

# Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne.

Viite:

Joensuu-Salo, S. & Kettunen, S. 2019. Sote-yrittäjä menestyy panostamalla markkinointiin ja suunnitelmallisuuteen. Yrittävä Lakeus ( 2), 45.



SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# Sote-yrittäjä menestyy panostamalla markkinointiin ja suunnitelmallisuuteen

**S**ote-ala on monella tavalla muutoksen keskeillä. Julkisuudessa käyty keskustelu suurten toimijoiden ongelmista ja viivästynyt sote-uudistus aiheuttavat monenlaista epävarmuutta toimijoille. Menestyksen avaimet eivät kuitenkaan muutu, vaikka toimintaympäristö muuttuisi. Jos sote-yrittäjä haluaa menestyä ja kasvattaa yritystä, kannattaa kehittää markkinointiosaamista sekä strategista suunnitelmallisuutta.

SeAMK selvitti eteläpohjalaisten sote-alan yritysten liiketoimintaosaamista kyselyn avulla. Kyselyyn vastasi 47 sosiaali- ja terveysalan yrittäjää alueelta. Tulokset osoittavat, että yritykset osaavat käyttää asiakastietoa tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä, mutta selvästi heikommalla ta-

solla on muu markkinointiosaaminen, kuten asiakkaiden segmentointi, kilpailija-analyysin hyödyntäminen tai markkinointiviestinnän suunnittelu. On kuitenkin huomattavaa, että eteläpohjalaisista yrityksistä parhaiten menestyvät ne, joilla markkinointiosaaminen on korkealla tasolla.

## Sote-alan yritykset haluavat kasvaa

Kyselyyn vastanneista sote-alan yrityksistä jopa 70 % asetti tavoitteekseen kasvun. Kasvua haettiin uusista asiakkaista sekä nykyisten palveluiden ja asiakassuhteiden kehittämisestä. Kasvu vaatii yritykseltä menestymistä. Kyselyn tulokset osoittavat, että menestymiseen vaikuttaa sote-alan yrityksillä erityisesti se, kuinka hyvin ne suunnittelevat strategiansa ja kuin-

ka paljon erilaista informaatiota käytetään oman toiminnan arvioinnissa. Strategian suunnittelu vaatii pitkän aikavälin mahdollisuuksien analysointia, omien resurssien hyödyntämistä, kilpailijoiden ja markkinoiden ymmärtämistä ja selkeää visiota. Tämän lisäksi yrityksen on arvioitava omaa toimintaansa ja kerättävä sitä varten tarvittavaa tietoa. Tietoa tarvitaan esimerkiksi prosessien toimivuudesta, palvelun laadusta, asiakkaiden tyytyväisyydestä ja yrityksen maineesta. Muuttuvassa tilanteessa menestyksen avaimet ovat kuitenkin aina yrityksen omassa kädessä.

Teksti: Sanna Joensuu-Salo ja Salla Kettunen. Kirjoittajat työskentelevät SeAMKissa.