Yhteistyötä, verkostoitumista ja kumppanuutta

12.12.2019

Paljon puhutaan yhteistyöstä, olipa kysymys mistä tahansa toiminnasta. Matka Kasvuun -hankkeessa tehtiin 26 yrityskäyntiä Etelä-Pohjanmaan matkailu- ja palvelualan yrityksiin. Yrityskäynneillä keskusteltiin siitä, kuinka yritystoimintaa voidaan kehittää ja mistä löytyvät ainekset kasvulle. Poikkeuksetta keskusteluissa nousi esille yhteistyö. Parhaimmillaan se on yritysten välistä aitoa tekemistä yli toimialarajojen. Se voi olla esimerkiksi tuotteistamista ja yhteisiä markkinointitoimenpiteitä. Heikoimmillaan se on vain nimellistä, jolloin esimerkiksi toisen yrityksen olemassaolo samalla paikkakunnalla tiedostetaan, mutta mitään kanssakäymistä ei ole.

Pärjätäkö yksin?

Yhteistyö tunnistetaan, mutta mikä on verkosto? Näin kysyi yksi yrittäjä. Hankkeissa kutsutaan yrittäjiä erilaisiin tilaisuuksiin, joissa tavoitteena on saada yrittäjät myös verkostoitumaan keskenään. Yhteistyö ei synny pakottamalla, mutta siihen voidaan antaa erilaisia mahdollisuuksia. Niin yhteistyön kuin verkostoitumisen lähtökohtana on aina toimijoiden keskinäinen tutustuminen ja luottamuksen syntyminen. Matka Kasvuun -hankkeessa järjestettiin neljä opintomatkaa, joiden tavoitteena oli tutustua matkailun digitaalisiin ekosysteemeihin ja markkinoinnin edelläkävijöihin. Matkailualan hurja muutosvauhti digitalisaation siivittämänä sekä kuluttajakäyttäytymisen muutos, jossa asiakas on osa ekosysteemiä ei vain tiedonhakijana vaan myös tiedontuottajana, pakottaa yhteistyön syventämiseen. Kaikilla opintomatkoilta saatu viesti oli selvä: verkostoidu ja vielä kerran verkostoidu.

Tutustumiskohteista saadun tiedon lisäksi ilahduttavaa oli matkoille osallistuneiden keskinäinen verkostoituminen. Palautteista on käynyt ilmi, että tutustuttuaan yrittäjät ovat jatkaneet yhteydenpitoa ja tehneet yhteistyötä. Verkoston ei tarvitse olla iso ollakseen hyödyllinen. Se voi olla kahden yrityksen välinen luottamussuhde, joka heijastuu toimintaan lisäresurssina esimerkiksi vertaistukena tai kiireavun tarjoamisena. Tai se voi olla laajempi, jossa hyötyä haetaan vaikuttamisen mahdollisuudella esimerkiksi poliittiseen päätöksentekoon.

Uudenlaista kumppanuutta

Opintomatkoilla havahduttiin myös uudenlaisen verkostoitumisen malliin, kumppanuusverkostoihin. Niissä matkailun kehittämistyötä ja alueellista myynninedistämistä tehdään laajemmin, jolloin mukana on sekä perinteisiä matkailualan että liitännäiselinkeinona matkailusta hyötyviä toimijoita kuten esimerkiksi kaupan ala ja liikennöitsijät. Lisäksi verkoston toiminnassa kumppaneita koulutetaan ja jäsenille luodaan tilaisuuksia, joihin yksittäisillä toimijoilla ei olisi mahdollisuuksia, kuten matkanjärjestäjä- ja toimittajavierailut. Strategista kumppanuutta voidaan hakea myös suurilta toimijoilta kuten lentoyhtiöiltä ja medialta. Tämän merkitys

nousee erityisesti tavoiteltaessa kansainvälistä matkailijavirtaa.

”Meillähän on tämä verkosto”, totesi luontevasti eräässä tilanteessa samainen yrittäjä, joka aiemmin pohti mikä on verkosto ja kuinka verkostoidutaan. Olisiko seuraavaksi kumppanuuden aika?

Matka Kasvuun -hanke on SeAMKin toteuttama, ja sitä rahoittaa Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus Manner-Suomen maaseudun kehittämisen Maaseuturahastosta

Elina Järvinen
Asiantuntija, TKI SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri
Projektipäällikkö, Matka Kasvuun -hanke