

Opiskelijoiden kehittämissuunnitelmista virtaa yrityksen digimarkkinointiaskeliin

19.6.2023

Maakuntakorkeakoulu yritysten ja alueen tukena

Maakuntakorkeakoulun aluekehittäjien tavoitteena on pitää huolta, että maakunnan yritysten osaamis- ja kehittämistarpeet tiedostetaan Seinäjoen ammattikorkeakoulussa, ja nämä otetaan huomioon jatkuvan oppimisen tarjonnan suunnitteluissa kuin myös tutkimus- ja kehittämistyössä. Opiskelijatyöt ja -projektit tarjoavat matalan kynnyksen mahdollisuuden korkeakouluyhteistyöhön pienillekin yrityksille ja samalla opiskelijat saavat tärkeää työelämälähtöisyyttä opintoihinsa sekä verkostoitumismahdollisuuden työnantajien kanssa. Alla esimerkki tämän kevään aikana toteutetusta opiskelijaprojektista.

Myyntiä ja markkinointia digitaalisin keinoin

Tänä keväänä SeAMKissa täydennyskoulutusryhmä KOKO sai purtavakseen pienyritysten liiketoiminnan kehittämishaasteita. Mukana myös kauhavalaiset Kilokangas sekä Finnlanka Oy. Opintojakson aloituksessa yrittäjät ja opiskelijat kokoontuivat Teams-palaveriin, jossa yrittäjät itse esittelivät yrityksensä toiminnan ja mahdolliset haasteet. Kehittämistehtävissä opiskelijat ideoivat ja pohtivat sitä, kuinka yritykset voisivat tulevina vuosina kehittää myyntiä ja markkinointia digitaalisin keinoin. Valmiit suunnitelmat esiteltiin myöskin

Teamsin välityksellä. Ohjaajina täydennyskoulutusryhmälle toimivat SeAMKin asiantuntijat Sini Karjalainen ja Nina Silvan.

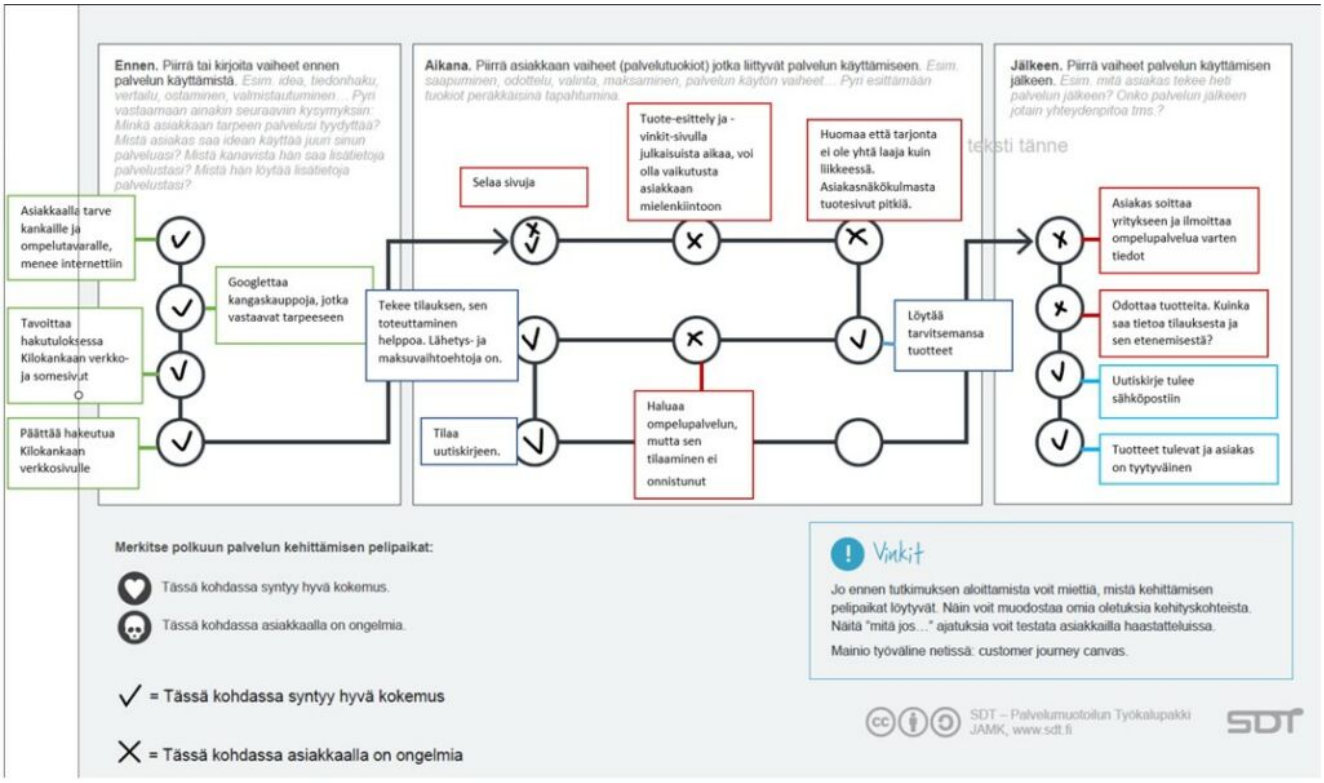
Suunnitelmien pohjaksi ryhmät tekivät yrityksille nykytila-analyysin ja sen pohjalta kartoittivat erityiset haasteet toiminnalle. Suunnitelmissa avattiin markkinointiin liittyviä teemoja kuten asiakasymmärrys, mahdolliset uudet kohderyhmät, asiakaspolku, sekä kartoitettiin kasvun mahdollisuudet näiden kautta. Ryhmät olivat pohtineet konkreettisia erottuvuustekijöitä kilpailijoihin verrattuna, asiakkaan rationaalisia ja emotionaalisia ostovaikutteita ja näiden kautta päätyivät tekemään konkreettiset digitaalisen markkinoinnin suunnitelmat. Myös toimenpiteiden resurssointia pohdittiin suunnitelmissa.



Kuva1. KOKO-ryhmän ehdotus operatiiviseksi markkinointisuunnitelmaksi.

Finnlanka Oy:n Teemu Alestalo oli tyytyväinen opiskelijoiden perusteelliseen paneutumiseen yrityksen liikeideaan ja kehityssuuntiin, joiden pohjalta kehittämisehdotukset oli koottu.

– Ajatus asiakkaan kulkemasta polusta on tärkeä, ja poimimmekin tehdyistä suunnitelmista ideoita kehittääksemme toimintaamme. Olemme myös avanneet myyjän paikan ja saaneetkin joitakin kiinnostavia yhteydenottoja. Kiitos tämän prosessin edistämisestä.



Kuva 2. KOKO-ryhmän analyysi Kilokankaan asiakkaan palvelupolusta.

Kilokankaan Saara Pohjoismäelle kehitysprojektiin lähtö potkaisi käyntiin monenlaista muutosta: uuden oppimista ja vanhan kehittämistä:

– Tähän projektiin pääseminen sai rattaat pyörimään siinä mielessä, että olen osallistunut mm. somekoulutuksiin ja yrittänyt aktivoitua tekemään pelkkien tylsien kangaskuvien sijasta videoita ja innostavaa sisältöä ja tällä tapaa tuoda myös verkkokauppa-asiakkaille esille kivijalan tunnelmaa ja arkeani täällä. Lisäksi otin yhteyttä verkkokauppa-alustani tarjoajaan ja sivujen uudistus on pian vireillä. Voi olla, etten olisi saanut sykäystä näihin muutoksiin ilman näitä kehittämissuunnitelmia!

Kouluttaja Sini Karjalainen uskoo, että yritysten toimeksiannot ovat todellinen win-win-tilanne koulutuksissa:

– Kun opiskelijat saavat käytännönläheiset toimeksiannot ja oppiminen on sidottu oikeisiin yrityksin, on myös motivaatio hyvä. Ja samalla yritys saa kullanarvoisia vinkkejä arjen keskelle.

Yritysharava-hankkeen Matti Vähäpassi sekä SeAMKin aluekehittäjä Tiina Hietala kävivät yrityksissä pian suunnitelmien esittelyn jälkeen ja miettivät yritysten kanssa seuraavia kehittämisaskelia. Uuden rahoituskauden Leader-rahoitustuet olivat juuri tulossa hakuun, joten kannustimme yrittäjiä huomioimaan kehittämisavustukset toimenpidesuunnitelmissa.

Tiina Hietala
Aluekehittäjä
SeAMK Maakuntakorkeakoulu