

25.4.2024
Verkostosta voimaa:
verkostajohtamisen malli



PÄIVÄN SISÄLTÖ 12.00–15.00

- Verkostojen merkitys
- Selvityksen toteutus ja tuloksien yhteenveto
 - verkostokartat
 - haastattelut
- Työpajatyöskentely
 - matkailuyritykset
 - kuntien edustajat
- Tilaisuuden yhteenveto



MUISTUTUS 7.5. työpajasta



- Kohderyhmä: Paikalliset suuryritykset ja kv potentiaalin omaavat matkailuyritykset
- Tilaisuudessa käymme läpi suuryrityksien kv vieraiden toiveita ja tarpeita paremman laadun ja asiakaskokemuksen aikaansaamiseksi. Tavoitteena on yhteisen tahtotilan ja suunnan löytäminen tulevaisuuden yhteistyölle.

Nordic Marketing Finland Oy



NordicMarketing Academy

Työelämän käytännönläheiset koulutuspalvelut. Aikuiskoulutuksia muun muassa digimarkkinoinnin, kansainvälistymisen, palvelumuotoilun ja matkailuliiketoiminnan kehittämiseen.



NordicMarketing Consulting

Matkailun ja markkinoinnin strateginen ja kokenut kumppani. Toteutamme mm. matkailualueiden organisointimalleja, markkinointi- ja matkailustrategioita ja verkostoitamme alan yrityksiä.



NordicMarketing International

Monipuoliset palvelut matkailualueiden ja -yritysten kansainvälistymiseen Keski-Euroopan markkinoilla. Kilpailuetunamme on, että tiimimme toimii myös Saksasta käsin.

TYÖKOKEMUS

- NordicMarketing Finland Oy, Key Account Manager 2014-
- goSaimaa Oy (DMO), eri positiot 2007-2017 (viimeiset 3 vuotta ostopalveluna Management roolissa)
- Visit Finland Akatemia valmentaja: erikoisosaamisena kansainvälistyminen, tuotteistaminen, myynti ja markkinointi.

Työskennellyt matkailun ja markkinoinnin parissa 20 vuotta.

- Pitkä kokemus alueorganisaatioyhteistyöstä ja yhteismarkkinoinnista (suunnittelu sekä toimenpiteiden käytännön toteutus, yritysverkostojen rakentaminen ja sitouttaminen), kansainvälisestä ja kotimaan markkinoinnista sekä tuotteistamisesta. Etelä-Karjalan maakunnan matkailumarkkinointi -organisaatiossa Ahola toimi yhteensä 10 vuoden ajan, organisaation perustamisesta asti (gosaimaa.com).
- Toiminut myös pienten yritysten matkailun kehittämisen ja konsultoinnin parissa. EU-rahoitteiset hankkeet ja projektityöskentely kuuluvat myös vahvuuksiin. Lisäksi toiminut projektipäällikkönä useissa eri matkailualan hankkeissa sekä toimeksiannoissa.

SUVI AHOLA



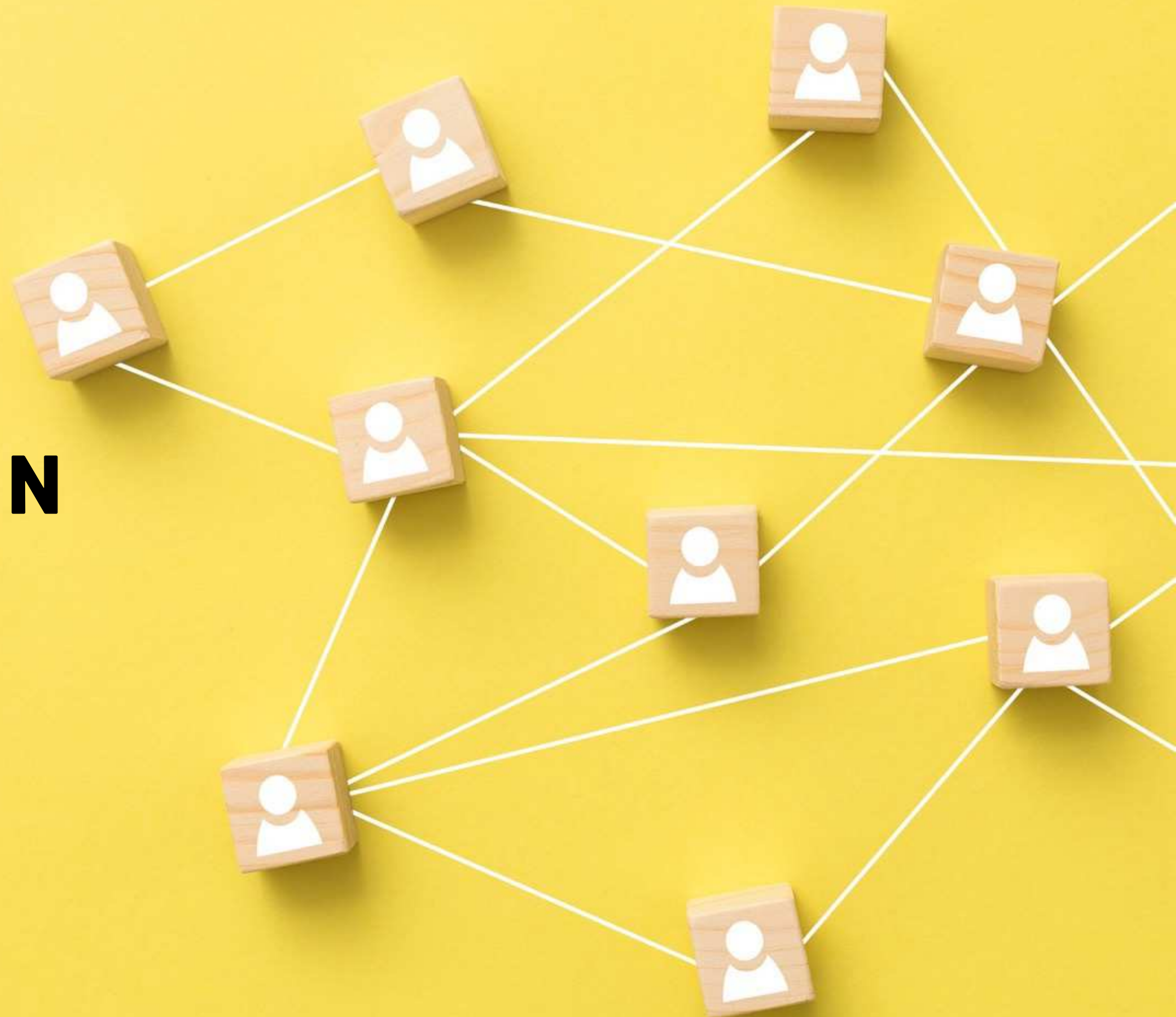
[LINKEDIN](#)



PÄIVÄN KOKOONPANO

- Ketä tänään paikalla?
- Odotuksia päivään?

VERKOSTOJEN MERKITYS





MITÄ ON VERKOSTOJOHTAMINEN?

VERKOSTOJOHTAMINEN



1. Verkot tarvitsevat työskentelyyn suunnan näyttämistä yhteiselle tekemiselle.
2. Verkostoissa suuntaa näytetään ohjaamalla jäsenten välistä vuorovaikutusta ja luomalla jäsenille uusia mahdollisuuksia.
3. Johtajan rooli: Välittäjä, prosessien hallinnoija, verkoston rakentaja
4. Johtajan tehtävät: Vuorovaikutuksen ohjaaminen ja mahdollisuuksien luominen

VERKOSTOJOHTAMISEN YDINTEKEMINEN



1. Verkostojen johtaminen on jatkuvaa vuorovaikutusta

Verkostot perustuvat yhdessä työskentelyyn ja tekemiseen. Verkostoja johdetaan viestimällä, suostuttelemalla, perustelemalla, motivoimalla, houkuttelemalla, kehumalla ja ylipäättään puhumalla ihmisille verkostojen tapaamisissa ja niiden ulkopuolella.

VERKOSTOJOHTAMISEN YDINTEKEMINEN



2. Verkostojen johtaminen on ihmisten yhteen tuomista

Verkostojen johtaminen perustuu mukana olevien ihmisten tarpeisiin ja niihin vastaamiseen yhteisen tekemisen keinoin. Johtajuuden ottaminen vaatii siksi ihmisten tuntemista sekä heidän toimintatapojen, lähtökohtien, näkemysten, osaamisten ja resurssien ymmärtämistä.

VERKOSTOJOHTAMISEN YDINTEKEMINEN



3. Verkostojen johtaminen tapahtuu sanoilla ja ideoilla

Verkostoja ei voida saada puhaltamaan yhteen hiileen ulkoisilla kannustimilla tai pakottamisella. Verkostojen johtaminen vaatii sitä, että ihmiset näkevät yhteen hiileen puhaltamisen mahdolliseksi ja toivottavaksi. Ihmisten on kyettävä näkemään ja ymmärtämään yhteisiä lähtökohtia ja intressejä. Tähän vaaditaan yhteistä kieltä ja yhteisiä ideoita, jotka antavat suuntaa toiminnalle. Näiden avulla ihmiset saadaan osallistumaan ja sitoutumaan verkoston toimintaan, resursoimaan toimintaa sekä toimimaan yhteisten päämäärien ja tavoitteiden puolesta yhteensovitusti.

Verkostojohtamisen menestystekijät

5 menestystekijää matkailun verkostoyhteistyöhön



@NORDICMARKETING 2024



Resurssointi

Resurssit ja odotukset pitää olla realistisesti suhteutettuna tavoitteisiin, jotta voidaan saavuttaa haluttuja tuloksia.



Sitoutuminen

Ne alueet, joilla on onnistuttu rakentamaan hyvät yhteistyöverkostot ovat menestyjiä! Silloin on ymmärrys yhteistyöstä ja sen merkityksestä, ja ollaan vastaanottavaisempia ja valmiimpia sitoutumaan myös laajempaan, pitkäjänteiseen eritasoiseen yhteistyöhön; paikallisesti, seudullisesti, maakunnallisesti, kansallisesti, kansainvälisesti.



Julkisen ja yksityisen liitto

Verkostojohtaminen vaatii saumatonta yhteistyötä julkisen ja yksityisen sektorin välillä. Onnistunut yhteistyö näiden välillä edellyttää luottamusta, joka rakentuu pelkästään tekojen kautta.



Selkeät roolit ja vastuut

Selkeät roolit ja vastuut eri toimijoiden kesken ja tiivis yhteistyö ovat onnistuneen verkostoyhteistyön ja verkostojohtamisen ytimessä. Ei pelkästään raha vaan henkilöt ja henkilöiden osaaminen sekä alueella oleva pirstaloitunut osaaminen matkailutoimialaan liittyen. On varmistettava, että kaikki alueella oleva osaaminen valjastetaan koko alueen hyödyksi ja kaikille käyttöön.



Yhteinen suunta

Yhteistyössä tehdyt päätökset ja linjaukset alueen verkostoyhteistyöstä ja verkostojohtamisesta: miksi, mitä ja miten? Visio, vahvuudet, tunnistetut kriittiset pisteet ja kehittämiskohteet sekä toimenpiteet vision ja tavoitteiden saavuttamiseksi.

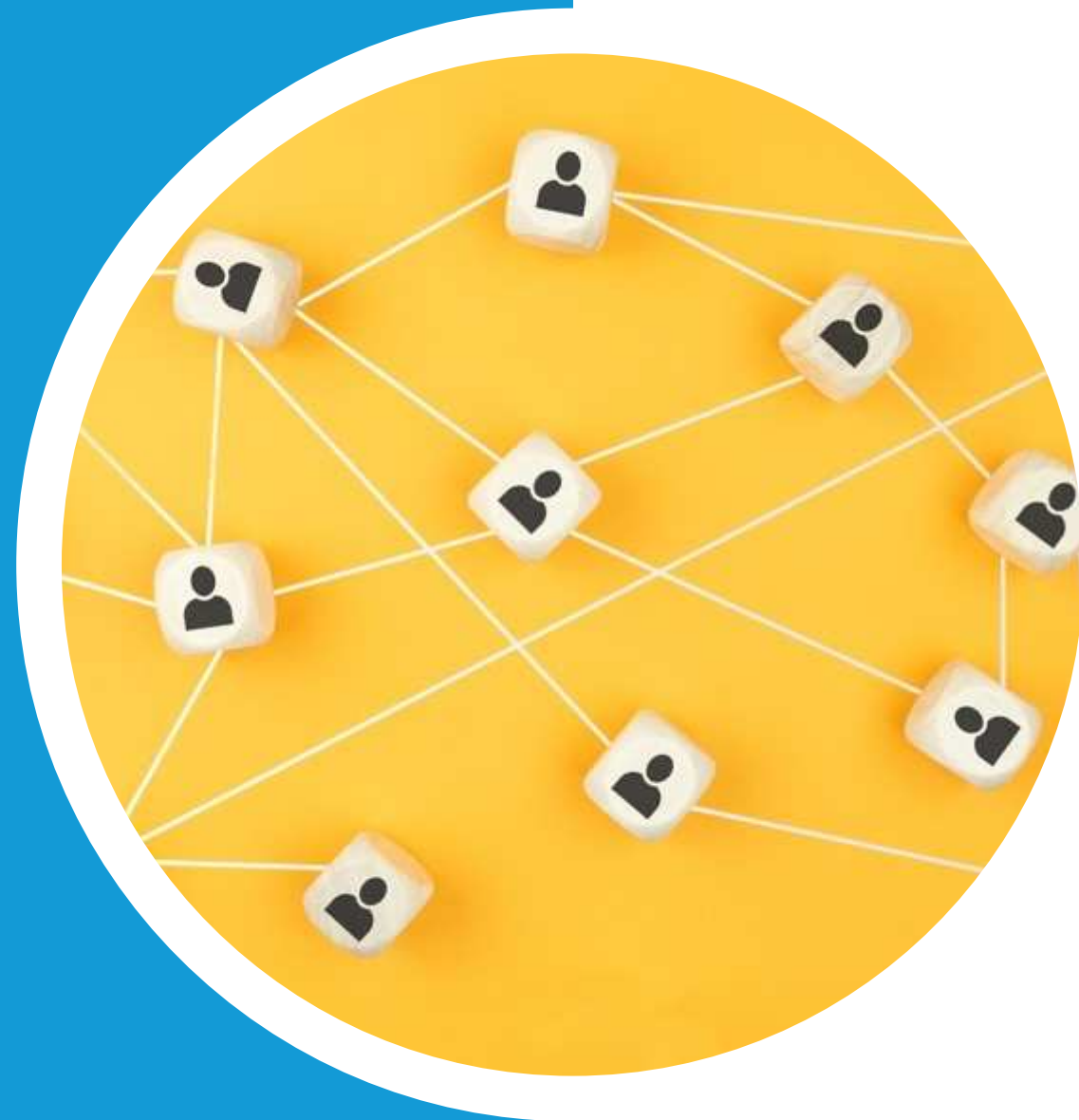


**MIKSI KANNATTAA
VERKOSTOITUA?**

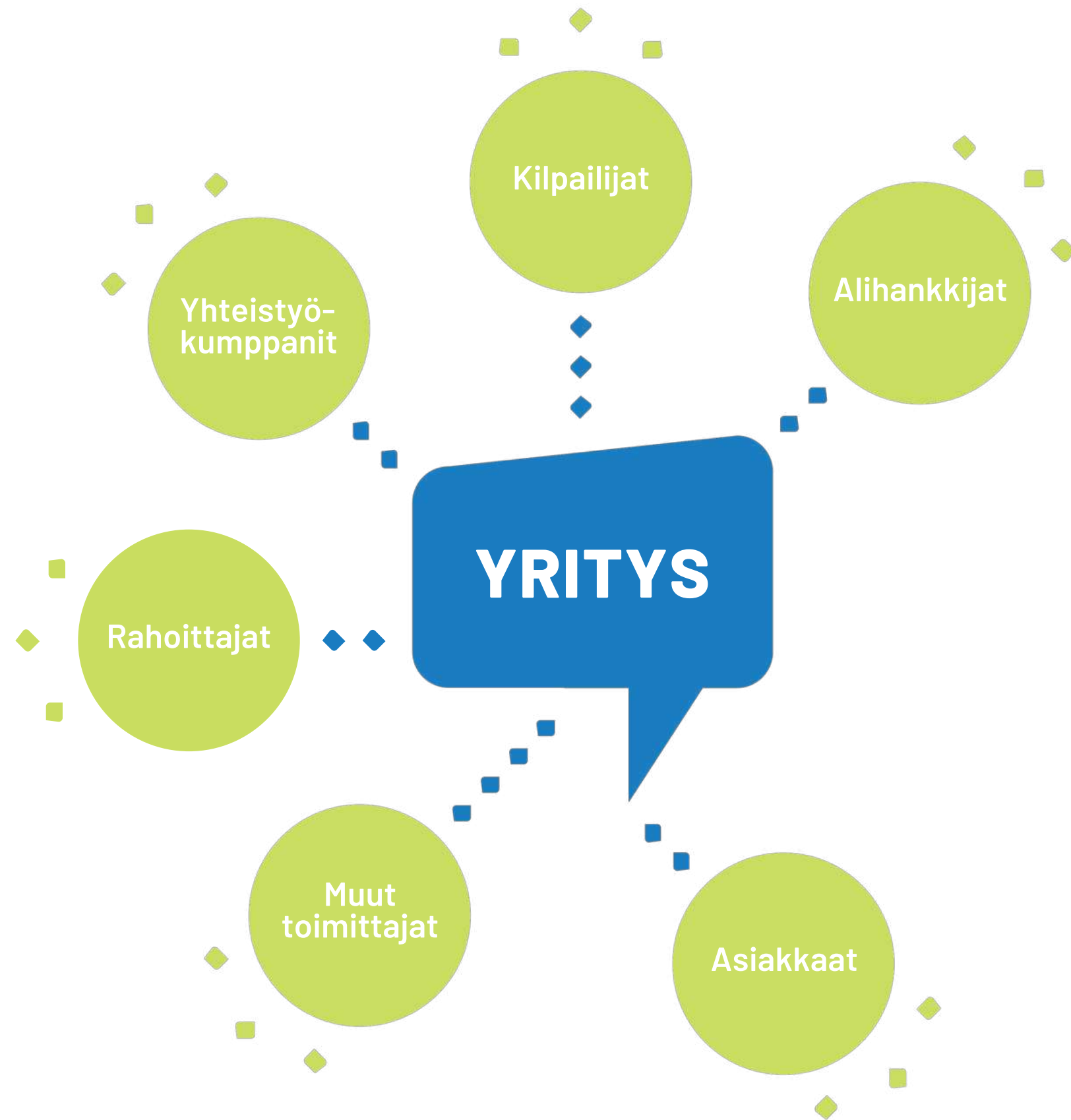
MIKSI KANNATTAA VERKOSTOITUA

1.UUSI LIIKETOIMINTA- JA TUOTTO	2.TUOTE- JA PALVELUTARJOOMA	3.ASIANTUNTIJUUS JA LAATU SEKÄ ASIAKASPALVELU	4.KUSTANNUS- TEHOKKUUS	5.BRÄNDIARVO
Myyntiyhteistyö	Omien palveluiden kehittäminen osana palveluketjua	Oman osaamisen täydentäminen	Ostopalvelut	Yritys- ja henkilökohtainen brändi
Myyntiliidit	Oman tarjonnan täydentäminen	Laadun parantuminen	Ulkopuoliset resurssit	Kiinnostavuus
Suosittelut ja verkostovinkit	Innovointi ja uudet ideat	Verkosto myös asiakkaan hyödyksi	Ajan käytön hallinta	Näkyvyys

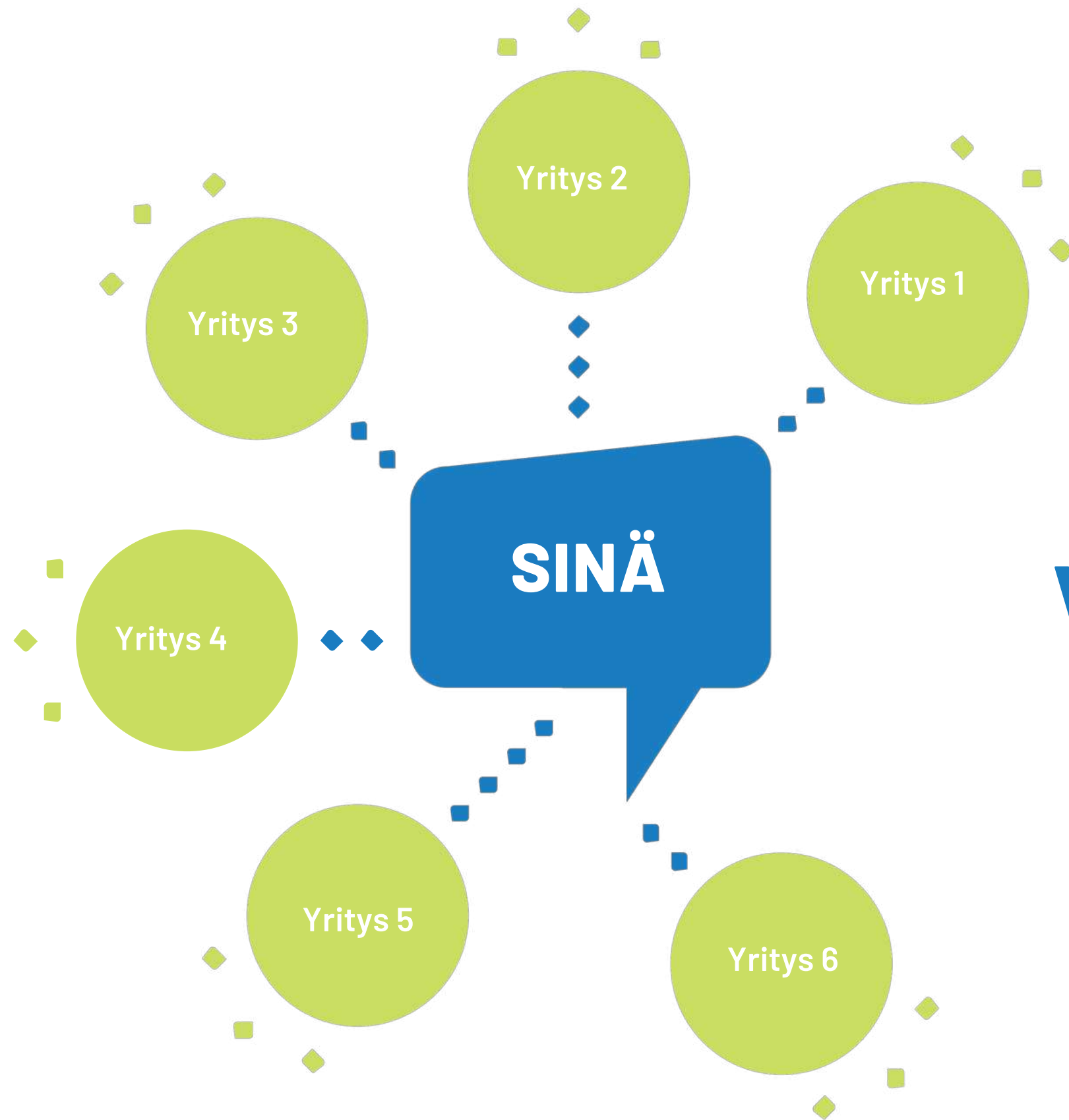
VINKIT VERKOSTOITUMISEEN



1. Mieti miten voit palvella asiakkaitasi paremmin verkoston avulla, ketä siihen tarvitaan?
2. Määrittele itsellesi verkostoitumisen hyödyt
3. Aseta tavoitteet verkostoitumiselle
4. Tunnista erilaisia verkostoitumiskeinoja / kanavia
5. Tunnista ydinverkostosi, johon olet valmis käyttämään aikaa
 - a. Piirrä verkostokartta
 - b. Tee verkostosuunnitelma

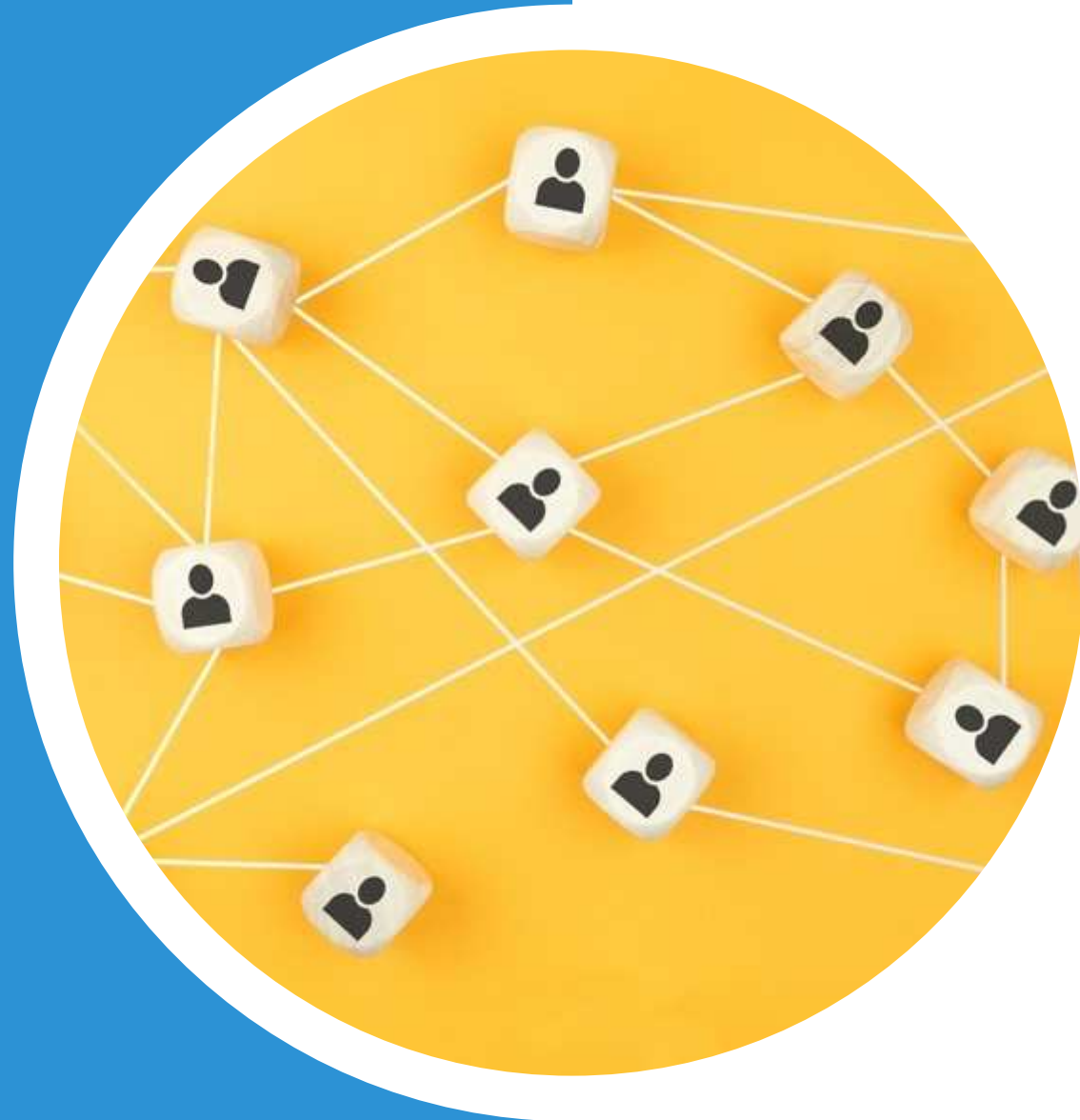


YRITYKSEN VERKOSTOKARTTA ESIMERKKI



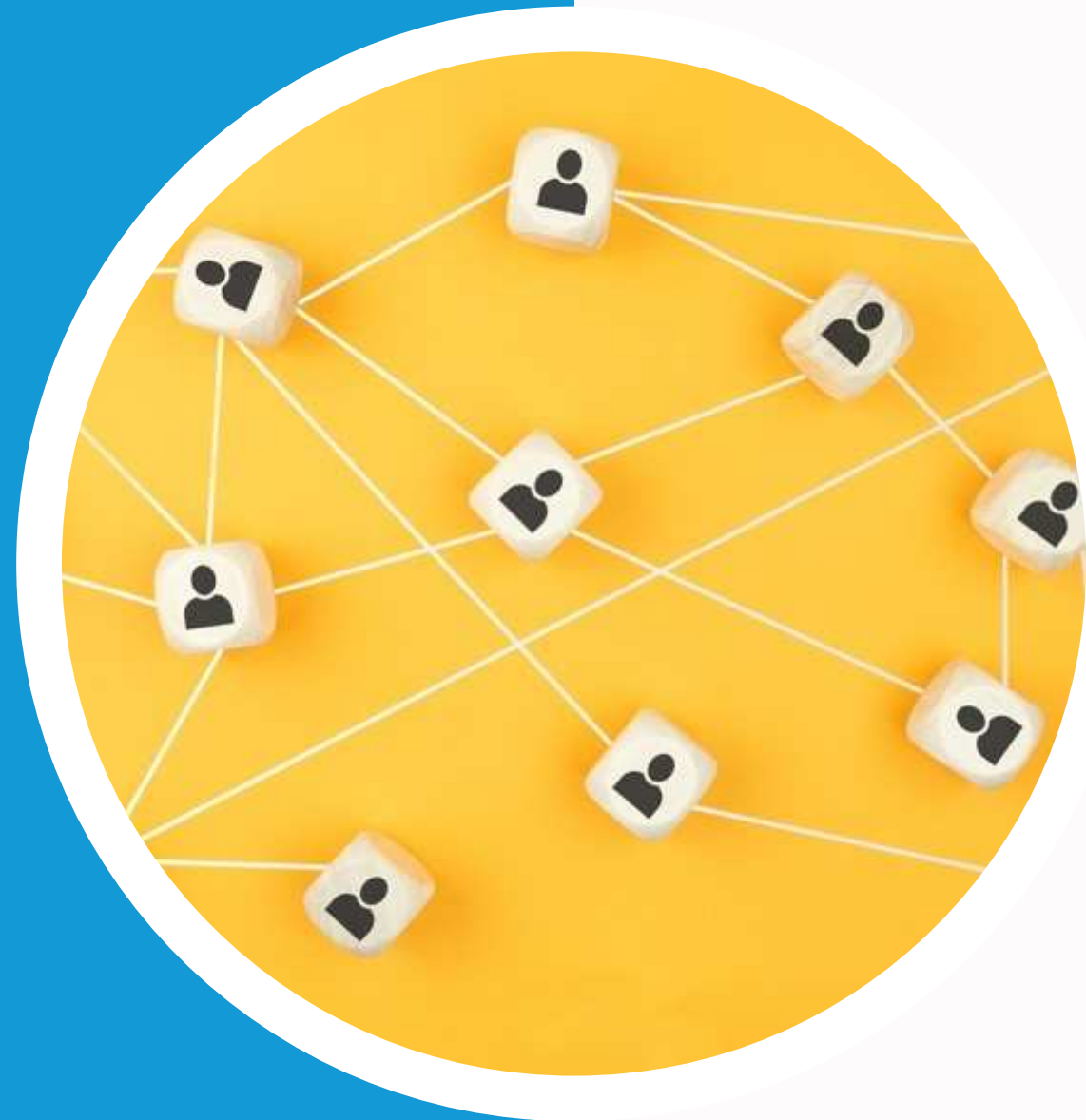
**MITEN HYVIN OLET
VERKOSTOITUNUT MUIDEN
I&T TIENOOT JÄSENIEN
KANSSA?**

MENESTY VERKOSTOISSA - 10 KÄSKYÄ



1. Ajattele verkostoa alustana oman bisneksen kehittämiseksi - ole suunnitelmallinen!
2. Ole aidosti ja aktiivisesti mukana - niin saat enemmän!
3. Ole itse se henkilö, jonka kanssa haluaisit verkostoitua - sitä saat mitä tilaat?
4. Ole luottamuksen arvoinen - tee se, minkä lupaat!
5. Muista, että kaikki eivät tunne kaikkia - älä oletta mitään!

MENESTY VERKOSTOISSA - 10 KÄSKYÄ



6. Hyväksy erilaisuus, sillä tarvitset ympärillesi erilaista osaamista ja tapoja toimia – yhdessä parempia!
7. Muista tasapainoinen hyötysuhde – saadaksesen on annettava!
8. Varaa riittävästi aikaa verkoston rakentamiselle ja ylläpitämiselle – johda ja hoivaa verkostoa!
9. Sitoudu verkoston toimintaa ja sitoutua käytökselläsi muutkin – ole esimerkillinen!
10. Tartu tilaisuuksiin ja valmistaudu!

Kilpailija vai kumppani?

Sana kilpailija on meidän mielestä aikansa elänyt. Näin ollen kutsuisimme teitä huomattavasti mieluummin kumppaneiksi kuin kilpailijoiksi. Digikuu keskittyy vain ja ainostaan niihin asioihin, joissa olemme erinomaisia. Emme ole siis tulossa teidän hiekkalaatikolle kilpailemaan teidän olemassaolevan tarjoaman kanssa, vaan täydentämään ja rikastuttamaan sitä.

Siispä ois mahtavaa, jos voisimme aina suositella toisiamme asiakkaille, mikäli omat palvelut tai avut eivät jostain syystä riitä parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi.

Kiinnostaako siis kumppanuus kanssamme? Meitä kiinnostaa.

Puhutaan pilvestä!



ANTTI AHOLA

Tuottavuusloikkaaja

antti@digikuu.fi / 050 506 1285

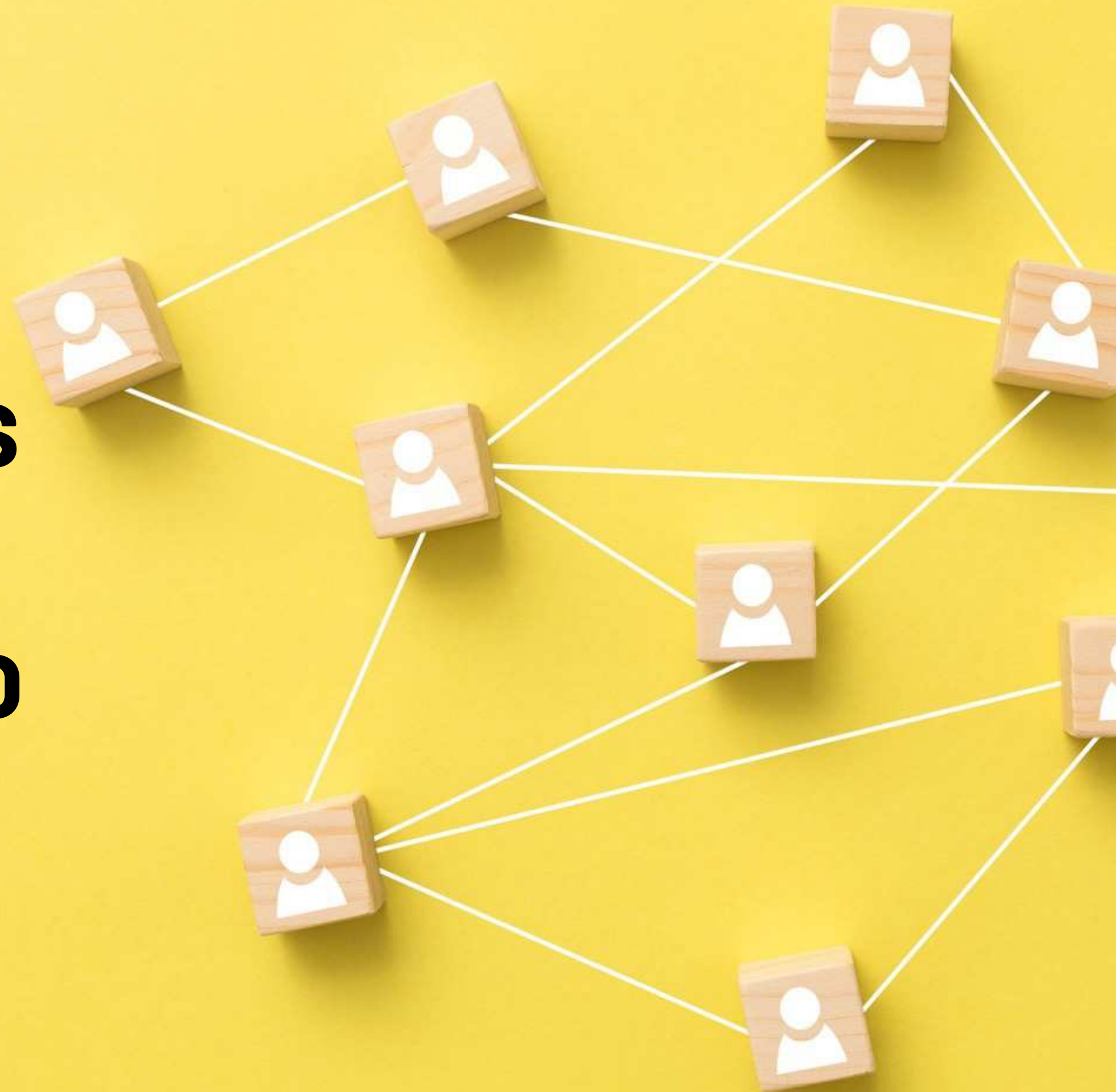


TOMMI MAIJANEN

Pilviheppu

tommi@digikuu.fi / 050 506 7211

SELVITYKSEN TOTEUTUS JA TULOKSIEN YHTEENVETO



VERKOSTOJOHTAMISEN MALLI

Toteuttamiskuvaus



Verkostokartta

seudullinen, maakunnallinen, valtakunnallinen



1 Iisalmi ja tienoot - seudullinen

Yhteismarkkinointi. Tärkein verkosto, kaiken ydin.

2 Pohjois-Savon Matkailu Oy - maakunnallinen

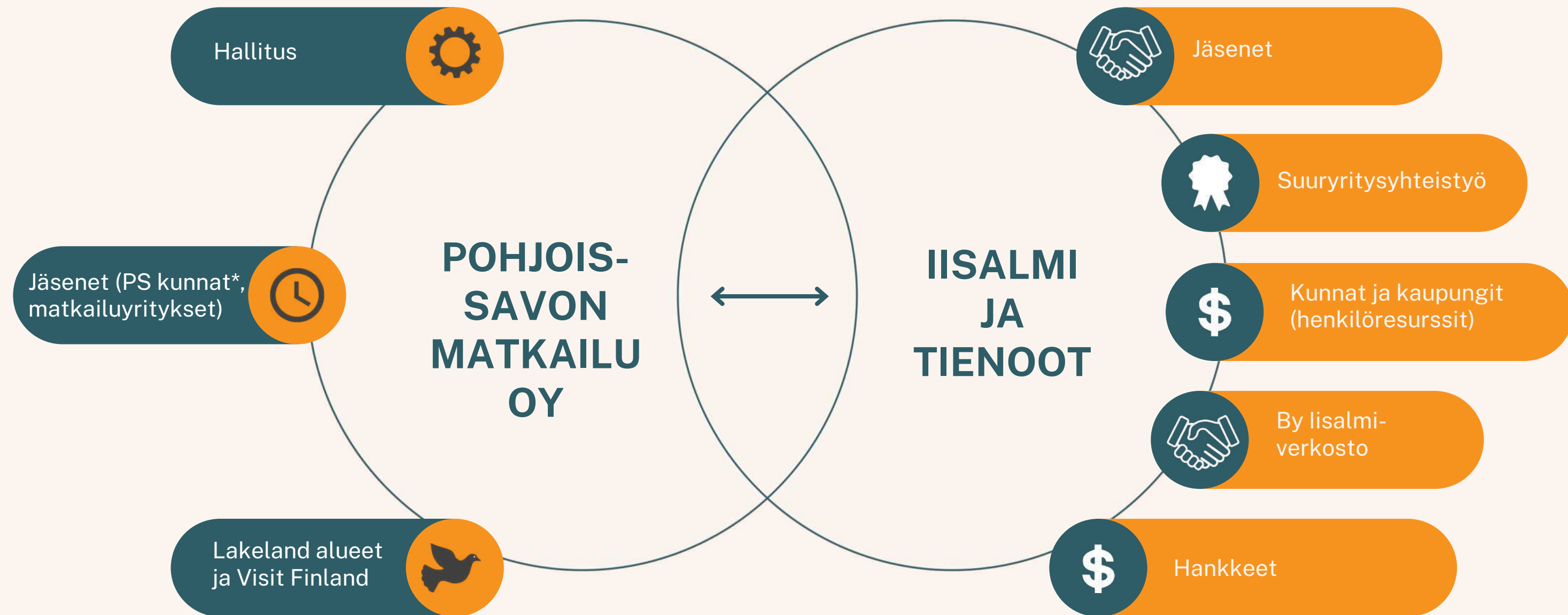
Maakunnan kansainvälinen näkyvyys ja matkailun kehittäminen.

3 Visit Finland - valtakunnallinen

Ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistäminen.

Verkostojohtamisen malli

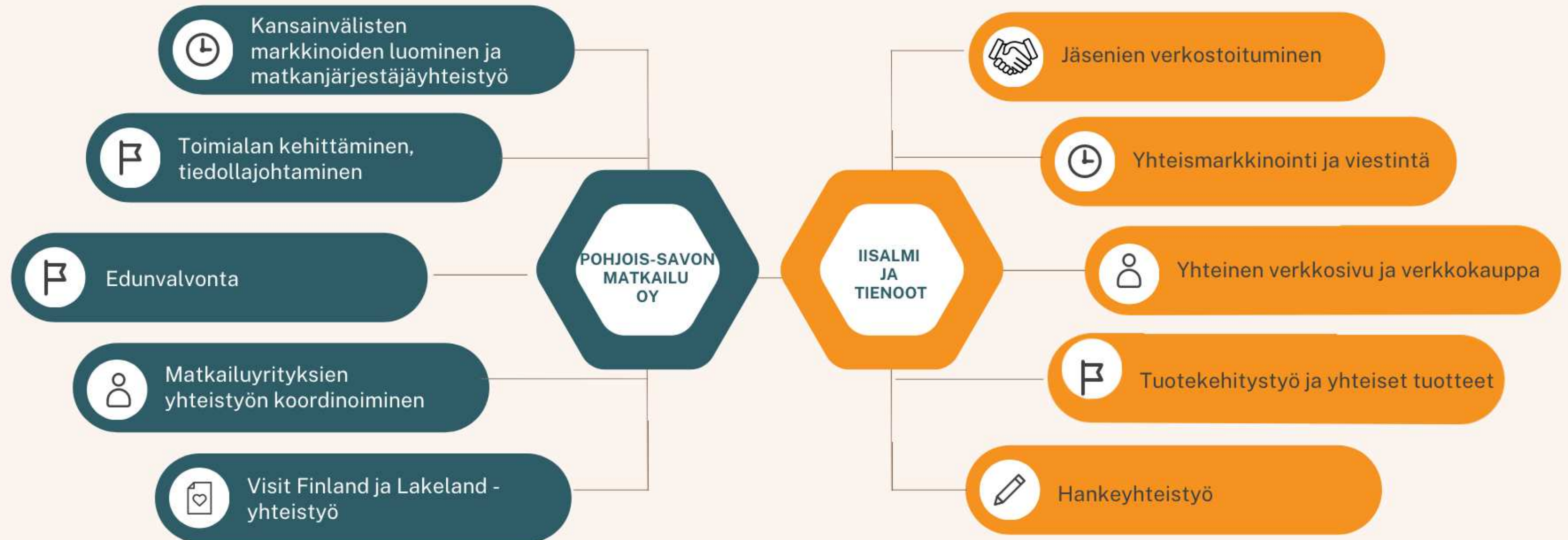
Verkostoon kuuluvat tahot



*pois lukien Varkaus ja Joroinen

Verkostojohtamisen malli

Rooli ja tehtävät



MISSIO JA ARVOT

Iisalmi
ja tienoot

- IISALMI REGION -

KOKO YLÄ-SAVON SEUDUN MATKAILUN KEHITTÄMISEN SYDÄMENÄ JA MAHDOLLISTAJANA TOIMII IISALMI JA TIENOOT TOIMINTA.

Iisalmi ja tienoot jäsenille tarjotaan uusia keinoja yhteistyöhön ja tuetaan yritysten toiminnan kehittämistä. Toiminnan avulla varmistetaan tavoite palvella alueelle saapuvia matkailijoita asiakaslähtöisesti ja savolaisella vieraanvaraisuudella.

MISSIO:
EDISTÄÄ
TOIMINNALLAAN
MUUTOSTA KOHTI
VETOVOIMAISEMPAA
YLÄ-SAVOA.

ARVOT:
1. ASIAKASLÄHTÖISYYS
2. YHTEISTYÖKYKYISYYS
3. VASTUULLISUUS

Arvot ovat koko toiminnan selkäranka ja strategisen viitekehksen ytimessä. Arvot ohjaavat koko toimintaa ja niiden pitäisi näkyä sekä sisäisesti henkilöstölle että ulospäin asiakkaille, sidosryhmille ja muille verkoston jäsenille.

Toiminnan arvoista johdetaan koko seudun matkailun yhteinen arvolupaus.

STRATEGISET TAVOITTEET

- Houkutteleva seutumatkailukohde sekä kotimaassa että Saksan markkinoilla, painopisteenä on kotimaan matkailun markkinaosuuden kasvattaminen sekä kansainvälistymisen ensi askeleiden ottaminen.
 - Vuosittainen kokonaiskasvu yöpymisissä (rekisteröityneet) on 10 %.
- Alueen vahvuuksiin pohjautuvien aktiviteettien ja tuotteiden monipuolistuminen sekä lisääntyminen.
- Seudullisesti vakiintunut toimija ja haluttu yhteistyökumppani
- Toimivat myynti- ja markkinointikanavat

STRATEGISET PAINOPISTEET JA KEHITTÄMISTOIMET

- Yhteistyön ja verkostojen kehittäminen
- Tuotekehitys ja tuotteistaminen, laadun parantaminen
 1. Luonto- ja kulttuurimatkailutuotteet
 2. Tapahtumat
- Kotimaan matkailun markkinaosuuden kasvattaminen valituissa kohderyhmissä
- Kansainvälisen matkailun kehittäminen valitussa markkinassa ja kohderyhmässä
- Digitaalisuuden ja ostettavuuden kehittäminen



Iisalmi
ja tienoot

- IISALMI REGION -

HAASTATTELUT: MATKAILUYRITYKSET

- Koetko, että I&T verkostosta on sinun liiketoiminnallesi hyötyä?
 - **KYLLÄ/MUU (henkilöstömuutokset)**
- Oma aktiivisuus I&T verkostossa
 - **KESKIARVO 3.13**
- Tahtotila jatkaa I&T verkostossa (sitoutuminen yhteistyöhön?) (1 = ei ole tahtotilaa jatkaa, 5 = vahva tahtotila jatkaa)
 - **KESKIARVO 4.56**

HAASTATTELUT: MATKAILUYRITYKSET

Konkreettiset hyödyt I&T verkoston toiminnasta: 3 tärkeintä

- **Verkosto ja verkostoituminen**

- kokoaa hyvin paikallisia toimijoita yhteen
- oppii tuntemaan muita toimijoita kun itse ulkopaikkakuntalainen
- sisäinen verkostoituminen, josta syntyy ulkoisia kontakteja, kouluttajat, isot paikalliset yritykset
- uusia yhteistyökumppanuuksia ja yhteisiä tuotteita
- syntynyt yrityskumppaniverkosto kenen kanssa on kehitetty yhteisiä tuotteita ja myyntiä
- apu ja paikallistuntemus tiettyihin asioihin

- **Näkyvyys, alueellinen näkyvyys, somemainonta, markkinointi, valotaulut**
- **Johku (käyttöönotto ja tuki), verkkokauppanäkyvyys**
- **Yhteinen tapahtumakalenteri ja mitä alueella tapahtuu**
- **Matkamessut (pieni yritys, näkyvyys tapahtumalle)**
- **Valokuvaukset, valokuvat, kuvapankki**
- **Tiedonkulku ajankohtaiset matkailualan uutiset ja tapahtumat**
- **Hankkeet**
 - koulutukset
 - oppiminen ja kehittäminen
 - tukea tekemiseen

HAASTATTELUT: MATKAILUYRITYKSET

Miten toimintaa voisi muuttaa/kehittää, jotta saisit enemmän hyötyä tulevaisuudessa?

- **Verkostoituminen ja oma aktiivisuus**

- Tärkeää tulla tunnetuksi keskenämme verkoston jäsenten keskuudessa, tätä halutaan jatkaa.
- Toivotaan, että voisimme itse olla jatkossa aktiivisempia toimijoita, jotta hyötysuhde on molemminpuolinen.

- **Verkoston funktio**

- Verkoston tärkein funktio voisi olla herättää mielenkiinto Ylä-Savon aluetta kohtaan, esitellä tämä mielenkiintoisena vierailukohteena. Varsinainen kaupanteko on yrittäjien vastuulla.

- **Myynti**

- Toiveena, että tulisi lisää myyntiä, nyt se ei vielä tällä hetkellä täytä tavoitetta.
- Harmittaa, että verkkokauppa ei ole kaikkien käytössä, jolloin ristiinmyyntimahdollisuus jää asiakkaalle pieneksi.
- Miten saada mitattavaa kassavirtaa?

- **Ravintoloiden markkinointi**

- Markkinointi kohdistunut enemmänkin tapahtumaluontoisesti/matkailupuolelle, ei niinkään ravintolatoimijoille.

- **Kieliversiot**

- Toiveena konkreettisemmin apua kieliversioihin

IISALMI JA TIENOOT: JÄSENKYSELY

Miten kuvailisit suhtautumistasi Iisalmi ja tienoot jäsenyyteen viimeisen 12kk jäsenjakson jälkeen? Kuvaile mielikuvaasi asteikolla 1-10.

Mitä pitäisi tapahtua, jotta suhtautumisesi jäsenyyteen nousisi antamastasi pistemäärästä?

- **Oman aktiivisuuden pitäisi parantua**
- **Lisää uusia ideoita ja kaikkien jäsenten osallistumista**
- **Kaikki jäsenet olisivat aktiivisia, keskittyminen mitä ollaan tekemässä, enemmän yhteistä tekemistä/yhteisöllisyyttä**
- **Aktiivisempaa osallistumista muilta jäseniltä, etäkokouksista ei saa hyötyä**

HAASTATTELUT: KUNTIEN EDUSTAJAT

- **Onko yhteistyön tekeminen I&T verkoston kanssa helppoa ja sujuvaa tällä hetkellä?**
 - **KYLLÄ/JOKSEENKIN**
- **Millä keinoilla yhteistyötä voisi helpottaa/parantaa?**
 - **Selkeämmät ohjeet/pyynnöt/tehtävänannot I&T verkostolta kunnan edustajalle/edustajille**
 - **Säännöllisempi yhteydenpito (esim. omat kokoukset vain kunnan edustajille)**
- **Kuntien rooli I&T yhteistyössä ja roolien selkeys**
- **Miten kunta tuo I&T verkostoa esille kunnan viestinnässä**
- **Suosittelaaanko I&T verkostoa kunnan matkailutoimijoille**

JÄSENIEN TARINAT & KOKEMUKSET

RUUKIN TUPA

Miksi yritys on mukana lisalmi & tienoot toiminnassa?

Hyvällä tavalla voisi sanoa, että perinteet velvoittaa. Olen ollut vuosia mukana ja lisalmi ja Tienoot toiminta on kehittynyt koko ajan tasaisesti. Kehittyvä ja kasvava toiminta on sopinut hyvin yritykselleni, koska olemme myös saaneet kehittyä ja kasvaa samana aikana huomattavasti.

Mitkä ovat suurimmat hyödyt lisalmi & tienoot jäsenyydestä?

Verkosto ja yhdessä tekeminen antaa monipuolisia eväitä kehittyä mukana. Oma aktiivisuus palkitaan ja on tottakai isossa osassa toiminnassa.

Ole itse aktiivinen, saat paljon hyötyä. Älä ole aktiivinen, saat vähemmän hyötyä. lisalmi ja tienoot jäsenyys on antanut myös paljon hyötyjä eri hankkeiden kautta. Hankkeet ja verkoston toiminta limittyvät hyvällä tavalla yrittäjän näkökulmasta, osaksi yhtenäistä kokonaisuutta.

JOKINIEMEN MATKAILU

Miksi yritys on mukana lisämi & tienoot toiminnassa?

Koen yhteistyöstä olevan aidosti hyötyä liiketoiminnassani: saan rahanarvoisia etuja ja pysyn kärryillä alueen kiinnostavista kohteista ja tapahtumista sekä alan kansainvälisistä trendeistä. Lisäksi I&T yhteismarkkinointi kasvattaa alueen tunnettavuutta ja siten helpottaa meidän työtämme. Yhteismarkkinoinnin "peesissä" voi pienikin yritys helpommin nousta esille. I&T ryhmä on yhteisö, missä yrittäjät voivat käydä luottamuksellisiakin keskusteluja ja verkottua.

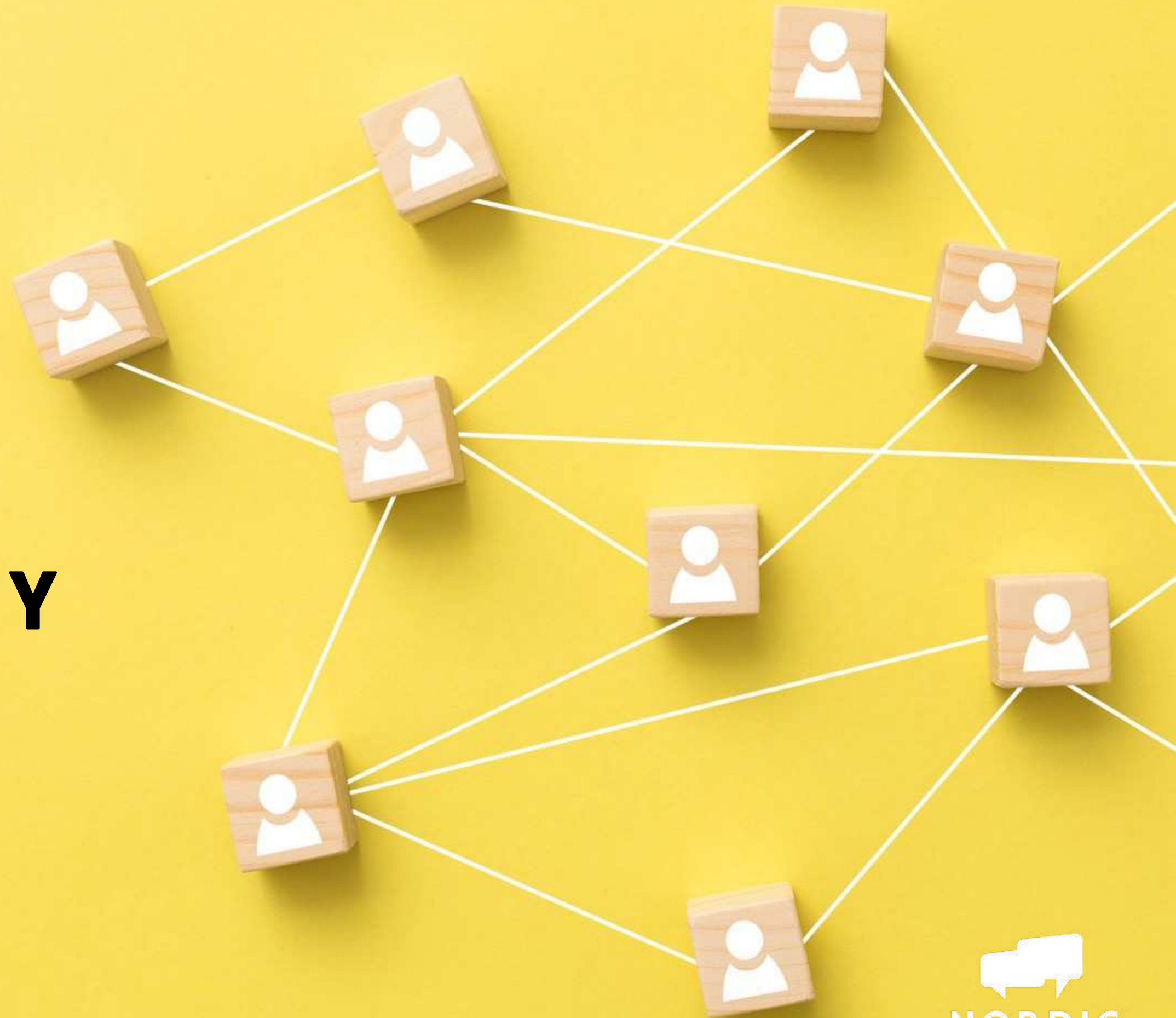
Mitkä ovat suurimmat hyödyt lisämi & tienoot jäsenyydestä?

Viime vuosien suurimmaksi jutuksi nostaisin verkkokaupan kehittämisen. I&T teki valtavan työn vertaillessaan eri järjestelmien ominaisuuksia ja soveltuvuutta erilaisten matkailutoimijoiden tarpeisiin siinä hetkessä ja myös jatkossa. JOHKUn käyttöönottovaiheessa saatiin hyvää koulutusta ja tukea, minkä ansiosta kauppa saatiin nopeasti pystyyn ja hyvään myyntikuntoon. Edelleenkin ongelmatilanteissa voi myös "kilauttaa kaverille" . Tämmöset asiat on pienille yksinyrittäjille kullanarvoisia asioita, resurssit kun ovat rajalliset. Kuvapankki on ollut myös valtava etu.

Kestoetuna pidän jatkuvaa kehitystyötä. Koulutuksiin, webinaareihin, hankkeisiin osallistumalla saa käytännönläheistä tietoa ja pääsee verkottumaan toisten yrittäjien kanssa. Tätä kaikkea voi sitten hyödyntää omassa tuotekehitystyössä. Kehittäminen kehittämisen vuoksi ei ole tavoite, vaan parantunut asiakastyytyväisyys ja sitä kautta myynnin lisääntyminen. Se kuitenkin on aina pidettävä mielessä.

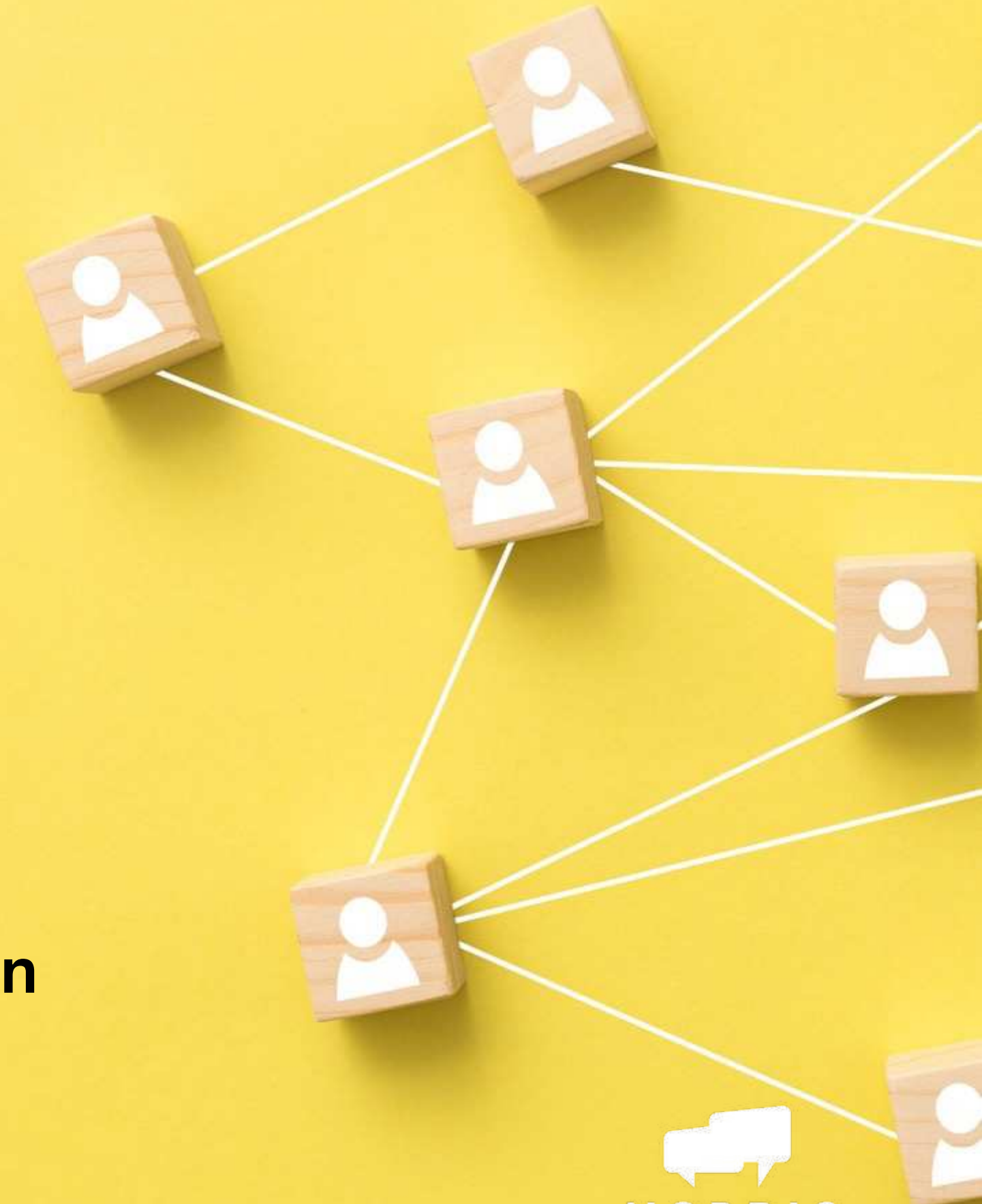
MUITA KOKEMUKSIA JAETTAVAKSI?

TYÖPAJA - TYÖSKENTELY



TYÖPAJATYÖSKENTELEY MATKAILUTOIMIJAT

- **RYHMÄ 1. Miten verkosto pidetään elinvoimaisena?**
 - Hyödyt jäsenien näkökulmasta
 - Oma aktiivisuus palkitaan: sitoutuminen yhteiseen tekemiseen
- **RYHMÄ 2. Jäsenien keskinäinen verkostoituminen**
 - Miten itse hyödyn jäsenistä/verkostosta?
 - Mitä voin antaa/tarjota muille?
 - Konkreettiset esimerkit/ideat yhteistyöstä

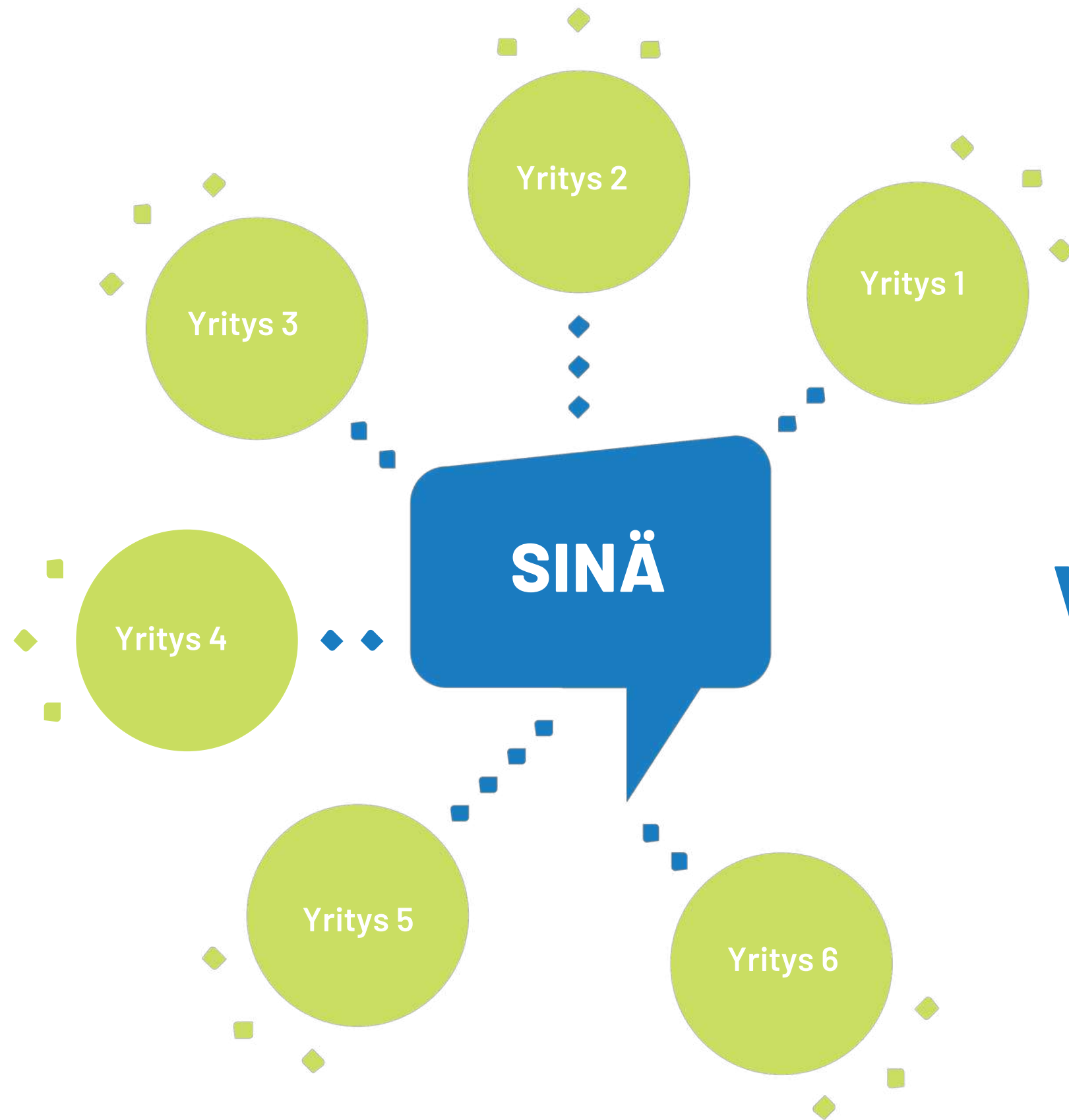


TYÖPAJATYÖSKENTELEY

KUNTIEN EDUSTAJAT

- **Miten yhteistyö on toiminut?**
 - Mitä nyt ollaan tehty omassa kunnassa?
 - Mitä voimme oppia toisiltamme?
- **Mitä kehitettävää yhteistyössä?**
- **Toimintamallimme jatkossa**
 - Vastuut (Jukka ja kuntien edustajat)
 - Kuinka usein kokoonnumme jatkossa?
 - Seuraava yhteinen tapaaminen?





**MITEN HYVIN OLET
VERKOSTOITUNUT MUIDEN
I&T TIENOOT JÄSENIEN
KANSSA?**



Ylä-Savon seutu on tehnyt hyvää työtä.

Teillä on vahva matkailuverkosto.

lisämi ja tienoot toiminnassa 36 jäsentä + alueen kaupungit/kunnat.

YHDESSÄ OLETTE AINA ENEMMÄN.

KIITOS

Suvi Ahola
suvi.ahola@nordicmarketing.fi

A stack of white papers with a red pushpin at the top center. The text "THANK YOU!" is printed in large, bold, black, sans-serif capital letters on the top sheet of paper.

**THANK
YOU!**