

Käytännön kokemuksia yhteiskunnallisten yritysten kehittämisestä

Yhteiskunnallinen yritys yritysneuvonnassa –koulutus
24.4.2012



Elina Vanhapiha, projektipäällikkö, Syfo Oy

1. Yhteiskunnallisten yritysten Living lab?



Millaisia kysymyksiä yhteiskunnallisilla yrityksillä on yritysneuvojille?



Näistä puhun

1. Yhteiskunnallisten yritysten Living lab?
2. Asiakkaat ja caset
3. Kasvuhuone FAQ
4. Not business as usual
5. Millaista apua neuvonnan tueksi sinulle?



1. Yhteiskunnallisten yritysten Living lab?



Missiomme

Luomme käyttäjälähtöisen kehittämissympäristön yhteiskunnallisten yritysten tunnistamiselle, syntymiselle ja kasvulle.

Käytännössä

finSERN = Yhteiskunnallisen yritystoiminnan tutkimusverkosto

kasvu HUONE = Kentälle jalkautuva tukipalvelu

- Koulutus ja valmennus (aineistot ja metodit)
- Liiketoiminnan kehittäminen (työkalut)
- Rahoitusmallit

Sofie = Yhteiskunnallisten vaikutusten osoittaminen

YY-Pilotit = Toimintamallin testaus erilaisissa ympäristöissä



2. Asiakkaat ja caset



START-UP

Yhteiskunnalliset start-up yritykset

MUUTOS

Yhdistysten palvelutuotannon organisointi yhteiskunnallisena yrityksenä

”Yrityksestä yhteiskunnalliseksi yritykseksi”

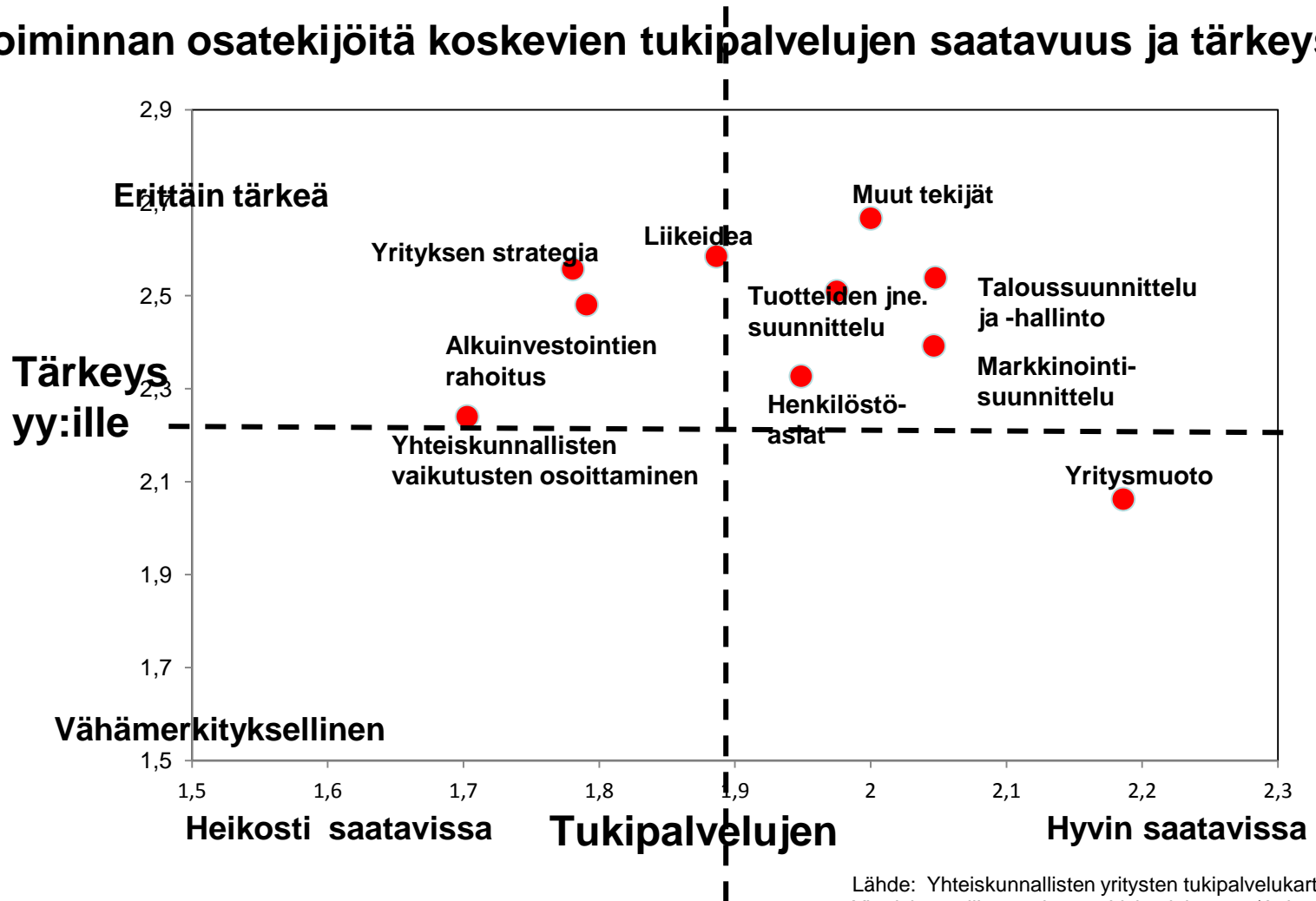
KASVU

Yhteiskunnalliset kasvuyritykset



Asiakkaan ongelma

Liiketoiminnan osatekijöitä koskevien tukipalvelujen saatavuus ja tärkeys



n=56

Lähde: Yhteiskunnallisten yritysten tukipalvelukartoitus, Yhteiskunnallisten yritysten Living lab 2011 (Aalto-yliopiston pienyrityskeskus)

START-UP

SendMeHelp (Antibody), mikromarkkinoiden toimintaa ja vapaaehtoistyön koordinoimista edistävä verkkopalvelu

MUUTOS

Helsingin kaupungin sosiaaliviraston palvelustrategian kehittäminen & palvelutuotannon kehittäminen (12 org.)

ETKL Turvakotipalvelut

MTKL "Hyvän mielen yritys"

KASVU

Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus Oy

Espoon vastuullinen työpooli & hankintakäytäntöjen kehittäminen (6+ org.)



3. Kokemustemme mukaan...

FAQ



START-UP

- ”Olen sosiologi ja kansalaisaktivisti. Minulla on loistava liikeidea maailmanpelastukseen, mutta *en osaa puhua yrityskieltä*. **Miten minusta voisi tulla parempi myyjä?**”
- ”Meillä Vietnamissa vihreä talous on vasta lapsenkengissä. Meillä on hyvät suhteet maamme poliittisiin päättäjiin ja olemme opiskelleet liiketaloutta Suomen parhaissa kouluissa. Haluaisimme perustaa *yhteiskunnallisen yrityksen joka välittää suomalaista kierrätysosaamista kotimaahamme*. **Kehen meidän tulisi olla yhteydessä?**”
- ”Minulla on valmiina *34 sivua tekstiä* loistavasta liikeideastani jonka avulla ratkaistaan nuorisotyöttömyys ja tuotetaan samalla palveluja vanhuksille. Olen koettanut lähestyä kumppaneita, mutta en saa vastauksia. **Miten kuvaan ideani riittävän lyhyesti?**”
- ”Tiimini on toteuttanut nuorten syrjäytymistä ehkäisevää projektia jo vuosien ajan projektirahoituksella. Konsepti on testattu ja toimiva ja olisi levitettävissä myös muualle maailmaan – vain rahoitus puuttuu. **Pitäisikö meidän perustaa yritys ja miten voimme osoittaa rahoittajille hyvät vaikutuksemme?**”



MUUTOS

- ”Meillä on kyllä tuntuma siihen miten paljon hyvää tuotamme yhteiskuntaan. Mutta miten osoitamme yhteiskunnalliset vaikutuksemme aukottomasti, ja vielä euroina?”
- ”Tuotamme käyttäjäasiakkaillemme kauaskantoista hyvinvointia, mutta maksava asiakas on kiinnostunut vain läpimenoajoista. Lisäksi toimintaa pyöritetään yhdistyspohjalta ja se on tehotonta kun joudumme kilpailemaan monikansallisia yhtiötä vastaan. Miten löydämme yhteisymmärryksen ja tiiviimmän yhteistyömallin mutta emme joudu tekemään kompromissia niiden asioiden osalta joihin uskomme vahvasti?”
- ”Miten voimme ohjata hankintojamme yhteiskunnallisille yrityksille?”
- ”Miten nivon tiedon tuottamastamme yhteiskunnallisesta hyvästä luontevasti osaksi markkinointiviestintää? Miten pääsemme eroon sosiaalisesta länkytyksestä?”
- ”Miten luon toimintamallin jossa toimintamme ei ole riippuvainen avustuksista?”
- ”Meillä on loistavia palveluja, mutta niiden tarjonta päättyy kun projekti loppuu. Miten saamme ne pysyvästi tarjolle asiakkaille?”



KASVU

- ”Meillä on pitkä historia, maan parhaat alan osaajat, todella paljon hyviä ideoita ja suuri organisaatio. Työkulttuurimme vierastaa businesslangia emmekä halua tavoitella voittoa, vaan vain pitää erilaiset tulokset (yhteiskunnallinen + taloudellinen) tasapainossa. Tehtävämme on edistää kohtuullista elämäntapaa – meidän on vaikea perustella kasvutavoitteita asiakkaillemme. **Miten tehostamme toimintaamme ja luomme yhtenäisen brandin ja konseptin jonka takana koko organisaatio ja asiakkaamme ovat?**”.
- ”**Millaisella yhteistyörakenteella voimme työllistää tehokkaammin** vaikeassa työmarkkina-asemassa olevia, ja samalla **taata ostajalle tasaista laatua ja tehokasta palvelua?** Kuka auttaa organisoinnissa? Mistä riittävän kiinnostava tilauskanta?”
- ”Meillä on eri yksiköissä paljon pieniä silpputöitä. **Miten voimme niputtaa työt yhteen avustavien töiden kokonaisuuksiksi** ja tehostaa työllistämistoimenpiteitä?”
- ”Meillä on aina tehty näin. Noilla toisilla on ihan toisenlainen kulttuuri. Miten löydämme **luottamuksellisen ja toimivan yhteistyömallin?**”



Neuvontatarve riippuu lähtökulttuurista ja kehitysvaiheesta

- Yhteiskunnallinen missio + liikeidea pitch
- Liiketoimintasuunnittelu sisältäen yhteiskunnallisten vaikutusten suunnitelman
- Arvo/merkityshyödyt myynnissä/markkinoinnissa
- Asiakassegmentit: maksava asiakas/käyttäjäasiakas
- Kärsivällinen pääoma
- Kannattavuutta palveluliiketoiminnan muotoilulla
- Brandays, viestinnän tehokkuus
- Kilpailutusosaaminen, vaikutusten osoittaminen
- Uusien rahoitusmallien etsiminen, strategiset kumppanuudet
- Sisäinen tehokkuus, projektiriippumattomuus
- Työyhteisöllisyyden edistäminen
- Kasvustrategia: Yhteiskunnallisten vaikutusten kasvattaminen (mm. kopioimalla toimintaa eri paikkakunnille)
- Asiakkaille merkityksellinen brandi
- Strategiset kumppanuudet, sosiaaliset tuottajapoolit
- Organisaation vahvuuksien hyödyntäminen muidenkin yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisuun
- Sisäinen tehokkuus, projektiriippumattomuus



4. Business as usual ? Ei sittenkään.



Yhteiskunnallinen yrittäjä...

- haluaa ratkaista yhteiskunnallisen ongelman, ei vain tehdä rahaa omistajille
Tunnista, millaisissa liikeideoissa yhdistyy kannattavuus ja vaikuttavuus. Löytyvätkö parhaat kumppanit yksityiseltä, julkiselta vai kolmannelta sektorilta vai kenties kaikilta näiltä?
- haluaa kasvattaa ensisijaisesti positiivisia yhteiskunnallisia vaikutuksia, ei vain bisnestä
Puhu kasvusta ”oikein”
- arvostaa muiden yhteiskunnallisten yrittäjien antamaa tukea, yli toimialarajojen
Tunne yhteiskunnallisten yritysten verkostot
- tietää, että hänen asiakkaansa ostavat *erityisiä merkityksiä*
Osa kertoa, miten tämä on mahdollista sisällyttää tiiviisti ja selkeästi palvelukuvauksiin ja viestintään



Palokolmio - neuvonnan perusrunko

kasvu
HUONE

Yrittäjyys

(tärkein ajuri josta yritys saa elinvoiman)

”Palamisprosessi”
jossa syntyy
yhteiskunnallisia
vaikutuksia

Oy Yritys Ab

(alusta toimivalle kaupankäynnille)

€

(Kassavirraksi muutettavissa
oleva **liikeidea**)



Business as usual top 5 –neuvot 😊

1. **Unohda bisnes** - maailma pelastuu avustustenkin varassa.
2. **Pysy visusti omissa luottoverkostoissasi** - parhaat yhteiskunnalliset ratkaisut löytyvät kun ollaan kaikki samaa mieltä.
3. **Pyri ratkaisemaan globaalit ongelmat ensin** - lähi- ja työyhteisösi hyvinvointi ratkeaa itsestään positiivisen läsnäolosi voimasta.
4. **Suunnittele palvelusi kaikille tarvitseville ja kuvaile kuinka ihmisläheisiä ja hyvinvointia edistäviä sekä ekologisia ne ovat** – näin asiakkaasi tietävät että kannat enemmän yhteiskuntavastuuta kuin muut.
5. **Keskity tulostavoitteissa ja niiden raportoinnissa vain omistajiin ja omaan hallintokoneistoon** - Muut sidosryhmät huomioidaan vasta jos niillä on jotain valittamista.



5. Millaista apua sinä toivoisit yhteiskunnallisten yritysten neuvonnan tueksi?

kasvu
HUONE

www.kasvuhuone.fi

KIITOS!
Elina Vanhapiha
elina.vanhapiha@syfo.fi
0400 164323

