

# Menestyvän yrityksen kilpailukyky -valmennus

UKIPOLIS, maaliskuu 2025

Petteri Kolinen, LINK Design

Piritta Winqvist, LINK Design

Toni Vikama, Ukipoliuksen yhteyshenkilö



LINK

| LINK Design and Development Oy

| [linkdesign.fi](https://linkdesign.fi)

# Sisältö

**01 Valmennuksen agenda ja aiheet**

**02 Valmennuskokonaisuuden 1. tehtävät**

**03 Valmennuskokonaisuuden 2. tehtävät**

**04 Valmennuskokonaisuuden 3. tehtävät**

# Valmennuksen agenda

## 1 MARKKINA YMMÄRRYS

### Agenda:

#### 1. Muutosvoimat

- Liiketoiminnan kasvun moottorit
- Asiakastarpeen muutos
- Kilpailukentän muutokset
- Vastuullisuuden merkitys

#### 2. Tulevaisuuden asiakastarve

- Z sukupolvi, tarpeet ja arvot
- Arvomuutosten vaikutus kuluttamiseen ja ostamiseen
- Vastuullisuuden välttämättömyys

KESTO: 3 TUNTIA

Laitila 6.3. klo 13-16

## 2 MENESTYVÄ YRITYS

### Agenda:

#### 1. Yritys ja SWOT

- Mitkä ovat yrityksen vahvuudet ja heikkoudet markkinan muuttuessa?
- Millaisia ovat uudet mahdollisuudet ja uhat?

#### 2. Menestyvät yrityksen rakennuspalikat

- Arvot ja missio
- Kirkas identiteetti
- Erottumistekijät
- Kilpailuetu
- Laadukas johtaminen

KESTO: 3 TUNTIA

Uusikaupunki 13.3. klo 13-16

## 3 STRATEGIALLA KASVUUN

### Agenda:

#### 1. Strategia

- Missio
- Visio
- Strategia
- Vuosisuunnittelu

#### 1. Strategiasta teoiksi

- Sidosryhmät
- Sidosryhmien tarpeet, huolet ja vaatimukset
- Brändikokemus
- Mittaminen
- Johtaminen

KESTO: 3 TUNTIA

Uusikaupunki 20.3. klo 13-16

# Valmennus 01

## Markkinaymmärrys

### Tehtäväpohjat

- 1a) Muutosvoimat
- 1b) Muutosvoimat
- 2) Tulevaisuuden asiakastarpeet
- 3) Arvolupauskanvas

# 01 Markkinaymmärrys

# Mahdollisuuksia liiketoiminnalle

Yritysten tulevaisuuden 'pelikenttä' muuttuu jatkuvasti.

On tärkeää ymmärtää omaan toimialaan liittyviä muutosvoimia, ja varsinkin tulkita muutosvoimien tuomia mahdollisuuksia ja uhkia omalle yritykselle.

Tulevaisuuden muutosvoimien strateginen hyödyntäminen avaa yrityksille suuriakin kasvumahdollisuuksia.

Esimerkkeinä juuri nyt ajankohtaisista muutosvoimista voisi mainita vaikkapa 'Vihreän siirtymän', johon liittyvät suuret,

EU investoinnit mahdollistavat kasvua yrityksille, joiden tarjoamat palvelut ja tuotteet sopii tähän nopeasti kasvavan segmentin tarpeisiin. Tai puolustusteollisuuden valtavat tulevaisuuden mahdollisuudet, joihin liittyy hyvin monenlaisia tarpeita, palveluja ja tuotteita.

Muutosvoimien tuomien mahdollisuuksien ymmärrys on elintärkeää, ja valmennuksessa esitetty työkalupakki auttaa liikkeelle pääsemisessä.

# 01 Markkinaymmärrys

# Muutosvoimia 2025

1. Tekoälyn ja automaation nopea kehitys ja vaikutukset erityisesti työn tuottavuuteen
2. Makrotalouden ilmiöt, talous- ja rahapolitiikka
3. Kuluttaja- ja asiakaskäyttäytymisen muutokset
4. Kiristynvä regulaatio (ESG, CSRD, AI Act)
5. Johtajuusparadigman murros, tuotantolähtöisestä ajattelusta kohti ihmislähtöistä ajattelua
6. Vihreä siirtymä ja kestävä kehityksen painotuksen lisääntyminen liiketoiminnassa
7. Siirtymä tietotyöstä ajatustyöhön, työnkuvien, roolien ja prosessien päivittäminen
8. Globaalit disruptiot ja geopolitiikan muutokset
9. Etätöiden ja hybridityömallien vakiintuminen ja niiden vaikutukset työn kulttuuriin
10. Työntekijöiden mielenterveyteen ja hyvinvointiin keskittyvien ohjelmien merkityksen kasvu
11. Työvoiman demografiset muutokset, kuten ikääntyvän väestön ja monimuotoisuuden lisääntyminen
12. Työn monimuotoistuminen, epätyypillisten työsuhteiden laajeneminen perinteisten työsuhdemallien rinnalle (esim. Freelancer, Interim, Fractional)
13. Joustavien työaikojen ja -mallien lisääntyvä suosio työntekijöiden työ- ja yksityiselämän tasapainon parantamiseksi (Work-life balance)
14. Globaalien osaajapulan kasvu teknologian ja erikoisalojen osaamisessa
15. Diversiteetti ja inklusiivisuus

## Tehtävä 1a

# Muutosvoimat

Tehtävässä 1a käydään läpi muutostoimia ja niiden tuomia mahdollisuuksia yrityksen kasvuun ja kilpailukykyyn

1. Tutustutaan itseksään muutostoimiin ja mititään niiden tuomia mahdollisuuksia. Valitaan kiinnostavimmat muutostoimet ja kirjataan ylös liiketoiminnan mahdollisuuksia.
2. Keskustellaan havainnoista ryhmän kesken  
Tehtävän on tarkoitus olla nopeampoinen ja auttaa pohtimaan yrityksen identiteettiä.

Tehtävässä 1b valitaan 1–3 merkittävintä muutostoimaa ja listataan niissä tunnistettavat mahdollisuudet yrityksen kasvuun ja kilpailukykyyn.

MARKKINAYMMÄRRYS Tehtävä 1/1 • Muutosvoimat

NIMI / ETUNIMI

MUUTOSVOIMA	Ajuttavat muutostoimet ja edut sen tuomista mahdollisuuksista
MUUTOSVOIMA	Ajuttavat muutostoimet ja edut sen tuomista mahdollisuuksista
MUUTOSVOIMA	Ajuttavat muutostoimet ja edut sen tuomista mahdollisuuksista
MUUTOSVOIMA	Ajuttavat muutostoimet ja edut sen tuomista mahdollisuuksista
MUUTOSVOIMA	Ajuttavat muutostoimet ja edut sen tuomista mahdollisuuksista

## Tehtävä 1b

# Muutosvoimat

Tehtävässä 1a käydään läpi muutosvoimia ja niiden tuomia mahdollisuuksia yrityksen kasvuun ja kilpailukykyyn

1. Tutustutaan itsekseen muutosvoimiin ja mietitään niiden tuomia mahdollisuuksia. Valitaan kiinnostavimmat muutosvoimat ja kirjataan ylös liiketoiminnan mahdollisuuksia.
2. Keskustellaan havainnoista ryhmän kesken.

Tehtävässä 1b valitaan 1–3 merkittävintä muutosvoimaa ja listataan niissä tunnistettavat mahdollisuudet yrityksen kasvuun ja kilpailukykyyn.

MARKKINAYMMÄRRYS Tehtävä 1/2 • Muutosvoimat

100% / 1000k

VALITUT MUUTOSVOIMAT

YRITYKSEN NIMI	1	MUUTOSVOIMA	2	MUUTOSVOIMA
TOMIALA				
KUVAUS YRITYKSESTÄ				

MAHDOLLISUUDET YRITYKSEN KILPAILUKYKYYN

linkdesign.fi

## Tehtävä 2

# Tulevaisuuden asiakastarpeet

Tehtävässä 2 käydään läpi tulevaisuuden asiakastarpeita muutosvoimien kautta

1. Mietitään ryhmässä muutosvoimien vaikutusta tulevaisuuden asiakastarpeisiin, ja mitä mahdollisuuksia nämä tuovat yrityksen liiketoimintaan.
2. Valitaan kohderyhmä ja kirjataan asiakastarpeet
3. Ideoidaan tuotteita- ja palveluita, josta yritys saa kasvua ja kilpailuetua. Valitaan niistä 1-2 parasta.

MARKKINAYMMÄRRYS Tehtävä 2 - Tulevaisuuden asiakastarpeet

NIMI / RYHMÄ

MUUTOSVOIMA MUUTOSVOIMA MUUTOSVOIMA

1

KOHDERYHMÄ

2

KOHDERYHMÄ

TULEVAISUUDEN ASIAKASTARPEET

IDEAT TARJOTTAVISTA TUOTTEISTA TAI PALVELUISTA

MITÄ MAHDOLLISUUKSIA TULEVAISUUDEN ASIAKASTARPEET TUOVAT YRITYKSELLE?

linkdesign.fi

## Tehtävä 3

# Arvolupauskanvas

Tehtävässä 3 analysoidaan yrityksen palvelua tai tuotetta suhteessa sen arvolupaukseen annetun pohjan avulla.

1. Pohjan eri osiot auttavat määrittämään mikä tekee palvelusta tai tuotteesta ainutlaatuisen ja miksi asiakkaat valitsevat sen.
2. Aloita vasemman puoleisesta osiosta (*ihminen*). Täytä pohja ylhäältä alas
3. Jatka sitten pohjan oikea puoli (*palvelu*) peilaamalla vastauksia kohderyhmään/käyttäjään (vasemmalle puolelle täyttämisi vastauksiin).
4. Tavoitteena on täyttää arvolupauskanvas niin, että arvolupaus on selkeä, käyttäjälähtöinen ja erottuu kilpailijoista.

Tätä pohjaa emme käyttäneet valmennuksessa.  
Arvolupauskanvas on erittäin käyttökelpoinen, kun jalostetaan tuotetta tai palvelua asiakastarpeiden näkökulmasta.

MARKKINAYMMÄRRYS Tehtävä 3

## Arvolupauskanvas

NIMI / RYHMÄ:

IHMINEN		PALVELU	
KOHDERYHMÄ (ASIAKAS/KÄYTTÄJÄ):		TOIMIALA / KÄYTTÖTAPAUS	
TAVOITTEET JA PÄÄMÄÄRÄT		PALVELUN TAI TUOTTEEN OMINAISUUDET	
TARPEET JA TOIVEET	ONGELMAT JA HUOLET	RATKAISUT ONGELMIIN	SAATAVAT HYÖDYT
ARVOLUPAUS			

For the real world.

linkdesign.fi

# Valmennus 02

## Menestyvä yritys

### Tehtäväpohjat

- 4) SWOT –analyysi
- 5) Sidosryhmäkartta
- 6a) Yrityksen identiteetti
- 6b) Mission kirkastaminen
- 7) Arvo- ja erottautumistekijät

## 02 Menestyvä yritys

# Perusta kuntoon

Menestyvillä yrityksillä on tutkitusti tietyt perusasiat kunnossa.

Kun yritystä kiinnostavat kasvumahdollisuudet on kartoitettu, on hyvä peilata oman yrityksen kyvykkyyksiä suhteessa vaatimuksiin joilla kasvu saavutetaan. Tämän tarkastelun voi tehdä esimerkiksi SWOT työkalun avulla.

Sen sijaan, että pohdittaisiin yleisesti yrityksen heikkouksia ja vahvuuksia, peilataan näitä kyvykkyyksiä suhteessa kiinnostavimpiin muutosvoimiin. Näin päästään konkreettisesti kiinni kasvun mahdollistaviin asioihin.

Yrityksen tärkeitä rakennuspalikoita ovat myös arvot, missio ja identiteetti. Näiden määrittely yhdessä henkilöstön kanssa on elintärkeää, ne mahdollistavat merkityksellisen arvon syntymisen henkilöstölle, ja muille tärkeille sidosryhmille. Näitä ovat mm oma henkilöstö, asiakkaat, yhteistyökumppanit, yhteiskunta, omistajat jne.

Merkityksellinen arvo on yhä tärkeämpää, Z- sukupolven ottaessa suurempaa roolia asiakkaina ja yrityksen työntekijöinä. Heille on ominaista arvopohjaiset valinnat, ja yhteiskunnallinen merkittävyys.

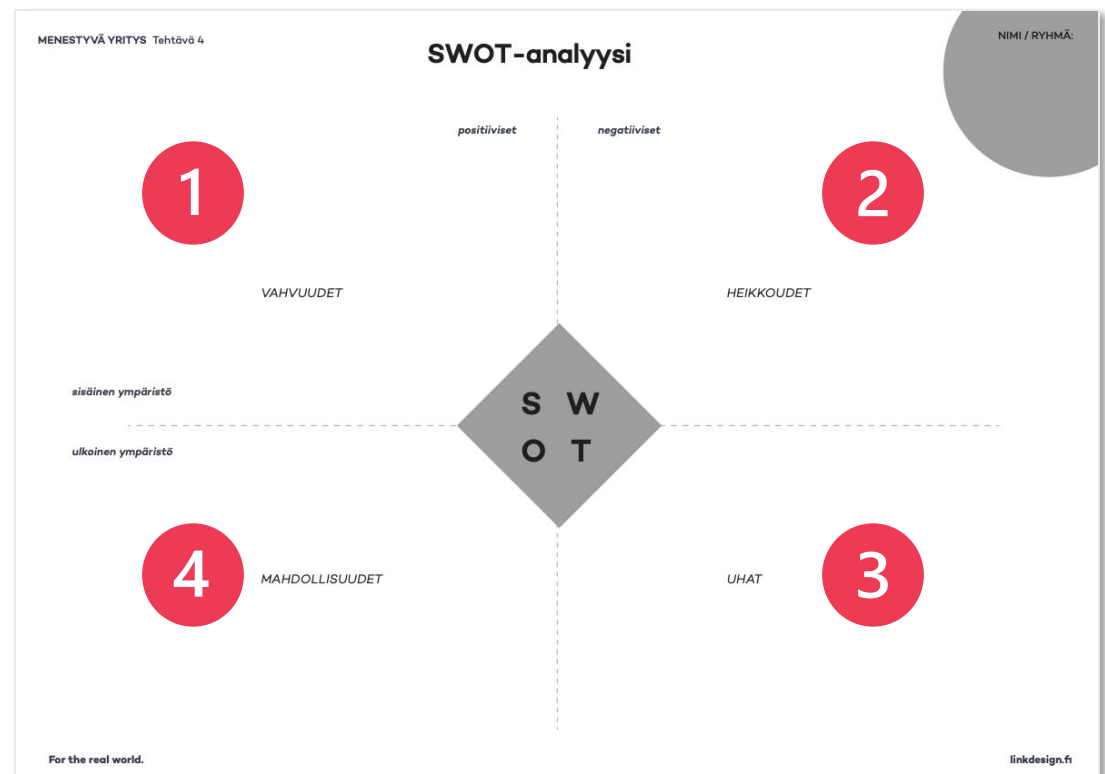
## Tehtävä 4

# SWOT -analyysi

Tehtävässä 4 tehdään SWOT-analyysi muutosvoimien tuomista liiketoimintamahdollisuuksista ja niihin liittyvistä uhkista, sekä pohditaan yrityksen vahvuuksia

### Positiiviset ensin!

1. Millaisia uusia liiketoimintamahdollisuuksia muutosvoimat mahdollistavat? (ulkoinen ympäristö)
  - SWOTin voi tehdä yhden tai useamman uuden liiketoimintamahdollisuuden näkökulmasta.
2. Millaisia vahvuuksia yrityksellä on tähän liiketoimintaan? (sisäinen ympäristö)
3. Millaisia uhkia yritys näkee suhteessa uuteen liiketoimintaan?
4. Millaisia yrityksen heikkouksia uuteen liiketoimintaan liittyy?



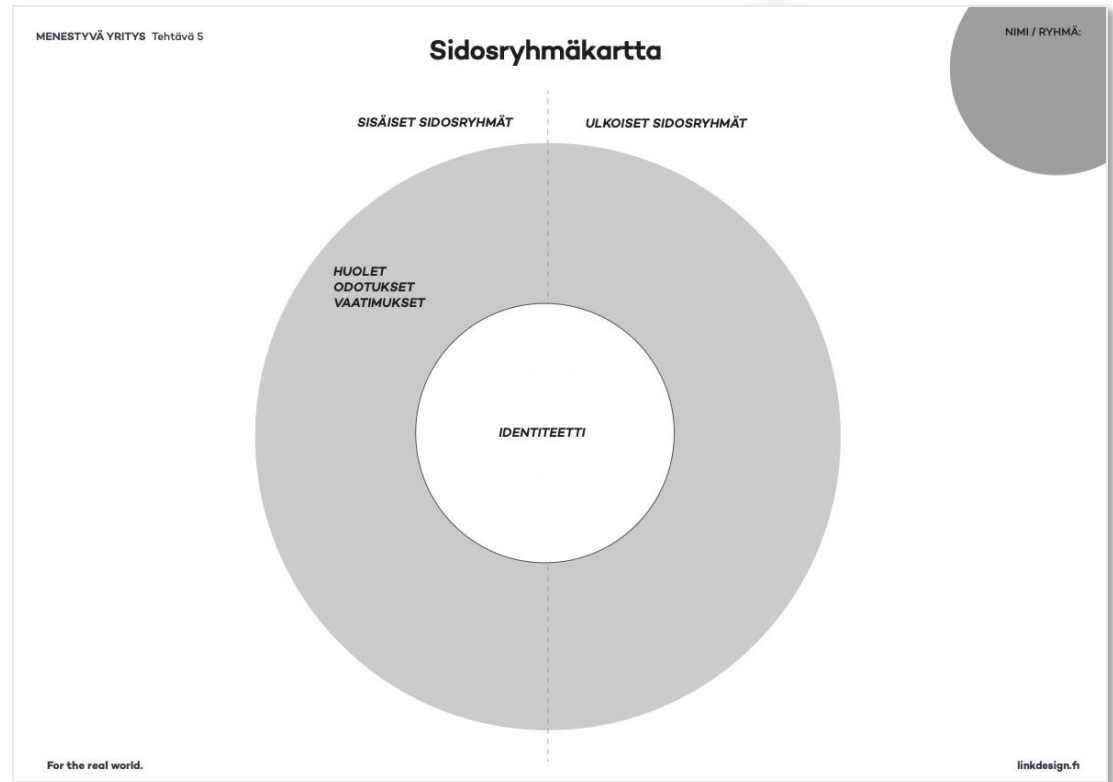
## Tehtävä 5

# Sidosryhmäkartta

Tehtävässä 5 laaditaan yrityksen sidosryhmäkartta ryhmittelemällä organisaation tärkeimmät sidosryhmät.

1. Tunnista ensin kaikki yrityksen sidosryhmät. Ketkä ovat keskeisiä toimijoita? Mitkä tahot vaikuttavat yritykseen tai joihin yritys vaikuttaa?
2. Jaottele sidosryhmät sisäisiin ja ulkoisiin.
3. Mitä ovat eri sidosryhmien huolet, odotukset tai vaatimukset? Miten näihin tarpeisiin tulee vastata?
4. Tavoitteena on ymmärtää eri sidosryhmien roolit ja vuorovaikutussuhteet.

Tätä pohjaa emme ehtineet valmennuksen puitteissa läpikäymään, mutta sidosryhmäkartta ja sen hyödyntäminen esiteltiin alustuspuheenvuorossa.



## Tehtävä 6a

# Identiteetti

Tehtävässä 6a pohditaan yrityksen identiteettiä työpajapohjan kysymysten avulla.

1. Valitaan kirjuri (jos useampi osallistuja)
2. Keskustellaan ryhmässä, ja kirjataan vastaukset työpajapohjaan.

Tehtävän on tarkoitus olla nopeatempoinen ja auttaa pohtimaan yrityksen identiteettiä.

Tehtävässä 6b kirkastetaan yrityksen missio, ja kirjataan työpajapohjaan:

1. Miksi yrityksemme on olemassa?
2. Mitä yrityksen toiminnalla saavutetaan?
3. Mikä tekee yrityksestämme ainutlaatuisen?

MENESTYVÄ YRITYS Tehtävä 6a • Identiteetti

NIMI / RYHMÄ:

**KERÄTÄÄN AJATUKSIA JA NÄKEMYKSIÄ IDENTITEETIN KIRKASTAMISEKSI**

KEITÄ OLEMME?	MIKÄ MOTIVOI MEITÄ JOKA PÄIVÄ?
MIHIN USKOMME?	MINKÄ ONGELMAN RATKAISEMME?
MITÄ TAVOITTELEMME?	MISTÄ OLEMME YHDESSÄ YLPEITÄ?
MINKÄ TAKANA SEISOMME?	

For the real world. linkdesign.fi

# Tehtävä 6b

## Missio

Tehtävässä 6a pohditaan yrityksen identiteettiä työpajapohjan kysymysten avulla.

1. Valitaan kirjuri (jos useampi osallistuja)
2. Keskustellaan ryhmässä ja kirjataan vastaukset työpajapohjaan.

Tehtävän on tarkoitus olla nopeatempoinen ja auttaa pohtimaan yrityksen identiteettiä.

Tehtävässä 6b kirkastetaan yrityksen missio, ja mietitään yhdessä ja kirjataan työpajapohjaan:

1. Miksi yrityksemme on olemassa?
2. Mitä yrityksen toiminnalla saavutetaan?
3. Mikä tekee yrityksestämme ainutlaatuisen?

MENESTYVÄ YRITYS Tehtävä 6b • Mission kirkastaminen

NIMI / RYHMÄ:

USKOMME, ETTÄ...

YRITYS ON OLEMASSA SIKSI ETTÄ...

2

YRITYKSEN TOIMINNALLA SAAVUTETAAN...

1

YRITYKSESTÄ TEKEE AINUTLAATUISEN...

3

For the real world.

linkdesign.fi

## Tehtävä 7

# Yrityksen tuottama arvo ja erottautumistekijät

Tehtävässä 7 pohditaan yrityksen toiminnan arvoa eri sidosryhmille, jonka jälkeen siirrytään yrityksen erottautumistekijöihin ja kilpailuetuihin.

1. Keskustellaan ja kirjataan työpajapohjaan yrityksen toiminnan arvo henkilöstölle, asiakkaille, kansainvälisesti ja planeetalle.
2. Kitetytetään yrityksen erottautumistekijät ja kilpailuedut markkinoilla.

MENESTYVÄ YRITYS Tehtävä 7 • Arvo & erottautumistekijät

**1**

MIKÄ ON YRITYKSEN MERKITYKSELLINEN ARVO...

**A** ...YRITYKSELLE?

**R** ...ASIAKKAILLE?

**V** ...KANSAINVÄLISESTI?

**O** ...PLANEETALLE?

**2**

EROTTAUTUMISTEKIJÄT

KILPILUETU

NIMI / RYHMÄ:

For the real world. linkdesign.fi

# Valmennus 03

## Strategialla kasvuun

### Tehtäväpohjat

8a) Must-Win-Battlet

8b) Strategia One-Pager

9) Tulevaisuuden otsikot

# 03 Strategialla kasvuun

## Kohti menestystä

Tutkimusten mukaan suurin osa ( yli 70% ) strategioista epäonnistuu.

Syitä epäonnistumisiin on useita, mutta yleisin on se, että yritystä ei johdeta strategialla.

Strategia on erinomainen työkalu yrityksen johtamiseen ja yhteisen vision saavuttamiseen, mutta vision toteutuminen vaatii hyvin kokonaisvaltaista, kurinalaista ja systemaattista tekemistä.

Strategiat ovat usein myös liian monimutkaisia ja 'akateemisia' jolloin niiden käyttö jää vähäiseksi; suurin osa henkilöstöstä ei sisäistä strategiaa, eikä osaa soveltaa sitä jokapäiväisessä tekemisessä.

LINK yritysvalmennuksessa käytetään hyvin pelkistettyä ja yksinkertaistettua mallia, jolla on mahdollista rakentaa helposti omaksuttava strategia, joka tuottaa hyviä tuloksia.

Valmennuksessa esitelty ja testattu 'Yhden-sivun-strategia' on 'LINK työkalupakin' viimeinen osa.

Sen avulla saadaan aikaisemmissa osissa suunnitellut strategiana osaset yhteen, ja päästään tehokkaasti kohti visiota.

On myös tärkeää maltaa käyttää strategiseen suunnitteluun aikaa, eikä syöksyä suoraan toteutukseen ( konkretiaan ).

Strategian laadukkaalla työstämisellä, varmistetaan yhteinen fokus, ja priorisoidaan strategian eteneminen.

## Tehtävä 8a

# Must-Win-Battlet

Tehtäväkokonaisuudessa 8a mietitään yrityksen Must-Win Battleja, jonka jälkeen tuotetaan Yrityksen strategiasta One pager.

1. Ensimmäinen pohja (8a) on työstöä varten. Pohjan avulla mietitään Must Win Battleja eri osa-alueiden kautta.
  - Pohjalle kirjataan Must-Win-Battleja akselilla ensisijaiset-aikaa vaativat. Kaikkien laatikoiden teemoja ei tarvitse täyttää.
2. Täytetään strategia One pager (8b), johon kirjataan. Ohje seuraavalla sivulla:
  - Muutosvoimat, jotka vaikuttavat yrityksen liiketoimintaan
  - Yrityksen arvot, jotka ovat perusta kaikelle toiminnalle ja päätöksenteolle
  - Yrityksen missio – Miksi olemme olemassa?
  - Yrityksen visio, jota tavoitellaan viiden vuoden päästä
  - ensimmäisen vuoden MVB:t
  - Yrityksen arvot, missio ja visio sekä
  - Muutosvoimat ja mihin tarpeeseen vastataan .



**STRATEGIA - Must-Win-Battlet** STRATEGIALLA KASVUUN • Tehtävä 8a NIMI / RYHMÄ:

ENSISIJAISET	AIKAA VAATIVAT
OPERATIIVINEN TOIMINTA	
TUTKIMUS JA TUOTEKEHITYS	
OSAAMINEN JA KOULUTUS	
MARKKINOINTI & VIESTINTÄ	
VERKOSTO- JA KUMPPANIYHTEISTYÖ	

For the real world. linkdesign.fi

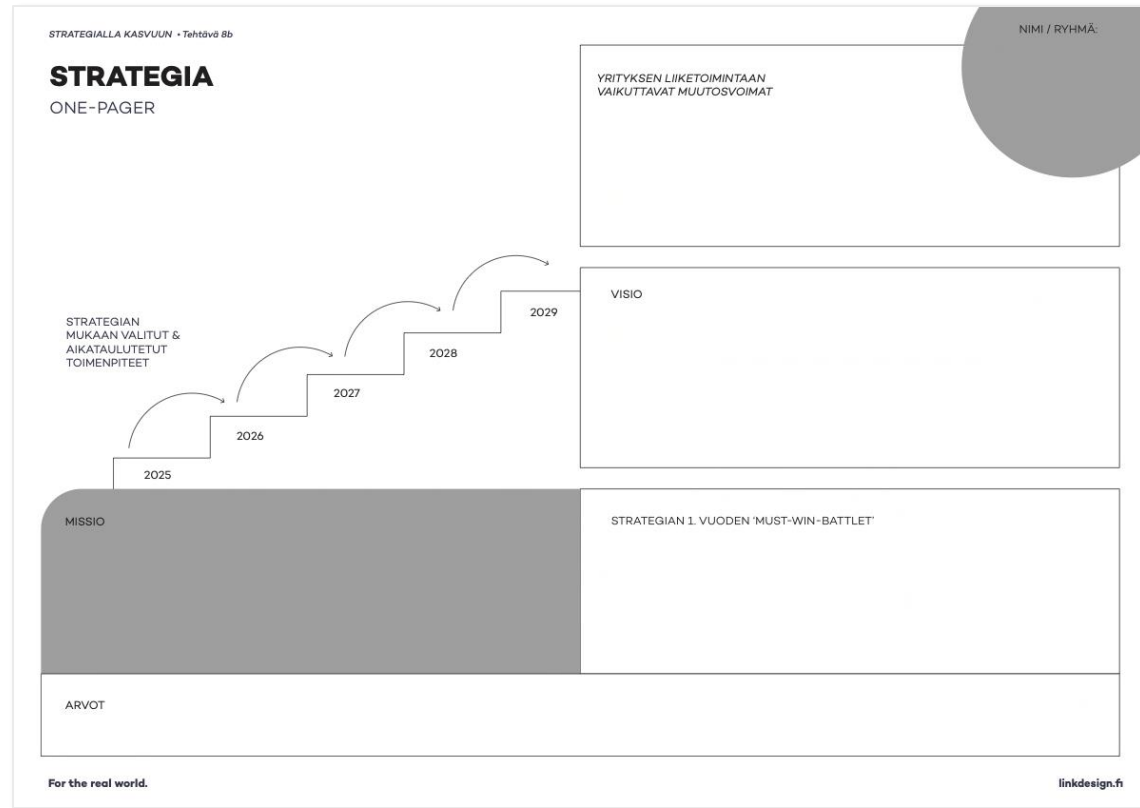
3.

## Tehtävä 8b

# Strategia One-pager

Tehtävässä 8a mietitään yrityksen Must-Win Battleja, jonka jälkeen tuotetaan Yrityksen strategiasta One pager.

1. Ensimmäinen pohja (8a) on työstöä varten. Pohjan avulla mietitään Must Win Battleja eri osa-alueiden kautta.
  - Pohjalle kirjataan Must-Win-Battleja akselilla ensisijaiset-aikaa vaativat. Kaikkien laatikoiden teemoja ei tarvitse täyttää.
2. Täytetään strategia One pager (8b), johon kirjataan. Ohje seuraavalla sivulla:
  - Muutosvoimat, jotka vaikuttavat yrityksen liiketoimintaan
  - Yrityksen arvot, jotka ovat perusta kaikelle toiminnalle ja päätöksenteolle
  - Yrityksen missio – Miksi olemme olemassa?
  - Yrityksen visio, jota tavoitellaan viiden vuoden päästä
  - ensimmäisen vuoden MVB:t
  - Yrityksen arvot, missio ja visio sekä
  - Muutosvoimat ja mihin tarpeeseen vastataan .



3.

## Tehtävä 9

# Tulevaisuuden otsikot

Tehtävässä 9 laaditaan uutinen yrityksestä 5 vuoden päästä, jolloin yritys on päässyt tavoitteisiinsa, ja jokin onnistuminen on ylittäen uutiskynnyksen.



1. Jos me olemme onnistuneet paremmin kuin hyvin, mitä meistä kirjoitettaisiin?
2. Tulevaisuuden otsikot –pohjaa voi käyttää vision kirkastamiseksi!

**VISIO - tulevaisuuden otsikot** STRATEGIALLA KASVUUN • Tehtävä 9 NIMI / RYHMÄ:

OTSIKKO

INGRESSI

KUVA

KUVATEKSTI

TEKSTISISÄLTÖ

NÄKÖKULMIA

For the real world. linkdesign.fi

**For the real world.**

[linkdesign.fi](http://linkdesign.fi)