

Tietoisuuden lisääminen vihreästä liiketoiminnasta: Osa 2 Miten tietoisuutta lisätään?

Hanke on rahoitettu Euroopan komission tuella. Tästä julkaisusta (tiedotteesta) vastaa ainoastaan sen laatija, eikä komissio ole vastuussa siihen sisältyvien tietojen mahdollisesta käytöstä.



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Sisältö

- ◆ Tavoitteet ja oppimistulokset
- ◆ Aloitus
- ◆ Markkinoiden analysointi
- ◆ Markkinoinnin suunnittelu
- ◆ Tietoisuuden lisääminen vihreästä liiketoiminnasta
- ◆ Yhteenveto



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Yleinen tavoite

- ◆ Osan yleisenä tavoitteena on:
Tarkastella tietoisuuden lisäämisen prosesseja ja käytäntöjä vihreästä liiketoiminnasta

- ◆ Tässä osassa: (1) tunnistat menetelmiä, joita voidaan käyttää asiakkaidesi tarpeiden tunnistamisessa, (2) tarkastelet erilaisia työkaluja, jotka liittyvät tietoisuuden lisäämiseen yrityksestä ja (3) kehität suunnitelman siirtymisestä tutkimuksesta toimintaan



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Oppimistulokset

- ◆ Käytyäsi osan läpi:
 - ◆ Osaat kuvailla miten markkinoita tutkitaan, jotta vihreän yrityksen asiakkaiden tarpeet saadaan tunnistettua
 - ◆ Osaat sovittaa asiakkaiden tarpeita vihreän liiketoiminnan tavoitteisiin
 - ◆ Osaat tunnistaa sopivia työkaluja tietoisuuden lisäämiseen vihreästä liiketoiminnasta
 - ◆ Osaat kehittää suunnitelman siirtymisestä tutkimuksesta toimintaan



Erasmus+



Oppimisprosessi

- ◆ Teoriatietoa
- ◆ Ryhmätyöskentelyä
- ◆ Henkilökohtaista pohdintaa
- ◆ ... sekä oppimista ja hauskanpitoa



Aloitus

- ◆ Nopea kysymys:
- ◆ Mieti kolme erilaista tapaa lisätä tietoisuutta vihreästä liiketoiminnasta ja yksi etu ja haitta kustakin tekniikasta
- ◆ Jaa ajatuksesi koko ryhmälle



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Aloitus

- ◆ Aloittaessasi ja kehittäessäsi vihreää liiketoimintaa tulet huomaamaan, että vaatimukset muuttuvat jatkuvasti ja siksi on tärkeää tietää miten asiat kehittyvät
- ◆ On tärkeää kerätä mahdollisimman paljon tietoa varmistaaksesi, että tuotteesi ja palvelusi sopivat tarkoitukseen
- ◆ Nämä tiedot voidaan kerätä tutkimalla markkinoita, johon kuuluu saatavilla olevan tiedon kerääminen, tallentaminen ja tulkitseminen



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Aloitus

Push – examples of change which threaten the business



Pull – examples of change which offer opportunities

Your customers start thinking your product and service offerings are old-fashioned

You find new ways to do things better

Your 'star' products and services reach the end of their life cycle

New markets want your products

Competitors do what you do better or more cheaply

You find ways to do new things

Your customers' requirements change

New techniques change what you can do

New products and services make yours unnecessary

Government policy offers incentives and subsidies

Regulation increases your costs



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Markkinoiden analysointi

- ◆ Toimialan analysointi, työpöytätyöskymukset ja asiakastyöskymukset auttavat sinua määrittelemään, mihin ponnistelut kannattaa keskittää ja miten kehittää kilpailuetua
- ◆ Markkinointityöskymuksen avulla ja analysoimalla sekä markkinoiden mahdollisuuksia ja asiakkaidesi tarpeita, sinun tulisi pystyä määrittelemään ja muokkaamaan yrityksesi tavoitteita ja kehittämään sopiva markkinointisuunnitelma
- ◆ Markkinatietojen ja näkemyksen välinen ero



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Markkinoiden analysointi



Lähde: <http://www.youtube.com/watch?v=jJk5fgy4WEg>



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Markkinoiden analysointi

- ◆ *Markkinatiedot* viittaavat tiettyyn osaan markkinoiden osa-alueista – esim. kuinka moni kierrättää kotitalousjätteet, kuinka monella talolla on aurinkopaneelit, kuinka monella yrityksellä on ympäristöjärjestelmästandardi
- ◆ *Näkemyks* liittyy tietyn tilanteen, käyttäytymisen tai vakaumuksen tulkintaan, joka selittää tämän tilanteen dynamiikkaa eri tavalla



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Markkinoiden analysointi

- ◆ Markkinatutkimuksen tarkoitus on lisätä ymmärtämystä asiakkaasta
- ◆ Eri tapoja toteuttaa tutkimus:
 - Tee se itse
 - Teetä te jollakin toisella
 - Anna asiakkaan tehdä se itse

- ◆ Tavoitteiden selkeys on erittäin tärkeää – Mihin kysymykseen on vastattava?



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Markkinoiden analysointi

VOTE TO BRING BACK

YOUR FAVOURITE FLAVOUR

**VOTE TO
BRING BACK
YOUR FAVOURITE
& YOU COULD WIN
£100,000**



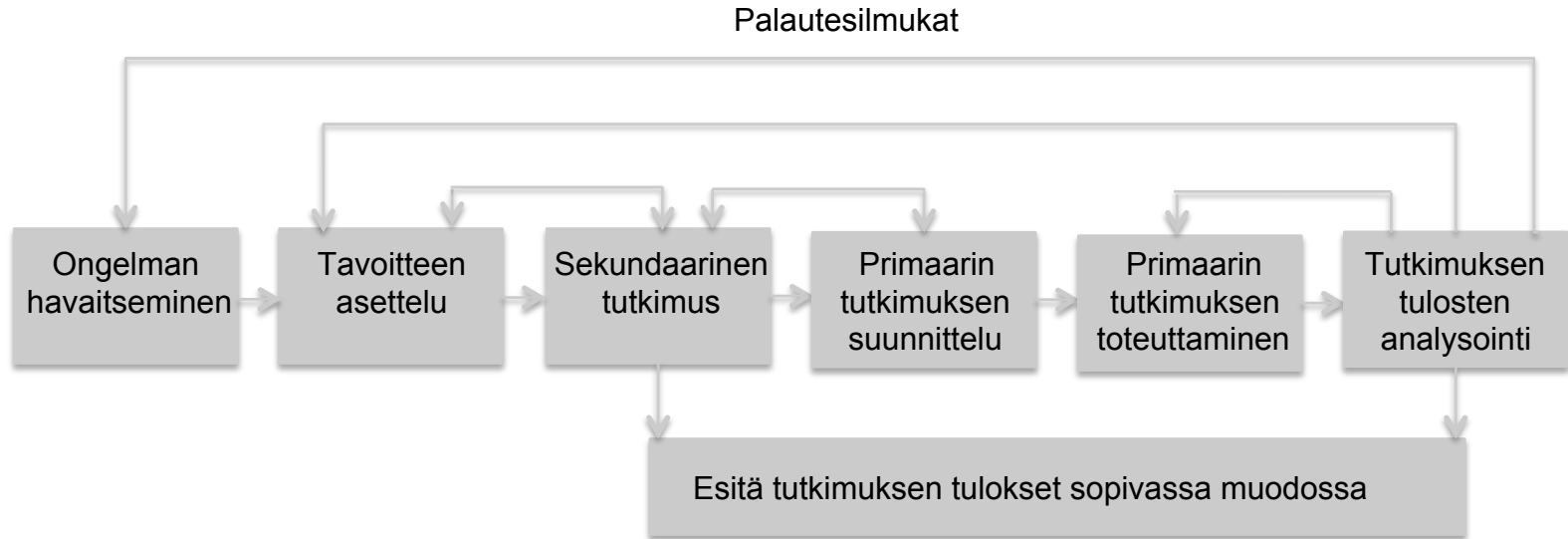
Vote now



Erasmus+



Markkinoiden analysointi





GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Markkinoiden analysointi

- ◆ On olemassa useita erilaisia menetelmiä, joita voidaan käyttää markkinoiden tutkimisessa
- ◆ Nämä ryhmitellään usein primaarisiin ja sekundaarisiin tutkimusmenetelmiin
- ◆ Molempiin liittyy useita hyviä ja huonoja puolia



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Markkinoiden analysointi

◆ *Primaarinen* tutkimus käsittää tiedon keräämistä yksityishenkilöiltä ja yrityksiltä käyttämällä menetelmiä, kuten kyselytutkimuksia, haastatteluja, kohderyhmiä ja päiväkirjoja

◆ *Sekundaarinen* tutkimus (tai työpöytä tutkimus) tarkoittaa muiden ihmisten keräämien tietojen tutkimista riippumatta siitä, ovatko tiedot julkisesti saatavilla olevia esim hallinnolta tai markkinaselvityksiä yksityisen sektorin organisaatioilta



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Markkinoiden analysointi

◆ Esimerkiksi golfklubin suorittaman sekundäärisen tutkimuksen markkinatietojen lähteitä ovat:

- Valtion osastot ja virastot
- Sääntelyelimet
- Ammatilliset järjestöt
- Markkina- ja tiedotuskonsultit
- Pankit
- Ajatushautomot
- Korkeakoulut



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Markkinoiden analysointi

◆ Primaarin tutkimusmentelmän valintaan vaikuttavat keskeiset tekijät:

- Päämäärät ja tavoitteet
- Kysyttävät kysymykset
- Ryhmät, jotka tulee saada mukaan
- Tietojen käyttö



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Markkinoiden analysointi

◆ **Harjoitus:**

◆ Pohtikaa pareittain markkinointitutkimusta, jonka olette toteuttaneet liittyen vihreään yritysideoinne kehittämiseen

◆ Vertailkaa kokemuksianne vastaamalla seuraaviin kysymyksiin:

- Miksi se toteutettiin?
- Miten se toteutettiin?
- Mitä siitä opittiin?



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Markkinoinnin suunnittelu

- ◆ Kerätyillä tiedoilla voidaan muotoilla suunnittelua siitä, kuinka tietoisuutta yrityksestä ja sen tuotteista ja palveluista kasvatetaan
- ◆ Kirjallisuudessa on olemassa runsaasti erilaisia menetelmiä, joita voidaan hyödyntää suunnittelussa siitä kenen, milloin ja mitä tulee tehdä.



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Markkinoinnin suunnittelu

- ◆ Stokes (2000) ja yrittäjämäinen markkinointi -käsite
- Innovaatio – eli mikä tuotteessa tai palvelussa on erilaista suhteessa kilpailijoihin?
- Tunnistaminen – eli ketkä ovat yrityksen asiakkaita?
- Interaktiivinen markkinointi – eli kuinka tavoittaa asiakkaat (esim suusta-suuhun markkinointi)
- Epävirallisuus – eli miten ymmärrystä asiakkaasta kerätään epävirallisilla menetelmillä ennemminkin kuin virallisilla menetelmillä



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Markkinoinnin suunnittelu

◆ **Harjoitus:**

◆ Vastaa seuraaviin kysymyksiin Stokesin yrittäjämäisen markkinoinnin käsitteen perusteella:

◆ Mitä eroa on yrityksesi tuotteella ja/tai palvelulla verrattuna muihin markkinoilla oleviin vihreisiin yrityksiin?

◆ Kuinka yrityksesi tavoittaa potentiaalisia ja nykyisiä asiakkaita markkinoidakseen liiketoimintaansa?

◆ Kuinka ymmärrystä asiakkaasta kerätään epävirallisilla menetelmillä?



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Tietoisuuden lisääminen vihreästä liiketoiminnasta

- ◆ Käytettävissä on useita menetelmiä, joilla voit lisätä tietoisuutta yrityksestäsi ja sen tuotteista ja palveluista
- ◆ On tärkeää, että nämä menetelmät auttavat sinua viestimään tehokkaasti arvolupaustasi ja kartoittamaan asiakkaidesi käyttämiä menetelmiä



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Tietoisuuden lisääminen vihreästä liiketoiminnasta

- ◆ Asiakkaiden kanssa keskustelu kasvokkain verkostoitumistapahtumissa, seminaareissa, konferensseissa
- ◆ Printtimateriaalien lähettäminen kuten uutiskirjeet, esitteet ja katalogit
- ◆ Verkkoartikkeleiden, blogien ja mielipiteiden kirjoittaminen
- ◆ Sosiaalisen median alustojen käyttäminen
- ◆ Omien verkkosivujen kehittäminen kuvastamaan tuotteitasi ja palveluitasi
- ◆ Mainostaminen käyttäen painotuotteita, radiota ja TV:tä



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Tietoisuuden lisääminen vihreästä liiketoiminnasta: Tapausesimerkki



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Tietoisuuden lisääminen vihreästä liiketoiminnasta

◆ **Harjoitus:**

- ◆ Tunnistakaa pareittain eri menetelmien edut ja haitat
- ◆ Miettikää mitä menetelmiä yrityksesi asiakkaat haluavat mieluiten käyttää
- ◆ Kehitä suunnitelma lisätäksesi tietoisuutta sinun vihreästä yrityksestäsi



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Yhteenvedo

- ◆ Halu ja tarve eroavat toisistaan
- ◆ On olemassa erilaisia menetelmiä joita voidaan käyttää asiakkaiden halujen ja tarpeiden tutkimisessa
- ◆ On olemassa erilaisia menetelmiä, joita voidaan käyttää tietoisuuden lisäämiseen vihreästä liiketoiminnasta
- ◆ On tärkeää ymmärtää mitä menetelmiä asiakkaasi käyttävät hankkiessaan tietoa



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Kiitos!

Lisätietoja

Vieraile verkkosivuillamme
Green-entrepreneurship.online



Erasmus+