



LOPPURAPORTTI

Koronasta kasvuun-hankkeen loppuraportti





Sisällysluettelo

Hankekuvaus lyhyesti

Tavoitteet

- ☐ Hankkeen tavoitteet ja toimenpiteet
- ☐ Hankkeen tärkeimmät toimenpiteet kuukausitasolla

Hankkeen toimenpiteet

Tarkemmat kuvaukset toimenpiteistä

- ☐ TOIMENPIDE 1 Kehittämissuunnitelmat yrityksille
- ☐ TOIMENPIDE 2 Yhteinen verkkokauppa yrityksille
- ☐ TOIMENPIDE 3 Yrityksen kasvun portaat -malli
- ☐ TOIMENPIDE 4 Tiedottaminen
 - ☐ Verkkomarkkinat
 - ☐ Haapamäen ja Keuruun yritysten tiedottamisen malli
 - ☐ Business Keuruu ja Tsemppi Tuubit
 - ☐ Tapahtumien uudelleen tiedottamisen malli kaupan tukena
 - ☐ Elinvoimaseminaari
 - ☐ Yhteistyö lukion kanssa ja muiden hankkeiden kanssa
- ☐ TOIMENPIDE 5 Yritysten hankintakampanja ja yritysten jatkajaprosessien edistäminen
- ☐ TOIMENPIDE 6 Uuraisten yritysluettelo

Hankkeen tulokset ja vaikuttavuus sekä päätelmät ja jatkotoimenpiteet

Lyhyet kuvaukset indikaattoreiden toteutumisesta koronasta kasvuun-hankkeessa

- ☐ Rahoituksen seurannassa käytettävät indikaattorit
 - ☐ Käynnistyvät kehitysprosessit (hankesuunnitelman mukainen tavoite)
 - ☐ Käynnistyneet kehitysprosessit (toteutuneet)
 - ☐ Käynnistyvät kokeilut (hankesuunnitelman mukainen tavoite)
 - ☐ Käynnistyneet kokeilut (toteutuneet)
 - ☐ Toimenpiteisiin osallistuvat yritykset (hankesuunnitelman tavoitteet)
 - ☐ Toimenpiteisiin osallistuneet yritykset (toteutuneet)
 - ☐ Säilytettävät työpaikat (hankesuunnitelman tavoitteet)
 - ☐ Säilytetyt työpaikat (toteutuneet)

Hankkeesta tiedottaminen

Hankkeen henkilöstö, organisaatio ja keskeiset yhteistyötahot

- ☐ Henkilöstö
- ☐ Ohjausryhmä
- ☐ Yhteistyötahot
- ☐ Brändärit



Yhteenvetotaulukko hankkeen toteutuneista kustannuksista ja rahoituksesta

Aineiston säilytyspaikka

Liitteet

Allekirjoitukset



Koronasta kasvuun - hanke

Hankekuvaus lyhyesti

Koronasta kasvuun hanke 1.1.-31.12.2021

Hankkeen rahoittajat: Keski-Suomen liitto, Kehittämissyhtiö Keulink Oy, Multian kunta, Petäjäveden kunta ja Uuraisten kunta.

Keuruun seutukuntaa, kuten koko Suomea, on kohdannut suuri haaste – koronavirus, joka on aiheuttanut suurta epävarmuutta, työttömyyttä ja ahdinkoa paikallisille yrityksille, toimijoille, työntekijöille ja jokaiselle alueen asukkaalle.

Hanke jatkaa Elinvoimainen kasvu Keuruun seutukunnalla (EKSS) -hankkeen aloittamia toimenpiteitä ja juurruttaa kehitettyjä työkaluja käytäntöön. Hankkeella parannetaan hankkeessa mukana olevien kuntien yritysten palveluiden tiedottamista ja myyntiä digipalveluilla.

Käynnistyvät kehitysprosessit 4 kpl

- Hankkeen tavoitteena on auttaa yrityksiä selviämään koronakriisin mukanaan tuomista ongelmista ja jatkamaan toimintaansa. Vähintään 50 yritykselle tehdään tarkemmat kehittämissuunnitelmat.
- Luodaan ja pilotoidaan Business Keuruu -malli
- Kehitetään EKSS -hankkeessa luotua elinvoimasivustoa edelleen
- Jatketaan yritysten markkinoinnin ja myynnin tehostamista yritysten tarpeista lähtevillä täsmätoimenpiteillä. Näiden työkalujen käyttöönotossa yrittäjät tarvitsevat tukea, jotta ne juurtuvat yritysten käyttöön.

Käynnistyvät kokeilut 2 kpl

- Kokeillaan Keuruun, Multian ja Petäjäveden yhteistyön juurruttamista uudella nykyaikaisella tavalla (Business Keuruu)
- Kokeillaan seutukuntaa laajemman toiminnan toteutusta verkkomarkkinoilla (Keuruu, Multia, Petäjävesi, Uurainen)

Toimenpiteisiin osallistuvat yritykset noin 1000 yritystä (Keuruu, Multia, Petäjävesi, Uurainen)

Säilytettävät työpaikat 250 kpl

Hankkeen vaikutukset

Toteutuessaan ja toimintatavaksi juutuessaan hankkeen vaikutukset ulottuvat koko Keuruu-Multia-Petäjävesi -alueen sekä Uuraisten työpaikkoihin positiivisella tavalla. Koronasta kasvuun -hanke on auttanut Keuruun seutukunnan yrityksiä selviämään koronavirus epidemian mukanaan tuomista ongelmista ja luomaan konkreettisia työkaluja sekä toimintastrategian, jolla voidaan kompensoida uusia, esiin nousevia kriisejä.



Tavoitteet

Hankkeen tavoitteet ja toimenpiteet

Hankkeen tavoitteena on auttaa yrityksiä selviämään koronaviruksen mukanaan tuomista ongelmista ja jatkamaan toimintaansa. Koronasta kasvuun hanke jatkaa ja syventää Elinvoimainen kasvu Keuruun seutukunnalla (EKSS) -hankkeessa aloitettuja toimenpiteitä. Hankkeen ylimmän tason tavoitteena on auttaa yrityksiä niin, että koronaviruksesta voidaan löytää uuden ja kehittyneemmän yrityksen kasvun eväät tai jopa yrityksen kasvun siemen.

Hankkeella laajennetaan yritysten tiedottamisen tehostamista myös naapurikuntiin toteuttamalla verkkomarkkinat myös Petäjävedellä ja Uuraisilla sekä yrityspalveluhakemisto Uuraisilla samaan tapaan kuin Keuruulla ja Multialla on.

Erityisesti matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-aloilla tarvitaan lisäresursseja ja työkaluja palvelujen uudelleen tuotteistamiseen sekä digiosaamiseen ja liiketoiminnan kokonaisvaltaiseen kehittämiseen. Epävarmuus yritystoiminnan jatkumisesta koronan aiheuttamassa epävakaa toimintaympäristössä aiheuttaa sen, että moni alueemme yrittäjä tarvitsee tukea jaksamiseensa.

Koronasta kasvuun -hanke suuntautuu kaikkiin Keuruun seutukunnan yrityksiin ja lisäksi verkkomarkkinoiden avulla myös Petäjäveden ja Uuraisten kuntien yrityksiin. Hankkeen aikana pyritään vaikuttamaan potentiaaliin mahdollisesti alueelle sijoittuviin yrityksiin sekä jatkajayrittäjiä potentiaaleihin. Hankkeella parannetaan hankkeessa mukana olevien yritysten palveluiden tiedottamista ja myyntiä digipalveluilla.

Hankkeen tavoitteet tiivistetysti

- auttaa yrityksiä selviämään koronaviruksen mukanaan tuomista ongelmista ja jatkamaan toimintaansa.
- vahvistaa alueen työllisyyttä ja kriisistä selviämistä.
- omistajanvaihdos ja jatkajayrittäjät huomioidaan
- hanke luo yritysten kasvun portaat mallin, joka jää elämään.
- Verkkomarkkinoiden toteuttaminen jatkuu
- Yrityshankintakampanja
- Hankkeella laajennetaan yritysten tiedottamisen tehostamista myös naapurikuntiin toteuttamalla verkkomarkkinat ja yrityspalveluhakemistot Multialla ja Uuraisilla.
- Hanke antaa tarvittavan lisäresurssin ja lisäosaamisen kehittämissyhtiön organisaatioon elinkeinoelämän kriisitilanteessa.

Toimenpiteet

- jatkaa yrityksiin jalkautumista ja osallistuu yritysneuvontaan
- selvittää yritysten tarpeita sekä etsii tarpeisiin vastaukset (toimitilat, investointituet, työvoima jne.)
- jatkaa yritysten palveluiden ja tuotteiden muokkaamista ajan vaatimuksia vastaaviksi



- osallistuu kohdealueen yrityshankintaan: suunnittelee ja toteuttaa yhden yrityshankintakampanjan alueen ulkopuolelle
- edistää vähintään kolmen yrityksen jatkajaprosessia.
- *Koronasta kasvuun -hankkeen aikana luodaan visio "Road 58" palvelukokonaisuudesta, joka rakentuu vahvasti digipalveluiden varaan.* Valmistelutyö ja ensimmäiset askeleet otetaan yhteistyössä Multian ja Karstulan kuntien kanssa.
- Koronasta kasvuun -hanke luo ja pilotoi ns. Business Keuruu -mallin
 - Hankkeessa luodaan ja pilotoidaan Business Keuruu - Yritysten kasvun portaat -malli hybridimallina, jossa pyritään uudenlaiseen elinvoimatyökokonaisuuteen Keuruun, Multian ja Petäjäveden kuntien alueelle. Mallin kehittämisessä otetaan huomioon myös jatkajaa etsivät yritykset sekä yrityshankinta
- *Koronasta kasvuun -hanke kehittää EKSS -hankkeessa luotua elinvoimasivustoa*
 - hankkeessa rakennetaan elinvoimasivustosta markkinointia ja myyntiä edistävän toimivan työkalun kaikkien yritysten käyttöön. Elinvoimasivuston tarkoituksena on edistää kevytyrittäjyyden ja kokoaikaisen yrittäjyyden kasvua ja yrityksiin työllistymistä. Sivusto nostaa esiin yritysten palveluita ja paikallisia tuotteita blogeissa, tuote-esittelyissä ja myyntiä edistävissä hybriditapahtumissa.
- Koronasta kasvuun -hanke valmistelee kehittämisen kohteena olevan mobiilisovelluksen liittämisen elinvoimasivustolle ja valmistautuu pilotoimaan sen toimivuutta tapahtumien toteutuksessa.
- Valmistelee elinvoimasivustolle yhteistä verkkokauppa-alustaa.
- toteuttaa yrityspalveluhakemiston kehittämisen suunnittelun ja toteuttamisen Multialla ja Uuraisilla.
- Hankkeesta luodaan pilotointien kautta mallit, jotka elvyttävät mukana olevien yritysten tuotteiden kysyntää sekä tarjoavat tuotteille paremman saatavuuden. Lisäksi yrittäjien jaksamista ja hyvinvointia tuetaan esim. fyysistä ja henkistä hyvinvointia kohottamalla.

Tässä loppuraportissa on lyhyet kuvaukset tavoitteista ja toimenpiteistä. Lisäksi eri toimenpiteistä on laadittu tarkempia liitteitä raporttiin. Tämä siksi, että kaikki toimenpiteet jäävät hankkeen jälkeen myös pysyviksi toimintamalleiksi, ja jokaista mallia voidaan käyttää ja kehittää edelleen omana kokonaisuutenaan.



Hankkeen kokonaisbudjetti	1.1.2021-31.12.2021 Budjetti	1.1.2021-31.12.2021 toteuma	% kokonaisbudjetista toteuma
Henkilöstökulut	62 160 e	61 853,50	99,5 %
Flat rate 24% henkilöstökuluista	14 918 e	14 844,84	99,5 %
Ostopalvelut	31 000 e	29 824,12	96,2 %
Yhteensä	108 078 e	106 522,46	98,6 %

Hankkeen aikataulu ja hankkeen tärkeimmät toimenpiteet kuukausitasolla

Hankeaika: 1.1.2021 - 31.12.2021

Tammikuu

- ☐ Hankkeen suunnittelu ja aikataulutus hankeajalle
- ☐ Yritysten kontaktointi ja tarpeiden kartoitus
- ☐ Yritysten tapaamisia ja sparrausta
- ☐ Verkkokaupan teon kilpailuttaminen
- ☐ Verkkokauppa projektin käynnistys
- ☐ Matkailuilta yhdessä Keuruu kaupungin kanssa
- ☐ Elinvoimasivuston englannin kielelle kääntämistä
- ☐ Ohjausryhmä

Helmikuu

- ☐ Verkkokauppioiden valmentamista ja verkkokauppojen rakentamista
- ☐ Verkkomarkkinoiden suunnittelua neljään kuntaan
- ☐ Yritysten tapaamisia ja sparrausta
- ☐ Business Keuruu ajattelun juurruttamista Tsemppi Tuubien avulla

Maaliskuu

- ☐ Elinvoimasivuston tietojen keräämistä ja mallien rakentamista Uuraisille
- ☐ Yritysten tapaamisia ja sparrausta
- ☐ Verkkokauppojen, tuotteiden ja uusien palveluiden suunnittelua verkkokauppoihin yritysten kanssa yhteistyössä



- ☐ Verkkokaupan ensimmäisen version avaus Tsemppi Tuubissa live streamin kautta
- ☐ Kaupan Keskus Keuruu -tapahtumaryhmään osallistuminen ja uusien digi- ja markkinointipalveluiden suunnittelu yritysten kanssa tapahtumiin

Huhtikuu

- ☐ Verkkomarkkinoiden suunnittelua eri paikkakunnille
- ☐ Tietojen keräämistä Uuraisten yritysluetteloon
- ☐ Yritysten tapaamisia ja sparrausta
- ☐ Tietojen keräämistä ja sisällöntuotantoa yrityksistä elinvoimasivustolle
- ☐ Tsemppi Tuubit torstaisin
- ☐ Keuruu Puodin verkkokauppa kioskien jalkauttaminen katukuvaan kolmeen yritykseen yhteistyössä Keuruun kaupungin kanssa

Toukokuu

- ☐ Keurusseudun Verkkomarkkinat (Keuruu ja Multia)
- ☐ Petäjäveden verkkomarkkinat
- ☐ Yritysten tapaamisia ja sparrausta
- ☐ Uuraisten verkkomarkkinat
- ☐ Haapamäen yritysten tiedottamiskampanja
- ☐ Kevätkarnevaalien digitaalinen tiedottamiskampanja

Kesäkuu

- ☐ Kesähetkiä Keuruulle matkailuvideon teko ja julkaisu
- ☐ Heinähypistely tiedottaminen
- ☐ verkkokauppojen tuotteiden viilausta ja uusien kauppiaiden opastamista
- ☐ Elinvoimasivuston kehittämistä

Heinäkuu

- ☐ Elinvoimasivuston kehittämistä
- ☐ Somesuunnitelman tekemistä
- ☐ Projektipäällikön kesäloma

Elokuu

- ☐ Yritystapaamisia
- ☐ Syksyn tapahtumien organisointia
- ☐ Tietojen keräämistä ja sisällöntuotantoa yrityksistä elinvoimasivustolle
- ☐ Elinvoimasivuston ja Business Keuruu mallin työstämistä
- ☐ Syödään yhdessä tapahtuman digikampanjassa avustamista

Syyskuu

- ☐ Yrityshankintakampanjan tekeminen ja valmistelu elinvoimasivuille
- ☐ Verkkomarkkinat Keuruu
- ☐ Yritystapaamisia
- ☐ Seminaarin suunnittelua



Lokakuu

- ☐ Elinvoimaseminaarin kehittämistä
- ☐ Yritysten palveluiden paketointia
- ☐ Yrityshankintakampanja
- ☐ Verkkomarkkinoden kuvausta

Marraskuu

- ☐ Yritystapaamisia
- ☐ Meissä on elinvoima! -hybridiseminaari
- ☐ Elinvoimasivuston ja Business Keuruu mallin työstämistä
- ☐ Loppuraporttien tekoa
- ☐ Tiedottamiskampanja yrityksille

Joulukuu

- ☐ Finest Future -kampanjan valmistelua yhteistyössä yritysten ja kaupungin kanssa
- ☐ Multian ja Petäjäveden videot, maailmanperintökeskuksen markkinoinnissa avustamista ja suunnittelupäivään osallistumista, matkapakettien tekoa Petäjävedelle
- ☐ Hyvinvointipalveluiden yhteisvideo ja tiedottaminen
- ☐ Raportointi

Toimenpiteiden toteuttaminen

Toimenpiteet toteutuivat vahvasti yritysten kanssa käydyn vuorovaikutuksen ohjaamana. Jokaisen yrityksen koronakriisi on ainutlaatuinen, mutta haasteita yhdistää vahvasti myynnin ja markkinoinnin osaamisen puute digiaikana.

Tarkemmat kuvaukset toimenpiteistä

Tarkemmat kuvaukset toimenpiteistä

TOIMENPIDE 1 Kehittämissuunnitelmat yrityksille

Hankkeessa tehtiin yritysten tarpeista lähtöisin olevia eritasoisia kehittämissuunnitelmia 60 yritykselle. Osalle markkinointisuunnitelmia ja osalle luotiin uusia liikeideoita.

Hankkeen aikana laadittiin tarkempia kehittämissuunnitelmia yhteensä 60 yritykselle.

Eriteltynä toimenpiteet:

- digipalveluita
- verkkokauppaa



- tuotteiden paketointia
- sparrausta
- Markkinoinnin ja myynnin suunnittelua
- uusien digityökalujen opettelua
 - ☐ sosiaalinen media
 - ☐ digitaaliset työkalut googlessa ja erilaisissa app-sovelluksissa
 - ☐ verkostoituminen toisten yritysten kanssa

Kokonaan uuden tuotteen suunnittelua 5 yritystä. Näistä uusia yrityksiä on 2 ja jo olemassa olevia 3. Tarkempien kehittämissuunnitelmien lisäksi yrityksiä kohdattiin kasvokkain tai etänä Keurusseudun verkkomarkkinoilla, elinvoimaseminaarissa, Mun Keuruu elinvoimasivuston rakentamisen yhteydessä, yrityskäynneillä ja neuvontatilanteissa.

TARKISTA: Hankkeen aikana tavoitettiin noin 500 yritystä erilaisten toimenpiteiden seurauksena.

TOIMENPIDE 2 Yhteinen verkkokauppa yrityksille

Tästä lähdettiin: Verkkokaupan suunnitelma tehtiin jo tammikuussa 2021

Koronasta Kasvuun hankkeen yhtenä tavoitteena oli saada aikaan yhteinen verkkokauppa alueen yrittäjille edistämään alueen yritysten markkinointia ja myyntiä digitaalisesti.

Verkkokauppa on herättänyt todella paljon innostusta ja nyt on tiedossa jo yli 20 yritystä, jotka lähtevät mukaan verkkokaupan pilottivaiheeseen. Osa tulee mukaan vasta kesän kynnyksellä, mutta avausvaiheessa kauppaan saadaan 10-15 kauppaa. Verkkokauppa avataan jo 24.3.2021, koska kauppiaat haluavat päästä mahdollisimman pian tekemään verkossa kauppaa.

Verkkokaupan myynnin tueksi, sijoitamme 3 kpl verkkokaupan myyntikioskeja eri puolille Keuruuta. Nämä kioskit pitäisi saada käyttöön viimeistään toukokuun alussa kesän myyntejä varten.

Verkkokaupan "pääkaupan" hallinnoija on Kehittämisyhtiö Keulink Oy (myös hankkeen jälkeen).

Pääkauppa on eräänlainen "digitaalinen kauppakeskus", johon muut kaupat liittyvät.

Verkkokaupan ja kioskien haasteet pyritään ennakoimaan lakimiehen tarkistamilla sopimuksilla. Vastuu myydystä/varatusta tuotteesta on aina kauppiaalla, ei Kehittämisyhtiö Keulinkilla.

Alustava aikataulu ennen verkkokaupan ja kioskien avaamista ja asennusta:

- vko 8 Kioskien materiaalien valinta paikallisessa yrityksessä
- vko 9 tilataan kosketusnäytöt ja tarvittavat lisätarvikkeet
- vko 10 alustava markkinointisuunnitelma kioskeille kevääksi ja kesäksi 2021.
- vko 11 markkinointikampanja alkaa.
- 24.3.2021 verkkokauppa avataan ----



- 1-5.5.2021 Kioskit sijoitetaan paikoilleen. Markkinointikampanja jatkuu monikanavaisesti. Verkkokauppa linkitetään kaikkien niiden yritysten sivuille, jotka lähtevät mukaan yhteiseen kauppaan. Näin saamme myös digitaalista suosittelemyyntiä Keuruun sisällä toteutettua.

Markkinointikampanjassa hyödynnetään seuraavia kanavia:

- Kehittämisyhtiö Keulink, nettisivut ja somekanavat
- Keuruun kaupunki, nettisivut ja somekanavat
- Mukana olevat yritykset, nettisivut ja somekanavat
- Mun Keuruu, nettisivut ja somekanavat
- Googlen adds mainonta
- Facebook ja insta livet eri kanavilla.
- Mahdollinen printtimainonta
- erilaiset kilpailut sivustoilla

Toteutus tehtiin suunnitelman mukaan, sillä mukaan kauppaan on päässyt sitä mukaan kuin on saanut omat tuotteensa valmiiksi.

Keuruu puoti verkkokauppa: Yhteisen verkkokaupan perustaminen on kilpailutettu ja päädytty www.johku.fi verkkokauppa-alustaan.

Toimintamalli:

- kauppias perustaa Johku verkkokaupan joko itsenäisesti tai jani@tuki.guru.fi avustuksella
- tuotteet syötetään kauppiaan omaan kauppaan
- tuotteet liitetään Mun Keuruu verkkokauppaan ja/tai kioskiin

Myynti tapahtuu seuraavasti:

- Asiakas maksaa tuotteen suoraan kauppiaille
- Tilauksesta tulee sähköposti suoraan kauppiaille
- Kauppias toimittaa tuotteen
- Raportti kauppiaille taloushallintoon ajastetusti (päivittäin/viikoittain)

Kioskit ovat fyysisiä kauppapaikkoja ja niitä on kolme eri puolilla Keuruuta.

Pilotti- kioskien sijoittumispaikat:

- Vanha Keuruu, matkailun infopiste
- Nyssänniemi
- Järvituulen kauppakeskus

Yrittäjät ovat saaneet hyvin kauppaa aikaiseksi Keuruu Puodin kautta. Ne yrittäjät, jotka ovat toteuttaneet tehtyjä markkinointisuunnitelmia, ovat saaneet parhaiten kauppaa aikaiseksi puodin kautta.



31.12.2021 mennessä verkkokaupassa on 32 yritystä mukana. Keuruu Puoti on todennäköisesti Suomen suurin yhden kunnan alueella oleva yhteinen verkkokauppa suhteutettuna asukaslukuun. Tieto perustuu omaan tutkimukseen verkkokaupoista.

TOIMENPIDE 3 Yrityksen kasvun portaat -malli

Hankkeessa luodaan ja pilotoidaan Business Keuruu - Yritysten kasvun portaat -malli hybridimallina, jossa pyritään uudenlaiseen elinvoimatyökokonaisuuteen Keuruun, Multian ja Petäjäveden kuntien alueelle. Mallin kehittämisessä otetaan huomioon myös jatkajaa etsivät yritykset sekä yrityshankinta.

Toteutus:

Business Keuruu- kasvamme koko kylän voimalla.

EKSS-hankkeen aikana selvisi, että yritysten suurin haaste on tällä hetkellä talouden hallinnan lisäksi myynti ja markkinointi sekä tuotteistaminen ja palvelumuotoilu.

Business Keuruu - malli pyrkii vastaamaan yrittäjien haasteeseen hyvin konkreettisin keinoin. Mallin avulla auttajat on tuotu lähelle yrittäjää sekä digitaalisin keinoin, kasvokkain että hybriditapahtumien avulla.

Business Keuruu auttaa

- ☐ yrittäjyyttä suunnittelevia
- ☐ kevytyrittäjiä
- ☐ kasvua tavoittelevia yrittäjiä
- ☐ jatkajaa etsiviä yrittäjiä

Business Keuruu yhdistää paikallisia yrityksiä luomaan alueellisia verkostotoimintamalleja yrittäjän avuksi.

Talouden ja yrityksen hallinnon osalta osaamisvajetta löytyy seuraavilta osa-alueilta

- ☐ Talouden suunnittelu (myös kriisin varalle)
- ☐ Sopimukset ja juridiikka yrityksen eri vaiheissa, mm. osakassopimukset
- ☐ Rahoituspalvelut siirtymävaiheisiin
- ☐ Kasvurahoitus
- ☐ Joukkorahoitukset
- ☐ Kannattavuus
- ☐ Sukupolvenvaihdos tilanteet
- ☐ Yrityksen osto- ja myyntitilanteet

Markkinoinnin osalta osaamisvajetta löytyy seuraavilta osa-alueilta

- ☐ Kotisivujen optimointi hakukoneystävälliseksi
- ☐ Kotisivujen päivittäminen ja ylläpito
- ☐ Markkinoinnin työkalut
- ☐ Sosiaalisen median hyödyntäminen
- ☐ Ilmaiset työkalut kuten Canva ja WhatsApp sekä LinkedIn



- ☐ Uutiskirjeet
- ☐ Sähköpostimarkkinointi
- ☐ Sisältömarkkinointi
- ☐ Tarinat
- ☐ Tuotteistaminen ja palveluiden muotoilu

Faktum-yritystalon yrittäjät Keuruulta yhteistyökumppaneineen ovat lupautuneet ensimmäiseksi asiantuntijoiden pilottivetäjiksi. Heidän kanssaan rakennettiin hyvin konkreettinen malli, joka pilotoitiin Koronasta kasvuun -hankkeen aikana.

Business Keuruu -verkosto järjesti useita koulutustapahtumia vuoden aikana sekä verkossa että livenä. Mukaan kutsuttiin hankkeen kaikkien kuntien yrittäjiä sähköpostilla ja sosiaalisessa mediassa. Business Keuruun pääasiallisena tiedottamisen välineenä on ollut sosiaalinen media ja uutiskirje.

Business Keuruun toimintamallia testattiin hankkeen aikana koulutus klinikoiden ja Tsemppi Tuubien avulla.

Toimintamalli:

- Osallistujille lähetettiin ennakkomateriaalia ja pohjatietoa joko koulutusvideon tai livestreamin avulla.
- verkkokoulutusta seurasi liveklinikka Keulinkin tiloissa. Videovälitteisten klinikoiden/koulutusten jälkeen kaikki osallistujat oli varustettu samoilla tiedoilla, joten liveklinikassa oli helppo jatkaa osallistujien kanssa omiin yrityksiin liittyvillä täsmäavulla. Klinikoissa saatiin sekä ryhmässä että yksilöinä täsmäapuja haasteisiin.
- Asiantuntijat ottivat jatkotoimista koppia yritysten kanssa ja tarjosivat matalan kynnyksen täsmäpalveluita yrityksille erilaisiin haasteisiin.
- Yrityksiltä saadun palautteen perusteella malli on toimiva.
 - Jokainen osallistuja saa perustietoa oman aikataulun mukaan verkkokoulutuksissa.
 - Mikäli kokee tarvitsevänsä lisäoppia tai apua haasteisiin, niin avun tarjoajan palvelut hintoineen on selvillä.

Mallia tullaan jatkamaan Keulinkissa yritysten kanssa mm. yrityspodcastien ja Tsemppi Tuubien muodossa. Verkkokoulutukset ovat edelleen kaikkien tarvitsijoiden käytössä.

Business Keuruu malliin kehitettiin vielä työkalu, jolla saa helposti muokattua palveluita ja tuotteita uuteen uskoon. Työkalu liitteenä.

Business Keuruu koulutusklinikat vuonna 2021

- Facebook-klinikka osallistujia 12
- Omistajanvaihdoskoulutus x 2. Osallistujia 8 livenä ja etänä 20
- Canva-koulutus. Osallistujia 12
- Qvik videokoulutus. Osallistujia 5
- Google Maps koulutus. Osallistujia 5
- Tripadvisor koulutus. Osallistujia 5..



- Verkkokauppa Koulutukseen osallistui ensimmäisessä vaiheessa 28 yritystä ja koulutus videota katsottiin yli 40 kertaa myös jälkikäteen.

Koulutukset toteutettiin pääosin videoiden avulla niin, että niitä voidaan käyttää myös myöhemmin koulutuksissa muissakin hankkeissa ja yritysneuvonnassa apuna pitkin matkaa. Asiantuntijoina olivat faktum yritystalon pilottiyrietykset vahvistettuna Taija Santamäellä.

Business Keuruu Tsemppi Tuubi on yrittäjien virtuaalinen aamukahvitilaisuus, jossa käydään kahvittelun lomassa läpi yrittäjille ajankohtaisia asioita live-striimauksen kautta. Yrittäjä pystyy osallistumaan livelähetykseen esittämällä kysymyksiä ja kommentteja.

Aikataulu ja aiheet:

To 11.3.2021	Tsemppi Tuubin osaksi yrittäjän viikkoa aina torstaisin, Jukka Kentala ja Sari Saarinen
To 25.3.2021	Yhteisen verkkokaupan avaus ja sen mahdollisuudet, mukana. Jani Teppo
To 1.4.2021	Emilia Koikkalainen yrittäjän haastattelu
To 8.4.2021	Fennolaw Oy haastattelu
To 15.4.2021	Aidia Oy ja Emmi Aihos tmi . Aiheena somemarkkinointi
To 23.4.2021	Menossa olevat hankkeet, Pohjoisvirta Ritva
To 7.5.2021	Yritysryhmähankkeet, Pohjoisvirta Ritva
To 3.9.2021	Yrittäjien aamupala ja kaupunginjohtajan haastattelu
to 2.11.2021	Omistajanvaihdos koulutus, Fennolaw.
Ti 8.11.2021	Peter Vesterbacka, yrittäjävierailu

Tsemppi Tuubeihin osallistuttiin hyvin. Keskimäärin katsojia oli livenä paikalla 20-30 henkeä. Tsemppi Tuubeja on katsottu myös myöhemmin paremmin sopivana ajankohtana, koska ne löytyvät Mun Keuruu-YouTube kanavalta. Eniten katsojia keräsi verkkokaupan lanseeraustilaisuus, jota seurasi etänä tai jälkeensä yli 300 henkeä.

Business Keuruu mallin tueksi kehitettiin uusi digituote:

Tuotteiden ja palveluiden tuotteistamisen työkalu yrittäjille, on yrittäjien tarpeista syntynyt työkalu. Kehittämisyhtiössämme on todella hyvää yrityspalvelu toimintaa. Kuitenkin käydessäni yritysneuvojan kanssa keskusteluita, totesimme, ettei tuotteiden ja palveluiden kokonaisvaltaiseen kehittämiseen ole konkreettista digitaalista työkalua. Työkalua, joka auttaa yrittäjää jäsentämään tuotteen muotoiluun ja palvelupolut.

Työkalun käyttäjän lataamat tiedot tallentuvat suoraan kehittämissyhtiön yritysneuvojalle kommentointia, neuvontaa ja seuraavaa tapaamiskertaa varten.

Työkalun avulla asiakas osaa huomioida kaikki tuotteen ja palvelun muotoiluun tarvittavat palikat.



Työkalu on liitteenä PDF-muodossa ja tässä toimintamalli työkalun käytöstä:

- Asiakas täyttää lomakkeen itsekseen tai yritysneuvojan kanssa ohjeiden mukaan
- täytetyt tiedot tallentuvat googlen driven excel-tilukkaan
- asiakasneuvoja antaa kirjallisen palautteen, kehittämis ehdotukset sekä ja sopii tapaamisen tuotteen kehittämisen ympärille
- tuotetta testataan asiakkaan toimesta ja tuotteen toimimiselle asetetaan tarkastelu aika
- tuotetta kehitetään lisää tarpeen mukaan yritysneuvojan avustuksella ja seurataan markkinointia sekä myyntiä asetettujen tavoitteiden avulla.

Tuotetta on testattu muutaman yrittäjän kanssa ja sitä on muokattu palautteen perusteella. Tuotteen testaamista jatketaan edelleen.

Tarkoituksena on saada aikaan tuote, jonka avulla asiakas hahmottaa kaiken sen, mitä täytyy huomioida uuden tuotteen kehittämisessä. Tiedot säilytetään digitaalisessa muodossa Kehittämisyhtiössä, jolloin tuotteet ja palvelut on helposti muokattavissa myös tuotekehityksen eri vaiheissa. Työkalu on liitteenä PDF muodossa.

FAKTAT Business Keuruu

Pilottiyritykset asiantuntijoiksi Business Keuruu -verkoston tapaamisiin

Fenno Oy, lakiasiantointimisto
 Aidia Oy, mainostoimisto
 Hill Audit Oy, tilintarkastusyhteisö
 Tuki.guru, tietojenhallinta ja verkkolaitteistot
 Taija Santamäki, Tiltalti, somekoulutukset

Vuoden 2021 Business Keuruu klinikoihin ja Tsemppi Tuubeihin osallistui noin 450 henkilöä joko livenä tai verkossa. Eniten osallistujia keräsi verkkokaupan live tapahtuma, johon osallistui yli 300 henkilöä. Business Keuruu toimintamallia kehitetään edelleen Mun Keuruu - sivuille ja sinne lisätään myös uusi tuotteistamisen digityökalu testaamisen jälkeen.

TOIMENPIDE 4 Tiedottaminen

4.1. Verkkomarkkinat

Verkkomarkkinoiden videoiden kautta asukkaat ja muu yleisö tulevat tietoisiksi alueen yrityksistä ja palveluista sekä yritysten ajankohtaisista asioista.

Koronasta kasvuun hankkeessa jatkettiin hyväksi osoittautuneita verkkomarkkinoita ja laajennettiin toimintaa kaikkiin hankkeen kuntiin.

- Koronasta kasvuun -hanke huolehti yrittäjien ilmoittautumisista ja tapahtumapäivien aikatauluttamisesta.
- Tiedottamista hoidettiin sähköpostilla ja sosiaalisessa mediassa.



- Tapahtumapäivänä haastattelijana toimi Sari Saarinen ja kuvaajana Juha Juurikkamäki tai Jukka Kuusisto.
- Projektipäällikkö konkreettisesti jalkautui yrityksiin tekemään Facebookissa live-videoita sekä kokeiluna myös myöhemmin editoituja videoita.
- Videoiden kuvaamisen yhteydessä vaihdettiin yrittäjien kanssa kuulumisia puolin ja toisin ajankohtaisista asioista ja neuvottiin markkinoinnissa yleisellä tasolla halukkaita.
- Verkkomarkkinoita järjestettiin yhteensä 8 kertaa vuoden aikana ja lisäksi on jalkauduttu erilaisiin yritysten tärkeisiin "kasvutapahtumiin" mukaan.

Keurusseudun verkkomarkkinoiden anti onkin ollut paljon enemmän kuin pelkästään videoiden kuvaaminen. Yrittäjiltä on tullut paljon palautetta siitä, kuinka positiivisena ja kannustavana vierailut on koettu varsinkin nyt koronavuosien aikana. Yritykset ovat jakaneet videoita ahkerasti eri kanavissa ja nettisivuilla. Keuruun yläkoulu ja lukio ovat myös käyttäneet videoita omissa yrittäjyyskasvatus koulutuksissaan vuonna 2021..

Haastatteluvideoiden toimintamalli tukee yrityksiä digimarkkinointitaitojen kehittämisessä. Moni yritys onkin rohkaistunut itsekin tekemään livevideoita käyntimme jälkeen. Nykyajan markkinoinnille ja tiedottamiselle on hyvin leimallista se, että sitä täytyy toteuttaa monikanavaisesti. Yrittäjän videohaastattelu on helppo tapa kertoa yrityksen palveluista ja ajankohtaisista kuulumisista. Video tuo yrittäjän lähelle asiakasta.

Verkkomarkkinat osoittivat saadun palautteen ja suosion myötä, että yritysten kanssa tehtävälle verkostoyhteistyölle ja yhteiselle digitaalisen viestinnän kehittämiselle on erittäin suuri tarve. Videoiden toteuttamista jatkettiin myös varsinaisten tapahtumien välissä yritysten tarpeiden mukaan.

Verkkomarkkinoiden videot ovat tavoittaneet joulukuussa 2021 reilusti yli 100 000 videonkatsojaa ja yrittäjien palautteet ovat olleet todella rohkaisevia.

Verkkomarkkinat ovat myös lisänneet yritysten myyntiä yrittäjien oman kertoman mukaan. Myös katsojien palaute on ollut rohkaisevaa ja moni on kokenut saaneensa uutta tietoa alueiden yrityksistä.

FAKTAT Keurusseudun verkkomarkkinat

Keurusseudun verkkomarkkinat on uusi tapa tiedottaa yritysten ajankohtaisista asioista ja toteuttaa alueellista markkinointia. Osasta yrityksistä tehtiin videot ja osasta tehtiin mainokset Facebookiin yritysten tahtotilan mukaan. Tapahtuma on helposti monistettavissa eri paikkoihin ja eri teemoilla järjestettäväksi.

- Osallistuneet yritykset 62 vuonna 2021
- Tehtyjen videoiden määrä vuosina 2020-2021 yhteensä 160 videota facebookissa tai youtubessa eri kanavilla
- Videoita on katsottu yhteensä yli 100 000 kertaa Facebookissa ja Youtubessa.
- Videot löytyvät
 - Keurusseudun verkkomarkkinoiden Facebook-sivuilta
 - Sun Uurainen facebook- sekä instagram sivuilta
 - Mun Keuruu somekanavilta



- Visit Petäjävesi facebook-sivuilta
- osa löytyy myös LinkedInistä
- Mun Keuruu -Youtube- kanavalta.
- Videoita on pyritty levittämään sinne, mistä yritysten asiakkaat löytyvät. Esimerkiksi teollisuusyritysten videot ovat LinkedInissä, koska rekrytoivat löytyvät sieltä parhaiten.

4.2. Elinvoimaseminaari

Meissä on Elinvoima!- hybridiseminaari

Tavoitteet

Elinvoimaseminaari luo positiivista ja elinvoimaista ilmapiiriä ja haastaa eri tahoja toimimaan osana paikallista elinvoimaa ja jakamaan ajatuksia kasvusta, viihtymisestä ja kehittymisestä - *Kasvamme koko kylän voimalla!*

Tiedotetaan hankkeen tuloksista

Rakennetaan elinvoimasta uutta kasvua ja ajattelua luennoitsijoiden ja keskustelun avulla

Osoitetaan, että elinvoimatyön tärkeys korostuu muutosten keskellä.

Mahdollistetaan etäosallistuminen koronatilanne huomioiden.

Hybridiseminaarin ohjelma:

- Korona ei meitä pysäytä- video (kehittämisyhtiö Keulink Oy)
- Meissä on Elinvoima!- Uljas Valkeinen, Kehittämisyhtiö Keulink Oy, hallituksen puheenjohtaja
- Missä mennään nyt ja mitä tuleman pitää?- Koronasta kasvuun-hanke ja Kehittämisyhtiö Keulink Oy
- Elinvoima- tarina todeksi yhdessä! - Jenni Rajahalme, Kumppania
- Yrittäjätarina- Mikko Leppälahti, Lielahden Autokeskus Oy
- Päättösanat, Uljas Valkeinen, Kehittämisyhtiö Keulink Oy, hallituksen puheenjohtaja

FAKTAT Meissä on elinvoima!- hybridiseminaari

Seminaarin ja yrittäjäjuhlaan osallistui 64 henkilöä paikan päällä.

Seminaariin osallistui yhteensä 150 henkilöä (osa katsoi tallenteena myöhemmin)

Linkki jaettiin tapahtuma-aamuna somekanavissa. Tätä kautta katsojia tuli n. 70 henkilöä.

Erityisesti Jenni Rajahalmeen luento sai loistavaa palautetta.

Tilaisuuden tallenne on edelleen katsottavissa ja linkki on saatavilla projektipäälliköltä.

Seminaarin tallenne on julkaistu piilotettuna luennoitsijoiden pyynnöstä Mun Keuruu -Youtube-kanavalla.



Tilaisuus rakennettiin yhteistyössä Keuruuseudun yrittäjien kanssa.

4.3. Haapamäen ja Keuruun yritysten tiedottamisen malli

TAVOITTEET

- Tiedottamiskampanjan tavoitteena oli lisätä paikallista yhteismarkkinointia sekä markkinoida paikallisia yrityksiä ja paikallisia tuotteita paikallisille asukkaille sekä ulkopaikkakuntalaisille. Markkinoinnin myötä yritykset tulevat tutummaksi ja saavat talouttaan tasapainoon koronan vaikutuksista. Julisteilla on lisäksi tarkoitus tuoda esille alueen monipuolista yrityskantaa ja siistiä samalla tyhjien liikerakennusten näkymää ulospäin.

KAMPANJAAN ILMOITTAUTUMINEN

- Ilmoittautuminen tapahtui Google Forms- kaavakkeen kautta. Yritykset täydensivät sinne tietonsa sekä kuvat, jotka he halusivat julisteeseen. Tiedot tallentuivat excel- taulukkoon josta ne poimittiin julisteisiin.

TOTEUTUS

- Kampanja toteutettiin kahdella eri julistemarkkinoinnilla; Haapamäellä #MunKeuruu #MeidänHaapamäki- teemalla ja Keuruulla #MunKeuruu- teemalla.
- Julisteilla siistittiin molempien paikkakuntien pääkadun yleisnäkymää kiinnittämällä julisteet tyhjillään olevien liikerakennusten ikkunoihin.
- Yrityksiä houkuteltiin mukaan kontaktoimalla yrityksiä suoraan sähköpostitse sekä markkinoimalla kampanjaa MunKeuruu- somekanavissa.
- Ilmoittautuneet yritykset saivat maksuttoman julisteen ikkunaan. Julisteet suunniteltiin yhdessä yrittäjän kanssa Canva- työkalulla ja painaminen tapahtui paikallisessa Printek- painotalossa.
- Kampanjaan osallistuneista yrityksistä tarkistettiin, että heidän tietonsa löytyy Mun Keuruu sivuilta
- Jokaisesta osallistuneesta yrityksestä tehdään 2021- 2022 aikana somepostaus Mun Keuruu sivuille.

Haapamäki

- 26 yritysjulistetta, koko 80 x 200 cm.
- Ennen julisteiden kiinnittämistä liikerakennuksen ikkunat pestiin talkoovoimin haapamäkisten yritysten ja yhdistysten kanssa.
- Julisteiden julkaisupäivä oli 29.5.2021. Kyläläiset osallistuivat julisteiden kiinnittämiseen.

Keuruu

- Julisteet olivat leveydeltään 55-83 cm ja kaikkien korkeus oli 210 cm.
- Ennen julisteiden kiinnittämistä ikkunat pestiin sekä rakennuksen sisä- että ulkopuolelta.
- Julisteet kiinnitettiin liikerakennuksen ikkunoihin talkoovoimin. Mukaan ripustukseen tuli 7 paikallista yrittäjää.



- Myös tyhjää liikerakennusta markkinoitiin ideointijulisteella, jossa paikallisille annettiin mahdollisuus ehdottaa toimintaa tyhjälle liikerakennukselle. .
- Julisteiden julkaisupäiväksi valittiin Keuruun joulukauden avaus, joka on Keuruulla iso tapahtuma ja näin julisteet saivat heti paljon näkyvyyttä.

OSALLISTUMINEN

Haapamäki

- Mukaan kampanjaan lähti 26 yritystä.

Keuruu

- Markkinoinnin myötä mukaan lähti 42 paikallista yritystä,. Kolme yrittäjää teki itse omat julisteensa, MunKeuruu- tiimi toteutti 39 julistetta. Ikkunoihin jätettiin tilat myös Mun Keuruu-sivuston julisteelle sekä Keuruupuodin julisteelle.

KAMPANJAN JATKUMINEN

- Mukana olevat yritykset saavat lisäksi somemarkkinointia MunKeuruu- somekanavissa.
- Julisteet jäävät tyhjiin liiketilojen ikkunoihin osaksi katukuvaa ja ovat näin ollen pitkän ajan markkinointia myös matkailua ajatellen.

Mukana olevat yritykset

Mukana kampanjassa olivat Haapamäeltä seuraavat yritykset

Vaissi Oy, Taatilan maatila, Haapamäen höyryveturipuisto, Haapamäen Marjatila, Hierontapalvelu Lenita Roth, Haapamäen tilipalvelu oy, Riihon majatalo, Vesijohtoliike Jauni, Ylä-väärisen lomamökit, Eräopas Jokela, Haaramäen tila, Niemelän tila, Piian kiertävä kampaamo, Papinaho oy, Kotikorjaamo, Rantamoijasen tila, Finn- nauha oy, Ympäristöpalvelut Pessinen, Valokuvaaja Mikko, Ansan kotiapu, Juhlatalo UkkoPekka, Haapamäen autohuolto, Autofix Keuruu, Cafe Raija.

Keuruu

Tuki.Guru, Polku.Guru, Hannen tekosia, Keurusseudun yrittäjät, Tervan apteekki, Luolamäen PuuTek, Puukerä, Eläinklinikka, Mood, Riihon majatalo, Lumuskodit, Taijan puoti, Kehittämisyhtiö Keulink, Kinkamon pirtti, Linlog, Kutinlahden maatila, PT Miia , QPM, Sunday creatives, Hiushovi, Painotalo Printek, KirjaKeuruu, MariKaisa, Aito luontaistuote, Matka Mäkelä , Mukula puutarhat, Vanha Keuruu, Pappilan taverna, Pappilan pidot, Haapamäen höyryveturipuisto, Idan unelma, Urheiluhieroja Heikki Kutinlahti, Camping Nyssänniemi, Liikekeskus Linkki, Kajuutti , Hiuskulma, Kahvila- konditoria Sutura, Saaran kauneussalonki, Kalusteasennus Kajak, MR- katsastus.



TOIMENPIDE 5

Yritysten hankintakampanja Kokovartaloelään Keuruulle

Yritysten hankintakampanja toteutettiin lokakuussa 2021. Kokovartaloelämään Keuruulle- kampanja on osa Koronasta kasvuun- hanketta ja sen yritysten hankintakampanjaa. Kampanjasta haluttiin informatiivinen ja valtavirrasta poikkeava. Kohderyhmäksi on valikoituivat nuoret aikuiset ja perheet sekä yrittäjyydestä haaveilevat, joten myös kanavat valittiin sen mukaan.

Keuruun alueella on tosi paljon ikääntyviä yrittäjiä, joten kampanjan avulla pyritään myös ennakoimaan omistajanvaihdoksia hyvissä ajoin. Kampanjasta tehtiin saavutettava ja helposti lähestyttävä. Tavoitteena oli saada 15-20 yhteydenottoa ja 1-5 uutta yrittäjää tai yritystä alueelle. Mittareina käytettiin digitaalisten mittareiden lisäksi kiinnostusta somessa, keskusteluita ja selkeistä yhteydenottoja sekä kehittämissyhtiön, kaupungin ja elinvoimasivustolla. Kampanjan suunnittelussa olivat mukana yrittäjäjärjestö, Keuruun kaupunki, Nuorkauppakamari, alueen yrittäjät sekä kehittämissyhtiö. Kampanja nivotaan vastaamaan yhteistä päämäärää ja suuntaa keskusteluiden, kyselyiden ja aiempien selvitysten perusteella.

Kampanjan tarkempi erittely on liitteenä ja kampanjasivusto löytyy elinvoimasivuilta
www.munkeuruu.fi/kokovartaloelamaankeuruulle

FAKTAT ja tulokset KOKOVARTALOELÄMÄÄN KEURUULLE KAMPANJASTA

Kampanja toteutettiin Sanoman digimedioissa

Verkkomainosten näyttökertoja oli n. 3 miljoonaa

Mainosta klikkasi 7000 eri henkilöä

Tarjouspyyntöjä tuli yhteensä 13 kpl kokovartaloelämästä Keuruulla. Kaikkiin vastattiin sekä 5-8 sivuisella tarjouksella että pienellä videotervehdyksellä. Kampanjan ulkopuolella on tullut 3 uutta tarjousta.

Tarjouksissa oli linkkejä ostettaviin yrityksiin, työpaikkoihin, asuntoihin, harrastuksiin ja muihin tarjouspyynnössä pyydettyihin asioihin.

Saimme runsaasti hyvää palautetta näkyvästä kampanjasta.

Tarjouksen pyytäneitä on tulossa käymään koeasumaan sekä asuntoa että etätyötiloja Keuruulla. Muutama on tavattu henkilökohtaisesti.

Uudelle paikkakunnalle muuttaminen on kuitenkin iso asia, joten ratkaisut eivät tapahdu hetkessä. Hyvän palautteen perusteella Kokovartaloelämään-sivustoa käännetään englanniksi yritysten rekrytointitarkoituksia varten.

Kampanjaa on tarkoitus jatkaa vuonna 2022.



TOIMENPIDE 6 Yritysten jatkaja prosessien edistäminen

TAVOITE: Yritysten jatkajaprosesseja saadaan edistettyä ja tavoitteena on löytää jatkajan vähintään 3 yritykselle.

Jatkajaa etsivät yritykset työllistävät noin 1000 henkeä seutukunnalla. Jatkajaa etsivien yritysten määrä kasvaa ikääntymisen myötä, ja pandemialla on myös vaikutusta asiaan. Hankkeen aikana selvisi, että on moni yrittäjä haluaa etsiä jatkajaa "salassa", jolloin keinot ovat vähissä. Jostain syystä asian kanssa ei haluta tulla julkisuuteen.

Business Keuruu malliin on jo aloitettu jatkajaa etsivien yrittäjien tietoutta palveluista, joita yrityksille on tarjolla yrittäjän vaihdostilanteessa: <https://www.munkeuruu.fi/yrittajan-keuruu/etsimme-jatkajaa/>

Kokovartaloelämään Keuruulle kampanjaa ennen pyydettiin ilmiantamaan jatkajaa etsivät yritykset. Yrityksiä ilmoitettiin kampanjaan yhteensä 8.. Osa julkiseen myyntiin ja osa vain yritysneuvojan tietoon. Keuruulla tehtiin tai tehdään tulevan puolen vuoden aikana 5-8 yrityskauppaa ja yrityksiä saatiin hyvin aktivoitua miettimään tai pohtimaan jatkajan löytymistä. Hankkeen aikana käydyissä keskusteluissa yrittäjien kanssa selvisi tärkeä seikka: yrityskauppoihin pystytään osoittamaan tai suosittelemaan asiantuntijaa fyysisesti läheltä molempia osapuolia. Koettiin että asioiden hoitaminen on turvallisempaa kasvotusten kuin etänä.

Business Keuruu omistajanvaihdos koulutukseen ja klinikkaan osallistui 20 yritystä hankkeen kunnista. Omistajanvaihdoksiin on keskityttävä tulevina vuosina yhä enemmän, jotta alueen yrityskanta saadaan säilytettyä ja potentiaalia nostettua.

TOIMENPIDE 7. Yritysluetteloiden kerääminen ja elinvoimasivuston kehittäminen

Yritystietojen keräämistä jatkettiin sekä Keurusseudulla että Uuraisilla. Uuraisten kunta toteutti Sun Uurainen yrityssivuston samaan tapaan kuin Mun Keuruu sivuston. Koronasta kasvuun hanke keskittyi tietojen keräämiseen ja sivuston markkinointiin. Yritysten tiedot on kerätty lomakkeen kautta ja kaikille yrityksille on laitettu asiasta viestiä. Hakemistoa on markkinoitu monikanavaisesti myös sosiaalisessa mediassa ja Suur-Keuruussa. Yrityshakemisto on kuvallinen, joten yritys pystyy tarvittaessa käyttämään luetteloa minikotisivuna.

Koronasta kasvuun hankkeen aikana juurrutettiin Mun Keuruu elinvoimasivuston käyttöä toden teolla. Mun Keuruu -heimosta kasvoi laajempi Mun Keuruu -brändi. Koko yhteisen matkan ajan keskeistä on ollut kaiken aiemman elinvoimatyön hyödyntäminen.

Mun Keuruu esittelee myös laajasti alueen palveluita ja vetovoimaan liittyviä tekijöitä ja tarinoita. Mm. Keulinkin yritysluettelo uudistui paremmin palvelevaksi palveluhakemistoksi ja tiedon jakamisen alustaksi. Mun Keuruu -elinvoimasivusto on Keuruun seutukunnan yhteisöllinen elinvoiman rakentamisen alusta, jossa tavoitteena on myydä tuotteita, osaamista ja palveluita helposti ja vaivattomasti. Elinvoimasivusto tuo esille paikallisia tarinoita ja tukee positiivista seutukunnallista elinvoimaimagoa. Mun Keuruu on yritysten ja asiakkaiden kohtaamispaikka. Sivustolla on käynyt yli 26 000 eri kävijää ja sivuilla on tehty yli 200 000 erilaista toimenpidettä. Yrityksiä sivustolla on n. 400 kappaletta.



Uuraisten uudella sivuilla on nyt 60 yrityksen tiedot ja kunta jatkaa tietojen keräämistä. Analytiikkalukuja ei uuraisten sivuilta vielä ole, sillä sivusto avattiin vasta joulukuussa. Uuraisten kunta otti sivuilleen mallia Mun Keuruu elinvoimasivustolta.

Sivustojen tavoitteena on toimia alueen yhteisenä markkinoinnin ja myynnin ”verkkokauppana”. Erityisen tärkeää on sivuston onnistunut brändäys ja lanseeraus sekä yrityksille ja asiakkaille. Koronasta kasvuun -hankkeen aikana on myös pilotoitu alueen yhteinen verkkokauppa Mun Keuruu elinvoimasivustolle.

Kohderyhmä:

Elinvoimasivusto on luotu palvelemaan elinvoiman näkökulmasta:

- ☐ yrityksiä
- ☐ kuluttajia
- ☐ matkailijoita
- ☐ alueelle muuttavia
- ☐ alueelle sijoittuvia uusia yrityksiä

FAKTAT Mun Keuruu -elinvoimasivusto

Sivuston omistaja:

Kehittämisyhtiö Keulink Oy

Yritys ja palveluhakemistossa mukana olevien yritysten lukumäärä joulukuussa 2021

n. 400 yritystä

Lisäksi sivuilla on yhteinen verkkokauppa sekä yrityksille suunnattua tietoutta, blogeja ja videoita sekä vinkkejä alueen tapahtumiin.

Sivuston tapahtumat yhteensä 31.1.2021 mennessä

- Sivustolla on käynyt 26 321 kävijää
- Erilaisia tapahtumia sivuilla on ollut 227 208
- Suosituin sivu on ollut yritys- ja palveluhakemisto ja yksittäisistä yrityksistä Kahvila Satumaa, joka käyttää Mun Keuruu elinvoimasivustoa kotisivunaan ihan virallisesti
- Katselukerrat per katselija on 2,99
- Eniten klikkauksia keräsi kokovartaloelämään sivusto kampanjan aikana (7 000 klikkausta)

Sivustoon liittyvät sosiaalisen media sivustot seuraavilla sivuilla: Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube sekä Tik tok. Sivustoilla jaetaan 3 kertaa päivässä yritysten ja asukkaiden #munkeuruu tunnisteella olevia julkaisuja ja tuetaan näin alueen yhteisöllisyyttä.



Hankkeen tulokset ja vaikuttavuus sekä päätelmät ja jatkotoimenpiteet

Hankkeen vaikutukset

Hankkeen avulla on minimoitu koronavirusepidemian haitallisia vaikutuksia yritysten liiketoimintaan ja näkyvyyteen. Hanke on tuonut alueelle uudenlaista digitaalista liiketoimintaa ja osaamista yrityksiin ja yrittäjille.

Koronasta kasvuun -hanke sai syvennettyä EKSS -hankkeessa aloitettuja toimenpiteitä ja kehitettyjä uusia tapoja. Lisäksi yritykset osallistuivat ahkerasti eri tapahtumiin ja koulutuksiin sekä olivat todella oma-aloitteisia yhteydenottoissaan hankkeen suuntaan. EKSS hankkeessa piti vielä houkutella yrittäjiä mukaan, mutta Koronasta Kasvuun hankkeen aikana osattiin jo ottaa yhteyttä projektipäällikköön. Toimenpiteisiin osallistuttiin todella hyvin.

Yritykset myös oppivat käyttämään elinvoimasivustoa, Business Keuruu -työkaluja ja verkkomarkkinoita sekä sosiaalista mediaa digitaalisina markkinointi- ja myyntikanavina.

Elinvoimasivustolla oli ensimmäisen vuoden aikana 25 000 eri kävijää ja sivuilla tehtiin yli 200 000 erilaista toimenpidettä. Vinkkejä tuli sivuston kautta reilut 20 kpl ja yhteydenpito somekanavien kautta oli jokapäiväistä yritysten osalta. #munkeuruu merkittyjä somejulkaisuja on jaettu Mun keuruu somekanavissa jo tuhansia. Yritysten lisäksi Mun Keuruu -brändi, on laajentunut jo asukkaisiin ja yhdistyksiin sekä muihin toimijoihin. Kasvamme todellakin koko kylän voimalla!

Hankkeen aikana onnistuttiin luomaan useita eri toimintamalleja ja käytänteitä alueen yritysten toimintaedellytysten parantamiseksi. Yritykset ovat ottaneet valtavan digiloikan koko hankkeen alueella.

Uusien digijärjestelmien ja erilaisten toimintamuotojen opettelemiseen meni paljon aikaa ja moni yritys kehitti erilaisten julkisten rahoitusten turvin omaa toimintaansa entistäkin sujuvammaksi. Alueella oli nähtävissä jo EKSS-hankkeen aikana hienoisesta lamaantumisen huolimatta, myös valtava into kehittää uusia toimintoja. Moni yritys on joutunut rajoitusten sijaiskärsijäksi, mutta moni on myös luonut ihan uutta toimintaa koronavuosien aikana. Osien ja komponenttien saanti on muodostunut joillakin aloilla haasteeksi ja kasvun esteeksi.

Hankkeen aikana tavoitettiin satoja yrityksiä ja alue sai paljon näkyvyyttä myös sosiaalisessa mediassa eri kanavien kautta. Hankkeen aikana osallistuttiin todella hyvin erilaisiin striimattuihin tapahtumiin ja kiitosta saatiin eritoten mikroyrityksiltä, joita huomioitiin digitaalisen tiedottamisen ja julistekampanjan avulla.

Elinvoimasivustolla on vierailut yli 26 000 eri kävijää ja yritykset ovat päässeet hyvin esille omilla "minikotisivuillaan", niin kuin yksi yrittäjä yrityshakemistoa nimitti. Elinvoimasivustoa ja sen hakutoimintoja osataan käyttää hyvin. Sivustolle ilmoittautuneista yrityksistä noin 30 % ei ole lainkaan kotisivuja, joten nämä yritykset saivat aivan uudenlaisen näkyvyyden toiminnalleen Mun Keuruu -sivuston kautta.

Yhteisen tiedottamisen ja myymisen malli tuli esiin hyvin konkreettisella tavalla verkkomarkkinoilla,, erilaisissa tapahtumissa sekä julistekampanjassa. Tehtyjen toimien avulla yritykset saivat lisättyä tunnettavuutta sekä myyntiä.



Sosiaalisella medially oli valtava vaikutus yritysten näkyvyyteen koronan aikana. Moni tarvitsikin apua hankkeen aikana eri kanavien opetteluun. Myös ilmaisia uutiskirjeitä ja mainostyökaluja otettiin käyttöön useassa yrityksessä projektipäällikön opastuksella.

Kokonaisuutena voidaan todeta, että hanke onnistui luomaan hyvin konkreettisesti yrityksiä tukevan mallin kriisistä nousemiseen. Apua tarjottiin yrityksille kokonaisvaltaisesti; jalkautumalla fyysisesti paikanpäälle, tarjoamalla psyykkistä tukea yrittäjille sekä pitämällä yllä sosiaalista kanssakäymistä monen eri median kautta sekä kasvotusten rajoitukset huomioiden.

Kaikki kehitetyt työkalut ja mallit ovat jääneet elämään ja ne ovat jalkautuneet yritysten arkeen työkaluiksi. Yrittäjät toivovat alueelle yhteisiä malleja ja markkinointitempauksia sekä tapahtumia. Varsinkin matkailuyrittäjät toivovat, että kunnissa panostetaan yhteismarkkinointiin ja kaikki puhaltisivat yhteen hiileen kuntien matkailuliiketoiminnan nostamiseksi uudelle tasolle. Myös rekrytointeihin halutaan panostaa yhteisponnisteluilla ja näkyvyydellä. Kokovartaloelämä kampanjalle toivottiin jatkoa monelta taholta.

Hankkeessa ei onnistuttu saamaan järjestettyihin hyvinvointitapahtumiin tarpeeksi yrittäjiä. Tapahtumia yritettiin järjestää yhteistyössä Keski-Suomen Yrittäjät ry:n kanssa ja se peruttiin tässä vaiheessa. Sen sijaan alueen hyvinvointiyrittäjät lähtivät mielellään keskenään yhteistyöhön ja heidän kanssaan tehtiin yhteisvideo ja paketoitiin uusia tuotteita. Myös matkailuyrittäjien kanssa tehtiin laajempi yhteisvideo. ROAD 58 kokonaisuutta ei ehditty lähteä rakentamaan Karstulan kanssa muuta kuin Keulinkin omassa suunnittelupöydässä.

Lyhyet kuvaukset indikaattoreiden toteutumisesta Koronasta kasvuun hankkeessa

Indikaattorit

Käynnistyvät kehitysprosessit 4 kpl

- Hankkeen tavoitteena on auttaa yrityksiä selviämään koronakriisin mukanaan tuomista ongelmista ja jatkamaan toimintaansa. Vähintään 50 yritykselle tehdään tarkemmat kehittämissuunnitelmat.
- Luodaan ja pilotoidaan Business Keuruu -malli
- Kehitetään EKSS -hankkeessa luotua elinvoimasivustoa
- Jatketaan yritysten markkinoinnin ja myynnin tehostamista yritysten tarpeista lähtevillä täsmätoimenpiteillä

Käynnistyneet kehitysprosessit 9 kpl (toteutuneet)

- 60 yritykselle tehdään tarkemmat kehittämissuunnitelmat.
- Luotiin ja pilotoitiin Business Keuruu -malli
- Kehitettiin EKSS -hankkeessa luotua elinvoimasivustoa
- Jatkettiin yritysten markkinoinnin ja myynnin tehostamista yritysten tarpeista lähtevillä täsmätoimenpiteillä
- rakennettiin yritysten yhteinen verkkokauppa
- paketoitiin tuotteita ja palveluita yritysten kanssa yhteistyössä.



- Yritysten hankintakampanja ja yritysten jatkajaprosessien edistäminen
- Uuraisten yritysluettelo
- tuotteiden ja palveluiden tuotteistamistyökalu elinvoimasivustolle

Käynnistyvät kokeilut 2 kpl

- Kokeillaan Keuruun, Multian ja Petäjäveden yhteistyön juurruttamista uudella nykyaikaisella tavalla (Business Keuruu)
- Kokeillaan seutukuntaa laajemman toiminnan toteutusta Verkkomarkkinoissa (Keuruu, Multia, Petäjävesi, Uurainen)

Käynnistyneet kokeilut 7 kpl (toteutuneet)

- Kokeiltiin ja pilotoitiin Keuruun, Multian ja Petäjäveden yhteistyön juurruttamista uudella nykyaikaisella tavalla (Business Keuruu)
- Kokeiltiin seutukuntaa laajemman toiminnan toteutusta verkkomarkkinoilla (Keuruu, Multia, Petäjävesi, Uurainen)
- Paketointi ja yhteismarkkinointi (tapahtumat, videot, iskäboxit)
- Haapamäen ja Keuruun yritysten tiedottamisen malli
- Tsemppi Tuubit
- Tapahtumien uudenlaisen tiedottamisen malli kaupan tukena
- Yhteistyö lukion yrittäjyyskasvatuksen kanssa- yrittäjyyslinja

Toimenpiteisiin osallistuvat yritykset noin 1000 yritystä (Keuruu, Multia, Petäjävesi, Uurainen)

Toimenpiteisiin osallistuneet yritykset (toteuma): n. 500 yritystä erilaisissa toimenpiteissä.

Säilytettävät työpaikat (tavoite): 250 työpaikkaa

Säilytetyt työpaikat (toteuma): Arviolta 250-500 työpaikkaa. Määriä on arvioitu yritysten aktiivisuudella ja toimenpiteisiin osallistumisella.

Hankkeesta tiedottaminen

Hankkeen etenemisestä tiedotettiin Kehittämisyhtiö Keulink Oy:n uutiskirjeen, kotisivujen ja Facebook -sivun kautta, suorien sähköpostien avulla, Suur-Keuruu -lehdessä sekä Mun Keuruu -kanavissa.

Hankkeesta tiedottaminen

Koronasta kasvuun -hankkeelle tehdään oma tiedotus- ja markkinointisuunnitelmansa hankkeen ajaksi. Hyvällä tiedottamisella saatiin alueen yrittäjät tietoisiksi uusista hankkeen tuomista digitaalisista myynti- ja markkinointikanavista sekä hankkeen tavoitteista.

Tiedotuskanavina käytetään sosiaalista mediaa, elinvoimasivustoa, sähköpostia, videoita ja uutiskirjettä sekä Keurusseudun verkkomarkkinoita.

Henkilöstö



Projektipäällikkö:

1.1.21 - 31.12.2021 Sari Saarinen, sari.saarinen@keulink.fi

Harjoittelija:

3.12.2020 - 31.1.2021 Riitta Syrjä

Kehittämisyhtiö Keulink Oy:n merkonomiharjoittelija, pääosin Mun Keuruu -sisällöntuotannon harjoittelijana

Projektityöntekijä

1.9.21- 31.12.2021 Riitta Syrjä, hankkeen toimenpiteiden yleistä avustamista

Hankkeen ohjausryhmä

Keski-Suomen liitto, Kari Pirinen
 Multian ja Petäjäveden kunta, Arto Kummala
 Uuraisten kunta, Juha Valkama
 Keuruun kaupunki, Leena Jaatinen
 Keulink Oy, Jukka Kentala
 Keulink Oy hallituksen edustaja, Uljas Valkeinen
 Keurusseudun yrittäjät, Emilia Koikkalainen
 Hankkeen hallinnoija Keulink Oy, Ritva Pohjoisvirta
 Projektipäällikkö, Sari Saarinen

Yhteistyötahot

Keuruun ja Multian, Petäjäveden ja Uuraisten kuntien yritykset
 Keurusseudun Yrittäjät ry
 Keurusseudun Nuorkauppakamari ry
 Keuruun kaupunki
 Alueen asukkaat
 Kehittämisyhtiö Karstulanseutu Oy
 Kehittämisyhtiö Witas Oy
 Haapamäen kylä
 Kaupan keskus Keuruu ryhmä
 Keuruun lukio
 Finest future Oy, Peter Vesterbacka

Aineiston säilytyspaikka

Hankeaineistoa säilytetään Kehittämisyhtiö Keulink Oy:n tiloissa, Keskusaukio 3, 42700 Keuruu.

Liitteet

LIITE 1	Luettelo hankkeen toimenpiteisiin osallistuneista yrityksistä (ei julkinen)
LIITE 2	Keurusseudun verkkomarkkinat -raportti
LIITE 3	Kokovartaloelämään Keuruulle yrityshankintakampanja
LIITE 4	Paikallisten tuotteiden ja palveluiden tuotteistaminen työkalu



Keuruulla 31.12.2021

Allekirjoitukset

Sari Saarinen, projektipäällikkö

Jukka Kentala, toimitusjohtaja