

# Yritysneuvonnan digimuutos – mitä tapahtuu nyt?

Sari Kujala  
yritysneuvoja, projektipäällikkö

MIKSEI MIKKELI

# Sari Kujala MikseiMikkeli

- Yritysneuvontaa (50%) eri toimialojen yrityksille: kehittäminen, myynti & markkinointi, rahoitus.
- Ditek-hanke (50%): parannetaan teollisuusyritysten kilpailukykyä digitalisaation ja uusien teknologioiden avulla.
- Digiportaat-hanke (2021-2025): (verkko)kaupan ja palvelualan yritysten digitaalisuuden kehittäminen
  - koulutus yhdistyi käytännön tekemiseen
  - yli 200 yrityksen digikartoitus
  - yli 300 sparrauskertaa kymmenien yritysten kanssa.



# Mitä yritykset kaipaavat juuri nyt – missä ovat suurimmat kipupisteet?

- Digiportaati-hanke / kaupan & palvelun alan yritykset
  - Selkeyttä siihen, mihin kannattaa keskittyä ja mitä jättää tekemättä.
  - Priorisointia: kaikkea ei voi tehdä, vaikka mahdollisuuksia on paljon.
  - Ymmärrystä siitä, **mistä syntyy oikeaa liiketoimintahyötyä**.
  - Tukea siihen, mihin oma aika kannattaa käyttää ja mitä kannattaa ostaa ulkoa.

⇒ Yritykset eivät kaipaa lisää ideoita, vaan suunnan ja fokuksen.
- Ditek-hanke / teollisuusyritykset
  - Dataa kertyy paljon eri järjestelmiin, mutta se on hajallaan.
  - Yrityksillä on haasteita saada datasta käytännönläheistä, helposti ymmärrettävää tietoa arjen johtamiseen.
  - Tekoäly kiinnostaa erityisesti datan jalostamisessa, mutta konkreettiset käyttötavat ja hyödyt ovat vielä epäselviä. Osaaminen on suurella osin lapsenkengissä.
  - Ajan, osaamisen ja resurssien puute hidastaa kehittämistä, vaikka tarve olisi selkeä.

**1. Ongelma**

Mitä ongelmaa ratkaistaan?  
(Asiakkaan top 3 ongelmaa.)

**2. Ratkaisu**

Yrityksen tarjoaman ratkaisun tärkeimmät ominaisuudet.

**3. Epäreilu kilpailuetu**

Miksi tuotetta/palvelua ei voida helposti kopioida? Mikä on yrityksesi suurin vahvuus ja missä olette todella hyviä verrattuna kilpailijoihin?

**4. Arvolupaus**

Miksi asiakkaan kannattaisi ostaa tuote/palvelu juuri sinun yritykseltäsi?

**5. Asiakkaat**

Tärkeimmät / kannattavimmat asiakas-kohderyhmät.

**6. Kanavat**

Mistä ja miten tavoitat asiakkaat?  
Missä myyt tuotteet?

**7. Tulovirrat**

Ansaintalogiikkaa: mistä tulot muodostuvat ja mikä on kate per tuote?  
Montako tuotetta pitää myydä, että yritystoiminta on kannattavaa?

**8. Kustannusrakenne**

Tärkeimmät muuttuvat ja kiinteät kustannuslajit.

**Oppimistarpeet****Kehittämistavoitteet****Resurssit****Tulosten todentaminen**

# Digiportaati / Digikartoitus-canvas

- auttaa näkemään liiketoiminnan ja markkinoinnin kokonaisuuden yhdellä silmäyksellä
- pakottaa miettimään asiakasta, arvolupaus ja ansaintalogiikka samassa kokonaisuudessa
- tuo nopeasti esiin epäselvät kohdat ja kehittämistarpeet.

## Yritys / ajankohta

Ketkä henkilöt mukana

### 1. Mikä on tärkein kehittämiskohde tai TOP3?

*Mikä on pullonkaula / heikoin lenkki? Kuka tekee? Mitkä ovat yrityksen resurssit (aika, raha, osaaminen, motivaatio/innostus)?*

### 2. Lisää kauppaa Mikä on kasvutavoite ja missä ajassa?

*Mistä tuotteista tai palveluista suurin osa myynnistä tulee? (Onko tätä tarkoitus suunnata jotenkin toisin?)*

### 3. Verkkosivusto

#### 3.1. Onko verkkosivuilla liikennettä?

#### 3.2. Konvertoivatko verkkosivut?

#### 3.3. Mistä liikenne tulee?

### 4. Maksettu mainonta Missä on tehty maksettua mainontaa ja mikä on tuottoisinta?

### 5. Some Onko some aktiivinen ja tuleeko sieltä kauppaa / liikennettä / yhteydenottoja?

### 6. Uutiskirje Onko keinovalikoimassa? Miten toimii? Millainen sisältö ja mikä on osoitelistan suuruus?

### 7. Muu markkinointi Mitä markkinointitoimenpiteitä yritys tekee tällä hetkellä? Miten ne on suunniteltu?

*Minkälaista budjettia ja resursseja on käytettävissä markkinointiin?*

### 8. Asiakasymmärrys ja asiakaspalvelu - onko näitä mietitty / määritelty?

*8.1. Mikä on yrityksen pääkohderyhmä? Miten heidät on määritelty? Mitä tiedät asiakkaidesi ostokäyttäytymisestä ja tarpeista?*

*8.2. Kilpailuetu vs. kilpailukykytekijät. Miten erotut?*

*8.3. Myyntiprosessi / asiakkaan ostopolku: onko määritelty?*

*8.4. Miten asiakaspalautetta kerätään ja hyödynnetään?*

### 9. Muuta

# Digiportaati / Digikartoitus- canvas ”vanhat asiakkaat”

- käytin Digiportaati-jatkohankkeessa, kun asiakkaat olivat jo tuttuja ja käyneet koulutuksissa
- pakottaa miettimään tärkeimmät kehittämiskohteet ja pullonkaulat (TOP3).

# Perusneuvonta: myynti & markkinointi

1.

## Digimarkkinoinnin kehittämissuunnitelma

Yritys  
pvm

MIKSEI MIKKELI

2.

## Tavoitteet

- Tavoitteena digillä on...

3.

## Kysymyksiä

- Mitä asiakkaan ongelmaa ratkaisette?
- Tärkeimmät tuotteet / palvelut? Mistä tulee tällä hetkellä suurin liikevaihto? Onko halu suunnata toisin?
- Tärkeimmät / kannattavimmat asiakaskohderyhmät?
- Mistä ja miten tavoitat nyt asiakkaat? Missä myyt tuotteet/palvelut?
- Miksi tuotetta/palvelua ei voida helposti kopioida? Mikä on yrityksesi suurin vahvuus ja missä olet todella hyvä verrattuna kilpailijoihin?

4.

## Nettisivujen kehitysideoita

- Kuvat
- Ensivaikutelma sivuille tultaessa
- Sivut / alisivut
- Referenssit
- CTA:t
- Hakukoneoptimointi
- Luottamuselementit

5.

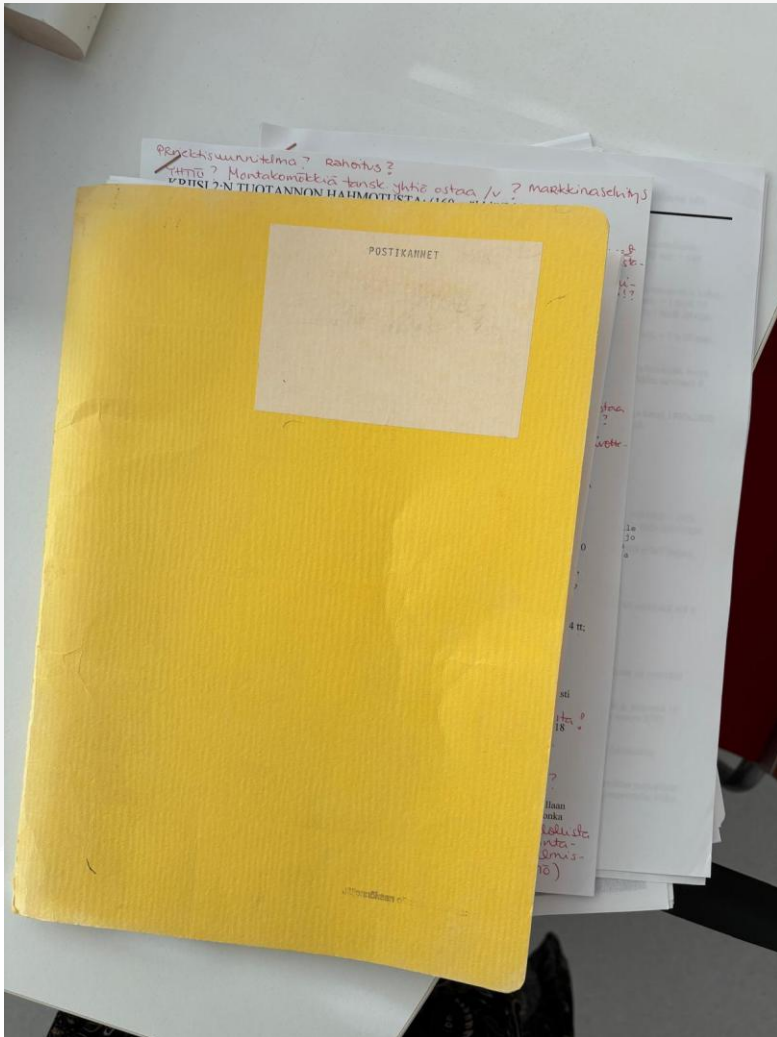
## Google Yritysprofiili

LinkedIn

Facebook & Insta

Uutiskirje

# Miten neuvojan rooli kehittyy?



- Tiedon jakajasta sparraajaksi ja kehittämisen kumppaniksi
  - sparraus ei ole tekemistä asiakkaan puolesta, vaan ohjaamista ja valmentamista
  - auttaa asiakasta priorisoimaan ja jäsentämään tekemistä
  - käyttää itse ja opettaa asiakkaat käyttämään tekoälyä
    - tekoäly tukee ideointia, analyysiä ja sisällöntuotantoa, mutta ei korvaa asiakkaan kohtaamista ja sparrausta.

# Miten verkostot ja yhteistyö tuottavat konkreettista hyötyä yrityksille ja neuvojalle?

- Yhteistyön ja verkostojen arvo
  - Digiportaissa (toteuttajina MikseiMikkeli, Xamk, Savonlinnan Hankekehitys sekä ProAgria Etelä-Savo) tiivistä yhteydenpitoa ja yhteissparrauksia
    - useampi asiantuntija toi yrityksille enemmän arvoa.
  - Verkostot mahdollistavat laajemman osaamisen: yksittäinen neuvoja ei voi osata kaikkea. Neuvojan pitää tuntea verkostot.
- Yritysneuvojan näkökulma
  - Yhteistyöllä ja yhteissparrauksella oma osaaminen kehittyy työn ohella.
  - Oman tietämyksen ylläpito sekä oma innostus ja kiinnostus kokeilla työkaluja.  
=> Kenellä paras ja minulle relevantein tieto - ketä kannattaa seurata?

# 9 Miten kehittämishankkeet kytkeytyvät yritysten todellisiin tarpeisiin?

- Yritykset hyötyvät hankkeista eniten silloin, kun kehittäminen lähtee niiden omista tarpeista => selviää kysymällä.
- Pelkkä koulutus ei riitä – oppi pitää viedä käytäntöön sparrauksen ja tekemisen kautta.
- Vaikuttavuus syntyy pitkäjänteisestä työstä, ei yksittäisistä toimenpiteistä.
- Vaikuttavuus syntyy, kun **yhdistetään yrityksen tarve ja data, verkostot / yhteistyö ja käytännön tekeminen.**



Kiitos ja terveisiä Mikkelistä! 😊

MIKSEI MIKKELI