Kansainvälistymisstrategia digitaalisessa kaupassa | valmennusmateriaalit 6.10.2025

Valmennus on osa Digitaalisen kv-kaupan kasvureitti -hanketta.

Suomen Yrittäjäopisto

viexpo

ETELÄ-POHJANMAAN liitto

Euroopan unionin osarahoittama

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

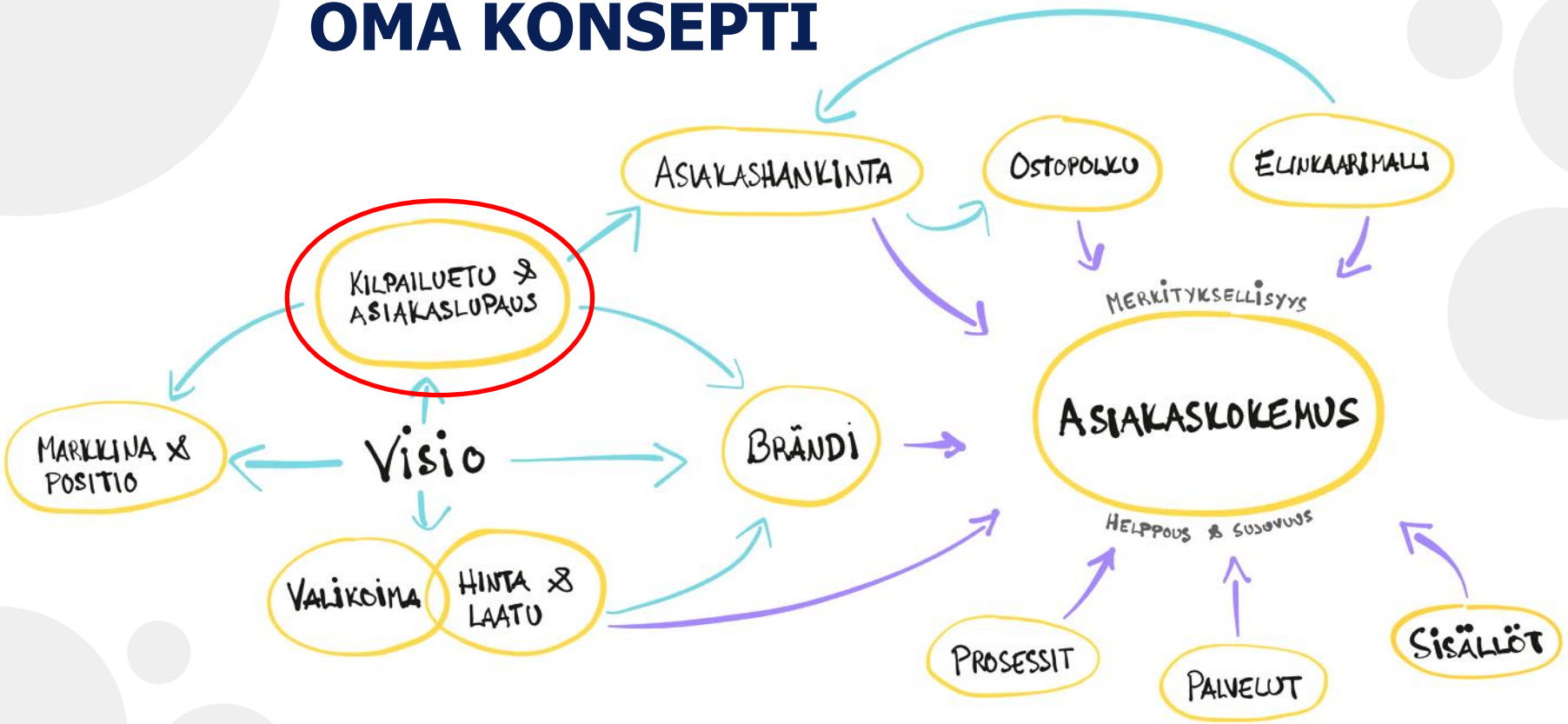
Millaiseksi priorisoiduksi tekemiseksi ja projekteiksi strategian toteutus muodostuu käytännössä?

Millaisten rutiinien ja johtamismallien kautta me toteutamme strategiaa käytännössä?

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

Snowball Growth Partners

Strategian jalkautus:
OMA KONSEPTI

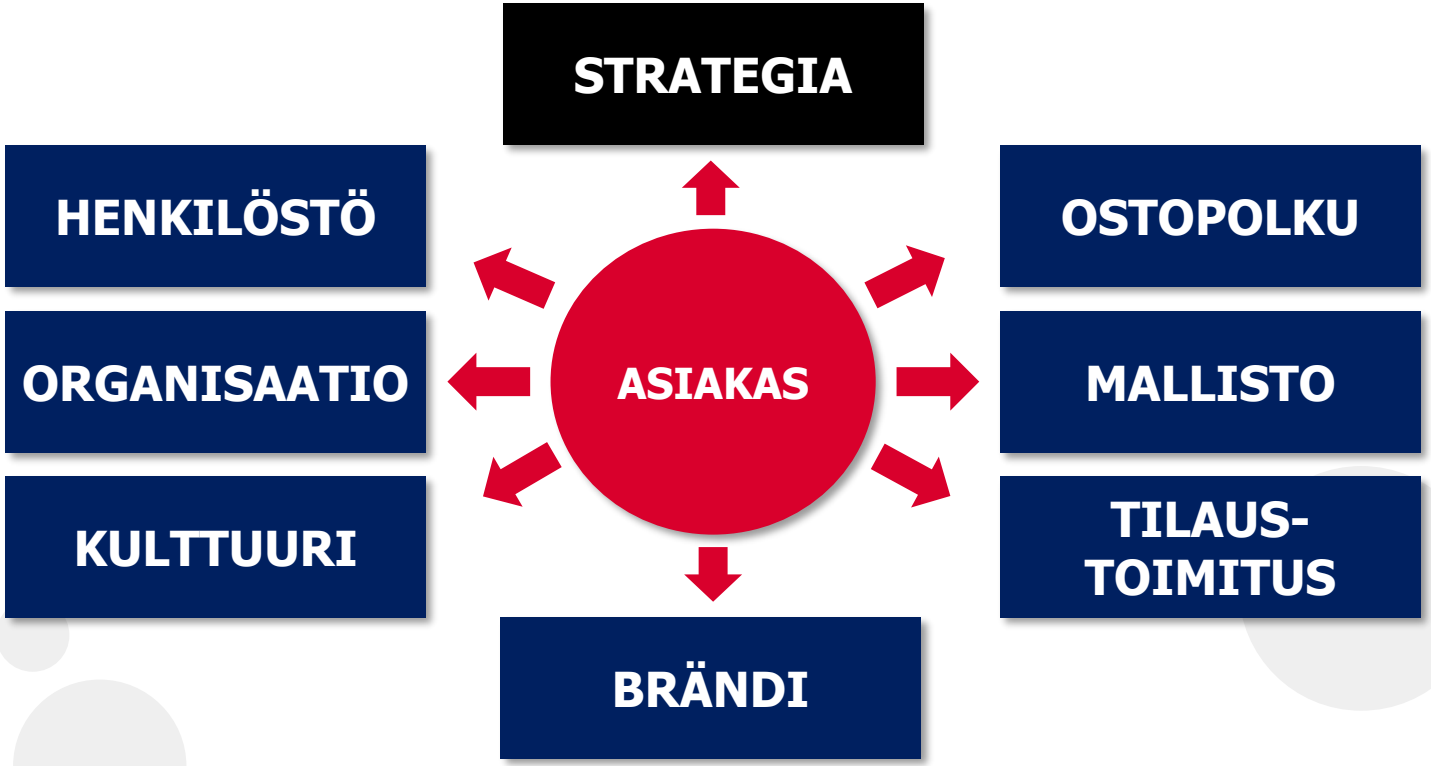


Snowball
Growth Partners

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?

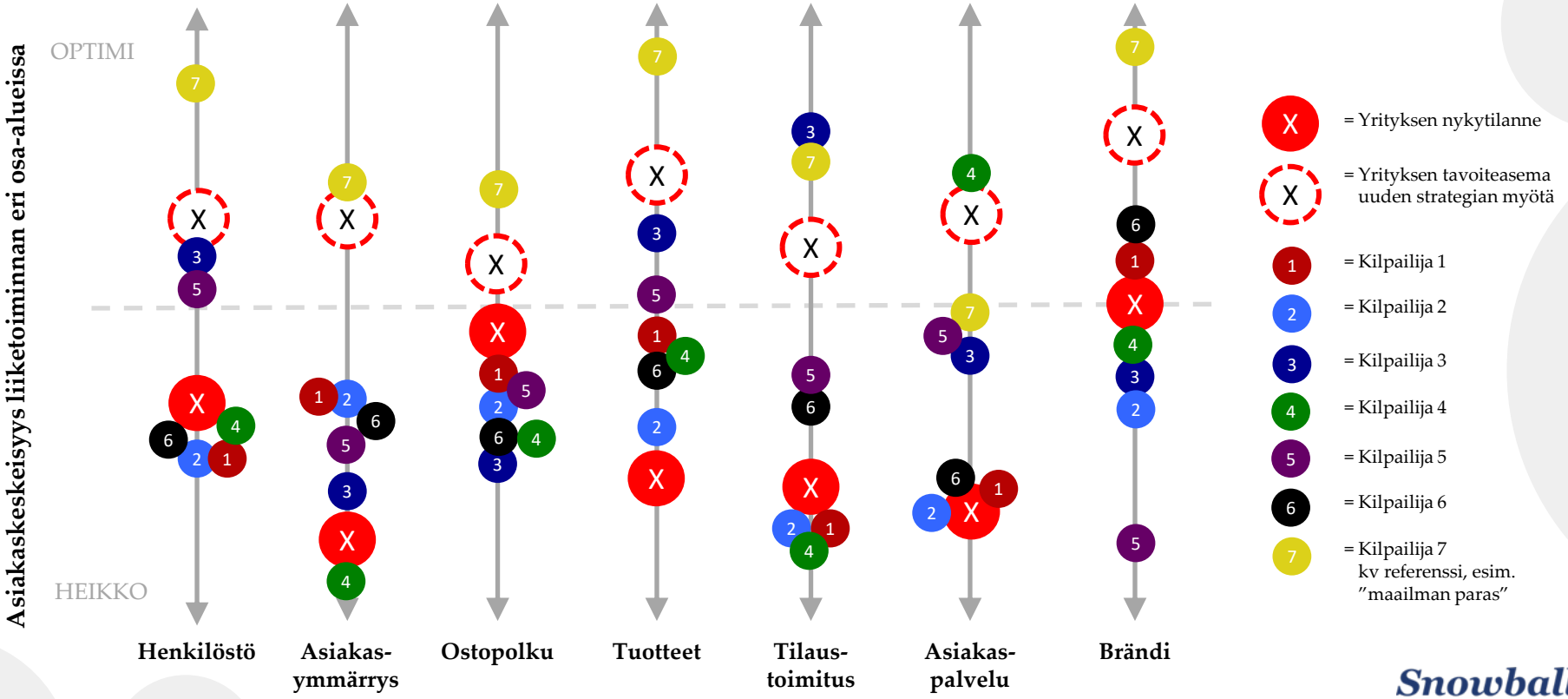
1. Nykytilanteen arviointi
-
-

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					

Matriisin täyttö edellyttää yrityksen asiakkaiden segmentointia.

Toteutusvaiheen työkalu!

Panostettava
Tehtävä
Selvitettävä
Ei fokusta

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

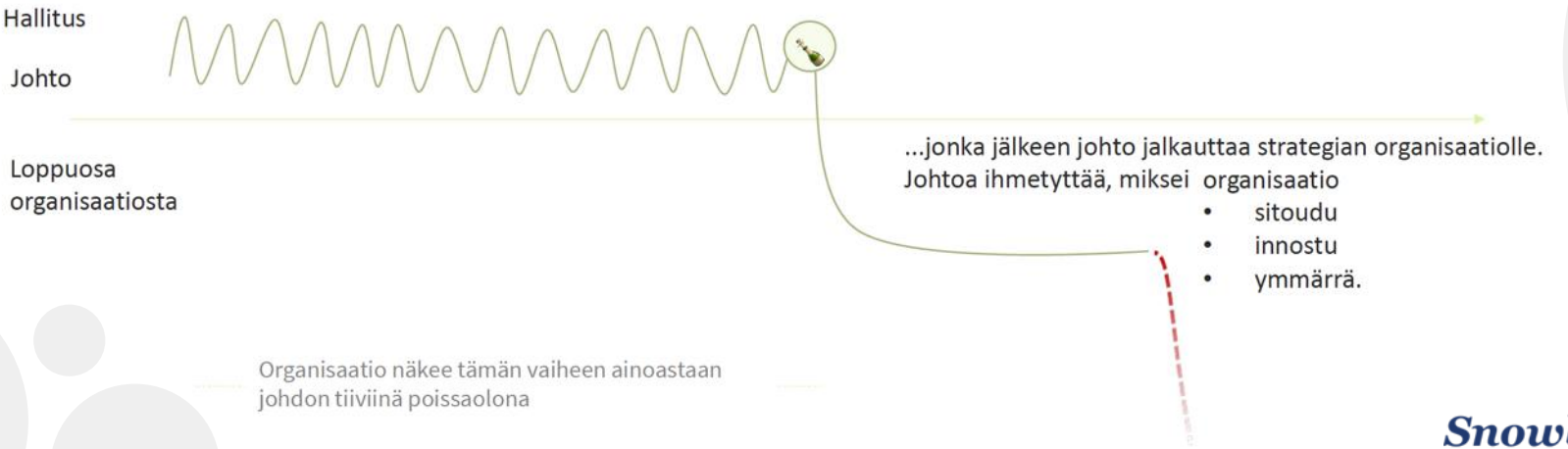
Erittäin tärkeää on tehdä myös

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

Arvot ja strategia

JOHTO-RYHMÄ

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

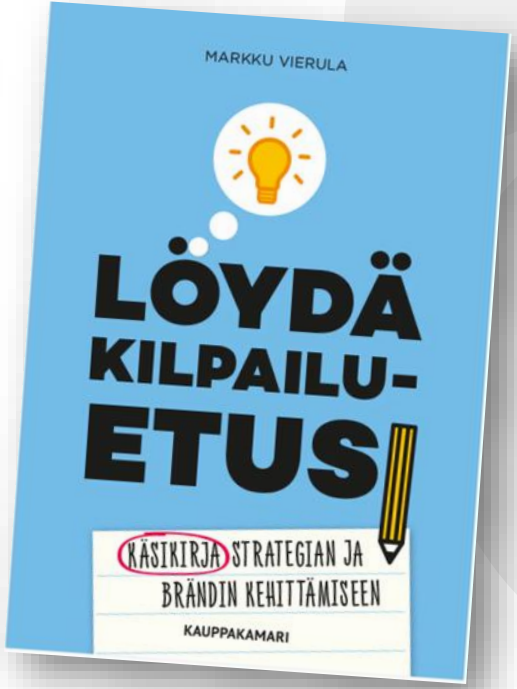
Strategiassa onnistuminen on koko yrityksen yhteinen asia

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