

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

**To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:**

Santanen, J. ym. Haastepaja - käyttäjän opas. Tampere: Tampereen kaupungin työllisyyspalvelut 2018.

URL: [http://www.e-julkaisu.fi/tampereen\\_kaupunki/haastepaja/](http://www.e-julkaisu.fi/tampereen_kaupunki/haastepaja/)



Näyttämöt &  
Kasvunpajat

# Haastepaja

## KÄYTTÄJÄN OPAS

**6 Aika**

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto

6Aika: Näyttämöt ja kasvunpajat

## **HAASTEPAJA - KÄYTTÄJÄN OPAS**

KIRJOITTAJAT	Jenni Santanen, Mari Sipilä ja Petteri Valonkallio (Tampereen kaupungin työllisyyspalvelut) sekä Anne Cumini ja Petri Pohjola (Tampereen ammattikorkeakoulu)
TAITTO ja KAAVIOT	Katja Kaataja, s. 8 Johanna Vuorenmaa/Hehku Visual
HAASTEPAJAN HAHMOT	Annukka Repo/NukkaRepo Graphic Design
KANNEN KUVA	Katja Kaataja
MUUT KUVAT	Petteri Valonkallio, Katja Kaataja
JULKAISIJA	Tampereen kaupungin työllisyyspalvelut, 2018
ISBN, painettu	978-951-609-933-3
ISBN, verkko	978-951-609-934-0

Julkaisu on rahoitettu Euroopan sosiaalirahaston tuella.

## **Sisällys**

### **ALKUSANAT 5**

### **MIKÄ ON HAASTEPAJA? 7**

### **HAASTEPAJAN VALMISTELUVAIHE 10**

Haastepajan markkinointi yrityksille, suunnittelu ja aikataulutus **11**

Haastepajan markkinointi korkeasti koulutetuille työnhakijoille  
ja korkeakouluopiskelijoille **12**

### **HAASTEPAJAN TOTEUTUSVAIHE 14**

#### **Aloituskerta 15**

Tutustumismenetelmiä **16**

Idepro-menetelmä osallistavassa ideoinnissa **18**

Idepro-menetelmän käyttö **19**

Visualisointi tavoitteiden ja toimenpiteiden jäsentämisessä **23**

Aloituskerran päätös **25**

#### **Seurantakerta 26**

NABC-ratkaisuehdotuksen ja myyntipuheen rakentamisen välineenä **28**

NABC-menetelmän käyttö **30**

Seurantakerran päätös **31**

#### **Välisparraus 32**

Viini-suklaa -menetelmä ja sen käyttö **32**

#### **Summauskerta 35**

Disneyn luovuusstrategia ratkaisuehdotuksen testajana **35**

Disneyn luovuusstrategian käyttö **36**

Työllistymisen ja työllistämisen keinovalikoima **39**

Osaamistarjous **40**

Summauskerran päätös **42**

#### **Näyttämökerta 44**

Ratkaisuehdotusten myynti yritykselle **44**

Palautteet osallistujilta ja yrityksiltä **46**

### **HAASTEPAJAN JÄLKEEN 48**

Yksilösparraus **49**

Jälkiseuranta **50**

Jälkisanat **50**

### **LÄHTEET JA LIITTEET 52**



## Alkusanat

Tämä opas esittelee 6Aika: Näyttämöt ja kasvunpajat -hankkeen aikana kehitetyn Haastepaja-mallin ja nostaa esiin mallin keskeiset vaiheet ja menetelmät. Opas ohjeistaa kuinka Haastepaja toteutetaan käytännössä.

Haastepaja vastaa hankkeen tavoitteeseen testata ja luoda uusi toimintamalli korkeasti koulutettujen työllisyyden parantamiseksi sekä mikro- ja pk-yritysten kasvun haasteiden ratkaisemiseksi. Toiveena on, että kuvauksen pohjalta Haastepajan käyttö leviää ja sitä hyödynnettäisiin erilaisissa ympäristöissä. Mallia on hankkeen aikana testattu korkeasti koulutettujen työnhakijoiden ja korkeakouluista valmistumisvaiheessa olevien opiskelijoiden parissa. Yhtäältä Haastepajan käyttömahdollisuuksia voidaan kuitenkin nähdä erilaisissa tilanteissa ja ympäristöissä kuten esimerkiksi osana organisaatioiden sisäistä kehittämistä.

Haastepaja on kehitetty helpottamaan korkeasti koulutettujen työnhakijoiden ja korkeakouluopiskelijoiden työnhakua ja verkostoitumista. Työhaun haasteena kohderyhmällä on usein työelämäverkostojen ja -kontaktien puuttuminen ja tämän vuoksi oman osaamisen esille tuominen on vaikeaa. Myös oman osaamisen tunnistaminen ja "myyminen" on haasteellista. Haastepaja antaa mahdollisuuden verkostoitua suoraan yrittäjän kanssa ja tuoda oma osaaminen konkreettisella tavalla näkyviin. Työnhakijat ja opiskelijat pääsevät esittäytymään potentiaalisille työnantajille käytännön yhteistyön kautta ja tarjoamaan omaa osaamistaan yritysten tarpeisiin. Mikro ja pk-yrityksillä on puolestaan paljon tekemätöntä työtä sekä erilaisia liiketoiminnan kehittämissaasteita. Haastepaja-mallia hyödyntämällä yritys saa uusia, monipuolisia ideoita ja ratkaisuvaihtoehtoja esittämäänsä haasteeseen sekä mahdollisuuden tavata motivoituneita, yrityksestä kiinnostuneilta työnhakijoita ja opiskelijoita.

Toivotamme sinulle innostavia ja oivaltavia hetkiä Haastepaja -menetelmän parissa!

Tampereella 31.8.2018  
Kirjoittajat



## MIKÄ ON HAASTEPAJA?

Yksinkertaistettuna Haastepaja on toimintamalli, jossa korkeasti koulutetut työttömät työnhakijat ja valmistumisvaiheessa olevat korkeakouluopiskelijat pääsevät ratkomaan yrityksen esittämää haastetta. Haaste voi liittyä esimerkiksi liiketoiminnan kehittämiseen, myyntiin ja markkinointiin, tuotteiden/palveluiden kehittämiseen tai henkilöstön työhyvinvointiin. Rajoituksia haasteen teemaan liittyen ei ole asetettu.

Haastepajan rikkautena on hyvin heterogeeninen osallistujaryhmä, jossa mukana on osallistujia opiskelijoista pitkän työkokemuksen omaaviin työnhakijoihin. Haastepajaan osallistumiseksi osallistujilta ei vaadita haasteen esittäneen yrityksen toimialan koulutusta tai työkokemusta. Tärkeintä on osallistujien kiinnostus käsiteltävää haastetta kohtaan ja motivaatio työskennellä haasteen parissa. Haastepaja on sekä osallistujille että yrityksille vapaaehtoista ja maksutonta.

Haastepaja-malli voidaan kuvata selkeästi valmistelu-, toteutus- ja jälkivaiheiden kautta. Jokaisessa vaiheessa on hyödynnetty hyväksi havaittuja menetelmiä, jotka ovat tässä julkaisussa kuvattuna sekä yleisellä, että konkreettisella käytännön tasolla.

Haastepaja-malli on kokonaisuudessaan kuvattu seuraavalla aukeamalla (Johanna Vuorenmaa/Hehku Visual).



# HAASTEPAJA -malli



6Aika



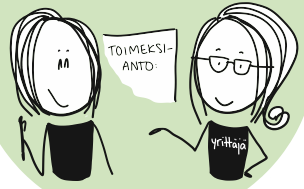
Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014-2020

VALMISTELU

Haastepajan  
markkinointi  
yrityksille



MITÄ?  
MIKSI?  
MITEN?

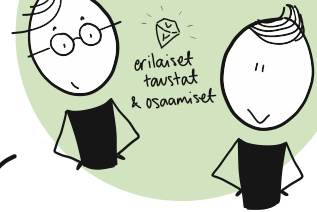


Suunnittelu,  
aikataulutus &  
haasteesta sopiminen  
kohdeyrityksen kanssa

kipinä

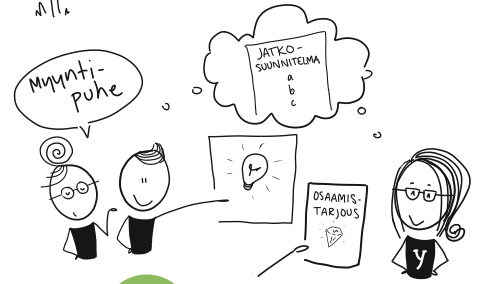
MUKANA!

erilaiset  
taustat  
& osaamiset

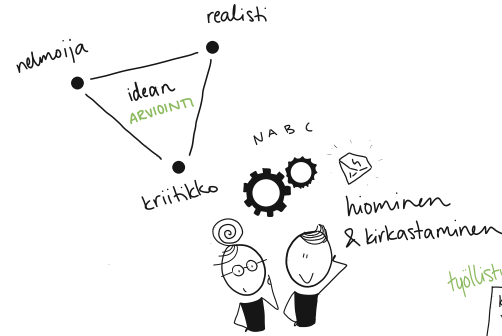


Haastepajan markkinointi  
korkeastikoulutetuille työnhakijoille  
& korkeakouluopiskelijoille

Verkostoitumista  
& työmahdollisuuksia



5. NÄYTTÄMÖKERTA



4. SUMMAUSKERTA

työllistymisen  
KEINO-  
VALIKOIMA  
KEINOJA  
ON!

Suunnan  
tarkistaminen



3. Välisparraus

myyntipuhe  
arvolupaus



2. SEURANTAKERTA

TOTEUTUS  
2-4 vk



1. ALOITUSKERTA

## HAASTEPAJAN VALMISTELUVAIHE



### *Haastepajan markkinointi yrityksille, suunnittelu ja aikataulut*

Haastepajan markkinoinnissa yrityksille on todettu hyväksi havaittuja tapoja. Paras tapa markkinoida Haastepajaa yrityksille on suoraan kasvotusten. Tällöin Haastepajan idea pystytään kuvaamaan kattavammin ja yritysten on mahdollista esittää tarkempia kysymyksiä.

Kohtaamiset yritysten kanssa ovat syntyneet olemassa olevien työllisyyspalvelujen ja korkeakoulujen verkostojen kautta, yrityksille ja työnhakijoille suunnatuissa tapahtumissa sekä markkinoimalla Haastepaja-palvelua esimerkiksi startup-yhteisöissä. Markkinoinnissa auttaa myös yrittäjien keskuudessa leviävä positiivinen kuva Haastepajasta, jolloin yrittäjät ottavat itse yhteyttä Haastepajan järjestämiseksi.

Haastepajaa markkinoitaessa on tärkeää painottaa mitä lisäarvoa menetelmä voi yritykselle ja liiketoiminnalle tuottaa, mutta yhtälailla varmistaa yrittäjän ymmärrys siitä, ettei Haastepajan lopputulosta voi etukäteen tietää. Haastepaja tuottaa usein luovia ja yllättäviäkin ratkaisuehdotuksia, joita yrittäjä ei ole tullut ehkä aiemmin ajatelleeksi, mutta samalla saattaa haastaa yrittäjän ennako-odotuksia ja näkemyksiä. Tämän vuoksi on tärkeää, että yrittäjä on avoin ottamaan vastaan Haastepajan aikana syntyviä uudenlaisia ideoita ja ymmärtää niiden tärkeyden liiketoimintaa kehitettäessä.

Yrittäjille tulee avoimesti kertoa, että Haastepajan aikana tapahtuvan ideoinnin lopputuloksena muodostuu ratkaisuehdotuksia eikä valmiiksi työstettyä ratkaisua yrityksen haasteeseen. Haastepajan osallistujilla ei siis teetetä ilmaista työtä. Ratkaisuehdotukset sisältävät osallistujien työtarjouksen siitä miten he voisivat toteuttaa ratkaisuehdotuksensa käytännössä. Haastepajassa on aina mukana työllistymisnäkökulma, mutta yrittäjällä ei ole velvoitetta työllistämistä. Haastepaja on yrityksille kuitenkin hyvä tapa tavata potentiaalisia korkeasti koulutettuja työnhakijoita ja opiskelijoita, jotka ovat jo perehtyneet yrityksen toimintaan.

Haastepajasta kiinnostuneen yrityksen kanssa sovitaan aina erillinen tapaaminen. Tapaamisen aikana käydään läpi yrityksen haaste ja arvioidaan olisiko Haastepaja-menetelmästä apua yritykselle ja toisaalta löytyykö haasteesta työllistymisnäkökulmaa työnhakijoille ja opiskelijoille. Tapaamisessa sovitaan tarkemmin Haastepajan markkinoinnista ja käydään läpi Haastepajan aikataulu.

Haastepaja on sovitettavissa 2-4 viikon ajanjaksolle, joka sisältää 4 ohjattua tapaamiskertaa ja yhden vapaaehtoisin välisparauksen. Kaikki tapaamiskerrat fasilitoidaan eli tähän tehtävään tulee valita sopiva henkilö Haastepajan vetäjäksi. Yritys tulee Haastepajan aloituskerralle esittelemään yrityksen ja haasteen. Halutessaan yritys voi osallistua myös välisparaukselle. Viimeiselle Näyttämökerralle yritys tulee kuulemaan osallistujien muodostamien tiimien ratkaisuehdotukset. Lisäksi osallistujat voivat olla yhteydessä yritykseen sähköpostitse tai puhelimitse Haastepajan aikana. Yrityksen aikainvestointi Haastepajaan on arvioitu olevan yhteensä noin yhden työpäivän verran.

### **Haastepajan markkinointi korkeasti koulutetuille työnhakijoille ja korkeakouluopiskelijoille**

Työnhakijoille Haastepajaa on markkinoitu sosiaalisen median avulla (LinkedIn, Facebook ja Twitter). Markkinoinnissa on hyödynnetty myös Näyttämöt ja kasvunpajat -hankkeen nettisivuja. Jonkin verran on tehty myös kohdistettua markkinointia (infotilaisuudet ja uutiskirjeet) hyödyntämällä TE-toimiston asiakasrekisteriä eli URA-tietojärjestelmää. Haastepajoja on markkinoitu myös työnhakijoille suunnatuissa tapahtumissa. Haastepajaan ilmoittautumisessa on hyödynnetty sähköistä tapahtumailmoittautumisjärjestelmää Eventbriteä, joka on koettu hyödylliseksi kohderyhmän tavoittamisessa.

Korkeakouluopiskelijoille Haastepajoja on markkinoitu esimerkiksi digitaalisen ilmoitustaulun kautta. Tällaisesta digitaalis-

The advertisement features a green header with the text 'TYÖNHAKIJA, HALUATKO NÄYTTÄÄ OSAAMISESI YRITYKSELLE?'. Below this is the logo for 'Näyttämöt & Kasvunpajat'. The main heading reads 'HAASTEPAJASSA STOORLA alkaen keskiviikkona 30.5. klo 9'. The text describes STOORLA as a growing business in Finland, seeking solutions for digitalization. It lists requirements: 'Tärkeintä innostuneisuus ja aktiivisuus!' and 'Ota mukaan intoa, hulluimmat ideat - jätä kotiin ennakkotulot ja kapeakatseisuus.' The contact information is 'Ilmoittaudu osoitteessa: <https://haastepajastoorla.eventbrite.com>'. The location is 'TalentSpace, Finlayson (Satakunnankatu 18 A)'. Logos for '6Aika', 'Vipuvoimaa EU:lta 2014-2020', and the 'Euroopan unioni' are at the bottom.

Esimerkki Haastepajan mainoksesta

ta ilmoitustaulusta esimerkkinä on Tampereen ammattikorkeakoulun Y-makers -alusta (<https://y-makers.fi/fi/>). Alustalla jaetaan TAMKiin tulevia yhteistyöpyyntöjä erilaisista projekteista, työpaikoista, harjoitteluista ja opinnäytetyöaiheista. Toisena esimerkkinä toimii TAMKin Yrittäjyyden ja tiimijohtamisen koulutuksen oma Slack-alusta, jota käytetään ensisijaisena välineenä koulutuksen opiskelijoiden ja opettajien sisäisessä viestinnässä. Haastepajoja on markkinoitu suoraan myös eri alojen lehtoreille ja opinto-ohjaajille, jotka ovat välittäneet tietoa opiskelijoille.

Markkinoinnissa on oleellista korostaa Haastepajaan osallistumisen hyötyjä ja mahdollisuuksia. Sekä opiskelijoilla että erityisesti työnhakijoilla päällimmäisinä hyötyinä ovat omien työllistymismahdollisuuksien parantaminen, työelämäkokemuksen kartuttaminen ja verkostojen luominen. Opiskelijat ovat lisäksi pystyneet myöhemmin hyödyntämään Haastepajoja sisällyttämällä suorituksen esimerkiksi osaksi oppilaitoksen erilaisia projektikursseja. Hyväksyminen osaksi opintosuorituksia tulee sopia etukäteen opettajan kanssa ja vaatii raportoinnin. Markkinoinnissa on tärkeää myös tuoda esiin Haastepajan vapaaehtoisuus ja maksuttomuus osallistujille.



## **HAASTEPAJAN TOTEUTUSVAIHE**



### **Aloituskerta**

Haastepajan aloituskerralla tavoitteena on saada osallistujat tutustumaan keskenään, johdattaa osallistujat Haastepajan toimintatapoihin sekä tutustumaan kohdeyritykseen ja yrityksen esittämään haasteeseen. Aloituskerran aluksi kohdeyritys kertoo haasteesta ja yrityksestä yleisellä tasolla, jolloin myös lisäky symysten esittäminen yrityksen edustajalle on mahdollista. Yritys on paikalla aloituskerran ensimmäisen tunnin ajan, jonka jälkeen osallistujien tutustuminen, ideointi ja tiimiytyminen alkaa. Aloituskerran kesto on neljä tuntia.

#### **Haastepaja-työskentelyn pelisäännöt**



- 1) Avoin yhteistyö
- 2) Toisten ideoiden, ajatusten ja erilaisuuden kunnioitus
- 3) Tiimin vastuu työskentelystään: sitoudutaan siihen mitä sovitaan
- 4) Osallistumisen vapaaehtoisuus.
- 5) "Kahden jalan periaate" eli "Ole mukana niissä keskusteluissa joista olet kiinnostunut, saat niistä jotakin tai tuot niihin lisäarvoa. Jos näin ei ole, anna toiselle siihen mahdollisuus."

#### **Haastepajan vetäjän (fasilitaattorin) rooli**



Haastepajan vetäjä toimii ryhmän ohjaajana, joka huolehtii ryhmän toiminnan suunnittelusta ja etenemisestä suunnitelman mukaan. Fasilitoinnissa huomion keskipiste ei ole sisällössä vaan oleellista on varmistaa ryhmän toimintaedellytykset ja auttaa ryhmää saavuttamaan päämääränsä. Fasilitoinnissa erotetaan siis prosessi ja sisältö, mikä lisää tehokkuutta ja päätöksiin sitoudutaan paremmin. Haastepajan vetäjällä on hyvä olla aiempaa kokemusta fasilitoinnista ja ryhmien vetämisestä.

## Tutustumismenetelmiä

Yrityksen edustajan poistuttua alkaa osallistujien tutustumisvaihe. Osallistujien tutustumisessa on käytetty erilaisia menetelmiä kuten esimerkiksi Tutustumisbingoa, Kokkareita ja Samassa Sopassa -menetelmää. Tutustumismenetelmiin on käytetty aikaa 10-15 minuuttia. Menetelmät esitellään seuraavaksi:

**Tutustumisbingossa** yritetään löytää bingo-lomakkeelle kirjoitettuihin väittämiin ryhmästä osallistuja, johon väittämä sopii. Väittämät voivat olla hyvinkin yleisiä, esimerkiksi "olen omistanut koiran" tai "pidän sienistä". Näin ryhmästä varmasti löytyy useita väittämään sopivia henkilöitä. Osallistujien tehtävänä on kierrellä ja kysellä toisilta osallistujilta kyseisiä asioita. Kun sopiva henkilö löytyy, ruudukkoon saa merkitä rastin. Kun Bingotaulun yksi poikki- tai vaakarivi on täynnä rasteja osallistuja huutaa "Bingo!" ja peli päättyy. Tutustumisbingo on mukavan rento tapa tutustua moneen uuteen ihmiseen kerralla. Lisäksi se luo tapaamiselle positiivisen ja välittömän ilmapiirin.

**Kokkarit-menetelmässä** osallistujille annetaan A4-kokoiset paperit, joihin jokaisen pyydetään kirjoittamaan oma kutsumanimensä, oma ammatillinen ydinosaamisalueensa



ja jokin mielenkiintoinen tai erikoinen tieto itsestään (esimerkiksi harrastus tai muu mielenkiinnon kohde). Tämän jälkeen tehtävänä on kiinnittää oma paperi rintaan ja lähteä Cocktail-kutsujen tapaan tutustumaan muihin osallistujiin paperin aiheita läpi käyden. Keskustelu on helpompaa aloittaa ennestään vieraan ihmisen kanssa valmiiden aiheiden pohjalta ja lisäksi ihmiset jäävät helpommin mieleen mielenkiintoisten esille nousevien asioiden myötä. Tavoitteena on keskustella lyhyesti niin monen ihmisen kanssa kuin mahdollista.

**Samassa Sopassa -menetelmässä** osallistujat jaetaan pieniin 2-4 henkilön ryhmiin. Aluksi jokainen kertoo taustastaan lyhyesti, jonka jälkeen ryhmä miettii yhdessä mitkä neljä asiaa yhdistävät heitä. Itsestäänselvyiksiä kuten ikää tai sukupuolta tulisi välttää ja koettaa sen sijaan etsiä jotakin vähän yllättävämpää yhdistävää tekijää, kuten tietty harrastus tai mieliruoka. Kukin pienryhmä esittelee tämän jälkeen ryhmän jäsenet muille yhdistävien asioiden kautta. Tämä on hauska tapa tutustua toisiin, keskustelu lähtee yleensä vaivattomasti liikkeelle ja osallistujat alkavat luottamaan ryhmään. Uudet ihmiset jäävät myös helpommin mieleen yllättävien ja mielenkiintoisten esille nousseiden asioiden myötä. (Korhonen & Koivula 2018, 9.)



## Idepro-menetelmä osallistavassa ideoinnissa

Tutustumisvaiheen jälkeen alkaa yrityksen esittämän haasteen työstäminen ja varsinaisen ideointityö. Työskentelymenetelmänä Haastepajan ideointityössä käytetään Idepro-menetelmää. Yksinkertaistettuna Idepro-menetelmä on innovatiivinen tapa toimia yhdessä: osallistujien ajatukset ja ideat prosessoidaan ja jalostetaan yhteiseksi tulokseksi. Idepro-menetelmässä yhdistyy luontevasti systemaattisuus ja luova ongelmanratkaisuprosessi. Menetelmää on käytetty muun muassa osallistavan johtamisen toteuttamisessa ja ongelmanratkaisumenetelmänä organisaatioiden kehittämisessä. Menetelmä pohjautuu Innotiimi Oy:n kehittämään OPERA-malliin. (Slåen 1997, 12-13.)

Idepro-menetelmä on Haastepajan vetäjän kannalta toteutustavaltaan selkeä ja looginen. Erilaisia ideointityömenetelmiä on paljon, mutta Idepro-menetelmällä päästään nopeasti yhteiseen työskentelyyn osallistujien erilaisista taustoista riippumatta. Menetelmä haastaa kaikki osallistujat ideoimaan ja mahdollistaa jokaisen aktiivisen osallistumisen pajan alusta loppuun saakka. Menetelmä tuottaa selkeän lopputuloksen ja yhteisiä jäsentyneitä näkemyksiä käsiteltävästä aiheesta. Joskus yhdessä rakennettu ja suhteellisen nopeastikin syntynyt käsitys voi ohjata toimintaa tehokkaammin oikeisiin asioihin kuin tieteellisiä kriteereitä noudattava perusteellinen selvitystyö.

Menetelmän tausta-ajatuksena on, ettei ole oikeaa ja väärää, vaan on erilaisia näkökulmia, joiden parhaita puolia yhdistämällä syntyy toimiva ratkaisu. Idepro-menetelmän avulla osallistujat saadaan innostumaan yhteisen tekemisen kautta, mikä näkyy hyvänä ryhmähenkenä ja rentona ilmapiirinä. (Slåen 1997, 15-19.) Työskentelymenetelmänä Idepro toimii parhaiten 6-40 osallistujalle.

## Idepro-menetelmän käyttö

### Ennakovalmistelut

Aika: Valmisteluihin on syytä varata aikaa 30 min.  
Tarvikkeet: Post-it -lappuja, kyniä, A4 paperia, magneettitaulu ja magneetteja tai Idepro-taulu



### Ideointivaihe

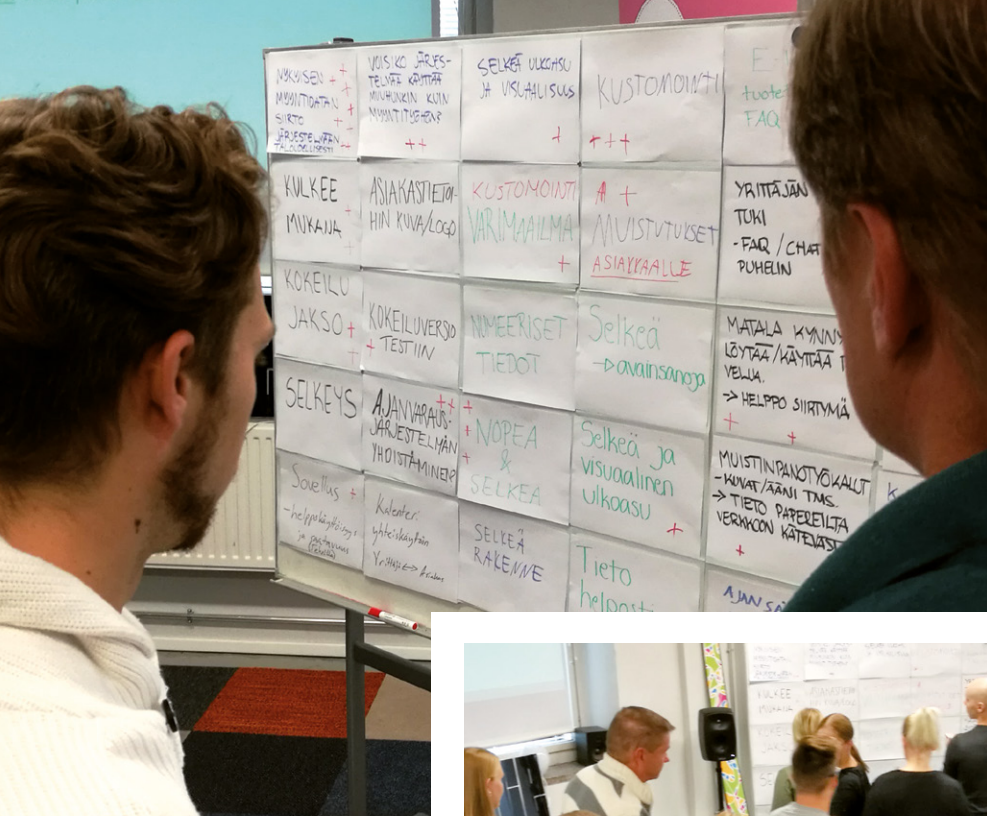
#### 1) Omat ajatukset

Kaikki osallistujat kirjoittavat Post-it -lapuille omia ideoita haasteeseen liittyen (aikaa 5 min.). Tässä vaiheessa tarkoitus on tuottaa mahdollisimman paljon ajatuksia/ideoita seuraaviin vaiheisiin.

#### 2) Parityö

Jokainen etsii itsellensä parin, jonka tuntee huonoiten. Parit keskustelevat kaikista ideoistaan ja valitsevat yhdestä neljä tai viisi tärkeintä ideaa. Vetäjä suhteuttaa ryhmän kokoon parin ideoiden määrän – Idepro-seinälle mahtuu rajallinen määrä A4 paperiarkkeja.

Parit kirjoittavat ideansa isoilla kirjaimilla ytimekkäästi A4-kokoiselle paperille vaakatasoon (aikaa 10 min.). Valitut ideat tuodaan yhteiselle Idepro-seinälle. Parit myyvät eli perustelevat ytimekkäästi ideansa (max 30s per idea) muille osallistujille. Muut ainoastaan kuuntelevat ja jättävät kommentoinnin myöhemmäksi.



Idepro-työskentelyä



### Valintavaihe

**Parityö:** Parit valitsevat yhdessä kaikista Idepro-seinälle tuoduista ideoista 4 tärkeintä ehdotusta. Pari merkitsee valitut ideat yhdellä (+) plussaa-äänellä. Parilla on siis yhteensä 4 plussaa-ääntä annettavana, joista vain yhden voi antaa parin omalle idealle. Haastepajan vetäjä kuitenkin määrittelee ryhmän koon mukaan montako ideaa pari saa valita ja montako ääntä antaa (aikaa 5 min.).



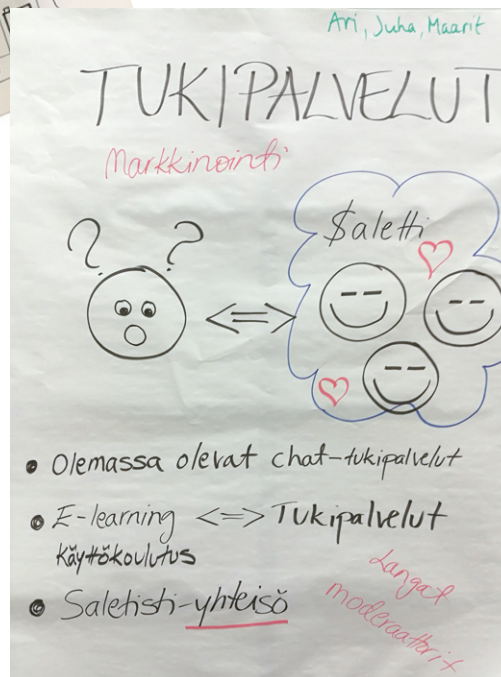
### Organisointivaihe: tunnistetaan työstettävät ideointiteemat

Valintavaiheen jälkeen siirrytään organisointivaiheeseen, jossa Haastepajan vetäjä siirtää ryhmän avustuksella äänestetyimmät ehdotukset ryhmiksi magneettitaulun/ Idepro-taulun sarakkeisiin toisiinsa liittyvän sisällön mukaan. Tämän avulla hahmotetaan mitkä ideat kuuluvat samaan kokonaisuuteen, samalla fokuksella. Tämän jälkeen sovitaan yhteinen, kuvaava otsikko kullekin valitulle teema-alueelle. Vaihe auttaa visuaalisesti hahmottamaan annettuun haasteeseen toisiinsa liittyviä osakokonaisuuksia. Samalla sovitaan yhteisestä terminologiasta, tutustutaan ja tunnustellaan keiden kanssa voisi tiimiytyä (aikaa 10 min.).

Ideoiden ryhmittelyä

## Sitoutumisvaihe

Sitoutumisvaiheessa jokainen osallistuja kirjoittaa nimensä yhteen fokusalueeseen, jonka parissa on sitoutunut työskentelemään ainakin aloituskerran ajan (Slåen 1997, Vetäjän ohjeet. Idepro perusmalli). Sitoutuminen perustuu vapaaehtoisuuteen, oman intressin ja itseä kiinnostavan teeman valintaan. Haastepajan vetäjä pyrkii innostamaan ja yhdistämään ihmisiä syntyviin tiimeihin. Optimaalinen tiimin koko on 3-5 henkilöä.

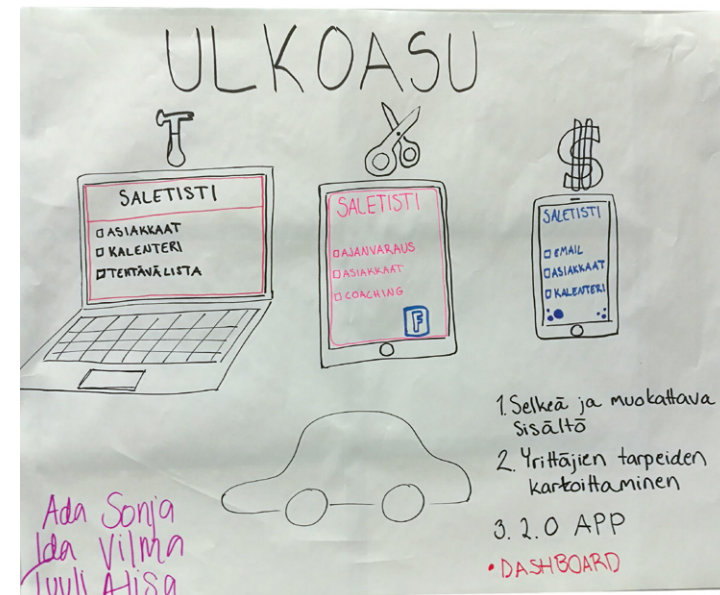


Ideoiden visualisointia

## Visualisointi tavoitteiden ja toimenpiteiden jäsentämisessä

Haastepajassa aloituskerralla syntyneiden tiimien ensimmäisenä tehtävänä on visualisoida haluttu tahtotila valitun teema-alueen osalta sekä miettiä konkreettisia toimenpiteitä tulevan pajaritöskentelyn ajalle. Visualisoinneilla pyritään konkretisoimaan ja jäsentämään ideoita ja kertomaan niistä muille. Visualisointi stimuloi aivoja ja sen avulla helpotetaan vaikeasti kuvattavien ideoiden yhteiskehittämistä.

Visualisointi auttaa tiimiä yhteisen käsityksen luomisessa ja konkretisoi osallistujille mitä ollaan tekemässä ja mihin tähdätään. Visuaalisen tuotoksen kautta tavoitteet on myös helpompi esitellä muulle ryhmälle.



## Visualisoinnin käyttö

Tavoitteiden ja toimenpiteiden luonti aloitetaan yksilötyöllä, josta jokainen osallistuja saa oman rauhallisen hetken jäsentää ajatteluaan valittuun teema-alueeseen. Parhaimmillaan piirtämällä hahmotteleminen auttaa tässä vaiheessa jäsentämään ajattelua, näkemään idean potentiaalia ja käytännön toteutuksen elementtejä. Menetelmän toimivuus ei ole riippuvainen osallistujan piirtämistaidosta, vaan pelkkä yksinkertainen piirteilykin aktivoi ajattelua luovemman ongelmanratkaisun suuntaan.

### 1. Yksilötyö

Jokainen osallistuja määrittelee luonnostelemalla A4-arkille haluttua tahtotilaa teema-alueen osalta. Tahtotilalla tarkoitetaan lopputuleman tilannekuvausta, miltä teeman eri asiat näyttävät, kun tiimin valitseman teema-alueen ehdotukset toimivat käytännössä (aikaa 5 min.).

#### Kellottaminen

Oleellista myyntipuheen harjoittelussa on kellottaminen eli ajan ottaminen myyntipuheen aikana. On tärkeää, että osallistujat oppivat esiintymistä, myyntiä ja ennen kaikkea kiteyttämään oleellisen sanomansa. Kiteyttämisen varmistamiseksi Haastepajan vetäjä antaa puheen pitäjälle merkin, kun viimeinen minuutti puheajasta on jäljellä, ja uudestaan, kun jäljellä on enää 15 sekuntia. Tällöin puheen pitäjä osaa arvioida puheensa kestoja ja sisältöä. Tätä toimintatapaa käytetään koko Haastepaja-prosessin aikana.



### 2. Ryhmätyö

Tiimien yhteisenä tehtävänä on ensin läpikäydä jokaisen tekemä oma piirustus ja tämän jälkeen yhdessä piirtää yhteinen näkemys fläppi-paperille tiimin valitseman teema-alueen tahtotilasta. Tämän jälkeen tiimien tulee yhteisesti määrittellä 3-5 konkreettista toimenpidettä, joihin kannattaisi tehdä Haastepajan aikana, jotta idea olisi valmisteltu yrittäjälle houkuttelevaksi paketiksi (aikaa 30 min.).

### 3. Ryhmän tuotoksen esittely

Tässä vaiheessa jokainen tiimi esittelee oman teema-alueen yhteisen tahtotilan fläpin avulla muille Haastepajan osallistujille myyntipuheen tavoin. Aikaa tähän on varattu kullekin tiimille kolme minuuttia. Esityksen jälkeen muu ryhmä voi antaa rakentavaa palautetta. Haastepaja-prosessi valmistele jokaisella tapaamiskerralla tiimiä sanallistamaan ideaansa myyntipuheen avulla yritykselle. Tämän vuoksi myyntipuheen harjoittelu heti ensimmäisellä kerralla on tärkeää, jotta kynnys esiintyä ja esittää omia ajatuksia madaltuu.

## Aloituskerran päätös

Haastepajan aloituskerta päättyy siihen, että jokainen tiimi varmistaa mitä kukin tiimin jäsen tekee ennen seuraavaa tapaamista. Tiimin on hyvä tietää kuka vastaa mahdollisesta tiimin yhteydenpidosta yritykseen tai hankkeen henkilökuntaan, kuka tiedottaa yhteydenpidosta muita ja kuka kutsuu tiimin tarvittaessa koolle. Haastepaja-prosessin aikana korostetaan ohjattujen tapaamiskertojen välissä tapahtuvaa yhteydenpitoa tiimien jäsenten kesken. Yhteydenpidossa voidaan käyttää hyväksi digitaalisia alustoja kuten esimerkiksi Trello, Slack, WhatsApp tai Google Classroom. Jokaisen tiimiläisen tulee tietää oma tehtävänsä ja roolinsa kussakin Haastepajan vaiheessa. Jokaisen tiimiläisen vastuulla on kertoa omista mahdollisista esteistään, mikäli se vaikuttaa Haastepajaan osallistumiseen.



Tiimityöskentelyä



Haastepaja on vuorovaikutusta yrityksen edustajan ja osallistujien kesken

## Seurantakerta

Haastepajan seurantakerran tavoitteena on saada aloituskerralla muodostunut tiimi työskentelemään yhteistä tavoitetta kohti yhä tiiviimmin. Tiimin tavoite täsmentyy ja ratkaisun yksityiskohdat alkavat hahmottua seurantakerran aikana. Ratkaisuehdotuksen kiteyttämiseen ja myyntipuheen avuksi käydään läpi NABC-menetelmää. Seurantakerran kesto on neljä tuntia.

## NABC-ratkaisuehdotuksen ja myyntipuheen rakentamisen välineenä

Seurantakerta alkaa idean jatkotyöstämisellä ja myyntipuheen muodostamisella muokattua Stanford Research Instituutin kehittämää NABC-mallia hyödyntäen. NABC-malli auttaa kiteyttämään halutun viestin selkeällä ja ytimekkäällä tavalla ja auttaa kertomaan ideasta eri näkökulmista käsin.

NABC-malli alkaa yrityksen tarpeen esittelystä (Need). Tämän jälkeen esitellään tiimin ratkaisu yrityksen esittämään tarpeeseen (Approach), jonka jälkeen kerrotaan mitä hyötyjä ja lisäarvoa tiimin ratkaisuehdotus tuottaisi yritykselle (Benefits). Viimeisenä vaiheena (Competition) tiimin ratkaisuehdotusta verrataan kilpaileviin vaihtoehtoihin, ja perustellaan miten oma ratkaisu on niitä merkittävästi parempi ja houkuttelevampi.

Haastepajassa NABC-malliin on lisätty aloituskohta, jossa tiimi tiivistää lyhyesti tarinamuotoon, miksi ovat lähteneet työstämään juuri tätä ratkaisuvaihtoehtoa. Tällä tavalla muodostetaan tarinallinen koukku, joka innostaa kuulijaa jatkamaan myyntipuheen seuraamista. Myyntipuhe päättyy Kutsu toimintaan -kohtaan, jossa tavoitteena on kiteyttää selkeällä tavalla tiimin tarjous jatkosta eli mitä tiimin tai tiimin jäsenet ovat valmiita tekemään ratkaisuvaihtoehdon eteenpäin viemiseksi.

NABC-malli myyntipuheen luomiseen muokattuna viereisellä sivulla.

## NABC-malli myyntipuheen luomiseen



**Näyttämöt & Kasvunpajat**



### Aihe:

#### Mikä on myyntipuheen KOUKKU?

Tämä on se kohta, jolla kuulija saadaan kiinnostumaan asiasta. Maalaa sanoilla tarina.

#### [N] -> Mikä TARVE on tunnistettu asiakkailla/markkinoilla?

Mikä on ongelma ja mikä tarve ratkaisulla täytetään?

#### [A] -> Mikä on RATKAISU/LÄHESTYMINEN jolla tyydytetään tunnistettu tarve?

Mitä konkreettisia asioita ratkaisun avulla tehdään?

#### [B] -> Mitkä ovat HYÖDYT suhteessa kustannuksiin?

Mikä tekee ratkaisusta kannattavan? Mitä asiakas saa? Minkälaista arvoa tarjotaan asiakkaalle?

#### [C] -> Mikä on KILPAILUTILANNE ja mitä vaihtoehtoja on nyt/tulevaisuudessa?

Miksi hyödyt suhteessa kustannuksiin on paremmat kuin muilla?

#### Mikä on KUTSU TOIMINTAAN/yhteistyöhön?

Mitä kuulijan tulee tehdä seuraavaksi; Mikä on konkreettinen ehdotus?





## NABC-menetelmän käyttö

### Yksilötyö

Jokainen tiimin jäsen kuvaa ensin itsenäisesti NABC-mallin avulla ratkaisuehdotuksen tiimin fokusalueesta käsin (aikaa 10 min.).

### Ryhmätyö

Ensin jokainen esittelee oman NABC-mallinsa muille tiimin jäsenille, jolloin saadaan jokaisen tiimin jäsenen näkemys aiheesta esiin. Tämän jälkeen yhteisen jaetun mallin työ-työ voi alkaa. Tiimi koostaa yhteisesti mielekkään ideakokonaisuuden NABC-tauluksi. NABC-mallin avulla syntyneen myyntipuheen tarkoitus on luoda arvoa kuulijalle ja tuoda selkeällä tavalla esille tiimin ratkaisuehdotus ja miksi tiimin kanssa kannattaa jatkaa yhteistyötä (aikaa 30 min.).

### Esitysvaihe

Tiimi valitsee puhujan/puhujat, jotka avaavat muille osallistujille NABC-myyntipuheen kautta, mitä ryhmä on tähän mennessä saanut aikaan. Samalla harjoitellaan myyntipuhetta yrittäjälle. Myyntipuheelle annetaan aikaa aloituskerran tavoin kolme minuuttia per tiimi.

### Palautevaihe

Myyntipuheiden jälkeen muut osallistujat antavat rakentavaa palautetta tiimille. Myyntipuheen esittäjä / tiimi kuuntelee palautteen ja tekee tarvittaessa muistiinpanoja, mutta eivät kommentoi tässä vaiheessa mitään saatuun palautteeseen. NABC-työskentelyvaiheen tarkoitus on antaa työkalu jatkotyöstöä varten. Tiimit saavat valmiudet käyttää metodiikkaa idean jäsentelyyn sekä sen myymiseen kuulijalle konkreettisen harjoittelun kautta.

## Seurantakerran päätös

Seurantakerran lopuksi sovitaan aloituskerran tavoin jokaisen tiimiläisen tehtävät ennen seuraavaa tapaamista, kuinka yhteydenpito hoidetaan, ja päätetään tarkempi välisparrausaika. Samalla päätetään kuka on tarvittaessa yhteydessä yrittäjään, jos jotain kysyttävää herää, ja tiedottaa muita tiimiläisiä.



## Välisparraus

Haastepaja-mallissa on mahdollista käyttää Välisparrausta ohjattujen tapaamiskertojen välissä. Välisparrauksen tavoitteena on tarkistaa tiimien ajankohtainen tilanne, sujuuko työskentely toivotulla tavalla ja/tai tarvitsevatko tiimit lisätietoa tai apua. Halutessaan haasteen esittänyt yritys voi tulla paikanpäälle tapaamaan tiimejä, jolloin tiimit pääsevät halutessaan kysymään tarkentavia kysymyksiä haasteeseen ja ratkaisuehdotukseensa liittyen. Välisparraus toimii ideaa jalostavana ja ulkopuolisen näkemyksen (reflektointi) hankintavaiheena varmistamassa mahdollisimman hyvää lopputulosta. Välisparraus kestää 30 minuuttia per tiimi.

### Viini-suklaa -menetelmä ja sen käyttö

Välisparrauksessa käytetään mukailtua Viini-Suklaa -menetelmää, jossa sparrauksen vetäjä aktivoi oppimista ja tiimin edistymistä kysymyksillä ohjatun prosessin mukaisesti. Sparrauksen vetäjä esittää kysymykset ja kirjaa keskeiset ajatukset lyhyesti paperille. Lopuksi hän antaa peilaavaa ja mahdollisesti arvioivaa palautetta.

Kysymisen ja vastaamisen prosessissa tiimiläisten oma ajattelu alkaa jäsentyä, ja työ saattaa yllättävällä tavalla mennä eteenpäin. Haastepajan vetäjä voi halutessaan käyttää näin dokumentoitua prosessia ohjaustyön tukena (Hägglom ym, 2013; Nummenmaa & Lautamatti 2015).

Menetelmä on kuvattu viereisellä sivulla. Kuvaa voi käyttää työpohjana.

Tiimi \_\_\_\_\_



**Huomioita**

Haasteita tai kehitettävää

Valmiuksia, kunnossa

Parhaimmillaan yhdessä toteutettu sparraustilaisuus ja sen tuotokset ja sovitut toimenpiteet tuottavat hyvän kokonaiskuvan ja toimenpidelistauksen siitä, mitä kaikkea tuleva työprosessi edellyttää. Osallistujat alkavat pohtia omaa osaamistaan: mitä minä jo osaan, millaisia vahvuuksia minulla on, mistä minun pitäisi hankkia lisää tietoa jne. Ohjatun osallistumisen prosessissa korostuu voimakkaasti kokemuksellinen ja yhteistoiminnallinen oppiminen: omat havainnot ja kokemukset toimivat oppimisen perustana ja lähtökohtana (Nummenmaa & Lautamatti 2005).



Idean jalostamista

## Summauskerta

Summauskerta nimensä mukaisesti summaa Haastepajan aikana tehdyn työn. Summauskerralla käydään läpi myös osaamistarjouksen laadinta ja työllistymisen keinovalikoima. Tässä vaiheessa tavoitteena on kirkastaa tiimin ratkaisuehdotuksen tarve ja hyödyt, idean myynti ja se mitä tiimi on Haastepajan aikana oppinut. Summauskerralla varmistetaan Disneyn luovuusstrategiaa hyväksikäyttäen, että ratkaisuehdotusta on tarkasteltu monipuolisesti monelta eri kantilta. Samalla tarkistetaan, että kaikki tiimin jäsenet ovat saaneet oman mielipiteensä kuuluviin. Summauskerran päätteeksi tiimeillä on syntynyt ratkaisuehdotus ja myyntipuhe, joka on lähes valmis esitettäväksi yrittäjälle Näyttämökerralla. Summauskerran kesto on neljä tuntia.

## Disneyn luovuusstrategia ratkaisuehdotuksen testaajana

Summauskerta aloitetaan Disneyn luovuusstrategiaa hyödyntämällä. Mallin on esitellyt ensimmäisenä Robert Dilts (Walt Disney Strategies of Genius), joka käytti mallissa mm. Walt Disneyn ja Albert Einsteinin ajatusprosesseja. Walt Disneyä kerrotaan, että hänessä yhdistyi hienolla tavalla kolme eri tapaa suhtautua maailmaan; unelmoija, realisti/toteuttaja ja kriitikko. Disney piti tärkeänä, ettei näitä eri rooleja sekoiteta keskenään. Unelmoijan tulee saada rauhassa fantasioida ilman, että toteuttaja kysyy esim. budjetista tai että kriitikko pohtii miten saadaan yleisöä (Ideapakka-www.sivut).

Ongelmanratkaisussa ja tässä tapauksessa haasteen selvittämisessä Disneyn luovuusstrategia auttaa näkemään tutkiskelun kohteena olevan haasteen/idean/ongelman eri näkökulmista käsin, jolloin ratkaisut ovat todennäköisemmin luovempia.

Strategian käyttö laajentaa omaa ajatusmaailmaa ja auttaa nä-

kemään uusia mahdollisuuksia. Lisäksi omaa ratkaisuehdotusta voi myös "painettestata" esittämällä kriittisiä kysymyksiä.

Haastepajan tässä vaiheessa on myös viimeistään hyvä varmistaa, että jokainen tiimin jäsen on saanut äänensä kuuluviin. Lisäksi voidaan ajatella, että viimeisellä Näyttämökerralla myyntipuheen vastaanottajaa puhuttelee varmimmin myyntipuhe, jossa haasteeseen vastataan hänen edustamansa ajatusmaailman kielellä, oli hän sitten kriitikko, unelmoija tai toteuttaja.

## Disneyn luovuusstrategian käyttö

Jokainen tiimi jakaantuu kolmeen (luku kolmeen), jonka jälkeen kukin ottaa jonkin seuraavista rooleista:

### **Unelmoija**

Luovuutesi on rajaton ja jalat irti maasta. Sinun ei tarvitse välittää rahasta, rajoitteista eikä muiden puheista. Anna mielikuvituksesi lentää – kaikki on mahdollista!

### **Toteuttaja**

Mitä olet jo tehnyt unelmiesi eteen? Huomioi kaikki pienetkin askeleet. Mitä ovat resurssisi? Kuvaile ja listaa. Ole realistinen ja mieti miten voit toteuttaa unelmoijan suunnitelmia. Kuinka asiat aikataulutetaan ja hinnoitellaan? Ole realistinen!

### **Kriitikko**

Ole laaduntarkkailija ja pikkutarkka. Mitä mieltä olet unelmasta? Mitä heikkouksia löydät? Mitä kysymyksiä esität? Kohdistaa kritiikki suunnitelmaan, ei unelmoijaan tai toteuttajaan (Ideapakka [www-sivut](http://www-sivut)).

## 1. vaihe (aikaa 15 min.)

Jokainen osallistuja on yhdessä roolissa (unelmoija, toteuttaja, kriitikko) kerrallaan 5 minuuttia ja kirjaa roolistaan käsin ylös huomioita tarkastellessaan tiimin ratkaisuehdotusta. Kirjoitetaan yksi huomio per Post-it -lappu hiljaisesti työskennellen. Post-it -lappujen käyttö: Unelmoija – keltainen, Toteuttaja – vihreä, Kriitikko – pinkki.

## 2. vaihe (aikaa 15 min.)

Yksilötyö päättyy ja katsotaan kerättyjä huomioita tiiminä ikään kuin ulkopuolisina tarkkailijoina. Jokainen valitsee fläpille (johon Haastepajan vetäjä on etukäteen tussilla piirtänyt kolme eri sektoria eri rooleille) 3 omasta mielestään tärkeintä huomiota jokaisesta roolista. Ryhmät käyvät huomiot läpi ja jalostavat niiden avulla ratkaisuehdotuksensa. Tärkeää on tarkistaa, onko omassa ratkaisuehdotuksessa riittävästi unelmointia, toteutusta ja kritiikkiä.

Tehtävän pohjalta tiimit tarkistavat myös myyntipuheidensa sisällön. Tarkistuksen ja mahdollisten muokkausten jälkeen tiimit harjoittelevat jälleen myyntipuheen pitämistä muulle ryhmälle kolmessa minuutissa. Myyntipuheiden pitämisen jälkeen muut osallistujat sparraavat tiimiä ja antavat rakentavaa palautetta puheesta.



## Työllistymisen ja työllistämisen keinovalikoima

Summauskerralla käydään läpi työllistymisen keinovalikoima sekä työnhakijoiden, että opiskelijoiden kanssa (LIITE 1). Monilla pk-yrityksillä on paljon tekemätöntä työtä, mutta ei välttämättä halua tai mahdollisuutta työllistää suoraan yrityksen palkkalistoille. Osallistujille on tärkeää muistuttaa, että työllistymisen tapoja on useita.

Työnhakijoilla on usein mahdollisuus hyödyntää esimerkiksi erilaisia työkokeiluja ja valtion ja/tai kunnan palkkatukimuotoja työllistymisensä edistämiseksi. Opiskelijoilla puolestaan erilaiset projektityöt, harjoittelut ja opinnäytetyöt saattavat avata mahdollisuuksia yritysten suuntaan. Myös keikkatöiden tekeminen laskuttamalla voi olla työnantajan kannalta riskittömämpi tapa kokeilla työnhakijan osaamista ja työnhakijan kannalta mielekäs tapa näyttää osaaminen korvausta vastaan. Työn voi laskuttaa esimerkiksi työosuuskunnan kautta tai laskutuspalvelua hyödyntämällä ilman Y -tunnusta tai toiminimeä

Myös opiskelija voi toimia tällaisena ns. kevytyrittäjänä tulorajat huomioiden. Työelämä monimuotoistuu eikä kokoaikainen työ enää ole tyypillisintä. Opiskelijoita voi hyvin rohkaista ja ohjata tarjoamaan työtään ja palveluitaan yrityksille ja käyttämään niihin laskutuspalveluita. Tällöin oman osaamisen myynti, ja verkostojen rakentaminen työelämään alkaisi jo opintojen aikana ja siirtyminen työelämään tapahtuisi jouhevammin.

## Osaamistarjous

Summauskerralla jokainen osallistuja laatii myös osaamistarjouksen. Osaamistarjous tiivistää osaamisen A5-kokoiselle paperille ja auttaa henkilöä jäämään yrittäjän mieleen tapaamisen jälkeen. Osaamistarjous korvaa pitkän ansioluettelon ja kertoo elämänhistorian sijasta tiivistetysti, mitä osaamista henkilö tarjoaa mahdolliselle työnantajalle.

Osaamistarjous pohjaa arvolupausajattelulle (value proposition), jonka avulla pyritään kertomaan, mitä arvoa henkilö pystyy osaamisellaan yritykselle tarjoamaan. Toisin sanoen mitä yritys henkilön osaamisesta hyötyy. Aikaa tähän käytetään 30 minuuttia. Mahdollisesti kesken jääneet osaamistarjoukset jokainen viimeistelee omalla ajallaan.

### Osaamistarjouksessa nostetaan esille

- mitä henkilö osaa
- esimerkki / esimerkkejä aikaansaannoksista
- ehdotus siitä, miten henkilö voi konkreettisesti auttaa yritystä
- loppuun konkreettinen ehdotus jatkosta "jos voimme tavata kahvin merkeissä, niin tuon mukani projektisuunnitelman..."
- yhteystiedot selkeästi

Viereisellä sivulla on esimerkki osaamistarjouksesta.



Iskevä aloituslauseeni / mottoni työnhaussa

Avainosaamiseni

Kuinka voin auttaa / tarjoan

Nimi

Puhelin

Sähköposti

LinkedIn



## Summauskerran päätös

Summauskerran päätteeksi osallistujia muistutetaan, kuinka tärkeää on valmistella oma osaamistarjous yrittäjälle ja pohtia myös omia työllistymisvaihtoehtojaan. On erittäin tärkeää, että osallistujat ymmärtävät oman osaamisen tarjoamisen mahdollisuudet kohdatessaan yrittäjän Haastepajan lopuksi Näyttämökerralla. Osallistujille korostetaan, että lisätietoa työllistymisvaihtoehdoista saa Haastepajan vetäjiltä missä tahansa vaiheessa.

Tiimejä ohjeistetaan valmistelemaan Näyttämökerralle kolmen minuutin myyntipuhe ja halutessaan lyhyt PowerPoint -esitys ratkaisuehdotuksestaan. Tärkeää on, että tiimi tekee vielä viimeiset valmistelut huolella ja sopii keskenään myyntipuheen esittäjän/esittäjät, sisällön, esitysmateriaalin ja mitä kukin tiimin jäsen tarjoaa yritykselle.





Myyntipuheen pitämistä Näyttämökerralla

## Näyttämökerta

Näyttämökerta on Haastepajan viimeinen vaihe. Aluksi yrityksen edustajalle kerrotaan miten haastetta on pajan aikana työstetty, minkälaisia vaiheita on käyty läpi ja minkälaisia tiimejä syntyi. Ennen tiimien esityksiä haastepajan vetäjä kertoo yrityksen edustajalle työllistämisen keinovalikoimasta, ja tämä on samalla tärkeää keratausta myös osallistujille. Näyttämökerran kesto on kolme tuntia.

## Ratkaisuehdotusten myynti yritykselle

Jokainen tiimi esittää ratkaisuehdotuksensa koko ryhmän edessä kolmen minuutin myyntipuheena. Taustalla voi näyttää puheen havainnollistamiseksi esimerkiksi lyhyen (1-2 dia) Powerpoint-esityksen. Myyntipuhe ei siis ole esitelmä vaan puhe, jota havainnollis-

tava esitys voi rytmittää taustalla (esim. kuvin, vain vähän tekstiä). Kaikki fokus on puhujassa (puhujissa) ja hänen (heidän) esittämässään ratkaisuehdotuksessa. Kaikkien tiimien esitysten jälkeen yrityksen edustaja kokoaa muutamalla sanalla mitä esityksistä jäi mieleen ja mitä palautetta hän haluaa antaa koko osallistujaryhmälle. Tämän jälkeen jokaiselle tiimille on varattu 15 minuuttia aikaa yrityksen edustajan tapaamiseen. Tapaamisen aikana voidaan käydä vielä tarkemmin ratkaisuehdotuksia läpi. Tärkeää olisi alustavasti sopia mahdollisesta jatkoyhteistyöstä tai ainakin jatkotapaamisesta. Tapaamisessa osallistujat voivat antaa yrityksen edustajalle etukäteen valmistellun osaamistarjouksen.

Haastepajan vetäjä voi osallistua tiimien ja yrityksen edustajien tapaamisiin. Hän voi viedä tarvittaessa keskustelua eteenpäin ja nostaa esiin mahdollisia jatkoyhteistyöaiheita. Myös tapaamisien kellottaminen on tärkeää, jotta jokainen tiimi saa oman aikansa yrityksen edustajan kanssa. Mikäli osallistujien/tiimien ja yrityksen edustajan välille syntyy kysymyksiä mahdollisista työllistymisen tavoista, Haastepajan vetäjä on paikalla vastaamassa kysymyksiin.



## Palautteet osallistujilta ja yrityksiltä

Näyttämökerran lopuksi Haastepajan vetäjä jakaa osallistujille (LIITE 2) ja yrityksen edustajalle (LIITE 3) palautelomakkeet. Osallistujien palautelomakkeissa tiedustellaan esimerkiksi mitä he ovat oppineet pajan aikana ja miten he kehittäisivät Haastepaja-mallia. Näin vetäjät saavat arvokasta tietoa, jonka pohjalta kehittää ja muokata Haastepaja-prosessia edelleen.

### Haastepajoissa kerätyn kirjallisen palautteen mukaan osallistujat ovat kokeneet saaneensa pajoista lisää taitoja ja osaamista:



- esiintymistaitoja
- tiimityöskentely- ja vuorovaikutustaitoja
- tuotekehitystaitoja
- innovointikykyä
- liiketoimintaosaamista
- argumentointi- ja puheenpitämistaitoja
- kykyä sparrata muiden ideoita
- valmiuksia yritystoiminnan analysointiin
- projektityötaitoja
- taitoa tunnistaa omaa osaamista
- ko. haasteeseen liittyviä alakohtaisia taitoja

### Yritysten antamaa kirjallista palautetta Haastepajasta:



"Haastepajan kautta syntyy yllättäviä ideoita ja yhteistyömahdollisuuksia, joita ei muuten edes osaisi etsiä. Ihmisiä tapaa (osaamis)aloilta, joita ei muuten osaisi yhdistää (yrityksen) toimintaan"  
ITfox Oy

"Parasta antia on saada monenlaista näkemystä ja osaamista yrityksen kehittämiseen ja olemassa olevien epäkohtien korjaamiseen. Hyötyä on meille ollut myös katsoa kokonaiskuvaa isommin kuin normaalisti arjen pyörittämisen keskellä ehtii tekemään."  
Bongo House Oy

"Meillä ei odotuksia ollut, joten kaikki ideat olivat pelkkää plussaa. Saatiin uusia näkemyksiä, kyseenalaistamista ja sparrailua."  
Stoorla Oy

## HAASTEPAJAN JÄLKEEN



### **Yksilösparraus**

Jokaisen Haastepajan jälkeen osallistujille tarjotaan mahdollisuus tunnin mittaiseen yksilösparraukseen. Yksilösparrauksen sisältö vaihtelee osallistujan tarpeen mukaan, mutta pääsääntöisesti sparrauksessa käydään läpi seuraavia sisältöjä:

- työnhaun asiakirjojen tarkistus, muokkaus ja ideointi (ansioluettelo, hakemus, työtarjous)
- työhaastatteluun valmistautuminen
- piilotyöpaikkojen etsiminen
- oman osaamisen tunnistaminen, myynti ja markkinointi
- työnhakumotivaation ja elämäntilanteen kartoitus  
-> tarvittaessa ohjaus soveltuviin palveluihin

Sparrauksessa käytetään motivoivan haastattelun periaatteita. Motivoivassa haastattelussa oleellista ei ole muodostaa analyysia tai diagnosoida asiakkaan ongelmia, vaan toimia ikään kuin peilinä tuoden asiakkaan ajattelu ja käyttäytyminen hänelle itselleen näkyväksi. Tällöin mahdollinen ristiriita arvojen ja toiminnan välillä nousee esille ja mahdolliselle muutokselle tulee tilaa. Asiakkaalla itsellään on vastuu päätellä, kuinka suuresta haasteesta on kysymys ja mitä sille on tehtävä. Sparrauskeskustelun tavoite on johtaa jonkinlaiseen konkreettiseen toimintasuunnitelmaan, jolla kulloinkin kyseessä oleva haaste kohdetaan tai siitä päästään yli. (Oksanen 2014, 71-73.)

Motivoivassa lähestymistavassa sparraaja:

- ilmaisee myötätuntoa
- vahvistaa asiakkaan pystyvyyden tunnetta
- kunnioittaa asiakkaan itsemääräämisoikeutta ja vastuuntuntoisuutta
- kuuntelee aktiivisesti ja reflektoi
- kysyy, miten asiakas näkee asian
- antaa tietoa, palautetta ja tekee yhteenvetoja
- osoittaa erot uskomusten ja tosiasioiden välillä
- vahvistaa myönteistä ja esittää vaihtoehtoja (Oksanen 2014, 72.)

## Jälkiseuranta

Haastepajaan osallistuneisiin yrityksiin ollaan järjestävän tahon puolesta yhteydessä kaksi kuukautta Haastepajan päättymisen jälkeen. Yritykseltä tiedustellaan sähköpostilla seuraavaa:

- Syntyikö pajaan osallistuneiden kanssa yhteistyötä? Millaista?
- Onko jotakin yhteistyötä parhaillaan vireillä? Millaista?
- Kaipaako vielä neuvontaa / apua Haastepajan toteuttajalta?

## Jälkisanat

Haastepaja sopii konteksteihin, jossa tarkoituksena on saattaa ihmiset työskentelemään tasa-arvoisesti uutta ideoiden. Osallistujat voivat olla toisilleen ennestään tuttuja tai täysin vieraita. Haastepaja-malli menetelmiseen mahdollistaa erinomaisesti heterogeenisen ja laajasti ikäjakautuneen ryhmän yhteistyön, mutta yhtäläillä sillä voidaan työstää ideoita eteenpäin esimerkiksi keskenään tutun työyhteisön sisällä. Haastepajan suunnittelu- ja valmistelutyö tulee tehdä huolella. Etenkin haasteen muodostamiseen kannattaa panostaa, jotta ideoinnin lopputulos palvelisi mahdollisimman laadukkaasti haasteen antajaa.

Haastepajan rikkaus on saada osallistujien ideat ja osaaminen esiin. Näin ollen menetelmä voi soveltua myös osaksi yritysten rekrytointiprosessia tai perehdytysohjelmaa. Muina käyttökohteina yritystoiminnassa voisivat olla tuote- ja palvelukehityksen määrittely- ja ideointivaiheet, joissa halutaan tuoda asiakas mahdollisimman lähelle alkusuunnittelua tai projektien käynnistysvaiheissa.

Haastepaja-malli sopii erinomaisesti myös työelämä- / yritysyhteistyön rajapintoihin oppilaitoksissa ja esimerkiksi korkeakoulujen projektiopintoihin.



## LÄHTEET JA LIITTEET



## Lähteet

Hägglom ym. 2013.  
Valmentajaksi valmentaminen -koulutus TAMKissa 2013: koulutuksen pilottiryhmän ajatuksia ja kokemuksia valmentajuudesta. Tampereen ammattikorkeakoulun julkaisuja.

Korhonen, M. & Koivula U M. (2018)  
Pelataan tulevaisuutta, TUTTU 6Aika -hanke.

Nummenmaa, A R. 2005.  
Henkilökohtainen ohjauskeskustelu. Tampere University Press.

Nummenmaa, A R. & Lautamatti, L. 2005.  
Ryhmässä ja yhdessä - opiskelun työprosessien ohjaus. Tampere University Press.

Oksanen, J. 2014.  
Motivointi työvälineenä. Jyväskylä: PS-kustannus.

Torfinn, S. 1997.  
Idepro-aidon osallistamisen työpaja. Innomieli Oy.

Torfinn, S. 1997.  
Vetäjän ohjeet. Idepro perusmalli. Innomieli Oy.

[www-dokumentti](#)  
Ideapakka www-sivut: <https://ideapakka.fi/blogi/perjan-tai-idea-walt-disney-unelmointi/>. Luettu 13.6.2018

## Liitteet

**LIITE 1 Työllistymisen keinovalikoima (8/2018)**

**LIITE 2 Haastepaja/Osallistujan palaute**

**LIITE 3 Haastepaja/Yrittäjän palaute**

## LIITE 1 Työllistymisen keinovalikoima (8/2018)

6Aika: Näyttämöt ja kasvunpajat -hanke

### Palkkatuki

Palkkatuki on työttömän työnhakijan työllistymisen edistämiseksi tarkoitettu tuki, jota TE-toimisto voi myöntää työnantajalle palkkauskustannuksiin. Palkkatuki on rahallinen korvaus siitä, että työnantaja saattaa joutua käyttämään tavallista enemmän aikaa työntekijän työnhajukseen. Palkkatuki on harkinnanvarainen ja perustuu työttömän työnhakijan palvelutarpeisiin. TE-toimisto päättää tuen suuruuden ja keston tapaus kerrallaan. Palkkatukea voidaan myöntää toistaiseksi voimassa olevaan, määräaikaiseen ja osa-aikaiseen työsuhteeseen sekä oppisopimuskoulutukseen. Työsuhteen voi aloittaa, kun palkkatuki on myönnetty.

Lisätietoa TE-palveluiden sivuilta: [www.te-palvelut.fi](http://www.te-palvelut.fi)

### Työkokeilu

Työkokeilun kautta voidaan selvittää ammatinvalinta- ja uravaihtoehtoja (mahdollisuus tutustua myös yrittäjyyteen) tai mahdollisuuksia palata työmarkkinoille. Työkokeilussa henkilö tekee työpaikalla yleisesti työsuhteessa tehtäviä töitä ja työkokeilun järjestäjä vastaa ohjauksesta ja valvonnasta. Työkokeilu voi kestää enintään 12 kuukautta, mutta samalla työnantajalla kuitenkin enintään kuusi kuukautta. Ennen työkokeilun aloittamista työkokeiluun osallistuva, TE-toimisto ja työkokeilun järjestäjä tekevät yhdessä kirjallisen sopimuksen. Työkokeilu ei ole työsuhde eikä sen ajalta makseta palkkaa. Työkokeilu ei kerrytä vuosilomapäiviä tai eläkettä.

Lisätietoa TE-palveluiden sivuilta: [www.te-palvelut.fi](http://www.te-palvelut.fi)

### Rekrytointikokeilu

Rekrytointikokeilun avulla työnhakijoiden ja työnantajien kohtaamista sekä työllistämiskynnystä pyritään madaltamaan. Vapaaehtoisuuteen perustuvaa rekrytointikokeilua voidaan hyödyntää yrityksissä, joissa on työtä tarjolla. Kokeilun tarkoituksena on arvioida työntekijän soveltuvuutta avoimeen tehtä-

vään ja kokeilua esitetään TE-toimistolle aina työnhakijan ja työnantajan yhteisenä ehdotuksena. Rekrytointikokeilu tähtää työsuhteen syntymiseen kokeilun jälkeen. Kokeiluun osallistuva on oikeutettu työttömyysturvaan ja kokeilu voi kestää enintään kuukauden. Kokeilu on työllistymistä tukevana palveluna määräaikainen ja voimassa vuoden 2017 alusta vuoden 2018 loppuun.

Lisätietoa TE-palveluiden sivuilta: [www.te-palvelut.fi](http://www.te-palvelut.fi)

## Osuuskunta, työosuuskunta

Työosuuskunnassa osuuskunnan omistavat jäsenet työskentelevät osuuskunnassa ja jäsenet ovat työsuhteessa osuuskuntaansa. Juridista määrittelyä työosuuskunnalle ei ole osuuskuntalaissa eikä työttömyysturvalaissa. Työosuuskunnan jäsenen asema palkansaajana säilyy, kun työsuhteen tunnusmerkit ja osuuskunnan työntajavelvollisuudet ovat samat kuin millä tahansa työnantajalla millaisessa tahansa työsuhteessa. Toimiviin osuuskuntaan voi hakea jäseneksi tai perustaa oman osuuskunnan.

Lisätietoa: [Pellervo -Seuran osuuskuntainfot \(YouTube\)](#)

## Laskutuspalvelut

Laskutuspalveluita tuottavat yritykset toimivat henkilöille hallinnon hoitajana (asiakkaan laskutus) ja maksavat tekijälle palkan/työkorvauksen. Palvelusta peritään %-osuus laskutushinnasta. Henkilöt markkinoivat työnsä itse ja hoitavat yhteydenpidon asiakkaaseen. Laskutuspalveluita on sekä osuuskuntamuotoisina että osakeyhtiöinä. Palvelunkäyttäjän kannalta ei ole merkitystä sillä, onko laskutuspalveluyritys osuuskunta vai osakeyhtiö. Lähtökohtaisesti laskutuspalvelun kautta työllistyvä on yrittäjä eikä palkansaaja. Työttömyysturva-ikäuden voi kuitenkin säilyttää niiltä päiviltä, kun työtä ei ole, jos työllistyminen katsotaan sivutoimiseksi, tai jos se kestää enintään kaksi viikkoa. Laskutuspalvelun kautta tehty työ ei kerrytä palkansaajan työssäoloa. Laskutuspalveluihin tuli paljon muutoksia vuoden 2017 aikana: Työttömyysvakuutusmaksuja ei enää peritä ja 1.5.2017 alkaen eläkevakuuttaminen siirtyi Työntekijän eläkevakuutuksen (TyEl) puolelta yrittäjän eläkevakuutuksen (YEL) puolelle.

Lisätietoa ja laskutuspalveluja:  
[www.eezy.fi](http://www.eezy.fi) [www.ukko.fi](http://www.ukko.fi) [www.odeal.fi](http://www.odeal.fi) [www.omapaja.fi](http://www.omapaja.fi)

## Vuokratyö

Vuokratyötä voi tehdä eri ammattialoilla ja se on hyvä keino kokeilla eri ammatteja. Vuokratyö voi olla kokoaikaista, osa-aikaista, määräaikaista tai vaki-  
tuista työtä. Vuokratyö on joustava tapa tehdä töitä, kartuttaa työkokemusta sekä verkostoitua. Vuokratyöntekijän palkka, erilaiset ilta- ja yötyölisät, ylityökorvaukset ja sairastajan palkka ovat samat kuin muillakin työntekijöillä, myös vuosiloma kertyy samoin perustein kuin muillekin työntekijöille.

Lisätietoa ja auktorisoidut henkilöstöpalveluyritykset:  
Henkilöstöpalveluyritysten liitto [www.hpl.fi](http://www.hpl.fi)

## RekryKoulutus

RekryKoulutus on yrityksen tarpeisiin räätälöityä (ammattitaitoisia työntekijöitä ei ole tarjolla eikä alan osaajia valmistu lähiaikoina) työnantajan ja työ- ja elinkeinohallinnon rahoittamaa koulutusta. RekryKoulutuksen tavoitteena voi olla perus-, lisä-, täydennys- tai ammatinvaihtoon tähtäävä koulutus. Koulutukseen sisältyy sekä tietopuolista opetusta että ohjattua työssäoppimista ja työharjoittelua. Koulutuksen hyväksytysti suorittaneet työllistyvät yritykseen. Työllistyä voi myös vuokratyövoimaa tarjoavaan yritykseen tai yrittäjänä toimeksiantosuhteeseen työnantajan kanssa.

Lisätietoa TE-palveluiden sivuilta: [www.te-palvelut.fi](http://www.te-palvelut.fi)

## Oppisopimuskoulutus

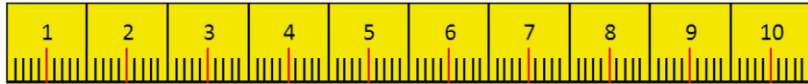
Oppisopimus on mahdollisuus kouluttautua uuteen ammattiin tai syventää osaamistaan omalla työpaikalla oppien. Oppisopimusopiskelijaksi hakeutuva hankkii omatoimisesti koulutukseen soveltuvan työpaikan tai sopii oman työnantajansa kanssa mahdollisuudesta aloittaa oppisopimuskoulutus. Oppisopimuksella voi suorittaa ammatillisen perus-, ammatti- tai erikoisammattitutkinnon tai tutkinnon osia. Noin 80 % opiskelusta on työpaikalla tapahtuvaa käytännönläheistä oppimista. Lisäksi opiskeluun kuuluu myös tietopuolista koulutusta, josta huolehtii alan oppilaitos. Oppisopimus perustuu määräaikaiseen työsopimukseen, jossa noudatetaan alan työehtosopimusta mm. palkan, koeajan ja vuosilomien osalta.

Lisätietoa: [www.oppisopimus.fi](http://www.oppisopimus.fi)

## LIITE 2 Haastepaja

### / Osallistujan palaute

1. Kuinka hyödylliseksi koit pajaan osallistumisen? (esim. osaamisen kehittyminen, markkinointi ja myynti, verkostoituminen, yritysten kanssa työskentely) Ympyröi mittanauhalla sopiva arvio.



Vain vähän hyödyllistä

Erittäin hyödyllistä

2. Oma osaaminen:
- A) Mitä osaamistasi/taitojasi hyödynsit pajan aikana?
- B) Millaisista osaamisesta/taidoista olisi ollut hyötyä pajan aikana?
- C) Mitä opit pajan aikana?
3. Toiko tiimi lisäarvoa lopputuotokseen? Ympäröi mielipidettäsi lähinnä oleva vaihtoehto. Voit perustella valitsemasi vaihtoehdon alle.

**Vähän** Tiimi ei hyödyntänyt tiimin koko osaamispotentiaalia

**Paljon** Kaikkien osaaminen vaikutti työn lopputulokseen

**Erittäin paljon** Lisäksi kokemus tuo lisäarvoa tulevaisuuteenikin

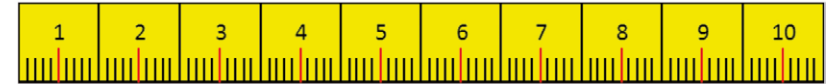
4. Minkälaista apua kaipaavat työllistymisesi edistämiseksi, millaisista palveluista olisi sinulle eniten hyötyä?

5. Muuta palautetta/kehittämissideoita/terkkuja?

## LIITE 3 Haastepaja

### / Yrittäjän palaute

1. Kuinka hyödylliseksi koitte pajaan osallistumisen yrityksen kannalta (saadut ideat, yhteistyömahdollisuudet)? Ympyröi sopiva arvio.



Vain vähän hyödyllistä

Erittäin hyödyllistä

2. Haastepajan toimivuus:
- A) Kuvailkaa muutamalla sanalla vastasiko Haastepaja odotuksianne?
- B) Mitä hyötyjä koette saaneenne yritykselle Haastepajasta?
- C) Miten voisimme kehittää palveluamme toimivammaksi?
3. Tuottivatko monialaiset osajatiimit hyödyllisiä uusia avauksia / ideoita / ratkaisuja, joiden pohjalta jatkatte mahdollisesti yhteistyötä? Voitte perustella valitsemanne vaihtoehdon alle.

**Vähän** Tiimit eivät tuottaneet juurikaan uusia, yritystä kiinnostavia avauksia / ideoita / ratkaisuja. Jatkoyhteistyöstä ei tässä vaiheessa keskusteltu.

**Paljon** Tiimit tuottivat hyviä avauksia / ideoita / ratkaisuja, joiden pohjalta mahdollisesti jatkamme yhteistyötä.

**Erittäin paljon** Tiimit tuottivat erittäin hyviä ja hyödyllisiä uusia avauksia / ideoita / ratkaisuja ja keskustelu tulevasta yhteistyöstä aloitetaan.

Muistiinpanoja





Näyttämöt &  
Kasvunpajat

