



FESPA NEWS

FESPA FINLAND ASSOCIATION

JÄSENLEHTI 4 | 2017

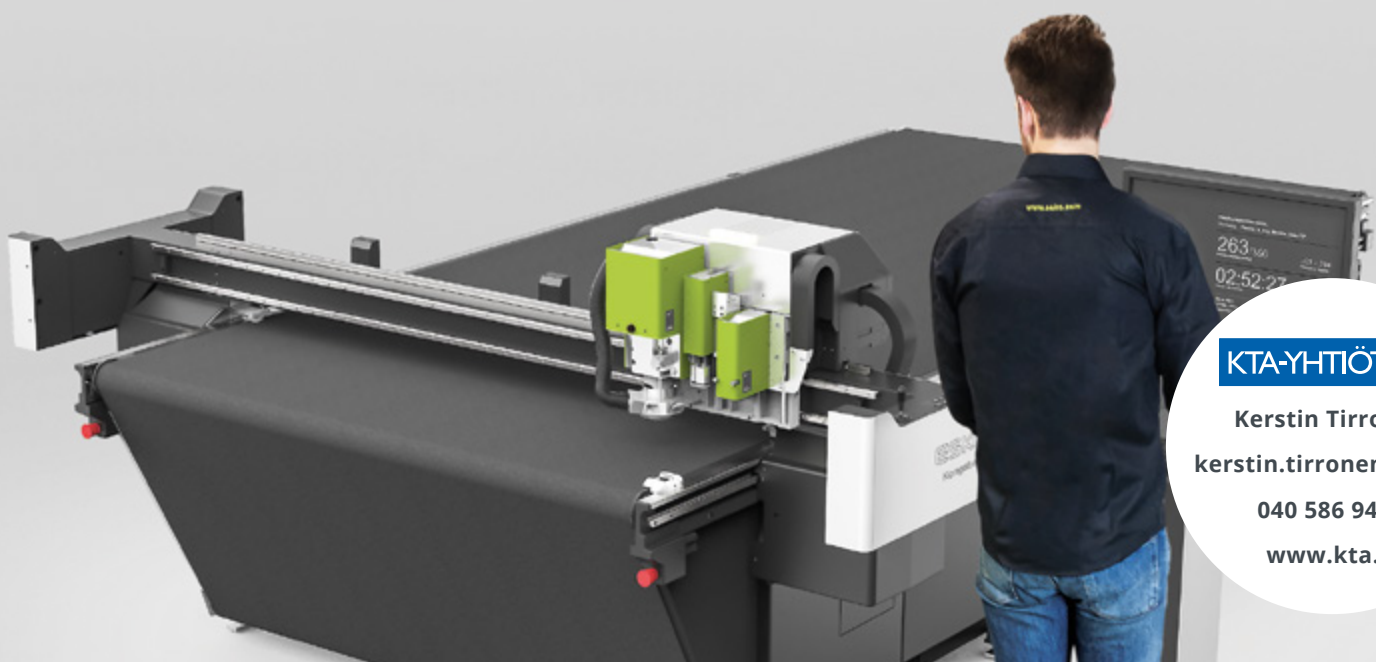


*Toivotamme kaikille lehden lukijoille
hyvää joulua ja menestystä vuodelle 2018!*



2	Sisällysluettelo
3	Puheenjohtajan palsta
4	Kiveen kirjoitettu elämäntyö
8	Täydellinen sähköposti - 8 oppia parempiin meileihin
10	Toiminnanjohtajan palsta
12	Lähettiläät LinkedInissä verkottuvat, viestivät ja vaikuttavat
15	Fespa Awards 2018 -kilpailu
17	Kuinka varttua 40-vuotiaaksi yritykseksi
19	Koulutus tuottaa ammattitaitoa ja hyvinvointia
23	Vieraskynä
24	Yritysesittelyssä Digiheitsu

VIIMEISTELY YKSINKERTAISTETTUNA



KTA-YHTIÖT OY

Kerstin Tirronen

kerstin.tirronen@kta.fi

040 586 9404

www.kta.fi

Ota tuotannon jälkikäsittely hallintaasi! Tehosta tuotantoasi ja turvaa tuloksesi. Uusien Esko Kongsberg leikkuupöytien tuottavuus ja joustavuus vastaa tämän päivän sekä huomisen

tarpeisiin ja älykkäät ohjelmistoratkaisut viimeistelevät koko suurkuva- ja pakkaustuotannon työnkulun.

Esko: Viimeistely yksinkertaistettuna.



PUHEENJOHTAJAN PALSTA

Historian opettajani lukiossa kertoi mistä tulee sana historia. Hänen versionsa aiheesta oli ”his story” eli hänen tarinansa. Nykymuotoon muutettuna historia on niin kuin se kirjoitetaan –ei välttämättä juuri niin kuin se on tapahtunut. Tässä numerossa meilläkin on mukana asiaa ja tarinaa siitä, mitä on aiemmin tapahtunut. Graafisen alan historiaa ja varsinkin lähihistoriaa ei ole kovin paljon tallennettu, mutta onneksi sentään jotain on tallessa. Meillä on **Seripainoliiton** tallentamista tavaroista, lahjoista, kuvista ja dokumenteista koostuva arkisto. Meillä oli ilo vierailla **Pentti Hiltusen** kotona hiljattain ja saada häneltä arkistoomme todella hieno lisä graafisen alan töitä ja aineistoa. Saadussa aineistossa on paljon sellaistaakin, joka saattaa kiinnostaa laajemminkin. Kiitos Pentille loistavasti tallennetusta aineistosta, jossa hänen rautainen ammattitaitonsa ja osaamisensa näkyy. Hänen tyttärensä Heidi jatkaa isän jalanjäljillä **Marvacossa**. Tämän lehden kansikuvassa on Pentin aineistosta otettu joulukortti ja se kuvastaa hyvin sitä suurta työmäärää ja huolellisuutta, joka ennen tarvittiin aineistojen painokuntoon saattamiseksi.

Oma historiani painoalalla alkaa 8-vuotiaan muistikuvilla, kuinka kesällä koulusta lomalla ollessani pääsin Noormarkkuun **Nelostuotteen** tuotantoon notkumaan. Ei onnistuisi nykyään, menisi lapsityövoiman puolelle! Varsinaiset keksätyöt alkoivat 13-vuotiaana seripainajana ja sillä tiellä ollaan edelleenkin, tekemisen halu on ollut kova. Opiskeluiden jälkeen olin noin 10 vuotta eri tehtävissä maahantuojalla ja sain tutustua monipuolisesti sekä kotimaan että Baltian maiden painoalaan, jotka olivat silloin asiakkaitani.

Minun tarinaani ei olisi ilman perhettäni, sillä isoisäni **Aarne Heljakka** perusti **1967** perheyhtiön nimeltä **Nelostuote** Poriin. Kantavana voimana oli perheen neljä poikaa ja tyttäriä. Firman nimi tuli kuulemma poikien lukumäärästä, tyttären kun joku kumminkin veisi pois jossain vaiheessa. Siitä kun **Kimble**-peliä alettiin valmistamaan on siis kulunut 50 vuotta ja autotallista alkanut matka jatkuu edelleen vahvana. Pelejä valmistetaan nykyään **Tactic Games** -yhtiön nimellä ja muut painamiseen liittyvät toiminnot ovat muissa yhtiöissä. Yritysyhdyämme liikevaihto tänä vuonna on noin 55 miljoonaa ja kasvaa mukavasti. Vietämme **50-vuotisjuhlia** hyvästä syystä ja samoin teki **Seri-Deco**, jonka hienot 40-vuotisjuhlat olivat lokakuussa.

Melkoinen juhlavuosi tästä on tullut. Onnittelen ja kiitän myös kaikkia yhteistyökumppaneita, jotka ovat sitkeällä työllä olleet rakentamassa alaamme ja Suomea. Meillä on paljon hyviä syitä juhlia ja onnitella toisiamme juuri nyt!

Rauhausaa Joulunaikaa ja menestystä vuodelle 2018!

Juha Heljakka



TÄMÄN LEHDEN TEKIVÄT:

JULKAISIJA: Fespa Finland ry

PÄÄTOIMITTAJA: Juha Heljakka

LEHDEN TOIMITUS JA OSOITE: Fespa Finland ry, c/o Brand ID, Kasarminkatu 23 A 14, 00130 Helsinki

TAITTO JA SIVUNVALMISTUS: GRAFIKYARD DESIGN & PRODUCTION, www.grafikyard.fi

PAINOPAIKKA: Brand ID Oy

ILMOITUSMARKKINOINTI: Fespa News



www.fespa.fi



*Jokaisella ei olekaan kotona
reprokameraa tai jos on, niin ei
Penttiin osaamista. Alka veikko!*

KIVEEN KIRJOITETTU *elämäntyö*

Pentti O. Hiltunen, 85, teki elämäntyönsä kirjapainoalalla. Eläkepäivillään hän on koonnut arvokkaan typografiakoelman, laatinut kalligrafianäyttelyn ja tehnyt taidetta.

Alan uranuurtajan oma ura alkoi karttalaituksen kivipainossa 1947. Nuoren keltanokan mieleen syöpyivät häntä opettaneen faktorin sanat: ”Piirrä vaikka kirjain päivässä, mutta siitä pitää tulla hyvä. Ellet kykene, on turhaa jäädä alalle. Nopeus kehittyy sitten myöhemmin.”

– Tuolloin määräävä arvo oli työn laatu, nopeus oli vasta toisella sijalla. Nykyaikana asiat ovat monasti ikävä kyllä päinvastoin, konkari pohdiskelee.

Kivipainojen litografioppilaita valvoi ja opasti ammattitaitoinen oppi-isä. Lisäksi oppilaiden tuli käydä iltakouluna **Ateneumin** kolmivuotinen taideteollinen kurssi.

– Pääaineina olivat piirtämisen tekniikat ja tekstaus. Ateneumin harjoitustyöt vedostettiin kivipainon koevedostusprässillä.

Viisikymmentäluvun lopulla litografi Hiltunen tuli valinnan eteen: alkaako itsenäiseksi yrittäjäksi.

– Tällöin työtyyppi oli etikettien, hintalappujen, turistimerkkien ja muiden vastaavien värien puhtaaksi piirtäminen painokuntoon pääosin silkkipainoille.

Tästä alkoi 45 vuotta jatkunut Lito kuva -nimisen repropalvelulaitoksen toiminta.

Jättifilmejä Marimekolle ja Vuokolle

Yritykseen hankittiin ylisuuri projisointikamera ja kehityskoneita, joilla voitiin valmistaa suuria julisteita ja jopa 132x330-senttisiä filmejä maantietaulujen painatusta varten. Yhdeksänmetrisen maantiejättitaulun neliväriefilmien valmistus edellytti 100 neliötä filmiä,

KIVEEN KIRJOITETTU

elämäntyö



Ladonta ja painopinnan valmistusta vanhaan hyvään aikaan.

jonka ripeä reprokuvaaja valotti ja kehitti yhdessä työpäivässä.

Suuria filmejä valmistettiin myös tekstiilipainoille, muun muassa **Marimekon** taiteilijoille ja **Vuokko Nurmesniemelle**. Yhteistyötä tehtiin myös monien Arabian keramiikkataiteilijoiden kanssa.

Kätevä oikopolku säästi aikaa

Perinteisten reprokuvauslaitteistojen lisäksi Lito-kuvan toimintaan lisättiin studiokuvauskalustoksi jämerä Sinar-laa-kafilmikamera. Kalustoon kuului myös tehokas takavalojärjestelmä.

– Uudella kalustolla alettiin tehdä tuotekuvauksia suoraan ilmoituksen 1:1-kokoon. Samalla valotettiin taustat syviksi. Taustan poiston ennakkoinnin lisäksi välttyttiin normaalilta paperikopioi-

den tekovaiheelta, kun originaalinelätiivikuvausten valotukset mitattiin tarkasti spot-valotusmittarilla tai Sinarin filmitason pistemittarilla. Näin alkuperäiseen negatiiviin saatiin suoraan rasteritoiston densiteetti-arvo.

Tämä oikopolku lyhensi tuotantoprosessia ja toi paremman toiston huippuvaloihin ja tumman pään sävyihin.

Painovärien määrä yli kymmeneen

Suuresta kuvakoosta oli apua tuotekuvauksessa. Näin voitiin kuvata esimerkiksi neljä kenkää rinnakkain A4:n tuotesitteen lopulliseen ryhmitukseen, jolloin 20 kenkää edellytti vain viisi kuvasta.

– Näiden kahdenkymmenen ken-
gän taustojen poistaminen takavalova-



lotuksella vei aikaa vain viisi sekuntia. Neljä negatiivia asemoitiin yhteen jolloin päästiin rasteroimaan koko arkki ja lisäämään vielä ääriiivakorostus lisävalotuksena. Repropalvelut monipuolistuivat myös mainostoimistojen ja tunnettujen mainosgraafikkojen kanssa kiinteäksi yhteistyöksi sekä taidegraafikoiden serigrafiaerotteluiden valmistukseen joissa kuvakohtaisia painovärejä saattoi olla yli kymmenen.

Tone-Line paransi laatua

Kohopainomenetelmän aikana päivälehtien kuvanlaatu ei ollut kovin laadukasta. Syynä oli harvahko rasteritiheys. Nelivärikuvia ei vielä käytetty, mutta yksittäisiä lisävärejä oli muutamia.

– Tähän vaiheeseen osui **Kodakin Tone-Line** -menetelmä, jolla vastamäkin läpi pyörivällä valotuksella saatiin pitkäpiirtoisia kovakopioita. Lisäämällä tähän rasterointi osavalotuksena saatiin piirrokkaita rasterointeja. Tästä alkoi reprovaiheessa valokuvausmenetelmän ääriiivakorostuksen käyttö, joka paransi paljon kuvien piirtokykyä ja laatua.

Hiltusta on aina ajanut eteenpäin tiedonjano. Laadun parantamiseksi hän halusi perehtyä eri painomenetelmiin ja osallistui moniin koulutuksiin ja seminaareihin. Lisäksi hän on luennoinut muun muassa Markkinointi-instituutissa ja Adultan koulutuskeskuksessa.

Kirjainten ja anfangien restaurointia

Eläkepäivinään kirjapainoalan tervaskanto on restauroinut vanhoja kirjasi-



mia, anfangia ja koristeita. On sovittu, että aikanaan typografiakokoelma siirtyy **Päivälehd**en museoon. Lisäksi Hiltunen on koonnut arvokkaan kalligrafianäyttelyn, joka on ollut laajalti esillä pääkaupunkiseudun kirjastoissa.

Hiltusten koti Vantaalla muistuttaa taidegalleriaa: seinille on ripustettu isännän luomia öljyväritöitä ja serigrafioita. Aikanaan tämä laaja-alainen taiteenystävä piti myös kalligrafiatekstauskurseja taidekouluissa ja kansalaisopistoissa. Kuntoliikunta kuuluu edelleen ikämiehen päivärutiineihin.

Pentti Hiltunen ja hänen vaimonsa sekä Minna Pettersson. Pentillä valopöydällä työn alla monivärierotteluita eri tauluista serigrafiaa varten.



TÄYDELLINEN SÄHKÖPOSTI

- 8 OPPIA PAREMPIIN MEILEIHIN

KIRJOITTAJA SUVI JOENSIVU / VENUU.FI

20-50 päivässä. Sen verran sähköposteja sinäkin todennäköisesti lähetät. Mutta oletko ikinä kiinnittänyt huomiota siihen, minkälaisia meilisi ovat?

Sähköposti on tehokas kanava asiakkaiden, tuttujen ja prospektien tavoittamiseen. Kunhan meilit on kirjoitettu hyvin. Hyvän meilin kirjoittamiseen on muutamia vinkkejä, jotka kerron tässä artikkelissa. Tämän luettuasi sinäkin lähetät sähköposteja, jotka luetaan, joihin vastataan ja jotka saavat ihmiset toimimaan.

1. PIDÄ MEILI LYHYENÄ

Tee näin: Tiivistä viesti 3-5 lauseeseen. Lyhyen viestin lukee helposti bussissa, jonossa tai vessassa. Ja siihen on vaivatonta vastata.

Sähköpostit luetaan nykyään useammin puhelimella kuin tietokoneella. Säästä vastaanottajasi turhalta skrollaamiselta.



2. JOS SINULLA ON PALJON ASIAA, JAA SE VISUAALISESTI

Tee näin: Käytä bullet pointteja, numerointia tai väliotsikoita.

Jaa viestisi boldatuilla väliotsikoilla, numeroi kohdat tai listaa ydinasiat viestin loppuun. Lue teksti läpi vielä ennen lähetystä ja karsi pois kaikki ylimääräinen.



3. OTSIKKO RATKAISEE, LUETAANKO VIESTISI

Tee näin: Ideoi mielenkiintoinen ja kuvaava otsikko. Erityisesti silloin, kun lähetät viestin uudelle kontaktille.

Toimistotyöntekijä vastaanottaa päivässä keskimäärin 120 viestiä. Haluat, että sähköpostisi erottuu muiden 119 viestin joukosta.

Toimivat otsikot:

- ovat lyhyitä
- voivat sisältää kysymysmerkin
- herättävät kiinnostuksen meilin sisällöstä
- eivät tunnu mainosmaisilta



4. JOS HALUAT VASTAUksen, LOPETA KYSYMYKSEEN

Tee näin: Jos haluat vastauksen, kysy kysymys lopussa tai se jää vastaamatta. Jos haluat toimintaa, lopeta viesti kehoitukseen (call-to-action).



VENUU.FI on Suomen ja Ruotsin suurin tapahtumatilojen varauspalvelu, josta löydät ja varaat helposti tilat kokouksiin, juhliin, saunailtoihin ja muihin tilaisuuksiin.

Sähköposti on Venuun liiketoiminnan ytimessä ja meilien metodologiaa on hiottu armottomasti. Tuhansien lähetettyjen sähköpostien jälkeen on hioutunut 8 teesiä parempiin sähköposteihin.

5. VAIN YKSI KYSYMYSMERKKI

Tee näin: Kysy viestissä vain yksi kysymys. Jos haluat kysyä useamman asian, odota ensin, että saat vastauksen ensimmäiseen kysymykseen ja kysy toinen kysymys vastausviestissä.

Mitä useampi kysymys, sitä todennäköisemmin et saa vastausta yhteenkään niistä.



6. EI VASTAUSTA? LÄHETÄ MUISTUTUS.

Tee näin: Muistutusviesti toimii, jos pidät sen lyhyenä tilanetsekkauksena tai tuot viestissä jotain lisäarvoa.

Mieti omaa arkeasi: saat viestin. Olet vastaamassa siihen ihan just. Sitten havahdut asiaan seuraavan kerran, kun saat muistutuksen. Ja muistutusviestiin vastaat, koska et enää kehtaa jättää asiaa roikkumaan.

Jos ensimmäinen muistutusviesti ei tuo vastausta, lähetä vielä toinen ja kolmaskin.



7. PIDÄ TYYLI RENTONA JA HENKILÖKOHTAISENA

Tee näin: On kaksi asiaa, joista kaikki ihmiset tykkäävät: huumorista ja oman nimen kuulemisesta. Käytä niitä.



8. ÄLÄ LÄHETÄ TURHIA SÄHKÖPOSTEJA

Tee näin: Käytä Whatsappia, Facebook Messengeria, Slackia, Flowdockia, soita, pidä pikapalavereita tai muita vähemmän kuormittavia tapoja. Pidä myös korkea kynnyksinä, että lisää ihmisen cc-kenttään.



JOS ASIALLA ON KIIRE, SUOSITTELEMME SOITTAMISTA.





TOIMINNANJOHTAJAN PALSTA

Syksy on jo kääntynyt talveksi ja pimeyttä kohti mennään enää muutamia viikkoja - Jihaa! Toivottavasti päästään täällä eteläskin nauttimaan edes hiukan lumen tuottamasta valoisuudesta. Tervetuloa mukaan FESPA Finlandiin uusin jäsenemme **Tredu** Tampereelta – heistä lehdessä lisää.

Helmikuun alkupuolelle järjestämme iltapäiväseminaarin illallisen kera. Laitamme ohjelmasta lisätietoa kun saamme kaiken vahvistettua piakkoin. Paljastamme kuitenkin, että viimeksi seminaarissamme puhunut **Jari Parantainen** jatkaa seuraavalla aiheella, sillä hän sai huippuarvosanat osallistujiemme palautteesta ja oli erittäin pidetty! Tästä tulee lisää sähköisessä muodossa sekä nettisivuillamme.

FESPA Berlin –messumatkan järjestämme **15.-17.5.2018**. Kalenterimerkintä ja ilmoittautuminen kannattaa tehdä jo nyt, matkat on yleensä myyty aina loppuun. Matkalla on jälleen yhteisillallinen sekä mielenkiintoinen yritysvierailu, joten matka antaa taas enemmän kuin tavallinen messumatka! Tervetuloa mukaan messumatkalle!

CENSUS-tutkimus on kattojärjestöme suurkuva- ja tulostusalan maailmanlaajuinen tutkimus. Meidän jokaisen pitää osallistua ja antaa vastaukset nyt – aikaa on enää vain vuoden loppuun. Jos et vielä ole vastannut tai tunsit piston sydämessäsi niin mene välittömästi sivuillemme **www.fespa.fi** ja ole mukana tuottamassa tietoa omaan käyttöömmee! Ole hyvä ja vastaa Suomalaisten koodilla ACN09. Kiitos paljon, että vastaat!

Kiitos lehden sisällön tuottamisesta menee tällä kertaa **Pentti Hiltuselle, Johanna Tuutille, Suvi Joensivulle** venuu. **fi:stä, Seri-Decolle, Tatu Rinteelle Granosta, Kari Pakkaselle Tredusta, Juha Heljakalle, Maiju Junkolle** sekä tietysti mainostajillemme.

Lisäksi toivotamme onnea vielä **40-vuotiaalle Seri-Decolle** sekä **Pixmillille** ja **Brand ID:lle**, jotka molemmat täyttivät 10 vuotta.

Viihtyisiä hetkiä lehden parissa ja hyvää joulun odotusta!

Minna



LIITY NYT FESPA FINLANDIN JÄSENEKSI!



Lähetä yrityksesi tiedot osoitteeseen:

minna.pettersson@fespa.fi

puh. 040 7465 465

TERVETULOLO MUKAAN!

JÄSENMAKSUT v. 2017

1 hlö yritys	250 €
2-5 hlö yritys	350 €
6-10 hlö yritys	450 €
11-20 hlö yritys	650 €
21 < hlö yritys	980 €

SINULLAKIN ON MAHDOLLISUUS TUOTTAA TULOKSIA

OSALLISTU PRINT CENSUS -TUTKIMUKSEEN!



Tavoitteenamme on saada tarpeeksi vastauksia Pohjoismaista, jotta saamme tuotettua tietoa, joka on meille suomalaisille merkityksellistä – ole siis mukana!

FESPAn tavoitteena on saada eri painoalojen edustajia (mm. suurkuva, seri ja digi) vastaamaan kyselyyn, joka julkaistaan Berliinin FESPA messuilla vuonna 2018.

Tutkimustulokset antavat meille kaikille arvokasta tietoa alastamme sekä tilastoja lyhyen-, että keskipitkän aikavälin kehityksestä. Globaalit trendit ovat yleensä selkeästi nähtävillä – etähän halua menettää elämäsi tilaisuutta yrityksen/alan kasvun suhteen.

PYSY MUKANA MENOSSA!

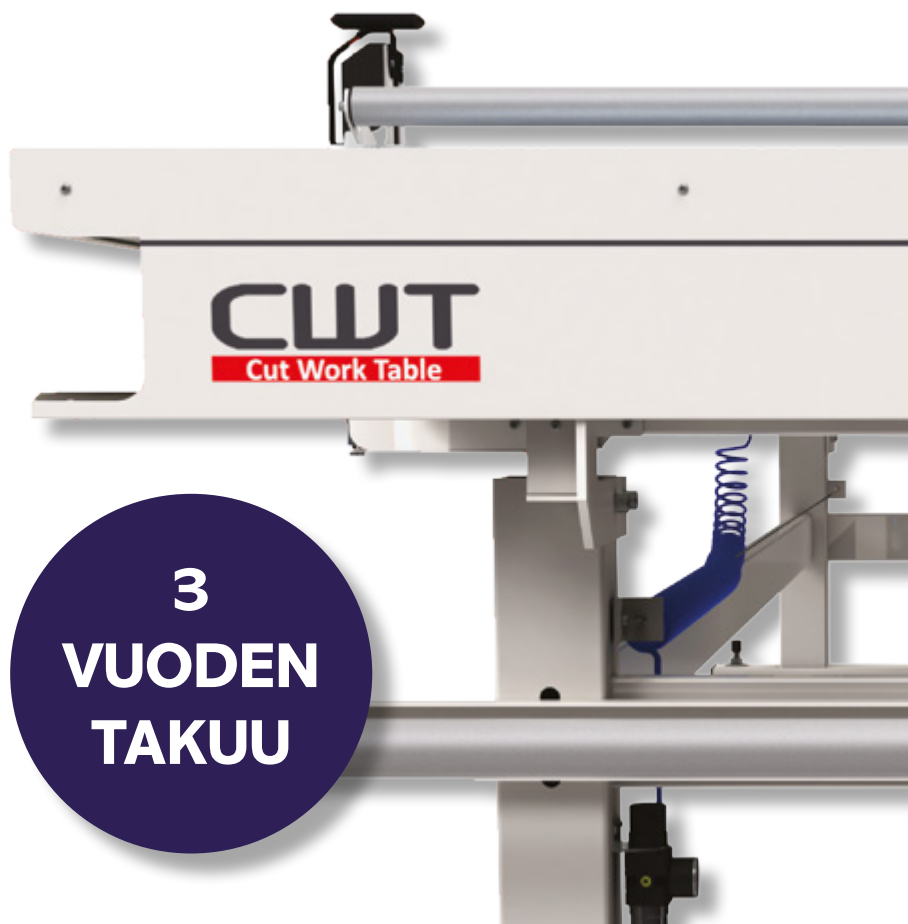
VOIT OSALLISTUA OSOITTEESSA:
www.fespa.com/completemycensus
tai oheisella QR-koodia.

Suomalaisten oma koodi
tutkimukseen on **ACN09**.



Kyselyyn vastaaminen kestää noin 15 minuuttia ja vastaajien kesken arvotaan palkintoja. Mm. ipadejä....

FESPAn jäsenenä sinulla on vapaa pääsy tutkimustuloksiin niiden julkistamisen jälkeen. Jos et ole vielä FESPAn jäsen niin voit vastata kyselyyn ja liittyä myöhemmin.



CWT – kun laatu,
hintaa, design,
toiminnallisuus
ja palvelu
ratkaisevat!

Kysy yhteyshenkilöltäsi lisää
CWT:n tuottavuutta lisäävistä
laminointeista ja lineaari-
leikkureista!

Puh. 0201 800 200
asiakaspalvelu@antalis.com
www.antalis.fi

antalis TM
Just ask Antalis

Lähettiläät LinkedInissä verkottuvat, viestivät ja vaikuttavat

Oletko huomannut, että ammatillisen LinkedIn-verkottumispalvelun käyttö Suomessa on räjähtänyt uudelle tasolle viimeisen puolen vuoden aikana? Kanavassa virtaa keskustelua ja ajatusten vaihtoa trendeistä, tapahtumista, palvelutarjoajista, uutuuksista ja innovaatioista ja työelämän ilmiöistä. Keskustelevat ammatillaiset rakentavat samalla ammatillista identiteettiään ja lujittavat yhteenkuuluvuutta heimoihinsa.

“Yrityksen kaikki työntekijät viestivät” -ajatus on viimeinkin lyönyt läpi ja ammatillaiset toimivat aktiivisesti yritystensä lähettiläinä. He kasvattavat suhdeverkostojaan ja puhuvat rohkeasti omalla äänellään ja tyylillään. He julkaisevat kuvia ja videoita ja linkkejä ja varustavat päivityksensä aihe-tunnisteilla, joilla sidosryhmät löytävät ne.

Hyödyt yritykselle

Mitä yritys hyötyy siitä, että sen työntekijät keskustelevat LinkedInissä? Yrityksen ammattilaisten osaaminen ja avoin ja yhdessä tekävä yrityskulttuuri tulee kaikkien nähtäväksi. Yrityksen kuulumiset, tulevaisuuden tapahtumat ja tuote-uutuudet leviävät sidosryhmien edustajille, vastaanottajan näkökulmasta luotettavinta kanavaa pitkin eli tuttujen ihmisten kesken. Sidoryhmäsuhteet lujittuvat, yrityksen tunnettuus lisääntyy ja brändi ja maine vahvistuvat. Markkinoinnille ja myynnille rakennetaan hedelmällistä maaperää.

Samalla yritys saa LinkedIn-profiileista ja keskusteluympäristöistä hyödyllistä tietoa asiakkaiden edustajista, yrityksistä, markkinoista, trendeistä, kilpailijoista. Lisäksi LinkedIn auttaa yrityksen henkilöstöä oppimaan uutta markkinoista ja työelämästä joka päivä ja pysymään ajan tasalla myös kansainvälisellä tasolla.

Henkilöbrändi ja vuorovaikuttaminen

Lokakuiseen FESPA Finland -seminaariin osallistuneet fespalaiset oppivat suunnittelemaan ammatillista henkilöbrändiä neljän peruskiven mallin avulla (Persoonal-

lisuus, Osaamiset, Suhteiden rakentaminen ja Työ, josta kiitetään) sekä saivat vinkkejä läsnäoloon ja vuorovaikutamiseen LinkedInissä. Lisäksi he arvioivat LinkedIn-profiilinsa, -verkostonsa ja -viestintänsä vahvuutta ja ideoivat mitä voivat tehdä entistä paremmin LinkedIn Social Selling Indexiä hyödyntämällä.

Vinkit LinkedIn-vuorovaikutukseen

- Tunne asiakaspersoonat ja heidän tavat vuorovaikuttaa LinkedInissä
- Rakenna henkilöprofiili, joka herättää kiinnostusta ja luottamusta asiakkaissa
- Rakenna verkostosi luottamusta herättävällä tavalla
- Vaali kahdenvälisiä suhteita Messaging-kanavassa
- Endorsaa (suosittele) verkostosi jäsenten taitoja, he endorsaavat takaisin
- Kirjoita suosittelutekstejä kanssasi töitä tekeville, ja pyydä niitä itselle
- Keskity sidoryhmiesi palvelemiseen osaamista ja merkityksellisiä sisältöjä jakamalla
- Käynnistä keskusteluja asiakkaita kiinnostavista aiheista
- Viesti kuvin ja videoin huippuhetkistä – sinun, tiimisi, yrityksesi
- Kun olet tapahtumassa, kiteytä oppimistasi asioista yhteenvetoja verkostoillesi
- Vaikuttajana ota käyttöön Articles (LinkedIn-bloggaus)
- Kun markkinoit, tee se asiakkaille arvoa tuottavilla laadukkailla sisällöillä
- Rakenna omaa heimoa ja yhteisöä pitkäjänteisesti

Aitous, uskottavuus, vuorovaikutus

Seminaarissa pysähdyimme myös pohtimaan henkilöbrändin arvoa tutkineen Johanna Strömsholmin päätelmiä (Aalto-yliopiston Corporate Communication -maisteriohjelman ansiokas Pro gradu -tutkielma: Stake-



*Kuva: Minna Pettersson
Kuvassa Johanna Tuutti
FESPA Finlandin seminaarissa*

holder perspective on personal brand value in social media).

Strömsholmin mukaan henkilöbrändin arvo sosiaalisessa mediassa syntyy siitä, että henkilöbrändiä rakentava kääntää katseen itsestä muihin ja on kiinnostunut osaamisen kasvattamisesta sosiaalisessa mediassa, vuorovaikutuksessa ja osana jokapäiväistä elämää. Hän keskittyy rakentamaan aidon, uskottavan ja samaistuttavan henkilöbrändin. Hänen tapansa vuorovaikuttaa ja luoda sosiaalista brändiarvoa keskittyy identiteetin vahvistamiseen, yhteisöllisyyden vahvistamiseen ja tiedon tarjoamiseen.

Seminaarin LinkedIn-sessiossa fespalaiset arvioivat myös oman LinkedIn-profiilinsa elementtejä. Inspiroivana esimerkkiprofiilina käytettiin fespalaisen Jouni Mykkäsen LinkedIn-profiilia. Tarkastelimme, miltä näyttävät korkealaatuisen vaikutelman luova käyntikortti (taustakuva, henkilökuva, otosikko, verkoston koko), näkemyksellinen ja kiinnostava asiakkaalle kirjoitettu esittelypuhe sekä vakuuttava työssä ja ihmisenä kehittymisen tarina (työkokemus, koulutukset, kiinnostukset ja vapaaehtoistyö) ja hyvin laadittu taitojen luettelo.

Fespan jäsenyritysten edustajat kysyivät, miten he voivat innostaa koko henkilöstön hyödyntämään LinkedIniä. Se tapahtuu suunnittelemalla ja toteuttamalla Lähettiläs-ohjelma. Jokainen organisaatio rakentaa Lähettiläs-ohjelman sen omien ihmisten, tarpeiden ja kulttuurin mukaan, tässä inspiraatiota!

Valmenna työntekijät lähettiläiksi

Ensimmäinen askel on miettiä, ketkä omassa organisaatiossa voisivat muodostaa Lähettiläs-ohjelman suunnittelu-tiimin. Esimerkiksi edustajat markkinoinnista, viestinnästä, myynnistä ja HR:stä muodostavat loistavan ryhmän. Johtoryhmäläinen sponsori kannattaa kutsua mukaan..

Nämä ihmiset voivat pitää puolen päivän työpajan, jossa he tutustuvat LinkedIniin, katsovat mitä kilpailijat siellä tekevät ja arvioivat oman organisaation toiminnan laatua ja aktiivisuutta.

Seuraavaksi määritetään tavoitteet. Myös se on hauska tehdä työpajamaisena yhteistyönä. Eri kehitysvaiheissa olevat yritykset painottavat eri asioita. Tärkeintä on lähteä strategiasta ja liiketoiminnan päätavoitteista. Yksi yritys painottaa tunnettuuden ja maineen vahvistamista, toinen sisältömarkkinointia, kolmas sidosryhmäsuhteita ja vastuullisuustyöstä viestimistä, neljäs työnantajabrändin rakentamista ja rekrytointia. LinkedInissä voi tehdä kaikkea: rakentaa suhteita, brändiä, rekrytoida, markkinoida, myydä, oppia.

Erilaiset menetelmät eri tarpeisiin

Kun tavoitteet ovat kirkkaat, edetään kehittämisen ja valmentamisen menetelmien määrittelyyn. Yhdelle yritykselle sopii kolmivaiheinen parin kuukauden pituinen ohjelma, toinen haluaa intensiivisen kaksipäiväisen bootcampin, kolmas ryhmässä tehtävän yhteisstartin ja sen jälkeen tehokkaita yksilöllisiä henkilökohtaisia sparrauksia. Neljäs yritys

haluaa rakentaa videoihin perustuvan e-oppimisympäristön, jossa henkilöstö voi oppia 24/7.

Seuraava tärkeä päävaihe on kerätä ja luoda yrityksen sisällöt valmennuksiin. Teemat ja aihetunnisteet, linkitettävät mediat, kuvat, infograafit videot, bloggaukset. Hyvät ennakkovalmistelut tekevät valmennustapahtumasta tehokkaan. Taustamateriaaleina voidaan käyttää ohjeistoja, kuten brändikirjaa ja sosiaalisen median opasta, jos niitä on olemassa. Linjauksia voidaan luoda myös osana prosessia.

Suunnitelmallisuus ja jatkuvuus varmistetaan kytkemällä tekeminen markkinointi- ja viestintäsuunnitelmiin ja tapahtumakalenteriin.

Innostavaa yhdessä oppimista

Nyt onkin aika kutsua lähettiläitä valmennuksiin ja klinikoihin! Kaiken pitää olla vapaaehtoista, innostavaa ja rentoa ryhmässä tekemistä totta kai. Mitä innostuneempia tiiminvetäjät ovat, sen dynaamisemmin eteneminen sujuu. Muutosagentte- jakin ja tutoreita voidaan nimetä. Ensimmäiseksi tarkistetaan profiilien starttivahvuudet ja asetetaan tavoitteet. Sit- ten vahvistetaan profiilit ja taitoluettelot ja suosittelut ja opi- taan henkilökohtaisin tervehdyksin tapahtuva tyylikäs ver- kottuminen. Tämän jälkeen otetaan haltuun keskustelut ja päivitykset, bloggaaminen ja tarinoiden kertominen.

Supervaikeuttajia (Evangelists) saattaa yrityksen riveissä jo olla, ja heitä kannattaa hyödyntää. Työntekijöistä kasvaa yri- tyksen lähettiläitä (Ambassadors) tai ainakin edustajia (Ad- vocates). He rakentavat henkilö- ja yritysbrändiä yhdessä toistensa kanssa, ristiintytkäämällä ja -jakamalla. Co-Bran- ding on mahtavaa!

Toiminnan tuloksia ja vaikutuksia seurataan ja toimin- taat kehitetään sekä LinkedIn-yrityssivun analytiikan että henkilöprofiilien analytiikan avulla. Markkinoilta löytyy myös yritystasoisia mediaseurannan työkaluja. Data yhdistetään markkinoinnin automaation kehittämiseen ja myynnin järjestelmiin.

Kun tekemisestä innostutaan toden teolla, niin yritys saa LinkedInistä tehokkaan työkalun päivittäiseen suhdetoi- mintaan, sidosryhmäviestintään, myyntiin ja markkinointiin. Yhdessä oppiminen on inspiroivaa ja hitsaa yhteen myös yri- tyksen tiimejä. LinkedInin ja sosiaalisten medioiden käyttö sisällytetään osaksi työpäivää ja päivittäisiä viestintätapoja.

Kun uuden oppimista halutaan nopeuttaa ja helpottaa ja kun omat resurssit eivät riitä suunnitteluun ja kehittämiseen, niin avuksi kannattaa kutsua Lähettiläs-ohjelmien strategi- nen suunnittelija ja viestintävalmentaja.

Lisätietoa Lähettiläs-ohjelmista ja siitä miten sytytät yrityksesi tarinankertojen inspiraation saat jutun kirjoittajalta!

Kirjoittaja:
Johanna Tuutti Viestintävalmentaja,
perustajaosakas ALTUsparks Oy
[linkedin.com/in/johannatuutti/](https://www.linkedin.com/in/johannatuutti/)



FESPA¹⁸
AWARDS
2018
Berlin

FESPA AWARDS 2018 -KILPAILU

Fespa messutapahtumien yhteydessä järjestetään Fespa Awards -kilpailu painotöille ja projektitoteutuksille. Tässä muutamia syitä, miksi tähän kilpailun kannattaisi osallistua.

Suomalaiset painoalan yritykset ovat melko laimeasti osallistuneet ylipäättään mihinkään kilpailuihin. Tällainen koetaan olevan epäsuomalaista henkseen paukuttelua, jolla ei ole todellista arvoa. Väärin.

1. EROTU KILPAILIJOISTA SAAMALLA KANSAINVÄLISTÄ TUNNUSTUSTA

Moni alallamme toimii vain kotimaassa, mutta kansainvälisessä kilpailussa menestyminen on osoitus siitä, että laadulla ja hyvällä idealla on paikkansa kansainvälisestikin. Koska niin vähän otetaan osaa näihin kilpailuihin, mahdollisuudet erottua muista ovat erinomaisia ja tätä voi käyttää myös markkinoinnissa.

2. KILPAILUN TUOMA NÄKYVYYS KANSAINVÄLISESTI ENNEN JA JÄLKEEN MESSUJEN NOSTAA YRITYKSEN HUOMIOARVOA VARMASTI.

3. VOIT KIINNITTÄÄ ASIAKKAIDESI HUOMION YRITYKSESI TUOTTAMAAN KORKEAAN LAATUUN, KOSKA YRITYS OTTAA OSAA KILPAILUUN.

4. KILPAILU ON MYÖS ONLINE-PALVELUSSA OSANA PEOPLE'S CHOICE AWARDA JA VOIT PYYTÄÄ ASIAKKAITASI ÄÄNESTÄMÄÄN YRITYKSESI TYÖTÄ JA TEHDÄ OVELAA MARKKINOINTIA.

5. KILPAILUTYÖT OVAT YLI 20000 MESSUVIERAAN NÄHTÄVILLÄ BERLIININ MESSUJEN AIKANA.

Ota asiakas mukaasi messuille, vie hänet katsomaan kilpailutöitä ja löytäkää yhdessä inspiraatiota uusiin hankkeisiin.

FESPA:n kilpailu on globaali riippumaton painotöiden kilpailu ja kilpailusarjoja on erikoistehosteista taidepainamiseen, ajoneuvomerkinnot- ja teippaukset, sisustus ja koristeluserja, teollisuus- ja funktionaalinen sarja ja muita. Meillä on hyvinkin monipuolisia tekijöitä, joilla on hyvät mahdollisuudet onnistua kilpailussa.

Kilpailusta löytää lisätietoa osoitteesta:
www.fespaawards.com

OSALLISTU 26. TAMMIKUUTA 2018 MENNESSÄ!
KILPAILUTÖIDEN TULEE OLLA PERILLÄ 21.2.2018 MENNESSÄ.

Toinen päivä maaliskuuta tiedetään jatkoon menijät, jotka esitellään FESPA:n Berliinin messuilla (15.-18.5.18.) Nettiäänestys Peoples Choice -palkinnosta alkaa 5. Helmikuuta 2018.

Voittajat julkistetaan gaala-illallisella 16.5.18 Berliinissä, johon Fespa Finland voi järjestää mahdollisuuden osallistua



MYYYDÄÄN

omistajan eläkkeelle siirtymisen vuoksi perinteikkään

Silkkipaino Mäkisalo Oy:n

silkkipainoliiketoiminta tai silkkipainokoneet apulaitteineen.

Yhteydenotot:

Arto Hietala, phone: +358 500 489500

arto@makisalo.com

Follow the red dot to better profitability

Marabu-tuotemerkki edustaa:

- Huippulaatuisia painovärejä
- Nopeampia ja parempia painotuloksia
- Parempaa kannattavuutta
- Enemmän toistuvia tilauksia
- Minimaalisen vähän valituksia ja reklamaatioita

If green is on your mind, think red.

Katso lisätietoja osoitteesta marabu.fi



Marabu



TEKSTI: JUHA HELJAKKA JA JUSSI HEINÄMÄKI

KUINKA VARTTUA 40-VUOTIAAKSI YRITYKSEKSI?

HARVA ALALLAMME TOIMIVA YRITYS ON TOIMINUT YHTÄ PITKÄÄN KUIN SERI-DECO.

Eero Leppä ja **Aulis Joronen** perustivat vuonna **1977** yrityksen, jonka liiketoimintaa oli mainos- ja seripainotarvikkeiden tukkukauppa. Tuosta vuodesta lähtien on **Seri-Deco** toiminut alalla ja mukana on edelleen alusta asti edustuksessa ollut **Avery** tuotteineen.

Maailma on muuttunut ympärillä ja niin on Seri-Decokin, kasvua on tehty orgaanisesti ja viime vuosina myös yritysostoin.

Seripainotuotteiden liiketoiminta myytiin toiselle toimijalle muutama vuosi sitten ja liiketoiminnan ytimen on muodostanut jo pitkään digitaaliset ratkaisut ja tietenkin materiaalit ja tarvikkeet. On ollut myös merkittävää, miten osaamiseen on panostettu ja Fespa Newsinkin sivuille on SD:n Juha Tarvainen kirjoittanut monta juttua. Asiakkaat varmasti arvostavat jatkossakin osaamista ja hyviä tuotteita, sellaisilla ratkaisuyhdistelmällä on yleensä tapana tarjota hyötyä.

Jotta otsikon kysymykseen voi vastata, on katsottava Seri-Decon tarinaa. Siihen on tullut säännöllisesti lisää edustuksia, on tehty panostuksia osajiin sekä tehty oikeita ratkaisuita. Seri-Deco on antanut myös arvokkaan panoksen Seripainoliitolle, nykyiselle Fespa Finlandille. Erityinen kiitos Jussi Heinämäelle viime vuosien panoksesta hallituksessa.

40-vuotisjuhlat

Seri-Deco järjesti näyttävät juhlat 10.11 Helsingissä ja paikalla oli runsaasti toimijoita alaltamme. Juhlissa viihdyttiin ja keskusteltiin innokkaasti nykyisten ja entisten kollegoiden kanssa. Fespa Finland antoi myös lahjan kiittäen menneistä vuosista ja tervehdyksen toivottaen menestystä tulevaisuuteen. Hyvät kemut ja paljon hyviä tyyppejä. Onnea vaan!



Tässä toimitusjohtaja Jussi Heinämäen teesit, mikä on Seri-Decon viimeisen viiden vuoden menestyksen resepti.

Oikeat ihmiset. Seridecolaiset muodostavat toimivan joukkueen, jota on ilo johtaa. Kun yritys on onnistunut oikeiden ihmisten rekrytoinnissa, moni johtamisen haaste ratkeaa ikään kuin itseksensä: kommunikaatio sujuu paremmin, ilmapiiri on rakentava, ideoita jaetaan ja tekemisen meininki on organisaation dna:ssa. Joidenkin seridecolaisten kanssa yhteinen tarina on kestänyt vuosikymmeniä, ja joidenkin osalta hieman vähemmän, mutta yhtä kaikki, yksikään Seri-Decon onnistuminen ei olisi tapahtunut ilman osaavia seridecolaisia.

Uudistuminen. Maailma ympärillämme on muuttunut ja muuttuu jatkuvasti, joten uudistuminen on yritykselle itsestään selvä varttumisen ehto. Uudistuminen ei puolestaan onnistu, jos epäonnistuminen pelottaa. Uudistuvan yrityksen on kokeiltava jatkuvasti erilaisia asioita ja silloin on selvää, että onnistumisten lisäksi edessä on myös epäonnistumisia.

Omistajuus. Pitkä ikä ei ole missään nimessä yritykselle itsetarkoitus. Yrittäjät haluavat yritystoiminnalta erilaisia asioita. Joskus kyseessä voi olla projektiluonteinen hanke, jonka hallinnointiin yritys on sopiva työkalu, ja joskus taas tavoite voi olla yksiselitteisesti yrityksen myynti muutaman vuoden aikahorisontilla. Seri-Decon omistajat ovat halunneet kehittää Seri-Decoa itsenäisesti ja pitkäjännitteisesti.

Johdonmukaisuus. Vaikka sattumallakin on merkityksensä, ilman johdonmukaista toimintaa varttuminen ei olisi ollut mahdollista. Seri-Deco on jo vuosien ajan johdonmukaisesti kehittänyt liiketoimintaansa strategiansa viitoittamalla tiellä.

Fespa Finlandin puolesta annoimme Seri-Decolle käsin seripainetun taulun. Kuvassa vasemmalta Jukka Salomaa, Jussi Heinämäki, perustaja Aulis Joronen ja Juha Heljakka.



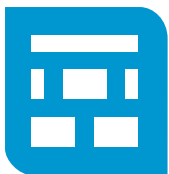
FESPA Finlandin messumatka Berliiniin 15.-17.5.2018

Varaa omasi - muutkin varaavat jo!

Hinta 2hh-huoneessa 790€ ja 1hh 980€.

Yhteisillallinen 15.5. ja yritysvierailu 16.5.

Varaa matkasi tai kysy lisää: minna.pettersson@fespa.fi



KOULUTUS TUOTTAA AMMATTITAITOA JA HYVINVOINTIA

TEKSTI: KARI PAKKANEN

Tekstilähde ammatillisen koulutuksen reformista: Opetus- ja kulttuuriministeriö, minedu.fi/amisreformi

Ammattitaidolla voidaan käsittää monia eri asioita, joista tärkeimpiä ovat asenne, osaaminen ja tietäminen. Näitä tarvitaan, jotta henkilöstö ei kuormitu liikaa, toiminta on sujuvaa ja työt tehdään kerralla oikein. Tätä kautta syntyy henkilöstön ja ehdottomasti myös koko organisaation hyvinvointi. Tällaista kustannustehokkuutta voidaan kutsua myös inhimilliseksi tehokkuudeksi, johon ei tarvita suuria erillisiä investointeja tai muita poppakonsteja. Vain ja ainoastaan halua oppia, kehittää itseään sekä motivaatiota yrityksen tuotantoprosessien kehittämiseen.

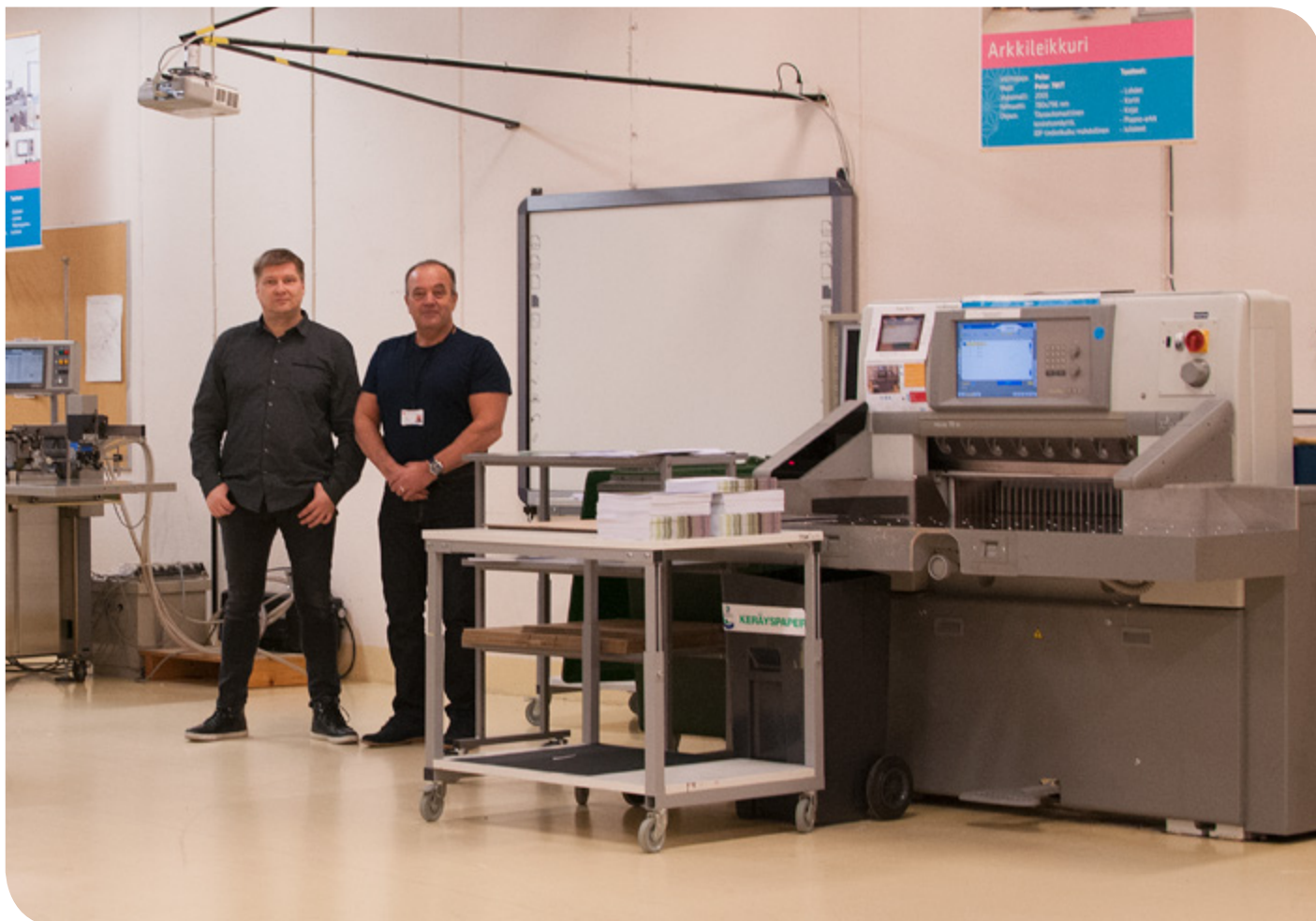
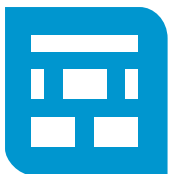
- Myönteiset vaikutukset yrityksen menestykseen ja kilpailukykyyn ovat koulutuksen aitoja tavoitteita. Uskon vahvasti siihen, että osaava henkilökunta ratkaisee yrityksen hyvinvoinnin nyt ja tulevaisuudessa. Olemme **Tampereen seudun ammattiopisto Tredussa** kouluttaneet työelämässä toimivia painotuotannon ammatillaisia vuosikymmenien ajan, viimeisen kymmenen vuoden aikana erittäin vahvasti ja näkyvästi. Ajatuksemme on se, että koulutamme henkilöstöä yrityksen tarpeiden mukaisesti, kertoo media-alan opettaja **Kari Pakkanen**.

Koulutus voi olla pientä tai suurta. Pakkanen jatkaa, ettei liene ole- massa niin pientä koulutusta, jota ei kannattaisi toteuttaa, eikä niin suurta

haastetta, johon ei uskaltaisi lähteä mukaan. Yhdessä asiakasyrityksen kanssa kaikki onnistuu.

ERITYISOSAAMINEN VAATII RÄÄTÄLÖITYÄ KOULUTUSTA

Hyvä esimerkki pitkäjänteisestä ja laadukkaasta koulutusyhteistyöstä on jo miltei kymmenen vuotta jatkunut kumppanuus **Ancor Flexibles Finland Oy:n** kanssa. Syväpainajalle ei varsinaista koulutusta ole ollut tarjolla, sama ongelma on ollut muillakin erikoisosamista vaativille teollisuuden aloille. Ancor Flexibles Finland Oy:n lähtökohta koulutukselle on ollut laadukas syväpainajan ammattitutkinto, joka hyödyntää yrityksen sisäistä osaamista ja varmistaa osaamisen tuleville vuosille. Tämä haaste ratkaistiin räätälöimällä koulutuksen sisältö materiaaleineen yrityksen omien toimintaprosessien, materiaalien sekä koneiden mukaisiksi. Koulutuspaketin lisäksi yrityksen omalla määrätietoisella toiminnalla on merkittävä osuus onnistumisessa. Koulutettavalle henkilöstölle annetaan mahdollisuus oppia uudet tuotantoprosessit, toimintamallit ja koneet ennalta määriteltyjen tavoitteiden mukaisesti. Koulutus tapahtuu tiiviissä yhteistyössä Tredun, yrityksen ja koulutettavien henkilöiden vuorovaikutuksessa, yhteinen koulutuksen



tavoite kirkastetaan jokaiselle osapuolelle. - Tämänkaltaisesta koulutuksesta olemme hyöttyneet paljon ja olemme olleet erittäin tyytyväisiä yhteistyöhön Tredun kanssa, toteaa Tomi Malkki Amcor Flexibles Finland Oy:stä.

AMMATILLINEN KOULUTUS UUDISTUU – OSAAMINEN RATKAISEE

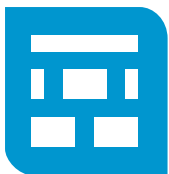
Ammatillisen koulutuksen reformissa uudistetaan rahoitusta, ohjausta, toimintaprosesseja, tutkintojärjestelmää ja järjestäjäverkkoja. Lait ammatillisesta peruskoulutuksesta ja ammatillisesta aikuiskoulutuksesta yhdistyvät uudeksi ammatillisen koulutuksen laiksi, jossa keskeistä on osaamis- perusteisuus ja asiakaslähtöisyys. Työpaikalla järjestettävän koulutuksen ja opiskelun joustavuutta lisätään ja työelämän uusiin osaamistarpeisiin vastataan tutkintojen sisältöjä muuttamalla.

Lisäksi puretaan sääntelyä. Uudistaminen on välttämätöntä, koska tulevaisuuden työelämässä on tarvetta uudella osaamisella ja ammattitaidolla. Koulutukseen on käytettävissä myös aiempaa vähemmän resursseja.

Tredun painotuotannon koulutuksessa työelämäläheisiä toimintamalleja on toteutettu jo pidempään esimerkiksi Amcor Flexibles Finland Oy:n kanssa. Kari Pakkasen mukaan yhteistyötä on tehty kymmenien yritysten kanssa ympäri Suomea. Kaukaisimmat opiskelijat ovat tulleet Tampereelle Rovaniemeltä asti.

Työelämässä painoalan uudistumisen tarpeelle on samoja syitä kuin ammatillisessa koulutuksessa. Ohjaus, toimintaprosessit ja kustannustehokkuus ratkaisevat tulevaisuudessa kilpailukykyä. Nämä asiat tiedostava ja osaava henkilöstö on yrityksen avain menestykseen. Tehokkuus ei ole pelkästään kiire, laatu ei ole pelkästään nopeus, ammattitaito ei ole pelkästään

*Tredun painotuotannon jälkikäsittelyn oppimisympäristö ja kaksi insinööriä **Joel Grönstrand** ja **Kari Pakkanen**. Näillä opettajilla kokemusta alalta yhteensä noin 60 vuotta.*



koneen käyttöä. Ammattitaitoa on se, miten materiaaleja käsitellään, koneilla olevat ongelmat ratkaistaan, laadunhallintaa ennakoidaan sekä prosesseja mitataan ja kehitetään. Paljon puhutut tuotantoprosessit on otettava hallintaan ja toimintaa on jatkuvasti kehitettävä. Kuka muu sen tekee kuin henkilökunta, mutta onko siihen osaamista ja tietotaitoa? Ajatusmaailmaa voi muuttaa, kun siihen löytyy riittävästi tahtotilaa. Henkilöstö on yritysten mittava voimavara, joka tulisi ottaa laajasti käyttöön. Oppilaitosten ja työpaikkojen on mahdollistettava oppiminen, joka tukee työelämän kehittymistä.

AIKUISENA OPISKELULLA PÄIVITYSTÄ OSAAMISEEN

*Julkaisutuotannon oppimisympäristö. Aikuisopiskelijat opiskelevat julkaisutuotannon ohjelmia ja laitteita opettaja **Johanna Veijanen** ohjauksessa.*

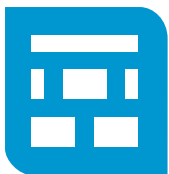
Tredussa aikuinen voi hankkia opiskelulla osaamista tutkintoon johtavassa koulutuksessa tai syventää ja täydentää ammatillista osaamistaan muussa am-

matillisessa koulutuksessa. Aikuisopiskelu sopii niin työssäkäyville, työtä vailla oleville kuin ammatinvaihtajillekin. Tutkintoon johtava koulutus suoritetaan tutkinnon osittain henkilökoh- taistamissuunnitelman mukaan, jossa huomioidaan aiemmin hankittu osaaminen. Koulutuksen kesto vaihtelee aiem- masta osaamisesta ja osaamisen hank- kimistavasta riippuen.

Opiskelu voi olla pää- tai sivutoimista työn ohella tapahtuvaa tai oppisopi- musopiskelua. Monimuoto-opiskelussa ammattitaitoa hankitaan eri tavoin. Opiskelu voi sisältää lähiopetusta, etä- opiskelua sekä työssäoppimista. Työn ohella opiskelussa kehitetään omaa työtä sekä osaamista hyödyntäen työ- paikan koneita ja laitteita.

Ammatilliset perustutkinnot: Am- matillisissa perustutkinnoissa ammatti- taidon saavuttamisen ja alalle työllisty- misen edellyttämät tiedot ja taidot osoi- tetaan näytöissä. Suoritustavasta riip-





pumatta tutkinnot vastaavat toisiaan. Tutkinnon suorittamiseen tarvittava aika riippuu opiskelijan aiemmasta osaamisesta.

Ammatti- ja erikoisammattitutkinnot: Ammattitutkinnoissa osoitetaan alan ammattityöntekijältä edellytetty ammattitaito. Erikoisammattitutkinnoissa osoitetaan alan vaativimpien työtehtävien hallinta. Ammatti- ja erikoisammattitutkinnoissa ammattitaito osoitetaan näytöissä.

Tutkintojen perusteet: Jokaiseen ammatilliseen perustutkintoon, ammattitutkintoon ja erikoisammattitutkintoon on valtakunnalliset tutkinnon perusteet, joissa on määritetty tutkinnon osissa vaadittava ammattitaito, arvioinnin kohteet ja kriteerit sekä ammattitaidon osoittamistavat. Tutkinnon perusteissa on määritetty myös, millaisista tutkinnon osista tutkinto muodostuu. Yksittäisiä tutkinnon osia on myös mahdollista suorittaa. Kaikkien tutkintojen perusteet uudistetaan vuoteen 2019 mennessä.

Räätälöity yrityskoulutus: Yrityksen tarpeisiin joko kokonaan tai osittain räätälöityä koulutusta.

Yksittäiset koulutustarpeet: Yrityksen henkilöstölle suunnattuja yksittäisiä koulutuspäiviä ennalta määritetyistä aiheista.

Ammatilliset työvoimakoulutukset: Työvoimakoulutus on työikäisten koulutusta. Tavoitteena on parantaa mahdollisuuksia pysyä työmarkkinoilla tai päästä sinne takaisin. Ammatillisen työvoimakoulutuksen tavoitteena on suorittaa perus-, ammatti- tai erikoisammattitutkinto tai tutkinnon osa. Monilla eri ammattialoilla järjestetään lisäksi jatko- tai täydennyskoulutusta.

Tredulla on monipuolinen kokemus eri vaihtoehdoista koulutuksen rahoittamisessa. Katsomme aina yrityksen kanssa yhdessä eri rahoitusmahdollisuudet koulutussuunnittelua tehtäessä.



TAMPEREEN SEUDUN AMMATIOPISTO

TÄMÄ ON TREDU

- 17 toimipistettä 9 kunnan alueella
Pirkanmaalla sekä oppisopimuskampus Tampereella
- 27 ammatillista perustutkintoa
- 87 aikuiskoulutuksena tarjottavaa näyttötutkintoa
(21 perustutkintoa, 44 ammattitutkintoa ja 22 erikoisammattitutkintoa)
- Opiskelijavirtaumat vuosittain (n. 2016):
 - 9 000 perustutkinnot, ops-perusteiset
 - 3 200 perustutkinnot, näyttötutkintoperusteiset
 - 1 300 ammattitutkinnot
 - 300 erikoisammattitutkinnot
 - 3 800 oppisopimuskoulutus
 - 3 000 ei tutkintotavoitetta, aikuiskoulutus
 - 1 200 ei tutkintotavoitetta, maahanmuuttaja- ja tutkintoa edeltävä koulutus

KYSY LISÄÄ TREDUN KOULUTUKSISTA

TreduNavi-hakupalvelu
p. 040 170 5649
tredu.haku@tampere.fi

Media-alan koulutukset aikuisille:

Koulutussuunnittelija
Milla Alén,
p. 050 329 5311,
milla.alen@tampere.fi

Opettaja Kari Pakkanen,
p. 040 801 2632,
kari.pakkanen@tampere.fi



ENEMMÄN JA NOPEAMMIN

Varmasti jokaisessa tuotannossa on tullut eteen tilanteita, kun on pitänyt pystyä tekemään enemmän tai nopeammin. Tai enemmän JA nopeammin. Tilanne voi olla ohimenevä tai se voi olla pysyvää. ”kyllä tää kohta taas rauhoittuu”. Mitäs jos niin ei käykään? Tarvitaanko nopeampia koneita ja lisää tekijöitä?

Tässä kohtaa on hyvä hetki arvioida omaa tekemistä. Mitä meillä (tai teillä) tapahtuu siinä välissä, kun asiakas tekee tilauksen ja kun valmis tuote on toimitettu. Miten tätä saadaan nopeatettua ja tehostettua?

Usein ensimmäisenä tuijotetaan tulostimen nopeutta - ”montako neliötä tekee tunnissa”. Sehän on helppoa, kun näkee heti numeroita, m²/h. Mitä isompi luku, sitä nopeampi töiden läpimeno. Vai onko? Uskallan väittää, että läpimenoaikaan vaikuttaa enemmän se mitä tapahtuu ennen ja jälkeen ”materiaalin värjäämisen”.

No, mitä sitten pitää tehdä? Jos haluat nopeamman tulostimen, niin hankit sellaisen. Problem solved!

Tai voit myös miettiä tekemistä asiakkaan näkökulmasta. ASIAKKAAN! Eihän asiakas ole tuotannossa? Ei, mutta asiakas maksaa myös siitä mikä lisää arvoa asiakkaalle. Ei siitä, että kuljetat raaka-aineita hyllystä tulostimelle toiselle puolelle hallia tai kun operaattori vaihtaa materiaalirullaa 15 kertaa päivässä tai kun viimeistelyssä raivataan pöytätilaa ennen kuin päästään aloittamaan (sen jälkeen, kun on löydetty hukassa olleet työkalut) tai...

Vähemmällä enemmän

Monesta suunnasta kuulee nykyään sanan LEAN! Sähköpostiin tulee mainoksia erilaisista kursseista LEAN ajankäytössä, LEAN tuotannossa, LEAN ja sähköpostit - Lean sitä ja Lean tätä. Wikipediassa se hienosti mainitaan johtamisfilosofiana. Ehdottomasti tutustumisen arvoinen kaikkine työkaluineen. Minun mielestä se ole mitään elämää suurempaa ”filosofiaa” vaan siinä tunnistetaan tekemisestä hukkaa (mm. aikaa, materiaalia), vakioidaan tekemistä ja paljon muita ihan perusjuttujakin, joita ei tule ajatelleeksi.

Pitää kuitenkin muistaa, että LEANin käyttöönottoon pitää saada mukaan myös ne, jotka tekevät sitä päivittäistä suorittamista tuotannon tasolla. Kun onnistut tässä ja tekeminen jatkuu tulevaisuudessakin jatkuvana kehittämisenä, olet todella vahvoilla. Muistutuksena, ”kun asiakas tekee tilauksen...”, sähköpostilla tai soittamalla, siitä hetkestä alkaa se, kun asiakkaalle tuotetaan lisäarvoa tai se, kun aloitetaan sählääminen ja ajan haaskaaminen.

Voit myös unohtaa kaiken edellisen ja jatkaa ”näin me on aina tehty”...

Tatu Rinne
Grano Oy



JÄSENYRITYS ESITTELY





Digihessu karsastaa kertakäyttökulttuuria

Tulostamo potenssiin kaksi

Markkinointimateriaalilta vaaditaan nykyään monikäyttöisyyttä, pitkää elinikää ja ekologisuutta. Tulostamon osaamisen ja laitekannan on oltava ajan tasalla, mutta entistä tärkeämpää on ideointikyky ja rohkeus ehdottaa uusia ratkaisuita. Sloganimme mukaan luomme uusia kuvakulmia arjen ratkaisuihin, kiteyttää Digihessun Heikki Kuisma – Digihessu itse.

Yritys tekee yhteistyötä elintarviketeollisuuden, panimoalan yritysten ja mainostoimistojen kanssa. Espoosta lähtee laadukasta kuvamateriaalia myös teollisuuden ja vähittäiskaupan tarpeisiin eri puolille Suomea.

Magneettinen CM-Easton

Tuorein jättiurakka valmistui **Itä-Helsingin uuteen CM-Eastoniin**.

- Avajaisissa nähtiin pitkästä ajasta kunnan räväkkyttä: ovet jouduttiin laittamaan välillä lukkoon, kun porukka ei mahtunut kauppaan sisään.

Digihessulla on kohteessa vahvasti sormensa pelissä.

- **Coca Cola** -brändäys on meille entuudestaan tuttu, Cittariin teimme moottoroidut trukkihyllyn verhot, kaikkiaan 15 metriä sekä punaista seinää!

Ympäristöystävällinen ja edullinen mainontaratkaisu, magneetti, löi kohhteessa itsensä läpi voimalla. **Taffelin, Estrellan ja Pringlesin** seinät toteutettiin magneettivuodilla, isoin oli lähes 30-neliöinen. Magneettivuodot valittiin myös tuottamiimme koiran- ja kissanruokaseiniin. Lisäksi Cittarin erikoisoluthyllyn kilvet ja kaksipuolisen hyllynpäätykalusteen **Saarioinen**-brändäys ovat yrityksen käsialaa.

Joulunalusaika on vähittäiskaupoissa kiireistä aikaa. Digihessusta lähti esimerkiksi **Fazerin** joulubanderollit kauppoihin eri puolille Suomea.

- Seuraava iso vähittäiskaupan kohde, **K-Supermarket Hertta**, on viimeistelyvaiheessa ja koneet suoltavat sinne kauppiiaan toiveista ja meidän ehdotuksistamme syntyneitä tulostuksia.



JÄSENYRITYS ESITTELY



Myös lattiamainonta on astunut ison harppauksen eteenpäin. Nyt ei liimata tarroja lattiaan, vaan tehdään näyttöjä, entistä paremmin kulutusta kestäviä ratkaisuita.

Luonto valloittaa sydämet ja -toimistoseinät

Kuisma on pitkänlinjan valokuvaaja ja purjehtija. Lukkarinrakkaus mereen ja luontoon näkyvätkin selvästi Digiheksen monissa taideprojekteissa.

– Meistä on mukava tehdä myös taidetta kaupallisten projektien ohella. Tänä vuonna valmistimme näyttelyn muun muassa **Kuusamoon Hannu Hautala luontokeskukseen** ja **Inarin saamelaismuseo Siidaan**. 40 vuotta saamelaisia kuvanneen **Jyrki Kallio-kosken** näyttelyyn kävi tutustumassa myös tasavallan presidentti puolisoineen.

Digiheksu tarjoaa asiakkailleen kuvamateriaalia erilaisista luontokohteista ympäri maailmaa. Luontokuvat toimi-

vat katseenvangitsijoina ja rauhoittavina elementteinä niin toimistoissa kuin julkis- ja edustustiloissa.

– Yksi mielenkiintoinen työ tehtiin **Vantaan kaupungille**. Kuuden ystävyyskaupungin näyttelyelementteihin kuului muun muassa iso mosaiikkitaulu, joka koostui tuhansista pikkukuvista.

MM-kisaliput ovat ja pysyvät

Digiheksu toteutti haasteellisen työn purjehduksen MM-kilpailuihin.

– Pääsimme osoittamaan erikoisosaamistamme maailmanmestaruustasolla. Purjeiden lipputeippaukset syntyivät yhteistyössä **WB-Sailsin** kanssa. Tämänkin projekti on johtanut lisätöihin, ja uusiin kisoihin on taas saatu tulostaa isot määrät eri maiden lippuja. Yhteistyö WB-Sailsin kanssa toimii myös toisinpäin: ompelutamme heillä premium-laatuisia tekstiilipantereita.

Myös sairaalamaailma tiukkoine vaatimuksineen on tullut tutuksi.

Saamelaisnäyttelyn kuvannut valokuvaaja Jyrki Kallio-koski luovuttaa uuden kirjansa kirjansa Digiheksulle eli Heikki Kuismalle.



JÄSENYRITYS ESITTELY



Suomen lippu on tulossa maaliin ja tuomassa MM-kultaa. Oskari Muhonen on Finnjolla-luokan alle 23-vuotiaiden tuore maailmanmestari Unkarissa Balaton järvellä. Digiheitsu tulosti myös muiden maiden lipputunnukset.

– Olimme mukana mielenkiintoisessa HUS:in hankkeessa. Tulostimme magneettiliuskoille potilaiden tilasta kertovia nimikkeitä lääkärikierron avuksi. Nämä ”etsauskalvot” olivat uusi haaste tulitelle Fujin UV -tulostimelle.

Kuisma pitää Antalixsen Tour 2017 -kiertuetta tärkeänä luottamuksenosoituksena.

– Teimme kiertueen materiaalit ja olin itse yksi kolmesta pääesiintyjästä. Kiertue vieraili Tampereella ja Turussa ja päättyi Helsingin Finlandiatolalle, jossa oli salintäysi tulostuksesta kiinnostuneita yritysten sekä eri hallinnonalojen ja mainostoimistojen edustajia.

Uudet koneet pitävät mielen virkeänä

Digiheitsu uusi konekantansa, ja uusimpia hankintoja ovat muun muassa Ep-

son 80600 ja Fujin UV hybriditulostin Aquita 1600II.

– Jo tässä vaiheessa voi sanoa, että hankinnat osuivat nappiin. Jälki on hyvää, ja ne soveltuvat hyvin asiakkaidemme tarpeisiin.

Pigmenttivaripuoelta löytyy lisäksi Epsonin 9900, 9700, 6900 ja TM C-3500. Jälkikäsitteilyä varten on pari Rolls Roller -tyyppistä laminointipöytää ja Summan tasoleikkuri F1612 POT-veitsellä ja muilla veitsillä sekä kierrekompressorilla. X-riten värinhallintarobotti ja Eizon kalibroituva näyttö sekä uudet Macit Calderan ripillä auttavat selviytymään haasteellisimmistakin töistä.

Digiheitsuun tuotannosta vastaa kokenut painoalan ammattilainen Jarmo Vehkakoski. Oppisopimuksella oleva Jarmon tytär Jonna valmistuu pian painoviestinnän perustutkinto/ulkoasunto- teuttajan koulutusohjelmasta.

– Jonna on kehittynyt Photoshop- ja InDesing-taitajaksi, ja monien asiakkaiden töiden viimeistely hoituukin Jonnan Macillä.

Tulevaisuuteen Digiheitsu katsoo luottavaisin mielin.

– Pienen yrityksen on oltava innovatiivinen, jotta töitä löytyy sopivasti eivätkä isot polje jalkoihin. Olemme ilmeisesti onnistuneet, koska olemme saaneet viime aikoina kiinnostuneita yhteydenottoja toimintamme myymisestä. Tois- taiseksi toiminta jatkuu entisellään. Etenemme pienessä, hallitussa kasvussa. Kun pankkivelat eivät paina ja toimimme omassa kiinteistössä, moni asia on helpompaa.



**FESPA¹⁸
AWARDS
2018**
Berlin

FESPA AWARDS 2018

Riippumaton painotöiden kilpailu,
jossa nostetaan jalustalle myös
suunnittelu ja tuotanto

OSALLISTU
26.TAMMIKUUTA
2018 MENNESSÄ!

LISÄTIETOA:

WWW.FESPAAWARDS.COM