

Yrityksen strategiatyö on kuin sähköautoilua

22.6.2022

Nykypäivän sähköautoilun ja yrityksen strategiatyön taustalla on hyvin saman tyyppistä ajattelua. Vaikka todellinen tavoite on molemmissa täysin eri, on niillä molemmilla neljä yhteistä tekijää; päämäärä, suunnitelma, käytettävissä olevien resurssien arviointi sekä yksi tai useampi vaihtoehto, jos päämäärä ei toteudukaan suunnitellusti. Tämän lisäksi on hyvä muistaa, että niin sähköauto kuin strategiakaan ei kestä ikuisesti vaan molempia on aika-ajoin korjattava ja lopuksi vaihdettava.

Yrityksen strategiatyö on investointi, jolla on takaisinmaksuaika

Strategiatyö mielletään pienyrityksissä usein turhaksi, koska sitä pidetään vaikeaselkoisena, aikaa vievänä kokonaisuutena, joka on kaikki pois ydinliiketoiminnan pyörittämisestä. Sen ei kuitenkaan tarvitse olla sitä. Paras lopputulos saavutetaan, kun mieltää strategiatyön investointina yrityksen tulevaisuuteen, jolla on takaisinmaksuaika. Toki se vaatii aikaa ja rahaa kuten kaikki investoinnit mutta väitän, että jokaisen pienyrittäjän yöunet paranevat ja pitkät työpäivät lyhenevät, kun yrityksessä on selvä suunnitelma. Näin aikaa ja energiaa vapautuu väistämättä myös siihen tärkeimpään, ydinliiketoimintaan ja johtamiseen.

Kuinka pienyrityksen strategia syntyy?

Strategiatyö aloittamiseksi on monia tapoja. Alla on lyhyesti kuvattuna yksi pienyritykselle soveltuva esimerkki alkuun pääsemiseksi.

1) Mieti asiakkaasi näkökulmasta 1–3 ongelmaa. Ratkaise ongelma niin, että lopputuloksena syntyy kilpailuedun tuova ylivoimainen asiakaskaskokemus.

2) Määrittele pääasialliset asiakasryhmät, joiden ongelmia haluat lähteä ratkaisemaan.

3) Määrittele yrityksesi tuotteelle tai palvelulle arvolupaus; mitä lisäarvoa voi tarjota asiakasryhmille, jotta he ostavat tuotteen tai palvelun juuri sinulta?

4) Laadi konkreettinen toimintamalli, jolla tuotteen tai palvelun ongelma on ratkaistu asiakasryhmän näkökulmasta, tuottaen heille mahdollisimman paljon lisäarvoa ja ylivoimaisen asiakaskokemuksen.

5) Mieti, mistä viestintä- ja markkinointikanavista pääasialliset asiakasryhmät oikeasti tavoitetaan.

6) Pohdi yritykseksi tulo- ja ansaintalogiikkaa asiakasryhmiesi näkökulmasta. Minkälaisista tuotteita tai palveluista asiakasryhmäsi ovat valmiita maksamaan ja kehitä niitä vastaamaan heidän tarpeitaan?

7) Mieti tuotteen tai palvelu kustannusrakenne? Mitä kuluja aiheutuu, kun yrityksesi tuote tai palvelu tuodaan markkinoille asiakasryhmiä kiinnostavalla tavalla?

8) Määrittele seurantamittareita, joilla arvioit laatimasi strategian toimivuutta.

9) Jokaisella yrityksellä on olemassa jokin sellainen kilpailuetu, jota kilpailijoiden on vaikea ostaa tai kopioida. Mieti, mikä se on sinun yrityksessäsi ja käytä sitä näkyvästi hyväksesi.

Yrityksen strategian rakentaminen on tiimityötä

Kukaan tässä maailmassa ei voi toimia menestyksekkäästi ilman tiivistä sidosryhmäverkostoa. Tämä pätee myös strategiatyössä. Nykypäivän vallitsevan käsityksen mukaan strategiatyössä saavutetaan paras mahdollinen lopputulos, kun siihen otetaan mukaan sidosryhmiä. Pienessä yrityksessä se tarkoittaa ensisijaisesti henkilöstöä. Hyvä käytäntö on pyytää mukaan myös kokonaan yrityksen ulkopuolinen, luotettava henkilö, joka uskaltaa haastaa yrityksen omistajia ja johtoa kokonaan uudenlaisilla näkemyksillä ja toimintatavoilla. Myös asiakkaita kannattaa kuunnella herkällä korvalla. Heiltä voi saada yllättäviäkin kehitysideoita, jos vain antaa mahdollisuuden. Poissuljettua ei ole myöskään kehittää yrityksen strategiaa yhdessä kilpailijoiden tai alihankintaketjuun kuuluvien yritysten kanssa. Jokainen yritys arvioi itse parhaan tarvitsemansa sidosryhmäkokonaisuuden. Pääasia on, että jatkuvaa strategiatyötä tehdään, eikä yritetä muuttaa kaikkea kerralla.

Mika Koivupuisto Projektipäällikkö, Pienten yritysten ketterät strategiat
Yrittäjyys ja kasvu
SeAMK

Pienten yritysten ketterät strategiat on Keski-Suomen ELY-keskuksen ESR-rahoitteinen hanke. Hankkeen tarkoituksena on kehittää eteläpohjalaisten mikro- ja pk-yritysten suunnitelmallista strategiatyötä,

osaamisenjohtamista ja digivalmiuksia, jotka ovat kaikki osa yrityksen strategisia valintoja.

Lue lisää hankkeen verkkosivuilta.