

31.5.2021

OSTOVOIMAN SUUNTAAMINEN PAIKALLISEEN TARJONTAAN YRITTÄJIEN YHTEISTYÖTÄ KEHITTÄMÄLLÄ -HANKKEEN LOPPURAPORTTI

1. TOTEUTTAJAN NIMI

Sodankylän kunta

2. HANKKEEN NIMI, HANKETUNNUS JA TOTEUTUSAIKA

Ostovoiman suuntaaminen paikalliseen tarjontaan yrittäjien yhteistyötä kehittämällä, tunnus: 100903, toteutusaika 1.9.2019 – 30.6.2021

3. YHTEENVETO HANKKEESTA

Hankkeen tavoitteena oli kehittää yritysten välistä sekä tiivistää entisestään kunnan, yrittäjäjärjestön ja yritysten välistä yhteistyötä. Yritysyhteistyöhön haluttiin toimintamalli, joka mahdollistaa yhteistyön, yhteisen näkyvyyden, tapahtumissa näkymisen, tunnettuuden pitkäaikaisen parantamisen, yhteisen paikallisen "valuutan" – maksutavan kehittämisen ja käyttämisen.

Eryteisesti haluttiin parantaa paikallisuuden merkitystä ja näkymistä sekä vahvistaa kuluttajien ostokäyttäytymistä paikallisen ostamisen suuntaan.

Hankkeen avustamana otettiin Sodankylässä käyttöön Likiliike-konsepti, jonka käyttöoikeuden Sodankylän Yrittäjät ry oli hankkinut Rovaniemeltä. Paikallisen Likiliikkeen toiminnan käynnistäminen aloitettiin v. 2020 alussa yhteisössä mukana olevien 14 yrittäjän toimesta. Vuoden lopussa jäsenmäärä lähes tuplaantui 26 yritykseen. Hankkeessa toteutettiin Likiliikkeelle verkkosivut ja -kauppa, jossa hankkeen päätyttyä on myynnissä sähköiset lahjakortit ja paikalliset Liki-Tuotteet. Likiliikkeen käytännön toiminnan toteutus oli yrittäjistä koostuvan johtoryhmän tehtävänä, jossa hankkeen projektipäällikkö oli tukena ja kehittämässä toimintatapoja.

Kuluttajien näkemystä paikallisesta palvelusta, tarjonnasta ja kehittämiskohteista selvitettiin hankkeessa kyselyn avulla ja tulosten pohjalta toteutettiin yrittäjille useita erilaisia kehittämistyöpajoja niin digitaaliseen näkyvyyteen ja löydettävyyteen kuin asiakaspalveluun, asiakkaiden kuunteluun ja visuaaliseen markkinointiin liittyen. Kehittämistyöpajat olivat avoimia kaikille sodankyläläisille yrityksille. Työpajaosallistumisia hankkeen aikana oli yhteensä 183 kpl.

Koronan aiheutti myös tälle hankkeelle omat haasteensa. Suunniteltuja tapahtumia ja tapahtumien kehittämistä ei hankkeen aikana voitu toteuttaa. Perinteinen joulunavaus toteutettiin kuitenkin yrittäjyhteistyönä uudella konseptilla, jossa yksittäisen päivän tapahtuma laajennettiin viikon mittaiseksi ja sosiaalinen media valjastettiin aktiivisesti mukaan. Joulunodotuksen tunnelmaa saatiin näin välitettyä laajasti kuntalaisille.

Likiliike-konsepti sai hankkeen ansiosta hyvän alun toiminnalleen ja erityisesti Likiliikkeen lahjakortista tuli vuoden mittaan suorastaan hittituote. Joulun alla lahjakortin myynti vilkastui huomasti ja vuoden loppuun mennessä Sodankylässä oli Likiliike-lahjakortteja liikkeellä n. 14 000 euron edestä. Se on konkreettinen ja tärkeä osoitus kuluttajien halusta suunnata ostoksensa paikallisiin liikkeisiin.

31.5.2021

4. RAPORTTI

4.1 HANKKEEN TAVOITTEET

- Ylemmän tason tavoitteet, joiden osa hanke on

Ostovoiman suuntaaminen paikalliseen tarjontaan yrittäjien yhteistyötä kehittämällä -hanke tukee Peloton pohjoisin –strategian yrittäjyyspainopistettä lisäämällä yrittäjien yhteistyötä, palveluntarjontaa sekä palveluosaamista. Hanke lisää osaamispääoman vahvistumista ja yrittäjien ja elinkeinoelämän me hengen vahvistumista.

Hankkeen tavoitteena on kehittää elinkeinoelämää, matkailua ja kylien yritystoimintaa. Hankkeessa toteutetaan koulutusta, tiedonvälitystä, mahdollistetaan yrittäjien välinen yhteistyö organisoidusti.

Palvelujen säilyminen ja lisääntyminen pitävät maaseudun elinvoimaisena, ympäristön tilan hyvänä ja tukee kestävä kehitystä.

- Hankkeen tavoitteet

Sodankylän kehittämisessä halutaan yrittäjät ja kuntaorganisaatio tiukempaan yhteistyöhön PPP -periaatteen (Public Private Partnership) mukaisesti.

Yleishyödyllisen kehittämisen tavoitteisiin ja tavoitealueisiin kuuluvat mm:

- Paikallisen elinvoimaisuuden ja viihtyisyyden lisääminen,
- vahva ja laaja yrittäjien, yrittäjäjärjestöjen ja kunnan välinen yhteistyö voittoa tavoittelemattomana,
- tunnettuuden lisääminen pitkäjänteisenä toimintana yksittäisien aluemarkkinointikampanjoiden sijaan,
- toimintamallin luonti yrittäjien yhteistyölle, verkostoitumiselle ja vaikuttajaviestinnälle sekä aluetapahtumille,
- sähköisen toiminta-alustan perustaminen ja yrittäjien sometaitojen kehittäminen,
- alueen ostovoiman suuntaaminen paikalliseen tarjontaan,
- erikoiskauppojen palvelutarjonnan ja kilpailukyvyyn kehittäminen paikalliselle ostovoimalle, paikkakunnalla pendelöiville työntekijöille, matkailijoille sekä ohikulkevalle liikenteelle,
- sidosryhmätyön avulla pyritään parantamaan lähituotteiden ja -palveluiden saavutettavuutta,
- kehitetään aluetaloudellista elinvoimaisuutta, myönteistä julkisuutta, kiinnostavuutta, viihtyisyyttä ja pitovoimaa.

4.2 TOTEUTUS

1. TOIMENPITEET

Hankkeessa luotiin Likiliike-konseptin mukainen Likiliike Sodankylä –toimintamalli. Sodankylän Yrittäjät ry hankki konseptin käyttöoikeuden Sodankylään ja hankkeen avustuksella muokattiin toiminnallisuus ja toiminnot Sodankylään sopiviksi ja käynnistettiin suunnitelmallinen johtoryhmätyöskentely.

Projektipäällikkö oli mukana laatimassa Likiliike-toiminnan vuosikelloa, budjettia ja talouden säännöllistä seurantaa. Myös johtoryhmän työskentelyyn luotiin malli ja vastualueet kirjattiin ylös. Hanke oli mukana työstämässä Likiliikkeen jäsen- ja väärtisopimus pohjia sekä Likiliikkeen ja Sodankylän Yrittäjien välistä hallinto-ohjesääntöä (Likiliike toimii Sodankylän Yrittäjät ry:n jaostona, mutta tekee itsenäisesti päätökset toiminnasta sekä toimii omalla budjetilla).

31.5.2021

Hanke oli aktiivisesti mukana uusien jäsenten perehdyttämisessä konseptiin, toimintatapoihin ja erilaisten näkyvyyskanavien hyödyntämiseen. Myös Likiliikkeen logon käyttöön verkkosivuille ja muihin markkinointikanaviin tuotettaviin materiaaleihin annettiin ohjausta. Likiliikkeen Väarti-neuvottelut käytiin Likiliikkeen johtoryhmän ja puheenjohtajan toimesta. Väarti-toimintaa ja Likiliikkeen Väartiä esitellään verkkosivuilla.

Sodankylän Likiliike-logo noudattaa Likiliike-konseptille määriteltyä brändiä. Konseptin hankinnan yhteydessä Sodankylän Yrittäjät saivat käyttöönsä Sodankylälle suunnitellun logon ja sen sovellukset.

Hankkeessa toteutettiin Sodankylän Likiliikkeelle verkkosivut ja verkkokauppa, jossa myytiin aluksi sähköisiä Likiliike-lahjakortteja. Konseptin brändin mukaisesti verkkosivusto noudatti Rovaniemen sivuston ulkoasua. Myös verkkokaupat ja niiden toiminnallisuus ovat yhteneväiset. Hankkeen edetessä myös paikalliset Liki-Tuotteet otettiin myyntiin verkkokauppaan. Muutostyöt sivustolle ja -kauppaan tehtiin hankkeen toimesta.

Likiliikkeen sosiaalisen median kanavien päivittäminen ja hyödyntäminen olivat Likiliikkeen toiminnan alusta alkaen Likiliikkeen hallinnassa. Näin saatiin viestintään Likiliikkeessä toimivien yrittäjien oma ääni. Näin myös varmistettiin, että hankkeen päätyttyä some-kanavien toiminta jatkuu ennallaan.

Likiliike-lahjakortti otettiin käyttöön keväällä 2020. Paperisena lahjakortti oli ostettavissa paikallisesta kivijalkaliikkeestä ja kesäkuun alusta alkaen myös sähköisenä verkkokaupasta. Lahjakorttimyynnin alettua laadittiin hankkeessa Likiliike-yrityksille tarkat ohjeet lahjakorttien vastaanottamiseen ja sähköisen lahjakortin lunastamiseen verkossa.

Hankkeen aluksi tutustuttiin vastaaviin tai samankaltaisiin malleihin: Rovaniemellä Likiliikkeen toimintaan ja käytäntöihin sekä Itä-Lapin kuntayhtymän hankkeen (Osta paikallista) toteutuneisiin toimenpiteisiin ja tuloksiin. Itä-Lapin kunnissa oli hankkeen lopputuloksena toteutettu Kotoisin täältä –brändi, joka oli osittain käytössä alueen kunnissa. Toimintamallia ei oltu konseptoitu tarkemmin ja käyttö oli vuoden 2020 alussa vielä hyvin vähäistä. Rovaniemellä Likiliike-konsepti oli laajalti käytössä ja toiminta hyvin organisoitua ja suunnitelmallista.

Hankkeessa toteutettiin helmikuussa 2020 kuluttajakysely, jolla haluttiin kartoittaa sodankyläläisten ajatuksia tuotteiden ja palveluiden tarjonnasta sekä ostopäätökseen vaikuttavista tekijöistä. Kysely toteutettiin sähköisenä kyselynä ja vastaajia saatiin yht. 242.

Sodankyläläisten yritysten palveluun oltiin tyytyväisiä, mutta liikkeiden aukioloaikoihin toivottiin muutosta. Toisena selkeänä kehittämiskohteena kuluttajat kertoivat yritysten tietojen löydettävyyden netissä.

Kuluttajakyselyn tuloksia käytiin yrittäjien kanssa läpi työpajoissa ja pohdittiin yhdessä mahdollisia yhteisiä tempauksia / toteutustapoja aukioloaikojen laajentamiseen. Verkkonäkyvyyden parantamiseksi pidettiin useita työpajoja yrityksille, joissa pyrittiin opettelemaan yhdessä erilaisia tapoja toteutukselle.

Yrittäjille tehtiin oma kysely, jossa selvitettiin yrittäjien koulutus- ja kehittämistarpeita sekä kiinnostusta yhteistyön tekemiseen ja yhteistyön muotoihin. Yrittajakyselyyn saatiin vastauksia suhteellisen vähän (17 kpl). Annettuja vastauksia käytettiin suunniteltaessa hankkeen tulevia työpajasisältöjä.

Liki-Tuote-konseptia päätettiin hieman muokata Rovaniemellä käytössä olevasta vastaavasta. Potentiaaliset Liki-Tuotteiden tekijät ja tuottajat olivat alusta saakka mukana kehittämistyössä. Alustavan aikataulun mukaan Liki-Tuotteet olisi lanseerattu Sodankylän elokuvajuhlien aikaan kesäkuussa 2020, mutta koronan peruutettua tapahtuman, siirtyi lanseeraus loppuvuoteen.

31.5.2021

Konseptin kehittäminen aloitettiin tutustumalla Rovaniemen konseptiin ja heidän kokemuksiinsa lanseerauksesta ja Liki-Tuotteiden myynnistä. Projektipäällikkö laati useiden Teams-tapaamisten ja keskustelujen pohjalta konseptiehdotuksen, joka hyväksyttiin Likiliikkeen johtoryhmässä kesäkuussa 2020. Konseptin lisäksi tehtiin johtoryhmän päätöksenteon avuksi tuotteiden paikallisuusasteen laskemiseksi Excel-työkalu, jolla yrittäjät erittelevät konseptin mukaisten paikallisten tekijöiden osuuden tuotteen hinnasta ja laskee lopuksi tuotteelle paikallisuusasteen.

Joulukuun lanseeraukseen lisättiin verkkokauppaan ostettavaksi kaikkiaan 11 Liki-Tuotetta viideltä Likiliikeryitykseltä. Likiliike hankki yrityksille Liki-Tuote-markkinointimateriaali kivijalkamyymälöissä käytettäväksi. Liki-Tuotteiden lanseerauksesta laati hanke tiedotteen, mutta muut markkinointitoimet jäivät Likiliikkeen ja Liki-Tuote-yritysten toteutettaviksi. Liki-Tuote-markkinointi jäi harmittavan vähäksi, eikä toivottua myyntiä vielä saavutettu.

Koronan myötä jouduttiin kaikkien suunniteltujen työpajojen toteutus siirtämään syksyyn. Alkuvuonna, ennen koronaa ehdittiin kuitenkin tavata yrittäjiä mm. Yrittäjien iltakahvien merkeissä 7.2.2020, jossa hankkeen lisäksi esiteltiin Likiliikkeen konseptia ja toimintaa. Illan aikana esittäytyivät myös kunnan muut, yrittäjiä kiinnostavat hankkeet.

Kesälomien jälkeen jatkettiin tiiviillä aikataululla hankkeen toimenpiteiden toteutusta. Toiveena oli, että työpajoissa voitaisiin tavata fyysisesti, sillä erityisesti yksinyrittäjät ja pienemmät toimijat eivät olleet vielä tottuneita etätöskentelyyn. Likiliikkeen ja sen toiminnan kehittämistapaamisten lisäksi elo-marraskuun aikana järjestettiin yhteensä 6 työpajaa, jotka oli suunnattu kaikille sodankyläläiselle yrityksille. Osa työpajoista ehdittiin pitää fyysisinä tapaamisina ja osa etänä.

- Syksyn kick-off 25.8.2020
- Kuluttajakyselyn tuloksista toimintaan 3.9.2020
- Maksettu mainonta some-kanavissa 1.10.2020 (etätoteutus)
- Sisällöt some-kanaviin 7.10.2020 (paikan päällä, etäosallistumismahdollisuus)
- Löydy verkosta! 20.10.2020 (etätoteutus)
- Perusverkkosivut 3.11.2020 (etätoteutus)

Loput, asiakaspalveluun, myymälöiden ja liikkeiden visuaalisen markkinointiin ja verkkokauppaan liittyvät kokonaisuudet toteutettiin etänä maaliskuussa 2021.

- Asiakaspalvelun avaimet 18.3.2021
- Asiakkaan ääni kehityksen vauhdittajana 23.3.2021
- Monikanavaisuus kasvun vauhdittajana 25.3.2021
- Muutoksen tulospaja 13.4.2021
- Verkkokaupan perusteet ja perustaminen 1. osa 30.3.2021
- Verkkokaupan perusteet ja perustaminen 2. osa 8.4.2021
- Verkkokaupasta kaikki irti! 1. osa 6.4.2021
- Verkkokaupasta kaikki irti! 2. osa 20.4.2021
- Visuaalinen markkinointi 1. osa 27.4.2021
- Visuaalinen markkinointi 2. osa 29.4.2021

Työpajojen sisällöt ja aiheet on johdettu sekä suoraan yritysten tarpeista (yrityskyselyt ja keskustelut) että kuluttajakyselyn tulosten kautta.

Hanke oli esillä yhdessä Likiliikkeen kanssa Sodankylän perinteisessä Laskiaisriehassa Kommatissa. Suunniteltuja tapahtumia hankkeen, yritysten / Likiliikkeen esittelyyn kuluttajille oli useita vuodelle 2020, mutta kaikki peruuntuivat koronan myötä. Perinteinen joulunavaustapahtuma päätettiin yhdessä yrittäjäjärjestöjen (Sodankylän Yrittäjät ry, Likiliike ja Sodankylän Kauppiasyhdistys ry) kanssa kuitenkin toteuttaa koronavuonna hieman poiketen. Yhden päivän tapahtuma muutettiin Joulunavausviikoksi, jolloin tavoitteena oli saada kuluttajia viikon aikana vierailemaan liikkeissä ja tekemään ostoksia, metsästämään

31.5.2021

joulusanaa sekä nauttimaan pop-up-esityksistä, joita paikalliset harrasteryhmät pitivät eri puolilla kylää. Esityksistä ei kerrottu etukäteen sen tarkemmin paikkaa tai aikaakaan, vaan tarkoituksena oli, että esitys ilahduttaa juuri sillä hetkellä paikalla olleita. Video- ja kuvamateriaalin avulla esitykset saatiin myöhemmin somen kautta myös laajemmin kuntalaisten nähtäväksi.

Sosiaalisessa mediassa aktivoitiin kuntalaisia asuinalueen / kylän tai vaikka oman pihan joulukoristeluun ja jakamaan tästä kuvia Sodankylän Joulunavaus –FB-tilin kautta muille. Näin saatiin osallistettua kuntalaisia laajemminkin eri puolilla kuntaa.

Hankkeen projektipäällikkö toimi tapahtumatoimenpiteiden koordinoijana ja tehtävät jaettiin työryhmän muiden jäsenten kesken. Hanke myös hoiti tapahtuman tiedottamisen paikallislehteen sekä kokosi viikon tarjonnan yhteen Sompiossa ilmestyneeseen mainokseen.

Viestintään ja tiedottamiseen on käytetty sähköpostilistauksia, mediatiedotteita, maksettuja ilmoituksia ja sosiaalisen median kanavia. Hanke on lähettänyt reilun vuoden aikana yhteensä 9 tiedotetta, joista on kirjoitettu useita juttua lehtiin. Lisäksi hanke on ollut esillä muissa jutuissa, joissa on käsitelty joko Likiliikettä tai kunnan hanketoimintaa.

Yrityksille suunnattuja viestejä lähetettiin Sodankylän Likiliikkeen, Sodankylän Yrittäjät ry:n, Sodankylän Kauppiaisyhdistys ry:n, Sodankylän Yritykset –rekisterin tietojen pohjalta laajasti yrityksille. Paikallislehdessä (painettu + verkkototeutus) markkinoitiin niin helmikuun yrittäjätilaisuutta kuin kevään 2021 työpajakokonaisuuksia.

2. AIKATAULU

Vuosi / kk	Tehdyt toimenpiteet
2020	
tammikuu	Hankkeen käynnistäminen, tutustuminen Likiliike Rovaniemen toimintaan. Työpaja kuluttaja- ja yrityskyselyn sisällöistä yrittäjien kanssa. Likiliike-konseptiin tutustuminen. Tiedote hankkeen aloituksesta.
helmikuu	Tutustuminen Itä-Lapin Osta paikallista –hankkeen toimenpiteisiin ja tuloksiin. Kuluttaja- ja yrityskyselyt 14.- 29.2.2020, hanke esillä Laskiaisriehassa yhdessä Likiliikkeen kanssa. Tiedote kuluttajakyselystä
maaliskuu	Kuluttaja- ja yrittäjäkyselyn tulosten koostamista, hankkeen suunnitelmien uudelleen aikataulutusta + muokkaamista koronan takia. Likiliike-lahjakortin myynnin aloittamisen suunnittelua. Likiliike-toiminnan kehittämistä / suunnittelua Sodankylässä. Verkkosivujen ja –kaupan toteutusta.
huhtikuu	Liki-Tuote-konseptin suunnittelu käynnistäminen, verkkosivujen + -kaupan toteutusta, Likiliike-toiminnan kehittämistä
toukokuu	Kuluttajakyselyn tulokset, ensimmäinen esittely yrityksille, Liki-Tuote-konseptin kehittäminen, Kuluttajakyselyn tuloksista tiedote medialle
kesäkuu	Syksyn työpajojen suunnittelua, aikataulutusta, yritysten informointia. Likiliike-toiminnan kehittäminen. Hankkeen muutoshakemus.
heinäkuu	Kesäloma, englanninkielisten sisältöjen vieminen verkkosivuille, työpajasuunnittelua
elokuu	Työpajatoteutukset, yritysten aktivointi, Likiliike-toiminnan kehittäminen,
syyskuu	Joulunavaustapahtuman suunnittelua, työpajatoteutukset, maksatushakemuksen kokoaminen.
lokakuu	Työpajatoteutukset, joulunavaustapahtuman suunnittelua, Likiliike-toiminnan kehittämistä, Liki-Tuote –konseptin suunnittelua, toteutusta, verkkokaupan päivittäminen
marraskuu	Joulunavaustapahtuman suunnittelu, yritysten aktivointia, tapahtumatoteutus.

31.5.2021

	Tiedotteet tapahtumasta (3 kpl), Liki-tuote-konseptin lanseerauksen toteutusta, verkkokaupan päivittäminen. Hankkeen muutoshakemus.
joulukuu	Liki-Tuotteiden lanseeraus, myynnin aloittaminen verkkokaupassa, vuoden 2021 toimenpiteiden ja työpajojen suunnittelua.
2021	
tammikuu	Työpajasuunnittelua, maksatushakemuksen tekeminen heinä-joulukuu 2020
helmikuu	Työpajasuunnittelua + markkinointia, Verkkosivujen ja -kaupan englanninkielisen sisällön syöttämistä.
maaliskuu	Työpajat: Asiakaspalvelun avaimet, Asiakkaan ääni kehityksen vauhdittajana, Monikanavaisuus kasvun vauhdittajana, Verkkokaupan perusteet 1. osa, Verkkosivujen ja -kaupan päivittäminen, työpajojen markkinointia.
huhtikuu	Työpajat: Verkkokaupan perusteet 2. osa + Verkkokaupan kehittäminen 2 kpl, Asiakaspalvelun kehittäminen – Muutoksen tulospaja, Visuaalinen markkinointi -työpajat 2 kpl. Loppuraportin kirjoittaminen, ohjausryhmän loppukokous. Maksatusaineistojen valmistelua. Hankkeen lopputiedote

3. RESURSSIT

HANKKEEN HALLINNOIJA:

Sodankylän kunta

OHJAUSRYHMÄN KOKOONPANO:

Kirsi Virtanen / Tarja Lempeä / Petri Härkönen Sodankylän kunta, ohjausryhmän pj

Mika Uusitalo, Sodankylän kunta, ohjausryhmän varapj

Marjo Harjula, Sodankylän kunta, jäsen

Marja-Leena Magga, Sodankylän Yrittäjät ry, jäsen

Jari Haavisto, Sodankylän Yrittäjät ry, jäsen

Riina Kuukasjärvi, Sodankylän Yrittäjät ry, jäsen

Annika Kostamo / Henna Kontsas, Pohjoisimman Lapin Leader, rahoittajan edustaja

Ulla Koikkalainen, Sodankylän kunta, sihteeri

HANKKEEN TOTEUTUS:

Ulla Koikkalainen projektipäällikkö 1.1. – 31.12.2020 (100 % työaika) ja 1.1. – 30.4.2021 (osa-aikainen, 30 % työaika)

31.5.2021

4. KUSTANNUKSET JA RAHOITUS

Hankebudjetti	Muutos- budjetti 2.7.2020	Toteuma 31.12.2020	Toteuma 1.1. - 30.6.2021	Toteuma yhteensä	Jäljellä
Palkat	55 890,00 €	48 417,40 €	6 997,26 €	55 414,66 €	475,34 €
Ostopalvelut (asiantuntijat, koulutus, digitaaliset palvelut) 5000 + 6500	12 900,00 €	8 100,00 €	4 584,20 €	12 684,20 €	215,80 €
Matkakulut	223,30 €	158,94 €	0,00 €	158,94 €	64,36 €
Muut välittömät kulut (työpajakulut, ilmoitus- ja viestintäkulut)	2 200,00 €	1 030,00 €	232,81 €	1 262,81 €	937,19 €
Flat rate 15 % (hankkeen päätyttyä FR-toteuma 15 % toteutuneista palkkakustannuksista)	8 383,50 €	7 262,61 €	1 049,58 €	8 312,19 €	71,30 €
					0,00 €
Yhteensä	79 596,80 €	64 968,95 €	12 863,85 €	77 832,80 €	1 764,00 €

Rahoitus:	Budjetti:	Toteutunut:
Haettava tuki – EU-osuus + valtio	50 941,95	49 812,99
Kuntaraha toimintaryhmältä	12 735,49	12 453,25
Julkinen tuki yhteensä	63 677,44	62 266,24
Yksityinen rahoitus - Sodankylän Yrittäjät ry	15 919,36	15 566,56
	20 %	
	79 596,80	77 832,80

5. RAPORTOINTI JA SEURANTA

Ohjausryhmä kokoontui hankkeen aikana 4 kertaa:

- Ohjausryhmän 1. kokous 23.1.2020 Sodankylässä
- Ohjausryhmän 2. kokous 12. – 17.6.2020, sähköpostikokous
- Ohjausryhmän 3. kokous 6. – 11.11.2020 sähköpostikokous
- Ohjausryhmän 4. kokous 26.4.2021 Teams-kokouksena / Sodankylässä

Seurantatiedot syötettiin Hyrrään tammikuussa 2020 sekä tammikuussa ja huhtikuussa 2021.

31.5.2021

Maksatusta on haettu hankkeen aikana 2 kertaa:

- 13.10.2020 ajalta 01.09.2019 - 30.06.2020, päätös 12.11.2020
- 22.2.2021 ajalta 1.7. – 31.12.2020, päätös 23.3.2021

ja loppumaksatus hankkeen päättymisen jälkeen, elokuussa 2021.

Hankkeelle on haettu muutosta 2 kertaa:

- koronan aiheuttamat muutokset toimenpiteisiin ja kustannuslajeihin, päätös 2.7.2020
- projektipäällikön työsuhteen muutokseen vuodelle 2021, päätös 1.12.2020

RAPORTOINTI

Hankkeessa on laadittu tarvittavat muistiot / hintavertailuasiakirjat ostopalveluina toteutettujen palvelujen hankinnoista.

Likiliikkeen toiminnan ja konseptin muokkauksista (mm. Liki-Tuote) on laadittu määrittelyjä, ohjeistuksia ja suunnitelmia ja työkaluja.

Kaikista hankkeen tilaisuuksista on tehty osallistujalistat – Teams-yhteydellä toteutetuista järjestelmän antama osallistujalistaus.

Tiedotteista, julkaisuista ja ilmoituksista on kopiot / tallenteet.

Verkkosivuston ja –kaupan toteutuksesta on kuvakaappaukset (osoitteessa <https://sodankyla.likiliike.fi/>)

6. TOTEUTUSOLETUKSET JA RISKIT

Hankesuunnitelmassa mainittiin riskeinä, että hankkeen toimenpiteisiin ei saada tarpeeksi yrittäjiä mukaan, yrittäjät, jotka osallistuvat hankkeeseen, eivät koe saavansa tarpeeksi hyötyä hankkeesta ja että yrittäjillä on uskonpuute ostokäyttäytymisen muutokseen ja digitaalisten kanavien hyötyyn.

Hankkeen edetessä hanke ja toimenpiteet tavoittivat yhä useamman yrittäjän. Jo Likiliikkeen jäsenyritysten määrän kasvu 30:een vuoden 2021 alussa oli osoitus siitä, että niin Likiliikkeen kuin hankkeenkin toimenpiteillä on ollut merkitys ja yhä useampi yritys uskoi Likiliikkeen arvoihin ja toimintaan.

Eryteisesti hankkeen toimenpiteisiin / työpajoihin osallistuneet yritykset ja yrittäjät ovat saaneet hyötyä, oppia, vertaistukea ja uutta intoa yrittämiseen ja toiminnan kehittämiseen.

Likiliikkeen lahjakortin menestyminen ja suuri suosio yllättivät varmasti useimmat. Se on merkki myös siitä, että kuluttajat haluavat tukea paikallista yrittäjyyttä ja ymmärtävät paremmin paikallisen kuluttamisen vaikutukset.

4.3 YHTEISTYÖKUMPPANIT

Sodankylän Yrittäjät ry
 Likiliike Sodankylä
 Likiliike Rovaniemi
 Rovaniemen Yrittäjät ry
 Sodankylän Kauppiasyhistys ry
 Sodankyläläiset yritykset

Malminetsinnän ja pienkaivostoiminnan palvelukeskus, esiselvityshanke (yrityskontaktit)

Mikro- ja pk-yritysten toimintaedellytysten turvaaminen poikkeusoloissa -hanke (Sodankylän kunta), hankeyhteistyö – työpajojen markkinointi ja yrittäjien aktivointi yhdessä

31.5.2021

4.4 TULOKSET JA VAIKUTUKSET

Hankkeessa toteutettiin kaikki suunnitellut päälinjat ja toimenpiteet, saavuttaen pääosin myös hankkeelle kirjatut tavoitteet.

1. Paikallisen elinvoimaisuuden ja viihtyisyyden lisääminen

Likiliike-toiminta käynnistyi ja sai toiminnalleen selkeät toimintamallit. Koronan vuoksi suunnitellut tapahtumat ja viihtyisyyttä lisäävät toimenpiteet jouduttiin pääsääntöisesti perumaan, mutta jossain määrin suunnitelmia voidaan hyödyntää tulevina vuosina Likiliikkeen toimesta. Joulunavauksen uusi toteutus voidaan jatkossa tehdä yrittäjien yhteistyönä tämän vuoden suunnitelmia hyödyntäen.

2. Vahva ja laaja yrittäjien, yrittäjäjärjestöjen ja kunnan välinen yhteistyö voittoa tavoittelemattomana

Likiliike ja Sodankylän Yrittäjät ry ovat jatkaneet hyvää ja aktiivista yhteistyötä kunnan kanssa hankkeen aikana. Kunnan edustaja on mukana Likiliikkeen johtoryhmässä ja yhteiseen kehittämiseen ja yhteistyöhön on kaikilla osapuolilla samanlainen tahtotila. Yrittäjäjärjestö ja kunta ovat yhdessä järjestäneet mm. yrittäjien aamu- ja iltakahvitilaisuuksia

Likiliikkeen jäsenyritysten kesken yhteistyötä tulee edelleen lisätä. Hankeaikana yhteistyön kehittäminen ja vahvistaminen olivat haastavaa koronan takia, mutta tilanteen rauhoituttua tulisi tähän panostaa entisestään. Likiliike-konsepti mahdollistaa yhteiskampanjoinnin (myös Rovaniemen Likiliikkeen kanssa) ja entistä paremman yhteisen tekemisen ja sitä kautta yhtenäisen rintaman näkymisen kuluttajalle.

Likiliikkeen Väarti-toiminnan kautta mukaan toimintaan saadaan tulevaisuudessa suurempia yrityksiä ja toimijoita, jotka tuovat omalta osaltaan yhteistyöhön uusia mahdollisuuksia.

3. Tunnettuuden lisääminen pitkäjänteisenä toimintana yksittäisien aluemarkkinointikampanjoiden sijaan

Likiliike on tullut tutuksi kuntalaisille ennen kaikkea yritysten ovissa olevien violettien tarrojen ansiosta. Yritysten ottaessa käyttöön kaikki Likiliikkeen markkinointikeinot ja –kanavat tietoisuus ja tunnettuus lisääntyvät entisestään. Tapahtumien järjestämisen ja niissä näkymisen kautta Likiliike tulee osaksi viihtyisää Sodankylää ja myös sitä kautta paikalliset yrittäjät kuluttajille tutuiksi.

Likiliike-lahjakortti on tälle hetkellä hyvin tunnettu maksuvaluutta ja sitä hankitaan aktiivisesti lahjoiksi ja muistamiseksi.

4. Sähköisen toiminta-alustan perustaminen ja yrittäjien sometaitojen kehittäminen

Likiliikkeen verkkosivujen ja –kaupan myötä tietoa paikallisesta tarjonnasta on kootusti löydettävissä verkosta. Liki-Tuotteiden ja sähköisten lahjakorttien osalta myös ostaminen on mahdollista.

Yrittäjille on tarjottu hankkeessa erittäin laajasti kehittämismahdollisuuksia niin verkkonäkyvyyden lisäämiseen, verkkosivujen ja –kaupan perustamiseen, toimivan verkkokaupan kehittämiseen, sosiaalisen median sisällöntuotantoon ja maksetun mainonnan hyödyntämiseen sosiaalisessa mediassa.

Yrittäjien ja yritysten kehittämistoimien soisi hankkeen jälkeenkin jatkuvan aktiivisina.

5. Alueen ostosvoiman suuntaaminen paikalliseen tarjontaan

31.5.2021

Kuluttajakysely hankkeen alussa osoitti, että kuluttajat ovat halukkaita käyttämään paikallisia palveluja ja ostamaan Sodankylästä, mutta esteitäkin tiellä oli mm. verkkolöydettävyyden ja aukioloaikojen suhteen.

Yritysten kanssa suunniteltiin hankkeessa tempauksia ja toimenpiteitä, joilla kuluttajien toiveisiin vastattaisiin. Aukioloaikoja suunniteltiin erikoisliikkeissä siirrettävänä niin, että ilta-aukiolo pitenisä tunnilla klo 18:aan. Toimenpiteet toteutuksen yrittäjät halusivat siirtää v. 2021 alkuun, mutta sen jälkeen suunnittelusta innostuneita yrityksiä ei ollut riittävästi, jotta tätä olisi voitu laajasti toteuttaa.

Onneksi yksittäiset yritykset ovat ottaneet kyselytuloksista ”koppia” ja muokanneet aukioloaikojaan kuluttajien toiveiden mukaisesti sekä kehittäneet myyntikanaviaan ja näkyvyyttään verkossa.

6. Erikoiskauppojen palvelutarjonnan ja kilpailukyvyyn kehittäminen paikalliselle ostovoimalle, paikkakunnalla pendelöiville työntekijöille, matkailijoille sekä ohikulkevalle liikenteelle

Kuluttajakyselystä erikoiskaupat saivat tietoa kuluttajien toiveista esim. puuttuvien palveluiden tai tuotetarjonnan osalta. Kevään 2021 työpajat asiakaspalvelusta, kuluttajien kuuntelemisesta ja eri myyntikanavien kehittämisestä auttoivat erityisesti erikoiskaupparyrittäjiä kehittämään omaan toimintaansa. Myös visuaalisen markkinoinnin opit ja kehittämisideat antoivat erikoisliikkeille lisää tietoa ja vinkkejä.

7. Sidosryhmätyön avulla pyritään parantamaan lähituotteiden ja -palveluiden saavutettavuutta

Yksitoista paikallista tuotetta tuotiin markkinoille Liki-Tuote-brändin avulla ja ostettavaksi Likiliikkeen verkkokaupassa sekä yritysten omissa kanavissa. Liki-Tuotteiden markkinointiin ja myyntiin tulee jatkossa kiinnittää enemmän huomiota – niin yritysten itsensä, omissa kanavissaan kuin Likiliikkeenkin sen verkkokaupassa.

8. Kehitetään aluetaloudellista elinvoimaisuutta, myönteistä julkisuutta, kiinnostavuutta, viihtyisyyttä ja pitovoimaa

Likiliike on tuonut piristysruiskeen Sodankylän yrityskehitykseen. Likiliike-yhteisön laajuus, lahjakortin suosio ja jatkossa myös tapahtumissa Likiliikkeen selvä rooli luovat yhteisöllisyyttä, viihtyisyyttä ja myönteisiä uutisia Sodankylästä.

Hanke ja samalla Likiliike saivat paljon palstatilaa lehdissä ja aktiivinen näkyminen loi uskottavuutta toiminnalle.

VAIKUTUKSET

Likiliike-toiminta lähti hyvin käyntiin vuoden 2020 alussa. Yhteisön toiminta oli aktiivista ja osallistuminen yhteiseen tekemiseen innostunutta. Korona sekoitti suunnitelmia nimenomaan yhteisöllisyyden osalta – niin yrittäjien välisen toiminnan kuin kuluttajillekin tarkoitettujen tapahtumien peruuntumisten kautta. Hankesuunnitelmassa mainittua, yrittäjien välistä me-henkeä ei päästy hankkeen aikana riittävästi vahvistamaan.

Hanketoimenpiteiden toteutukselle korona asetti aika paljon haasteita. Yritykset lamaantuivat kevään kuukausiksi, eikä etätyöpajatoimet siinä vaiheessa tuntuneet yrityksille sopivalta vaihtoehdolta. Näin olleen kaikki keväälle suunnitellut toimenpiteet siirrettiin syksyyn ja toimenpiteitä muokattiin hieman. Työpajat muuttuivat kuitenkin syksyn ja koronatilanteen muuttumisen myötä jälleen täysin etäyhteyksin pidettäviksi, mikä saattoi olla osalle yrittäjistä ylimääräinen este osallistumiselle.

Työpajaosallistumiskertoja kertyi hankkeen aikana yli 180 kpl, mutta usea yrittäjä jäi edelleen kaikkien kehittämistoimien ulkopuolelle. Usein he, jotka eivät hyödyntäneet hankkeen tarjontaa, olisivat tarjolla olleista opeista ja vertaistuesta eniten hyötyneet.

31.5.2021

Kuluttajakyselyn kautta saatiin arvokasta ja hyvää tietoa kuluttajien ajatuksista ja toiminnasta ostopäätöksen hetkellä. Näiden tulosten vielä parempi hyödyntäminen nimenomaan yrittäjien toiminnan muutoksina jäi osittain toteutumatta vielä hankkeen aikana. Hankkeessa toki pyrittiin vastaamaan juuri kyselyssä esille tulleisiin haasteisiin ja kuluttajien huomioihin tarjoamalla yrittäjille työpajoissa sparrausta ja apua asiantuntijoiden avulla.

Likiliike-näkyvyys kehittyi vuoden aikana hyvin. Erityisesti lahjakortin menestys ja suosio yllättivät myös Likiliike-toimijat. Likiliikkeelle tehdyt verkkosivut ja –kauppa on toteutettu perussisällöillä ja ne vaativat Likiliikkeeltä aktiivista uudistamista ja päivittämistä.

Lanseeratuilla Liki-Tuotteilla on samanlaiset menestymismahdollisuudet kuin lahjakorteillakin, mutta niiden menestys vaatii vielä runsaasti markkinointia. Hankeaikana tehtyä markkinointisuunnitelmaa ei päästy toteuttamaan, sillä Likiliikkeellä ei ollut riittävästi henkilöresursseja esim. suunnitelmallisen some-kampanjan toteuttamiseen. Liki-Tuotteet ovat upeita, aidosti paikallisia tuotteita, joiden markkinointiin tulisi myös Liki-Tuote-yrittäjien itsensä aktiivisesti panostaa.

Sodankylässä on paljon yksinyrittäjiä tai hyvin pieniä toimijoita, joilla on rajalliset aika- ja raharesurssit. Likiliikkeen aktiivisen toiminnan turvaaminen ja Likiliikkeen toimiminen yrittäjien yhteistyökanavana, tapahtumien tuottajana jne. vaatii kuitenkin sen, että toiminnan pyörittämiseen on riittävät henkilöresurssit. Tällä hetkellä toiminnassa mukana olevista toimijoista osa käyttää suhteettoman paljon aikaa yhteisten asioiden eteenpäin viemiseen ja toteuttamiseen.

OHJAUSRYHMÄN ARVIO HANKKEESTA

Hankkeessa toteutettiin pääsääntöisesti kaikki suunnitellut toimenpiteet koronasta huolimatta. Likiliike sai hyvän alun ja pohjan toiminnalleen sekä hyödyllisiä työvälineitä ja ohjeistusta toteutukseen. Yritysyhteistyö sai hyvä eväät toiminnalleen ja kuluttajien ostovoimaa saatiin hankkeen ansiosta, jo sen aikana suunnattua paikalliseen tarjotaan erityisesti Likiliikkeen lahjakortin muodossa. Hankkeen vaikutuksia tullaan todennäköisesti näkemään erityisesti hankkeen jälkeen yritysten oman toiminnan kehittämisenä ja kehittymisenä.

Hankkeen toteutus onnistui hyvin ja toimenpiteisiin osallistuvat yritykset ovat olleet erittäin tyytyväisiä työpajoihin, niiden sisältöön ja toteuttajiin.

5. ESITYKSET JATKOTOIMENPITEIKSI

Verkostoituminen ja yhteistyö

Edelleen tulee jatkaa yritysten verkostoitumisen ja yhteistyön tukemista. Likiliike on saanut tähän mennessä mukaan 30 yritystä ja yritysten yhteistä tekemistä tulee edelleen vahvistaa. Koronan väistymisen myötä yritykset voivat näyttää yhteisen tekemisen voiman erityisesti tapahtumien ja tilaisuuksien yhteydessä. Yhteinen viesti ja näkyvyys luovat kuvan vahvasta, yhtenäisestä verkostosta. Samalla ne tuovat Likiliikkeen konseptin mukaisesti yritykset ja yrittäjät lähelle, liki, kuluttajia.

Eryityisesti uusia, aloittelevia yrittäjiä ja yrityksiä olisi hyvä saada houkutelua mukaan yhteisöön. Likiliikkeen toiminnan toivoisi laajenevan vielä paremmin ympäröiviin kyliin esimerkiksi tapahtumien kautta.

Yrittäjät haluavat olla mukana elävöittämässä kuntalaisten elämää esim. tapahtumien kautta. Tulevien vuosien tapahtumatoteutuksiin tarvitaan Likiliikkeen (ja Sodankylän Yrittäjät ry:n) rahallisten panosten lisäksi myös kunnan tukea. Tai vastavuoroisesti tekijäresursseja kunnasta.

Likiliikkeen toiminnan jatkuminen



31.5.2021

Likiliike-aktiiveina ovat alusta saakka olleet pienet toimijat. Hankkeen antama käynnistysapu oli erittäin tarpeellinen, jotta toiminta saatiin ensimmäisenä vuonna pyörimään. Jatkossa haasteeksi muodostuu vähäiset resurssit.

Likiliikkeen hallinnoitavaksi jäävä tehtäväkenttä on laaja. Yksistään verkkosivuston ja verkkokaupan ylläpito, kehittäminen ja sisällön päivittäminen samoin kuin some-näkyvyyden ylläpito vaatisivat jatkuvaa tekemistä ja pysyvää resurssia. Talkootyönä pelkästään tämän toteutus on mahdotonta. Tälle vuodelle Likiliike on päättänyt hankkia osaamista ostopalveluna, mutta pitkällä tähtäimellä paras tapa toimia olisi Likiliikkeen oma työntekijä (vrt. Likiliike-päällikkö Rovaniemellä), jonka vastuulla olisi käytännön juoksevien asioiden hoitaminen johtoryhmän päätösten mukaisesti.

Jotta toimintaa voisi pidemmällä aikavälillä suunnitella, olisi hyvä, että esim. kunnan rahoituksesta olisi varmuus pitemmälle ajalle. Hyötynä kunnalle tulisi nimenomaan kunnan elinvoimaisuuden kehittyminen, yritysten yhteistyön paraneminen entisestään ja elävän Sodankylän ja kylien syntyminen. Sitä kautta kuluttajienkin usko paikallisiin palveluihin ja Sodankylän tarjoamiin elämisen mahdollisuuksiin paransivat. Ja oikealla kuntamarkkinoinnilla tämä olisi myös uusille sodankyläläisille hyvä merkki kehittyvästä ja elinvoimaisesta Sodankylästä.

Kuluttajakäyttäytymisen muokkaaminen / siihen vaikuttaminen

Kuluttajakyselystä olisi hyvä uusia esim. vuoden 2021 lopulla, jolloin voitaisiin arvioida erityisesti Likiliikkeen, mutta myös hankkeen toimenpiteiden vaikutusta kuluttajien ostokäyttäytymiseen ja ajatteluun. Toki tämä edellyttää, että yritykset ovat toteuttaneet joitain v. 2020 kyselytulosten pohjalta nousseita korjaus- ja kehittämisideoita.

Yritysten jatkuva kehittäminen

Yritysten jatkuvaan kehittämiseen tulisi luoda myös pitkäjänteinen suunnitelma. Likiliike-konseptissa on mukana Likiliike-Akatemia –mallinnus, joka tarjoaa alustan osaamisen kehittämiseen. Likiliike-Akatemian avulla voidaan hankkia esim. asiantuntijapalveluita yhteishankintana sekä tukea ja kannustaa kehittämään henkilöstön osaamista ja kilpailukykyisyyttä.

Yritysten kehittämiseen voidaan hakea myös hanketta. Ennen hankkeen suunnittelua ja hakemista tulisi selvittää yritysten kehittämistarpeet ja haluttu toteutustapa, jotta taataan yritysten osallistuminen toimenpiteisiin laajasti.