

What's up in 2011
Sosiaalinen postaus
CRO
Web 3.0
Palvelumuotoilu.
SEO
Facebook
H
Di
V
W
k
a
m
a
i
n

DiViA

DIGITAL MARKETING ROUND TABLE

2011

Digitaalisen viestinnän ja
asiakkuuksien johtamisen
foorumi

1.2.2011–31.1.2012

Asiakkaiden sosiaalisuus mullistaa kaupan ja markkinoinnin.

Digitaaliset kanavat tarjoavat tapoja kehittää uusia palveluja ja asiointikanavia, joihin ei ole reaali maailmassa totuttu. Digitaalisen viestinnän ja sähköisen asiointin henkilökohtaisuus, oikea-aikaisuus, kustannustehokkuus ja yhteisöllisyys kasvattavat sekä asiakkaan kokemaa arvoa että markkinoinnin tuottavuutta. Digitaalisten kanavien maailmasta onkin tullut yrityksissä strateginen erottautumis- ja kilpailutekijä ja tärkein liiketoiminnan kehittämisen alue.

Vuosi 2010 oli kiihtyvän kehityksen aikaa.

Sosiaalinen media löi itsensä todella läpi, Facebook imi yhteisöjä ja verkostoja ja twiittaaminen tuli monelle arjeksi. Monet yritykset kehittivät aktiivisesti sosiaalisen median toimintaansa. Kilpailu asiakkaiden huomiosta kasvoi edelleen, kun mediakentälle syntyi yhä uusia palveluita.

Sähköinen liiketoiminta kasvoi merkittävästi kaikilla toimialoilla ja social shopping teki tuloaan. Moni tunnettu brändi ja kauppakettu avasi verkkokauppansa näyttävästi. Toimijat yhdistivät menestyksellisesti jakelukanavat toisiaan täydentävin tavoin tarjoten asiakkaille relevantteja asiointitapoja eri tilanteisiin.

Yhä useampi asiointitilanne voitiin hoitaa verkossa tai mobiililaitteella. Apple- ja Android-käyttöjärjestelmät loivat pohjan helppokäyttöisille mobiilipalveluille. Markkinoijien puolella ymmärrettiin, että on yhä tärkeämpää olla apuna asiakkaan arjessa. Haluttiin luoda hyvin muotoiltuja helppokäyttöisiä

palveluita sekä asiakkaita innostavaa sisältöä.

Asiakkaiden roolin muutos ja sosiaalinen merkitys sisällön luomisessa ymmärrettiin. Tärkeä havainto oli, että asiakkaan osallistuminen palvelujen ja tuotteiden tuottamiseen ja kehittämiseen merkitsee isoa muutosta yrityksen ja asiakkaan keskinäisissä rooleissa.

Mitä digitaalinen vuosi 2011 tuo tullessaan?

Näitä asioita esittelemme ja pohdimme DiViAn vuodenkestävässä seminaarisarjassa.

Divian tavoitteena on aihealueiden visionäärien, akateemisen tutkimuksen ja alan asiantuntijoiden puheenvuorojen avulla luoda ymmärrystä siitä, miten digitaalista markkinointia kannattaa käyttää. Kiinnostuksemme kohteena on markkinoijan hyvien käytäntöjen lisäksi myös, miten asiakkaat suhtautuvat uusiin kanaviin ja markkinoinnin muotoihin sekä miten he omaksuvat ja käyttävät niitä.

Lisäksi tarkastelemme muita keskeisiä kysymyksiä kuten monikanavahallintaa, digitalisoitumisen vaikutusta myynti- ja asiakastoimintaan ja organisaatioihin, digitaalisen markkinoinnin arvoverkostoa sekä erilaisia yhteisöjä. Uudet asiakaspalvelun ja kaupankäynnin muodot, asiakasyhteistyö, mobiili ja ubiikki, asiakkaasta ja asiakkaalta oppiminen, uudet mediaympäristöt – muun muassa näihin kehittyviin aiheisiin pureudumme entistä syvemmillä vuonna 2011.

Pyrimme tavoitteeseemme kokoomalla tutkimustietoa ja jakamalla sitä seminaareissa, joissa lisäksi haemme näkökulmia eri toimijoiden kokemuksista ja näkemyksistä sekä mahdollistamme toimijoiden tiiviin keskinäisen verkostoitumisen. DiViA toteuttaa missiotaan seuraavista lähtökohdista:

edelläkävijyyys, tutkimus, käytännönläheisyys, verkostoituminen.

DiViA hakee aktiivisesti yhteistyökumppaneita muiden toimijoiden kanssa Suomessa ja muissa maissa. Sisältöä tuottava verkostomme koostuu niin akateemisen taustan omaavista tutkijoista kuin yrityksissä näihin asioihin perehtyneistä asiantuntijoista.

DiViA on vuonna 2002 aloitettu foorumi, jossa digitaalista markkinointia ja liiketoimintaa tekevät kohtaavat ja verkottuvat. Tähän mennessä mukana on ollut yli 350 eri organisaatiota. DiViA on lunastanut paikkansa Suomen ehdottomasti tärkeimpänä alan foorumina.

Vuonna 2011 DiViA lanseeraa jälleen uusia palveluita jäsenilleen. Ne löytyvät tästä esitteestä.

Tervetuloa mukaan!



Mika Raulas
Puheenjohtaja
DiViA-foorumi





Foorumin aihealueet

Foorumi kokoontuu seminaareissa seitsemän kertaa vuodessa sekä kaksi kertaa keskusteluryhmiin. Seminaariteemat ovat oheisen viitekehyksen mukaiset. Tilaisuuksien ajankohta ja tarkempi ohjelma ilmoitetaan osallistujille noin kuukautta etukäteen. Seminaarien ja tutkimusten aiheet noudattavat oheista viitekehystä. Vuoden 2011 painopisteteemat ovat yrityksen ja asiakkaan välisen suhteen muuttuminen, uudet digitaaliset palvelut ja kaupankäynnin monikanavaistuminen.

SEMINAARITEEMA	Digitaalisen markkinoinnin tulevaisuus	Digitaaliset kanavat ja ihmisen käyttäytyminen	Digitaaliset kanavat markkinointiviestinnässä, digital branding	Digitaaliset kanavat asiakasruuhkan hoidossa ja myyntityön tukena	Digitaalisen markkinoinnin palvelut, mediat ja uudet teknologiat	DiViA SUMMIT Digitaalisen liiketoiminnan strategiat. Ylimmälle johdolle suunnattu huippuseminaari	Wrap-up: Yhteenvetoseminaari
AJANKOHTA	MAALISKUU	HUHTIKUU	KESÄKUU	SYYSKUU	LOKAKUU	MARRASKUU	TAMMIKUU
AIHEALUE	<ul style="list-style-type: none"> Johdatus seminaarisarjan aiheisiin DiViA:n toimintamalli Digitalisoitumisen evoluutio Tulevaisuuden markkinointi Verkoistuminen 	<ul style="list-style-type: none"> Kanavien käyttö Suhtautuminen kanaviin Asiakkaan kanavien käytöstä kokema arvo Ostoprosessien mallinnus ja kanavat Palvelumuotoilu Sosiaaliset verkostot ja vuorovaikutus Crowdsourcing -asiakkaiden osallistaminen Social shopping 	<ul style="list-style-type: none"> Kanavien roolit ostoprosessissa Uusiasiakashankinta Prospektointi, liidien keruu Promootiot Brändin rakentaminen Muodot ja sisällöt Viihteellisyys ja visuaalisuus Monikanavahallinta 	<ul style="list-style-type: none"> Rooli asiakkuuden elinkaaren vaiheissa Moderni asiakasdialogi Asiakkaan rooli arvomuodostuksessa Vuorovaikutusmallit Markkinoinnin automaatio Asiakaskokemus Lojaliteettiohjelmat digitaalisessa ajassa Kanavapreferenssit Juridiset haasteet 	<ul style="list-style-type: none"> Uudet sosiaaliset verkostot Käyttäytymisdata ja asiakastieto Augumented reality Uudet teknologiat ja ajoitus Sisällönhallinta Uudet mediat ja käyttöliittymät Ulkoistus ja verkoistuminen Yrityksen sisäiset työkalut 	<ul style="list-style-type: none"> Verkkoliiketoiminnan kehitys Sähköisen liiketoiminnan strategiat Kanavastrategiat ja -ohjaus Asiakkuuksien johtaminen digitaalisissa kanavissa Tuoton ja tehokkuuden mittaaminen 	<ul style="list-style-type: none"> Yhteenveto vuoden 2011 teemoista ja tapahtumista
SEMINAARIN RAKENNE	Edelläkävijäpuheenvuorot, tutkimukset, caset, keskustelu	Edelläkävijäpuheenvuorot, tutkimukset, caset, keskustelu	Edelläkävijäpuheenvuorot, tutkimukset, caset, keskustelu	Edelläkävijäpuheenvuorot, tutkimukset, caset, keskustelu	Edelläkävijäpuheenvuorot, tutkimukset, caset, keskustelu	Edelläkävijäpuheenvuorot, tutkimukset, caset, keskustelu, iltatilaisuus	Casejen yhteenveto
WORKSHOP			TOUKOKUU Pienryhmäkeskustelut			JOULUKUU Pienryhmäkeskustelut	

DiViA:n kohderyhmä ja osallistujat

DiViA:n Round Table -konsepti tuo keskusteluihin mukaan edustajia arvoketjun kaikilta osa-alueilta.



DiViA-foorumiin osallistui vuonna 2010 130 yritystä ja yli 1000 eri henkilöä. Foorumiin kuului seitsemän seminaaria ja näissä kymmeniä puheenvuoroja ja tutkimustuloksia.



DiViA-yritysten jäsenpalvelut

PERUSPALVELUT	SEMINAAREISTA IDEOITA JA YMMÄRRYSTÄ:
	■ DiViA Seminars..... Seitsemän seminaaria jäsenorganisaatioiden henkilöstölle
	■ DiViA Webcasting..... Seminaarien reaaliaikainen seuraaminen verkossa
	■ DiViA Complimentary Invitations..... Omien vieraiden kutsuminen seminaareihin (2 vierasta/vuosi)
	■ DiViA Diploma..... Netistä ladattava todistus seminaariosallistumisista
	■ DiViA Hosted by..... Jäsenyrityksellä optio isännöidä oma seminaari divialaisille
	KESKUSTELUA:
	■ DiViA Workshop..... Keskustelua ja verkostoitumista pienryhmäkeskusteluissa
	TIETOA EKSTRANETISTÄ:
	■ DiViA Extranet..... Tietopalvelut divia.fi:ssä, kaikki seminaarimateriaalit, raportit ja caset vuodesta 2002
VERKOSTOITUMISTA:	
■ DiViA Summit..... Verkostoitumista Summitin iltatilaisuudessa	
OMAN TOIMINNAN ESITTELYÄ:	
■ DiViA Expo..... Toiminnan esittely seminaarien yhteydessä omalla ständillä	
VAIKUTUSMAHDOLLISUUKSIA:	
■ DiViA Keynote..... Puheenvuoro tai casen esittely seminaarissa	
■ DiViA Visionaries..... Osallistuminen verkoston 8 hengen ohjausryhmään. Osallistujat kutsutaan erikseen	
LISÄPALVELUT (tarjouksesta)	KOULUTUSTA:
	■ DiViA Coaching..... Johto-/markkinointiryhmävälennukset
	PUHUJIA TILAISUUKSIIN:
	■ DiViA Speaker..... Puhujapalvelut, puheenvuoro omaan seminaariin DiViA-tiimin taholta
	TUTKIMUSPROJEKTEJA:
	■ DiViA Pro Gradu..... Gradupalvelut; gradun tilaaminen Aalto-yliopistolta
	■ DiViA Research..... Yrityskohtaiset tutkimusprojektit
	■ DiViA Barometers..... Osallistuminen digimarkkinoinnin barometreihin

Seminaaripäivien kulku

Tapahtumien kesto: 4 h

- **Edelläkävijäys:** Teeman alustus, vaikuttajapuheenvuoro
- **Tutkimus:** Akateeminen tutkimustulos tai -malli
Vieraileva puhuja. Keskustelu.
- Kahvitauko
- **Käytännölläheisyys:** Case-esimerkit ja yritysten kokemukset
(2–4 kpl). Keskustelu
- Loppuyhteenveto

Seminaaripaikat

- Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulun päärakennus
- Aalto University Executive Educationin seminaaritilat
- Osallistujayrityksen isännöimä
- Helsingin keskustan seminaaritilat

Foorumin järjestäjästä

DiViAn käytännön järjestelyistä vastaa Aalto-yliopiston täysin omistama Aalto University Executive Education Oy.

Ilmoittautuminen

Ilmoittautumislomakkeella osoitteessa
www.divia.fi/osallistuminen/ tai sähköpostitse divia@aaltoee.fi

Yritysosuudet

DiViA-foorumi järjestetään siten, että mukana olevat yritykset rahoittavat seminaaripäivien järjestelyt, sisällön tuotannon sekä tutkimustoiminnan.

LIIKEVAIHTO ALLE 3 MEUR JA JULKISHALLINTO:

- liittymismaksu **300 eur**
 - vuosimaksu **2 900 eur**
- (max 2 osallistujaa/seminaari)

LIIKEVAIHTO YLI 3 MEUR:

- liittymismaksu **600 eur**
- vuosimaksu **6 900 eur**

(rajaton osallistumisoikeus ilmoittautujayrityksestä)

Vuosimaksu on yhtiökohtainen eli seminaariosallistujia voi tulla vain vuosimaksun suorittavasta yhtiöstä, liitosta tms. organisaatiosta.

Jos samasta konsernista on toinen yritys jo jäsenenä, niin ei liittymismaksua peritä.

Yli kahden yhtiön konsernit erillisen taulukon mukaisesti. Käännä yritysytävastuullisen puoleen.

Liitoilla ja järjestöillä liikevaihdoksi lasketaan jäsenmaksutulot.

DiViA-foorumin hyödyt yritykselle

1

Koko yhtiönne pysy ajan tasalla siitä, mitä digitaalises-
sa markkinoinnissa tapahtuu.
DiViA on edullinen tapa kou-
luttaa iso ryhmä henkilöstöä
digitaaliseen markkinointiin.

6

Verkostoidutte ja vaihdatte
tietoa alan toimijoiden kanssa.

7

Näköalanne laajenee laajan
osallistujapohjan kautta.
Katamme kohderyhmien B2B-
että B2C-näkökulmat.

2

DiViAn kattava ohjelmarunko
auttaa jäseniä ymmärtämään
digitaalisen markkinoinnin
tärkeimmät aihealueet.

8

Saatte mahdollisuuden esittää
mielipiteitä sekä esitellä
omaa liiketoimintaa. DiViA
auttaa löytämään kiinnostavia
kumppaneita kehittämään
digitaalista markkinointiasi ja
liiketoimintaasi.

3

Tutustutte uusimpiin akatee-
misiin malleihin ja tuoreim-
paan kansainväliseen ja
kotimaiseen tutkimustietoon.

9

Voitte rakentaa tutkimus-
asetelmia ja yhteistyömalleja
muiden osallistujayritysten
sekä projektiin kanssa.

4

Kuulette alan parhaita asian-
tuntijoita ja aihealueiden
visionäärejä.

10

Voitte hyödyntää DiViAssa
saamianne ideoita ja caseja
omassa toiminnassanne.

5

Varmistatte omalta osaltanne
aihealueen kotimaisen
tutkimuksen jatkuvuuden ja
kehittämisen.



Maailma muuttuu kovaa vauhtia ja sitä kautta myös vähittäiskaupan asiakkaiden käyttäytyminen monine tarpeineen. DiViA-seminaarit ovat yksi oleellisista keinoista pysyä tässä vauhdissa mukana juuri mm. ajankohtaisten ja mielenkiintoisten aiheiden takia.

Samalla seminaarit ovat osoittautuneet menestysek-
käiksi K-ryhmissä ja muutenkin muiden yritysten
kesken. Monet K-ryhmäläisistä ovat olleet todella
yllättyneitä suuresta joukosta kuuntelijoita, joita
salissa on jopa satoja. Seminaareissa saatuja oppeja ja
caseja hyödynnämme aktiivisesti omassa työssämme.
Osa omista projekteistammekin on jopa esitetty myös
alalla nimekkäiksi käyneissä DiViA-seminaa-reissa.

Alekski Horsti
Kehityspäällikkö, konseptit ja kehitys
Ruokakesko Oy



Alalle on tarjolla koulutusta yllättävän niukasti, mutta
seminaaripäivillä omaksuu monesti sellaista tietoa, mitä
muualta ei saa. DiViAssa käydään lävitse luentotyyp-
pisesti parhaita käytäntöjä ja ruokitaan keskustelua.
Lisäksi sieltä saa sparrausta oman työn tekemiseen.

Organisaatiostamme DiViAssa käy väkeä viestinnästä,
talousosastolta, markkinoinnista ja tietohallinnosta,
sillä tarjonta on monipuolista. Kaikki eivät käy kaikilla
seminaaripäivillä, vaikka toisaalta niille voi osallistua
jäsenyhtiöstä kuka tahansa. Lisäksi osallistuminen on
melko edullista tarjontaan nähden.

Jouni Koivuneva
Sähköisten kanavien concept owner
VR-Yhtymä Oy, konsernin tietohallinto

- Aalto-yliopisto Start-Up Center
- Accenture
- Activeark
- Adage
- Adecco
- Adsek
- AEL
- Aktia
- A-lehdet
- Aller Media
- Alma Media Markkinapaikat
- Amadeus Finland
- Ambientia West
- Aronet
- Art and Design City Helsinki
- Aso Kodit
- Aspectum
- Aspo
- Astrazeneca
- Aurinkomatkat
- Avalon Helsinki
- Avaus Dialog
- A-ware
- Barabra
- Basware
- Best Friend Group
- Biolan
- Blue1
- Bonnier
- Brand Loyalty
- Brandson
- Brandwind
- Brigatti
- Briffi
- BTJ Finland
- Byroo
- Canter
- Carat
- Carezza
- CCC
- Cederroth
- Communicia
- Corporate Image
- Crasman
- Crealab
- Creanor
- Dagmar
- Deliporo
- Diacor Terveyspalvelut
- Diego
- Digia
- Digita
- DM Solutions
- DNA
- Dynamo Advertising
- E.ON Suomi
- e21 Solutions
- Edita Press
- Edita Prima
- Efecte
- Efektor
- Eli Lilly Finland
- Elinkeinoelämän Keskusliitto EK
- Elisa
- Endero
- Eniro
- Ensto
- Erto
- Esmerk
- Espina
- Estime
- Euro RSCG
- Experian
- Family Inc.
- Farmit Website
- Fazer Makeiset
- FIM
- Finavia
- Fingrid
- Finnair
- Finnnet-Liitto
- Finnexpo
- Finnmatkat
- Finn-Power
- Finzymes
- Focus MRM Partners
- Fonecta
- Foreca
- Forma Publishing Group
- Fortum
- Fountain Park
- Frantic
- Fruugo
- F-Secure
- Gagar
- Get it Right
- GlaxoSmithKline
- Grey Direct & Digital
- Grey-Hen
- Gridit
- Gustav Paulig
- Gyllene Skor
- Habanero Media
- Hankkija-maatalous
- Happi Mindshare
- Hasan & Partners
- Heinonen & Co
- Helsingin yliopisto
- Helvar
- Heyday Entertainment
- Hiab
- Hill & Knowlton
- HiQ Softplan
- HKL
- Hobby Hall
- Holiday Club Finland
- Hotelzon
- Huhtamäki
- Huoneistokeskus
- HUS-konserni
- HY-ryhtymä
- IAET-kassa
- ICMI
- Idealmainos
- If Vahinkovakuutusyhtiö
- Ifolor
- Iittala
- Imageneering
- Incognito
- Inexterior
- Infor Consulting
- Innovative Ideas
- Inspecta Koulutus
- Interquest
- Into-Digital
- IPSS
- ISS Palvelut
- Itella
- Ixonos
- Janssen-Cilag
- JWT
- Kaleva Travel
- Kansaneläkelaitos
- Karl Fazer
- Kauppaletti-ryhmä
- KCL
- Kemira
- Keskinäinen eläkevakuutusyhtiö Etera
- Keskinäinen eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen
- Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma
- Keskinäinen vakuutusyhtiö Fennia
- Keski-Pohjanmaan Kirjapaino
- Kesko
- Kiellikone
- Kiinteistömaailma
- King Idea
- Kirjvälitys
- Klinkmann Trade
- Kone
- Konecranes
- Kontaktointitoimisto Toinen
- Koodiviidakko
- Koskisen
- Kultaranta Golf
- Kuluttajavirasto
- Kustannus Demari
- KYMP-konserni
- L'Oreal Finland
- LähiVakuutus osk
- Lahtinen & Mantere
- Lassila & Tikanoja
- Laurea
- Leaf Finland
- Lemminkäinen
- Locomotiv Helsinki
- Logica
- Lohja Rudus
- Lumene
- Maan Auto
- Maanmittauslaitos
- Maestroyhtiöt
- Mainostoimisto Aava & Bang
- Mainostoimisto Locomotiv Helsinki
- Mainostoimisto Mediativas
- Mainostoimisto Pälikko
- Mainostoimisto PHS\
- Mainostoimisto Piirtek
- Mainostoimisto Satumaa
- Mandatum Life
- Mäntsälän Sähkö
- Market Media
- Masino-Böllhoff
- Matkailun edistämiskeskus
- Matkatoimisto Area
- Maxisat
- Maxit
- M-Brain
- Mediaplanet
- Mediatoimisto Voitto
- Merck
- Metropolia
- Metsäkustannus
- Metsäliitto
- Metsätalouden kehittämisskeskus tapio
- Micromedia
- Mondelin
- Monster
- Morning Digital Design
- MSD Finland
- MTV Media
- Neste Oil
- Nitro
- Nokia
- Nokian Renkaat
- Nordea Henkivakuutus
- Nordea Rahoitus
- Nordic Moneta
- Observer Finland
- Omnicom Media Group
- OP-keskus OSK
- Organon
- Oriflame
- Orion
- Ortikon
- Otava Media
- Otrum Finland
- Pakkusalan ympäristörekisteri PYR
- Paperinkeräys
- Paroc
- Pfizer
- Plan Suomi
- Planeetta10
- Planmeca
- Pro Image
- Publicis Group
- Puifino
- QPR
- Rautaruukki
- Recommended
- Redera
- Rientola
- Rolls Family
- Säästöpankkiliitto
- Sähköinfo
- Saint-Gobain Rakennustuotteet
- Sampo Pankki
- Sanoma Entertainment
- Sanoma Learning & Literature
- Sanoma Magazines
- Sanoma News
- Sanoma Trade
- SAS Institute
- Sato
- Schenker
- Scherching-Plough
- Seinäjoen Ammattikorkeakoulu
- SEK & Grey
- Sesko
- SGN Group
- Shandy Finland
- Siemens
- Sinebrychoff
- Sininen Meteoritti
- Skanska
- SKS Group
- Sky Advertising
- Smartum
- Smilehouse
- SN4mobile
- Snoobi
- Sofia digital
- S-Pankki
- S-ryhmä
- Staar
- Stakes
- Statiivi
- Stockmann
- STUL
- Sulake Corporation
- Suomalaisen työn liitto
- Suomen 3KTV
- Suomen Asiakastieto
- Suomen Asunomessut
- Suomen Laatuokeskus
- Suomen Lähikauppa
- Suomen Matkatoimisto
- Suomen Messut
- Suomen Rahapaja
- Suomen Rahatiето
- Suoramedia
- Suunto
- Suuri Suomalainen Kirjakerho
- Systensess
- Talentum Media
- Tallink Silja
- Taloudellinen tiedustustoimisto
- Tamro
- Tapio-la-yhtiöt
- Teboil
- Teliasonera Finland
- Ten-Four
- Tieto
- Tietotalo Infocenter
- Tieturi Online
- Toimihenkilöunioni
- Toimintakonsepti Helsinki
- Toyota Auto Finland
- Tradeka
- Trainer's House
- Transpoint
- Tuokko Tilintarkastus
- Turun kauppaorkeakoulu
- TV5 Finland
- UPM Raflatac
- UPM-Kymmene
- Urheiluhallit
- Vahinkovakuutusyhtiö Pohjola
- Vaisala
- Valio
- Valitut Palat - Reader's Digest
- Valve
- Vattenfall
- Vectia
- Veikkaus
- Verkkosaema
- Verohallinto/Uudenmaan verovirasto
- Veronmaksajain keskusliitto
- VIA Consulting WG
- Vineyard International
- Visava
- VR-yhtymä
- Vuotekno
- VVO-yhtymä
- Wärtsilä Corporation
- Webropol
- Xerox
- Xtract
- YIT
- YLE
- Yliopiston Apteekki
- Zed
- Zeeland
- Ålandsbanken

Lisätietoja DiViA-tiimiltä



Mika Raulas
Puheenjohtaja
mika.raulas@
aaltoee.fi
p. 040 548 8445



Thomas Michelsson
Ohjelmajohtaja
thomas.michelsson@
aaltoee.fi
p. 050 360 3486



Petteri Pajari
Yritysyhteistyö
petteri.pajari@
aaltoee.fi
p. 045 670 8050



Jaana Ikonen
Koordinaattori
jaana.ikonen@
aaltoee.fi
p. 050 383 8517

Aalto University Executive Education Oy

Mechelininkatu 3 C
00100 HELSINKI
Puh. 010 837 3700
Fax 010 837 3710

www.divia.fi
www.aaltoee.fi
www.aalto.fi