



Mitä kuuluu ihan oikeesti?

Luovan alan järjestöjen asiantuntijat kertovat työkentän kuulumisia koronapandemian keskeltä. Mukana ovat AGMA:n edellinen johtaja Kati Uusi-Rauva, Ornamo ry:n asiantuntija ja muotoilija Elina Perttula, Osuuskunta Lilithin toimitusjohtaja Tommi Viitamies sekä Muusikkojen liiton freelancerkoordinaattori Jaakko Kämäräinen. Lisäksi kuullaan puheenvuoro kulttuuri-asiainneuvos Kirsi Kaunisharjulta Opetus- ja kulttuuriministeriöstä.

Miten teen hyvän apurahahakemuksen?

Ornamo ry:n asiantuntija Petra Ilosen johdolla perehdytään apurahahakemuksen laatimiseen.

Puheenvuorot brändäyksestä

CEO Petteri Kolinen, yrittäjä Anna Moilanen ja vaikuttaja Kasper Strömman antavat vinkkejä oman brändin rakentamiseen. Katso Puheenvuorot Brändäyksestä webinaari ja tee Kasper Strömmanin antamat tehtävät:

- Kirjoita paperille viisi asiaa, joissa olet hyvä
- Oletko Instagramissa, Twitterissä tai muualla sosiaalisen median alustoilla? Nyt on aika liittyä, jos et vielä ole!
- Kuka olet nyt? Ja kuka haluaisit olla tulevaisuudessa?
- Mitä haluat nostaa tai tuoda esille?
- Mitä et välttämättä halua korostaa?
- Päätä mitä ihmiset haluavat tietää sinusta
- Valitse itsellesi selkeä titteli, sen avulla ihmiset muistavat sinut
- Tee itsestäsi selkeästi muistettava miten? (esim. pienet aurinkolasit)

Pitchauswebinaari

Asiantuntija Päivi Rahmel opastaa pitchauksen perusteisiin.

Miten teen hyvän portfolion?

Ornamon muotoilun asiantuntija Petra Ilonen kertoo miten omaa luovaa työtä esittelevää työnäyttekansiota kannattaa rakentaa.

Verkkokauppa-webinaari osat 1 ja 2

Digitaalisen markkinoinnin ammattilainen Antti Leino pitää kaksiosaisen verkkokauppakoulutuksen ja antaa eväitä oman verkkokaupan perustamiseen.

Sopimusten ABC

Ornamon lakimies Iiris Adeniuksen pitämä Sopimusten ABC-koulutus, jossa käydään läpi sopimusten tekemisten perusasiat.

Yhdessä kohti tulevaisuutta

Asiantuntijat Liisa Poussa Sitrasta ja Tiina Nevanperä Metropoliaa suuntaavat katseet tulevaisuuteen. Poimi vinkit talteen tulevaisuuden ennakoinnista, uteliaisuudesta sekä näkökulman vaihtamisesta.

Kannattavaa liiketoimintaa digitaalisuuden avulla

Kuvanveistäjä Satu-Minna Suorajärvi yhdistää taiteessaan digitaalista tekniikkaa kuvanveiston vanhoihin perinteisiin niitä rohkeasti uudistaen. Merja Hottinen KEMUT-verkoston tutkimusasiantuntija esittelee uutta musiikin alalle suunnattua digitaalista suunnittelu-, koulutus- ja tiedonjakoalustaa. Lisäksi Heikki Laaninen jakaa kokemuksiaan digitaalisuudesta luovilla aloilla.

Mikä ihmeen ipr?

Ornamon lakimies Iiris Adeniuksen luotsaamassa webinaarissa pääset jyvälle aineettoman omaisuuden suojaamisen merkityksestä luovan alan yrittäjälle.

Ipr luovan työn suojakeinona

Ornamon lakimies Iiris Adenius perehdyttää IPR-webinaarisarjan toisessa osassa katsojan eri suojamuotoihin.

Kaikki irti IPR:stä

3-osaisen IPR-sarjan viimeinen jakso keskittyy aineettomien oikeuksien hyödyntämiseen.

Lisensointi- sopimukset haltuun

Ornamon juristi Iiris Adeniuksen johdolla opit hahmottamaan, miten eri tavoin lisenssi voidaan rakentaa.

Luovat alat tänään

Koronapandemian jälkimainingeissa kuulemme puheenvuorot Taide- ja kulttuurialan ammattijärjestö TAKU:lta, Luovan talouden agentit ja managerit AGMA:lta, muotoilualan asiantuntijajärjestö Ornamolta sekä terveiset Eevi-hankkeesta Metropoliasta. Webinaarissa pohditaan mitkä asiat ovat oleellisia, kun ajatellaan luovien alojen työskentelyedellytyksiä ja toimintaympäristöä tulevaisuudessa? Kuinka pitkään koronaviruspandemian vaikutukset voivat kestää? Millaisessa luovien alojen työn murroksessa elämme parhaillaan ja miten meillä työssä jaksetaan?



Webinaarit löytyvät Eevi-hankkeen verkkosivuilta osoitteesta:
<https://www.luovatverkostot.fi/tapahtumat/menneet-tapahtumat/>

Toiminta- ympäristöt strategian tukena



Toimintaympäristöillä tarkoitetaan toimintaan olennaisesti vaikuttavia tekijöitä kuten markkinat ja kysyntä, kilpailijat, lainsäädäntö sekä taloudellinen ja tekninen kehitys. Toimintaympäristöihin on haastava vaikuttaa, mutta niiden seuraaminen auttaa liiketoiminnan suunnittelemista lyhyellä ja pitkällä aikavälillä.

Markkinoilla yrityksen asiakkaita ovat kuluttajat (B2C) tai toiset yritykset (B2B). Kysyntä tarkoittaa tuotteen haluttavuutta ja kulutus toteutunutta kysyntää. Kysynnän avulla voidaan pohtia, mihin suuntaan omaa tuotetta tai palvelua kehitetään. Olennaista on tarkastella, kuinka kysyntä ja kulutus määrittävät omaa toimintaa. Missä määrin kuuntelemme asiakasta ja analysoimme toimintaympäristöjä, jotka ovat jatkuvassa muutoksessa? Näillä muutoksilla voi olla isokin vaikutus liiketoimintaan.

TEHTÄVÄ 1

Tarkastele millaisessa toimintaympäristössä toimit valitsemalla seuraavista kaksi tai kolme omanliiketoiminnan kannalta keskeisintä toimintaympäristöä:

.....
A. Ketkä ovat kumppaneitasi, kumppaniympäristö?

.....
B. Ketkä kilpailijoitasi, kilpailijaympäristö?

.....
C. Millainen on taloudellinen ympäristösi?

.....
D. Millainen on sosiaalinen ympäristösi?

.....
E. Millainen on teknologinen ympäristösi?

.....

TEHTÄVÄ 2

.....

Vastaa kysymyksiin valitsemiesi toimintaympäristöjen osalta:

- Onko näissä tapahtunut viime aikoina muutoksia?
- Millaisia uusia trendejä olet havainnut näiden osalta?
- Jos huomaat toimintaympäristössäsi liiketoimintaan merkittävästi vaikuttavia mahdollisuuksia tai haasteita, miten reagoit niihin?



Kokonaisvaltaisen toiminnan hahmottaminen

Tämän harjoituksen pohjana on hyödynnetty Swot-työkalua. Swot (strengths, weaknesses, opportunities, threats) avulla määritellään toimintaympäristöjen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia.

SWOT-analyysi on kahden ulottuvuuden kuvaama nelikenttä. Kaavion vasempaan puoliskoon kuvataan myönteiset ja oikeaan puoliskoon negatiiviset asiat. SWOT-analyysin pohjalta voidaan tehdä päätelmiä, miten vahvuuksia voidaan käyttää hyväksi, miten heikkoudet muutetaan vahvuuksiksi, miten tulevaisuuden mahdollisuuksia hyödynnetään ja miten uhat vältetään (Suomen riskienhallinta yhdistys ry, 2022).

TEHTÄVÄ

Täytä nelikenttään yrityksesi ydinliiketoiminnan resurssit sekä sosiaalinen toimintaympäristö positiivisten ja negatiivisten vaikutusten kautta.

Vahvuuksia voivat olla esimerkiksi hyvät yhteistyökumppanit, vahva brändi ja hyvät työvälineet. Heikkouksia puolestaan voivat olla esim. resurssien puute, epäluotettava alihankkija tai huono sijainti.

Mahdollisuuksia voivat esimerkiksi olla pienyrittäjälle esim. sosiaalisen median hyödyntäminen markkinointikanavana ja uhkana voi olla esimerkiksi olla epävarma taloudellinen tilanne. Vahvuuksia voivat olla esimerkiksi hyvät yhteistyökumppanit, vahva brändi ja hyvät työvälineet ja heikkouksia resurssien puute, epäluotettava alihankkija tai huono sijainti.

Mahdollisuuksia voivat esimerkiksi olla pienyrittäjälle hyödyntää sosiaalista mediaa markkinointikanavana ja uhkana voi olla esimerkiksi olla epävarma taloudellinen tilanne.

POSITIIVISET VAIKUTUKSET

Vahvuudet

NEGATIIVISET VAIKUTUKSET

Heikkoudet

Mahdollisuudet

Uhat

Sidosryhmät

Sidosryhmillä tarkoitetaan kaikkia niitä tahoja, joiden kanssa sinä tai yrityksesi ovat tekemisissä. Sidosryhmät vaikuttavat toimintaasi ja myös sinun toimintasi vaikuttaa sidosryhmiin.

Sidosryhmillä tarkoitetaan esimerkiksi palvelun tarjoajia, toiminnan kohderyhmiä, tavarantoimittajia tai kotisivun ylläpitäjää. Sidosryhmillä on keskeinen rooli yrityksesi toiminnassa ja pitkäaikaiset kumppanuuDET tuottavat usein parhaimman lopputuloksen. On tärkeää ymmärtää sekä yrityksen, että sidosryhmien tavoitteita.

Empatia on hyvä työkalu ja auttaa usein ymmärtämään kaikkien osapuolten päämääriä. Sidosryhmien välistä toimintaa voidaan hahmottaa visuaalinen sidosryhmäkartan avulla. Kartta auttaa hahmottamaan kenelle toimintaa kehitämme ja esimerkiksi, miten viestintää kannattaa kohdistaa. Kartan avulla on myös mahdollisia havaita tiedonkulun puutteita ja kehittämistarpeita.

TEHTÄVÄ

Täytä oma sidosryhmäkartta

1. Tunnista ja hahmota keskeiset toimijat ja merkittävät sidosryhmät. Aseta ne tärkeysjärjestykseen.
2. Valitse mistä näkökulmasta haluat karttaa täyttää. Aseta tärkein sidosryhmä, tuote, palvelu, palvelun käyttäjä tai asiakas kartan keskelle.
3. Lisää muut sidosryhmät valitun näkökulman ympärille. Mitä tärkeämpänä sidosryhmää pidät, sitä keskemälle sidosryhmä pitäisi asettaa. Voit myös listata myös sidosryhmät tärkeysjärjestyksessä allekkain.
4. Pohdi kunkin toimijan kohdalla, millaisissa tilanteissa tapahtuu vuorovaikutusta.

Kun kartta on valmis, pohdi seuraavia kysymyksiä:

- A. Kenelle myyn?
 - B. Kenelle markkinoin?
 - C. Keneltä ostan?
 - D. Kenelle viestin?
 - E. Kenelle lähetän joulumuistamiset?
5. Pohdi kunkin sidosryhmän arvoa, merkitystä ja tärkeyttä oman toimintaasi. Rakenna myös visio, jossa jokin sidosryhmä jäisi kartasta kokonaan pois. Pohdi miten muutos vaikuttaisi toimintaasi.

Verkostojen merkitys

Kumppanuuksien ja verkostojen luominen, synergioiden löytäminen, ideoiden ja tiedon vaihtaminen sekä yhteiset kokemukset ovat ajassamme korvaamattoman tärkeitä päämääriä. Toimivat verkostot ovat usein ratkaisevia oman liiketoiminnan markkinoinnin ja myynnin kehittämisen kannalta.

Mitkä ovat liiketoiminnan kannalta olennaiset verkostot? Millaisia verkostoja tarvitset myynnin ja markkinoinnin tueksi? On myös hyvä tunnistaa, mitkä ovat sosiaalisia verkostoja.

TEHTÄVÄ 1

Pohdi seuraavia kysymyksiä

1. Millaisia verkostoja tarvitset ja tavoittelet?
2. Miksi tavoittelet niitä?
3. Mistä tavoittelet niitä?
4. Mitä haluat verkostoissa tapahtuvan?

Onko verkostoissa ja sidosryhmissä päällekkäisyyksiä? Nousevatko usein esiin samat henkilöt tai yritykset? Tunnista myös sinulle tärkeät tahot, jotka tuottavat lisäarvoa. Pohdi myös mitä annettavaa sinulla on heille!

TEHTÄVÄ 2

Listaa tähän sinulle tärkeät kumppanit!

.....

.....

.....

.....

Mitä merkitystä kumppanit antavat?

TEHTÄVÄ 3

Laita itsesi tai yrityksesi verkostokartan keskelle ja toimintaasi läheisesti liittyvät kumppanit lähelle keskustaa.

Sijoita kauemmaksi ne kontaktit, jotka koet vähemmän merkittävänä. Voit myös yhdistää viivoilla verkoston eri osapuolia, merkitse heidät, joilla on yhteys toisiinsa.



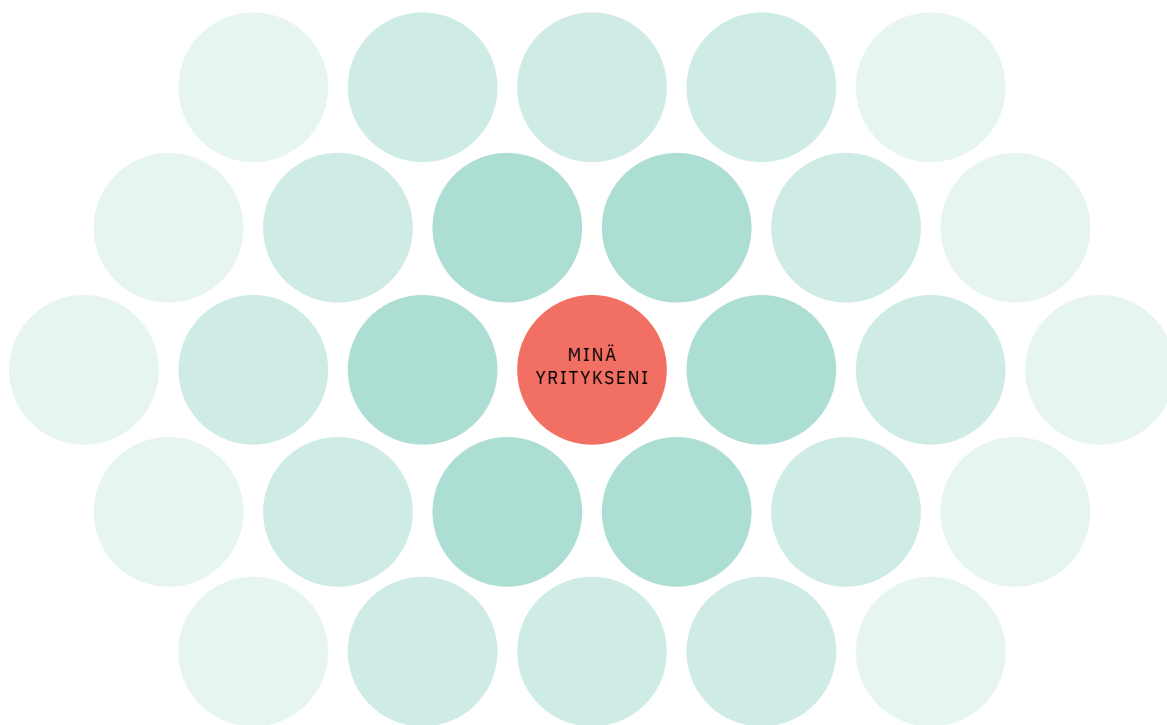
TEHTÄVÄ 4

Kirjoita kaikki yhteistyökumppanisi verkostokarttaan.

Yhteistyökumppaneita voivat olla yritykset, yhteisöt, työryhmät ja henkilöt, joilla on jokin merkitys yritystoimintaasi. Verkostokarttaan voit kirjata kaikki nykyiset ja aiemmat yhteistyökumppanit, eri tuotteisiin tai palveluihin liittyvät yhteistyötahosi, sidosryhmät, yhteistyöverkostot tai jopa tuttavat, sukulaiset, ystävät, harrastusverkoston jäsenet ja entiset tai nykyiset opiskelutoverit.

Pohdi seuraavia kysymyksiä

- Miten voisit laajentaa verkostojasi? Kirjoita uusia mahdollisia verkostokumppaneita nykyisen verkostosi ympärille. Kirjaa uusia ideoita verkostosi laajentamiseen. Voit myös pohtia liittyvätkö eri verkostot eri tuotteisiin tai palveluihin?
- Voit laatia myös omat kartat eri tuotteille tai palveluille
- Millaisia toimenpiteitä voit konkreettisesti tehdä verkostojesi laajentamiseksi ja syventämiseksi?
- Minkä merkityksen tai tuloksen konkreettiset toimenpiteet voivat antaa? Koska toteutan tämän?



TEHTÄVÄ 5

Pohdi myös onko verkostokartalla turhia kontakteja

TEHTÄVÄ 6

Tarkastele verkostokarttaasi!



Yritystoiminnan kehittämisen canvas

Canvaksen avulla voit edistää yrityksesi
eri osa-alueiden kehitystarpeita.

TEHTÄVÄ 1

Määrittele ensin mitä haluat kehittää? Kehityskohde voi esim. koskea yrityksesi digitaalisia työvälineitä, kuten tuotekuvia tai sosiaalisen median näkyvyyttä.

1. Määrittele haasteen tai tunnistetun kehitystarpeen lähtökohta, jonka jälkeen määritellään sidosryhmien kohtaamispisteet.
2. Määrittele asiakkaat ja kohderyhmät
3. Millaiset resurssit toimintaan on käytössä ja kuinka toiminta voidaan skaalata?
4. Millaisia palveluita tähän liittyy?
5. Kuinka kannattavaa toiminta on ja mitä kautta asiakkaat löytävät toiminnan, tuotteen tai palvelun?
6. Mitä kautta asiakkaat löytävät toiminnan, tuotteen tai palvelun?

Lähtökohta: haaste ja tarve

**Asiakkaat / kohderyhmät/
kohtaamispisteet**

Omat resurssit ja osaaminen

Ulkoa ostetut palvelut ja kumppanit

**Toiminnan kannattavuus ja
palvelun tai tuotteen hinnoittelu**

Saavutettavuus ja kanavat

TEHTÄVÄ 2

Määrittele toimenpiteet

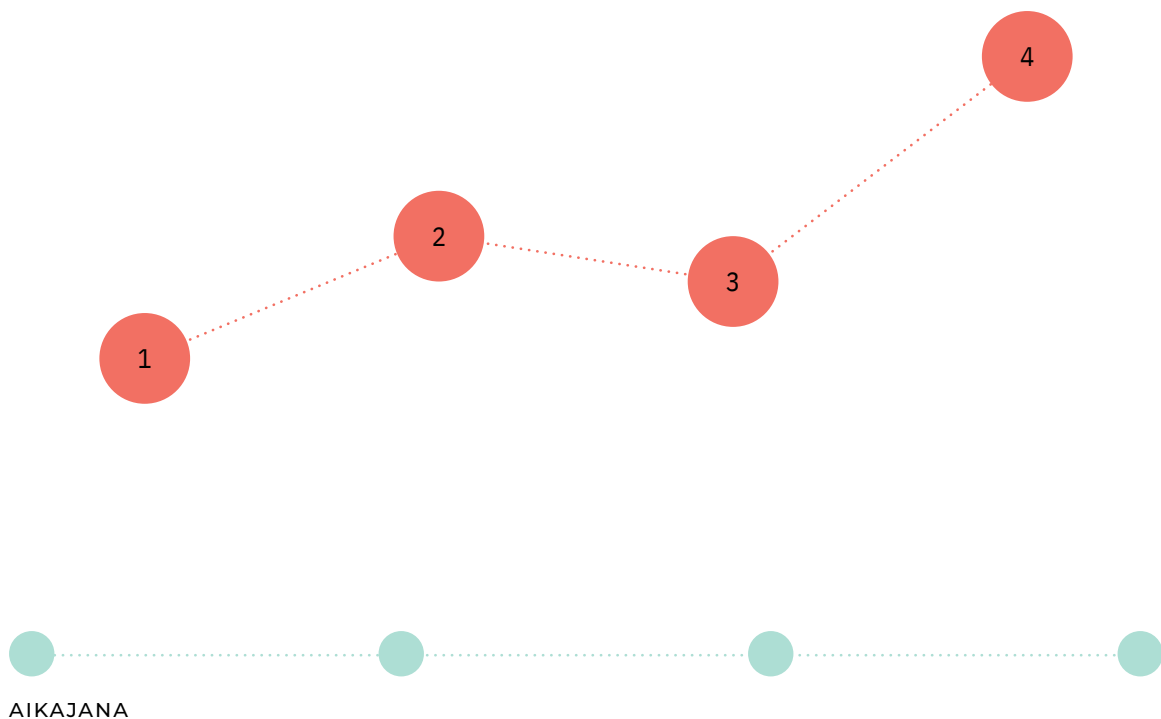
Esimerkiksi jos tavoite on kehittää some-näkyvyyttä.

1. valokuvaa omat tuotteet
2. luo Instagram-tili
3. teen 2 kuukauden julkaisusuunnitelma
4. arvio julkaisujen saavutettavuus

Voit halutessasi lisätä askelkohtia canvukseen.

Määrittele myös toimenpiteet ja askeleet haluamallesi aikajanelle. Aikajana voi olla esimerkiksi 2–12 kuukautta riippuen toimenpiteiden luonteesta.

Yritystoimintani ratkaisujen kehityspolku ja tuotteen tai palvelun skaalaaminen





Muistiinpanoja

A series of horizontal dotted lines for taking notes.

EEVI-HANKE

Elpyminen, elinvoima ja verkostoituminen



A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for writing notes or answers.

TEKIJÄT

Matleena Kaurila, Heikki Laaninen, Petra Lassenius & Tiina Nevanperä. 2022. Eevi-hanke.

Hankkeen toimintaa ovat toteuttaneet Metropolia AMK, Ornamo ry ja Raitala Music Oy sekä yhteistyökumppanit ACMA, Taku ry, Muusikkojen liitto ry ja Kulttuuriosuuskunta Lilith.

