

Alueellisen yhteistyön kehittäminen Team Finland palvelupolulla –pilotti

Hyvät käytännöt TF- aluekoordinoitiryhmissä

Anne Turula BF, Jukka Kohonen ELY,
Jaakko Helenius SEKES

1. Alueryhmien hyvät kokouskäytännöt

Navitas ja Kosek

Työryhmä: Juha Valaja, Nora Birkman Neunstedt, Jouko Laitinen, Tom Saksa, Markku Koponen

Alueryhmien hyvät kokouskäytännöt

Kokouskäytännöt vaihtelevat alueen laajuuden, koon ym. erityspiirteiden mukaan. Yhteisiä hyviä käytäntöjä:

- Suunnitelmallisuus ja toistuvuus
 - Vakioagenda ja kokousajankohdat sovittu
 - Kokoukseen osallistuvat toimijat ja henkilöt tiedossa
 - varahenkilöt nimettyinä
- **Vuosikellon hyödyntäminen**
 - Työnjako ja vastuut
 - Teemoitus, esim. rahoitushaut, alueen erityispiirteet...
- Informaation jakaminen laajasti. Mm. agendan ajankohtaisissa asioissa valtakunnallisista TF- webinaareista (TF-Talks) ym.
- Tiedolla johtamisen periaate
- Myös vapaamuotoiset lounastapaamiset
- Huomioitava varovaisuus yrityslistoissa yms.
- Tiedon jakamisen varmistaminen organisaatioiden sisälle kokousten jälkeen

2. Potentiaalisten asiakkaiden ja niiden tarpeiden tunnistus, yritystietojen vaihto (luvut) ja polutus palveluihin

Business Tampere ja Navitas

Työryhmä: Markku Koponen, Jukka Kohonen, Niina Immonen, Jouko Laitinen, Juha Valaja

Asiakkaiden ja tarpeiden tunnistus

Uusi asiakas: Proaktiivinen yritysten kontaktointi puhelimitse soittolistoja hyödyntäen tai lähitapaaminen

- Soittolistat voidaan luoda kohderyhmittäin
- Sisältötieto tallennetaan CRM järjestelmään asiakkaittain
 - Potentiaalisiin asiakkaisiin otetaan välittömästi yhteyttä henkilökohtaisesti **tai**
 - Puhelinkeskustelusta lähetetään yhteenveto asiakkaalle sisältäen yhteystiedot yrityksen tarvitsemiin TF palveluihin / henkilöihin. Asiakas jatkaa tästä eteenpäin oman aktiivisuuden mukaan.

Asiakkaiden ja niiden tarpeiden tunnistus

Vanha asiakas

- Selvitetään yrityksen nykytila ja strategia (asiakaskäynti, puhelin tai etäyhteys)
 - Asiakkaan historian selvitys CRM:stä ja julkisista lähteistä ennen tapaamista
 - Kuunnellaan. Annetaan asiakkaan ensin kertoa tilanteesta
 - Hyödynnetään kysymyslistoja tilanteeseen soveltaen..
 - Tunnistetaan yrityksen kasvuhalu ja -kyky, sekä yrityksen kehittämissuunnitelmat, haasteet
 - Muutossignaalien tunnistaminen
 - kytketään TF ja elinkeinoyhtiön toimijat kehitystoimenpiteiden käynnistämiseen
 - Yrityshankkeissa kehittäminen ja rahoitus yleisimpiä aiheita.

Asiakkaiden ja niiden tarpeiden tunnistus

1. Liidaukset ja palveluuihin

- Liidejä voi tulla TF toimijoilta, kehitysyhtiöiltä, hankkeilta, kauppakamarilta...
 - Tunnistetaan yrityksen palvelutarpeet
 - Liidien välitys
 - Ensisijaisesti CRM:n kautta → **Asiakastiedon jakamiseen ja hallintaan tulisi saada yhteinen työkalu!**
 - Tarpeen mukaan asiakkaalta pyydetään lupa tietojen välittämiseen ko. asian osalta
 - Toimijoiden välinen listaus yhteyshenkilövastaavista

2. Jälkihoito

- Seuranta- ja jatkokontaktointi
- Varmistetaan että liidatut asiat etenevät. Varmistetaan myös, että asiakas on saanut haluamaansa apua.
- CRM järjestelmän käyttö, tiedon syöttö ja tietojen ylläpito
- Onko yritykselle syntynyt lisäarvoa? Jatkuvuus!

3. Tapahtumat ja infot

**Ladec, Business Joensuu, Hämeen
ELY-keskus, Pohjois-Karjalan ELY-
keskus**

**Ville Uimonen, Matti Nykänen, Seppo Tossavainen ja
Tapio Kinnunen**

Yhteistyössä järjestetyt tilaisuudet

Suunnittelu

- Tilaisuuksien suunnittelussa hyödynnetään vuosikelloa, johon voidaan koota alueella etukäteen alueen keskeiset tapahtumat ja teemat,
- Tilaisuuksien järjestämisessä tulee ratkaista milloin yhteistyönä toteutus on toimivaa. Yhteistyön kautta lisäarvoa osallistujille ja tilaisuuden järjestäjille
- Tilaisuuksien suunnittelussa määritellään organisaatio/-t, jotka ovat päävastuussa tilaisuuden järjestämisestä
- Päävastuuorganisaatioiden lisäksi muut organisaatiot voidaan pyytää mukaan ohjelman sisällön suunnitteluun tai puhumaan tilaisuuksiin
- Live tilaisuuksien haaste on saada asiakkaita paikalle. Tilaisuuden järjestämistä harkittaessa tulee ratkaista toimiiko tilaisuuden toteutus paikan päällä toteutettuna vai Teams toteutuksena paremmin.

Yhteistyössä järjestetyt tilaisuudet

Tiedotus

- Tilaisuuden järjestämisessä päävastuu ja tiedotuksen suunnittelu on yleensä parilla organisaatiolla
- Markkinointia voidaan tehdä useammankin organisaation yhteistyönä
- Markkinoinnin tulee olla suunnitelmallista ja koordinoitua. Markkinoinnin koordinointi on päävastuu organisaatioilla.
- Tilaisuuksien koordinoinnissa ja päällekkäisyyksien minimoinnissa hyödynnetään alueilla käytössä olevaa kaikille toimijoille avointa kalenteria, jonka käytöstä on sovittu yhteistyössä ja joka on kaikkien toimijoiden tiedossa.
- LinkedIn – ryhmiä voidaan hyödyntää tilaisuuksien ja infojen markkinoinnissa. Ryhmien perustamista tulee harkita ja sopia niistä yhdessä muiden kumppaniorganisaatioiden kanssa.

Yhteistyössä järjestetyt tilaisuudet

Jälkihoito

- Tilaisuuksien jälkihoidosta tulee sopia tilaisuutta suunniteltaessa. Yleensä tilaisuuksien jälkihoito tehdään tilaisuuden pääjärjestäjän/ien kautta.
- Yhdessä sovitaan ollaanko yhteydessä kaikkiin osallistujiin, yhdessä valittuihin asiakkaisiin vai kysytäänkö yrityksiltä haluavatko yhteydenottoa tilaisuuden jälkeen.
- Verkossa järjestettävien tilaisuuksien jälkihoidon toteuttaa tilaisuuden järjestäjä.
- Läsnätilaisuuksia markkinoitaessa ja tilaisuuden alussa viestitään selkeästi asiakkaille, jos heitä tullaan kontaktoimaan tilaisuuden jälkeen.