

Fespa

JÄSENLEHTI 2/2019

FESPA FINLAND ASSOCIATION

News

Toivotamme
kaikille lukijoillemme

Hyvää Joulua

ja menestystä
vuodelle 2020!



4 Jäsenten
talouskatsaus
2019

18 Nuorten houkuttelevuus
painoalalle töihin – haas-
te vai mahdollisuus?

25 Yritysesittelyssä
Fenix Sign

2	Sisällysluettelo
3	Puheenjohtajan palsta
4	Jäsenten talouskatsaus 2019
8	Toiminnanjohtajan palsta
9	Alenna kustannuksiasi siirtämällä painopistettä työkulun automatisointiin
12	Nämä 13 ryhmätyötaitoa tekevät sinusta pidetyn työkaverin ja paremman esimiehen
16	Tulevaisuuden haasteet ovat ennen näkemättömiä mahdollisuuksia
21	Vieraskynä
18	Nuorten houkuttelevuus painoalalle töihin – haaste vai mahdollisuus?
25	Yritysesittely – Fenix Sign hehkuttaa brändejä vähittäismyymälöissä

LIITY NYT

FESPA FINLANDIN JÄSENEKSI!

Lähetä yrityksesi tiedot osoitteeseen
minna.pettersson@fespa.fi tai soita 040 7465 465

Jäsenmaksut:

1 hlö	300€
2-5 hlöä	450€
6-10 hlöä	550€
11-20 hlöä	750€
21-50 hlöä	1130€
yli 51 hlöä	1400€

TÄMÄN LEHDEN TEKIVÄT

JULKAISIJA: Fespa Finland ry
PÄÄTOIMITTAJA: Juha Heljakka
LEHDEN TOIMITUS: Fespa Finland ry,
minna.pettersson@fespa.fi, puh. 040 7465 465
TAITTO JA SIVUNVALMISTUS: T:anssi
PAINOPIIKKA: Printhaus
ILMOITUSMARKKINOINTI: Fespa News,
minna.pettersson@fespa.fi
WWW.FESPA.FI

SPORTSWEAR PRO 2020

PIONEERING TECHNOLOGIES IN ON-DEMAND
AND CUSTOMISED SPORTSWEAR

SUSTAINABLE, AUTOMATED, ON-DEMAND PRODUCTION

24 - 27 MARCH 2020 | IFEMA, FERIA DE MADRID | MADRID SPAIN

ORGANISED BY:

FESPA
profit for purpose

WWW.SPORTSWEARPRO.COM



Ihmisen vahvuus on kommunikointi ja ymmärrys, jotka yhdessä hyvän palvelun kanssa ovat tärkeitä asioita minkä tahansa menestyksen aikaansaamiseksi.

Nyt tuntuu ilmassa olevan turbulenssia. Moni kollega on kertonut tilauskannan sahaavan, mennen välillä ylös ja tullen taas alas. Varmaa on epävarmuus, postin lakko ja siihen liittyvät tukilakot. Samalla kun neuvotellaan palkoista, suunta markkinassa näyttää olevan alaspäin. Trendinä on se, että yritykset haluavat pitää kiinni tuloksestaan, joten moni yt-liipaisin on herkässä.

Muistan hyvin 2008 taantuman, se alkoi marras-kuussa ja alas tultiin rytinällä. Oman yritykseni liikevaihdosta suli hetkessä melkein puolet ja jotenkin se osui meihin aika pahasti. Toipumiseen meni muutama vuosi. Reagoin tilanteeseen tuolloin rauhallisesti ja odottelin aika pitkään, mikä osoittautui virheeksi. Olen muistellut tuota selviytymistaistelua ja päättänyt aktiivisesti olla unohtamatta sen oppeja. Kaiken tämän keskellä pidän kuitenkin tärkeänä uskoa valoisaan tulevaisuuteen, sillä hyvä fiilis työpaikalla on aina tärkeää eikä uskoa omaan tekemiseen saa menettää.

Ihmiset ovat työpaikan tärkein ja oleellisin menestystekijä. Siitähän Postin lakossakin on kysymys, mutta maailman muutos ei ole koskaan ollut niin nopeaa ympärillämme kuin nyt. Siksi Postinkin täytyy muuttua ja uudistua. Usein isot kehitysaskleet tarkoittavat sitä, että jokin vanha tulee tarpeettomaksi uuden korvattua sen. Näin toteaa tässä lehdessä Perttu Pölönen, tulevaisuustutkija ja keksijä. Jos Henry Ford olisi kysynyt ihmisiltä, mitä nämä haluavat, vastaus olisi ollut nopeampia ja kestävämpiä hevosia. Fordin auto teki hevoset tarpeettomiksi.

Tulevaisuudessa on töitä ja ammatteja, joissa automaatio ja kone tekee väsymättömästi työt, ihmisen roolin ollessa jotain muuta. Ihmisen vahvuus on kommunikointi ja ymmärrys, jotka yhdessä hyvän palvelun kanssa ovat tärkeitä asioita minkä tahansa menestyksen aikaansaamiseksi. Toivotaan maltillisia ratkaisuja ja ymmärrystä, niin saadaan hommat sujumaan!

Juha Heljakka
Puheenjohtaja
Fespa Finland ry



**Jäsenten
talous-
katsaus 2019**
**—OLEMME
KUSKIN
PAIKALLA!**

teksti: Juha Heljakka

Viime vuonna päätimme selvittää jäsentemme talouden tunnuslukuja ja vertailimme niitä graafisen alan vertailuarvoihin. Nyt teimme saman uudelleen ja saimme vertailukelpoista tietoa, miten Fespa Finlandin jäsenillä menee. Halusimme myös selvittää, miten työllisyystilanne on nyt kehittynyt jäsenyrityksissämme ja, joka kertoo kehittämisestä viime vuoteen verrattuna.

Tämän vuoden vertailussa on hieman enemmän jäsenyrityksiä. Vaikka yrityskoko trendinä näyttäisi kasvavan, on silti kiva huomata, että vertailun pienimmillään yrityksillä oli 2018 hyvä vuosi taloudellisessa mielessä. Yritykset jaettiin edelleen tuotannollista valmistusta tekeviin sekä materiaalia tai laitemyyntiä harjoittaviin. Liikevaihdon perusteella jako kolmeen ryhmään pidettiin samana, jotta voitiin verrata edelliseen vuoteen. Kokonaisuutena voi sanoa, että jäsenyritystemme liikevaihto kasvoi huimat 18% vastaten 766 miljoonan euron liikevaihtoa, joka syntyi reilun 3000 hengen voimin. Tämä on hatunnoston paikka ja kertoo siitä, että Fespan jäsenet ovat selvästi kuskin paikalla muuhun graafiseen alaan verrattuna.

Rajua kasvua

Kasvun luvut mairittelevat, kun tarkastelee miten yritykset kasvoivat. Meillä ei ole kunnon kasvavia, vaan oikeasti rajua kasvua tehneitä yrityksiä ja niitä oli monta. Samalla täytyy todeta, että myös selkeän supistumista oli yllättävän monessa yrityksessä, mutta kokonaisuutena kasvavia oli onneksi paljon enemmän.

Alla kuva, johon lajiteltu jäsenemme kasvun mukaan:

Kannattavuus yrityskoon mukaan

Sama trendi näkyy kuin viimeksi: jäsenyritystemme liikevaihto henkilöä kohden kasvaa selvästi yrityksen koon mukana ja vastaavasti pienet yritykset tekevät parempaa liikevoittoa kuin isot. Kilpailu siis näkyy ja tuntuu. Hieman erikoista on se, että alle 2,5M€:n yrityksissä ei ole tapahtunut kehitystä siinä, kuinka paljon liikevaihtoa syntyy per työntekijä.



Jäsentemme liikevaihto kasvoi huimat 18%! Tämä on hatunnoston paikka ja kertoo siitä, että Fespan jäsenet ovat selvästi kuskin paikalla muuhun graafiseen alaan verrattuna.

Henkilöstömäärän kehittyminen

Henkilöstömäärä jäsenyrityksissä on kasvanut, mutta ei samassa suhteessa kuin liikevaihto, joka on tervettä. Alalla tehtiin edelleen yrityskauppoja ja niillä on aina vaikutusta myös henkilöstömääriin. Pitkällä aikavälillä on selvää, että henkilöstömäärän täytyy laskea.

PAINOT	2016	2017	2018
0-2,5 M€	4,80 %	8,30 %	7,54 %
2,5-10 M€	-1,10 %	3,40 %	3,38 %
yli 10 M€	2,20 %	3,00 %	3,68 %
Painot KA	3,20 %	6,60 %	5,74 %
Toimiala KA	3,20 %	3,50 %	3,30 % (Muu painaminen)

Tuoko kasvu kannattavuutta?

Iso kysymys on, mitä hyötyä volyymistä on? Harvalla isolla yritykselle nakutellaan yli 10% liikevoittoa. Käytännössä ei yhdelläkään. Haaste on se, että volyymi tarkoittaa myös kilpailua ja väistämättä matalampia katteita. Hyvä kysymys siis on pohtia, mikä on oikea yrityksen koko, jotta riskit ja riittävän hyvä tuotto kohtaisivat. Tämä on tietenkin omistajien näkökulma, johdon ja myynnin miettiessä miten kasvaa ja pärjätä markkinassa. Nyt näyttäisi siltä, että iso volyymi ei tuo mitenkään hyvää kannattavuutta, vaan pienen ja keski-suuren volyymien omaavat yritykset pärjäävät edelleen paremmin kuin suuret yritykset. Siinä pohdittavaa.

KASVUN JAKAUTUMINEN Liikevaihdon kasvu % 2017 vs. 2018		
KASVUN MÄÄRÄ	PAINOT	KAUPPIAAT
-40% - -21%	3	
-20% - -10%	8	7
0% - 10%	8	9
11% - 20%	6	
21% - 30%	4	2
31% - 40%	1	1
Yli 40%	2	2

Fespan jäsenyritysten luvut paremmat kuin alalla keskimäärin!

Millä tahansa mittarilla tarkasteltuna, niin Fespa Finlandin jäsenyritysten keskiarvot ovat toisen kerran paremmat kuin esimerkiksi Print&Media -lehden talousnumerossa julkaistujen

ryhmien tunnusluvut. Lisäksi FF:n jäsenten tunnusluvut käyttökate ja liikevoitto ovat samoin kuin edellisessä vertailussa noin 3% paremmat kuin muu painaminen toimialaluokituksen yrityksillä.

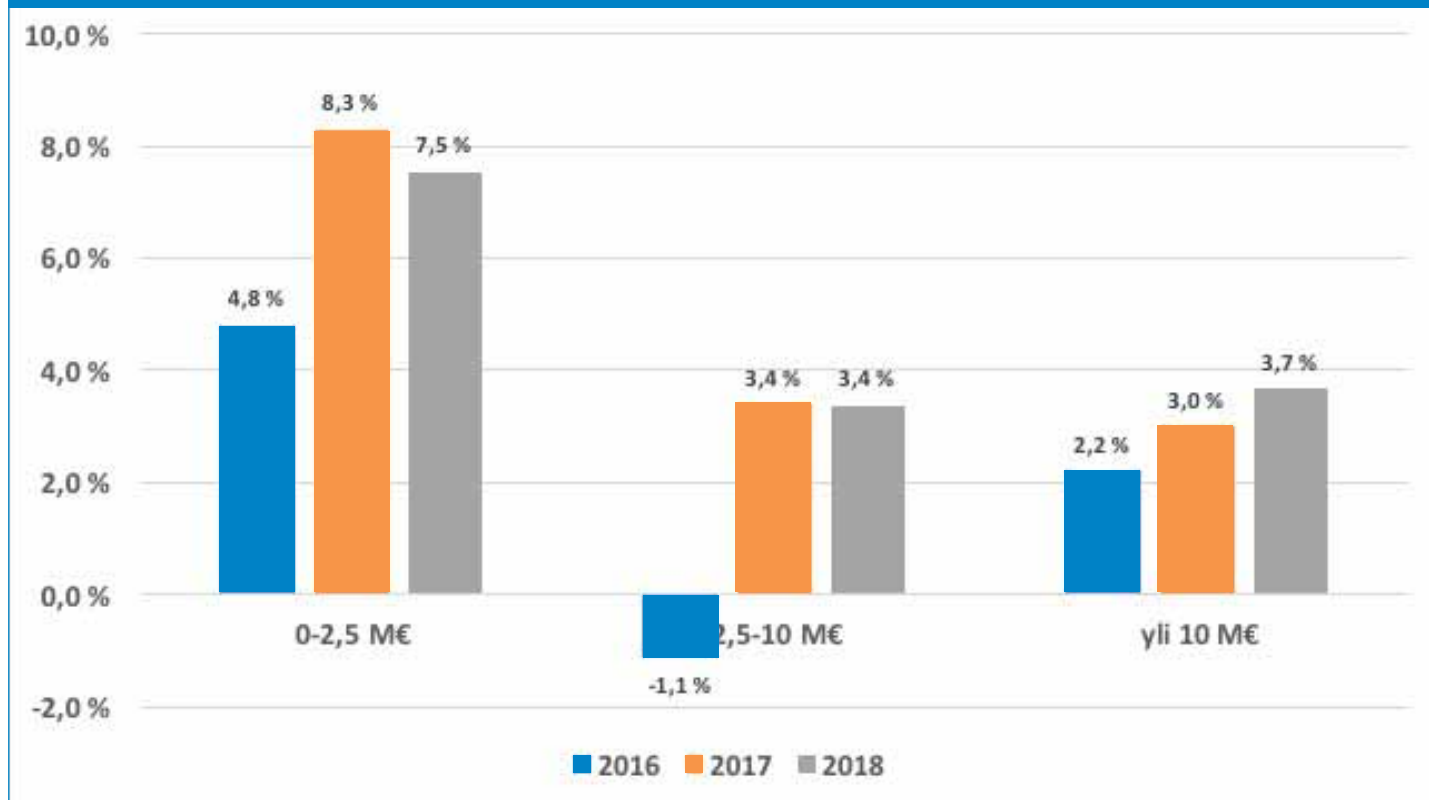
Helppo on siis vetää toistamiseen johtopäätös, että jäsenemme ovat niitä yrityksiä, jotka haluavat kasvaa ja ovat kannattavampia kuin alamme yritykset keskimäärin. Eikö siinäkin ole jo paljon ajattelemisen aihetta ja syytä liittyä jäseneksi?

TALOUSKATSAUS 2019 JÄSENYRITYKSET

YRITYKSIÄ	53 YHTEENSÄ
	34 PAINOT
	19 KAUPPIAAT
LIKEVAIHTOA	766 000 000€ +18%
	375 394 000€ PAINOT
	390 806 000€ KAUPPIAAT
HENKILÖITÄ	3 265 YHTEENSÄ +11%
	2 226 PAINOT
	1 039 KAUPPIAAT

Fespa Finlandin jäsen talousvertailu tehtiin syyskuussa 2019 ja perustuu vuoden 2018 lukuihin. Talouskatsaus esiteltiin Fespa Finlandin järjestämässä seminaarissa Helsingissä 22. lokakuuta.

LIKEVOITTO PAINOT 2016-2018





COALA TEXTILE - EROTU TYYLILLÄ!

Personointi tarjoaa rajattomat mahdollisuudet sisustamiselle. Antalixen Coala Textile -valikoima koostuu digitaalisesti tulostettavista kankaista, jotka soveltuvat niin myymälämainontaan kuin yksilölliseen sisustamiseenkin. Laajentunut valikoima sisältää vaihtoehtoja sisä- ja ulkokäyttöön kattaen kaikki yleisimmät loppukäyttöratkaisut. Kysy lisää!

Antalis Oy | puh. 0201 800 254 | asiakaspalvelu@antalix.com | www.antalix.fi

COALA[®]
by

antalix TM
Just ask Antalis



*Ensi vuonna aloitamme
tuotannon automaation ja
tehostamisen seminaarilla
helmikuun 12. päivä
- laittakaahan kalentereihinne.*



Vuosi on jo lähestymässä loppuaan ja vauhdillahan se taas meni. Messumatkastakin tuntuu olevan ikuisuus ja seuraa-vaan on vain 3 ½ kk aikaa eli nyt on siis aika ilmoittautua, jos mielii mukaan maaliskuun messumatkalle Madridiin.

Tervetuloa mukaan FESPA Finlandiin Docus Espoosta, Papyrus Finland Vantaalta, Makerspoint Turusta, AEL Helsingistä, Kariplast Hyvinkäältä sekä Ricoh Finland Espoosta. Toivottavasti saamme teistä aktiivisia jäseniä – lehteen voi ainakin kirjoittaa ja hallituksen toimintaakin kaivataan aina uutta ajattelua.

Ensi vuonna aloitamme tuotannon automaation ja tehostamisen seminaarilla helmikuun 12. päivä - laittakaahan kalentereihinne. Päätimme tällä kertaa järjestää myös iltaohjelmaa seminaarin päätteeksi. Tule mukaan verkostoitumaan!

Maaliskuussa (11.-12.) olemme mukana Sign, Print & Pack tapahtumassa omalla osastolla ja myös kaikki tuotantoa tekevät jäsenemme saavat messuneliöt (3 x 3m) seinineen veloituksetta – ainutlaatuinen tilaisuus tuoda omaa osaamista esille. Ilmoittaudu heti, jos olet kiinnostunut.

Madridin messumatka on 24.-27.3.(ti ip – pe ip) ja sinne pitää ilmoittautua viimeistään tammikuun ensimmäisellä viikolla, jos mielii mukaan – älä siis turhaan viivyttelä asian kanssa. Muistathan myös rekisteröityä messuille Club FESPAn kautta koodilla ACN09. Messuilla on tällä kertaa mukana ihan uusi konsepti Sportswear Pro, joka on keskittynyt nimenomaan kovassa kasvussa olevaan urheilutekstiilien painamiseen.

Tarpeeksi en ole myöskään ilmeisesti maininnut sitä, että liittykää nyt hyvät ihmiset Club Fespaan FESPAn sivuilla, jotta pääsette käsiksi mm. artikkeleihin ja sinne teille tuotettuihin sisältöihin kokonaisuudessaan. Tämä ei maksa kuin vaivan!



Kiitos lehden sisällön tuottamisesta menee tällä kertaa Linnea Mattilalle Brand Id:stä, Juha Heljakalle, Maiju Junkolle, Suvi Joensivulle Venuu.fi:stä sekä tietysti mainostajillemme. Viihtyisiä hetkiä lehden parissa ja hyvää joulun odotusta!

Minna

ALENNNA KUSTANNUKSIASI

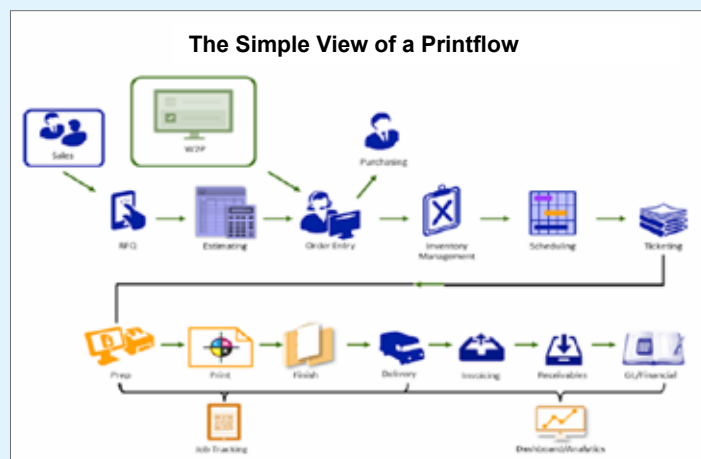
siirtämällä painopistettä työnkulun automatisointiin

Ryan McAbee, Director of Production Workflow at Keypoint Intelligence–InfoTrends, esittää kuinka strateginen kartoitus ja tarkka arviointi voivat muuttaa työnkulkua painoalan yrityksessäsi.

Mitä automaatiolla voidaan säästää? Aikaa ja rahaa. Vuonna 2019 InfoTrendsin tekemä tutkimus osoitti, että tyypillinen eurooppalainen painotalo voi säästää jopa 1,4 miljoonaa euroa vuodessa työntekijäkustannuksissa automatisoimalla 12 yleistä työnkulun kohtaa – kuten digitaalisen painoaineiston tarkastamisen. Suurin osa yrittäjistä ei vähentäisi henkilökuntaa kuten yleensä automaation lisäämisen yhteydessä ajatellaan, vaan 69% heistä käyttäisi automatisoinnista syntyneet säästöt laajentaakseen kapasiteettiaan ja keskittyäkseen uusiin mahdollisuuksiin. Jokainen painoalan yrittäjä voi parantaa työnkulkuaan hyväksikäyttämällä automaation tuomat edut.

Mitä painotuotannon työnkulku pitää sisällään?

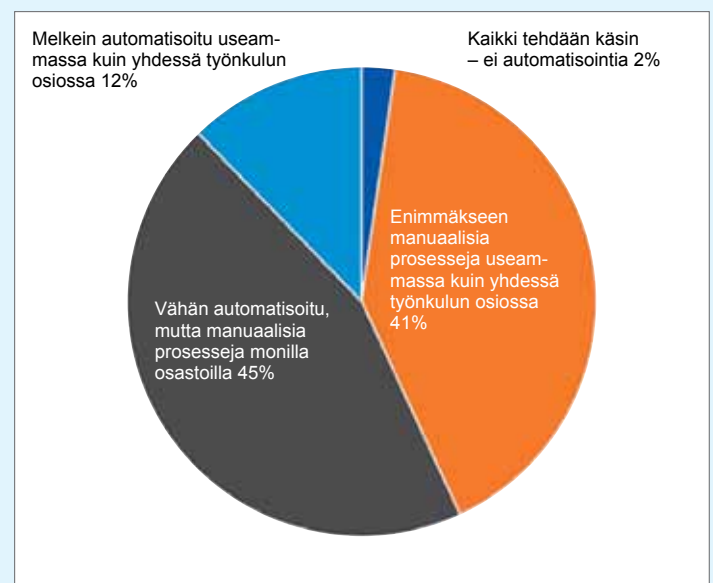
Yksinkertaisesti se on toistettavat työt ja valvontaa vaativat tehtävät, jossa työ kulkee alusta valmiiksi tuotteeksi. Tyypillinen työnkulku voi näyttää esimerkiksi tällaiselta:



Haaste työnkulun automatisoinnissa on se, että yritykset kasvavat muutenkin ajan mittaan. Uusia laitteita niihin kuuluvine ohjelmistoineen hankitaan eikä siinä kohtaa mietitä, että miten se tulee vaikuttamaan työnkulkuun kokonaisuudessaan. Tämän seurauksena tehottomuutta ja 'ruuhkia' ilmestyy kuin tyhjästä. Tosiasiassa työnkulku vaatii työn eri tapahtumasarjojen, ihmisten ja teknologioiden yhteensovittamisen, jotta siitä saadaan täysi hyöty.

Tutkimus, jossa oli 130 painoalan vastaajaa vahvisti, että automatisoinnin puute on ilmeinen. Enemmistöllä (57%) oli kuitenkin joitain osioita tai kokonaisuuksia automatisoitu, mutta (41%) vastaajista ilmaisi, että he tekevät lähes kaiken käsin ja 2% teki kaiken käsin.

Työnkulun automaation taso 130:llä vastaajalla Euroopan tuotanto-ohjelmistojen investointisuunnitelmassa vuonna 2019 (InfoTrends)



Automaatiolla saavutettavaan tasoon vaikuttaa luonnollisesti

painotalon mahdollisuus hankkia uusia ohjelmistoja ja integroida niihin jo hankittuja ohjelmistoja. Lisäksi isossa roolissa on myös työntekijöiden ja asiakkaiden halukkuus muuttaa toimintoja ja omaksua uutta.

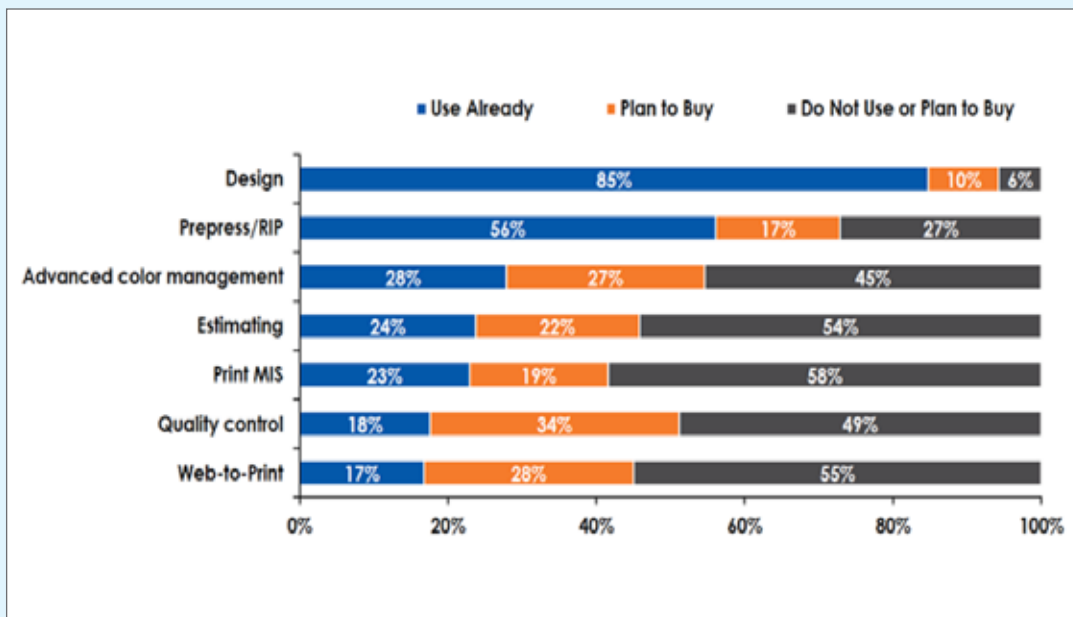
Vuoden 2018 FESPA Print Census – tutkimuksessa 262 merkkien & display tuotteiden valmistajaa vastasi omistavansa tai investoivansa automatisoinnin ohjelmistoihin. Suurin osa (85%) käytti ohjelmistoja jo suunnittelussa, aineiston käsittelyssä ja rippauksessa, mutta vain 18% laadunvalvonnassa ja 17% web-to-print’issä.

Automatisoidusta tilausjärjestelmästä siihen, että tarkasti seurataan allokointia ja kuormitusta, ovat web-to-print- ja tulostuksen hallinnointi työkalut kriittisiä, jotta työn vastaanotto ja työnkulku sujuvat jouheasti.

Suurin osa merkkien & display- tuotteiden valmistajista ei suunnittele hankkivansa web-to-print (55%) tai nettipohjaisia tulostuksen hallinnointi työkalu (print MIS) (58%) -ohjelmistoja.

Ohjelmistoihin investointi 262:lla merkkien ja display-tuotteiden valmistajalla

(Fespa Print Census 2018)



172 vastaajaa 262:sta, jotka suunnittelivat investoivansa ohjelmistoihin, suurimman osan (58%) rahallinen investointi oli maksimissaan 2000 euroa ja vain 5% vastaajista aikoi käyttää yli 51 000 euroa keskiarvon ollessa €11 229.

Tämä asettaa merkkien ja display-tuotteiden valmistajat huonompaan asemaan kun kaupalliset painotalot, jotka yhä kiihdyvällä tahdilla lisäävät suurkuvien painamiseen liittyviä sovelluksiaan ja käyttävät keskimäärin 49 720 euroa vuosittain pelkästään ohjelmistoihin.

Työnkulun haasteita

Työn vastaanottaminen on erittäin sekavaa. Aikoinaan paino sai työhön liittyvät määritelmät asiakkaalta henkilökohtaisesti tai esim. CD-levyllä. Nykyään asiakkaan vaatimukset ja tiedot saatavat milloin myynnin kautta, meilillä, EDI/API-sanomana, verkkosivujen tai mobiilisovelluksen kautta jne.

Niin monta reittiä, mutta kaikki saman tieto tarvitaan työn aloittamiseksi: asiakkaan vaatimukset (määrä, koko, värit, materiaalit, valmistuspäivä) sekä varsinainen painettava sisältö. Tämä kaikki pitäisi yhdenmukaistaa niin, että vain tuote ja asiakas vaihtuvat, vaikka tilaus tulisi helikopterilla.

Mitä vähemmän automatisoitu ja digitalisoitu työnvastaanottaminen on sitä varmimmin jotain oleellista puuttuu työn aloittamiseksi. Yhdenmukaisten ohjeiden ja normien luominen työn vastaanottamiseksi etenkin myyjille on erittäin tärkeää. Kun työnkulku on tarkasteltu InfoTrends'in toimesta, on usein huomattu kuinka saman yrityksen työntekijät toimivat eri tavalla tilausta vastaanottaessaan. Usein myyjä vain laittaa asiakkaan tiedot ylös ja jättää kaiken muun oleellisen työmääräykseen laittamatta, kuten määrän, koon, värin, materiaalin ja tietenkin milloin tilauksen pitää olla valmis. Jokainen puuttuvat palanen tuhlaa yrityksen muiden työntekijöiden aikaa – tilaustahan ei voi laittaa sellaisenaan eteenpäin.

Yksinkertainen systeemi vaaditaan, jotta nämä elementit saadaan kasaan – yhdet "aivot", jotka keräävät asiakkaan tilaustiedot + sisällön yhteen paikkaan.

Tämä voi olla nettipohjainen tulostuksen hallinnointi työkalu

(print MIS), ERP-ohjelmisto (enterprise resource planning) tai ns. yleispätevä käyttöliittymä.

Yhdellä silmäyksellä näet mm.

- Kuinka monta työtä on tuotannossa?
- Mitkä ovat viivästyneet?
- Kuinka moni ei ole täyttänyt palvelutasosopimusta (SLA)
- Missä on tämän päivän 'pullonkaula'?

Mistä aloittaisimme?

Suurkuvan tekijöiden tulee käydä huolellisesti läpi koko työnkulku.

Aloita töistä, joita teet eniten ja tee jokaisesta ao. kartta alkaen asiakkaan ensitiedustelusta siihen, kun tuote on siellä missä sen pitääkin olla.

Merkitse jokaiseen kohtaan työn suorittaja, prosessi ja käytetty tekniikka. Kun tämä on tehty useammalle eri tuotteen valmistukselle niin ns. pullonkaulat tulevat esiin ja niihin voi kehittää parannuksia/tarkennuksia työnkulun sujuvoittamiseksi.



MITEN JA MITÄ ARVIOIDAAN:

• Norminmukaiset työtavat (SOPs)

Määritellyt, dokumentoidut, seuratut ja pika koulutukseen sovitut.

• Työnkulut

Tehostetut prosessit ja parhaiden työtapojen mukaan automatisoidut tavat vastaanottaa, työstää ja tuottaa asiakkaiden aineistot.

• Asiakkaan osallistamista

Asiakkaan mahdollisuus tehdä itse mm. hallinnoida sisältöä, tilauksia ja tarkistaa valmistumisaikataulua.

• Yksi tietolähde

Samasta paikasta luotettavaa tietoa sekä asiakkaalle että yrityksen omiin rekistereihin.

• Toimintojen näkymä

Tuotannon "kojelauta"/raportti saatavilla kaikille tuotannon työntekijöille, josta selviää missä vaiheessa joku työ on

• Ohjelmistojen käyttö

Ohjelmistojen ohjattu käyttööotto toteutus parhaan mahdollisen hyödyn ja käyttäjäkokemuksen aikaansaamiseksi.

• Ongelmanratkaisut

Säännöt, työkalut ja toimintamallit ongelmien ja haasteiden varalle, joita voi tietenkin sattua itse laitteistossa, ohjelmistossa tai ihmisen aiheuttamana.

• Ruuhkan purkaminen

Säännöt, työkalut ja toimintamallit organisaatiossa ruuhkan purkamiseen tai rikkoontuneen laitteen varalle.

• Tietotekniikan rakenne

Tietoverkon ja laitteiden kestävä ja jämäkkä rakenne auttaa pitkälle.

• Työntekijöiden määrän ja laadun hyvä kohtaanto

Tämä edesauttaa saavuttamaan määritetyt tavoitteet.

Älykkään painamisen hyödyt

Kun muutat työnkulkusi hitaasta, virhealttiista ja yllätyksiä täynnä olevasta saumattomaan, yhtenevään ja älykkääseen ovat hyödyt selvät.

Sen sijaan, että työhön koskettaisiin useita kertoja manuaalisesti, on sanomattakin selvää, että automatisoitu älykäs työnkulku on sujuvampi vaihtoehto. Se hyödyntää ennakkoon syötettyä tietoa matkalla ja minimoi ihmisen väliintulon. Älykäs työnkulku säästää aikaa ja rahaa, jotka voit sijoittaa yrityksesi tulevaisuuteen.

Mitä vielä odottelet?



*Ryan McAbee,
Director of Production
Workflow at Keypoint
Intelligence-InfoTrends*

Nämä

13

ryhmätyötaitoa
tekevät sinusta
pidetyn työkaverin ja
paremman esimiehen

Suvi Joensivu, venuu.fi

Työelämässä ei pärjää ilman ryhmätyötaitoja. Vaikka tiimityö on joskus sekavaa ja kaoottista, se on silti yksi parhaista ja tehokkaimmista tavoista tuottaa laadukasta jälkeä. Siksi ryhmätyötaidoissa kannattaa olla haka.

Lue alta 13 tärkeintä tiimityötaitoa, sekä miten niitä voi oikeasti hyödyntää käytännössä!

1. Viestintä

Hyvä kommunikaatio lisää yhteenkuuluvuutta ja saa ihmiset puhaltamaan yhteen hiileen. Kerro aktiivisesti työkavereillesi, mitä sinulla on työn alla ja miten työsi saattaa vaikuttaa muihin.

Tee näin:

Viesti lyhyesti ja tiiviisti, mutta ystävällisesti. Aina. Käytä sovittuja viestintäkanavia oikein. Duuniviestinnän ei tarvitse olla tylsää! Anna persoonasi loistaa ja lisää viesteihin huoletta emoji tai pari 😂😂

2. Aktiivinen kuuntelu

Sen kyllä huomaa, kun vastapuoli ei oikeasti kuuntele. Älä ole sellainen ihminen. Kuuntele toisen ajatus loppuun ilman, että mietit aktiivisesti, mitä vastaisit.

Tee näin:

Kun sinulle puhutaan, älä räplää konetta tai puhelinta samaan aikaan. Keskity. Käytä hyväksesi sanattomia signaaleja, kuten nyökkäilyä, osoittamaan että kuuntelet ja ymmärrät.

Kun puhuja lopettaa ja on sinun vuorosi vastata, kokeile taktiikkaa, jossa ensin summaat sen, mitä puhuja juuri sanoi ja vasta sitten esität omat ajatuksesi.

3. Tunneäly

Tunneäly tarkoittaa oman ja muiden tunnetilojen ymmärtämistä ja sen mukaan toimimista. Töissä se usein tarkoittaa oikean ajoituksen hahmottamista ja toisen (työ)tilanteen ymmärtämistä.

Tee näin

Jos on tarve antaa palautetta, mieti tarkkaan miten ja milloin sen sanot. Kysy työkaverilta, mitä hänelle kuuluu. Auta kollegaa kiireen keskellä.

4. Konfliktien ratkaiseminen

Kun erimielisyyksiä tulee, ohjeet kuten ”yritä ensin ymmärtää” ja ”oleta vastapuolelta hyvää aikomusta” eivät kauheasti lämmitä. Mutta jos nämä ajattelutavat omaksuu, pääsee varmasti olemaan toimiston rauhanneuvotteluiden Martti Ahtisaari.

Tee näin:

Harjoitelkaa kunnioittavaa erimielisyyttä, jossa keskitytään asioihin, ei henkilökohtaisuuksiin.

Älä provosoi ja koita olla itse provosoitumatta. Kun joskus tulee sanottua tökerösti, pyydä anteeksi.

Mitä enemmän arvostatte toisiaanne, sitä helpompi konflikteja on ratkaista. Arvostusta lisää asioiden tekeminen yhdessä – sekä työtä että hupia!

5. Tavoitteiden asettaminen

Kaiken alfa ja omega on yhteisten tavoitteiden asettaminen, joihin kaikki toiminta tähtää. Hyvä tavoite on selkeä, mitattava, saavutettava, relevantti ja aikaan sidottu.

Tee näin:

Tutustukaa erilaisiin metodeihin, kuten SMART ja OKR.



Jakakaa koko tiimin tavoitteet pienempiin henkilökohtaisiin ja motivoiviin tavoitteisiin.

Jos olet esimies, tue ja kannusta tiimiläisiä heidän omista tavoitteistaan.

6. Priorisointi

Prioriteettien pitäisi olla linjassa asetettujen tavoitteiden kanssa. Kuten tiedetään, työ ei tekemällä lopu, joten priorisointi on kultainen taito, jota kannattaa harjoitella sekä itse että tiimin kanssa.

Tee näin:

Kirjoita tekemisen arvoiset asiat talteen backlogiin. Näin ne pysyvät ylhäällä, eikä muistamiseen kulu ajatuskapasiteettia. Sopikaa tehtäville deadline! Se helpottaa to do -listan ja työpäivien sisällön järjestelyä.

7. Päätöksenteko

Ryhmäpäätöksenteko on tunnetusti vaikeaa. Panokset ovat usein kovat ja kaikilla (kaikilla!) on mielipide. Muista: Jos tehty päätös osoittautuu "huonoksi", se ei ole maailmanloppu vaan oppimismahdollisuus!

Tee näin:

Kokeilkaa DACI-metodia, jossa päätöksentekoprosessissa jokaisella on oma rooli:

D = Driver huolehtii, että päätös tehdään ajallaan

A = Approver tekee lopullisen päätöksen

C = Contributors ovat aihealueen asiantuntijia, jotka antavat näkemyksensä

I = Lopuille informoidaan tehty päätös

8. Kasvuajattelu

Kasvuajattelun perusperiaate on, että haasteita ei vältellä, vaan ne otetaan vastaan ja koitetaan ratkaista. Muita perusperiaatteita: a) älä pahoiota mieltäsi palautteesta, opi siitä b) älä koe muiden onnistumista uhkaavana, inspiroidu siitä.

Tee näin:

Kokeile uutta suhtautumista haasteisiin: älä lannistu, vaan lähesty niitä uteliaisuudella.

Kun mietit tiimin kanssa ratkaisua, kysykää ainakin nämä: "Entä jos oletuksemme ovatkin vääriä?" ja "Mitä Steve Jobs / Elon Musk / Beyoncé / Oprah / työesikuvasi tekisi?"

Älä pelkää tai välttele mokia. Jos mokataan, se on osoitus siitä, että ainakin jotain yritettiin. Samaa mokaa ei toki kannata tehdä kahdesti (lue: opi siitä).

9. Ongelman muotoilu

Ennen kuin lähdetään miettimään ratkaisua ongelmaan, on hyvä yhdessä määrittää se kaikista näkökulmista. Ilman jaettua ymmärrystä on riskinä, että kaikki alkavat ratkoa hieman eri ongelmaa hieman eri näkökulmasta, jolloin päädytään ihan uusiin ongelmiin.

Tee näin:

Toimiva malli ongelman määrittelyyn:

Kuka? Kenellä kyseinen ongelma on? Onko ongelma varmasti todellinen? Voiko ongelman todistaa?

Mitä? Minkälainen ongelman luonne on? Mitä näyttöä tai todisteita on?

Miksi? Miksi ongelma pitää ratkaista? Mikä ongelman vaikutus

on asiakkaisiin tai liiketoimintaan?

Missä? Missä ongelma ilmenee? Onko ongelmaa todettu oikeassa kontekstissa?

10. Kokousten fasilitointi

Kokouksista ei tule hyviä itsestään, vaan ne tarvitsevat vetäjän eli fasilitaattorin. Hyvä fasilitaattori kertoo kokouksen tavoitteen ja huolehtii, että keskustelu vie kohti tavoitetta.

Tee näin:

Huolehdi, että kaikki halukkaan saavat puheenvuoron, ei vain äänekkäimmät tai röyhkeimmät.

Kutsu kokoukseen vain ne henkilöt, joiden todella tarvitsee olla kokouksessa.

Pitäkää kokous toimivassa ja inspiroivassa tilassa, esim. täällä.

11. Muutosjohtajuus

Ihmiset luontaisesti vastustavat muutosta, joten suosi lempeää lähestymistä ja tehokasta viestintää.

Tee näin:

Kun muutos on tulossa, kommunikoi siitä ajoissa ja usein.

Kysy niiden kollegoiden mielipiteitä ja näkemyksiä, joita muutos koskee. Kun ihminen kokee, että hänet on huomioitu, hän todennäköisemmin sopeutuu muutokseen.

12. Vertaispalaute

Palaute tekee työstä parempaa. Kaikkein tehokkainta palaute on, kun se on ajankohtaista, empaattista ja spesifiä. Kun saat itse palautetta, ota se vastaan avoimin mielin ja olet, että palautteen antaja tarkoittaa hyvää.

Tee näin:

Pyydä palautetta usein ja mieluummin liian aikaisin kuin liian myöhään.

Ennen kuin aloitat uuden projektin, sparraa kollegan kanssa 5-10 minuuttia, miten asia kannattaisi tehdä. Kun sinulla on jotain valmista, pyydä muutamaa kollegaa 15-30 minuutin ajan antamaan parannusehdotuksia.

Kun annat palautetta, muista antaa myös hyvää palautetta!

13. Jatkuva oppiminen

Vaalikaa yhdessä jatkuvaa oppimista ja kehittymistä. Edistyminen on tärkeämpää kuin täydellisyys. Pohtikaa yhdessä, mikä menee hyvin ja mikä ei.

Tee näin:

Pitäkää tiimin kanssa retrospektiivejä tarpeeksi usein.

Jos olet päällikköasemassa, käy tiimiläistesi kanssa lounailla ja ole kiinnostunut heidän kuulumisistaan, oppimisestaan ja motivaatiostaan.

Vaadi itse palautetta ja tietoa siitä, missä olet hyvä ja missä olet kehittynyt.

PERUSTANA ASIAANTUNTEMUS. TULOKSENA LAATU.

**Nyt 5-v
täystakuulla!!**



**KTA Yhtiöt Oy:
Epson-myynti,
Epson-tuki
& huolto.**

*Epson SureColor SC-S80600 -tulostimella voit tulostaa myös valkoista
väriä ja metallisävyjä. KTA:lta lisäksi käyttö- ja värinhallintakoulutus!*

SureColor™ SC-S -sarja

Epson tarjoaa uudella SureColor-sarjallaan tarkkuutta, laatua ja tuottavuutta joka tulosteella. SureColor-tulostimet ovat mainio lisä mainos-, tarra- ja opastetulostajille ja sopivat erinomaisesti myös designereiden ja sisustussuunnittelijoiden käyttöön. Monipuoliset laitteet sopivat muun muassa autoteippaukseen, mainostulostukseen ja myymäläsomistukseen, canvas- ja sisustustuotantoon sekä magneeteille tulostukseen.

Laaja väriavaruus • Erinomainen laatu ja nopeus • Hajuton, ei vaadi erillistä ilmanpoistoa
Uusi take up -materiaalin syöttö • Kolme eri mallivaihtoehtoa: CMYK, 2xCMYK, CMYKLcLmLbOR+W/S
Epsonin uusimmat tulostuspäät • Laajennettu takuu • 3M:n myöntämä Performance guarantee

KTA-YHTIÖT OY

Kutojantie 5, 02630 Espoo
Puhelin 09-759 071, www.kta.fi

EPSON®
EXCEED YOUR VISION

TULEVAISUUDEN HAASTEET OVAT ennen näkemättömiä mahdollisuuksia

Linnea Mattila, Brand ID

Maailma ei muutu parantamalla vanhaa, vaan keksimällä jotain sellaista uutta, joka tekee vanhan ja tutun tarpeettomaksi.

– Levykauppa ja Spotify, taksit ja Uber, hotellit ja Airbnb, Netflix ja Netflix. Tässä vain muutama futuristi, keksijä ja säveltäjä **Perttu Pölösen** mainitsemista aloista, jotka ovat mullistuneet disruption myötä. Siinä missä innovaatiot parantavat vanhaa ja olemassa olevaa, disruption myötä vanhat ratkaisut tulevat kokonaan tarpeettomaksi.

NASA JA HENRY FORD

Pölösen tuli tunnetuksi keksimänsä musiikin teoriaa opettavan Sävelkello-keksinnön myötä. Keksijäpalkinnolla palkittu sovellus nousi AppStoren ostetuimmaksi musiikkisovellukseksi yli kymmenessä maassa. Pölönen on pokannut myös Euroopan suurimman nuorille suunnatun tutkijakilpailun ykkössiijan ja valmistunut tulevaisuudentutkimusta opettavasta Singularity University-tulevaisuusyliopistosta, joka sijaitsee NASA:n tutkimuskeskuksessa Kaliforniassa.

Megatrendeihin ja disruption erikoistuneen Pölösen mukaan aikamme haasteena on kehityksen valtava vauhti. On mahdollista ennustaa, mitkä asiat ovat pinnalla vaikkapa viiden vuoden kuluttua. Koulun penkillä nyt istuvat lapset ja nuoret eivät tiedä millaisia töitä varten he opiskelevat, sillä tulevaisuuden työpaikkoja ja toimialoja ei vielä ole olemassa. Haaste tuo kuitenkin mukanaan myös valtavia mahdollisuuksia. Siinä missä disruptio tappaa vanhaa ja tuttua, se myös synnyttää kokonaan uusia toimialoja.

Muutoksessa mukana pysyminen edellyttää Pölösen mukaan kykyä tunnistaa perimmäisiä tarpeita ja haluja ja tuottaa niihin uusia ratkaisuja. Vaikka asiakkaat osaavat vaatia parannuksia, he kuitenkin kykenevät harvoin määrittelemään tarkasti mikä toivottu muutos voisi olla.

–Kukaan ei osannut toivoa iPhonea, mutta kaikki rakastavat sitä, Pölönen toteaa. Vastaavasti, jos Henry Ford olisi kysynyt ihmisiltä mitä nämä haluavat, olisi vastaus ollut nopeampia ja kestävämpiä hevosia. Ratkaisu oli T-mallin Ford-auto, joka siis teki hevoset tarpeettomiksi, joka on hyvä esimerkki disruptiosta.

MUUTOKSEN AVAIMET YKSILÖLLÄ

Muutoksen avaimet ovat lähempänä yksilöä kuin koskaan ennen. Teknologian kehityksen myötä valta on valunut kohti yksilöä, kun kaikilla on mahdollisuus päästä käsiksi valtavaan informaatiomassaan.

– Seuraavan suuren mullistuksen alullepanija saattaakin olla naapurin koodarinörtti oman alansa superasiantuntijan sijaan, Pölönen huomauttaa.

Kun iso mullistus tulee, se tekee jonkin asian tarpeettomaksi, korvaa sen. Näitä mullistuksia on vaikea ennustaa, mutta tapa jolla ajattelemme on merkityksellinen ja muutosten vauhti kiihtyy teknologisessa kehityksessä, vaikka emme sitä aina huomaa. Isojen ja merkittävien uudistusten ajallinen väli on lyhentynyt jatkuvasti. Pölösen mukaan on vain ajan kysymys, milloin koneet korvaavat ihmiset useimmissa työtehtävissä. Siksi tulevaisuudessa inhimilliset kyvykkyydet kuten luovuus, empatia ja mielikuvitus, nousevat entistä suurempaan arvoon.

Joulukuussa ilmestyy Pertun Tulevaisuuden lukujärjestys niminen kirja, jossa annetaan työkaluja tulevaisuuden menestyjille. Siinä pohditaan myös digitalisoituvan maailman kohtaamiseen tarvittavista taidoista.

Valmistaudu siis kohtamaan tulevaisuus jo nyt!



A full-page photograph of a man, Perttu Pölönen, standing in a studio. He is wearing a light-colored button-down shirt with rolled-up sleeves, dark blue jeans, and white sneakers. He has his hands in his pockets and is looking towards the camera. The background consists of dark green studio curtains. To the left, a large studio light is partially visible. In the top right corner, there is a logo consisting of a stylized 'O' with four dots around it, and the word 'ajalle' is partially visible above it.

” Siinä missä innovaatiot parantavat vanhaa ja olemassa olevaa, disruption myötä vanhat ratkaisut tulevat kokonaan tarpeettomaksi.

PERTTU PÖLÖNEN

(www.perttupolonen.com)

- Futurologi, keksijä, säveltäjä, kirjailija, startup-yrittäjä...
- Sävelkellon (MusiClock) keksijä – sovellus, joka tekee musiikin teorian oppimisesta lastenleikkiä
- Akateemisesti koulutettu säveltäjä Sibelius Akatemiasta
- Opiskellut Singularity University -tulevaisuusyliopistossa Nasan tutkimuskeskuksessa Kaliforniassa
- Yksi Suomen työllistetyimmistä puhujista – Nordea, Finnair, Fiskars, Orion, IBM, Pfizer, Telia, Dna, F-secure, Suomen hallitus, Dell, Nokia ja lisää tulee joka päivä.

Saavutuksia:

- Luovin suomalainen 2014
- Euroopan suurimman nuorille suunnatun tutkimuskilpailun (EUCYS) voittaja
- Vuoden tulokaspalkinto vuoden 2017 Vuoden Puhuja -gaalassa
- Vuonna 2018 Nordic Business Forumin 25 under 25 in Northern Europe -listaus
- MIT 35 innovators under 25 in Europe

20
FESPA
GLOBAL
PRINT EXPO

Madrid
24-27 March 2020

WHERE COLOUR
COMES ALIVE

MADRID
24-27 MARCH 2020

MATKAOHJELMA MADRIDIIN 24.-27.3.2020

Menolento

AY 1661 tiistaina 24. maaliskuuta Helsinki-München 16:50 – 20:15

Paluulento

AY 1662 perjantaina 27. maaliskuuta Helsinki-München 10:20 – 15:30

Lisäätähän varaukseesi Finnair Plus –numerosi heti, kun saat lippusi, niin saat kaikki matkaan liittyvät tiedot suoraan Finnairilta matkankin aikana (esim. viivästys tms.)

Lentokenttäkuljetukset

Tiistaina bussikuljetus suoraan kentältä hotellille ja perjantaina hotelilta kentälle n. klo 7:30.

Hotelli

Leonardo Hotel Madrid City Center, Alberto Aguilera 18.

Fespa-ständi

Suomi-treffit Club FESPA ständillä keskiviikkona klo 15. Tarjolla pikkupurtavaa ja palan painikkeeksi myös juomia. Tervetuloa vanhat ja uudet tutut!

Keskiviikkona FESPAn perinteinen Awards-illanvietto

Jos tämä kiinnostaa, niin olethan yhteydessä – voisihan sitä varata paikan päältä Suomi-pöydän?

Illanvietto torstaina

Vahvistukset vielä uupuu, joten TBC.

Matkan hinta

Yhden hengen huoneessa 1 290€ ja kahden hengen huoneessa 970€

LIKKUMINEN MADRIDISSA

Messumatkaan osallistujille annetaan 2 pvän (ke & to) julkisen liikenteen kortti, jolla voi vapaasti liikkua maanalaisella, junilla ja busseilla.

Messukeskus on Ifema Feria de Madrid.

Hotellin metroasema on **San Bernardo**. Metroa pitää vaihtaa 2 kertaa matkalla messuille. Hotellilta ensin linja 4 kohti Pinar de Chamartín, vaihto Alonso Martínez -asemalla linjaan 10 kohti Hospital Infanta Sofía ja vielä vaihto Nuevos Ministerios -asemalla linjaan 8 kohti Aeropuerto T4 ja ulos junasta Feria de Madrid -asemalla.

Takaisinpäin messuilta linja 8 kohti Nuevos Ministerios, vaihto linjaan 10 kohti Puerta del Sur ja vielä vaihto Alonso Martínez -asemalla linjaan 4 kohti Argüellesia ja ulos metrosta San Bernardo -asemalla. Matka kestää noin ½ h.



Lisätietoja ja ilmoittautuminen:
[minna.petterson\(at\)fespa.fi](mailto:minna.petterson(at)fespa.fi)

FESPA GLOBAL SUMMIT

Bangkok
16-17 January 2020

FESPA GLOBAL SUMMIT 2020

Peninsula Bangkok Hotel
16 - 17 January 2020

**“Education is for everyone
and endless”**

King Bhumibol Adulyadej

FESPA Global Summit is an exclusive event connecting leaders of the global print community.

Members of FESPA Associations network are able to attend at a discounted rate of 1,000 EUROS. Non-members are also able to attend, but at a full price of 3,000 EUROS.

To reserve your delegate place, please contact Alina Lazar on
Alina.Lazar@Fespa.com

For more information, please visit
www.fespaglobalsummit.com

งานประชุมสุดยอดผู้นำ ด้านการพิมพ์ จัดโดย เฟสป้า

โรงแรมเพนินซูล่า กรุงเทพฯ
16 -17 มกราคม 2563

**“การศึกษาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับ
ทุกคนและไม่มีที่สิ้นสุด”**

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช

งานประชุมสุดยอดผู้นำด้านการพิมพ์
จัดโดย เฟสป้า – เชื่อมโยงเครือข่ายผู้นำของ
ชุมชนสิ่งพิมพ์ระดับโลก
สมาคมภายใต้สมาชิกเฟสป้าสามารถเข้าร่วมงาน
พร้อมส่วนลดพิเศษ ราคา 1,000 ยูโร
หากไม่ได้เป็นสมาชิก
ค่าธรรมเนียมเข้าร่วมงาน 3,000 ยูโร

สำรองที่นั่งเพื่อเข้าร่วมงาน ติดต่อ
คุณเจนิส เมาชฎากอร์น ที่
Janis.kemachadakorn@Fespa.com

ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมที่เว็บไซต์
www.fespaglobalsummit.com

AN UNMISSABLE EVENT

งานประชุมที่คุณไม่ควรพลาด

TUOTANNON AUTOMATISOINTI JA TEHOSTAMINEN

FESPA-SEMINAARI

KESKIVIKKONA 12.2.2020 ALK.13:00
CASINO HELSINKI – FENNIA SALONKI

SEMINAARI-OHJELMA

13:00 - 13:45	Lounas
13:45 - 14:00	Tervetuloa - FESPA Finland puheenjohtaja
14:00 - 14:45	KAIZEN – JATKUVASTI PARANTAMALLA LEANIKSI Kimmo Järvinen, Kaizen Institute
14:45 - 15:15	Kahvi
15:15 - 16:15	WORKFLOW OHJELMISTORATKAISUT Eric Strik, Print Factory, Alankomaat (kieli: englanti)
16:15 - 17:00	TUOTANNON AUTOMATISOINTIA JÄLKIKÄSITTELYN OSALTA Niels Rask, NS-System, Tanska (Kieli: englanti)
17:00 - 17:30	Vuosikokous

ILTAOHJELMA Ilmoittaudu erikseen!

18:00 - 19:00	Pelikoulu Casinolla
19:00 -	Illallinen

Ilmoittaudu mukaan info@fespa.fi

Seminaari	90 euroa
Iltaohjelma	130 euroa



Kuitenkaan mikään yksittäinen asia ei ole tehokas, jos ihmisiä ei saada osallistumaan.

MUUTA PAREMMAKSI

Japanilainen sana Kaizen, tarkoittaa asioiden muuttamista paremmaksi. Moni yritys haluaisi kehittyä ja tehdä parempaa tulosta, mutta ei osaa tehdä kehittämistä kokonaisvaltaisesti.

Usein isoin haaste on, miten saada ihmiset osallistumaan ja antamaan panoksensa kehittämiseen. Vaikka periaatteellisella tasolla halua olisi, ei ole joko osaamista tai jokainen yrittää omalla tyylillään, eikä lopputulos ole halutun kaltainen, tavoitteen jäädessä saavuttamatta.

Lean on lopputulos ja Kaizen holistinen menetelmä, jolla siihen päästään. Asiakkaani otti yhteyttä vuosien jälkeen ja pyysi tulla tekemään Shanghain ihmeen uudelleen. Olin auttanut asiakasta Shanghain tehtaan kehittämisessä ja nyt yhteishenkilöllä oli uudet haasteet uudessa yrityksessä. Muutos oli niin suuri, että asiakkaani piti sitä ihmeenä. Kuitenkaan mikään yksittäinen asia ei ole tehokas, jos ihmisiä ei saada osallistumaan. Tässä piilee Kaizen-menetelmän tehokkuus, se osallistaa. Yhden kehittäjän sijasta kaikki kehittävät. Syntyy kulttuuri, tapa ajatella ja vähitellen tulos paranee. Tulos on toimintatapojen paranemisen seuraus. Kaizenin avulla asioille saadaan yhteinen kieli ja tapa, jolla kommunikoidaan ja toteutetaan tavoitteet, niin että ihan jokaisella on tiedossa tavoitteet viikon jokaiselle päivälle.

Kun halutaan pysyvä muutos, on kulttuurin kehityttävä yrityksessä. Projekteilla saadaan aikaiseksi hyppäyksiä ylöspäin. Tärkeä osa kokonaisuutta on se, että parannukset saadaan

siirrettyä käytäntöön ja päivittäin ylläpidettyä siellä, missä arvo luodaan asiakkaalle. Erityisen tärkeää on johdon oma esimerkki ja sitoutuminen. Nämä kolme edellä mainittua asiaa muodostavat yhdessä Kaizen työkalujen kanssa holistisen kokonaisuuden, jolla kehittäminen onnistuu. Oletko valmis ihmeeseen?

*KAIZENTM – everyone, everywhere, everyday improvement
(Masaaki Imai, founder of Kaizen Institute)*

Kimmo Järvinen
Kaizen Institute



Nuorten houkutteleminen painoalalle töihin – haaste vai mahdollisuus?



by FESPA Staff | 30/09/2019

Painoalalle pitää saada nuorempaa sukupolvea – miten koulutusorganisaatiot ja yrityselämä voisivat olla tässä avuksi?

Kun yli tuhatvuotiasta painamisen perinnettä kunnioitetaan monipuolisen historiansa vuoksi niin samaan aikaan nuorten kyvykkäiden uusien kykyjen alalle saaminen on iso haaste. FESPAn jäsenten keski-ikä on 43 vuotta, mutta tilastojen mukaan työntekijät alalla ovat keskimäärin 46,7 vuotiaita. Selkeästi alan jatkumon vuoksi mukaan on syytä saada nuoria talenteja, mutta siinä on omat haasteensa.

“Suurin ongelma on ehdottomasti se, että ala on täysin väärin ymmärretty,” sanoo **Christoph Degel**, Koulutus- ja tapahtumavastaava VCMB:ssä (Saksan suurin painoalan liitto). “Lehdissä ja mediassa kirjoitetaan paljon siitä kuinka huonosti lähinnä kirja- ja lehtipainoilla menee ja sieltä on vähennetty väkeä, joten on helppoa olettaa koko alan olevan jyrkässä alamäessä missä ei tapahdu mitään ja vaan odotellaan ovi- en laittamista säppiin.”

Christoph Degel, Head of Training and Event Management at VDMB



Miten nuoriin vedotaan?

Tietenkin kaikki alalla olevat tietävät, että tarina ei mene ihan näin. On tietenkin totta, että lehtien painatus on ollut vähenemään päin, kuitenkin esimerkiksi pakkausala, personointi ja tekstiilipainaminen voivat erittäin hyvin. 3D- ja interaktiivinen painaminen tuovat tällä hetkellä ns. hi-tech näkökulmaa mukaan painamiseen, jonka pitäisi jo yksinään kiinnostaa nuorta sukupolvea. ”Tätä ei vaan ole markkinoitu seuraavan sukupolven painajille”, sanoo Christoph. ”Kun nuoret miettivät urapolkujaan siellä on tietenkin paljon itsestään selviä aloja ja ammatteja kuten lääkäri tai poliisi, mutta painoala ei ole edes koko listalla.” Joskus harvoin, kun se mainitaan niin tylsyys paistaa läpi. ”Voit mennä rekrytointimessuille kylttisi kanssa ja annat mielestäsi nuoren 30-vuotiaan kertoa kuinka kiva ala se on, mutta se ei valitettavasti vetoa 16-17 -vuotiaisiin.” Sen sijaan viimeisen vuoden aikana Christophin tiimi on ollut mukana näillä messuilla nuorten oppisopimustyöntekijöidensä kanssa. ”He puhuttelevat ikäisiään huomattavasti paremmin kun kukaan muista työntekijöistä,” hän sanoo huomauttaen, että heillä on selvästi noteerattu alan kiinnostavuuden kasvu nuorten silmissä.



Sarah Tishler, Development Director at Simpson Group

Sarah Tishler, Kehitysjohtaja Simpson Group’illa Kaakkois-Englannissa myöntää, että on vaikeaa herättää nuorten kiinnostus alaa kohtaan: ”rekrytointimessuille mennessä täytyy ymmärtää, että on vaikea kilpailla hi-tech yrityksiä vastaan, joilla on mm. VR-pelejä.” ”Kuitenkin, jos tuot jotain käytännönläheistä mukana, jota voi koskettaa kuten esim. 3D-tuloste, sinulla on parempi mahdollisuus saada heidän huomionsa.”

Sarah uskoo, että painoalan yritysten on parasta kuitenkin pitää alaa esillä jo hyvissä ajoin ennen kuin nuorten oppivelvollisuus täyttyy. ”Olemme aloittaneet työmme kouluissa, jotka käyttävät ns. Gatsby-testejä, joka on kansainvälinen ohjelma, jossa koulun opintosuunnitelma liitetään jollain tasolla urasuunnitteluun. Siinä tähdätään siihen, että lapset jo pienestä pitäen kohtaavat eri ammattien edustajia ja tutustuvat työpaikkoihin”, hän kertoo.

Milleniaalien markkinat (s. noin 1985–1995)

Simpson Group on mukana mentoroimassa kouluilla, joissa nuoret voivat kysyä eri työtehtävistä, urista ja niihin vaadittavista taidoista. Tämän lisäksi he myös osallistuvat Esh Groupin ohjelmaan, jossa yhdistetään koulutus ja yritykset. Tähän kuuluu lähinnä rakennusalan yrityksiä ja he toimittavat lastentarhoihin ja ala-kouluille mm. kottikärryjä, rakennuspalikoita ja muita lapsille sopivia välineitä samalla rohkaisten lapsia ajattelemaan sukupuolineutraalisti eri ammateista tieteen ja tekniikan aloilla. Sarah kertoo olevansa kehittämässä vastaavan tyylistä toimintaa painoalalle. Hän sanoo: ”tavoite on saada ala näkyviin lasten silmissä ja kertoa eri uramahdollisuuksista.”

Hän lisää, että vaikka vastuu siitä, että alan työntekijät ovat melko iäkkäitä on kaikkien yhteinen, niin pitäisi myös kehittää yhteinen lähestymistapa ongelmasta eroon pääsemiseksi. ”Monet yritykset ovat halukkaita auttamaan, mutta he eivät kuitenkaan ole valmiita allokoidaan siihen resursseja (aikaa/rahaa)”, hän sanoo. Vaikka olisi paljon pieniä ja keskisuuria yrityksiä, jotka voisivat käydä kouluissa pitämässä esitelmää, niin ongelma lähtee jo siitä, että he eivät osaa miettiä mitä edes esittäisivät. Jos olisi esim. valmiiksi tehtynä muutama perusesitys, joita voisi muokata – tämä auttaisi heidät jo alkuun.

Jokaisella yrityksellä on jotain annettavaa – heidän pitää vaan osata katsoa asioita nuoren näkökulmasta käsin.

Nykypäivän työelämään siirtyvät tai uravalintoja suorittavat

nuoret ovat ihan eri asemassa, kun mitä tällä hetkellä alalla työskentelevät 40–50 -vuotiaat olivat. Ala on muuttunut huikeasti ja se pitää osata ottaa huomioon ettei sukupolvien kuilu syvene. ”Nuorimmilla milleniaaleilla ja heitä nuoremmilla (Gen Z) on aikalailta erilaiset odotukset ja tarpeet,” neuvoe Christoph. ”Mm. edut, joustavat työajat (jos mahdollista) sekä vielä etätyön mahdollisuus ovat hyvin korkealla heidän toivelistallaan. Nämä ovat suoraviivaisia tapoja saada työ näytämään huomattavasti mielenkiintoisemmalta”, hän jatkaa.

Koulutushaasteita

Christoph rohkaisee etukäteen miettimään etenemismahdollisuuksia, työpaikan pysyvyyttä sekä työn monipuolisuutta, sillä nämä ovat myös tärkeitä tekijöitä nykypäivän epävakaisessa työilmapiirissä. ”Jokaisella on jotain tarjottavaa, se pitää vaan paketoida nuorelle sopivaan pakettiin”, hän valistaa.

Kunhan nuori on saatu ovesta sisään vastaan tulee seuraava haaste: koulutus. FESPA UK:n toimitusjohtajan, **Carol Swiftin** mukaan koulutusta on haastavaa saada sillä harva oppilaitos voi sijoittaa nykypäivän digitaalisiin laitteisiin – helpompi on hankkia luokkaan tietokoneita. He ovat myös aktiivisesti mukana kouluissa toimivissa testiprojekteissa.

Joku voi olla erittäin taitava työssään, mutta kaikista ei ole alan opettajaksi siten, että se on ymmärrettävää.

Hän kertoo myös, että tästä johtuen koulutus ainakin Englannissa on pitkälti jäänyt painoalan yritysten omalle vastuulle.

”Yleensäkin koulutusohjelmat ovat tehty jollekin tietylle laitteelle ja pahimmassa tapauksessa vaan välittävät huonoja/vanhanaikaisia käytäntöjä eteenpäin”, hän jatkaa. ”Alalla on myös kertakaikkinen hyvien opettajien pula eikä kuka tahansa voi ymmärrettävästi opettaakaan”, Carol lisää.

”Täydellisessä maailmassa alalla olisi oma koulutusohjelma ja -paikka, mutta ei ole mikään yllätys, että kustannus olisi merkittävä este tälle hankkeelle. Noin 25 vuotta sitten olin mukana isossa hankkeessa, jossa luonnosteltiin tämän tyylistä koulutuspaikkaa ja silloinen kustannus oli £2,5 miljoonaa – nyt se olisi merkittävästi enemmän”, hän jatkaa.

Carol in miehestä ei kuitenkaan ole mahdotonta etteikö tällaista saataisi rahoitettua Englannissa, sillä kaikki yritykset joiden palkkakulu vuositasona ylittää £3 miljoonaa laittavat rahaa kansalliseen oppisopimusrahastoon. Sitähän voisi esim. ohjata tällaiseen toimintaan tai yksinkertaisesti vain ottaa lahjoituksia vastaan alan yrityksiltä, joilla on kiinnostusta sijoittaa tulevaisuuteen. Tähän tarvittaisiin avarakatseisuutta, sitoutuneisuutta sekä lähes kaikkien alan toimijoiden mukanaoloa, jotta se saataisiin toimimaan käytännössä.

On hyvin paljon asioita mitä yksittäiset yritykset voivat tehdä houkutellakseen uusia talenteja riveihinsä – kouluvierailut, oppisopimukset... – loppujen lopuksi tarvitaan kuitenkin kaikkien osa-alueiden aktiivisuutta, jotta painoala puskee kohti tulevaisuutta. Hän jatkaa vielä, että ikääntyvä ala tuo mukanaan seuraamuksia – menetämme käytännön tietoa ja taitoa sekä sen mukana ongelmanratkaisu kykyä. ”Ainakin me Englannissa pyrimme olemaan kekseliäitä ja tämä tarkoittaa sitä, että meidän pitää yhä kasvattaa, kouluttaa ja kannustaa tulevia sukupolvia”, Carol päättää.



”

Jokaisella yrityksellä on jotakin annettavaa – heidän pitää vain osata katsoa asioita nuoren näkökulmasta.

*Sarah Tishler,
Development Director at Simpson Group*

Carol Swift, toimitusjohtaja, Fespa UK

Fenix Sign

hehkuttaa brändejä vähittäismyymälöissä

Maiju Junko, Kielen Päällä

Fenix Sign on erikoistunut miellyttävien ostokokemusten ja hyvien fiilisten rakentamiseen myymälöissä, julkisissa tiloissa ja tapahtumissa.

Ihmiset viettävät entistä enemmän aikaa myymälöissä ja kaupakeskuksissa, joten kauppiaat panostavat viihtyvyyteen, visuaalisuuteen ja toimivuuteen. Fenix Signin erikoisalaa on yksilöllisen ilmeen ja luovien ratkaisujen luominen.

– Vähittäiskaupassa on vallalla vahva kilpailu, joten tuotteiden tulee nousta oikealla lailla esille. Yksilöllisen ilmeen ja luovien ratkaisujen avulla olemme luomassa miellyttäviä ostokokemuksia asiakkaille. Teemme kaikkemme, että he tulevat liikkeeseen toistekin, tiivistää hallituksen puheenjohtaja Vesa Saarinen.

Yrityksen tuotannosta suurin osa tehdään kahdelle suurimmalle, K- ja S-ketjulle.



Käden jälki näkyy Triplassa

Yrityksen osaamiseen ja muun muassa luoviin alakattoratkaisuihin pääsee tutustumaan Helsingin uusimman kauppakeskus Mall of Triplan myymälöissä. Maailman parhaaksi ruokakau-paksi juuri palkitun Järvenpään Citymarketinkin sisäilme on sekin fenixiläisten rakentama.

- Helposti muunneltavat alakatot ja valaisinratkaisut tuovat visuaalista ilmettä ja lisäävät viihtyisyyttä ja toimivuutta. Erilaisia elementtejä yhdistelemällä syntyy persoonallisia ja käytännöllisiä kokonaisuuksia, Saarinen kertoo. Alakattototeutukset vangitsevat katseita, ja niillä on helppo korostaa tarjouksia tai tiettyä tuoteryhmää.

Magneettitarra on helppo asentaa

Yritys toteutti Prismoille laajan ja onnistuneen kampanjan.

- 400 myymälää eri puolilla Suomea teki samana viikon-loppuna tuotelanseerauksen hyllypäädyissä. Vaikka meillä on omat asennustiimimme niin etelässä kuin pohjoisessakin, näin isoon lanseeraukseen nekään eivät veny. Siksi kampanja tehtiin magneettitarrautustuksena. Myymälähenkilökunta pystyi asentamaan magneettivuodot helposti itse, niitä voi rypistymättä käännellä ja väännellä. Lisäksi alusta on pitkäikäinen ja monikäyttöinen, ja siihen voi vaihdella vuotia mielen mukaan.

Parhaat laitteet ja osaajat

Saarinen on ylpeä omista ammattilaisistaan ja laitteistaan.

- Asiakkaitamme palvelevat Suomen johtavat laitteistot, ja niitä käyttävät pitkälle koulutetut tulostajat. Remmissä on myös paljon insinööriosajia.

Hän korostaa, että hybridikoneet eivät ole heidän työkalujaan.

- Meillä on tasotulostimet tasotöihin ja rullatulostimet rullatöihin. Tämä on havaittu hyväksi eikä kompromisseja ole tarvinnut tehdä.

Vielä kuluvan vuoden aikana on luvassa isoja laiteinvestointeja.

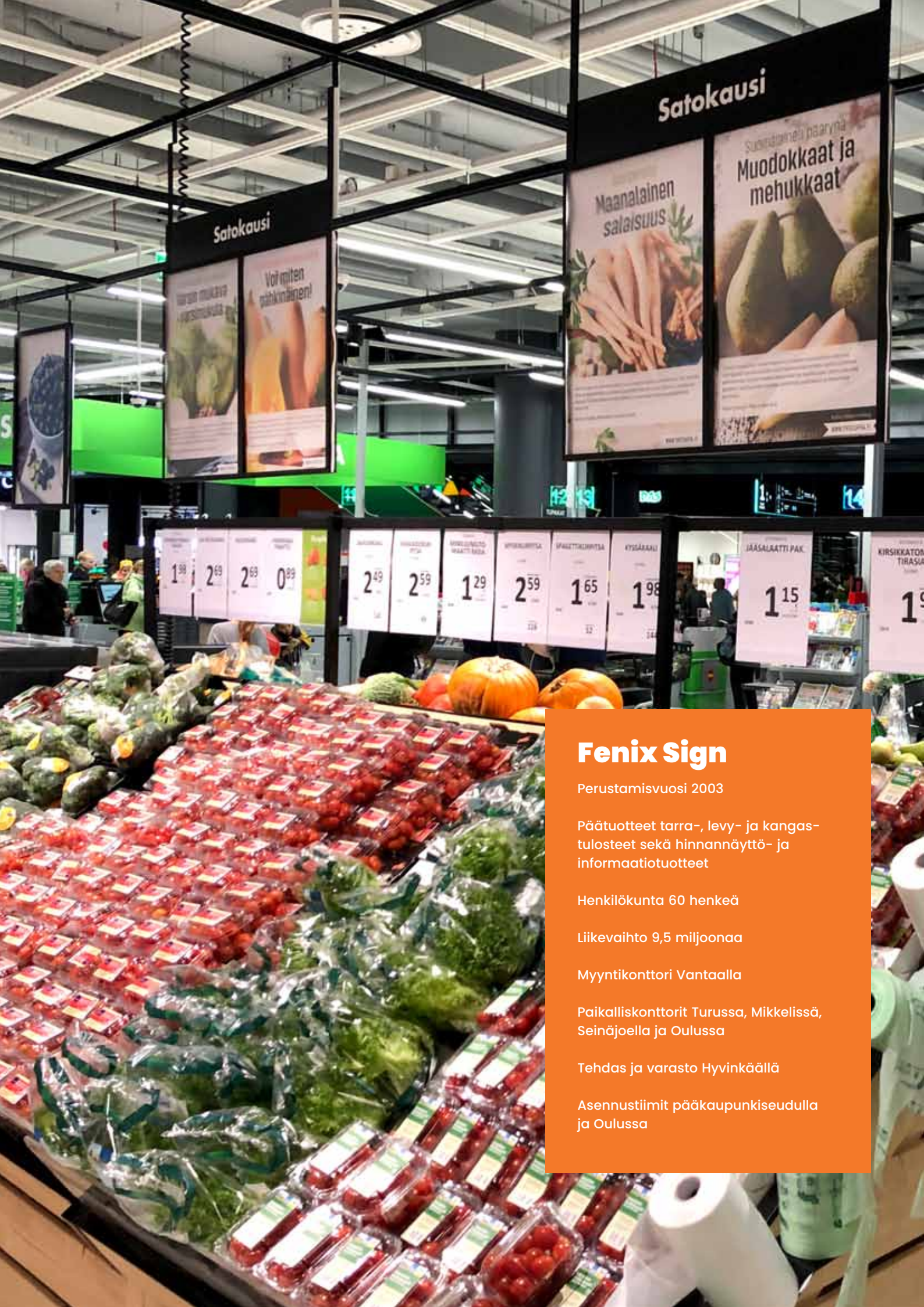
- Jouluksi on tulossa uusia leluja, esimerkiksi Pohjoismaiden ensimmäinen Karibu-tulostin. Se on teknisesti ylivoimaisin tulostin, jolla saadaan nopeasti isojakin määriä teippejä ja magneettivuotia.

Asiakaslähtöisyys ja joustavuus

Onnistumisen edellytyksenä on asiakaslähtöisyys.

- Meitä johtavat asiakkaat, joten nopeaan ja ketterään asiakaspalveluun panostetaan jatkuvasti. Meillä on kasvussakin onnistuttu säilyttämään joustavuus. Talossa on hyvä henki, työntekijät ovat valmiita venymään, kun tarve on. Meillä ihmiset näkevät työnsä tuloksen ja ovat tärkeitä laadusta.





Satokausi

Voit miten
mukinnainen!

Satokausi

Maanalainen
salaisuus

Suolaaminen paayma
Muodokkaat ja
mehukkaat

1 98

2 69

2 69

0 89

2 49

2 59

1 29

2 59

1 65

1 98

1 15

1 15

Fenix Sign

Perustamisvuosi 2003

Päätuotteet tarra-, levy- ja kangas-
tulosteet sekä hinnannäyttö- ja
informaatiotuotteet

Henkilökunta 60 henkeä

Liikevaihto 9,5 miljoonaa

Myyntikonttori Vantaalla

Paikalliskonttorit Turussa, Mikkeliissä,
Seinäjoella ja Oulussa

Tehdas ja varasto Hyvinkäällä

Asennustiimit pääkaupunkiseudulla
ja Oulussa



20
FESPA
GLOBAL
PRINT EXPO

Madrid
24-27 March 2020

CLUB
FESPA

WHERE COLOUR COMES ALIVE

AT EUROPE'S LARGEST FOCUSED PRINT EXPO

24 - 27 MARCH 2020 | MADRID, SPAIN

REGISTER AS A CLUB FESPA VISITOR WITH YOUR
UNIQUE PROMO CODE **ACN09** [FESPA2020.COM](https://fespa2020.com)

GOLD PARTNERS.

brother
at your side



Mimaki