

This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Please cite the original version:

Barman-Geust, H. (2023). Småföretag får hjälp med digitalisering och grön omställning. *Bioekonomi-bloggen* 13.6.2023

CC BY 4.0



13.06.2023 | Kommentarer

Heidi Barman-Geust

Småföretag får hjälp med digitalisering och grön omställning

Dagens snabba och digitala värld har förändrat spelreglerna för företag av alla storlekar. Småföretagen har inte på något sätt undgått denna förändring. Att vara närvarande online har blivit nästan en nödvändighet. Genom att öka sin synlighet på webbplatser, sociala medier och andra digitala kanaler kan småföretagare nå en bredare publik. Men det är inte tillräckligt att bara finnas där. För att verkligen sticka ut och göra ett djupare intryck måste man vara personlig och kommunicera på ett genomtänkt sätt.

Ett exempel på ett projekt som stöttar småföretagare i deras gröna omställning och digitalisering är Myrsky. Genom att arrangera inspirationskvällar, workshops, mikrokurser och sparring ger projektet företagarna de verktyg de behöver för att navigera i den digitala världen. I maj och juni höll projektet en workshopserie om digitalisering specifikt riktad till livsmedelsföretagare i Österbotten. Genom dessa workshoppar fick företagarna lära sig om betydelsen av närvaro på sociala medier och hur man kan nå ut i bruset. De fick också insikt i hur sociala medier kan användas för att bygga upp sitt varumärke och locka till sig kunder.

En nyckelfaktor för framgång inom digitalisering är att ha en noggrant planerad och genomtänkt kommunikationsstrategi. Det är viktigt att först reflektera över varför företaget ska vara närvarande online, vad budskapet är, vilken målgrupp man vill nå, hur man kan göra det smidigt och när man bör göra det. Genom att planera sin kommunikation utifrån olika kategorier och skapa flera inlägg på en

gång kan man spara tid och samtidigt bibehålla kontinuitet och engagemang. Men det är också viktigt att vara personlig och framhäva det som gör företaget eller produkten unik.

En annan aspekt som togs fram under workshopparna var konsten att ta produktfotografier som väcker intresse och aptit hos kunderna. Genom att öva och få feedback på plats fick deltagarna chansen att förbättra sin kompetens och lära sig hur man kan skapa visuellt material till sina kanaler med en vanlig mobiltelefon och rekvisita man har hemma. En av de viktigaste lärdomarna som deltagarna fick var betydelsen av ett starkt och konsekvent varumärkesbyggande. Att ha en tydlig röd tråd i sin synlighet i den digitala världen är avgörande för att sticka ut och skapa ett minnesvärt intryck hos kunderna. Genom att kommunicera på ett konsekvent och genuint sätt kan småföretagare bygga förtroende och lojalitet hos sin målgrupp.

Att vara en småföretagare inom livsmedelsbranschen kan vara utmanande. Branschen är tuff, arbetet är tidskrävande och kan vara rätt så ensamt. Att på egen hand förbättra sin digitala kompetens kan vara svårt, och det är lätt att känna sig överväldigad av allt som behöver göras. Därför är det en stor fördel att projekt som Myrsky finns till hands för att erbjuda skräddarsydda workshops, kurser och handledning som kan ge småföretagare den hjälp de behöver för att navigera i den digitala världen.

Myrsky är ett samarbetsprojekt mellan åtta yrkeshögskolor i västra Finland. Projektet pågår under år 2023 och finansieras av anslagen från REACT-EU-instrumentet som en del av unionen åtgärder som vidtagits med anledning av covid-19-pandemin.



Hävkraft
från EU
2014–2020

Texten har granskats av Novias campusredaktion och publicerats 13.6.2023.

Granskat av Novias campusredaktion

Kategorier:

Granskat inlägg - Reviewed post