



TIVIA | **9/2023**
news

DIGITALISAATIO

ASIAKAS- KOHTAAMISEN APU

LUT-yliopistossa tutkitaan, miten mullistaa asiakaskohtaaminen suunnittelemalla organisaation brändin ruumiillistavia vuorovaikutteisia digitaalisia hahmoja.

**KESÄ TULI
JA MENI**

**EDELLÄKÄVIJÖINÄ
20 VUOTTA**

**DATA ON KAIKKIEN
ASIA**

PÄÄKIRJOITUS

KESÄ TULI JA MENI

Toivottavasti pääsit ansaitsemallesi kesälomalle. Ja sait kaivattua vaihtelua arkiseen puurtamiseen. Jos töihin palatessasi olit unohtanut työasioita, se oli merkki siitä, että loma toimi. Mutta oli kesäloma pitkä tai lyhyt, joskus se kumminkin loppuu. Tai kesä ainakin.

JOTKUT ASIAT säilyivät puheenaiheena kesänkin yli. Tekoäly on edelleen kärjessä keskustelunaiheena, eikä kyberturvallisuuskään niiden joukosta ole poistunut. Ukrainassa soditaan yhä, 1,5 vuotta Venäjän hyökkäyksen jälkeen. Korona näyttää poistuneen päivittäisistä puheenaiheista, joskin syksyn tehosterokotuksista iäkkäille ja riskiryhmäläisille tuli tietoa. Koronan tilalle tuntuu nousseen lintuja tappanut ja turkistarhoja saastuttanut lintuinfluenssa, jonka pelätään muuntautuvan ihmiseenkin tarttuvaan muotoon. Toivottavasti näin ei tapahdu missään, eikä varsinkaan Suomessa eikä Kaustisella, josta molemmat vanhempani olivat kotoisin.

MAAMME SAI pitkien neuvottelujen jälkeen uuden hallituksen, jonka alkutaivalta ovat rasittaneet ministerien vanhat ja vähän tuoreimmatkin rasistiset puheet ja viestittelyt. Tästä kannattanee ottaa opiksi ainakin se, että kannattaa harkita, mitä sanoo tai kirjoittaa, sillä sosiaalisella medialla tuntuu olevan pitkä muisti. Toivoa sopii myös, että hallitus saa rivinsä kuntoon ja osoittautuu toimintakykyiseksi.

TÄRKEÄÄ ON MUISTAA, että rasismi ja maahanmuuttopolitiikka ovat eri asia. Tieto- ja viestintätekniikan alalla työskentelevien joukossa on paljon sellaisia, joiden äidinkieli on jokin muu kuin suomi ja syntymämaa jokin muu kuin Suomi. Jos tämä tosiasia harmittaa, kannattaa vähintään muistaa, että moni Suomessa syntynyt ja suomea äidinkielenään puhuva työskentelee ulkomailla ja varmasti toivoo asiallista kohtelua muilta. Niin metsä vastaa kuin sinne huudetaan, sanotaan.

USEIMMILLA MEISTÄ tulevan vuoden suunnittelu sävyttää syksyä. *TIVIAN* syksyä värittää myös valmistautuminen liittokokoukseen, jossa valitaan muun muassa hallitukseen uudet jäsenet erovuoroisten ja eronneiden tilalle. Jos sinulla on näkemystä suomalaisen tieto- ja viestintätekniikan tarpeista ja mahdollisuuksista nyt ja tulevaisuudessa sekä haluat kehittää yhteisömme toimintaedellytyksiä, saatat olla etsimämme henkilö! ■

Reino Myllymäki
kehityspäällikkö, TIVIA

 **TIVIA** | news

JULKAISIJA

TIVIA ry

PÄÄTOIMITTAJA

Juha Lappi

ULKOASU

Olli Teräs

TOIMITUSKUNTA

Eija Kalliala,

Joona Haavisto, Maaret Pyhäjärvi,

Olli Teräs

KANNEN KUVA

Essi Aittamaa

TIVIA 

YHTEYSTIEDOT

TIVIA ry

Sturenkatu 16

00510 Helsinki

tivia@tivia.fi

tivia.fi

JÄSENASIAT

jasenasiat@tivia.fi

TIVIA-YHTEISÖ



Ryhmäkuva IT-kouluttajien 20-vuotisseminaarin lopussa Urban3:ssa

Esitysten tallenteet, materiaalit ja historiikin voi ladata maksutta IT-kouluttajien verkkosivuilta.

► itko.tivia.fi/2023/05/tekoaly-opetuksessa

EDELLÄKÄVIJÖINÄ 20 VUOTTA

Teksti Tarmo Toikkanen, Eija Kalliala Kuva Tarmo Toikkanen

IT-kouluttajat on jo 20 vuoden ajan tuonut uusia tuulahduksia opettajien arkeen. Teknologiaopettajien tueksi perustettu yhdistys laajeni nopeasti kaikkien opettajien ja kouluttajien uuden teknologian käyttöönoton foorumiksi. Vuosien varrella IT-kouluttajien seminaarit ovat käsitelleet aiheita tyypillisesti pari vuotta ennen niiden valtavirtaistumista.

Monimuotoista verkko-opetusta on käsitelty IT-kouluttajien seminaareissa 2000-luvun alusta lähtien. Vuonna 2016 *Tietie-verkosto* laati verkko-opetuksen 20-vuotishistoriikin. Vuonna 2015 IT-kouluttajat polkaisi talkoilla pystyyn **Koodiaapinen**-MOOCin, jossa opettajat saivat ideoita ohjelmoinnin yhdistämisestä omaan oppiaineeseensa. Paristatuhannesta osallistujasta viitisensataa suoritti kurssin. Kun pandemia keväällä 2020 iski, IT-kouluttajat kutsui toistasataa verkkopedagogiikan asiantuntijaa laatimaan opettajille **Etä-opetuksen näytön paikka** -ohjeistusta, joka julkaistiin Wikikirjastossa.

IT-kouluttajien seminaareissa on käsitelty aiheita, jotka edelleen ovat ajankohtaisia, esim. vuonna 2003 saa-

vutettavuutta, 2006 sosiaalisen median oppimistratkaisuja, 2010 tekijänoikeuksia opetuksessa, 2015 avoimia digitaalisia osaamismerkkejä ja 2018 tekoälyä opetuksessa.

Yhdistyksen 20-vuotisseminaari järjestettiin raikkaassa Urban3-tilassa Maria 01 -startupkeskuksessa, yhteistyössä *Wikimedia Suomen* kanssa. Seminaarissa julkaistiin yhdistyksen historiikki ja käsiteltiin vuoden 2023 kuumaa aiheita: generatiivista tekoälyä.

Puheenjohtaja **Tarmo Toikkanen** Sitrasta johdatteli tekoälyyn yhteiskunnallisena ilmiönä. Generatiivisen tekoälyn toimintaperiaatteet ja rajat on ymmärrettävä, samoin sen mahdolliset tietosuojaja- ja tekijänoikeusriskit sekä vaikutukset ihmisiin, organisaatioihin ja yhteiskuntaan.

Howspacen **Juuso Hietalahti** kertoi tekoälystä lisäominaisuutena yrityksen tuotteissa. Yhdistyksen pitkäaikainen aktiivi **Eija Kalliala** esitteli historiikin ja nostoja vuosien varrelta. **Kimmo Virtanen** Wikimedia Suomesta pohti, voiko tekoäly kirjoittaa wikipedia-sivuja ja esitteli käytännön kokeilujensa tuloksia. ■

TIVIA KOULUTTAA



Pyydä tarjous organisaatiokohtaisesta koulutuksesta:
tivia@tivia.fi

Kuva: Shutterstock

Ketterän tuoteomistajan ABC

28.9.2023

► Tämä valmennus on yhdistelmä lähestymistapoja ja työkaluja esitteleviä luento-osuuksia ja kunkin osallistujan omaan kehityskohteeseen liittyviä käytännön harjoituksia. Saat valmennuksesta mukaasi tukun työkaluja, joiden avulla pystyt ratkaisemaan **tuoteomistajan** työn tyypillisimmät haasteet.

Aistisaavutettavuuden ja -kokemuksen parantaminen

11.10.2023

► Suomessa on 55 000 näkövammaista, 800 000 kuulovammaista, 1,3 miljoonaa yli 65-vuotiasta ja arviolta puoli miljoonaa työkykyistä ja -ikäistä aistivammaista. Suurin osa bisneksistä ei ole osannut kiinnittää heihin huomiota. Tässä on valtava kilpailueutupotentiaali.

Yrityksen tietoturva

12.10.2023

► Koulutuksessa perehdytään mm. siihen, miten yrityksen pitää suhtautua omaan tallennettuun tietoon ja miten voi pienentää oman yrityksen hyökkäyspinta-alaa. Koulutus sopii mm. yrittäjille, yrityksen päättäjille ja henkilöille, jotka ovat kiinnostuneet yrityksen tietoturvasta.

tivia.fi/koulutukset

DIGITALISAATIO

DIGIHAHMOT ASIAKAS- KOHTAAMISISSA

LUT-yliopistossa tutkitaan, miten mullistaa asiakaskohtaaminen suunnittelemalla organisaation brändin ruumiillistavia vuorovaikutteisia digitaalisia hahmoja.

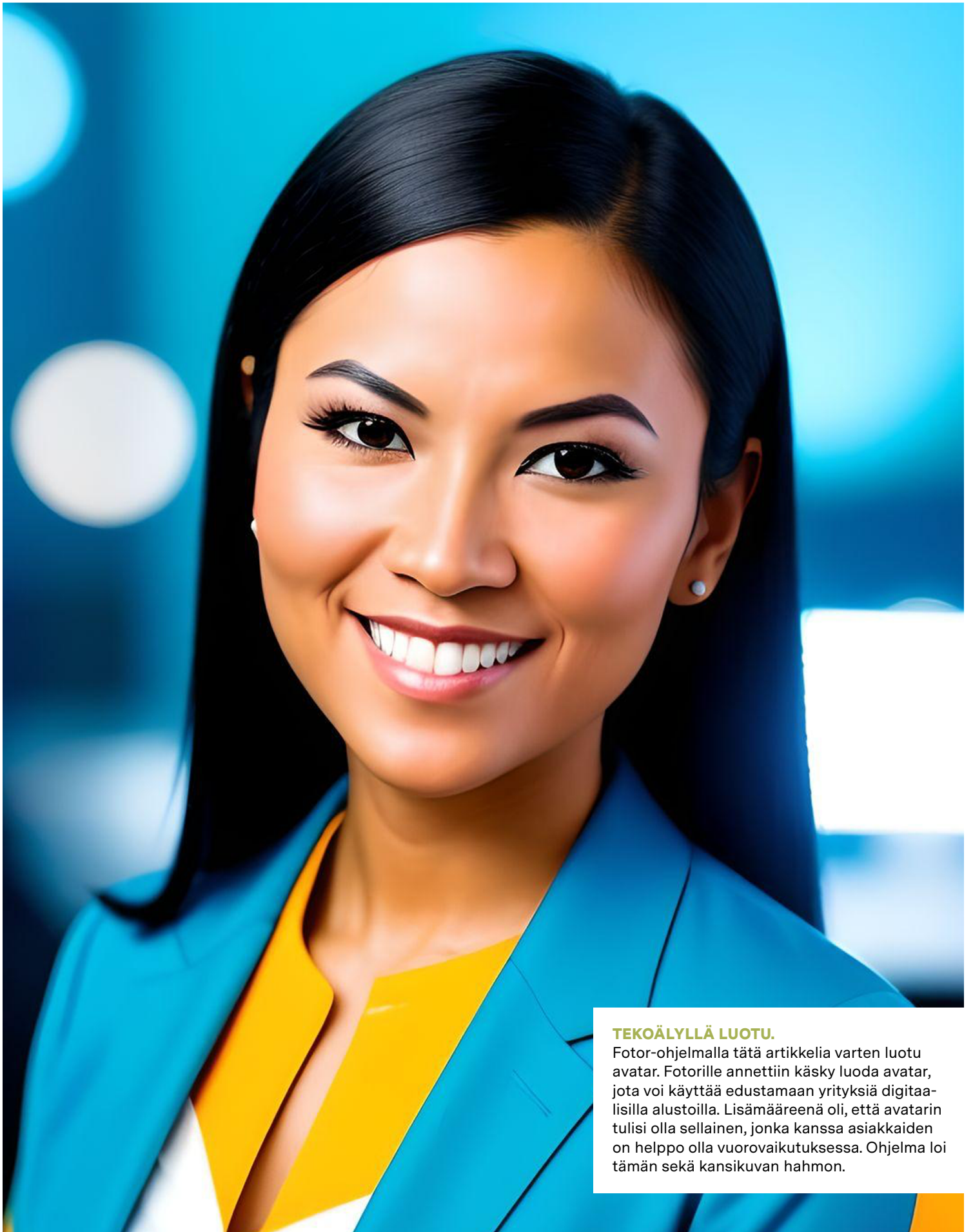
Enenevässä määrin digitalisoituvaa toimintaympäristöä on omiaan luomaan organisaatioille paineita. Aiemmin hyviksi havaitut asiakaskohtaamisen mallit eivät enää riitä, ja oheen tai tilalle pitäisi kehittää uusia ja innovatiivisia tapoja näkyä, tulla tutuksi ja kohdata asiakas. Tilannetta ei helpota se, että asiantuntijoiden, tutkijoiden ja muiden tulevaisuusprofeettojen visiot tekoälyn kehityksestä ja digitaalisten alustojen seuraavista kehitysaskeleista eivät ole yhteneväisiä. Ehkä tulevaisuus tuo tullessaan 24/7 palvelevia virtuaalisia kauppoja ja palveluita, kuten pankkikonttoreita ja asunonäyttöjä, vapaa-ajan toimintoja, kuten konsertteja ja pelitapahtumia, tai ehkä jotain ihan muuta. On kuitenkin selvää, että

asiakaskohtaaminen mullistuu.

Me *LUT-yliopistossa* etsimme ratkaisuja tähän haasteeseen. Pohdimme apulaisprofessori **Dominik Siemonin** kanssa, millainen digitaalisten alustojen asiakaskohtamiskokemus olisi mieluisa ja miten kohtaamisen voisi rakentaa linjassa yrityksen tai organisaation brändin kanssa. Kiinnostuksemme ytimessä on asiakkaan digitaalisella alustalla kohtaama vuorovaikutteinen digitaalinen "hahmo" tai "persoonaa". Erityisesti huomiomme on kiinnittynyt siihen, miten hahmo olemuksellaan ja vuorovaikutuksellaan pystyisi "ruumiillistamaan" yrityksen tai organisaation brändin. Tekoälyn kehittyessä hahmot elävät ja toimivat digitaalisilla alustoilla yhä itsenäisemmin. Tästä syystä niiden olemuk-

sen ja viestien pysyminen linjassa organisaation arvojen ja muun viestinnän kanssa on keskeistä. Hyvin suunnitellun hahmon voi kevyemmin mielin päästää esimerkiksi Metaversumin kaltaiselle alustalle, jossa vuorovaikutus asiakkaan kanssa on pitkäjänteistä ja saattaa ulottua myös vapaa-aikaan. Hyvä pohjatyö helpottaa myös hahmon mukauttamista toisille alustoille tai päivittämistä tekniikan kehittyessä.

Tutkimushankkeemme koostuu systemaattisesta kirjallisuuskatsauksesta, moniäänisestä kirjallisuuskatsauksesta ja työpajoista. Laajoissa kirjallisuuskatsauksissa analysoimme aiheesta jo olemassa olevan tiedon, akateemiset ja työelämää lähellä olevat käytännön lähteet huomioiden. Työpajoissa suunnittelemme vuo-



TEKOÄLYLLÄ LUOTU.

Fotor-ohjelmalla tätä artikkelia varten luotu avatar. Fotorille annettiin käsky luoda avatar, jota voi käyttää edustamaan yrityksiä digitaalisilla alustoilla. Lisämääränä oli, että avatarin tulisi olla sellainen, jonka kanssa asiakkaiden on helppo olla vuorovaikutuksessa. Ohjelma loi tämän sekä kansikuvan hahmon.

rovaikutteisen digitaalisen hahmon prototyypit tutkimuksen yhteistyökumppaneille. Testaamme luomiemme prototyyppien toimintaa ja niiden asiakaskohtaamisia myös käytännössä. Näin saamme tietää onnistuuko hahmo ruumiillistamaan brändin ja välittämään organisaation brändiviestiä toivomallamme tavalla.

AIEMPI TUTKIMUS ON UNOHTANUT BRÄNDIN

Aiempi tutkimus on selvittänyt vuorovaikutteisen digitaalisen hahmon suunnittelua eri näkökulmista. Kiinnostus ei kuitenkaan ole kohdistunut organisaation brändin integroimiseen suunnitteluun. Meille tutkijoille tämä löydös on ollut hienoinen yllätys. Organisaatioille, jotka miettivät läsnäoloaan digitaalisilla alustoilla, kysymys brändin välittymisestä on keskeinen.

Vaikka aiempi tutkimus ei tunnustakaan brändin yhteyttä hahmon suunnitteluun, antaa se osviittaa hahmon rakentamiseen käytettävistä elementeistä. Hahmon ominaisuudet, kuten ulkoinen olemus, liikekieli, ilmeet ja tyyli ovat oivallisia tapoja luoda hahmolle ominaispiirteitä. Myös hahmon käyttämä kieli, eteenkin puhemuotoisena, mahdollistaa ominaispiirteiden luomisen. Sanavalintojen ja puheen sisältöjen lisäksi esimerkiksi puheen korkeus, sävy, nopeus ja rytmi luovat hahmolle erottuvaa persoonaa. Hyvin keskeisiä ovat hahmon käytösmallit ja vuorovaikutuksen tavat asiakkaan kanssa. Katseet, elekieli, fyysinen etäisyys asiakkaasta, jopa silmien räpyttelyn frekvenssi vaikuttavat siihen, millainen vuorovaikutuskokemuksesta muodostuu. Mahdollinen sukupuoli, tunnetilat, persoonallisuuden piirteet tai narratiiviset elementit, kuten nimi ja taustatarina, luovat syvyyttä hahmoon entisestään.

On myös hyvä pitää mielessä, ettei hahmon tarvitse olla ihmismuotoinen. Erilaiset eläinhahmot ja antropomorfoidut esineet ovat jo aiemmin tulleet tutuiksi esimerkiksi yritysten ja tapahtumien maskotteina. Nyt ne olisi mahdollista herättää eloon ja valjastaa toimimaan digitaalisilla alustoilla. Tämä vaatii kuitenkin ymmärrystä hahmon suunnittelusta.

On myös hyvä pitää mielessä, ettei hahmon tarvitse olla ihmismuotoinen. Erilaiset eläinhahmot ja antropomorfoidut esineet ovat jo aiemmin tulleet tutuiksi esimerkiksi yritysten ja tapahtumien maskotteina. Nyt ne olisi mahdollista herättää eloon ja valjastaa toimimaan digitaalisilla alustoilla. Tämä vaatii kuitenkin ymmärrystä hahmon suunnittelusta.

INSPIRAATIOTA ELOKUVIEN KÄSIKIRJOITTAAMISESTA

Yhtenä inspiraationa meille on toiminut elokuvakäsikirjoittaminen. Elokuvien hahmot on usein luotu välittämään olemuksellaan ja vuorovaikutuksellaan elokuvan ydinviestiä. Olemme pohtineet, olisiko mahdollista löytää yhtymäkohtia elokuvan ydinviestin ruumiillistavien elokuvahahmojen ja yrityksen brändiviestin ruumiillistavien digitaalisten hahmojen välillä. Selkeimmin inspiraatio elokuvien maailmasta näkyy tutkimukseen kuuluvissa työpajoissa. Olemme kehittäneet työpajapaketit, jotka ammentavat

luovien kirjoittajien käyttämistä metodeista. Sovellamme metodiikkaa sekä organisaation brändin ytimen purkamiseen ja analysointiin, että itse digitaalisen hahmon rakentamiseen. Ensimmäiset kokemukset järjestämistämme työpajoista ovat hyvin lupaavia, mutta tulokset vaativat vielä syvempää analyysiä.

Tutkimuksemme pyrkii siis selvittämään suunnittelun malleja ja metodeja, joiden avulla vuorovaikutteiset digitaaliset hahmot saadaan ruumiillistamaan organisaation brändi. Tutkimustamme tukevat *TIVIA* ja *KAUTE-säätiö*. Tutkimushankkeen yhtenä tärkeänä tuloksena on työkalupakki, jonka tarkoituksena on helpottaa tutkimustulosten jalkauttamista eri toimijoiden käyttöön. Meihin saa olla yhteydessä matalalla kynnyksellä, mikäli työmme kiinnostaa. ■



Artikkelin kirjoittaja **Essi Aittamaa** on käsikirjoittaja ja ohjelmistotuotannon tohtoriopiskelija LUT-yliopistossa. Hän tutkii asiakasrajapinnassa toimivien vuorovaikutteisten digitaalisten hahmojen suunnittelua ja luovia tapoja integroida organisaation brändiviesti hahmoon ja sen vuorovaikutukseen.

Kun yritys tai organisaatio pohtii vuorovaikutteisen digitaalisen hahmon käyttöönottoa:

- Suunnitteluun kannattaa suhtautua vakavasti. Kyseessä on yrityksen tai organisaation edustaja, joka kulkee asiakkaan mukana, esimerkiksi tämän taskussa tai käsilaukussa.
- Kontekstin huomioiminen on tärkeää. Alusta ja yhteys, missä asiakas kohdataan, vaikuttaa suunnitteluun.
- Digitaaliset alustat eivät ole irti arkitodellisuudesta. Stereotyyppien miinoista sekä hahmon edustamista ja levittämistä arvoista on hyvä olla tietoinen.
- On hyväksyttävä, ettei kaikkia voi miellyttää. Olennaista on, että hahmo puhuttelee yrityksen tai organisaation tärkeimpiä asiakkaita.



► lut.fi

LUT-yliopiston ohjelmistotuotannon tutkimus keskittyy ohjelmistoinnovaatioihin sekä ohjelmisto- ja tietojärjestelmätyön kehittämiseen ja tehostamiseen. Tutkimuskohteet liittyvät esimerkiksi kehittämisprosessien ja liiketoiminnan suhteeseen, käyttäjäkokemuksiin, teknologisiin ratkaisuihin ja organisaation toimintaan. Tutkimuksen lähestymistapana on useimmiten empiirinen kenttätutkimus eri toimialojen ohjelmistonkehitysorganisaatioissa.



DATA ON KAIKKIEN ASIA

Teksti Anu-Maria Laitinen Kuva Unsplash

Data on koko organisaatiota ja sen menestystä koskettava tekijä, joka läpileikkaa organisaation ja sen toimenkuvat. Vaikka paras teknologian tuntemus on IT-osastolla, tarvitaan datan hyödyntämiseen eri koulutustaustaisia johtajia, esimiehiä ja työntekijöitä.

Datastrategia määrittelee datan käyttötarkoituksen organisaatiossa. **Hosch** (2020) kirjoittaa datavisiosta, jolla tarkoitetaan sitä, miten data auttaa organisaatiota täyttämään tehtävänsä ja saavuttamaan strategiset tavoitteet. Datavisio keskittyy siihen, miten data koskettaa ihmisten arkea organisaatiossa ja helpottaa työn tekemistä. **Levyn** (2018) mukaan datastrategia alkaa siitä, että organisaatio

määrittelee datan merkityksen ja tarkoituksen sen uniikissa tilanteessa.

Datan keräämisessä toistuvat usein samat ongelmat. Organisaatiossa voi olla vaikea määrittellä toiminnan mittareita. Joskus organisaatiosta kertyy dataa, mutta ei sen toimintaa ja tehokkuutta mittaavista kohteista. Toisinaan datan kerääminen voi olla työlästä tai hyötyihin nähden kallista. Laitteet ja ohjelmistot keräävät dataa, mutta joskus organisaatiot eivät omista toimintansa dataa tai datan lataaminen on vaikeaa. Moni tiedolla johtamisen projekti odottaa tietojärjestelmän vaihtoa, jotta dataan olisi helpompi päästä käsiksi. Hyvä tiedolla johtaminen vaatii tehokasta

datan keräämistä olennaisista kohteista, turvallista datan säilyttämistä ja datan jakamista oikeille tahoille.

Anderson ja **Li** (2017) muistuttavat datalla johtamisen kulttuurin koostuvan hyvänlaatuisesta datasta, työntekijöiden mahdollisuudesta päästä käsiksi oleelliseen dataan, datanlukutaidosta ja datapohjaisesta päätöksenteosta. Datavastaavien tulisi huolehtia siitä, että dataa kerätään säännönmukaisesti sovitusta kohteista. Työntekijöiden pääsy työhön liittyvään dataan ja rohkaisu datan käyttämiseen päätöksenteon tukena ovat oleellinen osa datan hyödyntämisen kulttuuria. On myös tarpeen jakaa yleistä dataa ja analyysejä organisaatiosta ja toimintaympäristöstä. Datalukutaitoa voidaan parantaa hyvällä visualisoinnilla sekä osallistamalla työntekijöitä datan keräämiseen, visualisointiin ja analysointiin. Datalukutaidosta ja tiedon hyödyntämisestä on hyvä järjestää koulutuksia.

Raportoinnin ja datan jakelun työvälineet ovat kehittyneet viime vuosina merkittävästi. Datan visualisoinnilla on suuri merkitys päättäjien tilannekuvan ymmärtämiseen ja päätöksenteon tukemiseen. Riittävä tiedollinen läpinäkyvyys ja oikean tiedon jakaminen oleellisille tahoille ovat menestyvän organisaation tunnusmerkkejä. Tiedon jakaminen toiminnan tilanteesta lisää työntekijöiden sitoutumista organisaatioon sekä heidän luovuuttaan ja innovatiivisuuttaan työtehtäviin liittyvissä asioissa. ■

Lähteet

Anderson C. and Li, M. 2017. Five building blocks of data-driven culture. *Tech Crunch*. (techcrunch.com)

Hosch, B. in Powers, K. 2020. *Data Strategy in Colleges and Universities: From understanding to implementation*

Levy, E. 2018. *5 essential components of a data strategy*. SAS Whitepaper. Retrieved 6.8.2023 from sas.com.

Liity jäseneksi!

AJANKOHTAISTA



Kuva: Petri Mulari

Characters in digital spaces 22.9.2023

► Professor **Dominik Siemon** and PhD Student/Screenwriter **Essi Aittamaa** from *LUT University* are working on a research project on design of intelligent **digital characters** representing companies in digital spaces. Their view of characters goes beyond mere technical functionality, they see characters as carefully designed constructs that combine technological functionality with chosen cultural and marketing messages - important for any organisation's **digital presence**.

Datastrategiaprosessi sillanrakentajana 6.10.2023






► Data tunnistetaan useimmissa organisaatioissa kriittiseksi resurssiksi ja omaisuuseräksi, josta on syytä pitää huolta ja jota tulee johtaa. Mutta miten johtaa tietoa niin, että tiedolla johtaminen ja tietotuotanto ovat koko organisaation yhteinen asia ja tietokulttuurin kehittäminen kaikkien vastuulla? *Ari Hovin* toimitusjohtaja **Jari Ylinen** antaa vastauksia ja herättää ajatuksia.

Teknologia 23 7.-9.11.2023

► Messukeskuksessa järjestettävän tapahtuman ilmainen rekisteröinti on nyt auki! Tapahtuman ohjelmalavoilla järjestetään yhteensä noin 100 puheenvuoroa. Yksi ohjelmalava on pyhitetty ICT:lle ja se on tuttuun tapaan TIVIA Stage. Puheenvuorojen lisäksi tapahtuma tarjoilee kilpailuja ja kokoaa yhteen alan yritykset, asiantuntijat ja päättäjät verkostoitumaan, keskustelemaan ja oppimaan uutta.

tivia.fi/tapahtumat

JÄSENYYS TIVIA-YHTEISÖSSÄ KANNATTA!

-  **Vahva valtakunnallinen vaikuttaja**
-  **ICT-alan puolestapuhuja**
-  **Riippumattoman tutkimustiedon tuottaja**
-  **28 jäsenyhdistystä, tuhansia henkilöjäseniä ja satoja yhteisöjäseniä**
-  **Tavoitteena jäsenistön ammatillisen osaamisen ja arvostuksen kehittäminen**

MIKSI JÄSENEKSI?

TIVIA-yhteisön jäsenet ovat ICT-ammattilaisia niin teknologian kuin liiketoiminnan puolelta sekä alan kouluttajia ja tutkijoita. Yhteisöön pääsee mukaan liittymällä yhteen tai useampaan TIVIAN jäsenyhdistyksistä. Jäseneksi voi liittyä jo opiskeluaikana ja työuran jälkeen saa jatkaa yhteisöön kuulumista seniorijäsenenä. Yhteisö tarjoaa jäsenilleen mahdollisuuden verkostoitua muiden alan ammattilaisten kanssa.

Jäsentapahtumissa ja -koulutuksissa saa tuoretta tietoa ammatillisen kehittymisen tueksi, tärkeitä kontakteja sekä luontevan mahdollisuuden vaihtaa kokemuksia. TIVIA-yhteisön laaja yhteistyökumppaniverkosto tarjoaa ammatilliseen kehittämiseen foorumeita, sisältöjä, välineitä ja keinoja.

TIVIA-yhteisön jäsenetuihin kuuluvat mm. edut alan lehdistä, koulutuksista, ohjelmistoista sekä matka- ja hotellipalveluista. Yrityksille ja muille yhteisöille jäsenyys sisältää lisäksi laajat markkinointiviestinnän keinot ja kanavat, jotka tarjoavat näkyvyyttä ja oman liiketoiminnan kehittämismahdollisuuksia.

Lue lisää ja tutustu tarkemmin:
tivia.fi

 **TIVIA**