



HAMK / VIKKE

4. VALMENNUSPÄIVÄ

TERVETULO!

TYÖPAJAN TAVOITTEET

- Työpajassa perehdytään yrityksen yrityskuvaan ja siihen liittyvän materiaalin hankintaa, käyttöön ja omatuotantoon
- Työpajassa osallistuja ymmärtää mitä visuaalisia elementtejä tarinallistetut tuotteet tarvitsevat, jotta rikas ja elämyksellinen asiakaskokemus mahdollistuu

23.1.2020


SUMMER


WINTER


HUSKY


HORSE


REINDEER


COMET



ARCTIC HUSKY CIRCLE

Join our husky tour with a two person shared dogsled. We will give you driving instructions how to handle a...

ACTIVITY	DURATION	GROUP SIZE
	~1h	6

[BOOK NOW](#)



BARREL SAUNA

Experience the Finnish sauna twist: it's a gigantic barrel traditional wood-heated...

ACTIVITY	DURATION
	~5h

[BOOK NOW](#)



FOLLOW THE ELVES

After driving instruction for a husky team of 4-6 dogs we start memorable full day husky safari.



FOREST TROLL

Husky team of 4-6 dogs a drive the sled we will go the happy Alaskan h...



LYHYT ESITTELY

Ketä paikalla?

Kuka olet?

**Missä kaikissa kanavissa
yrityksesi tuotteet ovat
nähtävillä?**

Miksi tulit mukaan?

MINÄ, KIRSI



- Matkailun digitaalisen liiketoiminnan asiantuntija Kirsi Mikkola, Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy
- **Rovaniemeläinen** yrittäjä vuodesta 2005
- 23 vuotta matkailuliiketoiminnan ja digitaalisen liiketoiminnan (atk, ict, digitalisaatio) asiantuntija ja valmentaja sekä opettaja, useita hankkeita ja kokonaiskoordinaatioprojekteja
- Asiakkaat Hangosta Nuorgamiin (yritys-resort-alue-VF)
- Vahva käytännön kokemus ja näkemys matkailuteollisuuden kotimaan ja kansainvälisen kaupan tilasta ja digitaalisuuden käytön haasteista ja mahdollisuuksista, yritysten verkostoitumisesta tuotannossa, alueorganisaatiotyöstä ja digitaalista jakelukanavista
- VisitFinland Akatemiavalmentaja, VF Kansainvälistymisoppaan tekijä
- Ely-keskusten tuottavuus, talous ja digitalisaatio asiantuntija
- Business Finland innovaatioasiantuntija
- 10 vuotta Laatutonnivalmentajana
- Useita luottamustehtäviä (LME, kauppakamari, yrittäjäjärjestö)
- Kuopiosta Rovaniemelle

- Nimi: Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy
- Aputoiminimet: Verkkokaupan koulutuskeskus Rovaniemi, Sähköinen Sisällöntuotanto Suomi
- Y-tunnus: 2162854-2
- Perustettu: 1.1.2008, (15.3.2005)
- Osoite: Rovakatu 26 A 11, 96200 Rovaniemi
- Puhelin: 040 555 1019
- Sähköpostiosoite: info@liiketoiminta.info
- [@liiketoiminta](https://www.liiketoiminta.fi)
- www.liiketoiminta.info
- www.verkkokaupankoulutuskeskus.fi
- **Pieni, mutta ketterästi liikkuva ja muuntautuva**

**SÄHKÖINEN
LIIKETOIMINTA
SUOMI OY**

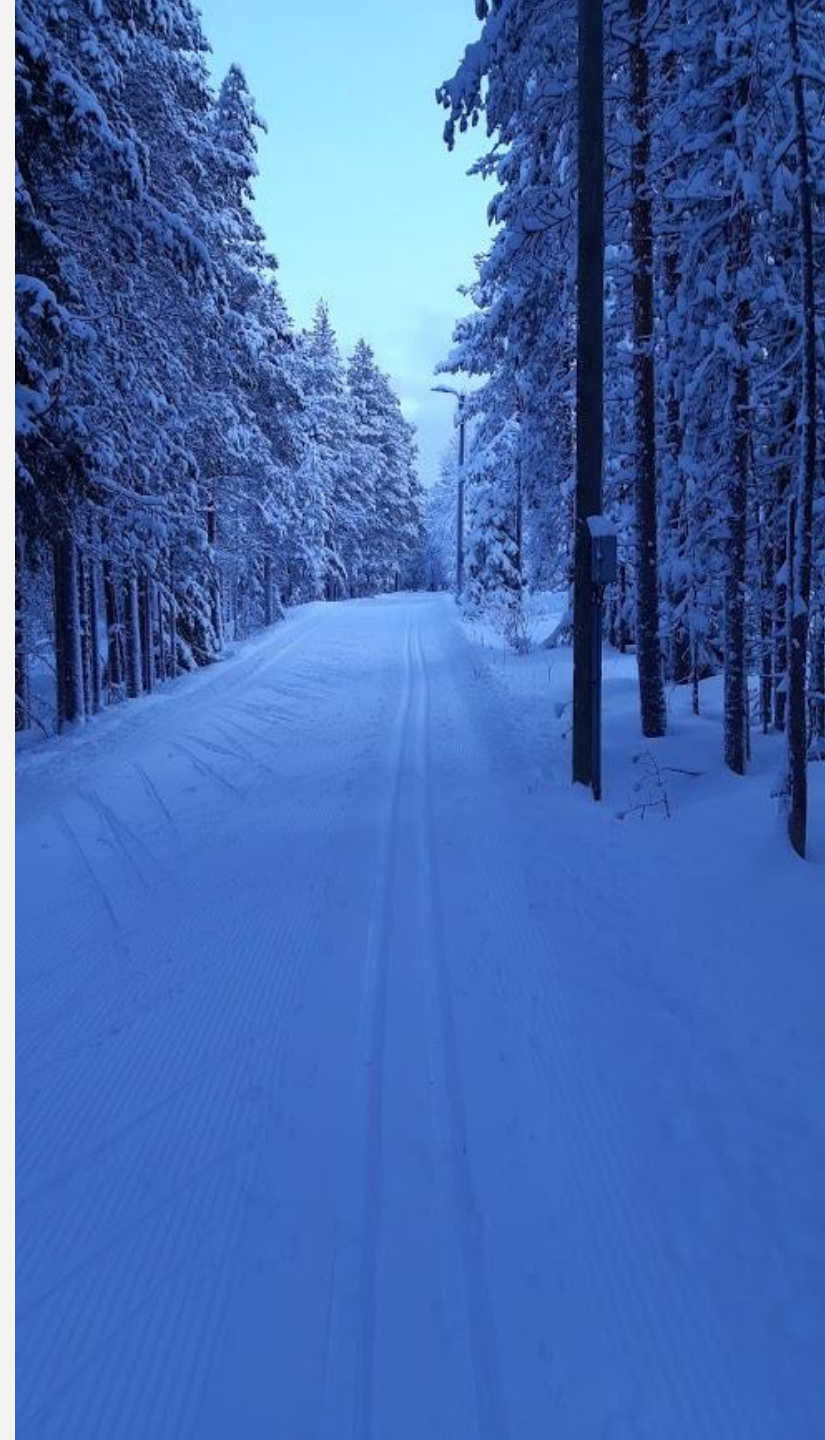


#liiketoiminta #verkkokauppa #matkailu #yrittäjyys
#digitaalisuus #ecommerce #travel #tourism

AGENDALLA TÄNÄÄN

- 9:00 - 10:30 orientoituminen
 - Esittelyt ketä olemme?
 - Asiakaskokemuksen rikastaminen digitaalisissa kanavissa
- Klo 10:30 – 10:45 tauko
- Klo 10:45 – 11:30
 - Yrityskuva verkossa ja kivijalassa
 - Valokuvien merkitys visualisoinnissa
 - Videoiden merkitys visualisoinnissa
- Klo 11:30- 12:30 Lounas
- Klo 12:30 – 14:00
 - Käytännönharjoituksia osallistujien omalla aineistolla Canva –ohjelmistoa käyttäen
- Klo 14:00 – 14:15 tauko
- Klo 14:15 – 15:45
 - Käytännönharjoituksia osallistujien omalla aineistolla Canva –ohjelmistoa käyttäen
- Klo 15:45 – 16:00 Päivän päätös ja palaute

23.1.2020



IHAN ENSIN...

- <https://matkailualan-e-learning.in.howspace.com/>

The screenshot shows the top navigation bar of the Visit Finland website. It includes the Visit Finland logo, the text 'VisitFinland.com', a pink link 'Kansainvälistymisopas', and other navigation links like 'Aloita tästä' and 'Oppaan sisältö'. A user profile 'KM Kirsi Mikkola' is visible on the right. Below the navigation bar is a large banner image of a lake and trees. Overlaid on the banner is the text 'MATKAILUYRITTÄJÄN KANSAINVÄLISTYMISSOPAS' and 'E-learning ympäristö'. Below the banner, there is a section titled 'Tämä e-learning kokonaisuus on sinulle kansainvälistyvä matkailutoimija!' followed by two paragraphs of text. The first paragraph describes the goal of the e-learning program to support Finnish tourism businesses. The second paragraph explains that the program is based on the Visit Finland internationalization training and will be updated with new content.

VisitFinland.com Kansainvälistymisopas Aloita tästä ▶ Oppaan sisältö KM Kirsi Mikkola ▼

**MATKAILUYRITTÄJÄN
KANSAINVÄLISTYMISSOPAS**
E-learning ympäristö

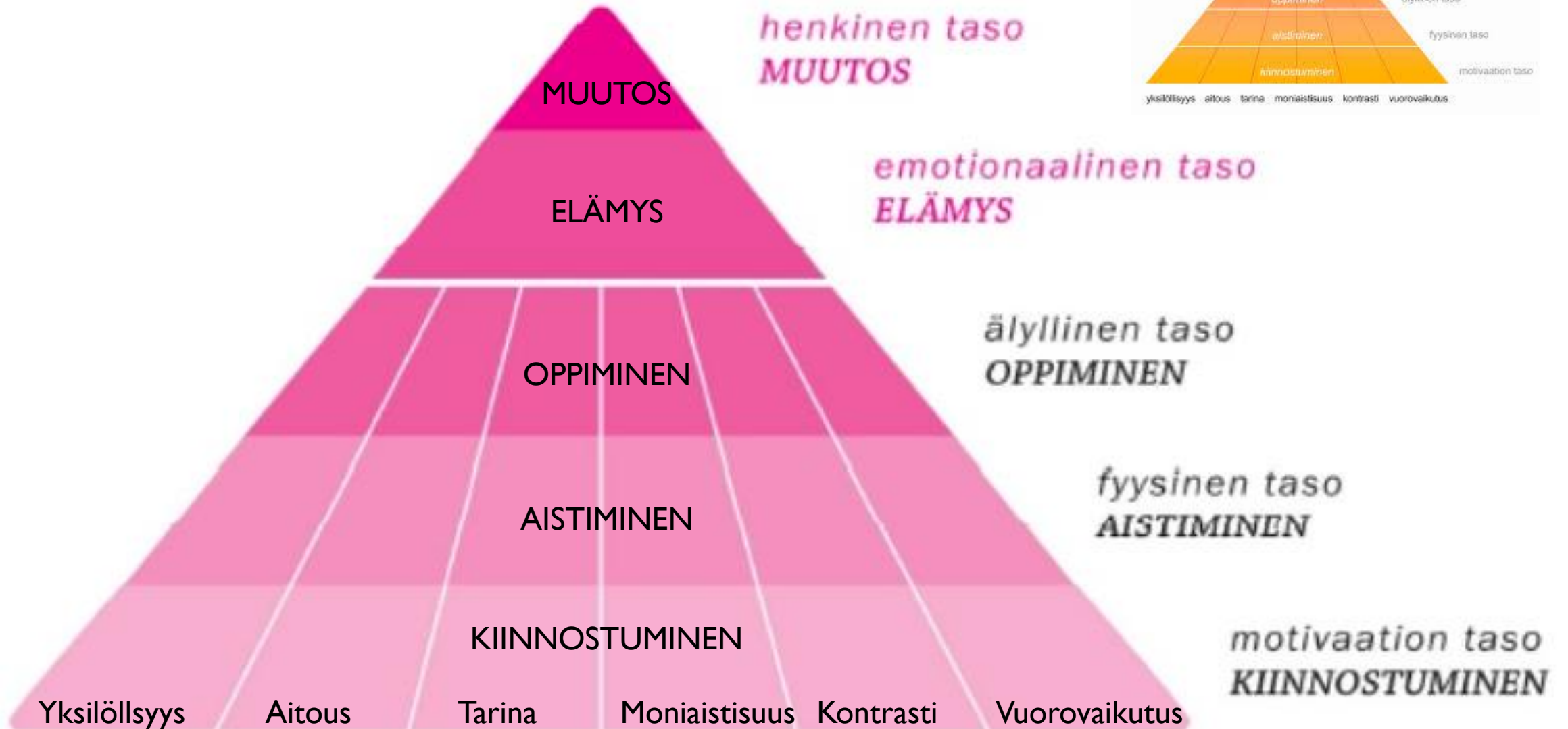
Tämä e-learning kokonaisuus on sinulle kansainvälistyvä matkailutoimija!

Visit Finlandin yhtenä tehtävänä Suomeen suuntautuvan matkailun edistämisessä on auttaa suomalaisia matkailualan yrityksiä ja alueita vahvistamaan ympärivuotista tarjontaansa ja rakentamaan tehokkaita palveluverkostoja eri puolille maata. Jatkuvasti kehittyvät kansainväliset matkailumarkkinat vaativat tarjonnan kehittämistä ja oikeiden valintojen tekemistä niin tuotteistuksessa, jakelutievalinnoissa kuin kuluttajamarkkinoinnissa.

Tämä e-learning kokonaisuus pohjautuu juuri päivitettyyn Visit Finlandin kansainvälistymisoppaaseen ja tulemme jatkossa hyödyntämään e-learningin mahdollisuuksia enemmänkin.

Koulutuksen sisältö kattaa tuotteen (product), hinnoittelun (price), jakelukanavat (place) sekä markkinointiviestinnän (promotion). Se käsittelee niin tuotteeseen ja hinnoitteluun liittyviä lainalaisuuksia kuin digitaalisen markkinoinnin haasteita ja mahdollisuuksia. Nopeasti kehittyvä jakelukanavien

Elämyskolmio



**Globaali
digitalisoi-
tuminen**

**Jakelu-
kanavien
määrän
kasvu**

**Avoimuus
hinnoit-
telussa**

**Analytiikka
ja KPI
mittarit**

**Alusta ja
jakamis-
talous**

**Yritys-
verkostot
ja
alihankinta**

**Arvo-
keskeinen
liike-
toiminta**

MUUTOSAJURIT MATKAILUSSA

ASIAKAS NÄKÖKULMA



**Kestävä ja
kehitys
Ja
vastuullisuus**

**Sosiaali-
suus ja
yhteisölli-
syys**

**DMO
rooli**



ASIAKASKOKEMUKSEN RIKASTAMINEN DIGITAALISISSA KANAVISSA

MUISTA! SINUN TULEE HOITAA ASIAKASSUHDETTA KOKO MATKAKAAREN AJAN!



Tutkiskelu
ENNEN
matkakohteen
valintaa



Hankintavaihe
(tarkemmat
lentojen /
majoituksen
vertailut, yms.)



Ennen matkaa
(lisää
suunnittelua ja
vinkkejä lomalle)



**Matkan
aikana**
(kokemusten
jako verkossa)



Matkan jälkeen
(muistojen ja
kokemusten jako
muiden kanssa)



MITÄ VAADITAAN ASIAKASKOKEMUKSEN KEHITTÄMISEEN?

- **Sosiaalisen median** ansiosta yritys voi tietää aiempaa paremmin, mitä asiakkaat yrityksestä ajattelevat ja pitää heihin yhteyttä.
- **Älypuhelin** ja **tabletti** kehitys mahdollistaa yhteydenpidon asiakkaisiin silloinkin, kun ihmiset liikkuvat paikasta toiseen.
- **Paikantamisteknologioiden** avulla voidaan selvittää potentiaalisten asiakkaiden sijainti ja liikkeet.
- **Analytiikan** ansiosta asiakkaille voidaan tarjota juuri heille räätälöity asiakaskokemus.

6 TÄRKEINTÄ ASIAA ASIAKASKOKEMUKSEN KEHITTÄMISEEN

4. Ota sosiaalinen media haltuun!
 - Missä sitten tulisi olla mukana?
 - Miksi? Entä jos ei ehdi?
 - Katsotaan mitä asiakkaat ajattelevat teistä ja kohteestanne / palvelustanne / sisällöistänne
 - Siirry Underhood.co osoitteeseen

A Minute on the Internet in 2019

Estimated data created on the internet in one minute



@StatistaCharts

Sources: Lori Lewis & Officially Chad via Visual Capitalist

statista

MAINEEN HALLINTA - SIIRRY OSOITTEESEEN UNDERHOOD.CO

Kirjoita somen nimimerkki esim. visitrovaniemi, klikkaa Analyze tai siirry suoraan tuloksiin (jos arvosana tulee esille)

The collage consists of four overlapping screenshots of the Underhood website:

- Top Left:** The main landing page with the Underhood logo, navigation links (Home, Dashboard, Rankings), and a search bar. A yellow arrow points from the text above to the search bar.
- Top Right:** A 'Find a Brand' search interface. A yellow arrow points from the text above to the search input field, which contains the text 'liiketoiminta'.
- Bottom Left:** Facebook search results for 'Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy - Verkkokaupan koulutuskeskus'. It shows 171 likes and a link to 'Liiketoimintapalvelu'.
- Bottom Right:** A detailed brand analysis report for 'Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy - Verkkokaupan koulutuskeskus'. It features a reputation score of 4.9/10, a ranking of #6443, and a 'Download report' button.



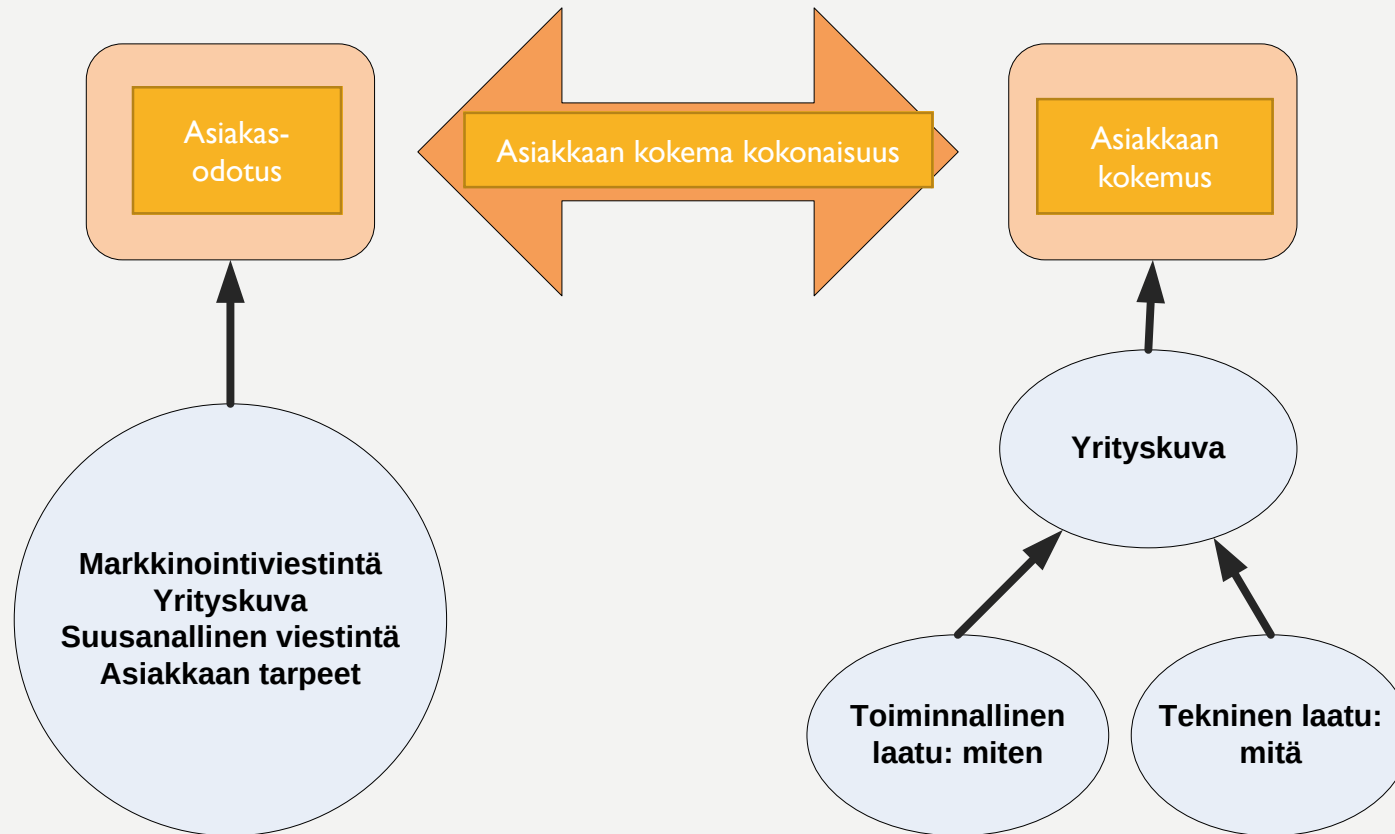
LOUNAS

KLO 11:45 – 12:30

23.1.2020

6 TÄRKEINTÄ ASIAA ASIAKASKOKEMUKSEN KEHITTÄMISEEN

5. Vastaa asiakkaiden odotuksiin !



6 TÄRKEINTÄ ASIAA ASIAKASKOKEMUKSEN KEHITTÄMISEEN

6. Kerää analytiikka ja asiakastietoja keruu järjestelmällisesti

Kun asiakastietoa halutaan hyödyntää tehokkaasti, on tärkeää tunnistaa aluksi se, mitä tietoja asiakkaista voisi olla tai voitaisiin kerätä ja mihin niitä voisimme hyödyntää?

RYHMÄTYÖ

- 4 hengen ryhmissä
- 20 minuuttia
- Keskustelkaa ja kirjataan ylös mitä havaintoja teillä on asiakkaiden käyttäytymisestä
 - Miten asiakkaat käyttäytyvät tällä hetkellä ja millainen nykyinen asiakaskokemus on?
 - Miten mittaatte asiakaskokemusta?
 - Millaista tietoa haluaisitte asiakkaastanne?
 - Mihin tietoa käyttäisitte?
 - Mihin asiakastietoja keräisitte ja tallentaisitte?

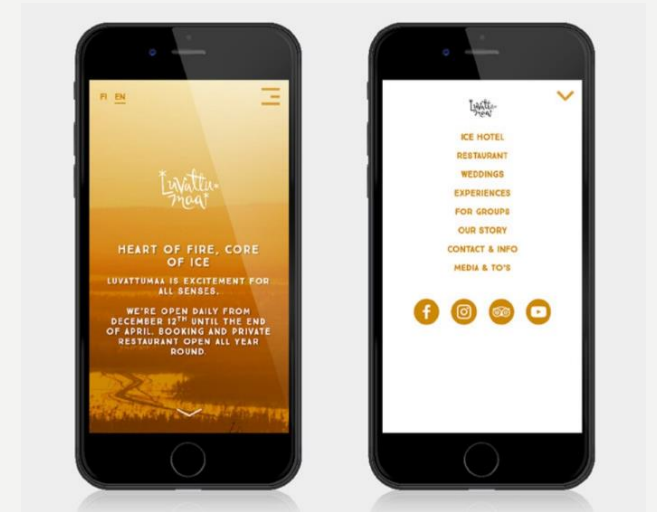




YRITYSKUVA VERKOSSA JA KIVIJALASSA

YRITYSKUVA

- Mikä?
- Miksi?
- Miten?



Toimintaperiaatteiden määrittely

1

TUOTTEET
ja niiden
ominaisuudet
kilpailijat ja
kilpailuedut

**KOHDE-
RYHMÄT**
ja niiden
tarpeet ja
ostokriteerit

ARVOT
eli toimintaa
ja viestintää
ohjaavat
periaatteet

**FYYSINEN
TOIMINTA-
YMPÄRISTÖ**
toimitilat ja
ympäristö

Viestintäperiaatteiden määrittely

2

**NYKYINEN
IMAGO**
vallitsevien
mielikuvien
kartoitus

**HALUTTU
IMAGO**
tavoitekuvan
määrittely

**VIESTINTÄ-
RATKAISUT**
käytössä
olevien ratk.
kartoitus

sekä
viestintä-
tarpeiden ja
-tavoitteiden
määrittely

TYYLII
yleis-
vaikutelma,
tunnelma
ja tyyli

KUVAT
kuvitustapa,
kuva-aiheet
ja kuvien
rajaustavat

VÄRIT
päävärit ja
lisävärit,
yleinen
värimaailma

**TYPO-
GRAFIA**
tekstin
ulkoasu-
määrittelyt

Yritysilmeratkaisut

3

YRITYSNIMI
ja sen
vakiintunut
kirjoitusasu,
TEKSTILOGO

**LIIKE-
MERKKI**
eli kuvallinen
merkki logon
yhteydessä

**TUNNUS-
VÄRIT**
yritysilmeen
värit eli ns.
päävärit

**GRAAFINEN
OHJEISTO**
yritysilmeen
elementtien
käyttöohjeet

Markkinointiratkaisut

3

LOMAKK.
käyntikortti
kirjelomake
kirjekuoret

**PRINTTI-
MEDIA**
painettu esite
lehti-ilmoitus

**MESSU-
MATERIAALI**
messuosasto
messumarkk.

**SÄHKÖINEN
MEDIA**
kotisivut
Sosiaalinen
meida

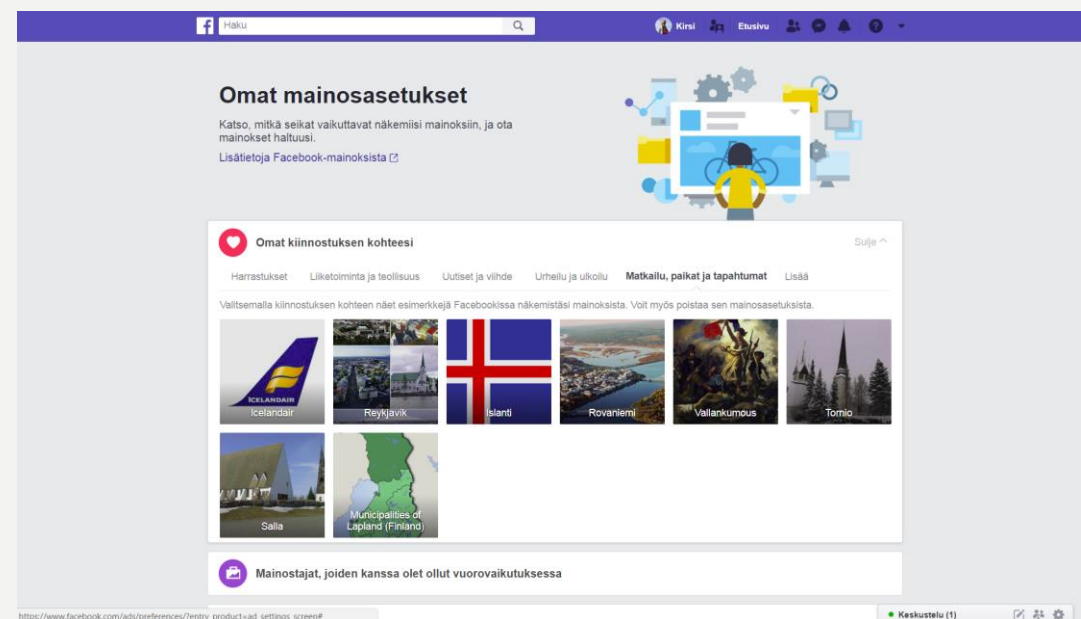
**INSTAGRAM JA FACEBOOK
MIKSI JOKIN KUVA TAI VIDEO NÄKYY
YHDELLÄ KÄYTTÄJÄLLÄ JA
TOISELLA EI?**

ALGORITMEISTA MUUTAMA SANA

INSTAGRAM JA FACEBOOK

FACEBOOKIN ALGORITMIT

- Sivuillasi on tykkääjiä hyvä määrä, mutta tietyt julkaisut tavoittavat vain pienen osan tykkääjistä ja käyttäjistä
- Osa julkaisuista taas tavoittaa henkilöitä paljon enemmän kuin sivujen tykkääjien määrä
- Facebookin algoritmit pyrkivät etsimään käyttäjille mielenkiintoista sisältöä
 - Ja rahaa Zuckerbergin lompakkoon...
- Algoritmit vaikeuttavat viestien näkymistä
- Viestien ajoittaminen siksi haasteellista
- Julkaisu täytyy tehdä tarpeeksi ajoissa, jotta se tavoittaa mahdollisimman suuren joukon
- Samalla, kun julkaisujen näkyvyys hankaloituu
- → maksullisten mainosten ja kilpailujen käyttö lisääntyy



VARMISTA, ETTÄ TIEDÄT SOMEKANAVIEN PERUSALGORITMIT

- Esim. Facebookissa ne ovat kuvien ja videoiden sekä julkaisujen
 - Tykkäykset
 - Kommentit
 - Jaot
 - **Kuvien ja videoiden käyttö**
 - Videoiden laskenta alkaa jo 3 s katselun jälkeen
 - Tekstitykset videoissa
 - Tykkäys ennen vai jälkeen julkaisun lukemisen
 - [Joka 10.jako kotisivuilta](#) tai muille sivuille

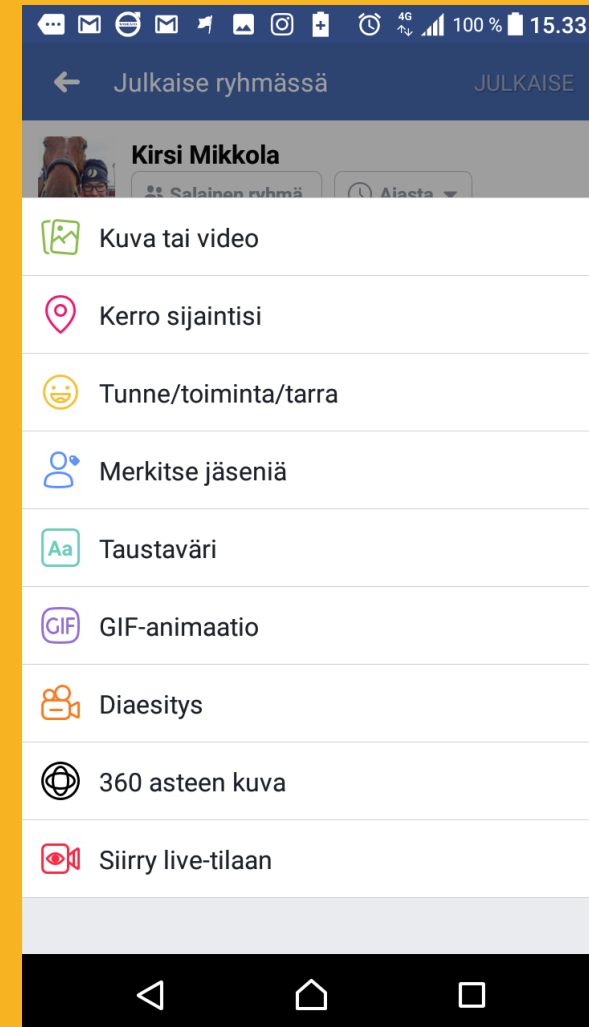
The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in a blue, lowercase, sans-serif font.

VARMISTA, ETTÄ TIEDÄT SOMEKANAVIEN PERUSALGORITMIT

- Paikkamerkinnot erityisesti kuvissa!
- Kaverit
 - Kaveriverkoston kiinnostuksen kohteet sekoittavat uutisvirtaa
 - Ystävien ja perheenjäsenten julkaisut muita tärkeämpiä
 - + käyttäjä voi itse määrittää, kenen julkaisuja haluaa katsoa
- Ristiinjulkaisut, [Hossan kansallispuisto](#)
- Henkilö ja organisaatio tagäykset kuvissa (?)
- Ryhmien sisäiset jaot
 - Esimerkki kirpputorit

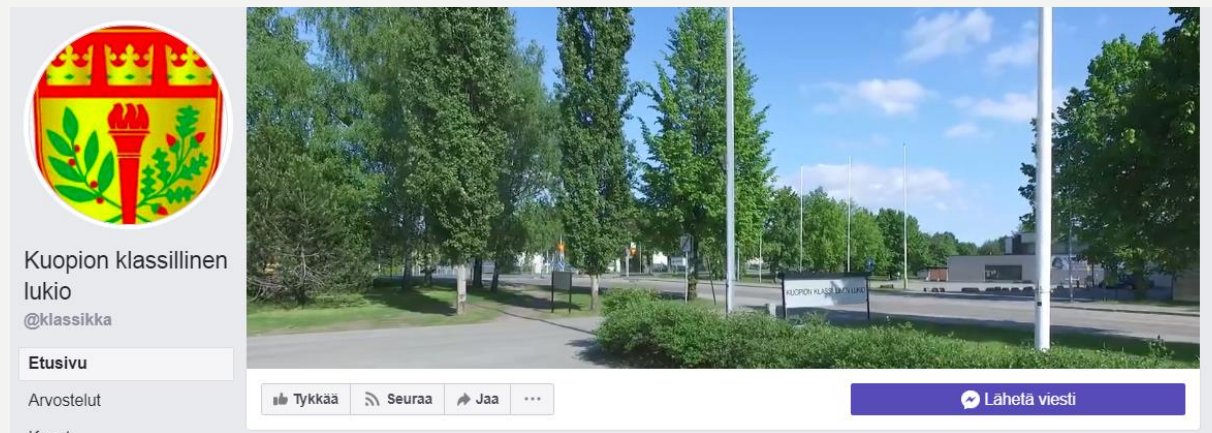


FACEBOOK LIVESTREAM, ENDOTON!



VIDEOISTA YLIPÄÄTÄÄN

- Toimivat erittäin tehokkaasti
- My Story
- Taustakuvavideo esim. Klassikka Kuopio
- Profiilivideo myös
- Julkaistu video FB sisällä max. 30 s



21.1.2020

Tarinat

Arkisto · Asetukset



Lisää tarinaasi

Jaa kuva tai video tai kirjoita jotain



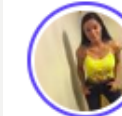
Sirpa Eloranta e Kuvaja

22 tuntia sitten



Pohjoisen Ratsu

18 tuntia sitten



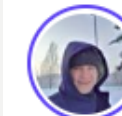
Nadia Ammouri

2 tuntia sitten



YT Kivisaari - Levi

6 tuntia sitten



Juho Pesonen

17 tuntia sitten



Kikko Kalliokoski

9 tuntia sitten



Marko Björs

2 tuntia sitten



Sirmakko Reindeer Farm

19 tuntia sitten



Studio Artica

22 tuntia sitten



visitrovaniemi

Seurataan



33,6k

Visitrovaniemi
The official Instagram of Visitrovaniemi. We share the best of Lapland and the Arctic Circle. Lapland is a magical place. Visitrovaniemi is your guide to the best of Lapland. www.visitrovaniemi.fi

Seuraajat: santasadventures ja arctic_light_hotel



S C Village



Crazy Aurora...



Reindeer



Our Ambas...



Q & A (Aut...

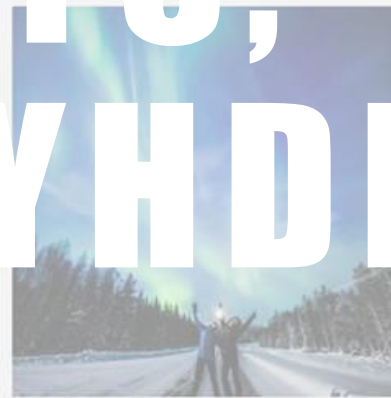
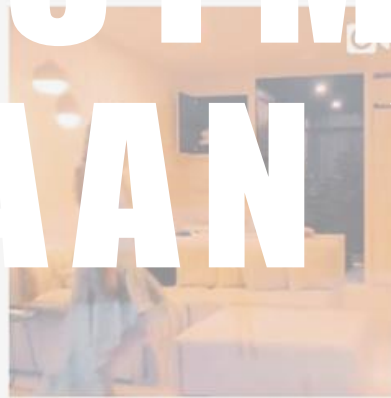


Summer D...



Summer Ni...

INSTAGRAM LYHYESTI, ESITÄ KYSYMYKSIÄ, KATSOAAN YHDESSÄ



INSTAGRAM TIIVISTETYSTI

- Profiili
 - Yksityinen suojattu profiili
 - Yksityinen julkinen profiili
 - Yritystili
 - Kaikki saman arvoisia vaikkakin eri käyttöoikeuksilla
- Juuri nyt tapahtuvan kuva- ja videomateriaalin jakoon
 - Kuvakulmat, Videoiden pituudet, Repost toiminnot
- My Story – Oma tarina – 24 h
- Highlights kokokohdat – tallennettuja kohokohtia profiiliin
- IGTV
- Mobiilikäyttöinen kuvapalvelu, mutta voidaan hyödyntää myös erillisellä työpöytäpohjaisella ohjelmalla, jolloin kuvat saadaan vaikka digikamerasta
 - **Chrome EXTENSION for posts ja reposts – Asennetaan**



OMATOIMINEN SISÄLTÖTUOTANTO

- **CANVA.COM** ohjelmaan tutustuminen ja oman materiaalin tuottaminen ohjatusti



HARJOITUSTEHTÄVÄ

- Ota esille tarinasi tai tarinasi aihio
- Päätä millainen kuvamateriaali sopisi parhaiten käyttöösi asiakaskokemuksen äskeisen ryhmätyön perusteella
 - Perusta pilvipalveluun (Drive tai muu vastaava) kampanjalle työskentelykansio. Voit käyttää myös Canvan kansioita, mutta sen käyttö vaatii lisenssin.
 - Tee 3 erilaista Facebook postausta ja 7 kuvaa Storyyn
 - Käytä Canvan kuvakokoja
 - Tee 5 erilaista Instagram Story kuvaa
 - Tee Mainos paikallislehteen 2 eri koossa (budjetti riittää!)
 - Tee Flyer jaettavaksi kivijalassa
 - Mahdollinen muu printattava materiaali

KIITOS!

23.1.2020

