

HIGH TECH River

Yritysjohtajien tapaaminen 28.2.2018 Porissa

Tilaisuuden osallistujilta kerättiin näkemyksiä yritysten toimintaedellytyksiin sekä Satakunnan ja teollisuuden mielikuviin liittyen. Mitä yritykset tarvitsevat toimintaedellytystensä turvaamiseksi? Miten muutetaan mielikuvia teollisuudesta ja Satakunnasta?

Yhteenveto vastauksista

Mitä yritykset tarvitsevat?

- toimivan infrastruktuurin
- osaamista ja työvoimaa
- toimivat yhteydet.

Miten muutetaan mielikuvia?

- negatiivinen mielikuva teollisuudesta korjataan tuomalla aktiivisesti esiin positiivisia tositarinoita ja faktoja yrityksistä ja modernista teollisuudesta
- Satakuntaa on tuotava enemmän esiin hyvänä paikkana asua ja elää
- markkinointia ja viestintää on tehtävä kohdistetusti eri kohderyhmille (-> suuri yleisö, nuoret, päättäjät)
- viestintää on tehtävä kaikki toimijat yhteistyössä ja huomattavasti enemmän kuin nyt.

Ehdotus jatkotoimenpiteiksi

Yritysten tarpeiden esiintuontia ja positiivisen mielikuvan vahvistamista teollisuudesta jatketaan yritysedustajien näkemysten mukaisesti. Jatkossa keskeistä on suunnitella viestinnän sisältö, eli kerätä yhteen positiiviset tarinat ja faktat, joita halutaan tuoda esiin. Niistä muotoillaan viesti, jota halutaan kertoa. On mietittävä viestinnän kohderyhmät ja rakennettava heille kullekin kohdennettu viestintä. Lisäksi on tärkeää löytää tavat viestiä, viestintävälineet ja -kanavat, joilla sanoma saadaan perille. Halutun viestin perillemeno tehostuu, kun yritykset, kaupungit ja muut sidosryhmät toistavat yhteistä sanomaa. Seuraavaksi asialistalla on miettiä seuraavia asioita:

- viestintämateriaalin kokoaminen yhteiskäyttöön (positiiviset tarinat ja faktat)
- kaikki toimijat mukaan yhteistyöhön (yritykset, kaupungit, muut organisaatiot)
- viestintäsuunnitelma (yhteisiä viestintätoimenpiteitä koordinoitusti eri kohderyhmille)
- tilaisuudet ja tapahtumat (käytetään kaikki tilaisuudet hyväksi).

Eri sidosryhmiä informoidaan säännöllisesti työn etenemisestä.

Sami Leppimäki
Prizztech Oy
6.3.2018

LIITE 1. Osallistujien vastaukset

MITÄ TARVITAAN?

- Toimiva perusinfra
 - kulkuyhteydet henkilö- ja rahtiliikenteelle
 - Vientiväylät mm. satamat, lauttayhteydet.
- Osaavaa työvoimaa kaikkiin portaisiin
 - erityisesti korkeakoulu- ja yliopistotason
 - suorittavaa työvoimaa, jo nyt pakko tuoda ulkomailta, koska seudulla ei ole riittävästi korvaamaan eläkepoistumaa saati tukemaan kasvua.
- Yhteistyökumppaneita ja toimittajia.
- Tarvitaan suunnitelmallista viestintää sekä edunvalvojille, että opiskelijoille ja suurelle yleisölle. Viestit täytyy eriyttää ja viilata kullekin erikseen.
- Maailmanluokan osaamista tarvitaan jatkossakin
 - koulutuksen taso
 - Satakunnan tekeminen halutuksi työssäkäyntialueeksi.
- Osaamisen saatavuus aspektit
 - hyvä saatavuus
 - oma-aloitteinen työkulttuuri.
- Logistiikka
 - yhteyksien edistäminen
 - yhteyksien nopeuttaminen
 - alueelle tulon kynnyksen laskeminen.
- Kansalliset olosuhteet
 - energiatehokkuus, byrokratian optimointi.
- Koulutus
 - osaavaa työvoimaa, joka mahdollisesti jää paremmin Satakuntaan
 - koulutusta perusteellisuuden insinöörialoille.
- Paremmat liikenneyhteydet
 - materiaalikuljetukset, työvoiman liikkuvuus
 - VT2 ja VT8, raideyhteys Pori-Tampere.
- Satakunta nousuun!
- Kulkuyhteyksiin ja infraan sijoittaminen.
- Täällä on hyvä elää ja asua.
- Tarvitaan koulutettua työvoimaa ja hyvää infraa.
- Positiivinen mielikuva luo positiivisen kierteen.

MITEN MUUTETAAN MIELIKUVIA?

- Paikallinen ylpeys omasta teollisuudesta ja sen takana ja perustana olevasta teknologisesta osaamisesta.
- Satakunta nuorille ja opiskelijoille houkuttelevammaksi.
- Teollisuuden maineenpalautus olisi paikallaan.
- Yleinen yrityskuva teollisuudesta ja Satakunnasta on enemmän negatiivinen kuin positiivinen. Pääkaupunkiseutu, Tampere, Turku, Jyväskylä ja Oulu ovat paikkakuntina houkuttelevia. Faktaa

Satakunnan teollisuudesta pitäisi viestittää ilosanomana positiivisella mielellä aina kun siihen on mahdollisuus. Numerotieto lisää uskottavuutta.

- Yleinen mielikuva teollisuudesta on negatiivinen. Yritykset voisivat avata toimintaansa enemmän.
- Voittaisiin korostaa teollisuuden hyödyntämää modernia tekniikkaa.
- Arvostusta lisää oikealle työlle.
- Digitaalisuus tulee olemaan merkittävässä roolissa tulevaisuudessa.
- Positiivisen (=todellisen ja oikean) viestin esilletuominen julkisesti.
- Alueessa ei ole mitään vikaa.
- Mielikuvien muutos nuorille ja opiskelijoille houkuttelevammaksi.
- Yleisesti ei tiedetä mitä kaikkia mielenkiintoisia ja vastuullisia tehtäviä eri teollisuusyrityksillä on olemassa (liian usein väärä kuva: likaisia tehtaita ja huonot olosuhteet ja työyhteisö).
- Markkinoitava enemmän: vierailut ja esittelyt tyyliin: ”Meillä on moderni ala, loistavat olosuhteet, kiinnostavat ja monipuoliset tehtävät”.
- Päätötyöt tarjolle.
- Aktiivinen viestin esilletuonti
 - auttaa rekrytoinneissa.
- Pitää pystyä kertomaan mitä teollisuus Satakunnassa tekee
 - monella yrityksellä on kansainvälistä liiketoimintaa, mutta sitä ei välttämättä tiedetä
 - kerrotaan yo. asiasta sellaisia kanavia pitkin, joilla vaikutetaan oikeisiin kohderyhmiin.
- Nostetaan positiivisia tarinoita esiin (esim. Cimcorp jne.)
- Mielikuva teollisuudesta paranemaan päin -> tähän imuun hyvä tarrautua.
- Satakunnan teollisuus
 - lisää automaatio- ja robotiikka-alan työvoiman tarvejuttuja (vrt. YLE viime viikolla)
 - investointiuutisia ja TTY/SAMK uutisia ja esittelyjä, koululaisvierailuja.
- Tytäryhtiöfirmojen omistajien mielikuvan parantaminen teollisuusvyöhykkeellä, High Tech River.
- Mielikuvien parantaminen nuorten keskuudessa
 - teollisuuden infot AMK:ssa, 2-asteen oppilaitoksissa ja peruskoulun 9-luokalla (tiedon saanti teollisuudesta todella vaikeaa, miten saada motivoitua nuoria tekemänä tehdastyötä, 2-asteen oppilaista pula)
 - yhteydenpito opettajien ja opinto-ohjaajien kanssa
 - harjoittelupaikat teollisuudessa
 - lopputöitä pitäisi teettää enemmän
 - käyttää esim. pääluottamusmiestä infoissa oppilaitoksissa, saattaisi lisätä imagonrakentamisen luotettavuutta ja perillemenoaa.
- Positiivinen lähestyminen alueen olosuhteisiin
 - media, sidosryhmät, koulutuslaitokset.
- Positiivinen mielikuvamarkkinointi.
- Teollisuuden oikean merkityksen kertominen, oikeat luvut esiin.
- Yhteistyö alueen yritysten kesken.
- Modernin mielikuvan kasvattaminen
 - itseluottamuksen ja ylpeyden kasvattaminen
 - ydinbusiness perinteikästä, toimintatavat modernit.
- Mielikuva teollisuudesta ei ole nyt oikea
 - mediaan vaikuttaminen, referenssitarinat.
- Yliopisto Poriin.
- Teollisuuden mielikuva

- Ajatellaan työmahdollisuuksista liian kapeasti -> teollisuus tarjoaa todella kattavasti erilaisia ja eri alojen työpaikkoja.
- Satakunnan mielikuva
 - Todella iso teollinen alue, markkinointia tarvitaan. Valmet Automotive hyvä esimerkki siitä, miten näkyvyyttä ja mielikuvaa parannetaan riippumatta siitä, mikä on todellisuus.
- Yritystemme pitää yhä enemmän satsata markkinointiin ja palvelukonseptien luomiseen.
- Satakunnan yrityksille yhteinen malli, kun tarjouskyselyjä jalkautetaan toimittajille.
- Pori/Satakunta yleistä mielipidevaikuttamista (Yyteri, SAMK, SuomiAreena, edullinen ja laadukas asuminen).
- Kehä III:n sisällä ei kukaan tiedä, että Poriin on kaupallinen lentoyhteys.
- Kerrotaan onnistumisista, kerrotaan hyviä uutisia.