

# Osuuspankkilaiset rohkeasti some-oppien äärellä



Kirjoittajat

käynnistämässä digi-iltapäivää Juvalla. Kuva: Elina Ikonen, OP Suur-Savo

Paikallisuus on valttia sekä Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun Xamkin että Suur-Savon Osuuspankin toiminnassa. Yhteisenä tavoitteena on helpottaa ihmisten arkea – ja digiasiointia.

Xamk ja Suur-Savon Osuuspankki tekevät yhteistyötä osana Digitalia – digitaaliset aineistot käyttöön -hanketta. Yhtenä hankkeen tuloksena kehitetään yleiskäyttöinen tiedolla johtamisen käsikirja, joka avaa tiedon hyödyntämisen mahdollisuuksia, kehitysvaiheita ja tekniikoita. Paraskaan käsikirja ei kuitenkaan voi tarjota kaikille sopivaa ratkaisua. Tiedolla on aina oma konteksti.

# Kokeilemalla oppimista

Monet yritykset ovat edelleen tilanteessa, jossa digitaalinen ympäristö on hyvin pienen edelläkävijäjoukon vastuulla. Kokemuksemme mukaan hyödyt konkretisoituvat parhaiten siten, että ihmiset istuvat yhteisen pöydän ääreen tutustumaan tarjolla oleviin mahdollisuuksiin ja hyviin esimerkkeihin.

Tarvitaan erityisesti aikaa kuuntelulle, kohtaamiselle ja kysymyksille. Mitä tällä voi tehdä? Miksi meidän pitäisi kiinnostua siitä? Mitkä ovat hyödyt ja riskit? Uskallanko kokeilla?

## Vahvat paikalliset tahot yhteistyöhön

Aktiivisen digiarjen perusta nojaa valmiuksiin käyttää digitaalisia palveluja. Suur-Savon Osuuspankin Digimessut-kiertueella on muun muassa madallettu pankkilaisten kynnystä hyödyntää sosiaalista mediaa tiedon jakamisessa, myyntityössä ja asiakaskohtaamisissa.

Suur-Savon Osuuspankin vahvuutena on ymmärrys paikallisten ihmisten tarpeista. Pankki kannustaa henkilöstöään olemaan aktiivisia ja näkymään siellä, missä asiakkaatkin nykyään ovat. Digimessut osuivat ajallisesti erinomaisen hyvin yksin: pankilla oli tarve laajentaa henkilöstönsä some-osaamista ja projektiin saatiin näin paikallinen taho yhteistyökumppaniksi.

## Ole oma itsesi

Koulutukset ovat antaneet perusvinkit siihen, millä tavalla omassa digitekemisessä pääsee alkuun. Milloin olet viimeksi tarkistanut, mitä Google sinusta kertoo? Löydytkö, erotutko, onko sisältö asiallista?

Jokainen asiantuntija on jo nyt henkilöbrändi, halusi tai ei, ja samalla työpaikkansa lähettiläs. Monia huolestuttaa ajankäyttö. Ei kuitenkaan vaadi suurta vaivaa kuvata mitä tekee ja mistä innostuu – ja antaa nimelle myös kasvot.

Paikallisuus kytkeytyy vahvasti aitouteen. Digimaailmassa sillä tarkoitetaan usein sitä, että on läsnä omana itsenään. On hyvä johtaa tiedolla ja tiedostaa, millainen sisältö myy.

Mutta liian ”muovinen” ja algoritmeja varten optimoitu sisältö koetaan myös luotaantyöntäväksi.

## Vähemmän voi olla enemmän

Vapaammallekin tekemiselle on siis tilaa. Osuuspankin vakuutusmyyjä **Katja Kurkinen** käy oivallisesti esimerkiksi. Tuhansilla Twitter-seuraajillaan hän on yksi suosituimmista pankkilaisista. Vain pieni osa viesteistä liittyy myytäviin tuotteisiin ja palveluihin. Kurkinen on paljastanut muun muassa maustekaappinsa sisällön ja ottanut kantaa suomuraimen oikeaan käyttönimeen. Aktiivinen läsnäolo ja näkyvyys on tuonut muiden hyötyjen ohella lisää myyntiä.

Ja kuten sosiaalisen median työpajoissa kuultiin, vähemmän somea on enemmän. Sosiaalinen myynti on mahdollisuuksien luomista, tutummaksi tulemistä ja luottamuksen herättämistä, mutta se ei tee tyhjäksi vanhaa viisautta: henkilökohtainen tapaaminen on usein ylivertainen tapa vaikuttaa.

## Digitalia – digitaaliset aineistot käyttöön

Hanketta rahoittaa Etelä-Savon maakuntaliitto Euroopan aluekehitysrahastosta

Toteuttajat Xamk, Kansalliskirjasto ja Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti

Kokonaisbudjetti on 958 000 euroa, kesto 1.8.2017 – 31.7.2019

Digitaalisen tiedonhallinnan tutkimus- ja kehittämiskeskus Digitalia on perustettu kesällä 2015