

<p style="text-align: center;"><b>Expert Seminar</b>  <b>“Marketing of Handicrafts: old concepts and new approaches”</b>  <b>Time:</b> <u>February 4–5, 2021</u></p> <p><b>Format:</b> hybrid (in-person in Petrozavodsk and via VCS), live streaming on YouTube available</p> <p><b>Work languages:</b> Finnish and Russian, interpretation provided</p> <p><b>Room capacity for in-person participation:</b> max. 20</p> <p><b>Number of remote participants:</b> unlimited via VCS</p> <p><b>Target groups:</b> craft experts, researchers, businessmen, universities, authorities</p> <p><b>Geography of participants:</b> Experts from entire Finland, Republic of Karelia, northwest Russia, Moscow</p> <p><b>Objectives:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Discuss and theorize the most important topics for the development of handicraft businesses in the North <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborate on a joint understanding of the needs, opportunities and common topics for craftsmen across the border</li> <li>• Set up common goals and priorities, identify the features of the current situation and the means of improvement</li> </ul> </li> <li>2. Substantively contribute to the products of the project Northern Crafts ID: educational programme, business consultancy, life-long education opportunities for craftsmen and other.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Экспертный семинар «Маркетинг ремёсел: старые смыслы и новые подходы»</b>  <b>Даты:</b> <u>04–05 февраля 2021 г.</u></p> <p><b>Формат:</b> гибридный (лично в г. Петрозаводске и через VCS), доступна прямая трансляция на YouTube-канале.</p> <p><b>Рабочие языки:</b> финский и русский, перевод предоставляется</p> <p><b>Вместимость зала для личного участия:</b> максимум 20 человек</p> <p><b>Количество участников на удалении:</b> неограниченно через VCS</p> <p><b>Целевые группы:</b> эксперты-ремесленники, исследователи, бизнесмены, университеты, органы власти</p> <p><b>География участников:</b> эксперты со всей территории Финляндии; Республика Карелия, северо-запад России, Москва</p> <p><b>Цели:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обсудить и теоретически обосновать наиболее важные темы для развития ремесленного бизнеса на Севере <ul style="list-style-type: none"> <li>• Достичь общего понимания потребностей, возможностей и общих тем для мастеров по обе стороны границы</li> <li>• Установить общие цели и приоритеты, определить особенности текущей ситуации и средства улучшения</li> </ul> </li> <li>2. Содержательный вклад в различные продукты проекта «Код северных ремёсел»: образовательная</li> </ol>
--	--

<p>3. Share best practices of craft business marketing strategies and product development across the border. Discuss how a customer-centered approach can advance sells and economy</p>	<p>программа, бизнес-консультации, возможности непрерывного образования для мастеров и другое</p> <p>3. Поделиться лучшими практиками в области маркетинговых стратегий ремесленного бизнеса и разработки продуктов за границей. Обсудить, как подход, ориентированный на клиента, может способствовать увеличению продаж и экономики</p>
---	---

<p><b>Day 1: International context</b></p> <p><b>Agenda:</b></p> <p><b>1. Marketing and branding</b></p> <p><i>a. How to respond to changing behavior of customers?</i></p> <p>While responding to the varying customer behavior and operating in the changing realities of the market, craftsmen are constantly learning new tools of advancing sells and promoting their businesses. This section will discuss different approaches from increasing the range of products to improving their quality and rebranding. Sometimes a slightly changed design might make a difference, while in other cases there is a need to re-consider marketing strategies, abandoning old-school methods and go digital, innovative and global.</p> <p><i>b. International Brand of Northern Crafts: how to benefit across the border?</i></p> <p>Neighboring areas of Finland and Russia have a lot of in common throughout heritage, languages, traditions, arts and crafts. Building on these common properties craftsmen can create a cross-border brand and benefit from cooperation and joined positioning in a globalized world instead of competing with each other. While including a system of unique standards and shared features, the brand will stress the many local variations that exist in the region. This section will elaborate on the components of such brand and the next steps towards its creation.</p>	<p><b>День 1: Международный контекст</b></p> <p><b>Повестка дня:</b></p> <p><b>1. Маркетинг и брендинг</b></p> <p><i>а. Как реагировать на изменение в поведении клиентов?</i></p> <p>Реагируя на меняющееся поведение клиентов и работая в меняющихся реалиях рынка, мастера постоянно осваивают новые инструменты для увеличения продаж и продвижения своего бизнеса. В этом разделе будут рассмотрены различные подходы: от увеличения ассортимента до повышения качества продуктов и ребрендинга. Иногда немного изменённый дизайн может иметь значение, в то время как в других случаях необходимо пересмотреть маркетинговые стратегии, отказаться от старых методов и перейти на цифровые, инновационные и глобальные.</p> <p><i>б. Международный бренд северных ремёсел: как получить прибыль из-за границы?</i></p> <p>Соседние страны, Финляндия и Россия, имеют много общего в наследии, языках, традициях, искусстве и ремёслах. Используя эти общие свойства, мастера могут создать трансграничный бренд и получить выгоду от сотрудничества и совместного позиционирования в глобализированном мире вместо того, чтобы конкурировать друг с другом. Включая систему</p>
--	---

<p><b>2. <i>Panel discussion “Crafts and storytelling”</i></b></p> <p><i>a. Connections between crafts and traditions of families, peoples and locations</i></p> <p>Any craft business does not only sell a product but offers a personal story or draws on cultural connections with the local culture and tradition. Crafts entrepreneurs will share their success stories and experiences and discuss different approaches on how storytelling can enrich business strategies.</p> <p><i>b. Craftsmen in global pandemics: stories about creativeness and innovativeness confronting challenges</i></p> <p>Global crisis is a time of challenges and opportunities, depending on how creative and innovative economic players are. This section will develop knowledge building on craftsmen’s own experience and personal stories of successful adaptation of their businesses into the new realities of the pandemic. For example, some craftsmen redirected their sells and marketing strategies towards digitalization of their businesses. Others used the pandemic to diversify the range of products and learn new techniques and invested in the quality and design of their products.</p> <p><b>3. <i>Service design and raising prestige of the manual labor</i></b></p> <p>The success of craft business is not entirely dependent on individual craftsmen own capacities or skills but rather correlates with the overall perception of handicrafts and the manual labor in specific countries or regions. This section will discuss the role of</p>	<p>уникальных стандартов и общих характеристик, бренд подчёркивает множество местных вариаций, существующих в регионе. В этом разделе будут подробно рассмотрены компоненты такого бренда и дальнейшие шаги по его созданию.</p> <p><b>2. <i>Панельная дискуссия «Ремёсла и сторителлинг»</i></b></p> <p><i>a. Связь ремёсел и семейными традициями, между народами и территорией</i></p> <p>Любой ремесленный бизнес не только продаёт продукт, но и предлагает личную историю или опирается на культурные связи с местной культурой и традициями. Ремесленные предприниматели поделятся своими историями успеха и опытом, а также обсудят различные подходы к тому, как сторителлинг может обогатить бизнес-стратегии.</p> <p><i>б. Ремесленники в условиях глобальных пандемий: истории о творчестве и новаторстве перед лицом вызовов</i></p> <p>Глобальный кризис – это время вызовов и возможностей, в зависимости от того, насколько творческими и новаторскими являются экономические игроки. Этот раздел будет генерировать знания, основанные на собственном опыте мастеров и личных историях успешной адаптации своего бизнеса к новым реалиям пандемии. Например,</p>
---	---

<p>individual marketing strategies in promotion of handicrafts as an industry and the societal prestige of the manual labor in general. Craft market will benefit if it will be indexed to valuable, respected creative, complex and well payed type of work. Another open question is whether craftsmen themselves, their professional unions and NGOs, or consultancies and authorities should foster awareness raising campaigns?</p>	<p>некоторые мастера перенаправили свои стратегии продаж и маркетинга в сторону оцифровки бизнеса. Другие использовали пандемию для диверсификации ассортимента продукции и изучения новых технологий, а также инвестировали в качество и дизайн своей продукции.</p> <p><b>3. Дизайн услуг и повышение престижа ручного труда</b></p> <p>Успех ремесленного бизнеса не полностью зависит от собственных способностей или навыков отдельных мастеров, а скорее коррелирует с общим восприятием ремёсел и ручного труда в конкретных странах или регионах. В этом разделе будет обсуждаться роль индивидуальных маркетинговых стратегий в продвижении ремёсел как отрасли и общественный престиж ручного труда в целом. Рынок ремёсел выиграет, если он будет ассоциироваться с ценной, уважаемой творческой, сложной и хорошо оплачиваемой работой. Другой открытый вопрос заключается в том, должны ли сами ремесленники, профессиональные союзы и НКО, консультанты и органы власти проводить кампании по повышению осведомлённости?</p>
--	--

<p><b>Day 2: National context</b> (for Russian participants only)</p> <p><b>Tentative agenda:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Legislation and support measures for craft businesses</li> <li>2. Presentation of educational programme</li> </ol>	<p><b>День 2: Национальный контекст</b> (только для российских участников)</p> <p><b>Предварительная повестка дня:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Законодательство и меры поддержки ремесленных предприятий</li> </ol>
--	---

<ol style="list-style-type: none"><li>3. Presentation of the study and strategy for handicrafts development in the Republic of Karelia</li><li>4. Standard setting in the field of handicrafts</li><li>5. Handicrafts and intellectual property</li><li>6. Cooperation of craftsmen and museums</li><li>7. Life-long education of craftsmen: role of Internet and technology – helpful or not?</li><li>8. Marketing strategies: cultural and business approaches</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>2. Презентация образовательной программы</li><li>3. Презентация исследования и стратегии развития ремёсел в Республике Карелия</li><li>4. Нормы в области ремёсел</li><li>5. Ремёсла и интеллектуальная собственность</li><li>6. Сотрудничество мастеров и музеев</li><li>7. Непрерывное образование мастеров: роль Интернета и технологий – полезно или нет?</li><li>8. Маркетинговые стратегии: культурный и деловой подходы</li></ol>
--	--