

LOPPURAPORTTI

Loppuraportissa tarkastellaan hankkeen edistymistä hyväksytyyn hankesuunnitelmaan ja yleishyödyllisissä investoinneissa investointisuunnitelmaan nähden.

1. Toteuttajan nimi

Inarin kunta / Elinkeinot & Kehitys Nordica (0190758-7)

2. Hankkeen nimi ja hankenumero

Digi Trainer – Inari-Saariselkä -matkailualue digikuntoon 58569

3. Yhteenveto hankkeesta

Digi Trainer – Inari-Saariselkä -matkailualue digikuntoon -hankkeen tavoitteina oli lisätä erityisesti aloittavien yrittäjien sekä mikroyritysten tietoutta digitalisaation ja teknologian kehityksen merkityksestä matkailutuotteiden myynnissä sekä kehittää heidän osaamistaan verkkomyynnin ja digimarkkinoinnin saralla. Hankkeen avulla haluttiin tuoda yrityksille tarvittava tietotaito, jotta he saavat tarjoamansa tuotteet ja palvelut niin kotimaisten kuin kansainvälisten matkailijoiden saataville jo olemassa olevia, matkailijoiden käyttämiä sivustoja käyttäen. Hankkeessa tarkasteltiin verkkomyyntiä myös tuotteistamisen ja yrityksen näkyvyyden näkökulmista. Mietittiin, millainen tuote erottuu ja miten yritys voi vaikuttaa sen löydettävyyteen. Löydettävyyttä pohdittiin asiakaslähtöisesti ja mietittiin, miten asiakas löytäisi kaikki tarvitsemansa palvelut mahdollisimman vaivattomasti. Tarkoituksena oli, että yrityksillä olisi hankkeen jälkeen tarvittavat taidot, jotta he voivat aloittaa tai kehittää palveluidensa myyntiä ja markkinointia verkossa.

Hanke koostui kolmesta osiosta. Ensimmäisessä osiossa tehtiin DigiTrainerin avulla yksilöllinen analyysi yrityksen lähtötilanteesta, tarkasteltiin yrityksen digikypsyyttä sekä suunniteltiin yrityksen kanssa yhdessä, millaisista hankkeen koulutuskokonaisuuksista olisi hyötyä yritykselle. Toinen osio koostui erilaisista koulutuskokonaisuuksista, joissa käsiteltiin teemoittain hankkeen tavoitteita tukevia aiheita. Koulutukset koostuivat inspiroivista luennoista, työpajoista, ohjauksesta ja itsenäisestä tekemisestä. Kolmannessa osiossa tarkasteltiin yritysten edistymistä ja mietittiin, mitä hankkeen avulla saavutettiin sekä tehtiin suunnitelmia, miten osaamista voidaan pitää yllä ja kehittää tulevaisuudessa. Yritysten käytettävissä oli koko hankkeen ajan DigiTrainer, jonka kanssa voitiin kerrata koulutuksissa käsiteltyjä aiheita ja pohtia, miten opit voidaan siirtää yrityksen toimintaan.

4. Raportti

4.1. Hankkeen tavoitteet

- *ylemmän tason tavoitteet, joiden osa hanke on: Manner-Suomen Maaseudun kehittämishanke 2014 – 2020 ja Peloton Pohjois- 2014 – 2020 –kehittämisstrategia*

Hanke on Manner-Suomen maaseutuohjelman 2014-2020 mukainen yleishyödyllinen kehittämishanke, joka toteuttaa Lapin alueellista maaseudun kehittämishanketta 2014 - 2020. Hanke tukee Peloton Pohjois- -strategian *yrittäjyys ja paikalliset elinkeinot* -painopisteitä tukemalla erityisesti maaseudun mikroyritysten pääsyä digimaailmaan kiinni ja sitä kautta yritysten kehittymistä ja kasvua, innovatiivisuutta ja yhteistyötä. Hanke edistää myös asiantuntijapalveluiden käyttöä. Hanke tukee vahvasti osaamisen keinoa vahvistamalla digiosaamista. Digitaalisuus tukee myös kokeiluja ja rohkeutta luomalla niihin hyvän pohjan sekä kansainvälisyyttä ja verkostoja digitaalisen maailman avatessa



kansainväliset markkinat uudella tavalla. Yhteisen digikoulutuksen avulla innostetaan myös yhteistyöhön digi- ja markkinointiasioissa.

- *hankkeen tavoitteet*
- Lisätä yritysten tietoutta digitalisaation ja teknologian kehityksen merkityksestä matkailutuotteiden myynnissä
- Kehittää yritysten osaamista verkkomyynnin ja digimarkkinoinnin saralla
- Hankkeen päätyttyä yrityksillä on tarvittavat taidot aloittaa ja/tai kehittää palveluidensa myyntiä ja markkinointia verkossa sekä kehittää yrityksen toimintaan uusia ratkaisuja ja toimintamalleja

4.2. Toteutus

- *toimenpiteet*

Hankkeen toimenpiteet koostuivat erilaisista koulutuksista sekä Digi Trainerin ohjauksesta. Koulutuksia järjestettiin hankkeen aikana yhdeksän kappaletta ja koulutuspäiviä oli yhteensä 13. Koulutuspäivät olivat aina klo 9-16. Hankkeen aikana järjestettiin seuraavat koulutukset:

1. Digistartti (22.8.2018)
2. Tuotteistaminen ja löydettävyys verkossa (28-29.8.2018)
3. Matkailun jakelukanavat (3.10.2018)
4. Sosiaalinen media matkailumarkkinoinnin työkaluna (30.10.2018)
5. Verkkopalvelut ja WordPress -koulutus (20-21.11.2018)
6. Valokuvan merkitys tuotemyynnissä (30-31.1.2019)
7. Bókun-työpaja (12-13.2.2019)
8. Sisällöntuotanto ja asiakaspalvelu englanniksi (28.3.2019)
9. Maineenhallinta sosiaalisessa mediassa (24.4.2019)

Koska ostopalveluiden budjettiin jäi tarjouskilpailun jälkeen arvioitua enemmän rahaa, hankkeessa järjestettiin kolme ylimääräistä koulutusta. Ylimääräisinä järjestettiin WordPress-koulutus, Bókun-työpaja sekä Inarin kunnan kanssa yhdessä toteutettu maineenhallinnan koulutus. Hankkeen ajan osallistujien käytössä oli yhteinen REAL-oppimisalusta, johon muun muassa laitettiin kaikki koulutuksissa käytetyt materiaalit ja palautettiin ennakkotehtävät. Siellä oli myös mahdollisuus keskustella yhdessä muiden yrittäjien kanssa tai suunnata kysymys vain kouluttajien nähtäväksi ja saada siten hyvin yksilöllistä sparraamista.

Koulutusten lisäksi jokainen hankkeeseen osallistunut yrittäjä teki yhdessä hankekoordinaattorin kanssa alkukartoituksen. Alkukartoituksessa käytiin läpi muun muassa yrityksen tämän hetkistä tilannetta digimarkkinoinnissa ja -myynnissä, olemassa olevia jakelukanavia, omia tavoitteita, tavoiteltuja kohderyhmiä ja niiden löytämistä sekä tuotteistamista.

Yrittäjillä oli koko hankkeen ajan mahdollisuus varata aika hankkeessa työskennellylle hankekoordinaattorille, jonka kanssa he pystyivät yhdessä pohtimaan, miten koulutuksissa saadut opit saadaan vietyä yrityksen toimintaan. Hankkeen aikana yrittäjät tapasivat hankekoordinaattoria muun muassa seuraavissa asioissa:

- Yritysten nettisivujen tekemisessä huomioon otettavat asiat
- Yritysten nettisivujen päivittäminen
- Yritysten nettisivujen alustan vaihtaminen toimivampaan
- Sisällöntuotannon aloittaminen ja sen kehittäminen sosiaalisessa mediassa
- Tuotteiden valokuvauksessa huomioon otettavat asiat
- Tutustuminen Bókuniin sekä Bókunin Storefrontiin

Hankkeen lopulla järjestettiin yhteinen tapaaminen, johon kutsuttiin kaikki hankkeeseen osallistuneet yrittäjät. Paikalla olivat myös FlowHouse Oy:stä Jouni Kärkkäinen ja Anne Kaakkuriniemi sekä hankekoordinaattori Sanna Aikio. Tilaisuudessa keskusteltiin muun muassa yritysten edistymisestä hankkeen aikana sekä tulevaisuuden kehittämistyöstä digimarkkinoinnin ja -myynnin saralla. Pohdittiin myös yhdessä ideoita mahdollisiin yritysryhmähankkeisiin aiheen ympäriltä.

Lopputapaamisen lisäksi hankekoordinaattori teki Webropolin kautta palautekyselyn hankkeen sisällöstä ja toteutuksesta.

- *aikataulu*

Hanke toteutettiin ajalla 15.5.2018–30.6.2019.

- *resurssit*

Hanke työllisti yhden hankekoordinaattorin 100 % työajalla.

- *toteutuksen organisaatio*

Hankkeen hallinnoijana toimi Inarin kunnan elinkeino-osasto Elinkeinot & Kehitys Nordica. Koulutukset toteutti FlowHouse Oy yhdessä Tietotalo Infocenter Oy:n ja Terhi Tuovisen kanssa. Päävastuu koulutusten suunnittelusta ja järjestämisestä oli FlowHousella.

- *kustannukset ja rahoitus*

Hankkeen kustannusarvio

Kustannuslaji	Kustannusarvio / Toteutunut
Palkat	47 174,00 € / 47 225,95 €
Tilavuokrat	1 300,00 € / 1112,93 €
Ostopalvelut	16 530,00 € / 16 524,98 €
Matkakulut	4 400,00 € / 4060,22 €
Laskennalliset yleiskustannukset 15 %	7 076,10 €
<i>Kustannukset yhteensä</i>	76 480,10 € / 76 000,18 €

Hankkeen rahoitussuunnitelma

Rahoituslaji	Summa
Haettava tuki / avustus	53 536,07 €

EU-osuus	22 485,14 €
Valtio	20 343,72 €
Kuntaraha toimintaryhmältä	10 707,21 €
<i>Julkinen tuki yhteensä</i>	53 536,07 €
Yksityinen, rahallinen osuus	22 944,03 €
Yksityinen rahoitus	22 944,03 €
<i>Rahoitus yhteensä</i>	76 480,10 €
Kokonaisrahoitus	76 480,10 €

- *raportointi ja seuranta (kokoukset, ohjausryhmätyöskentely, muu raportointi)*
Hankkeella ei ollut ohjausryhmää.

- *toteutusolelut ja riskit*

Hankkeen riskinä ajateltiin olevan yritysten sitouttaminen hankkeeseen. Mikäli koulutuksiin ei olisi osallistunut tarpeeksi yrittäjiä, osallistumismaksuista koostunut yksityinen rahoitusosuus olisi pienentynyt. Riskin minimoimiseksi päätettiin, että jokaiseen koulutuskokonaisuuteen ilmoitettiin erikseen ja näin osallistujat saivat koota sellaisen opintopolun, minkä kokivat yritykselleen tarpeelliseksi. Tämän ajateltiin tuovan hankkeeseen enemmän osallistujia kuin vaihtoehto, että yritykset sitoutuisivat siihen kokonaiseksi vuodeksi. Hankkeen sisällön ja aikataulun suunnittelussa pyrittiin ottamaan huomioon matkailualueen kiireisimmät sesonkiajat. Riski ei kuitenkaan toteutunut, sillä yrityksiä ilmoitettiin mukaan jopa arvioitua enemmän. Ja toisin kuin suunnitteluvaiheessa ajateltiin, valtaosa yrityksistä sitoutui hankkeeseen koko vuodeksi.

4.3. Yhteistyökumppanit

Inarin kunta
Utsjoen kunta
Inari-Saariselkä Matkailu Oy
FlowHouse Oy
Tietotalo Infocenter Oy
Terhi Tuovinen
Monet alueen matkailuyritykset

4.4. Tulokset ja vaikutukset

Hankkeeseen osallistui kaiken kaikkiaan 21 matkailun parissa toimivaa mikroyritystä. Valtaosa osallistujista kertoi alkukartoituksessa digimarkkinoinnin osaamisensa olevan heikko tai kohtalainen. Eniten ohjaamisen tarvetta oli kartoituksen mukaan yritysten verkkosivujen päivittämisessä, sosiaalisen median haltuunotossa, kohderymien tavoittamisessa ja sisällöntuottamisessa.

Hankkeeseen osallistuneille yrityksille lähetettiin hankkeen loppuvaiheessa palautekysely. Kysely lähetettiin 21 henkilölle, joista 10 henkilöä vastasi kyselyyn. Näin ollen kyselyn vastausprosentti on 48 %. Yhdeksän kyselyyn vastanneista olivat tyytyväisiä hankkeeseen ja kokivat saaneensa sen kautta apua yrityksen digimarkkinoinnin ja -myynnin kehittämiseen. Yksi yrittäjä koki hankkeen palvelleen paremmin lähtötasoltaan heikommin osanneita osallistujia kuin digimarkkinoinnissa jo pidemmällä olevia yrityksiä. Yhtä yritystä lukuun ottamatta vastanneet olivat tyytyväisiä koulutusten käytännön järjestelyihin, kokivat hankekoordinaattorin

avun tarpeelliseksi ja olivat tyytyväisiä, että osallistuivat hankkeeseen. Kaikki vastaajat pitivät hankkeen tiedotusta ja markkinointia onnistuneina, osallistumismaksuja sopivina ja ajatustenvaihtoa muiden yrittäjien kanssa antoisana.

Hankkeen tavoitteet saatiin toteutettua. Osaamisen kehittämisen ohella saatiin monta konkreettista asiaa aikaan. Moni yritys muun muassa uudisti verkkosivunsa, perehtyi hakukoneoptimointiin, perusti sosiaalisen median tilejä, kehitti sisällöntuotantoaan, kokeili vaikuttaja- ja suosittelumarkkinointia, otti käyttöön erilaisia online-myyntikanavia ja uudisti tuotekuviaan.

Hankkeen punaisena lankana oli tuotteistaminen ja yhteistyö, jotka välittyivät jokaisessa koulutuksessa. Yhtenä huomion arvoisena vaikutuksena hanke onnistui saamaan parikymmentä saman alan yrittäjää/edustajaa yhteen keskustelemaan erilaisista markkinointitavoista ja pohtimaan yhteistyön mahdollisuuksia. Yrittäjät pohtivat yhteistyötä matkailijan näkökulmasta: kuinka yhteistyöllä pystyttäisiin tuomaan aluetta paremmin esille, helpottaa matkailijan asiointipolkua ja saada oman yrityksen palvelutasoa nostettua. Palautekyselyyn vastanneista kuusi löysi hankkeeseen osallistuneista yrittäjistä potentiaalisia yhteistyökumppaneita.

"Bokun tuli meillä käyttöön jo aikaisemmin mutta nyt sain lisätietoja ja käyttö tuli entistä tutummaksi. Valmismatkapakettilaki avautui enemmän, kun siitä sai lisätietoja hankkeen puolelta. Canvaan tutustui ja sillä tehdään nyt paljon markkinointimateriaalia, paperista mutta myös someen. Valokuvausosioista en saanut tarpeeksi itselleni oppia, sillä en tutustunut omaan kameraani ennen kurssia, jos olisin tutustunut, niin osaisin nyt laajemmin käyttää kameraani."

"Sain paljon niin uutta tietoa ja ideoita kuin myös "virallista" vahvistusta tekemiselleni. Ikuinen aikapula ainoana esteenä, olisipa jokaiseen aiheeseen voinut paneutua ennen (olis osannut kysyä spesifimpiä omaan tekemiseen liittyviä kysymyksiä) ja etenkin jälkeen lähipäivien aiheiden työstämiseen - mutta onneksi on materiaalit ja opit eivät vanhene. Ja onneksi tuli monia opettavaisia esimerkkejä muilta osallistujilta!"

"Onnistuitte innostamaan ison joukon yrittäjiä todella tärkeän asian äärelle ja saamaan yrityksissä aidosti tulosta aikaiseksi. Hanke vastasi todelliseen tarpeeseen ja täytti tavoitteet. Kouluttajatiimi oli onnistunut valinta ja koordinaattori todellinen tehopakkaus. Vuoden aikana monet on ottaneet onlinemyyntimahdollisuuden sivuilleen, päivittäneet sivujaan, tehostaneet someläsnäoloaan - ja varmasti isoilta osin kiitos hankkeen! Aika oli lyhyt, ja siinä missä osa sai konkreettisesti aikaiseksi, osa vasta heräilee, ja osa ei päässyt (tiennyt, ehtinyt, mahtunut jne.) näihin koulutuksiin mukaan. Hankkeen tyyppistä tukea tulee moni alueen matkailualan toimija tarvitsemaan jatkossakin ja toivon että jonkinlainen jatkumo tälle tärkeälle työlle tulee!"

"Pääsimme eteenpäin Bokunin kanssa ja omia tuotteita myyntiin. Ilman tätä hanketta Bokun olisi jäänyt prioriteettilistan hännille "kiireisimpien" asioiden alle. Koulutuksen avulla

*toivon saavani somemarkkinointiin lisää suunnitelmallisuutta.
Nyt on itsestä kiinni, miten opit saadaan käyttöön.”*

”Alussa en osallistunut koulutukseen, sillä en ollut vielä perustanut toiminimeä. Sain paljon apua digihankkeesta, kontakteja muihin toimijoihin. Hankekoordinaattori tuki minua monella eri tavalla, mm kotisivujen tekemisessä ja ideoimisessa, joka, on todella tärkeää. Toinen merkittävä asia on se, että aloittava yrittäjä saa puhua ja vaihtaa mielipiteitään jonkun ammattilaisen kanssa, joka pystyy katsomaan toimintaa laaja-alaisesti ja näin tukea ja rohkaista aloittelevaa yrittäjää. Luulen, että jos tätä hanketta ei olisi ollut, en ehkä olisi edes uskaltanut lähteä viemään ajatuksiani eteenpäin.”

5. Esitykset jatkotoimenpiteiksi

Hankkeeseen osallistuneilta yrityksiltä tuli selkeä toive digimarkkinointiin ja -myyntiin liittyvän tuen ja erilaisten koulutusten jatkumisesta. Asia nousi puheeksi myös hankkeen hallinnoijan ja matkailun alueorganisaation toimesta. Alueella on valtavasti pieniä matkailuyrityksiä ja nyt, matkailun ollessa kuumimmillaan, uusia yrityksiä syntyy jatkuvasti. Inarin kunnan elinkeino-osasto, hankkeen hallinnoijanakin toiminut Elinkeinot & Kehitys Nordica päätti hankkeen päätyttyä jatkaa hankkeessa syntynyttä DigiTrainer-toimintaa. Hankkeessa hankekoordinaattorina työskennellyt henkilö jatkoi sovitusti työsuhdettaan Elinkeinot & Kehitys Nordicassa, mutta hänen toimenkuvaansa muutettiin niin, että hän muun muassa auttaa yrityksiä kehittämään heidän digimarkkinointiaan ja -myyntiään.

Jatkotoimenpiteinä voisi olla myös hankkeen uusiminen uusien yritysten kanssa, uuden hankkeen laatiminen jo digimarkkinoinnissa edistyneille yrityksille ja yritysryhmähankeideoiden kartoitus aiheen ympäriltä.