Kansainvälistymisstrategia digitaalisessa kaupassa 6.10.2025: Tiekartta-kotitehtävä

Valmennus on osa Digitaalisen kv-kaupan kasvureitti -hanketta.

Suomen Yrittäjäopisto
viexpo
ETELÄ-POHJANMAAN liitto
Euroopan unionin osarahoittama

Kansainvälistymisstrategia digitaalisessa kaupassa

Tiekartta-kotitehtävä

Viexpo & Suomen Yrittäjäopisto // 6.10.2025

Leevi Parsama // Digitaalisen kaupan asiantuntija & Hallitusammattilainen

Snowball.
Growth Partners

Miksi strategia?

Vähintään kaksi keskeistä syytä.

Snowball.
Growth Partners

Arki täyttyy rutiineista, on helppoa tehdä niin kuin aina ennenkin.

Ollaan tekevinään niin paljon, että kehitykselle ei löydy aikaa.

Ei ole halua mennä epämukavuusalueelle.

Yritys ei oikein itsekään tiedä mihin on matkalla.

Snowball.
Growth Partners

Megatrendit
Globalisaatio
Digitalisaatio
AI
UX
Taloussuhdanne
Muuttuva markkina
Snowball.
Growth Partners

Digitaalinen kauppa on aina globaalia. Kilpailu vain kovenee koko ajan. Jatkaminen ilman kunnon strategiaa käy helposti todella kalliiksi.

Snowball.
Growth Partners

Kaikilla pitää olla vähintään tiekartta

”Hope is not a strategy.”

Snowball.
Growth Partners

STRATEGIA ON KUIN TIEKARTTA

Mikä on tavoiteltu maali?

Miten seuraamme ja kehitämme tekemistä jatkuvasti?

Miten saamme koko henkilökunnan mukaan?

Mikä on epäolennaista?

Missä meidän pitää erityisesti onnistua?

Minne haluamme?

Yrityksen perustaminen

Miksi asiakkaat ostavat meiltä?

Mitkä ovat kilpailuetumme?

Missä yrityksemme oikeasti on?
Miten positioidumme markkinaan?

Yrityksen perustaminen

1. Missä ovat yrityksen juuret? Osaaminen, ajankuva jne.

2. Mikä sen perustajia on innostanut? Mikä silloin on ollut yrittäjän unelma?

3. Millainen yrityskulttuuri yritykseen on matkan aikana kasvanut?

Snowball
Growth Partners

Ymmärrys nykytilanteesta

1. Missä tilanteessa yrityksemme on? Kehityskaari, taloustilanne, resurssit jne.

•

2. Miten positioidumme markkinaan? Kilpailuasetelma, tuotteet / palvelut, brändi, hinnoittelu jne.

•

3. Mitkä tekijät ovat luoneet kasvumme (hyvän tai huonon) tähän asti?

•

Snowball.
Growth Partners

Tärkein kysymys

1. **Miksi asiakkaat ostavat meiltä?**
•

2. Mitä asiakkaat ajattelevat meistä? Miten he kokevat yrityksen brändin, palvelun tms.
•

3. Miten paljon yrityksessä on aitoa asiakasymmärrystä? Tunneymmärrys & dataa?
•

Snowball
Growth Partners

Kilpailuedut

1. Mitä **kilpailuetuja** yrityksellä tai sen tuotteilla / palveluilla on?

•

2. Mikä asia saa asiakkaissa aikaiseksi wow-efektiä?

•

3. Missä kunnossa ovat yrityksen kilpailukyky tekijät tai tunnistetaanko jopa kilpailuhaittoja?

•

Snowball
Growth Partners

Näkemys

1. Minne haluamme mennä? Missä markkinassa voisimme menestyä?

•

2. Mitä oletamme, että siinä markkinassa tulee tapahtumaan? Muutoksia, trendejä tms.

•

3. Mitä meidän pitää tehdä, jotta voimme menestyä siinä markkinassa? Osaamisia, resursseja?

•

Snowball
Growth Partners

Ei-päätökset

1. Mistä voisimme luopua, jotta uudistuksella on mahdollisuuksia toteutua?

•

2. Mikä toiminnassamme on epäolennaista tai tehotonta, joka syö resursseja? Totuttuja tapoja?

•

3. Miten hyvin tiedämme eri toimintojen kustannukset/kannattavuuden, jotta osaamme tehdä liiketoiminnallisesti oikeita arvioita?

•

Snowball Growth Partners

Must Win Battlet

Valinnat: Missä asioissa meidän pitää erityisesti onnistua? TOP3 kehitysprojektia

1. MVB:
•

2. MVB:
•

3. MVB:
•

Snowball
Growth Partners

Henkilökunta

1. Miten saamme koko henkilökunnan mukaan uuteen strategiaan? Osallistaminen, innostaminen jne.
•

2. Mitä osaamista yhtiössämme pitäisi olla enemmän? Koulutukset, rekryt tai palveluna?
•

3. **Yrityskulttuuri** – miten luomme yritykseen voittavan yrityskulttuuriin?
•

Snowball
Growth Partners

Johtaminen

1. Realistinen näkemys: Tavoitteet vs. Resurssit vs. Aikajänne. Miten kokonaisuus johdetaan?

2. Miten seuraamme ja mittaamme onnistumista? Miten toteutamme?

3. Viestintä, osallistuminen ja jaksaminen? Miten toteutamme?

Snowball Growth Partners

Yhteinen unelma

1. Mikä on tavoiteltu maali, yhteinen unelma? Miten määrittelemme sen? Tunteet, eurot, ux jne.

2. Miten palkitsemme kaikki strategiatyöhön osallistuneet onnistuneen maalin saavuttamisesta?

3. Matkan suurimmat riskit? Miten ennakoimme ja väistämme ne?

Snowball
Growth Partners

LIITTEET:

Työkaluja ja metodeja asiakaskeskeisen strategian työstämiseen / jalkautukseen

Strategiatyön vaiheet

YMMÄRRYS 1

- Missä liiketoiminnassa olemme nyt?
- Mikä on todellinen kilpailukykymme?

NÄKEMYS 2

- Missä markkinassa ja millä keinoin tulemme menestymään?
- Avainkysymykset, Strategiavaihtoehdot

VALINNAT 3

- Strategiset valinnat
- Strategiset ajurit

TOTEUTUS 4

MWB *(Must Win Battle) - muutosvaiheessa on olemassa "elintärkeitä taisteluita"/ projekteja, jotka yrityksen on pakko voittaa voidaakseen saavuttaa strategiset tavoitteet.*

Strategiset muutos-projektit

OKR *(Objectives and Key Results) on tavoitejohtamisen malli, jonka avulla saadaan koko organisaatio toimimaan samaan suuntaan selkeästi mitattavin askelin.*

- Yksityiskohtainen toimintasuunnitelma
- Yrityskulttuuri, osallistaminen ja viestintä

Snowball Growth Partners

Strategiatyön vaiheet

1 YMMÄRRYS

Missä ollaan nyt?

Jotta voi luoda jotain uutta, on kyettävä ymmärtämään luotettavasti, missä on nyt.

Mikä selittää menestyksemme (hyvän tai huonon) juuri nyt ja tähän asti?

Mitä **asiakkaat ajattelevat meistä**? Millainen on **asiakaskokemus**?

Onko meillä **aidot perusteet** positioinnille, vai perustuuko näkemys uskomuksiin?

2 NÄKEMYS

Mihin tulevaisuuden kilpailuun ja toiminta-ympäristöön me tätä yritystä haluamme viedä?

Mitä oletamme tulevaisuudesta?

Mikä toimintaympäristössä ja **markkinassa muuttuu**, miten pelisäännöt muuttuvat?

Mihin muutoksiin meidän tulee reagoida ollaksemme kilpailukykyisiä?

3 VALINNAT

Miten valitsemme toimia ja menestyä tulevaisuudessa?

Minkä pelikirjan valitsemme tarjoaman, asiakas-segmenttien ja asiakkaille tuotettavan arvon osalta?

Mistä rakennamme meille **pysyvää kilpailuetua** ja omaleimaisuutta?

Mikä on brändimme ydin tulevaisuudessa?

4 TOTEUTUS

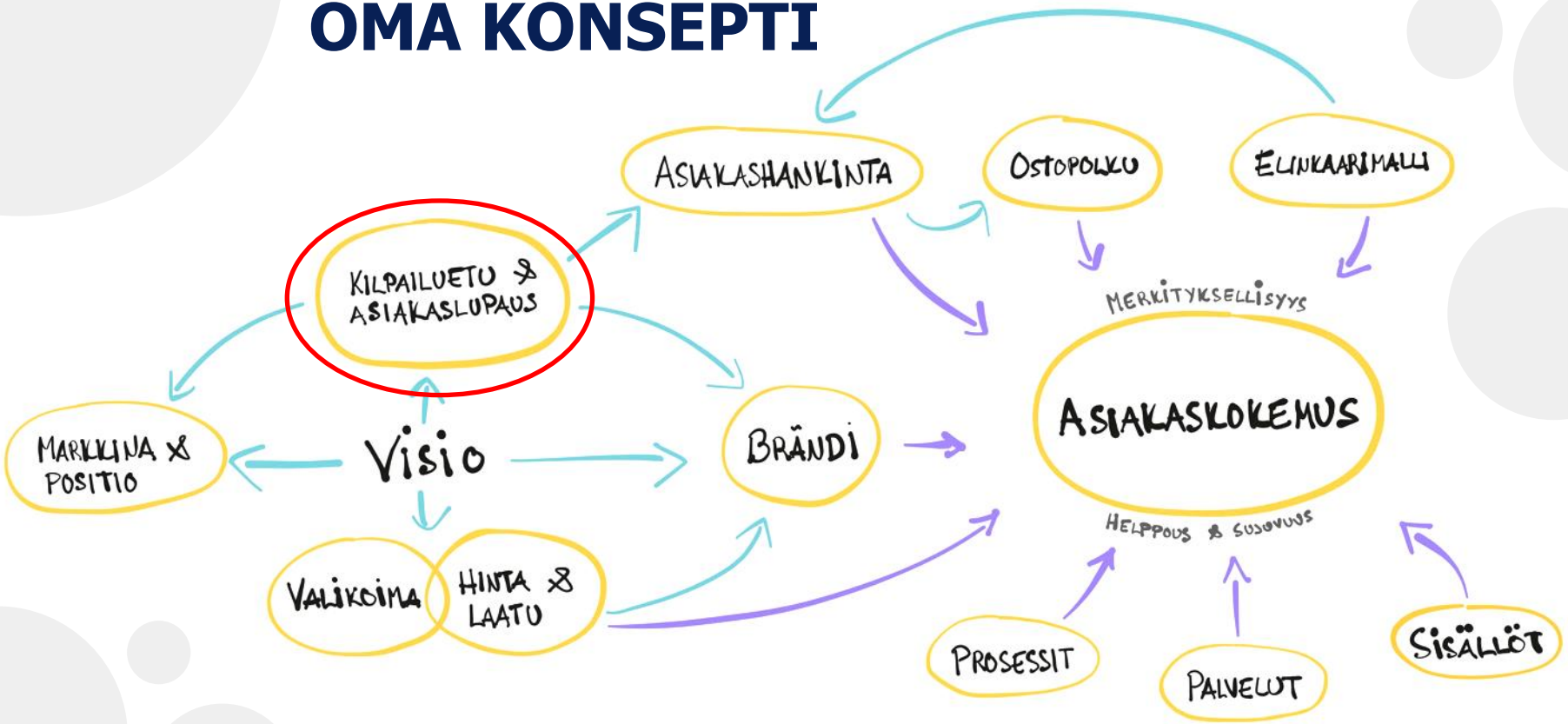
Millaiseksi priorisoiduksi tekemiseksi ja projekteiksi strategian toteutus muodostuu käytännössä?

Millaisten rutiinien ja johtamismallien kautta me toteutamme strategiaa käytännössä?

Miten varmistamme **voittavan yrityskulttuurin** ja markkinoiden parhaan **asiakaskokemuksen**?

Snowball Growth Partners

Strategian jalkautus:
OMA KONSEPTI

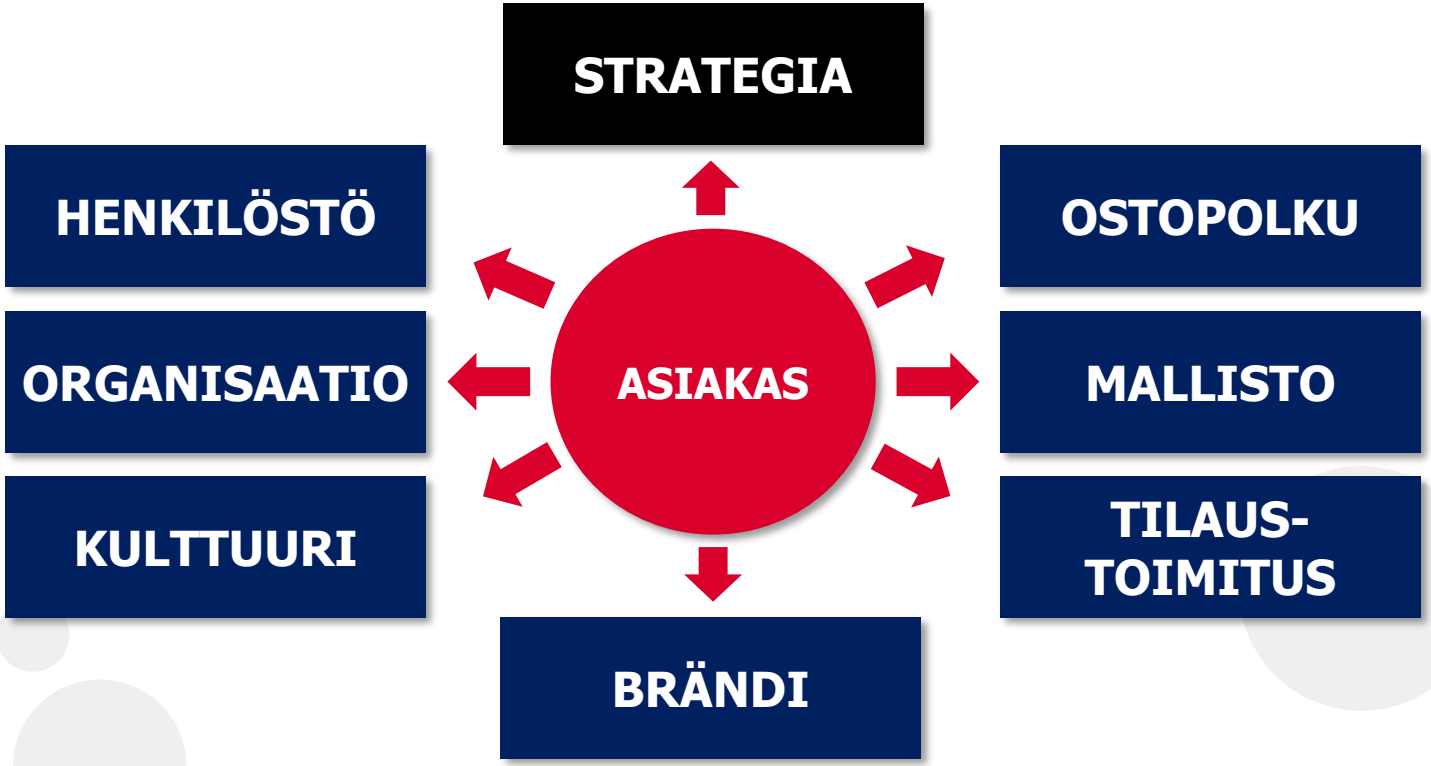


Snowball
Growth Partners

ASIAKKAAT:
Tunne- ja arvoperusteinen ymmärrys

Snowball
Growth Partners

Asiakaskeskeinen strategia



Snowball
Growth Partners

STRATEGIA

Mihin asiakkaamme kertoisivat meidän olevan matkalla?

HENKILÖSTÖ

Kokevatko asiakkaamme henkilökunnan olevan osaavaa ja intohimoista?

ORGANISAATIO

Tukeeko organisoituminen parhaalla tavalla asiakaskokemusta?

KULTTUURI

Mikä on asiakkaan päällimmäinen tunne kohtaamisen jälkeen?

OSTOPOLKU

Onko ostaminen asiakkaille meidän eri kohtaamis-pisteissä helppoa ja elämyksellistä?

MALLISTO

Vastaako mallisto ja tuotevalikoima asiakkaidemme tarpeita ja mieltymyksiä?

TILAUS-TOIMITUS

Kokevatko asiakkaat maksamisen, logistiikan sekä käyttöönoton miellyttäväksi?

BRÄNDI

Mikä on asiakkaidemme aito mielikuva yrityksestämme?

Snowball Growth Partners

Esim. Mallisto

Vastaako mallisto ja tuotevalikoima asiakkaidemme tarpeita ja mieltymyksiä?

1. Nykytilanteen arviointi

-
-

2. Tavoitetila 202X

-
-

3. Toimenpiteet

-
-

Snowball
Growth Partners

Esim. Organisaatio

Tukeeko yrityksen organisoituminen parhaalla tavalla asiakaskokemusta?

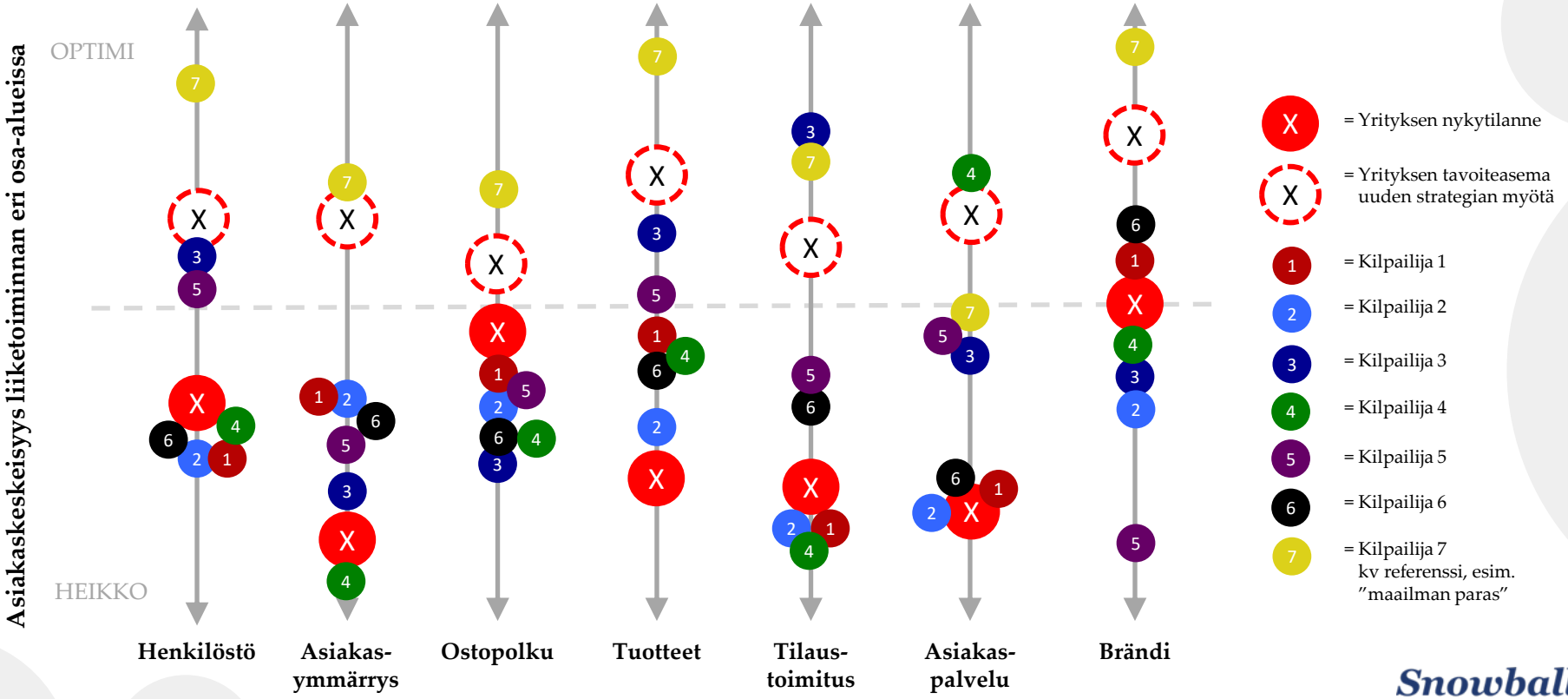
1. Nykytilanteen arviointi
-
-

2. Tavoitetila 202X
-
-

3. Toimenpiteet
-
-

Snowball
Growth Partners

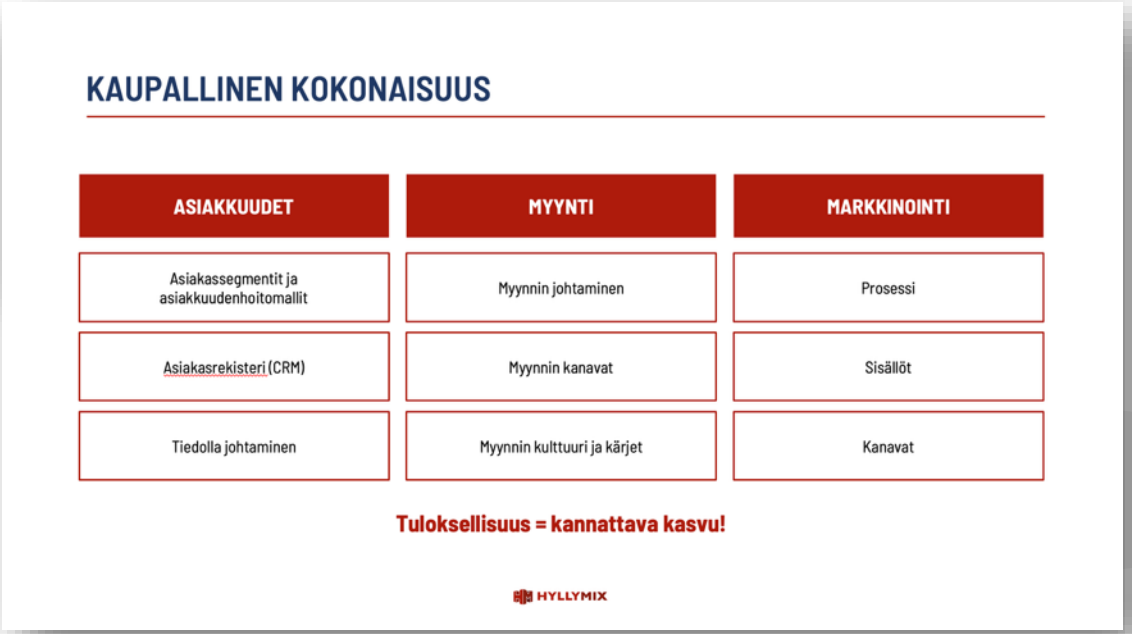
Asemointi suhteessa kilpailijoihin



Snowball Growth Partners

Kaupallinen Playbook

Toteutusvaiheen
työkalu



Snowball.
Growth Partners

SBA-MATRIISI =
resurssien optimointi asiakkaisiin

Strategic Business Areas					
versio 1.0 // päivämäärä					
	Asiakkaat A	Asiakkaat B	Asiakkaat C	Asiakkaat D	Asiakkaat E
Tuote / palvelu A					
Tuote / palvelu B					
Tuote / palvelu C					
Tuote / palvelu D					
Tuote / palvelu E					
Tuote / palvelu F					
Tuote / palvelu G					
Tuote / palvelu H					

Panostettava
Tehtävä
Selvitettävä
Ei fokusta

Matriisin täyttö edellyttää yrityksen asiakkaiden segmentointia.

Toteutusvaiheen työkalu!

Snowball Growth Partners

4K:n mittaristo onnistumiseen

KASVU = Strategian tehtävä on kasvattaa yritystä, voittaa markkinaa eli lisää myyntiä.

KANNATTAVUUS = Kasvua ei kuitenkaan voi tehdä hallitsemattomasti, vaan kannattavasti. Kehityshankkeita pitää arvioida myös kannattavuuden näkökulmasta – mitä tämä meille tuottaa?

KILPAILUKYKY = Uudistuminen. Kaupan ala ja asiakaskäyttäytyminen muuttuvat vauhdilla, jokaisen yrityksen pitää kyetä uudistumaan eli löytämään uusia kilpailuetutekijöitä.

KOKEMUS = Asiakaskokemus. Digitalisaation myötä valta on nyt asiakkailla. Voittajia ovat ne, jotka luovat parhaan asiakaskokemuksen.

Snowball Growth Partners

Mitkä ovat strategiatyön kolme yleisintä ongelmaa?

Snowball
Growth Partners

Aloittamisen kynnys eli

RIMAKAUHU

Snowball.
Growth Partners

LIIKAA ASIOITA, AHDISTUS

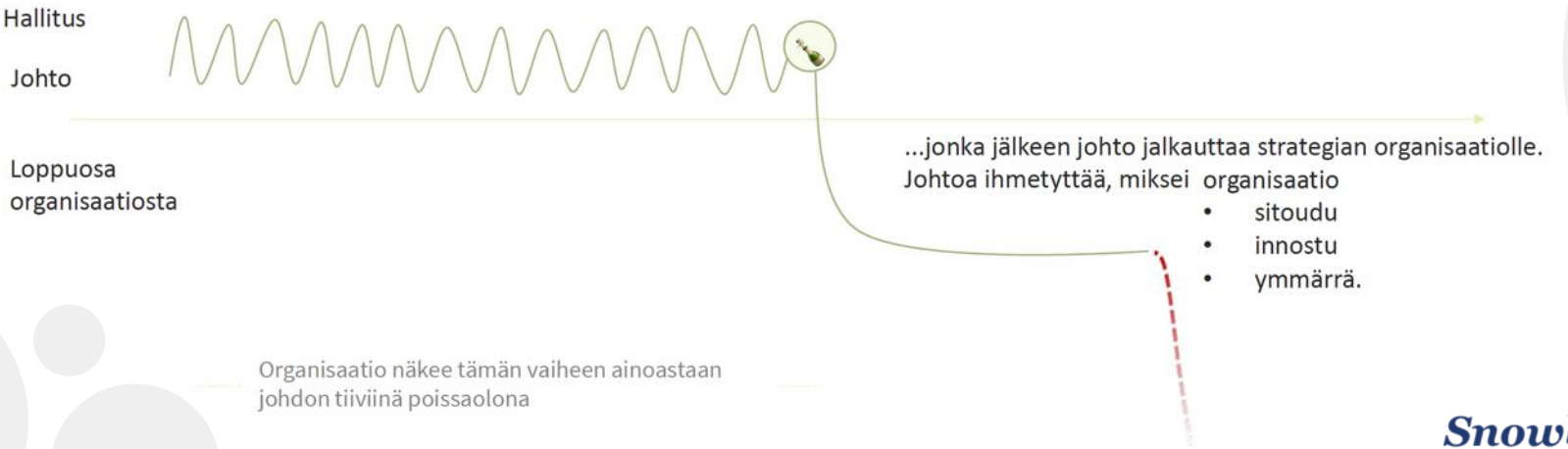
Erittäin tärkeää on tehdä myös

EI-PÄÄTÖKSIÄ

Snowball
Growth Partners

Perinteinen strategiaprosessi

Johto iteroi, ostaa tutkimusdataa, oivaltaa pienessä porukassa, käy keskustelua hallituksen kanssa. Syntyy vahva konsensus ja samanmielistä ajattelua, ja lopulta päätös. Johto juhlii 🍾 kun strategia on saatu hyväksytettyä hallituksessa...



lähde: Mika Sutinen, Vaaka Partners Oy

Snowball Growth Partners

Strategian jalkauttaminen

Älä jalkauta,
vaan osallista.
Snowball.
Growth Partners

Yrityskulttuuri on menestyksen ydin

Snowball
Growth Partners

Hyvän yrityskulttuurin lähtökohta

OMISTAJAT

TOIMITUS-JOHTAJA

HALLITUS

JOHTO-RYHMÄ

Arvot ja strategia

Snowball
Growth Partners

Huono johtajuus tappaa yrityskulttuurin hetkessä

BAD BOSS CHARACTERISTICS

CAREERCLIFF.COM

1. Micromanagement
2. A One-Size-Fits-All Approach To Management
3. Doesn't Lead By Example
4. Lack Of Empathy
5. Focused On Blame, Rather Than Solutions And Support
6. Uses Their Team As Pawns For Their Own Success
7. Lack Of Focus
8. Takes Credit For Others' Work
9. No Respect For Employees
10. Little To No Self-Awareness
11. A Sense Of Entitlement Rather Than A Sense Of Duty
12. Expects All Employees To Be Like Them

SOURCE: FORBES.COM

Snowball Growth Partners

Hyvä johtajuus

Snowball.
Growth Partners

Henkilökunta viime kädessä toteuttaa strategian ja konseptin

Henkilökunta on yrityksen tärkein pääoma.

Arvostaminen, kehityskeskustelut & 360-arviointi + palkitseminen

Snowball Growth Partners

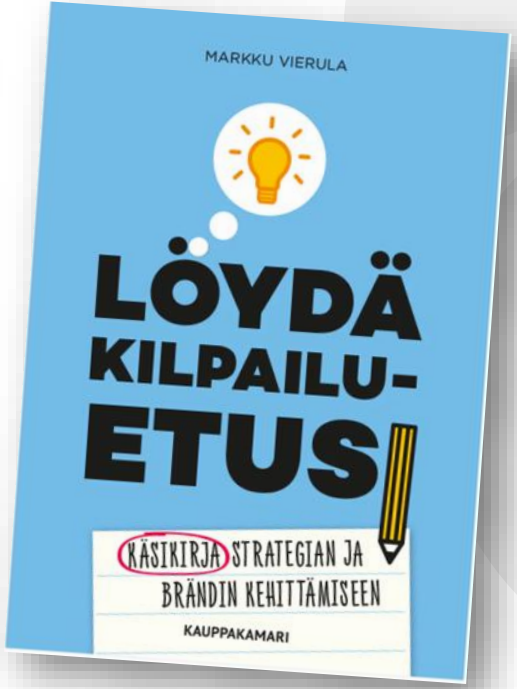
Strategiassa onnistuminen on koko yrityksen yhteinen asia

Strategian toteutuminen ei ole kiinni luovuudesta, vaan sitkeydestä.

Snowball.
Growth Partners

Snowball.
Growth Partners

Kolme kirjavinkkiä



Snowball
Growth Partners

Leevi Parsama // Digitaalisen kaupan asiantuntija & Hallitusammatti
leevi@snowballgrowthpartners.fi // tel. +358 40 528 9001

Snowball.
Growth Partners