

SENEXIA verkkokurssi

Digi- ja yrittäjätaitoja senioreille

Digitaidoista, digityökaluista markkinointiin, oman verkkokaupan luomiseen ja johtamiseen

Euroopan komissio ei vastaa tämän julkaisun sisällöstä

SENEXIA verkkokurssin johdanto

Tervetuloa SENEXIA-koulutusohjelmaan. Olemme iloisia, että olet mukana!

Oletko kiinnostunut laajentamaan digitaalisia taitojasi? Onko sinulla suunnitelmia tulla taloudellisesti aktiiviseksi, itsenäiseksi ja ehkä perustaa oma pienyrittäjä?

Vanhemmilla ihmisillä (kuten yli 55-vuotiailla) on paljon taitoja ja tietoja. Olet kerännyt näitä taitoja ja tietoja työssäsi, kotona, yhteiskunnallisessa toiminnassasi, harrastuksissasi ja kiinnostuksen kohteissasi. Kaikilla näillä taidoilla ja osaamisella on suuri arvo ja merkitys.

Monilla meistä on kuitenkin oppimista, kun on kyse uusista teknologioista, ohjelmistoista, digitaalisista työkaluista ja laitteista. Joskus saatamme jopa hieman pelätä kaikkia näitä uusia työkaluja, vempaimia ja niiden kehitysnopeutta. Mutta ei hätää, SENEXIA on tukenasi!

SENEXIA verkkokurssin tavoite

1. Vahvistaa ja kehittää senioreiden digitaalisia valmiuksia innovatiiviseen senioriyrittäjyyteen ja/tai ammatinharjoittamiseen Euroopassa.
2. Tukea uusia yrittäjiä kulttuurienvälisissä digitaalisissa valmiuksissa ja henkilökohtaisten taitojen kehittämistä ja auttaa osaltaan, menestymään ja innovoimaan.
3. Edistää innovatiivisia digitaalisia oppimisympäristöjä senioreille, jotta he voivat jatkuvasti ja kestävästi kehittää digi- ja yrittäjätaitojaan.
4. Lisätä osaltaan yrittäjyyttä ja i yli 55-vuotiaiden digitaalisia taitoja eurooppalaisten viitekehysten avulla.

SENEXIA verkkokurssin sisällöstä

SENEXIA-kurssi kehitettiin tukemaan yli 55-vuotiaita aikuisia hallitsemaan siirtymistä perinteisestä yrittäjyydestä digiyrittäjyyteen. Ohjelma ei kuitenkaan käsittele pelkästään yrittäjyyttä, vaan se antaa monia käytännön vinkkejä ja tietoa uusista digitrendeistä.

Kurssi koostuu kuudesta moduulista:

Moduuli 1: Digilukutaito

Moduuli 2: Digitaalinen oppiminen ja koulutus

Moduuli 3: Digitaaliset työkalut liiketoiminnassa

Moduuli 4: Digitaalinen markkinointiviestintä

Moduuli 5: Verkkoliiketoiminnan luominen

Moduuli 6: Verkkoliiketoiminnan johtaminen

Kurssin kesto, moduulit, lähiopetus

SENEXIA-kurssi koostuu kahdesta osasta:

Tästä verkkokurssista (ppt-diat)

Lähiopetuksesta , jossa on ohjaaja/opettaja ryhmässä tapahtuvaa oppimista varten.

Molemmat osat (verkkokoulutus ja lähiopetus) kestävät yhteensä 48 tuntia. Tästä 24 tuntia on verkko-opiskelua ja toiset 24 tuntia lähiopetusta/opiskelua. Voit tietysti vapaasti käyttää vain verkkokurssia.

Yhteensä :48 tuntia: Lähiopetus : 24 tuntia ja verkossa 24 tuntia

Kaikki oppimateriaalit ovat saatavilla bulgarian, englannin, suomen, ranskan, saksan ja kreikan kielillä.

SENEXIA-koulutusohjelman kohderyhmät

- Omasta verkkokaupasta kiinnostuneet seniorit
- Senioriyrittäjät, jotka haluavat liittää verkkokaupan olemassa olevaan liiketoimintaansa.
- Tutorit, opettajat tai kouluttajat, jotka työskentelevät yli 55-vuotiaiden kanssa.
- Yritysneuvojat, jotka työskentelevät senioriyrittäjien kanssa
- Senioreiden perustamat yritykset

Oppimistavoitteet

- Digilukutaidon hallinta
- Digitaaliset välineet tiedon, sisällön ja resurssien jakamiseen.
- Miten löytää tietoa; Miten navigoida ja tutkia digitaalisia alustoja, sovelluksia ja uutta teknologiaa?
- Miten tehdä riippumatonta ja digitaalista tutkimusta?
- Miten digitaalista oppimista ja koulutusta voidaan soveltaa digitaalisten lukutaitojen parantamiseen?
- Kuinka käyttää digitaalisia työkaluja yrityksessä (esim. Skype - Microsoft teams - Assana - Google drive - Canva - Mailchimp).
- Mitä tietoja suojataan?
- Skypen käyttö (esimerkkinä), tilin ja profiilin luominen, yksityisyyden suojaaminen, yhteystietojen hallinta, ryhmän luominen, videopuhelujen ja ryhmäpuhelujen aloittaminen, chattailu ja viestien lähettäminen.
- Miksi verkkokauppa on osa yrityksen verkkomarkkinointistrategiaa? Mitä on verkkomarkkinointi? Verkkokaupan hallinta
- Asiakassuhteiden solmiminen ja säilyttäminen

koulutuksen oppimistulokset

- ❖ Perustiedot digilukutaitoon.
- ❖ Tietoja siitä, miten digitaalisia välineitä käytetään tiedon, sisällön ja resurssien jakamiseen.
- ❖ Käytännön tieto siitä, miten löytää, valita, käyttää ja yhdistää digitaalista tietoa eri lähteistä.
- ❖ Teoreettinen tieto siitä, miten verkko-oppimisyhteisöissä toimitaan tehokkaasti ja turvallisesti.
- ❖ Digitaalisen oppimisen ja koulutuksen olennaiset asiat
- ❖ Osaa tutkia digitaalisia oppimisvälineitä ja käyttää erilaisia digitaalisia alustoja ja sovelluksia.
- ❖ Tuntee yrityksen johtamiseen ja yhteistyöhön soveltuvat välineet ja välineet.
- ❖ Tietää, mitkä ovat olennaisia tekijöitä, joilla voit suojata tietojasi digitaalisia työkaluja käytettäessä.
- ❖ Tiedä, miten verkkokauppa perustetaan
- ❖ Tuntee sopivia työkaluja ja välineitä verkkokaupan perustamiseen teknisesti.
- ❖ Perustiedot siitä, miten ylläpitää liiketoimintaa verkossa
- ❖ Tarpeellista tietoa verkkoliiketoimintaan liittyvästä rahoituksesta ja riskienhallinnasta.
- ❖ Käytännön tietoa terveyteen ja stressinhallintaan liittyvistä asioista, jotka ovat välttämättömiä verkkoliiketoiminnan ylläpitämiseksi.
- ❖ Käytännön tietoa verkkotarinarankerronnan käyttämisestä digitaaliseen markkinointiin, asiakkaiden sitouttamiseen ja liiketoimintaan verkossa.
- ❖ Teoreettista tietoa sähköiseen kaupankäyntiin liittyvästä ajasta, rahasta ja resursseista.

SENEXIA-kurssilla hankitut taidot

- ❖ Valmius navigoida verkkolähteissä ja valita tietoa tehokkaasti.
- ❖ Tietoisuus digitaalisen kansalaisuuden perusteista
- ❖ Tiedon ja ajatusten tehokas välittäminen käyttäen sopivia välineitä ja muotoja.
- ❖ Turvallisia verkkokäytäntöjä koskevien menetelmien esittely
- ❖ Käyttää ennakoivasti digitaalisia alustoja, välineitä ja verkkosivustoja.
- ❖ Käyttää strategioita, joilla ohjataan tutkimusta digitaalisissa ympäristöissä
- ❖ Käytetään verkkoasetelmia digitaalisten taitojen lisäämiseksi.
- ❖ Soveltaa digitaalisesta oppimisesta ja koulutuksesta saatuja tietoja käytännössä verkkoympäristöissä navigoidessaan.
- ❖ Osoittaa ymmärtävänsä, miten navigoida tarvittavilla digitaalisilla alustoilla ja sovelluksissa toiminnallisuuden mukaan.
- ❖ Tunnustavat digitaalisen oppimisen ja kehittämisen merkityksen liiketoiminnan tarpeiden mahdollistajana.
- ❖ Oikean mallin / teknisen alustan valitseminen verkkokauppaa varten
- ❖ Tuotteiden tai palvelujen myynti verkossa
- ❖ Riskianalyysi ja vaihtoehtoiset riskien lieventämisstrategiat
- ❖ Parannetaan alakohtaisen englannin kielen tuntemusta

SENEXIA-kurssilla hankittu osaaminen

- ❖ Perustiedot itsenäisen ja digitaalisen tutkimuksen tekemisestä.
- ❖ Asiallinen tietämys digitaalisen oppimisen ja koulutuksen merkityksestä teknologian aikakaudella.
- ❖ Käytännön tietämys digitaalisista alustoista, sovelluksista, teknologioista jne.
- ❖ Teoreettinen tietämys digitaalisen oppimisen ja koulutuksen soveltamisesta digitaalisten lukutaitojen parantamiseksi.
- ❖ Perustiedot digitaalisten työkalujen hyödyistä verkkoliiketoimintaa rakennettaessa.
- ❖ Tietämys verkkoliiketoiminnassa käytetyistä yleisimmistä digitaalisista välineistä ja alustoista.
- ❖ Digitaalisten välineiden käytön tuntemus monissa eri tehtävissä (viestintä, projektinhallinta, online- ja sähköpostimarkkinointi jne.)
- ❖ Teoreettinen tietämys digitaalisten välineiden käytöstä liiketoiminnan menestykseen
- ❖ Perustiedot verkkomarkkinoinnin roolista yrityksesi kannalta.
- ❖ Tekninen ymmärrys verkkokaupan IT-tarpeista ja IT-ratkaisuista.
- ❖ Tieto siitä, miten verkkokauppa asennetaan ja miten pääset alkuun.
- ❖ Perustiedot verkkomarkkinoinnista (jonka osa verkkokauppasi on).

SENEXIA-verkkokurssilla käytetyt materiaalit

- Kuvat / kuviot / kaaviot
- Infografiikka
- Videot
- Tapaustutkimukset
- Suositeltava muu luettava materiaali

Tekniset vaatimukset

SENEXIA-verkkokurssi

Jotta SENEXIAN verkkokoulutusohjelmaa voitaisiin hyödyntää parhaalla mahdollisella tavalla, suosittelemme seuraavaa.

- Osallistuminen SENEXIA-verkkokurssille joko pöytätietokoneella, tabletilla, kannettavalla tietokoneella tai älypuhelimella (huom: Kaikki digitaaliset SENEXIA-oppimateriaalit ovat sellaisia, että voit käyttää niitä millä tahansa laitteella).
- Internet-yhteys kurssin aikana (kurssia ei voi ladata).
- Ohjelmisto, jonka avulla voit kuunnella musiikkia, toistaa videoita
- Internet-selain, jonka avulla voit käyttää kurssin suositeltuja linkkejä.
- Ehkä kuulokkeet, kun haluat kuunnella videota tai musiikkia häiritsemättä muita.

SENEXIAN pilotointivaiheen aikana saadun oppimiskokemuksen perusteella suosittelemme pöytätietokoneen, tabletin tai kannettavan tietokoneen käyttöä, koska näyttö on suurempi kuin älypuhelimessa ja tekstit ovat helpommin luettavissa.

SENEXIA-koulutus

Digi- ja yrittäjätaidot senioreille

Moduuli 1

Digilukutaidon perusteet

Sisällön tuottaja: Anmiro, Suomi

Johdanto

Mitä on digitaalinen lukutaito?

Tässä tapauksessa yksilön on ymmärrettävä, että on olemassa kaksi olennaista osatekijää, jotka on arvioitava:

- **tekniset (digitaaliset) taidot**, esim. tarvittavien ohjelmien (kirjoittaminen, laskeminen, esittäminen) ja sovellusten käyttö, Internetin käyttö, tunnistautuminen, yhteydet julkisiin elimiin, kuten verotukseen, verkkopankkiin jne.)
- **aineelliset resurssit**, joita yksilö tarvitsee toimiakseen (esim. tietokone, tabletti, älypuhelin, Internet-yhteys jne.).

Digitaitojen osat

Digitaaliset taidot jaetaan seuraaviin osa-alueisiin:

- 1) Digitaalisten välineiden ja median käyttötaidot;
- 2) Teknologiaan liittyvät tiedot, teoriat ja periaatteet;
- 3) Asenteet strategiseen käyttöön, avoimuuteen, kriittisyyteen ymmärtämiseen, luovuuteen, vastuullisuuteen ja riippumattomuuteen.

Oppimistulokset

Kun olet osallistunut tähän koulutusmoduuliin, sinulla on:

- ❖ Perustiedot digilukutaidosta.
- ❖ Tiedot siitä, miten digitaalisia välineitä käytetään tiedon, sisällön ja resurssien jakamiseen.
- ❖ Tietoja siitä, miten löytää, valita, käyttää ja yhdistää digitaalista tietoa eri lähteistä.
- ❖ Teoreettinen tieto siitä, miten verkko-oppimisyhteisöissä toimitaan tehokkaasti ja turvallisesti.

Oppimistavoitteet

Moduulissa 1 opit:

Osa 1. Johdatus digilukutaitoon

Osa 2. Digitaaliset välineet tiedon, sisällön ja resurssien jakamiseen

Osa 3. Miten löytää tietoa

Osa 4. Verkko-opiskelu

Oppimistulokset

Kun olet osallistunut tähän koulutusmoduuliin, sinulla on:

Taidot

- ❖ Avoimuus sitoutua verkkolähdeyhteisöihin ja -alustoihin.
- ❖ Valmius navigoida verkkolähteissä ja valita tietoa tehokkaasti.
- ❖ Tietoa digitaalisen kansalaisuuden perusteista
- ❖ Tiedon ja ajatusten tehokas välittäminen käyttäen sopivia välineitä ja muotoja.
- ❖ Turvallisia verkkokäytäntöjä koskevien menetelmien esittely
- ❖ Käyttää ennakoivasti digitaalisia alustoja, välineitä ja verkkosivustoja.
- ❖ käyttää strategioita, joilla ohjataan tutkimusta digitaalisissa ympäristöissä

Moduuli 1 - Osa 1

Johdatus digitaaliseen lukutaitoon

Opit:

- Millaisia asioita Digitaalinen lukutaito koostuu?
- Miksi se on tärkeää?
- Millaisia taitoja tarvitaan?

Mitä tarkoittaa digilukutaito?

Se tarkoittaa taitoja, joita tarvitsemme saavuttaaksemme tavoitteemme digitaalisissa ympäristöissä:

- Tietojen etsiminen
- Tietojen arviointi
- Kontaktin pitäminen muihin
- Materiaalien hankkiminen ja töiden toimittaminen
- Turvallisesti verkossa
- Online-oppiminen

Digitalukutaito tarkoittaa kykyä käyttää teknologiaa tehokkaasti viestinnässä, tiedonhankinnassa ja -käsittelyssä, ongelmanratkaisussa sekä henkilökohtaisessa ja ammatillisessa kehittämisessä. Siihen kuuluu myös teknologian käytön sosiaalisten ja eettisten vaikutusten ymmärtäminen ja kyky käyttää sitä vastuullisesti.

Nykyisin digilukutaito on yhä tärkeämpää kaikenikäisille ja -taustaisille henkilöille. Se on välttämätöntä, jotta voi osallistua täysipainoisesti yhteiskunnan toimintaan, saada tietoa ja mahdollisuuksia sekä liikkua tehokkaasti digitaalisessa maailmassa ja olla vuorovaikutuksessa sen kanssa.

Videoita digitaalisesta lukutaidosta

Mitä on digilukutaito:

<https://www.youtube.com/watch?v=LElWqXi7Ag>

Digilukutaito ja miksi sillä on merkitystä? Klikkaa:

<https://www.youtube.com/watch?v=p2k3C-iB88w>

Tärkeät taidot

- ❖ käyttää digitaalisia välineitä jokapäiväisissä tehtävissä (viestiä tehokkaasti sähköpostin, Internet-hakujen ja digitaalisten asiakirjojen avulla).
- ❖ Yhdistä ja tee yhteistyötä mistä tahansa digitaalisten työkalujen avulla
- ❖ Jaa uutisia tekemällä uutiskirje
- ❖ Osoitekirjan järjestäminen
- ❖ Järjestä valokuvia
- ❖ Käytä pilvipalveluja tiedostojen ja kansioden järjestämiseen.
- ❖ Suunnittele budjetti tai tapahtuma

digitaitojen oppimisesta:

<https://applieddigitalskills.withgoogle.com/en/learn>

Viitteet

<https://www.digitalsme.eu/digital-skills-for-smes-challenges-and-opportunities/>

<https://www.skillsyouneed.com/digital-skills.html>

Senioreiden digitaalisia taitoja tarvitaan (suomeksi):

<https://www.entersenior.fi/opiskele-itse/seniorin-digitaidot/>

Moduuli 1 - Osa 1 Arviointi

15 opittavaa digitaalista taitoa:

<https://www.youtube.com/watch?v=tijFGo8pcSA>



Luettele taidot:

- 1. 9.**
- 2. 10.**
- 3. 11.**
- 4. 12.**
- 5. 13.**
- 6. 14.**
- 7. 15.**

- 8.**

Mikä oli mielestäsi tärkein?

Moduuli 1 - osa 2

Digitaaliset välineet tiedon, sisällön ja resurssien jakamiseen.

Opit:

- Kuinka käyttää eri työkaluja tietojen jakamisessa (valokuvat, videot, blogit).
- Sosiaalinen media
- Pilvipalvelut

Sosiaalinen media

Mitä on sosiaalinen media:

<https://www.youtube.com/watch?v=jQ8J3IHhn8A>



Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on vaikuttanut merkittävästi tapaamme viestiä ja jakaa tietoa. Sillä on ollut suuri vaikutus myös siihen, miten yritykset ja organisaatiot viestivät asiakkaidensa ja sidosryhmiensä kanssa. Sosiaalisella medially on kuitenkin myös mahdollisia kielteisiä vaikutuksia, kuten väärän tiedon leviäminen, vihamielisen tai haitallisen sisällön vahvistuminen ja mahdolliset kielteiset vaikutukset mielenterveyteen.

On tärkeää olla kriittinen sosiaalista mediaa käytettäessä ja harkita huolellisesti kohtaamiensa tietojen lähteitä. On myös tärkeää tietää sosiaalisessa mediassa näkemäsi sisällön takana olevien ihmisten ja organisaatioiden mahdollisista ennakkoluuloista ja agendoista.

On myös tärkeää käyttää sosiaalista mediaa vastuullisesti ja miettiä, miten omat viestit vaikuttavat muihin. Tähän kuuluu, että on tarkkaavainen siitä, miten esittää itsensä ja näkemyksensä, ja kunnioittaa muiden mielipiteitä ja kokemuksia.

Kaiken kaikkiaan on tärkeää suhtautua sosiaaliseen mediaan kriittisesti ja harkiten ja olla tietoinen tämän tehokkaan välineen mahdollisista hyödyistä ja riskeistä.

Sosiaalinen media ja virtuaalinen viestintä

- Sosiaalinen media - Facebook, LinkedIn, Instagram, X (aikaisemmin Twitter), Signal
- WhatsApp - WhatsApp-tilin luominen, ryhmään liittyminen, lähettäminen viestejä, valokuvia, videoita, asiakirjoja, linkkejä
- Kommenttien kirjoittaminen, liittäminen tai saneleminen.
- Hyperlinkkien seuraaminen sosiaalisessa mediassa
- Sähköposti - ilmaisen sähköpostitilin perustaminen

Luo tili verkossa:

Facebook <https://facebook.com/>

LinkedIn <https://www.linkedin.com/>

Instagram <https://www.instagram.com/>

Pilvipalvelut

Valitse pilvipalvelu, esimerkiksi Google Drive, DropBox, One Drive tai iCloud.

Luo tili, luo kansioita, lataa tiedostoja ja jaa niitä muiden kanssa.

Google Driven käyttö:

<https://support.google.com/drive/answer/2424384?hl=en&co=GENIE.Platform=Desktop>

Aloittaminen -video: <https://www.youtube.com/watch?v=P7555XLfHgs>

Löydät yksityiskohtaisempia tietoja Google Drivesta moduulissa 2.

Jakaminen ja pilvipalvelut

- Avoimen lähdekoodin & ilmaiset ohjelmistot
- Pilvitallennusratkaisut - tilaukset ja ilmaiset, kuten Google Drive (enintään 5GB).
- Jakaminen sosiaalisen median kautta
- Videoiden lataaminen YouTubeen ja YouTube-kommenttien jättäminen
- Kuvien ja videoiden muokkaus - ilmaiset ohjelmistopakettit, kuten Canva, useisiin tehtäviin, kuten kuvan muokkaamiseen ja videoleikkeen muokkaamiseen.

Dropboxilla on ilmainen ja maksullinen pilvipalvelu
<https://www.dropbox.com/home>

- iCloud on Applen käyttäjille

Valokuvien jakaminen

Liity Flickr-yhteisöön, jossa on kymmeniä miljardeja valokuvia ja 2 miljoonaa ryhmää: <https://www.flickr.com/>.

Määritä profiilisi, lisää valokuvia, kutsu uusia käyttäjiä ja muodosta yhteys muihin käyttäjiin:
<https://www.flickr.com/tutorials/>

Videoiden jakaminen

Aloita omien videoidesi jakaminen tai jaa YouTubeesta löytämiäsi videoita! <https://www.youtube.com/>

Voit ladata videoita YouTubeen muutamalla helpolla toimenpiteellä. Lataa videot tietokoneelta tai mobiililaitteelta alla olevien ohjeiden avulla.

<https://support.google.com/youtube/answer/57407?hl=en&co=GENIE.Platform%3DDesktop>

Blogi

Blogi on World Wide Webissä julkaistu keskustelu- tai informaationsivusto, joka koostuu erillisistä, usein epävirallisista päiväkirjamaisista teksteistä (postauksista).

Voit löytää monia suosittuja ilmaisia blogialustoja.

Voit luoda ja hallita omaa blogiasi Bloggerilla.

Luo blogi:

<https://support.google.com/blogger/answer/1623800?hl=en>

Moduuli 1 - Osa 2 Sosiaalisen median arviointi



Lyhyt itsearviointi / testi

Mikä sopii paremmin yhteen?

Käytä	Sosiaalinen media
Jaa videoita	X (entinen Twitter)
Kuvien jakaminen	Digg
Jaa tiedot	Flickr
Online-pelaaminen	YouTube
Läsnäolohakemus	Facebook
Uutisten kokoaminen	Wikipedia
Videoiden jakaminen	Maailman sota Craft

Moduuli 1 - Osa 3

Miten löytää tietoa

Opit:

- ❖ Miten tietoa löydetään, valitaan, käytetään ja yhdistellään?
- ❖ Verkossa olevien asiakirjojen ja videoiden käyttäminen
- ❖ Kuinka käyttää hakukonetta tehokkaasti

Hakukoneet

Google <https://www.google.com/>

Bing <https://www.bing.com/>

Bing on hyvä videohauissa, koska se näyttää suuret, selkeät kuvakkeet, ja kun viet hiiren osoittimen videon päälle, videon esikatselu alkaa toistua.

Yahoo <https://www.yahoo.com/>

Yahoo on vanhempi kuin Google.

Hakukoneet

Yandex <https://yandex.com/>

Yandex on maailman viidenneksi suurin hakukone, ja sitä käytetään erityisesti Venäjällä, jossa sitä käyttää noin 60 prosenttia venäläisistä.

DuckDuckGo <https://duckduckgo.com/?>

DuckDuckGo on suosituin hakukone yksityisyyttä arvostavien keskuudessa, ja sen käyttö ja suosio on kasvanut vuosi vuodelta.

Hakukoneet

Ekologinen valinta:

Parempi planeetta jokaisen haun myötä

Yksinkertaisin tapa istuttaa puita ja toimia ilmastotoimien parissa joka päivä.

<https://www.ecosia.org>

Safari (Web-selain) on paras tapa tutustua internetiin kaikilla Apple-laitteillasi.

Pääsy verkkoasiakirjoihin

pdf-asiakirjojen käyttö: avaaminen, katselu, lataaminen, tallentaminen

Kaikki mitä sinun tarvitsee tietää pdf:

<https://www.adobe.com/acrobat/about-adobe-pdf.html>

Kaikki PDF-tiedostojen käsittelyyn tarvittavat työkalut yhdessä paikassa:

<https://www.ilovepdf.com/>

Videoleikkeiden käyttäminen

Videoleikkeiden käyttäminen:

Videon katsominen verkossa - toiston säätimet, videoikkunan koko, äänenvoimakkuuden säätimet, videon lataaminen ja tallentaminen.

Miten hakukoneet toimivat?

Hakukoneet tuottavat ***tuloksia***. Tulokset ovat hyperlinkkejä verkkosivustoihin, jotka näkyvät hakukoneen sivulla, kun tiettyä avainsanaa tai lausetta haetaan. Kun kirjoitat hakusanan, indeksin indeksointiohjelma käy läpi indeksin ja vertaa kirjoittamaasi hakusanaa muihin hakusanoihin. Hakukoneiden suunnittelijoiden luomia algoritmeja käytetään tarjoamaan merkityksellisimmät tiedot ensin. Kullakin hakukoneella on omat algoritminsa, ja siksi ne tuottavat erilaisia tuloksia.

Hyperlinkit

Hyperlinkit ja tiedonsaanti Internetin kautta:

Hyperlinkit vievät sinut kyseiselle verkkosivustolle intranetissä tai World Wide Webissä.

Kaksi perusosaa: verkkosivun osoite (URL) ja näyttöteksti. Osoite voisi olla esimerkiksi <http://www.popsci.com> ja näyttöteksti Popular Science Magazine. Kun seuraat hyperlinkiä sähköpostissa tai ohjelmistosovelluksessa, kuten Microsoft Wordissa, näet joko osoitteen tai näyttötekstin tai molemmat. Voit seurata hyperlinkiä ohjelmistosovelluksessa pitämällä Ctrl-näppäintä painettuna ja napsauttamalla hyperlinkkiä.

Hyperlinkin kirjoittaminen Internet-selaimen osoiteriville - varmista, että niiden oikeinkirjoitus ja symboli ovat oikein, tai osoite on väärä, etkä pääse oikealle sivulle.

Moduuli 1 - Osa 3: Arviointi



Lyhyt itsearviointi / testi

1. Antavatko kaikki hakukoneet samat hakutulokset? (*Rastittakaa oikea ruutu*)

- Kyllä
- Ei
- Osittain

2. Käytä samaa hakusanaa eri hakukoneissa. Kuinka monta tulosta saat?

Hakusanasi: _____

Tulosten määrä:

- Google _____
- Bing _____
- Yahoo _____

Moduuli 1 - Osa 4

Verkko-opiskelu

Tässä osassa opit:

- Miten digitaalisia alustoja käytetään etäopetuksessa?
- Miten hallita oppimista
- Viestitä ohjaajiesi kanssa
- Käyttää kurssimateriaalia
- Lähetä työsi

Moduulissa 3 on lisätietoa digitaalisesta oppimisesta.

Verkko-oppimisyhteisö

Verkko-oppimisyhteisö on julkinen tai yksityinen kohde Internetissä, joka vastaa jäsentensä oppimistarpeisiin helpottamalla vertaisoppimista. Ihmiset työskentelevät yhteisönä saavuttaakseen yhteisen oppimistavoitteen.

Massiivinen avoin verkkokurssi (MOOC) on verkkokurssi, jonka tavoitteena on rajoittamaton osallistuminen ja avoin pääsy verkon kautta.

Vertaile lähiopetusta ja etäopetusta:

https://www.youtube.com/watch?v=YwJf2oD_RZA

Tallenna tietoja verkkosivustoilta

Jos haluat tallentaa tietoja avaamaltasi verkkosivulta, voit luoda kirjanmerkin, jotta pääset sivulle uudelleen yhdellä napsautuksella. Avaa tietokoneellasi esim. Chrome. Siirry sivustolle, jolla haluat käydä tulevaisuudessa uudelleen. Napsauta osoitepalkin oikealla puolella Tähti.

Tai valitse sen sivun osoite, jonka haluat tallentaa, ja napsauta hiiren kakkospainiketta kopioi. Avaa tyhjä asiakirja, laskentataulukko tai esitys; vie hiiri sen asiakirjan kohdalle, johon haluat liittää kopioimasi tekstin, napsauta hiiren oikealla painikkeella ja valitse 'liitä'.

Voit tallentaa kuvan verkkosivulta napsauttamalla kuvaa selaimessa hiiren oikealla painikkeella, valitsemalla "tallenna kuva", jolloin kuva tallentuu tietokoneen "Lataukset"-kansioon.

Virtuaalinen viestintä

Yksi keskeinen suuntaus, jonka olemme havainneet yrityksissä pandemian jälkeen, on lisääntyvä riippuvuus virtuaalikonferensseista ja -viestinnästä. Valtava määrä yrityksiä on korvannut kasvokkain pidettävät kokoukset kokonaan virtuaalisilla vaihtoehdoilla, mikä edellyttää aivan toisenlaisia taitoja.

Zoomin ja Teamsin kaltaiset ohjelmat ovat suurimmaksi osaksi suhteellisen käyttäjäystävällisiä, mutta yritysjohtajien on tärkeää varmistaa, että heillä on käytössä parhaat prosessit ja teknologia tehokkaiden kokousten järjestämiseksi.

Kirjanmerkit

Jos haluat tallentaa tietoja avaamaltasi verkkosivulta, voit tehdä niin:

Luo kirjanmerkki, jotta pääset sivulle uudelleen yhdellä napsautuksella. Valitse teksti, jonka haluat tallentaa, napsauta hiiren oikealla painikkeella "kopioi".

Avaa tyhjä asiakirja, laskentataulukko tai esitys; aseta hiiri sen asiakirjan kohdalle, johon haluat liittää kopioimasi tekstin, napsauta hiiren oikealla painikkeella ja valitse 'Liitä'.

Jos haluat tallentaa kuvan verkkosivulta, napsauta kuvaa selaimessasi hiiren oikealla painikkeella, valitse "tallenna", jolloin kuva tallentuu tietokoneen "Lataukset"-kansioon.

Lisätietolinkit

Miten hyperlinkkejä käytetään:

<https://edu.gcfglobal.org/en/word2016/hyperlinks/1/>
<https://www.youtube.com/watch?v=3QUnMSAekdE>
<https://www.youtube.com/watch?v=mNJZo8ESMp0>
<https://www.youtube.com/watch?v=2p6vFv0Ga4g>
<https://www.youtube.com/watch?v=bYkUuaA63vc>

Kirjoittaminen, esittäminen ja budjetointi/laskenta

Tarvittava ohjelmisto:

- Tekstinkäsittelyohjelmisto, jolla voit luoda, muotoilla, tallentaa, tulostaa ja jakaa tekstipohjaisia asiakirjoja.
- Taulukkolaskentaohjelmat numeroiden, laskelmien ja lukujen hallintaan.
- Esitykset luodaksesi esityksiä, joissa on dioja, jotka voivat sisältää tekstiä, kuvia sekä ääni- tai videoleikkeitä.

Tarjolla on kaupallisia ohjelmistoja, kuten Microsoft 365, joka sisältää Word-, Excel-, Power Point- ja Outlook-ohjelmistot. PowerPoint ja Word ovat saatavilla myös ilmaisina sovelluksina Android- ja iOS-laitteille, joiden näyttö on pienempi kuin 10,1". Siirry osoitteeseen Microsoft.com ja noudata ohjeita haluamasi paketin tilaamiseksi.

Linkki: www.microsoft.com/microsoft365

Saatavilla on useita avoimen lähdekoodin ohjelmistoja, kuten Open Office.

<https://www.openoffice.org>

ja ilmaisia ohjelmistoja, jotka ovat saatavilla esimerkiksi Googlen kaltaisilta palveluntarjoajilta.

www.google.com

Luo Gmail-tili, niin sinulla on ilmainen pääsy kaikkiin Googlen sovelluksiin, esim.

- sähköposti
- Kalenteri
- Yhteystiedot
- Kartat
- Kuvat
- Tulkki
- Pilvitalennustila

Moduuli 1 - Osa 4 Arviointi



Klikkaa Udemyn osoitetta:

<https://www.udemy.com/>

1. Kuinka monta kielivaihtoehtoa Udemyn tarjoaa? (*Rastita oikea ruutu*)

- Vain englanti
- Kymmeniä kielivaihtoehtoja
- 18 kieltä

2. Mitkä näistä ovat Udemyn kategorioita (*rastita oikeat ruudut*)?

- Toimiston tuottavuus
- Liiketoiminta
- Verkko-opetus
- Valokuvaus ja video

MODUULI 1 - Osa 4 Arviointi



Napsauta ilmaisen verkko-oppimisympäristön osoitetta:

<https://edu.gcfglobal.org/en/>

1. Tutustu maksuttomiin verkkokursseihin ja valitse itsellesi sopivat kurssit!

2. Mitkä olivat mielenkiintoisimmat:

Foorumi & keskustelu

Tämän oppimismoduulin keskustelussa ehdotetaan seuraavia keskustelunaiheita:

- ❖ Mitä verkkokoulutusta suosittelet?
- ❖ Miten voin parantaa medialukutaitoani?
- ❖ Mitä sosiaalisen median palveluita käytät?
- ❖ Miten käyttäydyn turvallisesti verkossa?

Kaikki muut aiheet, jotka saattavat kiinnostaa simia, ovat erittäin tervetulleita.



Kertaus

Moduuli 1

Tässä moduulissa keskityttiin seuraaviin aiheisiin:

- ❖ Digitaitojen ja digilukutaidon käyttöönotto
- ❖ Digitaalisten välineiden käyttö
- ❖ Miten löytää ja käyttää tietoa
- ❖ Verkko-opiskelu

SENEXIA-koulutus

Digi- ja yrittäjätaidot senioreille

Moduuli 2

Digitaalinen oppiminen ja koulutus

*Sisällön tuottaja: AN.KA. S.A., Kreikka

JOHDANTO

Tämä moduuli sisältää perusteita:

- ❖ itsenäisen ja digitaalisen tutkimuksen tekemisestä, digitaalisen oppimisen ja koulutuksen merkityksestä
- ❖ digitaalisista alustoista, sovelluksista, teknologioista jne.
- ❖ digitaalisen oppimisen ja koulutuksen soveltamisesta digilukutaidon kehittämiseksi

Oppimistavoitteet

Moduulissa 2 opit:

- Miten tehdä itsenäistä ja digitaalista tutkimusta;
- Digitaalisen oppimisen ja koulutuksen merkitys teknologian aikakaudella;
- Miten navigoida ja tutkia digitaalisia alustoja, sovelluksia ja uutta teknologiaa;
- Miten digitaalista oppimista ja koulutusta voidaan soveltaa digilukutaidon parantamiseen?

- ❖ Digitaalisen oppimisen ja koulutuksen olennaiset asiat
- ❖ Osaat tutkia digitaalisia oppimisvälineitä
- ❖ Osaat käyttää erilaisia digitaalisia alustoja ja sovelluksia
- ❖ Päättää, mikä on paras digitaalinen väline henkilökohtaiseen/ammattilliseen kehitykseesi.

- ❖ Perustiedot itsenäisen ja digitaalisen tutkimuksen tekemisestä.
- ❖ Tietämys digitaalisen oppimisen ja koulutuksen merkityksestä teknologian aikakaudella.
- ❖ Käytännön tietämys digitaalisista alustoista, sovelluksista, teknologioista jne.
- ❖ Teoreettinen tietämys digitaalisen oppimisen ja koulutuksen soveltamisesta digilukutaidon parantamiseksi.
- ❖ Osaat käyttää verkkoympäristöä mahdollisuuksia digitaitojen lisäämiseksi.
- ❖ Sovellat digitaalisesta oppimisesta ja koulutuksesta saatuja tietoja käytännössä verkkoympäristöissä navigoidessaan.
- ❖ Ymmärtää, miten navigoida tarvittavilla digitaalisilla alustoilla ja sovelluksilla
- ❖ Tunnustaa digitaalisen oppimisen ja kehittämisen merkityksen liiketoiminnan kehittämiseksi
- ❖ Parantaa alakohtaisen englannin kielen tuntemusta

Moduulin 2 sisältö

- ❖ Digitaalinen oppiminen: määritelmä
- ❖ Digitaalisen oppimisen erilaiset opetusmenetelmät
- ❖ Digitaalisen oppimisen edut verkkokoulutuksessa
- ❖ Navigointi
- ❖ Autonominen oppiminen
- ❖ Oppiminen hypertekstissä
- ❖ Verkostopohjainen oppiminen
- ❖ Oppiminen virtuaalisen viestinnän avulla
- ❖ Digitaalinen oppiminen ja koulutus yrittäjille
- ❖ Digitaalinen oppimis- ja kehittämisstrategia

Digitaalinen oppiminen: määritelmä

Mitä on digitaalinen oppiminen?

Digitaalisella oppimisella tarkoitetaan kaikenlaista oppimista, jossa käytetään digiteknologiaa. Digitaaliseen oppimiseen kuuluu siis kaikki se, mihin oppijat käyttävät digitaalisia alustoja, välineitä, järjestelmiä ja sovelluksia. Siten verkkokurssit, internetissä tehtävä tutkimus, jopa verkkovideoiden katselu tai digitaalisten välineiden ja laitteiden käyttö kasvokkain opettajan kanssa perinteisessä luokkahuoneessa ovat kaikki digitaalista oppimista.

Se eroaa verkko-opiskelusta siinä, että jälkimmäinen sisältää vain internetin kautta tapahtuvaa oppimista. Edellinen on laajempi termi, joka sisältää sekä internetin että digitaalisten laitteiden, välineiden, järjestelmien ja sovellusten käytön. Verkko-opiskelussa käytetään internetiä viestinnän ja oppimisen muotona. Näin opiskelijat ja opettaja voivat olla samassa huoneessa ja silti omaksua verkko-oppimisen.

Digitaalinen oppiminen: määritelmä

Mitä e-Learning on?

Verkko-opiskelu on oppimistapa, jossa kaikki tapahtuu virtuaalisesti - opiskelijat ja opettaja EIVÄT ole lainkaan vuorovaikutuksessa kasvokkain. Täysin verkossa tapahtuvana oppimiskokemuksena verkko-opiskelu sisältää kaikki materiaalit, kurssityöskentelyn ja viestinnän, jotka tapahtuvat verkossa. Tämä tarkoittaa sitä, että virtuaalinen oppiminen edellyttää sähköposteja, foorumeita, chattia, verkkoryhmäkeskusteluja tai videoneuvotteluja ensisijaisina oppimis- ja viestintävälineinä.

Digitaalisen oppimisen erilaiset opetusmenetelmät

Seuraavassa esitetään yleiskatsaus tärkeimpiin nykyisiin digitaalisen oppimisen opetusmenetelmiin ja -ratkaisuihin sen lisäksi, että verkko-oppiminen on keino kouluttautua asynkronisesti omalta tietokoneelta.

Virtuaalinen luokkahuone

Perinteisen synkronisen koulutuksen periaatteeseen perustuvissa virtuaaliluokissa kouluttajat ja oppijat voivat kokoontua samaan virtuaaliseen paikkaan esimerkiksi videokonferenssin aikana.

Pedagogiset pelit

Erilaisissa muodoissa (simulaatio, pelillistäminen jne.) järjestetyt koulutukset mahdollistavat osaamisen oppimisen hausalla ja joskus kollektiivisella tavalla.

MOOC (massiivinen avoin verkkokurssi)

Opetusmenetelmä, joka perustuu koulutusalan käyttöön videoiden, ladattavien asiakirjojen, tietokilpailujen jne. avulla.

Digitaalisen oppimisen erilaiset opetusmenetelmät

SPOC (Pieni yksityinen verkkokurssi)

Vuorovaikutteisen kurssin erityispiirteenä on MOOCin tavoin se, että se on suunnattu pienemmälle oppilasryhmälle, mikä edistää vuorovaikutteisuutta kouluttajan kanssa ja varmistaa, että oppijoita seurataan.

Mobiilioppiminen

Opiskelua mobiililaitteella esim älypuhelimella. Tämä käytäntö sopii erityisen hyvin "milloin tahansa, missä tahansa ja missä tahansa" -oppimiskokemukseen.

Sosiaalinen oppiminen (sosiaalinen ja yhteistoiminnallinen oppiminen)

Tämä epämuodollisempi ja yhteistoiminnallisempi oppimismenetelmä perustuu kokemusten vaihtoon ja jakamiseen ryhmässä, ja sitä käytetään täydentävästi myös hybridikoulutuksessa tai kasvokkain tapahtuvassa koulutuksessa.

Mukautuva oppiminen

Tällä käsitteellä tarkoitetaan tiettyjen koulutuskurssien mukauttamista kunkin oppijan tarpeisiin (erityiset moduulit ja työpajat, mukautetut koulutuskurssit jne.).

Digitaalisen oppimisen edut verkkokoulutuksessa

Digitaalisen oppimisen edut ovat lukuisat, erityisesti etäopiskelijalle. Hänellä on vapaus opiskella silloin, kun haluaa (aamulla, iltapäivällä, tunnin mittaisissa jaksoissa jne.), missä haluaa (kotona, matkalla, kirjastossa jne.), miten haluaa (tietokoneella, älypuhelimella, tabletilla jne.) ja haluamallaan tahdilla (käydä tietyt kohdat läpi nopeammin, palata toisiin jne.).

Voidaan väittää, että digitaalisessa oppimisessä oppija on koulutuksen keskiössä, ja koulutus mukautuu oppijan mukaan eikä päinvastoin.

Digitaalisen oppimisen edut verkkokoulutuksessa

1. Voimaannuttaminen: Mahdollisuus työpaikalla tapahtuvaan oppimiseen ja kehittymiseen on suurin syy siihen, miksi ihmiset haluavat työskennellä organisaatiossa. Teknologia antaa oppimisen ja kehittämisen loppukäyttäjien käsiin, ja se voi tarjota heille vapautta sen suhteen, miten ja milloin he käyttävät sitä.
2. Mitattavissa/joustava: Kun oppimisanalytiikka on saatavilla useimmissa nykyaikaisissa oppimistyökaluissa, digitaalisen oppimisen avulla voit seurata työntekijöiden sitoutumista oppimiseen, jakoja, keskeytyspisteitä, käyttäjien kommentteja ja paljon muuta.
3. Yhdistetty: xAPI-oppimisteknologian avulla voit yhdistää kaikki resurssit, kokemukset ja aktiviteetit, jotka muodostavat yksilön oppimismatkan, ja ohjata häntä yhdestä olennaisesta osasta toiseen, jotta oppiminen olisi jatkuvaa.
4. Aina saatavilla: ihmiset oppivat lennossa, hetkessä, työmatkalla - periaatteessa silloin, kun he voivat tai haluavat. Digitaalinen oppiminen on aina käytettävissä, ja se voidaan jakaa pieninä palasina, jolloin sitä voidaan käyttää joustavasti.
5. Henkilökohtaistaminen: Nykyaikaisen oppimisteknologian avulla voit tuottaa henkilökohtaisia tai mukautuvia oppimiskursseja, jotka kohdistuvat yksilön rooliin, tarpeisiin ja osaamisvajeisiin hänen omalla paikallisella kielellään.

Navigointi

Digitaalisten välineiden asianmukaisen käytön opettelu voi tasoittaa tietä niin sanotulle "navigoinnille". Navigoinnissa keskitytään "navigointiin saatavilla olevan tiedon valtameressä", mikä on keskeistä opettamisen ja oppimisen kannalta.

Onnistunut oppiminen on seurausta siitä, että oppijat pystyvät ratkaisemaan kontekstisidonnaisia, reaali maailman ongelmia tutkimalla, arvioimalla, manipuloimalla ja integroimalla eri lähteistä saatavaa tietoa yhteistyössä sen sijaan, että he omaksuisivat tietoa passiivisesti opettajan valitsemista teksteistä (McLoughlin, 2008).

Autonominen oppiminen

Digitaalisen oppimisen alalla kehitetään tällä hetkellä enemmän kuin voimme kuvitellaakaan. Eikö olekin totta, että nämä nopeat tekniset edistysaskeleet ylittävät nyt ihmisen käsityskyvyn? Itse asiassa digitaalinen oppiminen tarjoaa tietokone-, media-, verkko- ja hyperteksti-/hypermediatekniikkaan perustuvia tutkimattomia mahdollisuuksia.

Yksi niistä on autonomisen oppimisen, eli itseorganisoituneen, itse suunnitellun ja itsearvioidun oppimisen, lisääntynyt kehittäminen. Tämän ainutlaatuisen oppimisen mahdollistaa ja yksinkertaistaa monin tavoin digitaalinen oppimisympäristö, joka tarjoaa erityisen suotuisat edellytykset vielä tänäkin päivänä. Tarkastellaanpa nyt näitä lähestymistapoja.

Autonominen oppiminen - erilainen lähtötilanne

Aiemmin mainittu uusi ja täysin erilainen oppimisympäristö auttaa tässä suhteessa. Digitaalisessa oppimisympäristössä käyttäjän ja ohjelmiston välille kehittyi suhde, joka on riippuvainen toisistaan, vuorovaikutteinen ja jopa jossain määrin symbioottinen. Nickersonin (1987) mukaan omalaatuinen dyadi yksilö/digitaalinen oppimisympäristö osoittaa ihmissuhdekommunikaatio-ominaisuuksia. Riippumatta siitä, kuinka kriittisesti suhtaudumme näihin vertailuihin, todellisuudessa ihmiset käyttävät säännöllisesti hyväkseen tämän oppimisympäristön ainutlaatuisia etuja.

Se kiehtoo oppijoita, koska he haluavat oppia navigoimaan monimutkaisessa järjestelmässä, ohjaamaan ja hallitsemaan prosesseja, käynnistämään tiedonhankintaprosessin itse ja löytämään yhteyksiä. He kokevat itsensä suorittajiksi tämän seurauksena. Alustava skenaario itsessään näyttää innostavan, stimuloivan ja jopa motivoivan oppijoita oppimaan itse. Tämä alkuolosuhteiden ominaisuus näyttää olevan erityisen suotuisa itsenäiselle oppimiselle.

Autonominen oppiminen - erilainen lähtötilanne

Lähempi tarkastelu paljastaa digitaalisen oppimisympäristön muita ominaisuuksia, jotka helpottavat itsenäistä, itse suunniteltua ja itsesäätelyyn perustuvaa oppimista. Sanomme usein, että oppijoilla on pääsy kaikkeen heidän saatavillaan olevaan tietoon. Heillä on pääsy monenlaisiin asiaankuuluviin tietolähteisiin, ja he voivat jopa käyttää hakukoneita helpottaakseen tätä pääsyä. Kuin taikaiskusta he voivat hakea sähköisiä kirjoja tai kurssitietoja. He voivat jopa sanella halukoneeseen etsittävät kohteet, jos heillä on käytössään uusin teknologia.

Esimerkiksi puhutut komennot "merkitys" ja "tietosanakirja" käynnistävät välittömästi täydentäviä selityksiä ja kommentteja, jotka helpottavat ymmärtämistä. Oppijat voivat ladata oppimateriaaleja ja tekstejä eri puolilta maailmaa olevilta kirjoittajilta World Wide Webin (WWW) avulla. Oppijoiden on vain käytettävä termejä kuten kirjasto, luettelo, aihe, selata ja ladata, jotta he pääsevät käsiksi digitoitujen kirjojen laajenevaan kokoelmaan.

Autonominen oppiminen - erilainen lähtötilanne

Oppimisympäristöjen verkottuminen luo tiedon maailman, johon kuuluu opetusmateriaaleja ja tietovarastoja, joihin itsenäiset oppijat voivat vähitellen päästä käsiksi lataamalla tarvitsemansa tiedot omalle kovalevyllään, tulostamalla tekstit ja käymällä ne läpi. Opetuksen ja oppimisen historiassa ei ole koskaan ollut parempaa lähtökohtaa itsenäiselle ja automaattiselle oppimiselle.

Tutkitaanpa tätä maailmaa tarkemmin. Näyttää siltä, että digitaalisessa oppimisympäristössä kolme seuraavaa disjunktivista toiminta-aluetta ovat yleisimpiä:

- oppiminen hypertekstissä
- verkostopohjainen oppiminen
- oppiminen virtuaalisen viestinnän avulla.

1. Oppiminen hypertekstissä

Hypertekstissä oppijoille esitetään tekstielementtejä, jotka edustavat "kognitiivisia yksiköitä" ja jotka voidaan sijoittaa eri kognitiivisille tasoille. Oppijat joutuvat siten itse keksimään kiinnostavan alun oppimiselleen. Tätä varten he tutustuvat saatavilla oleviin kognitiivisiin yksiköihin ja luovat toiminnan, jolle ei ole vastaavaa esimerkkiä perinteisessä pedagogiikassa. Luonnollisesti ilmaisu "browsing" saa meidät ajattelemaan laiduntavia eläimiä, jotka syövät satunnaisesti.

Oppija saattaa alkaa "navigoida" kartoittamattomassa aineiston "meressä" sen jälkeen, kun hän on löytänyt ratkaisevan lähtökohdan. Tämä on aivan uusi termi harvinaiselle pedagogiselle käytännölle. Tämä on mahdollista useiden yhteyksien avulla, mukaan lukien yhteydet tietoyksiköihin, jotka vievät oppilasta pidemmälle. Semanttisten verkostojen rakentamisen oppilaan omassa mielessä ajatellaan hyötyvän kaikkien toisiinsa kytkeytyneiden kognitiivisten yksiköiden (solmujen) muodostamasta verkostosta (vrt. Schulmeister, 1997, s. 252).

1. Oppiminen hypertekstissä

Oppijoiden vastuulla on navigoida tässä verkostossa ja valita omat oppimispolkunsu. Heillä on tässä suhteessa paljon opetussuunnitelmallista vapautta. Irtautuminen lineaarisesta esitystavasta ennalta määrättyissä jaksoissa ja epälineaarisen ja ei-sekventiaalisen oppimisen muodostaminen ovat tärkeitä ja merkittäviä innovaatioita, jotka on ymmärrettävä autonomisen oppimisen kannalta.

Digitalisointi ja tietokonemanipulaatio kumoavat eri medioiden järjestyksen; niiden järjestystä voidaan muuttaa mielivaltaisesti ja tehdä niistä vuorovaikutteisesti käytettävissä olevia. Tämä antaa käyttäjän ja järjestelmän väliselle vuorovaikutukselle korostetun roolin (Schulmeister, 1997, s. 22). Oppijan tarvittava aktivointi ja sen mahdollistama vuorovaikutus toimivat epäilemättä tulevaisuuden opetuksen suunnittelun kulmakivenä. Tässä kohtaa meidän on pysähdyttävä miettimään hetki niitä etuja, joita tämä menettely - jota informaatiotiede on levittänyt ja tyrkyttänyt meille - todella tarjoaa.

1. Oppiminen hypertekstissä

Täällä on nyt vapaa alue, jota voidaan käyttää itsenäiseen oppimiseen. Tämä strategia on erityisen kiehtova, koska se mahdollistaa sellaisten oppimiskäyttämisen uusien näkökohtien näkyväksi tekemisen, jotka voivat olla ratkaisevia tulevaisuuden itsenäiselle oppijalle. Käytännössä voidaan nähdä neljä erilaista etsintää, jotka Kuhlenin (1991, s. 128) mukaan ovat seuraavat:

- kohdennettua selailua, poimien tavaroita matkan varrella;
- kohdennettu selailu, jossa löydetään tärkeää tietoa, joka ei ollut aiheena. haku;
- satunnainen selailu; ja
- assosiatiivinen selaus.

Toiset kirjoittajat käyttävät navigoinnin eri muodoista muita termejä, kuten selaamisen, skannaamisen, etsimisen, tutkimisen ja vaeltelun ohella (Canter, Rivers & Storrs, 1985).

1. Oppiminen hypertekstissä

Myös ilmaisupolun löytäminen onnistuu. Riippumatta siitä, mistä näkökulmasta tarkastelemme näitä eroja, on kiistatta totta, että kun oppijat rakentavat, suunnittelevat ja ohjaavat omaa oppimistaan, he jäävät välittömästi omien resurssiensa varaan ja joutuvat luomaan toimintaa omaa oppimistaan varten ja ottamaan samalla vastuun siitä. Heidän valitsemansa toimet ja liikkeet toimivat heidän oppimisensa perustana.

Tämä osoittaa, että kyseessä on itseohjautuva oppimisprosessi, jossa kukin opiskelija pyrkii omiin tavoitteisiinsa, seuraa omaa oppimispolkuaan ja pystyy saavuttamaan erilaisia oppimistuloksia. Hyperteksti on tehokas väline itsenäisen oppimisen edistämiseen. Tässä tehdään selvästi selväksi ratkaiseva rakenteellinen ero. Itsenäiseen oppimiseen kuuluu tiedon etsiminen, valitseminen, arviointi ja soveltaminen, kun taas perinteinen oppiminen perustuu tiedon esittämiseen ja omaksumiseen.

2. Verkstopohjainen oppiminen

Vielä enemmän mahdollisuuksia ja mahdollisuuksia itsenäiseen oppimiseen tarjoavat verkostot, kuten World Wide Web. Se, että tieto on nyt helposti saatavilla, motivoi oppijoita etsimään ja löytämään itseään kiinnostavia asioita. Tähän on olemassa lukuisia menetelmiä.

Esimerkiksi sähköisen viitemateriaalin käyttö helpottaa asiaankuuluvan tiedon löytämistä, ja käyttäjillä on mahdollisuus tulostaa tai tallentaa asiaankuuluvia tietoja, artikkeleita jne. intensiivistä ja pitkäaikaista työskentelyä varten. Esimerkiksi Encyclopaedia Britannican 32 nidettä ovat saatavilla verkossa päivitetystä muodosta ja myös CD-ROM-levyllä. Suurten sanomalehtiryhmien digitoidut arkistot on jo asetettu saataville. Digitaalisten tietokantojen ja tiivistelmien avulla "digitaaliset kirjastot", joista osa ei välttämättä sisällä yhtään kirjaa yksinään, auttavat hakijoita tarkastelemaan ja löytämään tarvittavat tiedot. Saatavilla on yhä enemmän jo digitoituja tekstejä ja kuvituksia. Akateemisia aikakauslehtiä on yhä useammin saatavilla digitaalisessa muodossa. Opetuksellisesta vapaudesta huolimatta verkkopohjaisesta oppimisesta puuttuu oppimisprosessin implisiittinen ja usein hienovarainen heteronominen ohjaaminen, joka on edelleen läsnä hyperteksteissä. tässä oppijoilla on mahdollisuus käsitellä itse valitsemiaan aiheita ja seurata omia tavoitteitaan alusta alkaen, vaikka tietysti siihen liittyykin epäonnistumisen vaara.

3. Oppiminen virtuaalisen viestinnän avulla

Koska verkkojen tarjoamat mahdollisuudet tietokoneiden väliseen viestintään ovat lisääntyneet, tämä on toinen merkittävä autonomisen oppimisen ala. Vuorovaikutteisuus kasvaa tässä yhteydessä virallisten opetus- ja oppimissuunnitelmien ulkopuolella. Se testaa oppijoita ja kasvattaa heidän itsenäisyyttään. Näitä toimintoja tehostetaan usein keskustelemalla läheisistä kiinnostavista aiheista. Itseohjautuva oppiminen voi hyötyä tämältyyppisestä "assosioinnista" muiden oppijoiden kanssa, jotka keskustelija tuntee tai joiden kanssa hän on ystävällinen. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi tietokonekonferenssit ovat kehittyneet eniten nykyisessä ympäristössä. Ensimmäisen sukupolven etäopetuksessa keskusteluun perustuva kontekstuaalinen ongelmananalyysi ei yleensä onnistunut yhtä hyvin, mutta nyt se on mahdollista tehdä sähköisesti. Oppijat hallitsevat omaa oppimistaan, kun he aloittavat tietokoneavusteiset keskustelut omien päätösten pohjalta ja ehkäpä omia tekniikoitaan käyttäen.

<https://munshing.com/education/autonomous-learning-as-a-sustainable-approach-to-learning>

3. Oppiminen virtuaalisen viestinnän avulla

Nykyään on paljon virtuaalisia seminaareja. Niiden onnistuminen riippuu pitkälti etäopiskelijoiden sitoutuneesta osallistumisesta. Verkko-seminaarit ovat pedagogisesti niin ratkaisevia, koska ne yksilöllistävät teolliseen massatuotantomalliin perustuvaa, hyvin strukturoitua kurssia, jossa kaikille etäopiskelijoille annetaan sama opetus, tekemällä vastaanottavaisista opiskelijoista aktiivisia keskustelun osallistujia ja antamalla heille samalla autonomiaa.

Koulutukselliset hyödyt ovat suoraviivaisia: kunnianhimoisen autonomisen oppimisen lisäksi (joka on löydetty ensimmäisen kerran tutkimuksessa) on myös kumppanuusoppimista ja ryhmässä oppimista, jotka vahvistavat kommunikatiivisen oppimisen elementtejä. Tietokoneneuvottelut ovat esimerkki autonomisesta oppimisesta, joka ylittää huomattavasti reseptiivisen oppimisen ja selittävän opetuksen, koska siinä korostetaan itsenäisiä suorituksia. Asiaankuuluvan tiedon etsiminen, arviointi ja soveltaminen sekä tiukka (dokumentoitu!) viestintä ja yhteistyö ovat esimerkkejä uudesta oppimiskäyttäytymisestä.

Digitaalinen oppiminen ja koulutus yrittäjille

Teknologia on muuttanut johtajuuden kehittämistä ja yritysten oppimista. Oppimishallintajärjestelmiä käyttävät useammat yritykset kuin koskaan. Markkinoilla on ennennäkemätön tulva MOOCeja (massiivisia avoimia verkkokursseja), oppimiskokemusaloja, mukautuvia oppimisasiustoja, mikrooppimista, nano-oppimista ja muita uuden median oppimisasiustoja. Verkko-opetuksen ja -koulutuksen vaihtoehdot ovat ennätysmäisen suuret.

Digitaaliset oppimisasiistot voivat muuttaa yrityksen yrityskulttuuria, lisätä työntekijöiden sitoutumista ja sitouttamista, kun ne kehitetään, toteutetaan ja arvioidaan oikein. Toisaalta väärin toteutettuna digitaalisen oppimisen aloitteet voivat johtaa oppimista häpäiseviin yritystoimintoihin.

Seuraavassa osassa keskitytään siihen, miten digitaalisesta oppimisesta saadaan tehokasta. Johtajuuteen keskittyvä digitaalisen oppimisen aloite alkaa määrittelystä strategiasta ja huolellisesti harkituista strategioista, aivan kuten mikä tahansa muukin merkittävä oppimisasiiste.

Digitaalinen oppimis- ja kehittämisstrategia

Lyhyesti sanottuna digitaalisen oppimisen kaikkien muotojen käyttöä organisaatiossa olisi muokattava digitaalisen oppimisen ja kehittämisen strategialla. Tämä voi sisältää kaiken blogeista ja videoista webinaareihin, verkkoryhmiin, immersiiivisiin kokemuksiin ja resursseihin. Tavoitteena on aina auttaa työntekijöitä hankkimaan uusia taitoja, parantamaan suoritustaan tai kehittämään itseään tulevaisuutta varten.

Huippuluokan lähestymistapa digitaaliseen oppimiseen ja kehittämiseen:

- pyrkii tarjoamaan parhaita, huolellisesti valittuja kokemuksia ja resursseja (ei kaikkea aiheesta saatavilla olevaa!), jotta teknologisesti ylikuormitetut ja kiireiset ihmiset voivat parantaa suorituskyykyään siellä ja silloin, kun sillä on merkitystä.
- antaa yksilöille vapauden käyttää digitaalisia oppimisresursseja milloin, milloin ja miten he haluavat. Esimerkiksi video ei aina ole heille sopiva tai viisas päätös, kun yksisivuinen opetusohjelma riittää.
- edellyttää kunkin oppimisympäristön tehokkuuden kriittistä arviointia.
- on oltava mitattavissa, mukautuva ja iteratiivinen, jotta se toimisi sekä nyt että tulevaisuudessa.

Massiiviset avoimet verkkokurssit (MOOC)

Yrittäjyyden opiskelussa on alkanut uusi aikakausi, koska massiiviset avoimet verkkokurssit (MOOC) ovat alkaneet. MOOCit ovat erittäin lupaavia vastaamaan aloittelevien ja vakiintuneiden yrittäjien tarpeisiin, koska ne ovat joustavia, avoimia, itseohjautuvia, itseopiskeltavia, erittäin vuorovaikutteisia, sisältävät vertaisoppimista ja ovat monitieteisiä. Lisäksi kerätyt oppimistiedot tarjoavat kouluttajille aivan uusia mahdollisuuksia (oppimisanalytiikka) arvioida ja parantaa opetusta.

Mondal, Kumar ja Bose (2015) ovat korostaneet MOOCien käyttöönoton merkitystä yrittäjyyskoulutuksessa erityisesti alikehittyneissä ja nousevissa maissa. Heidän mukaansa MOOCit voivat auttaa tarjoamaan laadukasta opetusta syrjäseuduilla asuville opiskelijoille, auttaa koulunkäynnin keskeyttäneiden integroimisessa uudelleen ja innostaa opiskelijoita yrittäjyyteen ja oman yrityksen perustamiseen.

Massiiviset avoimet verkkokurssit (MOOCit)

Kuten aiemmin mainittiin, tämä voi jälleen edistää talouskasvua, vähentää köyhyyttä ja nostaa kaikkien elintasoja. Tietenkin on myös muita ongelmia, kuten korkea keskeyttämisyhteisyysaste, harvinaiset (professorin) kommentit, huijaaminen tai taide- ja yhteiskuntatieteiden verkkoarvioinnin haasteet. MOOCit antavat kuitenkin nykyaikaisen lisän yrittäjyysalan laajoille koulutusmahdollisuuksille ja mahdollistavat miljoonille opiskelijoille pääsyn korkeaan koulutukseen maailmanlaajuisesti. Yrittäjyyden MOOC-tarjonnassa näkyvät viimeaikaiset edistysaskeleet ja työkalut, ja monet niistä sisällyttävät opetussuunnitelmiinsa työkaluja, kuten liiketoimintamallien suunnittelua tai Design Thinkingia.

<https://www.siili.com/fi/tarinat/design-thinking-nain-valtat-5-muotoiluajattelun-tyypillisinta-sudenkuoppaa>

Useita yrittäjyyteen, yrittäjätaitoihin ja yrityksen perustamiseen keskittyviä MOOC-kursseja on saatavilla lukuisilla tunnetuilla verkko-oppimisalustoilla, jotka ovat tällä hetkellä käytössä (kuten Coursera, edX, Udacity, Openlearning, Openlearn, Futurelearn, iversity, alison, Canvas Network jne.).

Digitaalinen oppiminen ja koulutus - tapaustutkimus



Tässä on viisi esimerkkiä digitaalisen oppimisen ja koulutuksen toteuttamisesta suuryrityksissä. Seuraava esimerkki viittaa Decathloniin, joka kehitti työntekijöilleen tehokkaaseen itsenäiseen oppimiseen perustuvan oppimisen ekosysteemin. Lue tapaustutkimus, jossa kerrotaan yrityksen missiosta, haasteista, ratkaisusta, haasteista sekä tulevaisuuden suunnitelmista seuraavasta linkistä:

<https://www.elucidat.com/customer-stories/decathlon/>

Mieti seuraavia kysymyksiä:

- Mitkä ovat olleet yrityksen suurimmat haasteet tehokkaan autonomisen oppimisen kehittämisessä?
- Mikä on ratkaisu tähän haasteeseen?
- Mitkä olivat tulokset?

Foorumi & keskustelu

Tämän oppimismoduulin keskustelussa ehdotetaan seuraavia aiheita:

- ❖ Digitaalisen oppimisen mahdollisuudet ja sen erilaiset opetusmenetelmät.
- ❖ Digitaalisen oppimisen edut verkkoympäristössä
- ❖ Mitä on navigointi ja muut autonomisen oppimisen lähteet?
- ❖ Miten voimme oppia hypertekstissä
- ❖ Miten voimme hyödyntää verkko-oppimista ja virtuaaliviestintää?
- ❖ Miten digitaalinen oppiminen ja koulutus voivat helpottaa yrittäjyyttä?
- ❖ Miten voimme hyödyntää massiivisia avoimia verkkokursseja (MOOC)?

Kaikki muut aiheet, jotka saattavat kiinnostaa teitä, ovat erittäin tervetulleita.

Yhteenveto moduuli 2

Tässä moduulissa keskitytään seuraaviin aiheisiin:

- ❖ Digitaalisen oppimisen määritelmä
- ❖ Digitaalisen oppimisen erilaiset opetusmenetelmät
- ❖ Digitaalisen oppimisen edut verkkokoulutuksessa
- ❖ Navigointi
- ❖ Autonominen oppiminen
- ❖ Oppiminen hypertekstissä
- ❖ Verkostopohjainen oppiminen
- ❖ Oppiminen virtuaalisen viestinnän avulla
- ❖ Digitaalinen oppiminen ja koulutus yrittäjille
- ❖ Digitaalinen oppimis- ja kehittämisstrategia
- ❖ Massiiviset avoimet verkkokurssit (MOOC)

Moduuli 2 - Arviointi



Lyhyt itsearviointi / testi

Kysymys 1: Mitä seuraavista pidetään vallitsevana toiminta-alueena digitaalisessa oppimisympäristössä? *(Rastittakaa oikea ruutu)*

- verkkopohjainen oppiminen
- navigointi
- mukautuva oppiminen

Kysymys 2: Mikä seuraavista lauseista on totta? *(Merkitkää rasti oikeaan ruutuun)*

- Autonominen oppiminen riippuu tiedon esittämisestä ja omaksumisesta.
- Perinteiseen oppimiseen kuuluu tiedon etsiminen, valitseminen, arviointi ja soveltaminen.
- Hyperteksti on tehokas väline autonomisen oppimisen edistämiseen.

Moduuli 2 - Arviointi



Lyhyt itsearviointi / testi

Kysymys 3: Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkansa virtuaalisista seminaareista? (*Rastittakaa oikea ruutu*)

- Virtuaaliseminaarit eivät edellytä etäopiskelijoiden aktiivista osallistumista, jotta ne onnistuisivat.
- Virtuaaliseminaarit yksilöllistävät teolliseen massatuotantomalliin perustuvan, hyvin jäsennellyn kurssin.
- Tietokonekonferensseissa korostetaan vastaanottavaista oppimista ja ekspositorista opetusta.

Kysymys 4: Mikä seuraavista on MOOCien etu yrittäjyyden alalla? (*Rastittakaa oikea ruutu*)

- Ne poistavat kokonaan sellaiset ongelmat kuin korkeat keskeyttämisprosentit ja huijaaminen.
- Ne antavat miljoonille opiskelijoille pääsyn korkeakoulutukseen maailmanlaajuisesti.
- Ne ovat saatavilla vain yhdellä tai kahdella verkko-oppimisalustalla.

Viitteet

Mehta, S., & Downs, H. (2016). Kuusi strategiaa digitaalisen oppimisen onnistumiseen. White Paper. Center for Creative Leadership.

McLoughlin, C., & Lee, M. (2008). Digitaalisen maaston kartoittaminen: Uusi media ja sosiaaliset ohjelmistot pedagogisen muutoksen katalysaattoreina. Hello! Missä olet opetusteknologian maisemassa? Proceedings ascilite Melbourne 2008, 641-652.

Peters, O. (2000). Digitaaliset oppimisympäristöt: Uudet mahdollisuudet ja mahdollisuudet. International Review of Research in Open and Distributed Learning, 1(1), 1-19.

Mondal, M. K., Kumar, A., & Bose, B. P. (2015, lokakuu). Yrittäjyyskoulutus MOOCien avulla talouskasvun nopeuttamiseksi. In 2015 IEEE 3rd International Conference on MOOCs, Innovation and Technology in Education (MITE) (pp. 407-411). IEEE.

SENEXIA-koulutus

Digi- ja yrittäjätaidot senioreille

Moduuli 3

Digitaaliset työkalut liiketoiminnassa

Sisällön tuottaja: GSVO 95, Ranska

Johdanto

Digityökalut ovat tehokkaita ja innovatiivisia teknologioita, jotka tarjoavat monia etuja yksilöille ja organisaatioille eri toimialoilla. Nämä työkalut auttavat organisaatioita keräämään, tallentamaan ja analysoimaan asiakastietoja, jotta ne voivat oppia lisää heidän käyttäytymisestään. Näiden teknologioiden käytöstä on merkittäviä etuja, kun **prosesseista tehdään johdonmukaisempia, turvallisempia, tehokkaampia ja vaikuttavampia.**

Mikä on digityökalu?

Digityökalu on verkkoalusta tai ohjelmistosovellus, jota voidaan käyttää yrityksissä tiettyjen toimintojen nopeaan suorittamiseen ja optimointiin, mikä yleensä vie paljon aikaa perinteisellä tavalla.

Seuraavassa on muutamia määritelmiä sille, mitä kutsutaan "digitaaliseksi":

1. Laitteisto, kuten kannettavat tietokoneet, tabletit ja älypuhelimet.
2. Sovellukset, verkkosivustot tai verkkoalustat, jotka auttavat oppilaita ja opettajia esittämään, järjestämään, kommunikoidaan ja käsittelemään tietoja/dataa.

3. Elektroniset laitteet, jotka voivat olla kannettavia tai ei, mukaan lukien tietokoneet, kannettavat tietokoneet, tabletit, älytaulut, projektorit jne.
4. Digitaalisessa laitteessa (esim. iPadissa, kannettavassa tietokoneessa, älypuhelimessa jne.) käytettävissä oleva ohjelma, sovellus tai muu ohjelmisto, mukaan lukien kieli-, ääni- ja visuaaliset ohjelmat.
5. Ohjelmistot, ohjelmat, sovellukset, alustat ja resurssit (online tai offline), joita voidaan käyttää tietokoneilla, mobiililaitteilla tai muilla digitaalisilla laitteilla ja jotka sisältävät teksti-, ääni- ja visuaalisia ominaisuuksia.

Oppimistavoitteet

Moduulissa 3 opit:

- ❖ Mitä ovat digitaaliset työkalut
- ❖ Kuinka käyttää joitakin digitaalisia työkaluja yrityksessä (Skype - Microsoft teams - Asana - Google drive - Canva - Mailchimp).
- ❖ Mitkä ovat näiden välineiden hyvät ja huonot puolet?
- ❖ Mitä varotoimenpiteitä on toteutettava tietojen suojaamiseksi?
- ❖ Hyödyllisiä linkkejä, joista saat lisätietoja.

Oppimistulokset

Kun olet osallistunut tähän koulutusmoduuliin, osaat:

Tulokset

- ❖ Tuntea yrityksen johtamiseen ja yhteistyöhön soveltuvat välineet ja välineet.
- ❖ Käyttää digityökaluja
- ❖ Tietää, mitkä ovat olennaisia tekijöitä, joilla voit suojata tietojasi digitaalisia työkaluja käytettäessä.

Osaaminen

- ❖ Perustiedot digitaalisten työkalujen hyödyistä verkkoliiketoimintaa rakennettaessa.
- ❖ Tietämys verkkoliiketoiminnassa käytetyistä yleisimmistä digitaalisista välineistä ja alustoista.
- ❖ Digitaalisten välineiden käytön tuntemus monissa eri tehtävissä (viestintä, projektinhallinta, online- ja sähköpostimarkkinointi jne.)
- ❖ Teoreettinen tietämys digitaalisten välineiden käytöstä liiketoiminnan menestykseen

Sisältö

- **Moduulin oppimissisältö...**

Osa 1 - Digitaaliset viestintävälineet

Osa 2 - Digitaalinen muutos projektinhallinnassa

2-1: Asana

2-2 - Google Drive

Osa 3 - Verkon ja digitaalisten välineiden käyttö

Osa 4 - Digitaalinen ja sähköpostimarkkinointi

Moduuli 3 - Osa 1

Digitaaliset viestintävälineet

Digitaaliset viestintävälineet - Skype

Viestinnässä käytettävistä digitaalisista välineistä voidaan puhua monista, mutta tässä tapauksessa tarkastelemme vain Skypeä.

Seuraavassa tarkastelemme yksityiskohtaisesti tämän hienon viestintävälineen ominaisuuksia, etuja ja haittoja.



Sisältö

- ❖ Skype for Business
- ❖
- ❖ Skypen kuvaus
- ❖ Skypen ominaisuudet
- ❖ Skypen edut
- ❖ Skypen haitat
- ❖ Eurooppalainen tietosuoja ja yksityisyyden suoja

Skype

Kahden viime vuosikymmenen aikana on syntynyt erilaisia työkaluja, joita yritykset ovat käyttäneet enemmän kuin koskaan ennen. Digitaalisia työkaluja on nyt kaikkialla, kun monet organisaatiot seuraavat digitalisoitumista ja modernisoivat sovelluksiaan, ohjelmistojaan ja laitteitaan. Kuten näemme, digitaaliset työkalut ovat keskeisellä sijalla monien yritysten ja laitosten elämässä.

Tarkastelemme lähemmin digitaalisia välineitä, joita on käytetty menestyksekkäästi yrityksissä.

Skypen kuvaus

Skype-teknologia on verkkointensiivinen ohjelma, sillä on potentiaalia olla erinomainen teknologia, ja se on yksi suosituimmista verkkokeksinnöistä, joka auttaa yrityksiä, perhettä ja ystäviä kommunikoimaan, ja ennen kaikkea se on täysin ilmainen (on myös maksullinen versio).

Skype on työkalu video- ja äänipuheluihin, pikaviesteihin ja näytön jakamiseen.

Skypen ominaisuudet

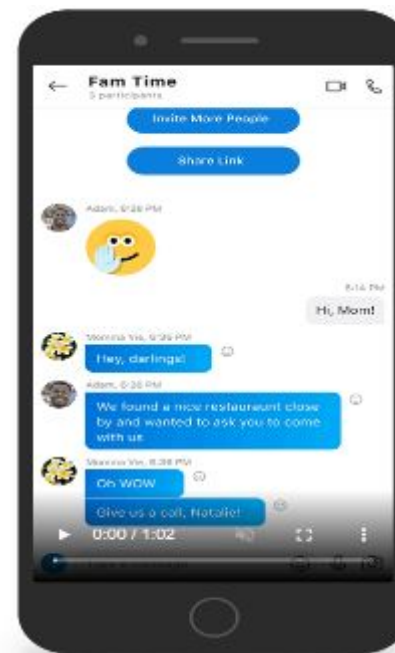
Seuraavassa kerrotaan, miksi ihmiset käyttävät Skypeä chattailuun ja soittamiseen päivittäin. Tässä ovat Skypen mielenkiintoiset ominaisuudet:

1. HD-ääni- ja videopuhelut

Koe kristallinkirkas HD-ääni ja -video kahdenkeskisissä tai ryhmäpuheluissa - nyt myös puhelinreaktiot.

2. Älykäs viestinvälitys

Reagoi välittömästi mihin tahansa viestiin hauskoilla reaktioilla tai käytä @-merkintöjä saadaksesi jonkun huomion.



3. Näytön jakaminen

Jaa helposti esityksiä, kuvia tai mitä tahansa näytölläsi on puhelun aikana sisäänrakennetun näytön jakamisen avulla.

4. Puhelutallennus ja live-tekstitys

Nauhoita Skype-puheluita, jotta voit tallentaa erityisiä hetkiä, kirjata muistiin tärkeitä päätöksiä ja lukea puhuttuja sanoja live-teksteillä.

5. Soita puhelimiin

Tavoita ystäviäsi, jotka eivät ole verkossa, edullisilla ulkomaanpuhelujen hinnoilla matkapuhelimiin ja lankapuhelimiin.

6. Yksityiset keskustelut

Pidä arkaluonteiset keskustelut yksityisinä alan standardin mukaisella End-to-end-salauksella (E2EE), mikä varmistaa, että tietosi salataan (pidetään salaisuutena), kunnes se saavuttaa aiotun vastaanottajan.

Skypen edut

Skype mahdollistaa työskentelyn kotoa käsin. Sen ominaisuuksiin kuuluvat ryhmävideopuhelut, joiden avulla yritykset säästävät paljon aikaa ja rahaa matkoihin ja viestintään. Skypen käyttö auttaa yrityksiä kommunikoimaan ryhmäkonferensseissa eri paikoista käsin.

Skype-tekniikka helpottaa huomattavasti perheiden ja ystävien yhteydenpitoa, asiakkaiden ja yritysten kokouksia ja konferensseja sekä säästää aikaa ja rahaa.

Skype voi tuoda yritykset yhteen. Kyse on videokeskusteluista ystävien ja perheiden kanssa, ja he voivat soittaa ympäri maailmaa, koska viestintä on ilmaista.

Videokonferenssien suunnittelu on joustavaa, sillä osallistujat voivat osallistua niihin töistä, koulusta tai kotoa käsin, ja ne ovat yleensä halvempia ja nopeampia kuin henkilökohtaiset kokoukset.

Videokonferenssien avulla tietoja voidaan vaihtaa reaaliajassa, jolloin esitykset voivat tavoittaa monia ihmisiä useissa eri paikoissa, mikä voi johtaa nopeampaan harkintaan, yhteistyöhön ja päätöksentekoon.

Skype-tekniologia on ilmainen viestintäohjelma, jonka sovelluksen voi ladata iPhoneen ja Android-puhelimiin. Perusversio on ilmainen, joten yritykset voivat käyttää tätä ohjelmaa säästääkseen rahaa.

Skypen haitat

Skypen teknisten häiriöiden, kameran toimintahäiriöiden ja nykivien videovirtojen riski tekee videoneuvotteluista nopeasti turhauttavia tai hyödyttömiä.

Ihmisten väliset yhteydet katoavat, ja hallitus voi mahdollisesti aktivoida tämän ohjelman salakuunteluvalmiuksien avulla.

Skype-teknologiaa voidaan käyttää verkkokiusaamiseen. Hakkerien on havaittu hyödyntäneen lakisääteistä salakuunteluominaisuutta vakoillakseen korkea-arvoisten virkamiesten puhelimia, ja salakuunteluominaisuudet voivat aiheuttaa tietoturva-aukkoja.

Eurooppalainen tietosuoja ja yksityisyyden suoja

Kaikki moduulissa mainitut palvelut, ohjelmistot, alustat jne. ovat täysin EU:n tietosuoja-asetuksen ja -lainsäädännön mukaisia.

1. Tietojenkäsittelysopimus

Annoimme oman tietojenkäsittelysopimuksemme kaikkien käyttäjiemme tarkasteltavaksi ja allekirjoitettavaksi.

2. Privacy-politiikka

Tässä tietosuojakäytännössä selitetään, miten organisaatiomme käyttää käyttäjiltä keräämiämme henkilötietoja.

Osa 2 : Digitaalinen muutos projektinhallinnassa

2-1: Asana



Sisältö

2- 1 : Projektinhallinnan digitaaliset työkalut - Asana

Asana Kuvaus

Asanan ominaisuudet

Asanan edut

Asanan haitat

Eurooppalainen tietosuoja ja yksityisyyden suoja

Asanan kuvaus

Asana on työpaikan hallintapaneeli, jonka avulla voit hallita projektia ja sen parissa työskentelevää tiimiä.

Voit helposti organisoida projektin, asettaa tehtävät tärkeysjärjestykseen, tehdä yhteistyötä tiimin kanssa ja seurata edistymistä. Hallitset projektia alusta loppuun yhdessä paikassa.

Asanassa on myös vaihtoehtoja satojen muiden yritysten käyttämien sovellusten, kuten Google Driven ja Outlookin, kanssa.

Mikä on Asana?

Asana on yksi suosituimmista projektinhallintatyökaluista, jossa on monia ominaisuuksia. Voit hallita menestyksekkäästi suuria ja monimutkaisia projekteja käyttämällä työkaluja, jotka auttavat sinua noudattamaan projektin aikatauluja ja seuraamaan tavoitteita ja budjetteja.

Yksinkertaisesti sanottuna se on kehittynyt organisointityökalu, joka auttaa tehostamaan projekteja.

Asana on suunniteltu niin, että kaikenkokoiset työpaikat voivat tarkastella edistymistään ja ratkaista ongelmia yhdessä paikassa, jolloin jatkuvat kokoukset, sähköpostipäivitykset ja muistiot eivät ole enää tarpeen.

Asanan tärkeimmät ominaisuudet

Asanassa on seuraavat keskeiset ominaisuudet:

1. tiimin johtaminen
2. työn, hankkeiden ja tehtävien hallinta
3. viestintä
4. näkymät
5. raportit.

Nämä Asanan ominaisuudet auttavat sinua hallitsemaan projektiasi tehokkaammin.

1. Tiimin johtaminen

Asana auttaa tiimin organisoinnissa näillä ominaisuuksilla riippumatta siitä, johdatko tiimiä itse vai oletko vain osa sitä:

- **Projektit** - Järjestä työsi jaettuihin projekteihin luetteloina.
- **Tehtävät** - Määritä tehtävät yksittäisille vastaanottajille tai jaa ne pienempiin osatehtäviin.
- **Määräajat** - Määräajat varmistavat, että kaikki tehtävät saadaan valmiiksi ajallaan.
- **Aikajana** - projektien ja tehtävien aikataulujen aikajana Gantt-tyyliin suunnittelu- ja aikataulutusvalmiuksien parantamiseksi
- **Tykkää** - Tykkää-toiminnon avulla voit hyväksyä tehtävän tai kommentin tai äänestää tehtäviä.
- **Säännöt** - Sääntöjen avulla voit automatisoida erilaisia manuaalisia toimintoja.

2. Työn, hankkeiden ja tehtävien hallinta

Nämä kaikki ominaisuudet liittyvät suoraan tiettyihin tehtäviin, projekteihin tai toimeksiantoihin:

- **Tarkastus** - Jätä kommentteja kuviin tai PDF-tiedostoihin, jotta voit seurata tehtäviä.
- **Projekti** - Keskustele projektin etenemisestä vauhdin ylläpitämiseksi.
- **Kielet ja lokalisointi** - Asana on saatavilla englanniksi, ranskaksi, saksaksi, espanjaksi, portugaliaksi ja japaniksi.

3. Viestintä

On järkevää, että viestintä on se, mikä sitoo tiimityön yhteen. Asana ymmärtää tämän, ja siksi se tarjoaa nämä viestintäominaisuudet:

- **tehtävät** - Kommenttien avulla voit selventää ja määrittää nopeasti, mitä on tehtävä. Voit myös yhdistää kollegat ja tehtävät mainitsemalla heidät kommentteissa.
- **Tarkastus** - Jätä tarkkaa ja rakentavaa palautetta suoraan, jotta voit kommentoida kaikkia parannusta kaipaavia osa-alueita.
- **Kielet** - Asana on saatavilla englanniksi, ranskaksi, saksaksi, espanjaksi, portugaliksi ja japaniksi.

1. Käyttäjäkokemus:

Käyttöliittymä on helppokäyttöinen - se on hyvin intuitiivinen. Se osaa myös värikoodata lähes kaiken, joten se on hyvin järjestetty ja selkeä.

2. Työn tehokkuus:

Sen avulla käyttäjät näkevät kaikki tehtävät, jotka on tehtävä. Tämä auttaa tiimiä keskittymään kiireellisiin asioihin.

3. Yhteensopivuus:

Asana toimii hyvin yhteen muiden sovellusten, kuten Fridayn, kanssa; katso lisätietoja ja yksityiskohtia tästä aiheesta jäljempänä.

Asanan haitat

Asanan käytön haittoja ovat muun muassa seuraavat:

1. Yksi tehtävä, yksi henkilö

Määritä useita henkilöitä yhteen tehtävään - onneksi perjantai-valinta auttaa tässä.

2. Kaksinkertaisen todennuksen puuttuminen

2FA:ta käytetään estämään verkkohyökkäyksiä ja [tietoturvaloukkauksia](#), jotka voivat aiheuttaa paljon vahinkoa, jos säilytät arkaluonteisia tietoja Asana-projektinhallintajärjestelmässäsi.

3. Ei kovin aloittelijaystävällinen

Asana on suosittu kokeneiden projektipäälliköiden keskuudessa. Toisaalta teknologia voi olla ylivoimainen aloitteleville käyttäjille.

Eurooppalainen tietosuoja ja yksityisyyden suoja

Kaikki moduulissa mainitut palvelut, ohjelmistot, alustat jne. ovat täysin EU:n tietosuoja-asetuksen ja -lainsäädännön mukaisia.

1. Tietojenkäsittelysopimus

Annoimme oman tietojenkäsittelysopimuksemme kaikkien käyttäjiemme tarkasteltavaksi ja allekirjoitettavaksi.

2. Privacy-politiikka

Tässä tietosuojakäytännössä selitetään, miten organisaatiomme käyttää käyttäjiltä keräämiämme henkilötietoja.

Linkit

Mielenkiintoiset Asana-sivustot:

<https://asana.com/fr>

<https://asana.com/fr/guide/help/premium/goals>

<https://www.mygreatlearning.com/blog/asana-project-management/>

<https://www.proofhub.com/articles/asana-project-management>

2.2 : Digitaalinen muutos projektinhallinnassa



Google Drive

Sisältö

- ❖ Google Driven ominaisuudet
- ❖ Google Driven edut
- ❖ Google Driven haitat
- ❖ Eurooppalainen tietosuoja ja yksityisyyden suoja

Mikä on Google Drive?

Google Drive digityökalu tarjoaa sinulle ilmaista tallennustilaa. Se toimii palvelimena, jossa voit säilyttää erilaisia tiedostoja ja kaikenlaista muuta dataa turvallisesti. Google Driveen voi tallentaa muun muassa videoita, PDF-tiedostoja, Google Docs -asiakirjoja ja valokuvia.

Google Drive on opas Googlen tiedostojen tallennuspalvelun ja yhteistyövälineiden käyttöön. Se on ilmainen pilvipohjainen tallennuspalvelu, jonka avulla käyttäjät voivat tallentaa tiedostoja ja käyttää niitä verkossa.

Palvelu synkronoi tallennetut asiakirjat, valokuvat ja muut tiedot kaikkiin käyttäjän laitteisiin, kuten mobiililaitteisiin, tabletteihin ja tietokoneisiin.

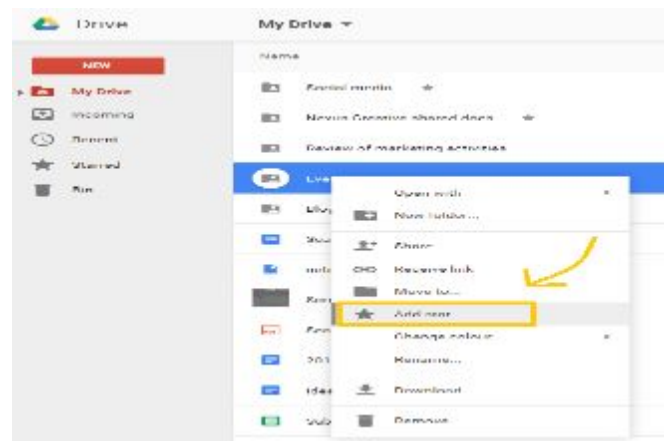
Google Drive toimii myös muiden yrityspalvelujen ja -järjestelmien kanssa, kuten Google Docs, Gmail, Android, Chrome, YouTube, Google Analytics ja Google+.

Miten Google Drive toimii?

Google Driven käytön aloittamiseksi käyttäjän on luotava Google-tili ja kirjauduttava siihen. Sen jälkeen käyttäjä kirjoittaa selaimeensa "drive.google.com".

Seuraavaksi avautuu automaattisesti "**My Drive**", joka voi sisältää ladattuja tai synkronoituja tiedostoja ja kansioita sekä [Google Sheets](#), Slides ja Docs -dokumentteja.

Tämän jälkeen käyttäjä voi joko ladata tiedostoja tietokoneeltaan tai luoda tiedostoja Google Driveen.



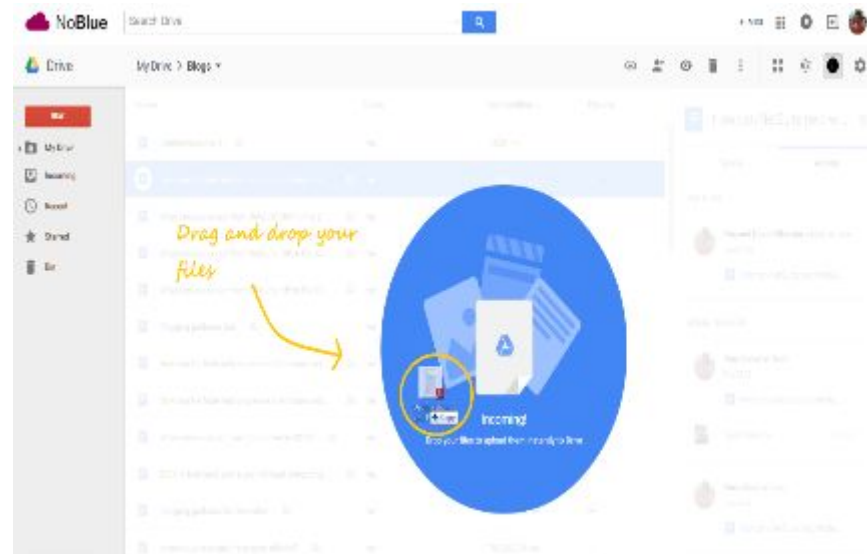
Google Driven ominaisuudet

Alla on lueteltu joitakin Google Driven ominaisuuksia:

1. Tiimiyhteistyö

Yksi Google Driven parhaista ominaisuuksista on mahdollisuus tehdä yhteistyötä muiden kanssa asiakirjojen, piirustusten, taulukoiden ja esitysten kanssa.

Enintään 50 henkilöä voi työskennellä samanaikaisesti saman asiakirjan parissa missä tahansa ja millä tahansa laitteella. Näet, kuka työskentelee parhaillaan asiakirjan parissa, ja voit seurata, miten muutokset tapahtuvat.



2. Tiedostojen ja kansioiden jakaminen muille

Kansioita voidaan jakaa jopa 200 sähköpostiosoitteen kanssa katselua, kommentointia ja/tai muokkausta varten. Voit kuitenkin jakaa tiedostoja myös organisaatiosi ulkopuolisten henkilöiden kanssa. Voit helposti kutsua ihmisiä jakamaan tiedostoja ja kansioita lisäämällä heidän sähköpostiosoitteensa, mutta muista napsauttaa pudotusnuolta valitaksesi, saavatko he katsella, kommentoida tai muokata tiedostoa tai kansiota.

The image displays two screenshots of the Google Docs sharing interface. The top screenshot shows the 'Share with others' dialog box. At the top right, there is a 'Get shareable link' button with a green double-headed arrow icon. Below this, there is a section for 'Link sharing on' with a 'Learn more' link. A dropdown menu is open, showing 'People at NoBlue Limited can find and view' and a 'Copy link' button. The link itself is 'https://docs.google.com/a/noblue.co.uk/document/d/1E-pJiRRhmRgFGWtJFxaKaGF'. Below the link, there is a 'People' section with an input field 'Enter names or email addresses...' and a 'Can edit' dropdown menu. The dropdown menu is open, showing three options: 'Can edit' (checked), 'Can comment', and 'Can view'. A yellow arrow points to the 'Can edit' option. At the bottom left, there is a blue 'Done' button. The bottom screenshot shows the same interface, but the 'Advanced' button at the bottom right is circled in yellow, and a yellow arrow points to it.

3. Edistyneet hakutoiminnot

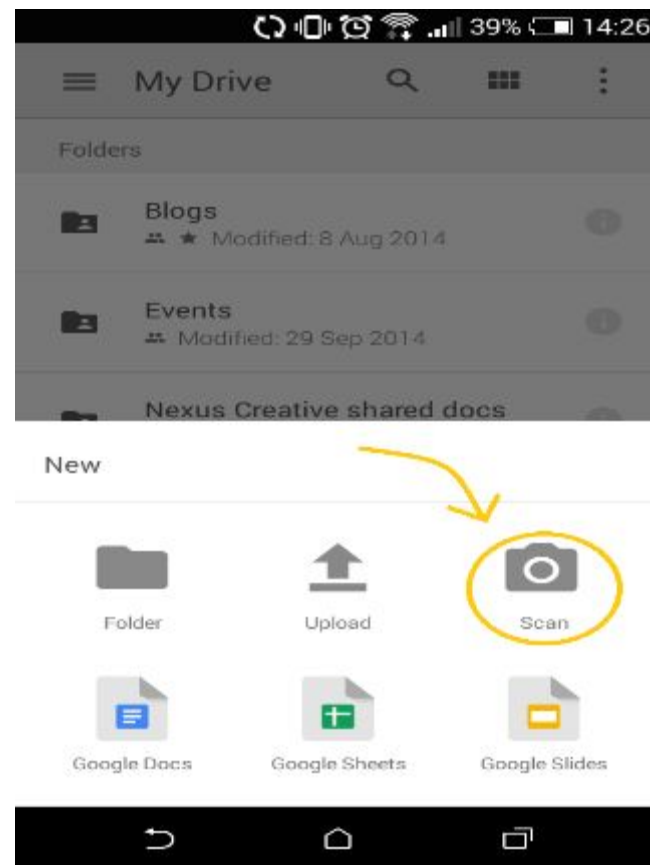
Jos käytät Google Drivea paljon, olet ehkä tallentanut paljon asiakirjoja tai jakanut niitä. Joskus voi olla vaikea muistaa, mihin olet sijoittanut tietyn asiakirjan tai kansion. Tässä kohtaa *edistyneet hakutoiminnot* ovat käteviä.

Google Driven avulla voit etsiä tiedostoja ja kansioita, joiden otsikossa tai sisällössä on tiettyjä sanoja. Kun otat askeleen pidemmälle, voit oikeilla hakusanoilla etsiä tietyn henkilön jakamia asiakirjoja, tietyn henkilön kanssa jakamiasi asiakirjoja, asiakirjatyyppejä, tiettyinä päivinä muokattuja asiakirjoja ja paljon muuta...

Option	Definition	Example
" " Quotes	To find documents that contain that exact phrase.	"match this phrase exactly"
OR	To find documents with at least one of the words.	tacos OR nachos
- Minus sign	Documents that exclude a particular word. So if you want docs that mention "salsa," but not "dancing," use...	salsa -dancing
owner: from:	Documents owned or shared from a specific person	owner:bob@gmail.com from:bob@gmail.com
to:	Documents you shared with someone	to:bob@gmail.com
is:starred	Items that you have marked with a star.	is:starred
is:trashed (in the new Google Drive)	Items that are trashed.	is:trashed
type:	Search by the type of document. This covers: folder, document, spreadsheet, presentation, pdf, image, video, drawing, form, script, and table.	type:spreadsheet
before:YYYY-M M-DD after:YYYY-MM -DD	Find items that were edited before or after a certain day.	before:2014-05-01 after:2014-05-01
title:	Search by the item's title.	title:"Conference 2014"

4. Käytä mobiilisovellusta skannataksesi suoraan lukulaitteeseen.

Google Drive -sovellus on todella hyödyllinen. Lataa se ilmaiseksi. Kun näet jotain, jonka haluat tallentaa Driveen, voit skannata kuvan kameran avulla ja tallentaa sen suoraan Driveen. Tämä on erityisen hyödyllistä, jos näet tapahtumassa mainoksen, kyltin tai käyntikortin.



Google Driven käytön edut

1. Mahdollisuus käyttää tiedostoja mistä tahansa

Google Driven käyttämisen tärkein etu on se, että voit käyttää tietoja missä tahansa. Googlen palvelimilla voit kirjautua sisään Gmail-tililläsi ja käyttää tietojasi milloin tahansa. Tarvitset vain internetyhteyden ja laitteen, jolla voit käyttää verkkoa.

2. Kyky muokata tiedostoja

Mahdollisuus muokata tiedostoja Google Drivessa on lisäetu, jota et löydä muista tallennusvaihtoehdoista. Saat heti käyttöösi erilaisia muokkaustyökaluja, kuten Google Spreadsheets-, Google Docs- ja Google Slides -ohjelmia ja monia muita.

2. Yhteensopivuus useimpien laitteiden kanssa

Voit käyttää eri laitteita, kuten Android-puhelinta, iPadia, Macia, iPhonea tai PC:tä, päästäksesi käsiksi tallennettuihin tietoihin milloin ja mistä tahansa. Tämä tekee Google Drivesta edullisen ja erittäin tehokkaan.

3. Nopea tiedostojen haku

Tietyn tiedoston löytäminen Google Drivesta on helppoa hakutoiminnolla, jonka avulla voit suodattaa tiedostotyyppin ja käyttää avainsanoja tiedoston etsimiseen. Jopa tiedostoon sisältyvän kuvan sana voi auttaa sinua löytämään sen nopeasti.

3. Kyky tarkastella eri tiedostotyyppejä

Tämä on tärkeä asia. Sinun ei tarvitse asentaa eri tiedostotyyppejä, jotta voit katsella asiakirjoja laitteellasi; Google voi avata monia tiedostotyyppejä, kuten Adoben, HD-videon, Photoshopin ja Illustratorin.

4. Helppo jakaminen

Tiedostojen ja tietojen jakaminen muiden kanssa onnistuu vain muutamalla napsautuksella. Tämä helpottaa ryhmätyöskentelyä. Sinun on määritettävä käyttöoikeudet, jotta yhteistyökumppanit voivat muokata, tarkastella tai kommentoida tiettyjä tiedostoja. Tämä on loistava ominaisuus, joka pitää Google Driven myös turvallisena, sillä vain valtuutetut henkilöt voivat käyttää tiedostoja.

Google Driven käytön haitat

Kuten tiedämme, Google Drive on yksi tehokkaista tallennustyökaluista, jolla on paljon etuja. Mutta samalla sillä on myös joitakin haittoja. Ne kannattaa tietää ja osata puuttua mahdollisiin ongelmiin. Tässä on joitakin haittoja:



Advantages
and
Disadvantages
of Google Drive

1. Turvallisuusriskit

Google Driven käytön merkittävin haittapuoli on se, että hakkerit voivat poistaa olennaiset tietosi. Tätä varten he asentavat palvelimellesi haitallista materiaalia ja tiedostot katoavat. Salasanaominaisuus voidaan hakkeroida, ja joku, jonka valitset jakamaan linkkisi, voi jakaa sen toiselle osapuolelle.

2. Vaatii internet-yhteyden

Voit käyttää Google Drivea vain, jos sinulla on internetyhteys. Voit työskennellä offline-tilassa, mutta tehdyt muutokset ja kommentit näkyvät vain, kun kirjaudut sisään. Tämä on suuri haittapuoli, koska et voi työskennellä syrjäisellä alueella ilman internetyhteyttä.

3. Siinä on tiedostokokorajoitus, jonka voit ladata päivässä.

Google Driveen ei voi ladata tiedostoja, joiden koko on yli **5 Tt päivässä**. Tämä vastaa **1000 Gt:tä** ja rajoittaa useimpia ihmisiä, jotka työskentelevät päivittäin suurten tiedostojen kanssa. Kun saavutat rajan, lataus estyy automaattisesti, ja sinun on odotettava seuraavaan päivään, ennen kuin voit ladata lisää.

4. Tiedoston kokorajoitukset

Asiakirjaan lisättävien upotettujen kuvien koko ei saisi ylittää kahta megatavua. Lisäksi aakkosnumeeriset ja tekstiasiakirjat eivät saa olla yli **1 024 000 merkkiä pitkiä**. Tämä pätee sivunumerosta riippumatta.

Eurooppalainen tietosuoja ja yksityisyyden suoja

Kaikki moduulissa mainitut palvelut, ohjelmistot, alustat jne. ovat täysin EU:n tietosuoja-asetuksen ja -lainsäädännön mukaisia.

1. Tietojenkäsittelysopimus

Annoimme oman tietojenkäsittelysopimuksemme kaikkien käyttäjiemme tarkasteltavaksi ja allekirjoitettavaksi.

2. Privacy-politiikka

Tässä tietosuojakäytännössä selitetään, miten organisaatiomme käyttää käyttäjiltä keräämiämme henkilötietoja.

Osa 3

Verkon ja digitaalisten välineiden käyttö

Canva

Canva

Canva on ilmainen graafinen suunnittelualusta, jonka avulla voit helposti luoda kutsuja, käyntikortteja, esitteitä, oppituntisuunnitelmia, Zoom-taustoja ja paljon muuta ammattilaisten suunnittelemien mallien avulla. ammattilaisten suunnittelemia malleja.

Voit jopa ladata omia valokuviasi ja lisätä niitä Canvan malleihin raahaa ja pudota -käyttöliittymän avulla. Se on kuin Photoshopin perusversio, joka on ilmainen eikä vaadi laajoja kuvankäsittelytaitoja.



Canvan ominaisuudet

Seuraavassa on joitakin Canvan tärkeimpiä ominaisuuksia:

- **Luo monenlaista sisältöä** - Canva voi auttaa sinua suunnittelemaan mitä tahansa tarvitsetkin, aina vakuuttavista sosiaalisen median viesteistä infografiikkoihin ja ansioluetteluihin.
- **Vedä ja pudota** - Canvan vedä ja pudota-toiminto tekee siitä käyttäjäystävällisen. Voit käyttää malleja ja valokuvia suunnittelussasi vain muutamalla napsautuksella.
- **Mallit** - Canvassa on yli 50 000 mallin kirjasto, josta voit valita, muokata ja mukauttaa niitä tarpeisiisi sopiviksi.
- **Valokuva** - Canvassa voit tehdä muutakin kuin vain rajata ja teksturoida valokuvia. Sen aloittelijaystävällisten ominaisuuksien avulla voit sumentaa valokuviasi, lisätä tekstejä, luoda kollaaseja ja valokuvaristikoita, jotka saavat aikaan vangitsevan vaikutelman.
- **Kuvat, kuvakkeet ja kirjasimet** - Canvassa on kirjasto ilmaisia valokuvia, kuvakkeita ja kirjasimia, joita voit käyttää kiinnostavien graafisten suunnitelmien luomiseen.

Canvan edut

Canva tarjoaa erilaisia ominaisuuksia, jotka ovat saavuttaneet suosiota miljoonien ihmisten keskuudessa. Canvan käytön edut ovat seuraavat:

1. Ilmainen suunnittelualusta

Canva on ilmainen ja avoin kaikille. Voit käyttää sitä luodaksesi vaikuttavia malleja sosiaaliseen mediaan, markkinointikampanjoihin tai projekteihin.

Canvan muutamat ominaisuudet ovat hyödyllisiä ammattilaisille. Jos haluat käyttää näitä ominaisuuksia ja premium-luokan valokuvakirjastoa, fontteja, muotoja ja malleja, voit hankkia Canva Pron.

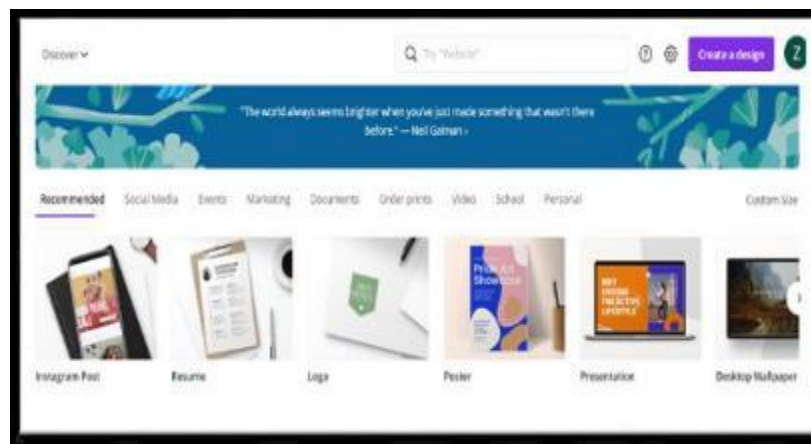


2. Ei vaadittavia taitoja tai kokemusta

Canvan käyttöön ei tarvita aiempaa kokemusta graafisena suunnittelijana. Käytettävissäsi on erilaisia työkaluja ja asetteluja, ja voit vaihdella fonttien ja kuvien välillä luodaksesi ammattimaisen ulkoasun.

3. Helppokäyttöisyys useiden mallien ja fonttien avulla.

Canvassa on kirjasto erilaisia taustoja, malleja, kuvia, fontteja ja tarroja, joiden avulla voit varmistaa, että saat parhaat tulokset. Sinun ei tarvitse olla tekniikko voidaksesi käyttää näitä ominaisuuksia. Vain muutamalla napsautuksella voit luoda houkuttelevan suunnittelun näillä työkaluilla. Ainoa asia, jota tarvitset, on luovuus.



4. Paljon mahdollisuuksia

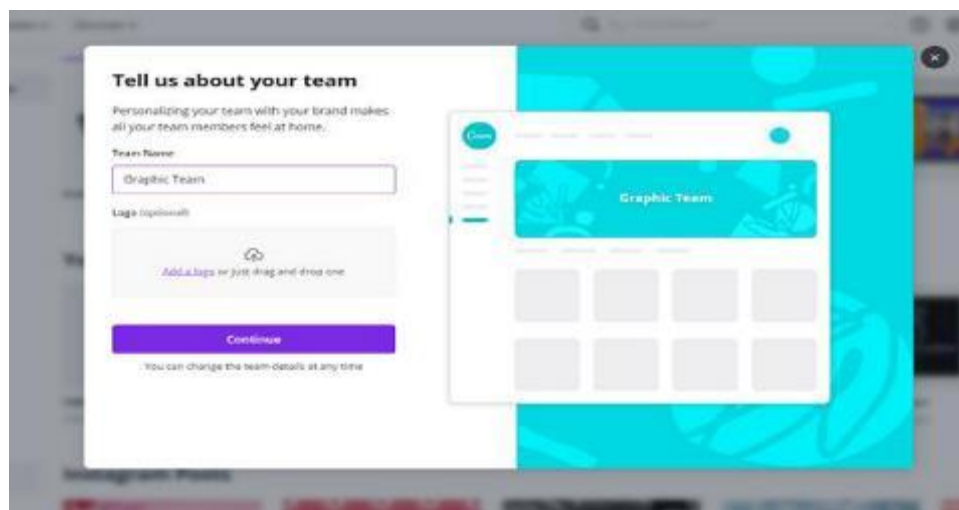
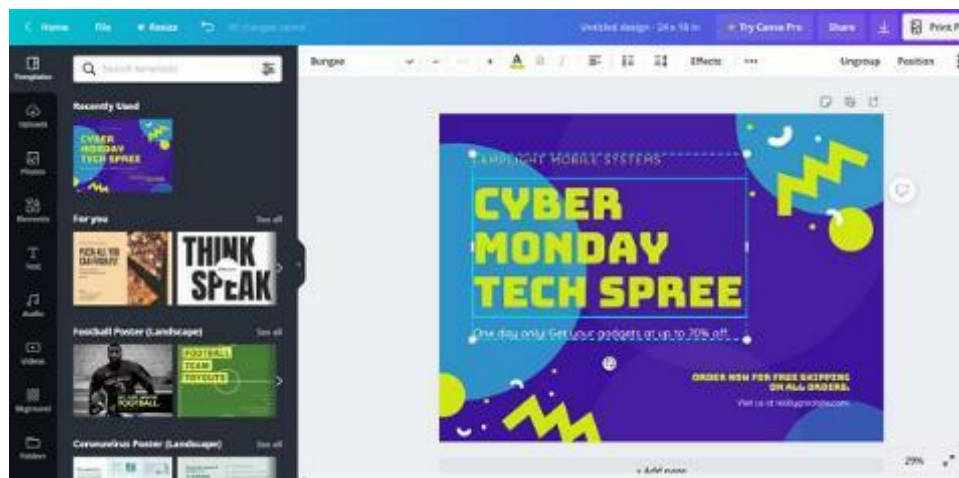
Canva kattaa kaikki digitaaliset suunnittelumahdollisuudet Facebook- ja Pinterest-postauksista e-kirjojen kansiin, infografiikkoihin ja ansioluetteloihin.

5. Käyttäjätavallinen käyttöliittymä

Canvan ulkoasu on helppokäyttöinen. Tämä on Canvan suunnittelusivu. Vasemmalla puolella on ruudukot malleja, valokuvia, tarroja ja taustaa varten.

6. Luo tiimi

Voit luoda tiimisi Canvaan, jotta heillä on pääsy suunnitelmiin. Voit määrittää, minkälainen pääsy tiimisi jäsenillä tai työntekijöillä on jaettavien linkkien kautta muutosten tekemiseen.



Canvan haitat

Vaikka Canva tarjoaa loistavia ominaisuuksia ja käyttäjäystävällisen käyttöliittymän, sillä on myös joitakin haittoja, jotka sinun on hyvä tiedostaa. Tässä on muutamia haittoja, jotka kannattaa muistaa:

1. Canvassa ei ole paikallista tiedostojen tallennustilaa

Tämä tarkoittaa sitä, että jos verkkosivusto on jostain syystä alhaalla, sinun on odotettava, että pääset käsiksi malleihisi ja voit tehdä muutoksia.

2. Piirustusten liiallinen käyttö

Sinusta saattaa tuntua, että suunnittelemasi muotoilu ei ole kovin ainutlaatuinen, koska monet ihmiset ovat käyttäneet suosikkimalliasi. Voit kuitenkin ratkaista tämän ongelman käyttämällä enemmän luovuutta malleissasi.

3. Ei lähdetiedostoa

Toisin kuin Photoshopissa, Illustratorissa tai InDesignissa, et voi muokata, jakaa tai viedä suunnittelua ilman Canva-tiliäsi. Et pääse käsiksi suunnittelemaasi raakatiedostoon, jotta voit tehdä tarkempia muokkauksia.

4. Maksa hyvistä ominaisuuksista

Saatat pitää Canva-kirjastossa olevasta kuvasta, fontista tai mallista, jonka käytöstä sinun on maksettava.

5. Mobiilisovelluksen toiminnot ovat alle puolet työpöytäversion toiminnoista.

Verrattuna sivustoon, mac- tai työpöytäversioon Canvan mobiilisovelluksessa ei ole yhtä paljon ominaisuuksia.

Eurooppalainen tietosuoja ja yksityisyyden suoja

Kaikki moduulissa mainitut palvelut, ohjelmistot, alustat jne. ovat täysin EU:n tietosuoja-asetuksen ja -lainsäädännön mukaisia.

1. Tietojenkäsittelysopimus

Annoimme oman tietojenkäsittelysopimuksemme kaikkien käyttäjiemme tarkasteltavaksi ja allekirjoitettavaksi.

2. Yksityisyyden suoja

Tässä tietosuojakäytännössä selitetään, miten organisaatiomme käyttää käyttäjiltä keräämiämme henkilötietoja.

Linkejä:

<https://www.canva.com/learn/10-ways-to-take-your-lessons-to-the-next-level-with-canva/>

Digitaalinen ja sähköpostimarkkinointi



mailchimp

Sisältö

Osa 4 - Digitaalinen ja sähköpostimarkkinointi - MailChimp

MailChimpin kuvaus

MailChimpin ominaisuudet

MailChimpin edut

MailChimpin haitat

Eurooppalainen tietosuoja ja yksityisyyden suoja

Johdanto

Mailchimp on sähköpostimarkkinointi- ja automaatioalusta, jota miljoonat yrittäjät käyttävät kasvattaakseen brändiään - ja liiketoimintaansa.

Kohdennetut sähköpostit, asiantuntija-arvostelut ja tehokas markkinoinnin CRM antavat sinulle kaiken, mitä tarvitset kasvuun ja myyntiin.

MailChimp on vuonna 2001 perustettu sähköpostimarkkinointiyritys. Se aloitti sivuprojektina, jonka tarkoituksena oli auttaa Benin ja Danin web-suunnittelutoimiston asiakkaita luomaan sähköpostilistoja, ja se pysyi sellaisena ensimmäiset kuusi vuotta ja tuotti vain muutamia tuhansia dollareita kuukaudessa.

The screenshot shows the MailChimp website interface. At the top right, it says "Registered users: LOGIN". Below that is a navigation menu with buttons for "Home", "Features & Benefits", "FAQs", "Sign Up", and "Contact". The main content area has a heading "Mail Chimp Makes HTML Email Easy!" followed by a paragraph describing the service. Below this are three sections: "Simple Copy n' Paste Interface", "Cheap. Very cheap.", and "What makes Mail Chimp different from the rest". To the right of these sections is a "SCREENSHOTS" section with two images and captions. At the bottom right is a "WANT AN EXAMPLE?" section with a form for email and first name, and a "Submit" button. Below the form is a note: "Enter your email address above, and we'll send you an example of what you can do with Mail Chimp!"

MailChimpin ominaisuudet

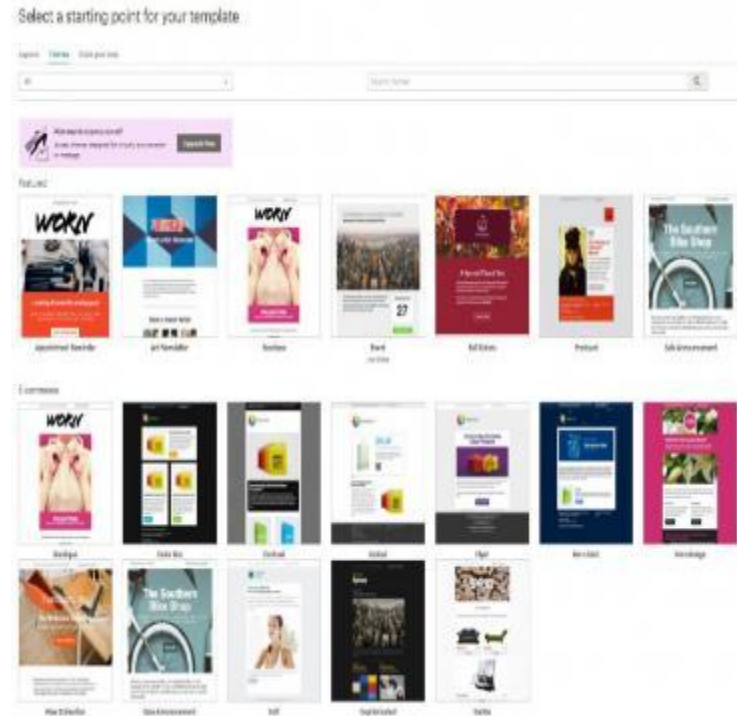
Mailchimp tarjoaa mahdollisuuksia, joita voidaan käyttää sähköpostin lähettämiseen ja analysointiin.

1. Kampanjoiden luominen:

Mailchimp mahdollistaa sähköpostikampanjoiden yksinkertaisen ja tehokkaan luomisen ja toimittamisen sekä tilaajaluettelon hallinnan, asiakaskohdennuksen ja yksityiskohtaisen raportoinnin analyysin mahdollistamiseksi ja lopulta kasvun edistämiseksi.

2. Mallit

Tilaajilla on käytössään valikoima valmiiksi suunniteltuja sähköpostimalleja sekä mahdollisuus luoda mukautettuja malleja.



3. Ilmaiset ja maksulliset vaihtoehdot

Pk-yrityksille ja start-up-yrityksille suunnatun Mailchimpin freemium-mallin avulla voit lähettää enintään 12 000 sähköpostiviestiä kuukaudessa enintään 2 000 tilaajalle. Tämä antaa myös mahdollisuuden lähettää 2 000 sähköpostiviestiä 24 tunnin aikana.

4. Mobiilitoiminnot

Mailchimpin mobiilisovellus iOS:ssä ja Androidissa helpottaa sähköpostikampanjoiden toimittamista, seuranta ja analysointia.

5. Henkilökohtaistaminen

Alustan käyttäjät käyttävät työkaluja postituslistansa luokitteluun monenlaisten erityisten kohderyhmien perusteella. RSS sähköpostiin -vaihtoehto mahdollistaa uutiskirjeiden automaattisen lähettämisen sähköpostitse, kun esimerkiksi yrityksen blogia tai verkkokampanjaa päivitetään.

6. Online-apu

Sarja informatiivisia kirjallisia ja video-oppaita auttaa alustan käyttäjiä saamaan kaiken irti Mailchimp-kokemuksesta.

7. Kohdentaminen

Mailchimp-työkalujen avulla yritykset voivat kohdentaa uutiskirjeitä asiakkaille tiettyjen kriteerien, kuten maantieteellisen sijainnin tai klikkaushistorian perusteella. Näin saadaan yksityiskohtaiset tiedot siitä, kuka vastaa tai ei vastaa uutiskirjeisiin ja kuka klikkaa mitä asiakirjassa.

8. Analytiikka

Raportit sisältävät uutiskirjeen tilaajien Twitter-reaktioita sekä Mailchimpin ja [Google Analyticsin](#) välisen yhteyden kautta saatuja tietoja.

MailChimpin edut

MailChimpin tärkeimpiä etuja ovat automaatio, mukautetut lomakkeet, sähköpostipositukset ja kohdennetut sähköpostit sekä raportointi ja analytiikka. Tässä on yleiskatsaus tuotteen eduista:

1. Automatisointi

MailChimpissä voit automatisoida tehtäviä käyttämällä markkinoinnin automaation oletusasetuksia. Tämä vapauttaa aikaasi keskittyä kampanjoiden markkinointistrategioihin ja viestintätaktikoihin.

2. Mukautetut lomakkeet

Rekisteröintilomakkeet ovat tärkeä asiakaskohta. MailChimpin avulla voit mukauttaa näitä lomakkeita ja lisätä organisaatiosi logon. Voit myös lisätä sosiaalisen median tunnukset näihin lomakkeisiin.

3. Sähköpostiviestit ja kohdennetut sähköpostiviestit

MailChimpin avulla voit lähettää sähköpostia kaikille tilaajillesi tai ryhmitellä tilaajasi segmentteihin, jotta voit kohdentaa ne paremmin. Kohdennusasetukset voidaan määrittää maantieteellisen sijainnin tai klikkaus-/avaushistorian mukaan.

4. Raportit ja analyysit

MailChimp tarjoaa myös kojelaudan, joka on täynnä helposti ymmärrettäviä visuaalisia raportteja. Voit tietää, ketkä ovat kiinnostuneita sähköposteistasi avaamis-, klikkaus- ja vastausprosenttien avulla. Näitä raportteja voi tarkastella helposti missä tahansa, tietokoneesta mobiililaitteeseen.

MailChimpin haitat

Se on yleinen sähköpostimarkkinointiohjelmito

Mailchimpin kohderyhmiä ovat kaikki, jotka haluavat koota sähköpostituslistan. Ei ole väliä, oletko harrastaja, online-tekijä vai verkkokauppayrittäjä

Vaikka voit aloittaa Mailchimpin käytön ilmaiseksi, se voi tulla kalliiksi, kun listasi kasvaa.

Mailchimp on ilmainen 2000 tilaajalle asti, mutta kuinka paljon se maksaa sen jälkeen? Voit käyttää hinnoittelusivulla olevaa kustannuslaskuria selvittääksesi, kuinka paljon sinun on maksettava, kun saavutat tietyn tilaajamäärän.

Kannattaako käyttää Mailchimpiä?

Jos sinulla on vakiintunut yritys ja rahaa sijoittaa sähköpostimarkkinointiin, on luultavasti järkevämpää valita jokin maksullinen palvelu. Jos kuitenkin olet vasta aloittamassa, **Mailchimp on edullisin vaihtoehto** (ainakin lyhyellä aikavälillä) ja hyvä tapa oppia sähköpostimarkkinoinnin perusteet.

SENEXIA-koulutus

Digi- ja yrittäjätaidot senioreille

Moduuli 4

Digitaalinen markkinointi ja viestintä

Sisällön tuottaja: Znanie Association, Bulgaria

Johdanto

Markkinoinnin innovaatioiden ymmärtäminen on tärkeämpää kuin koskaan aiemmin, kun yritysten kilpailutilanne on kiristynyt ja globalisoitunut.

Käytä tätä moduulia saadaksesi tietoa, jonka avulla voit luottavaisesti tarttua oman markkinointisi kehittämiseen. Opit kehittämään omia markkinointi-innovaatioitasi, jotka olet valmis toteuttamaan omassa yrityksessäsi. Tämän innovaation puitteissa luot tavoitteita selkeää suuntaa varten ja opit tunnistamaan kohdeyleisösi konversion lisäämiseksi. Tämän moduulin lopussa sinulla on taidot ja varmuus luoda, ottaa käyttöön ja seurata digitaalisen markkinoinnin sisältöä.

Oppimistulokset

Kun olet opiskellut tämän koulutusmoduulin, osaat:

	Tieto	Taidot	Asenteet/käyttäytyminen
Module 4: Digital Marketing & Communication	<ul style="list-style-type: none"> ● Basic knowledge of the role of digital marketing and communication within a business ● Factual knowledge of social media and its purpose in online marketing ● Practical knowledge of how to curate an online visual identity for digital marketing and communication ● Theoretical knowledge of digital tools that contribute to digital marketing and communication (advertisements, SEO, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Describe an online market presence ● Employ the 4P's of marketing in an online setting ● Investigate the opportunities and risks of integrated digital marketing and communication ● Develop an approach to developing a digital marketing and communication plan 	<ul style="list-style-type: none"> ● Openness to explore marketing opportunities through digital platforms and tools ● Willingness to develop a digital marketing and communication plan ● Awareness of the impact of employing digital tools to market a business online

Mitä on digimarkkinointi?

Digimarkkinoinnilla tarkoitetaan digitaalisten kanavien käyttöä tuotteiden ja palvelujen markkinoinnissa kuluttajien tavoittamiseksi. Tämän tyyppiseen markkinointiin kuuluu verkkosivustojen, mobiililaitteiden, sosiaalisen median, hakukoneiden ja muiden vastaavien kanavien käyttö. Digimarkkinointi tuli suosituksi internetin myötä 1990-luvulla.



Brändäys

Digimarkkinoinnista puhuttaessa on otettava huomioon termit brändi ja brändäys. **Brändi** on mielikuva, joka muilla on yrityksestäsi. Se tekee yrityksestäsi tunnistettavan.

"Brändäys on sitä, että tuotteille ja palveluille annetaan brändin voima." (Kotler & Keller, 2015)

Brändäys on prosessi, jossa organisaatiolle, yritykselle, henkilölle, tuotteille tai palveluille annetaan merkitys luomalla ja muokkaamalla brändi kuluttajien mieliin. Se on organisaatioiden kehittämä strategia, jolla luodaan emotionaalinen yhteys asiakkaisiin ja saadaan heidät näin suosimaan heidän tuotteitaan kilpailijoiden tuotteiden sijaan.

Tavoitteena on houkuttaa ja pitää uskollisia asiakkaita ja muita sidosryhmiä tarjoamalla tuote, joka vastaa aina sitä, mitä brändi lupaa.

Digitaalinen markkinointi on väline, jota käytetään yrityksen brändin luomiseen.

Digitaaliset markkinointikanavat:

Digitaaliset markkinointikanavat ovat kehittyneet ja kehittyvät edelleen. Seuraavissa dioissa on lueteltu joitakin yleisimpiä kanavia, joita yritykset voivat käyttää markkinointitoimiensa tehostamiseen. Huomaa, että jotkin yritykset saattavat käyttää useita kanavia ponnisteluissaan.



Verkkosivusto:

Nykyään brändisi verkkosivusto on ensisijainen kanava, jonka kautta käyttäjät voivat saada tietoa ja ryhtyä toimiin, jotka edistävät suoraan yrityksesi kasvua.

Sisäänpäin suuntautuvan digitaalisen markkinoinnin strategiat ovat suppilon muotoisia. Asiakkaasi ovat internetissä, käyttävät hakukoneita, selaavat artikkeleita ja käyttävät sovelluksia. Inbound-strategiasi tehtävänä on vetää ihmiset verkkosivustollesi, jossa he voivat lukea ja katsella sisältöäsi ja lopulta tehdä ostopäätöksen.

1. Lähetä verkkosivustosi Googleen indeksointia varten

Tyyppi: Sivuston markkinointistrategia

Tarkoitus: Varmistaa, että sivustosi löytyy verkkohaussa orgaanisen haun kautta.

2. Optimoisi sisältö verkkohakua varten

Tyyppi: Sivuston markkinointistrategia

Tarkoitus: Varmistaa, että hakukoneet löytävät sisältösi ja parantaa sijoituksia.

Verkkosivusto:

3. Varmista, että sivustosi latautuu nopeasti

Tyyppi: Sivuston markkinointistrategia

Tarkoitus: Parempi sijoittuminen hakutuloksissa teknisen SEO:n avulla

4. Päivitä verkkosivustosi usein

Tyyppi: Sivuston markkinointistrategia

Tarkoitus: Pidä sivustosi kävijöiden kannalta täsmällisenä ja sen sisältö tuoreena, jotta sivuston sijoitukset paranevat ajan mittaan.

5. Lisää verkkosivustosi URL-osoite painettuun markkinointimateriaaliin

Tyyppi: Verkkosivuston markkinointistrategia

Tarkoitus: Ei-digitaalisten oheistuotteiden käyttö brändin tunnettuuden lisäämiseksi ja verkkosivujen kävijämäärien lisäämiseksi.

6. Julkaise lehdistötiedotteita

Tyyppi: Verkkosivuston markkinointistrategia

Tarkoitus: Laadukkaiden takalinkkien luominen, brändin tunnettuus ja verkkoliikenteen lisääminen julkisuuden kautta.

Sähköpostimarkkinointi:

Sähköpostimarkkinointi on edelleen yksi tehokkaimmista digitaalisista markkinointikanavista. Monet ihmiset sekoittavat sähköpostimarkkinoinnin roskapostiviesteihin, mutta kyse ei ole sähköpostimarkkinoinnista.

Tämäntyyppisen markkinoinnin avulla yritykset voivat ottaa yhteyttä potentiaalisiin asiakkaisiin ja kaikkiin, jotka ovat kiinnostuneita yritysten brändeistä/tuotteista tai palveluista.

Sosiaalisen median markkinointi:

Ajat muuttuvat. Sosiaalisen median markkinointiin kuuluu muutakin kuin muutaman kerran päivässä tapahtuva postaus Facebookiin ja Twitteriin. Jos haluat rakentaa brändiäsi, sitouttaa potentiaalisia asiakkaita ja lisätä myyntiä, se vaatii aikaa ja työtä. Sinun on erotuttava kilpailijoiden joukosta, sosiaalisen median melusta ja jopa kilpailtava vaikuttajien, julkkisten ja muiden suurten nimien kanssa. Tarvitset loistavan sosiaalisen median strategian.

Yksi tärkeimmistä syistä, miksi ihmiset ostavat tuotteita yritykseltä, on se, että he luottavat yrityksen nimeen. Jos olet saavuttanut uskottavuuden, ihmiset näkevät helposti tarjoamiesi tuotteiden arvon. Näin ollen yrittäjänä onnistuneen tuotemerkin rakentamisen pitäisi olla ensisijainen tavoite.

Sosiaalinen media on useimmille yrityksille erinomainen lähtökohta kohderyhmänsä tavoittamiseen. Se on paikka, jossa kuluttajat jakavat mielipiteitään brändeistä ja ovat vuorovaikutuksessa niiden kanssa.

Sosiaalisen median strategian luominen tyhjästä

Vaihe 1: Luo sosiaalisen median brändipersona ja pysy johdonmukaisena.

Jos sosiaalisen median profiilisi ovat johdonmukaisia eri kanavissa, kävijöilläsi syntyy myönteisiä mielleyhtymiä. He tietävät, mitä odottaa sosiaalisesta verkostosta riippumatta.

Aloita ammattimaisella profiilikuvalla, jota käytetään kaikissa sosiaalisissa verkostoissa, varmista, että käytät samaa ammattimaista ulkoasua kaikissa sosiaalisissa kanavissa, joissa olet mukana, ja sovita kuva siihen, jota käytät blogeissasi. Profiilikuvasi on vasta alkua. Haluat edistää johdonmukaista mielikuvaa brändisi äänestä, kuvista, väreistä ja yleisnäkemyksestä.

Sosiaalisen median strategian luominen tyhjästä

Vaihe 2: Sosiaalisen median brändin ääni:

Hauska, nokkela, rento, henkilökohtainen ja keskusteleva kieli toimii hyvin sosiaalisessa mediassa, ja se voi olla loistava mediastrategia. Mutta voit myös pitää sen muodollisena ja ammattimaisena. Yritä ilmentää brändisi arvoja ja pysy aitona ja johdonmukaisena viestinnässäsi kaikissa sosiaalisissa verkostoissa, sinun pitäisi kuulostaa samalta kaikissa sosiaalisissa kanavissa. Kun olet saanut tämän kuntoon, keskustelut sosiaalisessa mediassa sujuvat luonnollisesti. Ja yleisösi ei vain pidä sinuun yhteyttä, vaan odottaa päivityksiäsi.



Sosiaalisen median strategian luominen tyhjästä

Vaihe 3: Automatisoi kuin ninja

Sosiaalinen media on kaksisuuntainen katu. Voit jakaa kasvattavia blogikirjoituksia ja päivityksiä. Pyydä kuitenkin aina palautetta ja rohkaise keskustelemaan viesteistäsi. Toinen tärkeä näkökohta, jota useimpien brändien tulisi harjoittaa, on vastata päivityksien kommentteihin ja olla vuorovaikutuksessa sosiaalisen median seuraajiansa kanssa. Jos et koskaan kommunikoi kannattajiesi kanssa, vaikuttaa siltä, ettet arvosta heidän läsnäoloaan ja aikaansa.

Älä unohda satunnaisesti viihdyttää seuraajiasi. Jotta yleisösi tuntisi olevansa osa sosiaalista yhteisöäsi, sinun on avauduttava ja näytettävä todellinen puolesi. Vie yleisösi kulissien taakse ja jaa kuva jokapäiväisestä elämästäsi. Jos olet yritys, jaa kuvia tapahtumistasi. Tai jaa yksinkertaisesti kuvia työntekijöistäsi - on aina hyvä antaa kasvot brändinimelle.

Sosiaalisen median strategian luominen tyhjästä

Vaihe 4: Päätä, millaista sisältöä jaat eri sosiaalisen median alustoilla Jokaisella sosiaalisella verkostolla on tietyt omat toimintonsa. Voit julkaista samaa sisältöä kaikissa sosiaalisissa kanavissa, mutta se vaikuttaa laiskalta eikä saa hyvää vastakaikua. Oletko hämmentynyt?

Kun luot sisältöä Snapchatiin, sen odotetaan olevan raakaa ja kulussien takaista. Alustan käyttäjät pitävät erityisesti pystysuorista videoista, joissa ihmiset ovat liikkeellä (kuvattu matkapuhelimella). Vastaavasti Instagramin yleisö haluaa nähdä kauniita valokuvia suodattimien kanssa tai ilman suodattimia. Ja X:ssä (ent Twitter) käyttäjät odottavat, että viestisi päättyy 140 merkkiin. Toki voit kirjoittaa pitkän viestin Facebookissa, ottaa siitä tilannekuvan ja lähettää sen X:ssä/Instagramissa/Snapchatissa kuvapäivityksenä. Mutta se ei vain saisi kohdeyleisöäsi sitoutumaan samalla tavalla.

Jokaisella eri sosiaalisen median alustalla on hyvät ja huonot puolensa, ja räätälöidyn sisällön luominen auttaa seuraajien kasvattamisessa.

Sosiaalisen median strategian luominen tyhjästä

Vaihe 5: Luo sisältökalenteri ja julkaise sisältöä usein

Luot tilin. Täytät kuvaukset kokonaan. Sitten kirjoitat viestin "Tervetuloa Facebook-sivulle; tämä on ensimmäinen päivitykseni" ja kutsut muutaman ystäväsi ja sosiaalisen median seuraajasi muilta tileiltä tykkäämään sivustasi. Sitten katoat kuukaudeksi. Kuulostaako tutulta? Näin käy useimmille yrityksille, jotka aloittavat sosiaalisen median käytön. Mutta jos haluat saada hyviä tuloksia mediamarkkinointistrategiastasi ja rakentaa pitkäaikaisia suhteita yleisöösi, sinun on julkaistava säännöllisiä päivityksiä.

Jos haluat pysyä kurssilla, laadi sisältökalenteri ja tee tiheistä julkaisuista mediastrategiasi ensisijainen tavoite. Kalenterin luominen auttaa organisoimaan ponnistelut ja kohdentamaan asianmukaiset resurssit sosiaalisen median alustoille. Jos sinulla on dokumentoitu strategia, sinulla on kokonaiskuva siitä, millaisia viestejä lähetät. Sitten voit tasapainottaa lisäarvoa tuottavia viestejä satunnaisilla myyninedistämispäivityksillä ja tuoda luovuutta mediastrategiaasi. Voit myös ajoittaa päivitykset etukäteen ja säästää aikaa.

Kuinka monta kertaa voit julkaista postauksen ilman, että seuraajasi katoavat?

Jos julkaiset todella hyödyllistä sisältöä, voit ehkä tyytyä hieman suurempaan julkaisutiheyteen. Se riippuu kuitenkin kohdeyleisöstäsi ja toimialastasi. Sinun on testattava ja selvitettävä optimaalinen julkaisutiheytesi, jotta voit rakentaa sisältömarkkinointistrategiaasi. Tässä on yksinkertainen aikataulu, jota voit noudattaa alussa:

Facebook: Facebook: Pari päivitystä päivässä

X: Jos sinulla on resursseja, voit lähettää jopa yli 5 twiittiä päivässä.

Instagram: Kerran päivässä

LinkedIn: LinkedIn: Kerran arkipäivänä

Muista, että sosiaalisessa mediassa on kyse reaaliaikaisista päivityksistä. Vaikka se kuulostaakin vastenmieliseltä, suunnittelemalla ja harjoittelemalla etukäteen saat itsesi parempaan asemaan reagoidaksesi nokkelasti hetkessä.

Somen markkinointitrendit, joihin kannattaa kiinnittää huomiota:

Sosiaalisen median maailma muuttuu nopeammin kuin mikään muu verkkoalue. Sen mukana pysyminen ei ole helppo tehtävä. Seuraavassa on muutama trendi, jotka kannattaa pitää mielessä. Todennäköisesti nämä trendit vaikuttavat tulevaisuuteen:

- **Kanavat sulautuvat yhteen:** kun yrittäjät luovat sosiaalisen median verkkosivustoja, mahdollisuudet ovat yhä rajattomammat. Tämä suuntaus ei ole hidastumassa. Kun uudet tavat viestiä, tavoittaa asiakkaita ja houkutella johtolankoja kehittyvät, kehittyvät myös yhtä innovatiiviset strategiat. Esimerkiksi ostoskorin hylkäämisviestit. Aikoinaan tämä tehtiin vain sähköpostitse, mutta nyt Facebook Messenger ja muut viestialustat ovat yhtä käyttökelpoisia, Recartin avulla voit lähettää Facebook-viestejä hylätyistä Shopify-kärryistä. Kun yhä useammat sosiaalisen median sivustot löytävät jalansijaa, eri markkinointikanavien sulauttaminen lisääntyy entisestään.
- **Työkalut sulautuvat yhteen:** kuinka monta kertaa tällä viikolla olet kirjautunut johonkin Google- tai Facebook-tililläsi sen sijaan, että olisit luonut uuden käyttäjätunnuksen? Mitä enemmän tätä tapahtuu sosiaalisen median alustojen ja SaaS-yritysten välillä, sitä helpompaa on markkinoida kohdeyleisöllesi.

Johtopäätökset:

Somemarkkinointi on uskomaton tapa rakentaa brändiäsi. Sosiaalisissa verkostoissa on miljoonia kohderyhmääsi kuuluvia käyttäjiä - ihmisiä, jotka seurustelevat päivittäin ja ovat innokkaita löytämään uusia tuotemerkkejä. Brändisi luomiseksi sinun on panostettava paljon sosiaaliseen mediaan *ja* pysyttävä johdonmukaisena. Mutta hyödyt ovat sen arvoisia. Sosiaalisen median markkinointistrategia on ratkaisevan tärkeä kaikille yrityksille, jotka haluavat saada kaiken irti verkkosaolostaan. Paras tapa luoda menestyksenkäs somestrategia on keskittyä seuraaviin asioihin:

- Kohderyhmä
- Sisältö
- Kihlaus
- Sosiaaliset kanavat

Monet yritykset yrittävät tavoittaa kohderyhmänsä sosiaalisen median avulla. Tämä on tapa rakentaa brändiä, lisätä asiakasuskollisuutta ja luoda suusanallista markkinointia.

Johtopäätökset:

Ei ole olemassa yhtä oikeaa strategiaa kaikille. Ensimmäinen askel on selvittää, missä kohderyhmäsi liikkuu somessa ja mistä he ovat kiinnostuneita. Seuraavaksi on selvitettävä, mihin vuorokauden- tai viikonpäivään tai -viikkoon on paras aika julkaista viestejä näillä alustoilla, jos haluat mahdollisimman paljon näkyvyyttä ja sitoutumista sisältöosi. Varmista lopuksi, että olet johdonmukainen postausten kanssa, äläkä lopeta postaamista, koska sinusta tuntuu, ettet saa tykkäyksiä tai kommentteja.

Lisäksi sinun pitäisi:

- Asetta tavoitteita ja työskentele niiden saavuttamiseksi
- Ymmärtää yleisösi ja sen yksilölliset toiveet ja tarpeet.
- Päättää seurattavista tavoitemittareista. Nämä riippuvat tavoitteistasi. Jos haluat esimerkiksi sitoutumista, seuraa näyttökertoja.
- Luoda sisältöä, joka saa klikkauksia. Tämä tarkoittaa inspiroivan sisällön ja uutisjuttujen jakamista, kysymyksiin vastaamista ja julkaisemista optimaaliseen aikaan.
- Arvioida ja päivittää strategiaasi tarpeen mukaan.

Tapaustutkimukset

Mercedes Benz näyttää voittavan aina sosiaalisen median kampanjoillaan. Minulle jäi mieleen vuonna 2013, kun he loivat mielestäni edelleen yhden parhaista Instagram-markkinointikampanjoista tähän mennessä. Mercedes halusi tavoittaa nuoremman yleisön, joten he palkkasivat viisi huippuluokan Instagram-kuvaajaa istumaan uuden Mercedes CLA:n rattiin. Se, joka sai eniten tykkäyksiä, sai pitää auton - joten he kaikki tekivät todella töitä sen eteen!

Kampanjan loppuun mennessä Mercedes on saanut:

- 87 000 000 orgaanista Instagram-vaikutelmaa
- 2 000 000 Instagram-tykkäystä
- 150 uutta markkinointimateriaalia (upeita kuvia)

Tartu rattiin - Uusi Mercedes-Benz CLA



Jos haluat lukea lisää inspiroivia tarinoita digitaalisen markkinoinnin vaikutuksesta someen, voit tutustua seuraaviin linkkeihin:

- ❖ <https://ostmarketing.com/5-outstanding-social-media-marketing-case-studies/>
- ❖ <https://seochatter.com/social-media-case-studies/>
- ❖ <https://www.socialpilot.co/blog/social-media-case-study>

SENEXIA-koulutus

Digi- ja yrittäjätaidot senioreille

Moduuli 5

Miten suunnitella ja luoda oma verkkokauppa

Sisällön tuottaja: INTEGRA Bildung e.V., Saksa.

Johdanto

Monille yrityksen omistajille - olipa kyseessä sitten pieni tai suuri yritys - on tärkeää myydä tavaroitaan ja palveluitaan verkossa. Verkkomyynnin avulla voit tavoittaa enemmän asiakkaita, uusia asiakkaita, etkä ole riippuvainen paikallisista asiakkaistasi, joissa liikkeesi tai yrityksesi sijaitsee.

Mutta miten aloittaa verkkokauppa? Tässä modulissa näytämme sinulle, miten verkkokaupan suunnittelu tapahtuu. Selitämme ensimmäiset tärkeät vaiheet ja tarjoamme sinulle erilaisia teknisiä vaihtoehtoja oman verkkokaupan saamiseksi käyttöön. Tavoitteena on. kertoa, miten saat verkkokauppasi toimimaan.

Oppimistavoitteet

Moduulissa 5 opit:

- Miksi verkkokauppa on osa yrityksen verkkomarkkinointistrategiaa?
- Mitä verkkomarkkinointi on
- Mitkä ovat verkkokaupan perusteita
- Miten päätät, mitä haluat myydä tai tarjota verkkokaupassasi?
- Miten aloittaa verkkokauppa
- Miten määritetään, keitä asiakkaat ovat / tulevat olemaan?
- Mitä eri muotoja ja vaihtoehtoja verkkokaupalle on olemassa?
- Mitä markkinapaikan idea on
- Kuinka järjestää verkkokauppiasi
- Mitä vaihtoehtoja verkkokaupalle on
- Mitkä ovat verkkokaupan riskit
- Esittelemme yhden tapaustutkimuksen

Oppimistulokset

Kun olet osallistunut tähän koulutusmoduuliin, osaat:

- ❖ Päättää, onko verkkokauppa se, mitä tarvitset ja haluat.
 - ❖ Tiedät, miten aloittaa verkkokaupan perustaminen
 - ❖ Tunnet sopivia työkaluja ja välineitä verkkokaupan perustamiseen teknisesti.
 - ❖ Tiedät, mitä verkkokaupassa on oltava
 - ❖ Käytettävissä on välineitä riskinarviointia ja vaihtoehtoja verkkokaupalle.
-
- Perustiedot verkkomarkkinoinnin roolista yrityksesi kannalta.
 - Tekninen ymmärrys verkkokaupan IT-tarpeista ja IT-ratkaisuista.
 - Tieto siitä, miten verkkokauppa asennetaan ja miten pääset alkuun.
 - Perustiedot verkkomarkkinoinnista (jonka osa verkkokauppasi on).
 - Oikean mallin / teknisen alustan valitseminen verkkokauppaa varten
 - Tuotteiden tai palvelujen myynti verkossa
 - Riskianalyysi ja vaihtoehtoiset lieventämisstrategiat

Sisältö

Moduuli 5 keskittyy verkkomarkkinointiin, ml. kansainvälinen verkkomarkkinointi ja mahdollisuudet, joita verkkokauppa voi tarjota yritysten omistajille sekä pienille ja keskisuurille yrityksille.

Aluksi käsitellään verkkomarkkinoinnin periaatteita ja toimintoja ja esitellään tapaustutkimuksia, kuten verkkokauppoja ja verkkopromootiovälineitä. Tässä moduulissa käsitellään myös vaihtoehtoja, kuten kumppanien verkkokauppoja ja jakelukanavia paikallisesti ja alueellisesti tuotetuille tavaroille ja palveluille. Moduuliin sisältyy myös lyhyitä esittelyjä senioreille suunnatuista palveluista/hyödykkeistä kohderyhmänä, pienistä kaupoista ja alueellisista yhteistyöfoorumeista.

Verkkomarkkinointi - Paikallisesta globaaliksi

Tuotteiden tai palveluiden myynti on taloudellisesti erittäin tärkeää kaikille yrittäjille tai yrityksen omistajille. Riippumatta yrityksen koosta ja organisaatiosta, tuotteiden tai palveluiden myynti tuottaa tuloja, joita senioriyrittäjät toivovat saavuttavansa.

Perinteiset tuotantoketjut johtavat tuottajalta myyjille, myyjiltä jakeluportaille ja kansalliseen tai kansainväliseen logistiikkaan. Monet senioriyrittäjät pitävät tätä perinteistä tuotantoketjumallia vähemmän houkuttelevana. Koska he ovat ketjun viimeinen ja usein pienin osa, he saavat siitä vähiten irti - sekä taloudellisesti että tuotannon laatua koskevien saavutustensa tunnustamisen kannalta.

Monet senioriyrittäjät tarjoavat tuotteita ja palveluja pieninä yrityksinä. Heidän tuotteensa ja palvelunsa ovat hyvin spesifisiä ja voivat esimerkiksi sisältää seniorien erityispalveluja tai -tuotteita tai paikallisia tuotteita, joilla on "historiaa", tai hyvin spesifisiä palveluja, jotka perustuvat senioriyrittäjän aktiivisen työelämän aikana keräämiin kokemuksiin.

80% senioriyrittäjien omistamista yrityksistä on pieniä tai keskisuuria yrityksiä. Pieniin yrityksiin kuuluvat mikroyritykset, joissa on vain yksi tai kaksi työntekijää. Usein nämä pienet ja keskisuuret yritykset aloittavat toimintansa paikallisille markkinoille suuntautuvilla palveluilla. Jonkin ajan kuluttua alueelliset, kansalliset tai jopa kansainväliset markkinat voivat kiinnostaa. Tässä kohtaa verkkokauppa voi joutua yrittäjän kiinnostuksen kohteeksi.

Verkkomarkkinointi - Paikallisesta globaaliksi

Offline:

Kauppa, jossa on suoramyyntiä kulutukseen

- Ständit paikallisilla markkinoilla
- Suoramyynti paikallisille tavarantoimittajille tai valituille paikallisille kohderyhmille (esim. eläkeläiset ja heidän erityistarpeensa).
- Tavaroiden tai palvelujen kotiinkuljetus
- Myynti paikallisilla messuilla, festivaaleilla ja tapahtumissa
- Senioriyrittäjien mahdolliset pienet ja keskisuuret osuuskunnat, jotka myyvät tuotteitaan yhdessä.
- Erityistuotteiden kehittäminen esim. vanhusten terveydenhoitoon
- Kausifestivaalit (pääsiäinen, kesä, joulukuu) ja niihin liittyvät kulmakaupan markkinointitoimet (alennusmyynnit, erikoistarjoukset, alennukset).

Verkossa:

Verkkosivusto, jossa on tietoa tietyistä tuotteista ja ostopaikoista.

- pieni paikallinen verkkokauppa, josta voi tilata paikallisia tuotteita ja noutaa ne suoraan myymälästä tai markkinoilta.
- verkkokauppa, josta voi tilata tuotteita alueellisella tai kansallisella tasolla.
- verkkokauppa kansainvälisellä merenkululla
- alueellisten yrittäjien verkkoalusta, joka lähettää tuotteitaan yhdessä keskitetyn logistiikan kanssa.
- franchising-kumppanuus suuressa online-myyntialustassa, jossa on hajautettu logistiikka.
- Kansallisesti tai kansainvälisesti lähetettävien tavaroiden tai palvelujen verkkotilaukset
- Online-"vuokraa mummo" -palvelu tai vastaavat palvelut, esim. 1 pari käsin neulottuja sukkiä/kk k

verkkokauppa ja markkinointi - Miten päästä alkuun

Verkkokaupan perustaminen ei ole kovin vaikeaa nykyisten teknisten välineiden ja työkalujen avulla. On kuitenkin tärkeää ottaa aikaa, istua alas ja "jäsentää" verkkotoimintaa hieman. Efellisestä diasta voitiin nähdä, verkkokauppaan ja tiettyjen tuotteiden tai palveluiden verkkomyyntiin on olemassa erilaisia malleja. Ennen kuin aloitat, mieti joitakin yksinkertaisia logistisia näkökohtia:

- Oletetaan, että sinulla on verkkosivusto ja verkkokauppa: Miten tuotteet päätyvät asiakkaalle?
 - Onko teillä valmiudet pakata ja lähettää tuotteitanne? Ovatko tuotteesi konkreettisia (voimmeko koskettaa niitä) vai digitaalisia (voimmeko ladata ne, eikä niitä tarvitse lähettää pakettina)? Jos tuotteet on lähetettävä, voidaanko ne yksinkertaisesti lähettää vai onko ne jäähdytettävä (esim. lihatuotteet, maitotuotteet) tai pakattava tai suojattava erityisesti (esim. herkät hedelmät, tuore leipä)?
 - Miten asiakkaat maksavat?
 - Onko sinulla hallinnollinen infrastruktuuri, jotta verkkokauppaasi voidaan sisällyttää perinteiseen kirjanpitoon?
 - Kuka sen tekee?

Onko triittävästi työvoimaa verkkokaupan ylläpitämiseen, tukemiseen ja kehittämiseen?

Verkkokauppa ja markkinointi - Miten päästä alkuun

Logistiikan ja henkilöstön lisäksi on huolehdittava myös teknisistä seikoista. Aloitetaan siis vaihe vaiheelta:

1. Päätä tuote(t) tai palvelut, joita haluat myydä.

Senioriyrittäjänä myyt todennäköisesti hyvin erityisiä tuotteita ja ehkä paikallisia tuotteita. Tämä tarkoittaa erityisiä tuotteita alueeltasi tai tuotteita tietyille kohderyhmälle. Voit myös harkita "lisätuotteiden", kuten kirjojen, tukimateriaalien jne. myyntiä.

Kun olet päättänyt, mitä tuotteita tai palveluja haluat myydä, mieti myös, mitä erityishoitoa nämä tuotteet saattavat tarvita lähetettäessä, kuten erityispakkauksia, jäähdytys- tai suojalaatikoita jne.

Jos tarjoat tuotteita vain ladattavaksi (esim. raportteja, ruoanlaitto-ohjeita jne.), et tarvitse kuljetuslogistiikkaa. Päätä siis selkeästi, mitä haluat myydä.

2. Ota selvää mahdollisista kilpailijoistasi

Kun olet päättänyt, mitä haluat myydä, tutki, onko samalla alueella tai samalla alueella muita yrityksiä, jotka myyvät samoja tuotteita. Mitä vähemmän kilpailijoita sinulla on, sitä paremmat ovat mahdollisuutesi menestyksekkääseen verkkokauppaan.

Verkkokauppa ja markkinointi - Miten päästä alkuun

3. Valitse liiketoimintamalli

Verkkokaupan omistajana voit päättää, mitä liiketoimintamallia haluat soveltaa. Voit myydä oman verkkokauppasi kautta, ja hoidat kaiken logistiikan (maksaminen, lähettäminen, verkkosivuston ylläpito jne.) itse. Vaihtoehtoisesti voit myydä tuotteitasi tai palveluitasi olemassa olevilla alustoilla tai markkinapaikoilla, kuten Amazon, eBay, Flipkart tai jo toiminnassa olevilla erityismarkkinapaikoilla, kuten TradeMate, SeniorSpace tai Friedhold. Suomalaisia alustoja: <https://www.flowvy.com/>, <https://www.mycashflow.fi/>

Markkinapaikat tai alustat tarjoavat erilaisia palveluja. Voit integroida verkkokauppasi kokonaan alustaan. Alustan ylläpitäjät huolehtivat kaikista maksuprosesseista, toimituksista, valitusten hallinnasta, voivat syöttää tietoja sosiaaliseen mediaan ja verkostoihin jne. Ne perivät näistä palveluista maksun. Loput tuotetusta rahasta on sinun.

Päätös siitä, minkä liiketoimintamallin valitset, riippuu henkilökohtaisista resursseistasi ajan, rahan, henkilöstön, asiantuntemuksen ja kuljetusyritysten jne. suhteen.

Yleinen suositus: Monet senioriyrittäjät, jotka haluavat lähettää kansainvälisiä lähetyksiä (myös Euroopan sisällä), suosivat markkinapaikka- tai alustamalleja. Vaihtoehtoisesti voit luoda oman alustan tai markkinapaikan yhdessä muiden alueesi senioriyrittäjien kanssa.

Verkkokauppa ja markkinointi - Miten päästä alkuun

4. Valitse yritys- tai verkkotunnus

Jokainen yritys tarvitsee nimen. Nimen tulisi olla merkityksellinen tuotteelle (tuotteille) tai palveluille, joita haluat myydä. Nimen pitäisi myös olla helppo muistaa kohderyhmälle. Verkkokauppaasi nimen tulisi olla sama kuin verkkotunnukseksi eli verkkokauppaan johtavan URL-osoitteen.

Hyvä verkkotunnus ja toiminimi antavat verkkokauppallesi identiteetin ja helpottavat sen löytämistä ja tunnistamista verkkomaailmassa.

Muista: Kun valitset yritys- ja verkkotunnusta, ota huomioon kulttuurienväliset näkökohdat, jos haluat myydä tuotteitasi kansainvälisesti. Nimi, kuten "Greek honey site", näyttää olevan hyväksyttävä useimmissa kulttuureissa, mutta nimi, kuten "Sugar babe fruits", saattaa herättää väärää huomiota, koska joissakin kulttuureissa "sugar babes" on nimitys, jota käytetään seksuaalipalvelujen tarjoajista.

5. Valitse verkkokaupan verkkosivujen rakentaja

Jos päätät rakentaa oman verkkokaupan, tarvitset ohjelmiston, jolla voit kehittää verkkosivusi. Nykyään on saatavilla monia ilmaisia ohjelmistopaketteja. WordPressin kaltaiset vakiojärjestelmät tarjoavat lisäosia tai laajennuksia verkkokauppoja varten. (Katso myös myöhemmin tässä osassa.)

Jos päätät käyttää verkkokauppaasi olemassa olevaa markkinapaikkaa, useimmissa tapauksissa markkinapaikka-alusta sisältää sivujen rakentajan verkkokauppaasi varten.

Verkkokauppa ja markkinointi - Miten päästä alkuun

6. Suunnittele verkkokauppasi

Verkkokauppasi tulisi olla ainutlaatuinen ja heijastaa identiteettiäsi seniorina yrittäjänä. Verkkokauppasi on suunniteltava asiakkaidesi mukavuutta ajatellen. Siihen on sisällytettävä kuvia ja kuvaus tuotteista, joita haluat myydä. Se voi sisältää myös lyhyen videon itsestäsi, joitakin kuvia yrityksestäsi, lyhyen tarinan yrityksestäsi ja alueesta, jolla asut. Asiakkaita on opastettava, ja heidän on helppo nähdä, mikä tuotteissasi on erityistä. Jos tuotteesi ovat alueellisesti sertifioituja tai täyttävät tietyt standardit, myös tätä on mainostettava verkkokauppasi sivustolla.

7. Asenna maksuportti

Nykyään verkkoyrityksillä on erilaisia maksutapoja. Asiakas voi halutessaan maksaa luottokortilla, pankkikorteilla, verkkopankilla, PayPalilla, Apple- tai GooglePaylla, suorilla tilisiirroilla, verkkolompakoilla tai jopa perinteiseen tyyliin laskulla tai ennakkomaksulla.

Monet pankit tarjoavat verkkomaksuliittymiä. Kysy pankiltasi, tarjoavatko ne tällaisia rajapintoja ja kuinka paljon ne veloittavat. Muut järjestelmät, kuten PayPal, VR-Pay tai muut, ovat pankeista riippumattomia ja siirtävät saapuvat maksut tilillesi. Huomaa, että kaikki nämä palvelut perivät maksuja.

8. Asenna SSL-sertifikaatti

Verkkokauppasi käsittelee henkilötietoja. Näihin kuuluvat asiakkaidesi nimi ja osoite, yhteystiedot, maksutiedot jne. On tärkeää, että näiden tietojen siirto tapahtuu turvallisessa ympäristössä. Verkkoasiakkaat ovat tässä suhteessa hyvin herkkiä. SSL-sertifikaatti pitää verkkosivustosi turvallisena ja luo luottamusta. Useimmat verkkosivustojen rakentajat auttavat sinua SSL-sertifikaatin määrittämisessä myymäläsi.

Verkkokauppa ja markkinointi - Miten päästä alkuun

9. Valitse kumppanisi toimitusta varten

Asiakkaidesi tilaamat tuotteet on lähetettävä tai kuljetettava näille asiakkaille. Verkkokauppaasi maantieteellisestä alueesta riippuen voit palkata paikallisia jakelijoita, jotka kuljettavat tilaukset asiakkaillesi. Heti kun alat lähettää tuotteita kansallisesti tai kansainvälisesti, tarvitset kuljetuskumppanin.

Huomautus: Jos toimitat helposti pilaantuvia tuotteita (esim. elintarvikkeita), tarvitset toimituskumppanin, jolla on kokemusta tällaisten tuotteiden käsittelystä. Euroopassa suuret nimet, kuten DHL ja UPS, tarjoavat erityisiä logistiikkapalveluja elintarvikkeita varten, mukaan lukien turvallinen varastointi, jäähdytys jne. Joissakin maissa paikalliset ja kansalliset postipalvelut ovat yhteydessä näihin kansainvälisiin yrityksiin. Lisäksi on olemassa kansainvälisiä verkkokuljetuskumppaneita, kuten Shiprocket ja muut, joita voi myös kannattaa tarkastella.

Huomaa myös: Jos päätät käyttää verkkokauppaan markkinapaikan tai -alustan kautta, nämä järjestelmät tarjoavat usein lähetysoinfrastruktuurin ja logistiikan.

10. Tee verkkokauppaasi tunnetuksi

Lopuksi sinun on mainostettava verkkokauppaasi. Voit tehdä tämän perinteisin keinoin, kuten lentolehtisillä, julisteilla, sähköposteilla ja kirjeillä nykyisille asiakkaille, mainoksilla sanoma- ja aikakauslehdissä ja tietenkin verkossa julkaisemalla viestejä valituissa sosiaalisissa medioissa, blogeissa tai senioreille tai erityisille kohderyhmille tarkoitetuissa blogeissa. Tukea voi saada myös paikallisilta, alueellisilta tai valtakunnallisilta senioriyrittäjäryhmiltä, paikalliselta tai alueelliselta kauppakamariltasi tai alueellisilta talouselämän yksiköiltä.

Verkkokauppa ja markkinointi - Miten päästä alkuun



Step-by-Step Process for eCommerce Site Development

Lähde: <https://mlsdev.medium.com/how-to-build-an-ecommerce-website-from-scratch-start-selling-products-worldwide-a55256673878>

Verkkokauppa ja markkinointi - Miten päästä alkuun

On tärkeää tietää, että et välttämättä ole yksin, kun aloitat oman verkkokauppasi. Tukea voi saada monista lähteistä:

- **Muilla alueesi senioriyrittäjillä saattaa jo olla verkkokauppa.** Jos olet vanhempi yrittäjä, joka aloittaa uuden verkkokaupan, voit kysyä asiaa nuoremmalta yrittäjältä, joka myy täysin erilaisia tavaroita ja palveluja. Et ole kilpailija, ja hänen neuvoistaan voi olla apua.
- **Tapaa muita (vanhempia) yrittäjiä ja suostuttele heidät ryhmittymään yhteen.** Usean yrityksen verkkokauppa tarjoaa suuremman tuotevalikoiman ja on houkuttelevampi asiakkaille. Voisit lisätä alueellisen markkinoinnin elementtejä, kuten "Parhaat tuotteet Irlannista" tai "Fiksu seniori", herättääksesi kiinnostusta.
- Yrittäjänä olet todennäköisesti kauppakamarin tai muiden alakohtaisten järjestöjen jäsen. Usein nämä järjestöt tarjoavat tukea jäsenilleen. Tämä voi olla tietoa ja logistiikkaa, jopa taloudellista tukea ja teknistä apua. Ota yhteyttä paikallisiin, alueellisiin tai kansallisiin alakohtaisiin järjestöihin saadaksesi tietoa.
- Joissakin maissa **valtio tukee** senioreiden myymien yritysten kehittämistä tai se liittyy senioriyrityksiä edistäviin aloitteisiin. Näihin ohjelmiin sisältyy usein tukea alueelliseen brändäykseen ja markkinointiin sekä verkkoalustoihin.

Verkkokauppa ja markkinointi - Markkinapaikat

Kuten jo mainittiin, olemassa olevat markkinapaikat saattavat olla hyvä vaihtoehto verkkokaupan perustamiseen. Tällainen markkinapaikka vie sinulta osan työtaakasta, ja voit keskittyä täysin työhösi maanviljelijänä sekä tuotteidesi ja palvelujesi laatuun ja korkeaan tasoon.

On olemassa monia alustoja ja markkinapaikkoja. Monet niistä aloittivat liiketoimintansa Yhdysvalloissa ennen kuin ne laajenivat Euroopan unioniin ja muualle maailmaan.

Jotkin markkinapaikat, kuten Amazon, tarjoavat jopa logistista tukea. Tilausten varastointi, lähettäminen ja käsittely ovat usein verkkokaupan haastavimmat osa-alueet. Jos olisit esimerkiksi paikallisten juomien tuottaja, voisit lähettää Amazoniin suuremman määrän laatikoita, joissa on juomapulloja. He varastoivat pullot keskitetysti alueellisiin logistiikkakeskuksiinsa. Jos tilaus tulee, sinun ei tarvitse tehdä mitään. Amazon palveluntarjoajana huolehtii siitä täysin ja ilmoittaa sinulle, kun se tarvitsee lisää pulloja. Tietenkin Amazon veloittaa myös kaikista näistä käsittelypalveluista, ja taloudellinen voittonsi on pienempi.

Muut markkinapaikat tarjoavat sekamalleja: Markkinapaikan ylläpitäjä huolehtii täysin tilaus- ja maksuprosessista. He ilmoittavat sinulle tilauksesta, ja sinä pakkaat tilauksen laatikkoon myymälässäsi. Markkinapaikkaoperaattori lähettää logistiikkakumppanin, joka noutaa laatikon paikallisesta liikkeestäsi ja toimittaa sen asiakkaallesi.

Verkkokauppa ja markkinointi - Markkinapaikat

Sähköisen kaupankäynnin ja verkkokauppojen suosittuja markkinapaikkoja ja verkkosivustojen rakentajia ovat:

- Shopify
- Magento
- WooCommerce
- BigCommerce
- Wix
- Shift4Shop

Tällaiset sähköisen kaupankäynnin verkkosivujen rakentajat sopivat usein parhaiten pienille ja keskisuurille kaupoille, joilla ei ole suunnitelmia laajamittaisesta laajentamisesta, skaalautuvuudesta, uusimman innovatiivisen teknologian jatkuvasta käytöstä tai virtuaalitodellisuusmyynnistä (jossa asiakkaat voivat kävellä virtuaalisesti virtuaalisen myymälän läpi jne.).

Huomaa, että monet sähköisen kaupankäynnin verkkosivujen rakentajat ja online-markkinapaikat on luotu vastaamaan verkkoliiketoiminnan erityistarpeisiin, kuten teknologisiin sovelluksiin, kosmetiikkaan, huonekaluihin, lääketieteellisiin tuotteisiin tai matkoihin, lippuihin, lomiin ja muihin tuotteisiin ja palveluihin. Monia niistä ei ole kehitetty senioriyrittäjille tai senioreille asiakkaille suunnattuja erityistarpeita varten, kuten suurikokoisia tietoja, selittäviä viestejä tai muita palveluja, joilla tuetaan ikääntyneiden erityistarpeita.

Verkkokauppa ja markkinointi - Markkinapaikat

	Shopify	Magento	WooCommerce	BigCommerce
Application	small & personal online shops	medium & big stores	small & personal online stores	a proprietary platform for small & medium stores
Free option	14-day trial	yes	yes	15-day trial
Subscription cost	~\$348 - \$3,588/annually	\$22,000 - \$190,000/annually	free, requires installation of paid extensions	plans: Standard - \$29.95; Plus - \$79.95; Pro - \$249.95/month
Domain cost	\$14/year	\$10-15/year for new domain <i>hundreds or thousands for an aged domain</i>	\$14.99/year	\$12.27+/year
Hosting	included	\$4-100+/month for Magento Open Source & Magento Commerce <i>included in Magento Commerce Cloud</i>	\$3.95 - \$5,000/month	included
- Total Cost\$ (annual)	~ \$350 - \$6,500+	~ \$22,000 - \$190,000+	~ \$350 - \$7,000+	~ \$400 - \$3,000+

Lähde: <https://mlsdev.medium.com/how-to-build-an-ecommerce-website-from-scratch-start-selling-products-worldwide-a55256673878>

Verkkokauppa ja markkinointi - Markkinapaikat

Verkkosivujen rakentajat ovat käytännöllisiä työkaluja. Niissä on kuitenkin myös useita puutteita, jotka voi ottaa huomioon:

- Niillä on rajoitettu valikoima toimintoja
- Niillä on vakiomuotoisia ulkoasuja, joten sivustosi voi näyttää samalta kuin muutkin.
- Vähemmän tilaa räätälöinnille
- Ennalta määritellyt elementit palveluille, kuten maksuprosesseille, toimitukselle, käsittelylle ja käsittelylle

Positiivisia elementtejä ovat:

- Helpompi verkkosivuston tuki ja ylläpito
- Helpompi ja nopeampi vikojen korjausprosessi
- Oppaat ja "miten"-videot
- Laitteisiin reagoiva (käyttökelpoinen puhelimissa, tableteissa ja tietokoneissa).
- Mahdollisuus ottaa nopeasti käyttöön uusia ominaisuuksia, kun ne ovat saatavilla.
- Mahdollisuus lisätä ostoja alustojen välisten ponnahdusikkunamainosten avulla.
- Pienemmät investoinnit ja enemmän mukavuutta

Verkkokauppa ja markkinointi - Markkinapaikat

Kun valitset verkkokaupparatkaisua, -alustaa tai -markkinapaikkaa, suosittelemme tarkistamaan seuraavat ominaisuudet:

- Palvelujen hinnoittelu, mukaan lukien erilaiset palvelupaketit.
- Joustavuus mukautettujen mallien ja uusien ominaisuuksien toteuttamiseen
- Mobiiliystävällisyys
- Monikieliset ominaisuudet
- Kulttuurienvälinen esitys (erilainen optinen ulkonäkö eri puolilla maailmaa).
- Mahdollisuus integroida kolmannen osapuolen järjestelmiä (esim. maksujärjestelmiä).
- Sisäänrakennetut markkinointiominaisuudet
- Tilausten ja varastonhallinnan helppokäyttöisyys
- Mahdollisuus skaalautua, kun liiketoiminta kasvaa.
- SEO-ominaisuudet ja SEO-ystävällisyys
- Turvallisuus
- Apu- ja tukipalvelut (suora yhteys, keskustelukumppani, chat-botti jne.).

Verkkokaupat - Järjestä kauppasi

Kun olet tehnyt periaatepäätöksen siitä, mitä haluat myydä, ja valinnut liiketoimintamallisi, on vielä joitakin lisävaiheita, jotka ovat erittäin suositeltavia:

- **Kaikkien Front End- ja Back End -toimintojen kehittäminen**

Kun kaikkien verkkokaupan sivujen suunnittelu on valmis, seuraava vaihe on laadukas kehitys valitsemallasi verkkokauppa-alustalla tai markkinapaikalla. Jokaisella verkkokauppasivustolla pitäisi olla tiettyjä ominaisuuksia, jotta se pysyisi kilpailukykyisenä.

Verkkokauppasivustojen menestykseen vaikuttavat paitsi tarjoamasi tuotteet ja palvelut ja se, miten hyvin sivusto on suunniteltu, myös ominaisuudet, joita sivustosi tarjoaa sekä asiakkaille että sivuston omistajalle.

Tehokkaat tuotesivut ja intuitiivinen kassa ovat tärkein osa. Älä koskaan tee ostajien kannalta vaikeaksi valita tarvittavia tuotevaihtoehtoja ja tehdä kassalle mahdollisimman vähän vaiheita.

Jokaisen sivun *nopea latautumisaika* on erittäin tärkeä, ja yksi tärkeimmistä latautumisnopeuden taustatekijöistä on se, miten tehokkaasti verkkosivuston koodaus on tehty.

Lähde: https://www.icecubedigital.com/blog/how-to-build-an-online-store-from-scratch-step-by-step-guide/?utm_source=pocket_mylist

Verkkokaupat - Järjestä kauppasi

- **Päätä tuotekategoriat**

Mitä parempi tuotekategorisointi on verkkokauppasivustollasi, sitä helpompaa asiakkaidesi on löytää tarvitsemansa tuotteet. Esimerkiksi verkkosivustolla, jolla on maataloustuotteita tai paikallista kotiruokaa, on helppo ryhmitellä tuotteet kategorioihin, kuten "lihatuotteet", "maitotuotteet", "hedelmät" tai "vihannekset", tai lajitella tuotteet alueen, koon tai nimen mukaan - sen mukaan, mitä tarjoat.

Riippumatta siitä, minkä tyyppisiä tuotteita myyt, *verkkokaupiasi menestyksen kannalta on erittäin tärkeää ymmärtää, miten käyttäjät etsivät tuotteitasi, ja kehittää tarkka ja hyvin organisoitu tuoteryhmärakenne.*

Tarkka *luokka-/alaluokkarakenne* ei ainoastaan paranna käyttäjäkokemusta verkkosivustollasi, vaan se auttaa myös sijoittamaan sivustosi korkealle hakukoneissa tietyillä avainsanoilla.

- **Kirjoita tuotekuvaukset**

Verkkokaupan verkkosivuston omistajat yleensä aliarvioivat laadukkaan sisällön merkitystä. Vaikka käytätkin laadukkaita tuotekuvia tai tuoteselostusvideoita, asiakkaillasi on paljon muita kysymyksiä tuotteistasi, joihin voit vastata kirjoittamalla yksityiskohtaisia tuotekuvauksia. Ainutlaatuiset ja käyttäjäystävälliset tuotekuvaukset auttavat parantamaan hakukoneiden sijoitusta tuotteesi avainsanoilla, tutustu tähän oppaaseen tehokkaiden tuotekuvausten kirjoittamisesta. (<https://www.icecubedigital.com/blog/how-to-write-product-descriptions-for-ecommerce-website-complete-guide/>) (02.10.2022)

Lähde: https://www.icecubedigital.com/blog/how-to-build-an-online-store-from-scratch-step-by-step-guide/?utm_source=pocket_mylist

Verkkokaupat - Järjestä kauppasi

- **Valmistele tuotekuvat ja -videot**

Sinun tulisi keskustella testiasiakkaiden tai teknisten asiantuntijoiden kanssa uuden verkkokaupan eri osioissa tarvittavasta kuvakoosta ja aloittaa työ sen järjestämiseksi, kun kehitys on käynnissä.

Hyvä kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa. Kun joku saapuu verkkosivustollesi, hänen huomionsa kiinnittyy ensin käyttämiisi kuviin, ja jos hän pitää näkemästään, hän selaa verkkosivustoasi lisää. Laadukkaat tuotekuvat verkkokauppasivustollasi auttavat sinua muuttamaan enemmän kävijöitä ostajiksi.

Tuoreen tutkimuksen mukaan noin 71 prosenttia kuluttajista on sitä mieltä, että video selittää tuotteen paremmin. Verkkosivustollasi olevat tuoteselostusvideot helpottavat käyttäjää ymmärtämään kaiken tuotteistasi ja auttavat häntä tekemään ostopäätöksen. Et voi kieltää sitä tosiasiaa, että ihmiset pitävät nykyään enemmän videoista kuin pitkien tekstien lukemisesta.

Lähde: https://www.icecubedigital.com/blog/how-to-build-an-online-store-from-scratch-step-by-step-guide/?utm_source=pocket_mylist

Verkkokaupat - Järjestä kauppasi

- **Määritä toimitusvaihtoehdot**

Verkko-ostajat välittävät paljon tarjoamistasi toimitusvaihtoehdoista ja toimitusmaksuista. Tutkimusten mukaan 45 prosenttia ostajista hylkäsi ostoskorin, kun he eivät löytäneet ilmaista toimitusvaihtoehtoa.

Sinun tulisi integroida verkkokauppaasi toimitustapoja, jotka voivat tarjota asiakkaillesi nopeampia ja halvempia toimitusvaihtoehtoja. Jos et pysty tyydyttämään asiakkaitasi kummallakaan osa-alueella, menetät myynnin.

Sinun tulisi määritellä selkeästi tilauksen toimituspäivät tilauksen live-seurantaominaisuuden avulla. Positiivinen toimituskokemus lisää asiakkaiden luottamusta ja kannustaa heitä tekemään ostoksia uudelleen.

Lähde: https://www.icecubedigital.com/blog/how-to-build-an-online-store-from-scratch-step-by-step-guide/?utm_source=pocket_mylist

Verkkokaupat - Järjestä kauppasi

- **Testaus**

Verkkokaupan verkkosivuston kehitystiimi tekee sivuston testauksen eri selaimilla ja laitteilla, mutta sinun pitäisi myös testata asioita omalta osaltasi varmistaaksesi, että verkkosivuston jokainen osa toimii hyvin ennen sen käynnistämistä.

Sivusto, jota ei ole testattu kunnolla, saattaa näyttää hyvältä yhdessä selaimessa ja laitteessa, mutta hajota toisessa, ja jos jokin toiminto ei toimi - käyttäjät yksinkertaisesti siirtyvät muualle.

Kun verkkokauppa on toiminnassa, sinun on jatkettava A/B-testausta sen selvittämiseksi, mikä toimii ja mikä ei.

Lähde: https://www.icecubedigital.com/blog/how-to-build-an-online-store-from-scratch-step-by-step-guide/?utm_source=pocket_mylist

Verkkokaupat - Järjestä kauppasi

- **Asiakkaiden erityistarpeet**

Jos suunnittelet verkkokaupan perustamista yli 55- tai 60-vuotiaille asiakkaille, ota huomioon, että iäkkäillä ihmisillä voi olla erityistarpeita, kuten seuraavat seikat

- suuremmat merkit (selainten suurennustoiminto)
- valokuvien ja kuvien selittävää tekstiä.
- vähemmän vaiheita tuotteen valinnasta sen ostamiseen.
- helppo tilausprosessi
- esteettömät toiminnot, kuten sivulla olevan kirjoitetun tekstin ääneen lukeminen.
- avustajatoiminto, jonka avulla asiakkaat saavat yhteyden oikeaan ihmiseen, jonka kanssa he voivat keskustella.
- saman ikäryhmän jäsenten antamat asiakaspalautteet (suosittelut).

Mieti omia tarpeitasi ja omaa verkko-ostokokemustasi. On aina hyvä ottaa oppia muilta verkkokaupoilta ja katsoa, mitä he tekevät hyvin ja missä on parantamisen varaa.

Verkkokaupat - Järjestä kauppasi

- **Myymälän omistajan erityistietämys**

Jos verkkokauppi on suunnattu kaikille ikäryhmille, harkitse, että sinä vanhempana ja vanhempana yrityksen omistajana voisit tuoda kokemuksesi, tietosi ja taitosi mukaan, jotta voisit rakentaa luottamusta kauppaan ja tuotteisiisi tai palveluihisi.

Voit tuottaa oman suosittelutodistuksesi. Voit kertoa asiakkaillesi oman tarinasi. Voit kertoa heille, miksi aloitit tämän verkkokaupan, mitä uskomuksiasi ja tämän kaupan vahvuuksia. Tämä erottaa sinut kilpailijoistasi ja muista verkkokaupoista.

Markkinoinnissa jotkut asiantuntijat puhuvat "luotettavasta mummosta lähikaupan tiskin takana". Tämä voisi olla senioriyrittäjän verkkokauppi salaisuus.

Verkkokaupat - Kauppa WordPressissä

Monet liikkeenomistajat ylläpitävät verkkosivustoja. Useimmat verkkosivut käyttävät nykyään CMS- eli sisällönhallintajärjestelmää sivuston suunnitteluun ja sisällön lisäämiseen. Järjestelmiä on monia. Suosituimpia CMS-järjestelmiä ovat WordPress, Joomla, Ruby, Typo 3 ja pienemmät järjestelmät, jotka on integroitu suurten yritysten, kuten Microsoftin ja Adoben, tai puhelin- ja Internet-palvelujen tarjoajien, kuten Vodafonen ja Euroopan kansallisten televiestintäyhtiöiden, tarjoamiin sovelluksiin.

HUOMAUTUS: Kaupallisen tuotemerkin mainitseminen tällä kurssilla ovat vain esimerkkejä: tuotemerkit, ohjelmistot, CMS-järjestelmät ja palveluntarjoajat jne. Verkkokaupan perustaja valitsee niiden tai muiden joukosta itselleen sopivan toimijan.

Koska WordPress on hyvin suosittu CMS-järjestelmä Euroopassa, käytämme tätä järjestelmää esimerkkinä osoittaaksemme, miten verkkokauppa voidaan perustaa käyttämällä WordPress-lisäosaa olemassa olevaan CMS-järjestelmään. Lisäosa on yksinkertaisesti ylimääräinen työkalu, joka integroituu automaattisesti olemassa olevaan verkkosivustoosi.

CMS-järjestelmän käyttäminen verkkokaupassa on melko edullinen vaihtoehto pienemmän verkkokaupan perustamiseen. Jos verkkokauppa alkaa kasvaa, voit aina vapaasti päättää siirtää verkkokauppa alustalle tai antaa alihankintana tiettyjä palveluja, kuten toimituksen, käsittelyn ja varastonhallinnan, kolmannen osapuolen palveluntarjoajalle.

Verkkokaupat - Kauppa WordPressissä

WordPress tekee yhteistyötä sellaisten palveluiden kanssa kuin Bluehost, WooCommerce, OptinMonster ja WPForms. Yhdessä nämä palvelut tarjoavat vaihteittaisen ominaisuuksien integroinnin verkkokauppasivustoihin.

Yleiskatsausopas verkkokaupan perustamisesta WordPressin avulla löytyy [täältä](https://www.wpbeginner.com/wp-tutorials/how-to-start-an-online-store/?utm_source).
(https://www.wpbeginner.com/wp-tutorials/how-to-start-an-online-store/?utm_source) (02.10.2022)

Tässä oppaassa esitellään aiemmissa dioissa kuvatut perusvaiheet. Tässä oppaassa selitetään

- Miten rekisteröidä verkkotunnus ja miten avata meille web hosting-tilin (Bluehost)
- Miten valita verkkokaupan hosting-alusta (WooCommerce)?
- SSL-sertifikaatin hankkiminen
- Miten saada paras WordPress-paketti tarpeisiisi?
- Kuinka perustaa WooCommerce-verkkokauppa
- Kuinka asentaa maksuvaihtoehto sivustollesi
- Kuinka lisätä tuotteita verkkokauppaan
- Miten muokata verkkokauppaasi
- Miten laajentaa myymälääsi käyttämällä erilaisia WordPress-plugineja (palvelulaajennukset)
- Miten mainostaa myymälääsi kuponkeja ja muita sähköisiä palveluja käyttäen?

Huomaa: Nämä perusvaiheet ovat yhteensopivia muiden sisällönhallintajärjestelmien kanssa. WordPress tässä tapauksessa toimii vain esimerkkinä.

Verkkomarkkinointi senioreille - vain senioreille

Olemassa olevien markkinapaikkojen, kuten Amazonin, Shopifyn tai eBayn, ja nykyisiin CMS-ohjelmistojärjestelmiin integroitujen verkkokauppojen lisäksi osassa Eurooppaa on viime vuosina kehitetty erityisiä vaihtoehtoja senioreille ja senioriyrittäjille.

Kun ihmiset ikääntyvät ja pysyvät terveempinä pidemmän aikaa elämässään, eläkeläisistä on tullut mielenkiintoinen kohderyhmä. Lisäksi kasvava suuntaus ajatella globaalisti mutta toimia paikallisesti sekä kriittinen tietoisuus ilmiöistä, kuten ilmastonmuutoksen vaikutuksista Euroopassa, toimitusketjupolitiikasta ja suurten vähittäiskauppojen roolista, on saanut monet yritykset miettimään liiketoimintaansa uudelleen.

Yhä useammat nuoremmat start-up-yritykset ovat muuttaneet yrityksensä biologisesti ja ympäristön kannalta kestäviksi tuotantoyksiköiksi, jotka kunnioittavat luontoa ja kantavat vastuuta ympäristöstä. Usein vanhemmat asiantuntijat ovat osa tällaisia nuoria start-up-yrityksiä. Senioriyrittäjät voivat hyötyä tästä suuntauksesta ja ottaa yhteyttä nuoriin start-up-yrityksiin.

Toinen vaihtoehto on muodostaa ryhmä muiden alueesi senioriyrittäjien kanssa. Tämä on tietysti helpompaa kaupungeissa ja tiheämmin asutuilla alueilla kuin hyvin maaseutumaisilla alueilla. Verkottunut verkko maailmamme tarjoaa kuitenkin mahdollisuuden löytää samanhenkisiä senioreita kaikkialta maailmasta, jotka voisivat ryhtymään kanssasi ja joilla on samankaltaisia liikeideoita yhteisiä kansainvälisiä markkinointi- ja verkkomyyntipyrkimyksiä varten.

Verkkokaupat - Keissejä elintarvikekaupoista

Jos haluat lisätietoja elintarvikealan verkkokaupasta, tutustu saksalaiseen "digital Hofladeniin", joka on tapaustutkimus maanviljelijän verkkokaupasta:

<https://trademate.de/online-shop-hofladen.html>

Kaksi muuta tapausesimerkkiä "digitaalisesta Hofladenista" ovat nämä kaksi ehdotettua sivustoa:



Q-Regio on erikoistunut Berliinin ja sitä ympäröivien Brandenburgin ja Mecklenburg-Vorpommernin alueiden maataloustuotteisiin. Tämä maatalouden verkkomarkkinointi- ja verkkokauppasivusto tarjoaa 1 000 tuotteen valikoiman, jotka kaikki ovat valmiina toimitettavaksi asiakkaan ovelle:

www.q-regio.de



Fläminger Genussland - "Flämingen" on erityinen suojeltu alue Saksassa, jolla on pitkät maatalousperinteet. Tämän maantieteellisen alueen maanviljelijät liittyivät yhteen rakentaakseen tuotteidensa verkkomyyntialustan:

www.flaeminger-genussland.de

Verkkokaupat ja markkinointi - Covid-vaikutus

Omissa osissani Eurooppaa Covid-19-pandemia vaikutti suoraan tapaan tehdä ostoksia. Covid-19-pandemia on ollut Euroopan modernin historian suurin terveyskriisi sitten keskiajan.

Kaikissa Euroopan unionin jäsenvaltioissa vallitsevien lukitusten sekä matkustusrajoitusten, liikkuvuusrajoitusten ja kaavoitusrajoitusten vuoksi verkkokauppaostokset ovat lisääntyneet huomattavasti. Paikallisten kauppojen ollessa suljettuina monet asiakkaat tilasivat tavaroita ja tuotteita verkosta.

Kun otetaan huomioon terveys ja pandemia terveyskriisinä, monet kuluttajat alkoivat kiinnittää enemmän huomiota ostamiensa tuotteiden laatuun. Alueellisesti tuotetut tuotteet, lyhyet toimitusketjut sekä yritysten ekologinen ja biologinen tietoisuus ovat olleet kuluttajille yhä tärkeämpiä pandemian alettua. Pandemian aikana monet seniorit oppivat tekemään ostoksia verkossa - jopa ne, jotka eivät ennen pandemiaa ajatelleet tehdä niin.

Verkko-ostokset ovat osa 84 prosentin elämää Euroopassa - ja tämä pätee kaikkiin sukupolviin!

Verkkokaupat ja markkinointi - Tapaustutkimukset



Tässä on viisi esimerkkiä digitaalisista maatalouskaupoista (digital Hofladen) Saksasta. Lue omistajien haastattelut uusimmista suuntauksista ja haasteista sekä heidän tulevaisuudensuunnitelmistaan.

<https://www.bitkom.org/Themen/Digitale-Hoflaeden-in-Zeiten-von-Corona>
(saksaksi, saatavilla myös englanniksi)

Mieti seuraavia kysymyksiä:

- Mitkä ovat olleet digitaalisia verkkokauppoja omistavien viljelijöiden suurimmat haasteet pandemian alkamisen jälkeen?
- Mikä on haastavin tilanne kilpailijoiden, kuten supermarkettien ja lähiruokakauppojen, suhteen?
- Minkälaista tukea kauppojen omistajat pitävät tärkeimpänä verkkokauppojensa tulevaisuuden kannalta?

Verkkokauppa ja markkinointi - Tapaustutkimukset



Toinen esimerkki on "Hofladen Box", joka on yhteinen verkkokauppa, jossa yli 50 viljelijää ja yli 1 000 tuotetta on integroitu paikallisiin verkkokauppoihinsa. Sivusto tarjoaa asiakkaille yhden luukun kautta mahdollisuuden valita tuotteita yli 50 luonnonmukaiselta ja kestävältä maatilalta.

<https://www.hofladenbox.de>

(saksaksi, saatavilla myös englanniksi)

Mieti seuraavia kysymyksiä:

- Mikä on yhden luukun järjestelmän etu asiakkaille?
- Mitä paikallisia tuoteryhmiä löysit? Mikä niistä voisi kiinnostaa sinua?
- Mitä erityispiirteitä (esim. reilu, avoin, alueellinen) löysit tältä sivustolta ja miksi nämä avainsanat ovat tärkeitä?

Verkkokauppa ja markkinointi - Tapaustutkimukset



Jotkut kaupat puhuttelevat suoraan vanhempia asiakkaita. Yksi näistä kaupoista on <https://www.senioren-onlineshop.de/> (Saksassa "seniorien verkkokauppa"). Vaikka et osaisikaan saksaa, käy katsomassa verkkosivut. Tutustu sivun ulkoasuun ja sivulla oleviin valokuviin.

1. Millaisia tuotteita tämä verkkokauppa myy?
2. Mikä sivun ulkoasussa on erityistä?
3. Näetkö tarjouksia, jotka kohdistuvat senioreiden erityistarpeisiin?
4. Löydätkö sivustolta teknisiä erityispiirteitä?

Tee muistiinpanoja siitä, mitä löysit ja näit, mitä pidit mielenkiintoisena tai jopa vaikuttavana. Kaikista näistä muistiinpanoista on hyötyä omaa verkkokauppaa varten.

verkkokauppa ja markkinointi - Tapaustutkimukset



On olemassa monia muita verkkokauppoja, jotka on suunnattu senioreille. Monet niistä pyrkivät vastaamaan senioreiden terveyteen liittyviin tarpeisiin. Tämä voi olla myönteistä, mutta toisaalta se stereotypisoi seniorit tarpeisiin liittyväksi asiakasryhmäksi.

Tutustu joihinkin näistä verkkokaupoista ja katso, mitä ne tarjoavat:

<https://www.seniority.in/>

<https://senior.com>

<https://lakeportseniorliving.com/blog/online-shopping-seniors/>

<https://www.seniorstyle.com.au/>

<https://www.grocerydive.com/news/grocers-look-to-help-seniors-bridge-the-digital-shopping-divide/598168/>

<https://www.silverts.com/>

Huomaa: Kaikki edellä luetellut kaupat on valittu vain antamaan sinulle ideoita siitä, mitä on olemassa. Mikään yllä olevista linkeistä ei ole suositus ostoksille tai tarkoitus arvioida näiden verkkokauppojen laatua. Ne toimivat yksinkertaisesti esimerkkeinä kurssillamme..

Yhteenveto

Tässä moduulissa "Verkkokauppa - Verkkomarkkinointi" selitimme, miten verkkomarkkinointi voi auttaa toimittamaan tavaroita teiltä, tuottajilta, suoraan asiakkaille.

Offline- ja online-markkinoinnin välillä on selvä ero. Myymälää tai myymälää, johon asiakkaat voivat kävellä sisään, on hoidettava eri tavalla kuin verkkokauppaa.

Verkkokauppaa perustettaessa tärkeitä vaiheita ovat: **oikeiden tuotteiden valinta, kilpailijoiden selvittäminen, vankan liiketoimintamallin valinta, hyvän verkkotunnuksen valinta, verkkokaupan rakentajan tai verkkokauppaohjelmiston etsiminen, maksujärjestelmistä ja toimitusvaihtoehdoista päättäminen.**

Toisin kuin yksittäisen yrityksen yksittäiset verkkokaupat, **verkkomarkkinapaikat kokoavat** yhteen eri yritysten omistajat yhdelle alustalle.



Kuva: Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord -puiston tarjoama kohteliaisuus.

Foorumi & keskustelu

Tämän moduulin keskusteluissa ehdotetaan seuraavia aiheita:

- Miten valmistella verkkokaupan perustamista senioriyrittäjänä:

Mitkä ovat suurimmat haasteet?

Mitä vaikeuksia muiden osallistujien oli voitettava?

Mitä voidaan oppia muilta?

- Mitkä ovat parhaat alustat verkkokaupan ylläpitämiseen tuotteilleni?
- Mitä hyötyä senioriyrittäjille on liittyä "digitaaliseen markkinapaikalle"?



Yhteenveto moduuli 5

Modulissa 5 keskityttiin verkkokauppoihin osana yrityksen verkkomarkkinointia:

- Verkkomarkkinointi on väline, jolla tuotteet tuodaan tuottajalta/myyjältä asiakkaille.
- Verkkokaupan perustamiseksi on valittava tuotteet, tarkistettava kilpailijat, valittava liiketoimintamalli ja hyvä verkkotunnus, käytettävä sähköisen kaupankäynnin rakentajaa tai myymäläohjelmistoa, päätettävä maksujärjestelmästä ja toimituksen järjestämisestä.
- Vaihtoehtoisesti verkkomarkkinapaikat ovat vaihtoehto "vanhemmille yrittäjille yhdessä".

Moduuli 5 - Arviointi



Lyhyt itsearviointi / testi

Tässä lyhyessä itsearvioinnissa ja testissä haluamme sinun pohtivan koko moduulia ja sen kahta osaa.

Käsittelimme näkökohtia siitä, miten perustaa ja järjestää verkkokauppa senioriyrittäjille, jotka haluavat myydä tuotteitaan tai palvelujaan.

Tutustuimme myös siihen, mitä verkkokaupan ylläpitäminen edellyttää.

Seuraavilla dioilla on neljä kysymystä kutakin osaa varten, joihin pyydämme vastaamaan rastittamalla oikean kohdan.

Moduuli 5 Arviointi



Lyhyt itsearviointi / testi

1. Mitä ominaisuuksia verkkokaupassa pitäisi olla? (*Rastita oikea ruutu*)
 - Selkeät tuotekuvaukset, maksuportti, toimitusvaihtoehdot.
 - Vain kuvia tuotteista, puhelinnumero tilausta varten, nouto vain tilalta.
 - Chat-foorumi asiakkaille, valitusfoorumi kuluttajille, kirjanpito

2. Mikä on verkkomarkkinapaikka? (*Rastita oikea ruutu*)
 - Verkkohuutokauppa-alusta.
 - Alusta, jolla eri verkkokaupat tarjoavat tuotteitaan "saman katon alla".
 - Keskustelufoorumi asiakkaille, valitusfoorumi kuluttajille, kirjanpito...

Moduuli 5 Arviointi



Lyhyt itsearviointi / testi

3. Mitä hyötyä pandemiakriisistä oli verkkokaupalle (*rastita oikea ruutu*)?
 - Ihmiset pysyivät kotona eivätkä enää käyttäneet rahaa ostoksiin.
 - Ihmiset tottuivat tekemään ostoksia ja tilaamaan tavaroita verkossa. Monet uudet asiakkaat käyttivät verkkokauppaa ostoksia verkossa.
 - Ihmiset kävivät enemmän paikallisissa kaupoissa ja verkkokaupan myynti laski dramaattisesti.

4. Mitä WordPress tarjoaa? (*Rastita oikea ruutu*)
 - Lisäosa verkkokauppaa varten
 - WordPressin omistama maksujärjestelmä
 - Ilmainen lähetystoiminto tavaroille ja palveluille maailmanlaajuisesti

Viitteet

American Association of Retired Persons (2019). 2020 tech and the 50+ survey.

https://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys_statistics/technology/2019/2020-tech-trends-survey.doi.10.26419-2Fres.00329.001.pdf

Atkinson, A., & Hayes, D. (joulukuu 2010). Iäkkäiden kuluttajien kulutustottumukset. International Longevity Centre-UK:n raportti.

<https://ilcuk.org.uk/wp-content/uploads/2018/10/ConsumptionPatterns.pdf>.

Auxier, B., Rainie, L., Anderson, M., Perrin, A., Kumar, M., & Turner, E. (marraskuu 2019). Amerikkalaiset ja yksityisyys: Huolestuneita, hämmentyneitä ja tuntevat, etteivät hallitse henkilökohtaisia tietoaan. Pew Research Center: Internet, Science & Tech.

<https://www.pewresearch.org/internet/2019/11/15/americans-and-privacy-concerned-confused-and-feeling-lack-of-control-over-their-personal-information/>

Baily, J. (heinäkuu 2020). Miten Britannia tekee verkkokauppoja:

<https://www.waitrose.com/home/inspiration/how-britain-shopsonlinefoodanddrinkedition.html>.

Choi, N. G., & DiNitto, D. M. (2013). Internetin käyttö iäkkäiden aikuisten keskuudessa: yhteys terveystarpeisiin, psykologiseen pääomaan ja sosiaaliseen pääomaan. Journal of medical Internet research, 15(5), 1-16.

Grimes, G. A., Hough, M. G., Mazur, E., & Signorella, M. L. (2010). Iäkkäiden aikuisten tietämys internetin vaaroista. Educational Gerontology, 36(3), 173-192.

Feek, B. (maaliskuu 2020) Covid-19 coronavirus: Aucklandin mies, 70, kuvailee kuukauden kestänyttä odotusta verkkokauppaostosten saamiseksi.

<https://www.nzherald.co.nz/nz/covid-19-coronavirus-auckland-man-70-describes-month-long-wait-for-online-groceries/JY7WXOFCMATF7IWB752WQMTU7M/>.

Viiiteet

Joshi, P., Kononova, A., & Cotten, S. (2020). Understanding Older Adults' Preferences for and Motivations to Use Traditional and New ICT in Light of Socioemotional Selectivity and Selection, Optimization, and Compensation Theories. *International Journal of Communication*, 14, 5880-5899.

Hamrick, K. S., Andrews, M., Guthrie, J., Hopkins, D., & McClelland, K. (2011). Kuinka paljon aikaa amerikkalaiset käyttävät ruokaan? 1476, 2019-2786.

Kania-Lundholm, M., & Torres, S. (2015). Sisäinen kuilu: läkkäiden aktiivisten tieto- ja viestintätekniikan käyttäjien asema itseään erilaisia "muita" vastaan. *Journal of aging studies*, 35, 26-36.

Knowles, B., & Hanson, V. L. (2018b). Ikääntyneiden aikuisten "epäluottamuksen" käyttöönotto. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 25(4), 1-25.

Lee, R. J., Sener, I. N., Mokhtarian, P. L., & Handy, S. L. (2017). Davisin, Kalifornian asukkaiden verkko- ja myymäläostoskäyntien tiheyden väliset suhteet. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 100, 40-52.

McLoughlin, B. (maaliskuu 2020). Britit raivoissaan supermarketin hulluudesta, kun koronaviruskaoksessa puhkeaa tappelu. <https://www.express.co.uk/news/uk/1257167/Coronavirus-news-fight-tesco-London-Uk-Boris-Johnson-covid-19>.

Mintel. (heinäkuu 2020). Allekirjoitettu, sinetöity ja toimitettu: UK courier express delivery services set to record fastest annual growth for five year.

<https://www.mintel.com/press-centre/retail-press-centre/signed-sealed-and-delivered-uk-courier-and-express-delivery-services-set-to-record-fastest-annual-growth-for-five-years>.

<https://www.mintel.com/press-centre/retail-press-centre/signed-sealed-and-delivered-uk-courier-and-express-delivery-services-set-to-record-fastest-annual-growth-for-five-years>.

Nielsen. (Lokakuu 2020d). Convenience 2.0: Luonnosvaihtoehto vähittäiskaupan kantavaan voimavaraan.

<https://www.nielsen.com/ssa/en/insights/article/2020/convenience-2-0-an-online-twist-to-a-retail-stalwart>

Spann, A., & Stewart, E. (2018). Ikäihmisten mHealth-käytön esteet ja helpottajat: Laadullinen katsaus ikääntyneiden näkemyksiin. *Human Technology: An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments*, 14(3), 264-296.

Viitteet

Short, F. (2003). Kotimaiset ruoanlaittotaidot - mitä ne ovat. *Journal of the HEIA*, 10(3), 13-22.

Smithers, R. (elokuu 2020). Pandemia kaksinkertaistaa päivittäistavaroiden verkko-ostajien määrän Yhdistyneessä kuningaskunnassa. <https://www.theguardian.com/business/2020/aug/20/pandemic-prompts-doubling-of-online-grocery-shoppers-in-uk>

Vogels, E. A. (huhtikuu 2020). Virtuaalisista juhlista ruoan tilaamiseen: miten amerikkalaiset käyttävät internetiä COVID-19:n aikana. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/04/30/from-virtual-parties-to-ordering-food-how-americans-are-using-the-internet-during-covid-19>.

Vroman, K. G., Arthanat, S., & Lysack, C. (2015). "Kuka yli 65-vuotias on verkossa?" Iäkkäiden aikuisten suhtautuminen tieto- ja viestintäteknikkaan. *Computers in Human Behavior*, 43, 156-166.

Weaver, C. K., Zorn, T., & Richardson, M. (2010). Tavarat, joita ei haluta: Iäkkäiden ihmisten kertomukset tietokoneen käytön hylkäämisestä. *Information, Communication & Society*, 13(5), 696-721.

SENEXIA-koulutus

Digi- ja yrittäjätaidot senioreille

Moduuli 6

Verkkoyrityksen/-kaupan johtaminen

Sisällön tuottaja: The Rural Hub, Irlanti

Johdanto

Tämä moduuli antaa opiskelijoille keskeiset taidot ja tiedot verkkoliiketoiminnan tehokkaaseen johtamiseen. Käsiteltäviä aiheita ovat muun muassa sähköisen kaupankäynnin ylläpito, taloushallinto, terveyden ja stressin hallinta, verkkotarinarankerronta markkinoinnissa ja sähköiseen kaupankäyntiin tehtävien investointien ymmärtäminen. Moduulin lopussa oppijoilla on valmiuksia menestyä verkkoliiketoiminnan kilpaillussa maailmassa.

Oppimistulokset

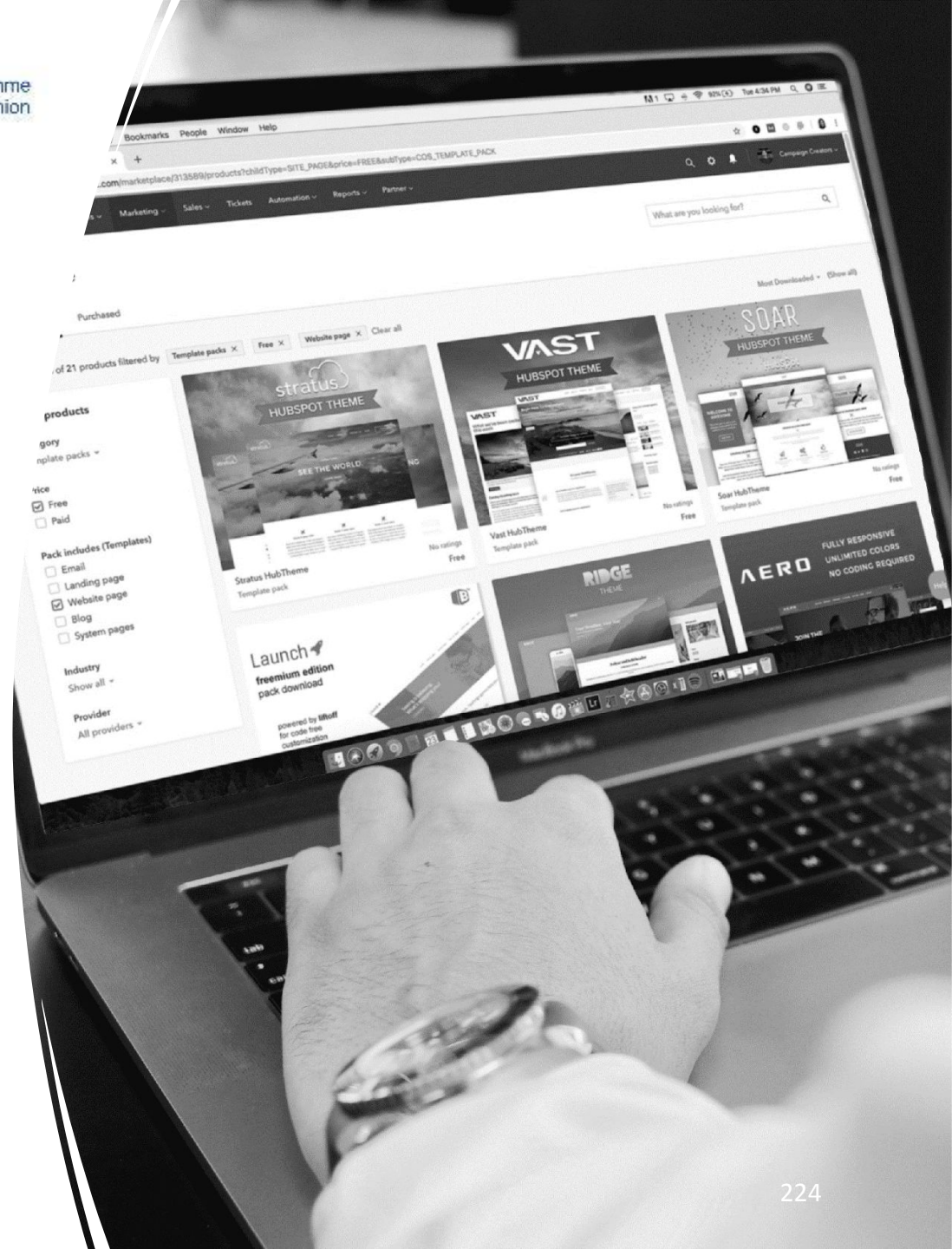
Opiskeltuasi moduulin I sinulla on:

- ✓ Perustiedot siitä, miten ylläpitää liiketoimintaa verkossa
- ✓ tietoa verkkoliiketoimintaan liittyvästä rahoituksesta ja riskienhallinnasta.
- ✓ tietoa terveyteen ja stressinhallintaan liittyvistä asioista, jotka ovat välttämättömiä verkkoliiketoiminnan ylläpitämiseksi.
- ✓ tietoa verkkotarinarankerronnan käyttämisestä digimarkkinointiin, asiakkaiden sitouttamiseen ja liiketoiminnan läsnäoloon verkossa.
- ✓ tietoa sähköiseen kaupankäyntiin liittyvästä ajasta, rahasta ja resursseista.

Verkkokaupan johtaminen

Tässä osassa opit:

- ✓ Miten ylläpitää verkkoliiketoimintaa
- ✓ Miten markkinoida verkkoliiketoimintaa



Verkkokaupan johtaminen

- ❑ Verkkokaupan harjoittamisen ei tarvitse olla vaikeaa.
- ❑ Helppo tapa pysyä ajan tasalla yrityksesi ylläpitämisessä on **suunnitella tulevaisuutta**.
- ❑ Kun perustat yritystäsi, voit määritellä liiketoimintasuunnitelmasasi, miten aiot **johtaa yritystäsi**.
- ❑ Liiketoiminnan johtaminen sisältää:
 - ❖ **Sosiaalisen median käyttö;**
 - ❖ Tilien hallinnointi ja kirjanpito;
 - ❖ Suunnitelma riskien varalta.

Liiketoimintasuunnitelmat

- Liiketoimintasuunnitelma on yksi tärkeimmistä edellytyksistä, joita tarvitset menestyvän yrityksen perustamiseen ja hallintaan.
- Suunnitelmassa kuvataan uuden yrityksesi liikeidea, asiakaskunta, ansaitalogiikka, tuotteet/palvelut **rahoituslähteet** ja kustannukset; budjetti.
- Liiketoimintasuunnitelma toimii mallina yrityksesi toiminnasta, rahoituksesta ja kuluista.
- Tämän suunnitelman avulla voit seurata yritystavoitteitasi ja sinulla on asiakirja, johon voit viitata rahoitussuunnittelua varten.



Kuinka kirjoittaa liiketoimintasuunnitelma

- Liiketoimintasuunnitelman sisältää:
 - **Yleiskatsaus** - Mikä on yrityksesi?
 - **Markkina-analyysi** - Kenelle tähtäät? Keitä ovat asiakkaasi
 - **Tuote/palvelu** - Mitä tarjoat?
 - **Strateginen täytäntöönpano** - Miten aiot tehdä sen?
 - **Johtaminen** - Kuka on vastuussa?
 - **Rahoitusennuste** - Mistä rahoitus tulee?

Liiketoimintasuunnitelmat

- Tässä on muutamia hyödyllisiä videoita liiketoimintasuunnitelman tärkeydestä, jotta voit johtaa verkkokauppaasi (verkkoliiketoimintaasi):

- <https://www.youtube.com/watch?v=ZEMbKzy7FD8>

- <https://www.youtube.com/watch?v=nK35hyEJls>

- https://www.youtube.com/watch?v=zlr_b_X6fYZ0

suomeks:

https://www.youtube.com/results?search_query=verkkokaupan+liiketoimintasuunnitelma

<https://www.youtube.com/watch?v=w4qOYlWApQw>

Yrityksen talouden ja riskien hallinta

Tässä osassa opit:

- ✓ Miten hallita taloutta
- ✓ Miten hallita mahdollisia riskejä



Yrityksesi johtaminen

- Yrityksen menestyksekkäs johtaminen tarkoittaa **pääoman**, **ajan** ja **riskien** hallintaa.
- Kaikkien resurssien oikeaoppinen käyttö on yksi tärkeimmistä osista menestyvän verkkoliiketoiminnan pyörittämisessä.
- On tärkeää osata hallita talouttaan ja laatia suunnitelmia riskien torjumiseksi. Näin olet parhaiten valmistautunut pyörittämään yritystäsi ja olet varautunut kaikkiin mahdollisiin tilanteisiin.

Riskien tunnistaminen

- Yritystoiminnan riskien tunnistaminen on tärkeää.
- On olemassa kahdenlaisia riskejä: **sisäisiä** ja **ulkoisia** riskejä.
 - **Sisäiset riskit** ovat riskejä, jotka ovat yrityksesi **hallittavissa**, kuten työntekijöiden vaihtuvuus, virheelliset tuotteet ja menettelyvirheet.
 - **Ulkoiset riskit** ovat riskejä, joita **ei voida hallita**, kuten markkinoiden vaihtelut, asiakkaiden maku ja kilpailu markkinoilla.
- Näiden erityyppisten riskien tunnistaminen antaa yrityksille mahdollisuuden laatia suunnitelmia mahdollisten ongelmien varalle.

Riskeihin varautuminen

- Voit varautua riskeihin laatimalla alla olevan kaltaisen riskinarvioinnin esimerkkitarkistuslistan.

Riski	Suora seuraus	Vaikutus (aika / kustannukset / suorituskyky)	Todennäköisyys S (suuri / keskisuuri / pieni)	Mahdolliset ratkaisut
Vaikeudet materiaalien hankinnassa	Ei voi tuottaa tuotteita	T: Tuotteen julkaisu viivästyy C: Ei voi tuottaa voittoa P: Epätyydyttävä asiakaskokemus	Keskisuuri	Luo luettelo vaihtoehtoisista toimittajista ja varmista, että sitä päivitetään jatkuvasti.

Näiden riskien, mahdollisten seurausten ja riskin vaikutusten tunnistaminen antaa yrityksille mahdollisuuden suunnitella riittävästi mahdollisia ongelmia varten.

Taloushallinto

- On erittäin tärkeää hallita yrityksesi pääomaa, jotta voit ymmärtää yrityksesi tuloksen ja laatia taloushallinnan.
- Yrityksen omistajana sinun on varmistettava, että yrityksesi on **rekisteröity verovelvolliseksi**.
- Riippuen yritys muodosta, sinulla voi olla erilaisia verovelvoitteita.
- Varmista velvoitteesi kirjanpitäjäsi kanssa.

Taloushallinto



- Taloushallinnon osaaminen on erittäin tärkeää, jotta yrityksesi menestyy.
- Kun pystyt seuraamaan kassavirtaa tiedät tarkalleen, mitä olet käyttänyt ja kuinka paljon olet ansainnut.
- On tärkeää tunnistaa erilaiset **kiinteät** ja **muuttuvat** kustannukset, jotka vaikuttavat liiketoimintaasi.
- Eri budjettien osoittaminen kullekin liiketoiminnan osa-alueelle - valmistukseen, markkinointiin, toimintakuluihin, menoihin, suoriin ja epäsuoriin kuluihin - tarkoittaa sitä, että sinulla on rahoitussuunnitelma valmiina.

Kysymyksiä riskien arviointiin

- Mitkä ovat mahdollisia riskejä, jotka voivat vaikuttaa verkkoliiketoimintaan?

Määrittele 5 riskiä ja mahdolliset ratkaisut, joilla nämä riskit voitaisiin ehkäistä tai lieventää.

Uusien taitojen oppiminen

- Yksi parhaista tavoista auttaa kasvattamaan verkkoliiketoimintaasi on **investoimalla itseesi!**
- Digityökalujen käytön opetteleminen voi olla suuri etu verkkoliiketoiminnalle. Tähän kuuluvat mainonta ja myynninedistäminen, taloushallinto ja seuranta.
- Näiden työkalujen perusteiden opetteleminen on pieni aikainvestointi, joka tuottaa yrityksellesi suuren hyödyn.



Investoi itseesi

- Osallistumalla verkkokursseille tai opettelemalla digitaalisia perustaitoja voit auttaa yritystäsi huomattavasti. Esimerkiksi:
 - Opi luomaan upeita digitaalisia malleja ilmaiseksi digitaaliseen markkinointiin **Canva Design Schoolilla**:
<https://www.canva.com/designschool/tutorials/>
 - Opi hallitsemaan talouttasi **Google Sheetsin** avulla:
<https://edu.google.com/for-educators/product-guides/sheets/>
 - Lue, miten voit käyttää **Instagramia** yrityksesi mainostamiseen ja/tai tuotteiden myyntiin: <https://business.instagram.com/>.

Esimerkki: Verkkomarkkinointi

- Yrityksen mainostaminen verkossa on paras tapa investoida yritykseesi.
- Käytä aikaa tilin perustamiseen Instagramiin ja Facebookiin.
- Näillä tileillä voit julkaista tietoja ja ottaa asiakkaasi mukaan toimintaan ilmaiseksi ja helposti.
- Se tarjoaa myös ilmaisen ja helposti saatavilla olevan tavan löytää tietoa yrityksestäsi.



Markkinointi somessa

- Sosiaalisen median käyttö on yksi helpoimmista ja halvimmista tavoista mainostaa yritystäsi.
- Sosiaalisen median tilien säännöllinen päivittäminen lisää brändin tunnettuutta, ja mikä tärkeintä, nämä alustat ovat ilmaisia!
- Toinen hyvä tapa edistää yrityksesi toimintaa on toteuttaa pieniä markkinointikampanjoita sosiaalisessa mediassa. Siksi voit valita, kenelle ja missä mainostat yritystäsi.

Omasta hyvinvoinnista huolehtiminen

Tässä osassa opit:

- ✓ Miten hallita verkkokaupan vetämisen stressiä
- ✓ Miten huolehtia omasta hyvinvoinnistasi, jotta vältät loukkaantumiset tai loppuunpalamisen?



Stressinhallinta

- Oman yrityksen pyörittämisessä on erittäin tärkeää huolehtia omasta terveydestään.
- Stressinhallinta on paras tapa huolehtia itsestäsi, jotta yrityksesi kestää pitkällä aikavälillä.
- Stressin vähentämiseen voi kuulua perustoimia, kuten omasta vapaa-ajasta kiinnipitäminen.



Oman hyvinvointisi tukeminen

- On erittäin tärkeää, että huolehdit omasta hyvinvoinnistasi, kun pyörität verkkoliiketoimintaa.
- Yritystä perustettaessa ja hyvinvointisuunnitelmaa tehtäessä on otettava huomioon omat valmiudet ja terveys.
- Iäkkäille ihmisille **liikkumisen** ja **terveyden** kaltaiset näkökohdat ovat erittäin tärkeitä hyvinvointia suunniteltaessa.

Hyvinvointitoimenpiteet



- Ilman hyvinvointisuunnitelmaa **voit palaa loppuun**, kun pyörität omaa yritystäsi, erityisesti verkossa.
- Laadi suunnitelma, jonka avulla voit tukea omaa terveyttäsi ja hyvinvointiasi verkkoliiketoimintaa varten ottamalla käyttöön joitakin tiukkoja sääntöjä, kuten työajat, poissaolokäytännöt ja lomakäytännöt.

Paras tapa hallita hyvinvointia on varmistaa, että sinulla on tukea seuraaviin asioihin: fyysinen terveys, talous kunnossa, emotionaalinen terveys ja sosiaalinen terveys. Niiden onnistunut hallinta auttaa vähentämään stressiä ja ylläpitämään hyvinvointia. Niiden perusteiden kattaminen tarkoittaa sellaisen hyvinvointisuunnitelmaa, joka ottaa nuo neljä elementtiä huomioon tasapuolisesti. paljon.

Verkkotarinankerronta

Tässä osassa opit:

- ✓ Miten käyttää tarinankerrontaa digimarkkinointiin, asiakkaiden sitouttamiseen ja yritysten käyttäytymiseen verkossa?



Tarinankerronta digitaalisessa markkinoinnissa

- Tarinankerronta on tehokas väline, jolla luodaan kiinnostavia digitaalisia markkinointikampanjoita.
- Sen avulla sinä ja yrityksesi voitte luoda yhteyden yleisöönne tunnetasolla ja rakentaa brändiuskollisuutta.
- Kun yrityksesi laatii kiehtovia tarinoita, se voi vangita asiakkaansa ja erottua kilpailussa verkossa.

Asiakkaiden sitouttaminen tarinankerronnan avulla


- Tarinankerronta auttaa yritystäsi luomaan henkilökohtaisen yhteyden asiakkaisiin.
- Jakamalla aitoja tarinoita, jotka vastaavat kohderyhmääsi, voit lisätä asiakkaiden luottamusta ja uskollisuutta.
- Mukaansatempaavat tarinat voivat lisätä asiakkaiden vuorovaikutusta, kannustaa sosiaaliseen jakamiseen ja herättää keskustelua brändistä, mikä lisää asiakkaiden sitoutumista.

Paranna Online Business Presence tarinankerronnan avulla

- Tarinankerronta parantaa verkkoyrityksen näkyvyyttä luomalla ainutlaatuisen ja mieleenpainuvan brändi-identiteetin.
- Tarinankerronnan avulla yritykset voivat viestiä arvonsa, tehtävänsä ja tarkoituksensa tehokkaasti.
- Vakuuttava tarina voi erottaa yrityksen kilpailijoista, houkutella uusia asiakkaita ja jättää pysyvän vaikutelman, mikä lopulta vahvistaa yrityksen läsnäoloa verkossa.

Mitä online business performance on?

Verkkoläsnäolo voidaan määritellä sen mukaan, kuinka helposti yrityksesi on löydettävissä, kun etsitään asiaankuuluvia avainsanoja verkosta, tai kuinka monessa virtuaalisessa "kosketuspisteessä" asiakas voi olla vuorovaikutuksessa, kun hän haluaa saada lisätietoja brändistäsi, tuotteistasi ja palveluistasi.

A photograph of a business meeting. Several people are seated around a table, working on laptops and reviewing documents. The scene is brightly lit, and the focus is on the collaborative work environment. The text is overlaid on the image in bright cyan boxes.

Moduuli 6

Verkkoliiketoiminnan/-kaupan

johtaminen

Lyhyt itsearviointi/testi

Moduuli 6 - Arviointi



Lyhyt itsearviointi / testi

1. Mikä on suunnittelun rooli verkkoliiketoiminnan ylläpitämisessä? *(Rastittakaa oikea ruutu)*
 - Tulevaisuuden suunnittelu on helpoin tapa pysyä liiketoiminnan ylläpidossa mukana.
 - Suunnittelu ei ole välttämätöntä verkkoliiketoiminnan tehokkaassa hoitamisessa.
 - Suunnittelu koskee vain tiettyjä liiketoiminnan osa-alueita, ei yleistä ylläpitoa.

2. Mitä menestyksenkäs liikkeenjohto tarkoittaa? *(Rastittakaa oikea ruutu)*
 - Vain ajan ja riskien tehokas hallinta.
 - Rahan, ajan ja riskien hallitseminen oikein.
 - Riskien ja rahan hallinta, mutta ei ajan.

Moduuli 6 - Arviointi



Lyhyt itsearviointi / testi

3. Miksi on tärkeää oppia mainostamaan yritystäsi verkossa? (*Rastita oikea ruutu*)

- Se lisää brändin tunnettuutta.
- Se on ilmainen ja helppokäyttöinen tapa, jolla ihmiset voivat löytää tietoa yrityksestäsi.
- Se on yksi helpoimmista ja halvimmista tavoista mainostaa yritystäsi.

4. Miten tarinankerronta voi auttaa yrityksiä luomaan henkilökohtaisen yhteyden asiakkaisiinsa (*rastita oikea ruutu*)?

- Jakamalla aitoja tarinoita, jotka resonoivat kohderyhmän kanssa.
- Laatimalla kiehtovia tarinoita, jotka vangitsevat asiakkaat.
- Edistämällä asiakkaiden vuorovaikutusta ja herättämällä keskustelua brändin ympärillä.

Viitteet

- Davis, M. (2021, 9. toukokuuta). *Liiketoimintariskien tunnistaminen ja hallinta*. Investopedia.
<https://www.investopedia.com/articles/financial-theory/09/risk-management-business.asp>.
- Keaton, W. (2022, 12. heinäkuuta 2022). *Riskinarviointi*. Investopedia.
<https://www.investopedia.com/terms/r/risk-assessment.asp>.
- Mathur, S. (2018, 24. heinäkuuta). *Rahoituksen hallinta verkkokaupan yrittäjille*. Easyship.
<https://www.easyship.com/blog/managing-finances-ecommerce-entrepreneurs>
- Ramdev, V. (2016, 10. elokuuta). *8 vinkkiä menestyksekkään verkkoliiketoiminnan pyörittämiseen*. Entrepreneur.
<https://www.entrepreneur.com/en-in/growth-strategies/8-tips-for-running-a-successful-online-business/280600>
- Rodriguez, D. (2022, 26. lokakuuta). *5 hyötyä uusien taitojen oppimisesta*. Invensis Learning Blog.
<https://www.invensislearning.com/blog/benefits-of-learning-new-skills/>
- Sawang, S. (2019, 26. kesäkuuta). *Senioriyrittäjyyden nousu digitaaliaikana*. Small Business Charter.
<https://smallbusinesscharter.org/knowledge/rise-senior-entrepreneurship-digital-age/>

Yhteenveto

**Onnittelut! Olet käynyt läpi
SENEXIAN verkkokurssin!**

Näiden kattavien taitojen avulla sinulla on mahdollisuuksia menestyä dynaamisessa verkkoliiketoiminnan maailmassa!

Tutustu vapaasti luokkahuoneen oppimateriaaleihimme!

SENEXIA-koulutus

Digi- ja yrittäjätaitoja senioreille

Verkkokurssi Itseopiskeluun

Digitaidoista, digityökaluista markkinointiin ja oman verkkokaupan luomiseen.

EU: komissio ei vastaa tämän julkaisun sisällöstä.