

# Yritysten kilpailukykyvalmennus

## Loppukooste

Petteri Kolinen  
Piritta Winqvist  
Uusikaupunki 310325



LINK

| LINK Design and Development Oy

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

# LINK yritysvalmennus

- toteutettiin maaliskuussa 2025 viikon välein, kolmena kolmen tunnin valmennuksena
- tavoitteena tuoda uutta näkemystä ja työkaluja Uudenkaupungin ja lähikuntien yritysten strategisen tekemiseen, ja kilpailukyvyn vahvistamiseen
- valmennus oli yhdistelmä alustuksia eri aiheista, työpajatehtäviä, ja valmennuksen jälkeen toimitettava työkirja
- valmentajina toimivat LINK Design and Development Oy:stä Petteri Kolinen ja Piritta Winqvist



# LINK yritysvalmennus

- **loppuraporttina tuotamme:**
  - tämän pitkän version, joka sisältää luentomateriaalin kokonaisuudessaan
  - työkirjan, sisältäen työpajatehtävät ja lyhyet alustukset





# For the Real World.

LINK Design and Development Oy



# Piritta Winqvist

## JOHTAVA KONSULTTI, PALVELUMUOTOILU

Piritalla on yli 20-vuoden kokemus liikkuvien työkoneneiden ja muiden kriittisten työympäristöjen ergonomia- ja käytettävyyssuunnittelusta, käyttäjä- ja asiakastutkimuksista, asiantuntija-arvioinneista ja käyttäjätestauksista, työ- ja toimintaprosessien analysoinnista ja asiakas- ja käyttäjälähtöisen liiketoiminnan prosessien kehityksestä. Piritan vahvuus on haastavien kokonaisuuksien hallinta ja kyky löytää argumentit liiketoiminnan kehittämiseen ja kommunikoida ratkaisuehdotukset kehittäjille ymmärrettävästi. Piritan työssä yhdistyvät käytännönläheisyys ja tietoon perustuva asiantuntemus. Turvakengät, kypärä, polvisuojat ja turvaliivit sopivat toimenkuvaan yhtäläillä kuin luennot tai koulutus aiheesta suurellekin yleisölle.

*Konsultointi / hyötyä ja arvoa luovat konseptit / teollisuuden palvelullistuminen / ergonomia- ja käytettävyystudkimukset*

**Rooli projektissa:** Palveluliiketoiminnan ja palvelumallien kehittäminen, työpajojen fasilitointi, projektin johtaminen

email. [piritta.winqvist@linkdesign.fi](mailto:piritta.winqvist@linkdesign.fi)

tel. +358 40 549 0752



# Petteri Kolin

## JOHTAVA KONSULTTI, STRATEGINEN MUOTOILU

Liiketoimintaa kokonaisvaltaisesti, vastuullisesti ja pitkäjänteisesti kehittävä strateginen muotoilija.

Työn keskiössä on tuottaa yrityksille kestävää arvoa ihmislähtöisen konseptoinnin avulla, soveltamalla muotoiluajattelua, -metodeja ja -prosesseja.

Pitkä kokemus kasvustrategioiden työstämisestä ja toteuttamisesta sekä innovaatioiden soveltamisesta tuotteiksi, palveluiksi ja brändikonsepteiksi.

### Keskeinen osaaminen ja kokemus:

- Kokenut strategijahtaja
- Yritysvalmennus
- Kasvustrategian rakentaminen
- Tulevaisuuden ennakointi ja skenaariotyö
- Konseptointi; tuotteet, palvelut ja brändit
- Strategian implementointi, johtaminen, työkalut ja prosessi

**Rooli projektissa:** Vastaava valmentaja, agenda ja sisältö, mentorointi

petteri.kolin@linkdesign.fi

040 183 1074

<https://www.linkedin.com/in/petterikolin/>

# 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

# Valmennuksen tavoite

**VALMENNUKSEN TULOKSENA SYNTYY TYÖKALUPAKKI,  
JOLLA OMAA MENESTYTARINAA VOI RAKENTAA.**



# ensimmäinen valmennuspäivä

# Markkinaymmärrys

6.3.25 12-16

12.00	Lounas
13.00	Valmennuksen aloitus
13.15	Muuttuva markkina ja kasvumahdollisuudet
13.35	Työpaja 1
14.20	Tauko
14.35	Tulevaisuuden asiakastarve
14.55	Työpaja 2
15.45	Yhteenvedo
16.00	Lopetus

# **muuttuva markkina ja kasvumahdollisuudet**

A group of five people (three men and two women) are gathered around a table in a meeting room. They are looking at a whiteboard in the background which displays a complex diagram or flowchart. The scene is dimly lit, with the whiteboard being the primary light source. The overall mood is professional and collaborative.

# muutosvoimat

# maailma muuttuu

- heikot signaalit
- megatrendit
- trendit
- muutosvoimat
- päällä olevat vaatimukset

# muutosvoimat

## Miksi tärkeitä liiketoiminnassa?

- kertovat päällä olevista / tulevista muutoksista
- niitä tulkitsemalla löytyy uusia liiketoimintamahdollisuuksia
- niitä tulkitsemalla voi välttää liiketoiminnan ongelmia
- ne ennakoivat muutoksia toimialoilla
- niitä vastaan ei kannata taistella, vaan nähdä mahdollisuuksina
- ei arvailua, vaan päättelyä ja todennäköisyyksiä
- tuovat pitkän aikavälin arvoa ja kasvua

# muutosvoimat

## Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

1. Tekoälyn ja automaation nopea kehitys ja vaikutukset erityisesti työn tuottavuuteen
2. Makrotalouden ilmiöt, talous- ja rahapolitiikka
3. Kuluttaja- ja asiakaskäyttäytymisen muutokset
4. Kiristynyt 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

# muutosvoimat

## Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

### 1. Tekoälyn ja automaation nopea kehitys ja vaikutukset erityisesti työn tuottavuuteen

Mitkä työt kasvavat tekoälyn myötä?

Tekoälyn kehittyessä ja yleistyessä monet työtehtävät ja alat kokevat merkittäviä muutoksia. Tässä muutamia esimerkkejä työtehtävistä, jotka kasvavat tekoälyn myötä:

- Data-analyttikot ja tekoälyasiantuntijat:** Tekoälyn ja suurten tietomassojen analysointi vaatii asiantuntijoita, jotka osaavat hyödyntää näitä teknologioita tehokkaasti.
- Terveysalan ammattilaiset:** Tekoälyä käytetään yhä enemmän diagnostiikassa ja hoitosuunnitelmien laatimisessa, mikä parantaa terveydenhuollon tehokkuutta ja tarkkuutta.
- Rahoitusalan ammattilaiset:** Algoritmit ja tekoäly mullistavat riskienhallintaa ja sijoitusstrategioita, mikä luo uusia työtehtäviä, kuten tekoälystrategien ja data-analyttikkojen rooleja.
- Teollisuuden työntekijät:** Älykkäät tuotantojärjestelmät ja automaatiojärjestelmät muuttavat teollisuustyöntekijöiden rooleja enemmän valvonta- ja ohjaustehtäviksi.
- Maatalouden työntekijät:** Tekoäly ja digitalisaatio tuovat uusia mahdollisuuksia maatalouteen, mikä lisää työpaikkoja tällä alalla.

Tekoäly ei ainoastaan korvaa joitakin työtehtäviä, vaan se myös luo uusia mahdollisuuksia ja työtehtäviä eri aloilla. Miten sinä näet tekoälyn vaikutuksen omaan alaasi?

: Salkunrakentaja : Yle

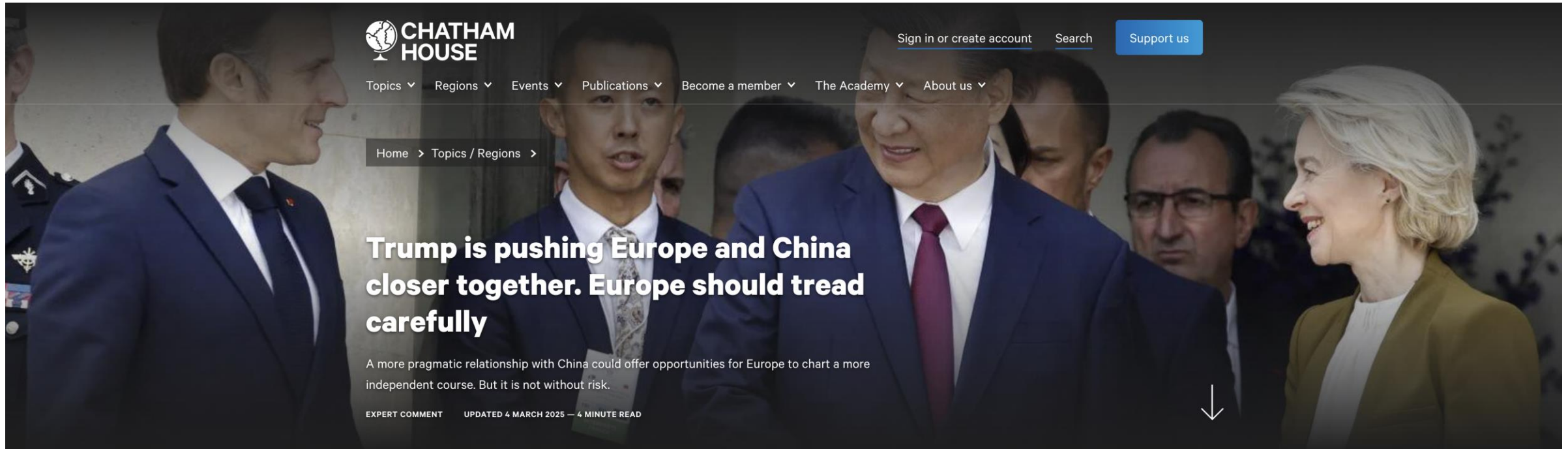
Lähde Microsoft Co Pilot

# muutosvoimat

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

## 2. Makrotalouden ilmiöt, talous-ja rahapolitiikka



The screenshot shows the Chatham House website interface. At the top left is the Chatham House logo. To the right are links for 'Sign in or create account', 'Search', and a blue 'Support us' button. Below the logo is a navigation menu with dropdown arrows for 'Topics', 'Regions', 'Events', 'Publications', 'Become a member', 'The Academy', and 'About us'. A breadcrumb trail reads 'Home > Topics / Regions >'. The main article title is 'Trump is pushing Europe and China closer together. Europe should tread carefully'. Below the title is a short summary: 'A more pragmatic relationship with China could offer opportunities for Europe to chart a more independent course. But it is not without risk.' At the bottom of the article preview, it says 'EXPERT COMMENT UPDATED 4 MARCH 2025 — 4 MINUTE READ'. A white downward arrow is visible in the bottom right corner of the article preview area.

# muutosvoimat

Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

## 3. Kuluttaja-ja asiakaskäyttäytymisen muutokset

### What do Gen Z shoppers want?

The internet has changed retail forever and shaped the tastes of digital natives. Here's how:

- Consumption is about access rather than ownership—Gen Zers subscribe to streaming platforms instead of buying films or music. This trend extends beyond entertainment—even to services like car shares or luxury-clothing rentals.
- Gen Zers accept that their tastes might change, and they are more likely to spend on experiences that enrich their day-to-day lives than millennials, who are more likely to splurge on luxury.
- Members of this generation care about ease of use: mobile pay, app-based services, and simple online transactions are important, and brands have found major success by restructuring to suit Gen Z tastes.
- Gen Zers like brick-and-mortar stores more than millennials do but still want a great online shopping experience. Some brands have even found success through online-first launches, often supported by Gen Z consumers.
- Ads are everywhere; Gen Zers experience brands “at every moment” as they move through their digital and physical worlds.

Lähde McKinsey

# muutosvoimat

## Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

### 3. Kuluttaja-ja asiakaskäyttäytymisen muutokset

And as a generation committed to its values, Gen Z expects the same of its retailers—Gen Zers often choose brands that have a strong story or purpose, as well as those committed to green practices. In one McKinsey study, 73 percent of Gen Z reported trying to purchase from companies they consider ethical, and nine out of ten believe that companies have a responsibility to address environmental and social issues. However, they can tell when a brand is just paying lip service and isn't backing up diversity or sustainability claims with real change.

Many Gen Zers throughout Asia see the internet as the first place to go when researching new products to purchase; in the United States, 40 percent of Gen Zers admit to being influenced online, often by the brands featured in the videos they watch. Members of Gen Z filter a lot of information, from influencers, family, and friends, to decide where and how they want to spend.

Lähde McKinsey

# muutosvoimat

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

## 4. Kiristynvä regulaatio (ESG, CSRD, AI Act)

Yhteenvetona voidaan todeta, että kiristynvä regulaatio tulee ohjaamaan talotekniikka-alaa kohti kestävämpiä ja energiatehokkaampia ratkaisuja. Tämä tuo mukanaan mahdollisuuksia, mutta myös haasteita alan toimijoille, joiden täytyy sopeutua uusiin vaatimuksiin ja hyödyntää kestävien ratkaisujen tarjoamat edut.

Lähde Aalto yliopisto 2025

# muutosvoimat

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

5. Johtajuusparadigman murros, tuotantolähtöisestä ajattelusta kohti ihmislähtöistä ajattelua

1. asiakaskokemuksen merkitys kasvaa yhä
2. vastuullisuus ja kiertotalous yhä tärkeämpiä
3. arvot ja resilienssi yhä tärkeämpää
4. helppo ja turvallinen ostaminen
5. turvallisuus

Lähde Forbes + Kolinin

# muutosvoimat

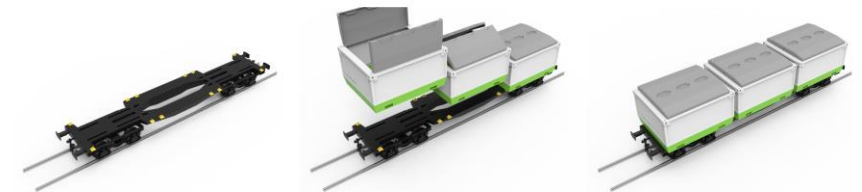
Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

## 6. Vihreä siirtymä ja kestävän kehityksen painotuksen lisääntyminen liiketoiminnassa



Lähde Risto Murron 'Kasvuriihä'- työryhmä 2025



# muutosvoimat

## Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

1. Tekoälyn ja automaation nopea kehitys ja vaikutukset erityisesti työn tuottavuuteen
2. Makrotalouden ilmiöt, talous- ja rahapolitiikka
3. Kuluttaja- ja asiakaskäyttäytymisen muutokset
4. Kiristynyt 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



# tulevaisuuden asiakastarve

# tulevaisuuden asiakastarve

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

1. Tekoälyn ja automaation nopea kehitys ja vaikutukset erityisesti työn tuottavuuteen



# tulevaisuuden asiakastarve

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

## 2. Makrotalouden ilmiöt, talous- ja rahapolitiikka

### **As Trump roils stock markets, investors are betting big on Europe's defence**

*European defence stocks are flying high as Trump's pause on aid to Ukraine spurs calls for continent's rearmament.*



# tulevaisuuden asiakastarve

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

3. Kuluttaja-ja asiakaskäyttäytymisen muutokset

**Paikallisuus identiteetin  
lähteenä**

# tulevaisuuden asiakastarve

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

## 4. Kiristynvä regulaatio (ESG, CSRD, AI Act)



# tulevaisuuden asiakastarve

Merkittävimmät muutokset vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

5. Johtajuusparadigman murros, tuotantolähtöisestä ajattelusta kohti ihmislähtöistä ajattelua

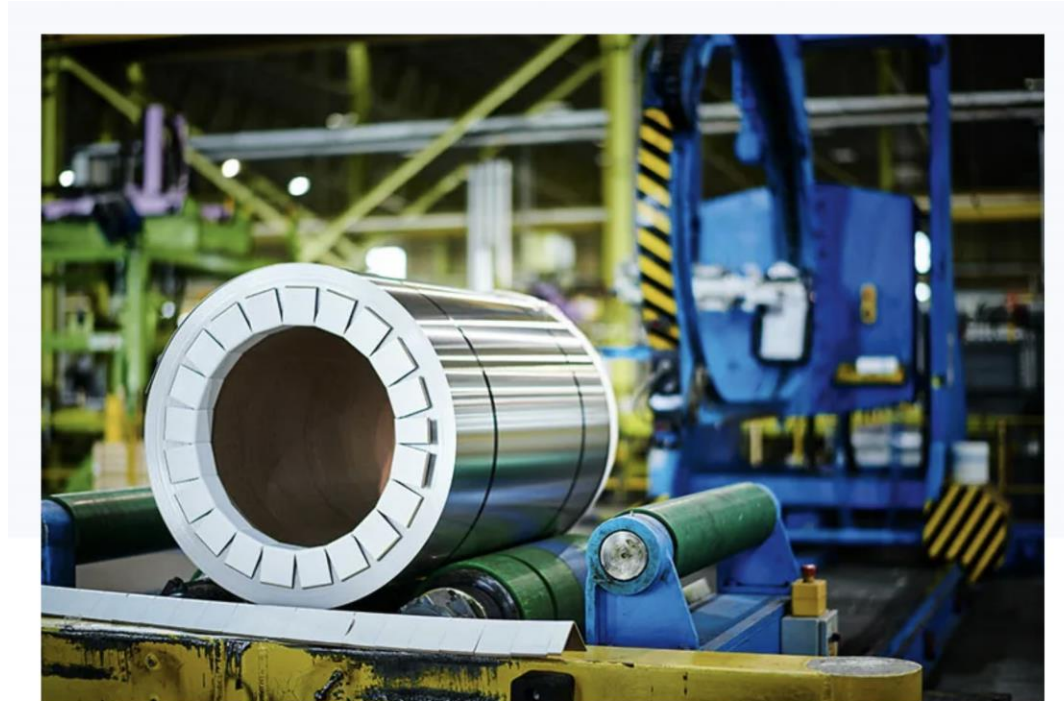


# tulevaisuuden asiakastarve

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

6. Vihreä siirtymä ja kestävän kehityksen painotuksen lisääntyminen liiketoiminnassa



Kuva: outokumpu.com

Terästä ilman hiiltä

# tulevaisuuden asiakastarve

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

7. Siirtymä tietotyöstä ajatustyöhön, työnkuvien, roolien ja prosessien päivittäminen



# tulevaisuuden asiakastarve

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

## 8. Globaalit disruptiot ja geopolitiikan muutokset



AUDIO AUDIOARTIKKELI TIEDEDEBATTI

**Paikallisia ruokajärjestelmiä kehitetään nyt vahvemman talouden ja turvallisuuden toivossa**

# tulevaisuuden asiakastarve

**Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

9. Etätöön ja hybridityömallien vakiintuminen ja niiden vaikutukset työn kulttuuriin



# tulevaisuuden asiakastarve

**Merkitvimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä**

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

10. Työntekijöiden mielenterveyteen ja hyvinvointiin keskittyvien ohjelmien merkityksen kasvu



# tulevaisuuden asiakastarve

Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025



11. Työvoiman demografiset muutokset, kuten ikääntyvän väestön ja monimuotoisuuden lisääntyminen

# tulevaisuuden asiakastarve

Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025



12. Työn monimuotoistuminen, epätyypillisten työsuhteiden laajeneminen perinteisten työsuhdemallien rinnalle (esim. Freelancer, Interim, Fractional)

# tulevaisuuden asiakastarve

Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025



13. Joustavien työaikojen ja -mallien lisääntyvä suosio työntekijöiden työ- ja yksityiselämän tasapainon parantamiseksi (Work-life balance)

# tulevaisuuden asiakastarve

Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025



14. Globaalin osaajapulan kasvu teknologian ja erikoisalojen osaamisessa

# tulevaisuuden asiakastarve

Merkittävimmät muutosvoimat vuoteen 2027 mennessä

'Johdon Agendalla' tutkimus 2025

Mitä **Gen Z**  
odottaa  
työnantajilta



15. Diversiteetti ja inklusiivisuus



# toinen valmennuspäivä

# Yritysvalmennus 2

13.3.25 12-16

- 12.00 Lounas
- 13.00 Avaus ja taustoitus päivälle
- 13.15 Yrityksen SWOT muuttuvassa markkinassa
- 13.40 Työpaja 1
- 14.20 Tauko
- 14.35 Menestyvän yrityksen rakennuspalikat
- 14.55 Työpaja 2
- 15.45 Yhteenveto ja seuraavat askeleet
- 16.00 Lopetus

A group of five business professionals are gathered around a table in a meeting room. They are engaged in a discussion, with one person gesturing towards a whiteboard in the background. The whiteboard contains some diagrams and text, though it is not clearly legible. The overall atmosphere is professional and collaborative.

# yrityksen SWOT muuttuvassa markkinassa

# SWOT

- toimii pohjana strategialle
- enemmän tehoa kun mietitään suhteessa valittuihin muutosvoimiin
- sisäisiä ja ulkoisia asioita ja tekijöitä
- aloita liiketoimintamahdollisuuksista
- seuraavaksi vahvuudet
- sitten uhat liiketoiminnalle
- viimeiseksi heikkoudet

	positiivinen	negatiivinen
sisäinen	vahvuudet	heikkoudet
ulkoinen	mahdollisuudet	uhat



# menestyvän yrityksen rakennuspalikat

# rakennuspalikat

- arvot ja missio
- kirkas identiteetti
- erottautumistekijät
- kilpailuetu
- laadukas johtaminen

# Case Premix

by Antti Porkka

# Case Premix

by Antti Porkka

# Identiteetti on johtamista

# PREMIX

*LET'S MAKE A GOOD MIX*

# Case Premix

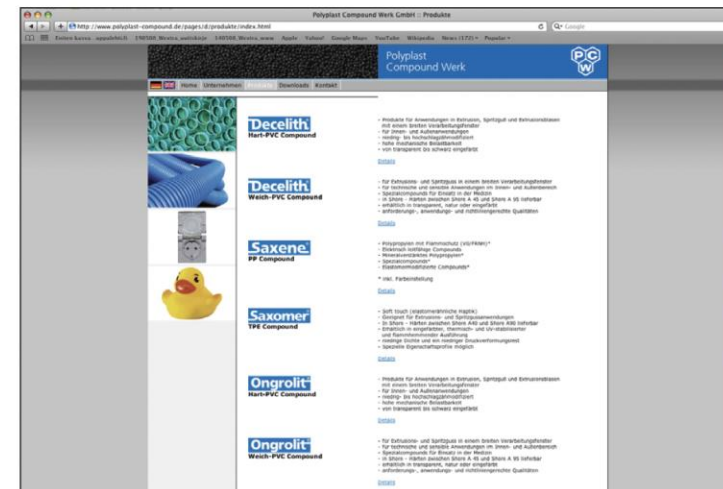
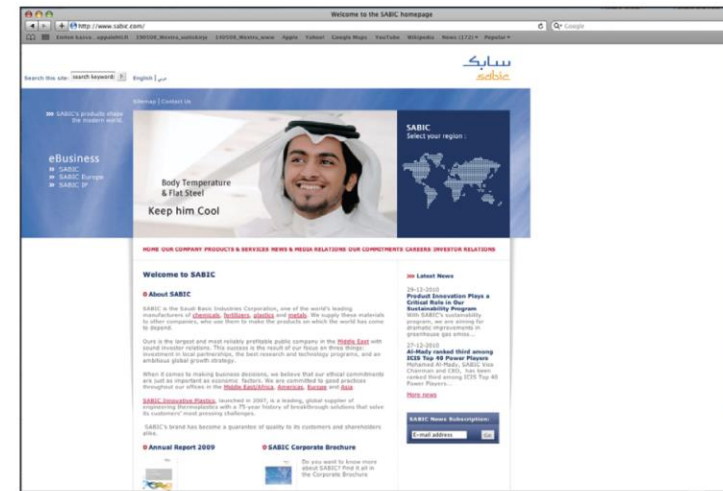
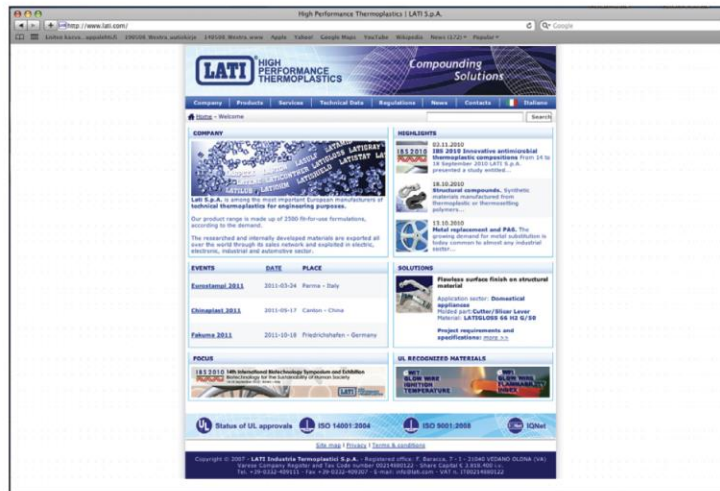


# Case Premix

The screenshot shows a web browser window displaying the Premix Oy website. The browser's address bar shows the URL <http://www.premix.fi/index.php>. The website features a blue and white color scheme. At the top, the Premix logo is accompanied by the tagline "LET'S MAKE A GOOD MIX" and the text "SOLUTION PROVIDER FOR CONDUCTIVE & STATIC DISSIPATIVE PLASTIC APPLICATIONS". A navigation menu includes links for Home, Company, Conductive Plastics, Plastics for Electronics, Other Products, Case Studies, News, Contacts, and Glossary. The main content area is titled "UNIQUE PLASTIC SOLUTIONS" and describes the company as a leading global supplier of electrically conductive plastics. It lists various industries served: Automotive, Chemical, Construction, Electronic, Medical, and Mining. The text highlights the company's research and product development capabilities. Three product categories are featured with images: "Electrically Conductive Plastics - TAMING THE CHARGE" (showing various screws and bolts), "High Frequency Solutions - CHALLENGING THE FUTURE" (showing a USB cable), and "PRE-ELEC ESD grades" (showing a small component). A sidebar on the left contains a search bar, a list of "Kirjanmerkit" (bookmarks), and a "Latest News" section with three entries dated 15.02.2011, 31.01.2011, and 26.01.2011. The footer includes copyright information for Premix Oy and links to Legal Notice, Contacts, and General Terms and Conditions of Sale.

Valmis

# Case Premix



**Keitä olemme, mitä teemme, mihin uskomme, mitä tavoittelemme, minkä takana seisomme, miksi olemme ainitlaatuisia, miksi toimintamme on merkityksellistä, mikä motivoi meitä joka päivä, minkä ongelman ratkaisemme, kenelle, miten ja millä rakenteella, mistä olemme yhdessä ylpeitä.**





## Case Premix



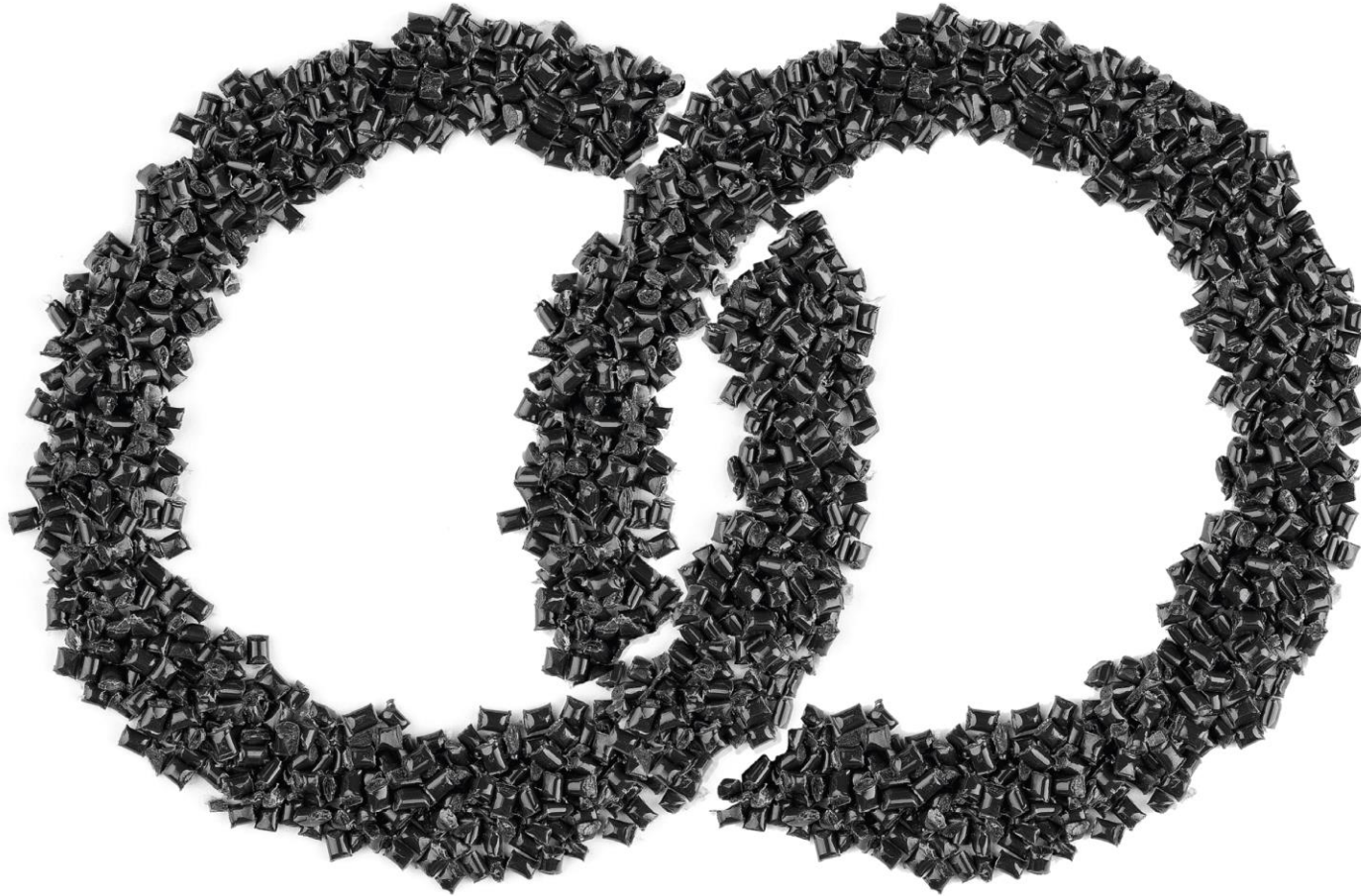
**WE CARE**

## Case Premix



**WE CREATE**

## Case Premix



**WE ARE COMMITTED**

## Case Premix



**HAPPY CLIENT**

# Case Premix

PREMI X

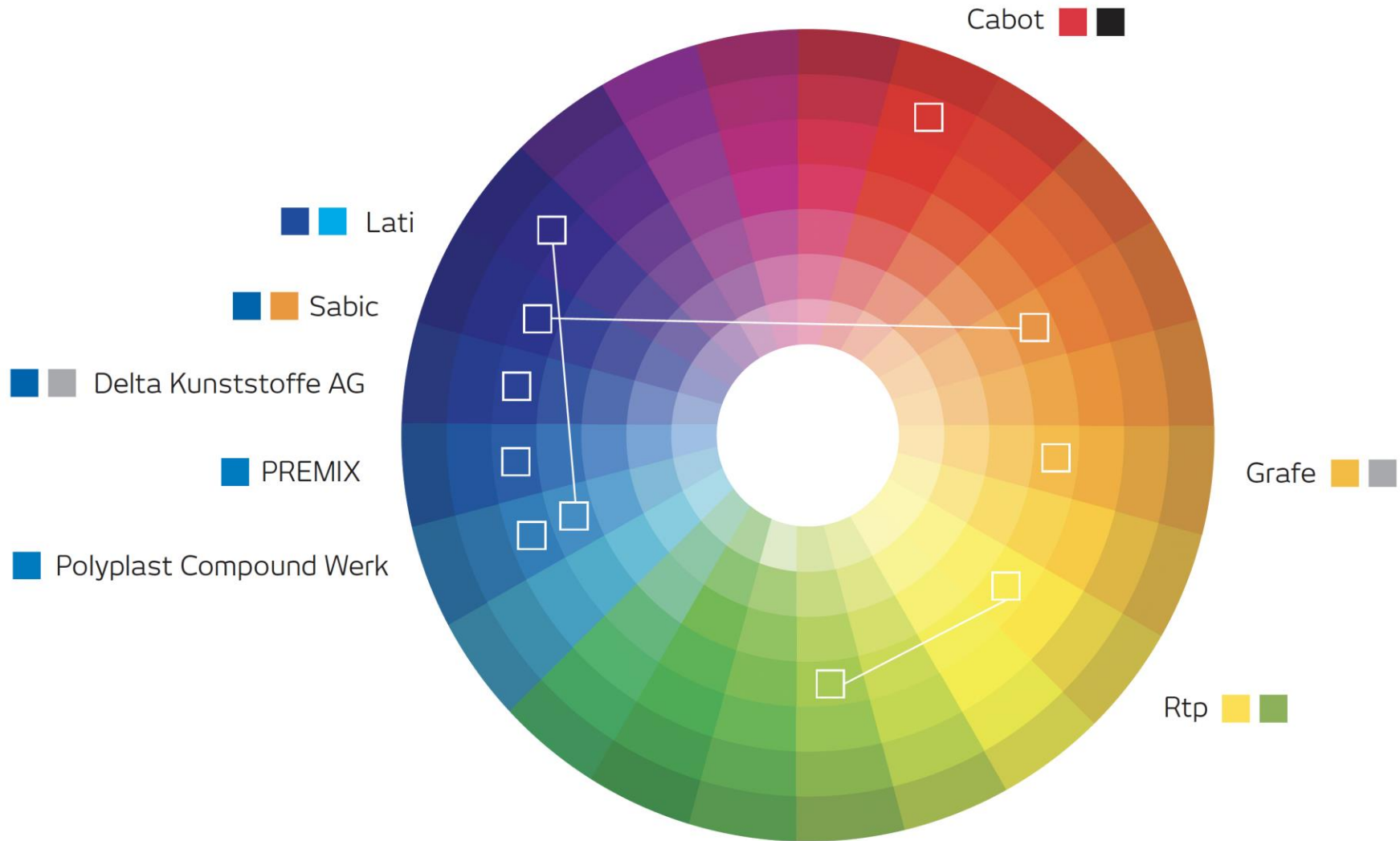


Making your products more unique

**LET'S MAKE  
A GOOD MIX**

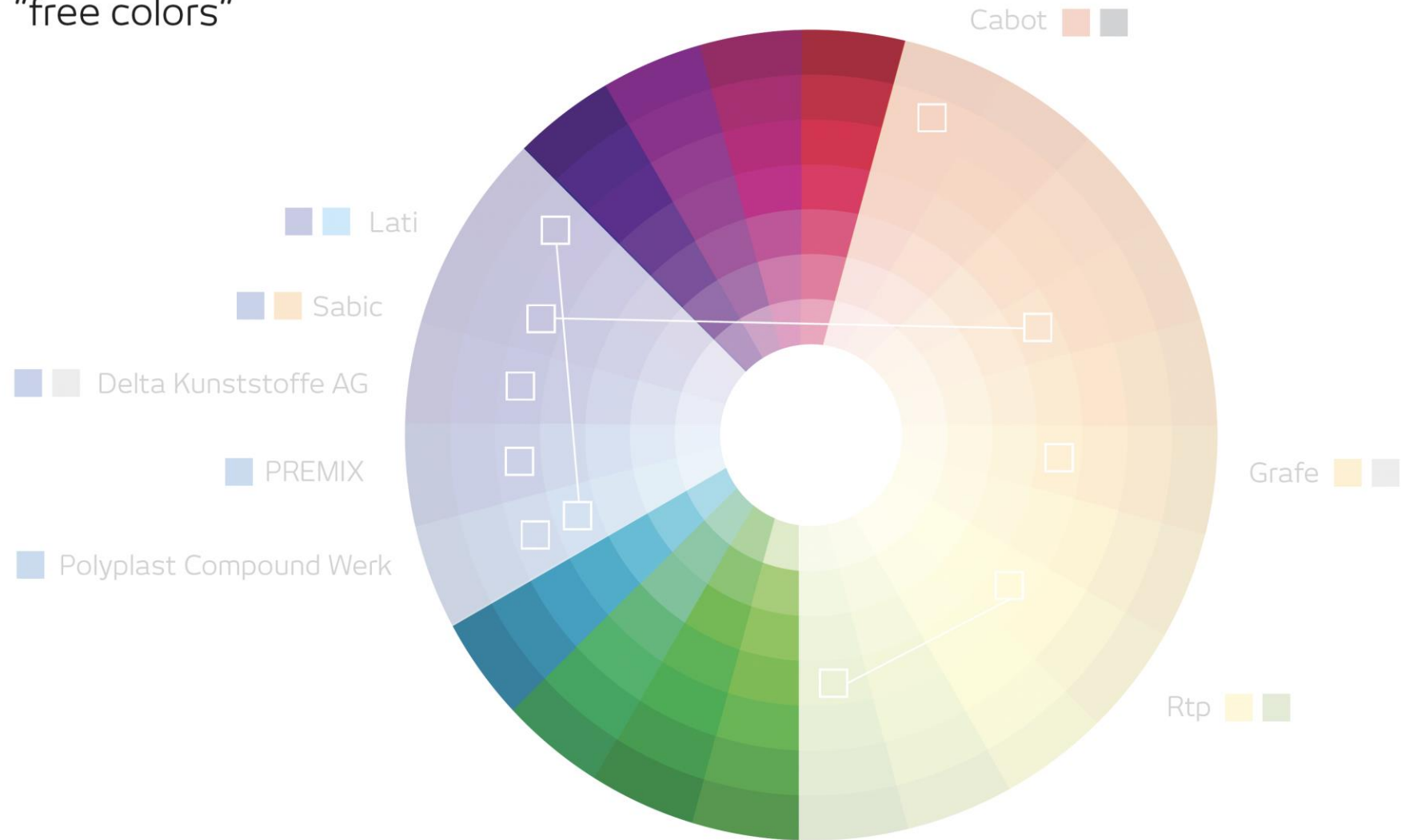
**PREMIX**

**Business colors**

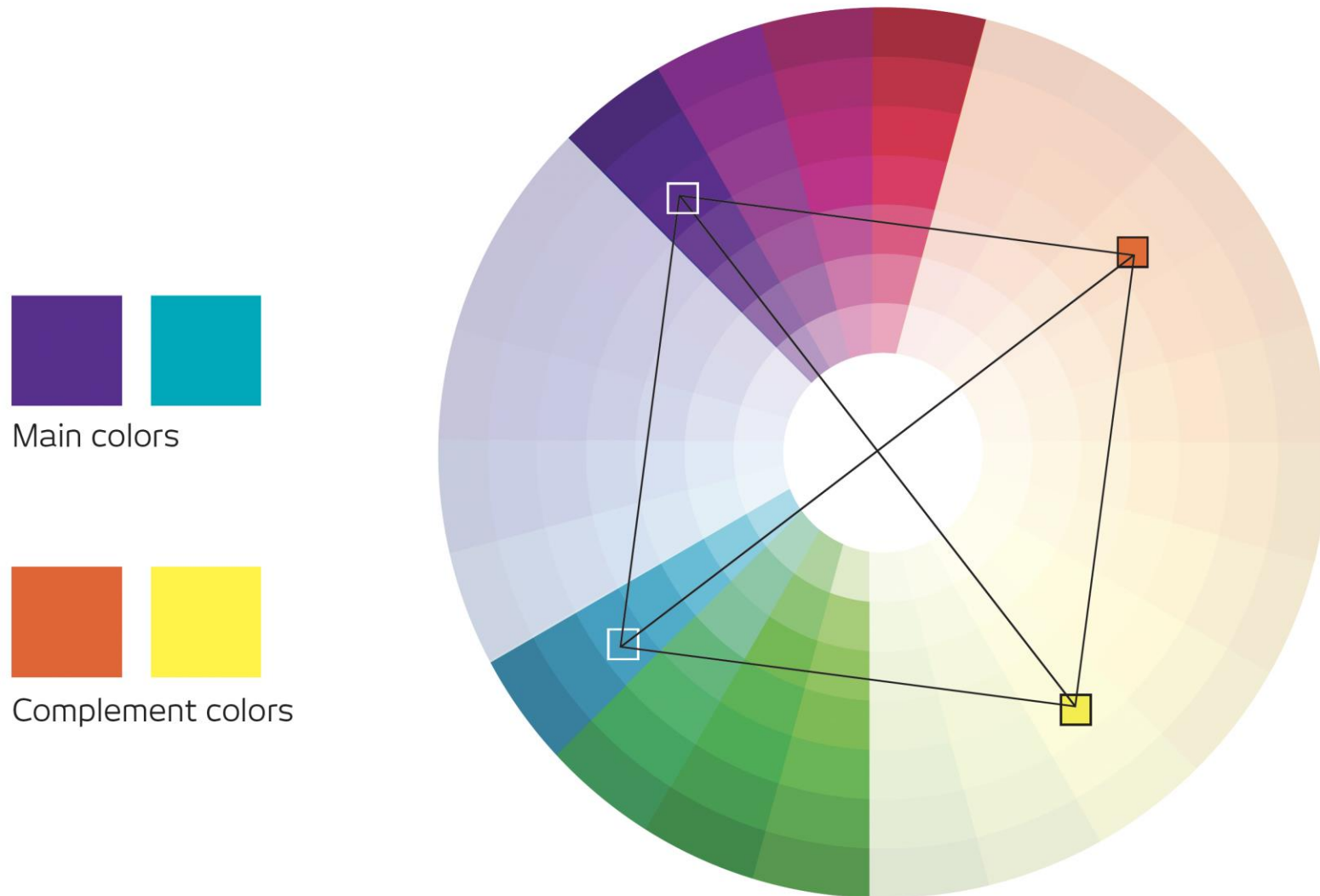


# Case Premix

## Business colors "free colors"

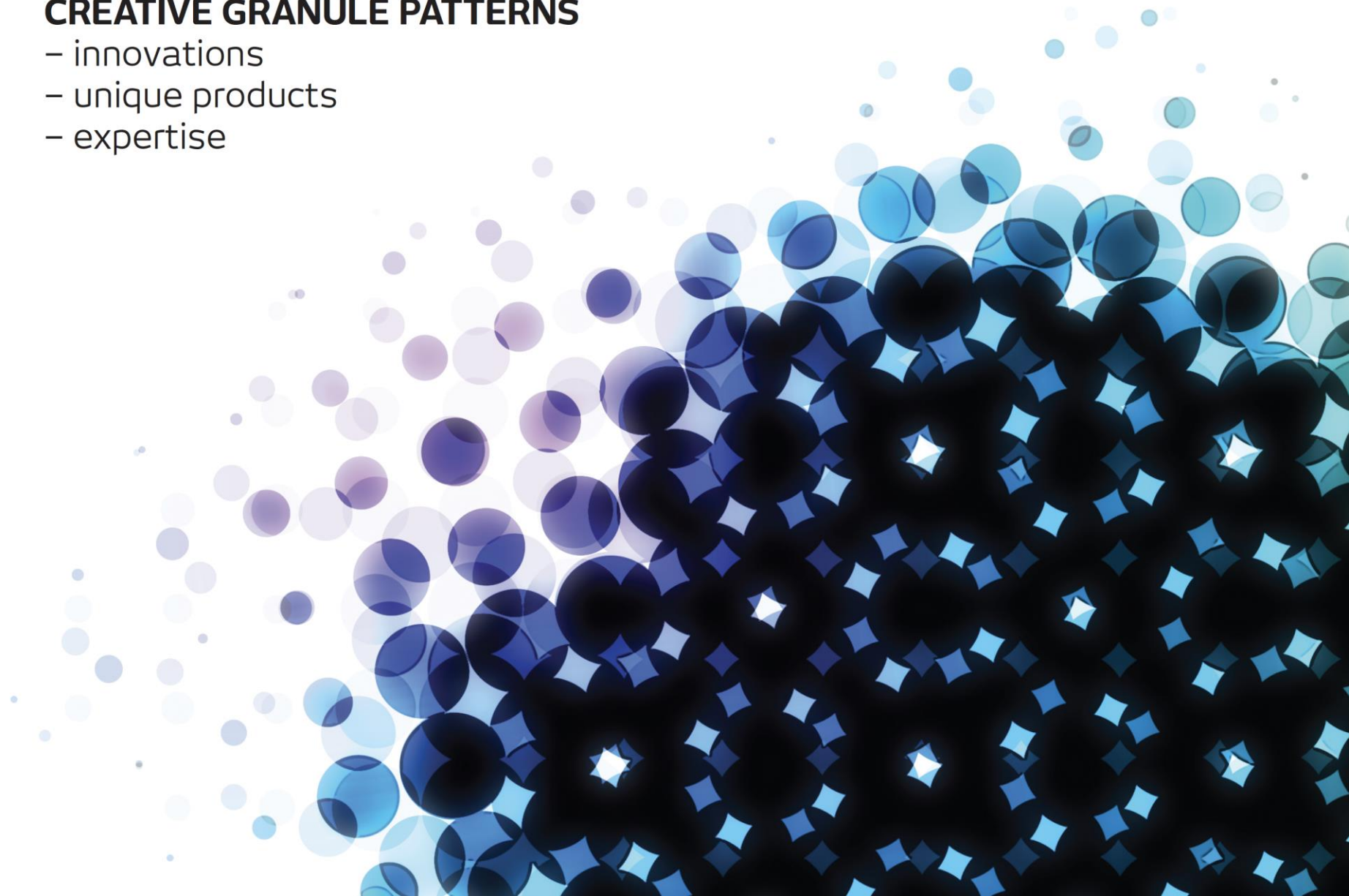


## Four color harmony



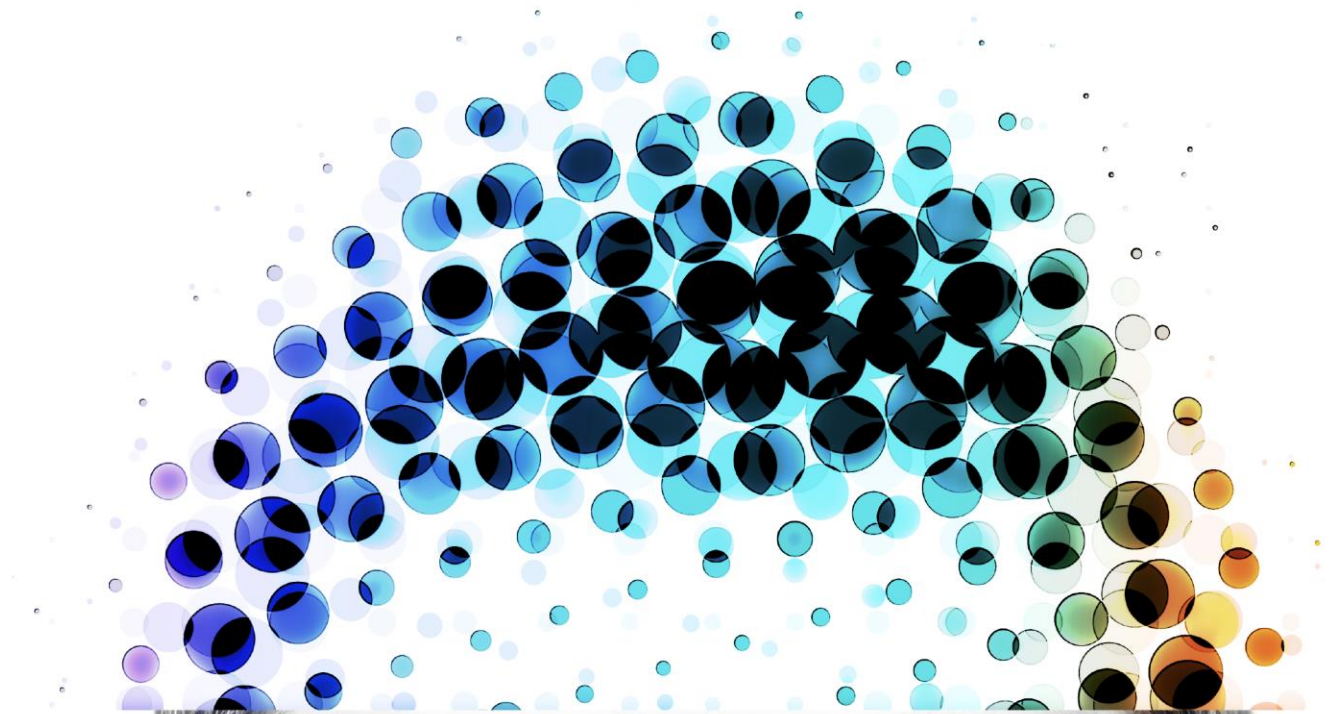
**CREATIVE GRANULE PATTERNS**

- innovations
- unique products
- expertise



**WE CREATE**

**PREMIX**



ONE HOUR **AHEAD**



**PREMIX**

PERSONAL  
**TOUCH**



**PREMIX**

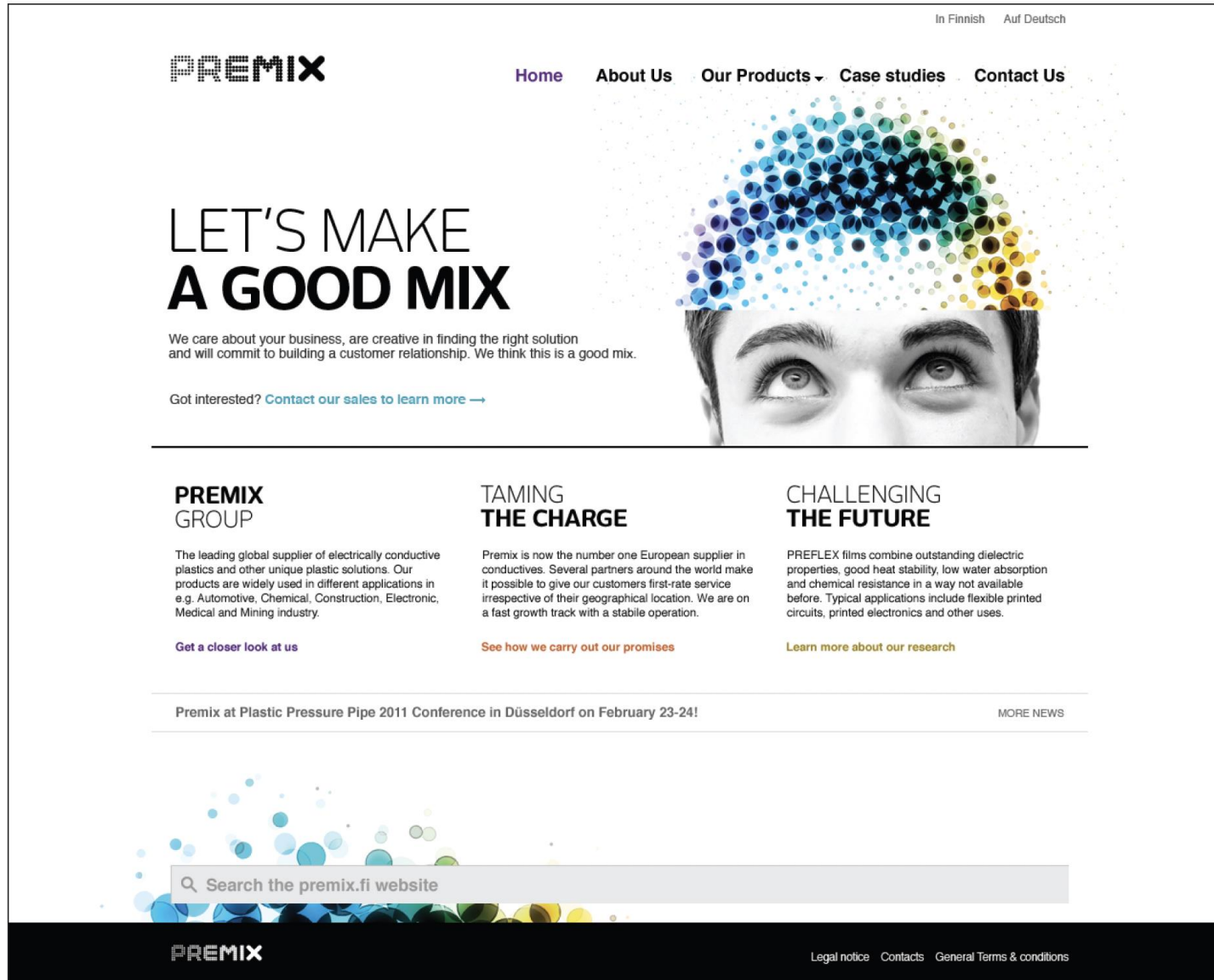
Case Premix

**UNIQUE** PRODUCTS

**PREMIX**



For the real world.



The image shows a screenshot of the Premix website homepage. At the top right, there are language options: "In Finnish" and "Auf Deutsch". The navigation menu includes "Home", "About Us", "Our Products", "Case studies", and "Contact Us". The main headline reads "LET'S MAKE A GOOD MIX" in large, bold letters. Below it, a sub-headline says "We care about your business, are creative in finding the right solution and will commit to building a customer relationship. We think this is a good mix." To the right of the text is a graphic of a person's face looking up, with a colorful, dotted pattern resembling a brain or a cluster of particles above their head. Below the main content, there are three columns of featured articles: "PREMIX GROUP", "TAMING THE CHARGE", and "CHALLENGING THE FUTURE". Each column has a short paragraph of text and a link. At the bottom, there is a search bar with the text "Search the premix.fi website" and a footer with the Premix logo and links for "Legal notice", "Contacts", and "General Terms & conditions".

In Finnish Auf Deutsch

**PREMIX** Home About Us Our Products Case studies Contact Us

## LET'S MAKE A GOOD MIX

We care about your business, are creative in finding the right solution and will commit to building a customer relationship. We think this is a good mix.

Got interested? [Contact our sales to learn more](#) →

---

### PREMIX GROUP

The leading global supplier of electrically conductive plastics and other unique plastic solutions. Our products are widely used in different applications in e.g. Automotive, Chemical, Construction, Electronic, Medical and Mining industry.

[Get a closer look at us](#)

### TAMING THE CHARGE

Premix is now the number one European supplier in conductives. Several partners around the world make it possible to give our customers first-rate service irrespective of their geographical location. We are on a fast growth track with a stable operation.

[See how we carry out our promises](#)

### CHALLENGING THE FUTURE

PREFLEX films combine outstanding dielectric properties, good heat stability, low water absorption and chemical resistance in a way not available before. Typical applications include flexible printed circuits, printed electronics and other uses.

[Learn more about our research](#)

---

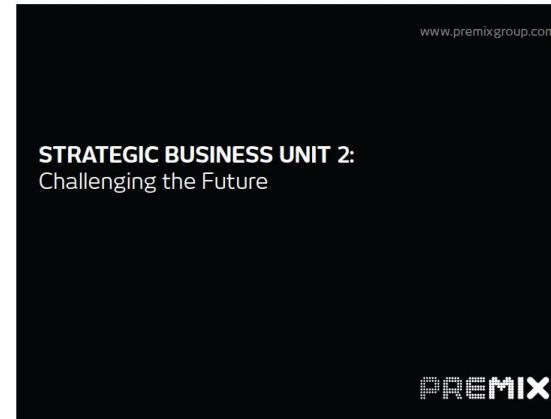
Premix at Plastic Pressure Pipe 2011 Conference in Düsseldorf on February 23-24! [MORE NEWS](#)

---

Search the premix.fi website

**PREMIX** Legal notice Contacts General Terms & conditions

# Case Premix





# Case Premix



# Case Premix



## Case Premix



## Case Premix

PREMIX

LET'S MAKE A GOOD MIX

Olemme rohkeampi ja itsevarmempi yritys kaikilla toimintamme tasoilla kuin aikaisemmin. Olemme avanneet uusia asiakkuuksia mihin emme olisi aiemmin kyenneet. Meihin luotetaan ja meistä ollaan kiinnostuneita. Meillä on selkeä suunta ja tekemisen meininki.

**Hanna Ristola**

Toimitusjohtaja, Premix Oy

## **Liikevaihto 2011**

22,7 miljoonaa euroa

## **Liikevaihto 2015**

32 miljoonaa euroa

# Case Martela





# kolmas valmennuspäivä

# Yritysvalmennus 3

20.3.25 12-16

- 12.00 Lounas
- 13.00 Avaus ja taustoitus päivälle
- 13.15 Strategia ja kasvu
- 13.35 Strategiasta teoiksi
- 14.00 Työpaja 1
- 14.35 Tauko
- 14.50 Työpaja 2
- 15.40 Koko koulutuksen yhteenveto
- 16.00 Lopetus

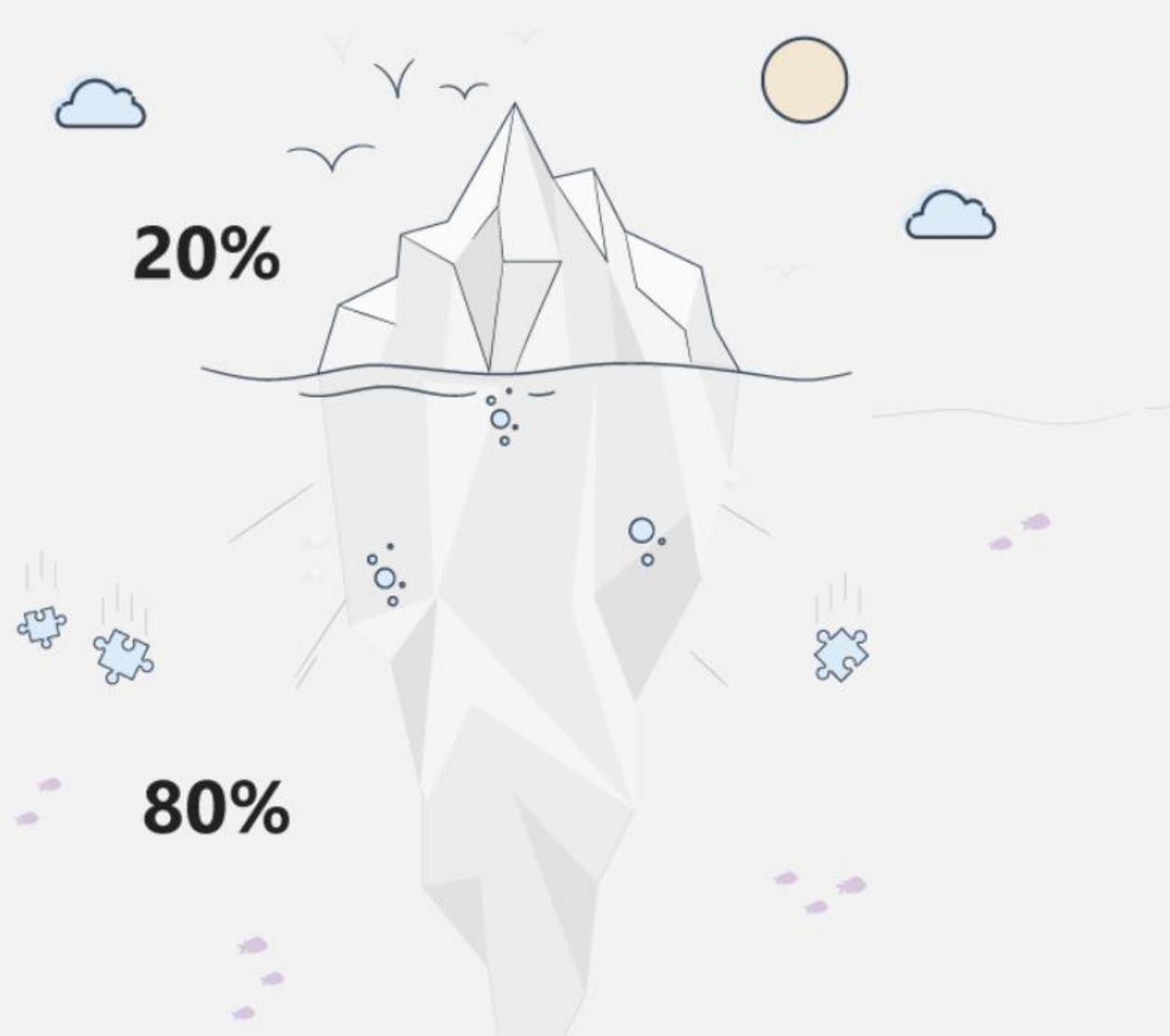


**taustaa päivän teemalle**

# Mikä on strategia?

- suunnitelma siitä miten yritys menestyy tulevaisuudessa
- suunnitelma siitä miten visio saavutetaan
- johtamisen työkalu
- pitkän aikavälin suunnitelma
- tapa luoda arvoa ( asiakkaille, omistajille, muille sidosryhmille)
- joskus suuri muutos ( transformaatio )
- joskus se jatkaa hyvää kehitystä
- konkretiaa
- ylikäytetty 'voimasana'





**Why so many  
strategies fail to  
deliver expected  
results?**

# Miksi strategiat epäonnistuvat?

- strategiat eivät ole strategioita
- ne ovat liian monimutkaisia
- niitä ei oteta tosissaan
- niillä ei johdeta yritystä
- niitä vastustetaan
- ne eivät siirry käytännön tekemiseen
- vuosisuunnittelu puuttuu
- pitkäjänteisyys puuttuu
- ei uskalleta priorisoida



# Tärkeää erottaa

- operatiivinen
- taktinen
- strateginen



Strategy without tactics is the  
slowest route to victory.  
Tactics without strategy is the  
noise before defeat

Sun Tzu

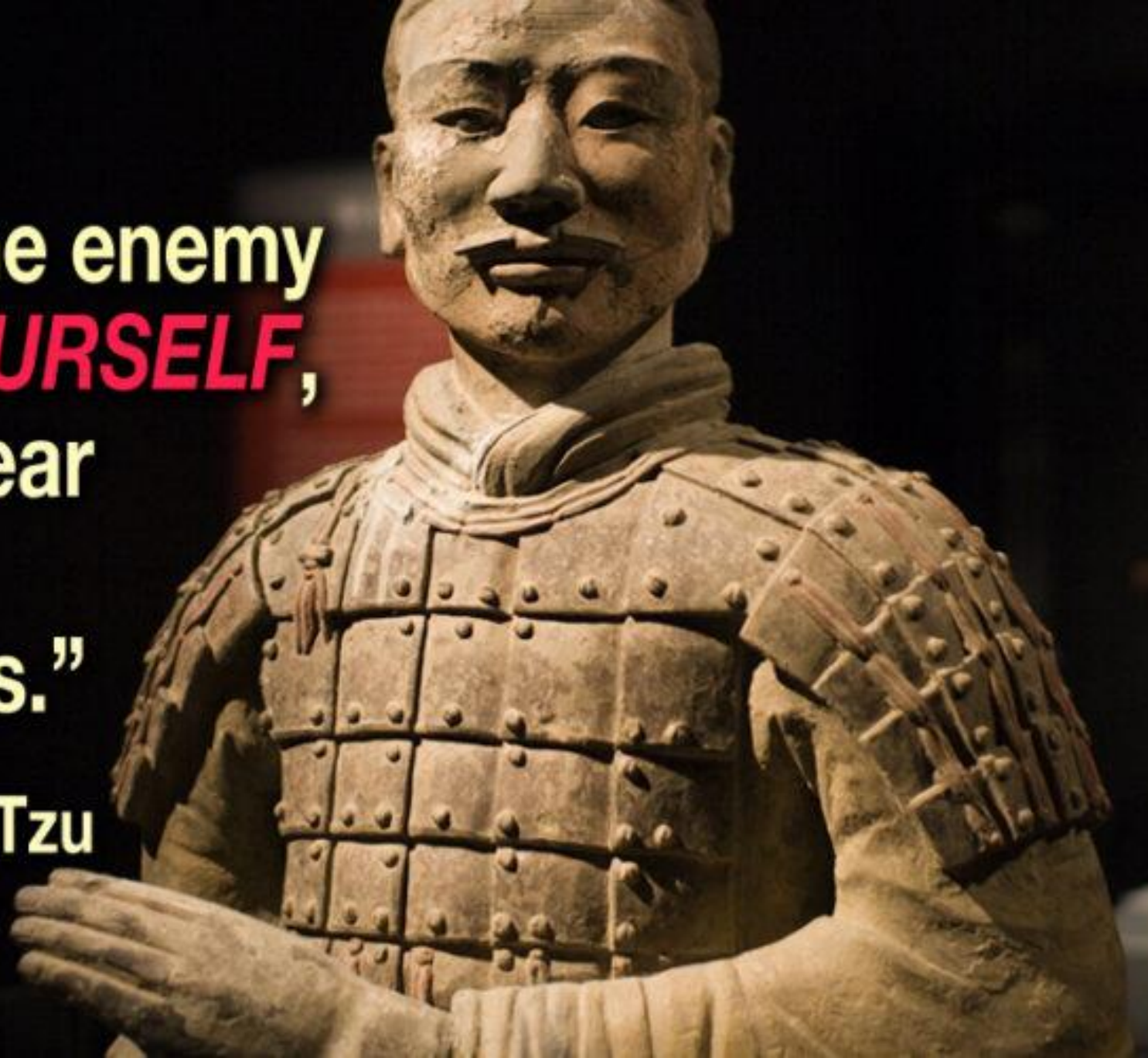
# Erilaisia strategiamalleja

- avoin
- suljettu
- 'ulkoa sisään' - 'sisältä ulos'
- 'alhaalta ylös' – 'ylhäältä alas'
- rullaava
- OKR
- perinteinen



“If you know the enemy  
and ***KNOW YOURSELF***,  
you need not fear  
the result of a  
hundred battles.”

~ Sun Tzu



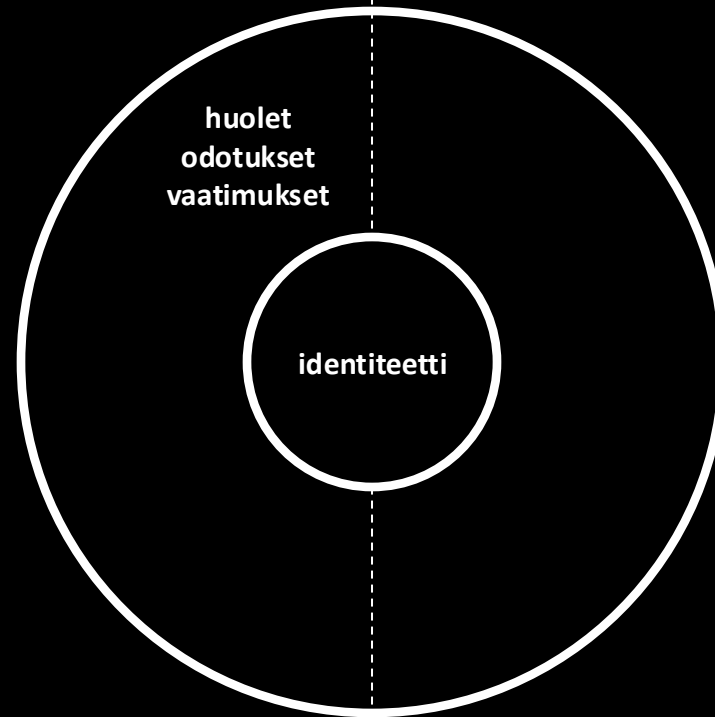


# strategia ja sidosryhmät

# Sidosryhmät

sisäiset sidosryhmät

ulkoiset sidosryhmät



# Sidosryhmät





**‘must-win-battles’**

# MWB't

Strategia

Visio

3 – 5 'Must Win Battles'

3 – 5 'Must Win Battles'

3 – 5 'Must Win Battles'

3 – 5 'Must Win Battles'

3 – 5 'Must Win Battles'

Missio

# MWB't

- strategisia projekteja
- **vuosisuunnittelu**
- 3 – 5 kappaletta / vuosi
- tärkeimmät hankkeet ja projektit matkalla visioon
- sisäisiä ja ulkoisia ( maksimissaan 2 sisäistä )
- katsotaan miten edelliset ovat edenneet
- toteuttaa strategian
- vaatii priorisointia
- projektoitava / vastuutettava

# MWB't

Missio

Strategia

Visio

resurssit  
roolit  
vastuut  
aikataulut



# ‘yhden sivun strategia’

MEGATRENDS

URBANIZATION

TECHNOLOGICAL  
DISRUPTION

OUR MISSION  
IS TO IMPROVE  
THE FLOW OF  
URBAN LIFE

VISION

KONE DELIVERS THE BEST  
PEOPLE FLOW® EXPERIENCE

STRATEGIC TARGETS

Most loyal  
customers

Great place  
to work

Faster than  
market growth

Best financial  
development

Leader in  
sustainability

WAYS TO WIN

WINNING WITH CUSTOMERS

Collaborative innovation  
and new competencies



Customer-centric  
solutions and services



KONE  
WAY

True service  
mindset



Fast and smart  
execution



CULTURE

SAFETY

QUALITY

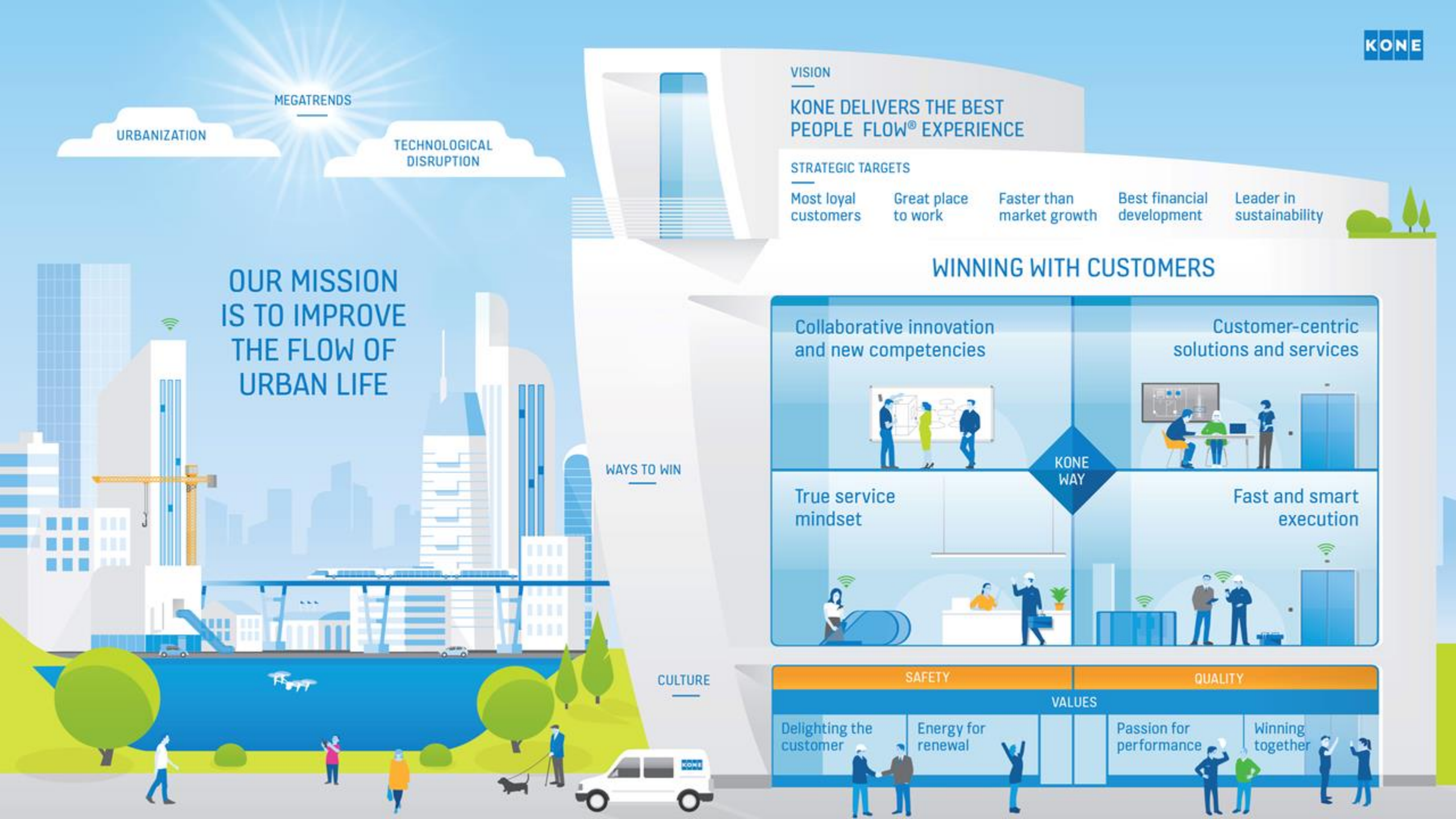
VALUES

Delighting the  
customer

Energy for  
renewal

Passion for  
performance

Winning  
together



# yhden sivun strategia

Muutosvoimat

Visio

Strategia

Missio

1. vuoden 'Must-Win-Battlet'

Arvot

# Yritysten kilpailukykyvalmennus

## Loppukooste

Petteri Kolinen  
Piritta Winqvist  
Espoo 010425



LINK

| LINK Design and Development Oy

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