



Digitaalisen markkinoinnin osaaminen on välttämätön osa tämän päivän yritysten toimintaa. Hyvin hoidettuna se voi avata ovet myös kansainvälisille markkinoille ja houkuttaa kansainvälisiä osaajia. Tämä koulutus tarjoaa eteläpohjalaisille ruoka-alan toimijoille osaamista ja keinoja yrityksen kasvun ja kansainvälistymisen mahdollistamiseksi brändi- ja digitaalisen markkinoinnin keinoin. Koulutuksessa luodaan katsaus myös siihen, miten houkuttaa ja sitouttaa kansainvälistä työvoimaa yritykseen.

KIINNOSTA KANSAINVÄLISESTI BRÄNDI- JA DIGIMARKKINOINTIA HYÖDYNTÄEN

Kansainvälistymis- ja digimarkkinointikoulutus eteläpohjalaisille ruoka-alan toimijoille

AIKATAULU 10/2023–1/2024

PAIKKA Frami, Seinäjoki

KOHDERYHMÄ Eteläpohjalaiset ruoka-alan toimijat

TOTEUTUS Koulutus koostuu seitsemästä koulutuspäivästä, jotka toteutetaan kahden päivän jaksoissa. Koulutus toteutetaan pääosin lähiopetuksena, jota tukee verkko-oppimisympäristö. Koulutukseen sisältyy mahdollisuus tehdä yrityksen omaan kehittämistarpeeseen liittyvä kehittämistehtävä, johon tarjotaan tukea.

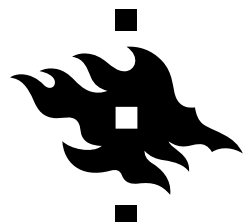
ILMOITTAUTUMINEN

Sähköisellä lomakkeella **6.10. mennessä**. Yksittäisiin moduuleihin voi ilmoittautua aina viikkoa ennen kyseistä lähijaksoa. <https://elomake.helsinki.fi/lomakkeet/125006/lomake.html>

HINTA Koulutus on osallistujille maksuton. Koulutukseen otetaan 20 osallistujaa. Etusijalla ovat koko koulutukseen osallistuvat. Mikäli paikkoja jää, on mahdollista osallistua vain osaan koulutuspäivistä. Koulutus on Seinäjoen yliopistokeskuksen / OKM:n rahoittamaa.

LISÄTIEDOT Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti,
koulutuspäällikkö katja.perttu@helsinki.fi,
puh. 050 538 9670

Ohjelmamuutokset mahdollisia.



HELSINGIN YLIOPISTO

Alustava ohjelma

I LÄHIJAKSO 11.–12.10.2023

Koulutuksen esittely ja osallistujien esittäytymiset 11.10. klo 9–10

Kansainvälisen strategian ja liiketoimintamallin luominen 11.10. n. klo 10–16

Professori Marko Kohtamäki, Vaasan yliopisto

- Liiketoimintamallit ja strategianäkökulma kansainvälistymisessä
- Kansainvälinen strateginen johtaminen, kv-strategian luominen, toteuttaminen, verkostojen hyödyntäminen

Kansainvälistymisen prosessit ja strategiat 12.10. n. klo 9–14

Professori Peter Gabrielsson, Vaasan yliopisto

- Kansainvälistymisen / globalisoitumisen potentiaalın määrittäminen
- Kansainvälistymisen prosessi ja vaihtoehtoiset lähestymistavat: tuotestrategia, toimintatavat ja markkinastrategia

ETÄLUENTO 23.10. n. klo 12–15

Digimarkkinoinnin teoreettiset perusteet

Professori Jari Salo, Helsingin yliopisto

- Digitaalisen markkinoinnin määritelmä ja peruskäsitteet
- Digitaalisen markkinoinnin yleisimmät työkalut ja niiden roolit
- Digitaalisen markkinoinnin suunnittelu ja integrointi osaksi muuta markkinointia
- Digitaalisen markkinoinnin johtamisen viitekehyksen esittely ja siihen perehdyttäminen

II LÄHIJAKSO 31.10.–1.11.2023

Brändimarkkinointi 31.10. n. klo 9–16

KTT Maijastiina Jokitalo

- Kuluttajanäkökulma ruoan kuluttamiseen ja markkinointiin
- Asiakaskokemus- ja asiakasarvo brändäyksen perustana
- Merkityksellisen brändikokemuksen rakentaminen
- Miten syntyy kokonaisvaltainen brändikokemus
- Brändikokemuksen muuttaminen elämykseksi

Brändin kehittäminen ja digitaalinen markkinointi 1.11. n. klo 9–15

Anniina Walsh ja Saana Klemola, BSTR Luova Konttori Oy

- Brändäyksen merkitys ja sen kehittäminen: mm. asiakaspersoonat brändin rakennuksessa
- Miksi kannattaa olla somessa ja minkälaista sisältöä siellä pitäisi tuottaa? FB, IG, LinkedIn, Twitter vai TikTok?
- Mitä tarkoittaa SEO, kuinka se toimii käytännössä ja mitä pitäisi huomioida hakukoneoptimoinnissa?

III LÄHIJAKSO 30.11.–1.12.2023

Developing a global talent attraction, development and retention value proposition 30.11. klo 9–15 (in english)

Professor Adam Smale, University of Vaasa

- International talent attraction in Finland
- Employee value proposition
- International talent onboarding, development and retention

Vastuullisuus ja kestävyys – lisäarvoa vientiin 1.12. klo 9–15.30

Toimitusjohtaja Eeva-Liisa Lilja ja strategiajohtaja Jukka-Pekka Inkinen, FennoPromo

- Miten kestävä kehitys, vastuullisuus ja läpinäkyvyys voivat luoda kilpailukykyä ruoka-alalle
- Miten ruoka-alan toimijat voivat luoda kilpailuetua ja vientiä bio- ja kiertotaloudesta
- Mitä tulee huomioida ilmastoystävällisen tuotteiden kehityksessä
- Kestävien ja vastuullisten tuotteiden kysyntätilanne maailmalla (trendit)
- Miten kansainvälisesti viestiä ja myydä kestävyys-kärjellä

IV LÄHIJAKSO 1/2024

Kehittämistöiden esitykset

Kehittämistyön tehneet osallistujat pääsevät esittelemään toisilleen tehtävänsä ja saavat niistä palautetta muilta osallistujilta sekä asiantuntijoilta.