

This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Please cite the original version:

Björkholm, M. (2022). Småföretag i behov av en Digiboost. Vasabladet
10.4.2022.

Michelle Björkholm

Småföretag i behov av en Digiboost



[Essän har publicerats i ÖT och Vasabladet den 10.4.2022.](#)

Yrkeshögskolan Novia och Jakobstadsnejdens Utvecklingsbolag Concordia erbjuder småföretag i Jakobstadsregionen en boost i digital marknadsföring.

Digital marknadsföring, vad innebär det egentligen? Är det en annons på sociala medier eller google? Vad är sökmotoroptimering och hur kan kunden hitta till just mig? Digital marknadsföring är hetare än någonsin och är en viktig del för att nå ut till både nya och gamla kunder. Coronapandemin har bidragit till att utvecklingen inom digital marknadsföring har gått snabbt fram och det gäller för företagen att hänga med.

Yrkeshögskolan Novia och Jakobstadsnejdens Utvecklingsbolag Concordia har under det senaste året erbjudit småföretagare en boost i digital marknadsföring. En småföretagare, och speciellt en mikroföretagare, är mångkonstnärer och vana att göra mycket själv, varav digital marknadsföring ofta är en av sakerna på att-göra-listan.

Projektet Digiboost tar fasta på utmaningen med digital marknadsföring hos mikro- och småföretag i Jakobstadsnejden. Fokus ligger på att hjälpa deltagande företag med att utveckla det egna företagets digitala marknadsföring. Digiboost vill bidra till att minska kunskapsgapet, så att företagen kan hantera sin marknadsföring målmedvetet. Projektet har växt fram utifrån information från tidigare projekt och från företagsrådgivning, där det framkommit ett ökat behov bland småföretag att digitalisera sin marknadsföring.

Platserna till Digiboost fylldes inom en timme, vilket ännu mera stärker behovet av projektet. Deltagarna har en stor variation mellan branscher, allt från kähphäst-tillverkning till försäljning av bergvärmesystem, och lika så varierar kunskapen i digital

marknadsföring. Det är en utmaning att skapa projektinnehåll som passar alla, men flera knutpunkter har ändå hittats i verktyg och plattformar. Det som enar företagen är intresset och viljan att lära sig mera och utvecklas inom digital marknadsföring.

Projektet inleddes våren 2021 med företagsintervjuer och fortsatte med en kartläggning av företagens behov och utmaningar med digital marknadsföring. Utifrån vad som framkom i intervjuerna skapades och formades innehållet till kunskapsverkstäder på hösten 2021.

Tanken är att projektinnehållet ska vara skraddarsytt till deltagarna och motsvara det behov som företagen har. Digiboost har ordnat kunskapsverkstäder under hösten och nu under vårvintern ordnas resursverkstäder, där sammanförs företag och studeranden som jobbar tillsammans med företagsspecifika utmaningar.

Kunskapsverkstäderna har bland annat gett företagen mera kunskap i hur man skapar ett värdeerbjudande, skapar personas och hur man jobbar enligt LOOP-metoden. Personas är en fiktiv person som speglar företagets målgrupp och ska hjälpa ta fasta på konsumentbeteendet. LOOP-metoden är ett arbetssätt för att utveckla verksamheten med kundvärdet i fokus.

Fokus är att utvecklas om det digitala och projektets andra målsättning är att öka samarbetet mellan företag, Yrkeshögskolan Novia och studeranden. Yrkesbranscherna är många bland de deltagande företag, men förhoppningsvis kan det bidra till lärdom och ett nätverk som stärker verksamheterna framöver. Redan vid första träffen börjades det spånas kring framtida samarbeten bland företagen, vilket visar att Digiboost träffar rätt.

Digiboost erbjuder företagarna förstärkning via Novias studerande inom företagsekonomi med marknadsföring som inriktning. Studerande arbetar hands-on med digital marknadsföring och hjälper företagen vidare med praktiska lösningar till befintliga utmaningar. Uppgifterna varierar duktigt bland företagen och arbetet består bland annat av att skapa hemsidor, SoMe-uppdateringar, analyser och sökmotor-optimering. Förhoppningsvis kan Digiboost bana väg för framtida företagssamarbeten med studerande vid högskolan.

Projektet närmar sig nu sitt slut och det som återstår är att skapa en digital verktygsback. Verktygsbacken kommer att innehålla de ämnen och verktyg som projektet tagit upp utifrån företagens behov. Verktygsbacken publiceras på Concordias hemsida och finns där som stöd för mikro- och småföretag som vill utveckla sin digitala marknadsföring.

Även om man inte deltagit i Digiboost kan man använda sig av verktygsbacken. Den är öppen för alla som vill lära sig mera om digital marknadsföring. Verktygsbacken lanseras i sommar.

Digital marknadsföring kan för många småföretagare kännas lite skrämmande. Förhoppningsvis kan detta projekt bidra till att företag vågar ta sig an utmaningen och bocka av en punkt på att-göra-listan. Det viktigaste är att man börjar på och lär sig längs med vägen. Learn by doing är den bästa attityden man kan ha när man sätter i gång med digital marknadsföring.

*Digiboost är ett samarbete mellan Yrkeshögskolan Novia och Jakobstadsnejdens Utvecklingsbolag Concordia. Novia bidrar med expertis inom digital marknadsföring via **Kim Friman**, **Håkan Sourander** och **Michelle Björkholm** som arbetar i projektet. Från Concordia är det **Fredrik Sandelin** som koordinerar och sköter om kontakten till deltagande företag.*

MICHELLE BJÖRKHOLM, PROJEKTASSISTENT FÖR DIGIBOOST VID YRKESHÖGSKOLAN
NOVIA