

Vihreän yrittäjyyden koulutusohjelma

Moduuli: Tietoisuuden lisääminen vihreästä liiketoiminnasta Tuntisuunnitelma

Osa 2: Miten tietoisuutta lisätään?

Päiväys:		Aika:	
Paikka:		Ohjaaja:	
Otsikko:			

Tavoitteet:	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
Oppimistulokset:	LO1: Osaat kuvailla miten markkinoita tutkitaan, jotta vihreän yrityksen asiakkaiden tarpeet saadaan tunnistettua LO2: Osaat sovittaa asiakkaiden tarpeita vihreän liiketoiminnan tavoitteisiin LO3: Osaat tunnistaa sopivia työkaluja tietoisuuden lisäämiseen vihreästä liiketoiminnasta LO4: Osaat kehittää suunnitelman siirtymisestä tutkimuksesta toimintaan

Aika	Oppimistulos	Sisältö	Diat	Oppimis- ja arviointitehtävät
09.30-09.45	-	Sisältö <ul style="list-style-type: none"> Osan sisällön esittely ja keskustelua odotuksista Jäänmurtaajaharjoituksen avulla pohditaan erilaistentietämystä erilaisista työkaluista, joita voidaan käyttää tietoisuuden lisäämiseen vihreästä liiketoiminnasta 		Johdanto Jäänmurtaajaharjoitus – Miettikää kolme erilaista tapaa lisätä tietoisuutta vihreästä liiketoiminnasta ja yksi etu ja haitta kustakin tekniikasta
09.45-10.00	LO1	Kotitehtävän läpikäyntiä <ul style="list-style-type: none"> Tarkastelkaa mitä osallistujat oppivat asiakkaistaan ja heidän tarpeistaan Pohtikaa erilaisten segmentointien hyödyllisyyttä 		Tee miellekartta fläppitaululle ryhmäkeskustelun keskeisistä tuloksista
10.00-10.40	LO1	Markkinoiden analysointi <ul style="list-style-type: none"> Kerro mitä tarkoitetaan markkinoiden analysoinnilla ja tutkimisella Näytä Hamish Taylorin video esitelläksesi markkinatietojen ja näkemyksen välistä eroa Tarkastele erilaisten lähestymistapojen etuja ja haittoja Korosta primaaristen ja sekundaaristen menetelmien eroa Korosta erilaisten primaaristen 		Harjoitus 1 ⇒ Osallistujat: Pohtikaa pareittain markkinointitutkimusta (kotitehtävää), jonka olette toteuttaneet liittyen vihreän yritysideoinne kehittämiseen Vertailkaa kokemuksianne vastaamalla seuraaviin kysymyksiin:

		<p>tutkimusmenetelmien etuja ja haittoja</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tunnista markkinoiden analysoimiseen ja tutkimiseen tarkoitettut tukijärjestelmät 		<p>Miksi se toteutettiin? Miten se toteutettiin? Mitä siitä opittiin?</p> <p>Ohjaa ryhmäkeskustelua tunnistaaksenne markkinatietojen ja näkemyksen erot</p>
10.40-10.50		Kahvitauko		
10.50-11.30	L02 ja L03	<p>Markkinoinnin suunnittelu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avaa Kotlerin ja Armstrongin käsitteiden keskeisiä osia ja niiden merkitystä suhteessa siihen miten vihreä yritys voi suunnitella lisäävänsä tietoisuuttaan tuotteistaan ja palveluistaan • Esittele SOSTAC ja Lean Analytics mallit ja anna linkkejä lisämateriaaleihin • Esittele Yrittäjämäinen markkinointi- käsite ja sen käyttöä vihreän liiketoiminnan markkinointiin. 		<p>Harjoitus 2 ⇒ Osallistujat soveltavat Stokesin yrittäjämäinen markkinointi - käsitettä liiketoimintaansa. Kts. dian kysymykset.</p>
11.30-12.20	L03 ja L04	<p>Suunnittelusta käytäntöön – Tapausesimerkki</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esittele tapausesimerkki • Tapausesimerkissä tulee esitellä keitä he ovat ja mitä he tekevät, yrityksen markkinointisuunnitelma, siihen käytettävät työkalut ja menetelmät, ja näiden työkalujen ja 		<p>Kysymyksiä ryhmälle ⇒ tee miellekartta fläppitaululle vastauksista</p> <p>Jos ryhmätehtävä ⇒ hahmotellaan tapausesimerkin</p>

		<p>menetelmien tehokkuus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tee kysymyksiä tapausesimerkkiin liittyen koko ryhmälle tai ryhmätehtävä 		<p>kokemusten perusteella toimintaa. Ohjaa palautekeskustelua</p>
12.20-12.30	-	<p>Yhteenveto ja kotitehtävä</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tee yhteenveto osan keskeisistä asioista: markkinatiedon ja näkemyksen ero, erilaisten markkinatutkimuslähestymistapojen edut ja haitat, yrittäjämäisen lähestymistavan merkitys markkinointiin, erilaisten markkinointityökalujen edut ja haitat • kotitehtävä – suunnitelman laatiminen oman yrityksen markkinointiin 		

