

Juuso Lehto
Anna Kiukkonen
Bell Rock Advisors

Osaamisen kehittäminen yrityksissä



MediaTyö²⁰₃₀

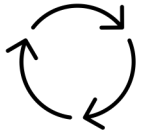
Sisältö

1. Tausta, tavoite & johtopäätökset
2. Tiedonkeruu
3. Osaamisteemat
4. Työpajat
5. Pilotti

Tiivistelmä
Tammikuu 2023

Projektin tavoitteena on löytää osaamisen kehittämiseen ja jatkuvaan oppimiseen keinoja, joita voidaan hyödyntää laajasti media-alan yritystoimijoiden kesken lyhyellä aikavälillä

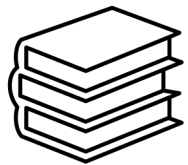
Projektin lähtökohdat



- Sekä työntekijöiden että yritysten tarve kehittää jatkuvaa oppimista työelämässä



- Media-alan murros on ollut nopeaa
 - Muutokset heijastuvat hitaasti oppilaitosten koulutussisältöihin
 - Osalle työntekijöistä ja yrityksistä tämän aiheuttama moninaisuus on tuottanut haasteita



- Tarvitaan keinoja, jotka edesauttavat työssäoppimista media-alalla, keskittyen etenkin vaikeaksi koettuihin ja laajasti jaettuihin aihealueisiin

Tavoitetta lähestyttiin monivaiheisesti ja osallistaen

18 kuukautta

2 kyselyä ja työpajaa

25 haastattelua

1 pilotti

50+ osallistujaa



Hankkeen tavoitetta tukee parhaiten oppimisalusta

Visio

“Palvelu on media-alan työntekijöiden pääasiallinen paikka itseoppimiseen ja omien taitojen jatkuvaan kehittämiseen asioissa, jotka liittyvät digitaitoihin, monikanavaisuuteen sekä kaupallistamiseen.”

- Tunnistetut osaamistarpeet ovat laajasti jaettuina, joten alalle yhteinen ratkaisu olisi hyödyllinen.
- Räätylöity kokonaisuus koostuu yhdistelmästä avoimia lähteitä sekä alan palveluntarjoajia. Sisältö olisi aiheiltaan ja muodoltaan monipuolista, ottaen huomioon käytännönläheisyyden.
- Käyttökokemusta määrittävät helppous ja työn lomaan sijoittuminen käyttöasteen takaamiseksi. Erilaiset sisällöt mahdollistavat oppimisen eri tilanteissa työntekijän tahtiin.
- Mahdollisuus hyödyntää kustannustehokkaita valmiita alustaratkaisuja pohjana.

MediaTyö 30

TAKAISIN 1 / 3

Osaaminen Ajankäyttö Oppimistyylit

Osaamisalue

Voit valita useampia

Monikanavaisuus
Lisääntyneen kanavamäärän kanssa toimiminen: mitkä kanavien ominaisuudet, miten ne toimivat yhteen, mitkä työ eri kanavien keskeisiä?

Kaupallistaminen
Konseptien kaupallistaminen ja brändäys sekä liiketoimintaperiaatteita.

Digitaalisuus
Digitaalisuuteen liittyvät taidot eri työkaluista muutosvalmiuteen.

Miksi brändimarkkinointi on tärkeää?
Elämme dataohjattua ja datalla johdettua aikakautta. Ainakin niin väitetään. Moni mainostaja ja markkinoija on havainnut, että taktiseen liidimainontaan tähtäävä...

Mikä on yrityksen kohderyhmän merkitys nykypäivän markkinoinnissa?
Kun puhutaan markkinoinnista, väistämättä keskusteluun tulee mukaan kohderyhmä ja kohderyhmät eli kenelle markkinointia kohdistetaan. Kohderyhmän määrittely onkin yksi...

Neljä keinoa luoda kasvua mainonnalla
Moni yritys lyö parhaillaan lukkoon tulevia markkinointitoimenpiteitä alkavalle vuodelle 2022. Onnittelut heille hyvistä päätöksistä! Markkinointiin ja mainontaan kannattaakin panostaa...

Arvoa asiakasdatasta!
MarkkinointiRadiossa pureudutaan asiakasdatan äärelle, kun vieraiksi

Orgaaninen sisältö ja maksettu mainonta LinkedInissä

Mitä on yhteiskunnallinen vaikuttaminen somessa?

Mikollektiivi | Alle tunti | Kaupallistaminen

Mikollektiivi | Alle tunti | Kaupallistaminen

PING | 1-4 tuntia | Kaupallistaminen, Monikanavaisuus

Audio Ilmainen

Audio Ilmainen

Video Ilmainen

Lisätietoa

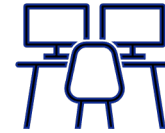
Lisätietoa

Lisätietoa

Tiedonkeruu



Kolmivaiheinen taustoitus luo vakaan pohjan hankkeen kehitystyölle



TAUSTATUTKIMUS

- Selvitys tiedonsiirron eri muodoista ja osaamisen kehittämisen parhaista käytännöistä



KYSELY SIDOSRYHMILLE

- Kartoitus osaamistarpeista ja osaamisen kehittämisen keinoista
- Lähetetty Medialiiton kautta



YKSILÖHAASTATTELUT

- Kyselyn teemojen syventäminen ja konkretisoiminen
- Kyselyn kautta tavoitetut sekä





Taustatutkimuksessa tutkittiin tiedon siirtymisen eri muotoja

- Projektin alussa teimme taustatutkimuksen osaamisen kehittämisen eri tavoista
 - Hahmottelimme viitekehyksen tiedon siirtämisen tavoille
 - Viitekehys on kätevä tapa jaotella erilaisia tiedon siirtämisen menetelmiä henkilöiden ja/tai entiteettien välillä
 - Muuttujina tiedon lähteiden ja tiedon vastaanottajien määrät
- Katsoimme myös yrityskentältä esimerkkejä tavoista kehittää henkilöstöä ja osaamista
- Taustatutkimus loi pohjan tiedon jäsentämiselle ja sitä voidaan hyödyntää myöhemmissä vaiheissa kun työ konkretisoituu



Viitekehys: Neljä eri tapaa siirtää tietoa

Tiedon lähteiden ja vastaanottajien määrä

	 Yhdeltä yhdelle	 Yhdeltä monelle	 Monelta yhdelle	 Monelta monelle
Esimerkkejä aktiviteeteista	Mentorointi Mentori jakaa kokemuksiaan tai osaamistaan aktorille	Asiantuntijaesitykset Jonkin aihealueen asiantuntijan esitys aiheeseen perehdyttämiseen	Työnkierto Työntekijöiden kierrätys eri työtehtävissä organisaation sisällä tai organisaatioiden välillä	Osaamisen ja tiedon jakaminen Yrityksen sisäinen, yrityksen välinen tai julkinen osaamisen ja tiedon jakaminen alustan kautta
	Coaching Valmentaja asettaa valmennettavalle tavoitteita ja tarjoaa ohjausta saavuttaakseen nämä	Koulutukset Materiaaleja jonkin aihekokonaisuuden oppimiseen, kuten luentokalvot	Perehdytys Työntekijöiden perehdytys organisaatioon ja työtehtäviin	Yhteisöt Vapaaehtoiset tai yritysten järjestämät yhteisöt jonkin aiheen ympärille
	Työnohjaus Oman työn tutkimista, arviointia ja kehittämistä kokeneemman henkilön ohjauksella	Tehtävät Tehtäviä joiden ratkaisuun tulee hyödyntää opittavia taitoja	Projektityö Työn tekeminen projektipohjaisesti, jolloin työntekijän tulee ottaa selvää asioista itsenäisesti	Tapahtumat Aiheen ympärille järjestetyt tapahtumat kuten seminaarit tai paneelikeskustelut
	Yksityisopetus Jonkin aiheen asiantuntijan tiedon siirtäminen oppilaalle yksityisopetuksena	Kirjallisuus ja artikkelit Tiedon jakamista kirjoitetussa muodossa	Organisaation uudistaminen Organisaation toimintatapojen uudistaminen pakottaa työntekijät oppimaan uudet menetit	Tiimityö Työntekijöiden kokoaminen ryhmään yhteisen projektin suorittamiseen tai ongelman ratkaisuun
		Videot, podcastit ja tallenteet Tiedon jakamista muussa, kuin kirjoitetussa muodossa	Tuettu jatkokoulutus Rahallisesti tuettu jatkokoulutus, esimerkiksi MBA tutkinnon suorittaminen	
			Graduate program Vastavalmistuneiden koulutusohjelma, missä voidaan hyödyntää työnkiertoa ja perehdytystä	

Kyselyllä varmistettiin ymmärrys alan kohtaamista haasteista

Kysely teetettiin media-alan työntekijöille.

Kyselyn tavoitteena oli

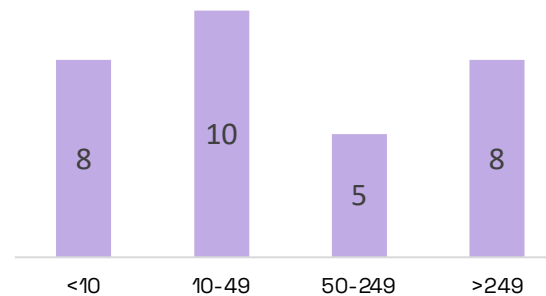
- järjestää aiemman tutkimuksen tulosten perusteella nostetut osaamisen kehittämisen alueet tärkeysjärjestykseen sekä
- tarjota mahdollisuus osallistua projektin jatkotyöhön.

Kyselytutkimus vahvisti aiemman näkemyksen alan päähaasteista.

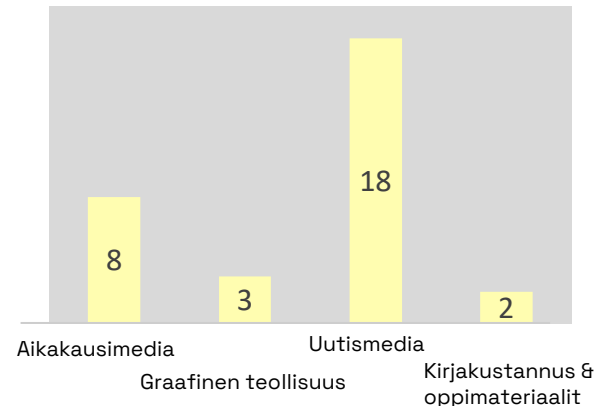
Top 3 haasteet:

- Myynti
- Datajournalismi
- Konseptien kaupallistaminen ja brändäys

Vastaajien lukumäärä yrityksen henkilöstön koon mukaan (n=31)



Vastaajien lukumäärä yrityksen toimialan mukaan (n=31)



MediaTyö²⁰₃₀

Kysely: Miten osaamista tulisi kehittää media-alalla?

Media-ala digitalisoituu ja on jatkuvassa murroksessa. Aiemmissä tutkimuksissa on käynyt ilmi, että media-alan koulutus ei tue riittävästi nykypäivän työelämän muuttuvia vaatimuksia. Alan yrityksillä on kova tarve kehittää henkilöstön osaamista, mutta monelta puuttuvat työkalut konkreettiseen ja pitkäjänteiseen toteutukseen.

MediaTyö2030-hankkeen tavoitteena on luoda toimintamalleja, joilla edistetään jatkuvaa oppimista työpaikoilla. Samalla kannustetaan alan yrityksiä siihen, että ne etsivät henkilöstön osaamista ja hyvinvointia parantavia menetelmiä, jotka sopivat toimialalle parhaiten.

Osana hanketta keräämme media-alan yrityksistä tietoa yritysten tarpeista sekä niissä jo käytössä olevista henkilöstön kehittämismenetelmistä. Vastauksesi ohjeiseen kyselyyn antaakin meille arvokasta tietoa projektia varten. Kyselyn ja haastatteluiden pohjalta työstämme työkalun, toimintamallin tai näiden yhdistelmän, joka pilotoidaan vuoden 2022 aikana.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 minuuttia. **Vastaamalla voit vaikuttaa siihen, minkälaisia ratkaisuja media-alan osaamisen kehittämistä varten luodaan.** Hankkeessa lullaan myös haastattelemaan osaamisen parissa työskenteleviä henkilöitä. Halutessasi voit jättää lomakkeella yhteystiedot haastattelua varten.

Vastaathan kyselyyn viimeistään 26.8.

[Vastaa kyselyyn](#)

Ystävällisin terveisin
MediaTyö2030-hankkeen tiimi

Haastattelussa syvennyttiin taitotarpeisiin ja toimintatapoihin



Haastattelujen tavoitteena on syventää ymmärrystä yritysten osaamisen kehittämisen tarpeista sekä kerätä tietoa mitä tapoja hyödyntäen osaamista on yrityksissä kehitetty.

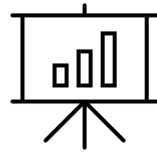


Haastattelimme 16 henkilöä eri toimialoilta (kirjakustannus, oppimateriaalit, uutismedia, aikakausmedia, paino) sekä eri rooleista (toimitusjohtaja, esihenkilö, henkilöstöjohtaja/HR, työntekijä).

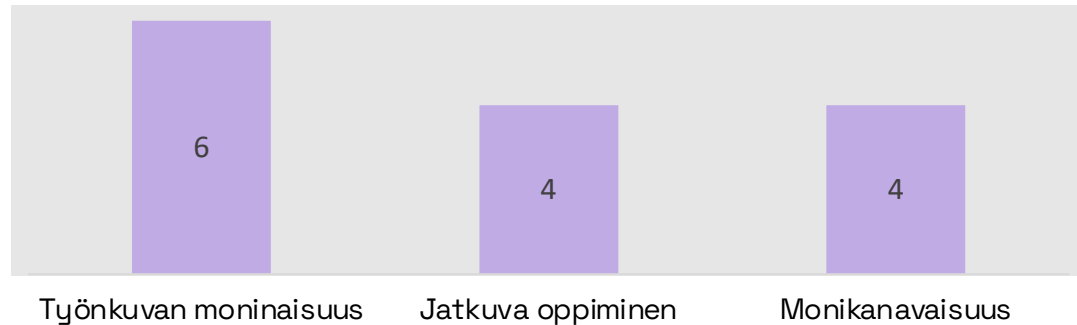


Haastattelujen avulla pystyimme validoimaan aiemmassa tutkimuksessa esille nostettuja osaamisen kehittämisen alueita, sekä tunnistamaan tutkimuksen vastauksien ulkopuolelta uusia alueita.

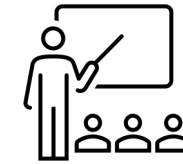
Haastatteluihissa nousi esiin digitalisaatio ja työelämätaidot



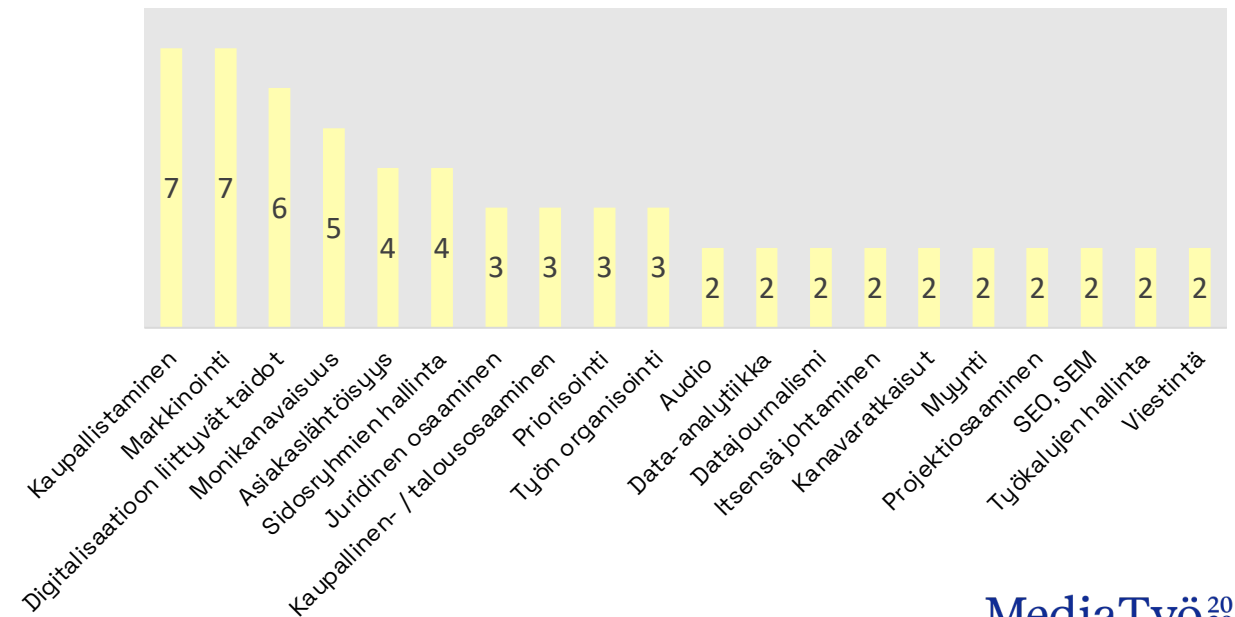
Tunnistetut trendit median aloilla liittyvät kaikki välillisesti digitalisaatioon*



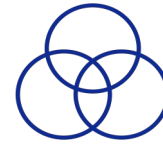
- Syväosaamisen lisäksi tulee osata muitakin osa-alueita, sekä esimerkiksi erilaisten ohjelmistojen ja työkalujen käyttöä
- Oppiminen ei ole staattista kerran tapahtuvaa, vaan olennainen osa työtä
- Yhden kanavan osaaminen ei enää riitä. Esimerkiksi printin lisäksi tulee osata digiä, mihin voi kuulua myös videoita ja ääntä.



Digin lisäksi kehitettävissä taidoissa nousivat esiin liketoiminta-ajattelu ja myös perinteisemmät työelämätaidot*



Projekti jatkui kohti keinojen muotoilua ja kokeilua



ANALYYSI AIEMMISTA VAIHEISTA

- Yhteenvedo sekä johtopäätökset kyselystä ja haastatteluista
- Käsiteltävien teemojen valinta



TYÖPAJAT

- Ongelman tarkentaminen sekä ratkaisumallin muotoilu
- Kaksi erillistä työpajaa



PILOTTI

- Työpajoissa luodun mallin testaaminen ja kehittäminen käytännössä
- Käyttäjäpalaute

Osaamisteemat



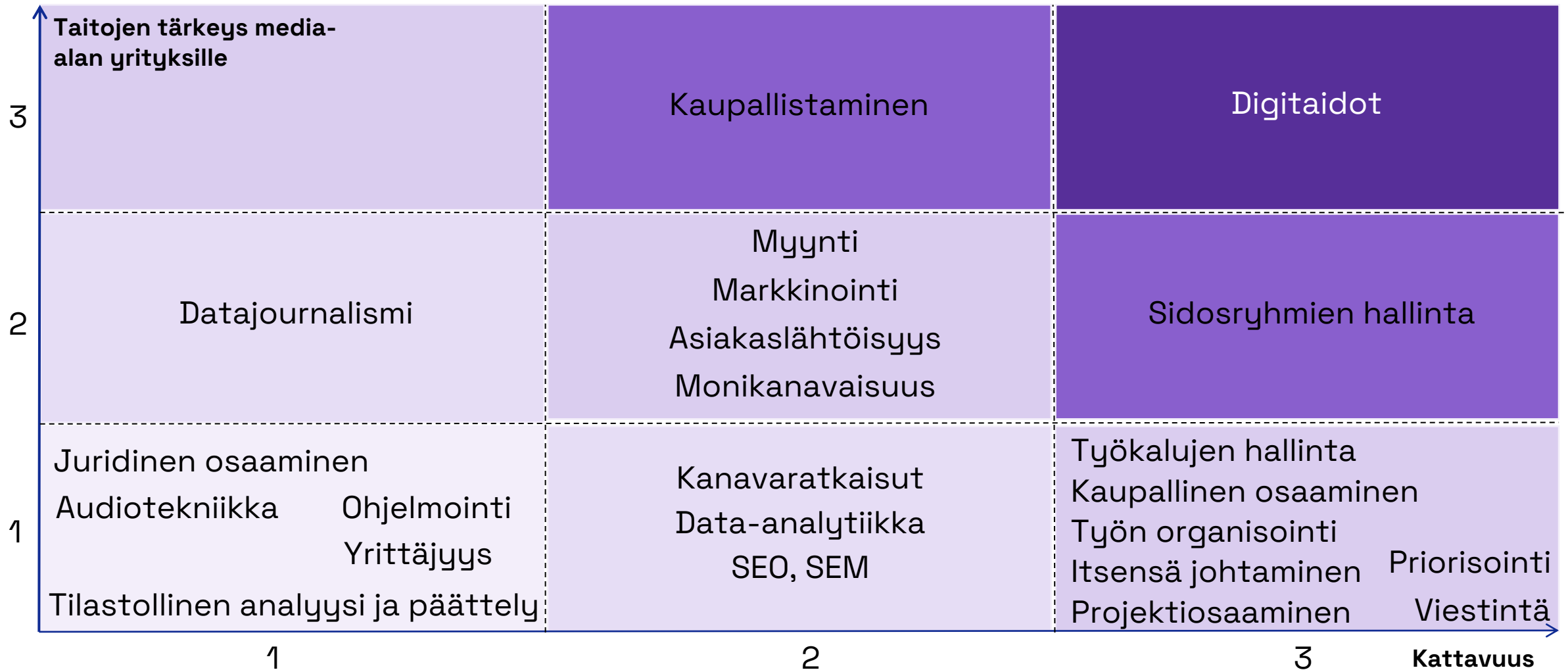
Kyselyn ja haastattelujen johtopäätökset

- Paljon eri sisällöllisiä teemoja, joilla on yhteyksiä toisiinsa
- Teemoja on mahdollista jaotella monella tavalla, mutta tavoite huomioiden päädyimme painottamaan seuraavia asioita:
 - Mitä aiheita on mainittu usein?
 - Kuinka suurta joukkoa media-alasta aihe koskettaa?
 - Millainen vaikuttavuus aiheella on media-alan yrityksille?
- Eri teemat ovat eriäviä ominaisuuksiltaan, joten niitä lähestyttävä eri keinoin
 - Kohderyhmän koko
 - Sisällön räätälöinnin tarve
 - Käytännön vaatimukset toteutuksen suhteen
- Yhdistetään teemat aiemman tutkimuksen keinovalikoimaan

Tunnistettut osaamistarpeet ovat moninaisia

* Kyselyihin vastanneiden ja haastateltujen henkilöiden perusteella

** Kuinka montaa yritystä tämä koskee media-alan toimialoilla ja kuinka montaa henkilöä yhden yrityksen sisällä



Valinta perustuu hankkeen tavoitteeseen ja taitojen tärkeyteen

Taitojen ryhmittelyn, tarkempien kuvausten ja keskustelun pohjalta hankkeen tavoitteet huomioon ottaen ohjausryhmä päätti keskittyä taitoihin, jotka auttavat sekä yrityksiä että työntekijöitä kohtaamaan alan murroksen. Tavoitteena on keskittyä uusien ajattelu- ja toimintatapojen luomiseen sekä vahvistamiseen.

Monikanavaisuus

Lisääntyneen kanavamäärän kanssa toimiminen: ominaisuudet, synergiat ja hyödyntäminen

Digitaidot

Digitaalisuuteen liittyvät taidot eri työkaluista muutosvalmiuteen

Kaupallistaminen

Konseptien kaupallistaminen ja brändäys sekä liiketoiminnan periaatteita

Haasteiden kuvaus

Digitaidot

Kuvaus

Digitaalisuuteen liittyvät taidot monikanavaisuudesta työkaluihin sekä muutosvalmiuteen

Esimerkkejä

- Katsaus viimeaikaiseen kehitykseen digitalisuudessa
- Muutosvalmius, eli mitä vaatii itseltä jotta pysyy ”perässä”

Monikanavaisuus

Digitaalisuuden lisääntyessä käytössä olevien kanavien määrä on lisääntynyt nopeasti

- Kanavien ominaisuudet
- Eri kanavat ja niiden synergiat

Kaupallistaminen

Konseptien kaupallistaminen ja brändäys

- Ideasta tuotteeksi
- Monetisointi
- Hinnoittelumallit

Työpajat



Ensimmäisessä työpajassa tunnistettiin haasteita laajasti

Media-ala kasvaa koko ajan, uusia työvälineitä -
tarvittavat digitaidot muuttuvat jatkuvasti

Mistä kanavasta omat asiakkaat löytyvät

Kanavia tulee, kanavia menee. Mistä luovutaan, mikä
otetaan uutena mukaan?

Oikeat yhteistyökumppanit (esim. otetaanko
mainostoimistoja mukaan vai tehdäänkö itse)

Hankkeen rajauksen
ulkopuolella

Vaikea rekrytoida
osaajapulan vuoksi

Työmarkkinan rakenteet

Eettiset haasteet

Haasteita voidaan jaotella eri teemoihin

Digitaidot

Proaktiivinen seuranta liiketoiminnan kehittymisestä

Sisäisten prosessien kehitys ja viestintä

Käyttöön otettaviin teknologioihin perehdytys

Monikanavaisuus

Asiakasnäkökulmasta johdettu liiketoimintastrategia

Asiakasnäkökulman läsnäolo päivittäisessä tekemisessä

Resurssien allokointi

Kaupallistaminen

Osallistaminen ja läpinäkyvyys

Resurssien allokointi ulkoistaminen vs. in-house

Yrityskulttuurimuutos kokeilevampaan / rohkeampaan

Ensimmäisen työpajan pohjalta kehitettiin prototyyppi seuraavaan työpajaan

- Yksinkertainen klikattava prototyyppi kuvasi käyttäjän polkua osaamisalueen ja oman toimenkuvan perusteella suodattuun vaihtoehtoihin
- Prototyyppi tarjosi konkreettisemmän pohjan työpajan keskustelulle
- Sisältöjen tulee olla media-alalle sopivia, joten parhaat henkilöt ideointiin ja tuotantoon tuntevat alan
- Työkalu itsessään ei ratkaise ongelmaa, vaikka sen avulla ongelmaan voidaan tarttua tehokkaasti

Sinulle ehdotetut

Tässä sinulle ehdotetut resurssit perustuen rooliisi, osaamiseesi sekä oppimistyyliisi. Resursseja ylläpitää ja päivittää Medialiitto.

Webinaari | Meltwater

Vuoden 2022 nopeiten kasvavat somekanavat

Tässä webinaarissa käymme läpi miten sosiaalisen median kenttä muuttuu vuonna 2022. Webinaaria vetää Meltw...

Lue lisää



Koulutus | Haaga-Helia

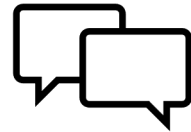
Youtuben tehokäyttö

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Tempus, neque facilisi pellentesque in turpis. Lacus diam vitae lacus, vel commodo. Tincidunt pulvinar facilisis.

Lue lisää



Toisen työpajan tavoitteet



Saada palautetta
prototyypistä ja konseptista
jatkokehitystä varten



Yritysten keskeisten
tarpeiden ymmärtäminen
pilotin suhteen

Keskeiset huomiot osallistujilta – konsepti ja ominaisuudet

①

Yhteisöllisyys

Kiinnostus yhteisölliseen elementtiin osaamisen kehittämisessä vahva

②

Tiedon jakaminen

Uusien koulutuksien lisäksi on hyvä hyödyntää yritysten sisäistä osaamista jakamalla tietoa henkilöiden ja yritysten välillä

③

Validointi

Eri opetuskokonaisuuksien validointi ja asiakasnäkökulma (varmistus, että toteutus ratkaisee kohdatun haasteen)

④

Investoinnin määrä

Tarjottujen koulutuksien rahallisen ja ajallisen panoksen selvittäminen ja kommunikoiminen käyttäjille

Keskeiset huomiot osallistujilta – sisältö ja niiden tuotanto

1

Olemassa olevien prosessien hyödyntäminen

Osassa yrityksissä tuotetaan jo koulutuksia ja pohditaan sisältöjä → voidaanko tätä hyödyntää?

2

Paneelikeskustelut ja tapahtumat

Mediatoimialojen sisäiset paneelikeskustelut sekä tapahtumat voivat luoda orgaanisia yhteisöjä tiedonjakamiseen

3

Koulutuksia toimialan sisältä ja ulkopuolelta

Sekä media-alan sisäisten, että ulkopuolisten ammattilaisten tarjoamia koulutuksia

4

Koulutuksia Suomesta ja ulkomailta

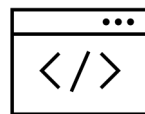
Suomalaisten ja ulkomaalaisten huippujen koulutukset yhdistelmänä. Ulkomaiset voivat inspiroida, kun kotimaiset pitävät käytännönläheisyydestä kiinni

Pilotti



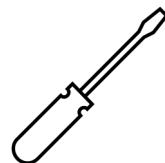
Mikä on palvelun visio?

“Palvelu on media-alan työntekijöiden pääasiallinen paikka itseoppimiseen ja omien taitojen jatkuvaan kehittämiseen asioissa, jotka liittyvät digitaitoihin, monikanavaisuuteen sekä kaupallistamiseen.”



OSTAJALLE

Palvelun ostaja saa yrityksensä käyttöön alustan mihin on kerätty digitaitoihin, monikanavaisuuteen sekä kaupallistamiseen liittyvää materiaalia.



KÄYTTÄJÄLLE

Yrityksien työntekijät pystyvät löytämään ajankohtaista media-alan opetusmateriaalia.



KULUTUSMUODOT

Opetusmateriaalia voi kuluttaa työpäivän aikana, tauoilla tai työmatkalla. Alusta mahdollistaa matalan kynnyksen opetusta, kun siihen käytettävissä oleva aika on rajallinen.

Työpajojen pohjalta kehitetty pilotti keskittyy ratkaisun hiomiseen ja testaamiseen



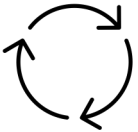
Prototyypin seuraavan version testaaminen käytännön pilottina

- Mikä toimii, mikä ei? Mitä on mahdollista toteuttaa?



Testikäyttäjien palaute ja arviot

- Millaiseksi testikäyttäjät kokevat alustan? Onko eroa alojen tai roolien välillä?



Jatkokehittäminen palautteen perusteella

- Mitä seikkoja tulee huomioida toteutuksen kannalta hankekehityksen jatkuessa?

Pilotin tekninen toteutus tehtiin aiemman prototyypin pohjalta

Kodan brief MediaTyö 30

Pilotin tarkoitus on kuvata konseptia käyttäjille konkreettisesti ja validoida sen tarpeellisuutta, sekä ymmärtää käyttäjien sisältötoiveita

Etusivu & info - näkymät Kodan brief

Etusivu

Infonäkymä

Voivat olla erillisiä sivuja tai niin että ensin on etusivu ja sitten voi skrollata alas infoon. Reunustetut tekstit täsmennetään

MediaTyö 30

Suosituksset – näkymä & tekstit Kodan brief

Suosituksset

Infonäkymä

- Mitkä tágit yläriville? Muoto & lähde? Entä kesto?
 - Aihe (tag#1), muoto(tag#2), kesto(tag#3), organisaatio (tag#4), maksullisuus (filter#0), ensiksi maksuttomat sitten maksulliset
 - Kuvaava otsikko
 - Materiaalin oikea otsikko
- Lyyhyt kuvaus
 - Materiaalin kuvaus jos löytyy
- Lue lisää sijaan tutustu?
 - "Lisätietoa"
- Haluutaanko käyttää jotakin symboleita?
 - Ei, Kallanin mielipide että sekavaa

MediaTyö 30

Suosituksset – näkymä & tekstit

Kuva

Kuva

Kuva

Tekstit

Tekstit

Tekstit

Muoto **Ilmainen**

Organisaatio | **Kesto**

Aihe

Otsikkoteksti

Kuvausteksti tähän, koko kortin mittasuhteita voi säätää sen mukaan paljon näissä on yleensä tekstiä.

Aiheen voi liittää keston perään jos tixumpaa niin

Lisätieto

Mitkä tágit yläriville? Muoto & lähde? Entä kesto?

- Aihe (tag#1), muoto(tag#2), kesto(tag#3), organisaatio (tag#4), maksullisuus (filter#0), ensiksi maksuttomat sitten maksulliset
- Kuvaava otsikko

Korttien värikoodaus muodon mukaan mikäli helposti toteutettavissa, esim:

- Kirjoitus – vaaleanvihreä
- Video – keltainen
- Audio – sininen
- Etäkursi – ruskea
- Voitte kuitenkin käyttää väripaletin puuttelissa värjää visuaaliseen ilmeeseen sopivalla tavalla.

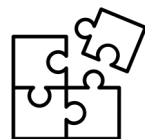
MediaTyö 30

Pilotin sisältö perustui avoimiin lähteisiin

- Sisältö on työryhmän kokoamaa ja kuratoimaa
- Vinkkejä mahdollisista sisällöistä antoivat sekä ohjausryhmä, että liittojen koulutusvastaavat
- Tällä erää pilotissa ei ollut räätälöityä sisältöä
- Sisältöjä noin 40 kpl – ääni, teksti, video sekä kurssit edustettuina

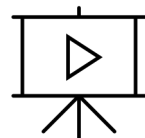
<p>Miksi brändimarkkinointi on tärkeää?</p> <p>Eiämme dataohjattua ja datalla johdettua aikakautta. Ainakin niin väitetään. Moni mainostaja ja markkinoija on havainnut, että taktiseen liidimainontaan tähtäävää...</p> <p>Lisätietoa</p>	<p>Mikä on yrityksen kohderyhmän merkitys nykypäivän markkinoinnissa?</p> <p>Kun puhutaan markkinoinnista, väistämättä keskusteluun tulee mukaan kohderyhmä ja kohderyhmät eli kenelle markkinointia kohdistetaan. Kohderyhmän määrittely onkin yksi...</p> <p>Lisätietoa</p>	<p>Neljä keinoa luoda kasvua mainonnalla</p> <p>Moni yritys lyö parhaillaan lukkoon tulevia markkinointitoimenpiteitä alkavalle vuodelle 2022. Onnittelut heille hyvistä päätöksistä! Markkinointiin ja mainontaan kannattaakin panostaa...</p> <p>Lisätietoa</p>
<p>Audio</p> <p>Ilmainen</p> 	<p>Audio</p> <p>Ilmainen</p> 	<p>Video</p> <p>Ilmainen</p> 
<p>Mkollektiivi Alle tunti Kaupallistaminen</p> <p>Arvoa asiakasdatasta!</p> <p>MarkkinointiRadiossa pureudutaan asiakasdatan äärelle, kun vieraksi</p>	<p>Mkollektiivi Alle tunti Kaupallistaminen</p> <p>Orgaaninen sisältö ja maksettu mainonta LinkedInissä</p>	<p>PING 1-4 tuntia Kaupallistaminen, Monikanavaisuus</p> <p>Mitä on yhteiskunnallinen vaikuttaminen somessa?</p>

Pilotissa halutaan kuulla käyttäjien kokemuksia ja näkemyksiä



KONSEPTI

- Vastaako ratkaisu tarpeeseen?
- Mitä käyttäjät ajattelevat ratkaisusta?
- Mitä kehitystarpeita käyttäjät havaitsevat?



SISÄLTÖ

- Mikä sisällöstä on kiinnostavaa?
- Onko jokin tyyppi parempi kuin toinen?
- Millaista sisällön pitäisi olla?



MUITA HUOMIOITA

- Missä yhteyksissä käyttäjät kokevat työkalun olevan hyödyllinen?
- Koetaanko, että tämän pitäisi tulla käyttöön työpaikan kautta?
- Onko kiinnostusta yhteisölliseen elementtiin?

Haastattelussa kuultiin mielipiteitä erilaisilta käyttäjiltä

- 10 haastateltavaa 8 eri organisaatiosta, mm.:
 - Mediatalo
 - Paikallislehtiyhtymä
 - Painotalo
 - Aikakauslehti
- Työroolit vaihtelivat: HR, myynti, kehitys, tuotanto (suunnittelu), toimitusjohtaja, tukitoimitus, tuottaja

MediaTyö 2030

TAKAISIN 1 / 3

Osaaminen Ajankäyttö Oppimistyö

Osaamisalue

Voit valita useampia

- Monikanavaisuus**
Lisääntyneen kanavamäärän kanssa toimiminen: mitkä ovat eri kanavien ominaisuudet, miten ne toimivat yhteen, millaista on työ eri kanavien kesellä?
- Kaupallistaminen**
Konseptien kaupallistaminen ja brändäys sekä liiketoiminnan periaatteita.
- Digitaidot**
Digitaalisuuteen liittyvät taidot eri työkaluista muutosvalmiuteen.

Sisällöiltä toivotaan monipuolisuutta ja käytännönläheisyyttä



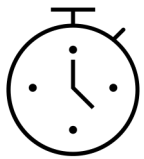
Erimuotoisia sisältöjä

- Teksti, ääni, video, kurssi – kaikkien koettiin olevan hyödyllisiä
- Sekä erityisasiantuntijoiden että yritysten tuottamat sisällöt kiinnostavat



Trendit ja käytännön helpotus työhön

- Toivotuimpia olivat sekä erilaisia trendejä avaavat ja taustoittavat materiaalit, sekä sisältö, jolla on suora yhteys työtehtäviin



Lyhyet sisällöt erityisen pidettyjä

- Matala kynnyks kuluttaa materiaalia ja palata, jos kesto on lyhyt
- Helpompi sovittaa työpäivän lomaan

Käyttökokemusta määrittävät helppous ja työn lomaan sijoittuminen

*“Tarjoilu alustana
olisi hyödyllinen.”*

*”Sopisi varmaan
[työpaikalle]... tiedän että
näiden aihealueiden kanssa
on tarvetta kehittyä.”*

*”Lupaus siitä, että
oppiakseen eteenpäin
ei tarvitse käyttää
viikkoja, palkitsee”*

*”Ensivaikutelma oli
positiivinen. Vaikutti
modernilta, ... ei tule
infoähkyä.”*

Hankkeen tavoitetta tukee parhaiten oppimisalusta

- Räätelöity kokonaisuus koostuu yhdistelmästä avoimia lähteitä sekä alan palveluntarjoajia
- Käyttökokemusta määrittävät helppous ja työn lomaan sijoittuminen käyttöasteen takaamiseksi
- Mahdollisuus hyödyntää kustannustehokkaita valmiita alustaratkaisuja pohjana

The screenshot displays the MediaTyö 30 learning platform interface. At the top, there's a green header with the logo. Below it, a navigation bar shows 'Osaaminen', 'Ajankäyttö', and 'Oppimist'. The main content area is titled 'Osaamisalue' and lists three topics with checkboxes: 'Monikanavaisuus', 'Kaupallistaminen', and 'Digitaidot'. To the right, there are three content cards, each with a 'Lisätieto' button. The first card is about brand marketing, the second about target audience, and the third about four ways to create growth through advertising. Below these cards are three more content cards, each with a 'Lisätieto' button. The first is about audio content, the second about organic content on LinkedIn, and the third about video content and social media impact.

MediaTyö 30

TAKAISIN 1 / 3

Osaaminen Ajankäyttö Oppimist

Osaamisalue

Voit valita useampia

- Monikanavaisuus**
Lisääntyneen kanavamäärän kanssa toimiminen: mitkä ovat eri kanavien ominaisuudet, miten ne toimivat yhteen, millaista on työ eri kanavien keskeillä?
- Kaupallistaminen**
Konseptien kaupallistaminen ja brändäys sekä liiketoiminnan periaatteita.
- Digitaidot**
Digitaalisuuteen liittyvät taidot eri työkalusta muutosvalmiuteen.

Miksi brändimarkkinointi on tärkeää?

Elämme dataohjattua ja datailla johdettua aikakautta. Ainakin niin väitetään. Moni mainostaja ja markkinoija on havainnut, että taktiseen liidimainontaan tähtääv...

Lisätieto

Mikä on yrityksen kohderyhmän merkitys nykypäivän markkinoinnissa?

Kun puhutaan markkinoinnista, väistämättä keskusteluun tulee mukaan kohderyhmä ja kohderyhmät eli kenelle markkinointia kohdistetaan. Kohderyhmän määrittely onkin yksi...

Lisätieto

Neljä keinoa luoda kasvua mainonnalla

Moni yritys lyö parhaillaan lukkoon tulevia markkinointitoimenpiteitä alkavalle vuodelle 2022. Onnittelut heille hyvistä päätöksistä! Markkinointiin ja mainontaan kannattaakin panostaa...

Lisätieto

Audio Ilmainen

Mkollectiivi | Alle tunti | Kaupallistaminen

Arvoa asiakasdatasta!

MarkkinointiRadiossa pureudutaan asiakasdatan äärelle, kun vieraiksi

Audio Ilmainen

Mkollectiivi | Alle tunti | Kaupallistaminen

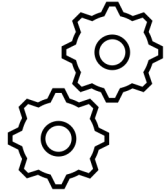
Orgaaninen sisältö ja maksettu mainonta LinkedInissä

Video Ilmainen

PING | 1-4 tuntia | Kaupallistaminen, Monikanavaisuus

Mitä on yhteiskunnallinen vaikuttaminen somessa?

Mitä tapahtuu seuraavaksi?



Tavoitteena on jatkokehittää hanketta kohti toteutusta työnantajaliittojen vetämänä



Yrityksillä on mahdollisuus osallistua kehitystyöhön




Medialiiton Noora Alanne vastaa mahdollisiin jatkokysymyksiin tai yhteistyötiedusteluihin



NOORA ALANNE


JOHTAJA, UUSI KASVU

 Noora.alanne@medialiitto.fi



JUUSO LEHTO


SISÄLTÖJOHTAJA

 045 6784090
juuso@bellrock.fi



ANNA KIUKKONEN

PROJEKTIPÄÄLLIKÖ

 050 5012829
anna@bellrock.fi

