

This is a self-archived version of the original publication.

The self-archived version is a final draft of the original publication.

To cite this, use the original publication:

**Välivirta Havia, M. & Killström, P. 2022. BisnesAkatemian ensimmäiset viikot sisälsivät haasteita ja innovointia. Talk-verkkolehti, Yrittäjyys / Entrepreneurship 8.11.2022.**

Link to the original publication: <https://talk.turkuamk.fi/yrittajyys/bisnesakatemia-ensimmaiset-viikot-sisalsivat-haasteita-ja-innovointia/>

All material supplied via Turku UAS self-archived publications collection in Theseus repository is protected by copyright laws. Use of all or part of any of the repository collections is permitted only for personal non-commercial, research or educational purposes in digital and print form. You must obtain permission for any other use.

# BisnesAkatemian ensimmäiset viikot sisälsivät haasteita ja innovointia

08.11.2022

Kirjoittajat

**Maria Välvirta Havia** KM, MBA, valmentaja Turun AMK BisnesAkatemia, Turun ammattikorkeakoulu

**Päivi Killström** lehtori, valmentaja, Turun ammattikorkeakoulu, BisnesAkatemia

**Pöhinä Turun ammattikorkeakoulun BisnesAkatemiassa on ollut viime viikkoina melkoinen. Uudet osuuskuntamuotoiset BA-tiimit aloittivat toimintansa maanantaina 29.8. tutustumalla toisiinsa ja BisnesAkatemiaan. Uusille tiimeille oli apuvalmentajien ja valmentajien yhteistoimin suunniteltu puolentoista viikon ohjelma, jolla he pääsevät toiminnassaan alkuun.**

Puolentoista viikon orientaatioaika piti sisällään erilaisia haasteita, organisoitumista ja tutustumista sekä omaan tiimiin että jatkaviin tiimeihin ja heidän projekteihinsa ja käytänteisiinsä. Tiimit valmistautuivat myös käynnistämään osuuskuntatoiminnan ja organisoitumaan omissa osuuskunnissaan. Käytännössä uusiin osuuskunta-tiimeihin nimettiin hallitus sekä erilaisia rooleja. Samalla mietittiin osuuskunnalle uusi nimi.

## Tonnin haaste käynnisti osuuskuntien bisnekset

BisnesAkatemian syksyn ensimmäinen viikko syksyllä 2022 alkoi todella sähköisissä tunnelmissa, kun juuri aloittaneille tiimeille julkaistiin myyntikisa nimeltään ”Tonnin haaste”. Tiimien tehtävä oli kerätä tuhannella eurolla toimeksiantoja – aikaa oli vain puolitoista vuorokautta. Jokaisen tiimiläisen ideointikykyä ja panostusta tarvittiin siis vahvasti.



Kuva 1. Tonnin haaste -kisassa uudet osuuskuntamuotoiset tiimit keräsivät toimeksiantoja kukin vähintään tuhannella eurolla (Killström 2022).

Kumpikin uusista tiimeistä aloitti heti ideoinnin siitä, mistä asiakkaita ja toimeksiantoja voisi löytyä. Ensimmäisenä tulevat helposti mieleen aiemmat ja nykyiset työpaikat, sukulaiset ja tuttavat, joihin on helppo olla yhteydessä. Pian soittolistalle alkoi kuitenkin ilmestyä myös tiimille täysin uusia yrityksiä ja kontakteja.

***Tonnin haasteessa tiimien tehtävänä oli kerätä tuhannella eurolla toimeksiantoja ja aikaa oli vain puolitoista vuorokautta.***

Puhelinkammos ei näyttänyt olevan, kun palveluita tarjottiin asiakkaille. Lisäksi vahvistus lähetettiin jokaiselle perään sähköpostitse. Pelin sääntö nimittäin oli, että toimeksiannosta pitää olla kirjallinen kuittaus tai sopimus. Suullinen lupaus ei riittänyt. Omien palveluiden hinnoittelu tuntui vaikealta, eikä se ole helppoa kokeneemmillekaan tiimeille. Saaduista diileistä riittää töitä ensimmäisille viikoille ja laskuttamaan päästään vasta, kun työt on tehty. Parhaimmillaan ensimmäisten viikkojen diilit poikivat uusia ja jatkuvat aina valmistumiseen asti.

Kaksi rinnakkaista tiimiä kisasi keskenään ja jännitys oli kutkuttava, kun tuloksia alettiin esittää. Yhtensä tiimit saivat melkein parikymmentä uutta projektia, mikä oli hieno

saavutus. Tiimit saavuttivat tonnin tavoitteen reilusti, kumpikin tiimi hankki yli kolmen tuhannen edestä sopimuksia tehtävistä töistä.

## Omat mukavuusrajat ylitettiin ja tiukat tilanteet ryhmäyttivät porukan

Kahden päivän rutistuksen jälkeen tiimit olivat väsyneitä mutta tyytyväisiä. Yhteinen haaste oli auttanut tiimejä tutustumaan ja organisoitumaan. Tonnin haasteen jälkeen keskusteltiin yhdessä miltä haaste tuntui ja mitä hyötyä siitä sai. Ensimmäiseksi nostettiin esille mukavuusrajojen ylittäminen. Ei ole helppoa lähteä myymään tilanteessa, joissa ei vielä tunneta toisia, saati olla ihan selvillä siitä, mitä voitaisiin tarjota ja myydä. Tiimit kommentoivat, että haasteen tekemisen kautta tuli tunne rohkeuden ja uskalluksen kasvusta, josta on hyvä ammentaa polttoainetta seuraaviin projekteihin.

Haasteen myötä myös ryhmäytys ja tutustuminen toisiin onnistuivat hyvin. Koska kaikilla oli sama tavoite, puhallettiin yhteen hiileen sekä autettiin toisia tiukoissa tilanteissa. Tiimin tuki ja tsemppaus saivat aikaan onnistumista, joista yhdessä iloittiin. Kirsikkana kakun päällä olivat tietenkin ensimmäiset projektit, joiden kautta tiimi sai syksyyn tekemistä ja laskutettavaa mutta myös arvokkaita kontakteja, orastavia asiakkuuksia ja mahdollisuuksia jatkoprojekteihin. Haasteen aikana joukosta ihmisiä alkoi muodostua aidon tiimin merkkejä.

***Huomasin että oma asian esittäminen mahdolliselle asiakkaalle alkoi sujumaan kerta kerralta paremmin.” (BA-opiskelijan kommentti tonnin haasteesta.)***

## Ajankohtaiset innovointihaasteet – kekseliäisyyttä ja mielikuvitusta

Tiimeille järjestettiin myös Innovointipäivä, joka perehdytti tiimit ajankohtaisiin liike- ja työelämän haasteisiin. Haasteiden takana olivat BisnesAkatemialle tutut yhteistyökumppanit: **Mikko Rantanen** ja **Wilhelm Saks** Kaupallistajat Suomi Oy:stä.

Valtakunnallisesti tunnettu haaste on tiettyjen alojen tekijäpula ja rekrytoinnin vaikeus. TEMin mukaan työvoimapulasta kärsivät mm. sote-alan ammatit sekä ravintola- ja rakennusala (TEM 2022). Ensimmäinen haasteista liittyi ajankohtaiseen pulmaan siitä, miten rekrytoida uusia osaajia näille edellä mainituille aloille. Koko päivän kestäneen innovoinnin aikana ongelmakenttään perehdyttiin ja tutkittiin mm. jo käytettyjä keinoja. Työnhakijoiden mielikuvien arveltiin ohjaavan työpaikkoihin hakemista ja niinpä yksi esitetty ratkaisu liittyikin realistisen mielikuvan esille tuomiseen tosi-TV-tyyppisen videon avulla.

***Innovointipäivässä tiimit perehtyivät ajankohtaisiin liike- ja työelämän haasteisiin.***

Toinen opiskelijoille tarjoiltu haaste liittyi ajankohtaiseen sisältömarkkinoinnin ilmiöön eli markkinointipeleihin. Sisältömarkkinoinnin tarkoituksena on luoda arvoa kohderyhmälle mm. viihdyttämisen tai inspiroinnin kautta (Rummukainen ym. 2019). Sisältömarkkinoinnin

tarkoituksena on tuoda yrityksen brändiä tunnetuksi ja saada siten kilpailuetua muihin vastaaviin tuotteisiin nähden. Markkinointipeli sisältää viihdyttäviä, koukuttavia ja hauskoja elementtejä altistaen pelaajan samalla yrityksen markkinointiviestinnälle. Siinä piilee markkinointipelien tehokkuuden salaisuus. (Stanley 2021.) Uusien BisnesAkatemialaisten pähkinä koski markkinointipelien ansaintalogiikkaa ja sen parantamista. Pelit ovat lähellä useimpien nuorten sydäntä ja siksi heittäytyminen tämän haasteen pariin sujui ongelmitta. Tähänkin teemaan löytyi ratkaisuja, joita toimeksiantaja voi hyödyntää omassa bisneksessään.

Koko päivän innovointi toi mukanaan paljon hyviä asioita: tiimit oppivat innovoimaan ja työskentelemään yhdessä, he saivat tarpeellisia liike-elämän kontakteja ja treenasivat esittämistaitojaan kertoessaan työnsä tuloksista. Konkreettinen yhdessä tekeminen ryhmäyttää tiimiä, antaa tilaa ideointiin ja luoda keskustelua tiimin jäsenten välillä esimerkiksi siitä millaisella taktiikalla lähdetään liikenteeseen. Haasteiden aikana tulee myös tutuksi jokaisen tiimiläisen tapa työskennellä yksin ja yhdessä.

## **Mikä on BisnesAkatemia?**

BisnesAkatemia on innovatiivisen yrittäjyyden ja liiketoiminnan oppimisympäristö tradenomiopiskelijoille. Opiskelijat toimivat tiimiyrittäjinä omissa osuuskunnissaan.

## **Tutustu BisnesAkatemiaan!**

### **Lähteet:**

Rummukainen ym. 2019. Mistä sisältömarkkinoinnissa on kyse? [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.turkuamk.fi/teos/IABBXXBTABIED#/kohta:02\(\(20\)Mist\(\(e4\)\)\(\(20\)sis\(\(e4\)\)lt\(\(f6\)markkinoinnissa\(\(20\)on\(\(20\)kyse?/piste:t45\)](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.turkuamk.fi/teos/IABBXXBTABIED#/kohta:02((20)Mist((e4))((20)sis((e4))lt((f6)markkinoinnissa((20)on((20)kyse?/piste:t45)))

Stanley 2021. What is gamification in marketing? <https://www.thedrum.com/opinion/2021/03/09/what-gamification-marketing>

TEM 2022. Ammattibarometri: Työvoimapulasta kärsivien ammattien määrä on noussut koronaa edeltäneelle tasolle. <https://tem.fi/-/ammattibarometri-tyovoimapulasta-karsivien-ammattien-maara-on-noussut-koronaa-edeltaneelle-tasolle>.

Artikkeli on osa [Yrittäjyys ja arvonluonti -tutkimusryhmän](#) julkaisuja.