# **Liiketoiminnan kehittäminen / harjoitus**

Ryhmän jäsenten nimet:

Toiminta-ajatus kannattaa viimeistellä vasta sitten, kun liikeidea on kirjoitettu ja toiminnan suunta on ryhmälle selvinnyt.

|  |
| --- |
| **Yrityksen toiminta-ajatus:** |

1. **TOIMIALAN TAUSTA JA HISTORIA**

Ulkoinen toimintaympäristö. Yrityksen sijainti. Yrityksen toimiala ja siinä tapahtuneet muutokset. Tärkeää taustaa lukijalle/rahoittajalle, kertoo sen miksi yritys kannattaa perustaa.

**2. YRITYKSEN NYKYINEN TILANNE**

**2.1. Yrityksen nimi:**

**2.2. Liikeidea**

|  |  |
| --- | --- |
| Tarve/hyöty asiakkaalle | Mielikuva yrityksestä/imago |
| Asiakkaat/asiakasryhmät | Tuotteet/palvelut |

|  |
| --- |
| Toimintatavat: |

Resurssit:

|  |  |
| --- | --- |
| Fyysiset | Henkiset |

**Markkinat, kilpailijat ja tuotteet/palvelut**

**ASIAKKAAT / MARKKINAT**

Yrittäjälle on tärkeää tuntea asiakkaansa: Mitä tuotteen tai palvelun ominaisuuksia asiakkaat arvostavat ja mitä eivät pidä erityisen tärkeinä sekä heidän odotuksensa. On järkevää ryhmitellä yritysasiakkaat esimerkiksi yrityksen toimialan koon tai sijainnin perusteella ja henkilöasiakkaat iän, sukupuolen, tulotason, koulutuksen, perheen koon tai asuinpaikan perusteella. Alussa on hyödyllistä keskittyä asiakasryhmiin, jotka todennäköisemmin ostavat tuotteen tai palvelun. Yrittäjän osaaminen, tuote ja

asiakkaat muodostavat kokonaisuuden, jonka tulee olla tasapainossa. Tällöin yritys saavuttaa kilpailuetua: ylivoimaista osaamista kilpailijoihin nähden.

Ketkä ovat asiakkaasi ja kohderyhmäsi?

Kuinka paljon asiakkaita on?

Missä asiakkaat sijaitsevat?

Mitkä ovat asiakkaiden ostotottumukset?

Kuka tekee ostopäätöksen, jos asiakkaasi on yritys?

## Asiakasanalyysi

Yrityksen segmentointistrategia:

Kohderyhmä1

|  |  |
| --- | --- |
| Kohderyhmän määrittely: |  |
| Kohderyhmän tarpeet: |  |
| Kohderyhmän koko: |  |
| Kohderyhmän tavoitettavuus: |  |

Kohderyhmä2

|  |  |
| --- | --- |
| Kohderyhmän määrittely: |  |
| Kohderyhmän tarpeet: |  |
| Kohderyhmän koko: |  |
| Kohderyhmän tavoitettavuus: |  |

Kohderyhmä3

|  |  |
| --- | --- |
| Kohderyhmän määrittely: |  |
| Kohderyhmän tarpeet: |  |
| Kohderyhmän koko: |  |
| Kohderyhmän tavoitettavuus: |  |

Oma näkemys asiakkaiden tarpeiden muutoksista tulevaisuudessa (3-5 vuotta):

**ANSAINTAMALLI**

Kirjoittakaa auki yrityksenne ansaintamalli.

**KILPAILIJAT**

Kilpailu on yrittäjälle elämäntapa. On tärkeää tuntea kilpailijansa, heidän tuotteensa ja toimintatapansa. Yrittäjän tulisi pysytä erottautumaan kilpailijoistaan jollakin asiakkaan arvostamalla tekijällä, jolloin yrittäjälle jää hinnoitteluvapautta, joka merkitsee parempaa tulosta. On hyödyllistä seurata esimerkiksi kilpailijan mainontaa ja myynnin edistämistoimenpiteitä sekä tallettaa mainokset mappiin ja aika ajoin miettiä: Kuinka paljon ja usein he mainostavat sekä mitä ja miten he mainostavat. Näin ymmärrät paremmin kilpailijoiden toimintatapaa ja pystyt kehittämään yritystä kilpailukykyisem-mäksi.

## Kilpailija-analyysi

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ydinkilpailijat:  3-5 pahinta kilpailijaa | Kilpailijan vahvat puolet | Kilpailijan heikot puolet | Huomautuksia |
|  |  |  |  |
| (Mahdolliset tulevat kilpailijat:) | Vahvat puolet | Heikot puolet | Huomautuksia |
|  |  |  |  |
| Mitkä ovat kilpailijoiden tuotteet/palvelut?  Kuinka kilpailijoiden tuotteet/palvelut eroavat omistasi?  Mitkä ovat kilpailijoiden käyttämät myynninedistämistoimenpiteet  ja mainosvälineet?  Miten kilpailu tulee kehittymään lähiaikoina?  Miten kysyntä tulee kehittymään?  Yhteiskunnan rajoitukset ja tuet?  Yhteistyökumppanit? | | | |

**YRITYKSEN TUOTTEET/PALVELUT**

Tarjoamasi tuote tai palvelu on riippuvainen ammattitaidostasi ja osaamisestasi. Onnistuaksesi yrittäjänäsinun täytyy tietää, mitkä ovat asiakkaasi tarpeet ja mitä asiakkaasi odottavat sinulta ja tarjoamaltasi tuotteelta tai palvelulta. Yritä tarkastella asioita asiakkaasi näkökulmasta. Kun osaamisesi ja tuotteesi ovat tasapainossa, saavutat etumatkaa kilpailijoihin asiakkaan silmissä.

Yrityksen tuotteet/tuoteryhmät?

Mitä ainutlaatuista ja erinomaista siinä on/tuotteiden ominaisuudet?

Mitä heikkouksia siinä mahdollisesti on?

Mitä etua tai hyötyä siitä on asiakkaalle?

Tuotteiden hinnoittelu?

Vastaako tuotteesi tai palvelusi laatu pyytämääsi hintaa?

Yrityksen tuotekehitys?

Oma näkemys tuotteiston muutoksista tulevaisuudessa (3-5 vuotta):

**Yrityksen markkinointisuunnitelma**

Yrityksen kilpailustrategia ja kilpailukeinojen käyttö:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kohderyhmä: |  |  |  |
| Kilpailukeinot |  |  |  |
| Tuotteet: |  |  |  |
| Hinta: |  |  |  |
| Jakelu: |  |  |  |
| Viestintä: |  |  |  |

**2.6. Arvio koko hankkeesta ja tulevaisuuden visiot**

SWOT –analyysillä tarkoitetaan nelikenttää, jossa esitetään **yrityksen sisäiset** vahvuudet ja heikkoudet (suhteessa pahimpaan kilpailijaan), sekä **ympäristön** antamat/aiheuttamat mahdollisuudet ja uhkat.

|  |  |
| --- | --- |
| Vahvuudet | Heikkoudet |
| Mahdollisuudet | Uhkat |

**Yhtiömuoto**

Sopivin yhtiömuoto on:

Perustelut:

**Perustamisasiakirjat**

Tarvitaanko elinkeinolupa:

Yhtiömuodon vaatimat perustamisasiakirjat:

**3. STRATEGINEN SUUNNITTELU:**

**3.1. Perusstrategian valinta**

Vaihtoehdot ovat:

|  |  |
| --- | --- |
| KUSTANNUSTEHOKKUUS | DIFFEROINTI |
| KUSTANNUSPAINOTTEINEN KESKITTYMINEN | DIFFEROINTIPAINOTTEINEN KESKITTYMINEN |

Yrityksen perusstrategia on:

Perustelu:

**3.2. Liiketoiminnan kehittämissuunnan valinta:**

Liiketoiminnan kehittämissuunnan valinta suoritettaan tuote/palvelu- ja asiakasryhmien suhteen.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Suppeampi tuote-/ palveluvalikoima | Nykyinen tuote- / palveluvalikoima | Laajempi tuote- / palveluvalikoima |
| Suppeampi asiakaskunta |  |  |  |
| Nykyinen asiakaskunta |  | YRITYS NYT |  |
| Laajempi asiakaskunta |  |  |  |

Mieti onko yrityksellä tulevaisuudessa kehittämistarpeita tuote- tai palveluvalikoimissaan, segmentti valinnassa tai molemmissa ja mikä on haluttu muutossuunta.

Yrityksen kehittämissuunta on:

Perustelu:

**3.3. Muut strategiset valinnat:**

(muutokset toiminnassa, roolin määrittely, minkälainen kuva yrityksestä halutaan asiakkaille ja sidosryhmille antaa)

**-**

**-**

**-**

**-**

**-**

**-**

**3.4. Liiketoimintasektorit:**

Mieti yrityksen toimintasektorit ja kenelle ko. toiminta on suunnattu. Toimintaa ei kannatta jakaa liian pieniin osiin, vaan pyrkiä löytämään tärkeimmät/olennaisimmat osa-alueet ja miettiä, kenelle ko. toiminta on suunnattu. Mieti myös, miten yrityksen liikevaihto jakaantuu toiminta-alueille eli ketkä ovat tärkeimmät asiakkaasi.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Asiakkaat / asiakasryhmät | Tuotteet/palvelut | | | |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Yrityksen liiketoiminta-alueet ovat:

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

## 3.5. Portfolioiden hahmottaminen

Liiketoimintasektorit luokitellaan portfoliotarkastelun avulla seuraavasti:

|  |  |
| --- | --- |
| Tähti: | Kysymysmerkki: |
| Lehmä: | Koira: |

Tähän kaavioon siirrät siis 3.4 osassa löytämäsi liiketoimintasektorit.

Perustelut valinnoille:

Johtopäätökset:

**3.6. Strategiayhteenveto:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Yrityksen** | |
| **vahvuudet:** | **heikkoudet:** |
| **Ympäristön mahdollisuudet:** | **Hyödynnä:** | **Korjaa/kehitä:** |
| **uhkat:** | **Varaudu/ennakoi:** | **Torju/vältä:** |

**4. VISIO**

Mieti toimialan ja yrityksesi kehitystä 3-5 vuoden kuluttua.

**4.1. Visio toimialasta ja markkinoista:**

**4.2. Visio yrityksestä:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_: VISIO on seuraava:** | | |
|  | **NYT** | **vuonna:** |
| **Liikevaihto (euroa)** |  |  |
| **Henkilöstö:**  **Toimihenkilöt:**  **Työntekijät** |  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Liiketoiminta-alueet:** |  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Toiminta-alue** |  |  |
| **Toimitilat** |  |  |

Miksi visio on edellä kuvatun kaltainen:

**5. KEHITTÄMISSUUNNITELMA TAVOTTEIDEN SAAVUTTAMISEKSI:**

Mieti tarkkaan, miten alat toimia. Esimerkiksi yrityksen sijaintivaatimukset ja tarvittavat myynninedistämistoimenpiteet poikkeavat eri toimialoilla toisistaan. Tärkeintä on, että päädyt omien resurssiesi kannalta tarkoituksenmukaiseen lopputulokseen ja suunnitelmallisesti kehität yritystäsi.

**5.1. Henkilöstö:**

**Osaamisresurssit**

Yrittäjän oma osaaminen?

Henkilöstön osaaminen?

Ostopalveluina hankittava osaaminen?

Koko henkilökunnan määrä:

* toimihenkilöitä:
* työtekijöitä:

Jakautuminen eri toimintoihin:

|  |  |
| --- | --- |
| Markkinointi | (kpl) |
| Tuotekehitys |  |
| Tuotanto |  |
| Materiaalitoiminnot (ostot, varastointi, kuljetukset) |  |
| Taloushallinto |  |
| Muut (henkilöstöasiat, yrityssuunnittelu, yleisjohto jne.) |  |

Henkilöstön kehittäminen:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Koko henkilöstöä koskevat kehittämistoimenpiteet: | | | |
| Ongelma/ Kehittämistarve | Toimenpide | Vastuuhenkilö | Mihin mennessä/ Milloin toteutettu |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Avainhenkilöiden arviointi:

Asteikko:

1 = hyvä

2 = tyydyttävä

3 = heikko

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Henkilö | Tehtävä | Ammatillinen osaaminen | | Asennoitu- minen | Kehittymis- | |
| Nykyiset tehtävät | Tulevat tehtävät | halu | kyky |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Avainhenkilöiden kehittämistarpeiden hahmottaminen:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Välttämätön | Tarpeellinen |
| Nykyisten tehtävien hoitamista varten |  |  |
| Tulevien tehtävien hoitamista varten |  |  |

**5.2. Investoinnit**

Yrityksen toimitilat:

Koneet ja laitteet:

Ohjelmistot ja järjestelmät:

Muut fyysiset resurssit:

Investointiohjelma kaudelle 20\_\_ (ensimmäinen vuosi)

|  |  |
| --- | --- |
| Kohde | Kustannus (euroa) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  | Yhteensä: |

**Yrityksen tuotannon järjestäminen?**

**Palvelujen ostot, alihankinta ja verkostoituminen?**

**Miten aiot hoitaa kirjanpidon?**

**Yrityksen imago, sen saavuttaminen ja ylläpito?**

**6. Riskit**

Mitä riskejä toimintaan liittyy ja miten niiltä suojaudutaan

Yrittäjään ja henkilökuntaan liittyvät riskit ja niihin varautuminen (tapaturmat, työkyky, sairastuminen, työpaikan vaihto, henkilövalinnat, osaaminen, asiantuntijoiden käyttö, jne.):

Omaisuuteen liittyvät ja niihin varautuminen (tulipalot, vuotovahingot, laiterikot, tietoturva-asiat, rikollinen toiminta, kuljetusvahingot, jne.):

Toimintaedellytyksiin liittyvät riskit ja niihin varautuminen (koneet ja laitteet, raaka-aineiden saanti, jätteet ja päästöt, toimitilat, tuotteiden ja palvelujen laatu, kysyntä ja kilpailu, jne.):

Yrityksen sidosryhmiin liittyvät riskit ja niihin varautuminen (asiakkaat, rahoittajat, alihankkijat, viranomaiset, yrityksen riippuvuudet, sopimus- ja vastuuasiat, jne.):

Talouteen liittyvät riskit ja niihin varautuminen (kannattavuus, vakavaraisuus, maksuvalmius, jne.):

Toimialan kehitys (tekninen ympäristö, poliittinen ympäristö, jne):