

**TYÖKALUJA
YRITYSYHTEISTYÖN
KEHITTÄMISEEN**

**VAPAAEHTOISVOIMAA - YRITYKSET JA YHDISTYKSET
YHTEISTYÖSSÄ - SEMINAARI**

15.03.2018

MIIA MATIKAINEN

KUKA OLEN?

- Miia Matikainen
- Koulutus: KTM, Yhteisöpedagogi amk (12/2017)
- Työhistoria: Pankki- ja vakuutusalaalla 15 vuotta, 1/2018
yritysyhteistyökoulutukset
- Vapaaehtoistoiminta:
- Turun ensi- ja turvakoti ry, Eroneuvo, vertaistukiohjaaja
- Plan International Suomi, aluevastaava
- Unicef, kuukausilahjoittaja

ESITYKSEN RUNKO

- Mitä on yritysysteistyö?
- Miten aloittaa yritysysteistyö?
- Mitä haemme yritysysteistyöltä?
- Yritysten ja järjestöjen yhteistyön motiivit
- Tärkeimmät kriteerit yhteistyölle
- Valmistelevat toimenpiteet ennen yhteydenottoa
- Kiteytä osaamisesi hissipuheeksi
- Miten luon yhteyksiä yritysisiin?
- Sosten yritysysteistyön eettiset periaatteet
- Yhteistyön muotoja (FIBS)
- Yritysysteistyön muodot
- Yritysysteistyön huoneentaulu

MITÄ ON YRITYSYHTEISTYÖ?

”Järjestön ja yrityksen välistä yhteistyötä yhteisen hyvän edistämiseksi”

Lähtökohtana on ajatus siitä, että kaksi toimijaa yhdistää osaamistaan ja voimavarojaan sekä omien tavoitteidensa edistämiseksi että ihmisten ja yhteisöjen hyväksi. (Kuvaja 2011, 6)

MITEN ALOITTA YRITYSYHTEISTYÖ?

1 YHTEISTYÖN RAAMIT

- tahtotila ja tavoitteet
- nykyinen tilanne ja aiemmat kokemukset
- pelisäännöt



2 YHTEISTYÖN PAKETOINTI

- yhteistyön muodot ja mallit
- omat resurssit ja hyöty yritykselle
- hinnoittelu



3 NEUVOTTELU

- toimialakartoitus
- esittelymateriaali
- neuvottelut
- sopimukset



4 YHTEISTYÖ

- käynnistäminen ja lanseeraus
- yhteydenpito ja yhteistyön kehittäminen
- seuranta ja pilotointi

Lähde: Mäkinen & Hakkarainen 2010

MITÄ HAEMME YRITYSYHTEISTYÖLTÄ?

Lähde: Mäkinen
& Hakkarainen
2010

Ei tarvetta
yritysyhteis-
työlle

- Tässäkin on hyvä
määritellä miksi ei
ole tarvetta
yhteistyölle.

Tavoitteena
taloudellinen
tuki

- Järjestö toivoo rahaa
ja muita resursseja.
- Yritykset toivovat
mahdollisimman
vaivatonta ja helppoa
yhteistyötä esim.
sponsorointi

Haetaan
näkyvyyttä ja
verkostoja

- Järjestöt haluavat näkyvyyttä
omalle asialleen. Kohteena
yrityksen henkilöstö,
asiakaskunta tai laaja yleisö ->
näkyvyys => enemmän
lahjoittajia, jäseniä,
vapaaehtoisia.
- Yritykset haluavat hyvää
mainetta/mieltä, puhua hyvän
asian puolesta, tukea omille
arvoille/strategialle, sitouttaa
yrityksen henkilöstöä.

Sisältö-
yhteistyö ja
vaikuttavuus

- Järjestön odotukset: yritys
sitoutuu ja on aktiivinen
sovittujen asioiden
edistämiseksi, kiinnostus
yhteiseen asiaan ja halu
sitoutua pitkäjänteiseen
kehittämiseen.
- Yritysten odotukset:
yhteistyö on kytkettävä
yrityksen strategiaan ja
arvopohjaan, yhteiset intressit
sekä järjestön
asiantuntemuksen
hyödyntämistä omassa
organisaatiossa.

YRITYSTEN JA JÄRJESTÖJEN YHTEISTYÖN MOTIIVIT

Yritysten motiivit:

- järjestöjen asiantuntijuuden hyödyntäminen
- uusien asioiden oppiminen ja kokeileminen
- yhteisen hyvän saavuttaminen
- järjestön hyvän sanoman eteenpäin vieminen
- paikallinen kehittäminen
- itsensä kehittäminen
- uusien kontaktien ja verkostojen kasvattaminen
- yhdessä tekeminen ja dialogisuus
- kaupallinen hyöty
- taloudellinen ja yhteiskunnallinen tavoite
- oman yrityksen näkyvyyden kasvattaminen

Järjestöjen motiivit:

- oman toiminnan tunnetuksi tekeminen
- verkostojen kasvattaminen
- näkyvyyden lisääminen
- luotettava yhteistyökumppanuus
(yhteinen arvomaailma ja intressit, pitkäaikaisuus)
- yhteistyön sujuvuus
(Matikainen 2017)

TÄRKEIMMÄT KRITEERIT YHTEISTYÖLLE

- yhteinen tavoite
- samanlainen arvopohja
- yhteistyö tukee sekä yrityksen että järjestön ydintoimintaa
- tutustu yhteistyökumppaniisi – se vie aikaa mutta palkitsee: mitä paremmin kumppani opitaan tuntemaan, sitä helpompi on kehittää molempia osapuolia tyydyttäviä yhteistyön muotoja ja saavuttaa yhteistyöllä yhteiskunnallista vaikuttavuutta
- ennen tapaamista – perehdy tulevan yhteistyökumppanin toimintaan, helpottaa yhteistyön käynnistämistä

VALMISTELEVAT TOIMENPITEET ENNEN YHTEYDENOTTOA YRITYKSIIN:

- Miksi pyrimme yritysysteistyöhön?
- Yritysysteistyön motiivit ja tavoitteet?
- Mitä voimme tarjota yrityksille? (asiantuntemusta, koulutusysteistyötä, hanke, johon yrityksen kannattaisi lähteä mukaan, kiinnostava kohderyhmä, jäsenten hyödyntäminen)
- Meille sopivia toimialoja ja yrityksiä?
- Yritysysteistyön resurssit: kuka tekee, taloudelliset resurssit, aika

VALMISTELEVAT TOIMENPITEET:

- Mieti etukäteen, mitä yhteistyötä voitaisiin tehdä? – Ole joustava, älä tee liian tiukkoja raameja.
- Useimmat yhteistyötä tekevät järjestöt ja yritykset korostavat, että:
⇒ yhteistyötä suunnitellaan ja kehitetään avoimessa vuoropuhelussa, yhdessä saman pöydän ääressä.

Huom! Nämä kaikki ovat oman toiminnan kehittämistä 😊

Tee 30 - 60 sekunnin hissipuhe, näin saat luotua hyvän työkalun.

KITEYTYÄ OSAAMINEN HISSIPUHEEKSI

- Hissipuhe on iskevä, kompakti ja positiivisen mielikuvan herättävä esitys järjestöstä.
- Mitä järjestössämme osataan, mitä tarjoamme kohderyhmillemme?
- Hyvä hissipuhe kirvoittaa innostusta, osallistumista ja halua kysyä lisää.

VIDEO HISSIPUHEESTA



MITEN LUON YHTEYKSIÄ YRITYKSIIN?

- 1) Tutustu yritykseen nettisivujen kautta ja vieraile ”asiakkaana”. Näin saat kuvan, minkälaisesta kumppanista on kyse.
- 2) Keihen otan yhteyttä? Kuka teillä vastaa yhteistyöhön liittyvistä asioista?
 - Isoissa yritykset -> henkilöstöjohtaja, markkinointipäällikkö
 - Pienet yritykset -> toimitusjohtaja, yrittäjä
- 3) Miten otan yhteyttä? Puhelin on paras. Myy puhelimesta vain tapaaminen.
- 4) Miten aloitan keskustelun? Kehu ja kiitos – erottaa sinut joukosta.
- 5) Missä? Tapahtumat, erilaiset tilaisuudet, kahvitauoilla, avaa suusi joka paikassa 😊

SOSTEN YRITYSYHTEISTYÖN EETTISET PERIAATTEET

- SOSTEn yritysyhteistyö perustuu lainsäädäntöön, SOSTEn sääntöihin ja arvoihin sekä SOSTE varainhankinnan periaatteisiin.

SOSTE tekee yhteistyötä:

- Soste suosii yhteistyössään niitä yhteisöjä, jotka toiminnallaan edistävät ihmisten hyvinvointia, järjestöjen elinvoimaa ja hyvinvointitalouden toteutumista.

SOSTE tekee yhteistyötä huomioiden korostetusti tasapuolisuuden ja avoimuuden:

- Lääketeollisuus, Elintarviketeollisuus, Yksityiset sosiaali- ja terveystaloustoiminnat, Puoluepoliittisesti sitoutunut toiminta, Uskonnollisesti sitoutunut toiminta, Vakiintumaton yritystoiminta.
- SOSTE ei tee yhteistyötä: terveyttä vaarantavia tuotteita, kuten tupakkaa tai alkoholia valmistavan yrityksen tai yhteisön kanssa. SOSTE ei tee yhteistyötä ulkomaisten peliyhtiöiden, aikuisviihdettä tuottavien yhteisöjen tai aseeteollisuuden kanssa.

SOSTEN YHTEISTYÖN TASOT

Yhteistyön tasot	Käytännön tasot	Eettinen tarkastelu/vastuullisuus
1. VAIHTOKAUPPA Kevyt yhteistyön muoto, joka ei edellytä yhteistyösopimusta.	SOSTE ostaa yritykseltä	Suositaan vastuullisia toimijoita
	SOSTE myy yritykselle	Toimitaan eettisten periaatteiden mukaisesti
2. LAHJOITUS	SOSTE saa vastikkeettoman lahjoituksen	Toimitaan eettisten periaatteiden mukaisesti
3. SPONSOROINTI	Sponsori näkyy Sosten toiminnassa	Toimitaan eettisten periaatteiden mukaisesti
	Soste näkyy sponsorin toiminnassa	Toimitaan eettisten periaatteiden mukaisesti
	Sosten edustama asia tai toiminta saa näkyvyyttä sponsorin toiminnassa ja vaikuttamisväylissä	Toimitaan eettisten periaatteiden mukaisesti
4. YHTEISTYÖ	SOSTE tekee yhteistyökumppanin kanssa pitkäaikaisen (tai kertaluontoista toteutumista pidemmän) yhteistyösopimuksen, johon sisältyy erilaista toiminnallista yhteistyötä.	Toimitaan erityisen tiukkojen eettisten periaatteiden mukaisesti

YHTEISTYÖN MUOTOJA

Yritysvastuuverkosto FIBS

1) Hyväntekeväisyys:

Yritysten antamat suorat lahjoitukset (rahaa ja tuotteita), yhteiset markkinointikampanjat ja tapahtumat. Lisäksi yritys voi lahjoittaa työntekijöiden aikaa eli vapaaehtoistyötä. Tähän ryhmään kuuluu myös sponsorointi. Hyväntekeväisyyden avulla yritykset rakentavat mainettaan. Hyväntekeväisyys on edelleen yritysten tärkein yhteistyömuoto, jopa 90 % suuryrityksistä hyödyntää sitä.

2) Vuoropuhelu: Tavoitteena on oppimisen edistäminen.

Yhteistyö on osallistavaa keskustelua, jossa yritys voi hakea järjestöltä konsultointi-, koulutus- tai tutkimustukea. Se voi olla myös osaamisen jakamista. Vuoropuheluyhteistyön muotoja ovat myös keskustelut ja poliittinen vaikuttaminen. Vuoropuheluyhteistyötä pidetään tehokkaana keinona hallita yrityksissä riskejä.

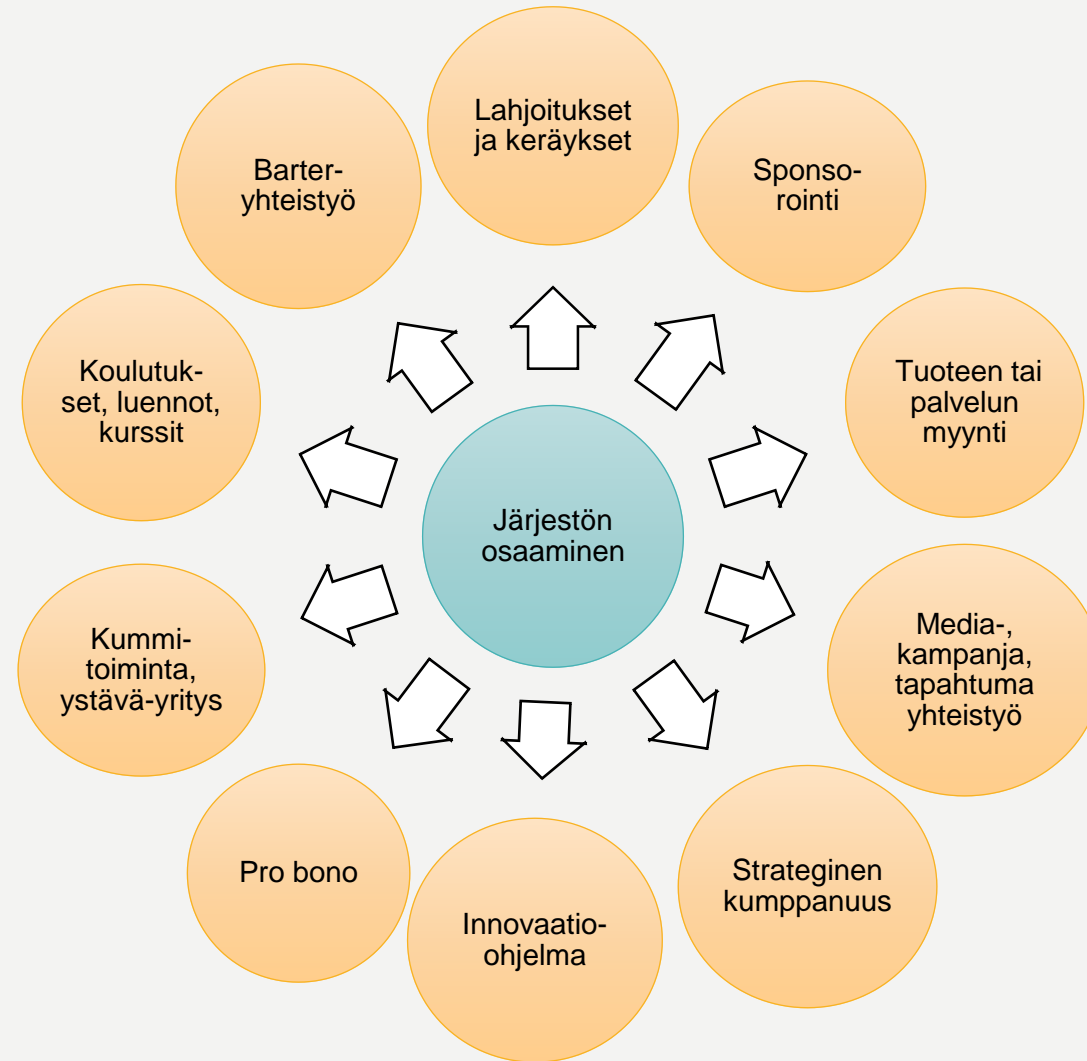
(Mäkipelto 2013, 4 – 5.)

YHTEISTYÖN MUOTOJA (FIBS)

3) Strateginen kumppanuus:

- Laajin yhteistyömuoto, joka sisältää useita yhteistyömuotoja.
- Yhteistyöstä laaditaan sopimus ja on pitkäaikaista.
- Osapuolet tarjoavat toisilleen asiantuntija-apua tai työntekijäresursseja.
- Yhteistyö on osa yrityksen ydinliiketoimintaa, jossa korostuu yhteisen arvon (creating shared value, CSV) tuottaminen.
- Mahdollisuus luoda uusia innovaatioita, oppia uutta sekä lisätä toiminnallista tehokkuutta. Tulevaisuudessa strateginen kumppanuus kiinnostaa yhä enemmän yrityksiä.
- Näkökulmaksi yritykset toivovat yhteistyön kytkeytyvän nykyistä paremmin yritysvastuuseen ja liiketoimintaan.
(Mäkipelto 2013, 4 – 5.)

YRITYSYHTEISTYÖN MUODOT



(Matikainen 2017)

MATALA KYNNYS ALOITTA YHTEISTYÖ

- Koulutusyhteistyö: Koulutukset, luennot, kurssit
- Tuotteen tai palvelun myynti

Esimerkiksi vapaaehtoisten tekemiä tuotteita myydään omissa tapahtumissa

VARAINKERUUN MUOTOJA

- Lahjoitukset ja keräykset (kertalahjoitus, Nenäpäivä-keräys)
- Kummitoiminta ja ystävä-yritys

Esimerkki ystävä-yritys toiminnasta: WWF Suomi, yritys maksaa vuosimaksun (summa vaihtelee liikevaihdon ja henkilöstömäärän mukaan), jolla yritys saa WWF-ystävyytysmerkin käytettäväksi verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa sekä sähköpostin allekirjoituksessa, yrityksen nimen WWF:n ystäväyritysten listalle, WWF-lehden neljä kertaa vuodessa, sähköisen uutiskirjeen kolme kertaa vuodessa

- Sponsorointi

MEDIA, KAMPANJA, TAPAHTUMA -YHTEISTYÖ

- Pögen lahjoittaa jokaisesta Facebook-sivuilleen ja/tai Instagramiin lisäystä leipäkuvasta yhden euron uudelle Lastensairaalalle! Lisää kuva, käytä hashtagia #YhdessäHyvää ja pim, euro kilahti parhaaseen mahdolliseen tarkoitukseen. Taatusti helpompaa kuin heinänteko! Aikaa osallistua on vielä koko kuukausi.
- Esimerkki mediayhteistyöstä: MTV3 tukee Unicefin toimintaa lahjoittamalla ohjelma-aikaa joka vuotiselle varainhankintaohjelmalle
- Sydänviikko, Tyttöjen Päivä -tapahtuma

BARTER-YHTEISTYÖ ELI ORAVANNAHKAKAUPPA

= Tuote tai palvelu vaihtaa omistajaa. Tuotteen tai palvelun on oltava bruttohinnaltaan samanarvoista.

Esimerkiksi järjestö tulee pitämään koulutuksen yritykseen ja yritys tukee järjestöä ostamalla järjestön lehdestä mainostilaa tai hankkimalla järjestölle esitemateriaaleja.

PRO BONO -YHTEISTYÖ

- Tarkoittaa maksutta tai alennetulla hinnalla tehtyä, hyvään tarkoitukseen tähtäävää asiantuntijatyötä
- Etenkin konsultti-, viestintä- ja mainosalan sekä lakiasiantuntijatoimistojen suosiossa -> henkilöstön sitoutumisen kasvattaminen
- Esimerkiksi järjestön hankkeen ilme, esitteet, nettisivut, graafiset toimenpiteet tehty ilmaiseksi tai alennettuun hintaan tai
- saatu ruokaa alennuksella kun ollaan mainostettu sosiaalisessa mediassa.

STRATEGINEN KUMPPANUUS, INNOVAATIO-OHJELMAT

- Innovaatio-ohjelma: tulevaisuuden yhteistyömuoto, usein monivuotisia kumppanuussopimuksia. Esimerkiksi World Visionin innovaatio-ohjelma Weconomy, suomalaiset yritykset työskentelevät paikallisten toimijoiden kanssa suunnitellen kehitysmaille soveltuvia tuotteita ja palveluita sekä vastuullisia liiketoimintamalleja.
- Strateginen kumppanuus: laajin yhteistyömuoto, joka pitää sisällään kaikkia yhteistyömuotoja. Pitkäkestoisia kumppanuuksia.
- Esimerkki yhteistyö WWF:n ja K-ryhmän (Kesko ja K-kaupat) kanssa uhanalaisten vaelluskalakantojen pelastamiseksi ja palauttamiseksi. Kartoitetaan eri puolilta Suomea löytyviä tuhansia vaelluskalojen kutusteitä ja poistetaan niitä talkoohengessä yhdessä maanomistajien ja paikallisten K-kauppiaiden kanssa. Yhteistyön alkuvaiheessa keskitytään kutusteiden kartoittamiseen ja toimintamallin pilotointiin.

YRITYSYHTEISTYÖN HUONEENTAULU!

1. Pois mukavuusalueelta, kasvata sitä
2. Uskalla epäonnistua, usko itseesi – tartu tilaisuuteen
3. Havainnoi, ideoi, tee toisin/uudella tavalla
4. Myy itsesi ja järjestösi ”törkeä lupaus”
5. Puhelimesta myydään vain tapaaminen ”ei virtahepoa syödä kerralla”
6. Selkeät tuotteet ja/tai palvelut
7. Ole palvelusi/osaamisesi asiantuntija, ei myydä ”ei-oota”
8. Klousaa ”myynti” tilanne AINA
9. Älä aina pyydä jotain – pidä yhteyttä muutenkin
10. Verkostoidu

(Leinonen & Suominen 2017)

LÄHTEET

- Kuvaja, Sari 2011. ”Tehdään hyvää yhdessä”. Järjestöjen ja yritysten yhteistyö terveyden ja sosiaalisen hyvinvoinnin edistämiseksi. Avustustoiminnan raportteja 25.
- Leinonen, Pauli & Suominen, Sauli 2017. Yritysyhteistyö ja vaikuttavuutta kohtaamiseen –luento 5.4.2017. Adhd-liitto ry ja Vammaisten lasten ja nuorten tukisäätiö.
- Matikainen, Miia 2017. Yritysyhteistyön kehittäminen pienissä järjestöissä. Opinnäytetyö. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Viitattu 12.3.2018. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017112317946>
- Mäkinen, Mika & Hakkarainen, Henna (toim.) 2010. Tehoa yritysyhteistyöhön. Käsikirja Kepan jäsenjärjestöjen yritysyhteistyöhön kehittämiseksi. Raporttisarja nro 115.
- Mäkipelto, Tytti 2013. Yritysten ja järjestöjen yhteistyön arki. Käytännön esimerkkejä strategisen kumppanuuden tueksi. Yritysvastuuverkosto Fibs. Viitattu 25.8.2017. https://www.fibsry.fi/images/TIEDOSTOT/Yritysten_ja_jarjestojen_yhteistyon_arki.pdf
- Sosten eettiset periaatteet. Viitattu 12.3.2018. <https://www.soste.fi/media/sosten-yritysyhteistyon-eettiset-periaatteet-hyv-hallitus-210317.pdf>
- Vilkmán, Ulla 2017. <http://www.ullavilkmán.com/nain-kirjoitat-loistavan-hissipuheen>



KIITOS !

Yhteystiedot:

Miia Matikainen

Puh. 040 7021 351

miiamatikainen@hotmail.fi